

2021

Corporate Sustainability Report

永續報告書



漢來美食
HI-LAI FOODS



目錄

關於報告書	3
經營者的話	4
2021年績效亮點	6
獲獎實績	7
利害關係人溝通與鑑別	7
重大主題鑑別與管理	11
重大議題對應GRI Standards主題	12
重大主題與SDGs之連結	16
1. 誠信永續經營	22
2. 食品安全防護	44
3. 品牌價值提升	61
4. 社會環境友善	71
5. 職場和諧健康	83
附錄-GRI索引表	106
附錄-SASB指標索引表	112
附錄-作業辦法第四條要求加強揭露項目	113
附錄-會計師有限確信報告	114

1. 誠信永續經營	22
1.1 公司簡介	23
1.2 公司治理	30
1.3 法規遵循	37
1.4 風險管理	37
1.5 經營績效	42
2. 食品安全防護	44
2.1 供應鏈管理	45
2.2 食安及溯源管理	48
2.3 顧客健康與安全	58
2.4 產品與服務標示	60
3. 品牌價值提升	61
3.1 品牌策略	62
3.2 行銷溝通與顧客滿意	66
3.3 客戶資訊保護	69
4. 社會環境友善	71
4.1 關懷社會	72
4.2 環境理念	74
4.3 氣候變遷與能資源管理	76
4.4 廢棄物管理	80
5. 職場和諧健康	83
5.1 人力資源概況	84
5.2 薪酬與福利	91
5.3 勞資溝通與職場安全照護	93
5.4 人才培育	101



關於報告書 About

本報告書是漢來美食股份有限公司（以下簡稱為「漢來美食」）第5年發行永續報告書（以下簡稱為「本報告書」），揭露漢來美食於經濟、環境與社會面向之相關議題，彙整相關績效以做適當說明。

報告書期間、報告書邊界與範疇

漢來美食每年發行永續報告書，本次報告書資訊揭露期間為2021年1月1日至12月31日。本次揭露範圍為漢來美食之企業個體，針對全台各分公司、中央工廠，以及品牌與相關活動，內容觸及公司治理、經濟、環境、社會及產品責任等面向，且為求連續有效性表達，報告書部分績效內容涵蓋近三年之數據資訊。

撰寫與編輯原則

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

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



內部審查

本報告書揭露內容由企業社會責任委員會各任務小組蒐集撰寫，經相關單位主管初步查證，再交由統籌組進行整合、校對、勾稽及彙編，各單位主管同意職轄內容之呈現後由召集人與副召集人作最後確認。財務數據引用自會計師查核後公開之資訊，部分數據引用政府機關所公布或本公司自行統計的資料，以四捨五入為原則，並依一般慣性之數值描述方式呈現。



外部確信

本報告書由勤業眾信聯合會計師事務所進行獨立有效確信，依據GRI永續性報導準則及財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行查核，本報告書之編製係符合GRI Standards核心選項（Core）之規範，由會計師出具確信報告，確信範圍及結論請詳附錄之確信報告（第114頁）。



發行概況

首次報告發行時間: 2018年11月
上次報告發行時間: 2021年07月
本次報告發行時間: 2022年07月
下次報告預計時間: 2023年07月

聯絡資訊

漢來美食股份有限公司財務部
地址：高雄市前金區成功一路266號21樓之1
電話：886-7-2135788 分機：7205
官網：<http://www.hilai-foods.com>
電子信箱：stock@hilai-foods.com





經營者的話

經過兩年的疫情肆虐，好不容易全球在2022年進入COVID-19疫後階段，卻又在此時發生烏俄戰爭，導致石油供應短缺、運輸成本大增，使得全球性通膨益趨嚴重，整體經濟環境可謂雪上加霜！

2022年初，在國家門戶尚未正常打開的現況下，消費環境仍被綑綁於內需市場。對於餐飲產業而言，目前雖已度過最艱困的時間，但消費力仍未回到疫情前，再加上戰爭與通膨造成的物價飆漲，企業只能努力堅持；設法開源節流。2021年餐飲業雖然經歷長達78天的禁止內用，但本公司並未受到疫情影響而停下發展的腳步，於第四季完成包括舊店的改裝升級和新品牌及分店的開拓，並插旗竹北，完成6都展店的目標。

漢來美食自成立以來，一直秉持「誠信經營」、「創意研發」的經營理念，近年來更強化作業系統的數位升級，從採購流程、財務系統到人資考勤，全面升級為行動化簽核，節省流程時間。因著疫情的發生，改變了許多人的消費模式，外送外賣興起，民眾也更願意在家自己烹煮，因此，本公司也積極發展電商產品，透過公司強大的廚師研發團隊和採購人員尋訪優質的代工廠商，讓漢來美食的優良產品能夠以常溫或冷凍包裝形式走進消費者的家中。

面對日趨嚴峻的經營環境，本公司始終堅持將最高品質的餐飲內容提供給消費者，我們也有信心能夠在這條永續經營的道路上，穩健的向前邁進、持續登峰。

董事長





經營者的話

歷經了2020年新冠疫情衝擊，2021年初在業績逐漸回穩的歡喜中，突然面臨五月進入三級警戒禁止內用，接著回到七月開放後的消費反撲，隨著疫情的進程反覆，對餐飲產業的經營者來說，無疑是一場短兵相接、直見性命的戰役。對漢來美食這樣多品牌、大體系的業者，更是重中之重。所幸我們基礎堅實，加以永不放棄的努力，才能在最艱困的2021年勉力維持獲利。

在禁止內用的78天，漢來美食推出多款外帶外賣，整合各品牌餐廳，運用數位工具，結合最多人使用的LINE帳號線上點餐、支付，在餐廳和百貨一樓打造得來速取餐小舖，減少接觸與停留。此外，更推出宅美食冷凍食品系列，讓各品牌餐廳變身中央工廠，中西廚聯手開發出6款港點、4款湯品、3種西式餐點、2道素食，架起電商平台，在既有的來拌麵之外，發展出另一個可觀的線上商機。也積極運用線上隱形賣場通路，拓展了全台員工、親友、關係企業的市場，成功帶進亮眼的營收。

經此一役，我們認知到餐飲營運的多元發展與數位轉型是未來的趨勢。品牌布局重新調整，資源重分配，發掘更多年輕人才給予機會，積極投入電商市場、快速研發、優化產品，並整合現有各項系統，從餐廳內外場到後勤財務、採購、行銷的資源最佳化，以至人資的人才發展數位化，進行全面性的檢視與評估，數位轉型勢在必行。

2021年對餐飲經營業者確實是前所未見的艱辛與困難滿滿的一年，但在最艱難的時刻，我們仍然保持樂觀積極，相信積極穩健的營運策略能具體反映到未來的獲利成長，同時達成與社會共好共享，深耕市場也永續經營。

總經理 林淑婷



2021年績效亮點



誠信永續經營

- 獲「2021第十四屆TCSA企業永續報告獎」銀獎，連續三年獲獎。
- 第八屆「公司治理評鑑」獲上櫃公司第二級距。
- 持續以教育訓練具體推動誠信經營，2021年並配合最新法令修訂相關規範。
- 新冠疫情期間配合穩定就業政策，達到不裁員、不減薪，保障員工生計並維持獲利之經營成果。



食品安全防護

- 可溯源管理品項的採購金額佔所有原物料之採購總額98.9%。
- 優於法規自主申請餐廳HACCP驗證，營收佔比達25.05%，並申請成為中華食品安全管制系統協會團體會員，以利提升相關管理制度。
- 可認證優良餐廳取得標章率88.37%，營收佔比達75.04%，維持高認證比。
- 持續取得實驗室能力試驗通過證書。



品牌價值提升

- 漢來名人坊名列2021米其林台中餐盤推薦名單。
- 推出全新品牌PAVO餐酒館及改裝焰牛排館、鐵板燒，改裝後餐廳2021顧客滿意度獲大幅提升。
- 持續投入研發經費開發菜色，近3年每年投入金額達營收0.48%~0.65%，2021設置廚藝及研發教室，蔬食餐系並研發新品項未來肉漢堡排丼飯。
- 配置專責資安主管及人員，並持續系統升級及設備更新，強化資安防護及管理。



社會環境友善

- 贊助高雄壽山動物園改建經費250萬元打造更友善的動物園。
- 捐助高雄城中城大火社會救助金100萬元並提供超薦佛事供品，協助相關慰助及安置規劃。
- 與高雄市總圖異業合作，舉辦「高雄一百、台菜之美」活動，呈現台菜深層價值，提倡書香社會。
- 溫室氣體排放量、每仟元營業額平均廢食用油量及廚餘量分別較2020年減少7%、6%及2%。



職場和諧健康

- 打造健康安全職場，2021年獲健康促進標章。
- 完整的培育及接班計劃，2021年榮獲TTQS企業機構版-銅牌，提高米其林專業課程提升人員專業能力。
- 良好的建教合作及實習機制，合作學校涵蓋北中南共63家，年度新進實習生達383人，積極參與政府青年培育計畫。
- 育嬰留停復職週年留任率100%。
- 進用身心障礙人員20名，超額進用5名。



獲獎實績

- 2022年公布第八屆「公司治理評鑑」，獲上櫃公司第二級距；2021年公布第七屆評鑑結果為第一級距。
- 獲「2021第十四屆TCSA企業永續報告獎」銀獎，連續三年獲獎。
- 2021年榮獲TTQS企業機構版-銅牌。
- 參加健康職場認證計畫，2020年獲得健康啟動標章，2021年獲得健康促進標章。



利害關係人溝通與鑑別

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與交流、擴大溝通管道、聽取更多意見，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。利害關係人與重大議題分析係以鑑別利害關係人、評估關注議題、評估衝擊議題及確認重大議題等4步驟進行。

本年度採用2019年之鑑別結果，針對確認的重大議題與利害關係人進行持續性的溝通。2019年係依據AA1000利害關係人議合標準之5大面向（責任、影響力、張力、多元觀點、依賴性），同時參考同業的利害關係人類別，由各部門進行問卷評分，得出關係程度由高至低分別為：

①員工、②客戶/消費者、③股東/投資人、④主管機關、⑤供應商、⑥媒體/網路社群、⑦學校、⑧公益團體及⑨社區。



1. 鑑別利害關係人

漢來美食藉由永續報告書的發行，深入與不同類別利害關係人溝通與交流，擴大溝通管道、聽取更多之意見，以了解各類利害關係人對於漢來美食在永續營運之寶貴意見，進而作為公司內部經營管理之參考重點。



2. 評估關注議題

以每三年重新鑑別利害關係人關注之重大議題的頻率進行問卷發放。



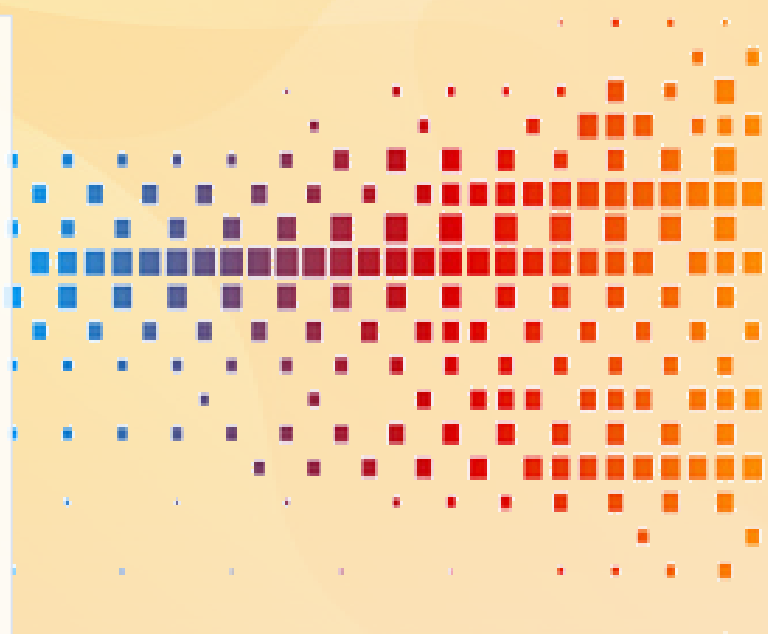
3. 評估衝擊議題

另依據國際永續趨勢、產業相關議題及重大新聞事件回顧等，進行調整利害關係人與重大議題分析。



4. 確認重大議題

將確認之重大議題列為與利害關係人溝通及回應要項，並於本報告書說明。



利害關係人溝通管道

漢來美食透過各種溝通途徑，與所鑑別的利害關係人進行交流與互動，並以確認的重大議題作為溝通及回應要項。

2021年漢來美食在落實推動永續發展的過程中，所執行的溝通項目及相關實績回應如下。

利害關係人	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通管道/頻率	2021年溝通實績
 員工	提供美味餐飲與優質服務是漢來美食最高的營運方針，而員工是提供溫馨及感動式服務優質服務重要的本體，漢來美食視員工為重要的資產，重視員工意見、積極塑造和諧勞資關係及營造優質工作環境	▶ 食品安全與品質管理 ▶ 職場安全與健康促進 ▶ 店面環境管理	▶ 食安會議（每季） ▶ 食安相關時事、新知佈達（不定期） ▶ 職業安全衛生委員會議（每季） ▶ 職業安全衛生查核（定期及不定期） ▶ 各項職安宣導及辦理公告（視需求） ▶ 職業安全衛生教育訓練（不定期） ▶ 臨場健康服務管理（定期） ▶ 健康促進講座/活動（視需求） ▶ 獎懲異動公告（視需求） ▶ 勞資會議（每季） ▶ 職工福利委員會（每季） ▶ 員工意見反應（即時） ▶ 部門會議（視需求）	▶ 共4次食品安全會議 ▶ 全台內部聯合稽查店面環境涵蓋率100% ▶ 共4次職業安全衛生委員會議 ▶ 全台內部稽查店面職業安全衛生環境，共計24次 ▶ 全台公告MEMO共計71次 ▶ 職業安全衛生講座/教育訓練共34場次，參與人數為1,232人次、總時數31小時 ▶ 職護臨場服務99場次、醫師臨場服務36場次，服務案件435件 ▶ 健康檢查活動參加人數共計1,241人次 ▶ 健康促進講座/活動共6場次，共133人參加 ▶ 共4次勞資會議 ▶ 共4次職工福利委員會 ▶ 隨時接收處理員工電話/mail/LINE等意見反應，全年接獲3件員工意見或申訴 ▶ 全年未有勞資違規情事
 客戶/消費者	客戶/消費者是公司營收及獲利的主要來源，在訴求上為以最有效的方式取得市場資訊，提供營運單位迅速修正及回應，進而調整營運策略	▶ 企業形象 ▶ 店面環境管理 ▶ 食品安全與品質管理	▶ 顧客現場反應（即時） ▶ 餐廳顧客意見調查表（即時） ▶ 餐廳服務專線（即時） ▶ 客服信箱（不定期） ▶ 社群平台、通訊軟體（即時） ▶ 業務拜訪 / Mail（不定期）	▶ 公司設有官方網站及公司/品牌臉書、IG、LINE@，各餐廳並設有服務專線，消費者可隨時透過以上管道留言表達意見，本公司也有專人(小編)每日定時上網回覆顧客詢問及留言 ▶ 各餐廳均提供紙本或網路顧客意見調查表，鼓勵顧客用餐後填寫用餐滿意度，並提供餐飲禮券答贈 ▶ 本公司利害關係人專區設置客服信箱service@hilai-foods.com可與顧客保持良好溝通管道

利害關係人溝通管道(續)

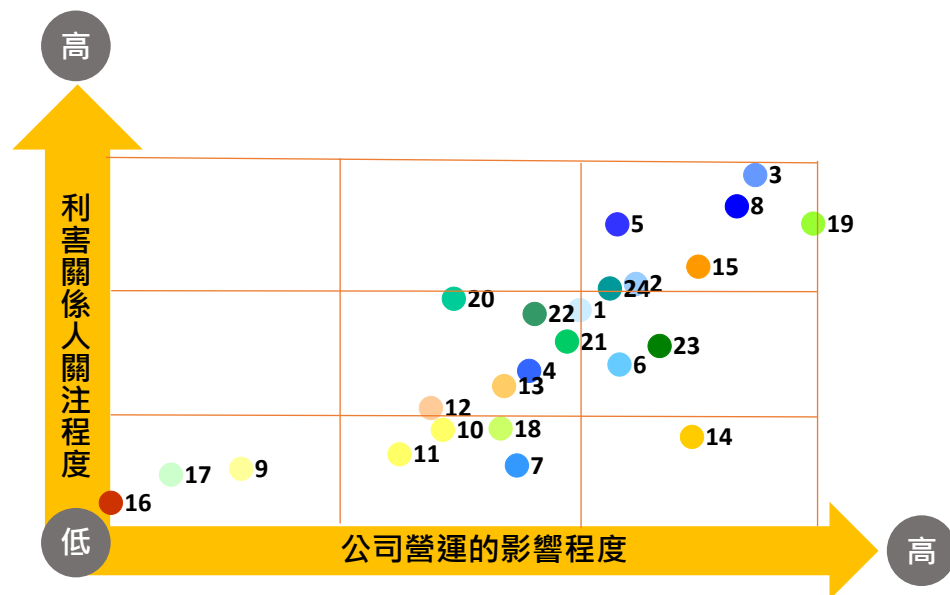
利害關係人	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通管道/頻率	2021年溝通實績
 股東/投資人	公司是股東 / 投資人出資營運，對於出資者所關注的議題，經營團隊應適當回應與檢討改善	▶ 食品安全及品質管理 ▶ 永續發展策略 ▶ 企業形象	▶ 投資人服務信箱 (每日) ▶ 投資法人拜訪 (不定期) ▶ 公開資訊觀測站 (法令期限內) ▶ 股東大會 (每年至少一次) ▶ 股東會年報 (一年一次) ▶ 永續報告書 (一年一次) ▶ 法人說明會 (每三年至少一次) ▶ 利害關係人專區 (適時更新)	▶ 每日接收投資人服務信箱stock@hilai-foods.com ▶ 每季平均1次法人拜訪 ▶ 全年發佈31則重大訊息 ▶ 2021年8月25日召開股東常會 ▶ 2021年5月12日年報上傳公開資訊觀測站及官網 ▶ 2021年7月26日CSR報告書上傳公開資訊觀測站及官網 ▶ 預計2022年辦理法人說明會 ▶ 變動時整理更新利害關係人專區
 主管機關	除遵循主管機關相關規範、主動配合法令政策宣導，並藉由溝通取得主管機關的信任、支持及合作，以健全及強化公司治理	▶ 企業形象 ▶ 法規遵循 ▶ 風險管理	▶ 法遵查核 (每年一次) ▶ 風險評估 (每年一次) ▶ 公司治理評鑑 (每年一次) ▶ 外部機構評鑑 (視需求) ▶ 主管機關查核及參訪 (不定期) ▶ 主管機關電子問卷 (不定期) ▶ 行文、函令 (不定期) ▶ 公文往返、電話洽詢 (不定期)	▶ 內部稽核每年依法規進行一次法規遵循查核 ▶ 公司每年一次風險自評，並向風險管理委員會報告 ▶ 2021年第八屆公司治理評鑑，漢來美食為上櫃公司第二級距 ▶ 2021年榮獲TCSA企業永續報告獎-銀獎 ▶ 配合稽核或來函給予及時回覆，並盡可能配合所舉辦之活動 ▶ 更新餐券應記載不得記載事項 ▶ 回覆辦理消保會來文消費爭議
 供應商	供應商的貨品品質、規格及性能等，會影響使用單位及使用者，因此漢來美食與供應商以互惠的關係，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	▶ 企業形象 ▶ 產品及服務標示 ▶ 風險管理	▶ 通訊/面談 (依需求) ▶ 廠商評核 (一年一次) ▶ 實地訪廠 (視需求) ▶ 開標會議 (每月一次) ▶ 工程協調會 (每個案場每周2次) ▶ 廠商提供檢驗資料 (每批進貨) ▶ 雙方專門職業人員溝通 (不定期)	▶ 廠商評核801家，全數為優良級 ▶ 實地訪廠16家，全數為優等或非常優 ▶ 開標會議12次 ▶ 2021年改裝3間、通過展店2間餐廳及南港大型拓店案，每個案場每周有2次工程協調會 ▶ 2021年承攬商駐場施工協議組織會議共15場 ▶ 2021年廠商提供檢驗資料627份、輸入許可證50份，共677份 ▶ 2021年食材自主檢驗327次、委外檢驗46次

利害關係人溝通管道(續)

利害關係人	對漢來美食的意義	主要關注議題 (依重視程度排序)	溝通管道/頻率	2021年溝通實績
 媒體/網路社群	媒體 / 網路社群是社會的縮影，網路評價及輿論力量不容忽視，對企業形象的聲浪	▶產品與服務創新 ▶企業形象 ▶食品安全與品質管理	▶記者會 (視需求) ▶新聞稿 (每月 / 不定期) ▶網路部落客邀約 (視需求) ▶社群平台 (每日) ▶公司網站 (不定期)	▶展店時舉辦媒體餐敘，透過大眾媒體讓消費者獲取展店訊息 ▶每月營收公布時受邀平面及網路媒體發布新聞稿 ▶不定期邀請網路知名部落客或美食家到餐廳試菜 ▶每日透過社群平台(FB、IG、LINE@)發布最新餐飲訊息及優惠，與消費者互動
 學校	本公司基於培育餐飲菁英之理念，提供學校觀光及餐飲相關科系學生建教合作機會，並以學校合作規定、學生實習需求及法規遵循作為溝通交流之重點	▶法規遵循 ▶店面環境管理 ▶企業形象	▶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)	▶就業宣導45場 ▶學校參訪8場 (因疫情影響減場次辦理) ▶主管參與校園講座21場 ▶實習生餐敘全台10場 (上半年因疫情取消) ▶建教合作63間 (高職14間、大專49間)
 公益團體	本公司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	▶客戶隱私保護 ▶顧客健康與營養 ▶店面環境管理	▶慈善餐會 (每年) ▶愛心捐款 (不定期)	▶捐助高雄城中城大火社會救助金100萬元並提供超薦佛事供品 ▶結合本業持續與喜憨兒基金會合作公益活動，提升憨兒職場技能並捐助款項或物資 ▶捐贈台灣胰臟基金會、佛光山寺、配天宮、高雄港都上市櫃企業家協會等7家社福團體或社團法人約92萬元 ▶提供宴會場地舉行各社團活動，年度約60000人次
 社區	漢來美食之營業店面均設於飯店及百貨賣場中，與社區、飯店、百貨商場有互利互惠的依存關係，維持良好互動並建立和諧關係極為重要	▶法規遵循 ▶職場安全與健康促進 ▶永續發展策略	▶溝通會議 (不定期) ▶社區關懷 (不定期) ▶活動舉辦 (不定期)	▶不定期與分店所處之百貨賣場進行公共安全、行銷規劃、營運管理等溝通會議 ▶贊助高雄壽山動物園改建經費250萬元 ▶集團為推動高雄籃球運動發展成立「高雄海神職業籃球隊」，公司全年贊助球隊賽事總金額達51萬元 ▶響應高雄市總圖主題書展結合台菜美食節活動，贊助購書經費30萬元 ▶響應高雄市觀光局「2021大港吃鍋」爭霸戰獲共鍋組特優賞 ▶響應高雄市觀光局「Kaohsiung高雄餐盤發見計畫」

重大主題鑑別與管理

漢來美食依據GRI永續報告準則 (GRI Standards) 之各主題、產業特性及年度重要發展設計問卷，區分為公司治理、經濟、環境、社會、產品責任等五大面向，提出24項議題以電子問卷方式於2019年12月發放予利害關係人，2020年1月回收有效問卷219份，分析利害關係人對永續議題的主要關注議題，另有紙本問卷6份由漢來美食高階長官依據各永續議題評估營運對經濟、環境、社會的衝擊度後，繪製重大議題矩陣。2021年度漢來美食將2019年鑑別之重大議題分析結果進行進一步的管理，並持續關注重大議題管理的完善狀況。



重大性議題分類

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

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

● 公司治理面

- 1.永續發展策略
- 2.誠信經營與公司治理
- 3.企業形象
- 4.風險管理
- 5.法規遵循

● 經濟面

- 6.經濟績效及策略
- 7.當地及責任採購

● 環境面

- 8.店面環境管理
- 9.能源耗用與管理
- 10.廢棄物管理

● 社會面

- 11.人權與平等機會
- 12.人才招募與薪資福利
- 13.人才培訓與留任
- 14.勞資關係與溝通
- 15.職場安全與健康促進
- 16.社區關係經營
- 17.社會關懷與公益

● 環境面

- 18.供應鏈及產品溯源管理
- 19.食品安全與品質管理
- 20.顧客健康與營養
- 21.產品與服務標示
- 22.產品與服務創新
- 23.行銷溝通與顧客滿意
- 24.客戶隱私保護

重大議題對應GRI Standards主題

排序	重大議題	GRI主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
1	企業形象	一般揭露	➢ 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	➢ 建立優良、專業的企業品牌形象，提升公司治理及取得外部評比認可，並積極參與公益及社會活動 ➢ 顧客意見反映及回應	1.2 公司治理 1.4 風險管理 3.2 行銷溝通與顧客滿意 4.1 關懷社會
2	食品安全與品質管理	顧客健康與安全	➢ 食品安全或品質發生疑慮時，可能影響客戶健康或權益，進而影響公司經營績效	➢ 建立產品追溯追蹤管理制度 ➢ 設置食品安全實驗室及食品專業人員把關 ➢ 落實食品安全衛生管理政策	2.1 供應鏈管理 2.2 食安及溯源管理 2.3 顧客健康與安全 2.4 產品與服務標示
3	店面環境管理	能源 排放 廢棄物	➢ 店面環境管理直接影響客戶用餐滿意度、健康與安全，店鋪環境維護是為創造安心的用餐環境及良好的品牌形象 ➢ 店面環境管理不當若導致違反環境保護法規，會產生社區的環保問題，影響公司信譽	➢ 每日填寫檢查表執行餐飲衛生自主管理 ➢ 定期環境衛生查核 ➢ 客戶滿意度調查（環境） ➢ 落實環境及能資源管理政策	2.2 食安及溯源管理 3.2 行銷溝通與顧客滿意 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	法規遵循	有關環境保護的法規遵循 社會經濟法規遵循	➢ 未遵循經營或環境保護相關法規，除恐涉行政處分或司法判決、招致公司經濟上的不利，更影響企業形象，造成社會負面影響，也影響投資人利益 ➢ 未遵循食品安全、產品標示等法規，會影響客戶權益，進而影響公司經營績效 ➢ 未遵循勞工相關法規，可能影響員工權益	➢ 推動誠信經營相關課程，並每年執行稽核程序，透過稽核之方式檢核法規遵循情形 ➢ 依相關食安法規訂定「食品安全監測計畫」 ➢ 遵循廢棄物清理法辦理執行廢棄物源頭管理 ➢ 每季召開勞資會議宣導及溝通最新法令及相關應用	1.2 公司治理 1.3 法規遵循 2.2 食安及溯源管理 4.4 廢棄物管理 5.3 勞資溝通與職場安全照護

重大議題對應GRI Standards主題(續)

排序	重大議題	GRI主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
5	職場安全衛生與健康促進	職業安全衛生	➢ 企業如違反職業安全衛生法，除受主管機關相關處罰及罰鍰造成企業形象受損，事件並可能造成員工生理上之傷害，重視職場安全衛生除可保障員工安全與健康，也可提升員工認同感 ➢ 提升餐廳環境防護措施，可避免顧客發生安全衛生傷害，駐點在商場百貨之餐廳並配合商場辦理職業安全衛生措施，避免發生公共場所危害影響營運 ➢ 違反職業安全衛生法規定或發生重大職業災害成為新聞事件時，將損及投資者利益並引起社會大眾恐慌或議論，導致企業形象受損	➢ 職安室每年設定職業安全衛生教育訓練目標及訓練之績效指標，並規劃導入ISO45001職安管理系統 ➢ 職安室每年推行及運作預防職場不法侵害、人因危害防止、異常工作負荷促發疾病預防及母性健康保護等四大計畫 ➢ 每季召開職業安全衛生委員會議，針對職業安全衛生事件進行協調、審議及決議 ➢ 制定職業傷害通報流程，事件發生後由單位主管、人資部及職安室協助處理，事後並報告、建檔，確認處理情形及改善方法	5.3 勞資溝通與職場安全照護
6	誠信經營與公司治理	一般揭露	➢ 違反誠信經營可能直接衝擊公司經營績效及商譽 ➢ 公司治理不健全可能代表經營管理存在不穩定因素，甚至可能影響股東權益	➢ 由人資單位辦理誠信經營相關宣導課程提升公司治理、強化風險控管及建立誠信之企業文化 ➢ 參考公司治理評鑑指標發展內部相關機制 ➢ 參與外部評比精進公司治理	1.1 公司簡介 1.2 公司治理
7	行銷溝通與顧客滿意	一般揭露	➢ 餐飲服務是一種體驗式的服務，尤其在網路發達、人人都是傳媒的現代，顧客的負評可能引發網路負面聲量，企業應謹慎應對	➢ 以顧客滿意度調查問卷整合消費者意見進行分析及檢討改善 ➢ 委託專業數據與網路聲量調查公司，進行品牌競爭數據分析與調查，了解市場及消費者對重點品牌的好感度與活動行銷效益評估 ➢ 針對可能受到米其林評鑑之餐廳訂定專業訓練及課程	3.1 品牌策略 3.2 行銷溝通與顧客滿意

重大議題對應GRI Standards主題(續)

排序	重大議題	GRI主題	衝擊邊界與衝擊程度	管理方針與評量機制	回應章節
8	客戶隱私保護	客戶隱私	➢ 客戶隱私保護直接影響企業誠信，如因疏於保管致造成個資洩漏並可能引發賠償或行政裁罰問題 ➢ 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之義務	➢ 與個資有關之表單，集中保管期限到期時，即送焚燒場銷毀並拍照存證 ➢ 漢來美食聯名卡卡友個資直接由發卡銀行到館取件，減少經手人員 ➢ 嚴格控管資料存取權限，以降低客戶隱私遭到不法運用之風險 ➢ 持續對員工加強資訊安全宣導與教育	3.3 客戶資訊保護
9	產品與服務標示	行銷與標示	➢ 產品標示是消費者購買時的參考資訊，正確的標示才能讓消費者有清楚的選擇依據 ➢ 產品標示不清楚或不符規定，可能有誤導消費者之疑慮，直接衝擊公司品牌形象及營運績效，也衝擊供應商信譽	➢ 自製產品由廚師確實填寫食品生產內容物分析表 ➢ 遵循食品標示規定，黏貼成分標籤、產地標示或過敏原揭露等資訊	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
10	顧客健康與營養	顧客健康與安全	➢ 食安的堅持以讓消費者吃得健康安心為目的 ➢ 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	➢ 每年維持實驗室能力試驗資格 ➢ 每年維持通過HACCP之餐廳認證有效性 ➢ 每年維持通過優良餐廳認證有效性 ➢ 每年申請（或通過）優良餐廳及HACCP評核	2.2 食安及溯源管理 2.3 顧客健康與安全
11	供應鏈及產品溯源管理	採購實務 供應商環境評估 供應商社會評估	➢ 供應商溯源管理直接影響進貨品質、食品安全及營運績效等，並衝擊公司與供應商的合作 ➢ 產品異常及標示錯誤無法溯源確認，除影響顧客健康及顧客對食品安全的信任度，也直接影響公司企業形象及供應商商譽	➢ 菜色開發由主廚主導，堅持取材在地 ➢ 採購政策以在地廠商及有機認證食材為優先，並控管食材使用量及需求量，以減少浪費及運輸過程產生的碳排 ➢ 每年對供應商進行環境面及社會面的評估	2.1 供應鏈管理 2.2 食安及溯源管理

2021年重大主題與聯合國永續發展目標(SDGs)之連結

漢來美食2021年鑑別分析利害關係人對永續議題的關注議題與聯合國永續發展目標(SDGs)聚焦的17項目標，主要有以下14項關聯性：

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 1 消除貧窮	➢ 提供弱勢族群就業機會： • 一般身障者求職 • 學校特殊教育學生職場見習 ➢ 2021年捐款及扶助弱勢族群	➢ 捐款及扶助弱勢族群 ➢ 透過就服站提供身障名額 ➢ 由學校推薦特教生入場實習並進行職場養成 ➢ 全力配合慈善團體舉辦募款餐會 ➢ 委託臺灣土地銀行信託部管理「漢來美食社會福利公益信託」，提供急需安養補助者	➢ 捐助高雄城中城大火社會救助金100萬元 ➢ 捐贈台灣胰臟基金會、佛光山寺、配天宮、高雄港都上市櫃企業家協會等7家社福團體或社團法人約92萬元 ➢ 依據身心障礙者權益保障法第38條之聘用人數規定，應進用身心障礙人數15人，實際進用人數為20人，超額進用5人 ➢ 提供宴會場地舉行各社團活動，年度約60000人次，本公司以贊助場租、部份桌次、餐費折讓的方式投入物資及成本 ➢ 響應集團參與中華基督教救助協會愛心募資公益活動，捐贈海港自助餐券10張贊助愛心抽獎，幫助弱勢孩童過好年、照亮孩子們的希望 ➢ 自2019年起成立公益信託基金200萬，年度扶助每人每月5千元，截至2021年共補助198萬元，結餘金額並移轉予「嘉義縣社會局仁愛基金專戶」
 2 消除飢餓	➢ 每年結合本業提供弱勢族群用餐或募款 ➢ 投入可溯源有機及小農之農產品採購總金額4,393千元 ➢ 投入產銷履歷之畜牧產品採購總金額9,238千元	➢ 持續與喜憨兒基金會聯名合作，推出公益餅乾義賣募款活動，並捐贈款項或物資 ➢ 採購有機及小農之農產品38,626公斤，可溯源之有機白米1,288公斤，有機糙米1,382公斤，有機皮蛋4,835粒 ➢ 採購可溯源產銷履歷之雞蛋1,966,800顆 ➢ 本公司力求食材有效利用及在餐廳張貼惜食海報，餐務部並每月追蹤廚餘數量	➢ 2020年捐款喜憨兒基金會10萬元；2022年捐贈37萬元餐券及物資響應義賣募款活動 ➢ 本業餐飲項目可結合慈善，消除飢餓及提供社會溫暖 ➢ 採購主要來自當地，可減少運輸碳排放，緩和糧食危機的風險 ➢ 2021年每仟元營業額平均廚餘量分別為140.60克，較2019年的173.73克減少19%

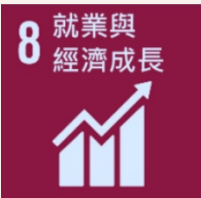
2021年重大主題與聯合國永續發展目標(SDGs)之連結(續)

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 3 健康與福祉	➢ 制訂人因危害防止、異常工作負荷疾病預防、健康管理實施辦法等計畫 ➢ 辦理年度定期健康檢查投入1,296,920元 ➢ 特約勞工健康服務醫師投入682,500元 ➢ 辦理健康促進活動投入8,400元 ➢ 依法專職僱用3名勞工健康服務護理人員	➢ 每年針對健康相關計畫，持續推行並依推行狀況進行修改，朝健康職場邁進 ➢ 每年免費提供員工定期健康檢查，並以we-care健康管理系統及伊克西曼健康管理系統分析其健康狀況，針對異常者給予健康諮詢並安排複檢，以提供個人化健康指導及管理 ➢ 為保護全台員工健康及確保臨場健康服務品質，由2020年起全面進行職醫、護臨場健康服務，醫師由職病科專科醫師及專任職護進行臨場服務，以建置更全面的員工職場安全健康防護網 ➢ 部分低於100人以下分公司，以優於法令規範之頻率辦理一年3場次之醫師臨場服務及一年36場次的職護臨場服務，以保障全體員工健康 ➢ 邀請外聘講師辦理健康促進講座，增進員工健康知能進而提升其健康生活型態 ➢ 辦理健康促進活動或講座時提供有獎徵答禮品，提升參與活動動機及課堂參與度 ➢ 參與衛生福利部辦理之健康職場啟動標章認證，以推動並建立健康的工作環境 ➢ 辦理國健署特殊健康檢查作業 ➢ 健康專欄建置	➢ 年度健康檢查活動共計1,241人參加，並篩選出187位人員需進一步進行諮詢及關懷 ➢ 在2021年共執行135場次，435件勞工健康臨場服務，包含員工健康諮詢165件、異常工作負荷疾病預防諮詢104件、復工評估21件、妊娠中、分娩後評估11件、肌肉骨骼不適19件及其他健康問題115件 ➢ 4月國健署篩檢作業：大腸癌篩檢共121人參加、乳癌篩檢11人參加、子宮頸癌篩檢23人參加。 ➢ 8~11月參加南區健康職場推動中心辦理之「有疫 健康給力」健康促進活動，於87間參與企業中參與度排名第13名。 ➢ 9月與衛生局合作辦理「戒菸、戒檳健康就贏」講座，計2場，共72人參加。 ➢ 10月邀請外聘講師辦理「職場激勵與正向舒壓」講座，共33人參加。 ➢ 12月辦理「外傷處置」講座，教導並實作正確外傷處置方法，共30人參加。 ➢ 1~12月依員工需求及健康檢察分析後數據，製作8篇不同主題健康專欄(春季防疫大作戰、我的餐盤、防疫小撇步病毒遠離我、covid-19疫苗關謠、Covid-19疫苗知多少、認識流感、代謝症候群、外傷處置錦囊)

2021年重大主題與聯合國永續發展目標(SDGs)之連結(續)

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 4 教育品質	➢ 內部教育訓練： • 設置漢來美食專用線上培訓系統「E-Learning」 • 參與勞動部企業人力資源提升計劃 ➢ 外部教育訓練： • 鼓勵員工參與廚師講習課程，強化廚房作業人員對食品安全的認知 • 特殊職類委由外部教育訓練機構進行	➢ 依公司願景規劃相關同仁內部教育訓練各類別課程（如新進人員教育訓練、職安、食安、餐飲服務、酒水課程、客訴處理及銷售技巧等） ➢ 由職安室錄製新進人員於進入職場前應瞭解餐飲工作環境相關之職業安全衛生注意事項；在職員工職場安全衛生教育訓練，則由各店店長（甲種職業安全業務主管）及職業安全衛生管理人員，進行職業安全衛生相關教育訓練宣導活動 ➢ 食安室每年委託食品藥物管理署認可之教育訓練機構，辦理食品安全管制系統(HACCP)課程 ➢ 加入高雄市烹飪商業同業公會，配合該會排定課程鼓勵員工參與廚師講習 ➢ 董事、內稽主管（含代理人）、財會主管（含代理人）及公司治理主管每年至少取得合規的進修時數	➢ 各類訓練課程總人數6,686人次；總時數8,354小時 ➢ 參與勞動部企業人才增值培訓計劃獲補助232,000元 ➢ 2021年新進員工總計580人進行職安線上訓練及考試；由各店長（甲種職業安全業務主管）及職業安全衛生人員辦理之講座共計22場次，1,171人參加 ➢ HACCP管制小組成員授課率100%，另提供名額予高雄地區持證廚師參加 ➢ 2021年全台廚師證持證比例達符合法令持證比店面34間，未達持證比例店面有4間，未達持證比之主因係新冠肺炎疫情影響衛生單位及公會等機關辦理講習課程場次減少，影響部分廚師人員換證作業 ➢ 董事、內稽主管（含代理人）、財會主管（含代理人）、公司治理主管外部進修時數共計165小時
 5 性別平等	➢ 董事會成員性別平權 ➢ 女性員工工作平權 ➢ 職場母性保護計畫推行	➢ 關注董事及員工組成性別比，促進女性同仁參與公司營運 ➢ 制訂及落實人權政策 ➢ 妊娠中及分娩後未滿一年之女性員工進行母性健康及工作場所危害等保護評估措施 ➢ 本公司為提供產後同仁友善工作環境，設置哺（集）乳室，提供免費母乳袋、存放母乳專用冰箱	➢ 董事會成員包含1席女性，佔比14%；2013年起至今聘任女性主管擔任總經理；2020年新增一名女性副總經理 ➢ 2021年正職女性主管67人、女性非主管550人，女性實習員151人，總數共計768人（佔全體員工之47%），較2020年增加2% ➢ 針對職場妊娠中、分娩後母性健康保護工作環境及作業危害評估共11件 ➢ 2021年哺(集)乳室共計使用47次

2021年重大主題與聯合國永續發展目標(SDGs)之連結(續)

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 6 淨水與衛生	➢ 店舖水資源有效利用	➢ 持續導入省水標章馬桶、水龍頭等設備	➢ 2021年合計之用水度數464,988度，較2020年之483,124度減少約4%
 7 可負擔能源	➢ 2021年投入新台幣499萬建置省電照明及238萬建置省電空調	➢ 本公司持續在改裝及展店過程改用節能設備，降低環境污染；定期針對機電及廚房設備進行維護保養，以期達到最佳使用狀況，減少能源浪費。裝修採用綠建材，並盡量保留自然光，也可減少環境負擔。	➢ 2021年改裝3家餐廳並籌備2家餐廳，投入相關省電照明及空調建置成本。2021年營業額受疫情嚴峻影響衰退約15%，基本能源使用量無法隨營業額等幅減少，經節約能源減少消耗量8.5%
 8 就業與經濟成長	➢ 薪資與福利制度 ➢ 完善的晉升及績效考核制度 ➢ 進用身心障礙及弱勢族群 ➢ 設置實習留任計劃 ➢ 青年就業領航計劃 ➢ 青年就業旗鑑計劃 ➢ 2021年投入人事支出1,016,599千元	➢ 每年度依區域生活水平、消費指數及同業相同層級予以修正薪資級距 ➢ 每半年定期進行公平公正的工作考核並依各職級進行訓練及規劃透明的晉升管道 ➢ 對身心障礙者依法任用及超額任用 ➢ 公司設有實習留任計劃，實習期間表現優異的同學，畢業後留任於公司皆予以晉升調薪，透過留任計畫幫助學生實現自我、提升職業技能，成為公司未來各職務接班人 ➢ 參與勞動部勞動力發展署計劃，招聘有意願投入餐飲行業之青年並給予培訓	➢ 2021年總調薪人數884人，調薪人數佔比54.17%，調薪幅度為0.96%~33.33% ➢ 2021年晉升（含調薪）人數計108人 ➢ 2021年身心障礙員工共計任用20人，超額任用5人 ➢ 2021年實習生留任共計27人 ➢ 2021年青年就業領航計劃共計67人加入，訓練指導費共計1,753,185元 ➢ 2021年青年就業旗鑑計劃共計9人加入，補助款計1,066,667元

2021年重大主題與聯合國永續發展目標(SDGs)之連結(續)

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 10 減少不平等	➢ 從董事及員工組成落實性別、年齡、種族的平等 ➢ 宣導誠信經營理念及強化道德 ➢ 召開勞資會議	➢ 用人著重專業能力，關注董事及員工多元化 ➢ 透過教育訓練持續宣導同仁由上而下身體力行，恪守各項法令與規範 ➢ 藉由勞資會議進行雙向溝通、減少衝突、協調勞資關係、促進勞資合作，並防範各類勞資爭議，使雙方達成共識以促進勞資和諧、提高工作效率。	➢ 落實董事多元化，逐年增加聘用外籍員工，2021年達17人 ➢ 2021年線上學習課程「從舞弊案談如何強化風險管理與內部控制」計1,245人（892.25小時）參加；實體課程「論背信與營業秘密」計103人（206小時）參加；另有48人次（106小時）參加誠信經營相關外訓課程 ➢ 2021年共召開4次勞資會議 ➢ 已在六都開設分店（台北、桃園、新竹、台中、台南、高雄，2021年通過竹北拓店投資案） ➢ 與高市圖總館合作舉辦「品好書、讀好味」主題書展及主題餐會，推廣在地食材及台菜，並捐贈30萬元購書金作為購書經費；響應觀光局「2021大港吃鍋」爭霸戰及「Kaohsiung高雄餐盤發見計畫」 ➢ 捐贈51萬元支持高雄全家海神隊主場賽事門票及物資 ➢ 投入產學合作建置實習計畫，合作學校涵蓋北中南全台共計63家 ➢ 2021年來自當地供應商的採購支出比例為100% ➢ 2021年焰鐵板燒及牛排館改裝開幕，全新菜單大量取材在地食材
 11 永續城市	➢ 降低在地人口流失、穩定在地人口就業及經濟收入，讓城市永續發展 ➢ 參與社會公益、配合地方發展 ➢ 在產品規劃上取材於地方，儘可能使用在地食材	➢ 拓店計畫考量全台各地平衡發展 ➢ 與市政府合作推廣活動 ➢ 推動運動產業發展，打造南台灣運動產業 ➢ 提供駐店各區域在地人員工作機會、學校學生實習及工讀機會 ➢ 選擇供應商會以在地廠商為主 ➢ 核心服務理念為嚴選新鮮在地食材	➢ 2021年整體營收較2020年減少15%，而廚餘總重量下降17%（廚餘與營收相關） ➢ 2021年減少1家餐廳，減幅2.2%，而廢食用油減少8.5%（廚食用油與餐廳家數相關） ➢ 2021年全台各分公司廢食用油之回收回饋金總計903千元
 12 責任消費與生產	➢ 廢棄物均依廢棄物清理法辦理： • 一般性生活垃圾 • 廢棄物資源回收 • 廚餘管理 • 廢食用油管理	➢ 生活垃圾落實分類管理並由合格廠商清運焚化 ➢ 廢棄物資源回收係配合各駐店之資源回收分類管理 ➢ 善用剩餘原料再利用（如熬湯），減少食材浪費 ➢ 落實廢棄物源頭分類管理及張貼惜食宣導標語 ➢ 餐務部每月追蹤、記錄及分析各分公司廚房廚餘量 ➢ 廢食用油均透過專業合格清運廠商處理，並交由回收業者作為製成生質柴油之原料	➢ 2021年整體營收較2020年減少15%，而廚餘總重量下降17%（廚餘與營收相關） ➢ 2021年減少1家餐廳，減幅2.2%，而廢食用油減少8.5%（廚食用油與餐廳家數相關） ➢ 2021年全台各分公司廢食用油之回收回饋金總計903千元

2021年重大主題與聯合國永續發展目標(SDGs)之連結(續)

永續發展目標	主要投入	主要活動	主要產出及影響
 13 氣候行動	➢ 能資源使用在持續展店的過程中，確實遵循相關法規規範 ➢ 當地採購為主，可維持食材新鮮度及減少運輸過程產生碳排放	➢ 如採用節能設備、降低環境污染、定期對機電及廚房設備進行維護保養等，以達到設備最佳使用狀況及減少能源浪費耗用 ➢ 對於舊店裝修，亦盡量改用綠建材及保留自然光，如此也可減少對環境的負擔 ➢ 大宗採購廠商之配送，減少送貨次數有利減少碳排放量	➢ 2021年投入金額499萬建置省電照明及238萬建置省電空調 ➢ 全省各餐廳溝通主要採用視訊系統，以減少非必要之出差費用 ➢ 行政作業以導入各項電子系統代替紙本作業，降低各餐廳及辦公室紙張用量 ➢ 2021年來自當地供應商的採購支出比例為100%
 15 陸地生態	➢ FSC驗證紙張及大豆油墨印刷1,364,231元 ➢ 採購經ECOCERT歐盟有機認證機構認證之食材188,700元。 ➢ 環保紙吸管採購43,175元	➢ 選用符合FSC森林管理委員會認證的紙類產品，進一步落實森林的永續管理 ➢ 食品類包裝採用大豆油墨印刷，且使用無螢光增白劑的餐巾紙 ➢ 餐墊紙、產品提袋、禮盒等盡可能採用再生紙製品 ➢ 使用環保紙吸管替代塑膠吸管，減少塑膠製品 ➢ 落實廢棄物源頭減量精神	➢ 2021年採購國際認證項目佔整體採購金額之0.11% ➢ 減少進貨及庫存之包裝資材（如紙箱與塑膠袋）或使用可再利用之塑膠儲運籃，由廠商回收再使用 ➢ 針對營業現場落實垃圾分類（分一般垃圾、廚餘、資源回收），逐漸降低一次性餐具的使用，有效減少紙類及塑膠垃圾量，以減少一般垃圾產出量
 16 和平與正義制度	➢ 制訂職場不法侵害預防計畫並推行。 ➢ 建立行為規範及準則	➢ 新進員工必須完成「職場不法侵害預防」教育訓練課程；另外每年針對在職員工進行本課程教育複訓 ➢ 制訂「董事暨經理人道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南道德行為準則」等相關規章，要求董事、經理人及所有員工確實遵守，並且由人資部為誠信推動單位 ➢ 採購採用網路投標平台，供應商自行登入投標，由系統自動做價格比價，確保品項價格的公平競爭 ➢ 制定內外合約規範並增訂協力廠商行為準則、規範漢來美食員工，避免不正利益關係產生	➢ 2021年內部職場暴力申訴案件有3件，皆已進行調查，並協調溝通及處置 ➢ 2021年新進員工共計580人完成「職場不法侵害預防」課程，另外針對在職員工共辦理22場次，共計1,171人參加 ➢ 設置法務及稽核室，督促及稽核相關單位確實遵循法令及相關規範

> 1. 誠信永續經營

1.1 公司簡介

1.2 公司治理

1.3 法規遵循

1.4 風險管理

1.5 經營績效

管理方針

重大性議題：企業形象、法規遵循、誠信經營與公司治理



政策與承諾

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



目標

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



特定行動與 亮點績效

1. 2022年公布第八屆「公司治理評鑑」，獲上櫃公司第二級距；2021年公布第七屆評鑑結果為第一級距。
2. 獲「2021第十四屆TCSA企業永續報告獎」銀獎，連續三年獲獎。
3. 持續以教育訓練具體推動誠信經營，2021年並配合最新法令修訂相關規範。
4. 2021年新冠疫情期間配合穩定就業政策，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。



申訴機制

公司網站設有利害關係人專區，提供不同類型的利害關係人尋求資訊的管道。



評估方式

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



1.1 公司簡介

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

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

公司名稱：漢來美食股份有限公司（股票代碼：1268）

員工人數：1632人（含實習生）

成立日期：2003年01月09日

股票上櫃：2017年09月27日

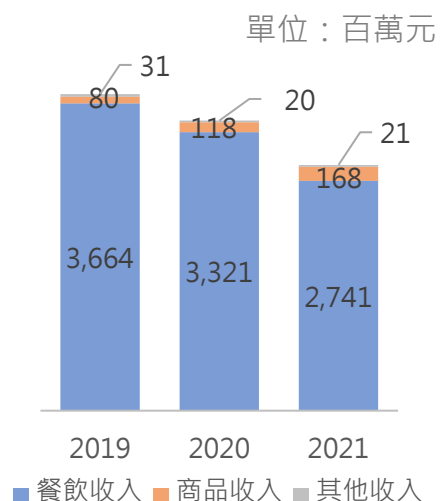
董事長：賴宗成

總經理：林淑婷

總部位置：高雄市前金區成功一路266號21樓之1

實收資本額：新台幣427,237仟元

總餐廳數：42家（含自有、代理及授權）



經營理念



營業項目及經營模式

漢來美食之主要經營型態，以提供現場烹調及調理的菜色、飲料及甜點等餐飲項目，提供消費者在店內客席食用或外帶，及其他年節禮盒、養生禮盒、餐點或甜品禮盒等，銷售比重以餐飲收入為主要來源。2021年餐飲市場延續2020年受疫情衝擊，漢來美食全年仍創造銷貨收入29.30億元，其中餐飲收入為27.41億元（占總營收之94%）。

品牌介紹

漢來美食2021年旗下共17個品牌（16個自有品牌、1個代理品牌），海內外共44家餐廳。其中台灣直營42家（為自營36家，員工1414人；及代理米其林一星品牌「名人坊」高級粵菜6家，員工218人），及海外品牌授權2家（上海「漢來海港」及「漢來軒」）。目前經營版圖擴及全台六大城市：高雄、台南、台中、新竹、桃園和台北。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。

自營

➤ 承租輕資產 ➤ 地點優勢：百貨/購物中心

代理

➤ 米其林品牌：香港名人坊 ➤ 支付權利金

授權

➤ 範圍：商標使用/管理督導 ➤ 收取權利金/技術服務金

HARBOUR

漢來海港餐廳

漢來海港

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

漢來蔬食

Hi-Lai Vegetarian Restaurant

漢來蔬食

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

名人坊

Celebrity Cuisine

高級粵菜

漢來名人坊

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

漢來上海湯包

SHANGHAINES DUMPLING

紅陶上海湯包

SHANGHAINES DUMPLING

紅陶/漢來上海湯包

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

漢來軒

Han-Lai Xuan

翠園

Jade Garden Restaurant

翠園粵菜/漢來軒

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

國際宴會廳

國際宴會廳

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

福園

TAIWANESE RESTAURANT

福園台菜

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

日本料理

JAPANESE RESTAURANT

日本料理

日本料理弁慶

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



品牌介紹 (續)

漢來美食基於永續發展，落實食品安全、品質管理及環境管理，截至2021年底，全台1家中央工廠及6家餐廳，共7家獲得HACCP認證；43家（含龍蝦酒殿及潮之鍋物；不含糕餅小舖）可進行餐飲衛生管理分級評核之餐廳中，優級37家、良級1家，共38家獲得認證（佔88.37%）。相關作為皆為保障消費者之餐飲衛生安全。



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



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



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



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



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



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



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



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



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



展店策略

漢來美食看好百貨商圈擁有評估完善、管理良好、人流量大、周轉率高等優勢，在全台各大主要城市以百貨、購物商城為主要選址策略。

營運據點



全台合計餐廳數 42 家

統計至2021/12/31止

品牌名稱	海港	名人坊	宴會廳	翠園 漢來軒	上海 湯包	蔬食	五梅 先生	上菜	安那居
店數	7	6	2	3	5	5	2	1	1
分店位置	高雄 2 台南 1 台中 1 桃園 1 台北 2	台南 1 台中 1 台北 3 高雄 1	高雄 2	高雄 2 台中 1 (漢來軒)	台中 1 台南 1 桃園 1 高雄 2	高雄 2 台南 1 台中 1 台北 1	高雄 2	桃園 1	高雄 1
品牌餐廳	大廳酒廊、糕餅小舖、福園台菜海鮮、弁慶日料、港式海鮮火鍋、PAVO餐酒館、鐵板燒、牛排館、2家Hilai Café (巨蛋會館、佛陀紀念館)								

重要大事紀

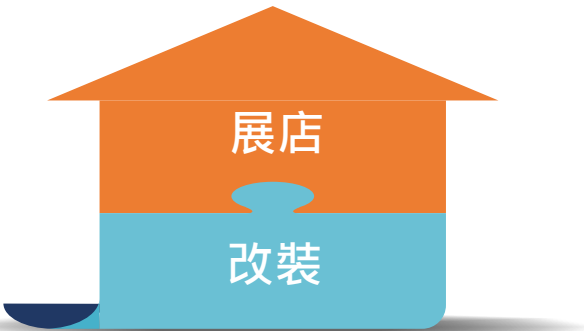
年度	大事紀
2021	HI-LAI FOODS INVESTMENT (HK) LIMITED完成清算
2021	成立竹北分公司 (位置：新竹遠東百貨)
2021	轉投資漢和股份有限公司
2020	西安漢來美食有限公司完成清算
2020	成立台北信義分公司 (位置：國貿大樓)
2018	成立台南東寧分公司 (位置：新光三越-新天地及南紡購物中心)
2018	成立台中三民分公司 (位置：新光三越及中友百貨)
2017	漢來美食股票正式上櫃掛牌買賣
2016	成立台北天母分公司 (位置：天母SOGO)
2016	設立食安檢驗室及美山工廠

年度	大事紀
2015	漢來美食股票公開發行及登錄興櫃掛牌買賣
2015	成立台北敦南分公司 (位置：敦化SOGO)
2014	成立台南分公司 (位置：南紡購物中心)
2014	轉投資西安漢來美食有限公司
2014	成立桃園分公司 (位置：台茂購物中心)
2013	成立台中分公司 (位置：廣三SOGO)
2012	成立佛陀分公司 (位置：佛陀紀念館)
2011	更名為漢來美食股份有限公司
2008	成立巨蛋分公司 (位置：高雄漢神巨蛋)
2003	成立高雄分公司 (位置：漢來國際飯店)
2003	成立漢欣國際股份有限公司 (漢來美食前身)

2021年版圖擴張

漢來美食經營餐飲市場多年，一向以提供優質食材及服務為消費者所知，一般消費者品牌好感度極強，2013年起跨出台中、桃園、台南及台北等市場皆獲好評回應，而公司也持續以高品質、平實價位、高CP值為訴求，以五星級飯店的餐飲與服務品質建立市場區隔，降低餐飲商品可替代性高之風險。2021年除改裝並開出新品牌PAVO餐酒館，主要展店計畫為辦理現金增資募集資金總額500,000仟元，以進行台肥南港經貿園區C2地段之大型拓店投資案。另藉由組織強化及教育訓練著力既有品牌優化，提升內外場人員之專業水準及服務品質，以提供高品質餐飲與優質環境，確保並提升顧客滿意度與忠誠度。2022年將繼續深耕電子商務市場，推出更多元產品（常溫食品及冷凍熟食），搶佔不同客層的市佔率。

● 展店	● 改裝
1. 通過竹北上菜、湯包拓店投資案(遠百)	1. PAVO餐酒館(本館11樓)
2. 通過南港C2台肥南港經貿園區C2地段拓店投資案	2. 牛排館、鐵板燒(本館45樓)

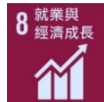


外部公協會參與

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

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

永續目標及規劃

ESG	對應SDGs	短中期規劃	長期規劃
Environmental 環境	    	➢ 導入從農田到餐桌的概念，加強原材料抽驗，確保產品安全 ➢ 減少使用一次性餐具 ➢ 減低貨物運送碳排放 ➢ 增加契作小農的食材使用 ➢ 增加國際認證之產品 ➢ 維持餐飲業食品安全管制系統（HACCP）衛生評鑑及餐飲衛生管理分級評核（優良餐廳）	➢ 持續增加HACCP評鑑餐廳及優良餐廳評核 ➢ 擴大原材料、成品、半成品等食品自主或委外檢驗項目及頻率，目標每年1,200件以上，確保食品安全 ➢ 全面改用節能設備，降低環境污染 ➢ 電子化降低紙本作業 ➢ 落實「環境及能資源管理政策」，設定管理目標降低溫室氣體排放及改善環境，並規劃導入碳盤查及查證工作
Social 社會	   	➢ 結合本業投入公益活動 ➢ 維護女性員工工作平權 ➢ 修訂職場母性保護計畫至第3版，調整評估方法及流程，增加職安人員參與工作環境危害評估，以求更全面照護育齡期及生育階段女性員工 ➢ 提供在地工作機會及建教學校實習機會 ➢ 建立合理公平薪酬、獎懲制度	➢ 持續關懷弱勢，善盡企業社會責任 ➢ 積極參與社會活動，協助活力及永續城市之推動 ➢ 推動工作平權，禁止職場性別歧視及工作歧視 ➢ 持續於全台主要城市開設分店，創造當地就業機會 ➢ 持續推動誠信經營相關課程 ➢ 持續良好建教合作關係，培訓優秀餐飲人才
Governance 公司治理 (含經濟面)	    	➢ 公司治理評鑑前二級距 ➢ 電商產品發展多樣化，增加市佔率 ➢ 提升餐食及服務品質，增加米其林評鑑的機會 ➢ 取得職場健康促進標章認證 ➢ 拓展產學合作，培育新生代 ➢ 弱勢族群就業保障	➢ 公司治理評鑑第一級距 ➢ 代理或併購有潛力的餐飲品牌 ➢ 獲得米其林星級評鑑的連續青睞 ➢ 建置職業安全衛生管理系統申請認證 ➢ 因應公司展店人才需求，連結產學合作，長期教育訓練，規劃員工職涯發展 ➢ 提供弱勢族群就業及所得收入機會、多元人力就業，穩定生活及經濟發展



1.2 公司治理

漢來美食落實公司治理之執行，經審視外部法規要求與內部管理需求，訂定「公司治理實務守則」、「企業社會責任實務守則」、「董事暨經理人道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南道德行為準則」等相關規章，相關內容可至漢來美食官網 (<https://www.hilai-foods.com/stakeholders#105>) 查詢。

董事會



職稱	姓名
董事長	旺董有限公司 代表人：賴宗成
董事	固邦(股)公司 代表人：彭邵齡
董事	國協(股)公司 代表人：侯淳涓
董事	陳肇隆
獨立董事	陳榮
獨立董事	陳順天
獨立董事	謝騰隆

註：獨立董事任期均為6~9年

任期：

2021年08月25日
~2024年08月24日

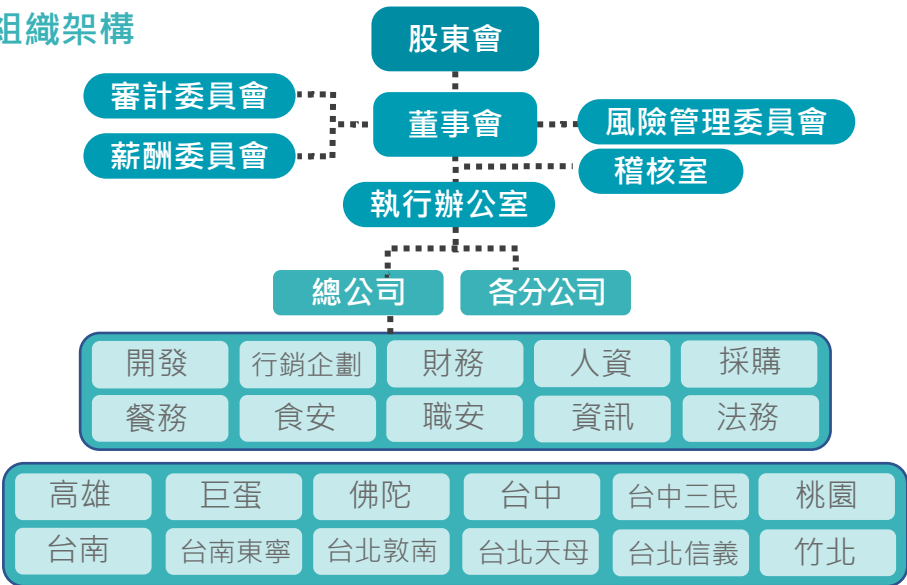
- ▶ 1席董事
- ▶ 3席法人董事
- ▶ 3席獨立董事

漢來美食董事選任依公司法第192條之1規定採候選人提名制度。董事會設置7名董事（含3名獨立董事），任期3年（2021年8月25日至2024年8月24日），以專業為基本遴選原則，負責檢視各項營運績效，包含經濟、環境和社會主題。

漢來美食針對董事會成員可能涉及之利益，制訂「董事暨經理人道德行為準則」，並依「公司治理實務守則」第39條規定，為董事在任期內就執行業務範圍依法應負之賠償責任投保責任保險，以降低並分散董事因錯誤或疏失行為造成公司及股東重大損害之風險。

2021年10月30日續保後依規定將投保金額、承保範圍及保險費率等重要內容提最近一次董事會(2021年11月4日)報告完畢，並輸入公開資訊觀測站。

組織架構

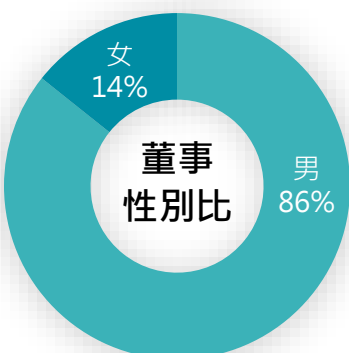
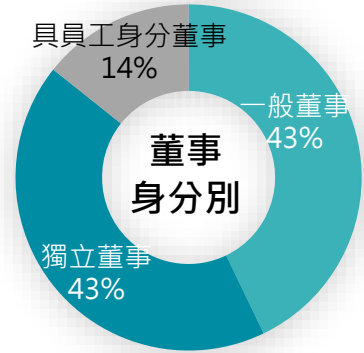
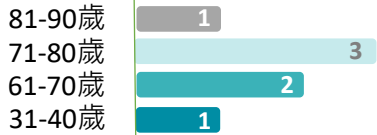


董事會運作情形

漢來美食董事具備豐富產業經驗且彼此互補，由右表可知，董事會每位成員均具備執行職務所必須之知識、技能及素養，透過其實貴經驗及參與互動，持續推動公司朝營運目標前進，進而提升公司治理成效。

	2019年	2020年	2021年
董事會開會次數	6次	6次	8次
全體董事出席率(%)	90.48	92.86	91.07

董事年齡(人數)



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

董事會/個別董事績效評估機制及結果

漢來美食為落實公司治理及提升董事會功能，2016年3月15日董事會通過制訂「董事會自我評鑑或同儕評鑑」，2020年11月5日並更名為「董事會績效評估辦法」。公司依「董事會績效評估辦法」之規定，於每年第一次召開之定期董事會報告前一年度之董事會、功能性委員會及董事評鑑，評估項目包含會議整體運作情形及個別董事成員績效表現，並運用在個別董事績效、薪酬及提名續任之參考。

2021年績效評估結果於2022年2月24日提報董事會，並於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) | 4.75 |
| 2. 提升董事會決策品質(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) | 4.86 |
| 5. 內部控制(共7題) | 4.86 |



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) | 4.95 |
| 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) | 4.86 |
| 4. 內部關係經營與溝通(共3題) | 4.86 |
| 5. 董事之專業及持續進修(共3題) | 5.00 |
| 6. 內部控制(共3題) | 4.95 |

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

漢來美食董事均具有專業背景及實務經驗，公司並參考公司治理中心規劃之董事進修地圖適時安排相關課程，協助董事持續獲得公司治理及法令等相關最新資訊，以提升董事之專業能力及對公司治理之重視，進而強化董事職能及董事會運作。

2021年全體董事(含獨立董事)續任及新任者，均分別符合續任者至少6小時及新任者至少12小時之進修時數規定。

註1：2021年8月25日股東常會改選第八屆董事，改派侯淳涓先生擔任代表人。

註2：2021年8月25日股東常會改選第八屆董事，周水美小姐卸任；陳肇隆先生當選。

職稱	姓名	2019年	2020年	2021年
董事長	賴宗成	9	6	6
董事	彭邵齡	6	6	6
董事	侯淳涓(註1)	6	6	12
董事	周水美(註2)	6	6	-
董事	陳肇隆(註2)	-	-	9
獨立董事	陳棠	12	7	6
獨立董事	陳順天	9	6	6
獨立董事	謝騰隆	6	6	6



公司治理主管設置及進修情形

漢來美食為提升公司治理考量，109年12月董事會決議通過委任柯柏良先生擔任公司治理主管，負責督導及辦理董事會、功能性委員會、股東會開會、公告申報等相關事宜，以及協助董事(含獨立董事)就任、進修、執行業務及遵循法令。此外並定期向董事會報告ESG作為、公司治理評鑑及外部評比等，以提升公司治理成效。2021年進修總時數為30小時。

- 2022年公布第八屆「公司治理評鑑」，獲上櫃公司第二級距；2021年公布第七屆評鑑結果為第一級距。
- 獲「2021第十四屆TCSA企業永續報告獎」銀獎，連續三年獲獎。

公司治理主管2021年度執行業務重點：

- 規劃110年會計年度結束後兩個月內公布財務報告。
- 督促「環境及能資源管理政策」之落實。
- 督促「智慧財產權管理要點」之落實。
- 督促「風險管理政策與程序」之落實。
- 督促進行公益活動與社會參與。

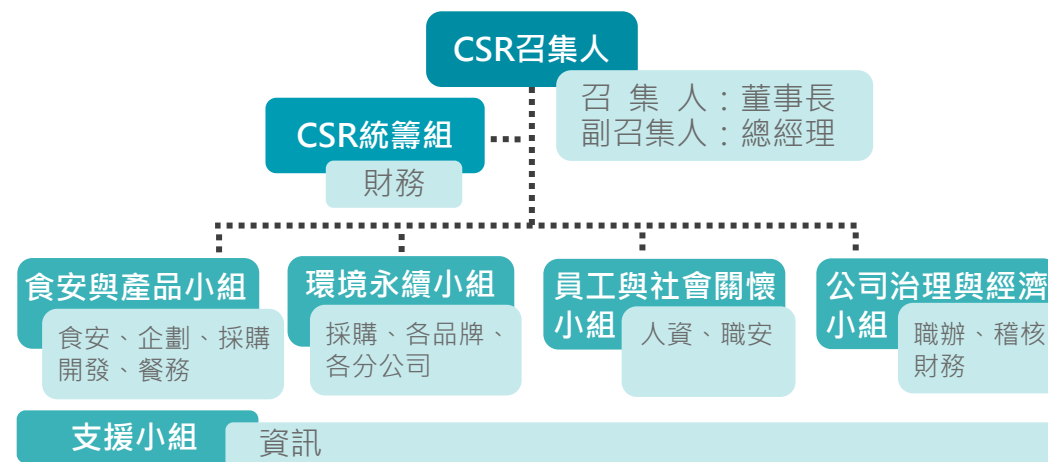
TCSA 企業永續
報告獎(銀獎)

公司治理評鑑
第1級距 (前5%)



企業社會責任委員會

漢來美食訂有「永續發展實務守則」，107年5月10日並由董事會通過成立企業社會責任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，由財務部擔任推動永續發展兼職單位，功能小組包含食安與產品小組、環境永續小組、員工與社會關懷小組、公司治理與經濟小組、支援小組等，並由財務部進行統籌於每月內部經管會、每季董事會進行 ESG 永續報告，說明工作計畫、執行情形及相關法令更新。2021年於3/11、5/4、8/4及12/23，共4次向董事會報告ESG執行進度或結果，內容包括風險辨識及對應策略報告、公司治理評鑑結果、ESG績效呈現及報告書確信時程，及具體推動計畫與實施成效報告，由董事會督導相關策略之執行，必要時並向委員會提出建議進行調整。



審計委員會



任期：
2021年08月25日
~2024年08月24日
▶ 3席獨立董事

漢來美食為加強公司治理，自2015年起自願設置審計委員會，其組成為3席獨立董事。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，委員係全數連任，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。

最近3年審計委員會開會及委員出席統計如下，全體委員親自出席率平均分別為100%、94%及95%。

職稱	姓名	2019年			2020年			2021年		
		實際出席	委託出席	親自出席率	實際出席	委託出席	親自出席率	實際出席	委託出席	親自出席率
主委	陳順天	6	0	100%	6	0	100%	7	0	100%
委員	陳棠	6	0	100%	5	1	83%	6	1	86%
委員	謝騰隆	6	0	100%	6	0	100%	7	0	100%

審計委員會整體績效評估

(5大構面共24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7題) 5.00

3. 提升功能性委員會決策品質(共7題) 5.00

4. 功能性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

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



任期：
2021年09月23日
~2024年08月24日
▶ 3席獨立董事

漢來美食自2015年成立薪酬委員會，第八屆董事會於2021年9月23日決議委任第三屆薪資報酬委員會委員，任期自2021年9月23日起至2024年8月24日止，委員全數續聘，繼續以專業客觀角度，協助董事會執行及評估公司整體薪酬與福利制度，同時定期檢討董事及經理人之報酬。

最近3年薪酬委員會開會及委員出席統計如下，全體委員親自出席率平均分別為100%、92%及92%。

職稱	姓名	2019年			2020年			2021年		
		實際出席	委託出席	親自出席率	實際出席	委託出席	親自出席率	實際出席	委託出席	親自出席率
主委	謝騰隆	2	0	100%	4	0	100%	4	0	100%
委員	陳棠	2	0	100%	3	1	75%	3	1	75%
委員	陳順天	2	0	100%	4	0	100%	4	0	100%

薪酬委員會整體績效評估

(4大構面共21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7題) 5.00

3. 提升功能性委員會決策品質(共7題) 5.00

4. 功能性委員會組成及成員選任(共3題) 5.00

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

風險管理委員會



任期：
2021年09月23日
~2024年08月24日
▶ 3席獨立董事
▶ 2席委員

漢來美食為落實公司治理並健全風險管理制度，自2020年12月24日成立風險管理委員會，協助董事會審視風險管理政策、風險管理架構、重大風險管理策略及重大風險議題，並督導改善機制，及定期向董事會報告風險管理執行情形。2021年3月11日董事會並決議新增成員至5人且半數以上為獨立董事(3人)。

公司已於網站及公開資訊觀測站揭露風險管理委員會組成及運作情形。

職稱	姓名	2020年			2021年		
		實際出席	委託出席	親自出席率	實際出席	委託出席	親自出席率
主委	陳棠	1	0	100%	1	0	100%
委員	陳順天	1	0	100%	1	0	100%
委員	謝騰隆	1	0	100%	1	0	100%

內部稽核

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

2021年稽核事項無重大異常情事，經向受查單位提出反應後，已陸續改善完成。內部稽核主管與獨立董事溝通情形如表：

溝通頻率	溝通管道	溝通方式
每月	稽核報告	送交獨立董事核閱
每季	缺失改善追蹤報告	送交獨立董事核閱
每季	審計委員會	➢ 向獨立董事進行稽核業務報告，包含稽核結果及追蹤情形 ➢ 討論及決議前，請管理階層先行離席，增加獨立董事與稽核主管單獨溝通之機會
每季	董事會	由稽核主管列席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

行為準則及誠信經營推動實績

漢來美食本著廉潔、透明及負責的經營理念，制訂以誠信為基礎之行為準則，透過建立良好的公司治理與風險控管機制，為企業永續發展不遺餘力。2015年制訂「董事暨經理人道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」；2016年制訂「永續發展實務守則」；2018年制訂「公司治理實務守則」。2021年並配合最新法令及公司實際需要修訂前述相關規範。漢來美食依「誠信經營守則」及「誠信經營作業程序及行為指南」推動誠信經營，2021年推動實績如下：

治理單位

溝通

董事就任應簽署「確知內部人相關法令聲明書」，公司並應依聲明書內容詳加說明以確保其知悉相關規範。2021年董事改選，相關就任及無違反誠信聲明、公告申報均符合作業程序及主管機規定。【全體董事：7人(100%)】

董事會有股權相關議案時，本公司會以書面、口頭、email、簡訊等方式提醒內部人注意相關法令之限制，2021年針對現金增資案即執行相關提醒作業。【全體董事：7人(100%)】

訓練

公司每年均安排課程，協助董事持續獲得公司治理及法令等相關最新資訊，2021年董事進修時數符合法規規定者：【全體董事：7人(100%)】

供應商

溝通

本公司往來廠商均須簽訂誠信廉潔暨保密承諾書，以確保採購、發包或營業等活動均在遵守誠信、廉潔暨保密等義務和操守之情形下進行。2021年有交易之供應商共801家，全數(100%)簽有誠信廉潔暨保密承諾書。

員工

溝通

食安單位為食品安全、衛生管理及法規遵循等，不定期以MEMO通知所有員工(100%，含主管非主管)，2021年共發出6次相關通知。

訓練

2021年誠信數位學習-從舞弊案談如何強化風險管理與內部控制：43分鐘【主管168人(87.5%)；非主管1077人(74.8%)】

2021年誠信實體課程-論背信與營業秘密：2小時【主管103人(53.6%)】

申訴管道

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

2021年申訴案件共有3件，包含言語暴力2件、性騷擾1件，全數來自內部來源，經通報總公司職安室後，即立刻依職場不法侵害預防計畫啟動調查，總公司人資、職安、當事人及其單位主管會參與過程調查及對質協商，必要時法務人員亦會提供意見，再依據達成協議結果進行懲處。總公司人資單位每年安排預防職場暴力行為等實體及線上課程，並持續在相關會議（例如勞資會議）進行宣導及溝通，皆為使同仁有安心的職場環境。



1.3 法規遵循

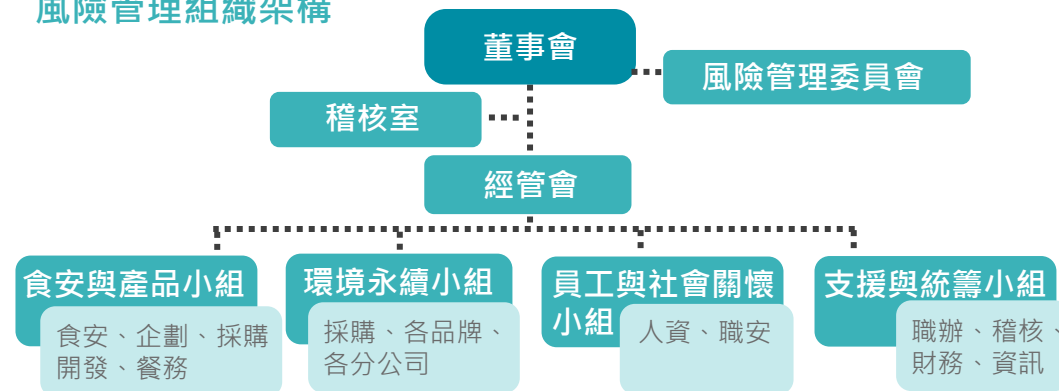
漢來美食遵循相關法規及內部控制制度，嚴禁不誠信或違反法令之行為，除了內部宣導、稽核室查核外，亦設置法務室預防及處理法律爭議案件，並且聘任法律顧問進行諮詢。2021年除有一違反有關產品與服務的健康和安全法規之罰款事件，並無其他違反環境、產品標示、產品行銷，及社會與經濟領域相關之法律及/或法規之情事。

地區	裁罰日期	裁罰事由	違反法規條文	裁罰金額	開罰單位	改善措施
台中市	2021.05.13	食品或食品添加物染有病原性生物或經流行病學調查認定屬造成食品中毒之病因	食品安全衛生管理法第5條第1項第4款	12萬元	台中市政府衛生局	加強人員衛生管理相關措施並新增相關教育訓練加深自主健康管理之觀念

1.4 風險管理

漢來美食董事會於109年11月5日通過制訂「風險管理政策與程序」；109年12月24日訂定「風險管理委員會組織規程」。風險管理組織架構包括董事會、風險管理委員會、經管會、功能小組及稽核室。風險管理的信念是以維護利害關係人權益為首要目標，由風險管理委員會擔任最高監督角色。對可預見的經營風險，以內部控制的落實執行做為管理工具；面臨風險與挑戰時，不僅遵循法令和規範，更密切掌握瞭解經濟情勢及產業發展等不確定性因素，並以事先擬定的發展策略和即時調整營運模式，以穩健公司營運績效。

風險管理組織架構



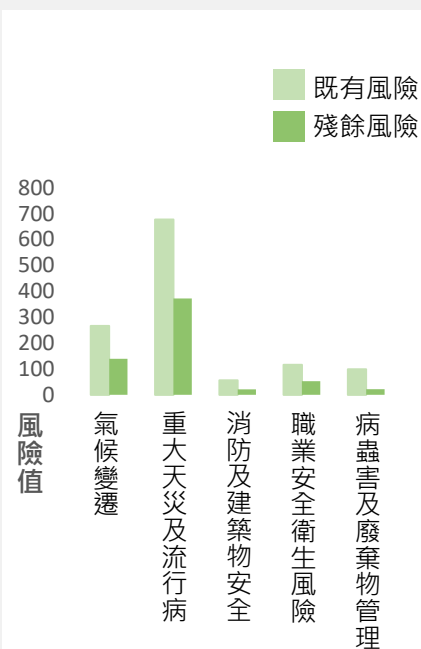
管理政策及評估程序

漢來美食之風險管理係依公司相關政策、內控制度等，由各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，由各單位填寫自行評估表、稽核室彙整提報統籌組後，再由統籌組整合向風險管理委員會及董事會報告。

管理範疇及評估結果

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。2021年本公司前場及後勤單位對內控進行風險自評作業，以發生可能性及影響程度評估各項目風險值，並提出因應措施後評估殘餘風險。風險項目辨識結果歸納如表。

環境風險

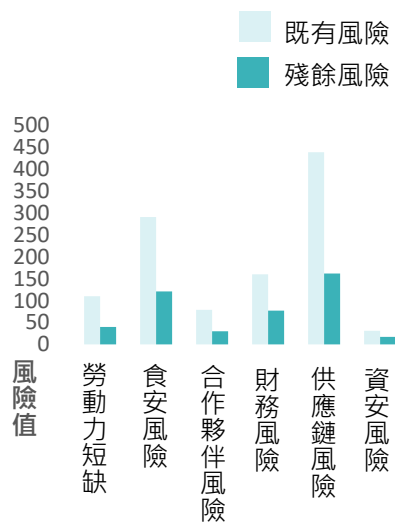


風險類型	重要風險事項	管控策略
重大天災及流行病	➢ 新興傳染病（如新冠肺炎） ➢ 食媒性疾病（如諾羅病毒、沙門氏菌） ➢ 颱風 ➢ 牛/豬肉瘦肉精、口蹄疫	➢ 開拓外帶或宅配商機、開發電商食品及加強網路行銷 ➢ 加強員工自主健康管理及衛生宣導 ➢ 落實防疫規範及環境消毒 ➢ 自主瘦肉精快篩檢驗或更改產地、產區品項 ➢ 啟動防災機制及整合調度資源 ➢ 保留訂金以確保延期辦理的宴程
氣候變遷	➢ 原物料產量減少或無法進口 ➢ 原物料價格異常波動 ➢ 原物料品質不穩定 ➢ 消費者飲食習慣改變、重視生態環保 ➢ 消費者飲食習慣改變、關注婚宴或自助式品牌食材製作浪費或剩食問題 ➢ 政府具體的碳排放政策	➢ 訂定替代方案或替代食材，例如不同產地及不同生產方式 ➢ 菜單調整、改變料理方式，使用當季食材開發新菜色 ➢ 透過合約穩定供貨與價格 ➢ 深化公司食材溯源管理及穩定等營運策略 ➢ 以「減少」為目標 (1)加強顧客喜好的數據蒐集，菜色以八成來客喜歡為目標。 (2)現點現做或設計精緻的小份量餐點以質控制量。 (3)建立追蹤系統或透過餐盤回收等統計食物浪費的情況，定期以報告提醒廚師。 ➢ 規劃剩食捐獻或作為農場飼料及堆肥等措施 ➢ 即時配合及因應政府政策要求
職業安全衛生風險	➢ 違反職安法職災案件申報規定 ➢ 違反職安法有關化學品申報項目或使用量規定 ➢ 違反職安法未能於施工前繳交「施工安全承諾書」 ➢ 人力短缺及工作負荷增加 ➢ 工作場域燒燙傷、刀傷及滑倒等公傷	➢ 由職安室提前追蹤提醒申報單位於期限內完成申報 ➢ 於記錄表註記需特別注意之公傷案件 ➢ 職安室每年與採購部門配合清查所有化學品並列表造冊 ➢ 職安室不定期發佈公告，宣導化學品物私自購買使用之嚴重性，並將化學品使用狀況列入查核項目 ➢ 與承攬商召開「施工安全衛生協議組織會議」，告知繳交時程 ➢ 加強工時控管及教育訓練 ➢ 保持地板乾燥、加強防滑設施 ➢ 落實工作安全守則及職安宣導
病蟲害及廢棄物管理	➢ 餐廳及廚房環境衛生未落實 ➢ 廢棄物處理未遵守環保法規 ➢ 油污水設施應符合設置標準	➢ 各單位對環境衛生自主防治、餐務部定期稽查，並請蟲害防治廠商定期施作 ➢ 餐務部督導各分公司依廢棄物清理計劃辦理，做好各項目之分類、儲存、清除、處理工作 ➢ 落實每日截油槽油污清理
消防及建築物安全	➢ 消防器材失效或損壞 ➢ 人員無法正確操作消防設備 ➢ 建築執照/使用執照/室內裝修取得延誤 ➢ 資料毀損風險	➢ 委託合格廠商定期保養檢修消防設施，員工則每月點檢滅火器之橡皮管、壓力、外觀等，並依法規規定投保商業火災險 ➢ 定期進行消防演練教育訓練，包含逃生路線、滅火器操作等 ➢ 全新建置或改裝餐廳時務必符合相關建築物及消防規定，設計及施工階段由具備執照之建築師、消防技師及機電技師等共同設計及重點監工 ➢ 密切注意工程進度，以減少開辦費產生 ➢ 進行資料異地備份





經營風險



風險類型	重要風險事項	管控策略
勞動力短缺	- 人力市場改變及餐飲業高流動率 - 勞動力短缺衍生品質控管不易、專業能力不足或作業流程不熟悉 - 基本工資調漲及勞動法規遵循 - 同業挖角 - 人事成本增加	- 多元管道掌握就業市場人力來源，例如：人力銀行、員工轉介、PT晉用、外籍人士就業、中高齡就業、婦女二度就業、提供弱勢族群就業機會等，適時補足人力 - 提醒用人單位人員穩定、人員管理及人力規劃的重要性 - 維持產學合作，積極留下實習生 - 透過教育訓練及考核機制，培訓員工專業能力 - 調整料理方式、營業型態(如提高宅配比例)或簡化工作流程，降低勞動力需求 - 由人資部協助調度、關注法規變動，並負責宣導及提醒法規遵循 - 檢討及調整薪酬結構，提供晉升管道及各項福利留才 - 減少加班、掌握成本變化及有效管理訂價策略
食安風險	- 現場作業人員製備操作不當，產生交叉污染，引發食品中毒 - 食品或添加物過期或因儲存不當導致變質或腐敗 - 原材料或成品未符合衛生標準，導致食品品質劣敗 - 食物遭受毒化物汙染	- 加強教育訓練或衛生講習，每年諾羅病毒流行期間並加強衛生管理 - 定期與不定期安排廚房安全衛生稽核及抽驗；商業性HACCP餐廳每年執行內部稽核一次；自願性HACCP餐廳每年辦理外部稽核一次 - 落實倉儲管理，確認保存環境溫度並掌握食材新鮮度；要求原料、半成品及成品確實標示到期日、食材先進先出及定期盤點 - 自主檢查保存期限，主管並確實執行廚房衛生檢查，食安室每半年依GHP進行食安查核一次 - 每年由採購部門執行供應商評核；要求供應商提供產品檢驗報告；定期委外安排食材檢測 - 要求供應商提供檢驗報告，食安室每半年抽樣檢驗一次
合作夥伴風險	- 供應商貨源短缺、質量不符或未如期交貨 - 物流商運送品質不佳或未如期送達 - 寄外倉儲風險 - 通路商風險（與房東合作破裂）	- 依原物料驗收標準辦理；進行供應商評核；建立替代廠商或替代食材機制；注意工程進度以減少開辦費產生 - 定期要求廠商清潔、保養、確認物流現況 - 配送日期依物流淡旺季彈性調整，避開送貨高峰期 - 定期盤點，有效管理庫存 - 合約列明相關條件（包含主要及次要條件），簽約前並詳細評估
財務風險	- 流通在外餐禮券 - 突發狀況（如新冠疫情）或營運不佳導致資金不足或周轉風險 - 國際原物料飆漲及基本工資上漲，導致人事成本及營運成本提高 - 投資有價證券風險	- 出售餐禮券款項存入金融機構信託專戶專款專用，保證期間自出售日起算至少一年 - 出售超過一年之餐券由公司自行保證，除在餐禮券上清楚說明無使用期限外，財務部須每月檢視帳上及專戶信託餘額，確保可變現產及借款額度足夠支應預收餐禮券款，以維護消費者權益 1.掌握資金狀況，與金融機構保持良好互動 2.展店計畫依市場需求與財務狀況審慎評估後進 3.爭取政府紓困補助、與供應商(含商場業主)洽談減免 1.掌握成本變化及有效管理訂價策略 2.拓店等擴大營運策略應審慎並掌握相關趨勢 3.規劃數位轉型或中央工廠等將工作簡化、人力節省等目標納入 1.本公司「取得或處份資產處理程序」規定，有價證券投資標的應以本業或與本業相關，理財型投資標的則不受限制 2.投資個別有價證券限額由董事會適當調整風險額度 3.財務部每月呈報有價證券評價/評估表





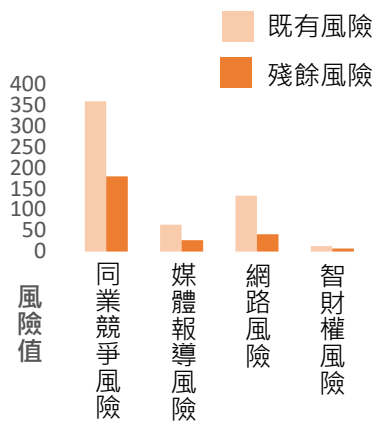
經營風險 (續)

風險類型	重要風險事項	管控策略
供應鏈風險	➢ 疫情影響貨運，間接影響全球供應鏈，也影響物價 ➢ 供應商道德風險 ➢ 依賴少數關鍵供應商 ➢ 不可預測的季節性需求 ➢ 原物料價格波動	➢ 建立明確採購規範及進行供應商評核 ➢ 建立第二供應貨源 ➢ 關注市場原物料趨勢，保持研發及調整菜色能力 ➢ 透過合約穩定供貨與價格
資安風險	➢ 資訊基礎架構風險 ➢ 可獲得性風險 ➢ 機密性及存取風險	➢ 定期檢測維護基礎設備 ➢ 構築高可用(HA)備援機制；進行資料異地備份 ➢ 相關權責人員使用權限嚴格監督控管



市場風險

風險類型	重要風險事項	管控策略
同業競爭風險	▶ 市場惡性競爭、高度競爭、且日趨飽和 ▶ 消費者選擇多、喜新厭舊 ▶ 消費行為轉變、宅經濟興起	▶ 規劃數位轉型，強化數位服務創造TP值，以差異化服務體驗並提升客戶黏著度 ▶ 提高菜色及服務品質穩定度，適時裝修以維持品牌競爭力 ▶ 研發新菜色、規劃行銷活動、強化電商平台及多元品牌經營吸引客戶 ▶ 分析同業競爭優勢及因應方案
網路抹黑、酸民文化及媒體報導風險	▶ 顧客投訴及消費爭議 ▶ 民眾檢舉爆料 ▶ 媒體捕風捉影	▶ 透過滿意度調查掌握顧客意見，遇特殊事件應即時回應處理並進行內部檢討 ▶ 由行銷公關部門即時整合資訊及對應媒體，以維護顧客信任度或降低負評衝擊 ▶ 遇重大不實消息，應以公開資訊觀測站重大訊息進行澄清 ▶ 持續以公益活動提升企業形象及聲量，減少社群媒體、網路惡意負評 ▶ 加強品質管理及食安管理，透過教育訓練及落實服務SOP確保服務品質
智慧財產權風險	▶ 未註冊智慧財產 ▶ 流程管理知識(如宴會結構等)外流	▶ 評估商標無專用權之風險、定義風險項目的優先順序與風險等級，並採取對應的風險管理方案 ▶ 由法務依智慧財產權管理要點申請商標註冊、進行控管並定期彙報 ▶ 透過權責分工分散風險



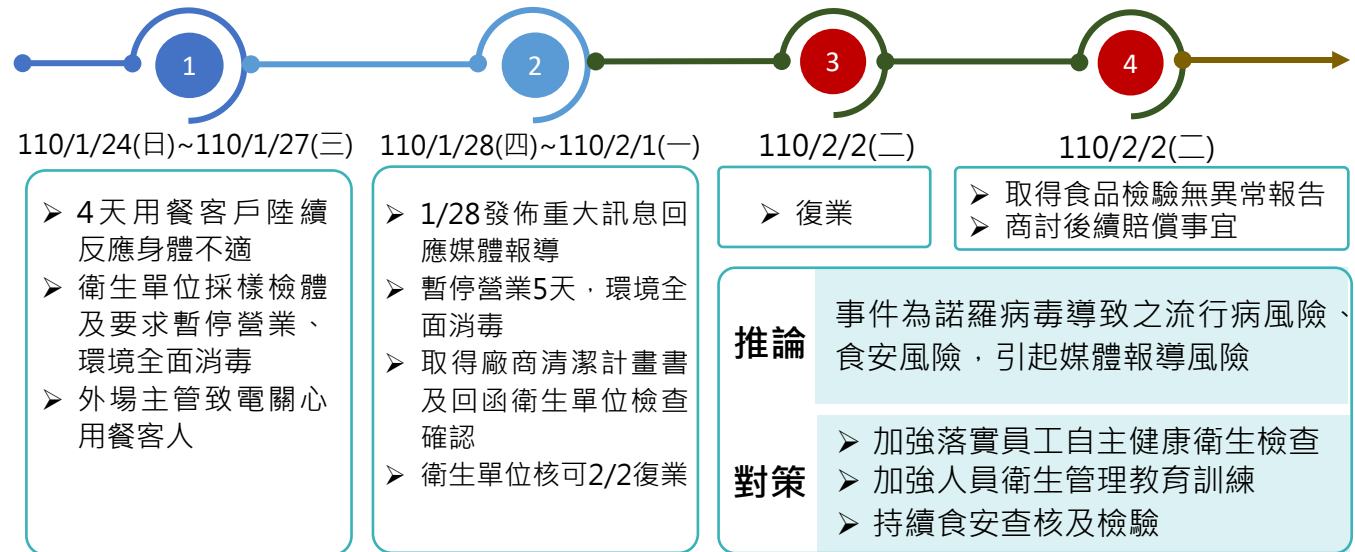
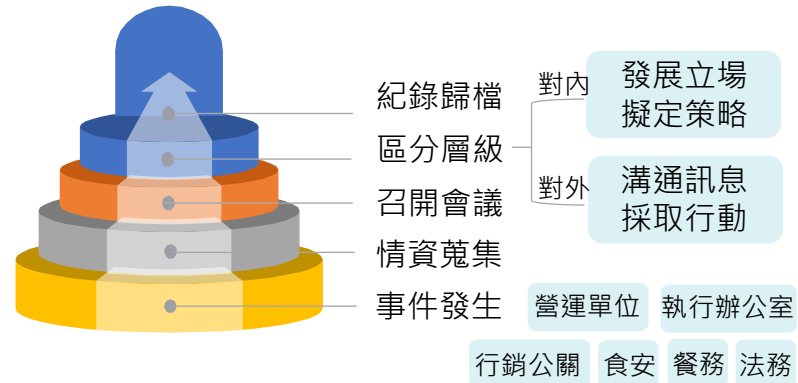
危機處理

在全民媒體、網路發達的時代，訊息的傳遞往往瞬間就無遠弗屆，因此企業面臨危機或負面評價時，必須在最短的時間內回應及處理，否則即有可能擴大成企業形象崩解的重大事件。漢來美食有完整的服務流程與危機管理流程，能平衡顧客需求與標準服務流程，並透過資訊工具的應用，幫助同仁更快掌握狀況，避免個人因素產生的服務差異，有效控制處理時間與成本，降低同仁在眾多顧客接觸點產生服務失誤的風險。

各組主管則相互支援，主管負有風險管理責任，失誤發生時須立即回報與處理。此外，在不涉及同仁及顧客的隱私範圍內，漢來美食旗下餐廳均配置現場即時狀況側錄系統，當店最高主管可隨時觀看餐廳運作狀況，客訴發生時即時做出判斷與處理。各品牌也利用通訊或社群軟體進行溝通，隨時瞭解處理進度，互相支援。

2021年1月台中海港事件說明

危機管理流程



COVID-19因應說明

2019年底爆發新型冠狀病毒 (COVID-19) 疫情，2020年、2021年因病毒變化造成疫情反覆，對餐廳業績產生重大衝擊，本公司採取之因應措施：

開源

- 開發外賣及冷凍商品、佈局通路及經營餐廳常客
- 調整組織、研發進程，加重中央工廠半成品比例、尋求優質合作廠商配合開發宅美食商品
- 改裝店面，提升各項軟硬體實力

節流

- 與全台營業據點之商場業主洽談租金折減
- 調整營業時間
- 協調供應商折讓
- 鼓勵員工休假

紓困

- 申請政府各項補助方案。

1.5 經營績效

2021年受新冠疫情影响，五月進入三級警戒禁止內用，對餐飲業經營獲利衝擊甚鉅。

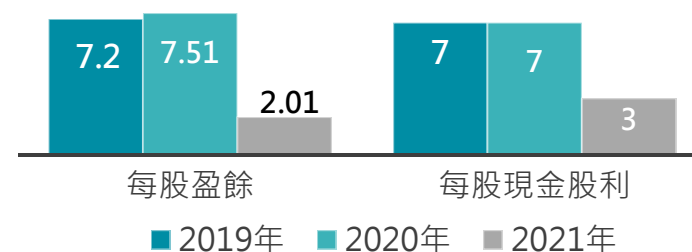
直接經濟價值及分配經濟價值

單位：新台幣千元

	2019年	2020年	2021年
直接經濟價值			
營業收入	3,775,225	3,459,267	2,929,855
營業毛利	1,665,453	1,496,739	1,167,671
稅後淨利	266,457	279,579	75,343
每股盈餘 (元)	7.2	7.51	2.01
股東權益報酬率 (%)	17.49%	17.04%	4.04%
分配經濟價值			
營運成本	2,109,772	1,962,528	1,762,184
員工薪資和福利費用	1,089,705	1,105,399	1,016,599
現金股利	260,566	260,566	126,671
股票股利	0	0	0
債務 / 借款利息費用	0	0	819
所得稅	29,350	36,245	13,364
社區投資 (如捐贈)	4,859	663	4,428

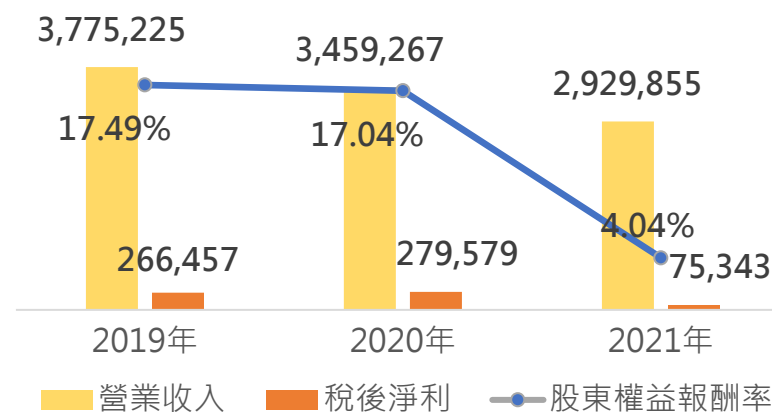
每股盈餘&每股現金股利

單位：新台幣元



營業收入&稅後淨利

單位：新台幣千元



響應政府政策之財務補助

漢來美食除響應政府推動之人才培育、弱勢就業及職場安全計畫，2020年及2021年新冠疫情期間更配合穩定就業政策，透過部分補助以充實營運，達到不裁員、不減薪，保障員工生計之經營成果。各項計畫申請及補助明細如下：

單位：新台幣千元

項目	補助單位	2019年	2020年	2021年	說明
經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法	經濟部商業司	-	69,979	59,000	漢來美食為確保員工工作權及生計維持，於新冠疫情期間不施行裁員政策，惟基於營運考量，進行為期三個月之充電及安心計畫政策，運用政府訓練資源並向政府申請取得薪資及營運資金補貼款
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	-	-	2,820	本公司因疫情及嚴重特殊傳染性肺炎防疫規範限制防疫規範限制婚宴場地人流而影響營運，而向政府申請取得宴會廳訂單取消或延期損失之補貼款
青年就業領航計畫	勞動部勞動力發展署	819	2,273	1,753	本公司每年度訂有訓練計畫，除了公司每年提撥訓練預算外，亦結合政府計畫以執行各項訓練
青年就業旗艦計畫	勞動部勞動力發展署	-	328	1,067	
人力提升計畫	勞動部勞動力發展署	246	-	-	
人才加值培訓計畫	經濟部	-	365	232	
超額進用身心障礙獎勵金	高雄市政府勞工局	-	130	185	本公司提供弱勢族群就業機會，2019年超額進用13人、2020年超額進用4人及2021年超額進用5人
	台北市政府勞工局				
中小企業改善安全衛生設施及器具補助作業要點辦法	勞動部職業安全衛生署	-	154	-	台南以北分公司計18台攪拌機護罩加裝
臨場健康服務補助計畫	勞動部職業安全衛生署	-	115	152	2020~2021年總公司僱用專任職護人員，符合「臨場健康服務補助計畫」所述申請資格
合計		1,065	73,344	65,209	

> 2. 食品安全防護

管理方針

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

- 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



政策與承諾

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



目標

1. 供應商以在地廠商及有機認證食材為優先。控管食材使用量及需求量，以減少浪費及運輸過程產生的碳排。
2. 以「價格、品質、信譽、服務、企業社會責任」五大項目為基準，提升供應商對永續發展的共同重視及遵守。
3. 從供應商源頭管理、食品人員專業養成、餐廳及廚房管理、食材管理、器具/容器管理、食安查驗及推行餐廳評鑑，各面向落實食品安全衛生管理以維護顧客飲食安全。
4. 加強食品標示製作審核程序，以確實遵循食安法產品標示規範。



特定行動與 亮點績效

1. 採購支出比例100%來自當地供應商。
2. 完整的食安及溯源管理政策。
3. 自主申請HACCP認證，2021年並申請成為中華食品安全管制系統協會團體會員，以利提升HACCP相關自主管理制度，讓消費者吃得安心。
4. 2021年共38家餐廳獲得優良餐廳評核標章，取得比率88.37%，營收佔比75.04%。



申訴機制

申訴檢舉信箱: audit@hilai-foods.com。



評估方式

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



2.1 供應鏈管理

漢來美食重視採購管理與供應商管理，對外致力於供應鏈整合、採購流程優化及績效管理；對內彙整市場資訊、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，公司對食材的採購、驗收及運送至使用單位後的處理及存放，都有完整的規範。

採購

採購為進貨的第一道把關，漢來美食對於供應商的選擇，以「價格、品質、信譽、服務、企業社會責任」五大項目為基準，以通過相關認證的廠商為優先，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，並於主要供應商契約列入遵守雙方企業社會責任政策之條款，供應商如違反政策且對供應來源社區環境與社會造成顯著影響時，得隨時終止或解除契約，據以提升供應商對永續發展的共同重視及遵守。

另供應商選用並以在地廠商為主，且以「有機認證」食材為優先。配合上以「今日叫明日用」的模式，控管食材使用量及需求量，以減少食材浪費、維持食材新鮮度，並減少運輸過程產生的碳排。2021年扶植在地優質小農(產銷履歷產品及有機農業產品)共20家。

採購流程為使用單位提出新品項需求時，先請廠商提供樣品並報價至採購部，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。



驗收

驗收為進貨最為重要的第二道把關，是以漢來美食依原物料類別品項分為蔬果類、肉類、海鮮類、冷藏 / 冷凍食品 / 水產製品、乳製品 / 植物奶類、蛋類、米 / 豆製品 / 麵製品、油脂類、乾貨類及清潔用品等，訂定「原物料驗收標準」，做為驗收人員驗收依循。

使用單位

使用單位為進貨最終把關者，且為進貨品項的新鮮度及是否符合標準的決定者，漢來美食對各餐廳另訂有使用單位對食材篩選、處理及存放的相關規範。

年度	2019年	2020年	2021年
來自當地供應商的採購支出比例	99.54%	100%	100%

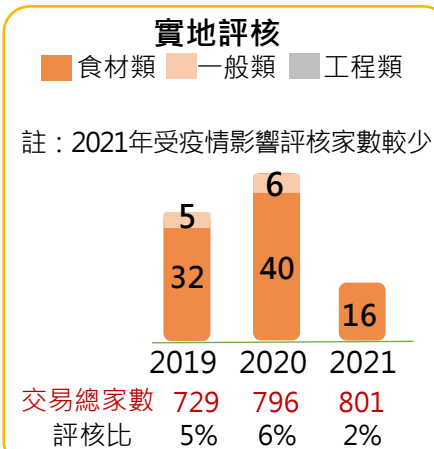
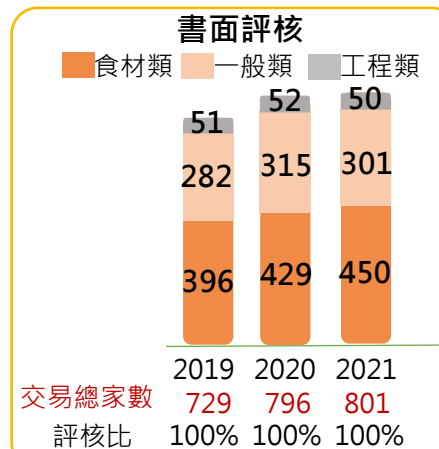
項目	2021年
採購可溯源有機及小農之農產品 (共38,626公斤，含有機白米1,288公斤，有機糙米1,382公斤)	4,393千元
採購產銷履歷之畜牧產品 (含有機皮蛋4,835粒；可溯源產銷履歷之雞蛋1,966,800顆)	9,238千元

供應商評核

漢來美食採購部每年均對有交易往來之供應商進行書面及實地評核，主要評估項目為「供應商資料完整度、廠商環境現場評估、供貨狀況及服務態度」，並對所有新供應商進行環境面與社會面的評估。2021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，2021年針對食材類450家（佔56%）、一般類301家（佔38%）、工程類50家（佔6%），共801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，2021年受疫情影響實地訪廠16家，訪廠率為2%。

書面評核項目	供應商資料評核	現場評估	供貨狀況	服務態度	
	➢ 工廠登記證 ➢ 商業登記證相關認證 (CAS、GMP、ISO、SGS等)	➢ 現場環境清潔 ➢ 工作動線及空間規劃 ➢ 生產流程規劃 ➢ 內部管理制度 ➢ 危機管理及改善機制	➢ 供貨穩定度及時間管理 ➢ 貨品品質(外觀、品質、標示等) ➢ 緊急應變能力 ➢ 每月數量與金額是否符合供應商規模 ➢ 報價金額正確性	➢ 貨品價格合理性 ➢ 臨時訂貨供貨配合度 ➢ 特殊規格及少量訂購配合度 ➢ 溝通及送貨服務態度	
實地評核項目	自主管理	廠區環境	器具與設備管理	產品品質管理	服務品質
	➢ 公司設立相關登記文件 ➢ 提供適當檢驗文件 ➢ 提供適當產品認證 ➢ 以顧客為中心 ➢ 一直持續改善品質 ➢ 產品具有市場性	➢ 作業現場清潔 ➢ 機械設備乾淨 ➢ 現場照明設施光度充足 ➢ 隨時保持取出所需產品狀態 ➢ 消防設備完善	➢ 設置防治措施(含覆蓋) ➢ 調查有無病媒跡象	➢ 品質規格是否符合要求 ➢ 包裝標示是否符合規範 ➢ 原物料及倉庫管理是否適當 ➢ 運輸作業的控管是否適當	➢ 價格合理 ➢ 臨時訂貨配合度 ➢ 服務態度 ➢ 意見反應改善 ➢ 少量定購配合



契作蔬菜溫室控管



豬肉加工廠作業區環境明亮



製麵廠產線規劃合宜

供應商評核結果

漢來美食對供應商的書面評核分為4等級，應評為輔導級即屬不合格供應商，將停止交易；實地評核分為3等級，經評核為不優廠商即不再繼續合作。2021年供應商書面評核及實地評核均為優級以上。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



2019年：729家 2020年：796家 2021年：801家

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

實地評核結果



2019年：37家 2020年：46家 2021年：16家

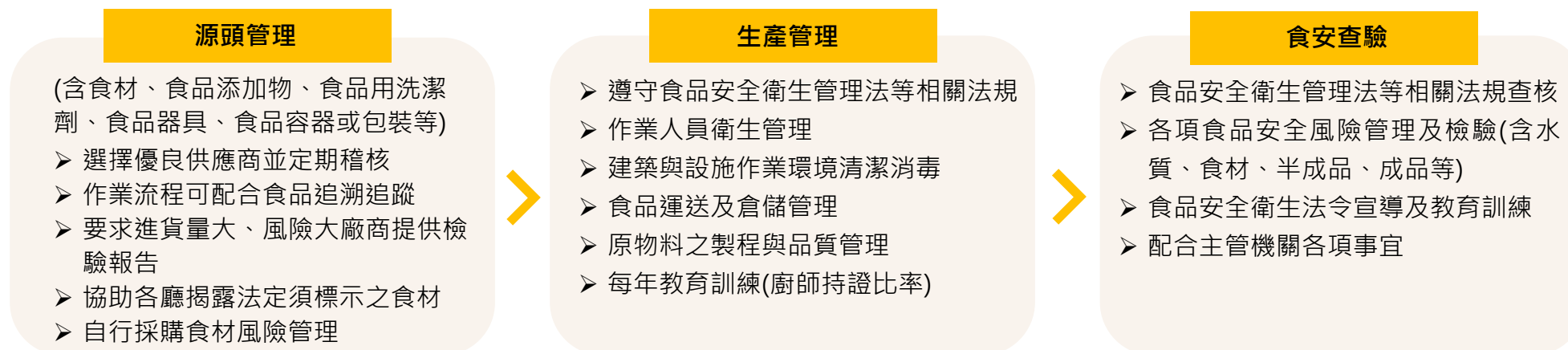
等級	標準
非常優	可持續進行穩定合作之廠商
優	要求供應商限期改善缺失，改善完成即可繼續合作
不優	停止交易，不繼續合作

註：2021年受疫情影響實地評核家數較少

2.2 食安及溯源管理

2021年食安相關法規包含《食品安全衛生管理法》、《食品良好衛生規範準則》、《食品安全管制系統準則》、《食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法》及《食品業者應保存產品原材料、半成品及成品來源文件之種類與期間》等，漢來美食依相關法規訂定「食品安全監測計畫」，從供應商源頭管理、食品人員專業養成、餐廳及廚房管理、食材管理、器具/容器管理、食安查驗及推行餐廳評鑑，從各面向落實食品安全衛生管理以維護顧客飲食安全。

食品安全監測作業程序



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

源頭管理

溯源為食安管理重要的一環，漢來美食供應商須依「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」，為本公司提供具第三方公證單位認可之檢驗報告且品質優良的食材。本公司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，並且制訂「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》之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而自行以零用金購買所致。

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

年度	食材可溯源比例
2019年	99.29%
2020年	99.20%
2021年	98.90%

漢來美食美山中央工廠係屬「辦有工廠登記且資本額新臺幣三千萬元以上者，應建立食品追溯追蹤系統之食品業者-(二十四)其他食品業別之製造、加工、調配業者」，為落實食品及其相關產品追溯追蹤之遵循，特訂定「食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法」。美山中央工廠係透過ERP資訊系統執行追溯追蹤，項目包含食品、特殊營養食品、食品添加物、食品器具、食品容器或包裝及食品用洗潔劑等，於每月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。

目前位置：首頁

基本設定

基本資料

產品資訊(製造)

交易對象

原料料庫

產品原料清單

檢驗報告上傳

追溯追蹤

收貨資料

製造資料

交易資料(製造)

聯絡我們

工廠資料

食品業者登錄字號：E-100352343-00001-1

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

工廠登記：☒ 有 ☐ 無

工廠登記編號：64007462

工廠/製造場所名稱：漢來美食股份有限公司

工廠/製造場所地址：[高雄市] [鳳山區] 仁美里美山路77巷23號

郵遞區號：833

電話號碼：07-7322332

傳真號碼：07-7322300

工廠/製造場所聯絡人：洪國雄

工廠/製造場所聯絡人職稱：品質課課長

工廠/製造場所聯絡人Email：kuowei@hlafoods.com

營業狀態：☒ 營業中 ☐ 營業 ☐ 歇業

工廠資料

目前位置：首頁

基本設定

產品資訊

產品分類：[食品]

產品名稱：[原料查詢] 產品台碼：[種別查詢]

增加產品

新增下載

資料匯出(Excel/CSV)

資料匯入

資料匯出(Excel/CSV)

資料匯入

共 30 筆資料

序號	來源	產品名稱	儲存
1	製造	黑糖糖	冷凍(≤-18℃)
2	製造	黑糖糖	冷凍(≤-18℃)
3	製造	冰凍青粉麵	冷凍(≤-18℃)
4	製造	冰凍青粉麵	冷凍(≤-18℃)
5	製造	冰凍青粉麵	冷凍(≤-18℃)
6	製造	XO醬	冷凍(≤-18℃)
7	製造	雞三絲	冷凍(≤-18℃)
8	製造	芋頭丁	冷凍(≤-18℃)
9	製造	黑金包	冷凍(≤-18℃)
10	製造	香腸丁	冷凍(≤-18℃)
11	製造	芋頭糖	冷凍(≤-18℃)
12	製造	炸薯條	冷凍(≤-18℃)
13	製造	薯條包	冷凍(≤-18℃)
14	製造	甜子糖	冷凍(≤-18℃)

產品資訊

➤ 違規產品回收及退貨

食材

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

成品

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

食品添加物

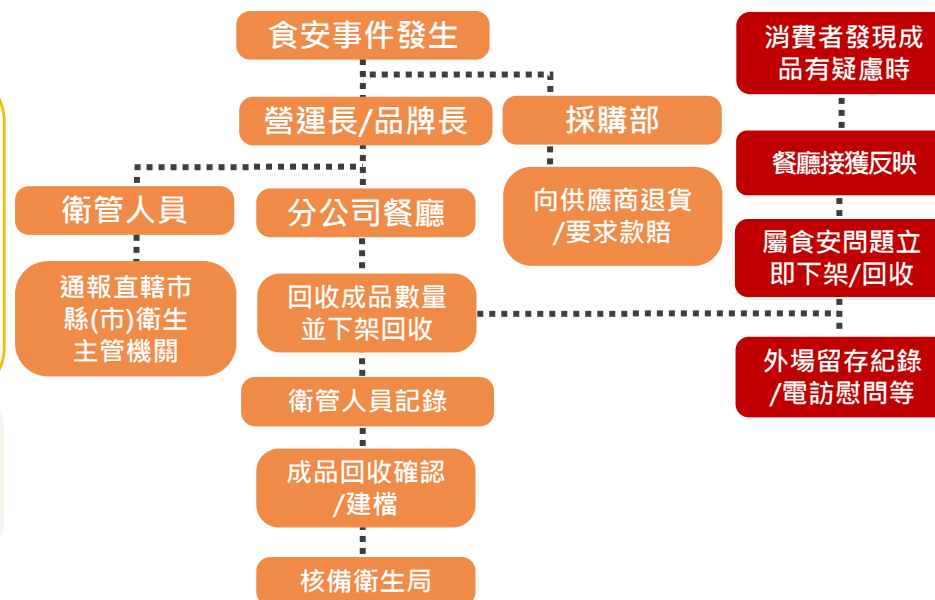
使用須依照「食品添加物使用範圍及限量暨規格標準」之規定，食品添加物應於外包裝明顯標示「產品登錄碼」，單方食品添加物應明顯標示「許可證字號」，如遇食材及添加物不合法規不得購買或使用的情形，會依照採購管理辦法中的食品安全危機處理機制，進行危機處理。依危機處理流程，呈報上級單位及相關單位，並追溯產品之供應商，確認供貨品項是否有不合法規之項目，如確認屬實則依法進行回收及退貨程序。

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

2021年有1件違反食安法規：

台中海港餐廳食品中毒事件，避免交叉汙染2.8公噸全食材報廢。

食安室2021年因應法規修正，自主加強抽驗乙型受體素（萊克多巴胺，俗稱瘦肉精）等肉品，並對有疑慮項目提高抽驗頻率，如有不合法規之情形立即告知相關單位共同分析原因、討論，並持續追蹤抽驗。



生產管理

➤ 食品專業

食安室編制

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

廚師持證比

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

2021年底全台43家（含工廠及餐廳），其中4家為糕餅/咖啡廳，其餘廚師證持證比例符合法規要求的有35家，尚未符合的有4家，主要原因為受2021年新冠肺炎疫情影響，衛生單位及公會等機關辦理講習課程場次減少，影響部分廚師人員換證作業，另亦有人員異動尚未遞補的時間差異因素。因應措施為統一辦理廚師講習課程補充時數、直接聘任持有廚師證者或持有丙級、乙級技術士證者（要求換發廚師證），預計2022年6月底止，可全數符合廚師證持證比例。

法規適用之餐廳類別	漢來美食適用單位	法定持證比	餐廳數	未符合	符合
設有餐飲之觀光旅館業	高雄分公司所有餐廳	85%	11家	3家	8家
承攬筵席餐廳之餐飲業	巨蛋分公司宴會廳	75%	1家	1家	0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%	26家	-	26家
合 計			39家	4家	35家



➤ 餐廳與廚房管理

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

餐廳自主檢查

項目包含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

廚房自主檢查

項目包含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

食安查核

包含3大類33項稽核

- 人員衛生
- 作業區環境
- 記錄表單

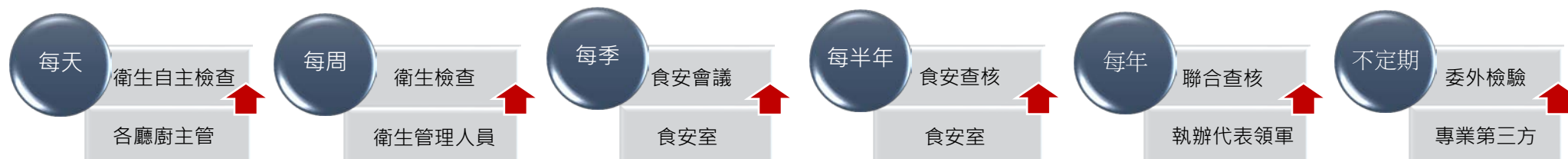
➤ 食材、器具 / 容器管理

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



食安查驗

➤ 自檢/查核/委外檢驗



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



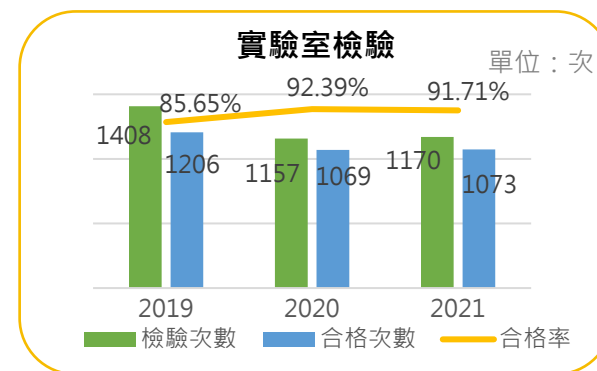
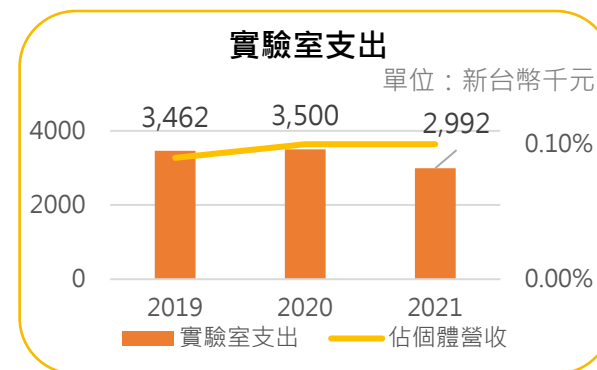
➤ 實驗室檢驗

漢來美食為落實食品安全衛生管理法對食品業者之自主管理及要求，成立實驗室及聘請食品專業人員訂立「實驗室管理規章」，針對食品微生物進行檢測，並依本公司「食品安全監測計畫」訂定檢驗週期及檢驗項目，在2021年續取得實驗室能力試驗[通過證書](#)，此係每2年參加1次經財團法人全國認證基金會 (TAF) 認可的能力試驗執行機構所舉辦的能力試驗，為確保供應餐飲之衛生安全。

本公司2019年~2021年實驗室支出分別為3,462、3,500仟元及2,992仟元，占個體營收分別為0.09%、0.10%及0.10%，主要包含人事費用、委外檢驗費用、設備折舊、租金支出、耗材、採樣費、勞務費及雜項支出等。

實驗室每年度規劃抽驗水質、食材與成品，自主檢驗包含總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌，以及農藥、動物用藥快篩檢驗，檢驗結果會出具「實驗室檢驗報告」，並公告予內部相關單位週知，自主檢驗之外並輔以委外檢驗，以確保符合相關要求之檢驗標準。2021年自主及委外檢驗共執行1,170批次，品質異常有97次，合格率为91.71%，2019年~2021年分別為85.65%、92.39%及91.71%。

類別	頻率	方式	2019年		2020年		2021年	
			檢驗次數	合格次數	檢驗次數	合格次數	檢驗次數	合格次數
美山工廠成品	每月 每年	自主	40	40	56	56	41	41
		委外	5	5	6	6	13	13
水質	每季	自主	315	281	237	212	199	172
		委外	134	94	133	96	160	134
食材	每季	自主	282	279	311	307	327	321
		委外	93	77	65	60	46	35
餐廳成品	每半年	自主	262	237	191	185	153	145
		委外	136	117	114	104	180	163
塗抹	不定期	自主	44	41	11	11	19	17
		委外	40	31	8	7	3	3
落菌	不定期	自主	51	0	24	24	29	29
		委外	6	4	0	0	0	0
保存性試驗	不定期	委外	0	0	1	1	0	0
合計			1,408	1,206	1,157	1,069	1,170	1,073



檢驗項目評估說明

檢驗類別	檢驗評估說明
每月 美山成品抽驗	1.美山生產成品/半成品供下列餐廳使用：7家海港+5家蔬食+1家翠園+1家漢來軒+1家上菜+5家湯包+6家名人坊+2家宴會廳+2家五梅先生+1家安那居 2.以3M Petrifilm總生菌數/大腸桿菌群/大腸桿菌快檢片，依據《冷凍食品類微生物衛生標準》檢驗美山成品
每季 水質檢驗	美山工廠及各店之飲用水、食用冰塊皆須依《包裝飲用水及盛裝飲用水微生物衛生標準》、《冰類微生物衛生標準》檢驗生菌數及大腸桿菌群
每季 食材抽驗	1.本公司依《一般食品衛生標準》、《農藥殘留容許量標準》、《動物用藥殘留標準》、《食品中污染物質及毒素衛生標準》等相關衛生標準抽驗進貨量TOP 20的原材料，高風險食材及食安新聞、季節性主力菜色食材與網購食品，以確品產品符合法規標準 2.加強向供應商要求檢驗報告，詳如 食品相關之檢驗項目及限量標準Memo 3.網購食品檢驗詳如 食品標示製作審核注意事項 Memo 及其附件
每半年 成品抽驗	至少每半年抽驗各店風險較高之成品，依《生食用食品類衛生標準》、《飲料類微生物衛生標準》、《一般食品衛生標準》、《生熟食混合即食食品類衛生標準》等相關衛生標準檢驗本公司之成品，確保消費者食品安全
每月 農藥/動物 用藥快篩	1.以台灣尖端生產之農藥及動物用藥殘留快篩試劑來監測本公司使用的食材是否有農藥/動物用藥殘留過多之情形 2.另不定期以台灣尖端之過氧化氫試劑，及皂黃、二甲基黃、二乙基黃(三合一試劑)，監測可能添加之食材 3.快篩藥劑項目詳如 快篩檢驗項目
定期/不定期 檢驗水質、 食材、成品	不定期檢驗：當原最低檢驗週期不足以監控風險時，或衛生項目不合格率偏高，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、成品等之檢驗次數

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

[illegible]

快篩檢驗項目					(備註：台灣產肉)				
	農藥	動物用藥			藥物用藥				
	有機磷及胺基甲酸酯類	磺胺藥劑類		抗生素類	瘦肉精類				
	利夏宗	乃卡巴糖 (NBZ)	磺胺二甲氧嘧啶 (SDM)	磺胺二甲噻唑 (SMT)	氯甲磺胺嘧啶 / 甲磺胺嘧啶 (G/F/TAP)	克尼多巴龍 (RAC)	克尼多巴龍 (10 ppb) (RAC)	鹽酸克倫特羅 (CB)	沙丁胺醇 (SB)
蔬菜	●								
家禽-雞(肉/汁)	●0.2ppm	●不得檢出	●不得檢出		●FF:0.1 ppm TAP:0.05 ppm				
家禽-鴨(肉/汁)	●不得檢出	●不得檢出	●不得檢出		●FF:0.1 ppm TAP:0.05 ppm				
家禽-鵝(肉/汁)	●不得檢出	●不得檢出	●不得檢出		●FF:0.1 ppm TAP:0.05 ppm				
家畜-豬(肉/汁)		●不得檢出	●不得檢出		●FF:0.3 ppm TAP:0.05 ppm		●不得檢出	●不得檢出	
家畜-牛(肉/汁)		●不得檢出	●不得檢出		●FF:0.2 ppm TAP:0.05 ppm	●2 ppb	●不得檢出	●不得檢出	
馬國內(肉/汁)					●FF: 不得檢出 TAP:0.05 ppm		●10 ppb	●不得檢出	●不得檢出

一、依《畜牧法》定義

家畜：係指牛、羊、馬、豬、鹿、兔及其他經中央主管機關指定之動物。家禽：係指雞、鴨、鵝、文雞及其他經中央主管機關指定之動物。

二、雞肉內汁的方法

冷凍肉(凍塊) 肉品解凍後，取肉汁

罐頭肉：

1. 熱水：將肉放入塑膠袋，置於熱水(約 80～90℃)約 10 秒，取出肉汁或罐頭取肉汁
2. 微波爐：取 3×3 公分的肉塊，以最低功率微波 10～15 秒，取出肉塊攪拌取肉汁

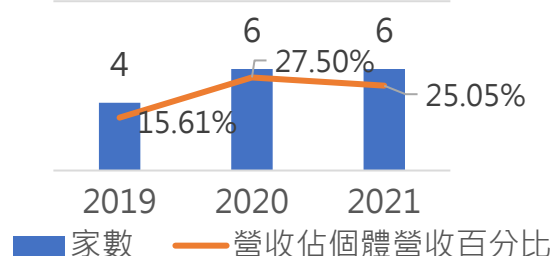


➤ 餐廳評鑑認證

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)進行原材料之化學性、物理性及生物性之危害分析、供應商管理、環境與製程衛生管控及最終成品之檢驗，建立良好的食安管理制度。截至2021年底有6家餐廳及1家中央工廠取得（維持）食品安全管制系統HACCP驗證，2022年並規劃新增桃園海港、台中海港驗證申請。HACCP是一套包含廚房、廚餘、垃圾、病媒管制等有關環境層面之食安管理系統，本公司僅高雄鐵板燒為法規強制實施HACCP之業別（國際觀光旅館內，應有一廳以上實施HACCP），其餘屬自願性申請HACCP認證，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。2021年為推廣、宣導、提升HACCP管理，並申請成為中華食品安全管制系統協會團體會員，以利執行HACCP訓練相關業務及經驗交流。漢來美食最近3年（2019年～2021年）取得HACCP的餐廳營收，分別佔個體財報15.61%、27.50%、25.05%，近兩年較2019年大幅成長。

HACCP餐廳數及營收佔比



證書類別	有效期間	效期	認證單位
美山實驗室能力試驗通過證書	發證日期：2020/10/8	無	台美檢驗科技有限公司
巨蛋海港HACCP證書	2018/09/13~2021/08/23(註)	3年	財團法人食品工業發展研究所
巨蛋蔬食HACCP證書	2020/08/06~2023/08/07	3年	財團法人食品工業發展研究所
高雄名人坊HACCP證書	2020/07/02~2023/08/07	3年	財團法人食品工業發展研究所
美山工廠HACCP證書	2019/5/24~2022/5/23	3年	環球國際驗證股份有限公司
高雄鐵板燒HACCP立牌	通過年月：2016/12	無	高雄市政府衛生局
台北敦南海港HACCP證書	2020/02/01~2022/01/31	2年	衛生福利部食品藥物管理署
台北天母海港HACCP證書	2020/01/16~2022/01/15	2年	衛生福利部食品藥物管理署

註：續發證書有效期間2021/11/4~2024/8/23。



餐飲衛生管理分級評核 (優良餐廳) 認證

漢來美食除了「糕餅小舖」不列入餐飲衛生管理分級評核範疇，所有餐廳皆須通過各縣市政府衛生局評核之標章認證，並以取得『優級』為目標。2021年符合評核範疇之餐廳為43家，共38家獲得餐飲衛生管理分級評核標章，取得標章率為88.37%，佔總營收比例75.04%。38家獲得標章之餐廳包含優級37家、良級1家。良級為台北敦南海港，2019年評核時因與HACCP硬體工程改善期間重疊，故評鑑結果在環境、硬體設備需改善項目較多；另有5家餐廳未進行認證，包含桃園上菜、信義名人坊、巨蛋五梅先生、高雄夢時代湯包及安那居，均係2021年受疫情影響，衛生局表訂優良餐廳認證停辦所致。



餐廳 分公司	海港	宴會廳	翠園	漢來軒	火鍋	弁慶	名人坊	池畔 (註2)	福園	湯包	牛排	龍蝦 (註2)	鐵板燒	蔬食	大廳 酒廊	Hi-Lai Cafe	上菜	潮之 鍋物 (註2)	五梅 先生	合計
高雄	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1		1			1	1	15
巨蛋	1	1	1											1		1				5
佛陀														1		1				2
台南	1													1						2
台南東寧							1			1										2
台中	1			1										1						3
台中三民							1			1										2
桃園	1									1										2
台北敦南	1						①							1						3
台北天母	1						1													2
合計	7	2	2	1	1	1	5	1	1	4	1	1	1	5	1	2	-	1	1	38

註1：紅底1家2021年新增之優良餐廳。

註2：2021年潮之鍋物撤櫃、龍蝦閉店及池畔改裝pavo，因原先認證仍有效，故營收列入統計。

綠色友善餐廳認證

高雄市政府農業局推動【綠色友善餐廳】認證，由政府嚴格把關，經過產官學三方現場評鑑，項目包含能源節省、環境保護及綠色安心飲食、綠色行動、衛生安全管理及永續經營等。漢來美食旗下巨蛋蔬食、佛館蔬食、福園台菜海鮮餐廳、精緻海鮮火鍋共4家餐廳取得2021高雄綠色友善餐廳認證，做到安全食材、資源節省及健康環境，以有機無農藥的綠色食材選用，到環保健康的烹調方式，為社會與環保永續盡力。



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，每季並彙整召開食品安全衛生委員會及職業安全衛生委員會說明追蹤改善情形及重要訊息佈達。

此外持續投入研發經費開發菜色，2019年~2021年每年皆投入約1,800萬元至1,900萬元（佔各年營收比例約0.48%~0.65%）進行料理創新與改良，以滿足消費者需求及市場趨勢，並且由食安室利用「營養管家」電腦軟體協助更精確地計算營養標示，使民眾藉由參考營養標示的數值，能清楚了解所攝取食品所含的營養素來源等資訊，2019年-2021年累積計算447項產品（含成分貼）。

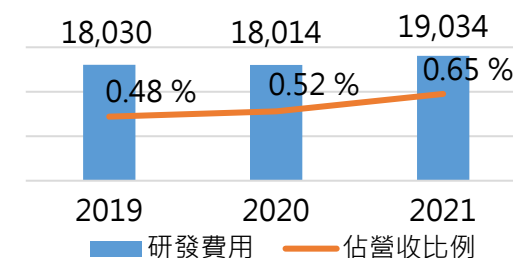
營養標示計算品項數量如下：

2019年	2020年	2021年
67項	152項	228項



研發費用及佔營收比例

單位：新台幣千元



食安稽核

漢來美食食安室在2021年查核全台工廠及餐廳，查核次數21次共42家，查核涵蓋率為93.33%，涵蓋率下降係疫情影響，配合餐廳營業時間取消部分中北部之查核所致。2021年查核結果無嚴重違規之餐廳。食安室查核係依據食品良好衛生規範準則(GHP)之標準進行查核，將查核發現事項記錄於食品安全衛生管理查核表，查核結束後告知現場主管缺失內容及建議事項，當下確認簽名，另出具改善報告予窗口，協助缺失改善後回傳至食安室留存。此外食安室每季召開食品安全衛生管理會議進行查核報告及說明缺失改善情形，並宣導食品安全衛生法規新制及食安時事。

年度	台灣地區	全台家數	查核涵蓋率	查核次數
2019年	工廠	1	100%	20次
	餐廳	41		
2020年	工廠	1	97.83%	20次
	餐廳	45		
2021年	工廠	1	93.33%	21次
	餐廳	44		

食品安全衛生查核 項目評分標準			
查核評分	主缺9分	次缺3分	輕微1分
缺失項目	1. 未提具新進人員體檢/員工健康報告	1. 食品添加物、清潔及消毒等化學物質，應符合三專管理	1. 作業環境清潔
	2. 技術士證/廚師證持證率未達標準	2. 發現病媒(老鼠、蟑螂)	2. 未落實倉儲管理
	3. 食品或食品添加物逾有效日期等	3. 廢油未專區存放、未設置食品報廢專區等	3. 洗手設備未完備
	4. 其他違反《食安法》可直接裁罰之情事	4. 牛豬肉標示未確實	4. 員工、打掃等物品專區存放
備註	主缺2項以上不合格	3項次缺累進1項主缺	3項輕微累進1項次缺



➤ 回應2021年食安重大新聞—衛福部開放進口含萊克多巴胺之豬肉

衛福部於2020年9月公告「直接供應飲食場所供應食品之豬肉及豬可食部位原料之原產地標示規定」，漢來美食因應政府政策，於內部舉辦「認識萊克多巴胺」及「快篩基礎知識」教育訓練，原先不定期進行進口牛肉及進口/本地豬肉之自主快篩檢驗，2021年除增加自主檢驗頻率外，也在內部推廣豬肉自主快篩檢測，輔導店內及販售商品做好豬肉產地清楚標示，食安室每季食材檢驗並增加牛豬肉品-乙型受體素之檢驗樣品數，以符合現行法規、提升員工專業及增加自主篩檢之能力。

本公司於法規公告後除自主製作豬肉產地標示放置於各餐廳明顯處，全台湯包、安那居、本館10F弁慶、湯包、火鍋、翠園等餐廳並自主申請農委會「台灣豬」標章。



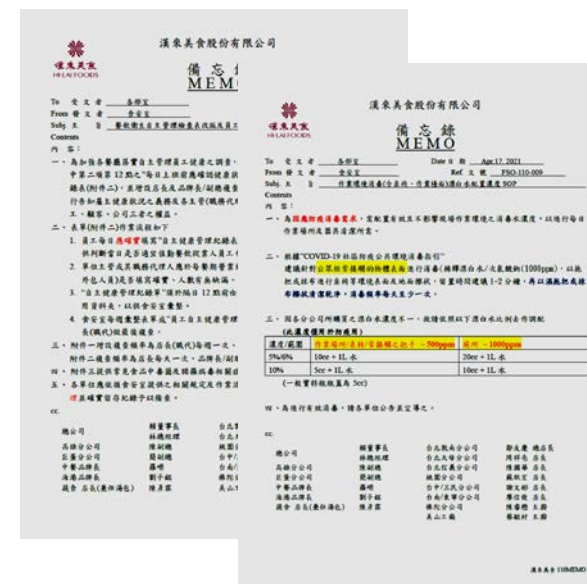
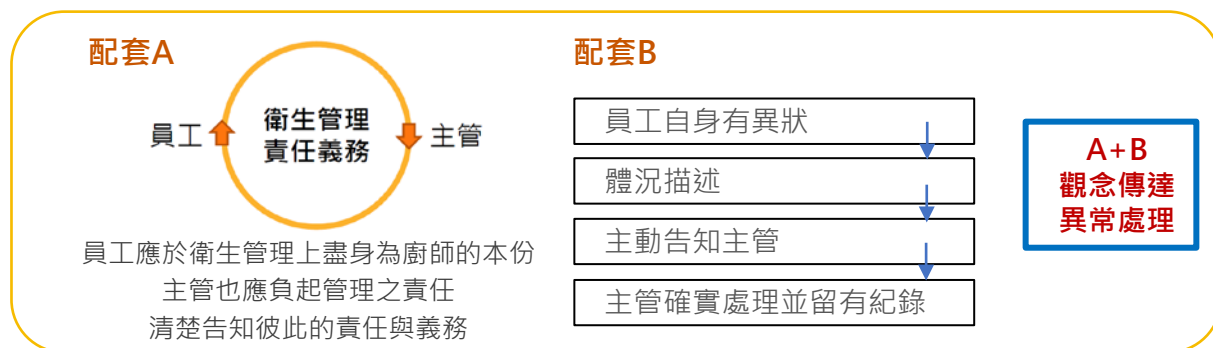
➤ 回應2021年餐飲重大事件—新冠疫情

疫情期間加強員工自主健康管理級主管複查及督導之作業，以達到「防止交叉汙染」，有效控管食安風險。

加強措施：1.修正「食品從業人員應遵循事項告知單」，加強新進人員了解健康管理及告知之責任及義務。

2.改版「餐飲衛生自主管理檢查表」，以「員工自主健康管理紀錄表」作為每日上班前健康狀況確認作業依據，並增設主管複查欄位、訂定複查頻率，加強監督力道。

3.發布「作業環境消毒漂白水配置濃度SOP」公告。



2.4 產品與服務標示

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，單位提出食品標示申請並確實填寫食品生產內容物分析表後，由營養師依據食安法規製作、審核，標示完成後使用單位確認，再由食品技師安排相關產品檢驗，取得合格的檢驗報告（網購一定要檢驗且須合格）後，產品開始銷售。

遵照食安法

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

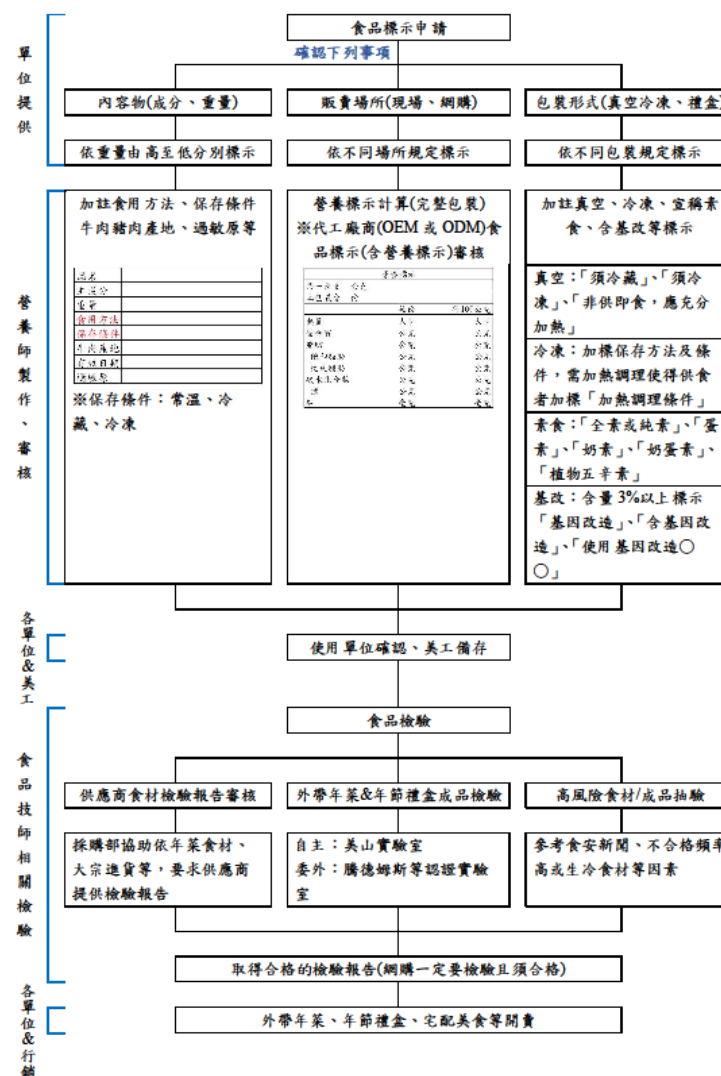
餐廳為直接供應飲食場所，規定的標示重點主要有5項：牛肉原產地標示、火鍋湯底標示、基因改造標示、重組肉標示、素食產品標示，漢來美食不使用基因改造食品原料及重組肉，故以牛肉原產地標示、火鍋湯底標示及素食產品標示為主。

符合法定標示要求			
食品添加物 (三專管理)	牛肉原產地	火鍋湯底	素食產品

提前適用法規

「食品及相關產標示宣傳廣告涉不實誇張易生誤解或醫療效能認定準則」第四項及六規定，111年7月1日起食品品名不得標示「健康」字樣。

➡ 我司產品「原味/番茄健康烹」已於110年提前更名為「經典素肉燥」。



> 3. 品牌價值提升

3.1 品牌策略

3.2 行銷溝通與顧客滿意

3.3 客戶資訊保護

管理方針

重大性議題：企業形象、店面環境管理、行銷溝通與顧客滿意



政策與承諾

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



目標

1. 透過產品創新及經營管理創新，創新並優化品牌及產品，維持市場競爭優勢。
2. 透過優質餐飲服務、掌握顧客滿意度及落實客戶資訊保護建立品牌形象及口碑。
3. 持續投入研發經費開發菜色，2019年~2021年每年均投入約1,800萬元至1,900萬元（佔各年營收0.48%~0.65%）進行料理創新與改良，以滿足消費者需求及市場趨勢。



特定行動與亮點績效

1. 漢來名人坊名列2021年米其林台中餐盤推薦名單。
2. 推出全新品牌PAVO餐酒館，提供餐飲趨勢選項及流行氛圍享受。
3. 焰牛排館、鐵板燒改裝開幕，創新菜單支持在地食材；本館10樓改裝餐廳2021年顧客滿意度大幅提升。
4. 蔬食餐系落實環保，持續推出響應週一無肉日優惠活動，並研發新品項未來肉漢堡排丼飯。
5. 設置廚藝及研發教室，作為廚師技能提升及發揮創意之場域，並結合本業規劃外部互動活動，提高公益參與。
6. 強化資安防護及管理，配置專責資安主管及資安人員，並持續系統升級及設備更新。



申訴機制

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



評估方式

1. 研發經費佔比及年度開發產品。
2. 顧客滿意度調查。



3.1 品牌策略

差異化策略

漢來美食以廚藝起家，擁有五星級飯店體系內眾多餐飲業種的專業廚師，中餐、西餐、台菜、粵菜、湯包、火鍋、日本料理、自助餐、烘焙...等一應俱全，各具特色。不論就主題性、食材差異化、服務流程等均有別於一般主題餐廳，具有差異化優勢。

創新策略

網路資訊傳播的快速發展，對各行業均造成質變，其中餐飲型態的多元化與創新化，競爭更加激烈。在多元競爭環境下，要維持領先優勢，就必須持續創新，漢來美食的創新策略包含產品創新、服務創新、經營管理創新三個構面。



既有品牌

舊店改裝-焰牛排館、鐵板燒

以「記憶」和「家」打造全新意象，主廚走訪全台蒐羅食材，豐富的台灣在地小農作物和畜產，在地食材運用達菜單的8成以上。將家常味放進創意菜色裡，喚醒顧客記憶中熟悉的味道。



鐵板燒的茶湯，主廚選用十八養場的雞熬煮consomme，清澈的雞高湯，混合南投魚池紅玉紅茶，加上現場炭烤松本茸，香氣逼人。



創新品牌

PAVO餐酒館

品牌特色蘊含「當代與古典」、「輕奢與慵懶」、「旅行與南洋殖民風」，嚴選台灣在地和時令食材詮釋不同國家的風味，讓顧客用小酒館的價位，享受具有米其林背景的名門廚藝及頂尖調酒師的特色原創雞尾酒



PAVO的南洋春卷以東港櫻花蝦、東寶豬五花、新鮮柑橘等台灣食材展現異國特色風味，主廚特製花生醬與柑橘甜辣醬提味。



新食品事業

冷凍熟食 常溫食品 鮮食食材

漢來美食自2020年起致力於電商通路產品之研發與拓展，透過成立電商部門及專業採購，尋找優質合作廠商，將產品量產後再進入通路銷售。成功推出包含來拌麵、流芯蛋捲、冷凍宅美食及節慶的端粽/月餅禮盒等。



各品牌餐廳變身中央廚房，開發出多樣中西式港點、湯品等宅美食料理，透過電商銷售，發展線上商機。



產品創新

➤ 支持在地食材及天然食材

漢來美食認為回應顧客支持最好的做法，就是透過餐廳，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；再將顧客對安心食材的認同交托在產銷履歷的保證系統裡，真正做到縮短食材與餐桌間的距離，讓消費者透過主廚的用心看見所吃，也吃得放心。



菜單食材

- 日月潭十八養場草本飼料及埔里山泉水飼育紅玉雞
- 南投小農小果茶籽精煉苦茶油
- 美濃有機糙米麵包
- 梓官吻仔魚及美濃蘿蔔絲拌釜飯
- 花蓮晚香玉筍、台南西瓜綿搭配澎湖季節鮮魚
- 海鮮及豆漿湯底搭配屏東芋頭冬瓜和花生豆腐
- 台南將軍鄉胡蘿蔔
- 嘉義嘉文白蘿蔓鵝



漢來蔬食為本公司100年創立之純素品牌餐廳，提供有機、健康、創意、美味的蔬食料理，全台共5家分店，108年更延伸蔬食新品牌-五梅先生，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，烹調出健康、美味、料多實在的五星餐點，目前有2家分店。五梅落實環保，持續推出「響應週一無肉日，健康環保愛地球」任一套餐88折優惠。

➤ 2021年開發成功的技術或產品

餐食類

- 福園：醉醋海明蝦、龍膽海鮮白菜鍋
- 安那居：小卷海鮮米粉湯、鐵板海鮮雞蛋燒
- 上菜：川味香滷鴨舌、老罐金湯酸菜魚、麻辣水煮烤魚、
- 漢來軒：麥片百花釀蟹鉗、海苔高山雪香魚、老罐金湯酸菜魚
- 名人坊：椒鹽鮮筍牛舌、家鄉豆腐鍋、金瑤砵仔糕、金陵菠菜餃
- 巨蛋翠園：魚子蟹肉腳、豆沙蘿蔔仔、黑金芝麻球
- 漢來蔬食：金沙彩蔬、年糕白菜獅子頭、香料咖哩鉢
- 五梅先生：漢堡排丼飯、胡麻椒香拌麵
- 漢來上海湯包：鮮菇燜筍、脆皮炸春捲、麻辣鴨血豆腐

漢堡排丼飯



以新鮮蔬果熬煮的丼飯醬汁，鋪滿整個碗面，搭配特製未來肉漢堡排

糕點類

- 名人坊：蜜糖蜂巢糕
- 巨蛋翠園：黑金芝麻球
- 安那居：椰絲西米流心球
- 福園：吉拿棒

飲料類

- 安那居：水姑娘梅子醋飲、桑椹泡泡醋飲
- 漢來蔬食：香檸蘆薈凍



經營管理創新

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、日式餐廳品牌各具產品特性及消費族群。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。

本公司建置有完整的廚藝訓練計畫，以此奠定國內餐飲界地位並樹立難以超越的廚藝技能與創意理念，維持公司餐飲技術層次的領先地位。

因應廣大餐飲市場需求，公司積極強化組織，全力培養內外場專業人員及堅強後勤管理，不斷與餐飲市場結合、滿足消費者需求，也根據各餐廳品牌定位調整行銷策略，並視各區域市場需求度成立營業據點，服務消費大眾。



主廚領軍

品牌系列經營係透過「主廚領軍」，結合利潤中心制，提供誘因給擅長餐飲成本管控及廚房管理的主廚管理餐廳



研發與拓展並重

品牌拓展兼顧產品的研發與創新

- 漢來海港發展出「潮之鍋物」火鍋品牌
- 漢來蔬食發展出「五梅先生」輕蔬食品牌
- 福園台菜海鮮餐廳發展出「安那居」小台菜品牌



市場調研與新事業開發

關注餐飲及零售消費市場相關資訊

- 因應疫情變化增加外帶及電商比重
- 調整組織、研發進程，加重中央工廠半成品比例、尋求優質合作廠商配合開發宅美食商品等



持續深化「漢來餐飲大學」之運作

每年編列預算舉辦中、西餐廚藝競賽、創意料理，外場服務人員並有托盤競賽、說菜競賽等

- 108年「儲訓人員訓練」課程培訓優良儲訓人員
- 109年「名人系列講座」加強主管經營管理職能
- 110年成立電商產品研發及經營團隊
- 110年取得人才品質管理系統企業機構版銅獎



廚藝交流及舉辦美食活動

邀請國外知名大廚到店客座及舉辦美食節活動，帶進不同層次之廚藝交流，並取得合作機會

- 109年邀請米其林三星甜點主廚平塚牧人於全台海港舉辦甜點季活動
- 110年邀請米其林三星名廚Alexis Bouillet客座甜點季活動



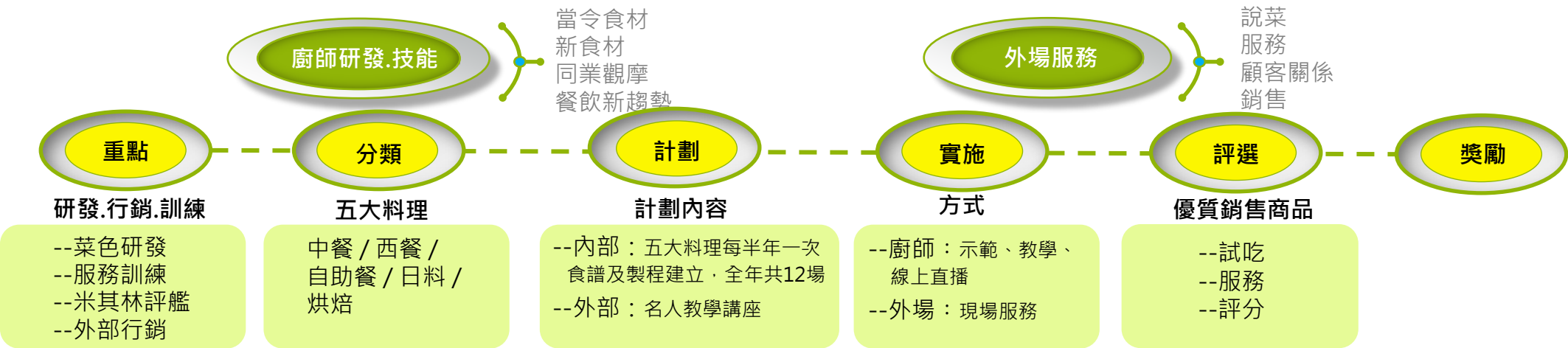
定期推出新菜單

每月或每季設定新菜單試菜工作，由品牌長、店長及各廳主廚負責研發次月或換季新菜單，並舉行試菜



廚藝及研發教室設置

漢來美食重視人才培育及產品研發創新，2021年設置廚藝及研發教室，提供規劃合宜的空間作為廚師技能提升及發揮創意的場域。此外為提高公益參與，結合本業規劃外部互動活動，創造廚師與大眾互動的機會，讓員工善用專業技能與創意，貢獻並發展更高的自我價值。



每3個月規劃一檔活動
期間穿插料理影片、直播等

VIP	獨特、尊榮體驗~	如：特殊食材料理品味、季節新菜搶先吃...等
親子	歡樂、親子互動~	如：聖誕薑餅屋、萬聖節杯子蛋糕....等製作
講座	知性、品味生活~	如：品油課程、品酒會、台菜文化課程..等
手作	體驗、異業結合~	如：巧克力工作坊DIY、花藝佈置....等
影片	互動、影片拍攝/直播~	如：節慶料理教學、年菜覆熱、網紅直播試菜

3.2 行銷溝通與顧客滿意

服務理念

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



食材嚴選

在食材選擇上，從新鮮、豐盛到季節嚴選、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。



新鮮食材產地直銷



顧客關係管理

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。



每場宴會當成自己的活動在處理，將心比心的態度處理每個宴會環節



提高用餐CP值

本公司自2016年起，每年禮聘國際知名主廚或米其林餐廳主廚到店舉辦美食節活動及交流廚藝，可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。



新冠疫情期間研發便當菜色，繼續服務客戶



2021年米其林星級名廚甜點季

顧客溝通

漢來美食截至2021年底有17個品牌，除糕餅小舖為外帶性質無顧客滿意度調查外，其他品牌均設置顧客滿意度調查QR code，滿意度調查區分為展店品牌及單店品牌，項目分為餐食、服務及環境，每月統計、彙整並進行負評管理。2021年問卷回收份數7,670份，主要受疫情影響營業時間所致，公司並把握疫情過渡時期展開部份餐廳大規模改裝及員工教育訓練，使日料餐廳弁慶及港式海鮮火鍋餐廳在完成改裝及服務升級後，顧客滿意度大幅提升。

本公司亦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之相關數據，定期提供管理階層關於公司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。

餐食	服務	環境
注重客戶反映與意見、市場調查及競爭者的市場表現、分析最適化之商品提供	常態性訓練配合客戶多元化新型態需求所產生的服務內容	定期稽核檢點環境，並迎合消費者喜好翻新裝修使環境維持新穎



服務訓練

註1：已停止營業或改裝新品牌

註2：為2020年新品牌餐廳

註3：顧客已事先認可環境，故宴會廳僅調查餐食及服務

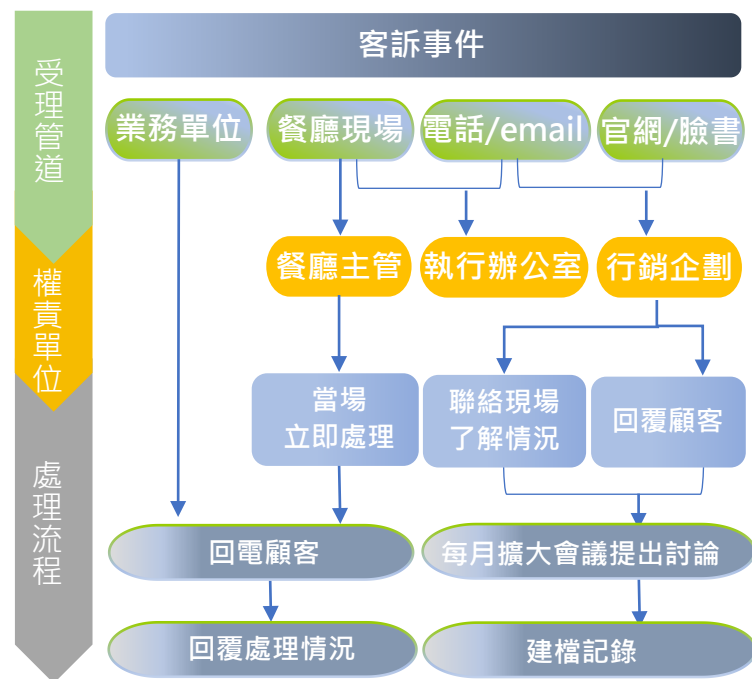
	品牌	餐食			服務			環境		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
展店	漢來名人坊	91%	91%	91%	91%	92%	93%	92%	93%	92%
	漢來蔬食	91%	88%	91%	90%	87%	91%	89%	88%	91%
	漢來湯包	89%	89%	90%	90%	90%	91%	90%	89%	90%
	翠園/漢來軒	89%	93%	87%	89%	93%	89%	89%	93%	88%
	漢來海港	84%	83%	84%	86%	86%	88%	85%	85%	86%
	宴會廳(註3)	81%	82%	82%	81%	82%	83%	-	-	-
	五梅先生	-	84%	85%	-	86%	85%	-	79%	87%
	上菜(註2)	-	77%	80%	-	71%	67%	-	81%	73%
單店	鐵板燒	95%	92%	89%	96%	94%	92%	95%	92%	93%
	龍蝦酒殿(註1)	94%	96%	-	96%	95%	-	96%	94%	-
	牛排館	93%	91%	92%	94%	91%	92%	94%	92%	92%
	福園	91%	87%	93%	92%	89%	97%	91%	83%	94%
	弁慶日本料理	90%	50%	90%	91%	40%	90%	91%	50%	90%
	池畔(註1)	89%	92%	-	93%	95%	-	92%	95%	-
	紅陶上海湯包	88%	86%	89%	89%	90%	94%	87%	89%	91%
	大廳酒廊/Café	87%	91%	94%	90%	93%	96%	91%	92%	94%
	翠園	87%	90%	94%	88%	92%	94%	88%	91%	95%
	港式海鮮火鍋	84%	69%	90%	87%	71%	100%	86%	66%	90%
	潮之鍋物(註1)	-	93%	-	-	93%	-	-	94%	-
	安那居(註2)	-	84%	-	-	84%	-	-	88%	-

顧客申訴

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

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

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



為加強及提升服務品質，2021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、餐廳服務禮儀(含彩粧、標準髮型、標準儀態)、點菜服務技巧、標準服務流程及用語等，完成訓練後並進行考評，總計23堂課程參與人次581人(1,396小時)。



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，同時不定期(每年一至二次)安排產官學者扮演神秘客前往試菜，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。

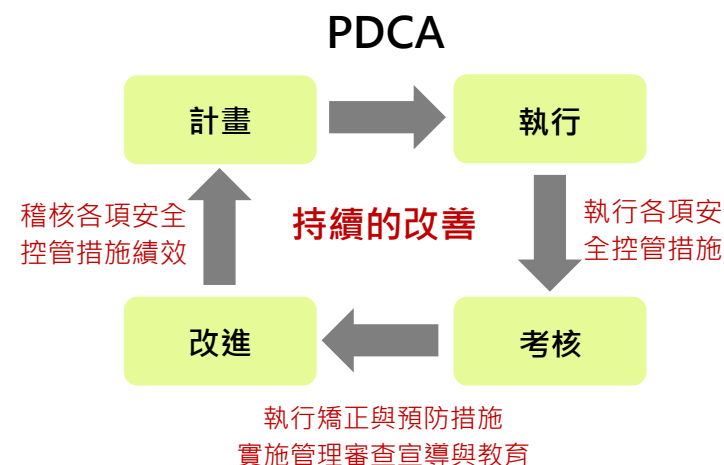


3.3 客戶資訊保護

資訊安全風險管理架構及政策

漢來美食資訊安全之權責單位為執行辦公室轄下的資訊室，負責規劃、執行推動資安風險管理，採用【計劃-執行-檢查-行動】(Plan-Do-Check-Act, PDCA)之模式運作，在資安風險管理架構上除遵循ISO 270001規範之外，且參照【國家資通安全會報技術服務中心】之共通規範，相關資安風險及其因應措施說明如下：

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



客戶隱私保護具體管理方案

資訊電子化的交易平台中，除正確性與使用效率之外，客戶隱私和資料的安全性更是不可或缺，漢來美食恪遵政府相關法令及資訊管理原則，視保障客戶及利害關係人的資訊安全為第一要務，2019年~2021年未有因洩露顧客隱私而導致客戶權益受損或其他申訴案之情事。

▶ 設定業務權限

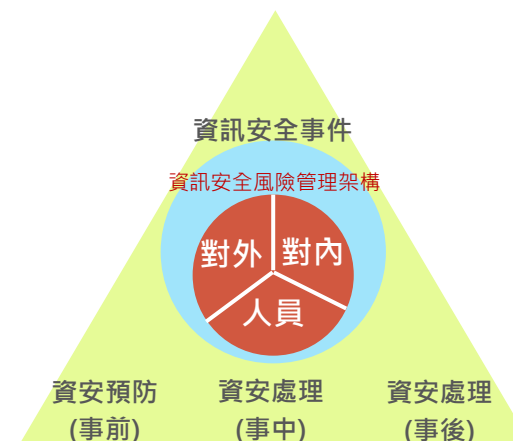
漢來美食對客戶資料在執行往來業務保存期限內至安全監控影像存續期間，在使用授權上均加以嚴格控管，以避免非法存取，並統設權限僅業務部同仁可檢視及編輯與各該業務範圍內之顧客資訊。

▶ 遵照個資法辦理

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

▶ 加入TWCERT/CC會員

本公司已於111年3月申請加入台灣電腦網路危機處理暨協調中心TWCERT/CC會員，該中心可提供資安事件諮詢及協調協處服務，使公司有效接收及傳遞資安情資。



投入資通安全管理的資源

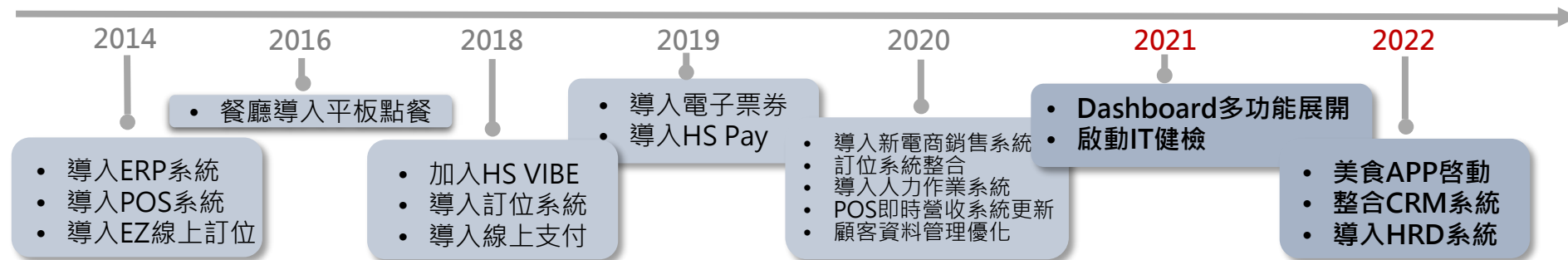
漢來美食為強化資安防護及管理，2022年4月配置專責資安主管及資安人員，並於公開資訊觀測站完成申報；此外為強化資安防護能力，每年請廠商執行白帽駭客滲透測試，以各式手法分析可能遭遇駭客攻擊的漏洞與情境，包含連線狀態管理、存取權限測試提升與跳脫等，針對檢測結果中的高風險項目均會進行改善透過強化措施持續提升資安防護品質，針對檢測結果中的重大風險及高項目改善完成率均達 00%。2021年本公司委由外部專業廠商執行電腦系統資訊安全評估，包含架構檢視、網路活動測弱點掃描與滲透試安全設定合規等，據此追蹤系統安全狀況並實行改善措施，針對其中重大風險及高項目完成率均達100%，據以確保資安無虞。目前透過規劃新上線的「來美食APP」全面檢討強化資安防護管理。

在APP廠商方面

- 要求廠商客制化開發，避免以套版程式直接修改
- 要求符合廠商內部開發規範，例如API的加密解密、伺服器串連及後台管理系統鎖固定指定IP、會員資料儲存時進行加密，及對APP程式作掃描

在資訊室管理作業方面

- 所有對外的防護均透過防火牆提升強度
- 內部設備一律安裝防毒軟體，以防止內部病毒感染
- 為了防止使用者自行下載安裝不明軟體而造成管理漏洞，由資訊單位監管電腦安裝之最高權限密碼
- 各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防護，提供雙重保障
- email透過SPAM多加一層防護，防堵電子郵件上的感染
- 完成網路設備升級及更換規劃，避免因設備老舊影響資安防護等級
- 提出預算規劃針對裝置與網路的透視（Visibility）與控管，透過單一平臺的不需部署代理程式的架構，同時涵蓋不同環境的資安防護及資安管理需求



> 4. 社會環境友善

管理方針

重大性議題：企業形象、店面環境管理、法規遵循

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



政策與承諾

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



目標

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



特定行動與亮點績效

1. 響應高雄市政府改造高雄壽山動物園的「新動物園運動」，贊助經費250萬元，打造更友善的動物園。
2. 捐助高雄城中城大火社會救助金100萬元並提供超薦佛事供品，協助政府慰問、補助及醫療復建等安置規劃。
3. 與高雄市立圖書館異業合作，舉辦「高雄一百、台菜之美」活動，呈現台菜深層價值，提倡書香社會。
4. 2021年溫室氣體排放量、每仟元營業額平均廢食用油量及廚餘量分別較2020年減少7%、6%及2%。
5. 拓店及裝修過程持續改用節能設備降低環境污染，2021年分別投入499萬及238萬建置省電照明及省電空調。



申訴機制

申訴檢舉信箱: audit@hilai-foods.com。



評估方式

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



4.1 關懷社會

漢來美食是上櫃公司，而餐飲業本身即是一個與「人」最為有關的行業，更是取之社會、用之社會的行業，理應做更多利於社會的事，因此公司對參與社會公益、配合地方發展一向不遺餘力。公司目前經營版圖擴及全台六大城市，也致力於將關懷社會的企業文化帶入各分公司，期能向下紮根、遍地開花。

地方公益

贊助高雄壽山動物園改建經費

2021年響應高雄市政府改造高雄壽山動物園的「新動物園運動」，贊助經費250萬元，動物園未來將呈現「動物的自由之地」、「親子的同樂天堂」及「空中漫步長廊」三大亮點主軸的全新面貌，打造更友善動物、更適合親子共遊的動物園。

贊助高雄市立圖書館主題書展

2021年4月與高雄市立圖書館異業合作，舉辦「高雄一百、台菜之美」活動，贊助購書經費30萬元，透過漢來福園台菜餐廳「品好書、讀好味」的台菜美食節活動開出10道經典手路菜，結合高雄市立圖書館「百道經典台菜、食譜大總匯」線上書展，將書籍中的台菜深層價值以及高雄的食材寶藏呈現給讀者，提倡書香社會。



社會救助

捐助高雄城中城大火社會救助金

2021年10月高雄市鹽埕區城中城大樓大火釀46死41傷，是高雄史上傷亡最慘重火警，漢來美食除捐助社會救助金100萬元，協助用於罹難者、傷者及災民慰問、補助及後續醫療復建等安置規劃外，並參與佛光山急難救助關懷服務，提供超薦佛事供品，善盡企業社會責任。

捐贈及贊助

漢來美食2021年捐贈財團法人台灣胰臟基金會、佛光山寺、配天宮、高雄港都上市櫃企業家協會等7家社福團體或社團法人約92萬元。



社會參與

贊助高雄海神職業籃球隊賽事

集團為推動高雄籃球運動發展，2021年以「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2021年贊助球隊賽事，提供包括購買門票、餐飲禮券、食品贊助及球連會包場等，總金額達51萬元。

慶祝中華隊羽球男雙奧運奪金全品牌8折活動

為慶祝中華隊羽球男雙奧運奪金，全品牌餐廳推出一日全面8折優惠活動，折扣金額約合營收80萬元。



高雄海神職業籃球隊賽事

幫助喜憨兒學習

漢來美食持續與喜憨兒基金會聯名合作，推出公益餅乾義賣募款活動，除將販售收益捐贈喜憨兒基金會，活動期間並邀請憨兒至點心房學習餅乾製作，2020年捐款金額10萬元；2022年提供餐飲禮券及食品贊助總價值37萬元。

成立公益信託

2019年成立「漢來美食社會福利公益信託」基金，信託資本200萬元，委託臺灣土地銀行信託部管理，提供補助急需安養補助者，截至2021年共補助198萬元，信託財產結餘後並移轉予「嘉義縣社會局仁愛基金專戶」。

響應中華基督教救助協會新年獻愛圓夢企劃

響應集團參與中華基督教救助協會愛心募資公益活動，捐贈海港自助餐下午茶券10張(價值6500元)贊助愛心抽獎，號召社會大眾認領心願卡寒冬送暖，幫助弱勢孩童過好年、照亮孩子們的希望。



喜憨兒公益



新年獻愛圓夢計畫



企業參與

高雄市觀光局「2021大港吃鍋」爭霸戰

漢來美食旗下「精緻海鮮火鍋」參加高雄市觀光局舉辦的「2021大港吃鍋」爭霸戰，經過激烈的網路票選、鍋物達人試吃評比、美食專業評審試吃評選等3階段評鑑後，於破百家參加評選的鍋物夯店中脫穎而出，獲得「2021大港吃鍋 共鍋組特優賞」榮耀！精緻海鮮火鍋秉持一貫對鍋物的堅持與熱情，持續致力提供最新鮮的食材、最道地的口味、與最貼心的服務品質，讓吃鍋成為最幸福的存在！



高雄市觀光局「Kaohsiung高雄餐盤發見計畫」

高雄市政府觀光局為迎戰首度登陸高雄的《米其林指南》，特別推出「Kaohsiung高雄餐盤發見計畫」，以獨具高雄特色的餐酒館美食作為起點，嚴選出60間獨具特色的餐廳加入高雄美食地圖，漢來美食旗下「PAVO餐酒館」、「焰 鐵板燒」、「焰 牛排館」3餐廳也被收錄其中，帶領民眾遊走舌尖上的高雄，品味餐桌上精緻的美食，享受頂級餐飲服務。



4.2 環境理念

採購國際認證項目

漢來美食2019-2021年採購國際認證項目之金額佔整體採購金額分別為0.10%、0.21%及0.11%，2021年採購金額及比率下降主係受疫情影響發行餐券之數量減少所致。2021年採購符合FSC者有海港餐券、抽取式擦拭紙、捲筒衛生紙（舒潔）；符合ECOCERT者有有機紅棗。

國際認證標準	2019年		2020年		2021年	
	金額(元)	採購比例	金額(元)	採購比例	金額(元)	採購比例
 森林管理委員會認證(FSC)	1,763,627	0.10%	3,081,005	0.19%	1,364,231	0.10%
 ECOCERT歐盟有機認證機構	76,740	-	351,900	0.02%	188,700	0.01%
合計	1,840,367	0.10%	3,432,905	0.21%	1,552,931	0.11%



漢來美食參考環保署及經濟部能源局等相關規範及標準，訂有與節能減碳、溫室氣體減量、減少用水或其他廢棄物管理之「環境及能資源管理政策」，主要管理策略為：內部宣導節約能源、廢棄物管理、綠色採購、環境理念及推動餐廳評鑑，相關作為說明如下：

產品包裝綠能概念

- 產品包裝符合綠能概念，使用之餐墊紙、產品提袋、禮盒等，均盡可能採用再生紙製品。
- 包裝採用無毒環保大豆油墨印製；年節禮盒設計則以可再利用的角度進行研發；空盒可再利用作為收納盒、面紙盒等或托盤。
- 持續使用通過FSC認證之擦拭紙及餐飲禮券，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。



拓店/改裝綠建材

- 持續展店過程中，改用節能設備降低環境污染，機電及廚房設備並定期維護保養，以達到最佳使用狀況，減少能源浪費；在裝修時，採用綠建材及盡量保留自然光，也可減少環境負擔。
- 2021年投入金額499萬建置省電照明及238萬建置省電空調。



減少碳排放

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

病蟲害管理

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

廢棄物管理

- 廢棄物處置依廢棄物清理法辦理，含一般性廢棄物、廢食用油及廚餘，均非有害事業廢棄物。
- 廚房料理過程中設有油煙處理設備，而產生之廢水及廢棄物皆委外合格廠商處理。
- 廚餘以適量進貨之源頭管理、全食材運用之調理方式及加強惜食宣導等策略進行減量管理。
- 一般垃圾以減少一次性進貨包材、使用塑膠儲運籃，或由廠商回收再使用等方式進行減量。



4.3 氣候變遷與能資源管理

氣候變遷管理

展望未來，MSCI2022年ESG趨勢展望報告指出，氣候變遷已超越公司治理成為投資者最為關注的ESG議題。企業除了可能面對主管機關或供應鏈的監督及要求，也可能面對投資和融資的資源及力量，必須正視淨零碳排的執行並訂定目標。上市櫃公司依金管會發布之「上市櫃公司永續發展路徑圖」規範，應依時程完成溫室氣體相關資訊揭露；此外國際金融穩定委員會（FSB）在2015年成立的氣候相關財務揭露小組擬訂氣候相關財務揭露建議TCFD，可協助投資者與決策者瞭解組織重大風險、準確評估氣候相關之風險與機會，高度專注組織邁向低碳經濟轉型之情形。

針對氣候變遷對企業的潛在風險與機會評估，因應相關規範漢來美食管理情形說明如下。

治理

漢來美食針對氣候變遷對企業的潛在風險與機會評估，目前係將其列為年度風險評估作業項目，每年依公司「風險管理政策與程序」進行內部風險自評後，由稽核室彙整提報企業社會責任委員會統籌組，再由統籌組整合為「風險辨識及對應策略報告」，向風險管理委員會及董事會報告。

策略

漢來美食參考環保署及經濟部能源局等相關規範及標準，訂有與節能減碳、溫室氣體減量、減少用水或其他廢棄物管理之「環境及能資源管理政策」，每年進行溫室氣體盤查，追蹤減排成效並公開揭露於永續報告書及網站，主要管理策略為：

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

2022年5月董事會通過公司溫室氣體盤查及查證時程規劃案，將陸續進行ISO 14064-1碳盤查導入及後續查證等作業。



風險管理	2021年「風險辨識及對應策略報告」辨識的氣候變遷可能風險及因應作為如下。	
	氣候變遷可能風險	因應作為
	需求食材的短缺	➢ 訂定替代方案或替代食材，例如不同產地及不同生產方式
	食材成本的異常波動	➢ 透過合約穩定供貨與價格 ➢ 因主要的採購類別採用投標方式，訂定區間(半個月、一個月、兩個月及三個月)，可有效穩定成本異常波動
	消費者飲食習慣改變、關注婚宴或自助式品牌食材製作浪費或剩食問題	➢ 菜單調整、改變料理方式，使用當季食材開發新菜色 ➢ 現有蔬食品牌符合議題主流 ➢ 深化公司食材溯源管理及穩定等營運策略 ➢ 以「減少」為目標 (1)加強顧客喜好的數據蒐集，菜色以八成來客喜歡為目標。 (2)現點現做或設計精緻的小份量餐點以質控制量。 (3)建立追蹤系統或透過餐盤回收等統計食物浪費的情況，定期以報告提醒廚師。 ➢ 規劃剩食捐獻或作為農場飼料及堆肥等措施
	政府具體的碳排放政策	➢ 即時配合及因應政府政策要求

指標和目標	依本公司「環境及能資源管理政策」所訂降低溫室氣體排放及改善環境之管理目標及2021年達成情形如下：		
	指標	減量目標	2021年達成情形
	溫室氣體排放量	每年碳排放量以不增加為原則（企業營運範圍未變動之同基期前提）	2021年整體用量較2020年減少7%，達成目標
	用水量	每年統計每千元營業額平均用水量，在正常營運之前提下，以不高於前一年度為原則	2021年整體用量較2020年減少4%，惟營收因疫情影響較去年減少15%，致每千元營業額平均用水量較2020年增加14%，落後目標
	廢棄物產生量	每年統計每千元營業額平均產出廢食用油量及廚餘量，在正常營運之前提下，以不高於前一年度為原則	2021年每千元營業額平均產出廢食用油量及廚餘量，分別較2020年減少6%及2%，達成目標

能資源使用

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

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

能源類別	計算單位 (註1)	2019年	2020年	2021年	➤	計算單位 (註2)	2019年	2020年	2021年	➤	能源密集度	2019年	2020年	2021年
外購電力	度	16,107,364	16,387,730	15,636,052		GJ	57,987	58,996	56,290		採漢來美食 營業收入 (萬元) 為計算分母	0.36	0.41	0.44
天然氣	度	2,354,642	2,426,082	2,151,363			78,815	81,206	72,010					
液化石油氣 LPG(桶裝瓦斯)	公升	7,057.44	5,332.44	4,644.63			196	148	129					
						總計	136,998	140,350	128,429					

註1：係依據電費單、瓦斯費單及瓦斯桶（罐）等明細表統計彙整。

註2：能源使用統計包含總公司及各分店，並依據能源局2015年8月出版之能源統計手冊內之能源產品單位熱值表，各能源使用量之熱值轉換因子為

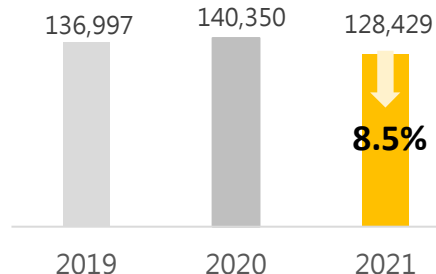
- 電力：0.0036 GJ/度(KWhr)；
- 天然氣：0.033472 GJ/立方公尺；
- 液化石油氣(LPG)：0.02776084 GJ/公升。

註3：2021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43.83%。



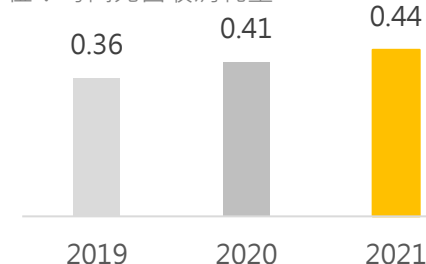
能源消耗量

單位：GJ



能源密集度

單位：每萬元營收消耗量



註：2021年餐廳數較2020年減少1家(約-2%)，能源消耗量減少8.5%。

使用能源之溫室氣體排放情形

漢來美食最近二年度溫室氣體排放，參考ISO 14064-1溫室氣體盤查標準，採用環保署發布之「溫室氣體排放係數管理表6.0.4版」進行盤查計算，計算範圍為全台各分公司及中央工廠，針對內部所使用之能源統計使用量，透過排放係數轉換為溫室氣體排放量。

2021年合計之溫室氣體排放量為11,903.89公噸，較2020年之12,799.14公噸減少約7%。

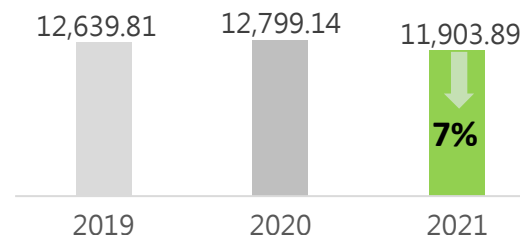
單位：公噸CO₂e

能源類別		CO2轉換係數	2019年	2020年	2021年
範疇一	天然氣	1.880871333 KgCO ₂ /M ³	4,428.78	4,563.15	4,046.44
	液化石油氣LPG (桶裝瓦斯)	1.754403588 KgCO ₂ /L	12.38	9.36	8.15
範疇二	外購電力	註	8,198.65	8,226.64	7,849.3
合計			12,639.81	12,799.15	11,903.89



範疇一、二總排放量

單位：公噸CO₂e



註1：經濟部能源局尚未公告2021年電力排放係數，故2021年以公告之2020年電力排放係數計算，2019年至2021年電力排放係數分別為0.509、0.502、0.502 (KgCO₂/kwh)。

註2：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。

營業用水統計

漢來美食營業用水以自來水為主，2021年總用水量464,988度較2020年減少約4%；每千元營業額平均用水量0.1587度(或立方公尺m³)較2020年上升約14%。2021年營業額受疫情嚴峻影響衰退約15%，基本用水量無法隨營業額等幅減少，經節約用水減少總用水量約3.8%，故平均用水量上升約14%。

能源類別	單位	2019年	2020年	2021年
用水	度	517,146	483,124	464,988
每千元營業額平均用水量	(或立方公尺m ³)	0.1370	0.1397	0.1587

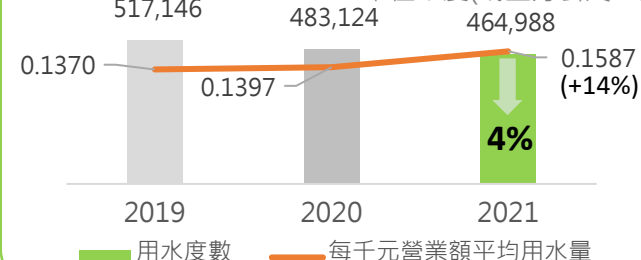
註1：係依據水費單彙整。

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。



總用水量及每千元營業額平均用量

單位：度(或立方公尺m³)



4.4 廢棄物管理

餐飲服務業係從取得原物料、週邊設施、廚務生產而至末端消費者食用，漢來美食係屬產業中游將各類原料包含各類蔬菜、肉類和水產等食材，透過各式烹飪和料理等加工方式，販售給來店消費大眾。營運主要產生的廢棄物有一般性廢棄物、廢水、廢食用油及廚餘，均非有害事業廢棄物。餐廳廢棄物與生活垃圾、廚餘、資源回收、廢油等會依《事業廢棄物儲存清除處理辦法》及設施標準配合辦理，以免造成環境汙染。

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

廢棄物類別	單位	2019年		2020年		2021年	
		重量	%	重量	%	重量	%
一般性廢棄物	公噸	489.70	40%	351.94	38%	301.50	38%
廢食用油		90.29	7%	96.59	10%	88.40	11%
廚餘		655.88	53%	486.36	52%	404.70	51%
合計		1235.87	100%	934.89	100%	794.60	100%

註：廢食用油及廚餘屬食物廢棄物，廢食用油均交由回收業者製成生質柴油；廚餘均由廠商清運廚餘至畜牧場作為養豬使用，2019年~2021年食物廢棄物佔廢棄物總量及廢棄物再回收、處理佔廢棄物總量均為60%、62%及62%。

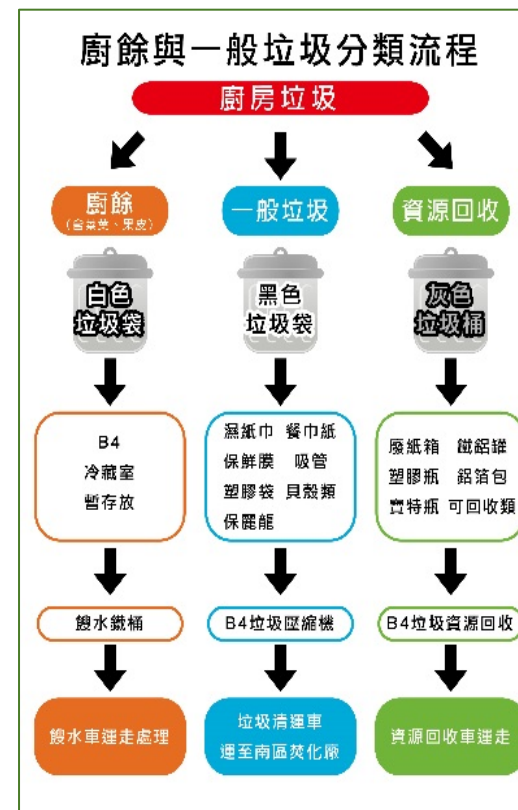
一般性廢棄物管理

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

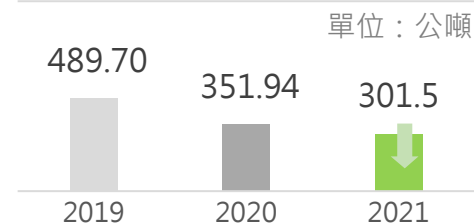
漢來美食近年全台依環保局之餐館業事業廢棄物清理計畫書估算生活垃圾如圖表。

一般垃圾減量作法

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



生活垃圾重量



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，將廚餘及油脂分別在攔渣槽及截油槽中被有效攔截及分離油脂，污水再排入主幹管中，避免造成水污染，且每日營運結束後均清理攔渣槽或截油槽並記錄，每年則安排例行維護保養以確保該設備之效能。除租賃之部分百貨商場提供相關污染防治設備外，公司並自行購置環保設備以降低油煙及油污對環境的衝擊，截至2021年底之投入設備有：

單位:新台幣千元			
設備名稱	用途及預計可能產生效益	數量	投資成本
水洗機	利用水霧除去油煙中的油粒子，可除油	18式	10,878
水洗煙罩	利用水霧除去油煙中的油粒子，可除油	50式	3,039
油煙靜電處理機	利用電極吸附除去油煙中的油分子，可除油除味	31式	3,104
截油槽排水設備	將排放水中之油脂及其他不溶性物質，避免廚餘菜渣及油脂污染水溝	40式	1,723



➤ 廢食用油統計

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

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

	單位	2019年	2020年	2021年
廢食用油	噸	90.29	96.59	88.40
餐廳數量	家	41	45	44
每家餐廳平均廢油量	公斤	2,202	2,146	2,009
全台各分公司回收回饋金	千元	632	741	903

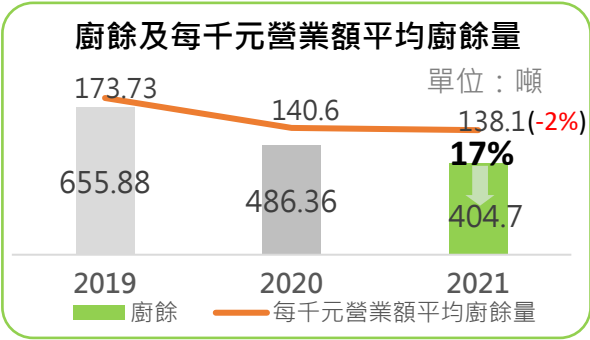


廚餘管理

漢來美食公司全台各餐廳廚餘以合約委由專業合格的廠商清運，餐務部並每月追蹤記錄各餐廳廚房廚餘量，力求透過管理及推廣減少廚餘，2019～2021年每千元營業額平均廚餘量分別為173.73克、140.60克及138.10克。

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

	單位	2019年	2020年	2021年
廚餘	噸	655.88	486.36	404.70
全年度營業額	千元	3,775,225	3,459,267	2,929,855
每千元營業額平均廚餘量	克	173.73	140.60	138.10



廚餘減量源頭管理策略

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

食材調理廢棄物減量策略

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

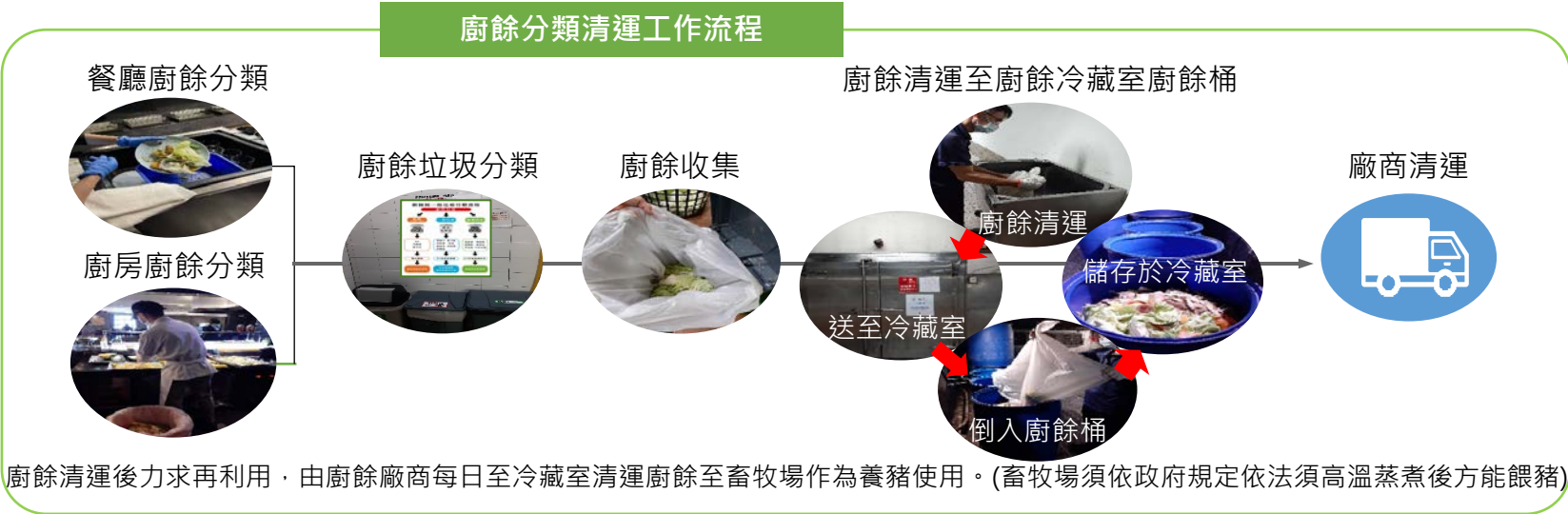
販賣階段廢棄物減量策略

- 1. 加強惜食宣導
- 2. 調整及規劃優餐型態

請酌量取用，避免浪費
漢來海港與您一起環保愛地球
If you have a preference meal, please let us know.
Thank you for your patronage.

工程廢棄物處理

漢來美食裝修 / 機電 / 廚具工程所產生的工程廢棄物，均委由簽約之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，屬於不可回收之垃圾直接運送至合法焚化廠焚燒，屬於可回收之廢棄物則回收至資源回收廠。



> 5. 職場和諧健康

管理方針

重大性議題：人才吸引與留任、勞資溝通與職場安全照護、人才培育與發展

- 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



政策與承諾

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



目標

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



特定行動與 亮點績效

1. 多元招募管道，2021年共辦理就業宣導45場、學校參訪8場及校園講座21場。
2. 良好的建教合作及實習機制，合作學校涵蓋北中南共計63家，年度新進實習生達383人，積極參與政府青年培育計畫。
3. 打造健康安全職場，2020年獲得健康啟動標章，2021年獲得健康促進標章。
4. 完整的培育及接班計劃，2021年榮獲TTQS企業機構版-銅牌，設計米其林專業課程提升人員專業能力。
5. 育嬰留停復職留任率100%，落實友善職場環境。



申訴機制

1. 申訴專線電話：07-2135788#7022 .7302 .7382。
2. 意見表達信箱：hshr.dept@hilai-foods.com。
3. 福委例會、勞資會議。



評估方式

實習生人數、工作事故統計及人才盤點。



5.1 人力資源概況

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

➤2021年女性員工佔比提升為47%，男性佔比較高主係廚師多為男性之餐飲業特性所致。

➤依據「身心障礙者權益保障法」第38條聘用人數規定，每年皆超額進用身心障礙人數，2021年依規定應進用15人，實際進用20人，超額進用5人。

➤逐年增加聘用外籍員工，2021年已達17人，足見漢來美食重視員工多元化。

員工組成

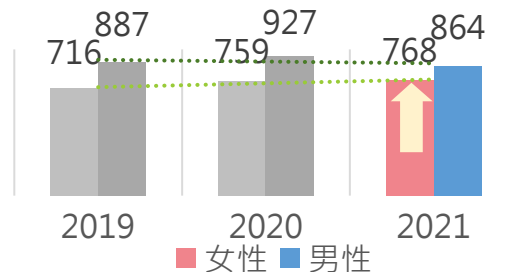
➤ 員工人數 (依性別)

年度	女性員工		男性員工		合計	
2019年	716	45%	887	55%	1,603	100%
2020年	759	45%	927	55%	1,686	100%
2021年	768	47%	864	53%	1,632	100%

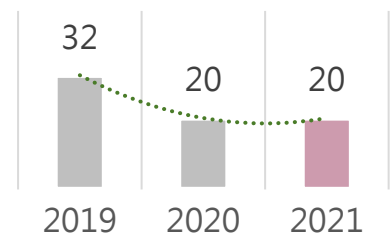
➤ 身心障礙及外籍員工人數

年度	身心障礙員工		外籍員工	
2019年	32	2.00%	16	1.00%
2020年	20	1.19%	18	1.07%
2021年	20	1.23%	17	1.04%

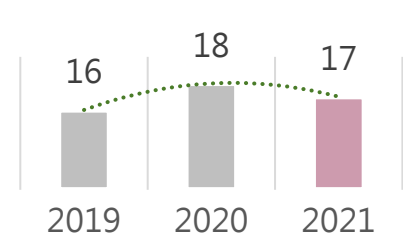
員工性別比



聘用身心障礙人數



外籍員工人數



➤ 員工人數 (依性別及年齡區分)

年度	性別	正職人員 (註)			實習生			總計			
	年齡	男	女	小計	男	女	小計	男	女	合計	佔比
2019年	30歲以下	414	296	710	108	115	223	522	411	933	58%
	31-50歲	307	251	558	-	-	-	307	251	558	35%
	51歲以上	58	54	112	-	-	-	58	54	112	7%
	合計	779	601	1,380	108	115	223	887	716	1,603	100%
2020年	30歲以下	401	281	682	128	158	286	529	439	968	58%
	31-50歲	335	258	593	-	-	-	335	258	593	35%
	51歲以上	63	62	125	-	-	-	63	62	125	7%
	合計	799	601	1,400	128	158	286	927	759	1,686	100%
2021年	30歲以下	324	278	602	127	151	278	451	429	880	54%
	31-50歲	341	271	612	-	-	-	341	271	612	37%
	51歲以上	72	68	140	-	-	-	72	68	140	9%
	合計	737	617	1,354	127	151	278	864	768	1,632	100%

➤ 定期契約員工

年度	女	男	合計	佔員工總數
2019年	39	63	102	6.36%
2020年	64	65	129	7.65%
2021年	39	58	97	5.94%

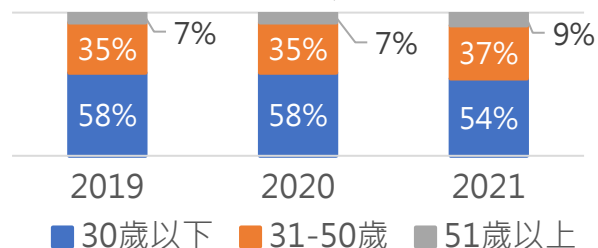
註：正職人員包含定期契約員工，其工作時數及休假同一般正職員工



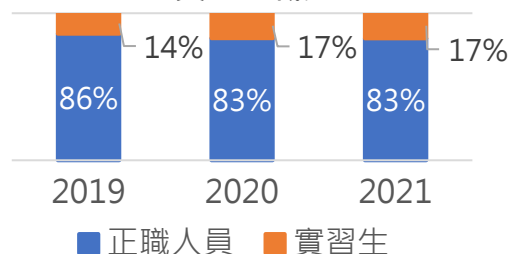
共好共享
co-prosperity



員工年齡比



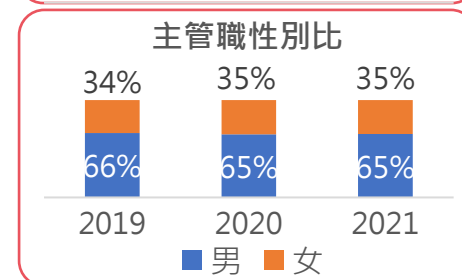
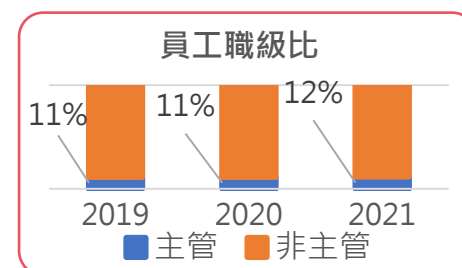
員工正職比



➤ 員工人數(依性別及職級區分)

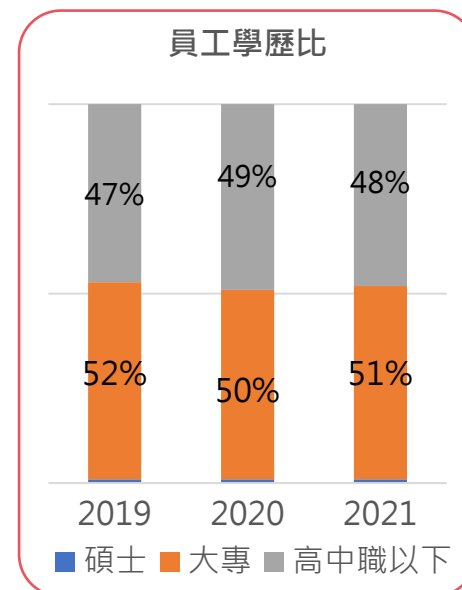
年度	性別 職級	正職人員 (註)			實習生			總計			
		男	女	小計	男	女	小計	男	女	合計	佔比
2019年	主管	119	61	180	-	-	-	119	61	180	11%
	非主管	660	540	1,200	108	115	223	768	655	1,423	89%
	合計	779	601	1,380	108	115	223	887	716	1,603	100%
2020年	主管	123	67	190	-	-	-	123	67	190	11%
	非主管	676	534	1,210	128	158	286	804	692	1,496	89%
	合計	799	601	1,400	128	158	286	927	759	1,686	100%
2021年	主管	125	67	192	-	-	-	125	67	192	12%
	非主管	612	550	1,162	127	151	278	739	701	1,440	88%
	合計	737	617	1,354	127	151	278	864	768	1,632	100%

註: 主管係指副理級(含)以上員工, 2021年有3名外國籍, 其餘189人 (98.44%) 皆為當地人。



➤ 員工人數(依性別及學歷區分)

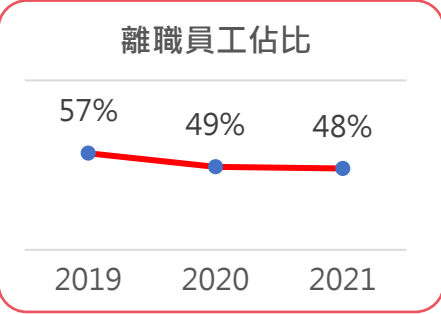
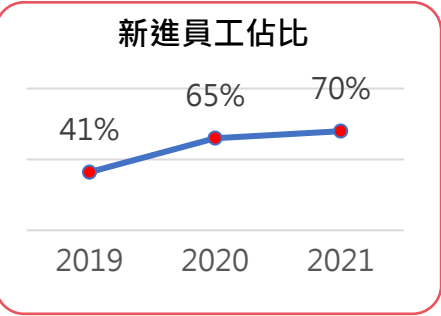
年度	性別 學歷	正職人員 (註)			實習生			總計			
		男	女	小計	男	女	小計	男	女	小計	佔比
2019年	碩士	6	14	20	-	-	-	6	14	20	1%
	大專	373	368	741	49	47	96	422	415	837	52%
	高中職以下	400	219	619	59	68	127	459	287	746	47%
	合計	779	601	1,380	108	115	223	887	716	1,603	100%
2020年	碩士	7	15	22	-	-	-	7	15	22	1%
	大專	83	357	740	39	58	97	422	415	837	50%
	高中職以下	412	226	638	89	100	189	501	326	827	49%
	合計	802	598	1,400	128	158	286	930	756	1,686	100%
2021年	碩士	3	16	19	-	-	-	3	16	19	1%
	大專	367	349	716	44	66	110	411	415	826	51%
	高中職以下	367	252	619	83	85	168	450	337	787	48%
	合計	737	617	1,354	127	151	278	864	768	1,632	100%



新進及離職員工人數統計

漢來美食2021年新進人員佔年底在職人數為70%，與2020年相當，均較2019年高出許多，主要係展店使新進人員需求增加所致；2021年離職人員佔在職人數為48%，與2020年相當，均較2019年減少，主要係新冠疫情期間人員流動率較低，且公司為保障員工生計，並未施行裁員減薪政策。另整體流動率普遍受實習生實習及期滿離職返校或回國影響。2021年離職人員中，自願離職者785人，非自願離職者3人，分別佔年底在職人數48.10%及0.18%。

分類		新進員工						離職員工					
		2019年		2020年		2021年		2019年		2020年		2021年	
		人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
正職人員	男	258	33%	381	48%	392	53%	367	47%	339	42%	285	39%
	女	177	29%	192	32%	361	59%	222	37%	180	30%	143	23%
	小計	435	32%	573	41%	753	56%	589	43%	519	37%	428	32%
實習生	男	108	100%	249	195%	163	128%	171	158%	167	130%	155	122%
	女	114	99%	271	172%	220	146%	161	140%	148	94%	205	136%
	小計	222	100%	520	182%	383	138%	332	149%	315	110%	360	130%
總計		657	41%	1,093	65%	1,136	70%	921	57%	834	49%	788	48%



分類		新進員工						離職員工					
		2019年		2020年		2021年		2019年		2020年		2021年	
		人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
正職人員	30歲以下	291	41%	356	52%	620	39%	394	55%	339	49%	271	45%
	31~50歲	131	23%	201	34%	116	19%	180	32%	161	27%	138	23%
	51歲以上	13	12%	16	13%	17	12%	15	13%	19	15%	19	14%
	小計	435	32%	573	41%	753	56%	589	43%	519	37%	428	32%
實習生	30歲以下	222	100%	520	182%	383	138%	332	149%	315	110%	360	130%
總計		657	41%	1,093	65%	1,136	70%	921	57%	834	49%	788	48%



註：比例指佔該類別年底在職人數佔比。

人才招募

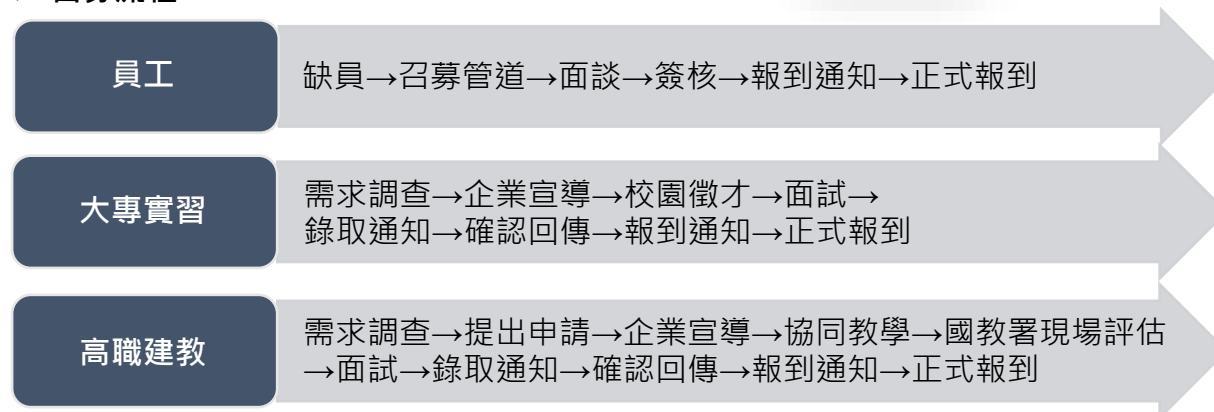
漢來美食以【培育優質人才】做為核心招聘理念，透過多元的管道，積極招募對餐飲有興趣及能力的人才，建立完整培育及升遷制度以因應組織拓展。公司在缺額待補時，以內部晉升或調任為優先，若內部無適當人選、人手不足或需特殊技術或專業知識時，採取對外徵才。2021年共辦理就業宣導45場、學校參訪8場及校園講座21場。

徵才管道主要透過積極投入產學合作建置實習計畫，合作學校涵蓋北中南全台目前共計63家（高職14家及大專49家）。公司為培育及儲備未來人力，讓學生在校期間至公司實習，實習生畢業後可選擇留任，表現優異並以儲備幹部任用，無縫職場接軌，對學生與企業為雙贏合作方案。

➤ 招募管道



➤ 招募流程



2019年~2021年實習生留任率



年度	留任人數	留任率
2019年	23	19%
2020年	34	30%
2021年	22	16%

註：實習生留任比率下降主係學生升學進修規劃及外籍生返國增加所致。

➤ 2021年招募計畫

實習生計畫

實習生計畫

參與人數：383人
頻率：2次/年

漢來美食提供的實習職缺能讓學生在就業前了解職場，快速融入餐飲行列。公司非常重視實習生，除配合學校表揚實習優秀學員，給予餐飲券及實習結業證書外，實習期間並設置實習生輔導人員隨時處理實習生的各項疑難雜症，更透過每半年舉辦一次實習生餐敘，邀請實習生免費享用海港下午茶，邀請實習單位主管及人資列席參與，席間學生可以分享實習期間的甘苦談，主管也可以即時回覆實習生的問題。公司鼓勵實習生留任，留任者除晉升調薪外並加贈名片匣以資紀念。



110年下半年度實習生座談會參與人數

公司別	應到人數	實到人數	回收問卷數	參與率	回收問卷率
高雄	39	38	38	97.4%	97.4%
基隆	23	21	21	91.3%	91.3%
巨港	31	31	31	100.0%	100.0%
台南&台南東區	27	24	23	88.9%	85.2%
台中&台中二區	20	18	18	90.0%	90.0%
桃園	35	34	35	97.1%	100.0%
台北板橋&信義	31	25	27	80.6%	87.1%
台北天母	42	37	37	88.1%	88.1%
台北天母	13	13	13	100.0%	100.0%
合計	9	9	9	100.0%	100.0%
合計	270	250	252	92.6%	93.3%

本館

單位	感謝對象	感謝內容
大廳酒廊	方介倫	遇到困難時總是會好好協助我們，真心覺得很棒的一位主管。
	宋廷祥	感謝他看顧我的努力，雖然我看起來笨笨的，也謝謝他照顧我。
國際會議廳	謝國隆、張永倫	因為我剛來的時候他幫我做很多，不僅會仔細教導我們/耐心教導我很多事。
	張國隆、張永倫	經理都細心教導我們實習生，會很仔細教導我們。
	張國隆、張永倫	一直耐心的教導我們。
	張國隆、張永倫	教我們很多東西/教我們很多東西。
翠園粵菜館	張國隆	教我們很多。
	張國隆	工作忙到不會的時候，問他甚麼問題他都會教我。
	張國隆	教我們很多相關知識。
海鮮精緻大廳	李國華	耐心教導，熱心。
	李國華	因為他會教我們很多東西。

實習生感謝



實習生餐敘



實習生餐敘



實習生餐敘



➤ 2021年招募計畫

青年就業領航計畫

青年就業 領航計畫

參與人數：67 人

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。



青年就業旗艦計畫

青年就業 旗艦計畫

參與人數：9 人

漢來美食全力支持勞動部勞動力發展署政策推行，針對15至29歲缺乏工作經驗或專業技能的青年，辦理先僱後訓的「工作崗位訓練」，提供務實致用的職場訓練及多元就業職缺，以企業資源及實際行動協助青年培育。



大港青年實習媒合計畫

大港青年 實習媒合計畫

參與人數：30人

漢來美食深耕在地回饋高雄，配合高雄市政府青年局推動「大港青年實習媒合計畫」，建立開放且多元的實習平台，聯手高雄各級學校，為青年提供跨領域實習職缺，提升高雄青年學子即戰力與軟實力，養成各領域具核心競爭力的優秀人才！



5.2 薪酬與福利

漢來美食以優於勞基法最低薪資之條件敘薪，內部並建立績效考核制度，在不低於同業平均薪資水準的前提下依員工表現調薪。2021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，統計總調薪人數884人，調薪人數佔比54%，調薪幅度為0.96%~33.33%。

近3年經會計師檢視及核算非擔任主管職務之薪資平均數及薪資中位數結果如表，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。本公司2020年及2021年營業損益分別為淨利161,936千元及淨損66,227千元，本業業績自2020年以來即受COVID-19疫情影響下滑，2021年更受三級警戒禁止內用衝擊。惟為配合穩定就業政策，本公司係透過部分補助以充實營運，甚至調整員工薪資獎金，達到不裁員、不減薪、積極保障員工生計之成果。

非主管職全時員工薪資

	2019	2020	2021	差異
全時員工平均人數(人)	1,249	1,317	1,272	↓ 45
薪資平均數(千元)	535	518	521	↑ 3
薪資中位數(千元)	431	422	438	↑ 16

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

本公司依「經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法」，2020年及2021年取得補助款分別為69,979千元及59,000千元。

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員工（不含臨時工）福利之用。



法定福利

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



福利活動、禮金(獎金)

- ▶ 制服及免費送洗服務。
- ▶ 三節禮金（券）及生日餐飲禮券。
- ▶ 員工旅遊。
- ▶ 員工用餐及購物優惠。
- ▶ 透過StayFun福利平台提供集團員工購物優惠活動。



安全健康

- ▶ 員工因遭受職業災害而致死亡、殘廢、傷害或疾病時，依勞動基準法災害補償規定辦理。
- ▶ 完整的人才培育政策以提升同仁專業能力。
- ▶ 提供員工急難救助。
- ▶ 員工餐廳提供員工方便、衛生、營養及免費的餐點。
- ▶ 員工團體保險（含人壽、醫療、意外）。
- ▶ 員工健康檢查。
- ▶ 設置哺集乳室，提供產後員工良好哺乳環境。
- ▶ 員工關懷與諮商輔導。



權益維護

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



退休制度

➤ 勞工退休金-舊制

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

➤ 勞工退休金-新制

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

單位:新台幣千元

	2019年	2020年	2021年
淨確定福利負債	36,543	35,945	35,785

單位:新台幣千元

	2019年	2020年	2021年
確定提撥計畫	38,312	39,246	40,386

育嬰留停

漢來美食落實育嬰留停，使同仁可以兼顧工作與家庭。

育嬰留停統計	2019			2020			2021		
	女	男	合計	女	男	合計	女	男	合計
享有育嬰留停資格人數	16	15	31	11	14	25	7	22	29
申請育嬰留停人數	14	1	15	11	3	14	6	7	13
應復職人數(A)	5	1	6	5	2	7	3	1	4
實際復職人數(B)	5	0	5	3	1	4	1	1	2
育嬰留職期滿復職率(B/A)	100%	0%	83%	60%	50%	57%	33%	100%	50%
復職後12個月仍在職人數(C)	0	0	0	5	0	5	3	1	4
復職週年留任率(C/前一年B)	0%	0%	0%	100%	0%	100%	100%	100%	100%

註：享有育嬰留停資格人數為提出申請產假及陪產假之人數。

➤ 申請率

2021年有29人享有育嬰留停資格，共有13位提出申請（6位女性、7位男性），近3年申請率在45%~56%之間。

➤ 復職率

2021年復職率50%，較往年下降，主係近年社會氛圍訴求生活品質使家庭意識抬頭所致。

➤ 留任率

2021及2020年復職同仁，復職12個月均在職，留任率100%。



5.3 勞資溝通與職場安全照護

漢來美食為善盡企業社會責任，保障全體同仁、客戶及利害關係人之基本人權並遵循《聯合國世界人權宣言》、《聯合國全球盟約》之原則與精神及《聯合國國際勞動組織》等國際人權公約所揭櫫之原則，尊重國際公認之基本人權，包括關懷弱勢族群、消除僱傭與就業歧視等，並恪守公司所在地之勞動相關法規。本公司已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，並持續提升與改善人權相關議題之管理。

人權政策

具體管理方案



提供公平的工作環境

致力維護薪資與升遷機會等管理機制的公平性，並確保同仁不因社經地位、年齡、婚姻、家庭狀況、語言、宗教、黨派、國籍、容貌、五官、身心障礙等，遭受任何歧視、騷擾或任何不公平之對待。



保障及關心弱勢族群

支持身心障礙人士就業，建立管道雇用身心障礙朋友，並依台灣地區法令規範之聘用規定，提供相對之工作機會。並善盡社會責任，每年辦理慈善活動以關心弱勢族群。



建構健康安全職場

為避免餐飲工作潛在的健康安全風險，定期檢視員工健康安全，遵守適用的安全健康相關法律、命令及嚴格的內部規定。透過解決已識別的事故、人身傷害或健康風險，提供及維持安全、健康、具生產力的工作場所，並依辨識結果進行改善計畫。



建立勞資協商機制

建立溝通管道，並定期召開勞資會議確保勞資雙方權益。



資訊安全及隱私保護

為充分保障員工、客戶及所有利害關係人之隱私權，建置完善之資訊安全管理機制並遵循嚴格的管控規範與防護措施。



職場安全方面

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



健康照護方面

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



申訴管道及處理機制

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



評估溝通及風險減緩措施

漢來美食除制定人權政策及具體管理方案外，並建立職場安全及照護等相關機制，舉辦會議、講座及教育訓練等作為評估溝通及風險減緩措施。

人權議題	➢ 工作時數與工資
評估/溝通管道	➢ 勞資會議(每季)
減緩措施	➢ 漢來美食本於勞資和諧之理念，建立良好互動及雙向溝通機制，每季定期舉辦勞資會議，2021年勞資會議決議及事項包含：
2021/2/1	1.春節期間人力出勤法令提醒 2.禁止工作場所職場暴力 3.特休遞延管理規則
2021/4/6	1.工作規則修訂
2021/6/7	1.疫情期間協商員工休假事宜
2021/9/6	1.高職建教專法條文(110.06.16)修正重點
2021/12/2	1.111年4週工時區間與休假天數 2.111度基本工資調整說明

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

2021年新進員工共計580人(300小時)完成該課程。另外針對在職員工共辦理22場次職場不法侵害預防教育訓練課程計1,171人(585小時)參加，總訓練時數為885小時，受訓人數減除離職人數788人後佔年底員工人數59%。比例下降主係線上課程受系統轉換調整減少辦理所致。

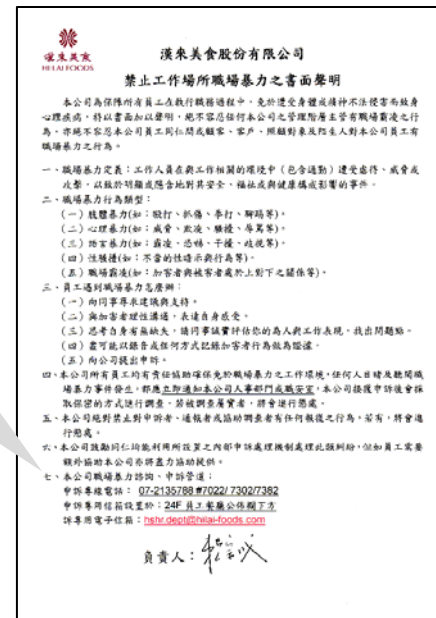
七、本公司職場暴力諮詢、申訴管道：

申訴專線電話：[07-2135788 #7022/ 7302/7382](tel:07-2135788#7022/7302/7382)

申訴專用信箱設置於：[24F 員工餐廳公佈欄下方](#)

訴專用電子信箱：hshr.dept@hilai-foods.com

2021年內部職場暴力申訴案件共3件，皆已進行調查並協調溝通及處置，並將處理情形及結果通知申訴人。



職業安全衛生管理系統

漢來美食重視職場安全衛生，已建構職業安全及健康照護體系，因各據點規模未達職業安全衛生管理辦法12-2條規定，是以目前係由職安室依職業安全衛生管理辦法12-1條，依「職業安全衛生管理規章」及每年編定「職業安全衛生管理計畫」進行職業安全衛生管理，適用全台營運範圍內符合職業安全衛生法定義之所有工作者，並視法令現況及公司運作情形不定期更新。為使職業安全衛生管理更加完善，公司預計2022年導入ISO45001管理系統，相關工作將從系統文件建立、教育訓練等展開，並排定第四季正式驗證。

人權議題	➤ 工作環境安全及健康
評估/溝通管道1	➤ 職業安全衛生委員會議(每季)
減緩措施	➤ 漢來美食依「職業安全衛生管理辦法」第 11 條規定，由勞資共同組成正式的職業安全衛生委員會。2021年委員中工作者層級共43人；董事長（雇主）為主任委員，總經理為副主任委員，每季召開職業安全衛生委員會議，會議內容包括新修法規之推行、各分公司常見缺失、設備危險性及職業災害案件等，進行相關改善討論及決議。
評估/溝通管道2	➤ 職業安全衛生查核(定期及不定期)
減緩措施	➤ 職安室依「職業安全衛生法」制訂職業安全衛生查核制度，不定期至各分公司依八大項目進行職業安全衛生查核，依當次缺失情形給予評核，分為三級由優至劣為A、B、C，各等級採行措施如下表，另外針對B、C級嚴重缺失項目列報於職業安全衛生委員會中共同討論，避免相同問題再次發生。

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

	2019	2020	2021
委員會總人數	40	45	45
委員會中工作者人數	38	43	43
工作者佔比	95%	96%	96%



【全台】作業環境監測



評估/溝通管道3

減緩措施

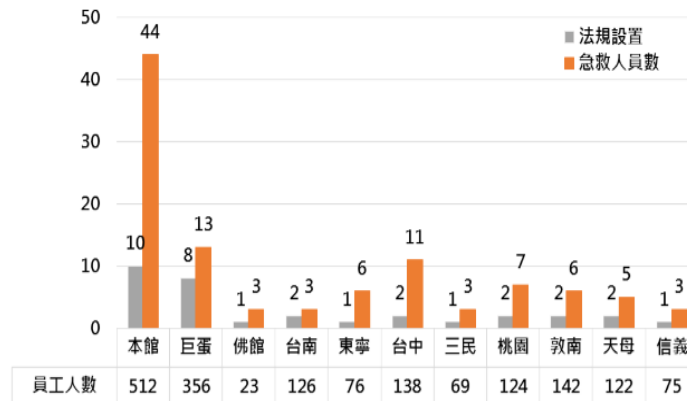
- 職業安全衛生教育訓練(不定期)
 - 為提升新進人員對於餐飲行業相關職業安全衛生相關敏感度，除對新進人員進行職前安全衛生教育訓練、在職人員並需於規定時間內接受完整職場安全教育訓練並接受考核；另不定期針對高風險危害事項進行教育訓練及宣導。
 - 特殊職類如職業安全衛生管理人員、甲種職業安全衛生業務主管、急救及小型鍋爐操作人員等，每年派至勞動部合格訓練機構進行複訓，以維持各種子人員對新修法規之新知及遇緊急狀況時之應變處理能力。
- 2021年全台辦理在職人員職業安全衛生教育訓練課程，包括職業安全衛生講座及在職人員職場安全教育訓練共34場次，共1,232人次參與，總時數31小時。
 - 在職員工職場安全衛生教育訓練由各店店長及職業安全衛生管理人員執行，其內容包含：
 - 1.職業安全衛生有關法規概要
 - 2.職業安全衛生工作守則
 - 3.危害性化學品標示及安全資料表
 - 4.餐飲業從業人員常見的危害及預防
 - 5.避難逃生及緊急救護流程
 - 6.母性健康保護及健康促進
 - 7.防火安全教育等。
 - 2021年職業安全衛生管理人員複訓共5人、甲種職業安全衛生業務主管初訓/複訓共9人、急救人員初訓/複訓共87人及小型鍋爐操作人員初訓/複訓共9人，上述派訓頻率皆優於法令規定，使各特殊職類員工能夠每年吸收最新專業新知，並回饋於公司及顧客；其中急救人員設置數量優於法令規定之要求，詳細統計如下圖。



【巨蛋】安全衛生教育訓練



2021年全台急救人員設置比較



評估/溝通管道4

減緩措施

➤ 健康檢查(每年)及健康服務管理(定期)

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

➤ 2021年度健康檢查 共1,241人參與

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



➤ 2021年度健康管理計畫 共187人參與

以we-care健康管理系統及伊克西曼健康管理系統，分析員工健康檢查結果，篩選異常者給予健康諮詢並安排複檢，以提供個人化健康指導及管理。

大腸癌潛血篩檢：

針對大腸癌潛血篩檢與阮綜合醫院配合辦理免費及自費篩檢，並擴大開放員工眷屬參加，共計121人參加。

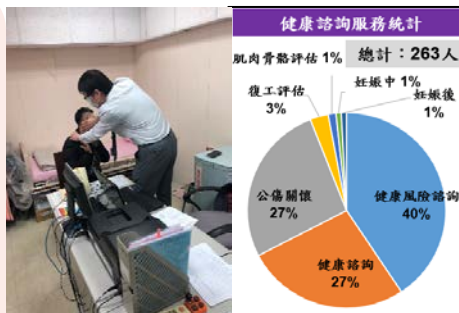


乳房攝影、子宮頸抹片篩檢：

由公司職護與愛汝診所，協助符合國健局免費篩檢女性員工由職護預約辦理癌症篩檢作業，並進行追蹤管理。乳癌篩檢11人參加、子宮頸癌篩檢23人參加。

➤ 2021年臨場健康服務管理 共135場次，435件

勞工健康臨場服務135場次含職護99場次及醫師36場次；件數共435件，包含員工健康諮詢165件、異常工作負荷疾病預防諮詢104件、復工評估21件、妊娠中、分娩後評估11件、肌肉骨骼不適19件及其他健康問題115件。對於風險較高員工由職病科醫師進行諮詢，後續由專任職護進行追蹤、訪視及管理，若員工因職醫建議需進一步調整職務或工作內容則轉由單位主管、職安人員及人資等部門協助辦理。



➤ 哺集乳室及衛教諮詢

2021年哺(集)乳室共計使用47次。漢來美食推行職場母性保護計畫，提供產後同仁友善工作環境，設置哺(集)乳室提供免費母乳袋、存放母乳專用冰箱，員工使用時由護理人員陪伴外並提供哺餵母乳相關衛教、諮詢服務，以支持產後同仁心理及生理健康，並依推行狀況進行改善，朝健康職場邁進。



評估/溝通管道5

減緩措施

➤ 健康促進講座/活動(視需求)

➤ 每年推行及運作四大計畫，分別進行職場不法侵害預防、人因性肌肉骨骼危害預防、異常工作負荷疾病預防及母性健康保護等，對於異常事件由職病科醫師及專任職護、職安人員及各單位主管等，進行後續追蹤、訪視及管理。活動或講座辦理時以提供有獎徵答禮品提升參與動機及課堂參與度；或邀請外聘講師辦理健康促進講座增進員工健康知能，進而提升其健康生活型態，此外並參與衛生福利部辦理之健康職場促進標章認證，以推動並建立健康的工作環境。

➤ 2021年共辦理健康促進活動3場及講座4場

1. 參加南區健康職場推動中心「有疫健康給力」活動，87家企業排名第13名
2. 與衛生局合作辦理2場「戒菸、戒檳健康就贏」講座，共72人參加
3. 邀請外聘講師辦理「職場激勵與正向舒壓」講座，共33人參加
4. 「外傷處置」講座，教導並實作正確外傷處置方法，共30人參加



➤ 參加衛生局辦理之健康職場認證計畫

2020年獲得健康啟動標章；2021年獲得健康促進標章。持續向績優健康職場邁進。

➤ 每季由醫護室撰寫『健康新知情報站』

以簡單圖文並茂方式提供清楚之健康管理知識，並公告於佈告欄。



評估/溝通管道6

減緩措施

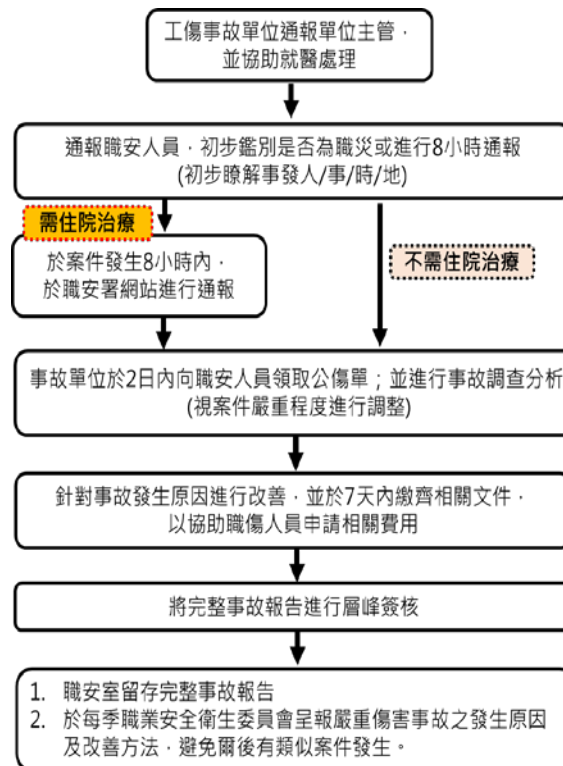
➤ 承攬商管理、職業傷害通報

➤ 為防止各分公司承攬廠商進行維修業務時發生重大事故，各承攬人員於入場前必須填寫施工名冊及危害告知單方可進場，且進場維修時需指派一位主管擔任現場監督人員；另外，若進行大型改裝或拓店作業時，則與相關承攬商召開共同協議組織會議並簽訂承攬商駐場施工安全衛生規範，2019~2021年辦理之協議組織會議分別有10場、14場及15場。

- 為使全體人員於安全環境及設備下作業，職安室依不同據點規劃緊急避難逃生流程公告周知，並配合政府補助資源加裝安全防捲夾防護設備，110年起並將設備運作列入職業安全衛生查核項目中，以確保其運作有效性。
- 為職業安全及災害發生時能由下至上快速反應考量，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之實施。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；而員工也可依工作守則進行緊急應變並注意自身安全。



職業傷害通報流程



高雄分公司 避難逃生流程



員工發生職業災害需住院 8小時網路通報流程

1. 職災發生時由店長通知各轄區職安人員
【高雄分公司→安普師 0973-731-085】
【巨漢分公司→安普師 0973-731-087】
【其他分公司→職安室 0921-256-590】
安普師 0973-731-082
2. 決定通報與否
高雄、巨漢分公司→請示副總
其他分公司→請示各店長
需通報時，搜尋關鍵字「8小時職災通報」
3. 負責填寫職災申報資料人員
高雄、巨漢分公司：轄區職安人員
其他分公司：各店甲畢職安人員
4. 填入完成後，儲存列印表單並回傳總公司，通報流程即完成



職業傷害

2021年度漢來美食共有6人因公務受傷，以交通事故為多。關於員工因公務受傷，漢來美食給予員工符合法定標準的工傷假，同時協助員工辦理勞保職災理賠，此外並統計所有受傷人數及時數，以便管理職災工傷情形，並透過職業安全教育與交通安全教育宣導提醒，竭力控管並降低職業災害率。

近年工作事故統計

全公司	職業災害		總工作時數	損失工作日數	工傷總數	缺勤總天數	工傷率	缺勤率	損失工作日比
	受傷人數	死亡人數							
2019年	6	0	3,429,847	286	6	2,060.10	0.35	992.40	16.68
2020年	12	0	3,172,262	492	12	3,090.56	0.76	1467.33	31.02
2021年	9	0	3,381,524	346	9	4,770.10	0.53	2347.68	20.46

2021年工傷類別與改善說明：跌倒2件、切割1件、燒燙5件、碰撞1件。

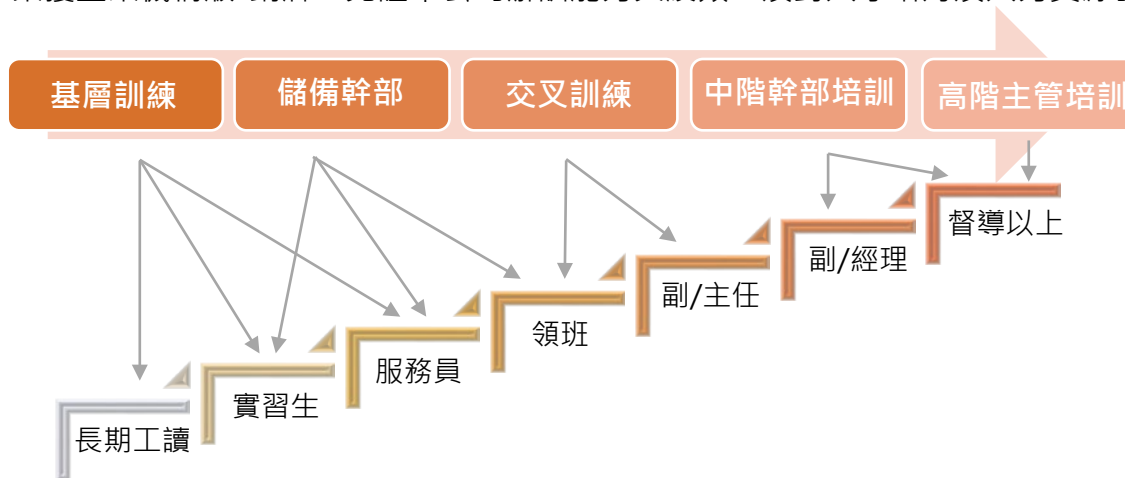
說明：

- ▶ 公傷事故種類及嚴重分級之定義，皆依職業安全衛生署公告發布內容進行分類。
- ▶ 供應商及承攬商作業型態多為短時間、短期作業，難以詳實記載其工時因此未列入職業傷害統計中。
- ▶ 缺勤率計算依據為員工因失去勞動能力而缺勤，不限於工作傷害或疾病。不包括經核准的假期，如節慶假日、受訓、產假/陪產假和喪假。
- ▶ 損失工作日數指勞動者因職業事故或職業疾病而不能從事日常工作「損失」的時間「日數」。
- ▶ 員工職業病的認定係經醫院職業醫學科專業醫生診斷。
- ▶ 上表各欄計算公式說明如下，須包含正式與非正式員工：
 1. 工傷率 = 工傷總數 / 總工作時數 x 200,000
 2. 總工作時數 = 總工作員工數 x 每日工作時數 x 一年實際工作天數
 3. 缺勤率 = 總缺勤天數 / 總工作天數 x 200,000
 4. 損失工作日比 = 工傷損失天數 / 總工時 * 200,000
- ▶ 漢來美食 2019 年 ~ 2021 年無職業病發生及未有員工及工作者因公死亡之情事。

5.4 人才培育

培訓理念

漢來美食本著永續經營的理念，為餐飲品牌發展、市場定位及持續擴充新據點的人才需求，以「注入專業優質人才、維持公司服務品質水準，並使幹部層及接班得以傳承延續」作為人才培育計畫之重點，人才培育計畫與接班計畫並列為人資部年度重點工作。2021年參加勞動部勞動力發展署制定的TTQS人才品質發展系統認證，榮獲企業機構版-銅牌，見證本公司辦訓能力與績效，及對人才培育及人力資源發展的重視。



品牌培訓課程_極緻服務與品牌建構



品牌培訓課程_團隊協作、團隊溝通及顧客溝通



專題訓練_致勝外送贏家學



培訓目標

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，亦透過外聘講師、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。

店長培訓



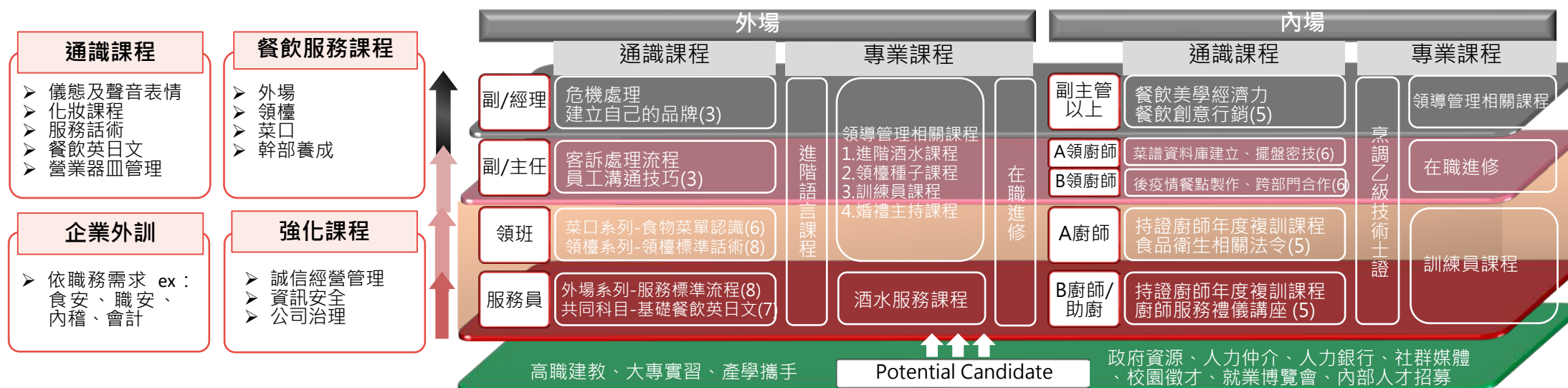
外場主管培訓



廚師培訓



員工儀態訓練



米其林專業課程

漢來美食自2015年取得香港米其林餐廳名人坊的代理權，近年已陸續展店台南、台中及台北，公司願景即是在自有品牌中發展出米其林餐廳。2016年起每年禮聘國際知名主廚或米其林餐廳主廚到店舉辦美食節活動及交流廚藝，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。

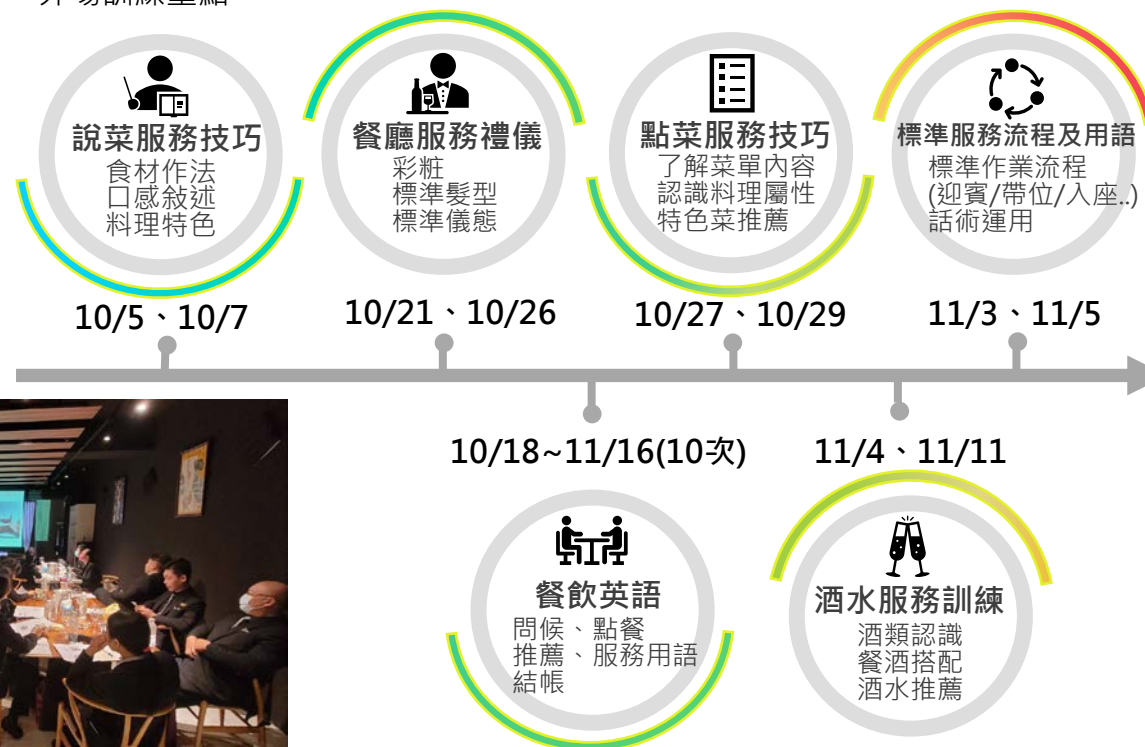
2018年世界美食評鑑「米其林指南」正式進入台灣，目前台北、台中及高雄已被納入評鑑體系，其評鑑標準不光只是餐點，還有整體的服務、環境與各項用餐細節等，獲得星級評鑑的餐廳可發揮集客、提升內部廚藝及增加業績之高效益。2021年漢來美食針對旗下可能受到米其林評鑑之餐廳，加強相關訓練課程，完成訓練後並進行考評，總計23堂課程參與人次581人(1,396小時)，期以不斷優化廚藝、服務品質及提升用餐環境，獲得米其林星級評鑑的青睞。

➤ 2021年米其林課程

內場訓練重點

項目	重點
使用材料及產品品質	食材新鮮度/當季食材/衛生及安全
烹調技術及才能	手做料理/創意料理/忌半成品
菜餚的特性	味道一致性/品質穩定性/料理呈現方式
菜單的平衡性	菜單安排協調性
食物價值(CP值)	物有所值

外場訓練重點

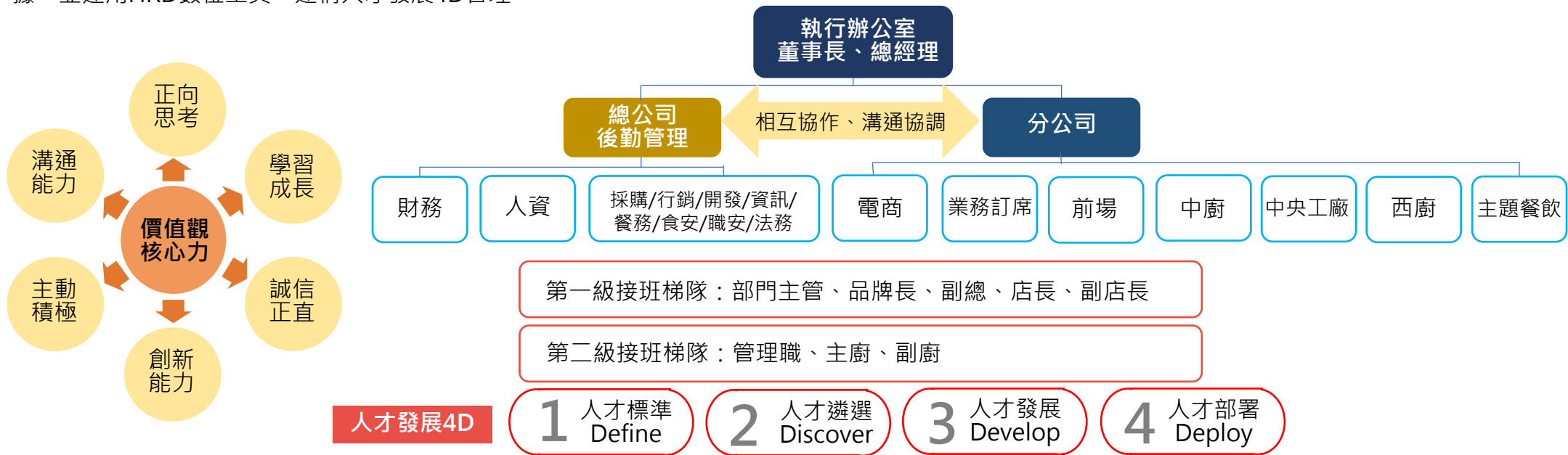


2021年投入教育總受訓時數8,354小時，平均受訓時數6.17小時；投入教育訓練經費675 仟元，較2020年減少43 %。

	2019年	2020年	2021年		2019年			2020年			2021年		
教育訓練經費 (仟元)	671	1,179	675	主管	女性	男性	平均	女性	男性	平均	女性	男性	平均
總受訓時數 (時)	17,173	14,856	8,354	非主管	14.81	11.89	12.88	9.19	8.61	8.82	6.24	5.96	6.06
平均受訓時數 (時)	10.71	8.81	6.17	平均	10.52	10.37	10.44	9.00	8.65	8.81	6.19	6.19	6.19
					10.89	10.57	10.71	9.02	8.64	8.81	6.20	6.15	6.17

接班規劃

漢來美食著重於人才庫之培養，發掘高度潛力之員工，設有完善教育訓練制度及升遷管道，提供持續精進及發展機會，以因應未來重要管理階層接班需求。在規劃接班計畫中，接班人除了具有專業能力及卓越的工作績效表現外，價值觀及核心職能更必須與公司一致。目前規劃重要管理階層為協理、督導、店長、品牌長、總經理等正 / 副職級，再由其中培養重點接班人。此外公司按組織分層配置，各部門設有高階及中階主管，適時培養中階主管作為高階主管之職務代理人。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，考核結果作為接班人計劃參考依據，並運用HRD數位工具，建構人才發展4D管理。



績效考核

漢來美食鼓勵員工提升自我能力，除公司內部訓練外，亦可參加外部訓練，受訓資料由人資部登錄於個人訓練紀錄表，有助了解員工訓練歷程，並列入年終考績評核。考核機制除檢核同仁績效、激發同仁潛力及自我成長外，並有助提升管理效率及員工的積極度。

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



附錄-GRI 索引表(1)

全球永續性報告指標GRI Standards對照表

一般標準揭露

GRI準則	揭露項目標題		頁碼	章節	註解
GRI 102 一般揭露 2016	組織概況				
	102-01	組織名稱	23	1.1 公司簡介	
	102-02	活動、品牌、產品與服務	24	1.1 公司簡介	
	102-03	總部位置	23	1.1 公司簡介	
	102-04	營運據點	26	1.1 公司簡介	
	102-05	所有權與法律形式	03	關於本報告書	
	102-06	提供服務的市場	26	1.1 公司簡介	
	102-07	組織規模	23	1.1 公司簡介	
	102-08	員工與其他工作者的資訊	84-87	5.1 人力資源概況	
	102-09	供應鏈	45-47	2.1 供應鏈管理	
	102-10	組織與其供應鏈的重大改變	-	-	無重大變化
	102-11	預警原則或方針	37-40	1.4 風險管理	
	102-12	外部倡議	-	-	無簽署相關倡議
	102-13	公協會的會員資格	28	1.1 公司簡介	
	策略				
	102-14	決策者的聲明	4-5	經營者的話	
	102-15	關鍵衝擊、風險及機會	12-15	重大主題鑑別與管理	
			37-40	1.4 風險管理	
			76-77	4.3 氣候變遷與能資源管理	
	倫理與誠信				
102-16	價值、原則、標準及行為規範	30.36	1.2 公司治理		
治理					
102-18	治理結構	30	1.2 公司治理		



附錄-GRI 索引表(2)

全球永續性報告指標GRI Standards對照表

一般標準揭露

GRI準則	揭露項目標題		頁碼	章節	註解
GRI 102 一般揭露 2016	治理				
	102-24	最高治理單位的提名與遴選	30	1.2 公司治理	
	102-27	最高治理單位的群體智識	31	1.2 公司治理	
	102-28	最高治理單位的績效評估	32	1.2 公司治理	
	利害關係人溝通				
	102-40	利害關係人群體	8	利害關係人溝通與鑑別	
	102-41	團體協約	-	-	目前無集體協商協定
	102-42	鑑別與選擇利害關係人	8	利害關係人溝通與鑑別	
	102-43	與利害關係人溝通的方針	9-11	利害關係人溝通與鑑別	
	102-44	提出之關鍵主題與關注事項	12-15	重大主題鑑別與管理	
	報導實務				
	102-45	合併財務報表中所包含的實體	3	關於報告書	
	102-46	界定報告書內容與主題邊界	12-15	重大主題鑑別與管理	
	102-47	重大主題表列	12-15	重大主題鑑別與管理	
	102-48	資訊重編	-	-	無資訊重編之情事
	102-49	報導改變	-	-	本年度無報導改變之情事
	102-50	報導期間	3	關於報告書	
	102-51	上一次報告書的日期	3	關於報告書	
	102-52	報導週期	3	關於報告書	
	102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	3	關於報告書	
	102-54	依循GRI準則報導的宣告	3	關於報告書	
	102-55	GRI內容索引	106-111	附錄-GRI索引表	
	102-56	外部保證/確信	113	會計師有限確信報告	



附錄-GRI 索引表(3)

全球永續性報告指標GRI Standards對照表

特定標準揭露

重大主題					
GRI準則		揭露項目標題	頁碼	章節	備註/省略理由
經濟面					
GRI103 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	12-15	重大主題鑑別與管理	
	103-2	管理方針及其要素	12-15	重大主題鑑別與管理	
	103-3	管理方針的評估	12-15	重大主題鑑別與管理	
GRI201 經濟績效 2016	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	42	1.5 經濟績效	
	201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	92	5.2 薪酬與福利	
	201-4	取自政府之財務補助	43	1.5 經濟績效	
GRI202 市場地位 2016	202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	86	5.1 人力資源概況	
GRI 204 採購實務 2016	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	45	2.1 供應鏈管理	
GRI205 反貪腐 2016	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	36	1.2 公司治理	

附錄-GRI 索引表(4)

全球永續性報告指標GRI Standards對照表

特定標準揭露

重大主題					
GRI準則		揭露項目標題	頁碼	章節	備註/省略理由
環境面					
GRI103 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	12-15	重大主題鑑別與管理	
	103-2	管理方針及其要素	12-15	重大主題鑑別與管理	
	103-3	管理方針的評估	12-15	重大主題鑑別與管理	
GRI 302 能源 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	76-79	4.3 氣候變遷與能資源管理	
	302-3	能源密集度	76-79	4.3 氣候變遷與能資源管理	
GRI 305 排放 2016	305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	79	4.3 氣候變遷與能資源管理	
	305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	79	4.3 氣候變遷與能資源管理	
GRI 306 廢棄物 2020	306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	80-82	4.4 廢棄物管理	
	306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	80-82	4.4 廢棄物管理	
	306-3	廢棄物的產生	80-82	4.4 廢棄物管理	
GRI 307 有關環境保護的法規遵循 2016	307-1	違反環保法規	37	1.3 法規遵循	
GRI308 供應商環境評估 2016	308-1	採用環境標準篩選新供應商	45	2.1 供應鏈管理	
	308-2	供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動	45-47	2.1 供應鏈管理	

附錄-GRI 索引表(5)

全球永續性報告指標GRI Standards對照表

特定標準揭露

重大主題					
GRI準則		揭露項目標題	頁碼	章節	備註/省略理由
社會面					
GRI103 管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	12-15	重大主題鑑別與管理	
	103-2	管理方針及其要素	12-15	重大主題鑑別與管理	
	103-3	管理方針的評估	12-15	重大主題鑑別與管理	
GRI401 勞雇關係 2016	401-1	新進員工和離職員工	87	5.1 人力資源概況	
	401-2	提供全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	91	5.2 薪酬與福利	
	401-3	育嬰假	92	5.2 薪酬與福利	
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-1	職業安全衛生管理系統	95-100	5.3 勞資溝通與職場安全照護	
	403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	95.99-100	5.3 勞資溝通與職場安全照護	
	403-3	職業健康服務	97	5.3 勞資溝通與職場安全照護	
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	94-95	5.3 勞資溝通與職場安全照護	
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	96	5.3 勞資溝通與職場安全照護	
	403-6	工作者健康促進	98	5.3 勞資溝通與職場安全照護	
	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	99	5.3 勞資溝通與職場安全照護	
	403-9	職業傷害	100	5.3 勞資溝通與職場安全照護	
GRI 404 訓練與教育 2016	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	104	5.4 人才培育	
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	105	5.4 人才培育	
GRI 405 員工多元化與平等機會 2016	405-1	治理單位與員工的多元化	31 84-86	1.2 公司治理 5.1 人力資源概況	



附錄-GRI 索引表(6)

全球永續性報告指標GRI Standards對照表

特定標準揭露

重大主題					
GRI準則		揭露項目標題	頁碼	章節	備註/省略理由
社會面					
GRI 406 不歧視 2016	406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	36	1.2 公司治理	
GRI412 人權評估 2016	412-2	人權政策或程序的員工訓練	93-94	5.3 勞資溝通與職場安全照護	
GRI414 供應商社會評估 2016	414-1	使用社會標準篩選之新供應商	45	2.1 供應鏈管理	
	414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	45-47	2.1 供應鏈管理	
GRI 416 顧客健康與安全 2016	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	48	2.2 食安及溯源管理	
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	37	1.3 法規遵循	
GRI 417 行銷與標示 2016	417-1	產品與服務資訊與標示的要求	60	2.4 產品與服務標示	
	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	37	1.3 法規遵循	
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	37	1.3 法規遵循	
GRI 418 客戶隱私 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	69	3.3 客戶資訊保護	
GRI 419 社會經濟法規遵循 2016	419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	37	1.3 法規遵循	



SASB指標索引表

揭露主題	指標代碼	指標	對應章節	頁碼
能源管理	FB-RN-130a.1	(1)總能源消耗，(2)來自電網的比例，(3)來自再生能源的比例	4.3 氣候變遷與能資源管理	78
水管理	FB-RN-140a.1	(1)總取水量，(2)總耗水量以及在高度水資源壓力的區域中取水比例	4.3 氣候變遷與能資源管理	79
食品、包材與廢棄物管理	FB-RN-150a.1	(1)廢棄物總量，(2)食物廢棄物比例，以及(3)廢棄物再回收、處理比例	4.4 廢棄物管理	80-82
食品安全	FB-RN-250a.1	(1)由食品安全監督機構檢查的餐廳百分比，(2)受到嚴重違規的餐廳比例	2.2 食安及溯源管理	48-58
	FB-RN-250a.2	(1)產品回收的事件數量以及(2)產品回收的總數	1.3 法規遵循 1.4 風險管理 2.1 供應鏈管理	37 41 50
勞動實踐	FB-RN-310a.1	(1)自願離職率及(2)非自願離職率	5.1 人力資源概況	87
	FB-RN-310a.3	(1)違反勞動相關法規的損失總金額以及(2)違反就業歧視相關法規的損失總金額	本年度無此情事	-
供應鏈管理及食品採購	FB-RN-430a.1	(1)採購符合環境或社會標準的食材比例以及(2)採購符合第三方認證的環境或社會標準的食材比例	2.1 供應鏈管理 4.2 環境理念	45 74
餐廳規模	FB-RN-000.A	(1)公司自有及(2)特許經營的餐廳數量	1.1 公司簡介	24
	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	24

作業辦法第四條要求加強揭露項目

No.	內容	對應章節	頁碼
1	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比。	2.2 食安及溯源管理	48-52
2	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。	1.3 法規遵循	37
3	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分。	4.2 環境理念	75
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	56
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	46-47
6	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占有所有產品之百分比。	2.2 食安及溯源管理	49
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	54
8	企業非擔任主管職務之全時員工人數、非擔任主管職務之全時員工薪資平均數及中位數，及前三者與前一年度之差異。	5.2 薪酬與福利	91
9	企業對氣候相關風險與機會之治理情況、實際及潛在與氣候相關之衝擊、如何鑑別、評估與管理氣候相關風險及用於評估與管理氣候相關議題之指標與目標。	1.4 風險管理 4.3 氣候變遷與能資源管理	37-38 75-76

會計師有限確信報告

Deloitte.

勤業眾信

勤業眾信聯合會計師事務所
11073 台北市信義區松仁路100號20樓

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

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

會計師有限確信報告

漢來美食股份有限公司 公鑒：

漢來美食股份有限公司民國 110 年度永續報告書，業經本會計師針對所選定之標的資訊執行確信程序竣事，並出具有限確信報告。本次執行確信程序之標的資訊請詳附件一「確信項目彙總表」。

管理階層對永續報告書之責任

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

會計師對永續報告書執行確信程序之責任

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

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

- 取得及閱讀永續報告書；
- 訪談管理階層及相關人員，以瞭解公司編製永續報告書有關政策及程序；
- 訪談相關人員了解所選定標的資訊產生之流程、內部控制及資訊系統；
- 分析及以抽查方式測試標的資訊相關文件及紀錄。

先天限制

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

獨立性及品質管制遵循聲明

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

確信結論

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現漢來美食股份有限公司民國 110 年度永續報告書中所選定之標的資訊在所有重大方面有未遵循其衡量基準暨財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」、全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布之 GRI 準則（GRI Standards）及依行業特性參採其他適用之準則之情事。

其他事項

本確信報告出具後，貴公司對任何確信標的或適用基準之變更，本會計師將不負該等資訊重新執行確信工作之責任。

勤業眾信聯合會計師事務所

會計師 方 涵 妮

方涵妮



中 華 民 國 111 年 7 月 29 日

附件一

確信項目彙總表

編號	確信項目（財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」）	指標敘述	對應章節	衡量基準
1	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一款第一目	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比。	2.2 食安及溯源管理	針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度進行評估與改進所影響之主要產品類別與服務類別與百分比。
2	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一款第二目	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。	1.3 法規遵循	違反食品安全衛生管理相關法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。
3	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一款第三目	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分。	4.2 環境理念	採購符合國際認可之產品責任標準者之採購占當年度總採購金額之百分比。
4	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一款第四目	經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。	2.2 食安及溯源管理	經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品營收占當年度總產品營收之百分比。
5	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一款第五目	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	2.1 供應商管理	對供應商進行書面評鑑和實地評鑑之家數及百分比、稽核項目及結果。
6	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一款第六目	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比。	2.2 食安及溯源管理	產品追溯追蹤管理之產品採購金額占所有原物料採購金額之百分比。
7	財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一款第七目	依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比。	2.2 食安及溯源管理	食品安全實驗室設置、檢驗項目與結果、實驗室相關支出金額及其占營業收入淨額之百分比。

