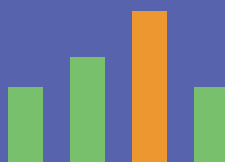




HeySong



114 年度 永續報告書 Sustainability Report

CONTENTS

目錄

1 關於報告書

1.1 報告書基本資料	4
1.2 董事長的話	5
1.3 114 年營運亮點績效與肯定	6
1.4 永續管理	7

5 歡樂環境

5.1 員工發展與照顧	70
5.2 社會共榮	93

2 公司治理

2.1 組織概況	14
2.2 治理單位及薪酬政策	22
2.3 法規遵循	34

6 環境永續

6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理	105
6.2 物料與能源管理	113
6.3 水資源管理	118
6.4 廢棄物管理	120
6.5 降低產品及營運衝擊	122

3 重大議題及利害關係人

3.1 衝擊鑑別評估及重大議題確認	37
3.2 利害關係人溝通	45

7 附錄

7.1 GRI 內容索引表	131
7.2 上市公司編製與申報永續報告書作業辦法	135
7.3 永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標	136
7.4 TCFD 氣候相關資訊及指標對照表	139
7.5 會計師有限確信報告	140

4 安心飲食

4.1 顧客的健康與安全	49
4.2 供應商管理	58
4.3 滿意度調查	67



1.1 報告書基本資料

1.2 董事長的話

1.3 114年營運亮點績效與肯定

1.4 永續管理

1

關於報告書

1.1 報告書基本資料

報告書邊界與資料計算基礎

本報告書邊界以黑松股份有限公司為主，涵蓋台北總公司、中壢廠與斗六廠，未包含合併財務報表之所有子公司。惟部分溫室氣體盤查指標於本期擴大至包含全集團，部分永續績效範圍包含非營利單位黑松教育基金會。

其中財務數據均係引用經勤業眾信聯合會計師事務所查核驗證之財務報告，數據幣值以新台幣計算。ISO 22000 食品安全管理系統、FSSC 22000 食品安全管理系統、ISO 50001 能源管理系統、ISO 9001 品質管理系統、ISO 14064-1 溫室氣體盤查、ISO 45001 職業安全衛生管理系統係經第三方驗證單位認證。

報告書編撰原則與確信

本報告書業經國富浩華聯合會計師事務所依照確信準則公報 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」執行有限確信並出具有限確信報告，符合最新版本 GRI Standards(2021) 以及「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」之標準。確信報告請參閱本報告書附錄。

報導期間與頻率

報導頻率：本公司每年發行一次永續報告書。本期為第 12 期。

報導期間：114 年 1 月 1 日至 114 年 12 月 31 日，並適時補充 115 年最新資訊。報導期間與本公司合併財務報表週期一致。

發行日期：115 年 8 月發行

聯絡方式

如對本報告書有任何建議或疑問，請透過以下方式與我們聯絡：

▶ 黑松股份有限公司

- 聯絡部門：經營企劃室
- 電話：(02) 2706-2191
- 地址：台北市大安區信義路四段296號3樓
- E-mail：<http://www.heysong.com.tw/Contact>



1.2 董事長的話

回顧這一百年的經營歷程，正因為能敏銳洞察臺灣社會關注的議題，並付諸行動，這份主動與超前，是黑松得以穩健向前的根本。面對消費者需求的快速變動、市場競爭與永續轉型趨勢，黑松以三大布局「研發中高齡適飲與無糖飲料」、「跨足酒類實體通路」、「投資綠色生產」回應市場。

在消費者健康需求上，黑松透過配方優化與健康加值技術，提升飲料產品營養價值。在此基礎下，延續本業累積的研發能量，成立黑松生技 H⁺，前瞻布局超高齡社會的健康需求。為回應消費者對成分透明與產品品質的重視，全系列保健產品皆通過國際潔淨驗證，提供消費者健康優質的產品。

在酒品事業上，除持續發揮通路、行銷與產品開發整合優勢，更首度跨足實體通路，開設「黑松酒覓」，突破傳統框架，結合酒類專賣與輕酒吧空間，打造從選酒、品酩到購買的一站式體驗，並獲得業界首見綠裝修黃金級認證，讓消費者安心停留。

啟動永續轉型步伐，制定黑松「環境政策」，辦理 2 場永續教育訓練，並將永續理念融入日常工作。114 年投入逾千萬元完成變頻空壓機更新，精進能源使用效率，中壢廠順利展延綠色工廠標章；同時推動產品綠色設計，推出純料、原色及縮減標籤的寶特瓶黑松沙士、黑松汽水和無瓶標天霖鹼性離子水，提升回收價值。這份長期投入也持續獲得外部肯定，不僅連續 3 年獲商周碳・競爭力 100 強，114 年公司治理評鑑更名列第一級距。

人才發展亦是黑松成長的核心策略之一。黑松落實人權承諾與員工關懷，透過員工滿意度調查傾聽同仁心聲；同時藉由員工人權風險評估及權責單位盤點，作為優化管理制度之依據。面對 AI 浪潮，114 年我們透過同仁自發讀書會與外部講師培訓，強化數位轉型能力，提升工作效率與管理品質。

除了經營上的進展，黑松深知企業與社會共榮的重要性。黑松教育基金會深耕地方環境教育超過 12 年，服務桃園市 40% 國小，協助桃園市連續四年蟬聯全國最多臺美生態學校認證「綠旗」學校的縣市，並陪伴「社子國小」成為該市第一所「永久綠旗」學校！在長期投入下，基金會榮獲環境部頒發「生態學校卓越貢獻獎」，展現企業與學校攜手合作的豐碩成果。

創業 100 週年里程碑也是下一個階段的開始，期許團隊放下慣性並以「黑松元年」的心態歸零出發，把創業精神再拿出來，發揮各種創意，以「安心飲食、健康歡樂、智能營運、友善環境」四大企業願景，穩步邁向永續。



張武堂

1.3 114 年營運亮點績效與肯定

治理面

- 營業收入淨額 80.64 億元，營業利益 **3.81 億元**。
- 榮獲 2025 年 TCSA「**台灣企業永續報告獎**」銀獎。
- 上市公司之公司治理評鑑結果列為 **6% 至 20% (第二級距)**。
- 市值 100 億元以上之非金融電子類之公司治理評鑑結果列為**前 10% (第一級距)**。
- **提前法規要求**，完成集團溫室氣體盤查及查驗，黑松集團類別一及類別二溫室氣體排放 **23,436 噸 CO₂e**。

環境面

- 115 年 5 月製造三場延續取得內政部綠建築銀級標章，115 年 6 月中壢廠完成**綠色工廠標章展延**。
- 全公司每噸產品**碳排放**下降至 **112.9 公斤 CO₂e**，較基準年**減少 5.5%**。
- **綠色採購金額 3.91 億元**，較 113 年增加 6 百萬元。
- **連續 3 年獲獎商周碳 · 競爭力 100 強**。
- 累計至 115 年 2 月共 **16 項產品**取得環境部產品**碳足跡標籤證書**，為**取得最多產品碳足跡標籤之飲料業者**。
- 115 年 4 月後生產之**黑松沙士**和**黑松汽水**塑膠容器產品符合**純料、原色、減標籤**。

社會面

- 114 年**員工滿意度調查 3.7 分**，115 年 6 月**完成人權盡職調查**。
- 投入體育及藝文發展，贊助中華民國大專院校體育總會 UBA 大專籃球聯賽、3X3 籃球錦標賽，長期支持景美女中拔河隊、松山及陽明高中籃球隊等專案，並支持台東縣政府臺灣國際熱氣球嘉年華、桃園市文化基金會桃園電影節及台北市文化基金會台北電影節等活動，累計**逾 2 千萬元**。
- 黑松教育基金會：
 - 榮獲環境部「**生態學校卓越貢獻獎**」。
 - 「綠+校園生態計畫」：
 - 11 所夥伴學校獲得「臺美生態學校認證」最高榮譽「綠旗」認證，使得桃園市連續四年蟬聯最多綠旗的縣市。
 - 夥伴學校新屋區社子國小，成為桃園第一所永久綠旗學校。
 - 「黑松尋·耕課程計畫」：
 - 夥伴學校龍潭區龍源國小，榮獲「114 年度桃園市教學卓越獎」銀桃獎殊榮。
 - 出版《在地環境特色課程設計指南一米食篇》，助學校發展特色課程。

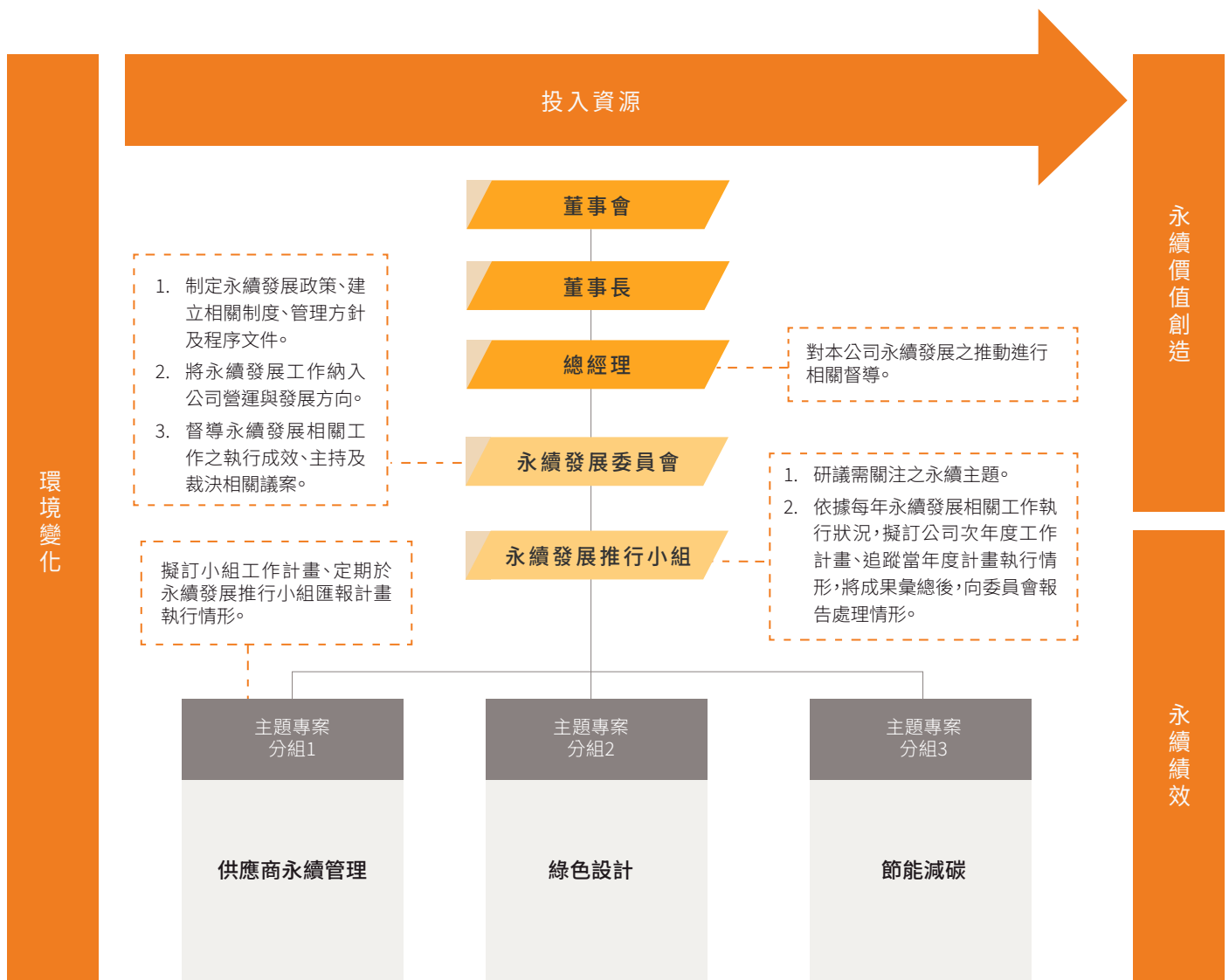
1.4 永續管理

1.4.1 永續發展委員會

黑松於 104 年成立 CSR 委員會，並於 110 年更名為永續發展委員會，為黑松永續發展專責單位，由總經理擔任主任委員，廠處級以上主管與直屬室主管為成員。為落實永續發展業務推動，委員會下設「永續發展推行小組」，並自 114 年起設立「供應商永續管理」、「綠色設計」及「節能減碳」三個專案分組。

「永續發展委員會」負責訂定、檢討永續發展政策、制度與相關管理方針。每年定期召開至少 2 次永續發展會議，審查永續發展年度目標與計畫，督導執行成效，並考量利害關係人關注之議題，依重大性原則，判別與公司營運相關之治理、社會和環境之風險與機會議題，制定相關策略應對。「永續發展推行小組」由相關部門主管組成，負責各項決策之執行，並透過永續發展會議檢視運作方向與執行成效。114 年永續發展委員會共召開 2 次會議，會議議題包含 (1) 永續發展目標執行現況與未來強化執行項目；(2) 利害關係人與重大性議題鑑別及永續報告書揭露內容討論。

黑松每年編寫永續報告書。114 年 8 月 7 日，永續報告書提報董事會討論通過後發行，11 月 11 日向董事會報告當年度執行成果。公司董事會聽取永續發展執行的報告，並檢視相關策略作法及目標執行進展，於必要時予以建議或督促相關單位進行調整。



1.4.2 黑松股份有限公司永續發展政策

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

► 永續發展指引

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

► 永續發展之承諾

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



1.4.3 永續發展價值鏈



1.4.4 永續發展目標與執行進度

黑松以「安心飲食、健康歡樂、智能營運、友善環境」為願景，以「誠實服務」為經營理念走過了一世紀，並且積極朝下一個一百年邁進。為提升同仁對永續發展的基礎認識，公司辦理教育訓練課程，匯集研發、採購、製造、行銷及業務等單位核心成員共 124 位參與。課程中鼓勵同仁從自身職責出發，將永續理念融入日常工作，發掘營運優化的契機；參與學員更於課程實作環節中提出 115 項具體提案，這些創意後續將作為公司深化永續政策與推動專案的重要參考指標。我們呼應聯合國永續發展目標 SDGs，透過訂定黑松在「環境、健康、社會」三面向的永續發展願景，將永續治理的精神融入價值鏈管理的各個環節，自包材使用、生產耗能、廢棄物管理至產品與顧客健康，以更明確且系統性管理持續落實永續經營。

面向	環境	
項次	1	2
119 年 (2030 年) 目標	在類別 1 與類別 2 的範疇下，全公司每噸產品碳排放下降至 104.08 公斤 CO₂e，相較 110 年減少 20%。 說明：基準年 110 年全公司每噸產品碳排放 130.1 公斤 CO₂e。  » 氣候行動 13.2、13.3	全公司水耗用率 (生產每噸產品用水量) 降至 3.74 噸，相較 109 年減少 20%。(109 年 4.68 噸降至 119 年 3.74 噸) 說明：基準年 109 年全公司水耗用率為 4.68 噸 / 噸。  » 淨水與衛生 6.4
115 年目標	在類別 1 與類別 2 的範疇下，全公司每噸產品碳排放下降至 114.0 公斤 CO₂e，相較於 110 年減少 12%。	全公司水耗用率 (生產每噸產品用水量) 降至 4.0 噸，較 109 年預估減少 15%。
114 年目標	在類別 1 與類別 2 的範疇下，全公司每噸產品碳排放下降至 116.4 公斤 CO₂e，相較於 110 年減少 10.5%。	全公司水耗用率 (生產每噸產品用水量) 降至 3.84 噸，較 109 年預估減少 18%。
114 年達成狀況	✗ 未達成 - 全公司每噸產品碳排放下降至 122.9 公斤 CO₂e，相較於 110 年減少 5.5%。 114 年節電措施共 5 件^註，投資金額共 1,650 萬元，節能效益達 63 萬度 / 年、298 噸 CO₂e / 年。 註：114 年節電措施請參閱本報告書章節 6.2.2. 能源。 說明：碳排計算為黑松母公司 (包含總公司、中壢廠、斗六廠)，詳細資訊請參閱本報告書章節 6.1. 氣候變遷因應與溫室氣體管理。	✗ 未達成 - 全公司水耗用率 (生產每噸產品用水量) 降至 4.07 噸 / 噸，較 109 年減少 13%。 - 節水措施： - B#16 無菌水系統冷卻水排放資源回收。 - 將無菌水系統因冷卻而排放的 R.O. 水及軟水導入回收桶循環再利用。 114 年循環再利用水量估算約為 4,845 噸。

面向	健康	
項次	3	4
119 年 (2030 年) 目標	黑松自有品牌飲料產品平均含糖量 4.8 g/100ml 以下。	保健產品取得潔淨標示 13 項、SNQ 取得 8 項、維持具有健康食品認證 1 項；飲料產品具有健康食品認證 4 項。SNQ 標章於銷售層面上影響有限，品質層面則以 A.A. 無添加驗證為主。  » 消除飢餓 2.2
115 年目標	黑松自有品牌飲料產品平均含糖量 4.96 g/100ml 以下。	保健產品展延潔淨標示 11 項、SNQ 展延 4 項、維持具有健康食品認證 1 項；飲料產品具有健康食品認證 2 項。
114 年目標	黑松自有品牌飲料產品平均含糖量 5.0 g/100ml 以下。	保健產品取得潔淨標示 11 項、SNQ 展延 4 項、維持具有健康食品認證 1 項；飲料產品具有健康食品認證 1 項。
114 年達成狀況	✗ 未達成 - 黑松自有品牌飲料產品 114 年平均含糖量 5.16 g/100ml 相較於 113 年平均含糖量 5.27 g/100ml 減量。 - 黑松無糖產品銷售容量 (ml) 占比從 113 年 22% 增加到 114 年 25%。	△ 部分達成 ✗ 未達成：保健產品潔淨標示 - 新取得 1 項，累計 9 項；1 項下市、1 項未上市： - 黑松葉黃素濃縮精 - 黑松人蔘精 - 黑松龜鹿膠原精華膠囊 - 黑松 L-137® 植物乳酸菌膠囊 - 黑松青汁酵素益生菌 - 黑松御樟芝馬卡 Ex 複方膠囊 - 黑松蜜桃膠原蛋白 - 黑松木鱉果葉黃素膠囊 - 黑松黑種草魚油軟膠囊 ✗ 未達成：保健產品 SNQ - 展延 1 項，累計 2 項；2 項將下市故未展延： - 黑松龜鹿膠原精華膠囊，效期至 115 年 12 月 31 日 - 黑松人蔘精，效期至 114 年 12 月 31 日 ○ 達成：保健產品健康食品認證 - 累計 1 項： - L-137® 植物乳酸菌膠囊 ○ 達成：飲料產品健康食品認證 - 累計 1 項： - 黑松茶花綠茶

面向	環境		社會
項次	5	6	7
114 年目標	至少 3 項碳足跡產品 PET 瓶 (胚、標) 塑料中使用再生料。 12 責任消費與生產  責任消費與生產 12.5	中壢廠每噸產品產生的廢棄物重量相較 109 年減少 14%。(由 109 年 13.79 公斤 / 噸降至 114 年 11.89 公斤 / 噸) 說明：原 114 年目標設定為 11.89 公斤 / 噸，預估茶及咖啡類產品產量增加使廢渣量增加，修正目標為 15.47 公斤 / 噸。 12 責任消費與生產  責任消費與生產 12.5	透過各項環境教育計畫，至 114 年服務桃園市 40% 小學，並從中培育環境教育種子教師累計 17 位、發展在地環境特色教材 1 份，擴散影響力。 4 優質教育  教育品質 4.7 17 永續發展夥伴關係  多元夥伴關係 17.17
114 年達成狀況	△ 部分達成 ○ 達成：完成建立綠色設計指引，推動「純料、原色、減標籤 (3S)」。 ○ 達成：已使用含再生料瓶標。 ✗ 未達成：完成使用再生料瓶胚的生產準備，惟考量現階段供應貨源不穩定且成本高，暫列為技術儲備，待市場條件成熟時可即時啟動應用。	✗ 未達成 - 達成率：99.5%。 - 減量措施：持續執行製造三廠及污泥壓榨減少植物性渣滓及污泥；廠區樹枝、樹葉綠化廢棄物粉碎，以天然堆放醱酵為堆肥，供廠區植物施肥。	○ 已達成 - 透過各項環境教育計畫，至 114 年服務桃園市 40% 小學，助夥伴學校 - 社子國小成為桃園市第 1 所永久綠旗學校，並使得桃園市蟬聯四年最多綠旗的縣市。 - 從中培育環境教育種子教師累計 19 位、發展在地環境特色教材 1 份，擴散影響力。





2.1 組織概況

2.2 治理單位及薪酬政策

2.3 法規遵循

2

公司治理

2.1 組織概況

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

於是文杞先生籌措大部分資金，買下「尼可尼可」商會設備，七位堂兄弟合股於民國 14 年組成「進馨商會」，首創以「山型」為商標的「富士牌」汽水、及以三兄弟聯手創業圖案為商標的「三手牌」彈珠汽水，種下黑松

企業的幼苗，當時由張文杞先生從事開發生產，其弟張有盛先生負責推銷業務，兄弟分工為汽水事業打拼，奠定黑松企業發展的基石。時序至今，黑松公司屹立台灣飲料市場近百年，始終秉持著創業第一代的經營理念，即為「誠實服務」，以核心的研發生產能力及良好的企業文化，在飲料的專業領域不斷創新及提升品質，並致力於經銷通路的經營，同時長期投入環保綠色行動，成為善盡社會責任、對環境友善的績優企業。

2.1.1 組織規模

公司名稱	黑松股份有限公司					
員工人數	588 人					
設立登記時間	民國 58 年 12 月 13 日					
上市日期	民國 88 年 3 月 12 日					
董事長	張斌堂					
總公司位置	台北市大安區信義路四段 296 號 3 樓					
實收資本額	新台幣 4,018,710,940 元					
所有權及法律形式	本公司為公開發行上市公司。台灣證券交易所股票代號為 1234。					
	114 年股東結構					
		個人	其他法人	外國機構 及外人	政府機構	金融機構
	持股比率	48.92%	46.02%	4.89%	0.00%	0.17%
產業類別	食品工業					
產品與服務	飲料產品：碳酸飲料、咖啡飲料、茶類飲料、運動飲料、果蔬汁、水					
	酒類產品：代理 50 度以上金門高粱酒系列、葡萄酒類、利口酒類、清酒類、威士忌以及白蘭地系列					
	生技保健：黑松生技 H ⁺ 系列					
官方網站	https://www.heysong.com.tw/					

說明：員工人數資料為 114 年 12 月 31 日統計資料，其餘資料為 114 年 7 月 6 日統計資料。

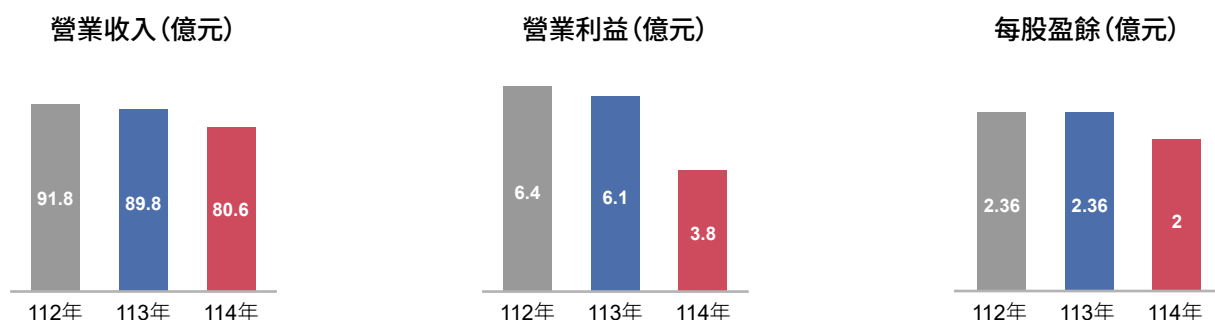
2.1.2 營運據點

台灣		► 總公司 76年由原台北廠(現微風廣場)遷移至台北市信義路黑松通商大樓，建立現代化的辦公環境。多年來，黑松公司聚焦飲料專業經營，並藉由多角化經營策略，於轉投資事業拓展公司經營理念，以達到「安心飲食、健康歡樂、智能營運、友善環境」的企業願景。
		► 中壢廠 67年竣工。產品線包裝種類包含罐裝、寶特瓶、鋁箔包等，品類包含碳酸飲料、果汁、咖啡、茶、運動補給飲料等。 102年設立製造三場，並於104年取得「綠建築」標章；112年中壢廠通過「清潔生產評估系統」評定，取得「綠色工廠」標章。
		► 斗六廠 61年竣工，所生產的產品以易開罐茶類、果汁、咖啡為大宗，且為包裝金門高粱千日醇的重地，亦為中部地區連接南北物流網絡的重要運輸樞紐。
中國		► 黑松商貿(蘇州)有限公司 104年成立黑松商貿(蘇州)有限公司，主要經營飲料銷售及進出口業務，銷售區域包括北京、上海、江蘇、福建、江西及東北地區等。

2.1.3 營運績效

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

針對每月經營狀況，本公司內部按月編製各品類產品管理報表等完整資訊供管理階層對結果做出評鑑與後續發展追蹤，以及時對公司營運狀況之優劣做出適當控制和處置，並不定時依據使用單位與管理單位需求，調整營運績效指標，以真實反映營運狀況。

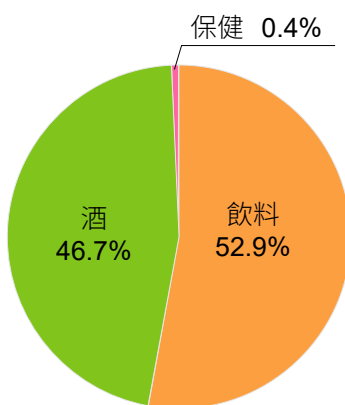


單位：新台幣仟元，惟每股盈餘為元

項目	112 年	113 年	114 年
營業收入	9,182,200	8,975,166	8,064,046
營業成本	6,935,429	6,673,872	6,042,117
營業利益	641,149	609,553	381,386
稅前淨利	1,085,387	1,079,134	899,266
所得稅費用	136,940	131,736	94,920
稅後淨利	948,447	947,398	804,346
每股盈餘	2.36	2.36	2.00
保留盈餘	14,327,725	14,511,353	14,545,838
實收資本額	4,018,711	4,018,711	4,018,711
股東權益	18,645,915	18,834,797	18,848,809
員工薪資福利	557,495	583,400	587,052
董事酬金 (含董事酬勞及每月報酬)	42,738	42,543	36,653
股東股利	763,555	763,555	663,087

說明：資料來源為 112~114 年個體財務報告。

► 114 年主要產品及其銷售佔比



說明：

1：資料來源：114 年個體財務報告。

2：「飲料」類含代工代銷。



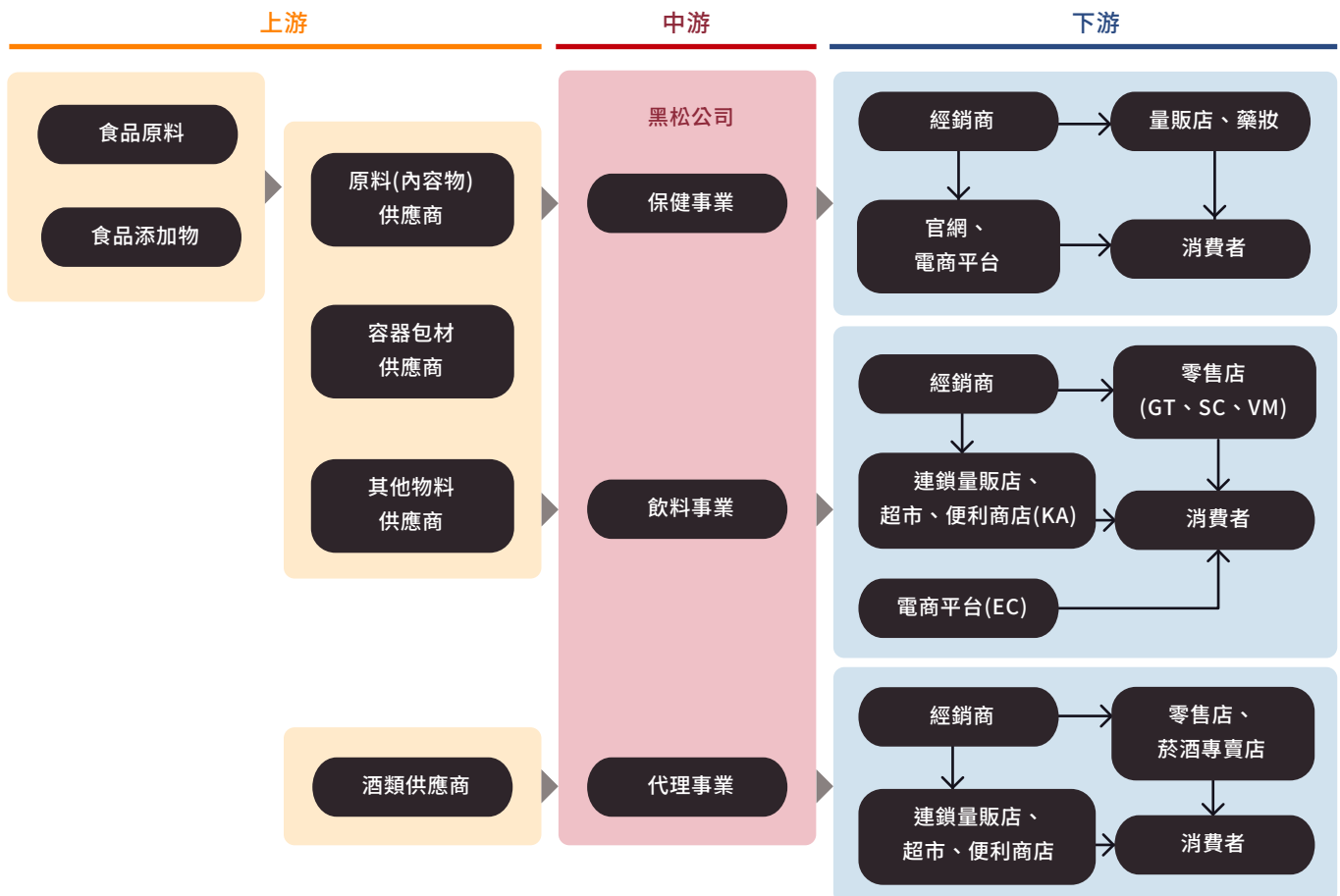
► 114 年主要產品提供總量

單位：仟打 (箱、盒、瓶)

飲料產品	酒類產品	保健產品	總計
38,083	893	62	39,038

2.1.4 產業上、中、下游供應鏈之關聯性

黑松公司



► 飲料事業

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

中游： 本公司飲料事業。

下游： 為通路商，本公司通路分類及定義請參考本報告書 2.1.6. 銷售模式。

說明：關於飲料事業上、中、下游之詳細說明請參考 114 年年報第 123-125 頁。

► 代理事業

上游： 上游供應商主要為酒品製造商。

中游： 本公司代理事業。

下游： 為通路商。

► 保健事業

上游： 上游供應商包含原料供應商 (食品原料和食品添加物)、包材與其他物料等相關供應商。

中游： 本公司保健事業。

下游： 為通路商，主要為官網，其次為電商平台、量販店。



2.1.5 主要品牌

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

目前飲料共有 8 個自有品牌、1 個自有品牌系列以及 1 個代工代銷品牌，提供消費者包括碳酸、咖啡、茶類、果汁、水及運動飲料等多元產品。

在酒類產品的部分，我們代理及經銷超過 24 個酒類品牌，依不同場合提供各式酒類產品，滿足消費者的飲用需求。涵蓋酒品類型包括中式白酒 50 度以上金門高粱酒系列、葡萄酒類、利口酒類、清酒類、威士忌以及白蘭地系列等。

「黑松生技 H⁺」，秉持「健康生活」的品牌理念，透過專業研發團隊持續推出兼具創新與實效的保健產品，滿足不同族群的營養補充與健康維護需求。目前已上市產品涵蓋幫助消化、滋補強身、調節免疫、促進代謝、養顏美容等多元面向，包括：黑松 L-137 植物乳酸菌膠囊、黑松人蔘精、黑松龜鹿膠原精華膠囊、黑松青汁酵素益生菌、黑松御樟芝馬卡 Ex 複方膠囊、黑松蜜桃膠原蛋白、黑松木鱉果葉黃素膠囊、黑松黑種草魚油軟膠囊。

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



▶ 自有品牌飲料

黑松沙士 黑松汽水 C&C 韋恩咖啡
黑松茶花 天霖 FIN 綠洲 黑松系列

▶ 代工代銷飲料



▶ 生技保健品牌



黑松生技 H⁺

▶ 代理、經銷及自有酒類品牌



CHOYA KIRIN



2.1.6 銷售模式

► 專業分工的經銷商體系

本公司主要銷售市場為台灣，構建綿密的經銷商體系。



► 遍佈各類店型態，滿足各地消費者需求

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

通路別	鋪銷主要店型態客戶
KA 通路 (Key Account)	• 量販店 (家樂福、大全聯、愛買等) • 超市 (全聯、美廉社、楓康等) • 便利商店 (7-11、全家、萊爾富、OK) • 藥妝店 (屈臣氏、康是美等)
GT 通路 (General Trade)	• 地區型超市、五金百貨、傳統店、非連鎖便利商店、菸酒專賣店、中盤 (非 SC 中盤) 等
SC 通路 (Special Channel)	• 各式餐廳、學校、公司機關、休閒場所、交通站點、旅館、直銷團體、中盤 (餐廳 / 學校 / VMOP) 等
EC 通路 (E-Commerce)	• 購物平台 (PChome、MOMO、蝦皮購物、酷澎等) • 外送平台 (Uber Eats 優市)
VM 通路 (Vending Machine)	• 交通站點 (例如：桃園 / 松山機場)、休閒、學校 (含補習班)、醫院、辦公大樓、工廠等

► 黑松首跨足零售產業，創新營運模式打造一站式消費體驗

黑松公司首間實體酒類通路「黑松酒覓」，坐落於台北南京三民商圈。品牌核心採取「**酒類零售與輕酒吧**」複合經營模式，憑藉 30 年代理實力，精選全球上千種各式酒款，並設有專業恆溫酒窖確保品質，並將連鎖化發展。更是全台第一家導入 GD「綠裝修」黃金級標準的連鎖酒類專賣店，從建材選擇到空氣品質檢測皆通過嚴格把關，讓消費者能安心停留、放心呼吸；同時採用電子紙標籤，展現黑松對品質與永續經營的雙重堅持。

► 保健產品持續經營 B to C 的商業模式，切合現代消費者的消費趨勢

黑松生技 H⁺ 採取 B to C (Business to Consumer) 商業消費模式，以**自有官方網站**為主要銷售通路，同時佈局多元銷售渠道，包含電商平台、量販店 (愛買)、藥妝店 (大樹)、直營經銷體系和賣場通路等模式，實現線上線下整合，擴大產品觸及率，並提供消費者更靈活且便利的購買體驗。

為強化品牌信任與顧客關係，建置「健康研究所」專區，持續提供專業且易於理解的保健知識，並結合 **LINE 官方社群** 會員服務，即時推播健康新知、產品資訊與專屬優惠，陪伴消費者建立正確的保健觀念與日常應用習慣。

► 精耕台灣、拓銷全球

本公司深耕台灣、立足中國大陸市場，以台灣為主要生產基地，積極拓銷亞洲地區 (港澳、新加坡、馬來西亞、日本)、美洲地區 (美國、加拿大、巴拉圭、阿根廷、智利)、大洋洲及南半球區 (澳洲、紐西蘭、南非) 等國家。18 項產品已取得 HALAL 認證，持續拓展穆斯林清真市場。114 年飲料產品內銷約佔 96.0%，外銷約佔 4.0%。

► 參與公協會

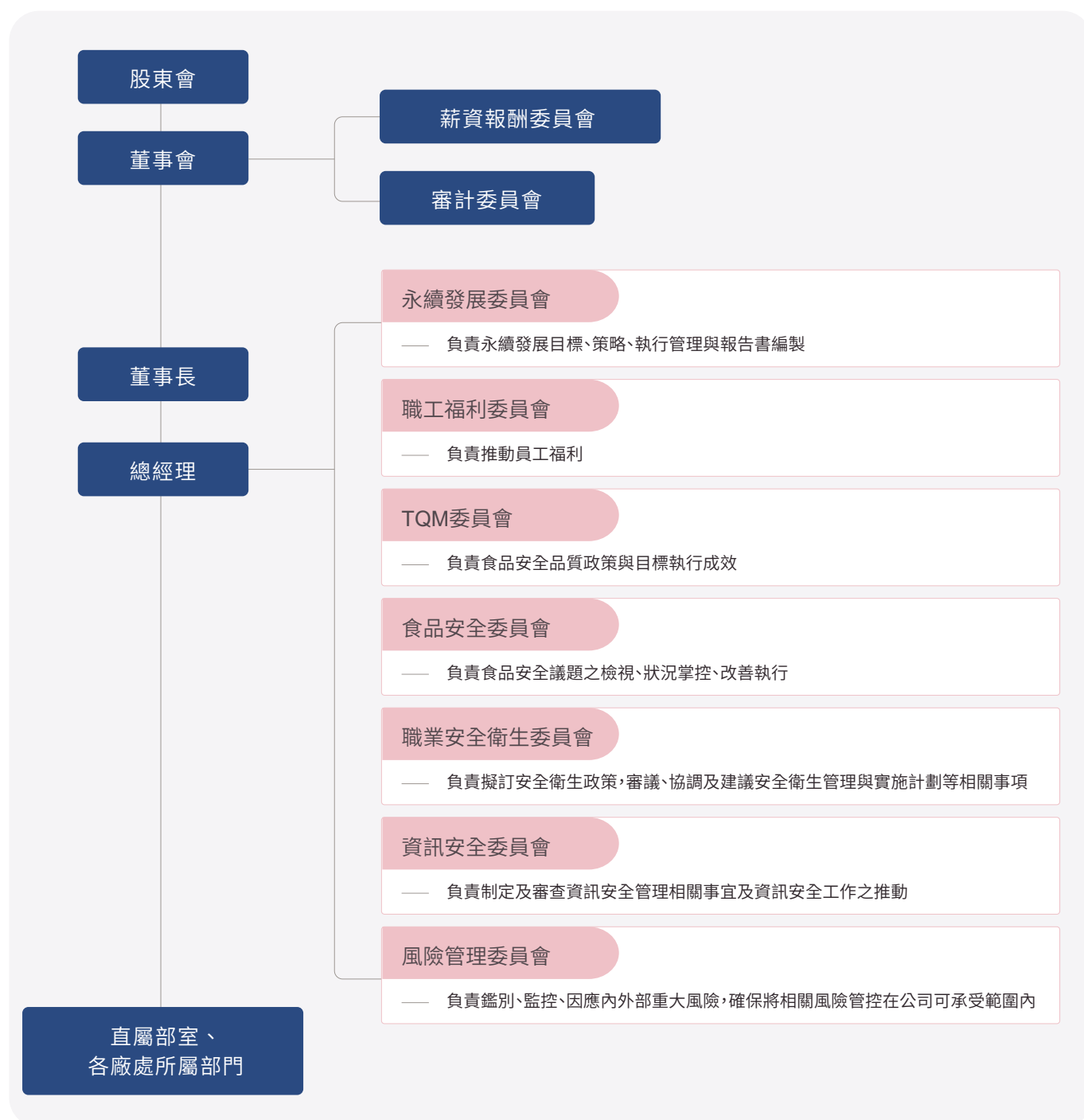
本公司積極參與相關的公協會，透過與同業交流學習、互助合作，共同為食品安全與健康、永續發展共同努力。114 年黑松參與公協會共計 26 個，除擔任一般會員，也擔任部份團體的董事長、理事長、常務理事、常務監事、理事、監事等，職務如下：

團體組織名稱	參與身分
台灣區飲料工業同業公會	榮譽理事長、理事
台灣食品產業發展協會	常務理事
台灣食品保護協會	理事長
台灣食品產業策進會	董事長
食品工業發展研究所	常務理事
台灣國際生命科學會	常務監事
紙包裝食品推廣協會	理事、監事
中壢工業區廠商協進會	理事
台灣優良食品發展協會	常務理事
台灣乳酸菌協會	理事
台灣愛鮮食安保健聯盟	常務理事
台灣食品科學技術學會	理事

2.2 治理單位及薪酬政策

2.2.1 治理結構

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



► 董事會

董事會提名與遴選

董事會為本公司最高治理機構，主席為董事長，董事之提名依董事性質有不同考量及提名流程。

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

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

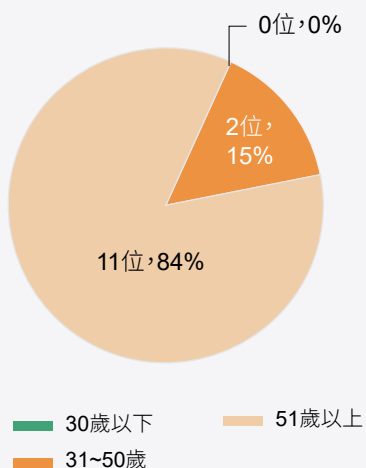
另每年董事會績效評估結果亦作為董事提名及遴選之參考，獨立董事及一般董事之提名名單均會提報董事會審查。

董事會成員多元性

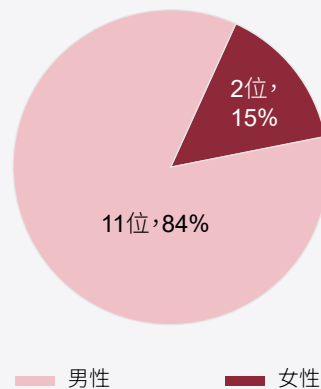
本公司於「公司治理守則」中明訂董事會成員組成應考量多元化，不限制性別、種族及國籍，除應具備執行職務所必須之知識、技能及素養，為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備之能力包括 (1) 營運判斷能力 (2) 經營管理能力 (3) 會計及財務分析能力 (4) 危機處理能力 (5) 產業知識 (6) 國際市場觀 (7) 領導能力 (8) 決策能力等多元化專業背景。

目前席設 13 席董事（含 3 席獨立董事），由股東會就有行為能力之人中選任，任期均為 3 年。截至 114 年底，本公司具員工身分之董事有 2 位，董事會平均年齡為 62 歲，女性董事 2 名（佔全體董事 15%）。董事會成員除具備各專業能力（如：食品科學、工商管理、地政、科技管理、工業設計、理工、物理、產業、會計及商學）外，亦皆有豐富之產業與工作經驗，協助經營團隊擬定公司的重大策略，以提高公司績效。董事會成員詳細背景、專業能力、目前兼任本公司及其他公司之職務等資料請參閱本公司 114 年年報第 3-13 頁。

114年董事會成員年齡分布



114年董事會成員性別分布



董事會成員專業性

公司每年均會自辦 3 場次董事進修課程，課程中除安排與公司經營及發展相關之最新議題外，永續發展之相關議題亦為近年主要安排之課程，故除透過進修管道來提升董事群體智識、技能及經驗外，公司亦會安排永續發展委員會執行秘書每年於董事會報告計畫及執行成果，協助董事瞭解公司永續發展推行情形。114 年每位董事平均受訓 9 小時。董事之學經歷、進修情形等資訊，請參閱[本公司官網](#)。

利益衝突迴避

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

董事會召開時，公司治理主管均會於會議前檢視議案內容並彙整需利益迴避事項、人員與董事長，於議案討論前提醒與議案有利害衝突之董事進行利益迴避。114 年董事對利害關係議案迴避之執行情形請參閱本公司 114 年年報第 24-25 頁。

114 年黑松董事會共召開 9 次，全體董事平均出席率 95.65%。

董事會績效評估

本公司訂有「董事會績效評估辦法」，規範董事會及功能性委員會每年應執行一次內部評估，另董事會績效評估應至少每三年由外部專業獨立機構或外部專家學者團隊執行評估一次。114 年委由社團法人中華公司治理協會執行外部績效評估，並於 114 年 11 月 11 日提報董事會報告，評委共提出三項建議事項，本公司依建議事項擬定因應對策，並持續精進董事會職能。另，115 年 1 月完成 114 年度董事會、個別董事成員及功能性委員會（審計委員會、薪酬委員會）績效內部自評，評估情形於 115 年 3 月 12 日薪酬委員會及 3 月 12 日董事會報告在案。114 年度績效自評結果介於 4.8 ~ 5.0 分（4 分以上為優良），顯示董事會及各功能性委員會整體運作順暢，並符合公司治理要求，各功能性委員會亦能克盡職責，發揮各自專長，並有效提升董事會整體職能。

董事與經理人的薪酬政策

董事會薪酬分報酬及酬勞

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

高階主管薪資報酬政策

- 有關高階主管薪資，係依據員工之薪酬，主要包括本薪（含主管加給）、伙食津貼、專員津貼、職務（證照）津貼等、另設有年終績效獎金、員工獎勵金及員工酬勞。
- 經理人之薪資報酬，係依據公司經營策略、獲利狀況、績效表現及職務貢獻等因素，並參考薪資市場水準，由薪資報酬委員會提出建議案經董事會通過後執行。
- 其前項「薪資報酬政策、制度、標準與結構」暨「薪資報酬」，依其對本公司營運參與程度及績效評估做整體考量，考量面向包含財務與業務經營績效指標、持續進修與對永續經營之參與，並衡量其他特殊貢獻或重大負面事件，納入績效評核與薪酬發放考量。

高階主管薪酬決定流程與退休保障事宜請參閱本報告書【5.1.3 薪酬及福利計畫】。



高階經理人薪資報酬與 ESG 績效連結

- 節能減碳為黑松推動永續發展重點項目，黑松將減碳指標納入高階經理人之績效指標，透過指標達成狀況予以適當的獎酬激勵。
- 114 年的減碳關鍵績效指標達成 (如下表)，年度考績權重佔比 5%。
- 依公司獎酬制度，高階經理人績效總分連結次年度年終績效獎金、員工獎勵金、員工酬勞及隔年調薪之計算權重，落實以實質獎勵報酬推動永續發展進程。

1. 減碳關鍵績效指標

適用對象	114 年關鍵績效指標 & 達成狀況	獎酬連結
總經理	1. 在類別 1 與類別 2 的範疇下，全公司每噸產品碳排放下降至 116.4 公斤 CO ₂ e，相較於 110 年減少 10.5%。(實際：全公司每噸產品碳排放下降至 122.9 公斤 CO ₂ e，相較於 110 年減少 5.5%。) 2. 完成 5 項節電措施，節能效益達 63 萬度 / 年、298 噸 CO ₂ e / 年。(實際：節電措施共 5 件，投資金額共 1.650 萬元，節能效益達 63 萬度 / 年、298 噸 CO ₂ e / 年。)	部分達成，佔年度考績分數佔比 5%。績效總分連結次年度年終績效獎金、員工獎勵金、員工酬勞及隔年調薪。

2. 永續發展績效指標

適用對象	評核項目		考績權數占比
總經理	永續發展	節能減碳	5%

► 薪資報酬委員會

100 年 12 月 19 日成立薪資報酬委員會，本屆由 3 名獨立董事擔任成員 (任期 114 年 6 月 16 日 -117 年 6 月 15 日)，職權事項如下：

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

114 年薪資報酬委員會共召開 6 次，出席委員實際出席率 94%，重要決議事項請參閱[本公司官網](#)。

► 審計委員會

108 年 6 月 24 日成立審計委員會，第 3 屆審計委員會委員由全體獨立董事組成，任期同本公司第 28 屆董事 (自 114 年 06 月 16 日至 117 年 06 月 15 日止)，職權事項如下：

- 依證交法第十四條之一規定訂定或修正內部控制制度。
- 內部控制制度有效性之考核。
- 依證交法第三十六條之一規定訂定或修正取得或處分資產、從事衍生性商品交易、資金貸與他人、為他人背書或提供保證之重大財務業務行為之處理程序。
- 涉及董事自身利害關係之事項。

- 重大之資產或衍生性商品交易。
- 重大之資金貸與、背書或提供保證。
- 募集、發行或私募具有股權性質之有價證券。
- 簽證會計師之委任、解任或報酬。
- 財務、會計或內部稽核主管之任免。
- 第一季、第二季、第三季財務報告及年度財務報告。
- 其他公司或主管機關規定之重大事項。

114 年審計委員會共召開 7 次，出席委員實際出席率 100%，重要決議事項請參閱[本公司官網](#)。

► 公司治理主管

公司治理主管於 109 年 12 月 22 日董事會通過。公司治理主管職掌包括「依法辦理董事會及股東會之會議相關事宜」、「製作董事會及股東會議事錄」、「協助董事就任及持續進修」、「提供董事執行業務所需之資料」、「協助董事遵循法令」及「其他依公司章程或契約所訂定之事項等」。114 年公司治理主管參與公司治理有關之進修與訓練時數達 14 小時，並且推動公司訂定 3 年期公司治理藍圖，以 4 大主軸（推動治理文化、強化董事會結構與運作、提升利害關係人信任及打造友善環境企業）為核心以及 13 個關鍵成果（Key Results）。透過 3 年期藍圖規劃，促進跨部門協作與資源整合，期能達成公司治理之最終目標「提升企業價值」。

► 內部控制

本公司董事會設立稽核室、配置稽核主管及專職人員共 2 名，協助董事會及經理人檢查及覆核內部控制制度之缺失及衡量營運之效果及效率，並適時提出改進建議，以確保內部控制制度得以持續有效實施及作為檢討修正內部控制制度之依據。

內部稽核單位除按月定期將稽核報告與改善追蹤報告送請獨立董事查閱外，稽核主管至少每季向審計委員會及董事會報告內部稽核業務執行情形。若檢查發現內控缺失及異常事項，除揭露於稽核報告外，亦持續追蹤至改善完成。114 年度共計 74 件稽核報告，無重大缺失，亦無違反「公開發行公司設立內部控制制度處理準則」相關規定或受裁罰之情事。

本公司自 114 年度起，依據金融監督管理委員會修訂之「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」，已將永續報告書之揭露品質管理納入內部控制制度，並列入年度內部稽核計畫。永續報告書經永續發展委員會審議後，提報董事會通過發行，稽核室針對永續資訊蒐集與揭露流程進行稽核，稽核結果提報審計委員會及董事會。



2.2.2 政策承諾

► 政策承諾與落實

黑松為符合法律與規範、尊重人權、保護環境與公眾的健康與安全、打擊貪腐、遵守納稅義務、執行盡職調查等，制定相關政策承諾並經董事會通過後實行應用於組織全部。各項政策請參閱[本公司官網](#)。

► 人權政策

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

► 人權盡職調查

為落實黑松人權政策，本公司於 115 年實施年度人權風險調查，調查範疇涵蓋本公司員工與飲料相關供應商，藉以評估營運相關之人權風險等級。本次調查結果均為低風險，本公司將持續落實風險管理措施及管理目標，以持續降低人權風險之影響與衝擊。

• 調查範圍：本公司員工及飲料相關供應商

• 人權盡職調查執行步驟說明如下：

(1) 人權議題辨識：

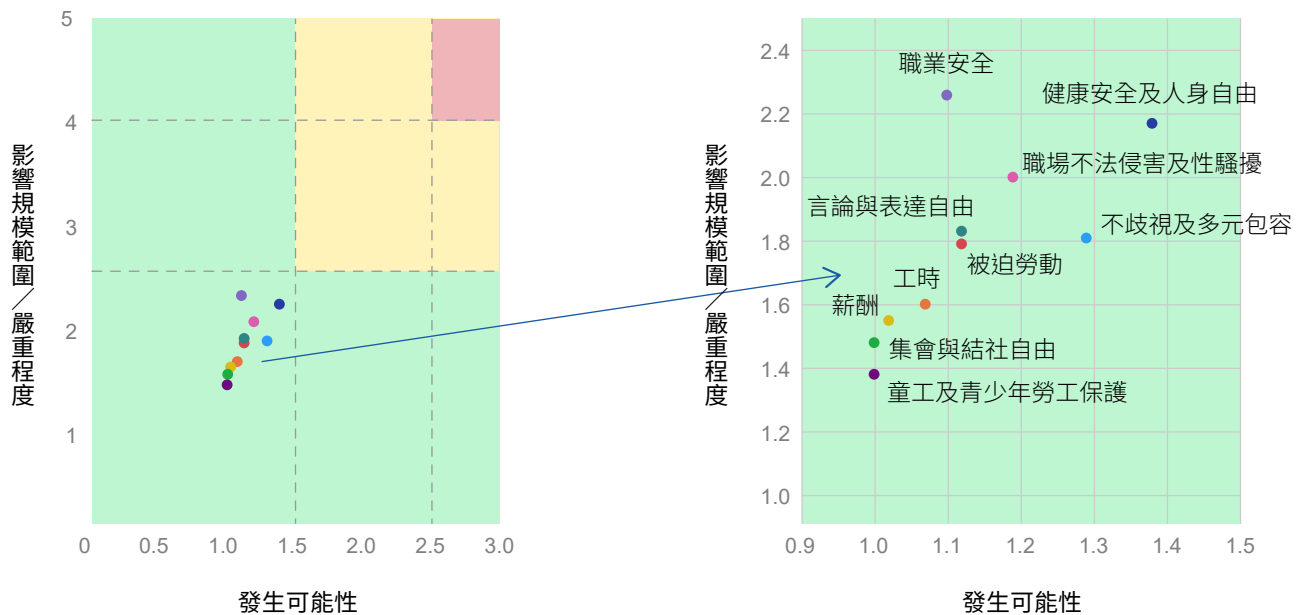
根據本公司人權政策、內部規章辦法，產出 10 項人權關注議題清單：

項次	人權關注議題	風險描述
1	被迫勞動	員工可能遭受身心脅迫而被迫接受不願從事的工作。
2	工時	員工因不當工作安排使工時逾法定上限、連續工作超過七日或每週超過 60 小時。
3	童工及青少年勞工保護	營運場域中可能存在未達法定工作年齡的未成年勞工情形。
4	薪酬	員工可能出現薪資未依法給付或遭不當扣減情形。
5	職場不法侵害及性騷擾	員工可能在工作中受人身攻擊、威脅、性騷擾、霸凌等對待。
6	不歧視及多元包容	員工可能因非績效因素，在招募、晉升或薪酬上遭不公平待遇。
7	健康安全及人身自由	員工因工作負荷過重致身心疲憊，且公司未提供支持與協助管道。
8	職業安全	員工因職安訓練不足未熟悉安全重點，或事故時未及時獲得協助。
9	言論與表達自由	員工可能因申訴管道不足或曾表達意見後遭懲罰。
10	集會與結社自由	阻撓員工組成、加入或退出集體勞工活動，或因參與活動而遭不利對待或懲罰。

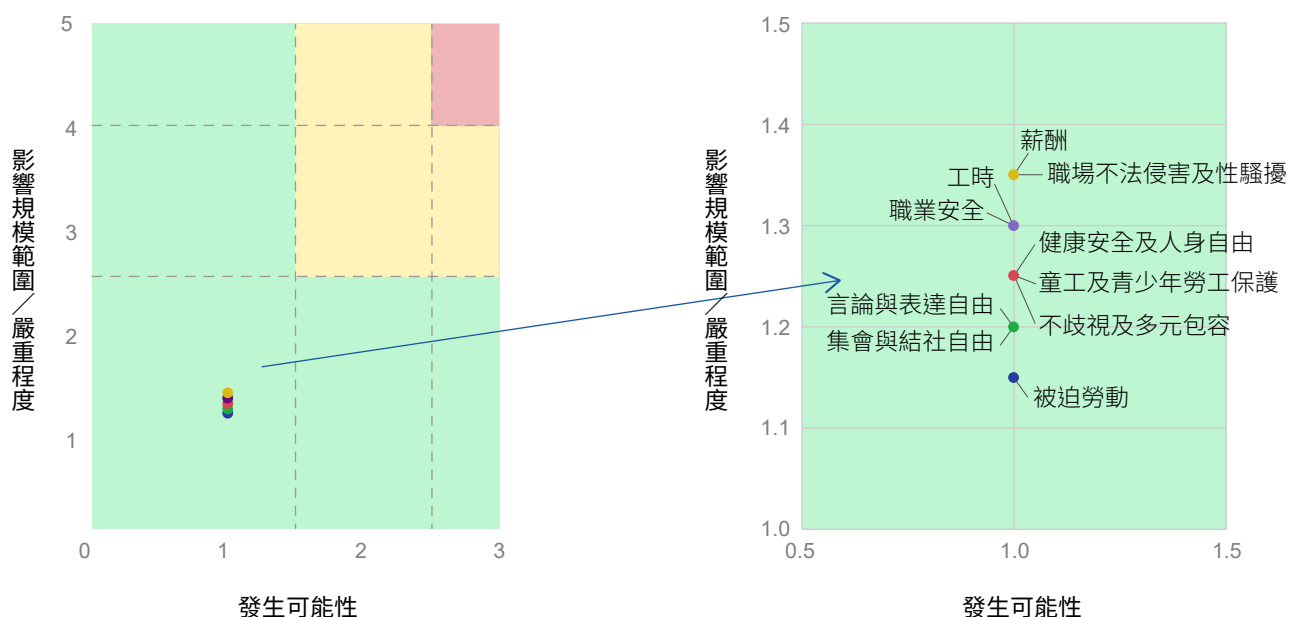
(2) 議題重大性評估：

針對本公司員工及供應商進行人權關注議題評估，依據「發生可能性」及「影響規模範圍／嚴重程度」兩個維度，評估人權關注議題的風險程度，並繪製人權風險矩陣，**本次調查結果無高風險及中風險議題，本公司及供應商整體人權管理情形尚屬良好。**

• 人權風險矩陣圖 - 本公司員工：



• 人權風險矩陣圖 - 供應商：



(3) 風險管理及減緩 / 定期監督與持續改善：

依據人權風險矩陣分析結果，10 項人權關注議題均為低風險，本公司將定期檢視人權管理制度及相關法規遵循情形，並透過人權教育訓練、內部宣導與多元溝通機制，提升同仁人權意識，打造安全健康之工作環境。

人權關注議題	關注對象	風險程度	風險管理及減緩措施	定期監督 / 管理目標
被迫勞動	員工 供應商	低	嚴禁任何涉及強迫勞動情形。(如扣發薪資、身心暴力等不當限制員工自由行為)	違反當地法令事件 0 件
工時			每月檢視工時管理報表，避免工時過長情形。	
童工及青少年勞工保護			招募時審核應徵者資料，確認其年齡是否符合法律規範。	
薪酬			遵守當地政府法令，按時支付員工薪資並符合最低工資規範。	
職場不法侵害及性騷擾			1. 落實職場不法侵害預防及性騷擾處理相關要點，防止性騷擾、職場霸凌等情形。 2. 提供有效之申訴管道，並建立保護機制。	1. 性騷擾案件 0 件 2. 職場不法侵害案件結案率 100%
不歧視及多元包容			不因性別、年齡等因素於工作條件(如：招募、任用或晉升等)予以差別待遇。	就業歧視相關投訴成立案件 0 件
健康安全及人身自由			1. 本公司優於法規規定，每年辦理一次員工體檢，並辦理健康教育訓練或相關活動。 2. 本公司及供應商均遵循職業安全衛生法令相關標準，並提供相關教育訓練。	違反職業安全衛生法規事件 0 件
職業安全				
言論與表達自由			落實員工申訴處理要點，提供多元之員工申訴管道。	違反人權之違規事件 0 件
集會與結社自由			1. 本公司及供應商均遵循當地政府法令，尊重員工結社自由，並定期召開勞資會議。 2. 另三廠區依當地法規籌組工會及職工福利委員會，並尊重員工自由加入之權利。	違反人權之違規事件 0 件

► 道德行為準則

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

► 誠信經營守則與誠信經營作業程序及行為指南

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

109 年 11 月董事會制定「檢舉制度實施辦法」，並於公司網站、內部網站建立及公告內部獨立檢舉信箱、專線，供本公司內部、外部人員使用，同時將誠信經營納入員工績效考核與人力資源政策中，並設立明確有效之獎懲及申訴制度。111 年起除將本公司檢舉信箱、專線增列於契約外，並制定「供應商行為規範協議書」，納入誠信經營與環境、職安、人權相關條款，當供應商違反時，得終止或解除契約。114 年無發生供應商違反誠信經營行為情事。

本公司指定總務處為推動企業誠信經營專責單位，負責協助董事會及管理階層制定及監督誠信經營政策與防範方案，確保誠信經營守則之落實。114 年辦理誠信經營及內線交易宣導教育訓練 1 場次。115 年 3 月 12 日向董事會報告 114 年度誠信經營執行情形及推動成效，並提出未來改善行動或計畫。114 年無貪腐、賄絡和違反誠信經營作業程序相關事件。

► 檢舉制度

當發現本公司營運或商業關係的錯誤行為或有犯罪、舞弊或違反法令之虞，而有礙本公司健全經營者，本公司設有檢舉管道，明定處理流程，對於檢舉人或參與調查人員予以保密及保護，避免遭受不公平對待或報復。114 年共計 0 件檢舉事件。檢舉制度實施辦法、檢舉管道，請參閱[本公司官網](#)。



2.2.3 資訊系統安全與管理

► 資訊安全委員會

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

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

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

► 資訊安全政策與處理程序及資安事件因應

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

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

本公司以資訊安全政策為資訊安全管理指導準則，從健全資訊安全組織架構、取得管理階層支持、落實各項資訊安全管理措施、委外資安健檢等各方面來確保資訊安全。本公司於 114 年度發生個人資料外洩事件 1 件，當下立即妥善處理，未造成公司或個人損失。近三年度未發生任何重大資安事件，致公司遭受損失或對營運產生不利影響。

► 114 年資訊安全管理達成情形及 115 年目標

		114 年達成情形	115 年目標
個人資料外洩 / 侵害事件		1 件	0 件
營業秘密外洩 / 侵害事件		0 件	0 件
資訊系統可用性		99.91%	99.91%
電子郵件社交工程演練	郵件連結點閱率	0.55%	1.00%
	附件點閱率	1.39%	2.00%
企業資安評級		B 級	B 級

► 消費者與客戶個資保護管理

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

消費者提供任何形式資料時，本公司會告知個資蒐集目的與使用方式，並確認消費者同意個人資料使用同意聲明隱私權條款。

消費者提供之個人資料儲存於系統並經過加密程序處理，由專人設定存取與使用權限至個人，消費者個資內容亦會依目的性進行去識別化處理。



個人資料使用期限依蒐集目的或完成活動之必要期間為準，屆期後本公司會定期刪除，消費者亦可依照個資法主動申請刪除。

外部合作廠商皆簽訂個人資料保密協議書，不可使用、公開、轉移或販賣任何資料，並定期實施個資委外查核作業。

2.2.4 風險管理

► 衝擊管理

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

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

► 風險管理政策與程序

本公司為良好因應及管控各項可能影響營運活動之潛在風險，設置風險管理機制，113 年 11 月 8 日修訂並經董事會通過「風險管理政策與程序」，為公司風險管理的管理依據，用以提升全體員工對於各項營運活動有關事件之風險意識，將風險管控在公司可承受範圍內，以維持穩健營運與經營效益。

► 風險管理組織

董事會負責核定風險管理政策與相關規範，監督風險管理整體落實情形，確保風險管理機制有效運作。

審計委員會（由 3 位獨立董事組成）為督導單位，協助董事會執行其風險管理職責，負責督導風險管理委員會。

本公司設置風險管理委員會，由總經理擔任召集人，經營企劃室主管為執行秘書，廠處級（含）以上主管、相關管理範疇項目之部室主管為委員，以執行風險管理業務之規劃與運作。每次召開會議時，邀請獨立董事列席會議指導。

► 風險管理範疇及管理機制

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

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

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

風險管理委員會每年至少向審計委員會報告二次及董事會報告一次，包含但不限高風險議題之因應處置情形及選定之下一年度高風險議題與因應計畫。本公司 115 年 1 月 29 日向董事會報告 114 年高風險議題因應計畫與成果，以及 115 年公司高風險議題。

114 年 10 月 3 日召開風險管理委員會，決議新增 2 項 115 年高風險議題進行因應控管，訂定相關風險管理政策或策略如下：

風險議題	風險管理政策或策略
主要客戶通路銷售佔比高且強勢，衝擊經銷商體系及公司整體獲利	1. 調整經銷商資源分配，並聚焦非 CVS 產品及重點品類經營。 2. 透過產品組合提升聯網機台效。 3. 擴大電商經營，控制業務費用率。
烈酒市場狀況不佳，衝擊金高銷售與獲利	1. 重點經營千日醇並維護白金龍價盤。 2. 擴大木質風味高粱酒推廣，開發適合飲用、收藏、送禮的主題新酒。 3. 洽定特定通路銷售 3 年以上白金龍裸瓶。



2.3 法規遵循

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

本公司恪守政府法規規範，並期透過「法規遵循相關規章」、「法規資料庫系統」、「法學知識教育訓練」、「法規遵循專案組織 (如個人資料保護推動小組、營業秘密管理推動小組)」之建置與更新，建立同仁法遵觀念及避免法律風險。

► 法規知識教育訓練

為充實公司員工業務相關法律知識，並提升公司整體法遵意識，114 年度辦理相關內部教育訓練共 5 場次，包含：

課程名稱	參加人數
著作的使用行為以及 AI 議題	61
現代詐騙類型與預防	48
公司契約管理制度	65
誠信經營與個人資料安全維護	123
營業秘密法及管理機制	42

► 法規鑑別

- 法務單位定期監測行政院及各主管機關網站所發布之法規異動資訊，若發現本公司業務相關法規有異動，會以法規資料庫系統將法規異動資訊發送給相關部門，相關部門主管應就異動部分判斷是否確實與其業務相關，若與業務相關則需再判斷現行作業是否符合最新法規規定。
- 相關部門作業如有未符合法規之情事，應於法規資料庫填寫「未符合之原因及改正措施」、「是有應增修規章」及「預計改正完成日期」，後續法務單位會依據預計改正完成日期追蹤該未符合法規案件之改正進度直至改正完成。
- 若於相關主管機關預告法規異動期間，發現該異動之法規對本公司影響重大，且異動內容對業者較不利，則法務單位會與相關部門進行討論，共同研擬向主管機關提出意見等後續因應對策。

114 年法規鑑別案件共 350 件，其中未符合法規案件共 8 件，尚未結案 (改正中) 案件共 2 件，說明如下：

法規異動	未符合原因	改正措施
訂定「消防法第二十一條之二具有危害性之化學品範圍、項目與危害風險標示板之等級、內容、顏色、大小及設置位置」。	尚有部分危害性之化學品須進行危害風險標示版標示。	本公司已針對現有化學品與新標準之差異進行盤點與改善作業，預計於 115 年 6 月符合法令規定。
增修訂「職業安全衛生法」部分條文。	現行作業內容與內部規章尚未符合法令規定。	預計於法規施行前完成本公司相關規章之修訂及公開揭示。

► 法遵事件統計

截至 114 年底，本公司無發生有關產品與服務的健康和安全法規事件、自願性規約及重大違規事件，亦無接獲超過 100 萬元以上之重大罰鍰。

114 年違反法規事件說明		裁罰方式	後續改善與避免再發生之措施
中壢廠違反水利法第 27 條第 1 項規定。	於 114 年 6 月 3 號，收文桃園市政府裁處書，依府水行字第 1140141584 號函：中壢廠第 H0940024 號水權於水權期間 (109 年 8 月至 114 年 8 月)，超抽地下水共 4 筆，每筆超抽量為 784~1316 噸/月，違反水利法第 27 條第 1 項規定，爰依同法第 93 條第 1 項規定，處以新臺幣 2 萬元整罰鍰。	行政罰鍰新臺幣 20,000 元整	1. 於 114 年提高自來水蓄水比例，調節地下水用量以避免超抽地下水。 2. 設置定時裝置調控該水權引水時間以符合核定之引水規範。
中壢廠製造三場粕渣壓榨機廠房建築工程	先行動工於工程期間，因地上 1、2 樓頂版先行動工，違反《建築法》第 56 條規定，爰依同法第 87 條規定處分。（罰單編號：114R500401）	行政罰鍰新臺幣 18,000 元整	1. 合約期程制定評估：專案發包前確實盤點法規變更風險（如消防審查之長週期），訂定合理之各階段里程碑。 2. 落實工程差異即時簽報：無論異常狀況歸責於何方，專案負責人均應於第一時間簽報核備。 3. 強化進度控管機制：嚴格要求廠商提送「工程預定施作進度表」，定期比對實際施作狀況。若有落後，將即時落實會議紀錄存查與管制作為。
	先行使用建築物於領得使用執照前先行使用，違反《建築法》第 25 條規定，爰依同法第 86 條規定處分。計算方式按工程造價 \$2,700,972 之 10/1000 處以罰鍰。（罰單編號：114R500403）	行政罰鍰新臺幣 27,010 元整	
中壢廠北二庫出貨台雨遮增建建築工程	先行動工於執行本案期間，因地上壹樓頂版先行動工，違反《建築法》第 56 條規定，爰依同法第 87 條規定處分。（罰單編號：114R500402）	行政罰鍰新臺幣 9,000 元整	
	先行使用建築物於領得使用執照前先行使用，違反《建築法》第 25 條規定，爰依同法第 86 條規定處分。計算方式按工程造價 \$1,619,212 之 10/1000 處以罰鍰。（罰單編號：114R500404）	行政罰鍰新臺幣 16,192 元整	

► 支付違反法規罰款的總數和金額

	112 年	113 年	114 年
支付違反法規罰款的總數 (件)	2	1	5
支付違反法規罰款的金額 (元)	52,000	60,000	90,202



3.1 衝擊鑑別評估及重大議題確認

3.2 利害關係人溝通

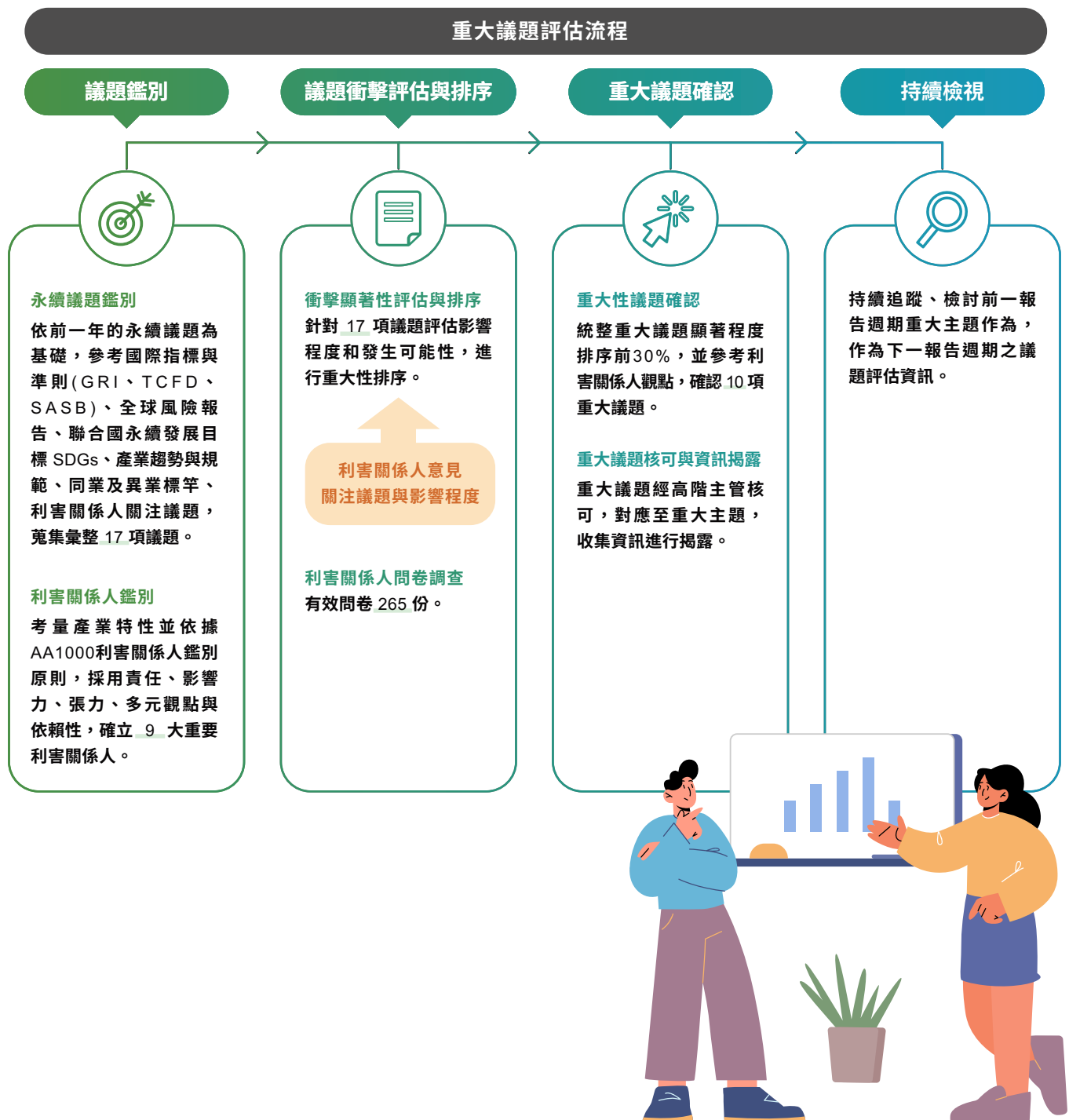
3

—— 重大議題及利害關係人

3.1 衝擊鑑別評估及重大議題確認

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

在今年的重大性鑑別過程中，我們依前一年的永續議題為基礎，經檢視行業關聯性高的永續議題與趨勢、台灣法規政策、公司願景與營運活動等，彙整出 17 項議題進行議題衝擊評估。並透過問卷調查重要利害關係人關注議題，充分瞭解黑松造成的衝擊及利害關係人的期待。



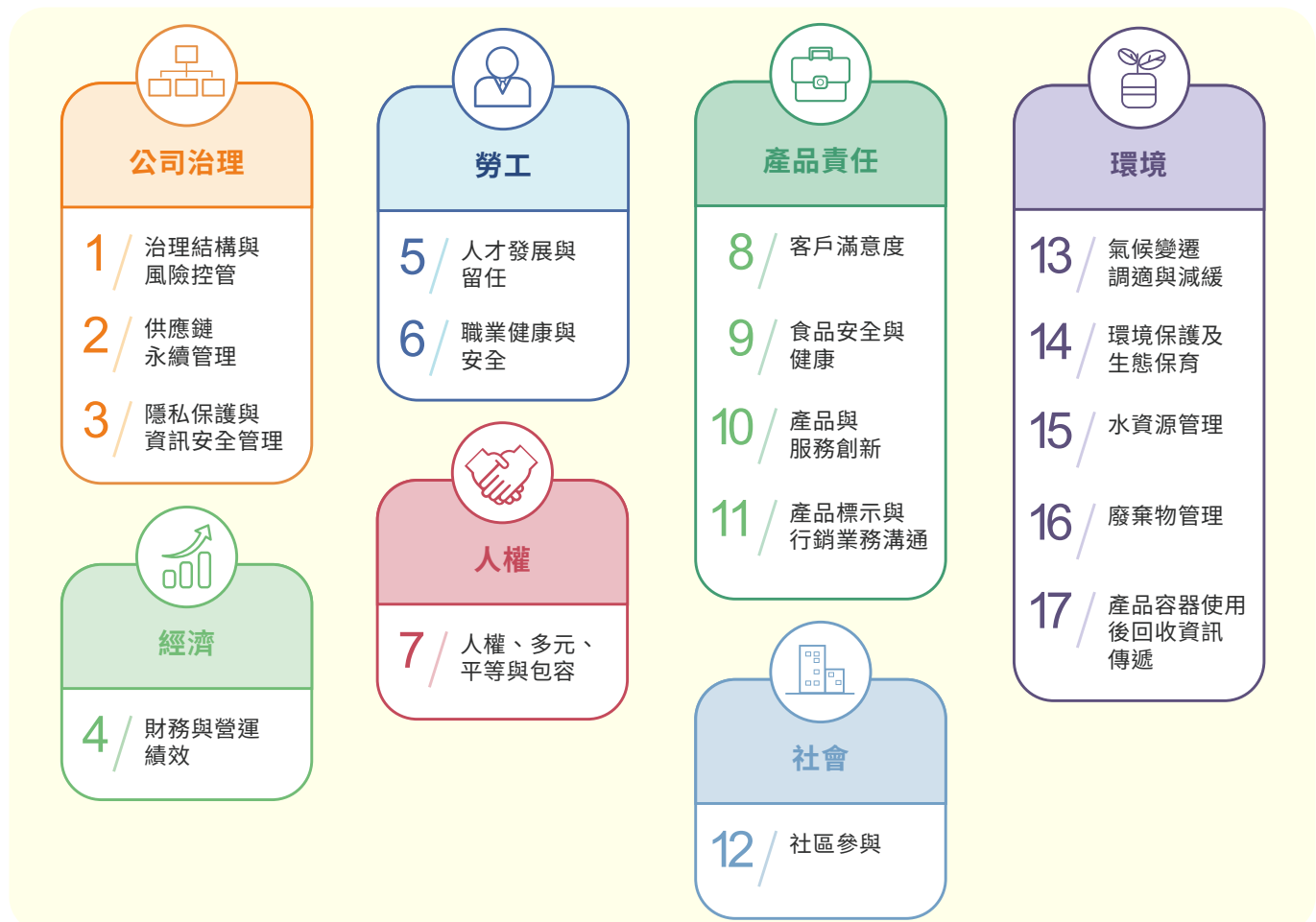
3.1.1 議題鑑別

► 永續議題鑑別

黑松依據 GRI Standards 報導原則定義永續報告書內容，以前一報告週期重大主題為基礎，參考國際指標與準則 (GRI、TCFD、SASB)、全球風險報告、聯合國永續發展目標 SDGs、台灣法規政策、產業趨勢與規範、同業及異業標準、黑松永續發展政策、利害關係人關注議題，統整出黑松對經濟、環境和人群 (包括其人權) 的實際和潛在衝擊，本年度未新增議題，惟考量部分議題之管理內涵與範疇高度重疊，減少為 17 項議題。

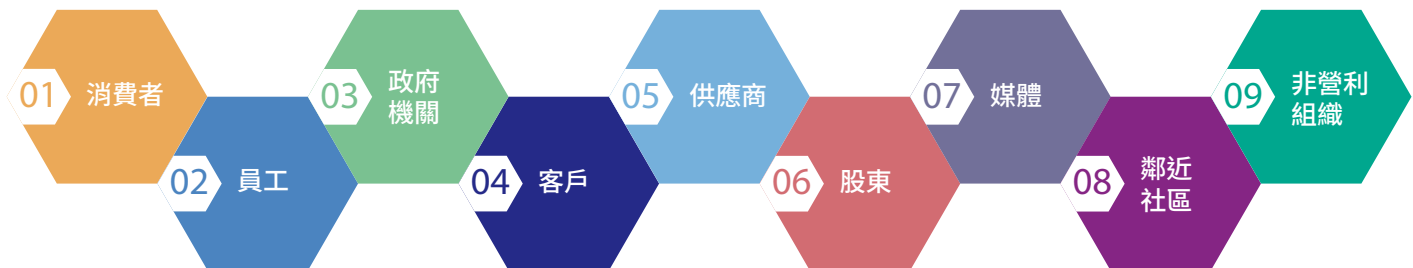
原議題項目	調整方式	調整後的議題項目
公司治理 (G)	修正議題名稱、議題整併	治理結構與風險控管 (G)
風險控管 (G)		
公共政策與倡議 (S)		
人才吸引與留任 (S)	修正議題名稱、議題整併	人才發展與留任 (S)
人才培育 (S)		
氣候相關風險與機會 (E)	修正議題名稱、議題整併	氣候變遷調適與減緩 (E)
能源管理 (E)		
原物料使用管理 (E)	議題整併	供應鏈永續管理 (G)
供應鏈永續管理 (G)		

► 依產業特性、永續願景與 GRI 準則揭露項目統整出 17 個議題如下：



► 利害關係人鑑別

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



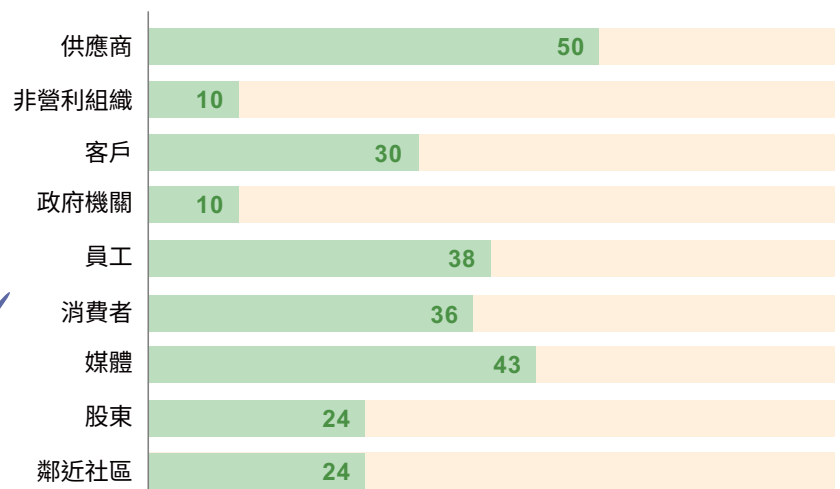
關係人類別	利害關係人對黑松的重要性
消費者	消費者的意見是黑松產品和服務精進的基礎，黑松以提供消費者好喝、高品質的產品為己任，滿足消費者的期待與多元需求。
員工	員工是黑松的重要資產，亦是永續經營的根本，黑松致力提供良好的工作環境與學習成長的空間，促進人才留任，創造友善工作職場。
政府機關	政府透過政策、法規引導各產業發展，黑松亦積極回應相關要求，制定作業準則，確保黑松營運依法合規。
客戶	黑松重視服務品質與客戶滿意度，妥善維護客戶關係，有利穩定合作，互惠共榮。
供應商	原料供應為產品安全的第一道關卡，亦是提升產品品質與競爭力的關鍵。
股東	股東提供資金協助黑松營運與永續發展，黑松亦須透明揭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

► 利害關係人問卷調查

以問卷方式進行重要利害關係人意見調查，回收有效問卷 265 份，並加入利害關係人權重計算利害關係人對各項永續議題關注程度。



利害關係人有效問卷回收數量



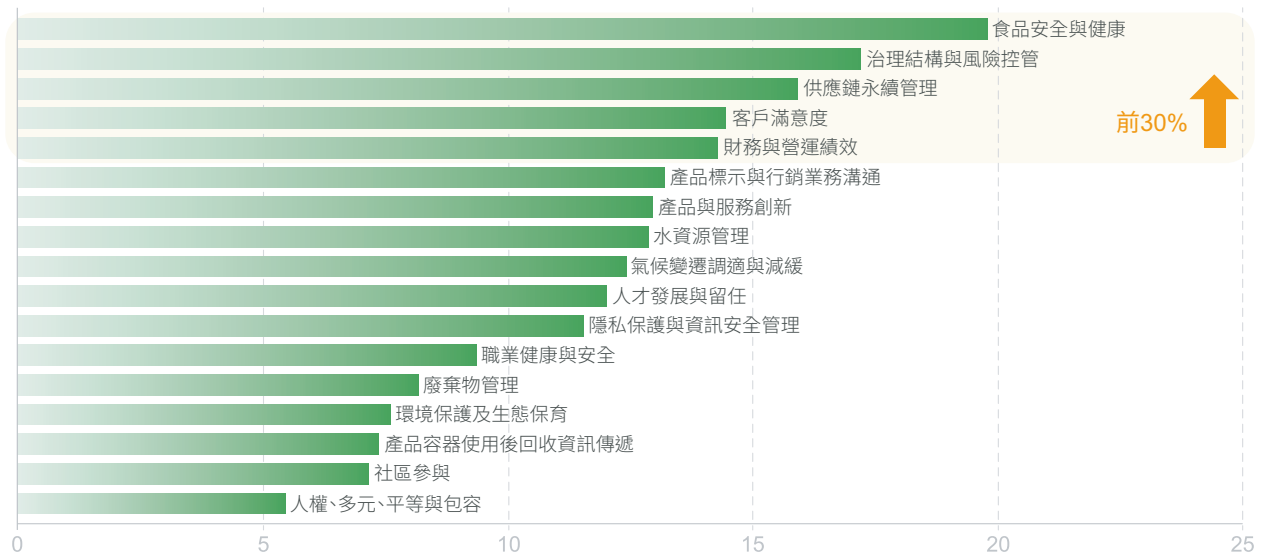
3.1.2 議題衝擊評估與排序

► 衝擊顯著性評估與排序

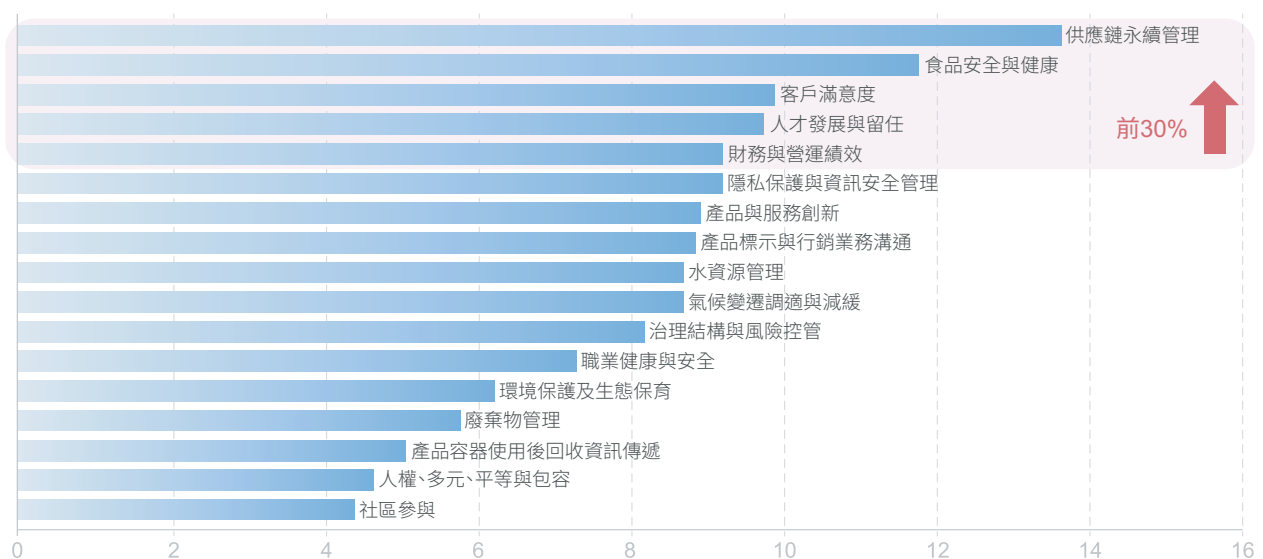
黑松永續發展委員會評估 17 項永續議題對經濟、環境和人群產生的正向及負向衝擊，以及影響程度和發生可能性，判別永續議題的顯著程度。定義當顯著程度高至低排序前 30%，即列為重大議題。考量「氣候變遷調適與減緩」及「水資源管理」係未來管理趨勢，經永續發展委員會決議，增列為重大議題。另外，我們也將利害關係人問卷結果作為是否調整重大議題的依據，利害關係人關注程度高的議題皆納入重大議題，以確實回應利害關係人關注議題。

面向	議題	利害關係人關注度 (9 大利害關係人評選)	永續發展衝擊程度 (永續發展委員會評選)	選定重大議題
環境面 (E)	氣候變遷調適與減緩		✓	●
	環境保護及生態保育			
	水資源管理		✓	●
	廢棄物管理	✓		●
	產品容器使用後回收資訊傳遞			
社會面 (S)	人才發展與留任		✓	●
	職業健康與安全	✓		●
	人權、多元、平等與包容			
	客戶滿意度	✓	✓	●
	食品安全與健康	✓	✓	●
	產品與服務創新			
	產品標示與行銷業務溝通	✓		●
	社區參與			
治理面 (G)	治理結構與風險控管		✓	●
	供應鏈永續管理		✓	●
	隱私保護與資訊安全管理	✓	✓	●
	財務與營運績效		✓	●

► 永續發展委員正向衝擊顯著程度評估結果



► 永續發展委員負向衝擊顯著程度評估結果



3.1.3 重大議題確認

經高階主管核定確認 10 項議題具重大性。114 年之重大議題較上一個報導期間增加 3 項議題，分別為「廢棄物管理」、「人才發展與留任」、「職業健康與安全」，減少 1 項議題「產品與服務創新」。依據 GRI 準則，逐一對應至重大主題，收集資訊進行揭露。

環境面議題	社會面議題	治理面議題
- 氣候變遷調適與減緩 - 水資源管理 - 廢棄物管理	- 人才發展與留任 - 職業健康與安全 - 客戶滿意度	- 食品與健康 - 產品標示與行銷業務溝通
		- 治理結構與風險控管 - 供應鏈永續管理 - 隱私保護與資訊安全管理 - 財務與營運績效

► 重大議題衝擊描述

面向	重大議題	衝擊描述		GRI 主題準則與 SASB 準則
		正面衝擊	負面衝擊	
環境	氣候變遷調適與減緩	面對氣候風險採取積極的減緩、調適措施能有效降低可能產生的損失，若能因此提升能源使用效率、使用綠能、發展更高效率的生產與運輸方式、提升資源效率、進入新市場等，將有助於公司營運發展。	因營運產生之溫室氣體排放對環境具有負面影響，若無妥善評估與因應氣候相關風險與機會，將對營運造成負面影響。	GRI302 能源 FB-NB-110a.1 FB-NB-130a.1 GRI305 排放
	水資源管理	持續水資源使用效率不僅有助於減少營運成本並降低廢水排放，亦能減少水資源短缺的衝擊。	台灣因地理環境屬缺水國家，加上氣候變遷使得缺水危機更加頻繁，由於水是飲料製造的重要原料，生產流程中亦需大量用水確保產線衛生，若未確實節水、提升用水效率，並善盡廢水排放管理責任，將對環境造成負面影響。	GRI303 水與放流水 FB-NB-140a.1 FB-NB-140a.2
	廢棄物管理	透過源頭減量避免資源過度使用，並結合循環經濟思維優化產品的處理與回收機制，將能減少新的資源不斷被開發使用，有效降低環境汙染，最大化資源的再利用效益。	大量事業廢棄物若無妥善處理、回收、再利用將造成環境汙染，或造成環境品質惡化。	GRI306 廢棄物
社會	人才發展與留任	人才是公司重要資產，能夠適當地留任、吸引、激勵優秀人才，將有助於提升公司競爭力，並建立良好的雇主品牌。制定完善的員工訓練計畫與有效的能力評核機制，將能持續提升員工的專業能力，有助於創造更優質的產品與服務。	未有健全的留才機制、較低的薪資福利水準等，將導致高流動率，造成經驗無法傳承，並影響工作士氣。若員工訓練計畫不周，亦不利於提升全體員工素質，長期將影響公司經營成敗。	GRI2 一般揭露 GRI202 市場地位 GRI401 勞雇關係 GRI404 訓練與教育 GRI405 員工多元化與平等機會
	職業健康與安全	重視員工安全、身體與心理健康及幸福感，並以更具主動性的傷病預防措施或健康促進行動關心員工，將有助於提升公司生產力、確保生產品質與顧客滿意度。	公司應善盡責任維護員工工作環境的安全，提供必要之訓練、知識與相關防護措施，若未盡應盡之注意導致受傷，不僅損及員工權益亦可能影響公司名譽。	GRI403 職業健康與安全
	客戶滿意度	滿意的顧客才有可能有高度的重複購買行為與忠誠度，增加顧客對公司的信任度並提升企業獲利。	無法滿足顧客需求或未及時處理客戶疑慮，可能導致消費者放棄交易或轉向競爭對手購買同質產品，也造成顧客對公司印象不佳。	GRI2 一般揭露

面向	重大議題	衝擊描述		GRI 主題準則與 SASB 準則
		正面衝擊	負面衝擊	
社會	食品安全與健康	良好的食品安全管理能確保食品品質與資訊透明，讓消費者遠離食安風險，提供安心飲用的產品，建構令消費者信賴的消費環境。	食品安全及消費者健康福利是食品飲料製造的根基，若稍有不甚影響層面重大。	GRI416 顧客健康與安全 FB-NB-260a.1 FB-NB-260a.2
	產品標示與行銷業務溝通	充足的產品資訊有助於消費者判斷及選購適合自己的產品，除了依法明確標示外，透過有效的行銷業務溝通宣導健康認證、碳足跡標籤等標示，幫助消費者辨識產品特色、瞭解我司對促進健康與環保的成效，並作為消費者選購依據，提升購買意願。	未符合產品標示法規規定將導致裁罰，未透明的資訊可能造成消費者選購到不適合的產品(如過敏原等)，將無法讓消費者安心選購。	GRI417 行銷與標示 FB-NB-270a.1 FB-NB-270a.2 FB-NB-270a.3 FB-NB-270a.4
治理	治理結構與風險控管	公司內部運作結構、財務與制度透明度、股東保護制度等優良有助於提高公司經營績效，為公司取得較低的資金成本，也可以提高公司價值。對政府守法經營與誠實納稅不僅履行企業公民責任，更有助於建立政府對公司的信任。良好的風險控管有助於公司在第一時間啟動應變措施，降低因經營環境變動造成的重大損失，亦有助於公司洞察市場機會，取得先機。	發生違反法規事件，將造成個人或企業法律訴訟支出、稅務補繳及罰款等成本增加、聲譽受損等影響。缺乏對於風險和危機的掌握與調適，以及未預先發展控制機制，將發生應變不及造成重大損失並降低經營韌性。	GRI2 一般揭露
	財務與營運績效	公司透過各項營運策略賺取收入以支應經營成本以及提供員工薪資福利，並將盈餘分配給股東或進行社區投資，創造更高的經濟價值。	經營績效不佳可能導致虧損、組織調整或影響投資人決策與利害關係人對公司的信心。	GRI201 經濟績效
	供應鏈永續管理	良好的供應鏈管理不僅能確保原物料品質及供應穩定，並降低食安風險。若將環境與社會因子納入考量，除自身可控制的資源浪費與污染排放，與供應商攜手更能有效降低經濟活動對環境和人類健康的影響。	氣候變遷、政治、戰爭情勢等皆可能影響供應鏈的穩定，當供應鏈不穩定將導致公司生產營運不穩，發生經營風險或品質不穩定。若未注意供應商環境與社會面的作為，亦有可能促成負面的衝擊。	GRI2 一般揭露 GRI204 採購實務 GRI308 供應商環境評估 GRI414 供應商社會評估 FB-NB-430a.1 FB-NB-440a.1 FB-NB-440a.2
	隱私保護與資訊安全管理	建立嚴密的資訊安全防禦系統、良好的數據管控與隱私保護，以及培養員工的資訊安全意識，能有效抵禦網路間諜威脅，防止機密資訊外洩，贏得客戶、消費者等各方信任，維持品牌的商業優勢。	若遭網路攻擊，可能導致消費者的個人身份被盜用與詐騙，亦可能導致配方遭竊、生產系統被控制，造成產線混亂、多品牌同時斷貨，不僅損害我司營運，連帶影響所有委託代工的客戶市場供應與品牌信譽，造成合作關係破裂與重大商譽損失。	GRI418 客戶隱私

► 重大議題回應與黑松價值鏈關係

面向	重大議題	上游	公司營運	下游		回應章節
		採購	製造	產品使用	廢棄與回收	
環境	氣候變遷調適與減緩	✓	✓			6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理 6.2 物料與能源管理
	水資源管理		✓			6.3 水資源管理
	廢棄物管理		✓		✓	6.4 廢棄物管理
社會	人才發展與留任		✓			2.2 治理單位及薪酬政策 5.1 員工發展與照顧
	職業健康與安全		✓			5.1 員工發展與照顧
	客戶滿意度		✓	✓		4.3 滿意度調查
	食品安全與健康		✓	✓		2.4 法規遵循 4.1 顧客的健康與安全
	產品標示與行銷業務溝通		✓	✓	✓	2.4 法規遵循
治理	治理結構與風險控管	✓	✓			2.2 治理單位及薪酬政策 2.3 政策承諾與申訴機制
	財務與營運績效		✓			2.1 組織概況
	供應鏈永續管理	✓	✓			2.1 組織概況 4.2 供應商管理
	隱私保護與資訊安全管理	✓	✓	✓		2.2 治理單位薪酬政策

3.1.4 持續檢視

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



3.2 利害關係人溝通

利害關係人類別	溝通管道	溝通頻率	114 年溝通 / 活動實績
1. 消費者	消費者服務專線 (TEL: 0800-211080)	不定期	• 年度受理意見反映共計 1,799 件 • 消費者滿意度調查達 82 分 • 每年發佈永續報告書
	黑松官網 / 黑松官網聯絡信箱 (https://www.heysong.com.tw/contact/)	不定期	
	消費者滿意度調查 (訪談)	每年 1 次	
	消費者調查 (如 A&U、廣告效果等)	不定期	
	永續報告書 / 年報 / 財務報告	每年 / 每季 1 本	
	聯絡窗口：公關部主管 (E-mail: PublicRelations@heysong.com.tw)		
2. 員工	內部公佈欄	不定期	• 員工溝通座談會 1 場 • 勞資會議總公司及中壢廠區各 4 場 • 聯合會 2 場福委會會議、中壢廠區 4 場福委會會議及斗六廠 4 場福委會會議。 • 申訴信箱個案共 0 件 • 接受年度績效考核的員工比率達 98 % • 年度訓練總時數共 15,531 小時 • 年度訓練總人次共 5,339 人次 • 工會參與比率達 92 % • 員工整體滿意度平均 3.7 分
	職工福利委員會各項活動 (如旅遊、聚餐等)	不定期	
	教育訓練 / 員工輪調	不定期	
	績效考核與面談	每年 2 次	
	內部溝通機制	不定期	
	勞資會議	每季 1 次	
	聯絡窗口：人資室主管 (E-mail: HR@heysong.com.tw)		
3. 政府機關	政府函詢	不定期	• 發布函令 • 參與政府舉辦之活動、說明會 • 每年發布永續報告書、年報
	行政院公報資訊網	不定期	
	電話 /e-mail/ 行政溝通管道	不定期	
	聯絡窗口：總務部主管 (E-mail: GeneralAffairs@heysong.com.tw)		
4. 客戶	經銷商業務研討 / 座談會	每季 1 次	• 飲料經銷商滿意度調查 81 分 • 金高經銷商滿意度調查 83 分 • 重點通路客戶滿意度調查 81 分
	經銷商年會	每年 1 次	
	電子資訊平台	不定期	
	年度提案	每年 1 次	
	顧客滿意度調查 (問卷 + 訪談)	每年 1 次	
	日常電話 /e-mail/ 面訪	不定期	
	聯絡窗口：業務推廣部主管 (E-mail: Sales@heysong.com.tw)		

利害關係人類別	溝通管道	溝通頻率	114 年溝通 / 活動實績
5. 供應商	供應商實地評鑑	每年 1 次	• 執行 63 家供應商實地評鑑 • 執行 111 家供應商季評鑑
	供應商品質季評鑑	依評鑑類別，於每季依規劃進行	
	日常電話 /e-mail/ 面訪	不定期	
	聯絡窗口：採購部主管 (E-mail: Purchasing@heysong.com.tw)		
6. 股東	官方網站投資人專區	不定期	• 每季公布財務報表 • 辦理 2 場法人說明會 • 辦理 1 場股東會 • 每年公布永續報告書、年報
	股東常會	每年 1 場	
	法說會	每年 2 場	
	永續報告書 / 年報 / 財務報告	每年 / 每季 1 本	
	聯絡窗口：總務部主管 (E-mail: GeneralAffairs@heysong.com.tw)		
7. 媒體	新聞稿	不定期	• 新聞稿 27 則 • 媒體餐敘 3 場 • 記者會 5 場 • 媒體專訪 6 場
	記者會	不定期	
	聯絡窗口：公關部主管 (E-mail: PublicRelations@heysong.com.tw)		
8. 鄰近社區	社區活動	不定期	• 參觀飲料博物館共 8,874 人次 • 參觀黑松世界共 38,424 人次 • 中壢廠協助經濟部中壢產業服務園區辦理捐血活動 2 次
	聯絡窗口： 總務部主管 (E-mail: GeneralAffairs@heysong.com.tw) 公關部主管 (E-mail: PublicRelations@heysong.com.tw) 中壢廠廠務部主管 (E-mail: PlantAffairs@heysong.com.tw) 斗六廠管理部主管 (E-mail: DouliuAffairs@heysong.com.tw)		
9. 非營利組織	黑松愛地兒點子計畫拜訪與輔導	每週 1 次	• 服務累積觸及桃園市 75 所小學 (40%) • 累積輔導 11 所學校取得臺美生態學校綠旗認證，包含 1 所永久綠旗學校 • 累積輔導 5 所學校發展校本特色課程 • 累積認證環境教育種子教師 19 位，年度服務次數達 45 人次
	黑松綠 + 校園生態計畫拜訪與輔導	每週 1 次	
	黑松尋。耕課程計畫拜訪與輔導	不定期	
	其他公益贊助	不定期	
	聯絡窗口：基金會主管 (E-mail: hsef@heysong.com.tw)		

► 利害關係人關注議題

利害關係人類別	關注議題	回應章節
1. 消費者	環境保護及生態保育	6.3 水資源管理、6.5 降低產品及營運衝擊
	社區參與	5.2 社會共榮
	人權、多元、平等與包容	4.2 供應商管理、5.1 員工發展與照顧
2. 員工	人才發展與留任	5.1 員工發展與照顧
	財務與營運績效	2.1 組織概況
	人權、多元、平等與包容	4.2 供應商管理、5.1 員工發展與照顧
3. 政府機關	供應鏈永續管理	4.2 供應商管理
	人權、多元、平等與包容	4.2 供應商管理、5.1 員工發展與照顧
	職業健康與安全	5.1 員工發展與照顧
4. 客戶	產品與服務創新	4.1 顧客的健康與安全、6.5 降低產品及營運衝擊
	供應鏈永續管理	4.2 供應商管理
	產品標示與行銷業務溝通	4.1 顧客的健康與安全
5. 供應商	治理結構與風險控管	2.2 治理單位及薪酬政策、2.3 政策承諾與申訴機制
	客戶滿意度	4.3 滿意度調查
	供應鏈永續管理	4.2 供應商管理
6. 股東	隱私保護與資訊安全管理	2.2 治理單位及薪酬政策
	客戶滿意度	4.3 滿意度調查
	治理結構與風險控管	2.2 治理單位及薪酬政策、2.3 政策承諾與申訴機制
	財務與營運績效	2.1 組織概況
7. 媒體	產品標示與行銷業務溝通	4.1 顧客的健康與安全
	食品安全與健康	2.4 法規遵循、4.1 顧客的健康與安全
	人權、多元、平等與包容	4.2 供應商管理、5.1 員工發展與照顧
8. 鄰近社區	水資源管理	6.3 水資源管理
	客戶滿意度	4.3 滿意度調查
	食品安全與健康	2.4 法規遵循、4.1 顧客的健康與安全
9. 非營利組織	廢棄物管理	6.4 廢棄物管理
	氣候變遷調適與減緩	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	產品容器使用後回收資訊傳遞	4.1 顧客的健康與安全





4.1 顧客的健康與安全

4.2 供應商管理

4.3 滿意度調查

4

安心飲食

4.1 顧客的健康與安全

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

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

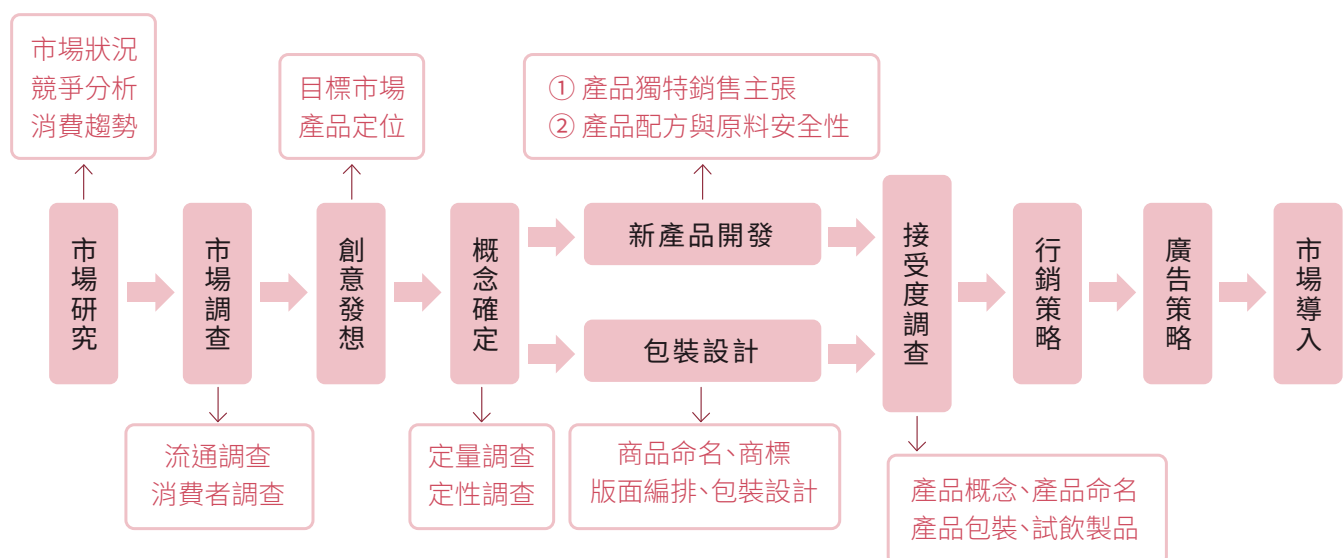
保健事業方向，黑松生技 H⁺ 延續黑松集團「優質生活的夥伴」理念，致力成為「健康生活的夥伴」，透過官網「健康研究所」提供正確保健知識，強化專業與信任；並以「全家人的健康管理」為核心，依不同人生階段研發對應產品，打造涵蓋各年齡層的全方位保健產品。

產品概念與研發

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

產品開發流程

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



產品製造

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

4.1.1 產品健康組合

► 產品健康指數

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

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

本公司已針對百分之百黑松品牌飲料產品盤查健康指數。

► 優化產品配方並開發更健康之新產品：

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

► 黑松品牌飲料產品健康指數：

年度	112 年	113 年	114 年	燈號
碳酸飲料	61	61	61	●
茶	81	80	78	●
咖啡	62	67 ^註	68	●
運補	68	68	68	●
水	84	84	84	●
果汁	61	64	64	●
全產品	69	69	69	●

說明：

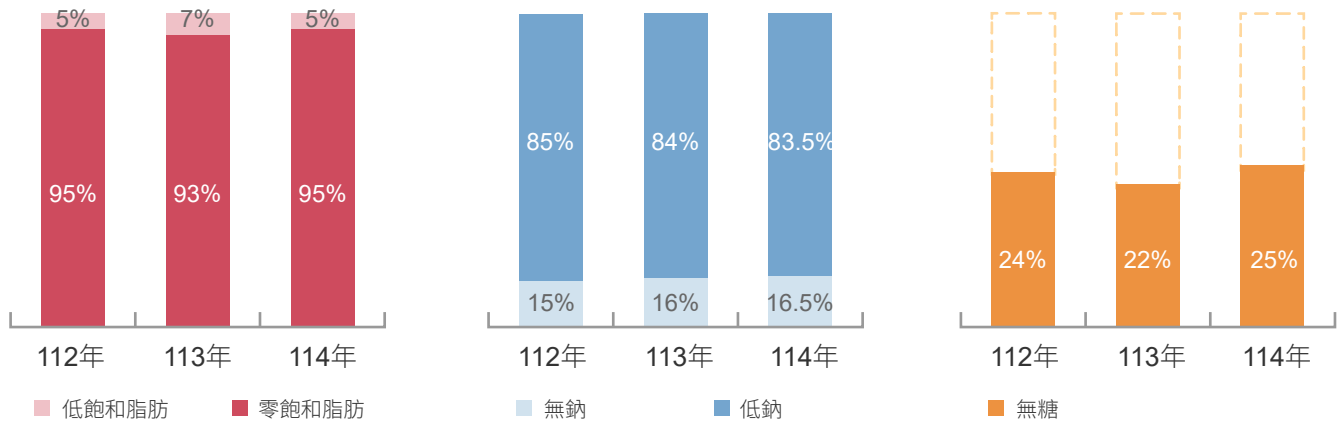
- 1：計算內容不包含代工品項 (立頓、三得利)。
- 2：產品類別健康指數以產品出廠公升數加權。
- 3：健康指數與對應燈號

分數	燈號
<60 分	●
60 分 (含)-70 分 (含)	●
>70 分	●

註： 113 年特濃韋恩黑松咖啡改採無香料配方，健康指數從 62 顯著提升至 67。

►「低飽和脂肪 / 無反式脂肪 / 低鈉 / 低糖」產品銷售量

為滿足國人健康美味方便的飲食需求，提升國人健康的飲食生活水準，本公司長期以來致力於天然來源的素材應用，低鈉、低糖產品的開發、銷售與推廣，以及既有產品的配方改良，以滿足國人對健康的期待與需求。本公司近 3 年銷售產品皆不含反式脂肪。



說明

1：產品類別定義參考衛福部訂定之「包裝食品營養宣稱應遵行事項」

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

4.1.2 食品品質相關驗證

定期執行內部稽核，維持食品安全系統 (ISO 22000, FSSC 22000, TQF) 及品質管理系統 (ISO 9001) 有效。

ISO 22000、FSSC 22000

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

► 通過 ISO 22000 及 FSSC 22000 的生產量佔比

廠別	112 年	113 年	114 年
中壢廠	100%	100%	100%
斗六廠	100%	100%	100%
總計	100%	100%	100%

說明

- 1：本公司取得 SGS 公司 ISO 22000：2018 驗證證書編號為 TW13/10391(中壢廠，驗證有效期為自 114 年 5 月 26 日至 117 年 5 月 26 日)、TW13/10393(斗六廠，驗證有效期為自 114 年 5 月 26 日至 117 年 5 月 26 日)。
- 2：本公司取得 SGS 公司 FSSC 22000 V6 驗證證書編號為 TW13/10392(中壢廠，驗證有效期為自 114 年 5 月 26 日至 117 年 5 月 26 日)、TW13/10394(斗六廠，驗證有效期為自 114 年 5 月 26 日至 117 年 5 月 26 日)。
- 3：以公司 ERP 報表統計通過驗證之產品產量除以總產量計算佔比。

► TQF

本公司中壢廠與斗六廠生產線皆通過台灣優良食品驗證 (TQF 驗證)，114 年黑松所生產的產品取得 TQF 驗證標章之比率達 100%^註，確保產品品質、安全與衛生，保障消費者及製造者之共同權益。

註：產品取得 TQF 驗證標章之比率 = 取得 TQF 驗證標章產品年度產量 / 產品年度總產量。

驗證工廠生產系統編號

中壢廠：01003、01219、16022、16102、16104、16112

斗六廠：01014、16006

► 食品認證

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

SNQ 國家品質標章			
保健			黑松人蔘精 SNQ 國家品質標章 國品字第 P080032 號^註 註：效期至 114 年 12 月 31 日
			黑松龜鹿膠原精華膠囊 SNQ 國家品質標章 國品字第 P080004 號^註 註：效期至 115 年 12 月 31 日

潔淨標章 A.A. Clean Label

保健

- 黑松 L-137® 植物乳酸菌膠囊 (一星)
- 黑松人蔘精 (一星)
- 黑松葉黃素濃縮精 (一星)
- 黑松龜鹿膠原精華膠囊 (一星)
- 黑松御樟芝馬卡 Ex 複方膠囊 (一星)
- 黑松青汁酵素益生菌 (一星)
- 黑松蜜桃膠原蛋白 (一星)
- 黑松木鱉果葉黃素膠囊 (一星)
- 黑松黑種草魚油軟膠囊 (三星)



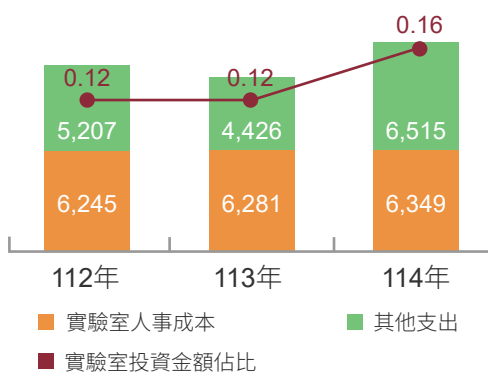
黑松生技 H⁺ 長期重視食品安全與品質管理，落實自主管理，並依全球無添加驗證規範，從原料來源、生產流程到工廠衛生管理全面審查，嚴格把關，確保所有產品皆通過 A.A. 潔淨驗證，維持高品質產品與安心承諾。

4.1.3 食品安全檢驗

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

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

食安實驗室投資金額與佔比(仟元)



	112 年	113 年	114 年
實驗室人事成本	6,245	6,281	6,349
其他支出	5,207	4,426	6,515
總計	11,452	10,707	12,864
營業淨額	9,182,200	8,975,166	8,064,046
實驗室投資金額佔比	0.12%	0.12%	0.16%

說明：114 年增加以下設備及軟體：

1. LIMS 實驗室資訊管理系統 75 萬
2. 空調主機汰換 60 萬
3. 設備 ICP/MS 冷卻循環機 20 萬

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

黑松食品安全實驗室 114 年可檢測項目包含化學領域 537 項及微生物領域 10 項。亦取得衛生福利部 TFDA 實驗室認證 1 項及全國認證基金會 TAF 的實驗室認證 15 項測試檢驗認證。

► 114 年有效認證項目

TAF 實驗室認證項目		TFDA 實驗室認證
- 飲料重金屬 (砷、鉛、銅、錫、鎘) - 微生物 3 項：生菌數、大腸桿菌群、黴菌及酵母菌 - 三聚氰胺 - 雙酚 A - 咖啡因	- 赭麴毒素 A - 重金屬以 (鉛) 計 - 酒類 6 項：重金屬鉛、防腐劑、乙醇、甲醇、二氧化硫、葉黃素	飲料中咖啡因

► 實驗室可檢測項目

實驗室持續強化檢驗能力，增加可檢測項目。截至 114 年我司實驗室可檢測項目有：

領域	測項分類
化學領域 (537 項)	- 酒類相關測項：14 項 甲醇、乙醇、葉黃素、防腐劑 2 項 (苯甲酸、己二烯酸)、鉛、二氧化硫、風味成分 7 項 (乙酸乙酯、乙縮醛、正丙醇、異丁醇、正丁醇、異戊醇、乳酸乙酯)。 - 水質相關測項：25 項 重金屬 8 項 (砷、鉛、鎘、銅、錫、鎘、汞、鋅)、微量金屬元素 9 項 (鋁、鐵、錳、鎳、銀、硒、鉍、硼、鉻)、巨量金屬元素 4 項 (鈣、鉀、鎂、鈉)、溴酸鹽、甲醛、乙醛、丙醛。 - 食品容器相關測項：14 項 塑化劑 6 項 (DBP、BBP、DEHP、DEHA、DINP、DIDP)、雙酚 A、蒸發殘渣、高錳酸鉀消耗量、總酚、福馬林、鎘、鉛、鎘。 - 食品 / 飲料 / 原物料相關成分測項：40 項 營養標示 8 項 (熱量、蛋白質、碳水化合物、粗脂肪、飽和脂肪、反式脂肪、鈉、糖類)、總糖 6 項 (葡萄糖、果糖、蔗糖、半乳糖、乳糖、麥芽糖)、兒茶素 8 項 (EGC、EC、ECG、C、CG、GC、GCG、EGCG)、水分、粗灰分、維生素 C、咖啡因、亞鐵、總類黃酮、總多酚、茶胺酸、單寧酸、總皂苷 (以 Rb1 計)、γ-胺基丁酸 (GABA)、麩胺酸鈉 (MSG)、β-葡聚糖、飲料中乙醇、牡荊素、異牡荊素、水溶性膳食纖維、食品中 SOD-like 活性。 - 食品 / 飲料 / 原物料相關污染物或衛生指標測項：444 項 重金屬 7 項 (砷、鉛、鎘、銅、錫、鎘、汞)、重金屬 (以鉛計)、塑化劑 9 項 (DMP、DEP、BBP、DBP、DNOP、DIDP、DIBP、DEHP、DINP)、防腐劑 3 項 (苯甲酸、己二烯酸、對羥基苯甲酸)、農藥殘留 410 項、蒽醌、三聚氰胺、丙烯醯胺、二氧化硫、赭麴毒素 A、黃麴毒素 4 項 (B1、B2、G1、G2)、黃麴毒素 M1、棒麴毒素、蘇丹色素、水及飲料中氯酸鹽和亞氯酸鹽。
微生物領域 (10 項)	微生物相關測項：10 項 總生菌數、黴菌及酵母菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、嗜高溫腐敗菌、硫化腐敗菌、乳酸菌、嗜熱嗜酸性桿菌 (代謝物：愈創木酚)、腸桿菌科、大腸桿菌群 (濾膜法)。

► 飲料產品

原物料進廠時先行基本檢驗。如檢驗結果與管制標準不符合，則通知廠商予以退貨。

除法規規範之相關衛生指標強制檢驗事項外，亦對原物料中之風險物質進行自主監測檢驗，114 年共 136 件。如三聚氰胺、赭麴毒素 A、黃麴毒素、黃麴毒素 (M1)、丙烯醯胺、殘留農藥、原料重金屬等。

► 保健產品

落實原料查檢、製程管控與成品檢驗，並檢測營養功能性成分，確保黑松生技產品安全合規。

► 酒類產品

國外自辦進口酒品定期每年委託外部機構檢驗，或由黑松公司自有之食品安全實驗室自主檢驗。

4.1.4 食品安全衛生管理

食品安全品質政策

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

食品安全品質目標由相關部門提報訂定及修訂，或於全面品質管理委員會 (TQM 委員會) 中討論訂定及修訂，並由定期舉行之全面品質管理委員會 (TQM 委員會) 追蹤目標達成與檢討。

► 食品安全品質政策：

- 食品安全：以安全的飲食產品，滿足人類健康需求。
- 顧客滿意：讓顧客滿意我們的品質與服務。
- 永續經營：不斷地有創新產品，並拓展國內外市場。

114 年食品安全品質目標與執行狀況

目標	執行狀況
• 食品安全回收事件 0 件。	1~12 月食品安全回收事件 0 件。
• 產品不良率低於 226ppm。	1~12 月產品不良率為 222ppm。
• 產品品質客訴發生率低於 0.07ppm。	1~12 月產品品質客訴發生率 0.02ppm。
• 溝通訓練全員參與度達 80% 以上。	1~12 月溝通訓練全員參與度達 90.8%。

115 年食品安全品質目標

- 食品安全回收事件 0 件。
- 產品不良率低於 220ppm。
- 產品品質客訴發生率低於 0.07ppm。
- 內容物損耗率低於 1.35%。
- 溝通訓練全員參與度達 85% 以上。



► 食品安全委員會

為建立本公司食品安全管理系統，保障食品安全，103 年特成立食品安全委員會，專責統籌管理食安議題，並制定「食品安全委員會設置辦法」，綜理全公司食品安全管理有關事項，由總經理擔任主任委員，定期召開會議，視議題內容，請相關廠處主管、部門主管及指定人員出席。本委員會轄下分設 3 組「法規研究組」、「溯源管理組」、「因應執行組」，各組分別就食安法規、原料與成品追溯追蹤、以及相關回收機制之建置與執行定期開會討論，亦可能視實際需求召集會議。114 年共召開 2 次會議。

鑒於消費者對食安問題的重視，除既有商品包裝標示 SOP 因應法規變動持續更新外，成立食安專責部門，定期搜尋國內外食品安全法規及食安訊息變動狀況，評估與篩選可能有影響公司食安法遵及產品規範之變動訊息，並通報公司各相單位進行因應事項盤查與對策擬定。114 年專責部門 - 食品安全分析部共立案 24 件食安訊息通報並追蹤執行結果。

► 食品安全管制小組

為符合食品安全管制系統 (Hazard Analysis and Critical Control Point, HACCP)，107 年成立食品安全管制小組，主要成員包含技術研發、食品安全、產品研發、品保、食品技師相關管理幹部，任務為鑑別、評估及管制食品安全危害，管理原材料之驗收、加工、製造、貯存及運送並制定危害分析重要管制點計畫，每年召開 2 次會議確認執行成果與改善事項擬定，並得視需要召開臨時會議。

► 全面品質管理委員會 (TQM 委員會)

- 每季定期召開 TQM 委員會會議，審查品質與食品安全管理系統，以確認其持續適用性、適切性和有效性。審查內容與相關決策與因應措施如下：
 - TQM 委員會會議審查內容
 - 驗證活動結果的分析。
 - 內 (外) 部稽核結果。
 - 顧客回饋資訊，包括顧客滿意度調查和客訴處理之資訊。
 - 供應商 (原料、代工產品) 評鑑及檢討改進措施。
 - 流程績效與產品符合性。
 - 預防和矯正措施的狀況。
 - 上一次【TQM 委員會】會議決議追蹤事項。
 - 可能影響品質與食品安全管理系統運作的相關事宜。
 - 可能影響食品安全之任何變動。
 - 緊急狀況、意外及產品回收。
 - 內外部風險與機會議題與採取行動的有效性之檢討。
 - 改善建議。
 - 相關決策與因應措施
 - 品質與食品安全管理系統和其流程之有效改善，及為達成食品安全品質政策 / 目標，所採取變更之措施。
 - 與顧客及法律、法規要求有關的產品的改進事項。
 - 所須提供之資源。

► 培育員工相關技能與經驗

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

食品安全衛生與品質相關教育訓練

每年提供現場作業人員食品安全衛生與品質要求相關之教育訓練，114 年全公司合計受訓 32 小時、713 人次。

食品安全衛生與品質相關教育訓練統計：

	112 年		113 年		114 年	
	小時	人次	小時	人次	小時	人次
總公司	20 ^註	460	8	376	13	303
中壢廠	51 ^註	498	34	421	10	326
斗六廠	14 ^註	131	14	138	9	84
總計	525 ^註	688	56	935	32	713

註：112 年 FSSC 22000(V6) 轉版及 HACCP 持續教育訓練，故時數較高。

專業證照津貼獎勵員工自我進修：

- 制定專業證照津貼發給要點，鼓勵員工持續精進專業。
- 食品技師證照數：112 年 7 張、113 年 9 張、114 年 10 張。

說明：114 年食品技師證照分布：台北 2 張、中壢 7 張、斗六 1 張。

► 食品安全訊息通報系統

為符合政府法規的規定，預防食品安全事件發生，做好食品安全管理風險管控，105 年起建立「國內外食品安全衛生訊息通報系統」，由食安部專人每日搜尋衛福部食藥署、國內外食品資訊入口網站等相關網站，掌握國內外食品安全法規變動及食安訊息狀況，即時通報與權責單位盤查相關性與因應改善對策擬定並追蹤改善結案，維護食安制度適法性與強化食品安全危害事件風險預防。

► 對從業人員、作業場所、設施衛生管理的標準

本公司為確保各項飲料產品供銷消費者，除了專注於原物料的安全監測，更致力於產品生產過程的管控。從產品製程設計開始，即進行生產環境危害分析和製程的適切性，包含從業人員、作業場所、設施衛生的管理，確認產品製程各步驟皆在安全的管控範圍。循食品安全衛生管理法之要求，完成建築與設施、工作空間與員工設施、空氣、水、能源供應、廢棄物及污水處理、機器設備清潔、維護與預防維修、原物、交叉污染預防量測、清潔與衛生、蟲害、人員衛生之管制，力求每一步驟皆符合要求。廠內設有各管制小組定期對產品製程、廠區環境衛生、人員衛生作業、設備清潔衛生進行討論。黑松公司並嚴格要求食品添加物之檢驗，因應市場上相關食品安全之要求，符合消費者對產品之期望。本公司通過 ISO 22000 及 FSSC 22000 之驗證並維持有效，上述食品安全衛生管理相關措施涵蓋範圍包括中壢廠、斗六廠所生產的所有產品類別，佔比為 100%。

4.2 供應商管理

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

此外，本公司訂定「供應商管理政策」，並於 115 年將原「供應商行為規範協議書」編修為「供應商行為準則承諾書」，旨在強化本公司對於供應商在商業道德與誠信經營、食品安全、勞工與人權、健康與安全、環境保護及管理系統等面向之管理密度。基於管理政策之目的，本公司要求供應商承諾下列事項，並鼓勵供應商將本政策精神延伸至其上游供應鏈與協力廠商：

1. 商業道德與誠信經營：供應商應本於誠信經營原則，以公平與透明之方式進行商業活動，禁止任何形式之賄賂、回扣、非法佣金、利益衝突或不公平競爭行為，如知悉任何前開不當行為應主動通報。
2. 食品安全：供應商供應食品成品、食品加工、食品原料、食品添加物或食具、容器等項目者，應建立食品安全管理制度，確保符合食品安全衛生管理法及相關法令。
3. 勞工與人權：支持並尊重國際公認之人權原則，要求供應商於其營運活動中，保障所有勞工之基本人權與尊嚴，不得有歧視、違法童工、強迫勞動、阻礙結社或其他違反勞動相關法令之不當行為，並應建立內部匿名申訴或檢舉機制。
4. 健康與安全：供應商應遵循所有適用之職業安全衛生法令與相關標準，除建立必要之安全管理制度、教育訓練、防護設備及緊急應變機制外，並應採取合理可行之措施，以降低職業災害及健康風險，並持續進行改善。

5. 環境保護：鼓勵供應商於營運活動中重視環境永續，降低對自然環境之衝擊，應遵守環境保護相關法令與規範、妥善管理汙染源及廢棄物，推動能源管理政策降低能源消耗與溫室氣體排放。
6. 管理系統：供應商應依其業務規模、產業性質及背景制定對應之永續管理、資訊安全、風險管理政策及制度，並於合理範圍內，配合黑松公司進行供應商評估、文件審查、實地查核、教育訓練或改善要求。

在執行面上，除透過「實地評鑑」與「季評鑑」嚴控食安品質外，為強化供應商管理，進行「供應商永續管理問卷調查」，將公司治理、資訊安全、環境保護、勞動權益、職業安全衛生納入核心查核項目，希冀以此提高供應商重視永續議題，以及促進台灣當地經濟發展。



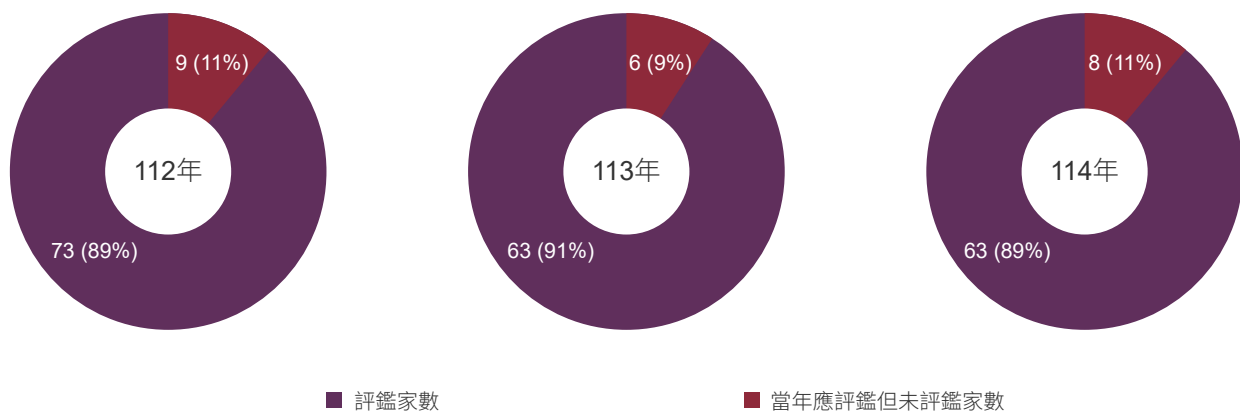
4.2.1 供應商評鑑查核

本公司透過兩種供應商評鑑確保食品安全與品質：實地評鑑與季評鑑。實地評鑑著重於食品安全面向，每年勘察生產製造是否符合食品管理法規以及是否建立追溯追蹤管制措施等，114 年實地評鑑佔比為 89%。季度評鑑則從品質、交期、價格、服務等角度檢視問題並要求提出問題原因及因應措施，110 年至 114 年季評鑑每年佔比皆達 100%。藉由持續溝通，本公司與供應商共同提升生產效能、共創業績成長。

► 供應商實地評鑑

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

實地評鑑家數與佔比

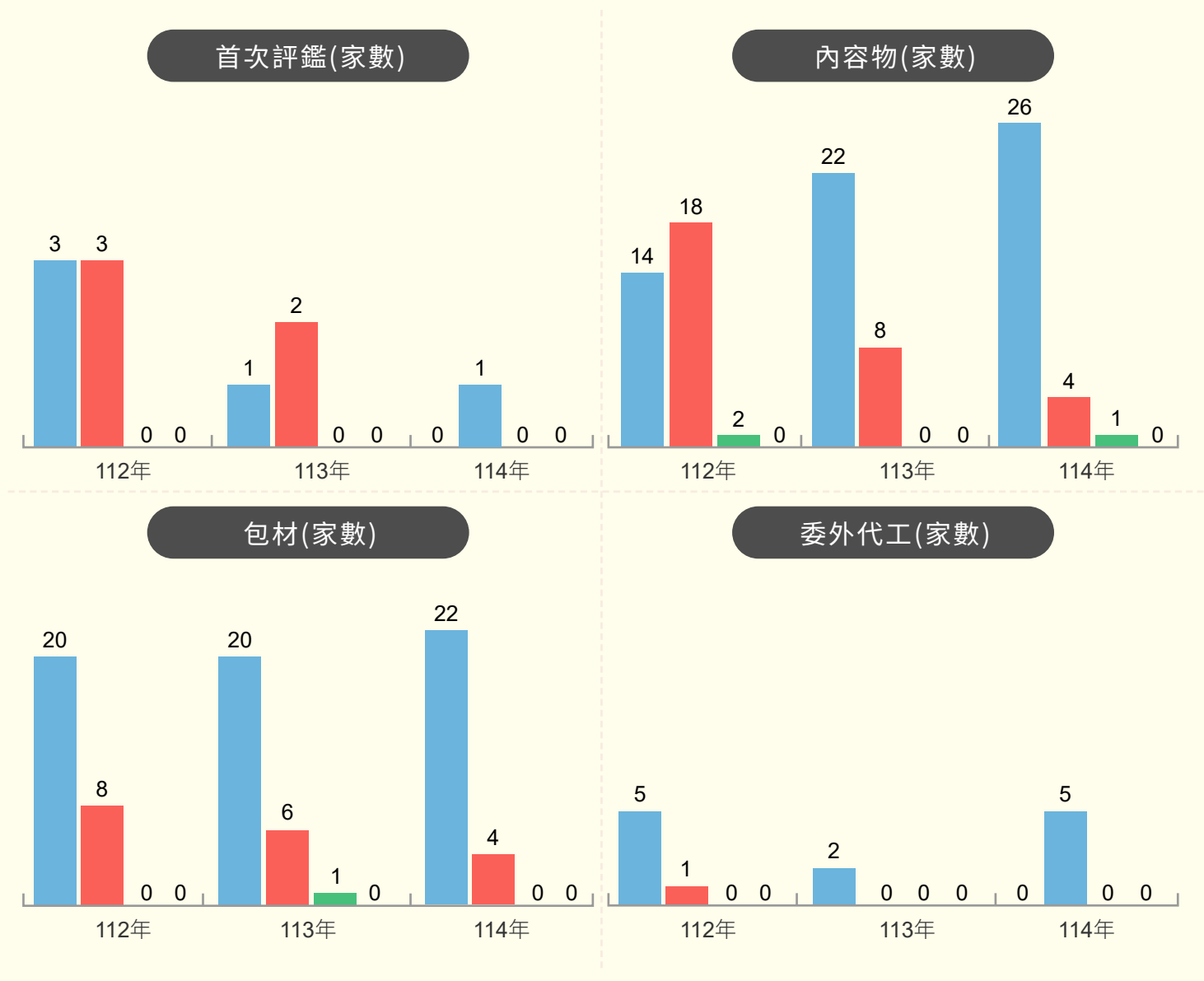


	112 年	113 年	114 年
供應商全部家數	111	109	111
不必評鑑之供應商家數	29	40	40
應評鑑之供應商家數	82	69	71
評鑑家數	73	63	63
佔比	89%	91%	89%

說明：

1. 不必評鑑之供應商家數：內容物評鑑結果優良及合格之供應商及委外代工廠商評鑑結果優良規範兩年一次的評鑑頻率。
2. 113 年其中一間包材供應商係以專案方式進行評鑑。
3. 佔比計算方式：評鑑家數 / 應評鑑之供應商家數。
4. 114 年其中一間包材供應商終止交易，未能進行實地評鑑。

實地評鑑結果



說明：

1：供應商實地評鑑分數區間：(同一廠商若有兩個以上的評鑑結果，取低分者計算。)

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

2：評鑑後為「加強輔導改善」廠商之原料品項後續未使用。

3：包材之實地評鑑結果未計入以專案方式進行之包材供應商。

因應措施

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

修訂採購合約，發揮強制力

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

► 供應廠商季評鑑

評鑑項目

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

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

計分方式

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

分級標準

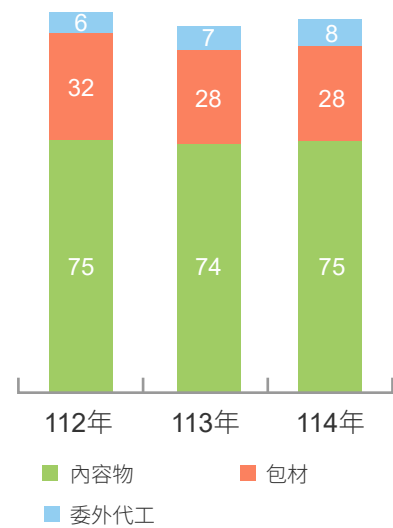
級別	分數區間
A 級	≥ 90 分（含）
B 級	80 分（含）～ 90 分以下
C 級	70 分（含）～ 80 分以下
D 級	<70 分

近三年評鑑結果

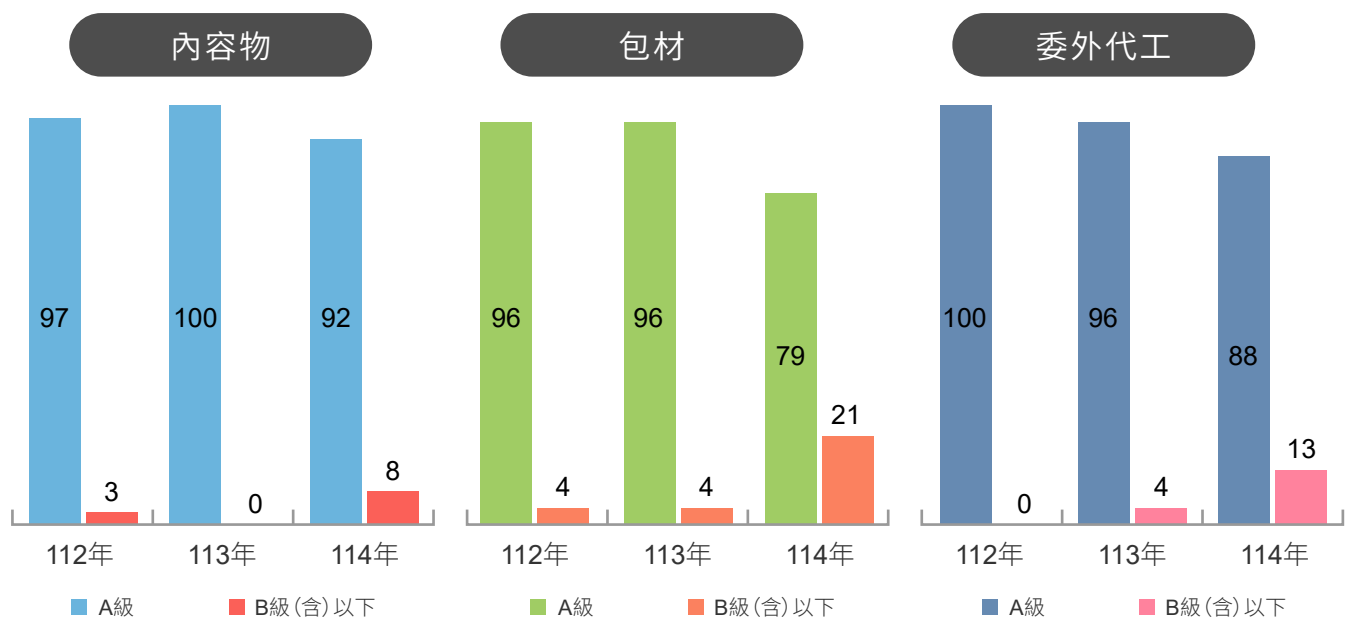
季評鑑家數與佔比

供應商類別	家數 / 佔比	112 年	113 年	114 年
內容物	評鑑家數	75	74	75
	佔比	100%	100%	100%
包材	評鑑家數	32	28	28
	佔比	100%	100%	100%
委外代工	評鑑家數	6	7	8
	佔比	100%	100%	100%

說明：計算方式為此類別已評估家數 / 該類別全部供應商數。



季評結果



說明：

- 1：占比計算方式為每季家數加總 / 該類別每季全部供應商家數加總。
- 2：若供應商在該季度有超過 1 項評鑑項目，則以各項評鑑結果平均分數做計算。
- 3：114 年委外代工因小數點位數擷取而產生尾數誤差。

• 因應措施

評鑑結果為 B 級（含）以下之供應商，其應提出問題原因與因應措施進行改善對策，另外，針對 C、D 級供應商，本公司亦可採取減少採購量或停止合作關係之行動方案。每年年底或隔年年初邀請前年度評鑑結果均有大量供貨者參與「供應商評鑑與檢討會議」共同探討問題改善或對策、研擬改善對策，以期提升生產成效、共創業績增長。

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

4.2.2 追溯追蹤管理

► 自願進行：

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

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

► 法規要求：

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

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

納入追溯追蹤系統之產品佔所有產品之百分比

類別		112 年	113 年	114 年
法令規範：	飲料產品	100%	100%	100%
自願追蹤：	保健產品	100%	100%	100%
	酒類產品	100%	100%	100%
總計		100%	100%	100%

4.2.3 供應商環境與社會衝擊評估

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

再者，本公司為深化管理，參考歐盟《企業永續盡職調查指令》導入供應商人權盡職調查（流程及執行情形詳見人權盡職調查結果）；另依循《責任商業聯盟行為準則》之精神，將「供應商行為規範協議書」修訂為「供應商行為準則承諾書」，其中所涉及之環境保護面向，包括：

1. 遵守環境保護相關法令與規範並積極以綠色環保、節能減碳為目標，降低自然環境之衝擊與危害。
2. 建立制度妥善管理包括但不限於對於廢氣、水資源、廢棄物等汙染及有害物。
3. 應盡可能尋求方法改善能源利用效率，降低能源消耗及溫室氣體排放量。

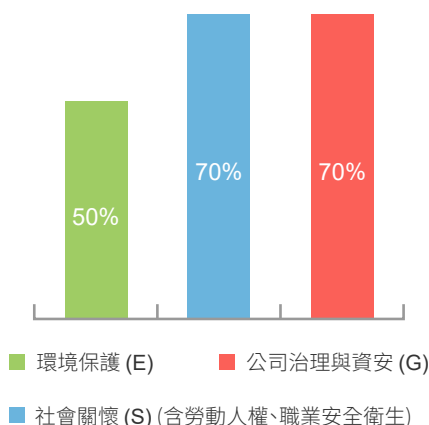
如有違反情事，本公司得依管理政策、風險評估結果或雙方契約約定，採取相應措施，包括要求限期改善、調整合作方式、暫停交易、終止合作關係或賠償及罰款。

供應商永續管理問卷調查

本公司於 114 年針對原料供應商：內容物、包材以及委外代工供應商：飲料及保健產品進行「供應商永續管理問卷調查」。

- 調查覆蓋率：本次問卷發放 103 家，回收 99 家（回收率 96%），同意資料蒐集家數計 90 家，類別展開計 95 家進行分析。
- 供應商結構：以非上市櫃公司為主（88%），其次為上市公司（10%）及上櫃公司（2%），且 90% 為內容物與包材供應商。

針對環境、社會與治理面向的調查結果：



環境保護 (E)

- 供應商在環境保護各指標之平均表現約為 50%，近半數供應商設有節能、節水、減廢目標，並制定環境政策，其中包材類供應商在導入綠色採購與溫室氣體減量之表現優於其他類別。
- 透過調查，我們識別出具有節能、節水及廢棄物減量具體措施之供應商，未來將透過永續交流與經驗分享，引導其他供應商提升環境管理績效。
- 指標：是否制定環境政策、是否導入綠色採購、是否設定溫室氣體排放減量目標、是否設定節能目標、是否設定節水目標、是否設定減廢目標

社會關懷 (含勞動人權、職業安全衛生) (S)

- 超過 70% 供應商已制定勞動及人權政策，並建置完善的勞資溝通管道。
- 整體供應商注重職業安全與衛生，除制定勞工安全政策，並安排訓練，如職災預防、危險性機械操作人員具合格證照。
- 指標：是否投入社會關懷與實際行動、是否制訂勞動及人權政策、是否安排員工參與 DEI、是否提供勞資溝通管道、是否制定勞工健康安全政策、是否安排員工參與職業安全衛生訓練、是否具有員工健康與職業災害預防措施、危險性機械設備施作人員是否具合格操作。

公司治理與資安 (G)

- 近 70% 供應商已制定公司治理及資訊安全與隱私相關政策，其中有 7 家供應商通過國際認證。
- 指標：是否制定書面化的公司治理相關政策、是否制定資訊安全與隱私相關政策。

本調查為本公司供應鏈管理之基礎。未來我們將持續深化與供應商的連結，針對具備永續發展共識與合作意願的合作夥伴，優先推動各項永續合作專案（如：綠色採購、資源循環專案），持續強化供應鏈之整體永續績效。

新合約使用社會、環境衝擊標準 (永續經營條款) 篩選的比率

112 年	113 年	114 年
100%	100%	100%

4.2.4 在地採購

供應商類別	112 年	113 年	114 年
原料	82%	80%	80%
物料	88%	81%	82%
成品	97%	97%	97%
自販機	100%	100%	100%

說明：當地供應商係指該供應商位於台灣，並提供產品或服務給黑松者（即與供應商之間不存在跨國支付）。

4.2.5 綠色採購績優單位

本公司自 103 年至 112 年連續 10 年獲環境部表揚為綠色採購績優單位。113 年度達到綠色採購申報金額 5000 萬元以上標準，獲得環境部頒發感謝狀，肯定本公司持續推動綠色採購之成果。另自 103 年至 113 年連續 11 年，獲桃園市政府綠色採購相關表揚，展現本公司長期推動永續採購之成果。

► 飲料產品紙盒包裝採 FSC 認證紙材及 ASI 認證鋁層原料

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

FSC 紙盒包裝採購金額佔比

項目	112 年	113 年	114 年
康美包佔比	100%	100%	100%

說明：

1. 本公司紙盒包裝飲料之康美包為 SIG 康美包 (股) 公司產品，屬於無菌紙盒包材之一。
2. 佔比計算方式：當年度獲得 FSC 認證之飲料產品紙盒包裝採購金額 / 當年度各類別飲料產品紙盒包裝採購總金額。

符合環境部綠色採購標章之紙箱採購金額佔比

項目	112 年	113 年	114 年
紙箱	59.4%	99.3%	100%

註：本公司 112 年起開始採購符合環境部綠色採購標章之紙箱。

► 電腦設備採環保標章認證產品

因應全球溫暖化可能危及並導致地球氣候異常、自然生態環境惡化等衝擊，本公司使用之個人電腦設備 100% 選用榮獲環保標章之產品。第一類環保標章產品符合預先設定之規格標準，並經過第三者驗證（例如：財團法人環境與發展基金會），通過審核後頒發專用之標章，表示該產品對整體環境具有優越性。

環保標章電腦設備採購佔比

項目	112 年	113 年	114 年
個人電腦設備佔比	100%	100%	100%

► 採用 PEFC 及 FSC 認證之紙材；採用環保標章認證之彈力夾及洗手乳

自 105 年起總公司辦公用紙改用森林驗證認可計畫 (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes; PEFC) 與森林管理委員會 (FSC) 認證紙材，114 年通過 PEFC 認證之辦公用紙佔比為 99.2%；114 年通過 FSC 認證之衛生用紙採購佔比為 81.7%。自 114 年起總公司彈力夾；及中壢廠區洗手乳 100% 改用環保標章認證用品。

PEFC 及 FSC 認證之紙材採購金額佔比

項目	112 年	113 年	114 年
PEFC 認證之辦公用紙	99.5%	99.5% ^{註 1}	99.2%
FSC 認證之衛生用紙	-	81.1% ^{註 2}	81.7%

說明：辦公用紙佔比計算方式：通過 PEFC 認證之當年辦公用紙採購金額 / 當年辦公用紙採購總金額

衛生用紙佔比計算方式：通過 FSC 認證之當年衛生用紙採購金額 / 當年衛生用紙採購總金額

註 1：本公司 113 年起開始納入中壢廠的辦公用紙採購金額。

註 2：加總過程中，因四捨五入所發生之尾數誤差。

環保標章認證之彈力夾及洗手乳採購金額佔比

項目	112 年	113 年	114 年
彈力夾	-	100%	100%
洗手乳	-	100%	100%

說明：本公司 113 年起開始統計彈力夾及洗手乳的數據。

4.3 滿意度調查

► 消費者溝通

本公司秉持「誠實服務」的經營理念，致力提供消費者優質且高品質的產品，並重視消費者諮詢與意見回饋。自民國 77 年起即設立消費者服務專線，由專責人員負責接聽與回覆消費者詢問，並將相關回饋提供各權責單位作為產品與服務改善之依據，持續進行追蹤與管理。消費者亦可透過網路客戶服務信箱反映意見，公司並建置電子化客戶服務管理機制，完整記錄消費者回饋內容，追蹤處理進度，釐清問題原因並落實改善。

為提升服務效率與便利性，公司於 113 年導入自販機線上客訴系統，消費者可透過掃描機身 QR-code 即時反映購買相關問題，減少電話聯繫與回電等待時間，提升問題處理效率與服務品質。再者，114 年制定「**保護消費者權益政策**」，以完善公司對消費者權益之全面保障。

115 年將導入 AI 智能客服 (ChatBot) 系統，提供即時回應服務，提升客服效率與消費者查詢便利性，並透過數據分析持續優化服務內容，強化整體服務品質。

► 消費者客訴處理流程



消費者申訴管道：

- (1) 服務專線：0800-211080
- (2) 公司電話：(02)2706-2191
- (3) 服務信箱：web080@heysong.com.tw



► 消費者滿意度調查與顧客滿意度調查

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

分數衡量方式	調查對象滿意度	112 年	113 年	114 年
百分量表	消費者	82	82	82
	飲料經銷商	81	83	81
	金高經銷商	94	85	83
	重點通路客戶	85	81	81

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

114 年調查方法：

	消費者滿意度	飲料 / 金高經銷商滿意度	重點通路客戶滿意度
調查區域	台北地區、台中地區、高雄地區	黑松全省經銷商 / 黑松金高經銷商	全台連鎖性通路客戶
調查方式	面對面訪問法	第一階段郵寄問卷訪問法， 第二階段電話訪問法	第一階段郵寄問卷訪問法， 第二階段電話訪問法
調查對象	18-59 歲的消費者	經銷商之實務經理人 (由黑松公司提供名單)	重要通路客戶之業務窗口
樣本大小	320 份有效樣本 (男、女各 160 份)	55 份 / 14 份	發出 9 份、回收 8 份





5.1 員工發展與照顧

5.2 社會共榮

5

歡樂環境

5.1 員工發展與照顧

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

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

黑松依職位需要任用具備相關職能之人才，不因國籍、種族、性別、身心障礙狀況、政治立場等而有差別待遇；為維護勞工權益，相關管理政策與程序皆遵循國際人權公約，並依性別平等法、相關勞動法規制定工作規則，杜絕任何職場霸凌、歧視、騷擾等行為。為提升職場主管及員工對於多元、平等、包容理念的認識和理解，114 年辦理「預防職場不法侵害及溝通技巧」教育訓練課程共 3 場次。

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

此外，我們重視同仁真實心聲，每年定期辦理員工滿意度調查，作為優化管理制度之依據。114 年度調查結果顯示，員工整體滿意度平均得分為 3.7 分 (滿分 5 分)。我們將持續針對同仁反饋之建議進行檢討與精進，致力打造穩定成長的工作環境。

黑松公司屹立台灣飲料市場一世紀，我們以優質產品、與時俱進的行銷手法深獲消費者認同，成為台灣在地品牌代表之一，並持續傳承產業知識與經驗。黑松公司部門級以上主管 100% 皆由本國人擔任，透過聘僱當地員工強化公司營運活動以符合當地需求，同時促進當地就業機會。我們堅信唯有打造歡樂環境，建立幸福職場，方能完整呈現品牌價值。



總公司「預防職場不法侵害及溝通技巧」教育訓練



廠區「預防職場不法侵害及溝通技巧」教育訓練

5.1.1 員工的人數與組成

► 多元組成

	112 年		113 年		114 年	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率
外籍員工	34	6.1%	45	7.7%	45	7.7%
身心障礙員工	6	1.0%	6	1.0%	6	1.0%
原住民員工	2	0.4%	2	0.3%	3	0.5%

註：比率計算方式 = (該類別員工人數 ÷ 當年底全職員工人數) × 100%

► 促進多元共融的職場

隨著近年來菲律賓籍與越南籍的外籍員工數量提升，本公司透過語言溝通支持，期望能夠降低雙方的語言隔閡並精確傳達每個環節的注意事項，協助離鄉背井的外籍員工能夠更快融入職場。

進入清潔作業區四大步驟

Four steps on entering work area.
khí vào phòng làm việc cần rửa tay sạch sẽ

 1. 洗 Wash Cuci (將雙手正反面清洗潔淨) Wash clean the front and back of your hands Rửa tay hai tay cả mặt trên lẫn mặt dưới của bàn tay	 2. 烘 Dry Keringkan (烘乾雙手直至乾燥) Dry completely both hands Thao tác sấy khô tay
 3. 吹 Blow Tiup (吹去落塵及沾附異物) Blow off dust and foreign objects attached Dỡ hai tay khi máy thổi bụi đang hoạt động	 4. 噴 Spray Semprot (噴灑酒精消毒雙手) Spray alcohol to sanitize hands Phun cồn diệt khuẩn bàn tay

以菲律賓籍與越南籍員工所使用的英文與越南文呈現教育訓練內容，並以實際操作照片輔佐。



► 依聘僱類型及按性別及地區分類的員工總數

		112 年		113 年		114 年	
		男	女	男	女	男	女
當年底 全職員工人數	總公司	116	92	123	96	126	105
	中壢廠	258	71	269	72	264	69
	斗六廠	18	6	19	6	17	7
	小計	392	169	411	174	407	181
	合計	561		585		588	
當年底 兼職員工人數	總公司	0	1	0	0	0	0
	中壢廠	0	0	2	0	0	0
	斗六廠	0	0	0	0	0	0
	小計	0	1	2	0	0	0
	合計	1		2		0	

說明：114 年全職員工人數及兼職員工人數相較以前年度無顯著波動，中壢廠含外籍實習生 5 位，本國實習生 1 位。

► 依聘僱合約及按性別及地區分類的員工總數

		112 年		113 年		114 年	
		男	女	男	女	男	女
當年底 正式員工人數	總公司	116	92	123	96	126	105
	中壢廠	258	71	269	72	264	69
	斗六廠	18	6	19	6	17	7
	小計	392	169	411	174	407	181
	合計	561		585		588	
當年底 派遣人數	總公司	11	3	11	2	9	2
	中壢廠	0	0	0	0	0	0
	斗六廠	0	0	0	0	1	1
	小計	11	3	11	2	10	3
	合計	14		13		13	

說明：

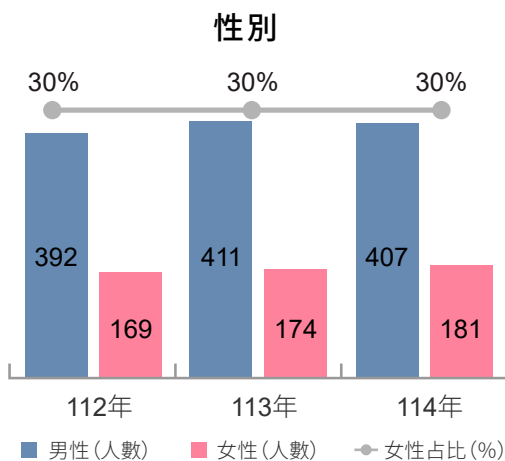
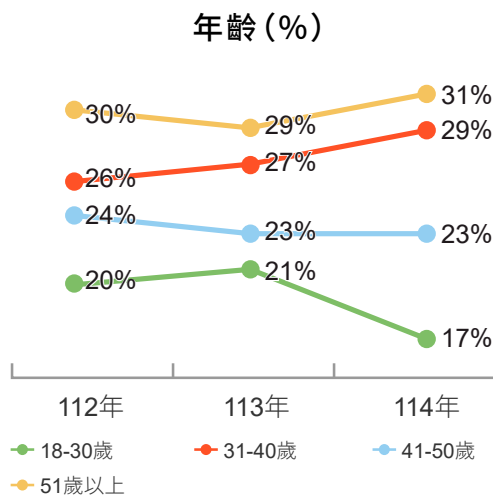
1. 114 年正式員工人數及派遣人數相較以前年度無顯著波動。
2. 本公司 114 年並未聘僱無時數保證員工。

► 依職級、性別與年齡分類

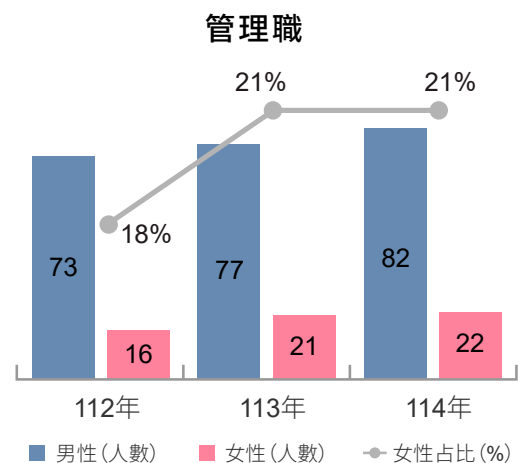
		管理職		非管理職	
性別	年齡	人數	比率	人數	比率
男性	30 歲以下	1	0%	61	10%
	31~50 歲	31	5%	189	32%
	51 歲以上	50	9%	75	13%
	總計	82	14%	325	55%
女性	30 歲以下	0	0%	38	6%
	31~50 歲	17	3%	69	12%
	51 歲以上	5	1%	52	9%
	總計	22	4%	159	27%

註：比率計算方式 = (該類別員工人數 ÷ 當年底全職員工人數) × 100%

► 112 年 -114 年員工年齡及性別分布變化



► 112 年 -114 年管理職員工性別分布變化



說明：性別人數含固定契約人員 (112 年 2 位、113 年 13 位、114 年 8 位)。

► 非員工的工作者

工作者類型	與黑松的契約關係	執行的工作類型	當年底非員工的工作者人數		
			112 年	113 年	114 年
派遣人員	人才派遣合約	量販及超市連鎖通路商品上架與陳列、黑松世界展場導覽	14	13	13
承包商	承攬	總公司清潔、門禁	1	2	2
承包商	承攬	中壢廠清潔 ^{註 1}	8	8	5
保全	保全合約	中壢廠保全業務	6	6	6
保全	保全合約	斗六廠保全業務	5	5	5
承包商	承攬	常溫產品出貨作業 ^{註 2}	0	0	0
仲介人員	人力仲介合約	中壢廠人工棧板轉換、中壢廠酒類產品包裝、中壢廠外銷標貼等業務 ^{註 3}	20	25	11
仲介人員	人力仲介合約	斗六廠人工酒類產品包裝	0	4	2
總計			54	63	44

註 1：114 年中壢廠清潔承包人員減少為更換清潔公司。

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

註 3：114 年中壢廠仲介人員減少主因為人工棧板轉換增加外籍員工編制。

► 員工流動與新進員工總數及比率

		112 年	113 年	114 年
在職人數	(a)	561	585	588
年初與年底之平均員工數	(a1)	553	573	587
新進人數	(b)	91	81	65
離職人數	(c)	68	54	61
新進比率 (b/a1)		16%	14%	11%
離職比率 (c/a1)		12%	9%	10%

註：比率計算方式 = (該類別員工人數 ÷ 當年底全職員工人數) × 100%

說明：黑松公司職員流動情形，114 年職員人數延續近 3 年穩定成長趨勢。員工新進比率為 11%，員工離職率為 10%；與近 2 年水平無顯著差異。

依地區、性別及年齡分類之 114 年新進員工總數及比率

性別	年齡	總公司		中壢廠		斗六廠	
		人數	新進率	人數	新進率	人數	新進率
男性	30 歲以下	7	1.2%	7	1.2%	0	0.0%
	30~50 歲	8	1.4%	11	1.9%	0	0.0%
	50 歲以上	0	0.0%	3	0.5%	0	0.0%
女性	30 歲以下	14	2.4%	3	0.5%	0	0.0%
	30~50 歲	9	1.5%	2	0.3%	0	0.0%
	50 歲以上	1	0.2%	0	0.0%	0	0.0%
合計		39	6.7%	26	4.4%	0	0.0%

註：新進率 = 新進人數 / 年初與年底之平均員工數

依地區、性別及年齡分類之 113 年新進員工總數及比率

性別	年齡	總公司		中壢廠		斗六廠	
		人數	新進率	人數	新進率	人數	新進率
男性	30 歲以下	6	1.0%	19	3.4%	0	0.0%
	30~50 歲	8	1.5%	13	2.3%	1	0.2%
	50 歲以上	1	0.2%	2	0.3%	0	0.0%
女性	30 歲以下	14	2.4%	2	0.3%	0	0.0%
	30~50 歲	10	1.7%	5	0.9%	0	0.0%
	50 歲以上	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計		39	6.8%	41	7.2%	1	0.2%

註：新進率 = 新進人數 / 年初與年底之平均員工數

依地區、性別及年齡分類之 114 年離職員工總數及比率

性別	年齡	總公司		中壢廠		斗六廠	
		人數	離職率	人數	離職率	人數	離職率
男性	30 歲以下	5	0.9%	10	1.7%	0	0.0%
	30~50 歲	3	0.5%	9	1.5%	0	0.0%
	50 歲以上	2	0.3%	11	1.9%	1	0.2%
女性	30 歲以下	7	1.2%	0	0.0%	0	0.0%
	30~50 歲	6	1.0%	4	0.7%	0	0.0%
	50 歲以上	0	0.0%	3	0.5%	0	0.0%
合計		23	3.9%	37	6.3%	1	0.2%

註：離職率 = 離職人數 / 年初與年底之平均員工數

說明：114 年度本公司整體離職率為 10%（總公司 3.9%、中壢廠 6.3%、斗六廠 0.2%），與 113 年度相較，整體人員流動情形維持穩定，並無明顯變動，主要係因本公司持續推動人才留任措施，維持穩定之人力結構，離職原因以職涯發展及轉職等因素為主。性別結構方面，男性離職共 41 人，為主要流動群體；年齡結構方面，「30 歲以下」人員共 22 人，為主要流動群體。本公司持續推動薪酬優化政策，114 年度平均薪資調幅達 3%，落實人才留任及提升人才競爭力。

依地區、性別及年齡分類之 113 年離職員工總數及比率

性別	年齡	總公司		中壢廠		斗六廠	
		人數	離職率	人數	離職率	人數	離職率
男性	30 歲以下	2	0.3%	8	1.5%	0	0.0%
	30~50 歲	5	0.9%	10	1.7%	0	0.0%
	50 歲以上	0	0.0%	3	0.5%	0	0.0%
女性	30 歲以下	13	2.3%	3	0.5%	0	0.0%
	30~50 歲	6	1.0%	3	0.5%	0	0.0%
	50 歲以上	0	0.0%	1	0.2%	0	0.0%
合計		26	4.5%	28	4.9%	0	0.0%

註：離職率 = 離職人數 / 年初與年底之平均員工數

5.1.2 招募

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

► 產學訓合作計畫

自 106 年起針對廠區技術人才與勞動力發展署及北部地區各大專院校建立產學訓合作關係，給予實習生至製造部門及工務部門、技術研發部門見習，培養其設備操作及維修技能，並提供實習津貼，迄今共培育 10 名實習生，並經主管考核轉為正職人員共計 8 名。

註：迄今累積培育的實習生指完整履約，合約期滿，若中途解約者未計算在內。

112-114 年產學訓招募人數

	112 年	113 年	114 年
龍華科技大學電機工程系	0	0	0
中國文化大學電機工程系	2	0	0
萬能科技大學精密機械與工業工程系	0	8	1
合計	2	8	1
正式任用人數	2 ^{註 1}	3 ^{註 2}	0

註 1：110 年龍華科技大學的 2 名實習生實習滿 2 年後轉為正職人員；

註 2：111 年龍華科技大學的 1 名實習生實習滿 2 年後轉為正職人員，以及

112 年中國文化大學的 2 名實習生實習滿 1 年後轉為正職人員。

5.1.3 薪酬及福利計畫

1. 薪酬政策制定原則

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

2. 黑松股份有限公司提供員工獎酬制度，以激勵員工工作表現。依據公司所訂定之經營績效目標及獲利狀況，考核員工個人績效表現發給年終績效獎金、員工獎勵金及員工酬勞。
3. 公司當年度如有獲利，依公司章程規定，提撥不低於百分之一為員工酬勞，所提撥之員工酬勞中，應分配給基層員工之比例不低於百分之五十五。
4. 本公司獎金類別包含年終績效獎金、獎勵金與員工酬勞，其依公司營業利益、個人考績及出勤狀況、同仁職位、職等權數來核算，112-114 年每年平均約 3.5~4.5 個月的本薪。

► 114 年度總薪酬比率

類別	比率
年度總薪酬比率	534%
年度總薪資報酬變化比率	205%

說明：

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

► 全職員工福利項目

• 公司

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

• 職工福利委員會

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

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

• 企業工會

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

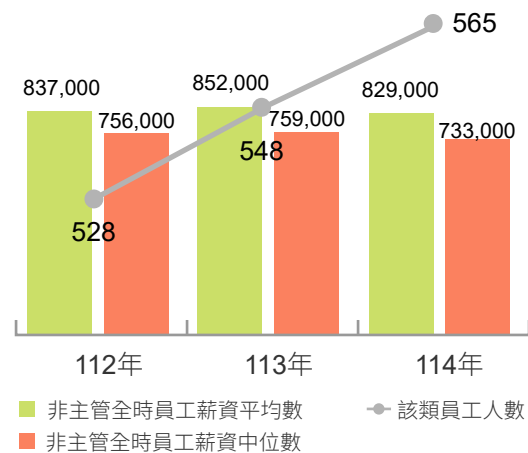
說明：總公司、中壢廠、斗六廠皆成立企業工會，確保員工集會結社自由，並行使工會職權，提供福利。本公司 92% 的員工參加黑松公司企業工會。114 年工會未提出團體協約之協商要求，爰並未簽訂團體協約。

► 獎金與利潤分享

本公司獎金類別包含年終績效獎金、獎勵金與員工酬勞，其依公司營業利益、個人考績及出勤狀況、同仁職位、職等權數來核算，112-114 年每年平均約 3.5~4.5 個月的本薪。

► 非擔任主管職務之全時員工薪酬

非擔任主管職務
之全時員工薪酬(元, 人)



► 退休保障

勞工退休準備金 (舊制退休金)

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

勞工退休金提繳 (新制退休金)

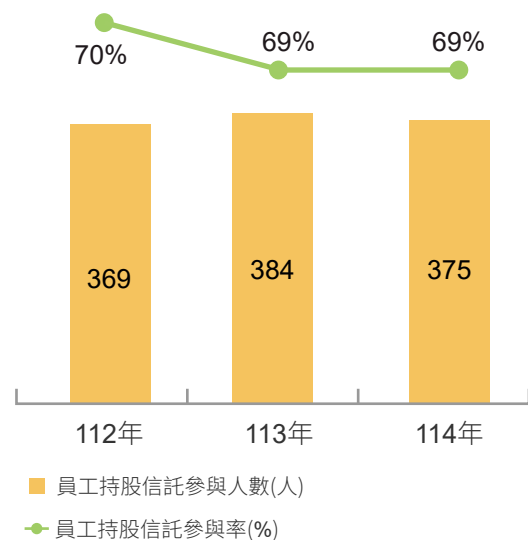
自 94 年 7 月起配合「勞工退休金條例」施行，公司依據勞工保險局發布的「勞工退休金月提繳分級表」，每月提撥員工工資的 6% 至員工個人退休金專戶。

說明：勞工退休準備金及退休金提繳金額請參考本公司 114 年度個體財務報告第 39-42 頁。

員工持股信託制度

基於照顧員工，利潤共享理念，103 年 5 月起鼓勵員工參加「持股信託會」，約定每月固定自薪資提存一定金額 (自提金)，額外加上公司提撥 30% 獎助金 (即公提金)，委託金融機構，持續於市場上買入公司之股票累積在信託專戶內，於達到退會條件時，將信託財產交付同仁。114 年年底參與率為 69%。

員工持股信託參與人數及參與率



► 其他照護福利

- 供應餐食及員工餐廳
 - 總公司及斗六廠每日中餐由職工福利委員會委由外部合格餐飲公司提供餐盒。
 - 中壢廠區備有員工餐廳，亦由職工福利委員會委由外部合格餐飲公司進廠烹煮供應餐食。
- 員工旅遊活動
 - 總公司、中壢廠區與斗六廠每年由職工福利委員會舉辦國內外之員工旅遊活動。
- 節慶產品贈禮
 - 春節、勞動節、端午節、中秋節贈送同仁公司飲料或代理產品。
- 慶生會活動
 - 總公司由職工福利委員會每半年辦理一次，請外燴廠商提供餐食點心並舉辦摸彩活動，同時為當月壽星之同仁慶生並邀請新進同仁自我介紹，認識彼此，而駐外同仁則分區自辦聚餐活動。
 - 中壢廠區與斗六廠則由職工福利委員會針對各月份之壽星同仁發給禮券。
- 年終聚餐晚會
 - 每年 12 月舉辦全公司年終聚餐活動，邀請所有同仁參與，並安排高階主管和同仁表演及摸彩活動，增進總公司與廠區同仁間之交流與凝聚黑松大家庭的團聚歡樂氣氛。

- 圖書室借閱時間
 - 總公司每周二、五 16:00-16:30 為圖書室借閱時間，中壢廠則每日 12:30~13:00，公司同仁可自行前往圖書室借閱。
- 其他補助
 - 員工本人或眷屬之傷病住院、喪葬及員工之婚慶與大學（含）以下子女就學之獎助學金等職工福利委員會皆予補助。



- 114 年友善家庭日：

黑松於 114 年 4 月 26 日（六）舉辦「黑松 100 家庭日」活動，邀請同仁及眷屬一起同樂，當天共有 972 名員工及眷屬共襄盛舉。活動內容包含團體競賽、趣味闖關、DIY 攤位、樂團及魔術表演及抽獎活動，增進員工美好親子互動時光。本次活動亦結合環保議題與在地創生，邀請市集小農進駐設攤，並全面推行無紙化形式（包含攤位消費、闖關及抽獎）進行，在創造歡樂回憶的同時，也深化了同仁對企業永續經營與社會參與的認同感。

► 表揚與獎賞

- 表揚與獎賞
全勤同仁獎狀及獎品、中元節及春節賣場支援出勤表揚及獎勵等。
- 工作表現
職務上表現優異，行政上予以功績記載並給予獎金獎勵。
- 同仁推薦辦法
制定同仁推薦獎勵要點，定期公告同仁推薦相關訊息，鼓勵同仁推薦適合人選至公司服務。

5.1.4 打造性別平等環境

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

► 建立性騷擾防治措施

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

	112 年	113 年	114 年
性騷擾事件數	0	0	0

► 致力打造性別平等工作環境

- 員工招募、陞遷、薪資、解僱等，不因性別或性傾向而有差別待遇
公司於工作職務上不因性別或性傾向有差別待遇，而以適才適所為主要考量；對於新進人員的敘薪標準，本公司皆以個人服務年資、學經歷及專業能力等條件進行綜合考量，若新進人員具有相關工作經驗或證照，亦會提供合理的薪酬調整。
- 基層人員女男薪酬比 110 年至 114 年皆為 1，基層人員包含基層作業員、基層專業人員以及基層技術人員。
- 工作環境上考慮女性特別需求：懷孕前後職務輕重調整；育嬰哺集乳需求，設置哺集乳室。此外，公司為支持同仁安心生養，友善彈性的育嬰留停制度，並與「東森 YOYO 幼兒園」及「萌學園幼兒園」簽訂企業托育合作合約，提供有托兒需求。
- 育嬰留職停薪請假及復職情形

育嬰留職停薪請假及復職情形	男	女
114 年符合育嬰留停資格人數	17	8
114 年總申請育嬰留停人數	3	3
預計於 114 年復職人數 (A)	3	1
實際於 114 年復職人數 (B)	3	1
113 年實際復職人數 (C)	0	1
113 年育嬰留職停薪復職後工作超過一年人數 (D)	0	1
回任率 % (B÷A)	100%	100%
留任率 % (D÷C)	-	100%

5.1.5 多樣化培訓制度

自 106 年 11 月開始啟動「黑松學苑」人才培育方針，並執行各項職能指標與人才培育計畫，包括「新進人員一般職前訓練」、「階層別教育訓練」及「職能別教育訓練」課程，依公司教育訓練體系採行工作中訓練 (OJT) 及工作外訓練 (OFF-JT)，除於公司內部自行訓練外，並派赴國內、國外專業機構、學術團體進行研習、參訪與考察；另制訂「就讀國內研究所實施要點」，以鼓勵符合推薦條件之同仁增進與所擔任現職或公司業務有關之專業知識與能力，營造主動學習氣氛，提升人員素質。

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

說明：

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

► 新進人員

• 引導訓練

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

• 一般職前訓練

一年舉行兩次，由公司內部資深主管擔任課程講師授課，分別於中壢廠、總公司上課，內容為產品研發、生產流程、品質管理，並安排參觀飲料生產線、倉儲設備及環境保護設施、經營發展及理念、行銷管理、業務經銷通路及一般專業知識 (個人資料保

護法、營業秘密法、資訊會計流程等)，並於課程結束後與高階主管 (董事長、總經理、特別助理、協理) 進行意見交流座談會。

• 專業職前訓練

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

► 一般人員

- 部門專業訓練

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

- 跨部門共通訓練

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

- 人權相關教育訓練

透過每年人權教育教育訓練，涵蓋新進人員引導訓練中人權訓練、勞動法令、職場霸凌、職業安全、輔導部屬等課程，宣導人權政策、職場平等與禁止任何霸凌行為。114 年全公司人權訓練數 (含新進人員引導訓練) 共 7,245 小時，2,517 人次，整體員工受訓率^註為 99%。平均全體同仁每人受訓時數為 12 小時；佔全體自辦訓練人時 54%。

註： 整體員工受訓率 = 全體實到總數人數 / 全體應到人數

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

► 派外訓練

- 派外訓練

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

- 國外考察進修

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

► 自我學習

- 制定規章鼓勵同仁校園進修

制定「就讀國內研究所實施要點」，鼓勵符合推薦條件之同仁繼續進修，攻讀在職專班碩士學位，以增進與所擔任現職或公司業務有關之專業知識與能力。

- 提供學費優惠，鼓勵同仁進修外語

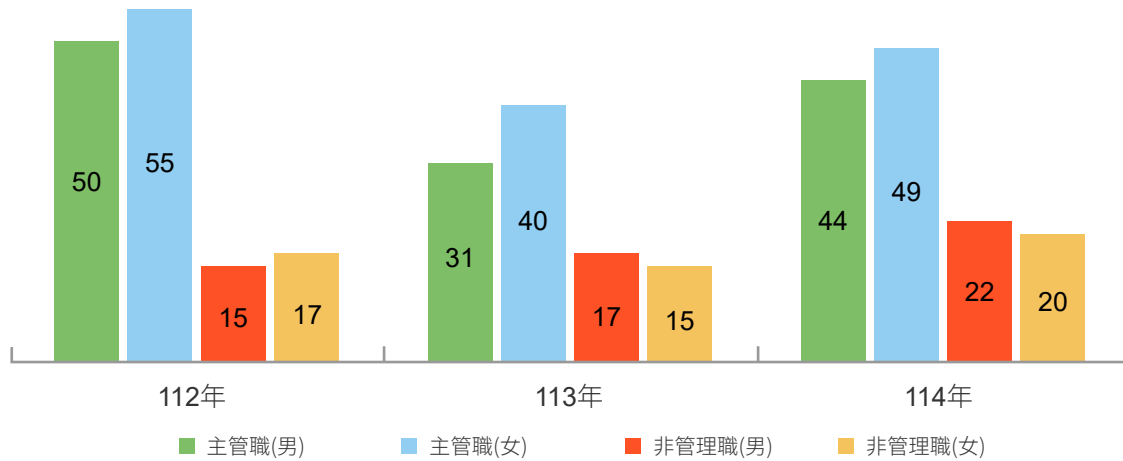
因應相關部門同仁職務上需要，本公司與財團法人語言訓練測驗中心合作，提供學費優惠，鼓勵同仁進修外語。

- 提供書籍補助，鼓勵同仁成立讀書會

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

► 員工教育訓練時數

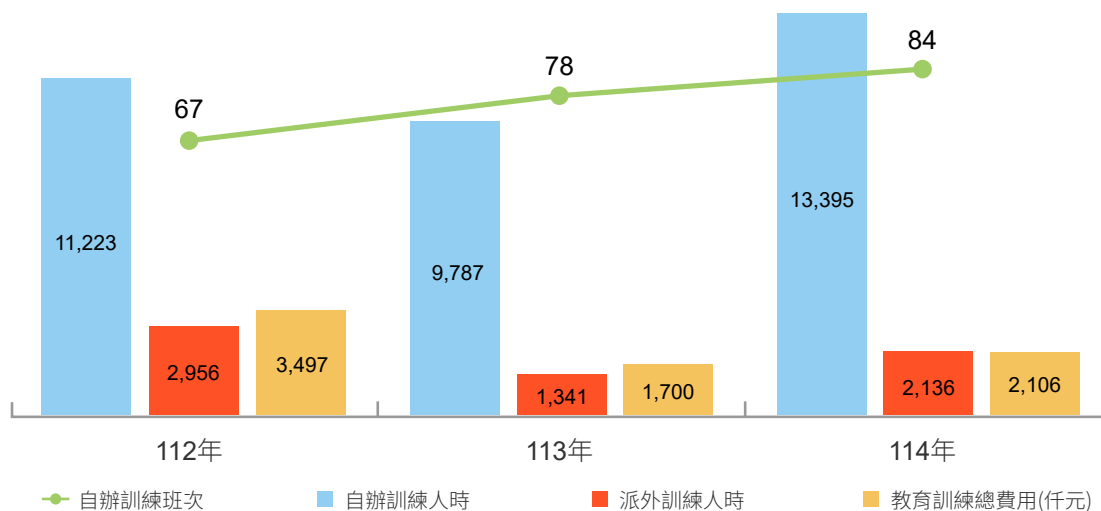
每名員工平均時數



		112 年			113 年			114 年		
職位	性別	接受訓練總時數	員工總人數	每名員工接受訓練的平均時數	接受訓練總時數	員工總人數	每名員工接受訓練的平均時數	接受訓練總時數	員工總人數	每名員工接受訓練的平均時數
管理職	男	3,615	73	50	2,417	77	31	4,064	92	44
	女	885	16	55	834	21	40	1,036	21	49
非管理職	男	4,638	319	15	5,531	334	17	7,163	325	22
	女	2,592	153	17	2,347	153	15	3,268	160	20
合計	男	8,253	392	21	7,947	411	19	11,227	417	27
	女	3,477	169	21	3,181	174	18	4,304	181	24

► 近三年教育訓練統計

訓練指標



5.1.6 績效管理

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

► 定期接受績效考核員工數及百分比 (依性別)：

	112 年			113 年			114 年		
性別	定期接受 考核員工 人數	員工 總人數	比率	定期接受 考核員工 人數	員工 總人數	比率	定期接受 考核員工 人數	員工 總人數	比率
男	391	392	100% ^註	406	411	99%	401	406	99%
女	164	169	97%	173	174	99%	176	182	97%
合計	555	561	99%	579	585	99%	577	588	98%

註：因四捨五入所發生之尾數誤差。

► 定期接受績效考核員工數及百分比 (依職位)：

	112 年			113 年			114 年		
職位	定期接受 考核員工 人數	員工 總人數	比率	定期接受 考核員工 人數	員工 總人數	比率	定期接受 考核員工 人數	員工 總人數	比率
主管職	89	89	100%	98	98	100%	103	104	99%
非主管職	466	472	99%	481	487	99%	474	484	98%
合計	555	561	99%	579	585	99%	577	588	98%

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

5.1.7 職業安全衛生管理

健康安全的工作環境為公司同仁正常運作的基礎，因此本公司依循政府職業安全衛生相關法規，訂定「職業安全衛生管理手冊」、「**職業安全衛生政策**」以及「職業安全衛生管理規章」以有效預防職業災害、保障員工安全與健康，並以多元方式期望建立員工安心工作、遠離危險的作業環境。

本公司對於保護員工的人身安全，將秉持持續改善的精神，藉由有效的管理與稽核制度，不斷地追求進步與改善，落實工安三護一監護、自護、互護，期許達成「工安零災害」的最終目標。

► 職業安全衛生管理系統

本公司依法於台北總公司、中壢廠設置職業安全衛生委員會，每三個月召開會議乙次，其餘委員組成包含職業安全衛生管理人員、職業安全衛生相關工程技術人員、單位主管、勞工健康服務醫護人員及勞工代表，其中工會代表佔全體委員人數達三分之一以上。委員會權責為擬訂安全衛生政策，並審議、協調及建議職業安全衛生管理與實施計劃等相關事項，如遇有爭議之事項，由主任委員進行裁決。斗六廠雖未達法規所定需單獨設立職業安全衛生委員會之人數門檻，惟其管理單位仍參與全公司職安衛委員會會議，相關安全衛生作業與政策亦比照委員會決議辦理，以確保管理制度之一致性與執行品質。

委員會及職業安全衛生人員依本公司按國家標準 CNS 45001 建置之職業安全衛生管理系統，且依職業安全衛生管理辦法，藉由透過規劃 (Plan)、執行 (Do)、查核 (Check) 與改善 (Act) 的管理循環模式提升安全衛生管理績效，中壢廠區已於 114 年 6 月通過 ISO45001 系統驗證。

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

► 職業安全衛生處理程序

本公司職業危害辨識與風險評估流程為：



- 安全衛生管理單位建立職安衛風險與機會評估作業要點，明訂職業安全衛生風險評鑑之方法與標準，並界定其範圍、性質與時機，以確保是主動而非被動且有系統地使用。
- 安全衛生管理單位協助各單位依職安衛風險與機會評估作業要點，建立適用於本公司之職安衛風險與機會評估表，如作業程序及其作業人員、材料物料、機械設備、作業方法、作業環境等，以作為職業安全衛生風險鑑別之基礎。
- 安全衛生管理單位協同各單位依職安衛風險與機會評估作業要點，執行職安衛風險與機會鑑別作業，鑑別出如墜落、感電、跌倒及燙傷等風險，作為職安衛風險與機會評估之基礎，以評估各項職安衛風險與機會之發生機率及嚴重程度，決定職業安全衛生風險與機會等級，結果登錄職安衛風險與機會評估表，以作為職業安全衛生風險管制之依據，必要時應諮詢或邀請工作人員或工作人員代表、利害相關者參與。
- 安全衛生管理單位協助權責單位依職安衛風險與機會評估作業要點，針對已鑑別之不可承受風險 (風險等級 4 以上者)，研擬可行之風險與機會管制對策，並登錄職安衛風險與機會評估表，以作為實施職業安全衛生風險與機會處理之依據。

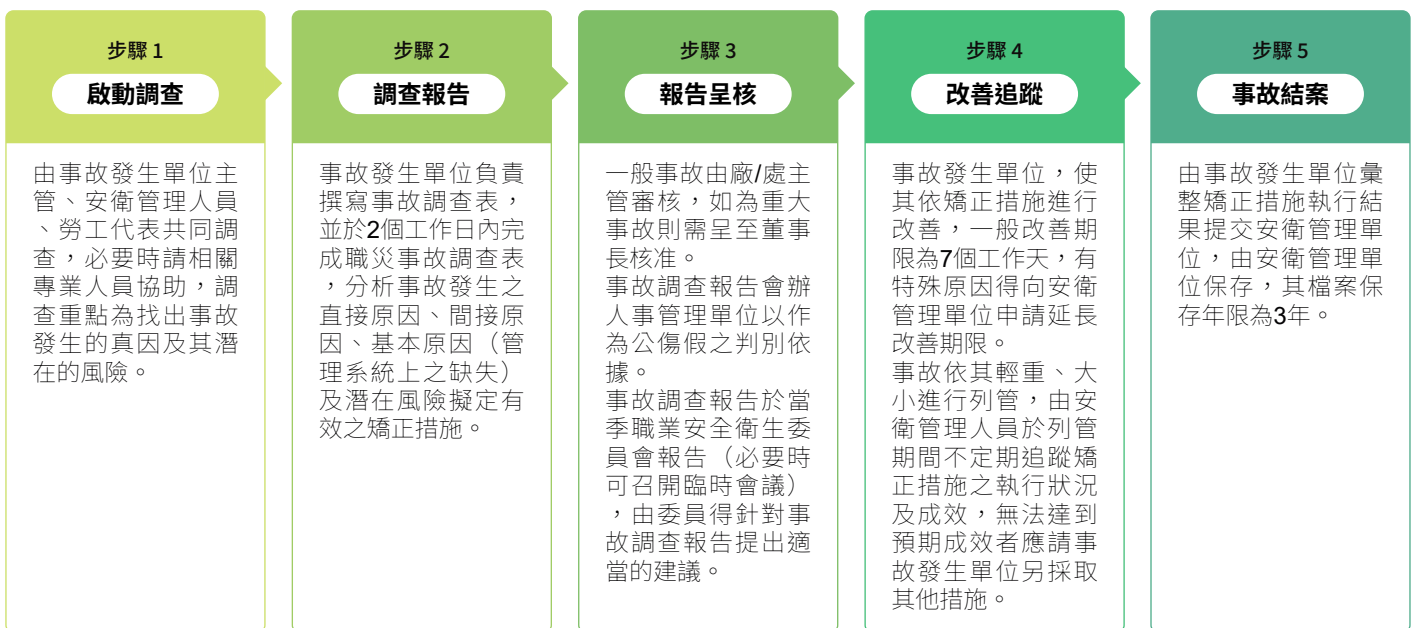
本公司確保上述流程品質之作法：

本公司訂定「職安風險機會評估流程」，以課為單位實施危害辨識與風險評估，由課 / 部級主管初審後提交安全衛生管理單位複審，並於當季安衛委員會討論，再提報廠 / 處級主管審核，確保危害鑑別與風險評估流程的品質。

• 本公司安全衛生風險等級與風險控制：

風險等級	風險控制規劃	備註
5 — 重大風險	須立即採取風險降低設施，在風險降低前不應開始或繼續作業。	不可接受風險，對於重大及高度風險者須發展降低風險之控制設施，將其風險降至中度以下。
4 — 高度風險	須在一定期限內採取風險控制設施，在風險降低前不可開始作業，可能需要相當多的資源以降低風險，若現行作業具高度風險，須儘速進行風險降低設施。	
3 — 中度風險	須致力於風險的降低，例如： 基於成本或財務等考量，宜逐步採取風險降低設施、以逐步降低中度風險之比例。 對於嚴重度為重大或非常重大之中度風險，宜進一步評估發生的可能性，作為改善控制設施的基礎。	
2 — 低度風險	暫時無須採取風險降低設施，但須確保現有防護設施之有效性。	可接受風險，須落實或強化現有防護設施之維修保養、監督查核及教育訓練等機制。
1 — 輕度風險	不須採取風險降低設施，但須確保現有防護設施之有效性。	

• 本公司職業事故調查流程說明如下：



• 員工緊急危難退避權：

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

• 消防安全相關管理：

本公司每年辦理消防安全相關教育訓練，區分為一般人員與法規證照類訓練，詳細內容如下：

- (1) 一般人員消防安全訓練：除法定自衛消防編組訓練之外，更提供員工火盆滅火的臨場實際操作訓練，讓人具備基礎防救災知識與技能。
- (2) 法規證照類訓練：依法設置甲種職業安全衛生業務主管二人、丙種職業安全衛生業務主管一人、職業安全（衛生）管理師一人及職業安全衛生管理員二人、僱用及特約護理人員各 1 人及防火管理人 3 人。

• 預防及降低與企業直接關聯者之職業安全衛生衝擊：

本公司於 111 年依照勞動部公告的勞工健康保護四大計畫指引，制定工作場所母性健康保護、人因性危害預防、異常工作負荷促發疾病預防及執行職務遭受不法侵害預防等作業規章，並透過教育訓練方式讓員工及承攬商作業人員對安全衛生意識有所提升，以保護共同工作的員工安全。

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

本公司依法督導承攬商各項安全管制措施，114 年承攬商工傷事件為 0 件。

• 職業傷害

- 正式員工



消防演練 (滅火器使用)



	總公司	中壢廠	斗六廠	合計
總經歷工時 (單位：小時)	451,112	689,518	45,065	1,185,695
職業傷害造成之死亡人數	0	0	0	0
職業傷害造成之死亡比率	0	0	0	0
嚴重職業傷害件數 ^{註 1}	0	0	0	0
嚴重職業傷害比率	0	0	0	0%
可記錄之職業傷害人次 ^{註 2}	0	2	0	2
可記錄之職業傷害比率 (失能傷害頻率 (FR))	0	11.6	0	6.75
失能傷害嚴重率 (SR) ^{註 3}	0	16	0	9
職業傷害的主要類型	割傷、夾傷			

- 其他 (派遣員工)

	總公司	中壢廠	斗六廠	合計
總經歷工時 (單位：小時)	24,072	50,840	3,854	78,766
職業傷害造成之死亡人數	0	0	0	0
職業傷害造成之死亡比率	0	0	0	0
嚴重職業傷害件數 ^{註 1}	0	0	0	0
嚴重職業傷害比率	0	0	0	0
可記錄之職業傷害人次 ^{註 2}	0	0	0	0
可記錄之職業傷害比率 (失能傷害頻率 (FR))	0	0	0	0
失能傷害嚴重率 (SR) ^{註 3}	0	0	0	0
職業傷害的主要類型	無			

說明：不含上、下班交通安全事故數據

註：

- 1：嚴重職業傷害係指職業傷害而導致工作者無法、難以於 6 個月內恢復至受傷前的健康狀態。
- 2：可記錄之職業傷害比率 (失能傷害頻率 (FR)) = (失能傷害人數 × 1,000,000) ÷ 總經歷工時。失能傷害頻率不含現場自行處理的輕傷害人數。
- 3：失能傷害嚴重率 (SR) = (失能傷害損失日數 × 1,000,000) ÷ 總經歷工時。
- 4：114 年度各廠區合計職業傷害 6 件、8 人 (含現場自行處理之輕傷害人數)。另上、下班交通事故計 4 件、4 人，未納入本表統計範圍。

• 工傷事件說明：

廠別	中壢廠	中壢廠
時間	114 年 8 月	114 年 7 月
工傷損失日數	5	6
工傷事件	同仁調整堆高機叉叉上的鐵架位置，右手大拇指遭受鐵架與叉叉擠壓。	同仁移動電風扇未斷電造成右手食指指甲被切破裂及中指切割傷。
改善措施	(1) 依本案例於危害鑑別風險評估中增列堆高機作業風險並實施宣導。 (2) 爾後操作堆高機時應先檢視堆高機周遭是否有人滯留或作業。	(1) 將原電風扇之外蓋以間隙小的替換，讓人員手指無法壓入。 (2) 依本案例實施教育宣導，告知移動風扇先斷電並待扇葉停止後再搬運。

• 職災通報制度

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

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

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

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

114 年度噪音作業造成的員工職業傷害件數為 0 件。

► 教育訓練

本公司提供職業健康與安全相關教育訓練。教育訓練成效評估依據安全衛生教育訓練管理辦法，於訓練課程結束後依人資單位認可之方式評核訓練成果，包含心得發表、現場實作、考試測驗、現場抽問或有獎徵答等。

職安教育訓練內容包含職場不法侵害教育訓練、消防訓練、局限空間緊急應變演練等課程。

廠區	課程名稱
全公司	「新進人員引導訓練」(工作守則、個人資料保護法及營業秘密法、職業安全衛生)
總公司	【預防職場不法侵害及溝通技巧】教育訓練
	【消防滅火器】教育訓練
	【自衛消防編組】教育訓練
中壢廠	荷重在一公噸以上堆高機操作人員在職訓練
	【預防職場不法侵害及溝通技巧】教育訓練
	消防演練
	【114 年輻射防護研習班】教育訓練
	特化物質作業主管暨缺氧作業主管在職訓練
	高壓氣體製造安全作業主管暨高壓氣體供應及消費作業主管在職訓練
	吊升荷重在三公噸以上固定式起重機操作人員暨未滿三公噸以上固定式起重機操作人員暨吊掛作業人員在職教育訓練
	鍋爐暨第一種壓力容器暨高壓特操作人員在職訓練
	噪音特殊作業安全衛生教育訓練
	製造三部第一課 114 年度噪音作業及局限空間 (缺氧) 及酸液洩漏與救護應變演練計畫教育訓練
	堆高機人員操作之安全衛生教育訓練
	製造三部第三課堆高機作業安全指引教育訓練
	製造三部第三課高空作業車作業與注意事項說明
	噪音特殊作業安全衛生教育訓練
	實驗室危害分析與安全措施訓練
斗六廠	消防訓練
	【預防職場不法侵害及溝通技巧】教育訓練

項目	114 年
總場次 (總公司 + 中壢廠 + 斗六廠)	23
總參與人數 (a)	1,822
總訓練時數 (b)	5,199
每人平均訓練時數 (b/a)	2.9



「AED+CPR」教育訓練



「局限空間作業」教育訓練

5.1.8 健康職場

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

- 台北總公司特約從事勞工健康服務之醫師及特約從事勞工健康服務之護理人員，中壢廠特約從事勞工健康服務之醫師及僱用從事勞工健康服務之護理人員；台北總公司特約勞工健康服務範圍含斗六廠區。
- 優於法規每年舉辦一次員工健康檢查，由職醫護主動分析員工健康檢查結果後，針對異常或中高齡進行一對一諮詢訪談並定期追蹤高風險者改善狀況。

廠區	114 年員工健康檢查參與人數 ^{註 1}	參與率
台北	198 人	90% ^{註 2}
中壢	338 人	100%
斗六	24 人	100%
合計	560 人	96%

註 1：不含當年度 6 月以後新進人員。

註 2：因台北總公司含派駐中國人員，無法如期返台健檢，以及團體健檢日缺席同仁尚未自行到院健檢，半年內補檢完畢。

- 中壢廠每年辦理特殊作業健康檢查，114 年特殊作業人數共計 90 人，提供個人健康指導、健康追蹤檢查及相關管理措施。
- 執行一般員工工作負荷問卷調查，並針對中高齡工作者進行工作適能評估以確保其安全及健康，採分批方式展開工作適能評估。
- 依法配置急救人員、醫療箱及 AED 等器材並取得安心場所認證。
- 總公司及中壢廠 112 年 1 月取得健康促進標章 (有效期至 114 年 12 月 31 日)，因認證辦法調整，計畫 115 年通過自主評核。

- 本公司針對較多數同仁擁有之健康問題，提供自願性健康促進服務與計畫，例如辦理三高及肥胖問題之講座課程及健康體位獎勵活動，以解決主要非職業相關的健康風險。114 年員工健康獎勵活動全公司共有 39 人改善 BMI、13 人代謝症候群改善。
- 為促進員工能獲得非職業醫療及健康服務，本公司不定期配合衛生所或區域醫院推廣相關衛教活動，例如健檢報告說明會、心血管疾病預防等。中壢廠 114 年 11 月配合衛生所辦理疫苗施打，流感疫苗 58 人施打。
- 114 年本公司提供職業健康相關教育訓練包含肌肉骨骼傷害預防、AED+CPR 等課程。

總公司	【健康講座 (健康檢查與三高)】教育訓練
	【健康講座 (外食如何健康吃)】教育訓練
	【衛教講座 (運動及知識課程)】教育訓練
中壢廠	急救人員在職訓練
	肌肉骨骼傷害預防
	AED+CPR 操作與急救演練
斗六廠	AED+CPR 操作與急救演練

項目	114 年
總場次 (總公司 + 中壢廠 + 斗六廠)	7
總參與人數 (a)	799
總訓練時數 (b)	1,573
每人平均訓練時數 (a/b)	2

此外，我們重視同仁真實心聲，每年定期辦理員工滿意度調查，作為優化管理制度之依據。114 年度調查結果顯示，員工整體滿意度平均得分為 3.7 分 (滿分 5 分)。我們將持續針對同仁反饋之建議進行檢討與精進，致力打造穩定成長的工作環境。



5.2 社會共榮

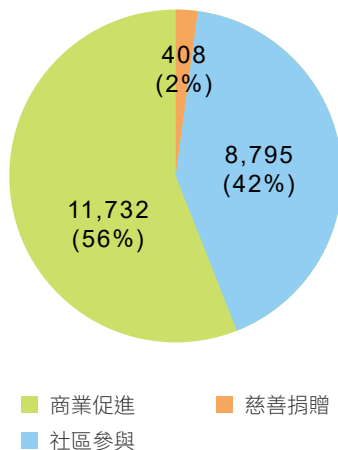
5.2.1 公益投入

黑松秉持著永續經營的精神，取之社會、用之社會，期望以企業之力，為社會投入更多的心力。除了對股東負責，亦擴及組織自身營運以外的範圍，設置公益場館，投資基礎設施於公司營運，達到間接經濟貢獻。黑松重視工廠周邊社區環境維護，關注可能影響社區的議題，並與社區保持良善關係，每年實施設施檢查與保養，確保污水排放、空氣汙染物排放皆低於法定排放標準。作為民眾安心信賴的生活好夥伴，黑松亦善盡企業社會責任，長期支持學生體育發展、產學合作交流、藝文發展、教育學術研究等，並透過黑松教育基金會協助在地小學發展環境特色教育。歷年皆提供附近鄰里支援，與地方建立連結，維持良好互動，落實對社區回饋及鄰近居民關懷。

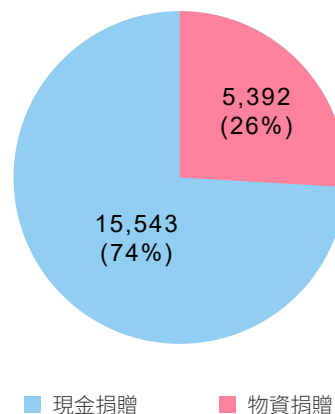
前述基礎設施投資與支援服務對社區與當地經濟產生多項正面效益，如提升地方觀光、培育教育人才、活絡社區交流等，並未產生重大負面衝擊。公司將持續關注並蒐集利害關係人意見，以確保活動不對社會與環境造成不利影響。

► 114 年黑松公益投入

公益投入類型 (仟元)



公益投入方式 (仟元)



公益類型	現金捐贈	物資捐贈	金額總計
慈善捐贈	40,000	368,126	408,126
社區參與	7,199,497	1,595,761	8,795,258
商業促進	8,304,000	3,428,172	11,732,172
總計	15,543,497	5,392,059	20,935,556

說明：

- 慈善捐助：臨時或一次性的捐贈，包含因外部機構請求協助而進行之捐助，屬於非經常性且不具計畫性與預期回報，例如：公益善款、一次性 / 臨時性政府贊助、急難救助等。
- 社區參與：屬長期性、主動、有策略性地與公益團體或在地社區合作，主要是為了解決特定的問題或產生特定影響，並且促進公司營運發展與社會大眾之公共利益，例如：支持校隊發展、學生運動賽事、地方創生、環境保育等。
- 商業促進：能宣傳公司品牌、產品相關之行銷活動且同時產生社會貢獻者屬之，對公司或品牌、產品有正向助益且又能推動產業發展與社會進步，例如：具廣告曝光之賽事贊助、藝文推廣、產學合作、學術論壇、公協會活動等。
- 「社區參與」包含捐贈黑松教育基金會新台幣 650 萬元。

► 支持學生體育發展

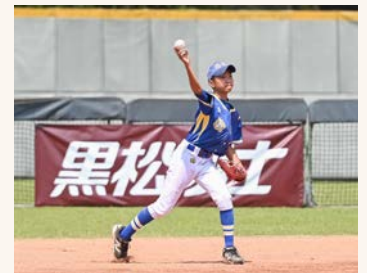
黑松長年支持學生體育發展，協助學校培育年輕運動員。因應多元體育運動時代，每年贊助籃球、棒球、排球、拔河等各項青少年運動賽事及高中校隊，挹注企業資源促進校際間體育交流、提升運動環境及賽事品質，同時活絡校園運動風氣，帶動學生對運動的關注與興趣。

全年贊助超過 7 場以上學生運動賽事及 4 個高中校隊

- HBL 高中籃球聯賽
- UBA 大專籃球聯賽
- 大專校院 3X3 籃球錦標賽
- 松山高中、陽明高中籃球隊校隊贊助
- 景美女中拔河隊、排球隊校隊贊助
- 謝國城盃全國少棒 / 青少棒錦標賽
- 勝求盃全國少棒邀請賽
- 徐生明少棒錦標賽
- 認養兒童滑板訓練場地



長期支持松山高中及陽明高中籃球校隊



贊助多項學生棒球賽事，推動基層棒球運動發展



長期贊助 HBL、UBA 賽事，促進校際體育交流



認養 MINI RAMP，支持兒童滑板運動發展



支持產學合作交流

黑松支持各項產學合作，鼓勵學生展現創意與熱情，包括文化大學廣告系畢業展覽、第 22 屆 ATCC 全國大專院校商業個案大賽等產學合作及贊助，希望增進產學交流、提升學生實務知能、培育專業人才。其中，黑松自民國 99 年起，與文化大學廣告學系展開長期合作，近年以知名飲料品牌黑松 C&C 與同學們進行畢業展覽企劃，結合品牌年度主軸，給予學生影片廣宣、實體活動與社群經營等策略建議，培養學生實務能力，提升整合行銷與創意執行力。多年來，展 outcomes 具高度創意與專業度，不僅助學生累積職場實戰經驗，也為品牌注入年輕新意，成為雙方互利共好的合作典範。



贊助文化大學廣告系畢業展覽



贊助 ATCC 全國大專院校商業個案大賽



支持藝文發展

黑松投入產品及經費支持國內多項藝文活動，促進文化發展，114 年度支持之中大型活動，觸及人數由數百人至萬人以上，涵蓋影視製作、文化展演及大型文化活動等。

在影視文化方面，我們支持國產戲劇、電視及電影相關製作，包含：第 12 屆桃園電影節、節目《白日夢籃球隊》、劇集《長壽街的猴囡仔》；在文化展演與公共活動方面，支持國內表演團體、藝文組織及各類文化活動，包含：臺灣國際熱氣球嘉年華、桃園市政府《檔案應用主題特展》、桃園冷飲節、誠品青春博覽會、吾夜生活節、《麗嬰房潮動未來舞力全開》舞蹈大賽、亞尼克第 21 屆親子寫生比賽、YOYO 嘉年華《卡加布列島》、兒童新樂園《萬聖變裝點心趴》、明華園戲劇《貓神》戶外公演等。透過支持多元藝文活動，促進民眾對文化藝術的認識與參與，促進文化交流。



贊助桃園電影節



贊助臺灣國際熱氣球嘉年華



贊助桃園冷飲節

► 黑松飲料博物館

• 成立緣由與過程

黑松飲料博物館自民國 85 年成立以來，致力保存與傳承台灣飲料產業發展歷程。其起源於 84 年黑松企業 70 週年慶所舉辦的「徵人、徵物、徵作品」活動，透過廣泛蒐集民間珍貴歷史文物，創立國內首座以飲料產業為主題的博物館——「黑松文物館」，並於 94 年進行展區空間調整，正式更名為「黑松飲料博物館」。



為提升展示與教育功能，館內持續優化展區內容與互動體驗，透過多媒體展示與教育導覽設計，深化學齡族群對飲料產業文化與品牌歷史的認識。民國 114 年適逢黑松企業創立一百週年，館內特別策劃「黑松 100 | 這些年，我們一起轉動的事」特展、歷史牆及碳足跡展區更新，呈現品牌跨世紀的陪伴與願景。

飲料博物館主要有 25 個展區，內容包含黑松創業由來、飲料產品、廣告發展歷史與黑松 100 特展區，另亦提供專人免費導覽解說服務，可採電話或線上預約，參觀者經由館內各區的展示內容能充分認識與瞭解：

- 台灣飲料市場的發展過程。
- 黑松的起源與經營歷程。
- 家喻戶曉產品黑松沙士與汽水的由來。
- 飲料生產設備的演變，由早期半自動化發展到現今最新全自動生產設備之介紹。
- 各時期台灣飲料包裝與包材使用狀況。
- 黑松經銷通路與飲料市場之變革與發展。
- 黑松廣告、促銷活動之行銷手法。
- 黑松產品銷售推廣之作為。
- 黑松節能減碳、環保綠化及回饋社會，善盡社會責任之成果介紹。
- 黑松 100「這些年，我們一起轉動的事」特展，回顧品牌世紀陪伴的生活點滴與連結。



參觀統計

年度	112 年 ^{註 2}	113 年	114 年
人數	6,650	9,158	8,874
成長率 ^{註 1}	8,886%	38%	-3.1%

註 1：成長率計算方式： $(\text{當年人數} - \text{前一年人數}) \div \text{前一年人數} \times 100\%$ 。

註 2：112 年成長率顯著提升，係因 111 年受疫情影響導致基數較低所致。

飲料博物館參訪滿意度調查

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

年度	112 年	113 年	114 年
滿意度	4.9	4.9	4.8

說明：滿意度問卷採 5 點尺度量表評比，1 分為非常不滿意，5 分為非常滿意。

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

黑松世界

成立緣由與過程：

「微風廣場」原為本公司台北廠所在地，為保存黑松與台灣社會共同成長的歷史記憶，並延續企業發源地的文化意義，本公司於 90 年設立「黑松世界」，提供民眾免費參觀。館內透過多媒體展示與互動體驗設計，呈現黑松品牌發展歷程，傳遞企業文化資產與在地文化價值。

主要展區介紹：

- **黑松汽水 V.S 台北大事紀區**：黑松汽水歷年包裝演進與台北市 100 年來大事紀對照。
- **浮空螢幕互動區**：透過 PK 動態遊戲，將黑松主要產品的特色、透過互動的有趣方式傳遞給消費者。
- **多媒體拍照區**：可與黑松代言人合照，並透過 e-mail 傳送照片留作紀念。
- **互動遊戲區**：運用互動感應設計撈金魚、彈珠迷宮、開瓶蓋等，讓人懷念的古早童玩。
- **柑仔店區**：60 年代「柑仔店」門口所懸掛的黑松瓶蓋珐瑯招牌與菸酒專賣招牌，回憶舊時光。
- **廣告影片欣賞區**：重溫曾經伴隨我們一起長大的經典廣告。
- **黑松教育基金會 10 週年特展區**：讓更多人瞭解黑松企業在環境教育投入及對夥伴學校具體成果。
- **黑松 100 拍照牆**：特設百週年限定背板，與來館民眾共創下一個世紀的美好回憶。
- **品牌多元互動牆**：運用磁吸式展板彈性更新資訊，展現品牌活動的多元與活力。



• 親子活動：

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

		112 年	113 年	114 年
黑松世界	人數	25,411	30,704	38,424
	成長率	18%	21%	25%



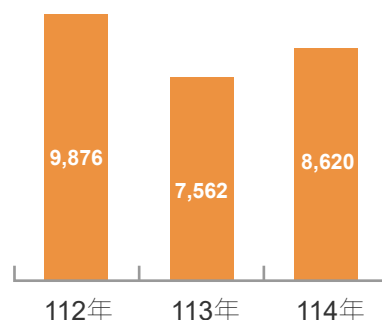
5.2.2 黑松教育基金會

► 黑松教育基金會

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



黑松教育基金會投入金額(仟元)



■ **使命：**促進在地學校發展環境特色教育。

■ **願景：**讓孩子以在地為榮，實現環境與社會永續。

■ **服務對象：**兒童及青少年。

■ **行動要素：**增能 - 陪伴 - 擴散

■ **服務內容：**

我們與在地學校合作，陪伴學校發展環境特色教育，並透過影響力擴散，讓更多人看見學校的永續行動，進而加入我們的行列！

■ **榮耀肯定：**

114 年榮獲環境部頒發「生態學校卓越貢獻獎」。

► 黑松愛地兒點子計畫

- **計畫簡介：**114 學年度以「氣候行動愛地球」為主題，透過辦理教學點子工作坊及教師社群，陪伴教師運用創新教學方法「愛地兒 5 步驟」，培養孩子自主解決環境問題的能力。



• 執行成果：

- 提供環境教育資源：
 - 提供自編教材《黑松愛地兒：教學點子手冊》、《黑松愛地兒：5 步驟小書》。
 - 辦理說明會暨教師工作坊，帶領老師們認識環境教育與設計思考的內涵。
 - 辦理主題課程 1 場，教師社群 2 場，教學點子輔導 1 場。
- 協助學校創造環境課程：
 - 114 學年度「黑松愛地兒點子計畫」以創新教學法「愛地兒 5 步驟」實作工作坊。
 - 114 學年度共 20 校 20 組師生報名參賽，提出 17 件氣候變遷的環境行動教案。自 104 至 114 年，共有 62 所小學參與，提出 158 個解決環境問題的提案。
- 成果交流與提案分享：
 - 辦理教師分享會，讓參賽老師分享教學教案，與其他學校交流學習。
 - 邀請 6 校師生至桃園市虛實跨境媒體發展中心「哇！你是怎麼做到的」分享提案。



► 黑松綠+ 校園生態計畫

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



• 執行成果：

- 教師課程：
 - 透過教師研習及桃園市內生態學校參訪活動，讓教師了解生態學校的運作實務。
 - 114 年度辦理校園環境盤點 8 場，由生態專家提供學校發展建議。
- 環境輔導與夥伴關係經營：
 - 透過夥伴學校校際交流，夥伴學校間共同交流執行經驗。共計辦理校際共識會 1 場、校長社群 7 場、認證輔導會 5 場。
 - 生態學校參訪：實地踏查外縣市環境教育標竿學校與場域，分享交流。

◦ 生態學校成果分享：

- 於生態學校頒獎典禮展現年度成果，並透過媒體報導擴散環境特色課程。
- 114 年共協助桃園市夥伴學校，取得環境部臺美生態學校認證綠旗 (含再認證) 5 所、銀牌 4 所、銅牌 5 所。
- 105~114 年總計取得環境部臺美生態學校，綠旗 11 所、銀牌 16 所、銅牌 11 所，桃園市綠旗認證數，連續四年蟬聯全國最多。

	114 年	105~114 年累計
綠旗 (含再認證)	5	11
銀牌	4	16
銅牌	5	11
總計	14	38

註：自 113 年起改以「校數」計算，且以該校最高認證級別計算，例如：若某校取得銀牌，將僅列入銀牌，銅牌不納入計算。

• 114 年取得認證的夥伴學校：

- 綠旗再認證：新埔國小、美華國小、文華國小、上湖國小、社子國小 (永久綠旗)
- 銀牌：新勢國小、龍源國小、廣興國小、瑞原國小
- 銅牌：壽山國小、大埔國小、永福國小、埔心國小、會稽國中



► 黑松尋。耕課程計畫

- **計畫簡介：**陪伴學校教師以在地生態、環境、人文、產業特色，建構一～六年級系統性校本特色課程，發展成為環境教育特色小學。
- **執行成果：**
 - 114 年持續輔導 2 所小學：龍源國小及內柵國小，發展校本特色課程。其中，龍源國小榮獲「114 年度桃園市教學卓越獎」銀桃獎，以及「114 年度教育部教學卓越獎」佳作。
 - 課程研討與專家輔導：
 - 由課程發展專家帶領教師共同討論課程發展主軸，針對學校發展課程需求進行課程輔導，共計辦理 15 場次。
 - 校際成果交流分享：
 - 1 場成果交流會，邀請龍源國小與內柵國小分享第一年階段性成果。
 - 在地環境特色教材：
 - 完成 1 本以米食為主題的教材，由基金會與社子國小、環境友善種子合作，教材融入環境教育與多元文化等跨領域學習內容，打造一套兼具實用性與地方特色的課程設計參考，以支持教師進行素養導向的教學實踐。
 - 辦理 1 場在地環境特色教材工作坊，帶領想發展食農教育、米食教育校訂課程，以及對課程設計有興趣的老師，認識與熟悉運用教材內容，共 11 校 19 位老師參與。



夥伴學校	課程主題
桃園市大溪區內柵國小	永續食光 綠讀山水 藝舉樹得
桃園市龍潭區龍源國小	龍源 Gold Leaf 的+-×÷



► 種子教師計畫

- **計畫簡介：**遴選具有經驗且計畫參與度高之夥伴校長、主任、老師，邀請成為黑松教育基金會的種子教師，透過增能課程，以及邀請種子教師參與計畫推進，促進教師持續精進、相互支持，藉此建構多元夥伴關係，並擴散影響力。
- **執行成果：**
 - 舉辦計畫說明會 1 場，共 21 校、24 位教師加入培訓。
 - 辦理 4 場培訓課程，包含專業課程 2 場、通識課程 2 場。
 - 114 年認證 5 位種子教師，累計認證 19 位種子教師。
 - 種子教師年度服務次數達 45 人次，協助基金會課程 / 活動 38 場 (佔所有活動 88%)。



► 理念推廣計畫

- **計畫簡介：**有感於發揮社會影響力的重要，我們透過「環境教育品牌經營、理念推廣及成果展現、夥伴關係發展」等方式連結更多教育資源，共同投入學校環境特色教育的發展。
- **執行成果：**
 - 社群媒體互動平台：
 - 以 Facebook 粉專作為互動平台，定期分享基金會動態、活動資訊，促成夥伴學校間的交流，並吸引對環境教育有興趣的師長共同向孩子們推廣環境教育，相關資訊請參考：https://www.facebook.com/heysong_hsef
 - 6 月 5 日世界環境日，發布 14 所夥伴學製作之環境議題短影音，擴散推廣友善環境理念。
 - 實體活動：
 - 協辦「生態學校跨領域教學研討會」1 場，邀請種子教師分享。
 - 媒體宣傳：
 - 年度新聞媒體露出累計 157 則，新聞媒體露出價值達 1,006 萬。
 - 策動媒體發稿 3 次，分享計畫成果。
 - 邀請種子教師投稿，獲國語日報刊登 5 則、翻轉教育 1 則。
 - 安排翻轉教育 Podcast 特別企劃節目，專訪種子教師。
 - 安排翻轉教育電子報，分享種子教師投稿。
 - 贊助公益團體及學校：
 - 贊助第十三屆徐生明少棒錦標賽活動飲品，800 人次受益。
 - 贊助新屋區社子國小，出訪日本千葉縣學校參訪交流，13 人受益。





6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理

6.2 物料與能源管理

6.3 水資源管理

6.4 廢棄物管理

6.5 降低產品及營運衝擊

6

環境永續

環境各項主題包含氣候、溫室氣體排放、物料、能源、水、廢棄物等與企業永續經營息息相關，若企業營運損害自然環境，則可能伴隨而來鄰近社區健康受損、企業經營成本提高、企業形象嚴重受損等，是此，與環境類別相關的主題皆屬重大。本公司於 114 年制定「[環境政策](#)」以作為溫室氣體管理、能源管理、水資源管理及廢棄物管理之指引原則，執行情形詳如後各章節說明。114 年支付汙水處理費、廢水處理費、汙泥處理費及各項飲料容器回收處理費共計 69,061 仟元。

6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理

黑松依循 TCFD 並參考 IFRS S2，揭露氣候相關風險與機會之治理、策略、風險管理、指標和目標。報告邊界以黑松股份有限公司為主，涵蓋台北總公司、中壢廠與斗六廠，未包含合併財務報表之所有子公司。

治理 (IFRS S2.6)



策略 (IFRS S2.10、S2.13、S2.14)

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

主題	風險 / 機會議題	對業務、策略及財務之影響	影響期間	風險 / 機會評價	因應目標、策略及作為
風險、政策和法規	溫室氣體排放管制與碳費徵收	碳費制度於 114 年正式上路，未來徵收條件可能趨嚴，且費率亦可能調升。此外，能源相關法規可能要求增加再生能源使用比率。未來政府對於溫室氣體減量及管理之推動將更為積極，相關能源政策與配套措施可能造成公司能源成本上升、產生機台汰換之購機成本、營運成本增加，或因違反法規須繳納罰款。	短中	高	相關永續目標及達成狀況請參考【1.4.4 永續發展目標與執行進度】。 其他因應策略及作為： - 每年進行溫室氣體盤查，落實減量計畫與管理。 - 製造三場建構能（水）資源監測系統。 - B#17 產線相關設備規劃與更新工程。 - 建置一定容量之太陽能發電系統並啟用。 114 年中壢廠區仍使用 R22 製冷劑冰水與冷凍機組有 10 台，預計於 119 年之前全數更換機台或置換環保冷媒。 - 自 109 年起，陸續報廢自動販賣機 HCFC(R-22) 冷媒機台，至 114 年累計報廢 HCFC(R-22) 冷媒機台 1,252 台（尚餘 838 台預計將陸續於 116 年底前完成報廢）。 - 採購新設備要求使用環保冷媒。
	淨零排放趨勢	配合政府推動「臺灣 2050 淨零排放」，公司必須檢視生產鏈自設計、採購、生產、包裝、運輸、行銷、服務至產品廢棄，規劃各項減碳措施及碳排抵換，以達成企業淨零目標，將造成營運成本上升，影響公司損益。未積極因應淨零排放趨勢，亦可能不符合利害關係人期待，影響市場名譽。	中長	低	
風險、技術	開發低碳產品與服務	政府制定之「資源循環零廢棄關鍵戰略行動計畫」引導廠商透過循環經濟促進產業低碳轉型。消費者的永續意識高漲，購買選擇會更聚焦符合永續價值的產品。 未來通路商可能針對低碳產品進行相關要求。為取得低碳、減塑的技術與原料如 rPET 必須仰賴外部廠商，公司主導性低且現階段取得成本高，投資風險亦高，相關效益無法掌控。	短中	中	相關永續目標及達成狀況請參考【1.4.4 永續發展目標與執行進度】。 其他因應策略及作為： - 設置專責單位針對產品相關政策與法規進行管理、規劃與推動。 - 產品研發、技術研發及生產單位隨時掌握飲料食品產業新趨勢與新技術，並進行研究與測試。 - 持續進行包材輕量化，針對保特瓶身、瓶蓋、伸縮模、收縮膜減少使用量，並進行 rPET 測試，降低非再生塑膠使用。 - PET600 黑松沙士取得環境部產品碳足跡減量標籤證書。PET600 黑松沙士、PET580 FIN 補給飲料、PET580 茶花綠茶取得環境部產品碳足跡標籤證書。 114 年 2 月「PET2000 黑松沙士、PET600 加鹽黑松沙士、CAN300 黑松沙士、CAN245 黑松沙士、PET975 FIN 補給飲料、PKL300 FIN 補給飲料、CAN240 FIN 補給飲料、PET500 韋恩 Flash Brew 閃萃拿鐵咖啡」等 8 支產品首度取得環境部產品碳足跡標籤證書。

主題	風險 / 機會議題	對業務、策略及財務之影響	影響期間	風險 / 機會評價	因應目標、策略及作為
風險・市場	原料供應、代理產品供貨與管理	氣候變遷、戰爭、自然災害、傳染疾病等因素影響原料生產及供應、代理產品供貨及價格穩定性，將可能導致原料供應鏈與代理產品供貨中斷、價格及 <u>管理成本上升</u> 。	短中	高	因應策略及作為： - 掌握原物料漲跌、供需及輸補趨勢，運用供貨獎勵、年度採購或預購、期貨概念、供應商競價、尋找新供應來源等採購策略，有效管控採購成本。 - 與具規模原廠合作，其貨量較穩定且應變能力佳。 - 避免代理產品僅限單一國別 / 廠商 / 產區，適度提增突發事件產區庫存量，預防發生缺貨。 - 新產品開發流程制定原物料供應盤點表，進行原物料供應風險評估，依供應風險評估後得到風險值，進行開發第二供應商、緊急提高進貨數量因應。 - 提高單一來源之原材料安全庫存。 - 農產品羅布斯塔咖啡豆原料價格上漲，增加內容物成本，透過特濃咖啡產品優化，及開發替代料控制成本。
風險・天氣（立即性）	單一極端天氣事件如乾旱、水災、颱風等	單一天災事件發生頻率或嚴重程度提高，將導致無預警停水、停電造成生產中斷或公共設施損壞，亦可能造成交通中斷，影響原料、產品運輸。	短	低	相關永續目標及達成狀況請參考【1.4.4 永續發展目標與執行進度】。 其他因應策略及作為： - 水資源管理： - 調整水處理設備定期清洗頻率及生產排程管理，減少非產品用水的耗損。 - 提升可回收再利用水量；監控廠區水資源使用效率。 - 管控主要產品耗水資訊、進行分析，提出耗水基準，制定每噸產品用水量。 - 持續優化廠區水資源使用效率並推動節水方案。 - 能源管理： - 持續推動每年節電率 1% 以上節電方案措施。 - 提高夏月離峰用電量，降低夏月尖峰用電量進而降低契約容量與用電成本。 - 制定水源、能源供應缺乏無法滿足正常生產排程時之因應作業程序。 - 食品安全管理： - 執行原料、包材、委外代工供應商評鑑制度，維護食品安全與品質源頭管理。 - 制定原料進料檢驗規範，確保產品鏈之品質與安全維護。 - 監控原料風險物質檢測，管控品質與安全指標之變異風險。
風險・氣候（長期性）	極端氣候與全球暖化	降雨模式變化如梅雨鋒面減少、極端降雨頻次提升，將影響水資源供給或造成缺水、限水、淹水危機，導致生產中斷，影響供貨。冬夏季節長度改變、 <u>氣溫上升將使用電量及排碳量上升以維持產品品質穩定與營運效率</u> 。極端氣候與全球暖化亦會造成 <u>消費者行為改變，影響季節性商品的需求與銷售</u> 。	中長	低	

主題	風險 / 機會議題	對業務、策略及財務之影響	影響期間	風險 / 機會評價	因應目標、策略及作為
機會：資源效率	使用更高效率的生產與配銷流程	建構能源管理系統，透過溫室氣體盤查，掌握高碳排作業，制定節能措施與改善生產與配銷流程，減少能源耗用，並加強能源管理，提升能源使用效率，將降低營運成本，實現低碳綠色品牌。	短中	高	因應策略及作為： - 每年進行溫室氣體盤查，落實減量計畫與管理。 114 年節電方案共 5 件減少能源耗用與提升能源使用效率，節電量約 63 萬度。
	提升資源使用效率	推動減塑減廢，透過減量、回收、再利用，減少資源消耗與廢棄物產生，將減少生產成本及降低回收清除處理費等費用支出，降低營運對環境的衝擊。	短中	中	相關永續目標及達成狀況請參考【1.4.4 永續發展目標與執行進度】。
	減少用水量及耗水量	建立水資源管理系統，透過追蹤各廠房 / 生產線的用水量變化數據，針對高耗水量的產線或設備，積極管控、規劃，以提高用水效率，降低用水及耗水費等水資源費用支出，並擬具水資源缺乏應變措施，強化供水穩定，以穩定產品的生產供應。	短中	中	相關永續目標及達成狀況請參考【1.4.4 永續發展目標與執行進度】。 其他因應策略及作為： - 安裝用水計量計，防止不當耗用。 - 製造三場 CIP 程序優化。 - 水處理碳濾槽逆洗頻率調控。



氣候韌性之氣候相關情境分析與評估 (IFRS S2.13、S2.22)

黑松參考 IPCC 第六次評估報告 (AR6) SSP1-2.6 及 SSP5-8.5 情境及臺灣之國家自定貢獻 3.0(NDC3.0) 目標進行氣候變遷情境分析，以評估氣候相關風險對營運的財務衝擊程度。

參數、假設與分析因子

黑松透過能源消耗量、位於臺灣之營運場所位置等實體參數，以及能源成本等商業參數，假設每個風險因子之間各自獨立，並依「氣候相關財務揭露架構 (TCFD)」的風險分類做為分析因子。

實體風險：SSP1-2.6 與 SSP5-8.5 情境

依據「Dr.A 氣候變遷災害風險調適平台」，模擬 SSP1-2.6 (增加 1.3°C~1.4°C) 至 SSP5-8.5 (升溫超過 1.8°C~3.4°C) 情境，以 84 年 -103 年資料為基準，推估 110 年 -129 年之氣候情境。黑松各營運場所於 SSP5-8.5 情境下，危害脆弱度均達第四級（五級制次高），顯示極端降雨機率及潛在淹水深度與面積均屬偏高風險；在 SSP1-2.6 情境下，中壢廠降至第二級，台北總公司與斗六廠仍維持第四級。強降雨可能造成停線停產、供應鏈中斷等風險，並使得運輸與維修成本增加。

轉型風險：NDC3.0 情境

臺灣之國家自定貢獻 3.0 (NDC3.0) 目標於 119 年較 94 年基準年減少 28± 2% 之國家溫室氣體淨排放量。對此，環境部提出 119 年電力配比，規劃再生能源占比 30%。黑松依此情境評估低碳轉型下之政策與市場衝擊。政策面上，碳盤查確信增加支出，且可能面臨碳費壓力。市場面上，以「台電公司 RE30 電力商品 Q&A」收費案例整體單價「4.88 元 / 度」與假設之產業平均電價「4.27 元 / 度」相比，預估 119 年外購電力的費用將增加約 14%，導致生產成本上升。



資料參考「氣候變遷災害風險圖臺」

風險管理 (IFRS S2.25)

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

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

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

指標和目標 (IFRS S2.28、S2.33)

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

IFRS 永續揭露準則導入計畫之時程規劃

為接軌國際準則，黑松依金管會發布之我國接軌 IFRS 永續揭露準則藍圖，提前啟動「IFRS 永續揭露準則導入計畫」，並採取分階段、有系統的方式穩健推進，相關時程規劃已於 115 年提報董事會控管。

工作項目	預計（已）完成時間
1-1. 成立跨部門採用 IFRS 永續揭露準則專案小組	已於 115 年第 2 季完成
1-2. 擬訂導入計畫	已於 115 年第 2 季完成
1-3. 辨認現行永續資訊與 IFRS 永續揭露準則重大差異及影響	預計 115 年第 4 季完成
2-1. 辨認永續相關風險與機會及財務影響，以及評估永續相關重大財務資訊	預計 116 年第 1 季完成
2-2. 辨認及蒐集所需資料	預計 116 年第 3 季完成
3-1. 試行編製年報永續資訊專章	預計 117 年第 3 季完成
4-1. 公告申報年報永續資訊專章	預計 118 年第 1 季完成



溫室氣體管理 (IFRS S2.29)

本公司自 98 年起成立專案單位，執行溫室氣體盤查、產品碳足跡、產品水足跡等業務，以維護公司環境管理政策。溫室氣體盤查不但可掌握明確的排放量，並發掘減量空間與機會，因此自 111 年起，本公司將原針對中壢廠每三年進行盤查並取得 ISO 14064-1：2018（組織型溫室氣體排放量盤查）查驗意見書，調整為每年進行全公司，包含總公司、中壢廠及斗六廠，進行盤查並取得 14064-1：2018 查驗意見，並計劃於 115 年 6 月將盤查及驗查範圍增加合併報表子公司。

► 114 年直接與間接溫室氣體排放

單位：公噸 CO₂e

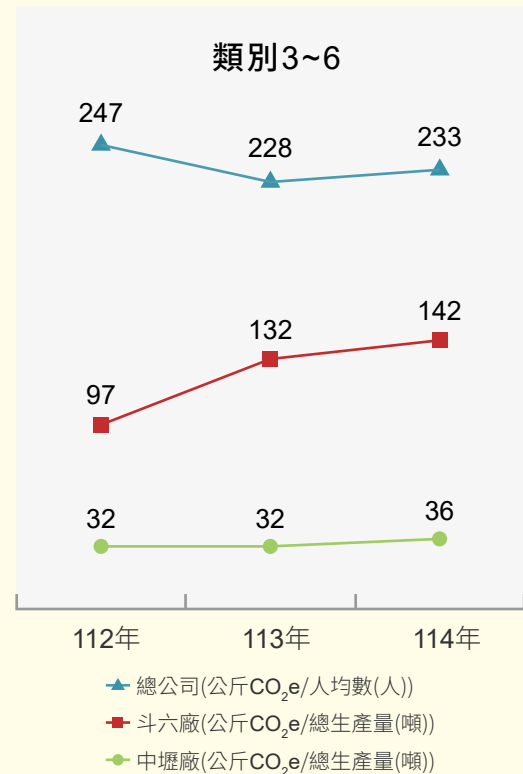
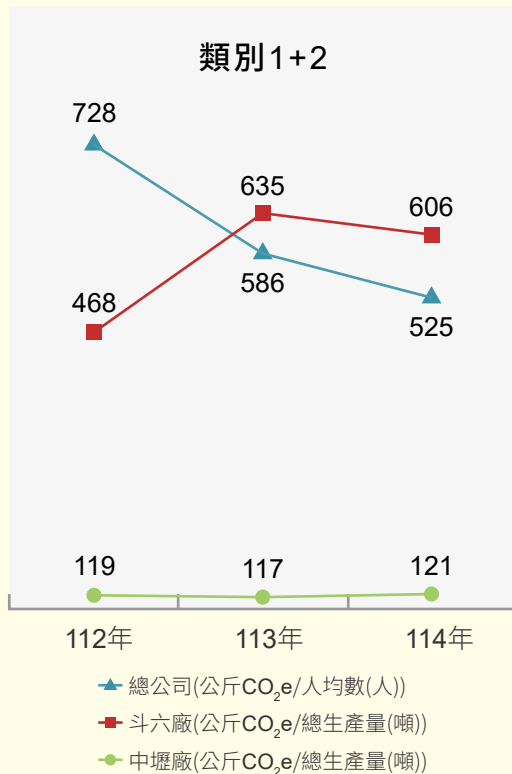
GHG Protocol	ISO 14064-1：2018	排放類型	總公司	中壢廠	斗六廠	母公司小計	子公司小計	全集團總計
範疇一	類別 1	直接	40	8,927	105	9,072	1,371	10,443
範疇二	類別 2	間接	75	12,537	205	12,817	176	12,993
範疇三	類別 3		NS	NS	NS	NS	NA	NA
	類別 4		51	5,311	73	5,435	412	5,847
	類別 5		NS/NA	1,097	NS/NA	1,097	18	1,115
	類別 6		NA	NA	NA	NA	NA	NA
總計 (公噸 CO ₂ e)			166	27,872	383	28,421	1,977	30,398
114 年總生產量 (噸)			---	177,585	512	178,097	---	---
114 年每月人均數 (人)			219	---	---	---	---	---
碳排放強度	公斤 CO ₂ e/ 總生產量 (噸)		---	157	748	160	---	---
	公斤 CO ₂ e/ 人均數 (人)		758	---	---	---	---	---

註：SGS 查驗意見書呈現之母公司總計 (公噸 CO₂e) 是 28,421.801(依據環境部規範)。

說明：

- 1：GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol，溫室氣體盤查議定書)
- 2：全球暖化潛勢 (GWP) 引用 IPCC 2021 第六次評估報告之全球暖化潛勢值。
- 3：排放係數資料庫來源：
 - 直接溫室氣體排放：行政院環境部溫室氣體排放係數管理表 6.0.4。
 - 間接溫室氣體排放：電力引用經濟部能源署 114 年公布之 113 年電力排碳係數 0.474 kg CO₂e/度計算。
 - 二級資料庫引用產品碳足跡資訊網、SimaPro Ecoinvent 3.11。
- 5：組織邊界設定方法為「營運控制權法」，針對溫室氣體（包含 ISO 14064 所規定的人為排放之二氧化碳 (CO₂)、甲烷 (CH₄)、氧化亞氮 (N₂O)、三氟化氮 (NF₃)、氫氟碳化物 (HFCs)、全氟碳化物 (PFCs) 及六氟化硫 (SF₆) 共 7 種溫室氣體) 排放量進行盤查彙總。組織範圍內所有排放源皆為黑松公司完全擁有。
- 6：NS 表示不具顯著性、NA 表示不適用。
- 7：子公司包含松深、松佳、松埔、松柏、松彰、松泰、松盈、松楊、黑松商貿 (蘇州)

► 近 3 年母公司各廠區溫室氣體排放強度



► 母公司近 3 年溫室氣體排放情況

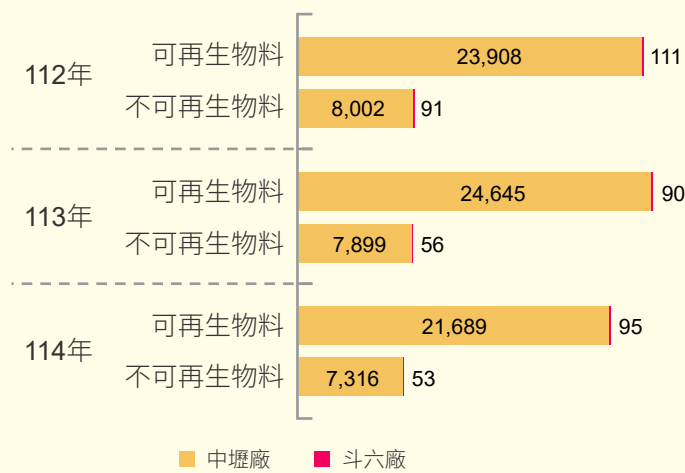
項目	單位	112 年	113 年	114 年
類別 1	公噸 CO ₂ e	9,556	9,692	9,072
類別 2		14,737	13,900	12,817
類別 3~6		6,588	6,449	6,532
溫室氣體排放總量	公噸 CO ₂ e	30,881	30,041	28,421
類別 1+2 溫室氣體排放強度	公斤 CO ₂ e/ 總生產量 (噸)	121	119	123
類別 3~6 溫室氣體排放強度		33	33	37

6.2 物料與能源管理

6.2.1 物料

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

► 物料重量 (單位：公噸)



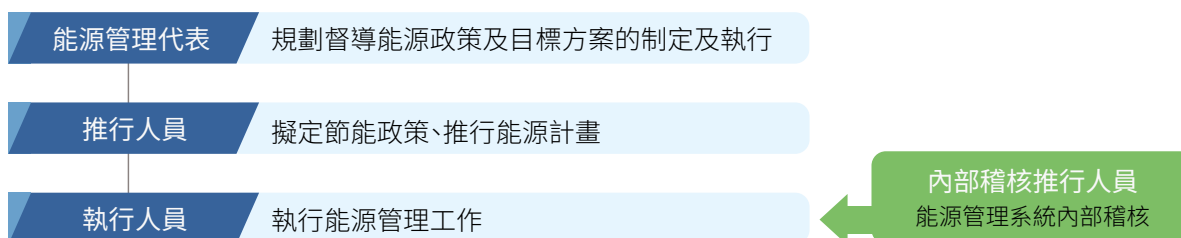
說明：

- 1：物料包含內容物及包材。
- 2：可再生物料定義：可再生物料可由許多來源取得，這些來源可藉由生態循環或農業過程迅速恢復，因此由這些來源或其他相關資源產生的服務不會短缺，並可供未來世代持續使用。如茶葉、紙箱、紙盒等。
- 3：不可再生物料定義：短期內不可再生的資源，如礦物、金屬、石油、天然氣、煤等。如香精添加物、瓶胚、鐵/鋁罐、收/伸縮膜等

6.2.2 能源

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

► 能源管理委員會組織架構



► 黑松能源政策

本公司依ISO50001能源管理手冊制訂以下能源政策：

- 【守法減量】：遵循法令，達成節能目標。
- 【低碳生產】：精進製程，創造友善環境。
- 【綠能節電】：應用綠能，提升能源效率。
- 【全員參與】：強化溝通，落實能源管理。

► 須遵守之能源規定與政策

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

► 非再生能源消耗量

能源類別	對象	廠別	單位	113 年	114 年
電力	用電量	總公司	度	185,493	159,192
		中壢廠	度	28,691,662	26,449,213 ^註
		斗六廠	度	447,960	432,589 ^註
		小計	度	29,325,115	27,040,994
			GJ	105,570	97,348
天然氣	用天然氣量	中壢廠	度	4,420,041	4,215,650
		斗六廠	度	39,029	36,438
		小計	度	4,459,070	4,252,088
			GJ	150,864	143,881
柴油	用柴油量	中壢廠 ^{註 2}	公升	1,148	655
		斗六廠	公升	0	0
		小計	公升	1,148	655
			GJ	42	24
汽油	用汽油量	總公司	公升	16,384	17,063
		中壢廠	公升	939	1,110
		斗六廠	公升	277	336
		小計	公升	17,600	18,509
			GJ	561	588
非再生能源消耗量總計		總計	GJ	257,037	241,841

說明：

- 電力、天然氣、柴油、汽油使用數據以相關費用單據進行統計。
- 天然氣熱值以中油 (中壢廠)、欣雲 (斗六廠) 提供之月平均熱值進行加權平均。中壢廠 114 年天然氣平均熱值 (低位) 為 8,075.57kcal/度，斗六廠 114 年天然氣平均熱值 (低位) 為 8,828.37kcal/度。
- 柴油、汽油熱值參考環境部 115 年公告之“114 年度車用汽、柴油熱值”，114 年度車用汽油低位熱值為 7,586 kcal/L，車用柴油低位熱值為 8,636 kcal/L。
- 1 度電 = 0.0036 GJ；1 kcal = 4.1868*10⁻⁶ GJ。能源資料換算為 GJ 單位後進行加總過程中，可能因小數點位數截取而產生尾數誤差。

註：中壢廠用電度數不含松佳 41,520 度且不含電信基準台 115,997 度；斗六廠用電度數不含松泰 20,211 度。

► 再生能源消耗量

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

能源類別	廠別	單位	113 年	114 年
太陽能板預熱設備	中壢廠 ^{註 1}	GJ	1,149	1,503
太陽能發電系統	中壢廠	GJ	1,047	1,338
	斗六廠 ^{註 2}	GJ	1,657	1,223
	發電量小計 ^{註 3}	GJ	2,704	2,561
再生能源消耗總量	總計	GJ	3,853	4,064

註 1：太陽能板預熱設備能源使用數據以出入水溫差及水量進行估計。

註 2：斗六廠太陽能發電量計算方式：太陽能發電量 - 轉供至中壢廠之用電量。113 年 10 月前轉供額度上限偏低，使部分餘電被認定成用電，造成 113 年 10 月前斗六廠太陽能發電量虛增。

註 3：太陽能發電系統能源使用數據以相關電力發電紀錄進行統計。

註 4：1 度電 = 0.0036 GJ，能源數據單位換算過程中，可能因小數點位數載取而產生尾數誤差。

► 114 年能源消耗量情形總計 (單位：GJ)

再生能源	4,064	2%	外購電力	97,348	40%
非再生能源	241,841	98%	其他能源	148,557	60%
總計	245,905	100%	總計	245,905	100%

► 114 年廠區用電結構 (單位：度)

類別	總公司	中壢廠	斗六廠	總計
外購電力 (非再生能源電力)	159,192	26,449,213	432,589	27,040,994
自發自用 (再生能源電力)	0	371,670	339,747	711,417
總電力消耗量	159,192	26,820,883	772,336	27,752,411

► 每噸產品消耗之能源

類別	單位	113 年	114 年
每噸產品用天然氣	度	23	24
每噸產品用電	度	152	151
每噸產品用能源	GJ	1.3	1.4
總生產量	噸	197,578	178,547

說明：

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

► 組織節能措施

中壢廠換增天然氣鍋爐與使用太陽能板預熱設備所節省之效益

中壢廠 106 年重油鍋爐全面汰換為天然氣鍋爐，可降低空污及溫室氣體排放量。天然氣鍋爐搭配節煤器提高鍋爐燃燒效率，且改用天然氣鍋爐不需要預熱，可降低用電量。

中壢廠區鍋爐用水使用 2 套太陽能設備預熱以提高用水溫度，可減少天然氣耗用量、空氣汙染物 PM2.5、NOx 排放量以及碳排放量。

節省效益	單位	112 年	113 年	114 年
天然氣耗用量	千 M ³	33	31	40
天然氣耗用產生能量	GJ	1,238	1,149	1,503
空氣汙染物 NOx	公斤	74	69	90
碳排放	公噸	62	57	74

說明：

- 1：節能基線為在沒有任何減量活動下，預期的天然氣消耗量及其排放。
- 2：節省效益計算方式：當年度太陽能使用量換算成產生同能量時使用天然氣排放的空氣汙染物量與碳排放量。
- 3：空氣汙染物檢測係數依【附表一 公私場所固定污染源申報空氣污染防治費之硫氧化物及氮氧化物排放係數】數值，天然氣排放係數 NOx：2.243KG/ 千 M³）計算。
- 4：碳排放計算之二氧化碳排放係數依據行政院環境部公告之「溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版」中「固定源 - 天然氣」之排放係數：1.8790 Kg CO₂e/m³。

► 114 年其他節能措施

中壢廠節能措施

1. B#17 增設變頻式高壓空壓機
2. P#13 空壓機汰舊換新為無油變頻空壓機
3. P#15 原味奶茶連續製程減少酸洗作業
4. B#17 增設變頻式高壓空壓機廢熱回收
5. 3 台鍋爐燃燒效率即時監控系統建置，提升並維持鍋爐最佳燃燒效能



114 年投資金額：
1,650 萬元



114 年節能效益：
63 萬度、298 公噸 CO₂e

說明：碳排放計算之二氧化碳排放係數係依經濟部能源署公布 113 年度電力排碳係數 0.474 公斤 CO₂e/ 度計算。計算所包括的氣體種類：二氧化碳、甲烷、氧化亞氮。基線為建設節能措施前，仍在使用的單個或多個燃料來源。選擇此基線主要考量不同設備的能源使用狀況。燃料來源包括化石燃料或電力，即直接（範疇一）以及能源間接（範疇二），計算方法按生產性質能源查核申報規範。

除了持續優化改善中壢廠生產設備或製程，總公司亦透過午休時間關閉辦公區域電燈 1 小時，張貼節約用電標語、走動管理，時時提醒同仁隨手關閉電源，以達到減電節能。同時，為落實減碳，減少資源浪費，本公司持續推動：宣導使用電子表單、事務機雙面列印、廢紙背面再利用，以減量紙張使用，並鼓勵辦公文具回收，狀況良好者再利用；推動低碳乘車，同仁出差盡可能以大眾運輸為選擇，減少自行駕車；鼓勵同仁用餐時自備餐具避免使用一次性免洗餐具；優先購置選用符合環保標章及碳足跡登錄之環保產品，如洗潔精、FSC 認證紙張等。



6.3 水資源管理

► 共享水資源之相互影響 (說明取水來源、取水量、節水 / 用水 / 排水目標)

1. 中壢廠取水來源為自來水與地下水、斗六廠取水來源為地下水。

2. 用途與衝擊

水是飲料生產的核心，為維護食品安全衛生，本公司高度重視水源品質檢驗管控。同時，為降低用水對環境衝擊及提升企業整體的環境意識，本公司串連內部各部門展開行動，提升水資源的管理層級，並召開管理會議，體現企業對於水資源風險的掌控能力，制定相關水處理系統之操作與保養作業標準，及透過訂定環境政策以作為水資源管理之指引暨永續目標「至 119 年，全公司水耗用率 (生產每噸產品用水量) 相較 109 年減少 20%。」，據此逐年提出各年度量化管理目標及策略。

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

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

3. 節水 / 用水 / 排水目標與成果：

年度	項目	內容
112 年	目標	至 114 年，中壢廠水耗用率 (製造 1 噸產品的總用水量) 從 4.34 噸降至 3.90 噸。
	策略	1. 每月比對耗水量，顯著差異之用水點，監控、檢討、改善。 2. 依作業修訂最適 CIP 作業方式，減少耗用水量。 3. 生產用水源頭改善、生產用水循環利用、管末可利用水回收等 3 類型之節約用水策略與節水管控，積極提昇廠區之水資源使用效率。
	成果	中壢廠製造 1 噸產品的總用水量降至 3.86 噸。
113 年	目標	至 114 年，中壢廠水耗用率 (製造 1 噸產品的總用水量) 從 4.34 噸降至 3.90 噸。
	策略	1. 每月比對耗水量，顯著差異之用水點，監控、檢討、改善。 2. 依作業修訂最適 CIP 作業方式，減少耗用水量。 3. 生產用水源頭改善、生產用水循環利用、管末可利用水回收等 3 類型之節約用水策略與節水管控，積極提昇廠區之水資源使用效率。
	成果	中壢廠製造 1 噸產品的總用水量降至 3.77 噸。
114 年	目標	至 114 年，中壢廠水耗用率 (製造 1 噸產品的總用水量) 從 4.34 噸降至 3.90 噸。
	策略	1. 每月比對耗水量，顯著差異之用水點，監控、檢討、改善。 2. 依作業修訂最適 CIP 作業方式，減少耗用水量。 3. 生產用水源頭改善、生產用水循環利用、管末可利用水回收等 3 類型之節約用水策略與節水管控，積極提昇廠區之水資源使用效率。
	實際作法	- 中壢廠水資源管理建立 IEMS 系統。 - B#16 無菌水系統冷卻水排放資源回收。 - 透過管路修改將無菌水系統因冷卻而排放的 R.O. 水及軟水導入回收桶循環再利用。 114 年循環再利用水量估算約為 4,845 噸。
	成果	中壢廠製造 1 噸產品的總用水量降至 3.93 噸。

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

► 水資源使用情況 (取水量、排水量、耗水量)

單位：百萬公升 (1 千立方公尺水 =1 百萬公升水)

類別		112 年			113 年			114 年		
		總公司	生產據點		總公司	生產據點		總公司	生產據點	
			中壢廠	斗六廠		中壢廠	斗六廠		中壢廠	斗六廠
取水量	地下水	0	257	31	0	254	24	0	206	31
	第三方的水：自來水	2	514	0	2	485	0	2	489	0
	總取水量	2	771	31	2	739	24	2	695	31
回收 / 再利用總量		N/A	219	1	N/A	231	0.7	N/A	223	0.2
回收 / 再利用比率 (%)			28%	3%		31%	3%		32%	0.6%
排放量		N/A	405	17	N/A	338	12	2	283	11
耗水量			366	14		401	12	0	412	20

說明：

- 1：淡水 ($\leq 1,000$ mg/L 總溶解固體)；其他的水 ($> 1,000$ mg/L 總溶解固體)
- 2：總公司取水為自來水、中壢廠取水為自來水與地下水、斗六廠取水為地下水，取水類別皆為淡水 ($\leq 1,000$ mg/L 總溶解固體)。
- 3：總公司總取水量是依自來水帳單並包含分攤用水量，廠區總取水量計量方式依抄表紀錄統計，回收水計量方式則以抄表紀錄統計及採水率計算統計。
- 4：廠區排放量依抄表紀錄統計。
- 5：114 年起總公司排放量參考經濟部結合環境部與內政部等單位共同編寫之「水資源 ESG 報告書揭露實務建議指南」進行廢水量估算，作為排放量之評估依據。
- 6：耗水量 = 總取水量 - 排放量。

► 與排水相關衝擊的管理

排水水質皆符合法定排放標準，無發生任何排放超標事件

項目	排放標準	廠區	112 年	113 年	114 年
生化需氧量 BOD	320 mg/L	中壢廠	29	<1	3
	30 mg/L	斗六廠	2	1	4
化學需氧量 COD	480 mg/L	中壢廠	55	35	59
	100 mg/L	斗六廠	10	16	14
懸浮固體 SS	320 mg/L	中壢廠	26	8	15
	30 mg/L	斗六廠	7	12	7

說明：

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

6.4 廢棄物管理

因應全球廢棄物減量、塑膠減量及循環經濟發展趨勢，本公司積極關注相關議題並配合政府推動各項事業廢棄物相關政策，並依廢棄物清理法訂有「廢棄物處理作業標準書」確保廢棄物管理皆有所依循，以及制定「綠色設計指引」作為循環經濟之管理政策。指引之核心內容包含綠色採購（請詳 4.2.5. 綠色採購績優單位）與透過預防、減量、回收與再使用，減少廢棄物的產生。是以，本公司對於所產生的廢棄物積極實施資源回收分類，提升資源可再利用性，以降低對環境造成的影響，並以「可回收廢棄物」及「無法回收再利用之廢棄物」採以不同作為，說明如下：

可回收廢棄物，委由合約之承購商來廠載運，承購商來廠載運前先行開立下腳出售單，再進行裝載、過磅及簽核、付款作業完成後，承購商再將下腳品載運至處理廠回收再利用。

對於無法回收再利用之廢棄物，亦透過具合格證照之專業處理商進行處置，並追蹤處置方式及流向。廢棄物處理作業須檢視必要之相關憑證，如出廠單、下腳出售單、磅單等資料，每月並依磅單將廢棄物數量填入廢棄物統計表內。中壢廠每年至少一次查訪汙泥、植物性殘渣、廢塑膠混合物及毒化物清除及處理廠，瞭解其委託之廢棄物貯存、清除、處理、再利用之操作管理情形，並作成紀錄。114 年訪查 4 家清除廠商、4 家可回收廢棄物處理商 (2 家汙泥處理商、1 家植物性殘渣處理商、1 家廢塑膠混合物處理商)，其皆依規定貯存、處理，將廢棄物焚化後轉為熱能 / 電能供應或作為再利用之有機肥料，達到循環經濟再利用。

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

► 廢棄物的產生與處置

單位：公噸

廢棄物種類	廢棄物項目	處置方式	112 年		113 年		114 年	
			中壢	斗六	中壢	斗六	中壢	斗六
一般廢棄物	垃圾	焚化處理	59	11	46	8	42	15
可回收廢棄物	廢塑膠混合物 ^{註3}	物理處理	-	-	23	0	12	0
	污泥	處理廠再利用做肥料	688	5	343	0	341	4
	植物性殘渣	處理廠再利用做肥料及輔助燃料	1,302	2	1,951	0	1,816	0
	廢紙	處理廠再利用	324	94	325	104	295	55
	廢鐵	處理廠再利用	14	7	20	13	16	5
	廢 PE 膜	處理廠再利用做塑膠袋	57	4	68	4	61	3
	其他回收品 ^{註1}	處理廠再利用	89	0	89	0	107	0
	廢鋁箔紙盒	處理廠再利用	9	0	10	0	31	0
	廢 PET 瓶	處理廠再利用做衣服 / 鞋子	20	0.07	25	0.08	23	0.06
	廢鋁罐	處理廠再利用	13	0.1	11	0.11	10	0.08
	小計		2,515	112	2,865 ^{註2}	121	2,754	82
有害廢棄物	實驗廢液	焚化處理	0	0	1.31	0	0.56	0
合計			2,574	123	2,912	129	2,755	82
回收率 (%)			98	91	98	94	98	82

說明：

1：有害廢棄物處理方式：經由具合格證照之專業處理廠以焚化處理有害廢棄物。

2：各項廢棄物重量係依磅單彙整計算。

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

註 2：因四捨五入，小計及總計存在尾差。

註 3：113 年起一般廢棄物將廢塑膠混合物分類回收製成 SRF 燃料棒，作為汽電供生廠燃料使用。

6.5 降低產品及營運衝擊

6.5.1 塑膠容器綠色設計：從源頭管理提升回收效益

本公司響應循環經濟與環境部政策，啟動塑膠容器「3S (純料、原色、減標籤)」綠色設計轉換專案。透過跨部門及供應商協作，本公司落實包材減量及單一化。預期於 116 年達成全公司 43% 塑膠容器品項之綠色設計轉換。

一、3S 綠色設計核心改變彙整

設計面向	具體改變與執行作為	達成效益
純料 (Single material)	- 捨棄傳統含橡膠內墊雙片瓶蓋，導入無內墊純料瓶蓋。 - 重新設計並縮短瓶蓋與瓶口螺牙。	在維持密封品質前提下，有效減少塑膠總使用量，強化塑膠容器回收友善性。
原色 (Simple color)	- 全面捨棄有色或含抗 UV 材質之塑膠容器。 - 重新研發產品配方，通過光線直射環境測試。	將循環設計概念提前導入產品開發階段 (Design for Recycling)，確保產品品質在無抗 UV 遮蔽下不受影響。
減標籤 (Small label)	- 捨棄舊有瓶型，開發線條流暢之全新瓶身以適應短標籤。 - 全面更新 B#17 生產線吹瓶設備。	引進 B#17 生產線吹瓶設備，透過調整瓶身線條來固定短標籤，解決了縮小標籤後常見的定位不準或滑脫問題，兼顧了環保與自動化生產效率。

二、階段性轉換進度與目標數據

- 114 年 09 月：推出全台首款無標籤「天霖鹼性離子水」(產品資訊直接刻印於瓶身)。
- 115 年 04 月：「黑松沙士」與「黑松汽水」完成全新 3S 簡約設計轉換。
- 115 年：預計完成全公司 37% 塑膠容器品項之 3S 設計轉換。
- 116 年：預計將 3S 設計品項比例進一步提升至 43%。



無標籤天霖鹼性離子水



6.5.2 產品碳足跡

產品碳足跡為整個產品生命週期過程中直接與間接產生的溫室氣體排放量，相較於組織型溫室氣體排放指的是製造相關的排放，產品碳足跡排放尚包含產品自原物料、製造、配送、消費者使用，到廢棄回收處理時所產生的溫室氣體排放量，透過盤查產品碳足跡得以瞭解本公司產品溫室氣體排放與對環境衝擊程度。

本公司於 99 年即取得環境部 (前行政院環保署) 第一批產品碳足跡標籤證書，115 年 1 月新增 5 支產品取得產品碳足跡標籤證書，累計至今共 16 支 (占 24% 品項) 產品取得環境部產品碳足跡標籤證書。

產品		產品碳足跡數據	產品碳足跡標籤	產品碳足跡減量標籤	證書有效期間
	PET600mL 黑松沙士	320g CO ₂ e/ 瓶			- 碳足跡標籤： 111/01/16~ 116/01/15 - 減量標籤： 111/02/15 ~ 116/02/14
	PET580mL 茶花綠茶	267g CO ₂ e/ 瓶		—	111/01/16 ~ 116/01/15
	PET580mL FIN 補給飲料	268g CO ₂ e/ 瓶		—	111/11/25 ~ 116/11/24
	PET2000 mL 黑松沙士	883 g CO ₂ e/ 瓶		—	114/02/09 ~ 119/02/08
	PET600 mL 加鹽黑松沙士	304 g CO ₂ e/ 瓶		—	114/02/09 ~ 119/02/08

產品		產品碳足跡數據	產品碳足跡標籤	產品碳足跡減量標籤	證書有效期間
	CAN330 mL 黑松沙士	238 g CO ₂ e/ 瓶		—	114/02/09 ~ 119/02/08
	CAN245 mL 黑松沙士	210 g CO ₂ e/ 瓶		—	114/02/09 ~ 119/02/08
	PET975mL FIN 補給飲料	444 g CO ₂ e/ 瓶		—	114/02/09 ~ 119/02/08
	PKL300mL FIN 補給飲料	86 g CO ₂ e/ 瓶		—	114/02/09 ~ 119/02/08
	CAN240mL FIN 補給飲料	197 g CO ₂ e/ 瓶		—	114/02/09 ~ 119/02/08
	PET500mL 韋恩 Flash Brew 閃萃拿鐵咖啡	457 g CO ₂ e/ 瓶		—	114/02/09 ~ 119/02/08

產品		產品碳足跡數據	產品碳足跡標籤	產品碳足跡減量標籤	證書有效期間
	PET500mL 黑松汽水 C&C 氣泡飲 (檸檬)	352 g CO ₂ e/ 瓶		—	115/01/29~ 117/01/28
	PET500mL 黑松汽水 C&C 氣泡飲 (葡萄)	350 g CO ₂ e/ 瓶		—	115/01/29~ 117/01/28
	PET1460mL FIN 補給飲料	801 g CO ₂ e/ 瓶		—	115/01/29~ 117/01/28
	PET980mL 茶花綠茶	564 g CO ₂ e/ 瓶		—	115/01/29~ 117/01/28
	PET1230mL 茶花綠茶	694 g CO ₂ e/ 瓶		—	115/01/29~ 117/01/28

6.5.3 包材輕量化

年度	包材輕量化程度	內容
103 年	23%	- PET500ml HPR 瓶改無菌飲料瓶 - PET580ml FIN 系列、茶花系列產品耐熱飲料瓶改無菌飲料瓶 - PET975ml 耐熱飲料瓶改無菌飲料瓶
105 年	2%	- 抗 UV 白色碳酸瓶胚輕量化 - 無菌碳酸瓶胚輕量化
106 年	3%	- PET580ml 無菌飲料瓶輕量化 - PET535ml 無菌飲料瓶輕量化
107 年	11%	碳酸飲料塑蓋改短蓋
108 年	26%	PE 伸縮膜改含茂金屬材質
109 年	31%	- PE 伸縮膜改含茂金屬材質 - PE 收縮膜改含茂金屬材質
111 年	13%	CSD 產品瓶蓋改無內墊蓋
114 年	4%	B#9 生線產品塑蓋改短蓋

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

6.5.4 自販機開立電子發票

截至 114 年底為止，共完成 2,620 台聯網機台開啟逐筆開立發票功能，主要於交通站點如高鐵 / 台鐵車站月台、松山 / 小港機場及風景遊樂區如台北花博公園、台北市立動物園等場域開啟發票功能，為減少紙張浪費，上述場域以開立雲端電子發票為主，於機台螢幕上及周圍皆顯示「本機僅開立雲端發票」字樣。若消費者未有載具，則可選擇捐贈單位或是點選直接捐贈於指定機構，若無任何操作，亦會於倒數 30 秒後自動捐贈於指定機構。目前為避免爭議，僅設定「聯合勸募中心」作為指定捐贈機構，未來若有與其他公益組織合作，亦可指定其為直接捐贈單位。



6.5.5 綠色工廠 - 中壢廠

104 年黑松中壢廠製造三場取得「綠建築」標章，112 年中壢廠通過「清潔生產評估系統」評定，取得「綠色工廠」標章，成為全台第一家取得綠色工廠標章的飲料製造業者。該標章於 115 年順利完成展延，彰顯企業對環境永續的長期承諾。

▶ 綠建築標章 - 製造三場

本公司自 102 年起投入超過 22 億元興建之綠建築廠房「製造三場」，其「無菌碳酸 / 非碳酸多功能寶特瓶生產線」，是國內唯一可將高營養源素材（如牛奶、乳酸、果汁）加進碳酸或非碳酸液體，不須後段殺菌、不須添加防腐劑即可生產高營養價值的碳酸飲料設備。此外，製造三場涵蓋許多節能設計，亦導入廢氣廢液管理，運用設備中和還原廢氣與廢液後再行排放，降低營運對環境之衝擊，於 110 年 6 月延續取得內政部綠建築銀級標章，且已於 115 年 5 月延續取得內政部綠建築銀級標章，實現在地永續經營的承諾。



▶ 綠色工廠標章 - 中壢廠

本公司 112 年 6 月取得綠色工廠標章，符合廠房建築物取得綠建築標章並於生產營運管理通過清潔生產評估系統。黑松藉由申請綠色工廠標章，全面檢視中壢廠生產體質，做為未來持續改善方向。重視品質及食安管理，同時透過能資節約、生產製程改善、節能、節水、汙染物控管、廢棄物減量、環境友善設計、綠色管理與社會責任等清潔生產措施，致力生產出高品質的產品並降低營運活動對環境產生的衝擊。憑藉紮實的管理成效，本公司已於 115 年順利完成標章展延，展現落實永續經營的長期決心。



6.5.6 建構數位化根基 邁向智能營運發展

► 製造面

• B#17 生產線升級與更新

設備升級時程表

時間	升級設備 / 專案內容
111 年 11 月	充填機 ：啟動商業化量產。同時增設一套能源管理監測系統（含 11 組電力與流量感應器）進行製程流動資料收集。
111 年 11 月	套標機、包裝機 ：裝置升級與生產最佳化。
113 年 3 月	棧板機 ：裝置升級與生產最佳化。
114 年 6 月	高壓空壓機 & 廢熱回收系統 ：完成架設。
115 年 4 月	吹瓶機 ：裝置升級。

• 能源管理數位化

本公司於 114 年成功導入 iEMS 智慧能源管理系統，全面啟動能源管理數位化，為落實 ISO 50001 持續改善奠定關鍵基礎，展現推動綠色營運與減碳之執行力。

- 建構精準量測基礎：第一期工程完成產線 275 組能耗資訊連線，實現重大能耗設備 (SEU) 數位化，以真實數據取代傳統設備銘牌推估。
- 跨系統整合自動化指標：在嚴守資安前提下，115 年將導入「ERP 主動推送」架構，達成能源績效指標 (EnPI) 計算全自動化，建立具公信力之能源基準 (EnB) 以強化節能 KPI 追蹤。



► 銷售面

• 智販機提升營運效益

為提升消費者的消費體驗，本公司持續推動「自販機再進化」，自 112 年底將「指定產品二件購」優化為更靈活的「任選產品二件購」，打破單次購買兩件同樣商品的限制。

為培養消費者在販賣機上長期消費的習慣，自 113 年起針對指定活動聯網機台推出「販賣機集章趣活動」，消費者透過 LINE OA 綁定發票載具條碼，每次消費只要使用已綁定之發票載具取得雲端發票即可以持續累積點數，當累點達成設定目標後將派發「產品優惠券」，集章趣的概念在於讓消費者常態性於黑松販賣機購買產品，後續將持續擇定合適場域舉辦活動提升智販機營運效益。

目前聯網機台占比接近四成，系統廠商共有 4 間，為使經銷商帳務及巡補員有效查詢不同系統商機台資訊，本公司資訊部已建置整合平台供經銷商可直接在單一頁面查詢聯網販賣機資訊，並可自行選擇欲查詢擺設點或個別機台組合，降低查詢困難以提升巡補效率。

本公司已逐步將整合平台連接營管系統，使檢貨、巡補、車存、機存皆可一目瞭然，減少內部作業時間及簡化各項報表間傳遞的落差，達成 AI 智能巡補的目標。





7.1 GRI內容索引表

7.2 上市公司編製與申報永續報告書作業辦法

7.3 永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標

7.4 TCFD 氣候相關資訊及指標對照表

7.5 會計師有限確信報告

7

附錄

7.1 GRI 內容索引表

GRI 準則	揭露項目		頁碼	對應章節及備註說明
GRI 2: 一般揭露 2021	一般揭露			
	1. 組織及報導實務			
	2-1	組織詳細資訊	14-15	2.1 組織概況
	2-2	組織永續報導中包含的實體	4	1.1 報告書基本資料
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	4	1.1 報告書基本資料
	2-4	資訊重編	—	無
	2-5	外部保證 / 確信	4 44 140	1.1 報告書基本資料 3.1.4 持續檢視 附錄 - 外部確信
	2. 活動與工作者			
	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	17-21	2.1 組織概況 說明：本報導期間，組織於活動、供應鏈及商業關係等面向無重大變化。
	2-7	員工	71-72	5.1 員工發展與照顧
	2-8	非員工的工作者	74	5.1 員工發展與照顧
	3. 治理			
	2-9	治理結構及組成	22-23	2.2 治理單位及薪酬政策
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	23	2.2 治理單位及薪酬政策
	2-11	最高治理單位的主席	23	2.2 治理單位及薪酬政策
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	32-33 45-46	2.2 治理單位及薪酬政策 3.2 利害關係人溝通
	2-13	衝擊管理的負責人	7 32-33	1.4 永續管理 2.2 治理單位及薪酬政策
	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	7	1.4 永續管理
	2-15	利益衝突	24	2.2 治理單位及薪酬政策 說明： • 本公司未統計與供應商或其他利害關係人的交叉持股狀況； • 本公司未統計具控制力股東的存在之情形； • 本公司未統計利害關係群體及其關係、交易和未清餘額。

GRI 準則	揭露項目		頁碼	對應章節及備註說明
GRI 2: 一般揭露 2021	2-16	溝通關鍵重大事件	7 32-33	1.4 永續管理 2.2 治理單位及薪酬政策
	2-17	最高治理單位的群體智識	24	2.2 治理單位及薪酬政策
	2-18	最高治理單位的績效評估	24-25	2.2 治理單位及薪酬政策
	2-19	薪酬政策	24-25	2.2 治理單位及薪酬政策
	2-20	薪酬決定流程	24-25	2.2 治理單位及薪酬政策
	2-21	年度總薪酬比率	78	5.1 員工發展與照顧
	4. 策略、政策與實務			
	2-22	永續發展策略的聲明	5 10-12	1.2 董事長的話 1.4 永續管理
	2-23	政策承諾	8、10-12 22、27-30 70	1.4 永續管理 2.2 治理單位及薪酬政策 5.1 員工發展與照顧
	2-24	納入政策承諾	8、10-12 22、27-30 70	1.4 永續管理 2.2 治理單位及薪酬政策 5.1 員工發展與照顧
	2-25	補救負面衝擊的程序	45-47	3.2 利害關係人溝通
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	30 64	2.2 治理單位及薪酬政策 4.2 供應商管理
	2-27	法規遵循	34-35	2.3 法規遵循
	2-28	公協會的會員資格	21	2.1 組織概況
	5. 利害關係人議合			
	2-29	利害關係人議合方針	39 45-47	3.1 衝擊鑑別評估及重大議題確認 3.2 利害關係人溝通
	2-30	團體協約	-	114 年工會未提出團體協約之協商要求，爰並未簽訂團體協約。

GRI 準則	揭露項目		頁碼	對應章節及備註說明
GRI 3：重大主題 2021				
GRI 3： 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	37-41	3.1 衝擊鑑別評估及重大議題確認
	3-2	重大主題列表	42-44	3.1 衝擊鑑別評估及重大議題確認
	3-3	重大主題管理	42-44	3.1 衝擊鑑別評估及重大議題確認
主題準則				
GRI 201 經濟績效 2016	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	15-16	2.1 組織概況
	201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	79	5.1 員工發展與照顧
GRI 202 市場地位 2016	202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	70	5.1 員工發展與照顧
GRI 203 間接經濟衝擊 2016	203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	93-103	5.2 社會共榮
GRI 204 採購實務 2016	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	65	4.2 供應商管理
GRI 302 能源 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	114-115	6.2 物料與能源管理
	302-3	能源密集度	116	6.2 物料與能源管理
	302-4	減少能源消耗	10 116-117	1.4 永續管理 6.2 物料與能源管理
GRI 303 水與放流水 2018	303-1	共享水資源之相互影響	118-119	6.3 水資源管理
	303-2	與排水相關衝擊的管理	118-119	6.3 水資源管理
	303-3	取水量	119	6.3 水資源管理
	303-4	排水量	119	6.3 水資源管理
	303-5	耗水量	119	6.3 水資源管理
GRI 305 排放 2016	305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	111	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	111	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	305-3	其它間接（範疇三）溫室氣體排放	111	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	305-4	溫室氣體排放強度	111-112	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	305-5	溫室氣體排放減量	116-117	6.2 物料與能源管理
GRI 306 廢棄物 2020	306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	120-121	6.4 廢棄物
	306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	120-121	6.4 廢棄物
	306-3	廢棄物的產生	121	6.4 廢棄物
GRI 308 供應商環境評估 2016	308-1	使用環境標準篩選新供應商	64	4.2 供應商管理

GRI 準則	揭露項目		頁碼	對應章節及備註說明
GRI 401 勞雇關係 2016	401-1	新進員工和離職員工	74-76	5.1 員工發展與照顧
	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	78-80	5.1 員工發展與照顧
GRI 403 職業健康與安全 2018	403-1	職業安全衛生管理系統	86	5.1 員工發展與照顧
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	86-87	5.1 員工發展與照顧
	403-3	職業健康服務	91-92	5.1 員工發展與照顧
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	86-87	5.1 員工發展與照顧
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	88、90	5.1 員工發展與照顧
	403-6	工作者健康促進	91-92	5.1 員工發展與照顧
	403-7	預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	88	5.1 員工發展與照顧
	403-9	職業傷害	88-89	5.1 員工發展與照顧
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	84	5.1 員工發展與照顧
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	85	5.1 員工發展與照顧
GRI 405 員工多元化與 平等機會 2016	405-1	治理單位與員工的多元化	23 71-73	2.2 治理單位及薪酬政策 5.1 員工發展與照顧
GRI 414 供應商社會評估 2016	414-1	使用社會標準篩選新供應商	64	4.2 供應商管理
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	50-51	4.1 顧客的健康與安全
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	35	2.3 法規遵循
GRI 417 行銷與標示 2016	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	—	截至 114 年底，無發生未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件。
GRI 418 客戶隱私 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	31-32	2.2 治理單位及薪酬政策
GRI 食品加工業補充指標				
GRI 食品加工業 補充指標	FP05	經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比	51	4.1 顧客的健康與安全

7.2 上市公司編製與申報永續報告書作業辦法

揭露項目	描述	頁碼	對應章節及備註說明
上市公司編製與申報永續報告書作業辦法第四條第一項附表一之一			
一	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度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。	55-57	4.1 顧客的健康與安全
二	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數、產品下架次數及下架產品總重量。	—	截至 114 年底，未有左列情事。
三	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分。	65-66	4.2 供應商管理
四	經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。	51	4.1 顧客的健康與安全
五	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	59-63	4.2 供應商管理
六	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比。	63	4.2 供應商管理
七	依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比。	53-55	4.1 顧客的健康與安全
八	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	114-115 136	6.2 物料與能源管理 附錄 - 永續會計準則 SASB 非酒精飲料 揭露指標
九	總取水量及總耗水量	119 136	6.3 水資源管理 附錄 - 永續會計準則 SASB 非酒精飲料 揭露指標
十	售出產品重量、生產設施場所數量	138	附錄 - 永續會計準則 SASB 非酒精飲料 揭露指標
上市公司編製與申報永續報告書作業辦法第 4-1 條第一項附表二			
敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。			6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理 請參閱本公司 114 年年報第 81 頁。
敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務（短期、中期、長期）。			6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理 請參閱本公司 114 年年報第 81 頁。
敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。			請參閱本公司 114 年年報第 82 頁。
敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。			6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理 請參閱本公司 114 年年報第 82 頁。
若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。			6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理 請參閱本公司 114 年年報第 82-83 頁。
若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。			請參閱本公司 114 年年報第 83 頁。
若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。			請參閱本公司 114 年年報第 83 頁。
若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證（RECs）以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證（RECs）數量。			請參閱本公司 114 年年報第 84 頁。
溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫。			1.4. 永續管理 6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理 請參閱本公司 114 年年報第 84-85 頁。

7.3 永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標

一、永續揭露主題和揭露指標					
揭露主題	指標編號	揭露指標	性質	測量單位	數據
車隊燃料管理	FB-NB-110a.1	車隊燃料消耗量與再生百分比	量化	GJ 百分比 (%)	總公司、中壢廠、斗六廠共 577GJ，可再生燃料使用比率為 0%。 說明：不含斗六廠割草機用汽油。
能源管理	FB-NB-130a.1	營運的能源消耗	量化	GJ	總公司、中壢廠、斗六廠共計 245,327GJ。 說明：能源消耗總量為非再生能源消耗量及再生能源消耗量加總，但不含車隊的燃料消耗量。
		電網電力百分比	量化	百分比 (%)	總公司、中壢廠、斗六廠共計 40%。
		再生百分比	量化	百分比 (%)	總公司、中壢廠、斗六廠再生能源使用比率 2%。
水管理	FB-NB-140a.1	總取水量	量化	千立方公尺 (1,000m³)	728 千立方公尺 (33% 地下水；67% 自來水)。 說明： • 總公司：2 千立方公尺 (100% 自來水)。 • 中壢廠：695 千立方公尺 (30% 地下水；70% 自來水)。 • 斗六廠：31 千立方公尺 (100% 地下水)。
		總取水量，在「基線水壓力」高或極高的區域中所占的百分比	量化	百分比 (%)	0%。 說明：參考世界資源研究所的「渡槽水風險地圖集」，顯示台灣為 Low - Medium(1-2)，故並無在高或極高的區域取水。
		總耗水量	量化	千立方公尺 (1,000m³)	432 千立方公尺
		總耗水量，在「基線水壓力」高或極高的區域中所占的百分比	量化	百分比 (%)	0%
	FB-NB-140a.2	水管理之風險之描述，以及降低該等風險之策略及實務之討論	討論與分析	n/a	若發生乾旱造成限水減供，策略和實踐方式為： • 中壢廠： 1. 廠內水情預警應變：持續關注石門水庫蓄水量，依水情彈性調控蓄水池蓄水量及地下水使用量。 2. 增加用水點計量設施，釐清分析用水量，減少異常水量耗用，監控產線用水效率。 • 斗六廠：水源全部取自地下水，每日 1 口井使用足以供應廠區與製造用水，另備用 2 口井無停水風險。
	健康與營養	FB-NB-260a.1	來自零卡及低卡或零熱量及低熱量飲料之收入	量化	報導貨幣
來自無糖飲料之收入			量化	報導貨幣	54,112 萬元。
來自人工甜味劑飲料之收入			量化	報導貨幣	41,626 萬元。

一、永續揭露主題和揭露指標

揭露主題	指標編號	揭露指標	性質	測量單位	數據
健康與營養	FB-NB-260a.2	描述如何識別和管理消費者所關注與營養及健康相關的產品及成分的過程	討論與分析	n/a	本公司關注消費趨勢，透過流通調查及消費者調查了解消費者於營養及健康相關的產品的關注，經由對應之部門承接執行，以回應消費者的需求例如： - 針對特定碳酸品類訂定減糖目標。 - 持續開發零卡、低卡類之低熱量產品。 - 導入營養及健康成分 (膳食纖維、維生素 C 等)，強化健康機能訴求。 - 研發植物基飲品，滿足高齡化社會之消費需求。 另外中壢廠、斗六廠通過 TFDA(衛福部食藥署)食品業者衛生安全管理系統驗證及通過國際與國內品質與食品安全相關系統之驗證與規範，確保本公司營運及生產符合國際/國內食品安全標準。
產品標示與行銷	FB-NB-270a.1	廣告曝光次數百分比	量化	百分比 (%)	0%。
		- 廣告曝光對象為兒童 (12 歲 (含) 以下) 的百分比 - 對兒童宣傳符合飲食指南的產品的廣告曝光次數百分比	量化	百分比 (%)	0%。
	FB-NB-270a.2	標示含有基因改造產品收入	量化	報導貨幣	本指標不適用，因本公司部分產品內容物成分原料玉米 (高果糖) 糖漿已不含轉殖基因片段或轉殖蛋白質，產品得免標示。
		標示非基因改造產品收入	量化	報導貨幣	
	FB-NB-270a.3	違反產品標示或行銷法規的事件數	量化	數字	0 件。
	FB-NB-270a.4	與行銷或標示有關之法律訴訟所造成的財務損失總額	量化	報導貨幣	0 元。
包裝生命週期管理	FB-NB-410a.1	包材總重量	量化	公噸 (t)	12,103 公噸。
		由回收材料或再生材料製成的百分比	量化	百分比 (%)	26%。
		可回收、可再利用或可用作堆肥的百分比	量化	百分比 (%)	97%。
	FB-NB-410a.2	描述如何減少包裝生命週期對環境影響的策略	討論與分析	n/a	自有品牌飲料產品紙盒包裝採 FSC 認證紙材；持續進行包材輕量化，針對保特瓶身、瓶蓋、伸縮膜、收縮膜減少使用量，並進行 rPET 測試，降低非再生塑膠使用；促銷活動以瓶蓋或瓶標上印 QR Code 替代 SP 貼紙；對於可回收再利用的包材重複利用，以減少包裝廢棄物產生。

一、永續揭露主題和揭露指標

揭露主題	指標編號	揭露指標	性質	測量單位	數據
原物料供應鏈對環境和社會的影響	FB-NB-430a.1	供應商之社會及環境責任查核重大不合格比率	量化	比率	本公司已制定供應商行為規範協議書。為確保供應鏈之安全、恪守產業倫理道德及敦促履行企業永續經營等目的，要求供應商遵守協議書，同時遵守其經營所在國與地區的法律和法規，亦鼓勵要求其上游供應商、承包商和服務提供商及其他協力廠商認同並採用本協議書內條款。同時，並制定供應商品管查核作業標準、評鑑與稽核，確保食品安全、環境安全與衛生。 114 年透過問卷調查蒐集 99 家 (96%) 供應商於公司治理、環境、勞動與法規遵循等面向之管理情形，以瞭解供應鏈永續管理現況，並作為後續供應商管理與持續溝通之參考，逐步提升供應鏈永續管理能力。
		輕微不合格之： • 相關矯正措施比率 • 重大不合格的相關矯正措施比率 • 輕微不合格的相關矯正措施比率	量化	比率	
原物料採購	FB-NB-440a.1	飲料原物料採購自「基線水壓力」高或極高的區域的百分比	量化	佔成本的百分比 (%)	0%。 說明：大部分飲料原物料均自台灣供應商採購，僅部分原料內容物為國外自辦進口。
	FB-NB-440a.2	表列優先採購食品原料清單及描述因環境或社會因素而產生的採購風險	討論與分析	n/a	每年掌握國內外供需狀況，針對高風險原料開發替代料或新的供應商，避免供貨不穩與斷貨風險。並透過「供應商評鑑查核」、「追溯追蹤管理」確保內容物、包材、委外代工供應商品質供應無虞；與供應商進行「社會衝擊評估」、「環境衝擊評估」，於合約中加入永續發展條款以此提高供應商重視永續議題。

二、活動指標

揭露指標	指標編號	性質	測量單位	數據
產品銷售的數量	FB-NB-000.A	量化	億升 公噸	飲料 (自產自銷) : 1.53 億升 飲料 (委外代工自銷) : 0.34 億升 飲料 (代工代銷) : 0.27 億升 飲料 (僅代工) : 0.02 億升 酒類 (代理及經銷) : 0.06 億升 保健品 (委外代工自銷) : 3.31 公噸
生產設備的數量	FB-NB-000.B	量化	工廠數量	生產設施場所包含中壢廠與斗六廠 (共兩廠)。
車隊行駛總里程	FB-NB-000.C	量化	公里	總公司、中壢廠、斗六廠公務車行駛共計 213,469 公里。

7.4 TCFD 氣候相關資訊及指標對照表

揭露項目			頁碼	對應章節及備註說明
治理	a	描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況。	105	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理 請參閱本公司 114 年年報第 81 頁。
	b	描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色。	105	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
策略	a	描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會。	106-108	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	b	描述組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊。	106-108	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	c	描述組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境（包括 2°C 或更嚴苛的情境）。	109	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
風險管理	a	描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。	109	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	b	描述組織在氣候相關風險的管理流程。	109	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	c	描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度。	109	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
指標和目標	a	揭露組織依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標。	109-110	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	b	揭露範疇 1、範疇 2 和範疇 3（如適用）溫室氣體排放和相關風險。	111-112	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
	c	描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現。	106-108	6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理

7.5 會計師有限確信報告



國富浩華聯合會計師事務所
Crowe (TW) CPAs
105405 台北市松山區
敦化北路 122 號 8 樓
8F, No. 122, Dunhua N. Rd.,
Songshan Dist.,
Taipei City 105405, Taiwan
Tel +886 2 87705181
Fax +886 2 87705191
www.crowe.tw

會計師有限確信報告

黑松股份有限公司 公鑒：

黑松股份有限公司民國 114 年度永續報告書，業經本會計師針對黑松股份有限公司所揭露之特定績效指標執行確信程序竣事，並出具有限確信報告。

確信標的資訊與適用基準

黑松股份有限公司所揭露之特定績效指標（以下簡稱確信標的資訊）與適用基準，請詳附件一「確信標的資訊彙總表」。

管理階層之責任

管理階層之責任係依照臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」及全球永續性報告協會(Global Reporting Initiative, GRI)發布之通用準則、行業準則及主題準則編製確信標的資訊，且維持與確信標的資訊編製有關之必要內部控制，以確保確信標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

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

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

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

先天限制

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

獨立性及品質管理規範

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

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

確信結論

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

其他事項

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

國富浩華聯合會計師事務所

會計師：林品硯



中華民國 115 年 8 月 12 日

附件一

「確信標的資訊彙總表」

編號	確信項目	指標敘述	對應章節	適用基準
一	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品質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。	1. 食品安全委員會 為建立本公司食品安全管理系統，保障食品安全，103 年特成立食品安全委員會，專責統籌管理食安議題，並制定「食品安全委員會設置辦法」，綜理全公司食品安全管理有關事項，由總經理擔任主任委員，定期召開會議，視議題內容，請相關廠處主管、部門主管及指定人員出席。本委員會轄下分設 3 組：「法規研究組」、「溯源管理組」、「因應執行組」，各組分別就食安法規、原料與成品追溯追蹤，以及相關回收機制之建置與執行定期開會討論，亦可視實際需求召集會議。114 年共召開 2 次會議。 鑒於消費者對食安問題的重視，除既有商品包裝標示 SOP 因應法規變動持續更新外，成立食安專責部門，定期搜尋國內外食品安全法規及食安訊息變動狀況，評估與篩選可能影響公司食安法規及產品規範之變動訊息，並通報公司各相關單位進行因應事項盤查與對策擬定。114 年專責部門-食品安全分析部共立案 24 件食安訊息通報並追蹤執行結果。 2. 食品安全管制小組 為符合食品安全管理系統(Hazard Analysis and Critical Control Point, HACCP)，107 年成立食品安全管制小組，主要成員包含技術研發、食品安全、產品研發、品質、食品技師相關管理幹部，任務為鑑別、評估及管制食品安全危害，管理原料之驗收、加工、製造、貯存及運送並制定危害分析重要管制計畫，每年召開 2 次會議確認執行成果與改善事項擬定，並得視需要召開臨時會議。 3. 全面品質管理委員會(TQM 委員會) • 每季定期召開 TQM 委員會會議，審查品質與食品安全管理系統，以確認其持續適用性、適切性和有效性。審查內容與相關決策與因應措施如下： • TQM 委員會會議審查內容 (1)驗證活動結果的分析。 (2)內(外)部稽核結果。 (3)顧客回饋資訊，包括顧客滿意度調查和客訴處理之資訊。 (4)供應商(原料、代工產品)評鑑及檢討改進	4.1.顧客的健康與安全	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號一

編號	確信項目	指標敘述	對應章節	適用基準																		
		措施。 (5)流程績效與產品符合性。 (6)預防和矯正措施的狀況。 (7)上一次【TQM 委員會】會議決議追蹤事項。 (8)可能影響品質與食品安全管理系統運作的相關事宜。 (9)可能影響食品安全之任何變動。 (10) 緊急狀況、意外及產品回收。 (11) 內外部風險與機會會議議題與採取行動的有效性之檢討。 (12) 改善建議。 • 相關決策與因應措施 (1)品質與食品安全管理系統和其流程之有效改善，及為達成食品安全品質政策/目標，所採取變更之措施。 (2)與顧客及法律、法規要求有關的產品的改進事項 (3)所須提供之資源。 4. 培育員工相關技能與經驗 本公司依據法令規定，各工作職位之技術職人員皆具備專業證照，以生產符合品質之產品，另外為強化相關人員專業知能，亦提供適當之教育訓練及建置相關辦法鼓勵員工自我進修。 5. 食品安全衛生與品質相關教育訓練 每年提供現場作業人員食品安全衛生與品質要求相關之教育訓練，114 年全公司合計受訓 32 小時、713 人次。 <table><tr><th colspan="3">114 年</th></tr><tr><th></th><th>小時</th><th>人次</th></tr><tr><td>總公司</td><td>13</td><td>303</td></tr><tr><td>中壢廠</td><td>10</td><td>326</td></tr><tr><td>斗六廠</td><td>9</td><td>84</td></tr><tr><td>總計</td><td>32</td><td>713</td></tr></table> 6. 專業證照津貼獎勵員工自我進修 • 制定專業證照津貼發給要點，鼓勵員工持續精進專業。 • 食品技師證照數：112 年 7 張、113 年 9 張、114 年 10 張。 註：114 年食品技師證照分布：台北 2 張、中壢 7 張、斗六 1 張。 7. 食品安全訊息通報系統 為符合政府法規的規定，預防食品安全事件發生，做好食品安全管理風險管控，105 年起建立「國內外食品安全衛生訊息通報系統」，由食安部專人每日搜尋衛福部食藥署、國內	114 年				小時	人次	總公司	13	303	中壢廠	10	326	斗六廠	9	84	總計	32	713		
114 年																						
	小時	人次																				
總公司	13	303																				
中壢廠	10	326																				
斗六廠	9	84																				
總計	32	713																				

編號	確信項目	指標敘述	對應章節	適用基準										
		外食品資訊入口網站等相關網站，掌握國內外食品安全法規動態及食品訊息，即時通報與權責單位盤查相關性與因應改善對策擬定並追蹤改善結果，維護會食管理制度適法性與強化食品安全危害事件風險預防。 8. 對從業人員、作業場所、設施衛生管理的標準 本公司為確保各項飲料產品供應消費者，除了專注於原物料之安全監測，更致力於產品生產過程的管控。從產品製程設計開始，即進行生產環境危害分析和製程的適切性，包含從業人員、作業場所、設施衛生之管理，確認食品製程各步驟皆在安全的管控範圍。維護食品安全衛生管理法之要求，完成建築與設施、工作空間與員工設施、空氣、水、能源供應、廢棄物及污水處理、環境改善計畫、維護環境防雜、廢物、交叉污染預防、清潔與衛生、危害、人員衛生控制、力要求每一步驟皆符合要求，廠內設有各管制小組定期對產品製程、廠區環境衛生、人員衛生作業、設備清潔衛生進行討論。黑松公司並嚴格要求食品添加物之檢驗，因應市場上相關食品安全之要求，符合消費者對產品之期望。本公司通過 ISO 22000 及 FSSC 22000 之驗證並維持有效，上述食品安全衛生管理相關措施涵蓋範圍包括中視廠、平六廠所生產的所有產品類別，佔比為 100%。												
二	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數、產品下架次數及下架產品總重量。	截至 114 年底，未有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，亦未發生產品下架之情事。	2.3.法規遵循	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表之一 編號二										
三	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分。	1. FSC 紙盒包裝(康美包)採購金額佔比<table><tr><th>項目</th><th>114 年</th></tr><tr><td>康美包佔比</td><td>100%</td></tr></table> 2. PEFC 及 FSC 認證之紙材採購金額佔比<table><tr><th>項目</th><th>114 年</th></tr><tr><td>PEFC 認證之辦公用紙</td><td>99.2%</td></tr><tr><td>FSC 認證之衛生用紙</td><td>81.7%</td></tr></table>	項目	114 年	康美包佔比	100%	項目	114 年	PEFC 認證之辦公用紙	99.2%	FSC 認證之衛生用紙	81.7%	4.2.供應商管理	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表之一 編號三
項目	114 年													
康美包佔比	100%													
項目	114 年													
PEFC 認證之辦公用紙	99.2%													
FSC 認證之衛生用紙	81.7%													

編號	確信項目	指標敘述	對應章節	適用基準																														
		<table><tr><td>內容物</td><td>評鑑家數</td><td>75</td></tr><tr><td>估 比</td><td></td><td>100%</td></tr><tr><td>包材</td><td>評鑑家數</td><td>28</td></tr><tr><td>估 比</td><td></td><td>100%</td></tr><tr><td>委外代工</td><td>評鑑家數</td><td>8</td></tr><tr><td>估 比</td><td></td><td>100%</td></tr></table> ● 季評鑑結果佔比 <table><tr><th>項目</th><th>內容物(%)</th><th>包材(%)</th><th>委外代工(%)</th></tr><tr><td>A級</td><td>92%</td><td>79%</td><td>88%</td></tr><tr><td>B級</td><td>8%</td><td>21%</td><td>15%</td></tr></table>	內容物	評鑑家數	75	估 比		100%	包材	評鑑家數	28	估 比		100%	委外代工	評鑑家數	8	估 比		100%	項目	內容物(%)	包材(%)	委外代工(%)	A級	92%	79%	88%	B級	8%	21%	15%		
		內容物	評鑑家數	75																														
		估 比		100%																														
包材	評鑑家數	28																																
估 比		100%																																
委外代工	評鑑家數	8																																
估 比		100%																																
項目	內容物(%)	包材(%)	委外代工(%)																															
A級	92%	79%	88%																															
B級	8%	21%	15%																															
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。	納入追溯追蹤系統之產品佔所有產品之百分比	<table><tr><th>類別</th><th>114年</th></tr><tr><td>法令規範：</td><td></td></tr><tr><td>飲料產品</td><td>100%</td></tr><tr><td>保健產品</td><td>100%</td></tr><tr><td>酒類產品</td><td>100%</td></tr><tr><td>總計</td><td></td></tr></table>			類別	114年	法令規範：		飲料產品	100%	保健產品	100%	酒類產品	100%	總計		4.2.供應商管理	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表之一—編號六																
類別	114年																																	
法令規範：																																		
飲料產品	100%																																	
保健產品	100%																																	
酒類產品	100%																																	
總計																																		
六		1. 本公司於102年3月26日正式成立食品安全分銷部管理實驗室，並將實驗室名稱編為食品安全實驗室，主要任務為進行原材及成品結構檢驗分析，期作為產品安全把關。 2. 黑松食品安全實驗室114年可檢測項目包含化學領域537項及微生物領域10項。亦取得衛生福利部 TFDA 實驗室認證1項及美國認證基金會 TAF 的實驗室認證15項測試檢驗認證。																																
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。	TAF 實驗室認證項目	TFDA 實驗室認證	4.1.顧客的健康與安全	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表之一—編號七																														
七		● 實驗室可檢測項目 <table><tr><th>領域</th><th>項目分類</th></tr><tr><td rowspan="2">化學領域 (537項)</td><td>●酒類相關測試：14項 甲醇、乙醇、糖類、防腐劑2項(苯甲酸、巴二磺酸)、鉛、二氯化砒、風味成分7項(乙酸乙酯、乙酸、正丙醇、異丁醇、正丁醇、異戊醇、乳酸乙酯)。 ●水質相關測試：25項</td></tr><tr><td>●食品相關測試：糖、銅、鎘、鎘、</td></tr></table>	領域	項目分類	化學領域 (537項)		●酒類相關測試：14項 甲醇、乙醇、糖類、防腐劑2項(苯甲酸、巴二磺酸)、鉛、二氯化砒、風味成分7項(乙酸乙酯、乙酸、正丙醇、異丁醇、正丁醇、異戊醇、乳酸乙酯)。 ●水質相關測試：25項	●食品相關測試：糖、銅、鎘、鎘、																										
領域	項目分類																																	
化學領域 (537項)	●酒類相關測試：14項 甲醇、乙醇、糖類、防腐劑2項(苯甲酸、巴二磺酸)、鉛、二氯化砒、風味成分7項(乙酸乙酯、乙酸、正丙醇、異丁醇、正丁醇、異戊醇、乳酸乙酯)。 ●水質相關測試：25項																																	
	●食品相關測試：糖、銅、鎘、鎘、																																	

編號	確信項目	指標敘述	對應章節	適用基準																																																												
四	經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠商所生產產品之百分比。	114年通過 ISO 22000 (SGS)及 FSSC 22000 (SGS)的生產量佔比 <table><tr><td>廠別</td><td>114 年</td></tr><tr><td>中環處</td><td>100%</td></tr><tr><td>斗六廠</td><td>100%</td></tr><tr><td>總計</td><td>100%</td></tr></table>	廠別	114 年	中環處	100%	斗六廠	100%	總計	100%	4.1.顧客的健康與安全	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之「編號四」																																																				
廠別	114 年																																																															
中環處	100%																																																															
斗六廠	100%																																																															
總計	100%																																																															
五	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	1. 供應商實地評鑑 本公司針對內含物、包材、委外代工供應商分別制定標準書進行實地評鑑作業，評鑑項目著重食品安全面向。 - 實地評鑑家數與佔比 <table><tr><td></td><td>114 年</td></tr><tr><td>供應商全部家數</td><td>111</td></tr><tr><td>不必評鑑之供應商家數</td><td>40</td></tr><tr><td>應評鑑之供應商家數</td><td>71</td></tr><tr><td>評鑑家數</td><td>63</td></tr><tr><td>佔比</td><td>89%</td></tr></table> 註1：不必評鑑之供應商家數：內容物評鑑結果優良或合格之供應商及委外代工廠商評鑑結果優良或規範兩年一次的評鑑頻率 註2：114年其中一間包材供應商終止交易，未能進行實地評鑑。 - 實地評鑑結果 <table><tr><th></th><th>首次評鑑</th><th>內容物</th><th>包材</th><th>委外代工</th></tr><tr><td>優良</td><td>-</td><td>26</td><td>22</td><td>5</td></tr><tr><td>合格</td><td>1</td><td>4</td><td>4</td><td>-</td></tr><tr><td>加強輔導</td><td>-</td><td>1</td><td>-</td><td>-</td></tr><tr><td>不合格</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr></table> 單位：家數 2. 供應商季評鑑 - 評鑑項目 <table><tr><th>評鑑類別</th><th>內容物/包材</th><th>委外代工</th></tr><tr><td rowspan="7">評鑑項目</td><td>• 退貨待採批數</td><td>• 退貨待採批數</td></tr><tr><td>• 異常客訴</td><td>• 異常客訴</td></tr><tr><td>• 交期</td><td>• 交期</td></tr><tr><td>• 包裝及標示</td><td>• 包裝及標示</td></tr><tr><td>• 價格合理性</td><td>• 價格合理性</td></tr><tr><td>• 溝通協調度</td><td>• 交貨配合度</td></tr><tr><td>• 品質異常發生次數</td><td>• 溝通協調度</td></tr><tr><td>• 品質抱怨改善效率</td><td></td></tr></table> - 季評鑑家數與佔比 <table><tr><td>供應商類別</td><td>家數/佔比</td><td>114 年</td></tr></table>		114 年	供應商全部家數	111	不必評鑑之供應商家數	40	應評鑑之供應商家數	71	評鑑家數	63	佔比	89%		首次評鑑	內容物	包材	委外代工	優良	-	26	22	5	合格	1	4	4	-	加強輔導	-	1	-	-	不合格	-	-	-	-	評鑑類別	內容物/包材	委外代工	評鑑項目	• 退貨待採批數	• 退貨待採批數	• 異常客訴	• 異常客訴	• 交期	• 交期	• 包裝及標示	• 包裝及標示	• 價格合理性	• 價格合理性	• 溝通協調度	• 交貨配合度	• 品質異常發生次數	• 溝通協調度	• 品質抱怨改善效率		供應商類別	家數/佔比	114 年	4.2.供應商管理	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之「編號五」
	114 年																																																															
供應商全部家數	111																																																															
不必評鑑之供應商家數	40																																																															
應評鑑之供應商家數	71																																																															
評鑑家數	63																																																															
佔比	89%																																																															
	首次評鑑	內容物	包材	委外代工																																																												
優良	-	26	22	5																																																												
合格	1	4	4	-																																																												
加強輔導	-	1	-	-																																																												
不合格	-	-	-	-																																																												
評鑑類別	內容物/包材	委外代工																																																														
評鑑項目	• 退貨待採批數	• 退貨待採批數																																																														
	• 異常客訴	• 異常客訴																																																														
	• 交期	• 交期																																																														
	• 包裝及標示	• 包裝及標示																																																														
	• 價格合理性	• 價格合理性																																																														
	• 溝通協調度	• 交貨配合度																																																														
	• 品質異常發生次數	• 溝通協調度																																																														
• 品質抱怨改善效率																																																																
供應商類別	家數/佔比	114 年																																																														

編號	確信項目	指標敘述	對應章節	適用基準
		鉀)、微量金屬元素9項(鈉、鐵、錳、鎂、鋅、銅、鋁、鎘、鎘、鎘)、微量金屬元素4項(鈣、鉀、鎂、鈉)、濃酸鹽、甲酯、乙酯、丙酯。 ●食品容器相關測項：14項 塑化劑6項(BBP、BBP、DEHP、DEHA、DNP、DEHP)、雙酚A、苯氧羧基、高氯酸鉀淨含量、醃酸、福馬林、鎘、鉍、鉍。 ●食品/飲料/原料料相關成分測項：40項 營養標示8項(熱量、蛋白質、碳水化合物、細胞脂、飽和脂肪、反式脂肪、鈉、糖醇、醣類6項(葡萄糖、果糖、蔗糖、半乳糖、乳糖、果糖糖))、反式脂肪酸8項(EGC、EGC、EGC、C、CG、CG、CGC、EGCG)、水分、粗蛋白、維生素C、咖啡因、亞鐵、總類黃酮、總多酚、茶多酚、草酸、總蛋白(以Rb計)、γ-胺基丁酸(GABA)、超飽和飽和(MSG)、β-葡萄糖、飲料中乙醇、杜松素、異性糖素、水溶性纖維素、食品中SOD、活性。 ●食品/飲料/原料料相關污染成分衛生指標測項：444項 重金屬7項(砷、鉍、鉍、鉍、鉍、鉍、鉍)、重金屬(以鉍計)、塑化劑9項(DMP、DEP、BBP、DBP、DNOP、DEHP、DEHP、DEHP、DNP)、初殘留3項(反式脂肪酸、乙二胺、對苯基二胺)、農藥殘留410項、異體、三聚氰胺、丙磺酸、二氯化硫、糖精素A、黃麴毒素4項(B1、B2、G1、G2)、黃麴毒素M1、林格素、蘇丹色素、水及飲料中異體和亞胺類。		
	微生物類(10項)	●微生物相關測項：10項 衛生指數、菌落及芽孢菌數、大腸桿菌數、大腸桿菌、嗜熱菌數、硫化物數、乳菌、嗜熱嗜酸桿菌(代謝物：愈創木酚)、腸桿菌科、大腸桿菌科(選用法)。		
	2. 檢驗	●飲料產品 原料物送與時先行基本檢驗，如檢驗結果與管制標準不符合，則通知廠商予以退貨。 除法規規定之相關衛生指標強制檢驗事項外，亦對原料物中之風險物質進行自主監測檢驗，114年共136件，如三聚氰胺、糖精素A、黃麴毒素A、黃麴毒素M1、丙磺酸、殘留農藥、原料重金屬等。 ●保健產品 落實原料查驗、製程管控與成品檢驗，並檢測營養功能性成分，確保黑松生技產品安全合規。 ●酒類產品 國外自辦進口酒品定期每年委託外部機構檢驗，或由果松公司自有之食品安全實驗室自主檢驗。		

編號	確信項目	指標敘述	對應章節	適用基準												
		3. 實驗室投資金額佔比 <table><tr><td></td><td>114 年</td></tr><tr><td>實驗室人事成本</td><td>6,349</td></tr><tr><td>其他支出</td><td>6,515</td></tr><tr><td>總計</td><td>12,864</td></tr><tr><td>營業淨額</td><td>8,064,046</td></tr><tr><td>實驗室投資金額佔比</td><td>0.16%</td></tr></table>		114 年	實驗室人事成本	6,349	其他支出	6,515	總計	12,864	營業淨額	8,064,046	實驗室投資金額佔比	0.16%		
	114 年															
實驗室人事成本	6,349															
其他支出	6,515															
總計	12,864															
營業淨額	8,064,046															
實驗室投資金額佔比	0.16%															
八	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	1. 能源消耗總量：245,905GJ 2. 外購電力百分比：40% 3. 再生能源使用率：2%	6.2.物料與能源管理	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號八												
九	總取水量及總耗水量	1. 總取水量：728 立方公尺 2. 總耗水量：432 立方公尺	6.3.水資源管理	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號九												
十	售出產品重量、生產設施場所數量	1. 產品銷售的數量 飲料(委外代工自銷)：1.53 億升 飲料(委外代工自銷)：0.34 億升 飲料(代工代銷)：0.27 億升 飲料(僅代工)：0.02 億升 酒類(代理及經銷)：0.06 億升 保健品(委外代工自銷)：3.31 公噸 2. 生產設施場所包含中壢廠與斗六廠(共兩廠)。	7.3.永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號十												
十一	包裝之總重量、再循環或再生材料製造之百分比及可再循環、可再利用或可用作堆肥之百分比	1. 包裝之總重量：12103 公噸(t) 2. 再循環或再生材料製造之百分比：26% 3. 可再循環、可再利用或可用作堆肥之百分比：97%	7.3.永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標	SASB - FB-NB-410a.1												
十二	員工及派遣員工總經歷工時、失能傷害頻率與死亡人數	本年度正式員工總經歷工時共計 1,185,695 小時(包含總公司 451,112 小時、中壢廠 689,518 小時及斗六廠 45,065 小時)，職業傷害造成之死亡人數為 0 人，全公司失能傷害頻率(FR)為 6.75；派遣員工總經歷工時共計 78,766 小時(包含總公司 24,072 小時、中壢廠 50,840 小時及斗六廠 3,854 小時)，職業傷害死亡人數為 0 人，失能傷害頻率(FR)為 0。	5.1.員工發展與照顧	-												





HeySong

114 年度  永續報告書

Sustainability Report