

2020

年度鮮活控股

仁為義

企業社會責任報告書



股票代碼：1256

版權所有：鮮活控股股份有限公司



關於本報告書

報告書期間

本報告書為鮮活控股股份有限公司 (鮮活控股) 所發行之第八本企業社會責任 (Corporate Social Responsibility, CSR) 報告書，所揭露數據及內容以 2020 年度 (2020 年 1 月 1 日至 12 月 31 日) 的資料為主，部分績效數據將會追溯 2020 年前資訊或延伸至 2021 年最近資訊。鮮活控股自 2014 年起，每年發行一本 CSR 報告書。

報告書邊界與範疇

本報告書所揭露資訊以鮮活控股股份有限公司旗下主要營運所在地之鮮活果汁有限公司、鮮活果汁工業 (天津) 有限公司和廣東鮮活果汁生物科技有限公司 (併稱『本公司』) 為主，財務績效等指標則涵蓋整個合併集團。確信項目之邊界與範疇請詳確信項目彙總表之說明。天津、廣東廠尚未完整建立數據統計機制，部分數據僅揭露昆山廠數據，並於報告書中註明。

資料計算基礎

本報告書之各項資訊及統計數據，財務數據係採用經會計師簽證後之公開資訊，以新臺幣為計算單位；其他數據皆來自自行統計與調查的結果，各項統計數據以公制單位表示。

參考指南

本報告書參照全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 於 2016 年頒布之 GRI 準則 (GRI Standards) 進行鑑別、執行與揭露本公司履行 CSR 的相關資料，並依循核心揭露選項進行報告書編製。報告書後包含 GRI 指標索引，以供快速檢索及查詢。

報告書確信

本報告書係委任勤業眾信聯合會計師事務所 (Deloitte) 按照中華民國會計研究發展基金會發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」執行有限確信，確信報告附於本報告書附錄。

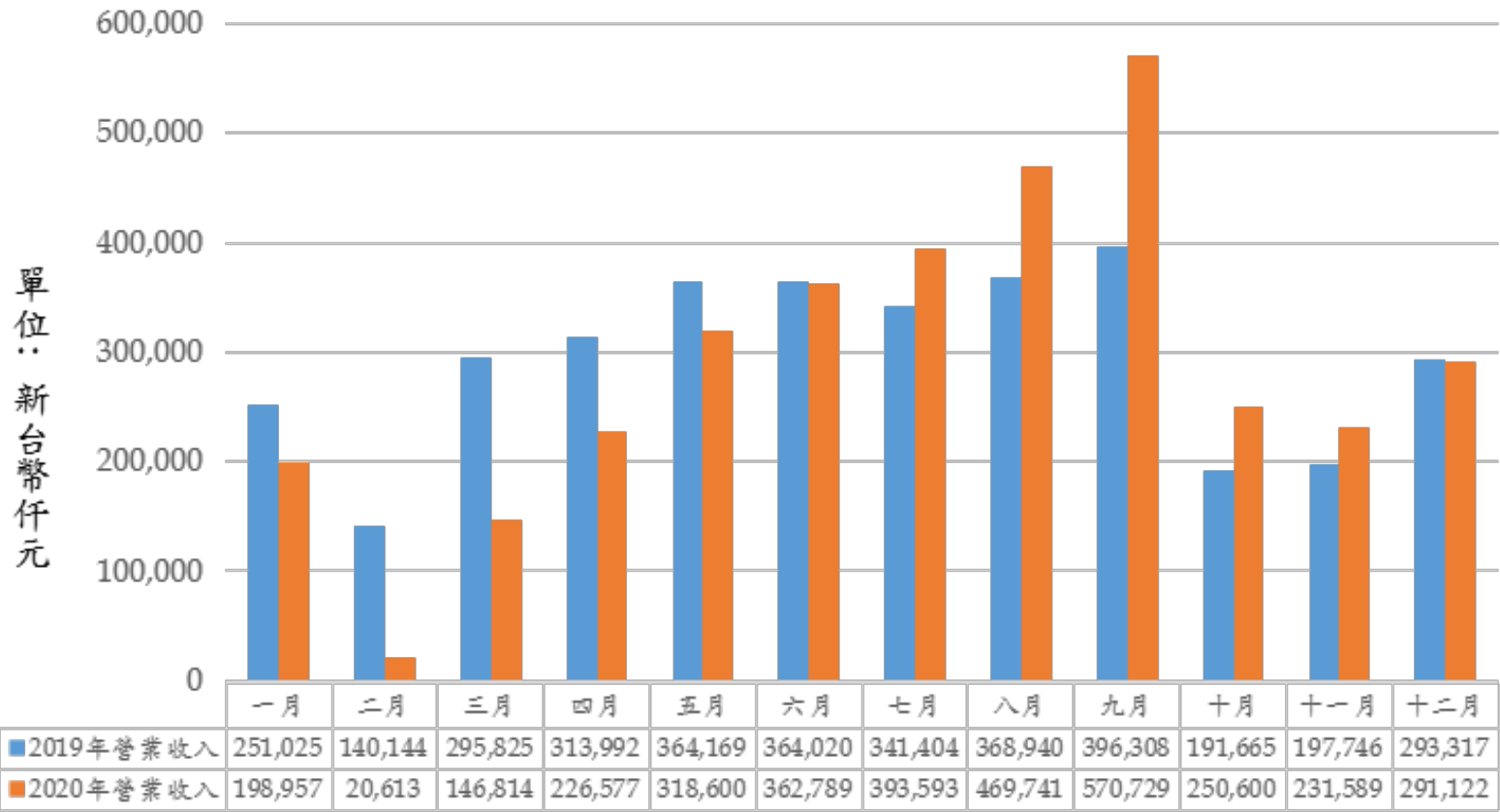
聯絡單位

鮮活控股股份有限公司 總經理室 企業社會責任小組

地址：中國江蘇省昆山市張浦鎮俱進路 10 號
郵編：215321
電話：86-512-5751-5501
傳真：86-512-5751-5503
E-mail: CSR@sunjuice.com.cn
網站: www.myfreshjuice.com



沒有團隊就沒有今天，我很感謝我們這 22 年來所建立的團隊，尤其是家人，從過去一直和太太在這裡生活讓孩子在這裡長大。疫情下，只有在現場才會理解危機下應該做什麼事。所以我們重新盤點手上的資金、人力資源……，整個團隊都緊跟著公司在第一現場，並在疫情下捕捉到轉機，業績由 0 慢慢恢復，甚至連續三次突破歷史記錄。直到今天我還是在公司和工廠裡面跟著大家，這樣的團隊是我永遠感恩的。



在 2020 年 2 月時我們和所有的企業一樣，都是在黑暗當中。所有的企業在營運中止的時刻，必須先盤點現金流，沒有營收時，現金可以維持多久，要先練“龜息大法”。我們看到我們的資金流很可能會斷鏈，因此跟供應商聯絡，希望對我們能夠展延，非常的意外也非常的高興他們全部都同意。針對疫情影響的 3 個月，感謝供應商克服各種困難，積極協調貨源，在貨源緊張、成本上漲的情況下，依然按照合同價格履約，在市場變化價格下行時，配合取消合同量。經過兩個月以後我們看到整個的方向都已經確定清楚，所以針對展延部份展開提前付款。我們能夠有今天，歸功於上游對我們的支持，同時也非常感謝客戶對鮮活的支持。大家在特殊時期選擇與鮮活並肩前行，是鮮活最大的助力。所以在餐飲業普遍面對寒冬的時候，我們順利的走過 2020 年。

我們在 2020 年有較好的業績表現，最主要是在於客戶新品的誕生。

疫情下催化、加速了很多新行業、新產品的誕生，鮮活就是在疫情催化下讓產品快速的擴張。疫情加速了產品的反覆運算更新，老的產品急速下挫，新的產品只要你抓的是對的，就會急速的增長。

應對市場的需求，我們提出了一個有爆發力的產品——口感顆粒。在疫情下，我們把口感顆粒應用到整個新茶飲裡面，幾乎每一家的水果茶都使用這樣的產品，珍珠奶茶、甜品也會導入並進行客制跟專屬，讓它變成擁有多樣化口味、色澤的口感顆粒，而客戶需要的這些特殊處能夠讓我們為客戶植入 DNA，這樣的好產品能夠讓他們的产品加分、溢價、拉動，客戶很喜歡這樣的服務，也就給了我們一個機會。所以我們在疫情下會有一個比較好的獲利，它的爆發點和這件事是關聯的。

在疫情下，我們研發的整體量不比 2019 年少，反而有更多的客戶更急切的想讓研發和這些產品變成他們的一部分，就必須要讓研發的流程、配方、制程、訂單、交貨系統化。我們進行 ERP 的升級，導入 SAP。因此，像鮮活這樣的中型公司，我們在疫情下就獲得比較好的市場商機：提供他們急切需求的產品。我們能夠做訂單的轉移、廠與廠之間互相支援，能夠讓客戶的訂單 – 不管是在南方還是在北方都得到滿足，這是我們在 ERP 裡面形成的非常好的效應。從 ERP 中建構和自動倉儲的稼動形成自動化系統，所以整個自動倉儲的周轉率和利用率能夠大幅度的提升。這樣，鮮活就能夠縮短從接單到交貨的時間，精准的提升產品的品質和交期。所以我們非常專注整個市場的快速變化，希望我們能快速反應、縮短交期、加快新產品的推出。2020 年鮮活在獲利上拿到了一個很好的成績，成長也比 2019 年更好，也因為鮮活跟緊客戶的方向，我們過去這 22 年來的努力也獲得展現。

“兩岸青山相對出，長帆一片日邊來”

今天的新茶飲已經多元化，我們會看到喜茶是以水果茶的形式、奈雪結合烘焙麵包形成新的餐飲休閒模式、蜜雪冰城從專注於三線以下的城市，發展成超過一萬家店、書亦以燒仙草的形式變成茶飲的多元化、也會看到星巴克在賣水果茶、coco 都可在賣咖啡、海底撈賣奶茶……慢慢形成珍珠奶茶、水果茶、咖啡和餐食結合的這種餐加飲的模式。我們在 2021 年會看到許多優秀的新茶飲公司直接掛牌上市，這些更豐富的需求都有賴於像鮮活這樣的企業能夠為他們提供更多元、更豐富的產品，然後配合服務進一步改善這些品牌的整體流程。所以今天的新茶飲已經超過一千億人民幣的產值。鮮活建立在厚實的新茶飲基礎上，整個體量已經完全超出我們的期望值。

目前，要從永續的角度重新對上市公司進行規範，ESG 更加符合長期需要。從今年的永續經營作為來看，我們想發展建立一個行業白皮書——讓新茶飲形成供應鏈，整合行業讓所有供應鏈往永續經營的角度發展。這個白皮書也是一種倡議，響應國家政策和全球環保概念，進一步倡議減少塑膠包裝造成的環保問題。從包裝一直到原料形成一個大的循環供應鏈，比如如何讓水果和果農形成一定的循環，如何讓最後端的消費者能夠清晰的辨識。所以，白皮書會對原物料做比較多的論述，包含包材、水、糖、奶、茶、口感顆粒、水果 7 個概念，這 7 個概念涵蓋從農業項目到工業製造、品牌、到每個消費者形成大循環。我們主張用植物基的概念倡導人們健康的飲用茶飲，例如植物基的奶類、蛋白質類的東西。中國市場還在不斷成長，我們會義不容辭的率先投入到這件事，長期推動這方面的倡議，結合許多的上市公司、社會中的頂尖企業來做這些事，每年完成一份有分量的白皮書。

做這些事並不是臨時起意，新茶飲在中國已經慢慢形成豐富的業態，這樣的賽道會吸引非常多的投資人、吸引非常多的企業掛牌進行上市規劃，也會有很多從業人員變成裡面的中堅分子。中國大約有四分之一的人口是茶飲嗜好者。過去沒有新茶飲，我們大部分是從超市購買飲料，易開罐、寶特瓶、利樂包等飲料包裝充斥在我們身邊，所以我們談到長期包裝循環就會有壓力。新茶飲也會有這樣的包裝物，從內容物一直到包裝物我們都會共同做一些推動，讓全球永續經營循環，變成中國市場最時髦的新茶飲。今天我所倡議和表達的這些，我想鮮活未來會往這方面來做。

在這樣的一片沃土，有許多事物在等待著我們，讓更好的東西、更好的產品、更好的服務變成行業的一部分。放眼未來，我們深信鮮活會交出更好的成績。在此，感謝股東對我們的支持和愛護，鮮活會繼續努力拿出更好的成績，讓更多的好產品源源不斷的應運而生，改變目前外面街邊店的生態，讓人們的生活更健康、有更美好的明天。謝謝各位股東的愛護！

鮮活創辦人 黃國晃



目錄

CONTENTS

01

01 | 關於鮮活

- 公司規模與背景
- 經營策略與風險管理
- 公司治理
- 利害關係人溝通與重大議題

02

02 | 活力職場

- 落實員工關懷
- 人才培訓與升遷獎勵
- 勞工安全衛生
- 促進勞資和諧

03

03 | 深耕社會

- 基地農場創造鮮活與社區雙贏
- 社區互助與關懷救助
- 外部參與行業協會活動

04

04 | 安心產品

- 系統性的安全評估
- 負責任的供應鏈
- 品質持續進化

05

05 | 客戶互動

- 客製化服務與關係培養
- 客戶滿意度

06

06 | 永續環境

- 永續環境政策
- 能資源管理
- 污泥防治與排放

07

07 | 附錄

- 指標索引
- 會計師有限確信報告

營業收入淨額

34.80 億元 ↑ 3.52%

營業收入淨額達新臺幣 34.80 億元，人民幣淨額較 2019 年度增加 3.52%。

呆帳比率

0%

呆帳比率趨近於 0

稅後淨利

7.77 億元 ↑ 41.79%

稅後淨利達新臺幣 7.77 億元，較 2019 年度增加 41.79%。



壹・關於鮮活

全員品質、安全第一、美味創新、客戶滿意

1.1 公司規模與背景

1.1.1 公司簡介

鮮活控股股份有限公司係於 2010 年 1 月 12 日設立於開曼群島，為第一上市之主體，而本公司主要營運據點係位於中國大陸之鮮活果汁有限公司、鮮活果汁工業（天津）有限公司及廣東鮮活果汁生物科技有限公司。公司總部為鮮活果汁有限公司，位於江蘇省昆山市張浦鎮俱進路 10 號。

本公司為一多元化果汁飲品原料供應商，主要產品包含有濃縮果汁、果粉及果粒等果汁飲品調製材料，主要係用以作為各式果汁飲品之基底及口感食材。產品銷售範圍自各式連鎖餐飲業至食品加工廠，並同時透過地區經銷商作為通路的方式，將產品推廣至中國大陸各地區。另本公司藉由引進全球各產區優質果汁原漿及水果物料，以嚴謹之製程、多年開發之技術、先進殺菌系統及潔淨冷灌裝加工生產，提供客戶安全及多樣化之產品選擇，作為餐飲業及外賣飲料店調配果汁飲品之材料，或食品工廠用於生產水果風味食品使用之添加原料。



昆山廠（2011 年 3 月開始營運）



天津廠（2015 年 1 月開始營運）



廣東廠（2015 年 6 月開始營運）

公司名稱	鮮活控股股份有限公司
公司及營運地	鮮活果汁有限公司 設立日期：西元 2009 年 9 月；江蘇省昆山市
	鮮活果汁工業（天津）有限公司 設立日期：西元 2014 年 5 月；天津市
	廣東鮮活果汁生物科技有限公司 設立日期：西元 2014 年 10 月；廣東省肇慶市

主要營運項目

果汁、果粒、果粉類等產品之生產與銷售

集團年度銷量

69,392 公噸

成立日期

2010/1/12

董事長

黃國晃

實收資本額

新臺幣 338,422 仟元

集團員工總數

861 人（截至 2020.12.31）



1.1.2 重要里程碑 與榮譽記事

2012 年 09 月
本公司正式於證券櫃檯買賣中心掛牌上櫃

2014 年 05 月
於天津市成立
鮮活果汁工業（天津）有限公司

2014 年 10 月
於廣東省成立
廣東鮮活果汁生物科技有限公司

2016 年 03 月
本公司正式於臺灣證券交易所上櫃轉上市掛牌

2017 年 04 月
於江蘇省昆山市成立
蘇州鮮南食品有限公司

2018 年 12 月
「鮮活果汁工業（昆山）有限公司」
更名為「鮮活果汁有限公司」

2019 年 11 月
協辦「中國飲料工業協會新零售飲品分會」成立大會

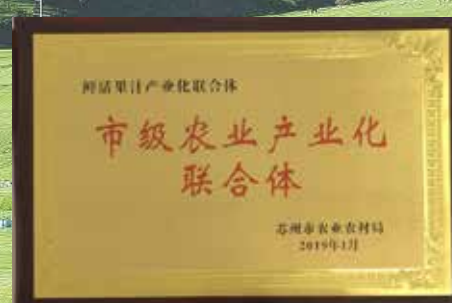
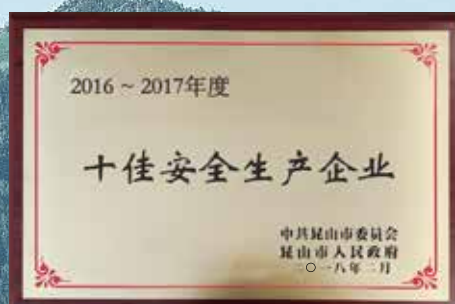
1998 年 02 月
於江蘇省昆山市成立
鮮活實業（昆山）食品工業有限公司

2010 年 05 月
提供世博會園區多家餐飲企業
特製飲料產品

2010 年 12 月
與昆山市張浦鎮姜杭村經濟合作社於張浦鎮合資成立昆山姜杭生態農業科技開發有限公司

2011 年 03 月
正式遷廠至江蘇省
昆山市張浦鎮俱進路

1.1.2 榮譽與證書



2020 年 12 月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「昆台融合發展 30 年高質量發展突出貢獻獎」

2020 年 03 月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「2019 年度十大納稅企業」

2020 年 03 月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「2019 年度十大台資企業」

2020 年 03 月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「十佳和諧勞動關係企業」

2019 年 09 月，鮮活果汁（昆山）榮獲蘇州市「勞動關係和諧企業」

2019 年 08 月，連續五年榮獲臺灣天下雜誌「CSR 企業公民獎 - 小巨人」獎

2019 年 01 月，鮮活果汁（昆山）被評定為蘇州市「市級農業產業化聯合體」

2019 年 01 月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「十佳成長型台資企業」

2018 年 02 月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「十佳安全生產企業」

2017 年 09 月，鮮活果汁（昆山）被評定為江蘇省「農業產業化省級重點龍頭企業」

2017 年 08 月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「勞動關係和諧企業」

2017 年 07 月，鮮活果汁（昆山）取得 HACCP 體系認證

2017 年 07 月，鮮活果汁（昆山）取得 ISO9001 質量管理體系認證

2017 年 01 月，鮮活果汁（昆山）榮獲「江蘇省信用管理示範企業證書」



1.1.3 鮮活產品

本公司一直關注餐飲市場的潮流趨勢與飲料行業的蓬勃發展，持續不斷研發新品，為客戶提供量身定做的專屬客製化產品與服務。目前的產品主要是專供中國大陸連鎖餐飲系統及食品加工廠的濃縮果汁、風味糖漿或相關果醬、天然果粉等，作為現調果汁風味飲品之原料。因應市場變化，加強維護客戶關係，貼近服務市場，推出新系列植物蛋白、無菌包果汁、小料凍凍等新產品，以及更好服務於當地連鎖系統客戶的客製化產品。消費者對果汁飲品之口感要求將更加挑剔，原汁含量高及含有果肉等新鮮口感的果汁飲品將會較受消費者喜愛，複合口味的果汁、果泥、冷凍果汁等產品逐漸受到連鎖品牌的歡迎。

中國大陸餐飲產業及市場概況：

在傳統通路的飲品，市面上已經持續有長達百年的傳承，隨著餐飲業的興起，年輕人需求多樣化，他們的口味需求不再受到局限。餐飲市場的崛起，普遍使用到茶、果汁、咖啡、口感顆粒的流行趨勢。近年來象徵新鮮與健康的果汁及飲品，更受到重視且市場逐漸擴大。居民收入增長帶來享受型消費增加，外出就餐代替家庭做飯是趨勢，即消費升級趨勢。城鎮化將帶來居民收入的提升、消費觀念的轉變，推動行業的發展。

2020 年開局即變局，黑天鵝扇動翅膀，餐飲業迎來變革激烈的一年，疫情的突襲加快了行業轉型速度和改變了一個時代的生活與消費習慣，人們對健康第一、生命至上的理念有了前所未有的深刻認識。後疫情時代，餐飲健康大升級，增強體質、提高免疫力、飲食進補成為民眾日常生活的重中之重，新鮮與天然的果汁及飲品更受到人們的重視且市場規模不斷擴大，鮮活順勢推出備受矚目的植物奶系列產品以及帶有一些健康元素的草本、發酵類的果汁果醬，以期回應市場新需求，同時對一些系列產品進行大升級，通過無菌包包裝形式，推出無防腐劑添加更天然的高果汁系列產品和持續強化冷凍果汁產品，並結合當下市場流行趨勢，進行不同風味的創新與延伸開發，助力茶飲行業逆勢增長。





已取得之專利項目共 52 項

其中發明專利 7 項 實用新型專利 45 項

1.1.4 公司專利

鮮活目前已取得之專利項目共 52 項，其中發明專利 7 項，實用新型專利 45 項。近期取得之專利證書明細如下：

專利名稱及說明	專利號（申請號）	申請地區	專利類型	取得日期
一種蔗糖轉化糖漿的製備方法及蔗糖轉化糖漿	201710084754.3	中國大陸	發明專利	2020-1-14
用於柑橘類飲料的低溫殺菌設備	201920608118.0	中國大陸	實用新型專利	2020-2-7
用於糖漿製備和脫色的聯動設備	201920608117.6	中國大陸	實用新型專利	2020-3-6
一種自動加料調配罐	201920596479.8	中國大陸	實用新型專利	2020-3-31
一種線上自動噴碼機	201920597041.1	中國大陸	實用新型專利	2020-2-20
一種 UHT 殺菌機	201920700452.9	中國大陸	實用新型專利	2020-2-14
一種高效粉碎機	201920700520.1	中國大陸	實用新型專利	2020-1-23
一種液壓式切丁機	201920707836.3	中國大陸	實用新型專利	2020-2-20
一種水果切瓣機	201920596491.9	中國大陸	實用新型專利	2020-4-14
一種可揮發發酵水果製品中酒精含量的裝置	201921807742.X	中國大陸	實用新型專利	2020.5.28
一種高速罐裝的管路切換裝置	201921828263.6	中國大陸	實用新型專利	2020.5.25
一種果汁生產管路結構	201921828261.7	中國大陸	實用新型專利	2020.5.25
一種蒸汽冷凝水解凍裝置	201921828240.5	中國大陸	實用新型專利	2020.5.28
一種降低車間蒸汽及溫度的排風裝置	201921827948.9	中國大陸	實用新型專利	2020.5.14
一種用於改善閥門高壓漏料的簡易裝置	2019.21807138.7	中國大陸	實用新型專利	2020.8.25
一種適合調配大果肉果醬產品的攪拌罐槳葉	201921807139.1	中國大陸	實用新型專利	2020.8.25
一種高效膠體水乳化裝置	201921807771.6	中國大陸	實用新型專利	2020.8.21
一種用於果汁生產的高效包裝流水線	201921807130.0	中國大陸	實用新型專利	2020.8.25
一種多功能四通放料管路結構	201921850207.2	中國大陸	實用新型專利	2020.8.25

1.1.5 財務績效

公司多年來所建立的經營團隊、獲利模式與風險控管機制，均能妥善因應市場景氣變動所帶來的系統性風險，以穩健的步伐推動業務。2020 年本公司稅後淨利達新臺幣 7.77 億元，與中國大陸的餐飲業共同成長。公司的銷售額持續增長，並且隨著大陸城鎮化發展，交通體系擴展越來越廣，高鐵站結合城市地鐵進駐，形成商業中心，吸引優質餐飲業者進駐。從廣大的中國大陸內需市場來看，餐飲市場行情較為樂觀，期盼未來能帶動公司更高的成長空間。

2020 年合併財務績效摘錄如下：

營業收入	3,479,683
營業費用	608,960
營業成本	1,880,717
本期淨利	776,806
現金股利	209,821
支付所得稅	234,343
薪資及人事費用	416,805

單位：新臺幣仟元

1.1.6 政府補助

本公司遵循政府法令宣導及政策新規，並即時關注財政補助、研究開發補助與政策性補助項目，於 2018 年至 2020 年分別取得政府補助新臺幣 28,476 仟元、18,097 仟元及 26,827 仟元，包含：清算租賃廠房補貼、企業技改獎補、十佳安全生產企業、創新轉型先進企業、優秀成長型企業、高新技術企業獎勵、工業資訊轉型升級標桿、工程專項資金獎勵、現代農業項目補助、工業機器人自動化補助、省級龍頭企業補助、昆山科技服務補助、研發專項補助、農業關鍵技術創新工程補助、創新能力建設科技服務補助等。

1.2 經營策略與風險管理

1.2.1 經營策略

發展以水果製品研發為核心，創建公司成為專業的餐飲行業供應鏈，致力研究市場流行趨勢，推出更具時尚特色的新產品，為引領產品朝更加天然、健康、營養、美味的方向而努力。同時秉持為客戶解

決問題的經營理念，不斷提升經營效率和品質及獲利的成長，也創造出更



1.2.2 風險管理

本公司有關重大營運政策、投資案、背書保證、資金貸與及銀行融資等重大議案，皆經適當權責部門評估分析及依董事會決議執行。董事會稽核室亦參考風險評估結果及公司營運需要擬定年度稽核計畫，對各單位及各項內部控制作業加以稽查，並形成稽核報告提供董、監事及高階主管進行決策參考，以落實公司治理精神，強化董事會監督管理機制，有效降低公司經營風險。此外，本公司已建立各項有效之內部控制制度，並經董事會決議通過，由公司管理階層及各職能部門不定期進行檢討改善及執行各項風險評估工作。

風險議題	風險因數	對營運的衝擊	因應作為	機會效益
食品安全	食品安全法規變化	消費者對安全、健康、美味、營養的產品提出更多訴求。	積極延聘食品領域專業人才，強化研發團隊的創新及專利開發能力並提供積極激勵措施。	強化研發團隊的創新及專利開發能力並提供積極激勵措施，以保持技術領先。
同業競爭	上游供應商直接進入終端管道，國際大公司進入飲品行業。	需持續提供價格競爭優勢之產品外，更需為客戶提供穩定、安全的產品品質及多樣化產品選擇。	引進全球優質水果原料及原汁，且提供多樣化的品項及客製化產品，並持續研發新品，以提供具競爭力之產品。	本公司與通路商已建立長期合作夥伴關係，強化內部管理提高工作效率及自身的競爭能力。
中國大陸人工成本上升	中國大陸近年持續改善經濟環境，企業紛紛調漲工資。	中國大陸政府推行之「十三五」規劃，使近年來企業勞動成本持續上升。	改善生產流程，逐步導入自動及半自動化設備，提升自動化水準，增進生產效率。	薪資普遍上漲的趨勢下，人民的消費能力亦隨之增長，將帶動內需產業成長，本公司業績可望受惠。
原物料採購	全球相關資源與物資上漲影響。	主要原物料受到氣候或季節變化，影響供貨之品質及價格。	綜合考量市場和業務需求，並設有完善的預估採購機制，與供應商簽訂長期合約。	精準預估年度用量，在低價位或量產季節鎖定年度需求量，爭取價優品優。
資訊安全	資訊系統使用日益普及，須嚴防資訊外洩、駭客、或資訊系統硬體功能不足造成資訊安全風險。	資訊系統若出現異常，可能將影響生產、庫存、訂單處理等營運管控。	自建機房擁有規範的供電、防雷、空調、應急電源系統，採用防火牆、備分軟體等系統，並配合上網行為管理設備及企業防毒系統，設置嚴謹的訪問策略，防止駭客侵入及病毒感染。制定《災難復原計劃》，不定期演練模擬，檢驗資訊人員的實際應變能力。	導入客製化 ERP 系統，提高企業資訊管理效能，提升生產效率並降低營運成本。未來將持續強化資訊安全管理，維持資訊系統高效率運作。

1.2.3 特殊風險議題因應 – 新型冠狀肺炎病毒疫情

為預防新冠肺炎疫情的發生，降低疫情安全隱患，公司第一時間成立疫情防控小組，負責疫情防控全面工作，小組設有（副）總指揮、（副）執行長及六個小組，且每組設有專職組長。疫情期間每天召集疫情會議，確保各組工作安全、零風險。員工健康及出行動態盤查，並設有隔離室，對異常情況應急處理；公司防護用品採購與發放管理並確保一定的安全庫存；公司環境與食堂用餐消毒；收集政府疫情相關資料，及時共用並宣傳防控相關知識；全員參與，全員防護；對外來人員、車輛及工程管理同樣嚴格排查，盡可能降低交叉感染風險。

物流方面，所有外來車輛運輸人員需要提供 15 日的活動軌跡、蘇城碼、健康承諾書、體溫監測、佩戴口罩等，運輸車輛入廠要全車消毒殺菌，入廠後車輛要貼封條、禁止司機下車，途經疫情風險地區者禁止入廠。

新冠肺炎疫情期間，為配合各省防疫工作以及保護員工健康，本公司各廠之春節復工日期由原定二月三日延遲至二月底至三月初，復工初期，公司為確保員工健康安全，控制上班人員數量，同時採取居家辦公方式安定員工就業。在中國大陸整體大環境下，安定就業、保障員工權益係企業重要之社會層面作為。



外來物料檢查

冷庫人員檢查



外來人員量體溫

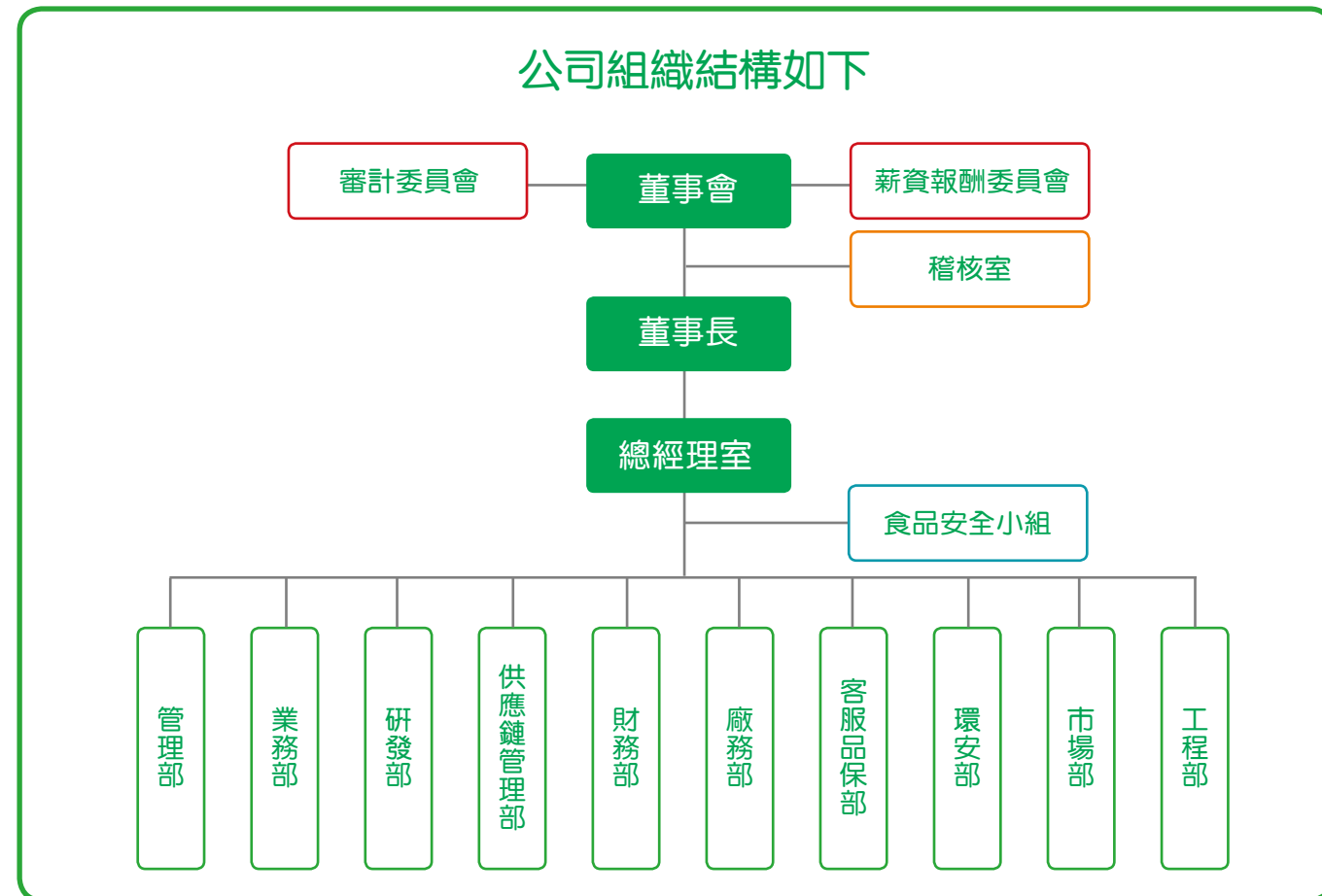


車輛消毒



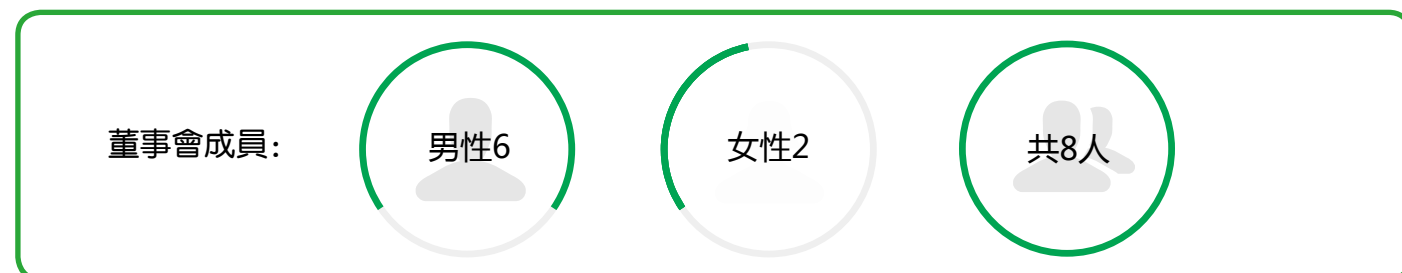
1.3 公司治理

在公司治理方面，鮮活一直秉持誠信經營之理念，積極推動營運透明化，透過健全公司治理機制，使公司營運能夠獲得有效管理及監控，以維護各利害關係人權益為原則，使經營更有效率及績效，落實公司治理機制。



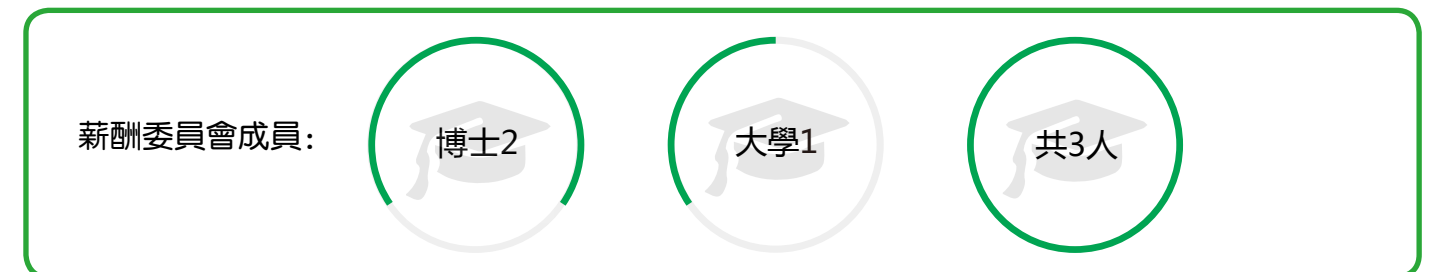
本公司本屆董事會設董事 8 人（含獨立董事 3 人），擁有財會、法律、餐飲等專業背景，其中獲得博士學位者 3 人。董監事選舉採候選人提名制度，由股東就候選人名單中選任之。董事會成員平均年齡為 55 歲，並有兩位女性董事，董事會每季召開一次，2020 年度共召開 7 次董事會，董事出席率達到 100%（不含委託出席）。本公司設有三席獨立董事且依照「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」規定辦理。

本公司定期於公司網站更新董事會架構，請詳：<http://www.myfreshjuice.com/about/?151.html>



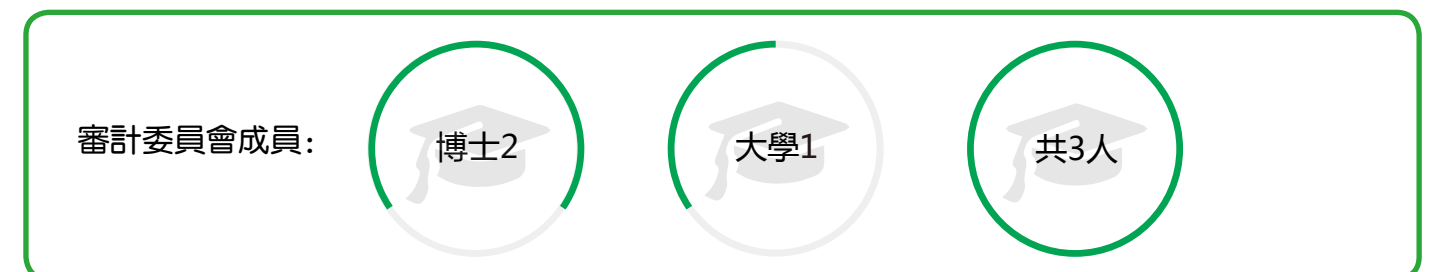
薪資報酬委員會

董事會下設立薪酬委員會（2011 年 11 月）。依本公司之經營績效，評核最高治理成員與高階經理人薪酬，力求健全治理機能的完善，規範董事的利益回避原則，依法確實執行。目前三席委員，均為公司獨立董事，每年至少召開 2 次會議。薪酬委員會之職權範圍為擬訂下列各款事項之建議案，並將所提建議提交董事會討論議決。包括訂定董事、監察人之薪資報酬；訂定董事長、總經理暨經理人之薪資報酬；其他由董事會交議之案件。



審計委員會

董事會下設立審計委員會（2020 年 5 月）。旨在協助董事會履行其監督職責及負責公司法、證券交易法及其他相關法令所賦予之任務，執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度。該委員會由全體三位獨立董事組成，羅世尉獨立董事擔任召集人，至少每季召開 1 次會議，2020 年，出席率為 100%。審計委員會之職權範圍為擬訂下列各款事項之建議案，並將所提建議提交董事會討論議決。



董監事進修情形

鮮活注重管理層綜合素質的提升，協助其與工作貢獻與未來職涯發展做相應連結，公司的高階主管定期會進修，2020 年通過參加各專題課程，增強本公司誠信經營與企業社會責任的意識，加強風險管控，並不斷落實與發展；並針對管理層規劃了一系列管理層相關課程，協助管理團隊清楚辨識人才特徵，以便更瞭解團隊成員的發展需求，進而提升其工作意願及訓練成效。

董事會成員之簡介與修課情形請參考鮮活 2020 年度年報之參、公司治理報告：

<http://www.myfreshjuice.com/about/?151.html>

1.3.1 誠信經營

公司的經營團隊皆以公司治理實務守則之綱要執事，目前選任三席獨立董事、三席監察人及配備充足並適任之內部稽核人員，依內部控制制度執行定期檢核，以落實公司治理之運作及推動。訂定道德行為準則，要求員工以負責任的態度遵循各項行為規範及倫理準則，並貫徹落實於員工訓練教育中。在公司同仁一致努力下，本公司獲得信用管理示範企業證書、誠信守法先進企業證書、企業信用管理貫標證書與重合同守信用企業證書。建立員工意見交流管道如匿名管理部意見箱、員工意見調查等，提供員工意見反應管道，相關部門負責人根據員工的意見作出及時的處理。

在反貪腐方面，本公司稽核部門已鑑別出反貪腐風險專案，對可能產生風險項目進行溝通和培訓。除公司管理層及其他員工進行監督外，稽核室在進行採購、銷售、不動產、廠房及設備等作業查核時，也將反貪腐作為重要之查核項目，列出相應之稽核程序驗證相關作業是否存在貪腐行為及內控程序有效性，2020 年度稽核未發現貪腐的現象。另外稽核室每年亦不定期對公司各部門進行內部控制相關知識的培訓，並於公司網站上設立違反從業道德行為舉報系統，提供公開檢舉管道及保密方式將公司相關人員不恰當行為直接反饋至管理層。

作為細分行業的領導者，本公司在中長期營運計劃的訂定及自身的成長過程中，致力於行業的共同成長，嚴格遵守各項法律法規，倡導公平競爭、共同成長的行業氛圍。公司從成立至今無任何涉及不正當競爭、壟斷或其他類似行為的訴訟。

本公司網站之公司治理專頁：http://www.myfreshjuice.com/list/?153_1.html



1.4 利害關係人溝通與重大議題

在追求永續經營的目標下，我們瞭解與利害關係人間的關係是共存共榮、休戚與共的。因此，我們對於與利害關係人間的溝通極為重視，我們希冀能與其建立透明有效的多元溝通，以作為瞭解利害關係人需求及其對本公司期許的管道，藉以擬定未來企業社會責任政策與相關方針計劃的重要參考。

「企業社會責任小組」是本公司企業社會責任相關事務的責任單位，由總經理及各部門主管組成，定期召開會議，並形成記錄，並負責將企業社會責任的概念推展至各單位和部門間的溝通協調，收集企業社會責任報告書的相關資訊，積極推動企業社會責任實務的落實執行。每年度 CSR 報告書完成後，會向董事會報告本年度經濟、環境與社會議題之相關內容。

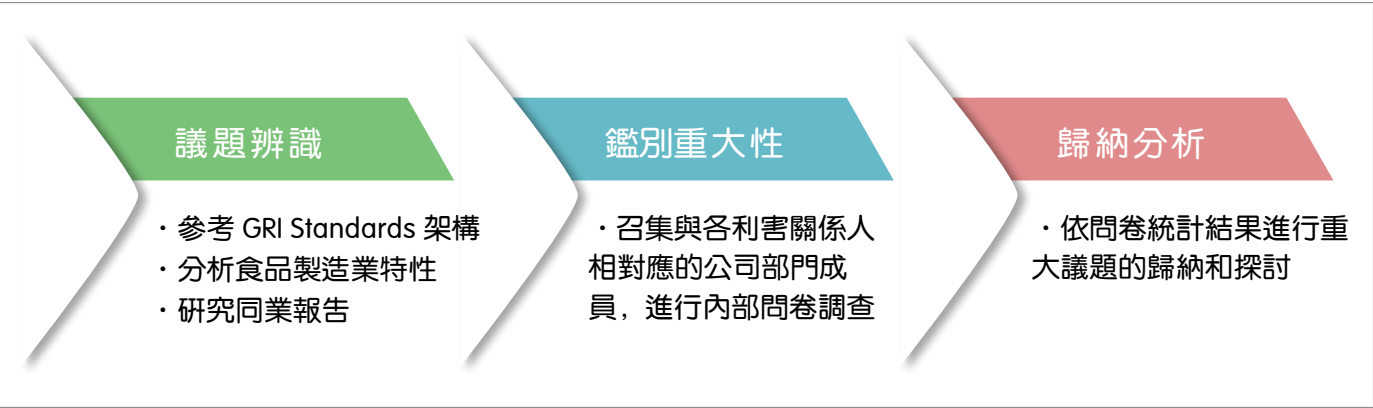


1.4.1 利害關係人辨識

為了能與利害關係人進行更有效的溝通，首要工作是辨別本公司的利害關係人。我們透過內部討論鑑別出：股東、主管機關、客戶、供應商、員工、社區居民、媒體、食品工業同業、學術單位 / 學校和非營利組織等十大族群的利害關係人。

1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題

爲了辨識利害關係人關注議題，我們透過公司內部討論和外部專家的協助，參考 GRI Standards、分析食品製造產業特性及研究同業報告，依經濟、環境與社會等不同面向，篩選出各利害關係人可能關注的議題，並以問卷方式進行評估調查，共 163 份問卷回收納入分析，其中有效問卷 144 份。我們歸納彙總各利害關係人所關心議題，並經由日常營運中不同管道與各利害關係人進行議合與溝通，希望透過這本企業社會責任報告書，回應各利害關係人所關注的議題。

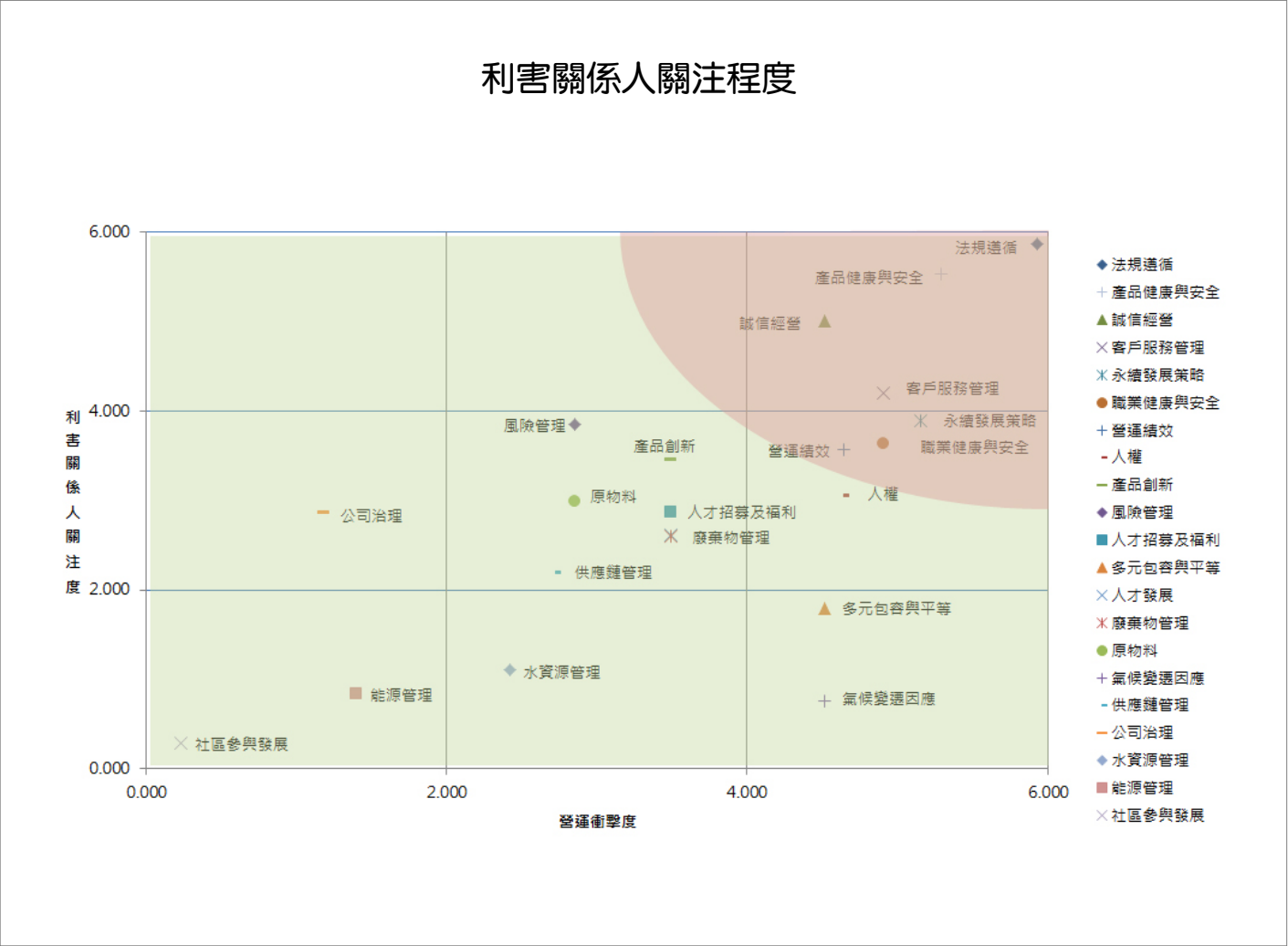


利害關係人溝通與重大議題

利害關係人	關注議題	議合方式及頻率	對應章節頻率
主管機關	客戶服務管理 產品健康與安全 誠信經營 法規遵循 廢棄物管理 職業健康與安全 人才發展	1. 配合主管機關監理及查核，提供相關資訊（不定期）。 2. 配合遵循主管機關政策，適時安排知識教育（不定期）。	1.3 公司治理 2.2 人才培訓與升遷獎勵 2.3 勞工安全衛生 4.1 系統性的安全評估 5.2 客戶滿意度 6.3 汙泥防治與排放
	法規遵循 誠信經營 職業健康與安全	1. 建立各部門定期會議制度，瞭解員工對公司的建議及改善方向(例：周會、月會、季度會議)。 2. 內部電子信箱及員工信箱設置，瞭解員工需求與建議，進而採納與貼近員工心聲（隨時）。 3. 依工會法成立工會組織，建立內部溝通平臺（即時）。 4. 定期進行職業安全培訓，提高員工安全防範意識。 5. 每年定期組織員工進行健康檢查。	1.3 公司治理 2.3 勞工安全衛生
客戶	法規遵循 產品健康與安全 客戶服務管理	1. 制定拜訪計劃，與客戶保持密切聯繫（每週一次）。 2. 每年舉辦經銷商大會，邀請餐飲業品牌資深業者暢享經驗（每年一次）。 3. 每年夏、冬兩季舉辦新品推廣會，爲一線客戶進行新品現場推廣。 4. 以客戶爲中心，及時、迅速協調訂單、樣品、出貨、貨款等跟蹤，及時回覆客戶詢問（每天、隨時）。 5. 年度客戶滿意度調查表（每月一次，年度匯總平均）。 6. 微信平臺及網站留言（網站留言隨時）。	1.3 公司治理 4.1 系統性的安全評估 5.2 客戶滿意度
供應商	法規遵循 誠信經營 原物料	1. 通過電話、郵件、通訊軟體等方式及時溝通（≥ 1 次 / 月）。 2. 定期與不定期接待供應商拜訪（≥ 30 次 / 年）。 3. 透過供應商定期評估制度，瞭解供應商狀況，及時給予輔導（≥ 12 次 / 年）。 4. 不定期組織雙方技術人員溝通交流及當地訪廠安排(≥ 10 次 / 年)。	1.3 公司治理 6.2 能資源管理
	產品健康與安全 客戶服務管理 營運績效	1. 設有發言人、代理發言人及在台訴訟、非訟代理人，代表公司對外發言或處理與利害關係者各項事宜。 2. 每年召開股東會及每年至少一次召開法人說明會。 3. 依主管機關規定公告重大訊息，財務報表及年報等資訊。 4. 公司網站訊息揭露（不定期）。	1.1 公司規模與背景 4.1 系統性的安全評估 5.2 客戶滿意度

利害關係人	關注議題	議合方式及頻率	對應章節頻率
社區居民	誠信經營 法規遵循 廢棄物管理	1. 公司爲昆山市臺灣同胞投資企業協會的會員單位，透過該會發布刊物及電子郵件，瞭解社區周邊消息。 2. 網站設有企業社會責任小組之電子郵箱及聯繫方式，及時獲取社會群眾之回饋意見（即時）。 3. 發行年度企業社會責任報告書。 4. 參與產業研討會及講座（不定期）。	1.3 公司治理 6.3 汙泥防治與排放
媒體	產品創新 營運績效 風險管理 產品健康與安全	1. 官網訊息揭露（即時）。 2. 社會媒體採訪（不定期）。	1.1 公司規模與背景 1.2 經營策略與風險管理 4.1 系統性的安全評估 4.3 品質持續進化
食品工業同業	產品健康與安全 法規遵循 人權	1. 于展會與同行進行飲品技術、流行趨勢等資訊交流（不定期）。 2. 參與行業協會組織的團標制定（不定期）	1.3 公司治理 4.1 系統性的安全評估
學術單位 / 學校	人才招聘及福利 人權 產品創新	1. 校園網站招聘資訊發佈（不定期） 2. 校園現場招聘會、發佈會、宣講會（不定期） 3. 校企合作提供在校生實習機會（不定期） 4. 與學校合作幫助學生完成社會實踐活動（不定期）	2.1 落實員工關懷 4.3 品質持續進化
非營利組織	風險管理 公司治理 誠信經營 法規遵循 職業健康與安全 人權 多元包容與平等	1. 與工會合作舉辦員工及員工子女活動（不定期） 2. 響應慈善組織活動號召，參與慈善捐助（每年一次）	1.2 經營策略與風險管理 1.3 公司治理 2.1 落實員工關懷 2.3 勞工安全衛生

我們透過平時與利害關係人之溝通，以及問卷調查之統計結果，歸納出利害關係人最關心之議題；同時經由與外部顧問交流 CSR 議題、內部舉行 CSR 工作會議及研討會，辨認對營運衝擊程度之影響。經過前述的鑑別程序，本公司共歸納出 21 個議題，並繪製出重大議題矩陣圖如下：



公司治理與經濟層面：

- 1. 法規遵循
- 2. 誠信經營
- 3. 永續發展策略
- 4. 營運績效
- 5. 產品創新
- 6. 風險管理
- 7. 公司治理

環境層面：

- 8. 廢棄物管理
- 9. 原物料
- 10. 氣候變遷因應
- 11. 水資源管理
- 12. 能源管理

社會層面：

- 13. 產品健康與安全
- 14. 客戶服務管理
- 15. 職業健康與安全
- 16. 人權
- 17. 人才招募及福利
- 18. 多元包容與平等
- 19. 人才發展
- 20. 供應鏈管理
- 21. 社區參與發展

本年度的重大議題有 7 項，分別為：誠信經營、法規遵循、產品健康與安全、永續發展策略、營運績效、客戶服務管理、職業健康與安全。對於上述各大重大議題之對應內容，請參見本報告各章節。此外，針對部分非重大議題之項目，鮮活亦秉持完整揭露原則，盡可能加以補充揭露。

編號	重大議題	重大議題內容	重大議題對鮮活之意義	對應 GRI 準則 重大主題	對應章節	衝擊邊界			
						組織內	股東	供應商	客戶
1	誠信經營	組織之價值、原則、標準和規範；對倫理與合法行為徵詢意見的內、外部機制；舉報有違倫理、不合法行為和誠信問題的內、外部機制；公平競爭, 尊重智慧財產權, 反貪腐政策和程式的溝通、訓練、評估及採取的行動	建立良好商業運作及誠信企業文化，以健全企業經營，並落實公司治理。	一般揭露 205 反貪腐 206 反競爭行為	1.3.1 誠信經營	●	○	○	○
2	法規遵循	重大違反環境法規事件及處罰總金額或非金錢方法處罰事件數量	嚴格遵循法規為企業經營的基本原則。	307 有關環境保護的法規遵循 419 社會經濟法規遵循	6.1.3 法規遵循	●	○	○	○
3	產品健康與安全	產品對於客戶健康與安全影響程度、違反產品健康與安全法規、食品安全系統等管理措施、推動目標、實際成效及相關資訊揭露。	依照食品安全管控落實執行，並遵循產品標示相關法令。	416 顧客健康與安全 417 行銷與標示	4.1 系統性的安全評估 4.3 品質持續進化	●	○	○	●
4	永續發展策略	最高決策者推動的永續策略與未來目標	強化公司治理及企業社會責任，以提升經營品質，達到永續發展。	一般揭露	經營者的話	●	○	○	○
5	營運績效	營運收入、成本控管、金融資產損益、股本報酬率的成效。	財務績效是對企業永續經營的動力	201 經濟績效	1.1 公司規模與背景	●	●	○	○
6	客戶服務管理	客戶的維繫、服務流程及滿意度調查改善的管理政策與作為。	良好的客戶關係管理能加強企業在客戶心中的忠誠度，並提升核心競爭能力	418 客戶隱私	5.1 客製化服務與關係培養	○	○	○	●
7	職業健康與安全	職業安全衛生管理措施與政策，包含工作場所安全維護、施工與營運安全、職災風險管理、員工健康管理方案與健康檢查等。	建立完善健康和安全管理系統有利於減少意外，提高產力與品質	403 職業安全衛生	2.3 勞工安全衛生	●	○	○	○

註：組織外報告邊界涵蓋股東、供應商和客戶等三大族群之利害關係人。 ○代表間接衝擊，●代表直接衝擊。

重大主題管理方針

重大議題	管理方針內容	評估機制 / 結果
誠信經營	1. 建立完善、有效的內部控制制度來規範各項作業，包括可能涉及貪腐的各項作業，定期查核各項制度遵循情形並將結果送董事及監察人查閱，以落實誠信經營，避免舞弊情形發生。 2. 設立舉報機制，包括公司網站、內部信箱、內部稽核部門等舉報管道，接受供應商、客戶、員工或其他人員的舉報，並在接到舉報後，及時委派具真正獨立性之人員進行調查。 3. 在與供應商、客戶或其他人員訂定合約或其他交易行為時，表明不行賄、不受賄之立場，也要求對方遵循相應之立場。 4. 不定期安排董事及監察人之誠信經營進修，透過內、外部教育訓練向員工宣導與誠信經營議題相關之法規遵循、食品衛生與安全、內控制度等課程。	公司管理層及內部稽核部門定期或不定期對高風險的作業進行檢查，確認是否存在貪腐的風險。2020 年度未发现公司各组织及人员存在贪腐情形；评估公司 20 年度的内部控制制度及其执行情况，未见存在明显贪腐之风险。
法規遵循	獲取環保法律法規等相關要求，組織相關部門評定其適用性，並追蹤新頒布的法律、法規、標準和其它要求；保存適用的環保法律法規並傳達至相關部門。	定期追蹤法規遵循情形。2020 年並無重大違法事件。
產品健康與安全	依據國內法規及 ISO9001、HACCP 等要求，建立《綜合管理手冊》以： 1. 證實本公司有能力保證產品品質，控制食品安全危害，穩定地提供滿足顧客要求和適用的法律法規要求的終產品，確保其提供給人類消費的食品是安全的。 2. 通過體系的有效應用，持續改進，包括更新體系的過程，增強顧客滿意。 3. 確信本公司能符合所聲明的食品安全管理方針，並持續改進管理體系。	定期召開管理審查會議，確認食品健康安全相關落實情形。机构每年对我们已获得认证的质量体系进行监督审核，每三年要进行一次换证审核，体系标准升级时做转版升级审核。每次审核均已通过并获得持续认证。
永續發展策略	每週由總經理主持集團主管會議，召集各廠及各部門主管綜合檢討營運結果，並針對營運變化即時進行專題報告，確保永續發展策略與企業營運方向一致。	每年定時出版企業社會責任報告書，彙整年度永續發展績效。
營運績效	每月由財務經理主持召開月度財務分析會議，向公司董事及高階主管報告上月營運績效、當年度滾動績效預估；及資金使用情況及計畫，給管理層決策提供參考。	定期檢討預算與實際執行情形。每年 2-3 次預算檢討，針對差異金額較大的部分重點檢討，使得公司實際營收及獲利資料與預算相接近。
客戶服務管理	1、定期舉辦夏季與冬季推廣會，提供經銷客戶廣宣、樣品、人員培訓、輔銷、費用等支援，說明經銷客戶開發當地新客戶和維護老客戶，協助他們進一步佔領市場和擴大影響；經銷客戶舉辦這樣的推廣活動需由業務提報《推廣會申請表》，活動結束需提報《推廣會總結表》，在活動過程中需按照《推廣會管理辦法》的要求和標準執行。 2、公司市場部設有 KA 客戶的專門小組，定期對客戶進行門店拜訪，與客戶進行階段性的市場流行趨勢的分享與產品開發的方向探討，業務提報重要客戶的拜訪，需要提報《客戶拜訪申請表》，拜訪行程和標準需按照 KA 客戶拜訪 SOP 來嚴格執行。 3、每年公司會舉辦各種類型的活動展會，酒店展、烘焙展、FIC 展、進博展等，會邀請經銷客戶、系統客戶、工廠客戶以及現調機客戶到場參展，面對面與其交流產品及售後方面相關事宜，通過交談能夠進一步完善我們的服務體系，展前會有動員大會，展後會有相關的追蹤和總結報告，針對客戶提出的疑慮和產品需求做出對應的解決方案。	每場活動和拜訪的結束都會進行總結報告的輸出和需求的持續追蹤，並根據總結形成相應的管理規範。 2020 年度，夏季推廣會共舉辦 13 場，其中線上 10 場，線下 3 場；冬季推廣會共舉辦 30 場，其中線上 1 場，線下 29 場；參加大中型專業展會有中國國際進口博覽會、淮安食品展以及廣州國際酒店用品展；KA 客戶上門服務拜訪共計 98 家，頻率 149 次。
職業健康與安全	1. 公司高度重視安全生產，設立環安部為安全管理機構，設專職安全管理人員 6 人，管理人員全部取得安全管理人員證書。建立了安全生產責任制，制定了安全管理制度和崗位操作規程，並且嚴格施行，同時配備了相應的安全設施。一直以來，公司堅持“安全第一、預防為主，綜合治理”的生產管理原則，自 1998 年 02 月公司成立以來，企業無重傷、死亡或其他重大安全事故和職業病發生情況。 2. 公司嚴格按照《職業病防治法》第五條“用人單位（是指企業、事業單位和個體經濟組織）應當建立、健全職業病防治責任制，加強對職業病防治的管理，提高職業病防治水準，對本單位產生職業病危害承擔責任”的規定，制定由本單位法定代表人（或負責人）總負責，部門分工負責和崗位各負其責的責任體系和責任保證制度。	1. 為不斷提升安全管理水準，2020 年已通過安全生產標準化二級企業複審； 2. 每年由有資質的協力廠商出具“職業危害因素檢測報告”，對接觸職業危害因素的員工進行定期體檢，出具檢測；職業健康定期體檢人數：天津：11 人，廣東：35 人，昆山：31 人，共：77 人，占總員工數的 8.9%。

活力職場 DYNAMIC WORKPLACE

離職率

13.6%

離職率為 13.6%，較市場平均水平低。

安全生產委員會勞方代表比率

89.5%

安全生產委員會勞方代表比率 89.5%

依法設立工會

100%

依法設立工會，員工參加工會比率 100%



貳·活力職場

鮮活是一個大家庭，“家”的感受體現在公司制度、員工關懷、職場氛圍與企業文化上，鮮活將每一位員工都視為自己的家人，為員工設計多項保護與福利制度。職場氛圍更是鮮活的一大特色，每天進入公司大門各位同仁都會互問早安。“家”的概念是鮮活特色的企業文化，鮮活秉持著對家人的關心，落實對員工及對客戶的關懷。

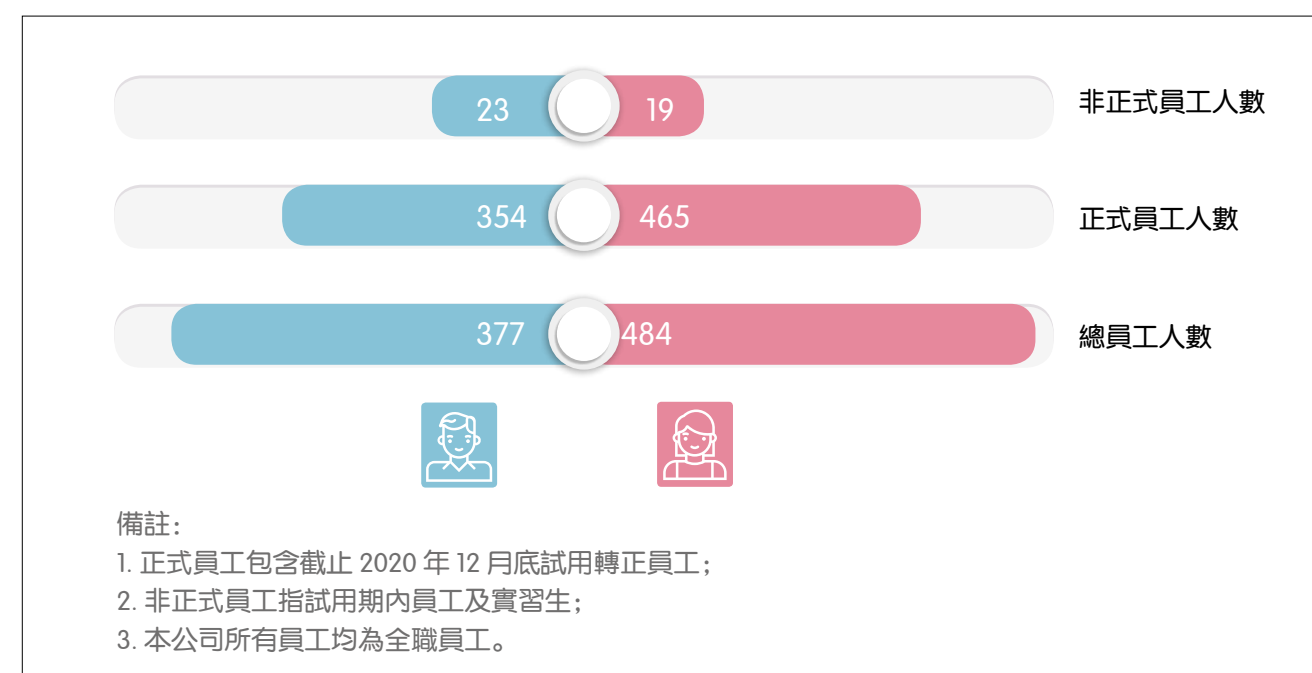
2.1 落實員工關懷

2.1.1 鮮活夥伴

員工是公司最寶貴的資產，公司一直秉持著“以人為本”的理念，讓員工充分享受企業經營的成果，不斷完善員工薪酬及福利制度，讓同仁以身在幸福企業工作為榮。提供所有員工更好的工作環境及條件，是本公司多年來不變的堅持，而這項堅持也實現在：



2020.12.31 聘僱合約與類型



員工分析

2020 年全體員工
性別占比

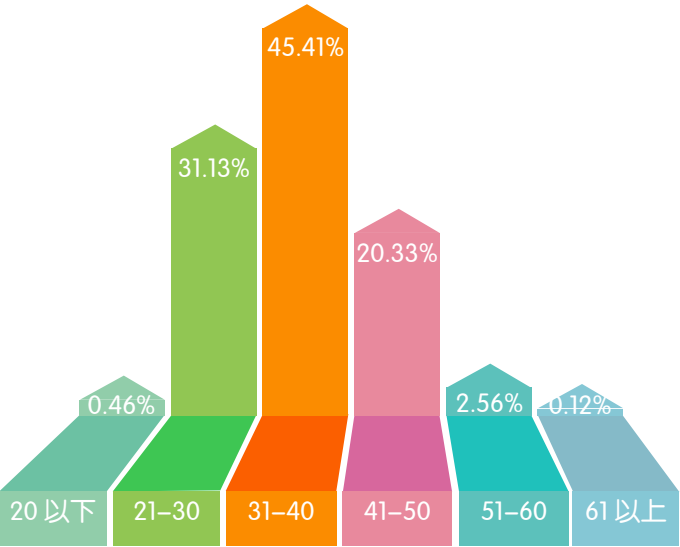


女
總人數：484
占 比：56.21%



男
總人數：377
占 比：43.79%

2020 年全體員工年齡分析



4 人 占比：0.46%

268 人 占比：31.13%

391 人 占比：45.41%

175 人 占比：20.33%

22 人 占比：2.56%

1 人 占比：0.12%

(2) 依職級、性別、年齡組別等多元化指標分析員工總數

鮮活的員工男女比例相當，年齡主要分布在 20-40 歲較年輕化，領導層的男女比例也較為合理。

員工類別	<30 歲			30-50 歲			>50 歲			合計
			合計			合計			合計	
副經理及以上員工人數	0	0	0	15	11	26	9	1	10	36
課長、副課長人數	3	5	8	20	28	48	0	0	0	56
組長、副組長人數	9	6	15	32	27	59	0	0	0	74
一般員工人數	92	123	215	190	277	467	7	6	13	695
總員工人數	104	134	238	257	343	600	16	7	23	861



（3）離職和新進員工分析

鮮活新進員工及離職員工皆以年輕人為主，然總體離職率低於市場平均，2020 因疫情原因，公司返鄉人員較多，導致離職率較 2019 有所上漲。另若因部門崗位需求，部門可與即將退休之員工協商是否可返聘，若員工同意返聘，公司維持該員工現有薪酬待遇，並予其辦理僱主責任險，簽訂返聘協議。

新進年齡：

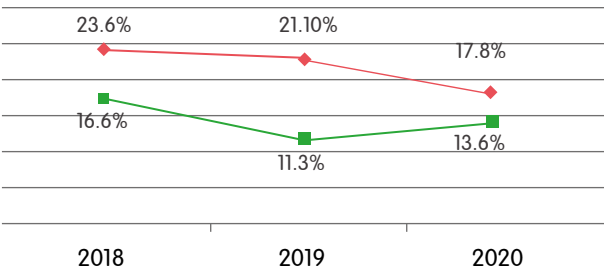
新進員工總數及比例

性別	年齡	2018			2019			2020		
		應屆生	有經驗者	占比	應屆生	有經驗者	占比	應屆生	有經驗者	占比
男	<30 歲	13	86	93.40%	7	87	89.52%	12	70	78.85%
	30-50 歲	0	67	35.45%	0	111	44.58%	0	70	27.24%
	>50 歲	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0	1	6.25%
	合計	13	153	53.04%	7	198	54.09%	12	141	40.58%
女	<30 歲	23	66	64.96%	26	63	66.42%	19	70	66.42%
	30-50 歲	0	78	34.06%	0	108	36.36%	0	117	34.11%
	>50 歲	0	1	16.67%	0	1	7.69%	0	0	0.00%
	合計	23	145	45.16%	26	172	44.59%	19	187	42.56%
合 計		36	298	48.76%	33	370	48.97%	31	328	41.70%

離職年齡：

性別	年齡	2020	占比
	<30 歲	66	63.46%
	30-50 歲	80	31.13%
	>50 歲	1	6.25%
	合計	147	38.99%
	<30 歲	64	47.76%
	30-50 歲	99	28.86%
	>50 歲	2	28.57%
	合計	165	34.09%
合 計		312	36.24%

鮮活員工離職率（正式員工）：



◆ 製造業員工離職率
■ 鮮活員工離職率

年度離職率 = 年離職員工總數 / (本年度期初人數 + 年期末人數) / 2 * 100%
市場平均離職率來源於前程無憂人力資源調研中心報告

2.1.2 薪酬與福利

鮮活的員工起薪優於法定基本薪資，員工同時享有共同薪資與福利，不會因身分(男女、種族、信仰等)而有所差別。本公司制定了考核獎金、年終獎金的福利制度，依公司業績與員工個人的績效考核，為公司員工帶來更穩定的收入，提高員工滿意度。另已建構完善的福利制度，讓員工安心在工作崗位服務。

福利項目	2020 年享有人數	條件
社會保險（工傷險、失業險、生育險、 養老險、醫療險）	805	正式員工
住房公積金	805	正式員工
退休福利（退休金）	9	合法辦理退休之人員
婚假	16	進入公司後領取結婚證，公司給予員工結婚福利十三天
產假 / 哺乳假	26	正式員工
護理假	12	正式員工
員工分紅	72	副課長級及以上人員
三節禮品	848	全體員工

2.1.2.1 依性別分析公司基層員工起薪優於法定基本工資 %

單位：新臺幣仟元						
年份	2018 年度		2019 年度		2020 年度	
性別	男	女	男	女	男	女
公司平均起薪（含獎金）	30.60	27.09	36.38	31.48	33.04	28.16
公司每月基本薪資 (A)	18.74	17.82	17.28	17.21	16.70	15.77
法定每月基本薪資 (B)	9.21	9.21	9.05	9.05	8.65	8.65
比率 (A/B)	203%	194%	191%	190%	193%	182%

註：此數據僅為昆山廠數據・基層員工為副課長及以下員工薪資資料

單位：新臺幣仟元

年份	2018 年度		2019 年度		2020 年度	
性別	男	女	男	女	男	女
公司平均起薪（含獎金）	20.40	19.24	22.88	20.20	25.89	21.48
公司每月基本薪資 (A)	14.56	15.15	15.05	14.98	16.31	15.18
法定每月基本薪資 (B)	8.78	8.78	8.78	8.78	8.78	8.78
比率 (A/B)	165.85%	172.56%	171.45%	170.67%	185.83%	172.90%

註：此數據僅為天津廠數據・基層員工為副課長及以下員工薪資資料

單位：新臺幣仟元

年份	2018 年度		2019 年度		2020 年度	
性別	男	女	男	女	男	女
公司平均起薪（含獎金）	20.21	20.13	21.52	21.03	19.95	19.00
公司每月基本薪資 (A)	14.01	14.45	14.51	14.93	14.69	14.73
法定每月基本薪資 (B)	6.25	6.24	6.64	6.64	6.65	6.64
比率 (A/B)	224.30%	231.57%	218.66%	224.94%	221.02%	221.93%

註：此數據僅為广东廠數據・基層員工為副課長及以下員工薪資資料

下表為整體員工平均薪酬之男女比例，顯示鮮活不因性別在薪酬上有所差異。

薪酬比例	女	男
非主管	94.4%	100%

備註：
1) 公司每月基本薪資是指員工每月所獲薪資（不包含獎金）
2) 法定基本薪資來源於昆山市人力資源與社會保障局
3) 主管人員指副課長及以上人員

2.1.2.2 員工所享有的其他福利待遇

員工比賽項目

為培養員工團結友愛精神，公司每年舉辦各項比賽如乒乓球、羽毛球、釣魚和廚藝比賽。伴隨著比賽辛勞的汗水及激烈的競爭，培養同仁堅強和努力不懈的意志。

員工秋季運動會

公司于 2020 年展開第一屆員工秋季運動會，比賽項目包括：小組接力賽、踢毽子比賽、拔河，另外設置了公益撿垃圾活動，圍繞工廠周圍撿垃圾。參與人次約 550 左右。獎品豐富有吸引力，員工都積極參與。

員工旅遊

為了讓公司全體員工感受中國的大好風景，增強公司員工團隊意識，提高員工身體素質，營造健康向上的企業文化氛圍，鮮活每年組織一次員工集體旅遊。2019 年的旅遊新增加團建的環節，透過此環節促進員工之間的團結協作，增加了旅遊的趣味性。因疫情影響，2020 員工旅遊暫停舉辦。

節慶晚會活動

公司每年組織各項節慶晚會，如中秋晚會、春節聯歡晚會，豐富員工生活，同仁們積極參與活動主持及節目表演，更主動邀請員工眷屬參加，讓同仁的眷屬也能瞭解公司，增強員工的歸屬感及向心力。



員工親子活動

公司每年舉辦許多不同類型的員工親子活動，希望通過這些活動增進父母與子女的互動和感情交流，也為眾多的孩子們搭建了一個快樂活動的平臺。這些活動得到了員工的積極回應，也深受小朋友們的喜愛。

員工子女關懷

公司以員工子女為主體，積極開展多樣化活動、組建英語班、董事長個人出資設立獎學金，給員工子女帶來親切關懷，並鼓勵他們努力成為社會有用之才。

員工活動中心

為提高員工身心健康素質，我司於 2020 年設立員工健身房及 KTV 娛樂設施，為員工帶來更加豐富的娛樂活動，增加員工之間的凝聚力。

員工圖書室

為鼓勵員工利用閒暇時間進修，公司設有圖書專區提供同仁們借閱圖書雜誌，並於 2018 年設立專門的員工圖書室，以及建立自助掃碼借閱系統。圖書室藏書約 2,700 本，分為兒童書籍（佔 55.6 %）及成人書籍（佔 44.4 %）。



員工子女關懷

☆ 兒童節禮物發放

公司每年為員工子女準備兒童節禮物。由公司代表父母發放到留守在老家的員工子女手中，為孩子們送上一份節日問候，感受到父母對其濃濃的愛。



打包禮物郵寄給不在父母身邊的小朋友

小朋友收到禮物

☆ 鮮活英語班

由公司同仁自發組建，並外聘專業英語師資，於每週日固定舉辦課程，為員工子女營造良好的英語學習氛圍。



英語班親子運動會

英語班親子運動會

聖誕節手作薑餅屋蛋糕

撿垃圾活動

☆ 員工子女繪畫比賽

鮮活於每年1月和7月都會開展員工子女繪畫作品徵集活動，活動受到小朋友們和家長們的大力支持和喜愛，每次活動都會收到許多小朋友的投稿。通過此次活動也發掘了不少繪畫小天才，公司也會為每位參加的小朋友準備一份精美的小禮物，感謝小朋友們的熱情參與。



徵集作品

☆ 鮮活員工子女獎學金

為鼓勵員工子女積極向學，公司開設多項員工子女獎學金。2020 年度共 50 人獲取。本年度鮮活員工子女獎學金共計發放新臺幣 131,029.2 元。



☆ 員工子女安親班

因部分員工為雙職工家庭，週末加班小孩則無人照顧，故會把小孩一人留守在家或帶到公司邊工作邊看小孩，不僅不利於工作開展，可能還會產生一定的安全隱患，故公司於 2020 年新成立了員工子女週末安親班，每天會安排兩位專門的老師看護，進行作業輔導，手工活動或其他益智遊戲。給小朋友提供了學習和娛樂的平臺，同時也助於員工能夠安心工作。



廣東廠安親班小朋友活動室

昆山廠安親班小朋友活動室



員工親子活動



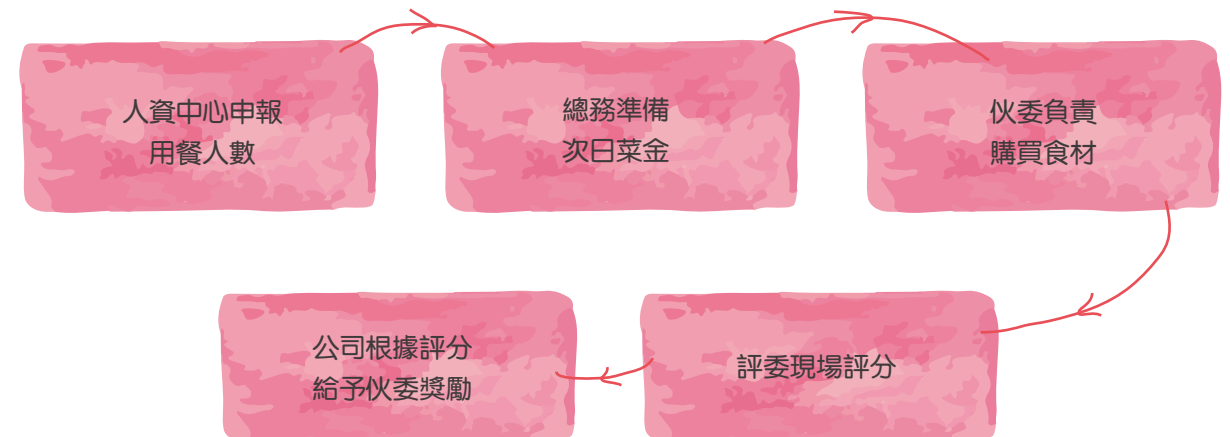
非常開心有這樣的機會可以和小朋友一起參加親子閱讀活動，寶寶在聽了老師分享繪本說了愛吃水果的好處後，回家也變得愛吃水果啦！這個活動不僅提升了寶寶學習的興趣，還感受到寶寶和我互動時的快樂和默契，是很棒的親子活動，希望公司以後可以舉辦更多類似的親子活動！

——財務部 孫良韜



員工餐廳

爲了保障公司每日之伙食能夠準時供應，保證食品品質與營養安全，本公司實行規範的伙委制度，由員工自主參與及評分，除降低成本外，更保證員工享用美味健康安全新鮮的食材。公司宣導員工用餐時遵循儉省節約的原則，不浪費糧食，並定時檢查各種煤氣、電源開關做好安全工作。



員工生日會

每月舉辦員工生日會，贈送生日禮物，部門主管親自書寫員工生日賀卡，送上生日祝福，生日會現場除了好吃的生日大餐還少不了趣味性的互動小遊戲，大家共用生日會的快樂氛圍及祝福，讓同仁切身感受在大家庭的暖意。





員工小故事分享

《鮮活揚帆，帶隊起航》

預備音起、列隊整齊：“立～正！左腳橫跨一小步於內肩齊。。。。。”

護具著身、竹劍執手：“哈……哈……”

這裡不是學校園林、這裡更不是劍道道場，伴隨著整齊如一、聲勢浩蕩的晨操、晨劍練習，開始我們鮮活人忙碌而又充實的一天。

2020年新冠病毒席捲全球，各種報導如雨後春筍、充斥於我們的耳際。對於新冠每個人都有自己最真實的感受，作為一名鮮活採購部的員工，給我最強烈感同身受的是疫情影響下的物料供應問題。如何在國內外各地病毒隱形的背後找到生機？採購部在公司高層領導的有效規劃及各位同仁齊心協力的配合下，制定出一系列的應對方案：掌握各地疫情政策、瞭解市場前景資訊、採用備貨鎖定貨源、優質替代料尋找、配合業務部門提前預估以及供應商戰略合作等多種方式，一次次化危機於平地、滿足生產出貨需求。鮮活採購部是一個保障部門，它像一名執槍血戰八方，誓守山河多嬌的勇士，墊定著生產的基礎，同時給企業帶來生的機遇。作為採購部的一員是榮幸的、同時是成長的。

在鮮活你能感受到的不僅僅是工作帶來的成就，更有溫馨有情的親子托班、鏗鏘有力的兒童劍道班、繪聲繪色的兒童英語班等。小朋友們一邊學習、一邊嬉戲。如果你願意，還能在藍莓園分到一塊十平米的自留地。在那裡，家長帶著小朋友翻土播種、除草澆地、辛勤勞動，換得一片生機盎然的有機菜。我家的小朋友給自己的菜地取名“莫等閒”，他告訴自己：任何的成果都不是白白得到的，只有腳踏實地辛勤勞動，付出汗水，才有收穫。

鮮活公司為每一位員工創造了一個很好的平臺，在這裡，只要肯付出，定會有佳績。公司為員工的個人能力提升開闢通道，比如學歷提升，不僅設置獎勵機制，而且還邀請名師培訓，為考試的員工派車護航。曾經有位名家說，最好的獎勵就是培訓提升自己。員工與公司同時進步，相得益彰。

我熱愛生活，更熱愛鮮活，因為我為之付出，見到成果。因為我在進步，和鮮活共同成長。

致鮮活：乘風破浪潮頭立、揚帆起航正當時！

採購部：尤蕊蕊

2.2 人才培訓與升遷獎勵

人才是企業成長的基石，公司向來秉持著「終身學習、職涯發展、全人教育」等教育訓練理念，致力於提高企業人力素質，儲訓未來經營管理人才，塑造經營風格及良好的企業文化，以創造公司更高的經營績效。

2.2.1 教育訓練及職涯

人才培育是一項長期、有系統且專業的工作，本公司重視全體同仁終身學習，依員工的學習經歷、潛能、專業技能與管理層級，擬定長期而有系統的年度培訓計劃，包括公司內部培訓與外部培訓，舉辦各項培訓課程，施以不同層次的教育與訓練，為員工架構一展長才的環境。



新進員工崗前培訓

為新員工安排培訓老師，讓員工瞭解公司沿革、目標與使命、參觀工廠，熟悉工作環境與相關規章制度，讓新進員工加快瞭解工作環境及自身權益，使其加快融入群體。透過培訓老師制度，給予新進員工適切關懷與照顧，凝聚向心力，塑造和樂的工作環境。同時我們也為表現優異的導師提供相應的獎金。



在職訓練

結合公司發展策略，組織內部及外部培訓，提升員工專業能力。重點培養員工的職業技能，並且鼓勵員工考取職能證照，依各部門需求不定期派員外訓。每年不定期邀請行業專家顧問到公司進行技術交流指導培訓，理論與實踐並重，充實員工應用技能。



培訓老師培訓

透過組織公司內部的培訓老師分享會及外訓後同仁在部門內的交流分享，不斷完善及組建內部培訓老師隊伍，促進由外而內的學習交流。



管理文章分享

定期內部傳閱管理文章，分享知識與經驗，促進學習成長。

2020 年在職員工教育訓練平均時數

性別	男性			女性		
員工類別	總受訓時數 (小時)	總人數(人)	平均受訓時數 (小時/人)	總受訓時數 (小時)	總人數(人)	平均受訓時數 (小時/人)
副經理及以上	210	21	10.00	226.8	10	22.68
課長、副課長	1032	18	57.33	973.7	23	42.33
組長、副組長	382.5	23	16.63	609.8	16	38.11
一般員工	2808.6	152	18.48	5019	238	21.09
合計	4433.1	214	20.72	6602.5	287	23.01

註：1. 此數據僅為昆山廠數據；2. 數據不含新人崗前培訓時數。
2020 年在職員工每人平均在職訓練時數達到 41.5 小時，其中崗前培訓學時共計 9774.5 小時。

部門輪調

為開發員工多種能力及考察員工的適應性，發展有潛力的年輕之才，提供人才之新的挑戰與歷練機會，開發不同崗位之技能，以儲備公司未來之管理職位需求。

員工晨操、晨劍練習

員工每天上班前定時的晨操、晨劍練習，讓員工平常忽視的身體部位得到鍛煉運動，活動筋骨。公司為鼓勵全員運動的精神，採用健康積分制度，參與晨操與劍道練習，記健康積分，並制定獎勵制度，晨劍、晨劍出勤 1 次，記健康積分 1 分，積分排名排名前 30% 人員獲加發 5 天至 15 天之年終獎金。晨操、劍道年度平均出席率為 74.55%。



公司為員工建立活動中心，設立羽毛球和乒乓球等運動場地，讓員工在運動娛樂的同時強身健體。鼓勵員工參與劍道練習，藉由劍道練習修煉自省能力，進而淬煉員工堅定的意志與強健的體魄，每年組織國際認可的劍道升等考試，建立員工努力向上的觀念。

2.2.2 儲備幹部

2020 年度昆山廠幹訓班未進行，廣東廠有開展第一屆幹訓班，共 34 人次參與，開展內部培訓 8 次。

人才是企業發展的關鍵，關鍵人才是企業競爭的制高點，本公司爲了實現企業超常規、跨越式發展的需求，進一步地加強後備幹部隊伍建設，實現本公司戰略發展的目標。公司不定期組織開展相關幹部培訓項目。

幹部培訓旨在培養出公司發展所需的中高層管理幹部，加強公司高階管理人才隊伍的建設。提升員工的積極性，實現公司可持續發展。課級幹訓班培訓內容側重跨部門相關作業流程以及初級管理能力等；理級幹訓班培訓內容涵蓋管理能力、危機處理能力等。同時也組織受訓同仁去各大企業進行參訪學習，通過參訪標竿企業學習經驗，應用實踐到各自的領域。

2019 年度公司舉辦課級和理級幹部培訓班，課級幹訓班參與人次 31 人，理級幹訓班參與人次 19 人，共計 50 人。全部培訓課程結束後進行結業答辯，答辯旨在鑑別學員是否具備管理技能，課級幹訓班答辯通過人數為 11 人，理級幹訓班通過人數為 7 人。答辯通過的成員為公司管理幹部的儲備人選。

2020 年度昆山廠幹訓班未進行，廣東廠有開展第一屆幹訓班，共 34 人次參與，開展內部培訓 8 次。學員學習情況均以 531 學習報告呈現出來。學員在參加完每堂課程學習後，當晚要寫一篇 500 字以上的學習心得（或課程中印象最深刻的 5 點體會），提出 3 條能應用到工作崗位中的

建議，提出 1 點可以馬上運用到所在部門或崗位的方法，大家都很積極地把自己的心得體會及建議改善寫進 531 心得裡面來提高工作效率。

2021 年 1 月公司外聘專業講師給學員進行授課，學員都積極參加，課堂氣氛相當活躍。外訓是副組長及以上人員每年一次外出學習機會，2020 年培訓達成率為 68%，主要原因是 2020 年疫情影響，部分課程取消，未達到開課人數取消或工作及其他原因取消，2021 年開始，讓副組長及以上人員各選兩堂課，避免課程取消及其他原因導致無法上課來提高培訓達成率。

幹訓班學習心得

1. 印象最深，個人認為最有助益的一個點在於：結論前置。平時做工作彙報或是書寫結案報告，均是以過程推理引出相應結論，看似論證有理有據，卻忽視了資訊傳遞的快速性與有效性，從研發角度進行的論證在會議上長篇大論的簡述結果，非本專業的其他部門人員未必能吸收與理解，換言之，將驗證與排查的結論前置，並附上相應的後續措施與要求各部門執行的要點，可以讓工作變的更加簡潔與快速。

2. 關於相互獨立的概念，課堂上老師說的是事件本身因素之間的互相獨立，但我覺得，上下級之間，也應該樹立這種相互獨立的概念，在問題剖析的時候，分為了 3-4 個層次，如果說領導是屬於第 1-2 層，那麼執行的下屬應該就是第 3-4 層，每個層次之間應有自己獨立的責任劃分，領導做好自己層次的事情，不過多干涉下

屬在自己層次內的自由發揮是非常重要的，現在的工作中，基層員工很多時候都在充當工具人的角色，即完成領導派發的任務，在此並非基層員工不願意多思多想，而是大部分領導已經限定好如何執行與操作，作為基層員工已經沒有可以自由發揮的空間，在此，個人認為，在日後的工作中只需給出任務目的，其中間過程大可以讓基層員工多思多想多開發更多的可能性，此舉也可增加基層員工的自我價值挖掘與提升自我認同感。

3. 在趙總傳達任務的資訊梳理環節，我所在的第一組，幾乎都跳脫到題目之外，老師的要求是梳理資訊邏輯與先後順序，可是大家首先想的卻是這些事情不應該由同一個人去完成，並且覺得事急從權，應該從緊要的搶救傷患下手，殊不知從一開始的出發點就已經錯了，從小上學老師也是一直強調審題很重要，這一點順延到工作中也同樣重要，理解指令可以事半功倍，盲頭瞎幹只能事倍工半。

4. 鄧甯 - 克魯格效應圖環節時，老師覺得大家都處於“開悟之坡”，我當時就有一個特別危險的想法，或許在某些方面處於“愚昧山峰”呢？，畢竟，在不知道自己不知道的情況下，往往會想當然的以為自己知道，那麼該如何判斷自己誤入盲區呢？個人以為，越是在理所當然的時候，越要多聽取前輩與周圍同事的意見，職位有高低，但知識與經驗卻不能以職位劃分，作為一個年輕的管理人員，還是應當不恥下問，多聽聽一線人員的見解。

5. 參禪三境界的部分：是山還是水，全憑個人境界，在日常工作中，與大家產生

分歧在所難免，有時不見得是事情本身的問題，更多的是人的問題，一如參禪的境界，所在境界不同，看到的問題本質自然不一樣，在這種情況下如何準確的表達自己的想法，並且抓住對方的要點，從而得到對方的認同或是認同對方都是極大的考驗，妥協不見得就一定是壞事，嘗試不同的理事方式也是積累經驗值的方式之一，希望自己在日後的工作能夠更加理性的看待不同的聲音。

工作中的建議

1. 後續安排工作僅發佈大綱、目的、完成時間，之後要求執行者自行完善行動安排與驗證計畫，以口頭或書面的形式打個底稿，以此引導大家更多的自我思考；
2. 接到任務安排之後與上司再次確認任務目的，最好是當場複述任務內容以做確認；
3. 事發現場有神靈，多去現場走動，多瞭解第一手資訊，多與相關部門交換資訊。

馬上用到崗位的方法

針對基礎研究組每日工作彙報，在組員進行彙報後對其彙報內容進行評估修正，引導大家使用結論前置的報告方式，逐步建立結構化的彙報思維。

2020年12月18日 广东鲜活学院干训班留念



2.2.3 員工學歷提升專項培訓

目前已經連續開展 3 年學歷提升專項培訓，第一批參與人員即將於 2021 年取得畢業證書。

為提升員工素質及學歷，鮮活於 2018 年開展員工學歷提升專項培訓項目，針對任職滿 3 年的員工由公司出資大部分費用。專業涵蓋食品質量與安全、工商管理實用類專業，目前已經連續開展 3 年學歷提升專項培訓，第一批參與人員即將於 2021 年取得畢業證書。

年份	報名人數	公司預計補貼學費	預計畢業時間
2018	26	146,880 元	2021.07
2019	18	95,095 元	2022.07
2020	18	90,400 元	2023.07

培訓心得

一想到這次的學歷提升，首先出現的感想就是“運氣”，先是非常好運的遇上公司開設的首屆學歷提升，為我們提供了大大的福利，其次是非常好運的壓線一次就通過了公三英語考試，沒有遇到後續多餘的波折。但是光有運氣還是不夠的，方法也是非常重要的。這次的學歷提升，我就是參照這套方法來執行的，那就是“目標 + 計畫 + 行動”。首先要有一個明確的目標，我是真的想來學習知識並且拿到文憑的，還是就是想要得到個畢業證書。設立了明確的目標，當你在學習的過程中徬徨了，迷失了，想想你的目標，想想你想要的東西，就容易找到正確的路。接下來就是針對目標，制定一系列的計畫，大的小的，長遠的短期的，然後就是朝著你的目

標，照著你的計畫，行動起來吧，只要你肯堅持，一定會有超出你想像的結果，我永遠相信一分耕耘一分收穫，付出的努力，總會換來美好的未來。你現在的辛苦，都是為了更美好的將來，所以不要輕言放棄。

姜杭農業——何翠蓮



2.2.4 NPS 培訓

2020 年度對所有新進人員進行 NPS 培訓，做到全員參與。

公司於 2019 年度開展全員 NPS 管理培訓，主要內容包含 NPS 相關基本管理理念及基本行為訓練，其中基本行為訓練主要包括公司的經營理念、公司方針、5S 管理活動、洗手消毒流程及禮貌用語等，期望透過此訓練提升員工的基本素質及加強員工對公司文化的理解。2020 年度對所有新進人員進行 NPS 培訓，做到全員參與。



2.2.5 資深員工頒獎

公司於每年的春酒晚會舉辦資深員工的頒獎儀式，受頒對象為工作滿十年及十五年的資深員工，以此鼓勵並感謝同仁們為公司付出的點點滴滴。



2.2.6 績效管理

公司為提升管理效益，充分調動員工的積極性，實現各項目標良好達成，特設立公司目標考核專案，包括公司目標考核、部門 KPI（關鍵績效指標）考核及個人考核。同時啟動並建立了改善專案活動，確保公司各項 KPI 得以持續改善和提升，實現「力創高績效」之目標。同時為讓員工感受與公司一起成長，設立了年終獎金，每月額外發放固定的生活補貼及保密津貼予員工，提高員工的月收入。

員工個人考核

為加強員工的績效管理和績效考核工作，激勵員工更好的履行工作職責，建立不同崗位及不同職務的量化考核表。公司每年二次為員工進行晉升調薪，通過個人績效考核的過程管理，使員工不斷改善及進步，實現績效提升和強化。

考核比例	主管	非主管
男	74.00%	100.00%
女	97.00%	100.00%

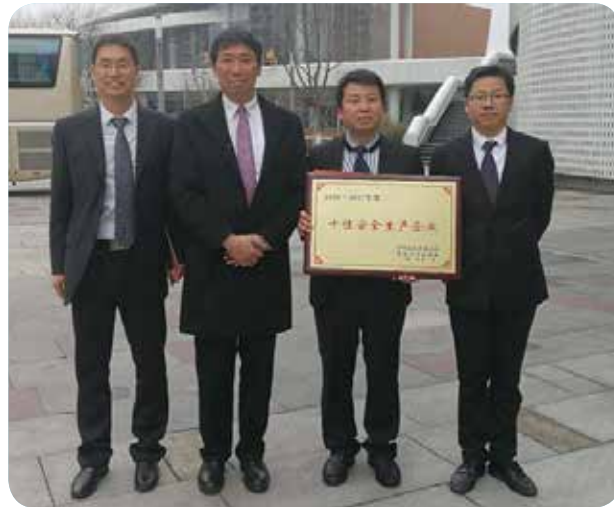
註：
1) 整體員工參與考核百分比為 97.80%，少數高階主管不納入考核。
2) 上述參與考核之數據為昆山廠數據。

2.3 勞工安全衛生

2.3.1 安全生產委員會

為保障全體員工能在安全與衛生無虞的環境下安心工作，公司遵循勞動安全衛生法成立了「安全生產委員會」，分別來自環安部和各部門推選的安全委員代表，目前共有 14 名推派安全委員代表，安全委員勞方代表比率達到 89.5%，委員會成員主要由特定職級或職掌的員工擔任，安全委員代表每月到各個部門檢查環境安全狀況，並向安委會彙報。

昆山廠、廣東廠、天津廠安全生產委員會皆個別設有一位總負責人，並由各部門組成委員會成員（如下表）：



廠別	主要參與部門
昆山廠	環安部、總經理室、管理部、業務部、研發部、供應鏈管理部、財務部、廠務部、客服品保部、市場部、工程部、稽核室
廣東廠	安全部、人力資源中心、廠務部、研發中心、品保部、供應鏈管理部、財務部、業務部、管理部
天津廠	倉庫、工務部、環安部、廠務部、品技部

2.3.2 職場安全與健康

鮮活為協助員工關於嚴重疾病之教育訓練、諮詢、預防及風險控制計劃，每月針對公司全體員工開展安全生產培訓，並在崗前培訓中積極宣導安全生產的重要性。另按照法律規定每月針對特殊工種加強安全培訓，確保員工工作與生活安全，樹立安全意識，防患於未然。

在火災、地震等特殊災害或其他緊急情況下，全體員工應該立即撤離工作場所，由安全管理人員安排疏散至安全地帶，並等待公司的返回指令。

環安部定期發放勞動防護用品，例如防塵口罩、防噪音耳塞、耳罩，並檢查、監督使用情況；避免機器同時運作，降低噪音危害。

安全生產標準化強調企業安全生產工作的規範化、科學化、系統化和法制化，代表了現代安全管理



昆山廠安全生產標準化二級證書



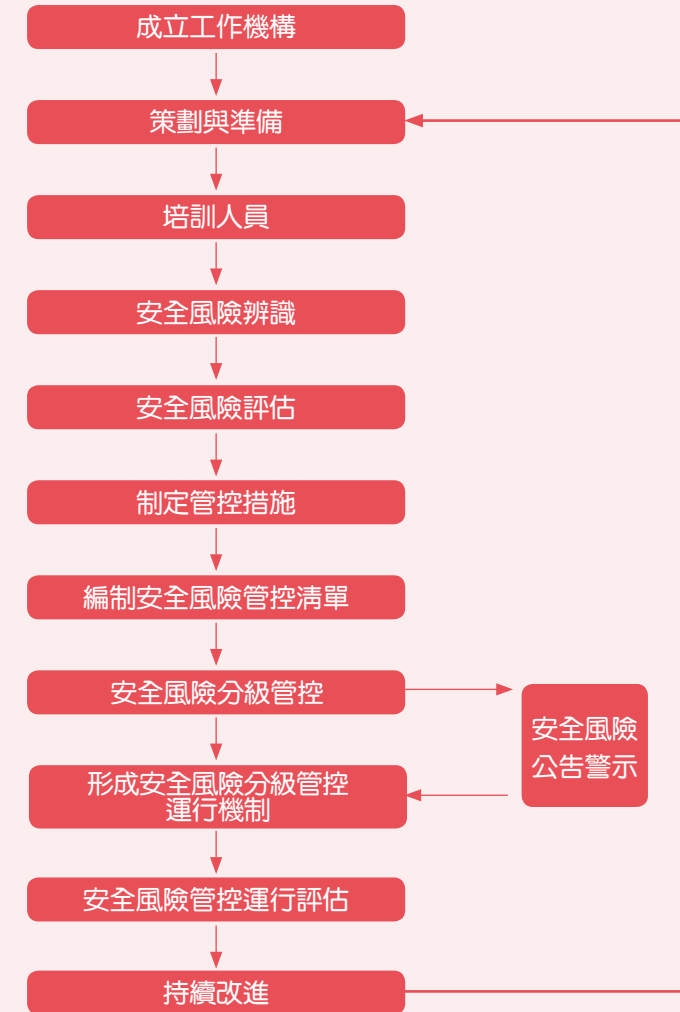
廣東廠安全生產標準化三級證書

的發展方向。昆山廠 2020.10.17-18 二天江蘇省應急管理部委託南京工業大學三位審核老師，對昆山廠二級標準化進行審核，查看資料和現場，江蘇省安全生產科學研究院已公佈審核通過的名單，昆山廠已通過昆山廠安全生產標準化複審。

公司積極導入安全生產標準化，通過審核及獲領二級安全生產標準化證書，提升車間作業人員的生產品質及意識。同時，公司組織安全員參加安監局組織的安全員培訓，並獲得了安全員證書，環安部每天定期檢查車間生產安全狀況，透過檢查降低車間安全生產隱患，將“本質安全”理念貫穿並落實於安全生產全過程，全面提高安全防護能力，切實防範安全生產事故發生，保障公司員工人身與財產安全。

2020 年共發生 15 起工傷事故（昆山廠 8 件，女性 5 起，男性 3 起；廣東廠 3 件，女性 1 起，男性 2 起，天津廠 4 件），無因公死亡事件。發生工傷後，公司相關部門迅速調查工傷發生原因並制定預防及改善措施：1、人的不安全行為；2、物的不安全狀態；3、環境不良因素影響等。為預防工傷事故的發生應加強安全教育培訓，增強員工的安全意識，另外需要加大隱患排查力度，消除隱患杜絕各類事故的發生。2020 年無發生嚴重職業傷害。

安全風險辨識流程：



2020 年	失能傷害頻率	職業病發生率	失能傷害嚴重率	因公死亡事故數	損失日數	缺勤率
昆山鮮活	6.92	0	135.04	0	156.125	1.1
廣東鮮活	15.37	0	224.51	0	73	1.57
天津鮮活	20.52	0	35.90	0	7	0.2

- (1) 失能傷害頻率 = 傷亡人數合計 * 1,000,000 / 經歷工時；
- (2) 職業病發生率 = 職業病總數 * 1,000,000 / 經歷工時；
- (3) 失能傷害嚴重率 = 損失日數 * 1,000,000 / 經歷工時；
- (4) 缺勤率 = (事假天數 + 病假天數 + 工傷假天數) / 總工作天數 * 100 %；
- (5) 損失日數：受傷之日隔天開始計算，包含假期；
- (6) 承包商無發生傷害事件；
- (7) 受傷類別：摔倒骨折，輕傷未納入統計，2020 年度發生 1 起交通事故。
- (8) 因工時統計尚無區分性別之資訊，本年度尚無法揭露依性別區分之失能傷害頻率、職業病發生率、損失日數、缺勤率等數據。

事故通報制度

鮮活制定事故管理辦法，目的係規範生產安全事故報告、調查處理和應急救援等，當發生安全事故後，採取緊急措施，並報告環安部，情況緊急時，直接向當地安監局報告。

查明事故經過、
原因及人員傷
亡情況

查明事故直接
經濟損失、並
進行事故分析

總結事故教訓、
提供防範與改
進措施、提交
事故調查報告

員工健康檢查

為符合職業健康與工業安全需求，每年定期辦理換發健康證，在公司就職滿一年的員工會進行一年一次的健康檢查，涵蓋一般健康檢查、特殊健康檢查等項目，另外特殊健康檢查包括駕駛員入職崗位體檢、特殊工種規定需要體檢的專案等，公司承擔所有員工健康檢查與健康證換發的費用，不定期邀請醫師到公司為員工進行專題健康講座。



消防演習

為增強員工的安全防火意識，公司每年內部組織與邀請昆山市消防大隊對員工進行消防培訓與演習，增強員工在火災中互救與自救的意識，學習保護自己和家人的生命財產安全。



2020 年員工消防演習現場

危化品管控

公司重視對危化品的管控，指派具有危化品管控資格的專人負責管理，對危化品購買及出入庫進行嚴格管理。

防治蟲鼠害

在廠區佈置三道防線防治蟲鼠害，由專業防治蟲害機構定期監控及向公司同仁宣導防治工作，達到有效防治目的維護工作環境清潔衛生。

響應政府健康宣導

本公司積極回應江蘇省昆山市衛生局宣導的全民健康生活方式行動示範創建活動，推動員工的健康生活方式，積極號召員工進行身體健康活動，包括晨操與劍道的練習，開展爬山、體育比賽等群體性健身活動，積極組織與社區的健康教育活動，為員工開展健康知識講座進行健康知識的宣導，讓員工時刻關注自身身體狀況，積極推進全民健身，創建健康活力的示範單位。



廠區安全示範長廊

2.4 促進勞資和諧

本公司自創建以來，一直維持良好及和諧的勞資關係，並且在此基礎上，持續成長茁壯。良好及和諧的勞資關係維持，在於勞資雙方互相信任、尊重，工會組織的有效領導，勞資溝通管道暢通等。本公司於2019年獲蘇州市政府評為「蘇州市勞動關係和諧企業」，以及昆山市張浦總工會評為「工會工作先進集體」。



為構建和諧員工關係，預防糾紛發生，防止矛盾激化，促進勞資和諧，2018年在張浦總工會支持下，公司成立了調解委員會，以便更好開展糾紛調解工作。



2.4.1 工會組織

本公司依照《中華人民共和國工會法》設立工會，公司所有員工在進入公司工作後，自動成為工會成員。工會以解決員工所遭遇的問題及滿足其需求，致力於員工福利措施的改善，並於每年年初協商調薪。在公司、工會組織的攜手努力下，我們不斷改善員工的衣、食、住、行、育、樂等軟、硬體設施之品質，包括為員工提供舒適的員工宿舍、物美價廉的餐飲、員工健康檢查輔助及給予福利分享等，建構這些完善的福利制度，使員工能安心的在工作崗位貢獻心力。

工會成立緊急救難金項目，旨在為部分家中困難且突然急需用錢的員工提供救助。該項目的成立，解決了部分家庭較困難的員工的緊急需求，讓員工感受到了鮮活這個大家庭的溫暖。

2.4.2 勞資溝通無障礙

為鼓勵員工與管理階層直接進行溝通，公司除設立員工意見箱及食堂交流園地等管道外，並實施員工抽樣調查與員工家訪活動，進行有效的整理與及時回饋。公司於2018年度推出微信公眾平臺、增設意見箱，並進行員工滿意度調查，為員工增設意見反饋之平臺。

公司高層領導高度關注員工工作與生活狀況，定期對員工進行家訪，正式員工家訪原則上至少每兩年進行一次，新進人員家訪一般安排在新人入職的次月進行，旨在促進員工與上級之間的交流，主管也能夠更多的瞭解員工的家庭狀況。2020年度昆山廠家訪費用支出為新臺幣151.15千元。

公司符合中國大陸勞動法相關通知程序，有關公司重大營運變化最短預告期，不論員工職級，皆於勞動合約中載明為一個月；有關工作變動最短通知時間，提供同仁緩衝時間，如繼續工作三個月以上一年未滿者，於十日前預告之；繼續工作一年以上三年未滿者，於二十日前預告之；而繼續工作三年以上者，於三十日前預告之。

2.4.3 員工滿意度調查

鮮活為增進與員工的溝通，定期進行員工滿意度調研，昆山廠2019年度共發出問卷232份，回收有效問卷205份，有效問卷填答率88%。滿意度調查內容包括四大構面：工作本身、工作回報、工作環境、工作群體。問卷結果表明員工對工作內容及工作群體滿意度較高，部門內部同事相處和諧。透過定期的滿意度調研，促進了公司與員工之間的溝通交流，對於員工滿意度較低之部分，公司盡力改進。公司2020年度的調查方向重心在食堂滿意度上，每月進行一次食堂滿意度調查。2020年度食堂滿意度調查平均分90分，較2019年上漲5%。



僱用農民薪資發放

7982 仟元 / 新臺幣

2020 年藍莓園長期就業的農民工為 28 人，年度發放農民工（含臨時工）工資新臺幣 7,982 仟元，人均年工資收入為新臺幣 188 仟元

藍莓園採摘旅游

25,000 人次 / 累計 比 2019 年增長 19%

2020 年累計接待 25,000 人次

提供劍道教學

100 人 / 平均每周

公司員工為鄰近社區居民提供劍道教學，平均每周培訓 100 人次



叁·深耕社會

鮮活注重與社區互動及居民生活水準的提升，以期與社區雙贏。

公司與當地社區共同投資建立的 160 畝藍莓種植基地，帶動社區農民直接就業；基地經過多年的努力，已經實現盈利，2020 年第 7 次分紅予社區農民新臺幣 884.84 仟元。

3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏

鮮活在昆山市張浦鎮投資建立 160 畝的藍莓園，豐富當地的農業觀光市場，解決附近村落的富餘勞動力，給當地農民增收、創收，引導本地區農業的綠色生態種植模式，創造鮮活與社區雙贏。

藍莓園佈局圖



3.1.1 經濟層面

鮮活每年租用社區農民土地，並向農民繳納土地租金，另外鮮活與社區農村土地股份合作社合作，每年將藍莓園盈餘的 25% 分配給合作社農民，2020 年藍莓園長期就業的農民工為 21 人，年度發放農民工（含臨時工）工資新臺幣 7,065 仟元，人均年工資收入為新臺幣 202 仟元，高於蘇州市農村居民人均純收入的新臺幣 51 仟元。

註：數據來源於《2019 年蘇州市國民經濟和社會發展統計公報》

2018-2020 年藍莓園帶動小区农民就业情况表

年份	帶動社區農民工就業數（人）	農民工人均工資收入（新臺幣仟元）	農民工人均工資增長率	年發放農民工工資（新臺幣仟元，不含臨時工）	總發放工資（新臺幣仟元，含臨時工）
2018 年	28	164	9%	4,560	7,361
2019 年	30	191	16%	5,624	7,966
2020 年	28	188	-2%	5,266	7,982

• 備註：

- 農民工包含保潔工、農民工簽訂穩定契約之人員，就業人數以當年度平均人數計算
- 工資收入包含底薪、獎金等
- 因本年度資料統計方式調整，同步修訂 2018 及 2019 年數據



3.1.2 環境層面

藍莓園的各種水果，按照綠色食品標準種植，遵循自然界生態規律，除草全部採用人工方式，病蟲害採取物理防治或生物防治，施肥儘量用自製有機肥。藍莓園的綠色生態種植模式，推廣至附近南港、錦溪、花橋等 3 個城鎮，種植果桑、水蜜桃和藍莓近 300 畝。

藍莓園內 20,000 平方米的池塘，保持著原生態模式，池塘水清澈無污染，吸引著幾百隻白鷺和野鴨前來棲息安家。

2020 年藍莓園發酵生產有機肥 70 噸，應用於藍莓、水蜜桃、桑葚、枇杷等果樹，節省肥料購買投入。將淤泥、果皮果渣、豆皮、咖啡渣、枯樹枝樹葉混合進行堆肥發酵，發酵完成後放養紅蚯蚓再次進行分解，最終產生的蚯蚓糞等有機肥即可用於果樹和蔬菜種植生產。有機肥經過協力廠商檢測機構的營養成分檢測、重金屬含量檢測，結果符合農業部《有機肥料標準 NY525-2012》。



工人施有機肥



藍莓樹下疏鬆透氣肥沃的土壤

綠色產品開發：

呼應中國政府頒發“農業龍頭企業”的榮譽及《中國落實 2030 年可持續發展議程國別方案》的發展理念，以農業為本，結合經濟、社會、環境綜合協調發展，從事原料在地化及產品差異化的價值再造，強化產品全生命週期綠色管理，推進綠色設計及開發綠色產品，並自 2016 年起取得綠色食品認證證書。



姜杭“奧尼爾藍莓”



姜杭“薄霧藍莓”



人工除草現場



機器割草現場

3.1.3 社會層面

鮮活帶動高齡農民的二次就業，在藍莓園工作的農民工，來自於張浦鎮下屬的 3 個村落（姜杭村、趙陵村、新涇村），年齡在 55 歲 -70 歲之間，為退休工人或農民，既減輕社會負擔，又穩定當地社會秩序。

另外，藍莓園開放市民觀光採摘，藍莓園內種植有藍莓、黑莓、桑葚、水蜜桃、黃桃等 8 種水果，鋪設有 6,000 平方米的硬質路面，涵蓋 20,000 平方米的湖面。節假日，社區居民可以帶小孩到藍莓園採摘觀光休閒，拓展各種水果種植知識。2020 年，藍莓園第七年對當地市民開放觀光採摘旅遊，當年累計接待 25,000 人次，比 2019 年增長 19%。

公司每年在藍莓園舉辦員工釣魚比賽，藍莓園內湖達 30 畝，處於純天然狀態，野生水鳥成群，野生魚蝦頗多。公司每年秋季舉辦釣魚比賽，2012-2020 年，公司在藍莓園已成功舉辦九次釣魚比賽。



藍莓園工人合影



遊客採摘藍莓合照



2020 年，第九屆“鮮活果汁杯”員工釣魚比賽集體合影

科普教育：

鮮活利用自身的優勢，在水果採摘期，將藍莓園開放給教育機構和學校作為科普教育基地，教授藍莓、桑葚等水果的種植知識，並且讓他們體驗水果採摘的樂趣和辛苦。同時公司還開展果樹認養活動，讓更多家庭參與其中，讓小朋友可以跟著爸爸媽媽一起認養一棵果樹，在過程中也讓小朋友們深刻的感受到“汗滴禾下土、粒粒皆辛苦”。



中學生藍莓種植科普教育

3.1.4 鮮活健康農場

鮮活健康農場，從 2017 年 8 月份開始，在藍莓園舉辦以親近自然為主題，以家庭為單位，進行果蔬種植的親子課程。為員工創造與家庭成員共處的環境，促進家庭和睦；創造與自然接觸的機會，促進人與自然和諧相處。2020 年共有 107 組家庭參與。

鮮活健康農場第九期 – 播種





鮮活健康農場第九期 – 收穫

期別	啟動日期	參與家庭	活動期間
第 1~7 期土地租賃	2017 年 8 月 ~2019 年 9 月	238 組	每期 3-5 個月
第 8 期桃樹認養	2020 年 4 月	60 組	4 個月
第 9 期土地租賃	2020 年 9 月	47 組	5 個月
第 7 期土地租賃	2019 年 9 月	40 組	5 個月

3.2 社區互助與關懷救助

3.2.1 水果基地管理

對於水果基地的管控重點：①嚴格按照實際情況記錄田間管理，如用藥施肥等農事操作記錄，使農產品品質安全可追溯。②公司基地管控專員每年安排取樣檢測農藥殘留，確保農產品健康安全，監督種植戶合理規範使用農藥，宣導新鮮水果的綠色有機種植方式。③每兩年對基地的土壤和灌溉水源取樣進行重金屬等污染物檢測，監督基地肥料、除草劑等合理使用，確保水果品質安全。④基地管控專員對每個基地進行不定期的突擊巡檢，監督種植戶不能使用違禁農藥，田間管理記錄必須據實登記。增強種植戶的食品安全管理意識。

水果種類	基地位置	基地面積	效益
草莓鮮果	上海市青浦區白鶴鎮	7,000 畝	2020 年共收購草莓 540 噸，惠及 1500 個草莓種植戶
胡柚鮮果	浙江省衢州市常山縣	1,800 畝	2020 年共收購胡柚 50 噸
臍橙鮮果	江西省贛州市崇義縣	6,000 畝	2020 年共收購臍橙 50 噸，以“企業 + 農戶”的合作模式，拉動鉛廠鎮社區的農民就業
芋頭	廣西省桂林市荔浦縣	2,000 畝	2019 年共收購芋頭 12 噸
臍橙鮮果	江西省贛州市崇義縣	6,000 畝	2019 年共收購臍橙 55 噸，以“企業 + 農戶”的合作社模式，拉動鉛廠鎮、思順鄉社區的農民就業



浙江衢州市常山縣胡柚基地



廣西桂林陽朔縣金桔基地



江西省贛州市會昌縣臍橙基地



江西省贛州市崇義縣臍橙基地



廣西桂林荔浦縣芋頭基地



上海青浦區草莓基地

3.2.2 慈善活動

3.2.2.1 貴州扶貧

鮮活想的不僅僅是自身獲利，還希望能在自身能力範圍內做些事情來回饋社會，2018 年正好有這樣一個機會。2018 年昆山政府提出“攜手奔小康行動”，鮮活公司立即回應，與貴州省銅仁市壩黃鎮結成幫扶協議。俗語說“授人以魚不如授人以漁”，鮮活在幫扶這方面有同樣的想法，所以提供苗木、技術等幫助，讓壩黃鎮人民建立一個藍莓種植基地，靠自身的努力，脫貧致富。

2019 年，鮮活免費提供壩黃鎮藍莓種植基地藍莓苗木 13,500 株，共計人民幣 76,550 元。2020 年 7 月高壩田村藍莓採摘節拉開帷幕，遊客紛至沓來。藍莓從 6 月份開始上市，累計採摘銷售 3700 斤，以 40 元 / 斤的價格銷售給當地遊客。2020 年 12 月藍莓基地規模達 1200 畝，覆蓋貧困戶 185 戶 726 人，121 人在基地務工獲勞務費 32 萬元。

時間	扶貧面積
2019	200 畝
2020	1200 畝

昆山·碧江：探索藍莓產業聯動新模式助力脫貧攻堅（貴州省人民政府）：

http://www.guizhou.gov.cn/xwdt/dt_22/df/tr/202006/t20200602_60829113.html?from=timeline



2020 年夏季藍莓採摘收穫



藍莓夏季管理技術指導

3.2.2.2 慈善捐助

《鉅亨網》愛心專案

隨著社會貧富差距拉大，許多孩童不得不承受家庭困境帶來的一系列問題。弱勢家長為了工作無法陪同、甚至更多弱勢孩童生活辛苦，需要提早扛起家計。為了關愛孩童，鮮活積極響應《鉅亨網》的號召，於 2020 年捐贈新臺幣 6 萬元，希望能幫助孩童有個快樂的童年。



3.2.3 劍道推廣

劍道是公司企業文化的組成要素之一，多年來發展，培養了諸多劍道好手。“十年磨一劍”的劍道精神在於信念、堅持、不屈不撓的韌性。劍道是培養心志之道，每個人都必須持續不斷地進步，不進則退，企業也是一樣。要以“毅力與堅持”為核心，同時也是企業的命脈。

玉山會是由董事長及幾位劍道同好共同創立，至今擁有國際劍道聯盟認可的劍道升級審查資格及超過百名的會員，向社會貢獻一批又一批熱愛劍道的人才。公司指導社區居民子女劍道學習，推廣劍道運動，平均每週培訓達 100 人次；周日開設青少年劍道班，重點培養孩子們對劍道的愛好，舉辦如五一親子營活動、劍道教室課等活動；此外，我們還會向公司客戶展示劍道文化，積極邀請他們參與劍道基礎練習體驗。2019 年度劍道升級及升段審查通過人數 106 人，練習劍道成員人數（員工及員工子女、社區居民）369 人，並於每年組織參加蘇州國際劍道公開賽、北京大學“北大杯”全國劍道邀請賽、中國大韓體育會長杯劍道賽等劍道比賽。受疫情影響，2020 年末組織劍道升段及升級審查及參加相關劍道比賽。

不定期邀請臺灣的高段位劍道老師蒞臨指導，使學員能獲得與劍道好手交流的機會，從而不斷提高劍道水準和技巧。正是這種開放包容的態度使得活水不斷注入，並回流到社會，加大企業的社會影響力，這是我們對劍道的傳承與發展。



羿華杯上海劍道交流大會



劍道愛好者劍道交流



劍道愛好會劍道交流



劍道班練習



劍道班練習



劍道班節日禮物

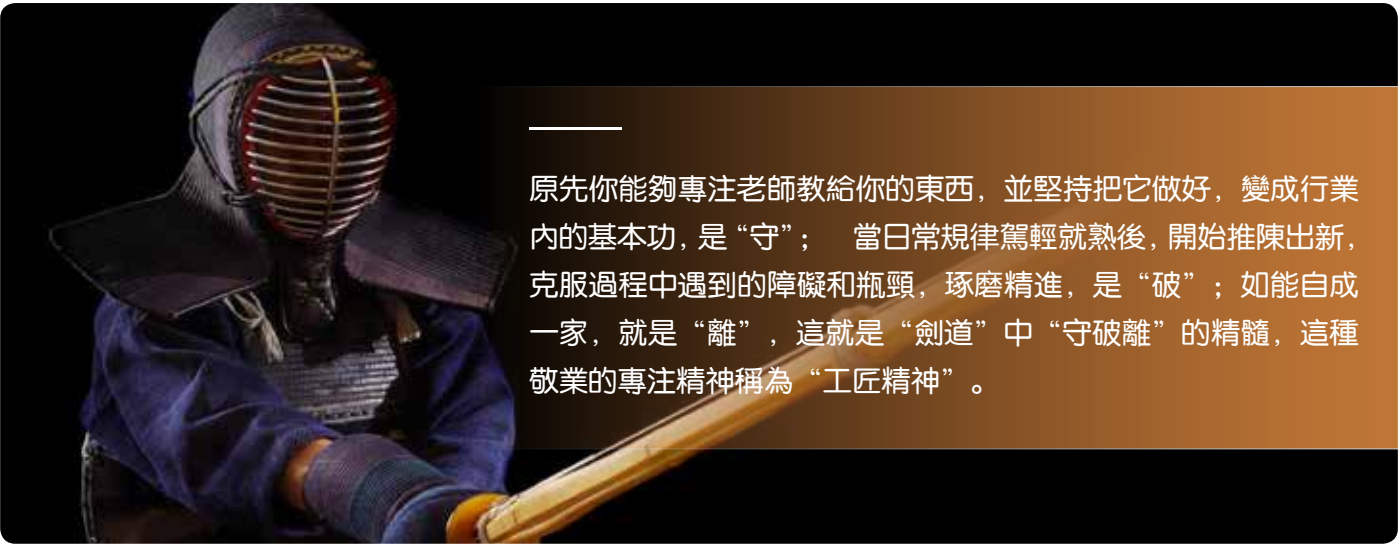
3.2.4 張浦企業籃球賽

2020 年公司積極組織員工參與企業籃球賽，大家踴躍參與，配合默契，在賽場上揮汗如雨，展現團結協作的精神。



3.2.5 高中生社會實踐企業參訪

為了響應教育部培養當代中學生的理想信念和社會責任感、提高科學文化素養和終身學習能力、加強自主發展和溝通協作能力的政策。鮮活與學校合作，接待參訪學生並幫助他們瞭解食品飲料行業相關知識，共同協助中學生完成社會實踐目標。



原先你能夠專注老師教給你的東西，並堅持把它做好，變成行業內的基本功，是“守”；當日常規律駕輕就熟後，開始推陳出新，克服過程中遇到的障礙和瓶頸，琢磨精進，是“破”；如能自成一派，就是“離”，這就是“劍道”中“守破離”的精髓，這種敬業的專注精神稱為“工匠精神”。

時間	學校	內容	人數	照片
2020.8.15	昆山市第一中學	1. 公司簡介 2. 參觀工廠 3. 飲品調配互動與試飲 4. 藍莓園除草	30	
2020.8.22	昆山市高級中學	1. 公司簡介 2. 參觀工廠 3. 飲品調配互動與試飲	34	

3.3 外部參與行業協會活動

公司參與的行業協會和組織的會員資格如下：

協會名稱	主要活動
傑出大陸台商聯誼會會員	組織並贊助兩岸經營創業有成企業之活動、擔任創新論壇主講嘉賓，參與會員大會。
外貿協會行銷專案處奶茶聯盟會員	拓展台灣手搖杯產業的海外業務
台灣區飲料工業同業公會榮譽會員	參加台灣飲料工業公會會員大會
江蘇省餐飲行業協會供應商專業委員會	參加協會日常工作
江蘇省食品安全生產協會	參加省食品安全生產協會組織的培訓和交流會議
蘇州市農業產業化龍頭企業協會	參與協會日常工作
中國茶葉流通協會茶飲咖啡專業委員會	參加協會經濟年會活動，並代表果蔬汁行業發表演講，對行業內發展趨勢進行分享報告。
中國飲料工業協會會員	參與新零售飲品分會籌備和成立工作，參與協會組織的國家標準的研討和建議。
蘇州市農業產業化龍頭企業協會會員	參加協會日常工作與培訓
中國物品編碼中心－商品條碼系統會員	參加協會日常工作
蘇州市農業科技企業協會	參加協會日常工作與培訓
昆山市農業產業化龍頭企業協會	參加協會日常工作與培訓



ISO22000 認證體系內審

99%

2020 年度符合食品安全管理體系 ISO 22000 認證之廠房營業收入，佔所有生產產品營業收入 99%。

產品追溯與召回管理

100%

100% 產品可於 2 小時內完成追溯與召回管理

符合國際認證標準之原物料採購金額

91.2%

符合 ISO22000、HACCP、FSSC22000、ISO9001 等國際認證標準之採購，占原輔料採購金額的 91.2%



肆・安心產品

4.1 系統性的安全評估

4.1.1 嚴謹把關產品安全

公司對於產品可能產生食品安全危害的風險，從原物料管控到生產過程管控，皆透過食品安全管理體系管理，並嚴格遵守最新法規。鮮活透過風險評估小組組織風險評估會議對食品安全問題進行風險評估，與會人員為公司各部門管理階層人員，有效管控產品食品安全。本公司生產廠房已經取得中國大陸食品企業生產許可 SC 認證，取得 ISO 22000 食品安全管理體系認證、FSSC 22000 食品安全管理體系認證、HACCP 管理體系認證及 ISO 9001 品質管理體系認證。

本公司 2020 年度所生產產品 100% 受鮮活食品安全管理系統所涵蓋，另 99% 由經過食品安全管理體系 ISO 22000 認證之廠房所生產。

廠區	認證證書	取得時間	有效期
昆山廠	{糧食加工品、飲料[茶(類)飲料、果蔬汁類及其飲料、蛋白飲料、固體飲料、其他飲料]、其他方便食品、冷凍飲品、速凍其他食品、果凍、水果製品、澱粉及其澱粉製品、澱粉糖} 生產許可證	2020/05/19	2021/11/27
昆山廠	ISO 22000 食品安全管理體系	首次發證 2012/03/06 本次發證 2020/03/10	2021/02/03
昆山廠	FSSC 22000 食品安全管理體系	首次發證 2015/12/07 本次發證 2018/11/16	2021/11/15
昆山廠	ISO 9001 品質管理體系	首次發證 2017/07/21 本次發證 2020/03/02	2023/03/01
昆山廠	HACCP 管理體系	首次發證 2017/07/19 本次發證 2020/03/09	2023/03/08
天津廠	{飲料[果蔬汁類及其飲料、蛋白飲料、固體飲料、其他飲料]、其他方便食品、水果製品} 生產許可證	2020/11/25	2021/10/16
天津廠	ISO 22000 食品安全管理體系	2020/04/03	2023/04/02
天津廠	HACCP 管理體系	2020/04/03	2023/04/02
廣東廠	{蛋白飲料、茶(類)飲料、其他飲料、水果製品、果蔬汁類及其飲料、果凍} 生產許可證	2020/08/21	2023/02/10
廣東廠	ISO22000 食品安全管理體系	2019/10/18	2022/10/17
廣東廠	HACCP 管理體系	2019/10/18	2022/10/17



產品自農場至餐桌的生產製程依照食品安全管控及嚴謹審核制度落實執行，從食品安全防控至確保產品品質持續改進，致力於建立完善的流程評估及系統。

2020 年食品衛生推動方案

1 設備管路清洗消毒專案

為解決產品連續微生物不合格的問題，經過調查找出造成微生物超標主要是由於洗鍋水溫達不到殺菌要求所致，制定相應的改善措施，通過調整清洗水溫、清洗時間和方式，最終確保每批產品均合格。

具體步驟如下：



① 使用 85℃ 以上的工藝熱水對灌裝管路進行趕料。



③ 點擊停止灌裝進料按鈕，底部三通閥復位，算好冷卻罐排污閥打開。



② 趕料後，使用軟化水對雙號冷卻罐進行沖洗，同時灌裝機制程灌裝的動作，將管道裏的水抽走排入下水道（同時帶走管道中的殘留物料）。

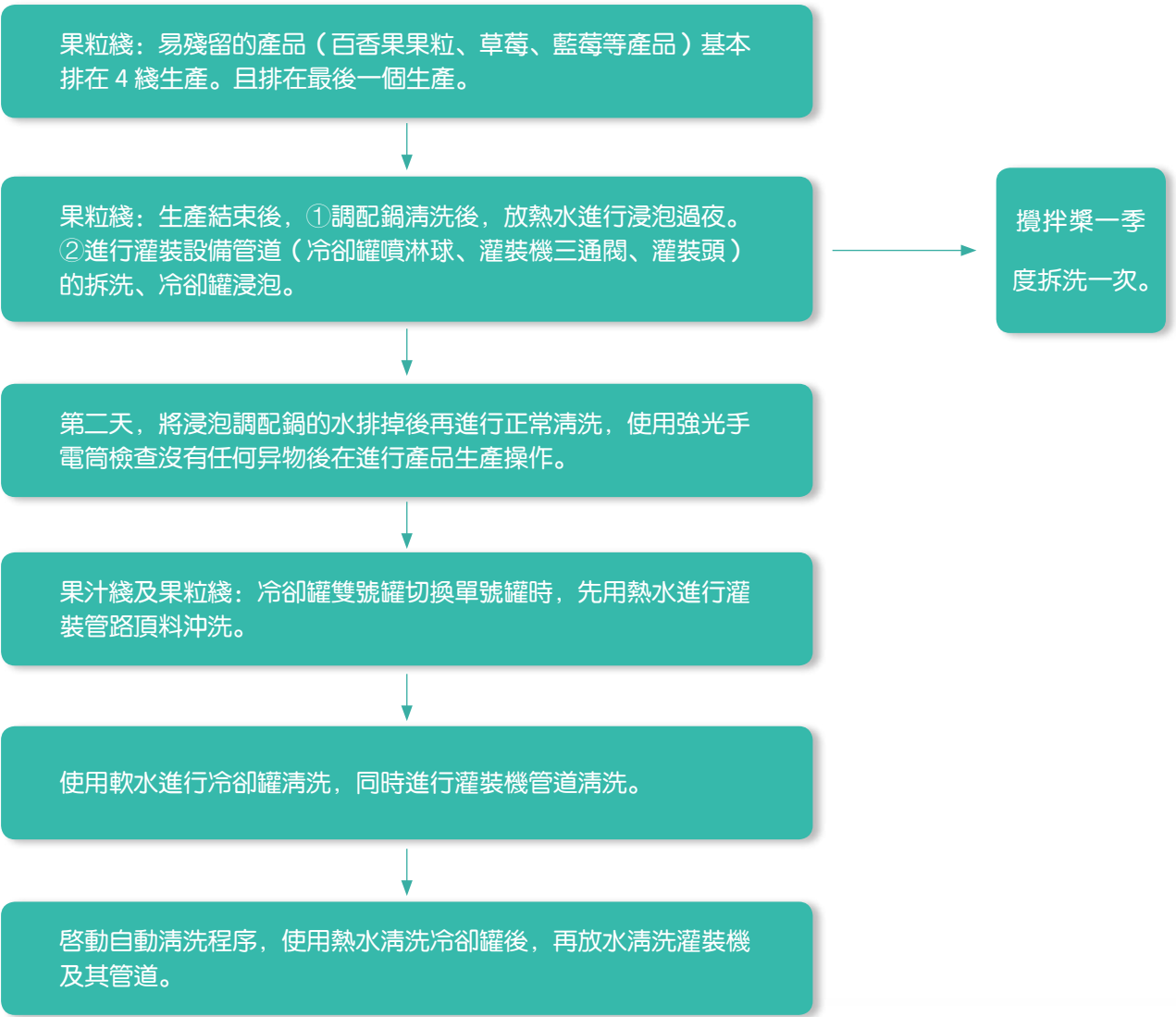


④ 點擊獨立清洗按鈕，進行對冷卻罐清洗消毒。清洗乾淨後，放 85℃ 以上的工藝熱水對灌裝機進行清洗消毒。

2 新廠設備果肉殘留改善結案報告

為解決產品生產過程中果肉殘留帶入下一個品項的問題，排查生產設備，查找果肉殘留的位置，調整清洗設備的方案並形成規範，要求員工規範作業以避免果肉殘留再次帶入其他產品的問題。

生產結束後設備清洗流程：



1

食品安全防控

原料檢驗標準中規定水果供應商每年至少一次提供農藥殘留、污染物限量的協力廠商檢驗報告，執行結果為 100%。對於生產使用的添加劑，每日對使用量、庫存量進行盤點，嚴格規範添加劑的使用。

成品遵循國家標準及企業標準，如產品出廠檢驗項目、型式檢驗項目，對成品進行外檢，包含物理指標、微生物、重金屬、農藥殘留以及色素等指標。

每天對車間空氣落菌、工器具、出料口、人員手部菌落總數進行抽檢，留存原始記錄；每年兩次送外檢測生活飲用水。

5

生產過程品質管控

對產品生產工藝進行危害分析，其中添加劑配料、殺菌、金屬探測、灌裝四個工序被確定為關鍵控制點並進行監控，建立相應關鍵控制點監控計劃。生產使用《生產計劃單》包含配方資訊、生產參數以及工藝流程，明確產品生產加工步驟及相關參數。

2

廠區、車間環境管理

建立《衛生清洗 SOP》、《CIP 清洗 SOP》，對車間環境清洗，人員、設備清洗消毒進行規範。制度要求每天生產前使用酒精對混合機、包裝機進行消毒，每天生產結束後使用消毒液對混合機、包裝機進行擦洗，每月最後一周對磨糖機拆卸，使用消毒液擦洗，留存相關記錄。

6

產品出廠品質管控

建立成品質量檢驗管理相關制度，制定產品的內控品質標準，產品出廠每批進行感官、可溶性固形物、蛋白質（配製型含乳飲料）、固形物、水分、大腸菌群、細菌總數等項目檢測，抽查不同生產日期的檢驗記錄。

3

採購品質管理

建立完善的採購管理規定，制定《採購控制管理程式》、《供應商評鑑控制管理程式》，對採購流程、供應商引入、劃分及評價工作進行明確，執行結果詳見 4.2 節。

7

倉儲管理

建立白糖庫、添加劑庫、冷凍庫、冷藏庫、成品庫等存儲庫房，2019 年昆山廠增設自動倉儲，2020 年測試成功後正式使用。建立《倉儲管理規定》對物料的裝卸、存放、帳目管理等工作進行規範要求，制定倉儲環境控制相關制度，對庫房溫度、監控頻次進行明確規定，留存相應記錄。

4

原輔材料品質把控

建立各類原輔材料檢驗標準，對每個入廠原料的檢驗項目、協力廠商檢測報告驗證項目進行明確規定，要求水果供應商對原料水果的農藥殘留、污染物限量送協力廠商進行檢測。制定《檢驗 SOP》，對各個檢驗項目、檢驗操作方法進行詳細說明。

8

產品品質持續改進

各廠每週召開品質會議，對產品品質問題進行專項溝通、研究，成立專門的落實小組，專人對會議制定的舉措的實施進行跟蹤，留存相關記錄。

對所有生產成品進行食品安全的檢測，必須在全部檢驗合格後才進行銷售，在產品銷售時隨貨提供檢驗報告予客戶。

4.1.2 品質保證檢驗

公司建立品質安全管理制度，制定相關產品內控品質標準，產品出廠每批次感官評定、理化指標、水質等項目檢測，委請外部機構完成產品安全檢驗機制。

2020 年，內部突擊檢查昆山廠 0 次，廣東廠 2 次，天津廠 1 次，共計 3 次。檢查缺失項由各廠品保負責持續追蹤改善效果，缺失改善率為 100%。

一、供應商管控：對於原物料供應商資質及檢驗報告認定。

二、原物料檢驗：品保部門要求供應商提供出廠檢驗紀錄，品保人員對物料到貨進行來料檢驗並記錄。

三、產品生產過程管控：按 HACCP 進行關鍵控制點 (CCP) 管控及記錄。

四、內部實驗室檢驗：公司品保部下設實驗室，符合國家品保標準，加強對食品安全的自主檢驗能力，依危害分析與重要管制精神及風險控管原則等，持續完善實驗室設備及規模，主要設備儀器有：折光率儀、粒徑分佈儀、紫外分光光度計、pH 計、多參數快速測定儀、氣相色譜質譜聯用儀、水分活度檢測儀、可見分光光度計、精密分析天平、環形反射率量測儀器、影響測量儀、液體密度計、農藥殘留速測儀、紙箱抗壓強度測試儀等。2019 年新增超淨工作臺，優化微生物檢驗室操作環境；新增全自動定氮儀、旋轉蒸發儀，以提高檢驗的時效性和準確性。

臭氧檢測儀：為監測車間、消毒間的臭氧濃度，保證生產環境的潔淨度，風險評估後進行安裝。



2020 年度品保實驗室的支出金額約新臺幣 19,219 仟元，占全年度合併營收淨額 0.55%。主要支出項目包括：1. 產品委外檢驗費用、2. 儀器設備購置費用、3. 年度設備儀器校正費、4. 檢驗室藥品耗材費用、5. 外訓課程培訓費用、6. 勞保、辦公用品、修繕費、7. 實驗室人員薪資。



提供給客戶的出廠檢驗包含感官評定、物理檢驗、微生物檢驗。2020 年每個項目檢驗合格率皆較 2019 年進步，主要是持續落實對產品食品安全的各項檢驗、對供應商原物料的標準建立及品質要求。

各項檢驗方法、檢測目的，及按照對應國家衛生標準和企標符合法令法規要求判斷合格標準，說明如下：2020 年度三廠依國家標準規定所執行之檢驗項目 (可溶性固形物、固形物、菌落總數、大腸菌群、蛋白質、水分、外觀與風味) 未發現有異常 (不符合國家標準限值) 之情形。

2020 年成品檢驗資料統計分析

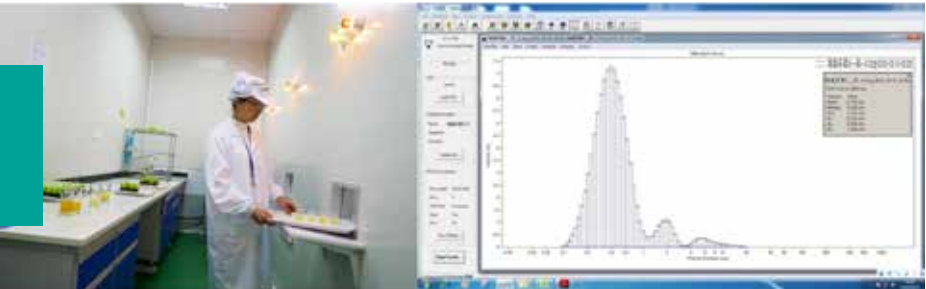
檢驗結果 (註)	理化檢測			微生物檢測		水分	感官要求	
	可溶性固形物	固形物	蛋白質	菌落總數	大腸菌群		外觀	風味
國標匯總	7247	331	386	11628	11631	1205	11631	11631
異常匯總 (項數)	0	0	0	0	0	0	0	0

註：本表所揭露之檢測結果係國家標準之限值判定，檢測所依據之國標包含 GB/T 17325、GB/T 22474、GB/T 21732、GB/T 29602、GB/T 31121、GB 2759、GB/T 31326、GB 19640、GB/T 19883。

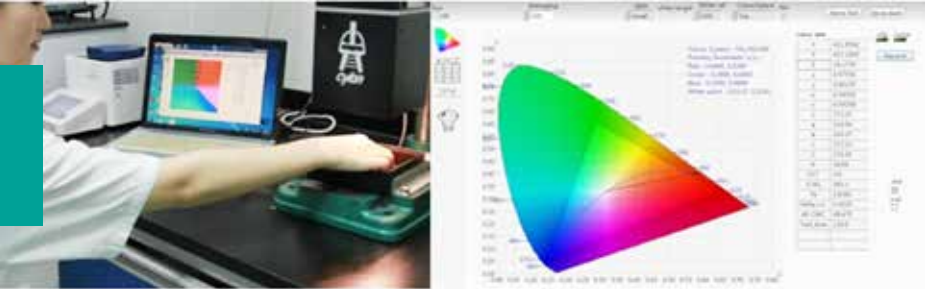
產品理化指標檢測



感官品評室 – 產品風味測試與判斷
粒徑分佈儀 – 監控產品均質狀態及粒徑分佈



色差儀 – 測定產品顏色



五、外部檢驗：因應客戶特殊要求提供成品出廠之重金屬、農藥殘留以及色素之協力廠商檢驗報告，確保無生物及物理性危害，公司產品每年送交國家認證檢驗機構檢驗。

2020 年委外成品檢驗資料統計	
委外檢驗	成品檢驗
產品品項	生活飲用水、飲料濃漿、風味飲料、速凍水果製品、大豆粉、澱粉製品、冷凍飲品和製作料、食品工業用濃縮液（汁、漿）、沖調穀物製品、含乳飲料、茶飲料、果醬、固體飲料、豆奶和豆奶飲料、果蔬之類及其飲料、植物飲料、果凍
主要檢驗依據	GB 17325、GB 2759、GB/T 30885、GB 5749、GB/T 2760、GB 19640、GB/T 21732、GB/T 21733、GB/T 22474、GB/T 29602、GB/T 30767、GB/T 31121、GB/T 31326、Q/WXXH 00010S、Q/WXXH 0003S、Q/WXXH 0004S、Q/WXXH 0008S、Q/14A2021S、Q/14A2027S、Q/XHSW 0001S、Q/XHSW 0002S、Q/XHSW 0003S、Q/XHSW 0004S、Q/XHSW 0007S
檢驗結果	2020 年總計檢測成品：檢測 624 次，未出現不合格

六、食品安全管理體系審核：6. 公司各廠分別定期進行體系內審一年兩次、管理評審一年一次。2020 年接受公司食品安全飛行檢查小組飛行檢查，廣東廠兩次、天津廠一次，昆山廠接受江蘇省市場監督局抽查一次，因疫情原因及日常審核較多，綜合評估未安排。三廠每年接受公司食品安全飛行檢查小組飛行檢查三次。

七、積極培養品保實驗室人員：實驗室人員要求具有食品工藝及檢驗，生物化學、儀器分析、資料統計分析等方面的知識，並具有食品檢驗檢疫資格。透過培訓不斷熟悉有關食品檢驗標準，及時瞭解行業動態和資訊，以提高食品檢測技術水準。





4.1.3 產品追溯與召回管理

公司 100% 果汁、果粒、果粉類產品皆可進行追溯與追蹤管理，依據 ISO9001 和 ISO22000 條款之規定，制定《標志與可追溯性控制管理程序》，已建立自上一階供應商到下一階產品出貨客戶之表單或電子文件，建立以產品條碼追溯系統，成品採用二維條碼進行可追溯管理。另依循 ISO22000 可追溯性系統執行產品撤回執行計劃，以確保能夠識別由最終成品查到該批次原物料批次使用、生產和交付記錄的關係，以及直接供方的進料和終產品首次分銷途徑，完成從原料至成品的關鍵過程與用料追溯。2020 年執行 21 次模擬產品追溯及 4 次模擬產品召回，做為當潛在不安全產品發生撤回時能夠及時處置的能力建置訓練。2020 年昆山廠、廣東廠各做一次模擬召回，召回的回收率分別為 100%、18.25%；

天津廠模擬召回 2 次，召回率皆為 0%，因召回的產品皆客戶已銷售完畢，且出具銷售完畢證明進行說明。

4.1.4 法令合規

品保部門定時收集與食品安全相關最新的法規、檔案及其他重要資訊，制訂「法律法規及標準清單」，法令包括產品標準、衛生標準、實驗方法標準、罐頭及容器國家標準、食品添加劑使用標準、國家衛生部、質量監督檢驗檢疫總局公告等，及時回饋予相關人員。確認有關食品安全的政策、作業規範及時有效傳達予相關人員，內容發生變化時及時利用郵件、會議、培訓等方式告知，向從事食品安全的關鍵職位員工進行定期專業培訓。

鮮活為食品工業，所遵循之食品安全衛生管理相關法律法規可參照國家市場監督管理總局（<http://www.samr.gov.cn/>），國家食品藥品監督管理總局（<http://yj.hsxgw.gov.cn/index.html>）以及地方江蘇省藥品監督管理局（<http://da.jiangsu.gov.cn/>）、廣東省食品藥品監督管理局（<http://mpa.gd.gov.cn/>）、

廣東省市場監督管理局（<http://amr.gd.gov.cn/>）、天津市市場監督管理委員會（<http://scjg.tj.gov.cn/>）所公告有關食品製造業類別之法令規章。2020 年度未有違反上述法令規章之情事。

2020 年發佈 / 修訂重大法律法規

序號	檔案名稱	文件編號	發文單位	發佈日期	實施日期
1	食品召回管理辦法	國家食品藥品監督管理總局令第 12 號	國家食品藥品監督管理總局	2020/10/23	2020/10/23
2	食品生產許可管理辦法	國家食品藥品監督管理總局令第 37 號	國家食品藥品監督管理總局	2020/1/3	2020/3/1
3	COVID-19 與食品安全：食品企業指南	/	FAO&WHO	2020/4/7	2020/4/7
4	強制性國家標準管理辦法	國家市場監督管理總局令第 25 號	國家市場監督管理總局	2020/01/06	2020/06/01
5	食品生產許可管理辦法	國家市場監督管理總局令第 24 號	國家市場監督管理總局	2020/01/02	2020/03/01
6	市場監管總局關於加強冷藏冷凍食品品質安全管理的公告	2020 年第 10 號	國家市場監督管理總局	2020/03/16	2020/03/16
7	食品冷鏈物流衛生規範	/	國家衛生健康委員會	2020/09/11	2021/03/11

4.2 負責任的供應鏈

4.2.1 建立供應商合格名單

公司建立完善的採購管理規定，如《採購控制管理程序》、《供應商評鑑控制管理程序》，對採購流程、供應商引入、供應商劃分、供應商評價工作進行明確。每半年對供應商供貨品質、到貨及時率、服務品質等進行評價，制定評分標準，留存評價記錄，只向通過國家生產許可證認證的供應商採購。定期對《合格供應商名單》進行更新評估，呈部門主管及總經理簽核確認後實施採購。

供應商評分級別如下：

分數	級別	評分結果
80 分以上	A 級	納入合格供應商，列為優先合作對象
70–79 分	B 級	納入合格供應商，同意合作
60–69 分	C 級	改善並經糾正措施驗證後可納入合格供應商，但需減少採購量。如連續兩次審查不合格，則不能成為合格供應商
50–59 分	D 級	不列入合格供應商，不予合作

4.2.2 既有供應商評鑑

誠信、正直是選擇供應商的首要條件，供應商的素質更是原物料管理的關鍵，公司積極建立與供應商溝通管道之順暢及保持良好夥伴關係。由供應商評鑑小組按照計畫執行「年度供應商評鑑計畫」及「供應商品質安全評估通用標準」實施及記錄，確保評鑑過程的客觀與真實。

供應商評鑑計畫的制定原則，主要從七大方面進行管控，此外每年度會依據評鑑控制管理程序考量供應商之交易金額、交易異常頻率或有其他部門指定需評鑑等因素，選取供應商執行年度定期評鑑或進行不定期評鑑。

篩選原則	評鑑頻率
1. 年度交易金額前 10 大之供應商	每年一次
2. JIT 及時供貨之供應商	
3. 評鑑結果（同供應商評分級別）為 A 級的供應商	三年一次
4. 供應商有取得 ISO22000、FSSC22000 等相關資質認證	
5. 供應商屬於行業類知名企業	特殊指定
6. 其他部門指定需評鑑的供應商	
7. 所供物料不直接接觸產品之供應商（如標籤供應商等）及貿易商	不需評鑑



此外，評鑑中確認從事食品生產的人員全部有健康證、工人要有健康證、特定工作性質工人要有上崗證等。對於評鑑結果反饋供應商進行改善措施並由評鑑人員確認改善結果，作為供應商考核記錄存檔。

採購合同中納入禁止就業歧視、男女同工同酬、杜絕童工、污染排放指標需符合國家規定等 CSR 相關條款。

類別	含 ESG 條約的供應商家數	占比 %
昆山	52	19.5%
天津	30	16.7
廣東	39	19.1%

公司每半年（1 月及 7 月）100% 針對上半年有交易之供應商進行評分，評分較低或異常頻率高的供應商，公司安排品保、技術人員前往工廠進行現況評鑑考核，對不符合項向供應商發出《供應商考核改善通知書》，協助並輔導供應商及時改善，2020 年共發出供應商考核通知書 2 家，2 家皆及時完成改善。經由確實的評鑑管理制度進行更新評估，以期逐年提升供應商的營運品質，創造與供應商共存、共榮、共贏的夥伴關係。

受新冠疫情管控及影響，2020 年有降低供應商訪廠評鑑家數，但有到四川、福建及湖北拜訪供應商，其中四川之行共拜訪 5 家供應商、福建之行拜訪 2 家供應商、湖北之行拜訪 3 家供應商。2020 年公司完成供應商到廠評鑑共 2 家，評鑑結果為 A 級供應商 1 家，B 級供應商 1 家，占 2020 年度有交易原物料^[2] 供應商家數的 4.5%。

【2】鮮活之原物料包含食材原料、添加物輔料及包材且上述且僅含昆山廠數據。

廠別	級別	A 級		B 級		C 級	
		數量	比例	數量	比例	數量	比例
昆山	上半年	187	79.6%	48	20.4%	0	0%
	下半年	209	76.0%	66	24.0%	0	0%
天津	上半年	110	80.3%	27	19.7%	0	0%
	下半年	90	60.8%	58	39.2%	0	0%
廣東	上半年	16	11.9%	119	88.1%	0	0%
	下半年	23	15.1%	129	84.9%	0	0%



訪廠現場情況

4.2.3 在地採購

公司在當地採購原物料的比例為 91.15%，在中國境內以各區域水果產地優勢採購原物料（如下圖），配合產地農民採收季節，提供合理價格，提高農戶收入，與當地水果生產基地建立良好互動和合作，瞭解各地水果原物料的優勢，縮短原物料運送里程，保證水果原料新鮮度。

此外，結合南北方水果種植的差異，本公司在天津就近開發選擇雪梨、哈密瓜、水蜜桃等凍果的供應商，節約運輸與原料成本以降低採購價格。而在應對遠距離的添加劑供應運輸問題，則建立備用供應商，以防冬季天氣原因造成添加劑臨時短缺。



4.2.4 符合認證標準之採購

2020 年公司採購原輔料供應商中通過如 ISO22000、HACCP、FSSC22000 等國際認證的共計 156 家，採購金額約 233,113 仟元，占原輔料採購金額的 91.2%。

為響應負責任的永續森林管理，且確實執行對環境保護的參與，公司要求紙箱供應商向有“森林管理委員會 (FSC)”認證的原紙生產商採購紙板製作公司紙箱，2020 年度採購經 FSC 認證之紙箱金額占全年度紙箱採購總金額為 56.09%。

4.2.5 供應商分享

為提升產品市場競爭力，定期向供應商收集行業資訊及國內外市場新品資訊供內部關聯部門參考，並定期邀請優質供應商夥伴前來分享專業知識及行業資訊，2020 年度原計劃有 12 家廠商來公司做分享和交流，受新冠疫情管控及影響，只有 6 家廠商來公司做分享和和交流。通過廠商提供的行業資訊分享和交流，促使研發創意及推出產品。

4.2.6 綠色採購

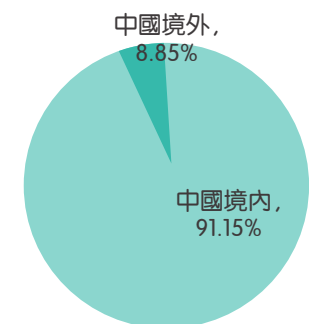
本公司的檸檬、胡柚、贛南臍橙、金桔等新鮮水果都是直接從農戶手中購買，以確保水果的風味與品質。選取風味最佳的生產基地，並於不同時節，到基地實際勘察，堅持把最好的原料帶到工廠，生產新鮮美味的果汁。

此外，鮮活與農戶之間互助合作，指導農戶的種植與土壤培養，不使用化學肥料污染環境，手工除草方式使土壤得到良好的保養與改善，維護良好生態平衡。同時為產品安全與食品健康，採購的凍果、原汁要求供應商不添加任何添加劑與防腐劑。

為降低疫情對物料供應的影響，啟動快速反應，提高進口貨源的庫存量、轉向國內採購貨源等，確保物料供應順暢。

為確保到貨的安全性，成立物料管控組，對進口冷鏈物料及來自國內中低風險區域的物料，進行人員、貨物及車輛的三重管控，進口冷鏈物料送貨時需提供與到貨生產日期（生產批號）一致的海關檢疫證明（衛生證書）、通關證明（報關單）、產品核酸報告、協力廠商出示的產品消殺報告、送貨車輛消殺證明、司機七日內的核酸檢測結果為陰性的報告、送貨司機健康碼為綠碼及 14 天內行動軌跡，國內中風險區域，送貨時需提供與到貨生產日期（生產批號）一致的產品核酸的報告、協力廠商出示的產品消殺報告、送貨車輛消殺證明、司機 7 日內的核酸檢測結果為陰性的報告、送貨司機健康碼為綠碼及 14 天內行動軌跡，國內低風險區域，送貨時司機需提供 7 日內的核酸檢測結果為陰性的報告、送貨司機健康碼為綠碼及 14 天內行動軌跡，來自國內高風險區域的物料拒收。

供應商採購量百分比 (%)





4.3 品質持續進化

4.3.1 改善產品品質

ISO22000 食品安全管理系統的持續改善

公司每年組織二次審核計劃，檢討食品安全管理體系 ISO 22000 在內部運作的符合性、有效性，2020 年昆山廠第一次內審查檢項 436 項，不符合項 10 項；第二次內審查檢項 469 項，不符合項 9 項。所列出查核建議改善事項已於 2021 年 1 月全數完成。廣東廠第一次內審查檢項 156 項，不符合項 15 項；第二次內審查檢項 175 項，不符合項 16 項。所列出查核建議改善事項已於 2020 年 12 月前全數完成。天津廠第一次內審結果，檢查共 166 項，不符合項共 24 項。第二次內審結果，檢查共 168 項，不符合項共 16 項。所列出查核建議改善事項已於規定期限內全數完成。二次審核範圍與結果涵蓋 100% 生產產品類別。

因新增車間和產線變動比較頻繁，投產前風險識別和驗證內容相關資料和資訊比較瑣碎和分散，未制定規範的作業流程，9 個月內客戶審核不合格率達 39%。客服品保部組織廠務部、研發部、三廠品保人員共同討論確定了產線變更範圍與定義，並列出風險評估專案清單，避免風險管理漏洞。整理風險專案驗證流程和驗證方法，制定《QP29HACCP 計畫建立和回顧程式》與《QP12 食品安全確認和驗證控制管理程式》兩份 SOP，已在 OA 系統發行。改善 12 個月內累計客戶審核不合格率為 6.9%，不合格率明顯降低。

食品加工工廠客戶認證稽核

公司自 2011 年搬遷新廠後，每年接受食品工廠客戶的認證與稽核。進行現場評估檢查，從食品安全防控、廠區及車間環境管理、採購品質評鑑、原輔材料品質把關、生產製程至出廠的品質管控、倉儲管理、產品質量持續改進等。昆山、天津及廣東三廠每月共同召開品質會議，對產品品質議題進行專項溝通及調查，留有會議記錄，成立專責小組對會議制定的措施落實，追蹤結果並記錄留存。通過大廠認證稽核，依據要求檢討改善，進一步推動各類產品品質優化及升級。2020 年針對客戶－喜茶審核提出 5 個缺失項目（電機底部膠體殘留、鍋蓋不平整、與產品接觸的抹布應建立管控措施、過濾網清洗不乾淨、成型擋板較小）已 100% 完成改善。

4.3.2 萬級無塵室及實驗型設備資本投入

4.3.2.1 萬級無塵室生產車間投產

公司採用一萬級無塵室的生產車間，室內牆壁為不銹鋼牆壁，室內溫度大於 30℃ 時，以打開空調系統進行降溫，控制車間環境對溫、濕度的要求。每天生產前開啟車間空氣淨化系統，經過系統處理得到符合規格之潔淨空氣，即空氣中（每立方米）微粒的最大濃度限值。對作業人員的手部消毒、著裝及風淋室進出等嚴格要求，達到控制低污染水準的環境如灰塵污染、空氣傳播的微生物等，提供高潔淨安全的車間環境。



4.3.2.2 實驗型無菌灌裝設備

實驗工廠引進義大利最先進 BIB（Bag In Box）盒中袋無菌灌裝設備，在常溫狀態下進行灌裝，最大限度減少飲料的受熱時間，降低產品維生素損失，營養更豐富，保持了飲料產品的原味。在不使用防腐劑的情況下，能夠讓產品有更好的保鮮度。



中試車間無菌灌裝設備

4.3.2.3 冷凍速凍技術的產品應用

每年公司研發人員積極投入核心技術的開發，從微乳技術、實驗工廠、果糖複配技術、無菌冷灌裝技術等，引領產品應用技術的不斷優化及品質的提升。

速凍果蓉系列開發源起是滿足客戶飲食需求，提供新鮮、健康、綠色無添加產品，適用於製作霜淇淋、慕斯、飲品、冰沙等。每項產品在開發過程中以不同產地的原料優勢，分析風味、色澤、黏度、口感等，一一對比，在此基礎上進行複配調試，確保調試出產品以最佳風味及狀態呈現給客戶。產品生產採用無菌冷灌裝技術，更大限度保留其風味、色澤和營養，將灌裝的產品迅速通過冷凍隧道，跨越產品結晶區，控制其結晶顆粒大小，使其口感更好。

4.3.3 產品標示

公司業務的成長帶動產品在各地快速流通及能見度提升，產品標籤加入「二維碼」及「客戶服務電話」，有助於市場秩序及產品流通管理，提供及時溝通方式。公司 100% 產品遵循產品標示相關法令，標籤上標明產品飲用方式、營養成分及營養素參考值 (NRV)，提供真實、客觀的營養資訊和產品特性。對固體飲料類及含乳飲料類產品標籤標註過敏原資訊。

4.3.4 健康提升

反式脂肪酸對人體健康的危害引起高度重視，中國大陸法規 GB 28050-2011《食品安全國家標準預包裝食品營養標籤通則》中規定「食品配料含有或生產過程中使用了氫化或部分氫化油脂時，在營養成分表中還應標示出反式脂肪酸的含量」。公司自 2012 年起對使用含有反式脂肪酸植脂末產品及所有粉體飲料系列進行升級，替換成不含反式脂肪酸的植脂末，讓客戶品嚐到健康、安全的飲品。2020 年零反奶精產品銷售量達 587.3 噸，占總奶精產品銷售量的 68.45%%，共計消耗零反奶精 300.5 噸。

隨著健康食品越來越受廣大消費者的喜愛，本公司對新產品開發上趨於天然健康的方向。對於防腐方面，公司投入研發天然防腐劑和不添加防腐劑的產品；對於抗氧化盡量使用天然或物理的方法進行，使用高阻隔氧瓶，對於果汁含量比較高的產品，達到較好的抗氧化效果。

類別	人工甜味劑產品	0 卡 / 低卡產品
明細	原味晶球風味飲料、百香果汁飲料、西瓜樹莓風味飲料、韓式蜂蜜柚子汁飲料等	調味糖漿風味飲料、羅漢果飲料
銷售額（新臺幣千元）	2,319,561	95
佔營收百分比	66.7%	0.0027%

客戶互動 CUSTOMER INTERACTION

客戶總數 / 銷量

730 家 69,000 噸

客戶總數約 730 家，銷量達到了 69,000 噸。

產品推廣會

43 場

舉辦夏季推廣會 13 場和冬季推廣會 30 場

微信關注人數

37,480 人

微信關注人數較 2019 年增長 15%



伍・客戶互動



果汁逐漸成為人們生活中時尚與流行的必不可少的元素，為了讓客戶能夠有更愉悅的用戶體驗，鮮活不斷地提出創新服務，帶領著果汁行業朝著更加天然、健康、時尚的方向發展。鮮活的經銷商、連鎖餐飲系統、工廠以及現調機都在持續蓬勃發展，2020 年為進一步強化服務意識和與客戶有更緊密交流，利用鮮活在水果原物料供應方面的優勢，推動系統門店新鮮水果配送服務，同時導入自動倉儲系統（WMS）和升級冷鏈運輸，完善智慧供應鏈體系和利用大數據引領市場發展，秉承自主創新、科學發展的模式與客戶共同進步，實現雙贏局面。

5.1 客製化服務與關係培養

鮮活的客戶按通路主要分為經銷商、連鎖餐飲和工廠，鮮活秉持著“用創新打造客戶滿意品質，以卓越品質打造全員福祉”的品質政策和方針，致力於服務客戶與關係的培養，提升客戶滿意度。

5.1.1 客戶分佈概要

5.1.1.1 各區域經銷商合作時間穩定長久

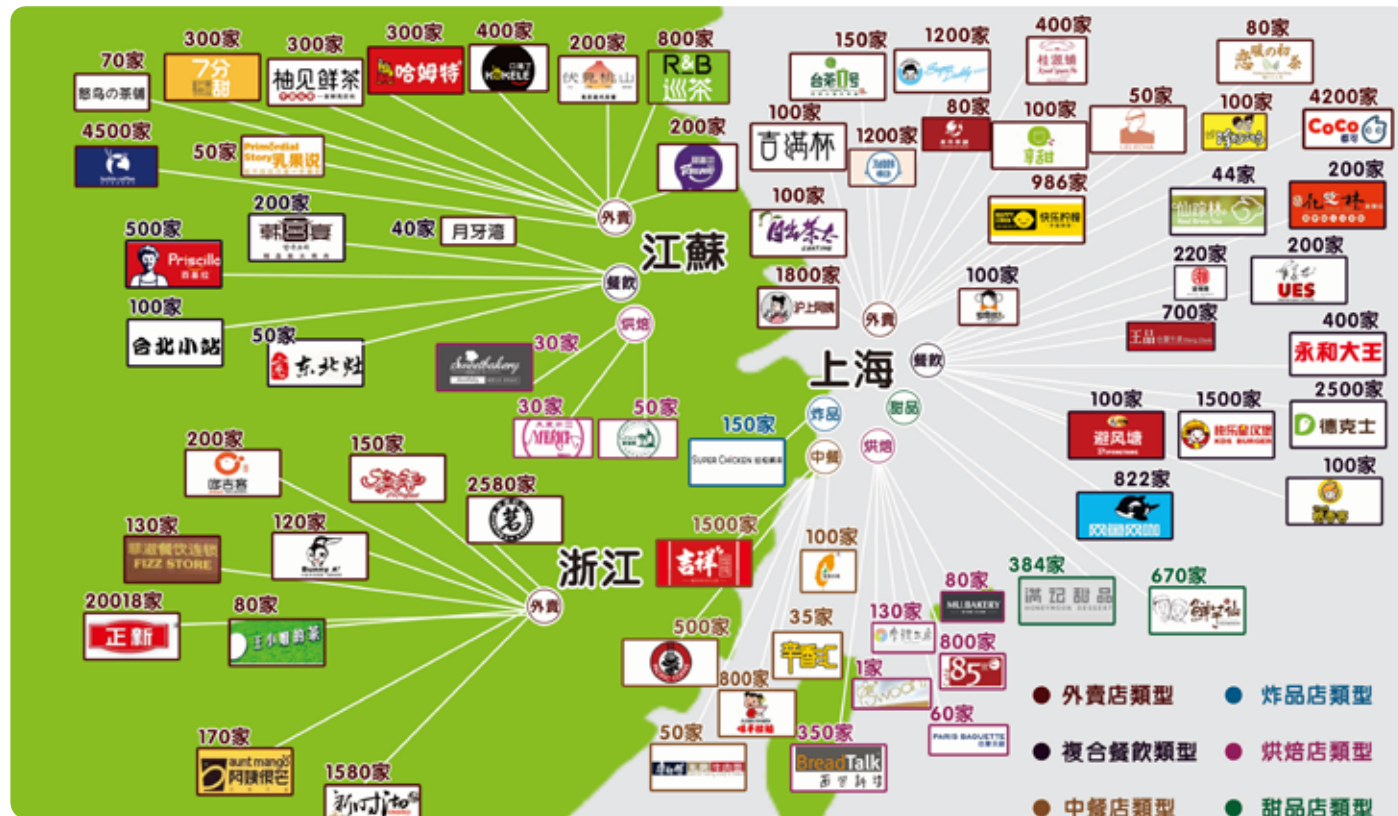
鮮活在各個區域有著長期合作且關係良好的客戶，2020 年公司客戶總數約 730 家，銷售 2020 年較 2019 下降 6.9 萬噸。鮮活與經銷商客戶一直保持著良好的關係，合作的經銷商客戶也在互利共贏的合作關係中，與鮮活持續共同發展。

經銷商客戶於當地合作之代表性連鎖餐飲系統客戶



5.1.1.2 與連鎖餐飲合作成長

鮮活的連鎖餐飲客戶遍佈全國各地，如 2020 年連鎖餐飲店華東地區的分佈圖，帶動著各個區域的連鎖餐飲店的發展與擴大，在有序經營的基礎上，提升鮮活的知名度與品牌形象，與鮮活共同進步。



5.1.2 關係培養與管理

良好的客戶關係是本公司生存與發展的重要資源，通過改善、維持和發展我們的客戶關係，提高企業在市場的核心競爭力，達到競爭致勝，快速成長的目的。我們以“一對一”的服務模式，滿足不同價值客戶的個性化需求，提高客戶的忠誠度和滿意度，實現客戶價值的持續性貢獻，從而提高企業的整體優勢。

5.1.2.1 協助客戶開發產品及市場

鮮活透過市場部的專業技術人員協助業務人員進行市場開發，在產品使用和搭配上，為客戶與消費者做點對點的指導、培訓，推廣新產品與市場，確保即時快速的反應機制。針對新品研發，公司要求十個工作日內完成並將樣品送至客戶，並提供客製化的特色服務。

另一方面，做為鮮活的重要分支，廣東分廠與天津分廠的穩健發展一直為鮮活的騰飛添磚添瓦。兩廠結合當地區域特色，貼合市場需求，著力投入產品的創新開發，全方面賦能經銷商系統、連鎖餐飲系統、工廠系統以及現調機系統四大客戶業務，為客戶提供優質、客製化的產品及貼心的服務，最終實現互贏。



2020 年推動重點

隨著客戶對產品品質越來越重視，以及市場上多元化產品的需求，鮮活以過去優勢技術為基礎，並進行更進一步的研究。

2020 年鮮活加強對產品品質的重視，藉以提升產品品質與增加產品特色及附加價值，促使其更符合市場發展的趨勢需要，也更加體現鮮活市場形象的品質定位，另外對於產品的包裝進行優化，從瓶桶、紙箱、標籤著手提升包材的質感，並加強對一線作業人員提高包裝品質的宣導，從生產源頭提升品質意識。

後疫情階段，國人對有品質的食品有了更多青睞，中國現制現售飲品市場需求依然旺盛，逆流而上的鮮活作為行業內茶飲原物料生產的標杆企業，2020 年推出眾多新品盛裝亮相各大展會活動現場，為廣大客戶呈現最尖端、最前沿的技術與產品。鮮活果汁升級了旗下品牌和產品體系，如新一代的健康之選，進軍植物蛋白領域推出的全豆豆奶 & 燕麥奶和具有一定營養元素及功能性的草本類發酵類果汁果醬；天然和安全一直是鮮活秉持的經營理念，包裝和品質同時升級的無菌包系列果汁和冷凍果肉果汁系列備受行業關注；打造差異化網紅產品，小料是關鍵，新寵甜心晶球和果凍系列添加產品已實現全品類覆蓋，滿足市場日趨多樣化的需求，為茶飲市場提供最潮流的飲品整體解決方案，覆蓋不同需求的客群，展現鮮活真正的產品實力。

此外，鮮活也致力於產品研發，2020 年三廠共收到 730 項客戶對新品需求，完成 258 項新產品的開發，滿足客戶對產品多樣化的需要。公司擁有自行研發之果汁乳化核心技術等發明專利申請超過 20 項，未來在專利佈局的方向將著重於將獨特技術應用的產品進行專利申請保護，強化本公司競爭力，延續優勢，維護公司的最大利益。

5.1.2.2 經銷商大會、推廣會、培訓與技術交流會

鮮活召開的年度經銷商大會，為經銷商客戶提供專業技術交流平臺，並邀請業內菁英對市場最新行情與動態交流，與客戶現場進行新品的應用講解與實際操作。同時聘請相關行業資深講師進行課程培訓，提升客戶能力，並規劃企業未來方向、政策發展的說明及新品發布。另外根據所有客戶前一年的整體表現狀況，評選出優秀的客戶並進行獎勵。



2020 年經銷商大會現場



獲獎經銷商頒獎

鮮活在全國召開多場夏季與冬季的新品推廣會，在人力、物料、資金等方面支援下屬經銷商向其客戶開展新產品推廣，公司的專業市場技術團隊展示新品配方，提供推廣方案，為客戶打開當地市場，把握飲品發展趨勢，提升客戶實作能力。2020 年，由於疫情影響線下推廣會的舉辦不得不暫時擱淺，經過多方探索，鮮活發揮自己的資源優勢，推廣會創新性採用線上 + 線下並行的活動模式，組織了十多場公開的線上直播培訓活動，與經銷商共同探討和交流新餐飲時代的“危”與“機”，解讀未來發展的機遇與路徑，第一時間讓客戶瞭解到茶飲市場概況及提供應對市場突變的整套解決方案。2020 年執行夏季推廣會共計 13 場，冬季推廣會共計 30 場，2020 年推廣費資金支持費用達新臺幣 1957 仟元。



2020 年廣西正島夏季推廣會



2020 年福州唯德甫冬季推廣會



2020 年線上新品直播培訓

鮮活通過各種各樣的形式為客戶提供服務，包括經銷商客戶來公司培訓並獲得培訓證書。同時，業務人員制定客戶拜訪計畫，協助當地客戶發展合適的新品配方與推廣方案，在整體宣傳設計、佈局上，協助客戶進行形象美化，鮮活每年度推出企業畫冊，每半年推出產品的菜單畫冊，並針對新品特製說明畫冊，以此提升企業與客戶之間的溝通、認可，並提升客戶的專業能力，並協助經銷商開發終端消費客戶群，為技術人員進行專業飲料調配培訓。

此外，公司積極參與各類大型食品、餐飲等專業的行業展會，現場建立品牌形象店，進行產品展示、新品推廣、客戶溝通、現場體驗，展示研發能力並冠名業內賽事如咖啡師比賽，獲得不錯的成績。



2020 年廣州酒店展



2020 年上海進博會

5.1.2.3 市場價格保護政策與措施

“維持市場健康秩序，促進區域協調發展”作為鮮活市場管理的重要方針，同時為全國管制網路平臺產品的銷售秩序，特成立了網路維護小組，主要是對產品進行統一零售定價，規範網路店家的經營行為，以此穩定整體價格秩序。鮮活與專業的網路維護公司簽訂合約，委託其對本公司的產品在網路上的低價銷售情況進行管制。2020 年關於商標侵權共投訴賣家 297 起，處理侵權連結 640 個，90% 以上投訴成功。

5.1.2.4 設立實驗型的中試車間

公司設立實驗型的中試車間，通過中試車間完成產品研發創意、成本分析到產品製程的一貫化過程。客戶可以從產品生產製程更快地瞭解鮮活產品並給予回饋意見，協助客戶培養品管人員，促進客戶與公司的協調發展。



實驗室小樣製作



實驗型 UHT 設備進行
製樣



實驗工廠試生產及生
產參數確認



實驗工廠無菌灌裝

5.2 客戶滿意度

5.2.1 竭誠提供滿意服務

5.2.1.1 重視客戶資料的保護

公司重視對客戶資料的保護，在前端設有 ERP 管控系統進行保護，針對客戶獨有的產品及配方，鮮活特別為其客製化，產品上印有客戶的 LOGO 或專屬標示，同時系統設置特定客戶的發貨管制，確保此類產品不會賣給其他客戶。在後端，研發部設有嚴格的保密管理制度，嚴防資料的外洩。雙管齊下，公司在遺失顧客資料而遭投訴的次數為零，贏得了公司所有客戶的一致好評。

5.2.1.2 微信與客戶互動

2020 年微信發佈數 217 篇、微信關注人數 37,480 人，透過微信後臺留言及微信評論，增加與客戶的互動。



5.2.1.3 客戶體驗

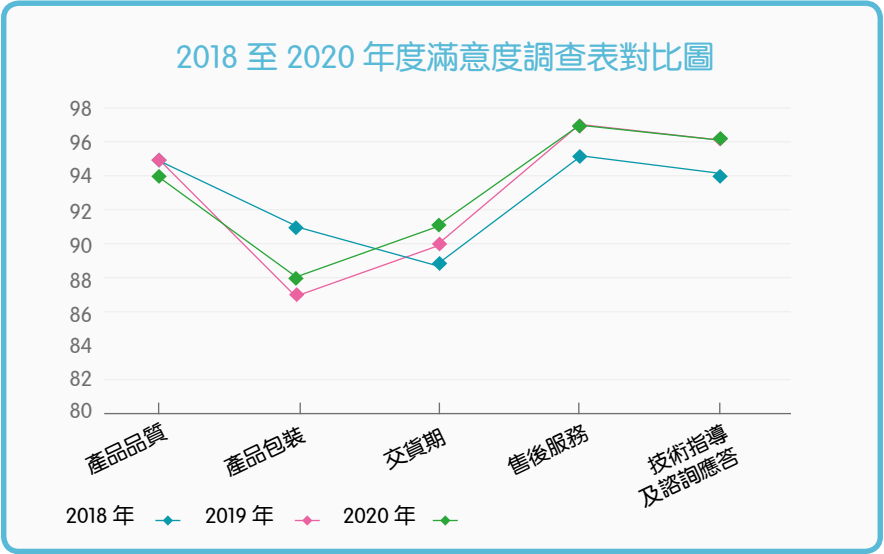
現調機體驗中心為客戶提供更好的產品體驗與交流。在此，客戶能全面瞭解到各系列果汁的特性及體驗各款現調機的使用方式，經由現調機的一鍵打杯，客戶能夠快捷地品嚐到另一種餐飲行業的飲品解決方案。



5.2.2 客戶滿意度調查

5.2.2.1 調查方式與結果

公司每年執行的客戶滿意度調查，就公司產品品質、產品包裝、交貨期、售後服務、技術指導及諮詢應答等多方面收集客戶回饋意見，近三年客戶滿意度總體評分如下圖。透過滿意度調查表向客戶瞭解並挖掘影響客戶滿意度的關鍵因素，更有效改善公司產品及服務品質，為能達到客戶的滿意提供更好的創造力量，對低於目標分數值 85 分者，需由權責部門進行確定糾正及預防措施，並予以回覆客戶。



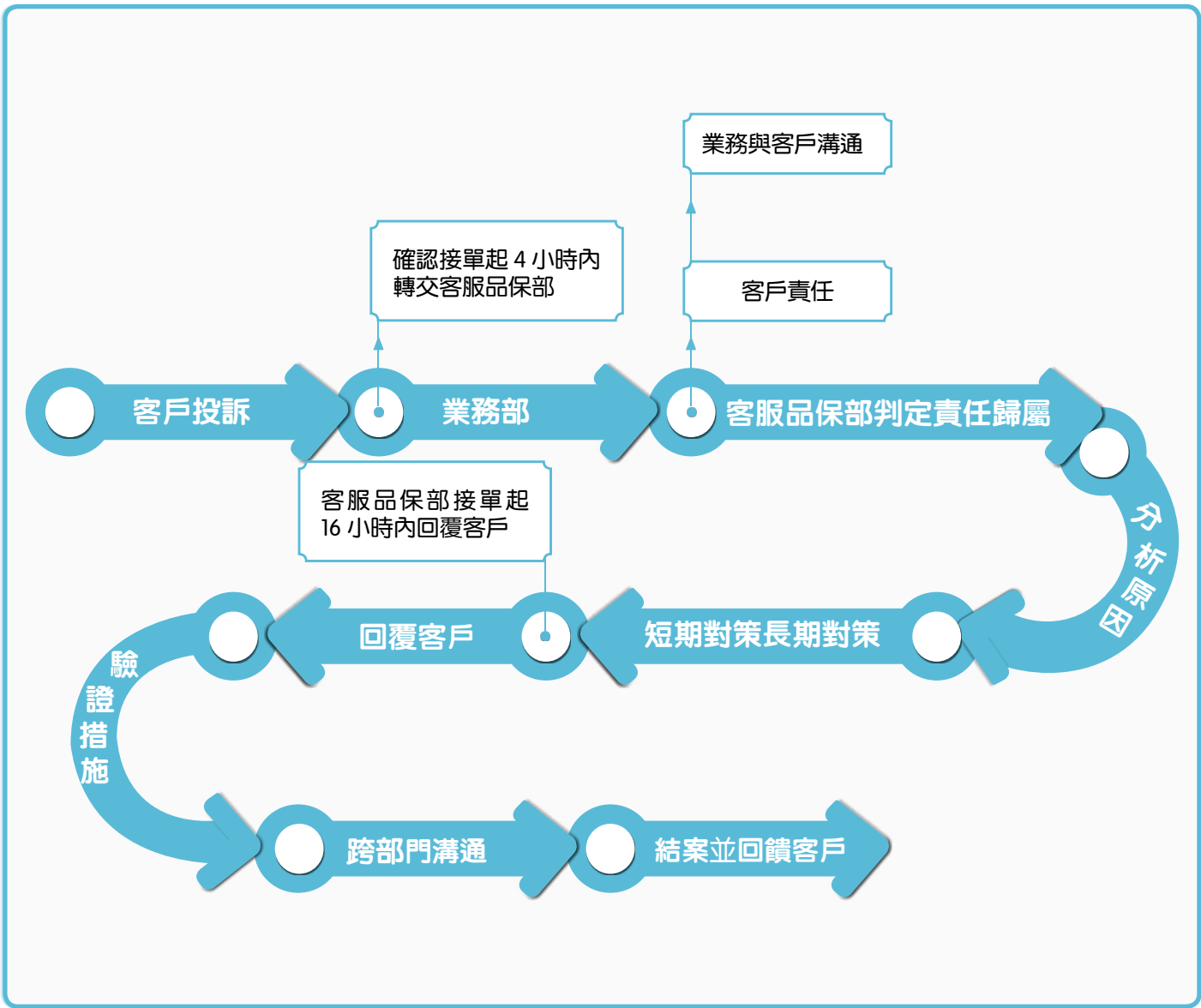
5.2.3 市場調研

2020 年，鮮活分別在客戶行銷峰會、上海進博會、廣州酒店展等展會，對當季新品等展開調研活動，搜集問卷 205 份。通過調研，及時瞭解市場動態及客戶需求，為後續產品開發、通路發展等，提供市場發展的參考方向。



5.2.4 客訴

5.2.4.1 客訴標準處理流程



5.2.4.2 客訴件數、處理結果

2020年共計回饋134起客訴，客服品保部於第一時間立案處理，並已全部結案。針對2020年客訴狀況，主要原因為感官及包裝問題。客服品保部針對客訴情況，召集權責部門進行分析和改進，每週召開品質會議進行追蹤和檢討，並定期進行統計分析，追蹤改善進度，驗證管控方案，以期降低客訴率及防止再發。透過客訴機制，不斷完善和提升產品品質，為客戶提供天然、健康、美味、安全的產品。



積極應對新型冠狀病毒衝擊

自2019年年底疫情爆發至今已1年有餘，各個產業逐漸復工，在所有人的努力下，我們似乎很快就能看到一個“全員解放”的未來。回顧這一切，這場黑天鵝事件也讓鮮活面臨了前所未有的挑戰，挑戰當前，鮮活人是如何應對的？

線上疫情團隊培訓

“攘外必先安內”，兼顧團隊工作效率和身心健康，成為在疫情期間做好團隊管理的警醒。員工遠端在家工作，面對疫情期間的突發事件、處理客戶的特殊需求，穩定和團結內部員工以保持團隊的正常運營成為鮮活必須放至首位考量。期間許多身處市場一線崗位的員工得到了高強度的訓練，針對產品負責人及一線市場人員組織內部線上產品 & 市場趨勢培訓，做到大家都是多面手，銷售的人才也需要瞭解市場運營。在可預見的未來，鮮活人態度是“與其抱怨，不如學會擁抱變化”。

線上直播活動

在困難之時向客戶伸出援助之手並積極地幫助合作夥伴非常重要，大疫當前，與其發展新客戶，不如“患難見真功夫”，進一步發展與既有客戶的合作關係，延長合作時間，豐富合作方式。鮮活發揮自己的資源優勢，疫情期間組織了十多場免費公開的線上直播活動，說明客戶學習產品知識和洞察市場趨勢。危機時刻鮮活能夠正常運營並提供附加服務，進一步穩固和加深了與客戶的長期信任關係。

永續環境 SUSTAINABLE ENVIRONMENT

碳排量

2020 年 CO₂e 排放當量 13,398.918 噸

排放水 COD 濃度

51.84 mg/L

排放水 COD 濃度較 2019 年下降 57.48%

可再生原料占比

93.2%

2020 年，原料使用量 28,955,181 公斤，其中可再生 26,978,129 公斤，約占總原料的 93.2%



6.1 永續環境政策

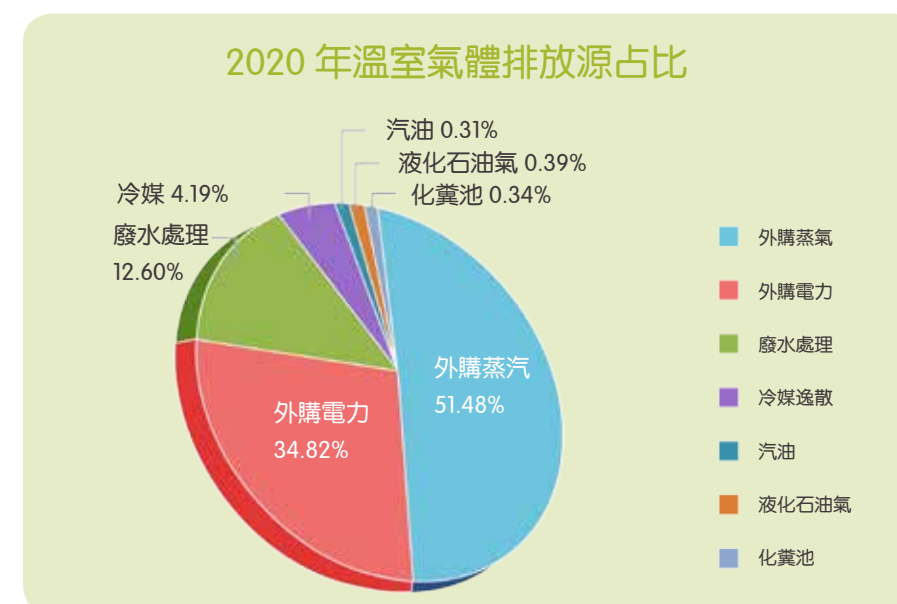
6.1.1 溫室氣體盤查

鮮活已於 2018 年開展 ISO14000 環境認證管理體系專案，並於 2019 年 3 月 12 日取得認證證書。此外，為積極應對氣候變化的低碳經濟，因應中國碳交易市場對於公司碳資產管理的自主盤查，檢視公司內部能耗資料，作為日後設定年度減排目標參考依據。公司於 2018 年 2 月成立溫室氣體盤查專案小組。2019 年進一步針對氣候變遷相關風險進行初步鑑別，並研擬因應方針。

氣候變遷風險	因應方針
農產品供應穩定性下降	開發更多的產品供應基地
能源成本提升	推動節能減排措施
產品儲運風險與成本提升	強化產品與物料儲備及儲存管理，並發展對應的應急預案，確保品質及物流

鮮活公司採營運控制權法，針對溫室氣體排放或移除量匯總。盤查溫室氣體範疇包括範疇一及範疇二之溫室氣體排放。盤查標準採用 ISO 14064-1，同時採用 2014 年 IPCC 第五次評估報告所公佈之 GWP 值作為本次盤查計算之依據。鮮活採用“排放因數法”計算各排放源產生的溫室氣體排放量，其中活動因數主要

引用國家發改委公佈之《中國食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法與報告指南（試行）》、《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南（試行）》及《省級溫室氣體清單指南（試行）》之缺省值與推薦值，以及國際 IPCC 之排放因數所計算。已完成 2016–2020 年度溫室氣體盤查並取得 CQC(2016–2018) 及勤業眾信聯合會計師事務所 (2019–2020) 認證。



鮮活主要的排放源為生產活動時所使用的蒸汽、電力，以及污水厭氧處理之甲烷逸散。溫室氣體排放主要為二氧化碳（CO₂）、甲烷（CH₄）、氧化亞氮（N₂O）及氫氟碳化物（HFCs）等。公司積極回應並符合當地政府環境相關法令法規，量化管理目標，於碳管理過程中進一步發現新機會，制定相應的節能減碳、溫室氣體減量、減少用水或其他廢棄物管理政策。

2018–2020 年度溫室氣體年排放量

	2018 年度 排放量公噸 CO ₂ e 每年	2019 年度 排放量公噸 CO ₂ e 每年	2020 年度 排放量公噸 CO ₂ e 每年
範疇一	1,833.377	1,823.636	1,835.149
範疇二	6,530.338	10,370.774	11,563.149
總排放量	8,363.715	12,194.410	13,398.918

公司後續管理措施：

- 1. 未來以碳中和為努力目標，藉由碳匯或碳權方式抵銷鮮活本身之碳排放。
- 2. 審視聯合國可持續發展目標（如 SDG 13 氣候變遷及 SDG 12 負責任的消費等目標與期待），以更全面的角度思維本業在氣候變遷議題的回應與作為。



6.1.2 環境政策

6.1.2.1 5S 活動

鮮活在企業發展的同時，認識到“發展永續環境”為企業所必須面對的挑戰。我們堅持保護和改善環境，以落實對保護這片土地的社會責任。

公司內部推動全員 5S 運動及標竿車間管理，養成員工良好的生活與工作習慣，共建整齊清潔環境，減少浪費，提升工作效率。



6.1.2.2 清潔生產

清潔生產是對產品的生產過程、產品及服務採取預防污染的策略來減少污染物產生的生產模式。

公司通過制定持續清潔生產的工作計畫和目標，促進公司的生產技術和管理水準整體提升，從源頭和生產全程序控制污染物的產生，提高資源綜合利用水準，增加企業效益，實現企業經濟、環保、社會效益的可持續發展。

6.1.3 環保投資支出

2018–2020 年環保支出

年份	環保成本項目	金額
2018	污水處理、新增設備設施及其他投入	17,412
2019	污水處理	10,027
2020	污水處理	9,590.29

單位：新臺幣仟元

2020 年污水處理成本支出為新臺幣 9,590.29 仟元，包括藥劑、能耗、人工、固廢處置、在線監控等各項投入。廢水處理單位成本方面，由於新設備的投入及穩定運行，2020 年較往年有少許下降。

6.1.4 法規遵循

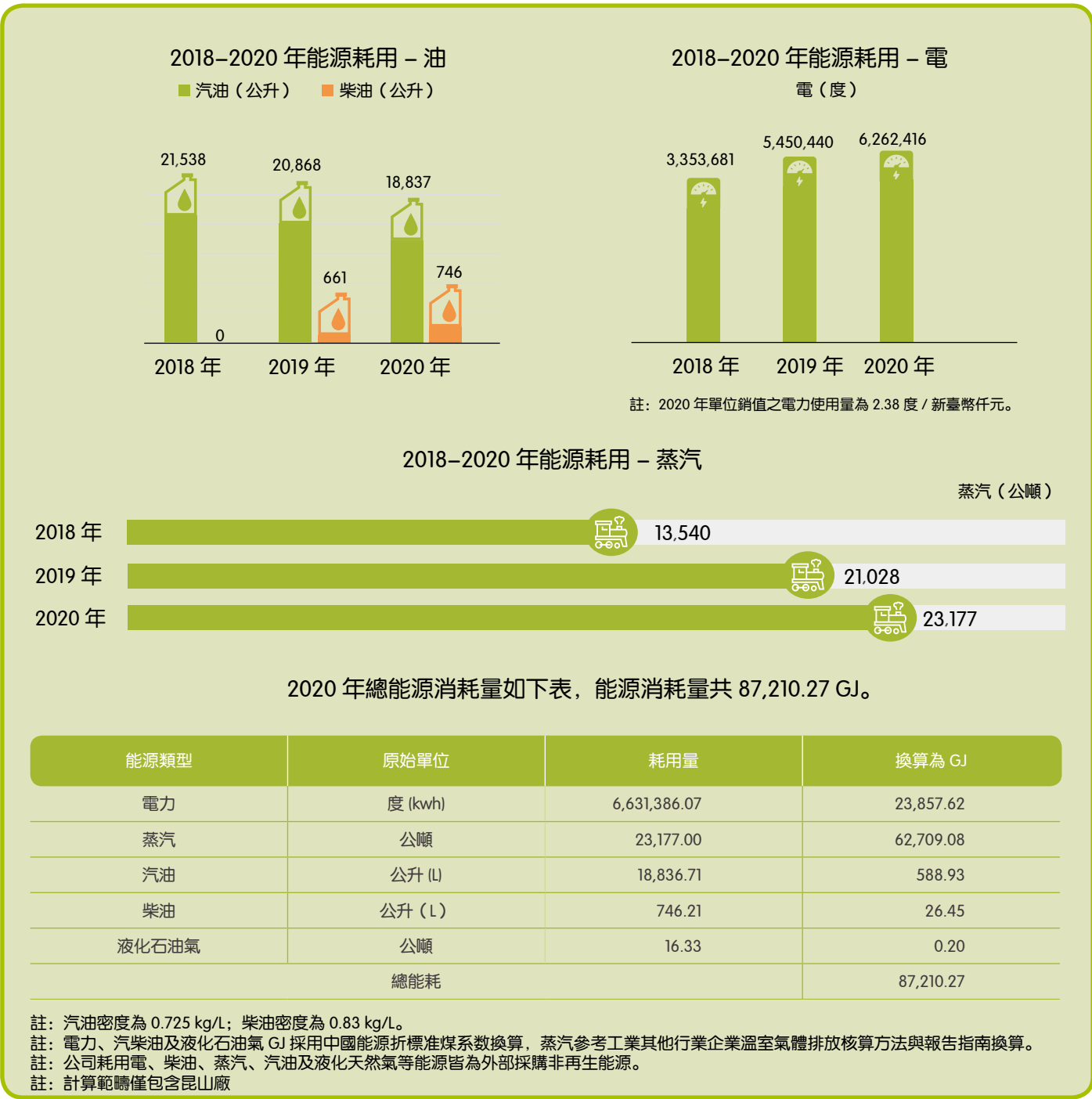
公司生產經營嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》，2017–2020 年，污水及廢棄物排放無被政府警告或懲罰事件。

6.2 能資源管理

6.2.1 能源管理

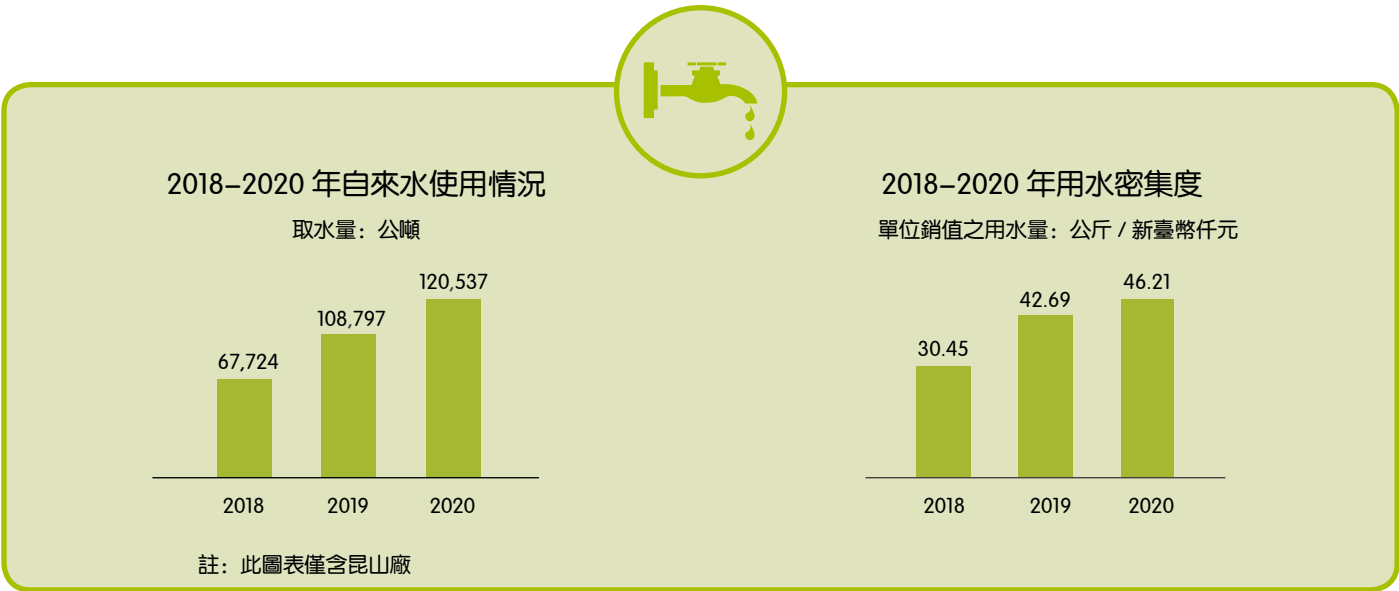
在節能管理方面，我們透過能源節約改善，建立標準生產效率，制定合理生產安排，穩定生產效率，減少生產後管路設備清洗系統能源（水、電、蒸汽）的耗用，並定期向車間生產人員倡導節約用電。另持續規劃與執行生產廢材回收再利用，對已報廢的舊機器或設備由工務再次拆解重組做最大的利用。

鮮活能源使用主要有三種：① 電力，主要用於辦公設備、照明和機器設備；② 蒸汽；③ 油，包括汽油和柴油，柴油主要用於應急發電，汽油主要用於公務車輛。2018–2020 年，能源使用情況如下：



6.2.2 水資源管理

水是我們珍貴的資源，不論產品的生產與設備清洗，均需要大量用水。因此，調整對水資源的管理方式，力行用水減量與循環利用，降低廢水排放對環境的影響，是營運中重要的環節。



2020 年用水密集度為 46.21 公斤 / 新臺幣仟元，較 2019 年上升，主要係因增設新產品線車間，耗水量較大所致。

註：公司生產用水 100% 來自自來水，以上資料來自於水費單記錄。

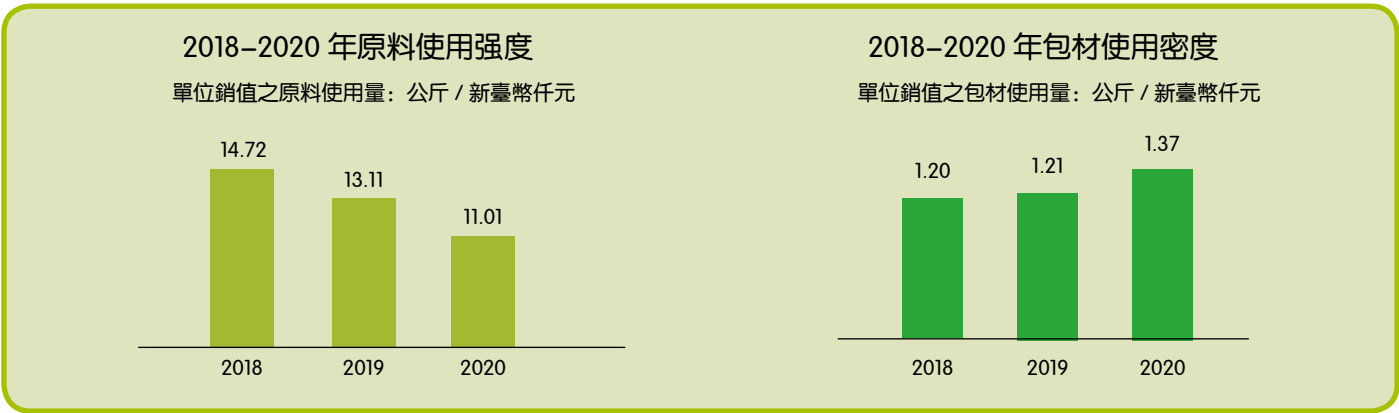
取水量		
依來源劃分	所有地區（百萬公升）	具水資源壓力地區（百萬公升）
第三方的水（皆為淡水）	209.08	142.17
總取水量	209.08	142.17

註：此表格含昆山廠、廣東廠、天津廠。

6.2.3 原料及包材使用量

伴隨著公司年產值的成長，原料使用量保持平穩增長。2020 年原料使用量為 28,955,181 公斤，其中可再生原料為 26,978,129 公斤，占總原料使用量約 93.2%。

2020 年產品包材使用量為 3,589,241 公斤，其中可再生包材為 1,965,765 公斤，占總包材使用量約 54.8%。



6.3 污泥防治與排放

6.3.1 廢水

鮮活生產所排放的廢水，委由專業廢水處理公司執行完整的廢水處理程序，經過廢水處理系統處理後，確保水質達到國家規定的放流標準，排放至當地市政指定的污水管網，降低對環境造成的污染。

三廠都建有污水處理站，2020 年完善污水處理設施，加強內部管理，確保污水處理設施的正常運行，保證出水達到國家排放標準。

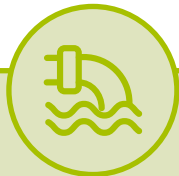
昆山廠過濾振動篩投入使用，過濾效果良好，為後端處理提供了方便，且不再需要人工頻繁手動刮渣



天津廠加強污水處理工藝，處理後的污水可以養魚



排水量		
依來源劃分	所有地區 (百萬公升)	具水資源壓力地區 (百萬公升)
地表水 (皆為淡水)	124.50	95.34
總排水量	124.50	95.34



2018–2020 年廢水量

單位: m³



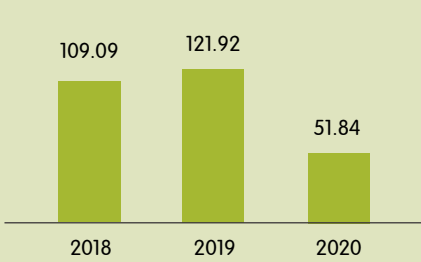
2020 年廢水排放量共 83,339 噸，較 2019 年增加 14,713 噸，主要係因 2020 年生產量增加且車間清洗要求提高，對水的消耗量增大，導致廢水排放量增加。

註：1. 廢水排放量通過每天記錄流量計讀數加總計算得出；
2. 廢水水質及水量數據僅包含昆山廠。



2018–2020 年排放水 COD 濃度

單位: mg/L



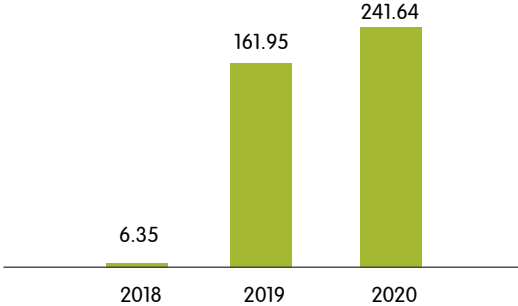
2020 年排放水 COD 濃度較 2019 年下降，資料降低原因：車間廢水中污染物濃度降低，污水處理系統運轉較為正常，排放口各項污染物指標控制的較穩定。

註：公司污水排放口 COD 數據來源：取污水排放口水樣，採用催化快速法測得（其中 2020 年 COD 數據來源為排放口在線監測儀測得）。

公司廢水處理採用的是生化處理法，因此在處理過程中會產生一定量的副產物：生化污泥。公司產生的污泥交由有污泥處置資質的單位進行外運和焚化處置。2020 年污泥外運量較 2019 年有增加，其原因主要是廢水處理量增加，導致處理系統產泥量增多。

2018–2020 年污泥外運量

單位: 公噸



6.3.2 廢棄物

公司產生的非有害廢棄物以塑膠、廢五金及紙箱為主。2020 年，廢棄物總量 908.6 噸，主要委託有資質單位處置或出售至廢品回收站。

公司產生的危險廢棄物主要包括品保檢驗室產生的危化品試劑瓶、廠務車間清洗產生的鹼袋以及廢水站廢水處理所用藥劑的包裝袋等，這些危險廢棄物由環安部危廢管理人員統一收集儲存在危險廢棄物倉庫，最後交由有資質的危險廢棄物處置單位進行處置。2020 年，危險廢棄物產生量為 611 公斤，由於公司每年危險廢棄物產生量較少，所以會在積累到一定量之後再進行危廢轉移和處置。

廢棄物種類	廢棄物名稱	2019 年產生量 (噸)	2020 年產生量 (噸)	處理方式
一般固體廢棄物	一般固廢垃圾 (紙板 / 塑膠 / 砂糖袋)	232.4	297.1	外賣 (回收)
	廢金屬	28.4	14.9	外賣 (回收)
	飲料生產固廢 (果皮、果渣、報廢原料、報廢成品及半成品)	267.9	595.98	委託有資質單位處置 (焚化)
危險廢棄物	廢空瓶	0.028	0.051	委託有資質單位處置 (焚化)
	廢包裝袋	0.479	0.56	委託有資質單位處置 (焚化)

2020 以前年度一般固體廢棄物係由人工估算取得，2020 年起廢棄物數據為實際稱重記錄。2020 年因產量增加較 2019 年一般固廢垃圾量有所增加；廢金屬的產生主要來源於機器設備報廢，故每年數據變化無特定規律。

2020 年公司將強化廠內垃圾分類回收，對員工進行垃圾分類培訓，將生產垃圾、廚餘垃圾、紙箱從車間及辦公室等源頭進行分類，減少因垃圾分類不當產生的資源浪費和儲存空間浪費，改善廠區環境，提高物品的可回收率。

THE APPENDIX
附錄

7.1 指標索引

1 .GRI Standards 指標索引

揭露項目		對應章節	頁碼
GRI 102：一般揭露 2016			
102-1	組織名稱	1.1.1 公司簡介	P6
102-2	活動、品牌、產品與服務	1.1.3 鮮活產品	P9
102-3	總部位置	1.1.1 公司簡介	P6
102-4	營運據點	1.1.1 公司簡介	P6
102-5	所有權與法律形式	1.1.1 公司簡介	P6
102-6	提供服務的市場	1.1.3 鮮活產品 5.1 客製化服務與關係培養	P9 P53
102-7	組織規模	1.1.1 公司簡介 1.1.5 財務績效	P6 P10
102-8	員工與其他工作者的資訊	2.1.1 鮮活夥伴	P19
102-9	供應鏈	4.2 負責任的供應鏈	P48
102-10	組織或其供應鏈的重大變化	報告期間內無重大變化	
102-11	預警原則或方針	1.2.2 風險管理	P11
102-12	外部倡議	尚未簽署相關規章、原則或倡議	
102-13	公協會的會員資格	3.3 外部參與行業協會活動	P40
102-14	決策者的聲明	董事長的話	P2
102-16	價值、原則、標準和行為規範	1.3.1 誠信經營	P14
102-18	治理結構	1.3 公司治理	P13
102-40	利害關係人團體	1.4.1 利害關係人辨識	P14
102-41	團體協約	鮮活與所有正式員工有簽訂工資專項集體合約	
102-42	鑑別與選擇利害關係人	1.4.1 利害關係人辨識	P14
102-43	與利害關係人溝通的方針	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P15
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P15

102–45	合併財務報表中所包含的實體	合併財務報表所包含個體請詳本公司 2019 年度股東會年報；本報告書所揭露資訊以鮮活控股股份有限公司旗下主要營運所在地之鮮活果汁有限公司、鮮活果汁工業（天津）有限公司和廣東鮮活果汁生物科技有限公司（併稱『本公司』）為主。	
102–46	界定報告書內容與主題邊界	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P15
102–47	重大主題表列	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P15
102–48	資訊重編	無資訊重編情事	
102–49	報導改變	無重大主題或主題邊界的顯著改變	
102–50	報導期間	關於本報告書	PI
102–51	上一次報告書的日期	2020 年 9 月 30 日	
102–52	報導週期	每年出版	
102–53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告書	PI
102–54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書	PI
102–55	GRI 內容索引	GRI Standards 指標索引	P64
102–56	外部保證 / 確信	關於本報告書	P68
GRI 103: 管理方針 2016			
103–1	解釋重大主題與其邊界	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P15
103–2	管理方針與其組成部分	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P15
103–3	管理方針的評估	1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大主題	P15
GRI 201: 經濟績效 2016			
201–1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.1.5 財務績效	P10
201–4	取自政府之財務補助	1.1.6 政府補助 股權結構中，政府機構並未持股	P10
GRI 202: 市場地位 2016			
202–1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	2.1.2 薪酬與福利	P22
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	3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏 3.2 社區互助與關懷救助	P34 P37
GRI 204: 採購實務 2016			
204–1	來自當地供應商的採購支出比例	4.2.3 在地採購	P49
GRI 205: 反貪腐 2016			
205–3	已確認的貪腐事件及採取的行動	1.3.1 誠信經營	P14
GRI 206: 反競爭行為 2016			
206–1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	1.3.1 誠信經營	P14
GRI 301: 物料 2016			
301–1	所用物料的重量或體積	6.2.3 原料及包材使用量	P62
301–2	使用的可再生物料	6.2.3 原料及包材使用量	P62
GRI 302: 能源 2016			
302–1	組織內部的能源消耗量	6.2.1 能源管理	P62
302–3	能源密集度	6.2.1 能源管理	P62
GRI 303: 水 2018			
303–3	取水量	6.2.2 水資源管理：通過 WRI 資料庫辨別廠區是否為水資源壓力地區	P62
303–4	排水量	6.3.1 廢水	P63
GRI 305: 排放 2016			
305–1	直接（範疇一）溫室氣體排放	6.1.1 溫室氣體盤查	P60
305–2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	6.1.1 溫室氣體盤查	P60
GRI 306: 廢污水和廢棄物 2016			
306–2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	6.3.2 廢棄物	P63
GRI 307: 有關環境保護的法規遵循 2016			
307–1	違反環境法規	6.1.4 法規遵循 2020 年本公司無環境裁罰	P61
GRI 401: 勞僱關係 2016			
401–1	新進員工和離職員工	2.1.1 鮮活夥伴	P19

401-2	提供給全職員工 (不包括臨時或兼職員工) 的福利	2.1.2 薪酬與福利 鮮活未提供人壽保險、員工持股之福利	P22
GRI 402: 勞 / 資關係 2016			
402-1	關於營運變化的最短預告期	2.4.1 工會組織 2.4.2 勞資溝通無障礙	P32 P32
GRI 403: 職業安全衛生 2016			
403-1	職業安全衛生管理系統	2.3 勞工安全衛生	P30
403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	2.3 勞工安全衛生	P30
403-3	職業健康服務	2.3 勞工安全衛生	P30
403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	2.3 勞工安全衛生	P30
403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	2.3 勞工安全衛生	P30
403-6	工作者健康促進	2.3 勞工安全衛生	P30
403-7	預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	2.3 勞工安全衛生	P30
403-9	職業傷害	2.3 勞工安全衛生	P30
403-10	職業病	2.3 勞工安全衛生	P30
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	2.2.1 教育訓練及職涯	P27
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	2.2.6 績效管理	P29
GRI 405: 員工多元化與平等機會 2016			
405-1	治理單位與員工的多元化	1.3 公司治理 本公司董事會成員有 27% 為女性、73% 為男性。年齡分布上， 30-50 歲為 18%、50 歲以上為 82 %。 2.1.1 鮮活夥伴	P13 P19
405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	2.1.2 薪酬與福利	P22
GRI 413: 當地社區 2016			
413-1	經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏 3.2 社區互助與關懷救助 目前昆山廠已進行完整之當地社區溝通及衝擊評估	P34 P37

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	4.1.1 嚴謹把關產品安全 4.1.2 品質保證檢驗 4.3.1 改善產品品質	P42 P45 P50
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	4.1.4 法令合規	P47
GRI 417: 行銷與標示 2016			
417-1	產品和服務資訊與標示的要求	4.3.3 產品標示	P51
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	4.1.4 法令合規	P47
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	報告期間無違反相關法規情事	
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	5.2.1.1 重視客戶資料的保護	P57
GRI 419: 社會經濟法規遵循 2016			
419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	2020 年無違反相關法規情事	

2. GRI G4 食品加工業行業揭露指標索引

揭露項目		對應章節	頁碼
G4-FP1	向符合公司採購政策的供應商購買的採購比率	4.2.1 建立供應商合格名單 鮮活 100% 採購來自符合公司採購政策之供應商	P48
G4-FP2	購買符合國際認證責任產品標準的採購比率	4.2.4 符合認證標準之採購	P49
G4-FP5	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	4.1.1 嚴謹把關產品安全	P42
G4-FP6	依產品類別，減少飽和脂肪、反式脂肪、鈉含量和添加糖的消費品之總銷售量百分比	4.3.4 健康提升	P51

3. 上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法指標索引

揭露項目		對應章節	頁碼
第四條第一項第一款第一目	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比	4.1.1 嚴謹把關產品安全 4.1.2 品質保證檢驗 4.3.1 改善產品品質 鮮活針對 100% 產品與服務類別皆落實相關管理與改善	P42 P45 P50
第四條第一項第一款第二目	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數	4.1.4 法令合規	P47
第四條第一項第一款第三目	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分。	4.2.4 符合認證標準之採購	P49
第四條第一項第一款第四目	經獨立協力廠商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。	4.1.1 嚴謹把關產品安全	P42
第四條第一項第一款第五目	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	4.2.2 供應商評鑑	P48
第四條第一項第一款第六目	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比。	4.1.3 產品追溯與召回管理	P47
第四條第一項第一款第七目	依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比。	4.1.2 品質保證檢驗	P45
第四條第一項第四款第二目	企業非擔任主管職務之全時員工人數、非擔任主管職務之全時員工薪資平均數及中位數，及前三者與前一年度之差異	因鮮活為第一上市公司，無揭露相關資訊	
第四條第一項第四款第二目	企業對氣候相關風險與機會之治理情況、實際及潛在與氣候相關之衝擊、如何鑑別、評估與管理氣候相關風險及用於評估與管理氣候相關議題之指標與目標。	6.1.1 溫室氣體盤查	P60

4. SASB Standards 指標索引

揭露項目		對應章節	頁碼
F B – N B – 260a.1.	(1) 零卡或低卡、(2) 無添加糖、(3) 人工甜味劑飲料之營業收入	4.3.4 健康提升	P51



會計師有限確信報告

鮮活控股股份有限公司 公鑒：

鮮活控股股份有限公司民國 109 年度企業社會責任報告書，業經本會計師針對所選定之標的資訊執行確信程序竣事，並出具有限確信報告。本次執行確信程序之標的資訊請詳附件一「確信項目彙總表」。

管理階層對企業社會責任報告書之責任

管理階層之責任係依據臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」及全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布之 GRI 準則（GRI Standards）、行業補充指南及依行業特性參採其他適用之準則編製企業社會責任報告書，且維持與編製企業社會責任報告書有關之必要控制，以確保企業社會責任報告書所列標的資訊未存有重大不實表達。

會計師對企業社會責任報告書執行確信程序之責任

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

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

- 取得及閱讀企業社會責任報告書；
- 訪談管理階層及相關人員，以瞭解公司編製企業社會責任報告書有關政策及程序；

- 訪談相關人員了解所選定標的資訊產生之流程、內部控制及資訊系統；
- 分析及以抽查方式測試標的資訊相關文件及紀錄。

先天限制

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

獨立性及品質管制遵循聲明

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

確信結論

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現鮮活控股股份有限公司民國 109 年度企業社會責任報告書中所選定之標的資訊在所有重大方面有未遵循其衡量基準暨臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」及全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布之 GRI 準則（GRI Standards）、行業補充指南及依行業特性參採其他適用之準則之情事。

其他事項

本確信報告出具後，貴公司對任何確信標的或適用基準之變更，本會計師將不負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 陳 盈 州

陳 盈 州



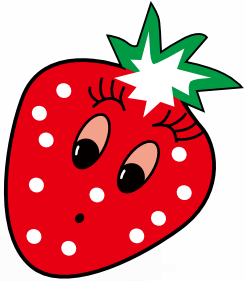
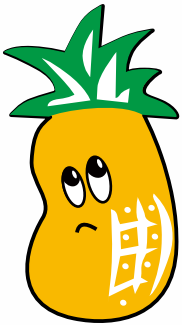
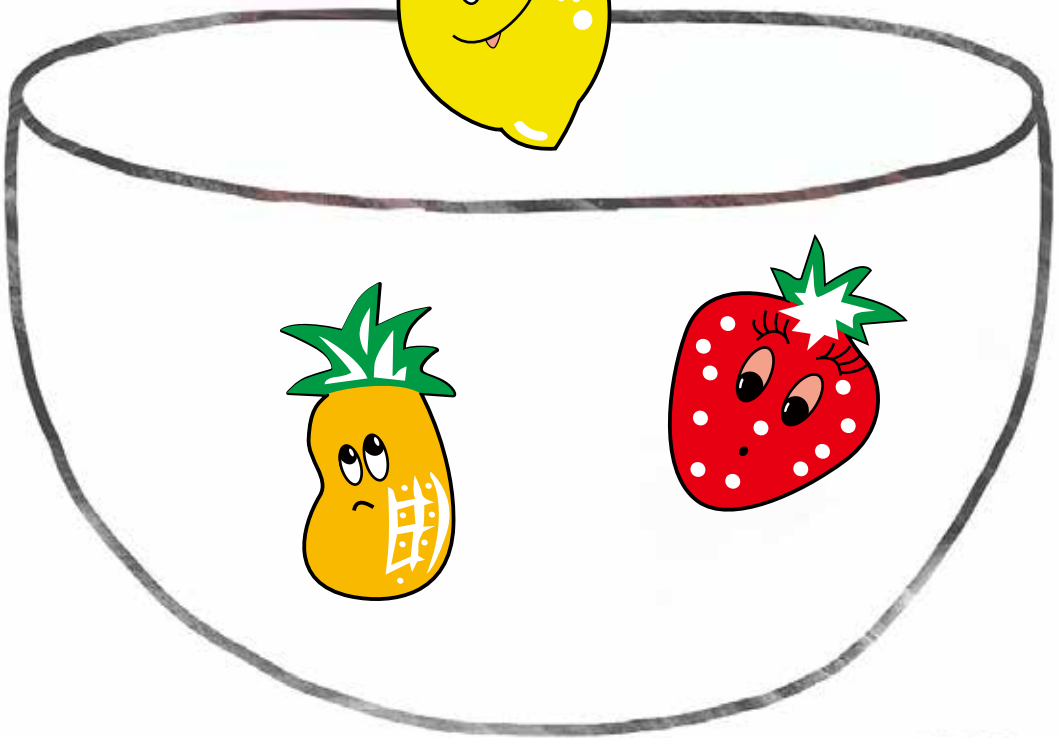
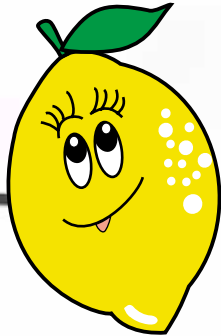
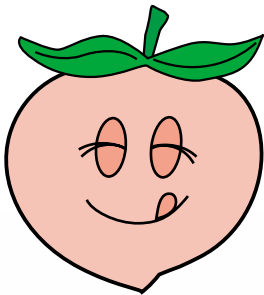
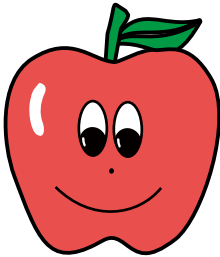
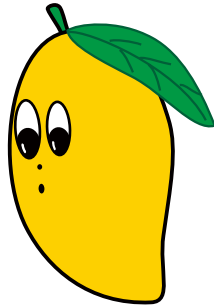
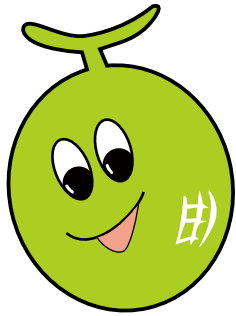
中 華 民 國 110 年 8 月 13 日

確信項目彙總表

編號	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」／GRI 指標編號	指標敘述	對應章節	衡量基準
1.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第一目	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等	4.1.1 嚴謹把關產品安全 4.1.2 品質保證檢驗 4.3.1 改善產品品質 GRI Standards 指標索引	2020 年度針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度進行之評估與改進所影響之主要產品類別及百分比。
2.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第二目	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。	4.1.4 法令合規	2020 年度違反食品安全衛生管理相關法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。
3.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第三目	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分	4.2.4 符合認證標準之採購	2020 年度採購金額符合國際認可之各類別產品責任標準者占當年度整體採購金額之百分比。
4.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第四目	經獨立協力廠商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	4.1.1 嚴謹把關產品安全	2020 年度經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品營收占當年度廠房所生產總產品營收之百分比。
5.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第五目	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果	4.2.2 既有供應商評鑑	2020 年度對有交易且與生產有關之國內供應商進行實地稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。
6.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第六目	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比	4.1.3 產品追溯與召回管理	2020 年度產品追溯追蹤系統管理之原料來源和出貨流向及相關產品占所有產品之百分比。
7.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第七目	依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比	4.1.2 品質保證檢驗	2020 年度食品安全實驗室設置情形、食品安全檢驗測試項目、測試結果、相關支出金額及其占營業收入淨額之百分比。

編號	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」／GRI 指標編號	指標敘述	對應章節	衡量基準
8.	G4-FP6	依產品類別，減少飽和脂肪、反式脂肪、鈉含量和添加糖的消費品之總銷售量百分比	4.3.4 健康提升	依產品配方表確認非使用反式脂肪、低卡／零卡、人工甜味劑之產品項目，並依 2020 年度銷售紀錄統計其占該類別產品銷售之百分比。
9.	GRI 305-1 (2016)	直接（範疇一）溫室氣體排放	6.1.1 溫室氣體盤查	依據 GRI Standards 直接溫室氣體排放（範疇一）、中國「食品、煙草及酒、飲料和精製茶企業溫室氣體排放核算方法與報告指南（試行）」等相關規範核算 2020 年度溫室氣體範疇一排放量。
10.	GRI 305-2 (2016)	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	6.1.1 溫室氣體盤查	依據 GRI Standards 直接溫室氣體排放（範疇二）、中國「工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南」等相關規範核算 2020 年度溫室氣體範疇二排放量。
11.	GRI 303-3 (2018)	取水量	6.2.2 水資源管理	依來源（自來水）劃分之 2020 年度取水總量。
12.	自訂指標一	產品追溯與召回模擬次數、以及辦理結果	4.1.3 產品追溯與召回管理	2020 年度產品追溯與召回年度模擬紀錄統計辦理次數及結果。
13.	自訂指標二	產品委外檢驗品項、次數與結果	4.1.2 品質保證檢驗	2020 年度產品委外檢驗紀錄統計檢驗品項、次數及檢驗結果。
14.	自訂指標三	2020 年藍莓園帶動社區農民就業數據（人數、工資）	3.1.1 經濟層面	2020 年度藍莓園聘用之農民工人數、農民工人均薪資（不含臨時工）、年發放農民工工資（不含臨時工）及總發放工資（含臨時工）。

鮮活連續六年獲得天下雜誌企業公民獎



鮮活控股股份有限公司

Sunjuice Holdings Co., Limited

本公司網址：<http://www.myfreshjuice.com>

鮮活昆山總公司

廠址：江蘇省昆山市張浦鎮俱進路 10 號（源浦路 500 號）

電話：0512-57515501

傳真：0512-57515503

鮮活果汁工業（天津）有限公司

廠址：天津開發區漢沽現代產業區嵩山路 99 號

電話：022-58532966

傳真：022-58532988

鮮活上海分公司

地址：上海市閔行區七莘路 3599 弄華商時代廣場 9 號樓 508 室

電話：021-54934755

傳真：021-54934766

廣東鮮活果汁生物科技有限公司

廠址：廣東省肇慶市高新區科技大街東 1 號

電話：0758-3981796

傳真：0758-3981788