



HeySong

113年度

永續報告書
Sustainability Report





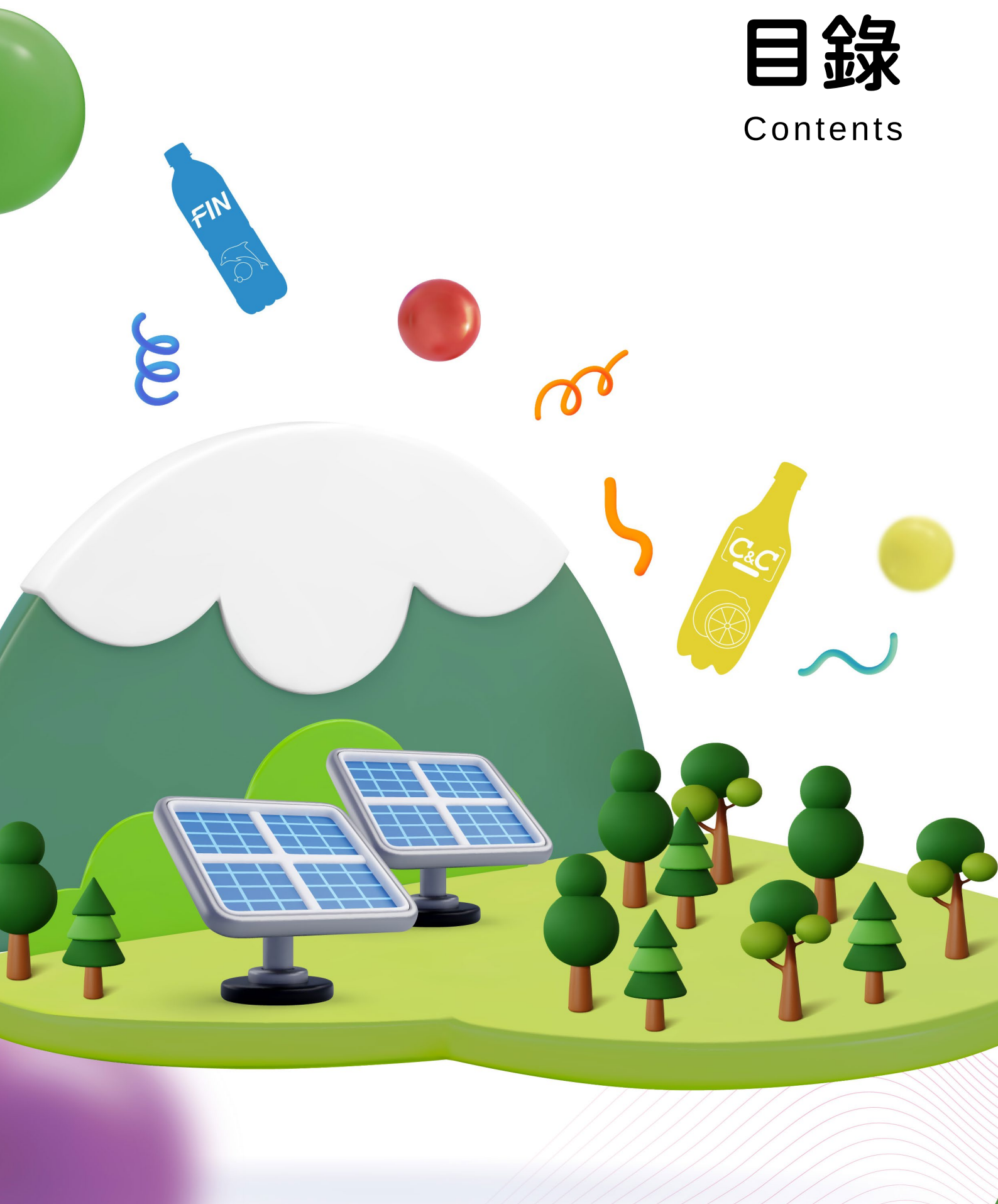


HeySong



目錄

Contents



CH. 1 關於報告書

1.1 報告書基本資料	07
1.2 董事長的話	08
1.3 亮點績效與肯定	10
1.4 永續管理	11

CH. 2 公司治理

2.1 組織概況	19
2.2 治理單位及薪酬政策	26
2.3 政策承諾與申訴機制	33
2.4 法規遵循	33

CH. 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	36
3.2 利害關係人溝通	44

CH. 4 安心飲食

4.1 顧客的健康與安全	48
4.2 供應商管理	57
4.3 滿意度調查	64

CH. 5 歡樂環境

5.1 員工發展與照顧	67
5.2 社會公益	87

CH. 6 環境永續

6.1 氣候變遷因應 與溫室氣體管理	98
6.2 物料與能源管理	102
6.3 水資源管理	108
6.4 廢棄物管理	109
6.5 降低產品及營運衝擊	112

附錄

GRI 內容索引表	119
永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標	123
TCFD 氣候相關資訊及指標對照表	126
資料重編	127
會計師有限確信報告	128



黑松沙士



CH.1

關於報告書

1.1 報告書基本資料

1.2 董事長的話

1.3 亮點績效與肯定

1.4 永續管理

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。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

本報告書業經勤業眾信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11期。

報導期間：113年1月1日至113年12月31日，並適時補充114年最新資訊。

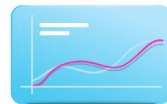
報導期間與本公司合併財務報表週期一致。

發行日期：114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

黑松公司今年正式邁入百年，是台灣歷史最悠久的飲料企業，陪伴大家度過許多歡樂的時光。從創業推出國民飲料「黑松汽水」及「黑松沙士」，到廣受親子消費族群喜愛的FIN補給飲料，持續深耕飲料發展；酒品方面我們創新50度以上金門高粱酒、CHOYA等的行銷操作，成功建立營運的第二成長曲線；近年亦積極擴大保健事業版圖發展，以滿足消費者全家人健康的需求；實現「生活品牌」、「超越代理」、「進化銷售」三大營運方針，為企業營收挹注強大動能，合併營收從10年前的64億元，至今已突破102億元的佳績。

回顧113年，全球年均溫已首次超過工業化前平均氣溫攝氏1.5度，台灣也遭遇歷史上平均氣溫排名最高溫的一年、強降雨以及秋季颱風偏多；極端氣候影響農產品產量，咖啡原料價格趨勢攀升，成本大幅增加；發生蘇丹紅、邦克列酸食物中毒食安事件，以及職場霸凌頻傳等衝擊，而這也反映在今年永續報告書利害關係人意見調查的結果，相關議題的永續揭露與回應愈趨重要。

黑松秉持誠實服務的經營理念，逐步落實環境永續目標。在產品開發階段，推動綠色設計政策，並透過設備汰舊換新，降低生產過程的溫室氣體排放。113年投入超過8百萬元精進環保改善，114年更增加了8項產品取得產品碳足跡標籤證書。我們致力延續全台第一家飲料製造業綠色工廠標章的殊榮，維持飲料製造業在永續發展的領導地位，以中壢廠將轉型為節能減碳生產基地，持續優化製程，以低碳方式提供消費者健康、永續的產品選擇。

在社會回饋方面，成立逾十年的黑松教育基金會，至今已陪伴桃園68所小學、4萬7千名師生，推動環境特色教育。其中，「黑松綠+校園生態計畫」協助32所學校取得「臺美生態學校」認證，累計11所學校獲得最高榮譽「綠旗」認證，使得桃園市連續三年蟬聯最多綠旗的縣市。「黑松尋。耕課程計畫」以在地特色輔導小學建構校本特色課程，113年共輔導2所小學，其中觀音國小榮獲「113年度教育部教學卓越獎」銀質獎。

應對ESG浪潮需要不同背景、經驗和觀點的員工帶來多元思維，113年管理職女性主管占比提升至21%，外籍員工占比亦提升至7.7%；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，建立讓外籍員工感到安心且快速融入的職場環境；辦理員工持股信託，提撥30%獎助金鼓勵員工儲蓄，落實利潤共享理念並讓員工感到被重視。面對新時代，黑松以「安心飲食、健康歡樂、智能營運、友善環境」四大企業願景，並強化科技應用與人才培育機制，為公司、社會與環境創造永續價值。

董事長

張斌堂



1.3 亮點績效與肯定

● 113 年營運亮點績效

治理面

1. 113 年營業收入淨額 **89.75** 億元，營業利益 **6.10** 億元。
2. 榮獲 2024 年 TCSA 「**台灣企業永續報告獎**」銅獎。

環境面

1. 114 年新增 8 項產品取得環境部產品碳足跡標籤證書，累計至 114 年累積共 **11 項產品** 取得環境部產品 **碳足跡標籤證書**。
2. 全公司生產每噸產品 **用水量** 下降至 **3.87 噸**，較前一年減少 **3.7%**。
3. **連續 10 年** 獲環境部表揚為綠色採購績優單位，113 年 **綠色採購金額 3.9 億元**，較 112 年增加 0.4 億元。
4. 連續 2 年獲獎 **商周碳・競爭力 100 強**。

社會面

1. 黑松教育基金會至 113 年服務累計觸及 **桃園市 37% 小學**，達到 **68 所**。
 - (1) 黑松愛地兒點子計畫
113 年以「減碳愛地球，食在真永續」為主題，共提出 **15 件** 永續食物的環境行動教案。製作永續餐桌教具 1 套 2 組，共接觸 **10 所** 學校，約 **400 位學生受益**。累計至 113 年，共有 52 所小學參與，提出 **127 個解決環境問題的提案**。
 - (2) 黑松綠+校園生態計畫
113 年共協助桃園市夥伴學校，取得 **環境部臺美生態學校認證**，綠旗再認證 3 所、綠旗 1 所、銀牌 4 所、銅牌 3 所。累計至 113 年共 **協助學校取得環境部臺美生態學校** 綠旗(含再認證) 11 所、銀牌 12 所、銅牌 9 所認證。**連續三年蟬聯全國最多綠旗認證學校**。
 - (3) 黑松尋。耕課程計畫
113 年新招募 2 所學校加入計畫，產出 **2 套校本特色課程**，其中 **觀音國小** 榮獲「**113 年度教育部教學卓越獎**」銀質獎。

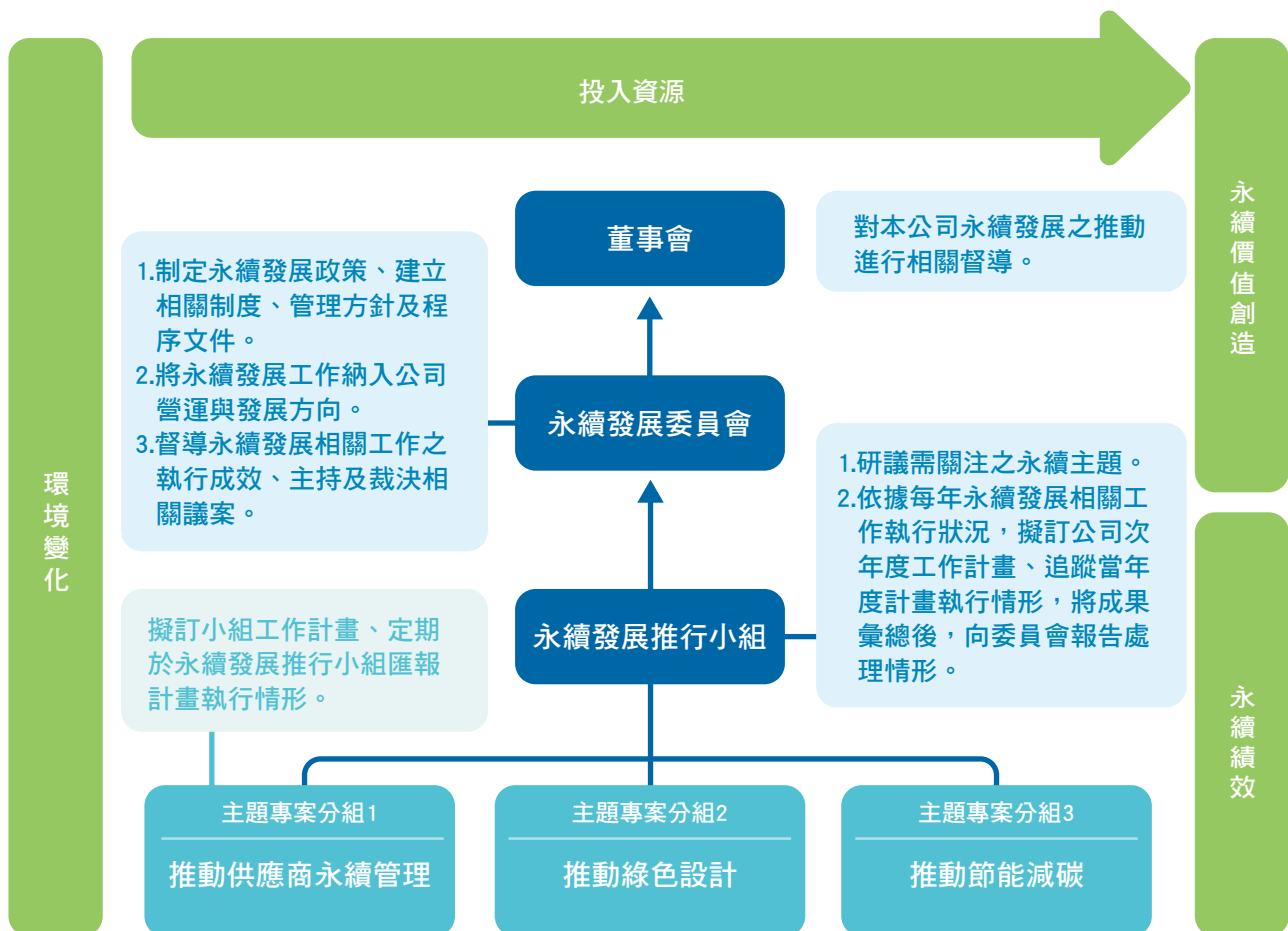
1.4 永續管理

1.4.1 永續發展委員會

黑松於104年2月成立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，下設執行單位永續發展推行小組。

「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。113年共召開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。113年8月9日，永續報告書提報董事會討論通過後發行，11月8日永續發展委員會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，致力落實公司治理定黑松在「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

面向	項次	113年目標	113年達成狀況			
環境	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120.96公斤CO₂e，相較於110年減少7%。  呼應聯合國永續發展目標13.2、13.3	達成  1. 全公司每噸產品碳排放下降至119.41公斤CO₂e，相較於110年減少8%。 2. 113年節電措施共10件，投資金額共347萬元，節能效益達28萬度/年、142噸CO₂e/年。			
	環境	2	全公司水耗用率(生產每噸產品用水量)降至3.98噸，較109年預估減少15%。  呼應聯合國永續發展目標6.4	達成  1. 全公司水耗用率(生產每噸產品用水量) 降至3.87噸/噸，較109年減少17%。 2. 節水措施：製造三場CIP程序優化、水處理碳濾槽逆洗頻率調控。		
健康	3	黑松自有品牌飲料產品平均含糖量5.38 g/100ml以下。	達成  黑松自有品牌飲料產品平均含糖量5.27g/100ml以下。			
健康	4	保健產品取得潔淨標示8項、SNQ取得5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。  呼應聯合國永續發展目標2.2	部分達成  <table><tr><td> 1. 保健產品潔淨標示 — 新取得2項，累計9項： • 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 • 黑松黃金B群錠 • 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 </td><td> 2. 保健產品SNQ — 新取得1項，累計4項： • 黑松葉黃素濃縮精^註 • 黑松人蔘精 • 黑松龜鹿膠原精華膠囊 • 黑松黃金B群錠^註 註：效期至113年9月30日 3. 保健產品健康食品認證 — 累計1項： • L-137®植物乳酸菌膠囊 4. 飲料產品健康食品認證 — 累計1項： • 黑松茶花綠茶 </td></tr></table>		1. 保健產品潔淨標示 — 新取得2項，累計9項： • 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 • 黑松黃金B群錠 • 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	2. 保健產品SNQ — 新取得1項，累計4項： • 黑松葉黃素濃縮精^註 • 黑松人蔘精 • 黑松龜鹿膠原精華膠囊 • 黑松黃金B群錠^註 註：效期至113年9月30日 3. 保健產品健康食品認證 — 累計1項： • L-137®植物乳酸菌膠囊 4. 飲料產品健康食品認證 — 累計1項： • 黑松茶花綠茶
			1. 保健產品潔淨標示 — 新取得2項，累計9項： • 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 • 黑松黃金B群錠 • 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	2. 保健產品SNQ — 新取得1項，累計4項： • 黑松葉黃素濃縮精^註 • 黑松人蔘精 • 黑松龜鹿膠原精華膠囊 • 黑松黃金B群錠^註 註：效期至113年9月30日 3. 保健產品健康食品認證 — 累計1項： • L-137®植物乳酸菌膠囊 4. 飲料產品健康食品認證 — 累計1項： • 黑松茶花綠茶		



、提升營運績效，並且積極朝永續經營邁進。114年黑松將創立100年。我們呼應聯合國永續發展目標SDGs，透過訂、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。

114年目標	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116.4公斤CO ₂ e，相較於110年減少10.5%。	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CO ₂ e，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CO ₂ e。
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%。	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。
黑松自有品牌飲料產品平均含糖量5.0g/100ml以下。	黑松自有品牌飲料產品平均含糖量4.8g/100ml以下。
保健產品取得潔淨標示11項、SNQ展延1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。	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。

面向	項次	113年目標	113年達成狀況
環境	5	導入30%PET再生酯粒應用於580FIN系列產品： - 3月底前線上測試取得樣本(胚與標)。 - 5月完成供應商評鑑與標準化。 - 9月可商化量產。  呼應聯合國永續發展目標12.5	部分達成 ▲ 12月完成PET580FIN使用30%再生料小批量生產準備。
環境	6	中壢廠每噸產品產生的廢棄物量降至16.4公斤/噸。  呼應聯合國永續發展目標12.5	達成 ✓ 1. 廢棄物減量措施：污泥脫水機耗材更新(58萬元)、污泥儲存槽漏斗更新(126萬元)，污泥量由112年688噸降為113年343噸。 2. 中壢廠每噸產品產生的廢棄物量降至14.78公斤/噸。
社會	7	1. 服務桃園市36%小學(67所)。 2. 環境教育種子教師認證6位。 3. 籌備環境教育特色基地： ① 輔導6所學校取得臺美生態學校綠旗認證。 ② 輔導3所學校發展校本特色課程。   呼應聯合國永續發展目標4.7、17.17	部分達成 ▲ 1. 服務累計觸及桃園市37%小學(68所)。 2. 環境教育種子教師認證7位，累計14位。 3. 籌備環境教育特色區域聯盟： ① 輔導4所，累計11所學校取得臺美生態學校綠旗認證(含再認證)。 ② 輔導2所學校發展校本特色課程。

註：環境教育種子教師，因 113 年已達成目標，故 114 年原目標 10 位，調整為 17 位。

114年(2025年)目標

至少3項碳足跡產品PET瓶(胚、標)塑料中使用再生料。

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15.4公斤/噸。

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17位^註、發展環境教育基地學校2所，擴散影響力。



CH.2

公司治理

2.1 組織概況

2.2 治理單位及薪酬政策

2.3 政策承諾與申訴機制

2.4 法規遵循

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	585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。					
	113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	48.53%	45.58%	5.66%	0.00%	0.23%
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：以上資料為 113 年 12 月 31 日統計資料。

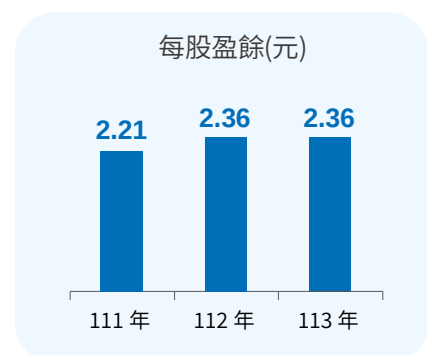
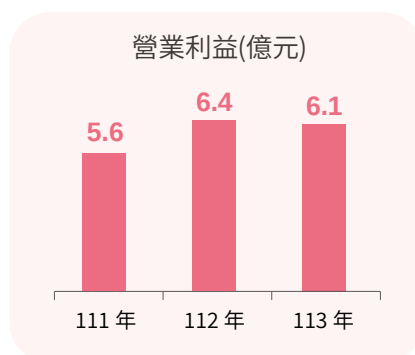
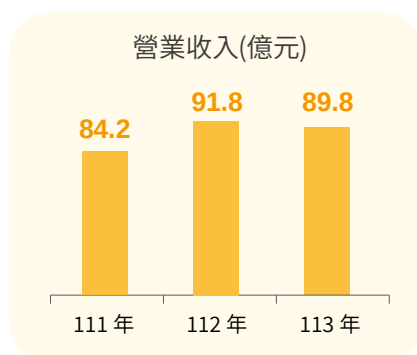
2.1.2營運據點

地區		
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	111年	112年	113年
營業收入	8,415,623	9,182,200	8,975,166
營業成本	6,340,900	6,935,429	6,673,872
營業利益	556,569	641,149	609,553
稅前淨利	989,916	1,085,387	1,079,134
所得稅費用	103,781	136,940	131,736
稅後淨利	886,135	948,447	947,398
每股盈餘	2.21	2.36	2.36
保留盈餘	14,109,505	14,327,725	14,511,353
實收資本額	4,018,711	4,018,711	4,018,711
股東權益	18,345,327	18,645,915	18,834,797
員工薪資福利	518,648	557,495	583,400
董事酬金(含董事酬勞及每月報酬)	39,898	42,738	42,543
股東股利	723,368	763,555	763,555

說明：資料來源為 111~113 年個體財務報告。

● 113 年主要產品及其銷售佔比

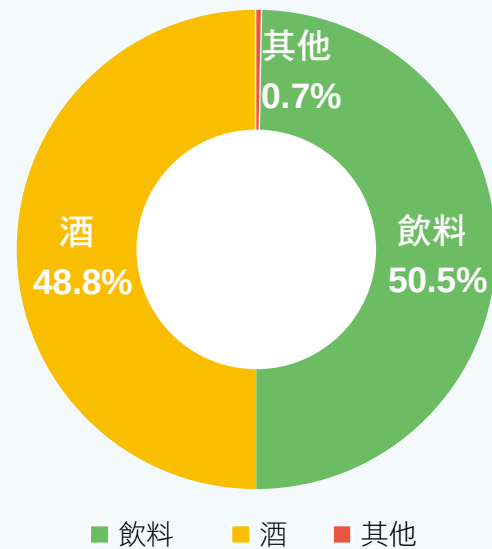
單位：億元

類別	營業淨額	佔比
飲料	45.31	50.5%
酒	43.79	48.8%
其他	0.65	0.7%
全公司	89.75	100%

說明：

1：資料來源：113 年個體財務報告。

2：「飲料」類含代工代銷、「其他」類含保健。



● 113 年主要產品提供總量

單位：仟打 (箱、盒)

飲料產品	酒類產品	其他 ^註	總計
41,425	993	134	42,552

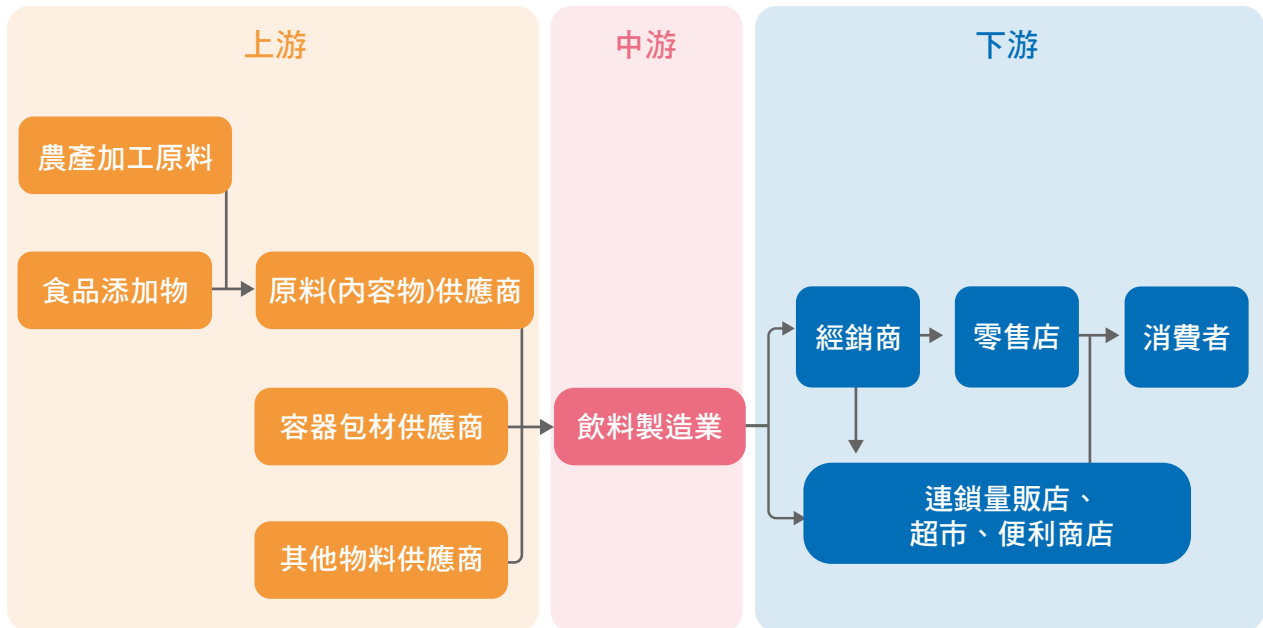
註：其他包含保健產品。

● 產業上、中、下游供應鏈之關聯性

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：包含本公司在內之各飲料製造廠商。

下游：為通路商，本公司通路分類及定義請參考本報告書【2.1.4銷售模式】。



說明：關於產業上、中、下游之詳細說明請參考 113 年年報第 108 頁。

● 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，確保所有產品皆經過原料溯源管理、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12個品牌，其中11個為自有品牌、1個為代工代銷品牌，提供消費者包括碳酸、咖啡、茶類、果蔬汁、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，透過嚴謹的科學研發與高品質原料挑選，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。目前已上市的产品涵蓋腸道保健、滋補強身、視力保護、體力提升、美妍等多元面向，共計 9 項，包括：黑松 L-137 植物乳酸菌膠囊、黑松人蔘精、黑松葉黃素濃縮精、黑松龜鹿膠原精華膠囊、黑松青汁酵素益生菌、黑松御樟芝複方膠囊（升級添加馬卡）、黑松黃金 B 群錠、黑松蜜桃膠原蛋白、黑松木鱉果葉黃素膠囊。

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
茶尋味 FIN 黑松系列 綠洲

代工代銷飲料



生技保健品牌

黑松生技 H⁺

代理及經銷酒類品牌

とどけ、梅のちから。
CHOYA

KIRIN

秋田の恵みが
びびきあう。
高橋水St. Hallett
BAROSSA
EST. 1944

2.1.4銷售模式

● 專業分工的經銷商體系遍布全台各縣市

本公司主要銷售市場為台灣，於各縣市構建綿密的經銷商體系。

經銷商專業型態分類

直營經銷商

常溫經銷商

常溫餐飲
經銷商

軍公教特約
經銷商

酒類特約
經銷商

● 遍佈各類店型態，滿足各地消費者需求

由各縣市的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、大潤發、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

● 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，同時佈局多元通路，包含電商平台、直營經銷體系與社群團購等模式，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，打造線上互動知識平台，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、進銷全球

近年來，除精耕台灣市場與立足中國大陸外，更以台灣為主要生產基地，擴大進銷亞洲地區(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，113年飲料產品內銷約佔95.4%，外銷約佔4.6%。

● 參與公協會

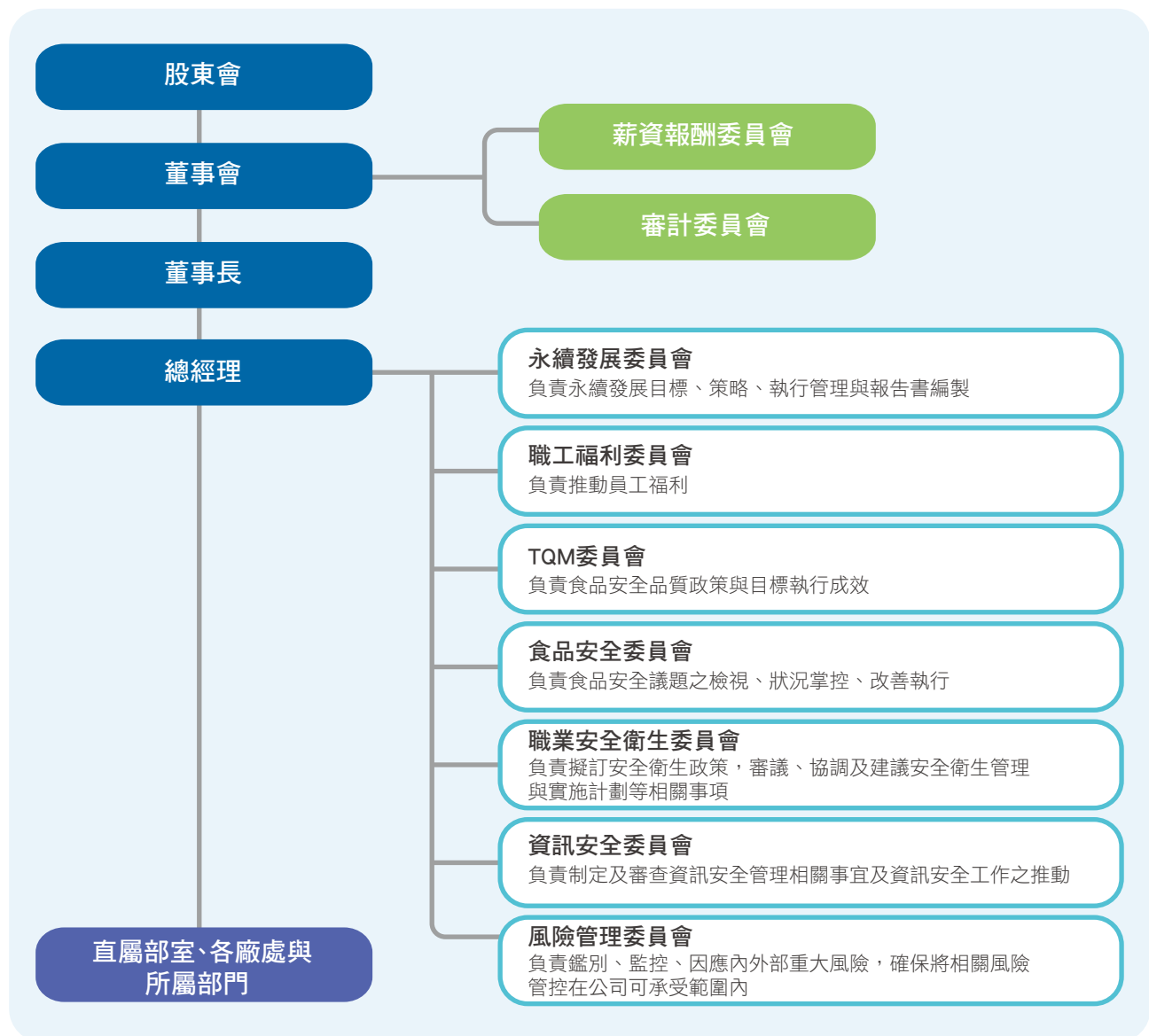
本公司積極參與相關的公協會，透過與同業交流學習、互助合作，共同為食品安全與健康、永續發展共同努力。113年黑松參與公協會共計25個，除擔任一般會員，也擔任部份團體的董事長、理事長、常務理事、常務監事、理事、監事等，職務如下：

團體組織名稱	參與身份
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	常務董事
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
台灣食品科學技術學會	理事
台灣乳酸菌協會	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。

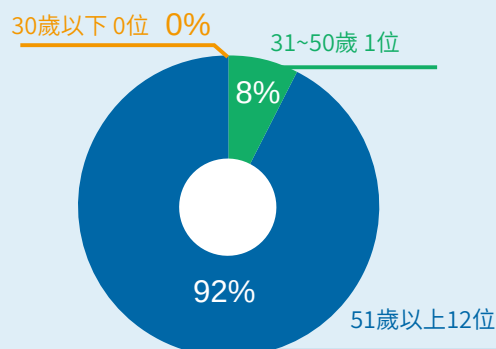
另每年董事會績效評估結果亦作為董事提名及遴選之參考，獨立董事及一般董事之提名名單均會提報董事會審查。

董事會成員多元性

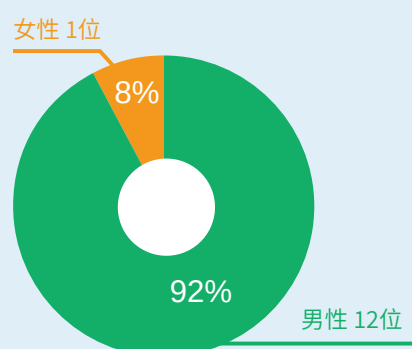
本公司於「公司治理守則」中明訂董事會成員組成應考量多元化，不限制性別、種族及國籍，除應具備執行職務所必須之知識、技能及素養，為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備之能力包括 (1)營運判斷能力 (2)經營管理能力 (3)會計及財務分析能力 (4)危機處理能力 (5)產業知識 (6)國際市場觀 (7)領導能力 (8)決策能力等多元化專業背景。

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113年底，本公司具員工身分之董事有2位，董事會平均年齡為66歲，女性董事1名(佔全體董事8%)。董事會成員具備財金、商務及法律等領域之豐富經驗與專業，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113年年報第4-14頁。

113年董事會成員年齡分布



113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。113年每位董事平均受訓9.2小時。董事之學經歷、進修情形等資訊，請參閱本公司官網https://www.heidsong.com.tw/investor/board-of-directors?tx_category=2024。

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。113年董事對利害關係議案迴避之執行情形請參閱本公司113年年報第24頁。

113年黑松董事會共召開8次，全體董事平均出席率91.35%。

● 董事會績效評估

本公司訂有「董事會績效評估辦法」，114年1月完成113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)績效自評，評估情形於114年3月5日薪酬委員會及3月13日董事會報告在案。113年度績效自評結果介於4.8~4.9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

- 一報酬：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。
- 一酬勞：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

- 一有關高階主管薪資，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。
- 一經理人之薪資報酬，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。
- 一其前項「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】。

● 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111年6月23日-114年6月22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。

113年薪資報酬委員會共召開3次，出席委員實際出席率89%，重要決議事項請參閱本公司官網<https://www.heysong.com.tw/investor/compensation-committee/>。

● 審計委員會

108年6月24日成立審計委員會，第2屆審計委員會委員由全體獨立董事組成，任期同本公司第27屆董事(自111年06月23日至114年06月22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。

113年審計委員會共召開7次，出席委員實際出席率95%，重要決議事項請參閱本公司官網<https://www.heysong.com.tw/investor/auditcommittee/>。

● 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」。113年公司治理主管參與公司治理有關之進修與訓練時數達26小時。

● 內部控制

本公司董事會設稽核室，置主管一名，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，並適時提供改進建議，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、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現象，除揭露於稽核報告外，並加以追蹤至改善為止。113年共計79件稽核報告及2件缺失改善追蹤結案報告。113年共計0件違反「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」相關規定或受裁罰之情事。

2.2.2 組織之價值、原則、標準和行為規範

● 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。113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。113年辦理誠信經營及內線交易宣導教育訓練2場次。114年3月13日向董事會報告113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。113年無貪腐、賄絡和違反誠信經營作業程序相關事件。

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。

- 一、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。
- 二、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。
- 三、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。



- 一、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。
- 二、保障並妥善管理本公司營業秘密檔案，防止重要資訊外流。
- 三、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113年度未接獲任何來自外部、內部或監管機關，且經查證屬實之有關客戶隱私之投訴事件，亦未發生個人資料洩漏、遺失或失竊等情形。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。

● 113 年資訊安全管理達成情形及 114 年目標

	113年達成情形	114年目標
個人資料外洩/侵害事件	0件	0件
營業秘密外洩/侵害事件	0件	0件
資訊系統可用性	99.87%	99.90%
電子郵件社交工程演練	郵件連結點閱率	2.47%
	附件點閱率	2.00%
	6.64%	4.00%
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。113年本公司無發生個資外洩相關事件。

- 一、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。
- 二、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。
- 三、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。
- 四、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

董事會為本公司風險管理最高決策單位，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，並審議其所提議案。

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，應邀請獨立董事列席會議。

● 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113年1月18日向董事會報告112年高風險議題因應計畫與成果，以及113年公司高風險議題。

113年12月19日召開風險管理委員會，決議新增2項114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	
農產品咖啡原料價格趨勢向上，成本大幅增加	(1)避免單一供應來源。 (2)建立原料供應預警機制。 (3)建立配方調整應變機制。	(4)掌握原料漲跌、供需資訊及期貨價格趨勢。 (5)運用採購策略，減少原料波動衝擊。
淨零政策與相關法規趨嚴	(1)每年執行全公司溫室氣體盤查與查證，並制定減量目標與計畫。 (2)建立內部作業標準，確保本公司所有人員及作業確實遵守相關法令規範。	(3)透過能源管理系統監控和優化能源使用。 (4)持續推動節能行動方案。



2.3.政策承諾與申訴機制

● 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施行應用於組織全部。各項政策請參閱本公司官網<https://www.heysong.com.tw/investor/rule/>。

● 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。113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<https://www.heysong.com.tw/whistleblowing/>。

2.4.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，113年度辦理相關內部教育訓練共4場次，包含：

課程名稱	參加人數
食品安全衛生管理法	70
公平法(不公平競爭)	103
誠信經營與個人資料安全維護	101
營業秘密法及管理機制	53

● 法規鑑別

- 一、法務課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，法務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。
- 二、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。
- 三、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。

113年法規鑑別案件共228件，其中未符合法規案件共11件，尚未結案(改正中)案件共3件，說明如下：

法規異動	未符合原因	改正措施
總統令：修正「證券交易法」第14條條文； 訂定有關「證券交易法」第14條第6項之相關規定，自即日生效	本公司章程第32條訂定「本公司年度如有獲利，應提撥不低於百分之一為員工酬勞（餘略）」，惟新修正之證券交易法第14條之修法內容，旨在規範公司應於章程定明盈餘提撥給「基層」員工之專屬份額，以作為「基層」員工調整薪資或分派酬勞。	本公司已於114年3月董事會通過，明訂章程中關於盈餘提撥予基層員工之專屬份額相關規定，並預計於114年6月股東常會中提請決議。
修正「統一發票使用辦法」第7條、第20條之1、第32條條文	針對自販機開立電子發票明年1月1日起，需於發票開立後48小時上傳至財政部平台存證部分，目前存在部分離線機台的發票日(現況發票日=交易日)跟上傳日可能超過48小時。	1. 自販機改定義為發票日=上傳日。 2. 出現離線交易的機台一律以上傳日開立發票,並與系統商(業安, 東元)協商於1/31前完成程式的異動。 3. 系統未完成修改前，若有發現離線交易一律以手動去修訂，以符合發票日=上傳日。
總統令：增訂並修正「消防法」部分條文	中央主管機關尚無公告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。	待行政院公告後確認是否符合法規。

● 法遵事件統計

截至113年底，1件違反職業安全衛生法之法遵事件。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。

113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
中壢廠鍋爐房天然氣管所安裝之流量計未具備防爆性能構造，違反職業安全衛生設施規則第177條第1項第3款暨職業安全衛生法第6條第1項。	行政罰鍰 6萬元	1. 當下立即拆除該流量計。 2. 中壢廠已規劃安裝合規之流量計。 3. 檢視斗六廠並無相同問題。

● 支付違反法規罰款的總數和金額

	111年	112年	113年
支付違反法規罰款的總數(件)	2	2	1
支付違反法規罰款的金額(元)	120,000	52,000	60,000



The background is a vibrant purple gradient. At the top, several colorful squares (blue, pink, orange) with white person icons are scattered. A red bag of 'Black & White' (黑松沙士) is on the left. A yellow bottle of 'C&C' is on the left. A large, stylized blue splash is on the right. At the bottom, four hands are assembling colorful puzzle pieces (pink, blue, orange, light blue). Small green trees and a red ball are at the bottom right.

CH.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

3.2. 利害關係人溝通

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22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。

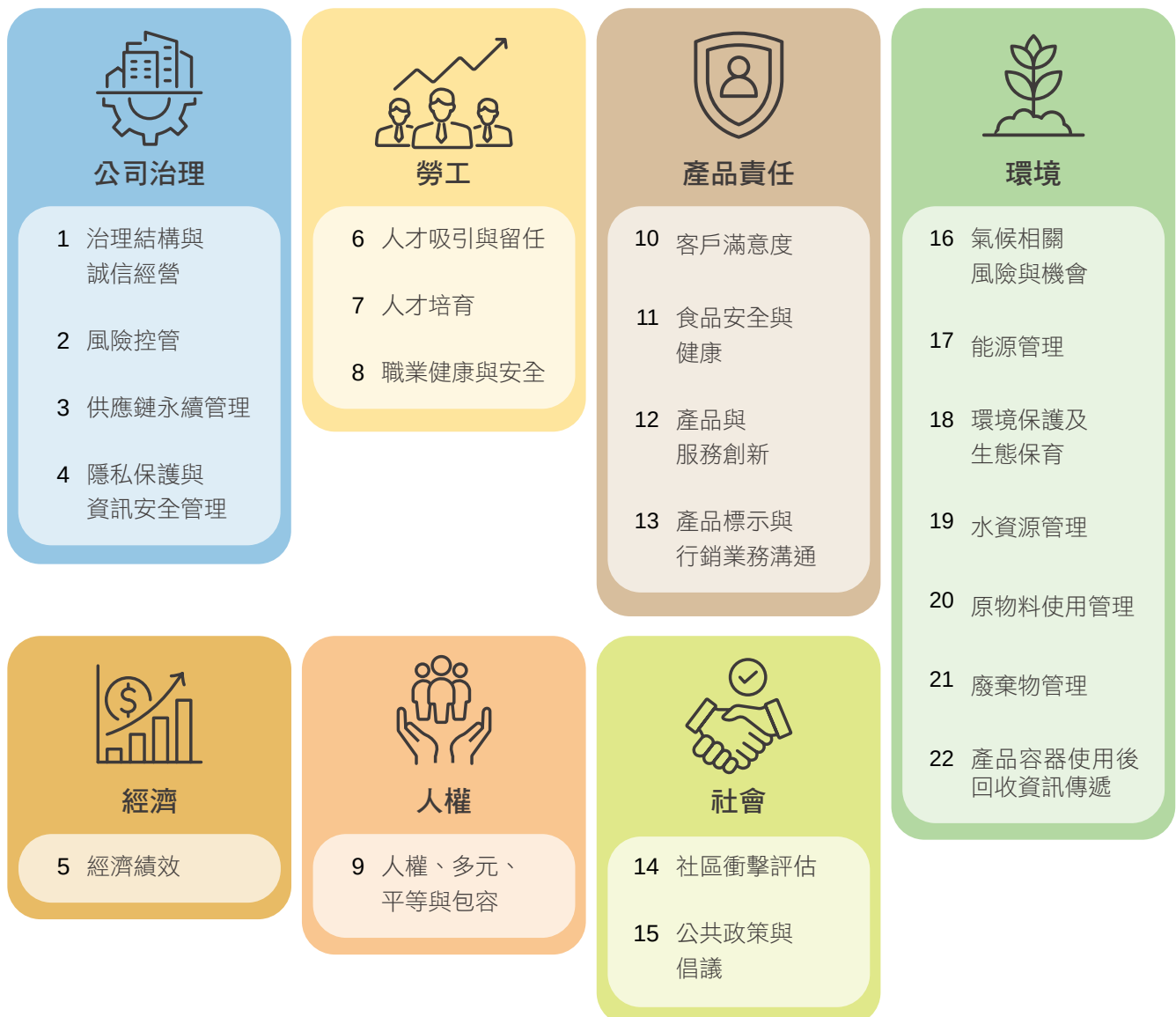


3.1.1. 議題鑑別

● 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、同業及異業標竿、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，共22項議題。

● 依產業特性、永續願景與 GRI 準則揭露項目統整出 22 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：

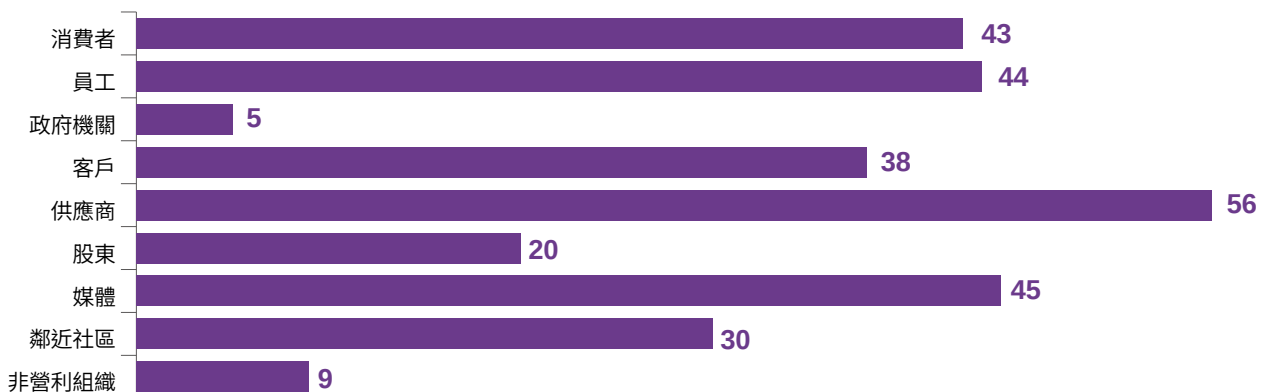


關係人類別	利害關係人對黑松的重要性
消費者	消費者的意見是黑松產品和服務精進的基礎，黑松以提供消費者好喝、高品質的產品為己任，滿足消費者的期待與多元需求。
員工	員工是黑松的重要資產，亦是永續經營的根本，黑松致力提供良好的工作環境與學習成長的空間，促進人才留任，創造友善工作職場。
政府機關	政府透過政策、法規引導各產業發展，黑松亦積極回應相關要求，制定作業準則，確保黑松營運依法合規。
客戶	黑松重視服務品質與客戶滿意度，妥善維護客戶關係，有利穩定合作，互惠共榮。
供應商	原料供應為產品安全的第一道關卡，亦是提升產品品質與競爭力的關鍵。
股東	股東提供資金協助黑松營運與永續發展，黑松亦須透明揭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290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22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。考量水是飲料生產製造的核心要素，經高階主管核定增列「水資源管理」納入重大議題。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。

環境面議題

能源管理
水資源管理
氣候相關風險與機會

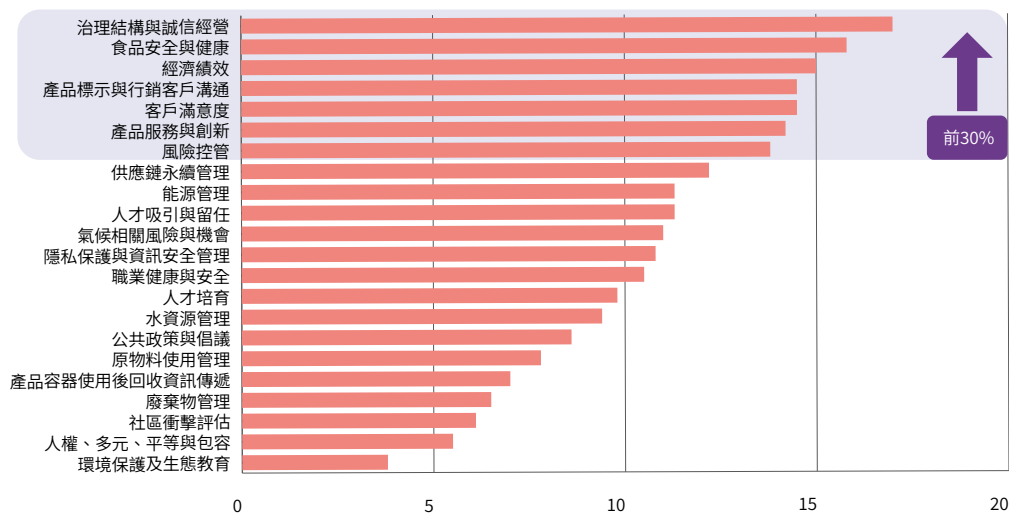
社會面議題

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

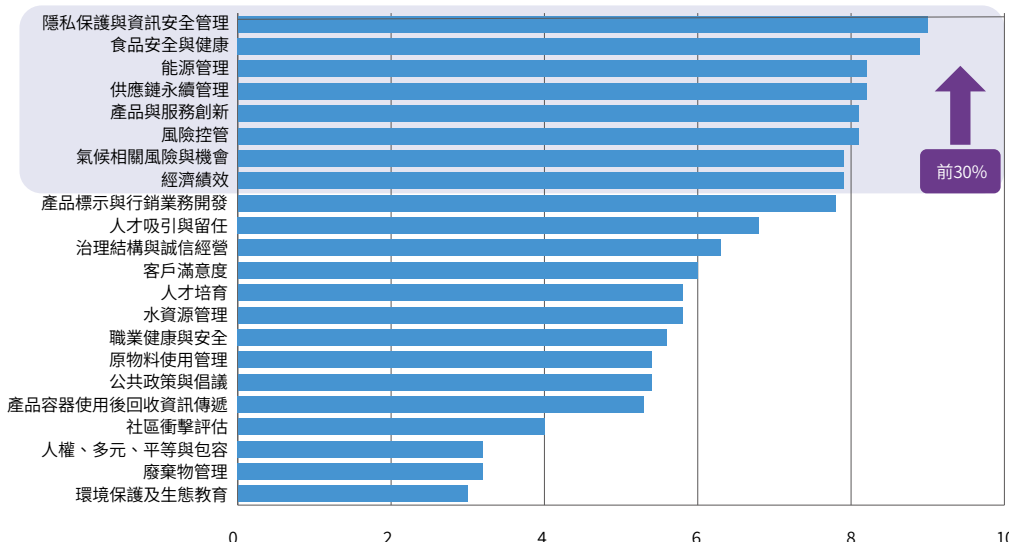
治理面議題

治理結構與誠信經營
風險控管
隱私保護與資訊安全管理
供應鏈永續管理
經濟績效

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12項議題具重大性。113年之重大議題較上一個報導期間增加1項「氣候相關風險與機會」，減少3項議題，分別為「人才吸引與留任」、「職業健康與安全」以及「廢棄物管理」。依據GRI準則，逐一對應至重大主題，收集資訊進行揭露。

● 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	能源管理	透過良好的能源管理、分析，能有效實施節能措施，降低能源使用，若使用再生能源更能有效減少能源使用對環境的影響。	台灣能源短缺，隨著用電需求提高，傳統發電方式(火力發電等)產生之能源亦會產生環境問題，公司如未積極管理能源耗用或進行能源轉型、提高能源使用效率，不僅提高營運產生之碳排放量，同時也會增加環境負荷。	GRI302 能源 FB-NB-110a.1 FB-NB-130a.1
	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
	氣候相關風險與機會	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、使用新能源、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。	GRI305排放



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	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而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
	食品安全與健康	食品安全管理措施良好能保護消費者免受食物中毒的侵害、提供顧客安心飲用的產品，並建構具信任感的消費環境。	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
	產品與服務創新	重視消費者對健康、品質、美味以及消費體驗之需求，不斷提升產品及服務的品質，不僅提升市場競爭力，更有助於企業持續獲利。納入綠色設計作為研發考量逐漸成為許多企業品牌重塑的重點，政府及消費者對於環境保護意識逐漸提高，未來綠色產品與綠生活相關服務將可能更受歡迎。	若未積極投入產品及服務的設計、改善與創新，不僅無法符合消費者期望，更可能弱化市場優勢。	-
	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、環保標示等標示，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

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	
治理	治理結構與誠信經營	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。	發生違反法規與舞弊貪腐事件，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。	GRI2一般揭露
	經濟績效	公司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
	風險控管	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。	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
	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



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	
治理	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	能源管理		●			6.2 物料與能源管理
	水資源管理		●			6.3 水資源管理
	氣候相關風險與機會	●	●			6.1 氣候變遷因應與溫室氣體管理
社會	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
	產品標示與行銷業務溝通		●	●	●	2.4 法規遵循
治理	治理結構與誠信經營	●	●			2.2 治理單位及薪酬政策 2.3 政策承諾與申訴機制
	經濟績效		●			2.1 組織概況
	風險控管	●	●			2.2 治理單位及薪酬政策
	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	113年溝通/活動實績
1. 消費者	1. 消費者服務專線 (TEL: 0800-211080)	不定期	● 年度受理意見反映共計9,465件 ● 消費者滿意度調查達82分 ● 每年發佈永續報告書
	2. 黑松官網/黑松官網聯絡信箱 (https://www.heyson.com.tw/contact/)	不定期	
	3. 消費者滿意度調查(訪談)	每年1次	
	4. 消費者調查(如A&U、廣告效果等)	不定期	
	5. 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@heyson.com.tw)		
2. 員工	1. 內部公佈欄	不定期	● 員工溝通座談會2場 ● 勞資會議總公司及中壢廠區各4場 ● 聯合會3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99 % ● 年度訓練總時數共11,128小時 ● 年度訓練總人次共4,178人次 ● 工會參與比率達92 %
	2. 職工福利委員會各項活動(如旅遊、聚餐等)	不定期	
	3. 教育訓練 / 員工輪調	不定期	
	4. 績效考核與面談	每年2次	
	5. 內部溝通機制	不定期	
	6. 勞資會議	每季1次	
	聯絡窗口：人資室主管(E-mail: HR@heyson.com.tw)		
3. 政府機關	1. 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
	2. 行政院公報資訊網	不定期	
	3. 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@heyson.com.tw)		
4. 客戶	1. 經銷商業務研討/座談會	每季1次	● 飲料經銷商滿意度調查83分 ● 金高經銷商滿意度調查85分 ● 重點通路客戶滿意度調查81分
	2. 經銷商年會	每年1次	
	3. 電子資訊平台	不定期	
	4. 年度提案	每年1次	
	5. 顧客滿意度調查(問卷+訪談)	每年1次	
	6. 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@heyson.com.tw)		



利害關係人類別	溝通管道	溝通頻率	113年溝通/活動實績
5. 供應商	1. 供應商實地評鑑	每年1次	● 執行63家供應商實地評鑑 ● 執行109家供應商季評鑑
	2. 供應商品質季評鑑	依評鑑類別，於每季依規劃進行	
	3. 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	1. 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
	2. 股東常會	每年1場	
	3. 法說會	每年1場	
	4. 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	1. 新聞稿	不定期	● 新聞稿 29 則 ● 媒體餐敘 4 場 ● 記者會 3 場 ● 媒體專訪 5 場
	2. 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	1. 社區活動	不定期	● 參觀飲料博物館共9,158人次 ● 參觀黑松世界共30,177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 ● 中壢廠協助桃園市警察局辦理保防教育1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	1. 公益活動： ● 黑松愛地兒點子計畫拜訪與輔導 ● 黑松綠+校園生態計畫拜訪與輔導 ● 黑松尋。耕課程計畫拜訪與輔導 ● 其他公益贊助	每週1次 每週1次 每週1次 不定期	● 服務累積觸及桃園市37%小學(68所) ● 累積認證環境教育種子教師14位 ● 輔導11所學校取得臺美生態學校綠旗認證 ● 輔導5所學校發展校本特色課程
	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	公共政策與倡議	2.1組織概況
	原物料使用管理	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
	能源管理	6.2物料與能源管理
2. 員工	職業健康與安全	5.1員工發展與照顧
	人才培育	5.1員工發展與照顧
	經濟績效	2.1組織概況
	人才吸引與留任	5.1員工發展與照顧
3. 政府機關	產品標示與行銷業務溝通	4.1顧客的健康與安全
	產品容器使用後回收資訊傳遞	4.1顧客的健康與安全
	水資源管理	6.3水資源管理
4. 客戶	產品標示與行銷業務溝通	4.1顧客的健康與安全
	隱私保護與資訊安全管理	2.2治理單位及薪酬政策
	風險控管	2.2治理單位及薪酬政策
5. 供應商	職業健康與安全	5.1員工發展與照顧
	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
	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
	風險控管	2.2治理單位及薪酬政策
	公司治理	2.2治理單位及薪酬政策、2.3政策承諾與申訴機制
	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
7. 媒體	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
	客戶滿意度	4.3滿意度調查
	隱私保護與資訊安全管理	2.2治理單位及薪酬政策
8. 鄰近社區	食品安全與健康	2.4法規遵循、4.1顧客的健康與安全
	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
	社區衝擊評估	5.2社會公益
	水資源管理	6.3水資源管理
9. 非營利組織	供應鏈永續管理	4.2供應商管理
	氣候相關風險與機會	6.1氣候變遷因應與溫室氣體管理
	治理結構與誠信經營	2.2治理單位及薪酬政策、2.3政策承諾與申訴機制

CH.4

安心飲食

- 4.1. 顧客的健康與安全
- 4.2. 供應商管理
- 4.3. 滿意度調查



4.1.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」。

保健事業方面，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」，針對不同人生階段的身體狀況，致力於開發多方思考的保健食品，打造適合全家人的全方位產品線。更以「全家人的健康管理」為品牌核心理念，於官網建立「健康研究所」，以提供消費者正確的保健食品相關知識。

● 產品概念與研發

1 朝向「天然素材應用、減糖產品」努力。

2 既有產品配方及製程優化。

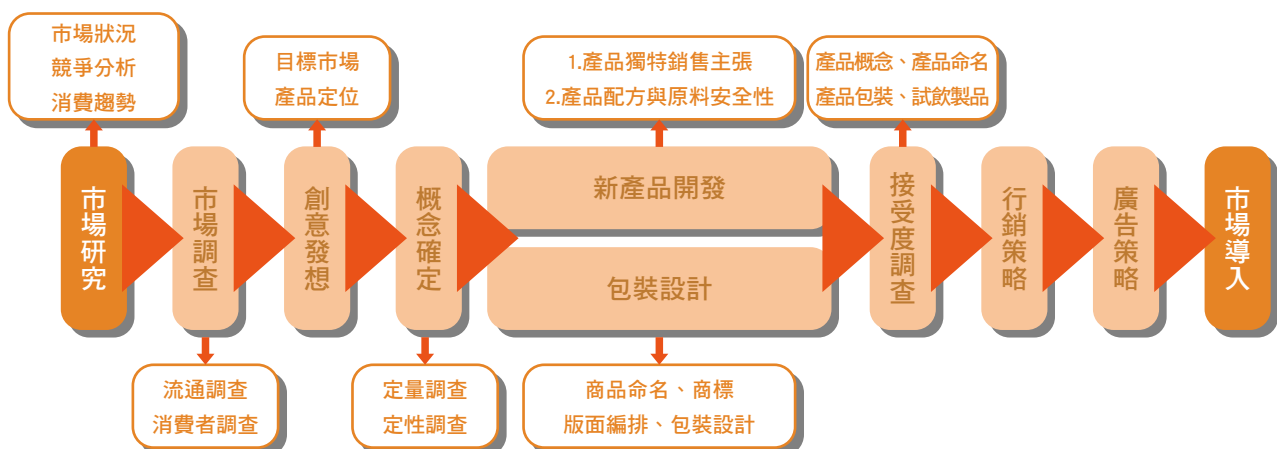


3 符合「食品安全衛生管理法」、「健康食品管理法」等相關法規。

4 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。

● 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。

● 黑松產品健康指數：

本公司已針對百分之百黑松品牌飲料產品盤查健康指數。

年度	111年	112年	113年	燈號
碳酸飲料	61	61	61	●
茶	80	81	80	●
咖啡	62	62	67 ^註	●
運補	68	68	68	●
水	84	84	84	●
果汁	61	61	64	●
全產品	68	69	69	●

說明：

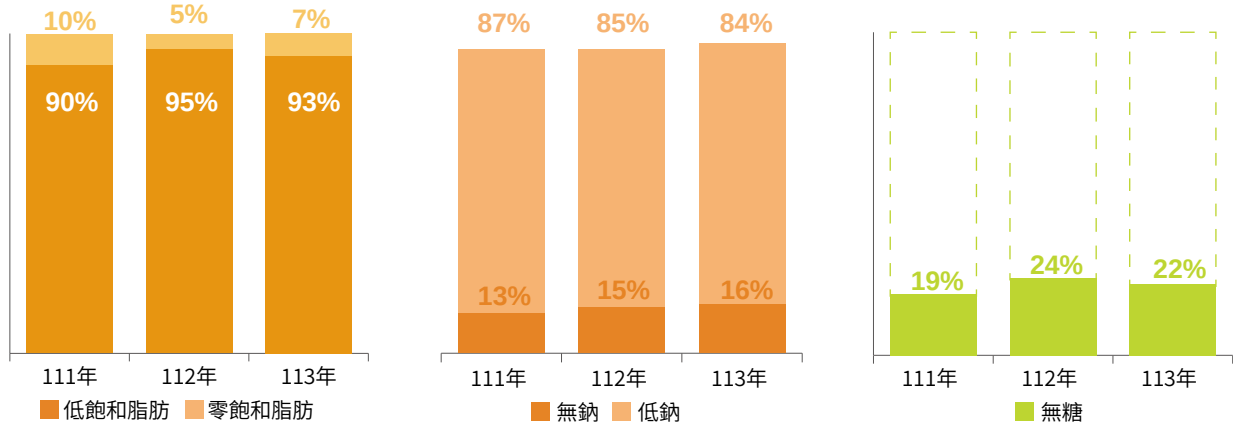
- 1：計算內容不包含代工品項(立頓、三得利)。
- 2：產品類別健康指數以產品出廠公升數加權。
- 3：健康指數與對應燈號

分數	燈號
<60 分	紅燈
60 分 (含) - 70 分 (含)	黃燈
>70 分	綠燈

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

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 (ISO9001) 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	111年	112年	113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 113 年 7 月 18 日至 114 年 5 月 26 日)、TW13/10393(斗六廠，驗證有效期為自 113 年 7 月 17 日至 114 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 113 年 7 月 18 日至 114 年 5 月 26 日)、TW13/10394(斗六廠，驗證有效期為自 113 年 7 月 17 日至 114 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)，113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 雙項健康食品認證： 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			黑松葉黃素濃縮精 SNQ國家品質標章 國品字第B01047號 ^註 註：效期至 113 年 9 月 30 日
			黑松人蔘精 SNQ國家品質標章 國品字第P080032號
			黑松龜鹿膠原精華膠囊 SNQ國家品質標章 國品字第P080004號
			黑松黃金B群錠 SNQ國家品質標章 國品字第P080107號 ^註 註：效期至 113 年 9 月 30 日

潔淨標章A.A. Clean Label		
保健	● 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 ● 黑松黃金B群錠 ● 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	

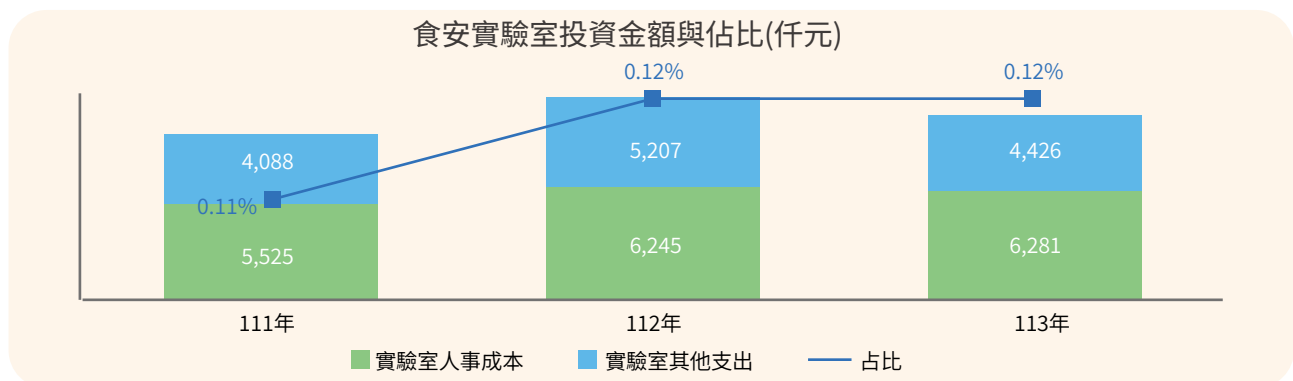
黑松生技H⁺一向秉持對食品安全的高度重視與堅持，特別委託第三方公正機構進行潔淨驗證，透過客觀立場與專業評核，確保產品達到高標準品質要求。經由 A.A.委員會嚴格審查，包括實際使用原料、成分展開、來源追溯、生產流程與工廠衛生管理等各項細節，所有產品皆榮獲潔淨驗證標章。

4.1.3. 食品安全實驗室

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



年度	111年	112年	113年
實驗室人事成本	5,525	6,245	6,281
其他支出	4,088	5,207	4,426
總計	9,613	11,452	10,706
營業淨額	8,415,623	9,182,200	8,975,166
實驗室投資金額佔比	0.11%	0.12%	0.12%

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113年可檢測項目包含化學領域534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。

● 113 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、黴菌及酵母菌數 ● 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113年我司實驗室可檢測項目有：

領域	測項分類
化學領域 (534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：39 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- 氨基丁酸 (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 / 飲料 / 原物料相關污染物或衛生指標測項：442 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、蔥醌、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。
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)。

● 基本檢驗

原物料進廠時先行檢驗。如檢驗結果與管制標準不符合，則通知廠商予以退貨。

● 進階檢驗：風險物質自主監測

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，113年共116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。

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。

食品安全品質政策：

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。



113 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 238ppm。	1~12月產品不良率為245ppm。
● 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0.0049ppm。
● 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100%。

114 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 226ppm。
- 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。113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。113年專責部門-食品安全分析部共立案32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。

● 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。 | (7) 上一次【TQM 委員會】會議決議追蹤事項。 |
| (2) 內 (外) 部稽核結果。 | (8) 可能影響品質與食品安全管理系統運作的相關事宜。 |
| (3) 顧客回饋資訊，包括顧客滿意度調查和客訴處理之資訊。 | (9) 可能影響食品安全之任何變動。 |
| (4) 供應商 (原料、代工產品) 評鑑及檢討改進措施。 | (10) 緊急狀況、意外及產品回收。 |
| (5) 流程績效與產品符合性。 | (11) 內外部風險與機會議題與採取行動的有效性之檢討。 |
| (6) 預防和矯正措施的狀況。 | (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。

● 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，113年全公司合計受訓56小時、935人次。

食品安全衛生與品質相關教育訓練統計

	111年		112年		113年	
	小時	人次	小時	人次	小時	人次
總公司	0	0	20	460	8	376
中壢廠	38	479	51 ^註	498	34	421
斗六廠	19	171	14	131	14	138
總計	57	650	525	688	56	935

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：111年7張、112年7張、113年9張。

說明：113年食品技師證照分布：台北2張、中壢6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果，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」，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。

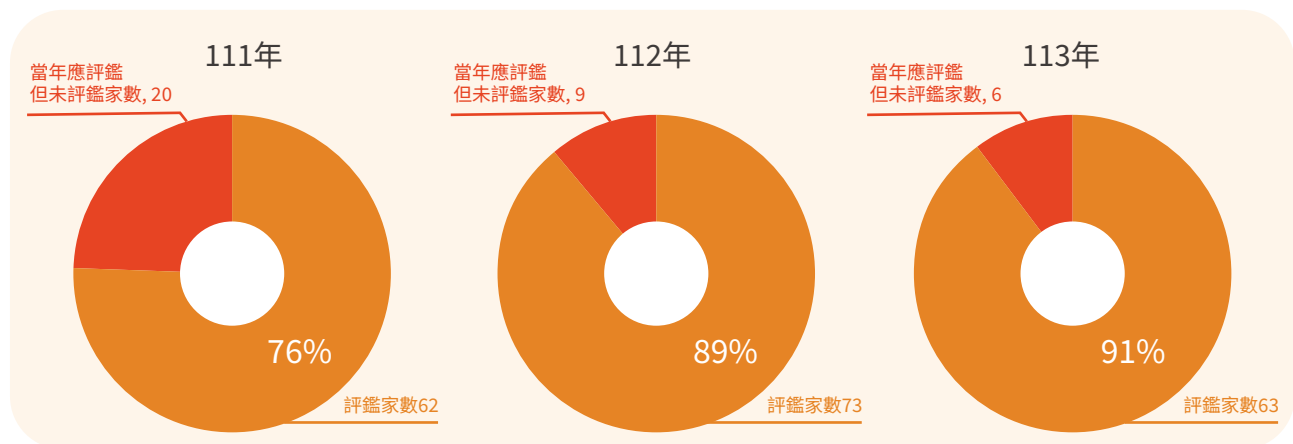
4.2.1.供應商評鑑查核

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，113年實地評鑑佔比達91%。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113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，113年實地評鑑佔比達91%。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113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。

實地評鑑家數與佔比



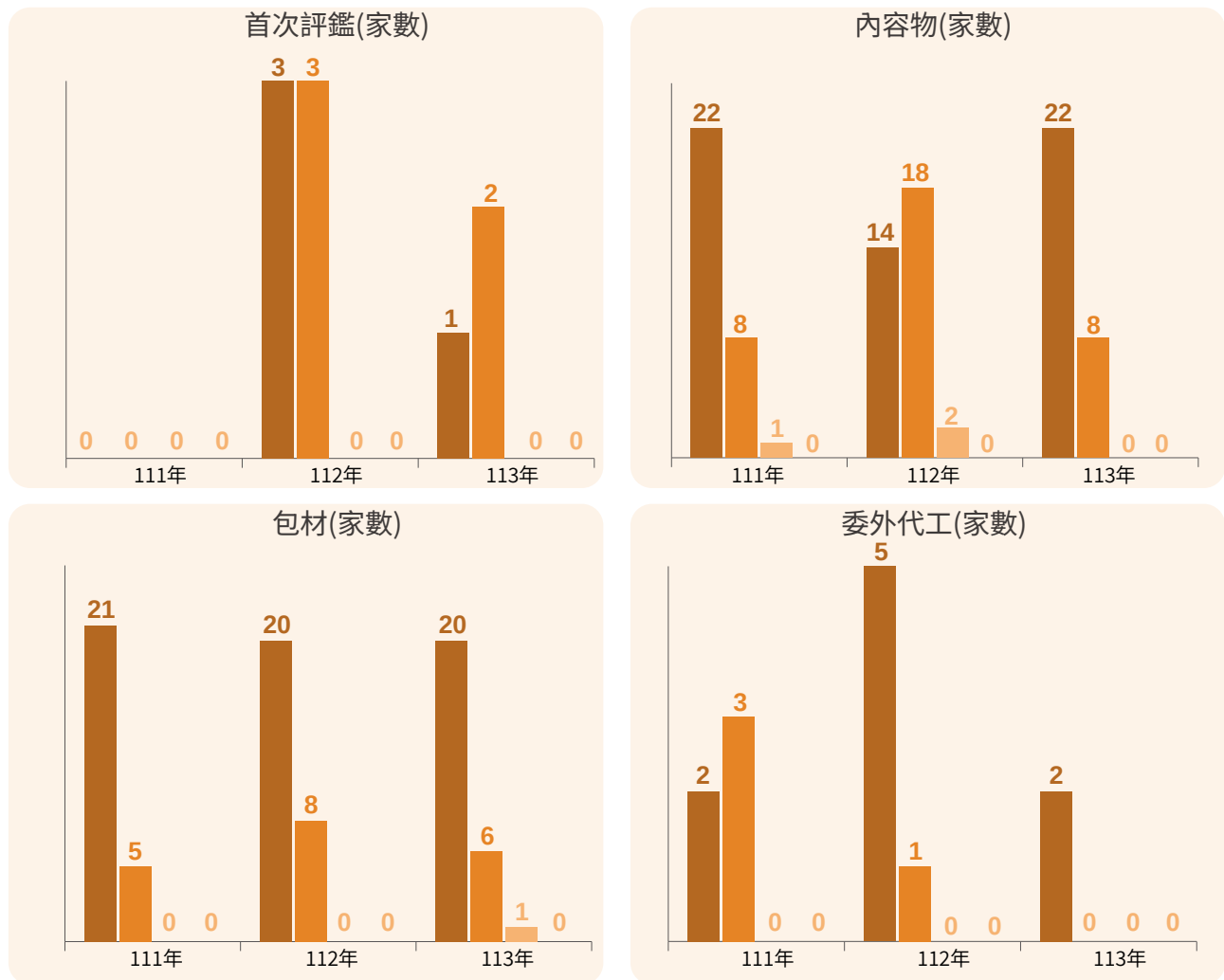
年度	111年	112年	113年
該類別供應商全部家數	104	111	109
當年不必評鑑之供應商家數 ^{註1}	22	29	40
當年應評鑑之供應商家數	82	82	69
評鑑家數	62	73	63 ^{註2}
佔比	76%	89%	91%

註 1：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。

註 2：其中一間包材供應商係以專案方式進行評鑑。

說明：佔比計算方式：評鑑家數 / 該類別當年度應評鑑的全部供應商家數。

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。)
- 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。

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

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：
 - 一輕微缺失：評鑑日後 2 週內提出及補足書面文件複查。
 - 一嚴重缺失：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	(1) 退貨特採批數 (2) 異常客訴 (3) 交期 (4) 包裝及標示 (5) 價格合理性 (6) 交貨配合度 (7) 溝通協調度 (8) 品質異常發生次數 (9) 品質抱怨改善效率	(1) 退貨特採批數 (2) 異常客訴 (3) 交期 (4) 包裝及標示 (5) 價格合理性 (6) 交貨配合度 (7) 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

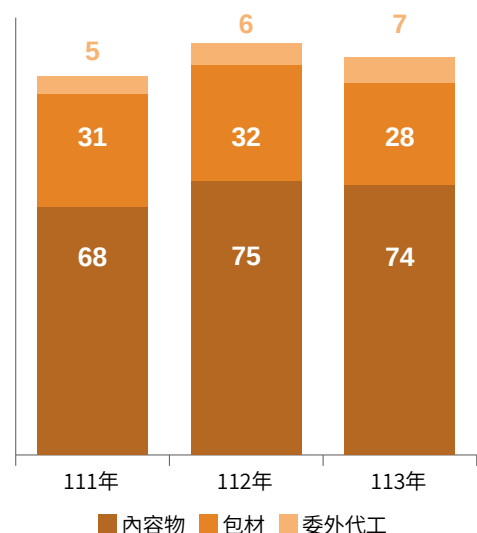
級別	分數區間
A級	≥ 90 分 (含)
B級	80 分 (含) ~ 90 分以下
C級	70 分 (含) ~ 80 分以下
D級	<70 分

近三年評鑑結果

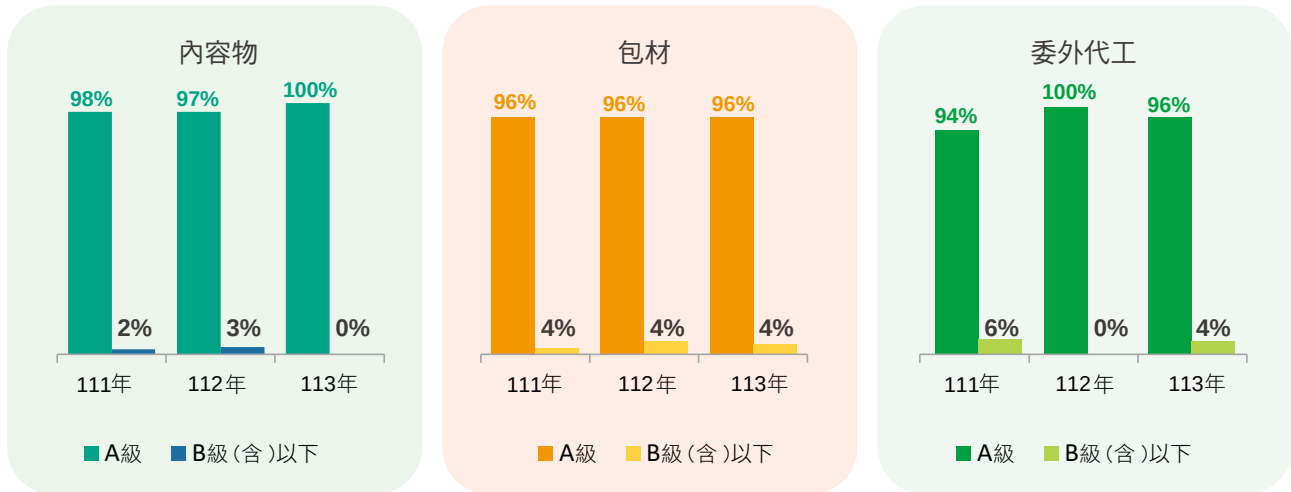
● 季評鑑家數與佔比

供應商類別	家數/佔比	111年	112年	113年
內容物	評鑑家數	68	75	74
	佔比	100%	100%	100%
包材	評鑑家數	31	32	28
	佔比	100%	100%	100%
委外代工	評鑑家數	5	6	7
	佔比	100%	100%	100%

說明：占比計算方式為該類別已評鑑家數 / 該類別全部供應商家數。



● 季評鑑結果佔比



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。

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因應。每年年底或次年年初邀請前年度評鑑結果有重大缺失者參與「供應商評鑑與檢討會議」共同檢討問題改善成效或再對策、研擬改善對策，以期提升生產效能、共創業績成長。

供應商評鑑結果	A	B	C	D
本公司因應措施				
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	111年	112年	113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。

● 永續經營條款

誠信經營條款

1. 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。
2. 任何一方知悉有人員收受佣金、回扣或其他不正當利益時，應立即據實將此等人員之身分、提供、承諾、要求或收受之方式、金額或其他不正當利益告知他方，並提供相關證據且配合他方調查。一方如因此而受有損害時，得向他方請求契約金額一定比例之損害賠償，並得自應給付之該契約價款中如數扣除。任何一方於商業活動如涉有不誠信行為之情事，他方得隨時無條件終止雙方簽訂之所有契約。
3. 雙方同意將遵守所有適用之有關反貪腐及反賄賂之相關法律及規範，並同意其本身及其代表人或代理人，就合作相關事務，不會直接或間接支付款項或移轉任何有價值的物品與下述之人，而以貪腐或不正當手法以取得或保留任何有關交易之機會或優勢：
 - (1)任何政府官員或雇員(包括國有和政府控制的公司及公共國際組織的雇員)；
 - (2)任何政黨、黨員或公職候選人；
 - (3)任何仲介機構，包括但不限政府官員的代理人或家屬，藉以支付款項給任何政府官員；及
 - (4)任何相關人士或主體。任一方如違反上開反貪腐及反賄賂條款，他方得隨時無條件終止或解除雙方簽訂之所有契約。

4. 如有本條所定情事，供應商應透過下述管道告知本公司：

- (1) 檢舉專線：(02)2706-2191分機560
- (2) 檢舉網址：www.heysong.com.tw/whistleblowing/
- (3) 檢舉信箱：106427台北市大安區信義路4段296號3樓 黑松檢舉制度受理單位收

社會責任條款

1. 保證在企業影響所及範圍內，支持並尊重國際人權，並確保不違反人權。
2. 供應商僱用人員應遵循相關法令規範，禁止強迫勞動與任何形式之歧視，並應符合勞工健康與職業安全衛生相關法令規範。
3. 供應商支付本案相關人員酬勞應遵循法令標準，包括相關費用。

環境友善條款

供應商同意遵守環境保護相關法令，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。

● 新合約使用社會、環境衝擊標準 (永續經營條款) 篩選的比率

111年	112年	113年
100%	100%	100%

4.2.4.在地採購

供應商類別	111年	112年	113年
原料	81%	82%	80%
物料	85%	88%	81%
成品	96%	97%	97%
自販機	0%	100%	100%
服務	100%	100%	100%

說明：

1. 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)。
2. 「服務」係外部夥伴所提供的商業協助，包含運輸、媒體採購、包裝設計等。

4.2.5.綠色採購

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年尚未公布)

● 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自112年起僅有康美包一種，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	111年	112年	113年
康美包佔比	100%	100%	100%
利樂包佔比 ^註	100%	-	-

註：本公司 112 年起已不再使用利樂包公司的利樂皇包材 (Tetra Rex)。

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	111年	112年	113年
紙箱	-	59.4% ^註	99.3%

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	111年	112年	113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，113年通過PEFC認證之辦公用紙佔比為99.5%；113年通過FSC 認證之衛生用紙採購佔比為81.1%。自113年起總公司及中壢廠區彈力夾及洗手乳100%改用環保標章認證用品。

項目	111年	112年	113年
PEFC認證之辦公用紙	98.8%	99.5%	99.5% ^{註1}
FSC 認證之衛生用紙	-	-	81.1% ^{註2}

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	111年	112年	113年
彈力夾	-	-	100%
洗手乳	-	-	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，以提供消費者好喝、高品質的產品為己任，同時，對於產品相關諮詢服務與消費者意見回饋也格外重視。77年即成立消費者服務專線，設置專責人員負責接聽、回覆消費者詢問並將客戶意見提供各專責單位進行改善及後續追蹤管理。消費者亦可透過網路客戶服務信箱進行意見反應，並皆由專人與相關單位進行瞭解及處理。

另外，我們也建構電子化客戶服務系統管理，著實記錄每位顧客的寶貴意見，即時追蹤處理狀況，嚴謹釐清異因並落實問題改善。113年導入自販機線上客訴系統，消費者可透過掃碼機身QR-code即時通報購買問題，節省電話聯繫及回電等待時間，提升處理效率。

● 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	111年	112年	113年
百分量表	消費者	82	82	82
	飲料經銷商	79	81	83
	金高經銷商	90	94	85
	重點通路客戶	77	85	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。

● 113 年調查方法：

一 消費者滿意度：

調查區域：台北地區、台中地區、高雄地區

調查方式：面對面訪問法。

調查對象：18-59歲的消費者

樣本大小：320份有效樣本(男、女各160份)

一 飲料 / 金高經銷商滿意度

調查區域：黑松全省經銷商/黑松金高經銷商

調查方式：第一階段郵寄問卷訪問法，第二階段電話訪問法

調查對象：經銷商之實務經理人(由黑松公司提供名單)

樣本大小：56份/14份

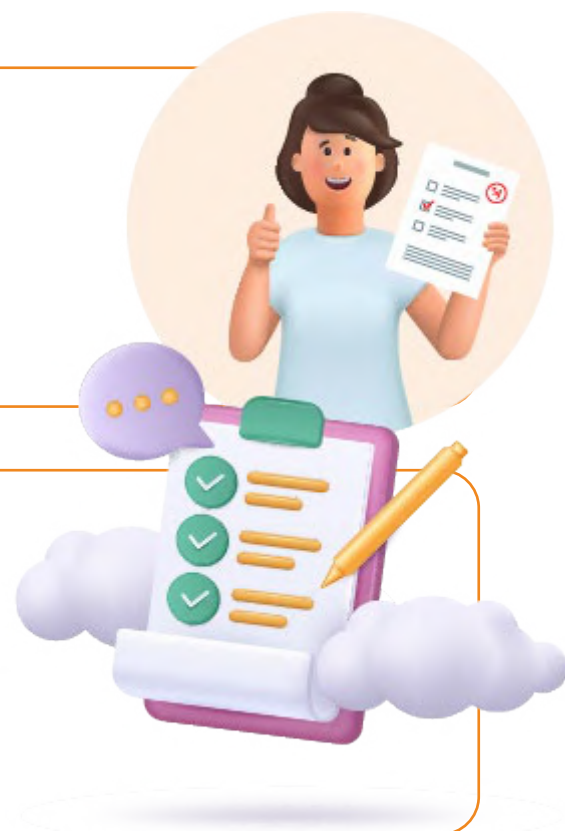
一 重點通路客戶滿意度

調查區域：全台連鎖性通路客戶

調查方式：第一階段郵寄問卷訪問法，第二階段電話訪問法

調查對象：重要通路客戶之業務窗口

樣本大小：發出10份、回收6份





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、殘疾狀況、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，113年辦理「認識與理解DEI」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，適時給予獎勵福利並拔擢人才，以激發同仁潛能，提升組織經營績效。

黑松公司屹立台灣飲料市場近百年，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。



「認識DEI趨勢與破除偏見」教育訓練



「認識與理解DEI」教育訓練小組討論

5.1.1.員工的人數與組成

● 多元組成

	111年		112年		113年	
	人數	比率	人數	比率	人數	比率
外籍員工	16	2.9%	34	6.1%	45	7.7%
身心障礙員工	6	1.1%	6	1.0%	6	1.0%
原住民員工	1	0.2%	2	0.4%	2	0.3%

說明：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。



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

		111年		112年		113年	
		男	女	男	女	男	女
當年底全職員工人數	總公司	114	80	116	92	123	96
	中壢廠	251	75	258	71	269	72
	斗六廠	18	6	18	6	19	6
	小計	383	161	392	169	411	174
	合計	544		561		585	
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	0	0	0	0
	合計	1		2		0	

說明：113 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。

● 依聘僱合約及按性別及地區分類的員工總數

		111年		112年		113年	
		男	女	男	女	男	女
當年底正式員工人數	總公司	114	80	116	92	123	96
	中壢廠	251	75	258	71	269	72
	斗六廠	18	6	18	6	19	6
	小計	383	161	392	169	411	174
	合計	544		561		585	
當年底派遣人數	總公司	5	9	11	3	11	2
	中壢廠	0	0	0	0	0	0
	斗六廠	0	0	0	0	0	0
	小計	5	9	11	3	11	2
	合計	14		14		13	

說明：113 年正式員工人數及派遣人數相較以前年度無顯著波動。
本公司 113 年並未聘僱無時數保證員工。



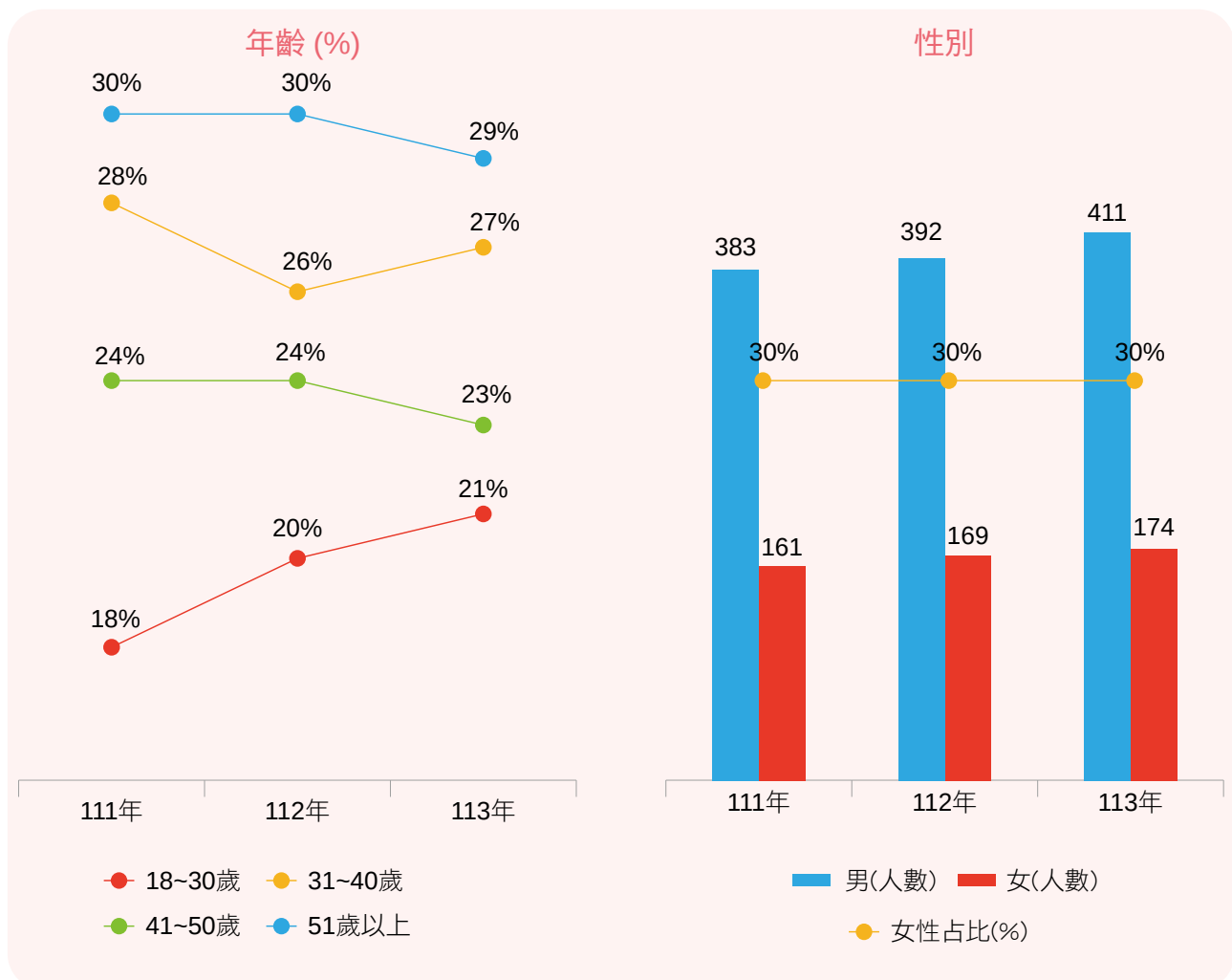
● 依職級、性別與年齡分類

		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	0	0%	80	14%
	31~50歲	32	5%	181	31%
	51歲以上	44	8%	74	12% ^註
	總計	76	13%	335	57% ^註
女性	30歲以下	0	0%	31	5%
	31~50歲	16	3%	77	13%
	51歲以上	5	1%	45	8%
	總計	21	4%	153	26%

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

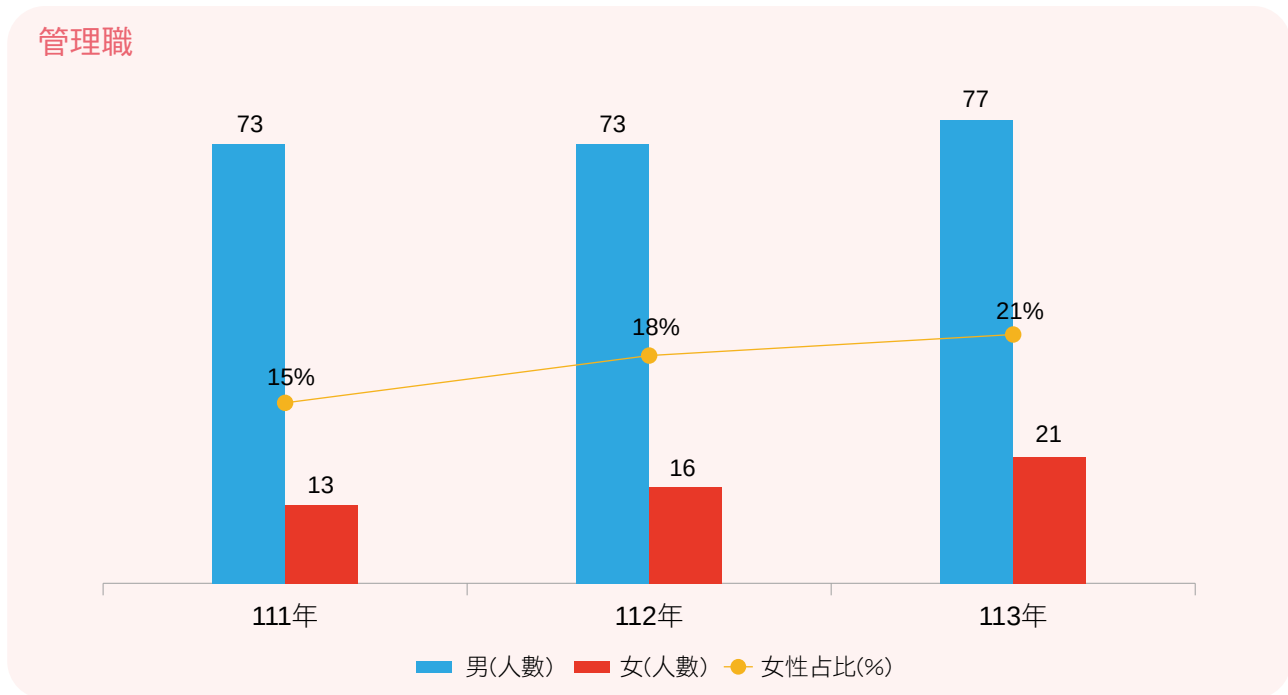
註：加總過程中，因小數點位數截取而產生尾數誤差。

● 111 年 -113 年員工年齡及性別分布變化



說明：性別人數含固定契約人員(111年2位、112年2位、113年13位)。

● 111 年 -113 年管理職員工性別分布變化



● 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		
			111年	112年	113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	14	13
承包商	承攬	總公司清潔、門禁	1	1	2
承包商	承攬	中壢廠清潔	8	8	8
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	8	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	18	20	25
仲介人員	人力仲介合約	斗六廠人工酒類產品包裝	0	0	4
總計			60	54	63

註：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。

● 員工流動與新進員工總數及比率

		111年	112年	113年
在職人數	(a)	544	561	585
年初與年底之平均員工數	(a1)	542	553	573
新進人數	(b)	77	91	81
離職人數	(c)	84	68	54
新進比率(b/a1)		14%	16%	14%
離職比率(c/a1)		15%	12%	9%

● 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%

說明：新進率 = 新進人數 / 年初與年底之平均員工數

● 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%

說明：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。

產學訓招募人數類別	111年	112年	113年
龍華科技大學電機工程系	1	0	0
中國文化大學電機工程系	0	2	0
萬能科技大學精密機械與工業工程系	0	0	8
合計	1	2	8
正式任用人數	0	2 ^{註1}	3 ^{註2}

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。

說明：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。

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，111-113 年每年平均約 3.5~4.5 個月的本薪。

● 113 年度總薪酬比率

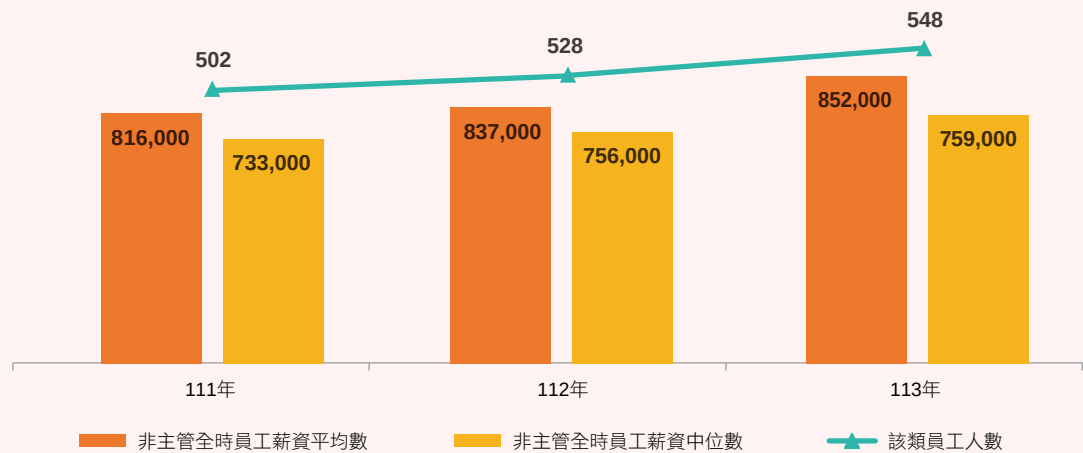
類別	比率
年度總薪酬比率	546%
年度總薪資報酬變化比率	663%

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。

● 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)



● 全職員工福利項目

公司

- | | | |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 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 | <ul style="list-style-type: none"> ● 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 | <ul style="list-style-type: none"> ● 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

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 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 | <ul style="list-style-type: none"> ● 球類活動 ● 慶生活動 ● 獎助學金 | <ul style="list-style-type: none"> ● 傷病住院補助 ● 喪葬補助 ● 退休戒指 |
|---|--|--|

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

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 結婚賀禮 ● 喪亡補助 | <ul style="list-style-type: none"> ● 住院慰助 ● 退休禮 | <ul style="list-style-type: none"> ● 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。113 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，111-113年每年平均約3.5~4.5個月的本薪。

● 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)

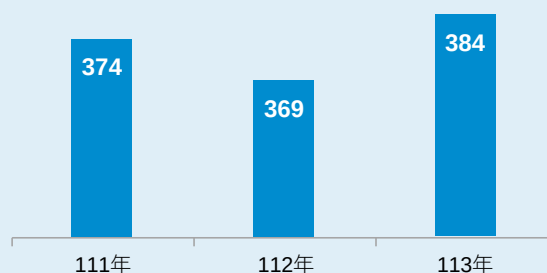
自94年7月起配合「勞工退休金條例」施行，公司依據勞工保險局發布的「勞工退休金月提繳分級表」，每月提撥員工工資的6%至員工個人退休金專戶。

說明：勞工退休準備金及退休金提繳金額請參考本公司 113 年度個體財務報告第 39-42 頁。

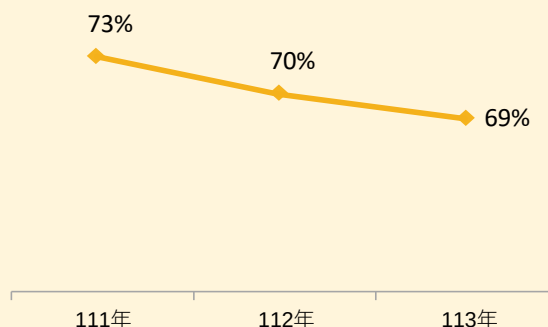
員工持股信託制度

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。113年年底參與率為69%。

員工持股信託參與人數(人)



員工持股信託參與率



● 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。

● 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。

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。

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。

	111年	112年	113年
性騷擾事件數	0	0	0

● 致力打造性別工作平等環境

- 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113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。
- 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
113年符合育嬰留職資格人數	1	2
113年總申請育嬰留職人數	1	2
預計於113年復職人數（A）	0	1
實際於113年復職人數（B）	0	1
112年實際復職人數（C）	3	0
112年育嬰留職停薪復職後工作超過一年人數（D）	2	0
回任率%（B÷A）	-	100%
留任率%（D÷C）	67%	-

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	工作中訓練(OJT)	工作外訓練(OFF-JT)										
		公司內部					公司外部		自我發展			
		階層別訓練	職能別訓練			派外訓練		自我學習				
廠處級主管	依專業職能 人才培育表 單實施	高階主管訓練		核心職能	管理職能	通識職能	派外訓練	國外考察進修	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)
部(課)級主管		中基層主管訓練	專業職能									
一般人員												
新進人員		一般職前訓練										

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。113年全公司人權訓練數(含新進人員引導訓練)共3,714小時，1,408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6小時；佔全體自辦訓練人時38%。

註：整體員工受訓率 = 全體實到總數人數 / 全體應到人數

● 主管訓練

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」，鼓勵同仁繼續進修，攻讀在職專班碩士學位，以增進專業知識與能力。

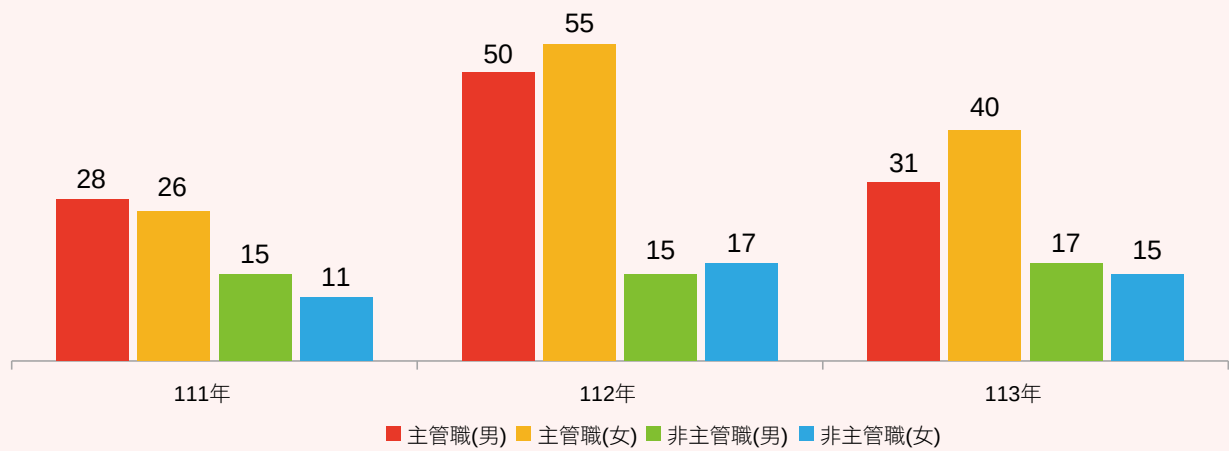
提供學費優惠，鼓勵同仁進修外語

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

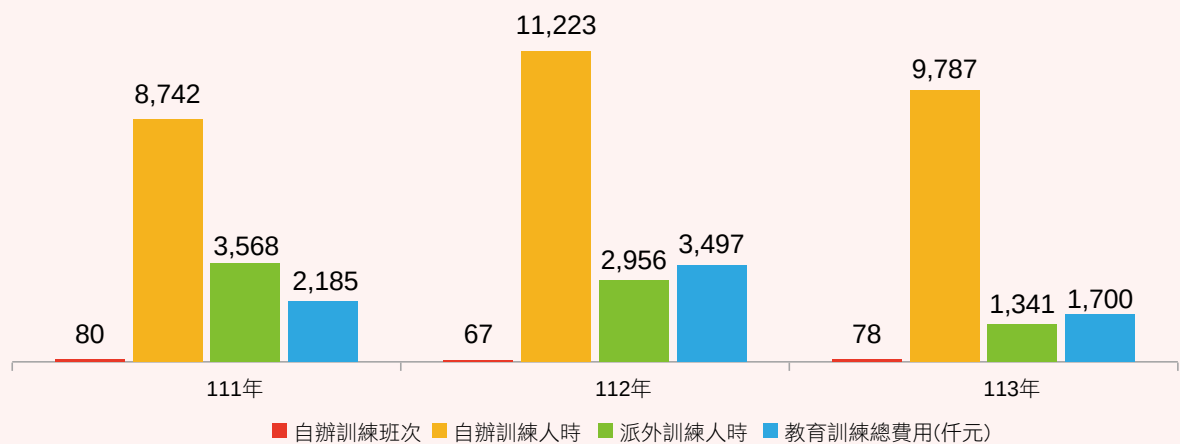
制定「讀書會管理要點」，由公司補助書籍費用，鼓勵員工利用工作之餘吸收新知並提升工作品質。

● 員工教育訓練時數



類別		111年			112年			113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	2,023	73	28	3,615	73	50	2,417	77	31
	女	336	13	26	885	16	55	83	21	40
非管理職	男	4,549	310	15	4,638	319	15	5,531	334	17
	女	1,627	148	11	2,592	153	17	2,347	153	15
合計	男	6,572	383	17	8,253	392	21	7,947	411	19
	女	1,963	161	12	3,477	169	21	3,181	174	18

● 近三年教育訓練統計 (依訓練指標)



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）：

	111年			112年			113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	365	383	95%	391	392	100% 註	406	411	99%
女	155	161	96%	164	169	97%	173	174	99%
合計	520	544	96%	555	561	99%	579	585	99%

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）：

	111年			112年			113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	86	86	100%	89	89	100%	98	98	100%
非主管職	434	458	95%	466	472	99%	481	487	99%
合計	520	544	96%	555	561	99%	579	585	99%

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，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－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

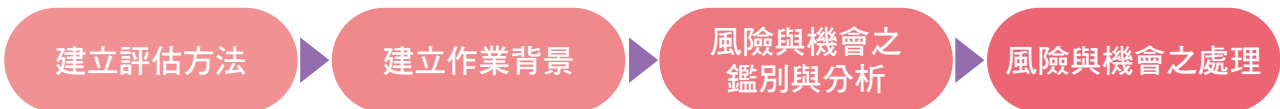
本公司依法於台北總公司、中壢廠設置職業安全衛生委員會，每三個月召開會議乙次，其餘委員組成包含職業安全衛生管理人員、職業安全衛生相關工程技術人員、勞工健康服務醫護人員及勞工代表，其中工會代表佔全體委員人數達三分之一以上。委員會權責為擬訂安全衛生政策，並審議、協調及建議職業安全衛生管理與實施計劃等相關事項，如遇有爭議之事項，由主任委員進行裁決。斗六廠雖未達法規所定需單獨設立職業安全衛生委員會之人數門檻，惟其管理單位仍參與總公司職安衛委員會會議，相關安全衛生作業與政策亦比照委員會決議辦理，以確保管理制度之一致性與執行品質。

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：



- (1)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。
- (2)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。
- (3)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。
- (4)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：

1. 啟動調查	由事故發生單位主管、安衛管理人員、勞工代表共同調查，必要時請相關專業人員協助，調查重點為找出事故發生的真因及其潛在的風險。
2. 調查報告	事故發生單位負責撰寫事故調查表，並於2個工作日內完成職災事故調查表，分析事故發生之直接原因、間接原因、基本原因（管理系統上之缺失）及潛在風險擬定有效之矯正措施。
3. 報告呈核	- 一般事故由廠/處主管審核，如為重大事故則需呈至董事長核准。 - 事故調查報告會辦人事管理單位以作為公傷假之判別依據。 - 事故調查報告於當季職業安全衛生委員會報告（必要時可召開臨時會議），由委員得針對事故調查報告提出適當的建議。
4. 改善追蹤	- 事故發生單位，使其依矯正措施進行改善，一般改善期限為7個工作天，有特殊原因得向安衛管理單位申請延長改善期限。 - 事故依其輕重、大小進行列管，由安衛管理人員於列管期間不定期追蹤矯正措施之執行狀況及成效，無法達到預期成效者應請事故發生單位另採取其他措施。
5. 事故結案	由事故發生單位彙整矯正措施執行結果提交安衛管理單位，由安衛管理單位保存，其檔案保存年限為3年。

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，讓人員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。



「自衛消防編組」教育訓練



「防火防震」教育訓練

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110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，113年承攬商工傷事件為0件。

職業傷害

(1)正式員工

	總公司	中壢廠	斗六廠	合計
總經歷工時(單位：小時)	421,776	693,341	46,872	1,161,989
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	1	0	1
可記錄之職業傷害比率(失能傷害頻率(FR))	0	1.44	0	0.86
失能傷害嚴重率(SR) ^{註3}	0	28.84	0	17.21
職業傷害的主要類型	夾傷			

(2)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)	25,968	62,031	10,120	98,119
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。

(3) 工傷事件說明：

廠別	時間	工傷損失日數	工傷事件	改善措施
中壢廠	113年 5月	20	同仁操作高空工作車作業時，於上升過程中左手大拇指頭夾傷。	(1) 依本案例於危害鑑別風險評估中增列高空工作車作業風險並實施宣導。 (2) 爾後操作高空工作車於定位前應注意工作平台與作業處之間有無障礙物，以防護欄桿撞擊障礙物，另外在上升過程中指揮人員應於下方協助監視周遭狀況。

(4) 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。

(5) 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)。

113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。

教育訓練內容包含職災事故預防與調查處理、聽力保護、事故調查、安全衛生在職訓練、危害性化學品安全作業與安全衛生危害因子、安全物質資料表及安全衛生危害鑑別、工作安全衛生危害、主管級安全衛生、消防演練、「AED操作+CPR急救」、防火防震、職業安全衛生風險評估以及ISO45001職安衛管理系統內部稽核員培訓課程。

項目	113年
總場次(總公司+中壢廠+斗六廠)	16
總參與人數(a)	1,243
總訓練時數(b)	2,289
每人平均訓練時數(b/a)	1.8

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。
- 優於法規每年舉辦一次員工健康檢查，主動分析員工健康檢查結果，護理師針對高風險族群安排由職醫進行健康諮詢或至醫院進一步詳細檢查，並定期追蹤健檢異常同仁的健康狀況。

廠區	113年員工健康檢查參與人數 ^{註1}	參與率
台北	195人	89% ^{註2}
中壢	329人	100%
斗六	24人	100%
合計	548人	96%

註 1：不含當年度新進人員。

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，113年特殊作業人數共計85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)。
- 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。113年員工健康體位獎勵活動辦理成效詳細如下：
 - (1) 總公司40人參加BMI指數 ≥ 24 健康減重活動，共有20人改善體位達標，達標率50%，平均每位同仁改善3.5公斤。
 - (2) 中壢廠43人參加健康減重或增重活動，共有14人改善體位達標，達標率33%，平均每位同仁減重5.1公斤。
 - (3) 斗六廠13人參加減重活動，無人達標。
- 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113年11月11日配合衛生所辦理疫苗施打，流感疫苗49人施打、新冠疫苗11人施打。

- 113年本公司提供非職業健康與安全相關教育訓練包含「本次健檢10大異常」、「三高知多少」及人因工程-骨骼肌肉議題

項目	113年
總場次(總公司+中壢廠+斗六廠)	3
總參與人數(a)	291
總訓練時數(b)	402
每人平均訓練時數(a/b)	1.4



健康講座「本次健檢 10 大異常」



衛教講座「人因工程 - 骨骼肌肉議題」



贊助中壢產業園區服務中心辦理捐血活動並鼓勵同仁捐血。

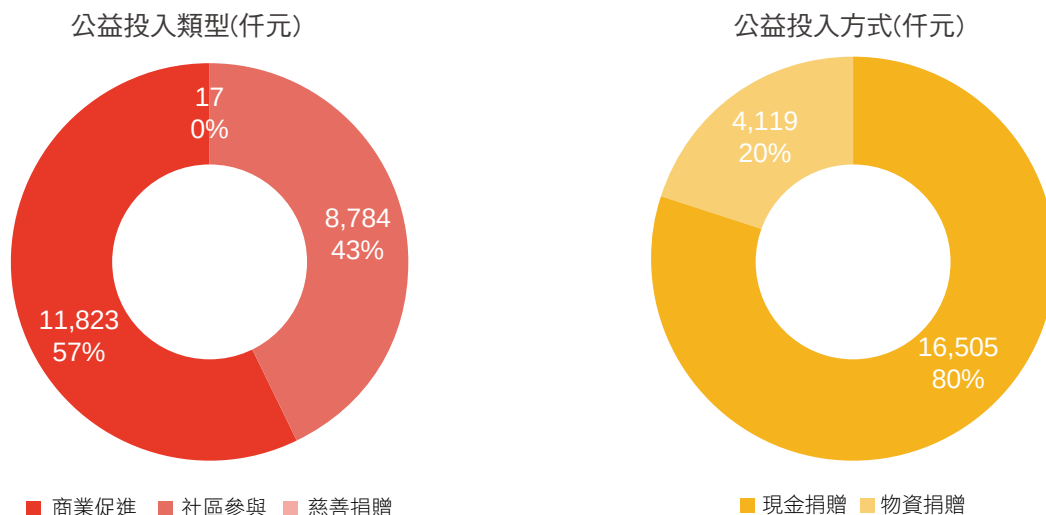
5.2.社會公益

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，黑松面對社會重大急難事件時，亦善盡企業社會責任對於公眾及時提供援助，新冠疫情期間捐贈市值千萬元以上物資。同時，黑松也長期支持學生體育發展、產學合作交流、藝文發展，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。

● 113 年黑松公益投入



單位：元

公益類型	現金捐贈	物資捐贈	金額
慈善捐贈	-	17,000	17,000
社區參與 ^註	7,840,253	943,386	8,783,639
商業促進	8,664,412	3,158,838	11,823,250
總計	16,504,665	4,119,224	20,623,889

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。

註：包含捐贈黑松教育基金會新台幣 730 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，黑松每年贊助籃球、棒球、排球、拔河、路跑等各項運動賽事及高中校隊，挹注企業資源協助促進校際間體育交流，提升運動環境與賽事品質，透過運動賽事氣氛活絡校園運動風氣，提升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
- 國立政治大學校園馬拉松
- 認養兒童滑板訓練場地



黑松長期支持松山高中及陽明高中籃球校隊



黑松贊助多項學生棒球賽事，推動基層棒球運動發展。



黑松長期贊助 HBL、UBA 賽事，促進校際體育交流。



黑松認養 MINI RAMP，支持兒童滑板運動發展。

支持產學合作交流

黑松鼓勵學生展現創意與熱情，支持各項產學合作活動，包括文化大學廣告系畢業展覽、第21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產學合作，113年以知名飲料品牌黑松C&C與同學們進行畢業展覽企劃合作，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，展出成果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 國大專院校商業個案大賽

支持藝文發展

113年度支持國內文化發展，中、大型活動之觸及率均逾百人至萬人不等，投入軟硬體資源逾新臺幣 300 萬元。臚列如下：

- 挹注於國產戲劇、原創作品、電視、電影及音樂之製作、發行、播送、映演、展演之協助，包含：《2024 WE ARE 我們的除夕夜》、《【一村喜事】沉浸式戲劇》、《成功路上人滿為患》華視主頻、《陽光遺落的拼圖》大愛電視台、《廚師的迫降：客家廚房》客家電視台、《第26屆台北電影節》、《第11屆桃園電影節》及《擁抱郭雪芙同樂會-2024年第一本文字療癒書「擁抱過去的我 Me, Myself and I」及第一首詞曲創作曲「How am I」》。
- 對國內表演團體、藝文組織或藝術家所舉辦之作品展示、表演與活動表達之支持及扶植，鼓勵民眾接觸文化藝術活動、培養閱讀習慣、舉辦中大型藝文活動、閱讀活動，包含：文化部文化資產局登錄之重要民俗金門迎城隍《113年活島迎城隍活動》、中原文創園區《陶逸時光》特展、松山文創園區《夏日松一夏-Zoom in 松菸動物園》展覽、《老台派的夏日風格養成記：台灣早期製冰業與清涼飲料的發展》展覽、《綻爭@機器人間》展覽、《黑松世界-黑松講座每月繪本說故事》活動、《Inside Possible 論壇-書一看就忘?》活動、《長常金黑埤，庚學愛永續-童年的那個埤塘、埤塘奶奶說故事》繪本閱讀活動、《關鍵 TOWER 點亮千年藻礁》、《上湖埤塘之美》、《埤塘復「新」“藝”起來》結合文化部北區文化體驗計畫、《2024 甲辰年千人步巡金門媽祖巡安祈福慶典活動》結合傳統藝陣表演、《臺灣國際熱氣球嘉年華》結合弦音雅集、薪傳舞集之光雕音樂會等活動。



贊助桃園電影節



贊助陶逸時光特展



贊助臺灣國際熱氣球嘉年華

● 黑松飲料博物館

成立緣由與過程

85年
黑松文物館

84年適逢本公司70週年慶，當時舉辦「徵人、徵物、徵作品」活動，結合本公司自行保存的歷史文物，85年成立國內第一座飲料博物館－「黑松文物館」，記錄台灣飲料的一頁發展史。



94年
黑松飲料博物館

94年整修黑松文物館並更名為黑松飲料博物館，104年新增多媒體設備使展覽內容更具豐富有趣；112年規劃參觀走道展區，讓學齡遊客更容易瞭解飲料知識。



免費專人導覽

飲料博物館主要有27個展區，內容包含黑松創業由來、飲料產品與廣告發展歷史，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。

參觀統計

年度	111年 ^{註1}	112年	113年
人數	74	6,650	9,158
成長率 ^{註2}	-93%	8,886%	38%

註1：111年受疫情影響，全年度未開放預約申請入館，僅提供給特殊團體參觀，成長率為-93%。112年1月重新開放。

註2：成長率計算方式：(當年人數 - 前一年人數) ÷ 前一年人數 x 100%。

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。

	111年 ^註	112年	113年
滿意度	-	4.9	4.9

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。

註：111年因疫情期間暫停開放參觀，無實施滿意度調查。



● 黑松世界

成立緣由與過程

「微風廣場」原為本公司台北廠，為了讓黑松與台灣社會一齊成長的記憶能留存於本公司發源地，因此90年設立「黑松世界」，提供民眾免費自由參觀；100年斥資整修，應用多媒體設計豐富的虛實互動遊戲，展現黑松品牌文化資產與在地文化價值。



主要展區介紹

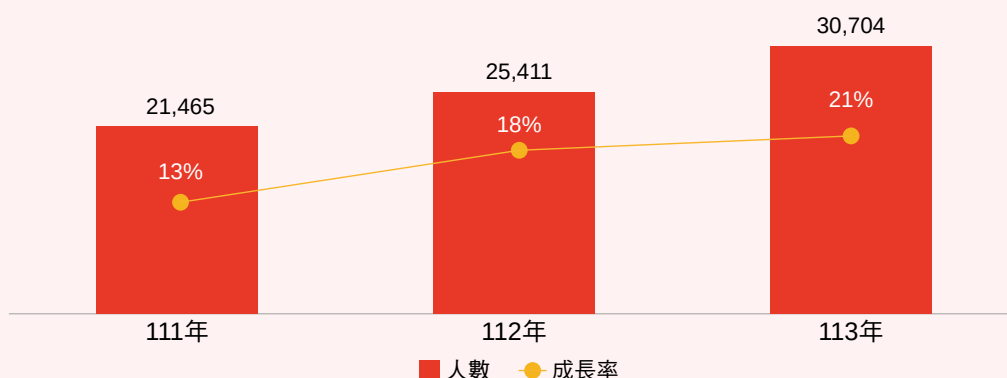
- 黑松汽水 V.S 台北大事紀區：黑松汽水歷年包裝演進與台北市 100 年來大事紀對照。
- 浮空螢幕互動區：透過 PK 動態遊戲，將黑松主要產品的特色、透過互動的有趣方式傳遞給消費者。
- 多媒體拍照區：可與黑松代言人合照，並透過 e-mail 傳送照片留作紀念。
- 互動遊戲區：運用互動感應設計撈金魚、彈珠迷宮、開瓶蓋等，讓人懷念的古早童玩。
- 柑仔店區：60 年代「柑仔店」門口所懸掛的黑松瓶蓋琺瑯招牌與菸酒專賣招牌，回憶舊時光。
- 廣告影片欣賞區：重溫曾經伴隨我們一起長大的經典廣告。
- 黑松教育基金會 10 週年特展區：讓更多人瞭解黑松在環境教育的投入及夥伴學校的具體成果。

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。



參觀統計

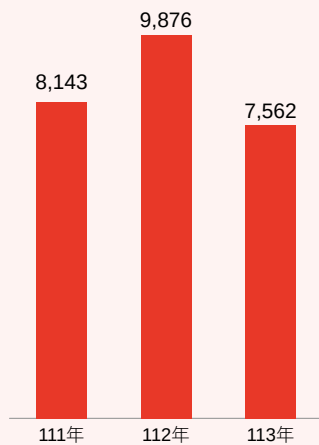


5.2.2. 黑松教育基金會



黑松教育基金會

黑松教育基金會總投入金額
(仟元)



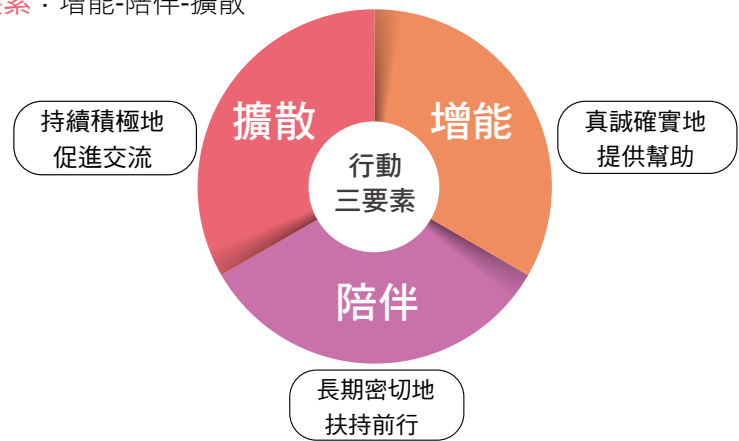
黑松教育基金會於102年成立，我們從「教育」著手，協助在地學校發展環境特色教育，讓孩子看見家鄉所擁有的美好與獨特，並從十年的經驗中淬煉出「增能-陪伴-擴散」三項行動要素陪伴教育夥伴發展。

使命：促進在地小學發展環境特色教育。

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：

我們以三大計畫與學校合作，陪伴在地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！

黑松愛地兒點子計畫

- 計畫簡介：113 學年度以「減碳愛地球，食在真永續」為主題，透過辦理教師社群及現場觀課，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。



Step.1 探索主題

「以人為本的出發，透過訪談、觀察等方式換位思考，找出使用者真正的需求」



Step.2 定義問題

「將探索主題蒐集到的資訊，經過系統化方法整理，對問題進行更深入的定義」



Step.3 發想點子

「用天馬行空的創意，發想任何可能解決問題的方案」



Step.4 測試點子

「將點子具體化，用最快速、簡單的方式做出來，驗證點子的可能性」



Step.5 分享宣言

「找出能讓行動擴散、傳承的方式，和他人分享，發揮影響力」

- 執行成果：

提供環境教育資源：

1. 提供教師自編教材《黑松愛地兒：教學點子手冊》、《黑松愛地兒：5步驟小書》。
2. 辦理說明會暨教師工作坊，帶老師們認識環境教育的內涵。
3. 辦理教師社群2場，示範教學1場，課程觀摩4場。

協助學校創造環境課程提案

1. 113年「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。
2. 113年共17校17組師生報名參賽，提出15件永續食物的環境行動教案。自104至113年，共有52所小學參與，提出127個解決環境問題的提案。
3. 製作永續餐桌教具1套2組，共接觸10所學校，約400位學生受益。

成果交流與提案分享

1. 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。
2. 邀請5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

1. 透過教師研習及校際交流活動，讓教師了解生態學校的運作實務。
2. 113年度辦理校園環境盤點10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

1. 透過夥伴學校校際交流，夥伴學校間共同交流執行經驗。共計辦理校際交流會1場、校長社群7場、認證輔導會5場。
2. 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

1. 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。
2. 113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)4所、銀牌4所、銅牌3所。
3. 105~113年總計取得環境部臺美生態學校，綠旗11所、銀牌12所、銅牌9所，桃園市綠旗認證數，連續三年蟬聯全國最多。

	113年	105~113年累計
綠旗(含再認證)	4	11
銀牌	4	12
銅牌	3	9
總計	11	32



4. 113年取得認證的夥伴學校：

- 綠旗再認證：觀音國小、霄裡國小、大安國小
- 綠旗：長庚國小
- 銅牌：新勢國小、龍源國小、廣興國小
- 銀牌：內柵國小、內海國小、大華國小、文山國小

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：



新招募2所學校加入計畫，分別為龍源國小、內柵國小。

核心團隊培力

1. 依課程發展需求舉辦核心共學坊，提升學校核心團隊的領導與創新經營能力，共計辦理2場次。
2. 進行3場課程盤點，確立校訂課程發展方向。

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10場次。

校際成果交流分享

1. 1場校際交流會，邀請觀音國小與美華國小分享成果。
2. 113年共輔導2所小學，產出2套校本特色課程，其中觀音國小榮獲「113年度教育部教學卓越獎」銀質獎。



夥伴學校	課程主題
桃園市觀音區觀音國小	觀見未來素養行動家
桃園市大溪區美華國小	美華自然永續 走讀在地美華 創藝美華

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：

1. 舉辦計畫說明會1場、分享會1場，共16校、18位教師加入培訓。
2. 辦理3場培訓課程，包含專業課程2場、通識課程1場。
3. 113年認證7位種子教師，累計認證14位種子教師。
4. 種子教師協助基金會課程/活動，達16場(佔所有活動30%)



影響力發展計畫

- 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

1. 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[Facebook粉專](#) 
2. 6月5日世界環境日，號召14校響應製作短影音，擴散推廣友善環境理念。
3. 彙整基金會環境教育課程內容並發佈於官方網站，並於113年4月調整新版官網，相關資訊請參考[新版官網](#) 

實體活動

1. 參加天下雜誌永續城鄉論壇「教育進化x永續傳承」，黑松教育基金會與桃園市教育局同台與談分享。
2. 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

1. 首度邀請媒體入校採訪，深度挖掘夥伴學校故事，讓環境教育成果呈現更完整。
2. 邀請老師投稿獲國語日報刊登3則、基金會媒體發稿3次，新聞媒體露出累計119則，新聞媒體露出價值達882萬。

贊助公益團體

1. 贊助第十二屆徐生明少棒錦標賽活動飲品，700人次受益。





CH.6

環境永續

- 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



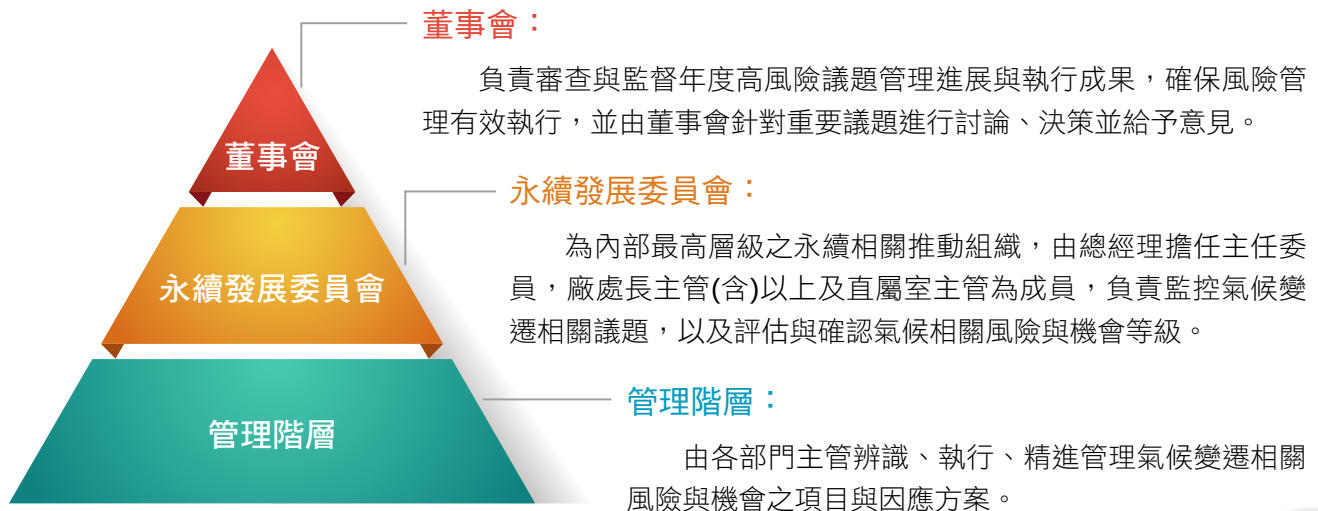
環境各項主題包含氣候、溫室氣體排放、物料、能源、水、廢棄物等與企業永續經營息息相關，若企業營運損害自然環境，則可能伴隨而來鄰近社區健康受損、企業經營成本提高、企業形象嚴重受損等，是此，與環境類別相關的主題皆屬重大。

● 113 年環保改善支出

	說明	113年環保改善支出(萬元)
溫室氣體盤查	包含組織型溫室氣體盤查、產品碳足跡盤查的輔導與查驗等。	177
節能減碳	包含改善送風機的使用、節省冰水機用電、改善泵浦、增設變頻式高壓空壓機等節能支出等。	719
節水	包含購置智慧水錶等。	9

6.1.氣候變遷因應與溫室氣體管理

● 治理



● 策略

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
風險一 政策和法規	溫室氣體排放管制與碳費徵收	政府為協助溫室氣體減量，112.01.10三讀通過《氣候變遷因應法》，將2050淨零排放目標入法，新增碳費機制。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光發電系統並啟用。 ● 113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113年累計報廢 HCFC(R-22)冷媒機台1,009台(尚餘1,081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	
風險一 技術	開發低碳產品與服務	政府配合低碳、永續產品的趨勢制定相關政策與法規，以規範及引導廠商轉型。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
風險一 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、價格及管理成本上升。	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。
風險一 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： (1)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。



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
風險一 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、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。極端氣候與全球暖化亦會造成消費者行為改變，影響季節性商品的需求與銷售。	中長	低	● 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。 (2)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。 (3)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。
機會一 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。 ● 113年節電方案共10件減少能源耗用與提升能源使用效率合併112年跨年度節電率約1.25%。
	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 和耗水量	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。

● 風險管理

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，113年董事會修訂通過「風險管理政策與程序」，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

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。

● 溫室氣體管理

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ISO 14064-1：2018查驗意見，並計畫於115年將盤查及查驗範圍增加合併報表子公司。

113 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	合計
範疇一	類別1	直接	38	9,543	111	9,692
範疇二	類別2	間接	88	13,600	212	13,900
範疇三	類別3		NS	NS	NS	NS
	類別4		49	5,121	67	5,237
	類別5		NS/NA	1,212	NS/NA	1,212
	類別6		NA	NA	NA	NA
總計(公噸CO ₂ e)			175	29,476	390	30,041 ^註
113年總生產量(噸)			-	197,069	509	197,578
113年每月人均數(人)			215	-	-	-
碳排放強度	公斤CO ₂ e/總生產量(噸)		-	150	766	152
	公斤CO ₂ e/人均數(人)		814	-	-	-

註：SGS 查驗意見書呈現之總計 (公噸 CO₂e) 是 30,041.505(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：

(1) 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。

(2) 間接溫室氣體排放：電力引用經濟部能源局 114 年公布之 113 年電力排碳係數 0.474 kg CO₂e/度計算。

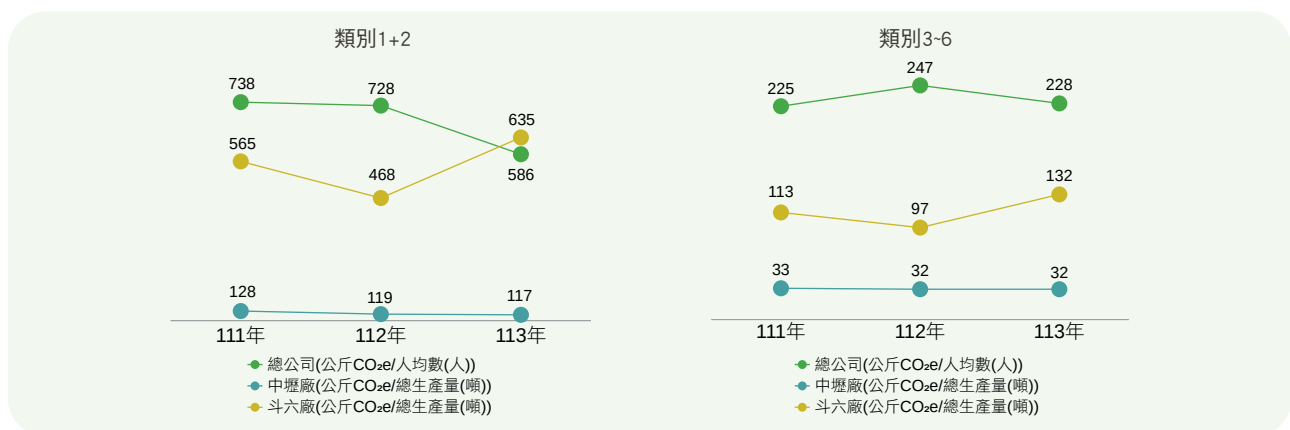
(3) 二級資料庫引用產品碳足跡資訊網、SimaPro Ecoinvent 3.11。

4：113 年盤查組織邊界設定涵蓋台北總公司、中壢廠與斗六廠。以 110 年為溫室氣體盤查之基準年，並取得 SGS 公司查驗意見書。112 年(含)以前之溫室氣體排放，請參閱[本公司官網](#)。

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。

近 3 年各廠區溫室氣體排放強度



全公司近 3 年溫室氣體排放情況

項目	單位	111年	112年	113年
類別1	公噸CO ₂ e	9,171	9,556	9,692
類別2		15,087	14,737	13,900
類別3~6		6,302	6,588	6,449
溫室氣體排放總量	公噸CO ₂ e	30,560	30,881	30,041
類別1+2 溫室氣體排放密集度	公斤CO ₂ e/總生產量(噸)	130	121	119
類別3~6 溫室氣體排放密集度		34	33	33

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

項 目		111年		112年		113年	
		中壢廠	斗六廠	中壢廠	斗六廠	中壢廠	斗六廠
可再生物料	如茶葉、紙箱、紙盒等	23,015	144	23,908	111	24,645	90
不可再生物料	如香精添加物、瓶胚、鐵/鋁罐、收/伸縮膜等	8,651	79	8,002	91	7,899	56

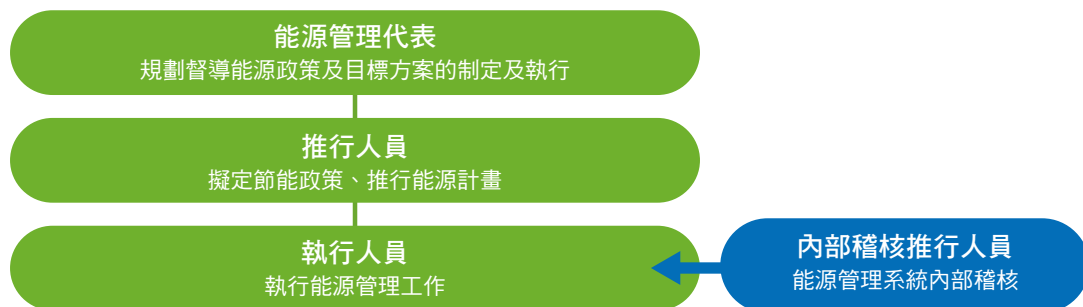
說明：

- 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。
- 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。

6.2.2.能源

為管控能源使用效率，降低環境衝擊，本公司中壢廠成立「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月中壢廠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：

- 遵行政府法令，符合能源相關趨勢，達到降低能源用量之目標。
- 所有員工同心協力設計、製造高品質產品，並盡可能降低其對環境的影響與傷害，以兼顧利害相關者需求、環境考量與能源有效利用。
- 持續提昇能源使用效率，並推展適當的管控與減量措施，支持採購具改善能源績效之產品，致力減少對環境的衝擊。
- 深化全體員工對能源績效的認知與當責，提供適切的溝通諮詢管道及參與機制，以確保能源管理系統之有效運作。

● 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汙染物之檢測結果等(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汙染物排放量申報管理辦法」

● 組織內部能源消耗量

非再生能源消耗量

能源類別	對象	廠別	單位	112年	113年
電力	用電量	總公司	度	202,363	185,493
		中壢廠	度	29,135,342	28,691,662 ^{註1}
		斗六廠	度	433,949	447,960 ^{註1}
		小計	度	29,771,654	29,325,115
		小計	GJ	107,178	105,570
天然氣	用天然氣量	中壢廠	度	4,469,101	4,420,041
		斗六廠	度	53,487	39,029
		小計	度	4,522,588	4,459,070
		小計	GJ	153,057	150,864
柴油	用柴油量	中壢廠 ^{註2}	公升	1,497	1,148
		斗六廠	公升	0	0
		小計	公升	1,497	1,148
		小計	GJ	54	42
汽油	用汽油量	總公司	公升	19,593	16,384 ^{註3}
		中壢廠	公升	892	939
		斗六廠	公升	585	277 ^{註4}
		小計	公升	21,070	17,600
		小計	GJ	671	561
非再生能源消耗量總計		總計	GJ	260,961	257,037

說明：

1：電力、天然氣、柴油、汽油使用數據以相關費用單據進行統計。

2：天然氣熱值採用中油(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113年天然氣平均熱值(低位)為8,074.16kcal/度，斗六廠113年天然氣平均熱值(低位)為8,840.48kcal/度。

3：柴油、汽油熱值參考環境部113年2月13日公告之「113年度車用汽、柴油熱值」，113年度車用汽油低位熱值為7,609 kcal/L，車用柴油低位熱值為8,642 kcal/L。

4：1度電 = 0.0036 GJ；1 kcal = 4.1868*10⁻⁶ GJ。能源數據換算為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：

1：中壢廠用電度數不含松佳35,080度且不含基地台129,215度；斗六廠用電度數不含松泰20,540度。

2：中壢廠112年因台電事故多次造成廠區停電必須啟動廠區發電機應急，故增加柴油用量，113年無因台電事故造成長時間廠區停電。

3：總公司公務車用汽油量不含基金會用汽油量188.21公升。

4：斗六廠112年7月起不再配置公務車且113年汽油只用於割草機，所以使用量減少。

● 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	112年	113年
太陽能板預熱設備	中壢廠 ^{註1}	GJ	1,227	1,149 ^{註2}
太陽光發電系統	中壢廠	度	115,989	290,843
		GJ	418	1,047
	斗六廠 ^{註3}	度	608,046	460,407
		GJ	2,189	1,657
	發電量小計 ^{註4}	度	724,035	751,250
再生能源消耗總量	總計	GJ	3,834	3,853

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。
- 2：中壢廠 113 年太陽能板預熱設備因日照數比 112 年減少 135 小時約 6.9%；故減少太陽光熱能吸收影響鍋爐飼水溫升總熱量。
- 3：斗六廠太陽能用電量計算方式：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 月前斗六廠太陽能用電量虛增。

4：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。

5：1 度電 = 0.0036 GJ，能源數據換算為 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。

● 113 年能源消耗量情形總計

再生能源	3,853GJ	1.48%	外購電力 ^註	105,570GJ	40.47%
非再生能源	257,037GJ	98.52%	其他能源	155,320GJ	59.53%
總計	260,890GJ	100.00%	總計	260,890GJ	100.00%

註：廠區用電結構如下：

類別	單位	總公司	中壢廠	斗六廠
外購電力(非再生能源電力)	度	185,493	28,691,662	447,960
自發自用(再生能源電力)	度	0	290,843	460,407
總電力消耗量	度	185,493	28,982,505	908,367

● 每噸產品消耗之能源

類別	單位	112年	113年
每噸產品用天然氣	度	23	23
每噸產品用電	度	152	152
每噸產品用能源	GJ	1.3	1.3
總生產量	噸	200,069	197,578

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	111年	112年	113年
天然氣耗用量	千M ³	32	33	31
天然氣耗用產生能量	GJ	1,224	1,238	1,149
空氣汙染物NOx	公斤	0.39	74	69
碳排放	公噸	61	62	57

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汙染防制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。

● 113 年其他節能措施

中壢廠節能措施	
1. 製造一部B#9現使用19台送風機輸送空瓶、改善成17台送風機	6. 廠務部附a及附b廠房走道照明燈改LED自動點滅型
2. 製造一部原B#11 生產C&C與三得利C.C品項轉至B#17充填生產，節冰水機用電	7. 製造二部P#13調配室150w複金屬燈更換為100w高效能LED燈
3. 製造一部B#17冰水機原使用40hp二次側輸送冰水泵浦，改善成20hp泵浦	8. 製造一部高壓空氣卻水排放損耗改善
4. 製造三部產線照明由200w無極冷光燈更換為100w高效能LED燈	9. 製造一部低壓空氣卻水排放損耗改善
5. 廠務部辦公室及會議室輕鋼架照明燈T8或T5為40W更換為節能平板燈23W	10. 製造二部P#15低壓空氣除水噴印排放損耗改善

● 113 年投資金額

3,470,000元

● 113 年節能效益

288,176度/年
142.3589公噸CO₂e/年

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 112 年度電力排碳係數 0.494 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；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

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。

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。

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。

● 組織節水措施

● 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. 依作業修訂最適現地清洗 (Cleaning in place, 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控管，積極提昇廠區之水資源使用效率。

● 113 年實際作法

1. 購置智慧水錶 (10 號井)，花費 90,750 元。
2. 製造三場 CIP 程序優化。
3. 水處理碳濾槽逆洗頻率調控。

● 水資源使用情況

單位：百萬公升 (1 千立方公尺水 =1 百萬公升水)

類別		111年			112年			113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	274	37	0	257	31	0	254	24
	第三方的水： 自來水	2	467	0	2	514	0	2	485	0
	總取水量	2	741	37	2	771	31	2	739	24
回收/再利用總量		N/A	182	1	N/A	219	1	N/A	231	0.7
回收/再利用比率(%)			25%	3%		28%	3%		31%	3%
排放量		N/A	395	24	N/A	405	17	N/A	338	12
耗水量			346	13		366	14		401	12

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：耗水量 = 總取水量 - 排放量。

● 排放水質

排放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	111年	112年	113年
生化需氧量 BOD	320 mg/L	中壢廠	29	29	<1
	30 mg/L	斗六廠	1	2	1
化學需氧量 COD	480 mg/L	中壢廠	54	55	35
	100 mg/L	斗六廠	6	10	16
懸浮固體 SS	320 mg/L	中壢廠	22	26	8
	30 mg/L	斗六廠	2	7	12

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。

3：中壢廠因定檢申報要求，113年起每半年委外檢驗一次，故將數據來源改為與斗六廠一致。

(中壢廠原數據來源為每月由中壢工業區服務中心污水廠抽驗2次提供平均值，表內每年數字為12個月平均值。)

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。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。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。**113年訪查5家清除廠商、5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及1家毒化物處理商)**，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	111年		112年		113年	
			中壢	斗六	中壢	斗六	中壢	斗六
一般廢棄物	垃圾	焚化處理	87	19	59	11	46	8
可回收廢棄物	廢塑膠混物 ^{註3}	物理處理	-	-	-	-	23	0
	污泥	處理廠再利用做肥料	630	0	688	5	343	0
	植物性殘渣	處理廠再利用 做肥料及輔助燃料	1,110	11	1,302	2	1,951	0
	廢紙	處理廠再利用	305	60	324	94	325	104
	廢鐵	處理廠再利用	13	2	14	7	20	13
	廢PE膜	處理廠再利用做塑膠袋	65	2	57	4	68	4
	其他回收品 ^{註1}	處理廠再利用	89	0.3	89	0	89	0
	廢鋁箔紙盒	處理廠再利用	8	0	9	0	10	0
	廢PET瓶	處理廠再利用做衣服鞋子	19	0.06	20	0.07	25	0.08
	廢鋁罐	處理廠再利用	8	0.2	13	0.1	11	0.11
	小計		2,248 ^{註2}	76	2,515	112	2,865 ^{註2}	121
有害廢棄物	實驗廢液	焚化處理	0.6	0	0	0	1.31	0
合計			2,335	95	2,574	123	2,912	129
回收率(%)			96	80	98	91	98	94

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.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，114年2月新增8支產品取得產品碳足跡標籤證書，累計至今共11支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	313g 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	883g 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
	PET600 mL 加鹽黑松沙士	304g CO ₂ e/瓶		114/02/09 ~ 119/02/08
	CAN330 mL 黑松沙士	238g CO ₂ e/罐		114/02/09 ~ 119/02/08
	CAN245 mL 黑松沙士	210g CO ₂ e/罐		114/02/09 ~ 119/02/08
	PET975mL FIN補給飲料	444g CO ₂ e/瓶		114/02/09 ~ 119/02/08
	PKL300mL FIN補給飲料	86g CO ₂ e/包		114/02/09 ~ 119/02/08
	CAN240mL FIN補給飲料	197g 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 韋恩Flash Brew 閃萃拿鐵咖啡	457g CO ₂ e/瓶		114/02/09 ~ 119/02/08

6.5.2. 包材輕量化

年度	包材輕量化程度	內容
103年	23%	- PET1230ml 耐熱飲料瓶 - PET975ml 耐熱飲料瓶 - PET500ml 碳酸飲料瓶 - PET580ml FIN 系列產品飲料瓶
105年	2%	- 抗 UV 白色碳酸瓶胚 - 無菌碳酸瓶胚
106年	3%	- PET580ml 無菌飲料瓶 - PET535ml 無菌飲料瓶
107年	11%	碳酸飲料塑蓋
108年	26%	伸縮膜
109年	31%	- 伸縮膜 - 收縮膜

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

6.5.3. 自販機開立電子發票

113年共完成793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立發票功能，且為減少紙張浪費，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，未來若黑松有與其他公益組織合作，亦可指定其為直接捐贈單位。



6.5.4.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。

● 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，且預計將於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。



6.5.5.建構數位化根基 邁向智能營運發展

● 製造面

● B#17 生產線汰舊換新

碳酸B#17產線啟動第一階段設備升級，於111年5月起充填機商化量產同時也增設一套能源管理監測系統(包括11組電力與流量感測器)進行製程能耗數據收集，陸續進行套貼標機、包裝機與棧板機的設備升級與製程優化。到了114年，將針對B#17吹瓶製程低碳智慧能源管理，將現有吹瓶製程設備(吹瓶機與高壓空壓機)架設電錶進行用電管理，並回收高壓空壓機廢熱至鍋爐以提升鍋爐效率，最終透過EMS系統整合吹瓶製程電力資訊與熱能回收資訊，預期可提升瓶裝飲料製程54.7%能源利用率，以及製程資料可視化54.7%，亦可透過能源管理系統減少故障排除時間，進一步提升84.4%製程產品效率，整體汰舊換新工程預計於114年12月完工啟用。

● 能源管理數位化

完成全廠重大性能耗鑑別，各項節電計畫，規劃114年能源管理系統(EMS)數位轉型發展路徑，透過數位平台的建置，114年可達成：

1. 中壢廠區佈建 138+ 個電力與 89+ 個流量感測器，收集 OT 層 24 小時能耗軌跡。
2. 透過 138 個電力迴路的能耗排名，鑑別出中壢廠總能耗佔比在 80% 以上的重大能源使用設備。
3. 監測廠區多項能源績效指標 (EnPI) 如功率因數、儲冰與空壓群組、各區總用電量等，即時監控以建立能源基線 (EnB) 作為用電基準。
4. 提供中壢廠區 6 條產線每月每噸產品用電量的能源績效指標。
5. 可透過電腦、手機或平板，隨時隨地跨裝置進行監控與管理。



● 營銷面

● 智販機互動服務 - 黑松 AI 心聲幻獸

《黑松AI心聲幻獸》延續智販機1.0《黑松動物擂台》基礎，進化為智販機2.0，顛覆傳統「只販售商品」的自動販賣機形象，轉型為提供互動服務的智能設備，持續透過數位轉型與創新行銷接觸年輕世代，並結合電子發票功能，省去保存紙本的困擾。

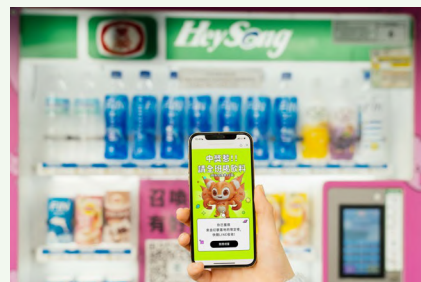
這次鎖定Z世代大學生，以「情緒抒發」為互動機制，透過聲紋與AI演算，讓學生在校園內智販機掃碼後，除了享用飲料，更能與專屬幻獸互動；隨著與幻獸對話次數增加，幻獸外型不斷進化，創造高度個人化與陪伴感。

遊戲融合Beacon、AR圖像生成等技術，成功營造個人化體驗與線上線下整合(Online Merge Offline, OMO)情境，將販賣機從單純的「販售點」升級為「互動體驗點」。讓黑松突破傳統，走進年輕族群內心，展現黑松品牌年輕化與OMO整合的卓越實力，同時兼顧無紙化的環保需求與數位便利的現代消費體驗。



獎項：

- 4A 創意獎 最佳媒體創新運用 銀獎
- LINE Biz-Solutions Awards 2024
最佳OMO行銷獎
- 數位奇點獎 最佳 AI 創意行銷獎 金獎



● 智販機提升營運效益

為提升消費者的消費體驗，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。

113年為培養消費者在販賣機上長期消費的習慣，推出「販賣機集章趣活動」，透過LINE OA讓消費者綁定自己的發票載具條碼，每次消費只要使用綁定之發票載具取得雲端發票，將可以持續累積點數，當累點達成設定目標後，將派發「產品優惠券」讓消費者使用，有別於二件購單次就要消費兩件產品的要求，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以提升智販機營運效益。

目前聯網機種占比接近兩成，系統廠商已來到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，總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各家販賣機資訊，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。

未來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。



附錄

GRI 內容索引表

永續會計準則 SASB 非酒精飲料揭露指標

TCFD 氣候相關資訊及指標對照表

資料重編

會計師有限確信報告



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	19-20	2.1組織概況
	2-2 組織永續報導中包含的實體	7	1.1報告書基本資料
	2-3 報導期間、頻率及聯絡人	7	1.1報告書基本資料
	2-4 資訊重編	-	無
	2-5 外部保證/確信	7 44 128	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	21-25	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	67-70	5.1員工發展與照顧
	2-8 非員工的工作者	70	5.1員工發展與照顧
	3. 治理		
	2-9 治理結構及組成	26-27	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	26-27	2.2治理單位及薪酬政策
	2-11 最高治理單位的主席	26-27	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	31-32 44-45	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	11 31-32	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	11	1.4永續管理
	2-15 利益衝突	27	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； -113年具控制力股東的存在之情形，請參閱本公司113年度個體財務報告書第63頁主要股東資訊。 -本公司未統計利害關係群體及其關係、交易和未清餘額。
	2-16 溝通關鍵重大事件	11 31-32	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	27	2.2治理單位及薪酬政策
	2-18 最高治理單位的績效評估	28	2.2治理單位及薪酬政策
	2-19 薪酬政策	28	2.2治理單位及薪酬政策
	2-20 薪酬決定流程	28	2.2治理單位及薪酬政策
	2-21 年度總薪酬比率	73	5.1員工發展與照顧

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			
	4. 策略、政策與實務			
	2-22	永續發展策略的聲明	8-9 14-17	1.2董事長的話 1.4永續管理
	2-23	政策承諾	12、14-17 26、30、31-32 33 67	1.4.永續管理 2.2.治理單位及薪酬政策 2.3政策承諾與申訴機制 5.1.員工發展與照顧
	2-24	納入政策承諾	12、14-17 26、30、31-32 33 67	1.4.永續管理 2.2.治理單位及薪酬政策 2.3政策承諾與申訴機制 5.1.員工發展與照顧
	2-25	補救負面衝擊的程序	44-46	3.2利害關係人溝通
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	33 61-62	2.3政策承諾與申訴機制 4.2.供應商管理
	2-27	法規遵循	33-34	2.4法規遵循
	2-28	公協會的會員資格	25	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	38 44-46	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	-	113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 3：重大主題 2021				
GRI 3： 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	36-39	3.1衝擊鑑別評估及重大議題確認
	3-2	重大主題列表	40-43	3.1衝擊鑑別評估及重大議題確認
	3-3	重大主題管理	40-43	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	20-21	2.1組織概況
	201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	74	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	67	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	87-96	5.2社會公益
GRI 204 採購實務 2016	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	62	4.2供應商管理
GRI 302 能源 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	105-106	6.2物料與能源管理
	302-3	能源密集度	106	6.2物料與能源管理
	302-4	減少能源消耗	14-15 107	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	108-109	6.3水資源管理
	303-2	與排水相關衝擊的管理	108-109	6.3水資源管理
	303-3	取水量	109	6.3水資源管理
	303-5	耗水量	109	6.3水資源管理



GRI準則	揭露項目		頁碼	對應章節及備註說明
主題準則				
GRI 305 排放 2016	305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	103	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	103	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	103	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	103	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	107	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	109-111	6.4廢棄物
	306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	109-111	6.4廢棄物
	306-3	廢棄物的產生	111	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	61-62	4.2供應商管理
GRI 401 勞雇 關係2016	401-1	新進員工和離職員工	71	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	73-75	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	80-81	5.1員工發展與照顧
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	81-82	5.1員工發展與照顧
	403-3	職業健康服務	85-86	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	80-81	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	82、84	5.1員工發展與照顧
	403-6	工作者健康促進	85-86	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	83	5.1員工發展與照顧
	403-9	職業傷害	83-84	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	79	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	80	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	27 67-70	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	62	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	49-50	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	34	2.4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113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	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	50	4.1顧客的健康與安全

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4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方面進行之評估與改進及所影響之主要產品類別與百分比。	54-56	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113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。
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。	62-63	4.2供應商管理
四	經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。	50	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。	57-60	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。	60-61	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。	52-54	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	14-15 106 123	1.4.4 永續發展目標與執行進度 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	108 123	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	-	飲料(自產自銷)：1.65億升 飲料(委外代工自銷)：0.34億升 飲料(代工代銷)：0.29億升 飲料(僅代工)：0.02億升 酒類(代理及經銷)：0.07億升 保健品(委外代工自銷)：9.34公噸 生產設施場所包含中壢廠與斗六廠(共兩廠) 說明：113年保健品售出重量統計基礎調整為淨重(不含包材)

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113年年報第74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113年年報第74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113年年報第75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113年年報第75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。	請參閱本公司113年年報第75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113年年報第75-76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113年年報第76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113年年報第76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113年年報第76-77頁。



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	車隊的燃料消耗(GJ)與再生能源使用比率(%)	量化	GJ 百分比(%)	總公司、中壢廠、斗六廠共561 GJ，可再生燃料使用比率為0%。
能源管理	FB-NB-130a.1	(1)營運的能源消耗(GJ)	量化	GJ	總公司、中壢廠、斗六廠共計260,329GJ。 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。
		(2)來自電網的電力使用百分比(%)	量化	百分比(%)	總公司、中壢廠、斗六廠共計40%。
		(3)再生能源使用比率(%)	量化	百分比(%)	總公司、中壢廠、斗六廠再生能源使用比率1%。
水管理	FB-NB-140a.1	(1)總取水量	量化	千立方公尺 (1,000m ³)	765千立方公尺 (36%地下水；64%自來水)。 說明： 1. 總公司：2千立方公尺(100%自來水)。 2. 中壢廠：739千立方公尺(34%地下水；66%自來水)。 3. 斗六廠：斗六廠：24千立方公尺(100%地下水)。
		(2)總用水量，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。
	FB-NB-140a.2	描述水管理風險，並且討論減輕這些風險的策略和實踐方式	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： 1. 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。 2. 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	(1)零卡及低卡產品收入	量化	報導貨幣	181,014萬元。
		(2)無添加糖產品收入	量化	報導貨幣	51,052萬元。
		(3)添加人工代糖產品收入	量化	報導貨幣	41,710萬元。

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： 1. 針對特定碳酸品類訂定減糖目標。 2. 持續開發零卡、低卡類之低熱量產品。 3. 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。 4. 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%。
		(1)廣告曝光對象為兒童(12歲(含)以下)的百分比	量化	百分比(%)	0%。
	FB-NB-270a.2	(2)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%。
		(1)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。
	FB-NB-270a.3	(2)標示非基因改造產品收入	量化	報導貨幣	0件。
		違反產品標示或行銷法規的事件數	量化	數字	0元。
包裝生命週期管理	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件。
		(1)包材總重量	量化	公噸(t)	兩廠使用包材總重量13,283公噸。
		(2)由回收材料或再生材料製成的百分比	量化	百分比(%)	26.09%。
	FB-NB-410a.1	(3)可回收、可再利用或可用作堆肥的百分比	量化	百分比(%)	97.5%。



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
包裝生命週期管理	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、伸縮模、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。
原物料供應鏈對環境和社會的影響	FB-NB-430a.1	供應商的社會和環境責任審計 (1) 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。每年皆對供應商進行實地評鑑，113年進行評核之供應商100%符合社會和環境責任規範。
		(2) 相關矯正措施比率 I. 重大不合格的相關矯正措施比率 II. 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	每年皆針對供應商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)：1.65億升 飲料(委外代工自銷)：0.34億升 飲料(代工代銷)：0.29億升 飲料(僅代工)：0.02億升 酒類(代理及經銷)：0.07億升 保健品(委外代工自銷)：9.34公噸 說明：113年保健品售出重量統計基礎調整為淨重(不含包材)
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198,741公里。

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	98	6.1氣候變遷因應與溫室氣體管理 請參閱本公司113年年報第74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	98	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。	99-101	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。	99-101	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)。	-	黑松後續將評估執行不同氣候情境的彈性策略，納入氣候變遷管理之程序。
風險管理	a	描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。	102	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。	102	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。	102	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。	102	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。	102-103	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。	99-101	6.1氣候變遷因應與溫室氣體管理



資料重編

112年度永續報告書		原內容	重編內容與說明
對應章節	頁碼		
4.2.1.供應商評鑑查核	55	112年實地評鑑總家數：113家	112年實地評鑑總家數：111家 說明：資料勘誤。
4.2.1.供應商評鑑查核	55	占比計算方式：評鑑家數/該類別全部供應商家數。 112年實地評鑑占比：66%。	占比計算方式：評鑑家數/該類別當年度應評鑑的全部供應商家數。 112年實地評鑑占比：89%。 說明：計算方式更新，以便永續績效的分析管理。
6.2.2.能源	98-99	用電量總公司201,760度 用電量中壢廠29,312,811度 用電量斗六廠457,300度 用電量小計29,971,871度 用電量小計107,899GJ 用天然氣量中壢廠4,470,039度 用天然氣量斗六廠53,488度 用天然氣量小計4,523,527度 用天然氣量小計169,491 GJ 用柴油量小計53 GJ 用汽油量總公司19,825公升 用汽油量中壢廠712公升 用汽油量斗六廠563公升 用汽油量小計21,100公升 用汽油量小計689 GJ 非再生能源消耗量總計278,132 GJ	用電量總公司202,363度 用電量中壢廠29,135,342度 用電量斗六廠433,949度 用電量小計29,771,654度 用電量小計107,178 GJ 用天然氣量中壢廠4,469,101度 用天然氣量斗六廠53,487度 用天然氣量小計4,522,588度 用天然氣量小計153,057 GJ 用柴油量小計54 GJ 用汽油量總公司19,593公升 用汽油量中壢廠892公升 用汽油量斗六廠585公升 用汽油量小計21,070公升 用汽油量小計671 GJ 非再生能源消耗量總計260,961 GJ 說明：統計方式更新，調整為與溫室氣體盤查作業一致。例如扣除基金會用油，扣除松佳、基地台與松泰用電，以及係數調整為 $1 \text{ kcal} = 4.1868 \times 10^{-6} \text{ GJ}$ 。
6.2.2.能源	98-99	太陽光發電系統斗六廠724,035度 太陽光發電系統斗六廠2,607 GJ	太陽光發電系統中壢廠115,989度 太陽光發電系統中壢廠418 GJ 太陽光發電系統斗六廠608,046度 太陽光發電系統斗六廠2,189 GJ 說明：計算方式更新為 斗六廠太陽能用電量 = 太陽能發電量 – 轉供至中壢廠之用電量

會計師有限確信報告

Deloitte.

勤業眾信

勤業眾信聯合會計師事務所
110421 台北市信義區松仁路100號20樓

Deloitte & Touche
20F, Taipei Nan Shan Plaza
No. 100, Songren Rd.,
Xinyi Dist., Taipei 110421, Taiwan

Tel +886 (2) 2725-9988
Fax +886 (2) 4021-6888
www.dtc08080.com.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 113 年度永續報告書，業經本會計師針對黑松股份有限公司所選定之績效指標執行確信程序竣事，並出具有限確信報告。

確信標的資訊與適用基準

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

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」、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標的資訊，且維持與標的資訊編製有關之必要內部控制，以確保標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師之責任係依照確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」規劃及執行有限確信案件，基於所執行之程序與所獲取之證據，對標的資訊（詳附件）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。

- 1 -

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

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

先天限制

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

獨立性及品質管理規範

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

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

確信結論

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

- 2 -

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，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

勤業眾信聯合會計師事務所

會計師 謝明忠

謝明忠



中華民國 114 年 8 月 11 日

- 3 -

附件

確信項目彙總表

編號	標的資訊	對應章節	適用基準	作業辦法第4條揭露指標
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，請相關職處主管、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，113 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，113 年專責部門-食品安全分析部共立案 32 件食安訊息通報並追蹤執行結果。	4.1 顧客的健康與安全	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之所影響之主要產品與服務類別與百分比	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
1.	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計畫，每年召開 2 次會議確認執行成果與改善事項擬定。			
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 -



編號	標的	資訊	對應章節	適用基準	作業辦法第4條 產業別永續 揭露指標																														
		(4) 供應商（原料、代工產品）評鑑及檢討改進措施。 (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) 內外部位風險與機會會議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) 所需提供之資源。 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，113 年全公司合計受訓 56 小時、935 人次。 <table><tr><th colspan="4">113 年</th></tr><tr><th></th><th>小</th><th>時</th><th>人</th><th>次</th></tr><tr><td>總公司</td><td>8</td><td></td><td></td><td>376</td></tr><tr><td>中壢廠</td><td>34</td><td></td><td></td><td>421</td></tr><tr><td>斗六廠</td><td>14</td><td></td><td></td><td>138</td></tr><tr><td>總計</td><td>56</td><td></td><td></td><td>935</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：113 年 9 張。 說明：113 年食品技師證照分布：台北 2 張、中壢 6 張、斗六 1 張。	113 年					小	時	人	次	總公司	8			376	中壢廠	34			421	斗六廠	14			138	總計	56			935				
113 年																																			
	小	時	人	次																															
總公司	8			376																															
中壢廠	34			421																															
斗六廠	14			138																															
總計	56			935																															

- 5 -

編號	標的	資訊	對應章節	適用基準	作業辦法第4條 產業別永續 揭露指標
	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並表相關性與因應改善對策擬定並追蹤改善結果，維護會安制度適法性與強化食品安全急客事件風險預防。 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銷消費者，除了專注於原料料的安全監測，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。備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、原料、文火消毒預防害蟲、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%。				
2	截至 113 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形。	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形。	2.4 法規遵循	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形。	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」第一條附表一之一編號二

- 6 -

編號	的	資	訊	對 應 章 節	適 用 基 準	作業辦法第4條 產業別永續 揭露指標
3	1. FSC 紙盒包裝（康美包）採購金額佔比	項 目 113 年	4.2 供應商管理	採購符合國際認可之產品責任標準者佔整體採購之百分比，並依標準區分	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」第一條附表一之一編號三	
	康美包佔比	100%				
	利樂包佔比 ^註	-				
註：本公司 112 年起已不再使用利樂公司的利樂包材料（Tetra Rex）。						
4	2. PEFC 及 FSC 認證之紙材採購金額佔比	項 目 113 年	4.1 顧客的健康與安全	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	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」第一條附表一之一編號四	
	PEFC 認證之辦公用紙	99.5%				
	FSC 認證之衛生用紙	81.1%				
5	1. 供應商實地評鑑	項 目 113 年	4.2 供應商管理	對供應商進行稽核之次數及百分比，稽核項目及結果	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」第一條附表一之一編號五	
	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方面。					
	●實地評鑑家數與佔比					
		項 目 113 年				
		該類別供應商全部家數	109			
		當年不必評鑑之供應商家數 ^{註1}	40			
		當年應評鑑之供應商家數	69			
		評鑑家數	63 ^{註2}			
		佔 比	91%			
註1：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而第一次的評鑑頻率。						
註2：其中一間包材供應商係以專案方式進行評鑑。						

- 7 -

編號	標的	資訊	供應商	適用基準	作業辦法第4條 產業別永續 揭露指標																																																																		
	●實地評鑑結果 <table><tr><th>項目</th><th>評次</th><th>內容物</th><th>包材</th><th>委外代工</th></tr><tr><th>項目</th><th>評鑑(家數)</th><th>(家數)</th><th>(家數)</th><th>(家數)</th></tr><tr><td>優良</td><td>1</td><td>22</td><td>20</td><td>2</td></tr><tr><td>合格</td><td>2</td><td>8</td><td>6</td><td>-</td></tr><tr><td>加強輔導</td><td>-</td><td>-</td><td>1</td><td>-</td></tr><tr><td>不合格</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr></table> 2. 供應商季評鑑 ●評鑑項目 <table><tr><th>評鑑類別</th><th>內容物</th><th>包材</th><th>委外代工</th></tr><tr><td>評鑑項目</td><td>(1)退貨稽核次數 (2)異常客訴 (3)交期 (4)包裝及標示 (5)價格合理性 (6)交貨配合度 (7)溝通協調度 (8)品質異常發生次數 (9)品質抱怨改善效率</td><td>(1)退貨稽核次數 (2)異常客訴 (3)交期 (4)包裝及標示 (5)價格合理性 (6)交貨配合度 (7)溝通協調度</td><td>(1)退貨稽核次數 (2)異常客訴 (3)交期 (4)包裝及標示 (5)價格合理性 (6)交貨配合度 (7)溝通協調度</td></tr></table> ●季評鑑家數與佔比 <table><tr><th>供應商類別</th><th>家數／佔比</th><th>113年</th></tr><tr><td>內容物</td><td>評鑑家數 佔比</td><td>74 100%</td></tr><tr><td>包材</td><td>評鑑家數 佔比</td><td>28 100%</td></tr><tr><td>委外代工</td><td>評鑑家數 佔比</td><td>7 100%</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><th>項目</th><th>(%)</th><th>(%)</th><th>(%)</th></tr><tr><td>A級</td><td>100%</td><td>96%</td><td>96%</td></tr><tr><td>B級(含)以下</td><td>0%</td><td>4%</td><td>4%</td></tr></table>					項目	評次	內容物	包材	委外代工	項目	評鑑(家數)	(家數)	(家數)	(家數)	優良	1	22	20	2	合格	2	8	6	-	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	(1)退貨稽核次數 (2)異常客訴 (3)交期 (4)包裝及標示 (5)價格合理性 (6)交貨配合度 (7)溝通協調度 (8)品質異常發生次數 (9)品質抱怨改善效率	(1)退貨稽核次數 (2)異常客訴 (3)交期 (4)包裝及標示 (5)價格合理性 (6)交貨配合度 (7)溝通協調度	(1)退貨稽核次數 (2)異常客訴 (3)交期 (4)包裝及標示 (5)價格合理性 (6)交貨配合度 (7)溝通協調度	供應商類別	家數／佔比	113年	內容物	評鑑家數 佔比	74 100%	包材	評鑑家數 佔比	28 100%	委外代工	評鑑家數 佔比	7 100%	項目	內容物	包材	委外代工	項目	(%)	(%)	(%)	A級	100%	96%	96%	B級(含)以下	0%	4%	4%
項目	評次	內容物	包材	委外代工																																																																			
項目	評鑑(家數)	(家數)	(家數)	(家數)																																																																			
優良	1	22	20	2																																																																			
合格	2	8	6	-																																																																			
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	(1)退貨稽核次數 (2)異常客訴 (3)交期 (4)包裝及標示 (5)價格合理性 (6)交貨配合度 (7)溝通協調度 (8)品質異常發生次數 (9)品質抱怨改善效率	(1)退貨稽核次數 (2)異常客訴 (3)交期 (4)包裝及標示 (5)價格合理性 (6)交貨配合度 (7)溝通協調度	(1)退貨稽核次數 (2)異常客訴 (3)交期 (4)包裝及標示 (5)價格合理性 (6)交貨配合度 (7)溝通協調度																																																																				
供應商類別	家數／佔比	113年																																																																					
內容物	評鑑家數 佔比	74 100%																																																																					
包材	評鑑家數 佔比	28 100%																																																																					
委外代工	評鑑家數 佔比	7 100%																																																																					
項目	內容物	包材	委外代工																																																																				
項目	(%)	(%)	(%)																																																																				
A級	100%	96%	96%																																																																				
B級(含)以下	0%	4%	4%																																																																				
6	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>113年</th></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>100%</td></tr></table> 法令規範：飲料產品 100% 自願追蹤：酒類產品 100%	類別	113年	飲料產品	100%	保健產品	100%	酒類產品	100%	總計	100%	4.2 供應商管理	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品佔所有產品之百分比	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」第一條附表一																																																									
類別	113年																																																																						
飲料產品	100%																																																																						
保健產品	100%																																																																						
酒類產品	100%																																																																						
總計	100%																																																																						

- 8 -

編號	的	頁	對 應 參 數	適 用 基 準	作業辦法第4條 產業別水污 染防治法																		
1.	本公司於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。	41	顧客的健康與安全	依法規要求或自願設定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	臺灣證券交易所上市公司編製申報永續報告書作業辦法(第四條附表一之一)編七																		
2.	某食品安全實驗室 113 年可檢測項目包含化學領域 534 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。 ● 113 年有效認證項目																						
	<table><tr><th>TAF</th><th>TFDA</th></tr><tr><td>實驗室認證項目 ● 飲料重金屬（鉻、鉛、銅、鎘、鎳） ● 微生物 3 項：生菌數、大腸桿菌群、微菌及酵母菌數 ● 三聚氰胺 ● 雙酚 A ● 咖啡因 ● 塑化劑毒素 A ● 重金屬以 (鈉) 計 ● 酒類 6 項：重金屬鉛、防腐劑、乙醇、甲醇、二氧化硫、黃素素</td><td>實驗室認證 ● 飲料中咖啡因</td></tr></table>	TAF	TFDA	實驗室認證項目 ● 飲料重金屬（鉻、鉛、銅、鎘、鎳） ● 微生物 3 項：生菌數、大腸桿菌群、微菌及酵母菌數 ● 三聚氰胺 ● 雙酚 A ● 咖啡因 ● 塑化劑毒素 A ● 重金屬以 (鈉) 計 ● 酒類 6 項：重金屬鉛、防腐劑、乙醇、甲醇、二氧化硫、黃素素	實驗室認證 ● 飲料中咖啡因																		
TAF	TFDA																						
實驗室認證項目 ● 飲料重金屬（鉻、鉛、銅、鎘、鎳） ● 微生物 3 項：生菌數、大腸桿菌群、微菌及酵母菌數 ● 三聚氰胺 ● 雙酚 A ● 咖啡因 ● 塑化劑毒素 A ● 重金屬以 (鈉) 計 ● 酒類 6 項：重金屬鉛、防腐劑、乙醇、甲醇、二氧化硫、黃素素	實驗室認證 ● 飲料中咖啡因																						
● 實驗室可檢測項目	實驗室將精良化檢能力，增加可檢測項目。截至 113 年我司實驗室可檢測項目有：																						
化學領域 (534 項)	<table><tr><th>領</th><th>域</th><th>測</th><th>項</th><th>分</th><th>類</th></tr><tr><td colspan="6">● 酒類相關項目：14 項 甲醇、乙醇、黃素素、防腐劑 2 項（苯甲酸、己二磺酸）、鉛、二氧化硫、風味成分 7 項（乙酸乙酯、己酸酯、正丙醇、異丁醇、正丁醇、異戊醇、乳酸乙酯）</td></tr><tr><td colspan="6">● 水質相關項目：25 項 重金屬 8 項（鉻、鉛、鎘、銅、鎳、錳、汞、鎳）、微量重金屬 9 項（鉻、鐵、錳、鎳、銅、鎳、銅、鎳、鉍）、巨量金屬元素 4 項（鈣、鉀、鈉、鎂）、磷酸鹽、甲酸、乙酸、丙酸。</td></tr></table>					領	域	測	項	分	類	● 酒類相關項目：14 項 甲醇、乙醇、黃素素、防腐劑 2 項（苯甲酸、己二磺酸）、鉛、二氧化硫、風味成分 7 項（乙酸乙酯、己酸酯、正丙醇、異丁醇、正丁醇、異戊醇、乳酸乙酯）						● 水質相關項目：25 項 重金屬 8 項（鉻、鉛、鎘、銅、鎳、錳、汞、鎳）、微量重金屬 9 項（鉻、鐵、錳、鎳、銅、鎳、銅、鎳、鉍）、巨量金屬元素 4 項（鈣、鉀、鈉、鎂）、磷酸鹽、甲酸、乙酸、丙酸。					
領	域	測	項	分	類																		
● 酒類相關項目：14 項 甲醇、乙醇、黃素素、防腐劑 2 項（苯甲酸、己二磺酸）、鉛、二氧化硫、風味成分 7 項（乙酸乙酯、己酸酯、正丙醇、異丁醇、正丁醇、異戊醇、乳酸乙酯）																							
● 水質相關項目：25 項 重金屬 8 項（鉻、鉛、鎘、銅、鎳、錳、汞、鎳）、微量重金屬 9 項（鉻、鐵、錳、鎳、銅、鎳、銅、鎳、鉍）、巨量金屬元素 4 項（鈣、鉀、鈉、鎂）、磷酸鹽、甲酸、乙酸、丙酸。																							

編號	的	資	說	對應章節	適用基準	作業辦法第4條 產業別水污染 揭露指標
領	域	測	項	分	類	
			●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、錫。 ●食品/飲料/原物料相關成分測項：39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)、包茶葉 8 項 (EGC、EC、EGCG、C、CG、GC、GCC、EGCG)、水分、粗灰分、維生素 C、咖啡因、亞鐵、總鉅黃酮、總多酚、茶酸類、單寧酸、總皂苷 (以 Rb1 計)、γ-胺基丁酸 (GABA)、羧胺酸鈉 (MSG)、β-葡聚糖、飲料中乙醇、杜松素、異杜松素、水溶性膳食纖維。 ●食品/飲料/原物料相關污染物或衛生指標測項：442項 重金屬 7 項 (砷、鉛、鎘、銅、錫、鎳、汞)、重金屬 (以鉛計)、塑化劑 9 項 (DMP、DEP、BBP、DBP、DNOP、DIDP、DIBP、DEHP、DINP)、防霉劑 3 項 (苯甲酸、己二烯酸、對羟基苯甲酸)、農藥殘留 410 項、鼠藥、三聚氰胺、兩磷鹽酸、二氯化硫、糖麴毒素 A、黃麴毒素 4 項 (B1、B2、G1、G2)、黃麴毒素 M1、棉酚毒素、蘇丹色素。			

編號	的	資	針對應章節	適用基準	作業辦法第4條 產業別火燒標 揭露指標
	領域別	●微生物相關測項：10項 (10項) 總生菌數、黴菌及酵母菌數、大腸桿菌、嗜高溫腐敗菌、硫化菌敗菌、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(遮厭法)。			
2.	檢 驗				
(1)	基本檢驗	原物料進廠時先行檢驗，如檢驗結果與管制標準不符合，則通知廠商予以退貨。 (2)進階檢驗：風險物質自主監測 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，113 年共 116 件，如三聚氰胺、糖精鈉素 A、黃麴毒素、黃麴毒素 (M1)、烯雌酚、殘留農藥、原料量金屬等。			
3.	食安實驗室投資金額與佔比	單位：仟元 113 年 實驗室人事成本 6,281 其他支出 4,426 總 計 10,707 營業淨額 8,975,166 實驗室投資金額佔比 0.12%			
8	1. 能源消耗總量：260,890 GJ 2. 外購電力百分比：40.47% 3. 再生能源使用率：1.48%	6.2物料與 能源管 理	消耗能 源、電 力、外 購電力 百分比 、再生 能源使 用率	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」第四條產業別加強揭露永續指標之一編製	

編號	標 的 資 訊	對應章節	適用基準	作業辦法第4條 生產者別水污染 稽查指標
9	單位：百萬公升 (1 千立方公尺水=1百萬公升水) 113 年 別 總公司 生產 產 點 中 環 處 斗 六 廠 取 水 量 地 下 水 第三方的水： 自來水 總取水量 耗 水 量 N/A 401 12	6.3 水資源 管理	總取水量及總 耗水量	臺灣證券交易 所「上市公司 編製與申報 水污染報告書 作業辦法」第 四條附表一 之一—編號九
	1. 售出產品重量 飲料 (自產自銷)：1.65 億升 飲料 (委外代工自銷)：0.34 億升 飲料 (代工代工自銷)：0.29 億升 飲料 (僅代工)：0.02 億升 酒類 (代理及經銷)：0.07 億升 保健品 (委外代工自銷)：9.34 公噸 2. 生產設施場所包含中環處與斗六廠 (共兩廠)。	附錄 上 市 公 司 編 製 與 申 報 水 污 染 報 告 書 作 業 辦 法 第 四 條 第 一 附 表 一	售 出 產 品 重 量、生產設施 場 所 數 量	臺灣證券交易 所「上市公司 編製與申報 水污染報告書 作業辦法」第 四條附表一 之一—編號十
11	新合的使用社會、環境衝擊標準 (永續經營條款) 篩選的比率 113 年 100%	4.2 供應商 管理	GRI 414-1: 2016 使用社 會標準篩選 新供應商	不適用
12	截至 113 年底，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。	2.4 法規遵 循	GRI 416-2: 2016 違反有 關產品與服 務的健康和 安全法規之 事件	不適用
13	截至 113 年底，無發生未達續產品與服務之資訊與標示相關法規的事件。	2.4 法規遵 循	GRI 417-2: 2016 未達續 產品與服務 之資訊與標 示相關法規 的事件	不適用



HeySong





HeySong

