



2023

年度鮮活控股

見仁為義

永續報告書

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）所發行之第十一本永續經營（Environmental, Social and Governance, ESG）報告書，所揭露數據及內容以 2023 年度（2023 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 2023 年前資訊或延伸至 2023 年最近資訊，並於 2024 年 8 月 31 日公告。鮮活控股自 2014 年起，每年發行一本 CSR 報告書，2021 年起更名為 ESG（環境、社會、內部治理）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蘇州鮮活飲品股份有限公司、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）頒布之 GRI 準則（GRI Standards）進行鑑別、執行與揭露本公司履行 ESG 的相關資料以及報告書編製。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 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，有限確信報告附於本報告書附錄。

聯絡單位

聯絡單位：鮮活控股股份有限公司 總經理室 企業永續發展小組

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



到公司任職十多年的時間，對於「食品業有賣白粉的風險，但只有賺白菜的利潤」的玩笑話深有同感，「做好食安帶你上天堂，做不好食安讓你下牢房。」近年來，台灣社會聞食安色變，哪家企業出了食安事件，必遭社會各界指責及媒體撻伐，輕則讓公司營收受到衝擊，嚴重者，可能讓該企業或品牌被市場淘汰。因此，食品安全已成為食品及餐飲企業最重要的事，而食安的內涵，追根究底也就是一種企業社會責任。

早期許多經營者認為，股東投資公司，讓股東獲利就是社會責任；也有些企業對社會責任的認知就是做公益，認為只要每年固定捐款回饋社會就是善盡社會責任。隨著經營環境的變化，無論是來自政府、市場競爭的壓力，或經營者的認知改變，企業社會責任的範疇已擴大到和所有利害關係人息息相關，同時也提升到經營策略的層次，現在的企業大多將經營策略與社會責任結合，才能創造企業持久的競爭優勢。

鮮活開發產品，從農場產地到終端消費者手中，不管經過多少協力廠商（供應商或經銷商）、多少管道與製程，在所有過程中，其共通的要求就是食品安全。在食安的基礎上，同時做好環境、社會與治理等各面向的企業社會責任。因此，由董事長親自參與，在兼顧經營及 ESG 策略的結合下，十多年來，公司的財務績效及 ESG 成績都得到良好的發展及肯定。

ESG 在全球的金融投資界也是被擺在最前面的觀察項，AMUNDI 鋒裕匯理是歐洲最大的投資集團，2021 年與國立政治大學商學院及國立中正大學管理學院合作，分別成立永續投資研究中心，目標是成為台灣首屈一指的 ESG 投資與金融創新研究中心，開創台灣 ESG 投資、金融教育推廣與產學合作，並推動台灣永續投資與金融創新人才培育計畫。在中正大學舉辦的研討會中，臺北大學黃啟瑞教授指出，許多中小企業主對於執行面上的問題最關注，想做又擔心資源不足。在會場我也分享了鮮活十多年來執行的心得，其中最重要的關鍵就是高層參與的決心及觀念的建立，同時從小處做起，如節約用電用水、設置廢電池回收箱等，這些並不會花太多的人力及金錢，再慢慢擴大至 ESG 各面向，進而形成企業內部文化，從經營層到基層都有共識，且願意執行才是重點。

鮮活身為食品餐飲產業一員，對於食品安全及社會責任的推動，深具使命感，黃董事長與中國飲料工業協會趙理事長在 2019 年 11 月成立了「中國飲料工業協會新零售飲品分會」，共同推動行業的標準化與規範。2022 年 4 月 15 日沙利文諮詢公司發表了新茶飲首份供應鏈白皮書，同月 29 日第一財經雲上會，邀請沙利文諮詢公司的董事總經理賈龐、哲林實業董事長張一林以及黃國晃董事長，共同探究新茶飲背後運轉的產業及其未來。會上黃董事長期許像鮮活一樣的製造業，可以將新零售飲品的服務業與上游水果種植業串聯起來，創造更多的就業機會，讓更多的從業者生活可以得到保障，為行業與環境提供永續發展的契機。

——鮮活果汁 -KY 總經理 吳明憲



總經理暨發言人



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
- 利害關係人溝通與重大主題
- 公司治理

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

- 慈善活動
- 劍道推廣
- 張浦自行車騎行活動
- 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

關於鮮活 ABOUT SUNJUICE

營業收入淨額

46.32 億元

淨額達新台幣 46.32 億元。

呆帳比率

0%

呆帳比率趨近於 0

稅後淨利

4.79 億元

稅後淨利達新台幣 4.79 億元。



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蘇州鮮活飲品股份有限公司、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。公司總部為蘇州鮮活飲品股份有限公司，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）



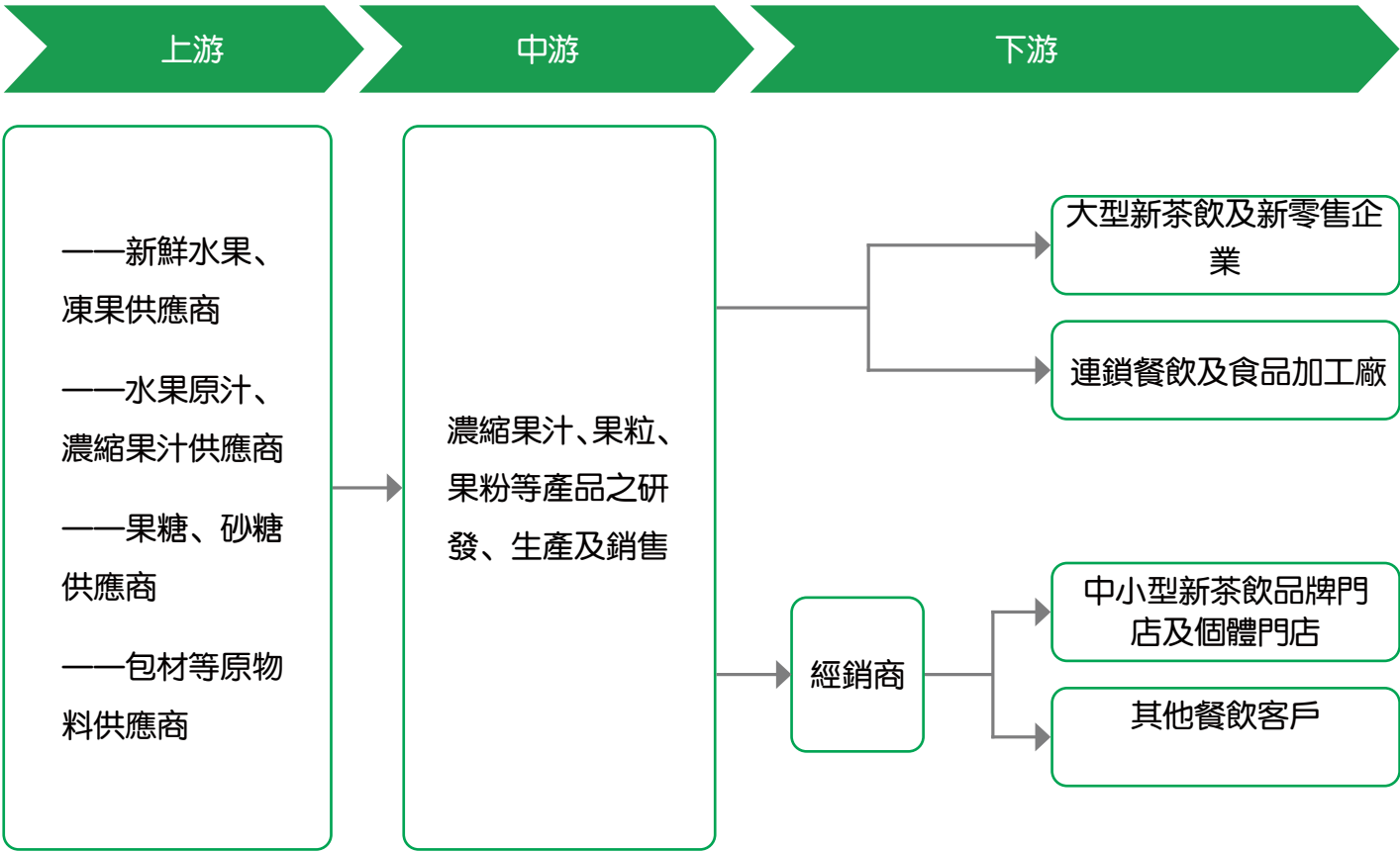
廣東廠（2015 年 6 月開始營運）



廣西廠（2022 年 6 月開始營運）



本公司所屬行業之上、中、下游關聯圖列示如下：



公司名稱	鮮活控股股份有限公司
公司及營運地	蘇州鮮活飲品股份有限公司 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
	廣西鮮活生物科技有限公司 設立日期：西元 2021 年 12 月；廣西壯族自治區百色市

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
113,646 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
999 人（截至 2023.12.31）



1.1.2 重要里程碑 與榮譽記事



1.1.2 榮譽與證書



- 2024 年 02 月，鮮活果汁（昆山）榮獲張浦鎮「2023 工業產出突出貢獻企業」
- 2024 年 02 月，鮮活果汁（昆山）榮獲張浦鎮「2023 納稅突出貢獻企業」
- 2024 年 02 月，鮮活果汁（昆山）榮獲昆山市「2023 稅收突出貢獻企業」
- 2022 年 12 月，鮮活果汁（昆山）榮獲張浦鎮「行政管理體制改革試點十周年突出貢獻企業」
- 2022 年 11 月，鮮活果汁（昆山）榮獲蘇州市「放心消費創建活動先進示範單位」
- 2022 年 11 月，鮮活果汁（昆山）榮獲張浦鎮「抗擊疫情愛心單位」
- 2022 年 02 月，鮮活果汁（廣東）榮獲「肇慶 2021 年度 4+4 產業集群納稅 60 強」
- 2021 年 12 月，鮮活果汁（廣東）榮獲「肇慶市重點農業龍頭企業」
- 2021 年 11 月，鮮活果汁（昆山）榮獲第三屆江蘇省紫峰獎 – 成長型企業
- 2021 年 05 月，榮獲勤業眾信 (Deloitte) BMC – 臺灣卓越管理企業



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。經過多年發展，公司已成為一家新茶飲綜合解決方案的原料供應商，為新茶飲供應鏈的重要環節，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、晶球凍凍等新產品，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。

後疫情時代，餐飲健康大升級，增強體質、提高免疫力、溯源產品原料成為年輕人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果汁果醬，以期回應市場新需求。2022 年立足水果上游，在“芒果之鄉”廣西百色成立鮮活第四工廠，網羅全國各地優質芒果資源，打造更多形態的水果產品，冷凍原漿，冷凍果塊，全面發力“從田間到杯中”的水果全產業鏈，促進“生產 + 加工 + 服務”三產融合，實現長期穩定的原物料供應模式，為茶飲行業提供更新鮮、

更健康、更安全、更美味的水果原物料。

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。從 0 到 1 從來都不是簡單的數字變化，它意味著從無到有的突破，2017 年鮮活用一顆晶球撬動整個茶飲市場，2023 年，推陳出新，砥礪前行，鮮活創造從 1 到 100 的裂變，打破定義顛覆想像超越界限，可冷可熱可鹽可甜的耐熱體系晶球、雙層“料中料”開啟新思路的包芯晶球，璀璨琉璃隨心定制的造型晶球，鮮活整合餐飲業上下游產業鏈彙聚多方力量，給行業的發展帶來新連結、新機遇。





已取得之專利項目共 71 項
其中發明專利 9 項 實用新型專利 62 項

1.1.4 公司專利

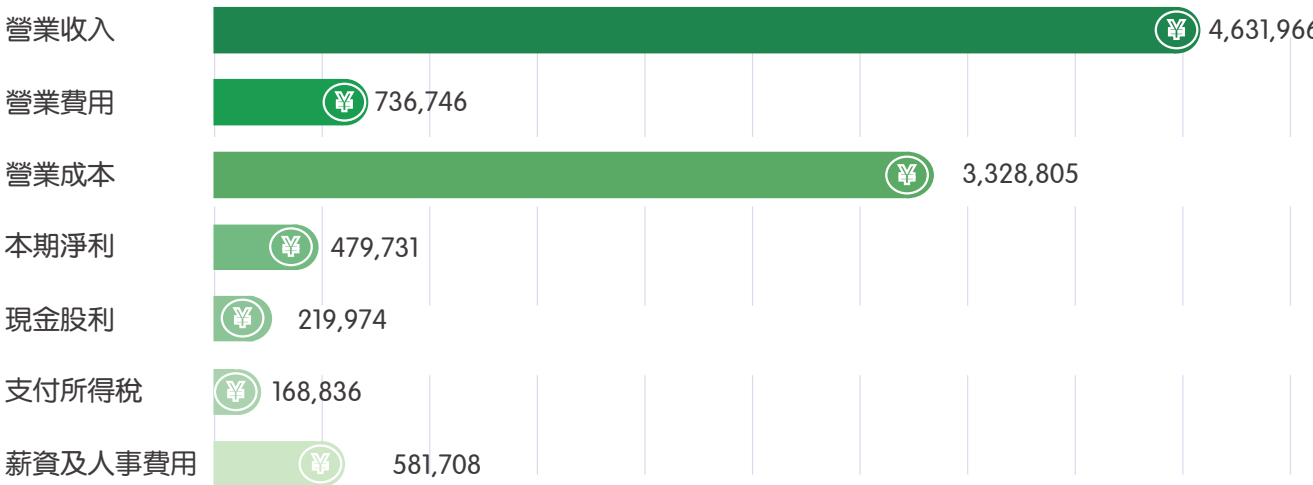
鮮活目前已取得之專利項目共 71 項，其中發明專利 9 項，實用新型專利 62 項。近期取得之專利證書明細如下：

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	備註
一種高效的輔助原物料高速輸送的設備	202222237375.2	中國大陸	實用新型專利	2023/1/24	獲得專利證書
一種能提高鈣化池循環水冷卻效率的改善裝置	202222237676.5	中國大陸	實用新型專利	2023/1/24	獲得專利證書
一種晶球鈣化過濾裝置	202222412504.7	中國大陸	實用新型專利	2023/1/24	獲得專利證書
一種料液回收裝置	202222467517.4	中國大陸	實用新型專利	2023/1/24	獲得專利證書
一種灌注機檢查工具存放裝置	202222467475.4	中國大陸	實用新型專利	2023/1/24	獲得專利證書
一種水處理系統的恆壓裝置	202222325737.3	中國大陸	實用新型專利	2023/1/24	獲得專利證書
果凍（晶球）	202230523610.5	中國大陸	外觀專利	2023/4/21	獲得專利證書
一種帶前風乾裝置的核果類水果去核設備	2023213786271	中國大陸	實用新型專利	2023/9/12	獲得專利證書
一種無滲漏的水溶性色素凝膠微球的製備方法	202210236436.5	中國大陸	發明專利	2023/9/22	獲得專利證書
一種連續生產的固定化酶反應裝置	2023215318365	中國大陸	實用新型專利	2023/11/17	獲得專利證書
一種蓋機旋蓋效果檢測裝置	2023216656848	中國大陸	實用新型專利	2023/11/17	獲得專利證書
可外部調速的變頻器裝置	2023215318416	中國大陸	實用新型專利	2024/1/19	獲得專利證書
臭氧機用水循環系統裝置	2023217765611	中國大陸	實用新型專利	2024/1/23	獲得專利證書

1.1.5 財務績效

本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。2023 年本公司稅後淨利達新臺幣 4.79 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。

2023 年合併財務績效摘錄如下：



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 2021 年至 2023 年分別取得政府補助新臺幣 21,684 仟元、32,973 仟元及 25,110 仟元，包含：經濟高品質發展獎勵、現代農業項目補助、工業企業技術改造綜合獎補、昆山張浦政府投資協定扶持資金、昆山市委台辦突出貢獻獎、農業發展項目獎補、企業年度覆核專項補助、芒果產線設備補助等。

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。同時秉持為客戶解出問題的經營理念，不斷提升經營效率和品質水準，以追求營收及獲利的成長，也創造出更多的股東價值。



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，本公司業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	風險因素	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 SAP 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。

1.3 利害關係人溝通與重大主題

1.3.1 永續治理架構

「企業永續發展小組」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，形成記錄，並負責將企業永續的概念推展至各單位和部門間的溝通協調，收集企業永續報告書的相關資訊，積極推動企業永續發展實務的落實執行。每年度 ESG 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。



1.3.2 利害關係人與重大主題鑑別流程

Step1 鑑別		Step2 衝擊評估		Step3 排序衝擊	Step4 定期檢視
定義 9 種利害關係人		重大性分析		繪製雙重重大性矩陣圖	檢視與追蹤議題衝擊
● 參考同業 ● 內部討論 ● 依循 AA1000SES 利害關係人議合原則（AA1000 Stakeholder Engagement Standard）「依賴性、責任、影響力、多元觀點、張力」五大面向		經內部評估對本公司實際與潛在的正負面衝擊，彙整出 20 項永續議題，並邀請 9 類利害關係人評估永續議題之衝擊程度： ● 營運重大性：對「組織價值」之衝擊程度 ● ESG 重大性：對「經濟、環境、人群（包含其人權）」之衝擊程度		依據雙重重大性分析結果，排序重大主題，並繪製重大性矩陣圖	回應利害關係人之關注事項，並定期追蹤議題衝擊程度，滾動調整重大主題列表
彙整 20 項永續議題		發放衝擊評估問卷		決定 6 項重大主題	
● 參考國際永續標準與規範（包括 GRI 準則、SASB、SDGs、TCFD） ● 利害關係人溝通、同業案例	● 7 項經濟與治理面議題 ● 6 項環境面議題 ● 7 項人群（包含其人權）面議題	邀請內部長官填寫問卷	發放利害關係人問卷	依據衝擊顯著程度，決定年度重大主題	

1.3.3 利害關係人辨識

爲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、當地社區、媒體、食品工業同業、學術單位 / 學校共九大族群的利害關係人並積極與非營利組織進行溝通。



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 161 份問卷回收納入分析，其中有效問卷 157 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，希望透過這本永續報告書，回應各利害關係人所關注的議題。

利害關係人溝通與重大主題

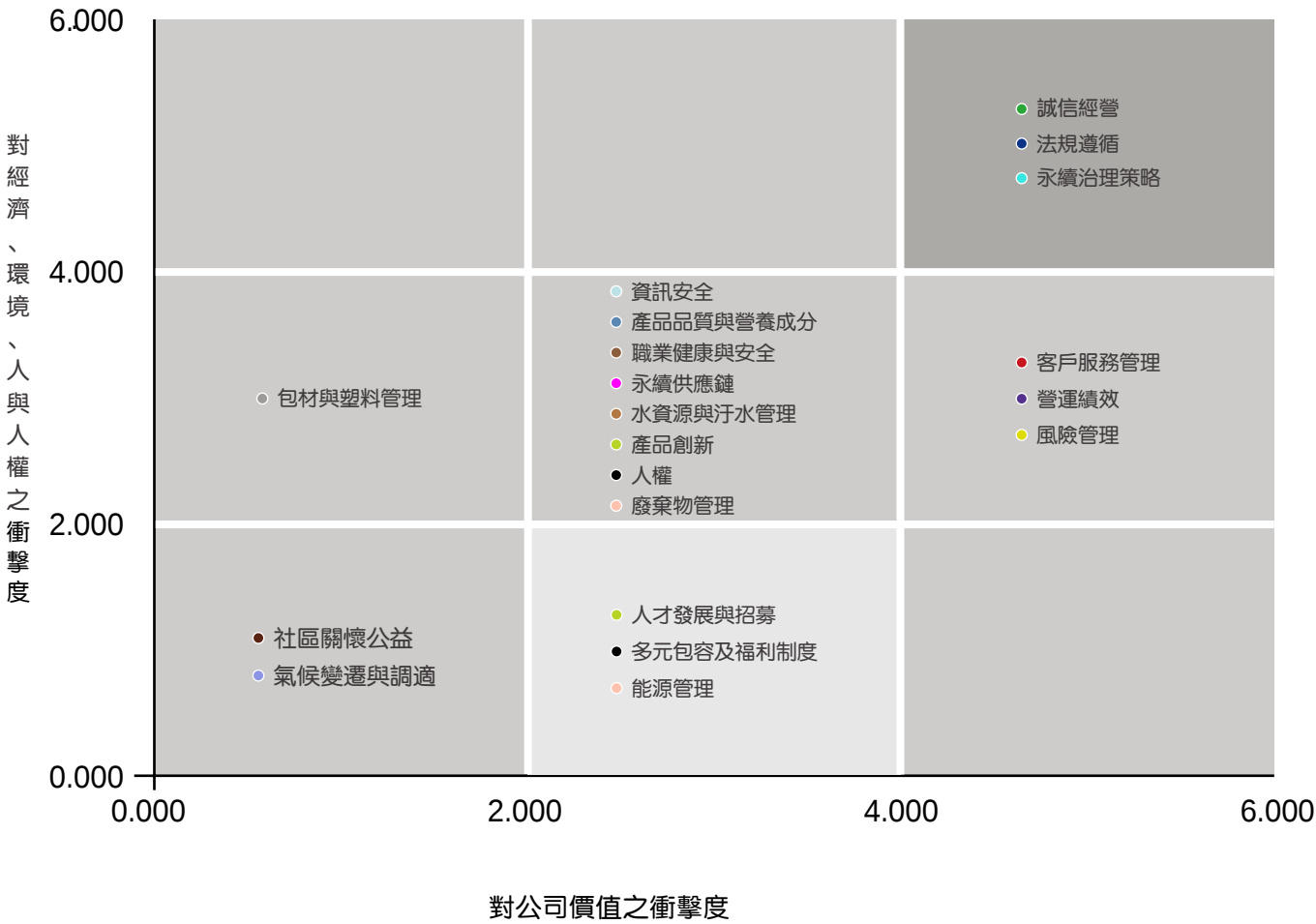
利害關係人	關注議題	議合方式及頻率	對應章節
主管機關	永續治理策略 誠信經營 法規遵循 資訊安全 永續供應鏈 產品創新 客戶服務管理	1. 配合主管機關監理及查核，提供相關資訊（不定期）。 2. 配合遵循主管機關政策，適時安排知識教育（不定期）。	1.2 經營策略與風險管理 1.3 利害關係人溝通與重大主題 1.4 公司治理 4 安心產品 5.2 客戶滿意度 6.1 氣候行動
股東	永續治理策略 營運績效 誠信經營 法規遵循 風險管理	1. 設有發言人、代理發言人及在台訴訟、非訟代理人，代表公司對外發言或處理與利害關係者各項事宜。 2. 每年召開股東會及每年至少一次召開法人說明會。 3. 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 1.2 經營策略與風險管理 1.3 利害關係人溝通與重大主題 4 安心產品 6.1 氣候行動
客戶	永續治理策略 誠信經營 水資源與汙水管理 客戶服務管理 人權	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，為一線客戶進行新品現場推廣。 4. 以客戶為中心，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 利害關係人溝通與重大主題 4.2 負責任的供應鏈 5.2 客戶滿意度 6.2 能資源管理
供應商	誠信經營 法規遵循 永續供應鏈 產品品質與營養成分 職業健康與安全	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（8 次）。 4. 不定期組織雙方技術人員溝通交流及當地訪廠安排（2 次）。	1.3 利害關係人溝通與重大主題 2.3 勞工安全衛生 4 安心產品 6.1 氣候行動
員工	永續治理策略 營運績效 誠信經營 法規遵循 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. 內部電子郵件及員工信箱設置，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。	1.1 公司規模與背景 1.3 利害關係人溝通與重大主題 2.3 勞工安全衛生 4 安心產品 6.1 氣候行動

利害關係人	關注議題	議合方式及頻率	對應章節
食品工業同業	誠信經營 法規遵循 資訊安全 客戶服務管理 人權	1. 於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）	1.2 經營策略與風險管理 1.3 利害關係人溝通與重大主題 5.2 客戶滿意度 6.1 氣候行動
當地社區	營運績效 誠信經營 法規遵循 客戶服務管理 產品品質與營養成分	1. 公司為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. 網站設有企業永續發展小組之電子郵件及聯繫方式，及時獲取社會群眾之回饋意見（即時）。 3. 發行年度永續報告書。 4. 參與產業研討會及講座（不定期）。	1.1 公司規模與背景 1.3 利害關係人溝通與重大主題 4 安心產品 5.2 客戶滿意度 6.1 氣候行動
媒體	誠信經營 法規遵循 永續供應鏈 產品品質與營養成分 職業健康與安全	1. 官網訊息揭露（即時）。 2. 社會媒體採訪（不定期）。	1.3 利害關係人溝通與重大主題 2.3 勞工安全衛生 4 安心產品 6.1 氣候行動
學術單位 / 學校	營運績效 誠信經營 法規遵循 人才發展與招募 多元包容及福利制度 職業健康與安全	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）	1.1 公司規模與背景 1.3 利害關係人溝通與重大主題 2 活力職場 4 安心產品 6.1 氣候行動



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 ESG 議題、內部舉行 ESG 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 20 個議題，並呈報至企業永續發展小組及董事會，2023 年重大主題矩陣圖如下：

利害關係人關注程度



- 包材與塑料管理
- 社區關懷公益
- 氣候變遷與調適
- 人才發展與招募
- 多元包容及福利制度
- 能源管理
- 資訊安全

- 產品品質與營養成分
- 職業健康與安全
- 永續供應鏈
- 水資源與汙水管理
- 產品創新
- 人權

- 誠信經營
- 法規遵循
- 永續治理策略
- 客戶服務管理
- 營運績效
- 風險管理
- 廢棄物管理

經濟與治理面：

1. 法規遵循
2. 永續治理策略
3. 誠信經營
4. 營運績效
5. 產品創新
6. 風險管理
7. 資訊安全

環境層面：

8. 廢棄物管理
9. 永續供應鏈
10. 能源管理
11. 水資源與汙水管理
12. 包材與塑料管理
13. 氣候變遷與調適

人與人權面：

14. 職業健康與安全
15. 產品品質與營養成分
16. 客戶服務管理
17. 人才發展與招募
18. 多元包容及福利制度
19. 人權
20. 社區關懷公益



重大主題衝擊說明

編號	重大主題	重大主題內容	重大主題正向與負向衝擊說明	對應 GRI 準則重大主題	對應章節	價值鏈衝擊		
						上游	組織內	下游
1	永續治理策略	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。	自訂主題：永續發展策略	1.3 利害關係人溝通與重大主題	○	●	○
2	法規遵循	重大違反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。	自訂主題：法規遵循	4.1.4 法令合規 6.1.4 法規遵循	○	●	○
3	誠信經營	商業道德的理念，包含從業道德規範、內線交易防治（例：舉報機制）、個人資料保護、營業秘密管控、反貪腐、反競爭行為等。	暢通透明的舉報管道，秉持誠信治理，並保障客戶資料安全。	205 反貪腐 206 反競爭行為	1.3 利害關係人溝通與重大主題	○	●	●
4	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	●	●	○
5	風險管理	對潛在風險進行辨識、評估、控制和監控的過程。	有效的風險管理使鮮活能夠有效應對不確定性和可能對其目標實現產生負面影響的事件。	308 供應商環境評估 414 供應商客會評估 416 顧客健康與安全	1.2.2 風險管理	●	●	○
6	客戶服務管理	對於客戶關係維護，制定標準化的服務流程、溝通管道、滿意度調查及改善的管理政策。	建立良好的客戶關係是公司發展的關鍵。	自訂主題：客戶關係	5.2 客戶滿意度	○	○	●

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。

1.3.4 永續發展策略

為協助 本公司實踐企業社會責任，並促成經濟、環境及社會之進步，以達永續發展之目標，鮮活已制定「永續發展實務守則」，規範並承諾落實公司治理、發展永續環境、維護社會公益、遵循國際人權公約並制定相關管理政策與程序，以及持續加強企業永續發展資訊揭露。

永續發展目標

本公司為健全永續發展之管理，建立推動永續發展之治理架構，且設置推動永續發展之專（兼）職單位，負責永續發展政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行，並定期向董事會報告。

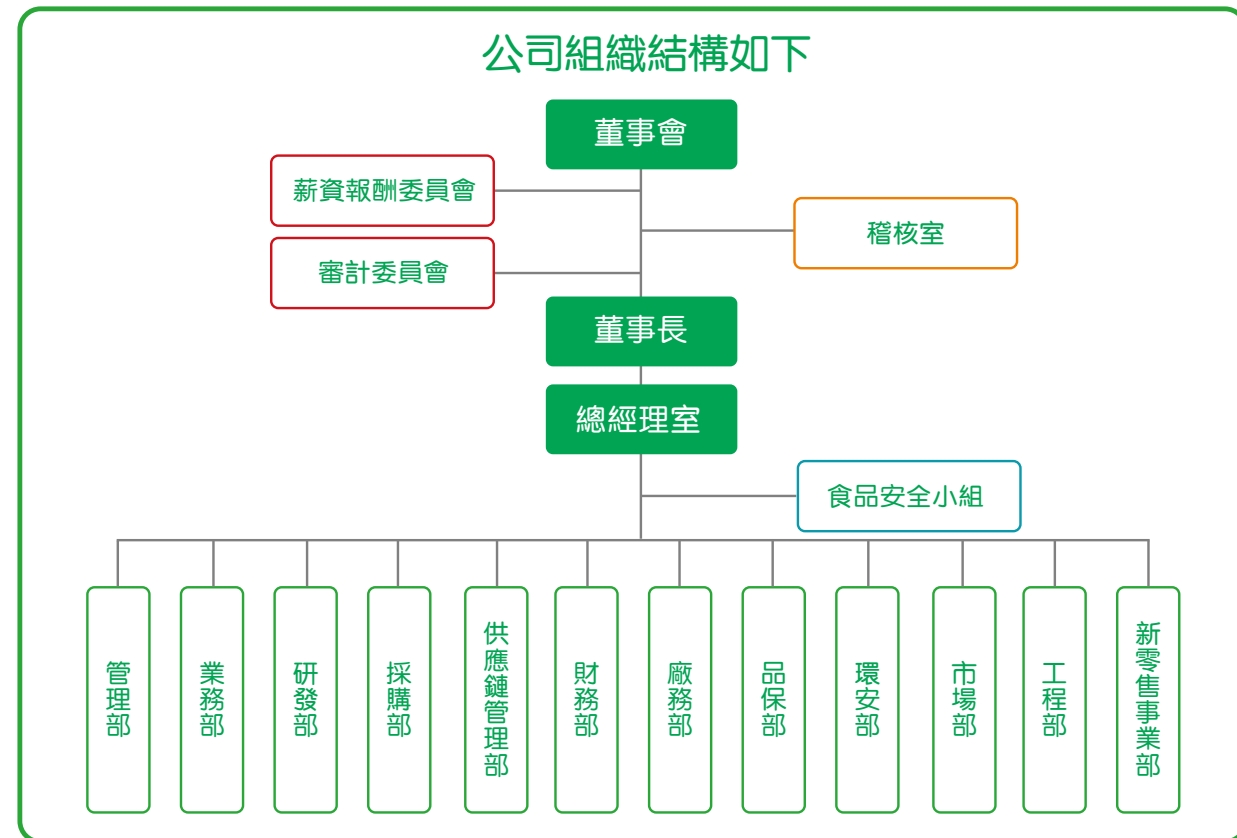


重大主題管理方針

重大主題	政策承諾與管理方針	評估機制 / 結果
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 ESG 報告書，彙整年度永續發展績效。
法規遵循	獲取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；保存適用的法律法規並傳達至相關部門。	定期追蹤法規遵循情形。2023 年並無重大違法事件。
商業道德	1. 制定《誠信經營守則》、《員工守則》等規範，並經董事會通過，要求所有員工及運營實體遵守商業道德規範，誠信、守法經營。 2. 與各客戶、供應商及其他合作夥伴簽訂合同、協議時將遵守商業道德作為必要內容，與其合作中均需遵循。 3. 管理層、治理層對公司運營過程、員工操守等是否遵循商業道德規範進行監督，預防相關風險，糾正異常情況。	1. 相關規範均已制定並公告全體員工。 2. 合同及相關協議的簽訂均將商業道德條款作為必要組成，約定雙方之違約責任。 3. 2023 年公司未見客戶、供應商、員工等違反商業道德之情形。
營運績效	每月由財務協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。每月進行預算達成分析，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。
風險管理	建立各項內部控制制度，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。	董事會稽核室參考各項風險評估結果，如：食品安全、同業競爭、中國大陸人工成本上升、原物料採購、資訊安全擬定年度稽核計畫，對各單位及各項內部控制作業加以稽查。
客戶服務管理	每年執行客戶滿意度調查，針對產品品質、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。	分析客戶滿意度調查表瞭解影響客戶滿意度的關鍵要素，有效改善公司產品及服務品質，並且對低於目標分數者，藉由權責部門進行調整及加強預防，以期提高客戶滿意度。

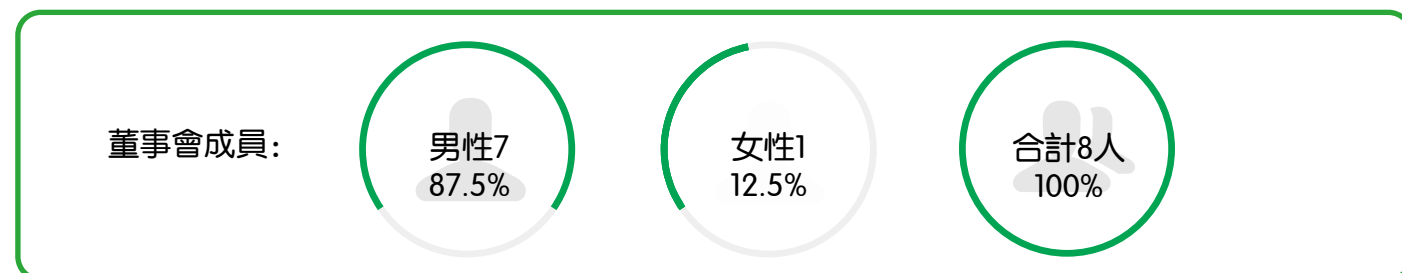
1.4 公司治理

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），董事會組成考量多元性、獨立性及專業背景能力，董事皆擁有財會、餐飲等專業背景，其中獲得博士學位者 1 人。本公司對董事之選任訂定「公司董事選任程序」並公開於官網中，董事選舉採候選人提名制度，由股東就候選人名單中選任之，並規範董事間應有超過半數之席次，不得具有配偶或二親等以內之親屬關係，以避免利益衝突。董事會成員平均年齡為 59 歲，並有一位女性董事，董事會至少每季召開一次，2023 年度共召開 7 次董事會，董事出席率達到 98%（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，規範董事的利益迴避原則，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。2023 年董事之薪酬及福利情形，詳見 2023 年年報資訊。



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，羅世蔚獨立董事擔任召集人，至少每季召開 1 次會議，2023 年出席率為 100%。審計委員會之職權範圍為擬訂各款事項之建議案，並將所提建議提交董事會討論議決。



董事進修情形

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，2023 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，本屆董事會董事共 8 人，修課百分比為 100%。

董事會成員之簡介與修課情形：<http://www.myfreshjuice.com/about/?151.html>

1.4.1 誠信經營

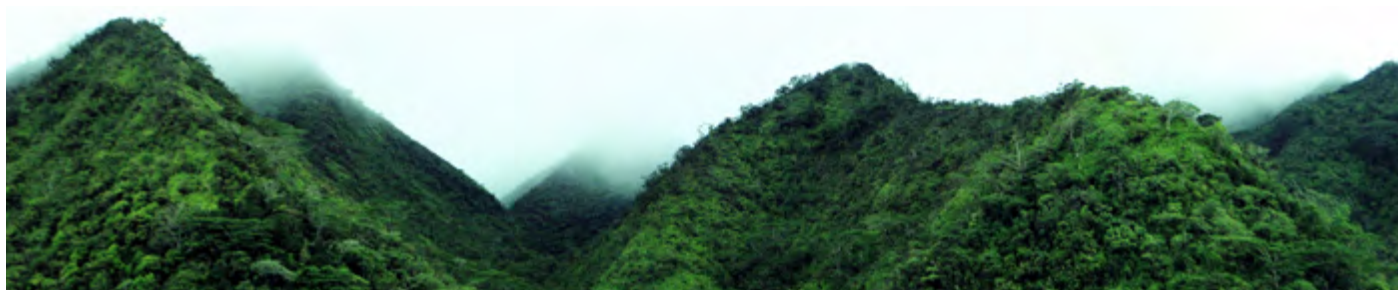
公司的經營團隊皆以公司治理實務守則之綱要執事，目前選任三席獨立董事及配備充足並適任之內部稽核人員，依內部控制制度執行定期檢核，以落實公司治理之運作及推動。訂定道德行為準則，要求員工以負責任的態度遵循各項行為規範及倫理準則，並貫徹落實於員工訓練教育中。在公司同仁一致努力下，本公司獲得信用管理示範企業證書、誠信守法先進企業證書、企業信用管理貫標證書與重合同守信用企業證書。建立員工意見交流管道如匿名管理部意見箱、員工意見調查等，提供員工意見反應管道，相關部門負責人根據員工的意見作出及時的處理。

本公司及各子公司均進行了貪腐風險評估，包括合約簽訂及執行、人員操守及行為準則等的貪腐風險評估，在《員工守則》及其他文件中對相關的貪腐行為及處理措施明確規定，並對所有新入職員工進行培訓，針對在職員工除日常工作宣導外，還不定期進行必要之培訓與溝通。

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。對本公司及重要子公司進行貪腐評估，總數為 6 家，佔比 100%；鑑別出的重大貪腐風險包括：採購作業中的貪腐風險、銷售作業中的貪腐風險、工程管理作業中的貪腐風險、合約管理及執行方面的貪腐風險及公司人員管理方面可能存在的貪腐風險。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，2023 年度稽核未發現貪腐及賄賂的現象。

本公司重視內部控制，稽核室中共設有 5 位稽核人員，我們鼓勵同仁考取稽核證照，並提供獎勵措施，除稽核主管外，其餘稽核人員取得證照，每月給予 500 元津貼，截至 2023 年共有註冊內部審計師 3 位、中級審計師 2 位。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，本年度對重要子公司天津鮮活、廣東鮮活之部門主管、財務部、採購部及業務部客服課主管進行內部控制相關知識的培訓，佔總人數約 10%。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。

公司對所有員工均進行了反貪腐政策內部宣導（包括入職宣導、日常管理宣導及不定期培訓宣導）；針對商業夥伴的反貪腐政策溝通，在所有合約中均約定相應的誠信經營條款（含反貪腐政策及違約條款），除臨時性且金額較小的商業夥伴，公司在合作時均簽訂相應合約，佔比超過 90%。與各供應商在 2022 年開始簽訂《廉潔協議》約定各供應商不得與本公司員工或其關係人發生利益往來，並提供相應之舉報、溝通管道，重要供應商 100% 簽訂，其他供應商簽約超過 95%。



檢舉管道

1. 檢舉網站：<http://www.myfreshjuice.com/about/?148.html>

2. 書面檢舉：投函文件郵寄或傳送至本公司總經理室

投函地址：江蘇省蘇州市昆山市張浦鎮俱進路 10 號

收到檢舉後由獨立的檢查部門（稽核室或董事會指定的其他部門及人員）負責對檢舉內容進行核實，出具調查報告。



主要對各部門核心員工及部分特定部門所有員工進行反貪腐訓練，佔員工總數比約為 20%。

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、反托拉斯和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/about/?151.html>

註：反貪腐相關溝通、訓練未統計人數，僅以稽核主管估算百分比呈現。

活力職場 DYNAMIC WORKPLACE

離職率

14.9%

離職率為 14.9%，較市場平均水準低。

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：



(1) 聘僱合約與類型

聘僱合約與類型

日期 員工類別	昆山			天津			廣東			廣西		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計
非正式員工人數	2	16	18	3	2	5	4	0	4	26	17	43
正式員工人數	227	295	522	81	100	181	121	138	259	24	26	50
總員工人數	229	311	540	84	102	186	125	138	263	50	43	93

備註：

- 資料統計期間為 2023.01.01 至 2023.12.31
- 本公司定義永久聘僱員工為正式員工，包含截止 2023 年 12 月底試用轉正員工；臨時員工為非正式員工，包含試用期內員工及實習生，無聘僱非員工類型之工作者；
- 本公司所有員工均為全職員工。

員工分析

2023 年全體員工
性別占比

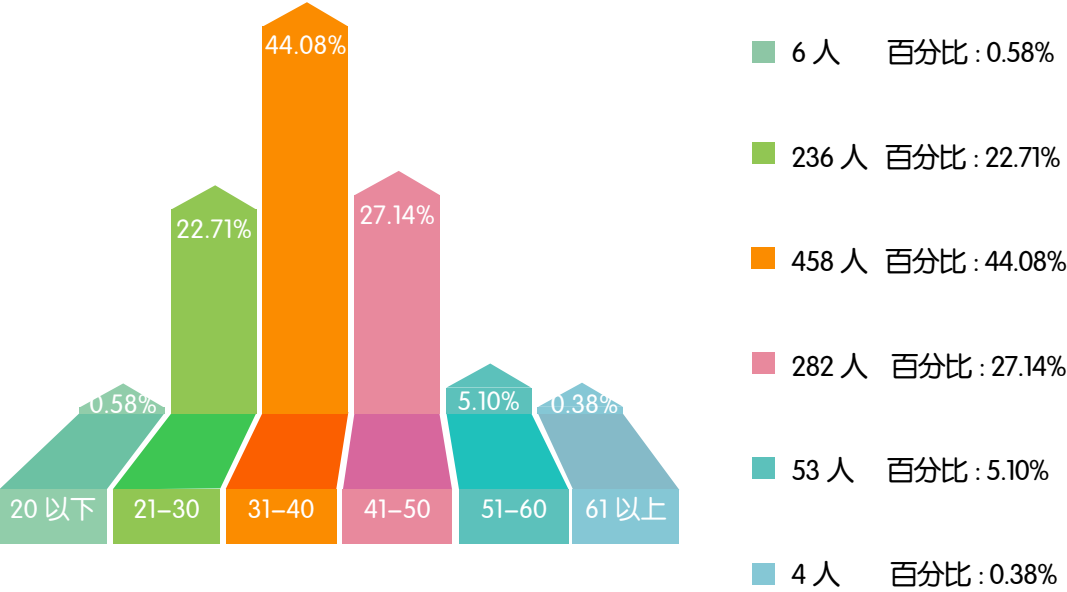


女
人數：577
百分比：55.53%



男
人數：462
百分比：44.47%

2023 年全體員工年齡分析



(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，年齡主要分佈在 20-40 歲較年輕化，領導層的男女比例也較為合理。

2023.12.31

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	14	12	26	6	1	7	33
課長、副課長人數	3	1	4	34	33	67	0	0	0	71
組長、副組長人數	7	11	18	40	33	73	1	1	2	93
一般員工人數	100	98	198	224	369	593	33	18	51	842
總員工人數	110	110	220	312	447	759	40	20	60	1039



（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。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。

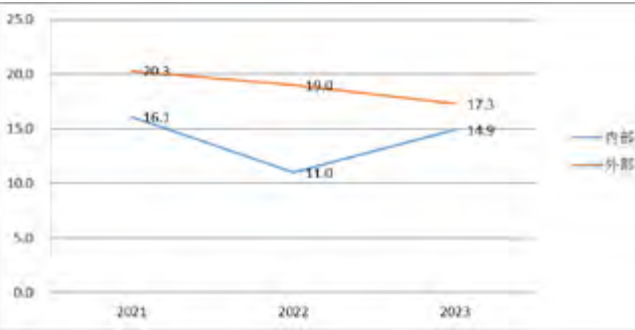
新進員工：

性別	年齡	昆山		天津		廣東		廣西	
		2023	占比	2023	占比	2023	占比	2023	占比
男	<30 歲	28	38.36%	14	36.84%	57	54.81%	19	29.70%
	30-50 歲	42	57.53%	22	57.89%	47	45.19%	14	21.80%
	>50 歲	3	4.11%	2	5.26%	0	0.00%	0	0.00%
	合計	73	44.24%	38	61.29%	104	62.65%	33	51.50%
女	<30 歲	28	30.43%	7	29.17%	28	45.16%	16	25.00%
	30-50 歲	64	69.57%	17	70.83%	33	53.23%	15	23.50%
	>50 歲	0	0.00%	0	0.00%	1	1.61%	0	0.00%
	合計	92	55.76%	24	38.71%	62	37.35%	31	48.50%
合 計		165		62		166		64	

離職員工：

性別	年齡	昆山		天津		廣東		廣西	
		2023	占比	2023	占比	2023	占比	2023	占比
男	<30 歲	30	37.97%	11	36.67%	54	50.94%	17	37.80%
	30-50 歲	46	58.23%	18	60.00%	51	48.11%	9	20.00%
	>50 歲	3	3.80%	1	3.33%	1	0.94%	0	0.00%
	合計	79	46.47%	30	51.72%	106	64.24%	26	57.80%
女	<30 歲	21	23.08%	9	32.14%	23	38.98%	10	22.20%
	30-50 歲	67	73.63%	19	67.86%	35	59.32%	9	20.00%
	>50 歲	3	3.30%	0	0.00%	1	1.69%	0	0.00%
	合計	91	53.53%	28	48.28%	59	35.76%	19	42.20%
合 計		170		58		165		45	

鮮活員工離職率（正式員工）：



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。2022 年公司新增員工育兒假，子女在三周歲以內的員工每年可以享受 10 天的育兒假；另還新增了獨生子女父母護理假，只要父母年齡滿 60 周歲，在因病住院的情況下，員工每年可以享有 5 天的父母護理假。

福利項目	2023 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）	1004	正式員工
住房公積金	1004	正式員工
退休福利（退休金）	8	合法辦理退休之人員
婚假	24	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	43	正式員工
護理假	25	正式員工
員工分紅	77	副課長及以上人員
育兒假	114	正式員工
三節禮品	1039	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 %

註：基層員工為副課長及以下員工薪資

昆山廠						
單位：新臺幣仟元						
年份	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
性別	男	女	男	女	男	女
公司平均起薪（含獎金）	32.89	28.23	34.54	30.08	36.71	31.04
公司每月基本薪資 (A)	18.26	17.09	18.94	17.86	20.28	17.99
法定每月基本薪資 (B)	9.87	9.87	10.08	10.08	9.90	9.90
比率 (A/B)	185%	173%	188%	177%	205%	182%

天津廠

單位：新臺幣仟元

年份	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
性別	男	女	男	女	男	女
公司平均起薪（含獎金）	31.16	27.87	27.92	23.72	27.98	27.46
公司每月基本薪資 (A)	15.98	15.45	16.93	15.87	16.89	16.42
法定每月基本薪資 (B)	10.04	10.04	9.64	9.64	9.46	9.46
比率 (A/B)	159.17%	153.94%	175.59%	164.63%	178.49%	173.53%

廣東廠

單位：新臺幣仟元

年份	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
性別	男	女	男	女	男	女
公司平均起薪（含獎金）	25.06	23.87	25.58	24.42	24.29	22.90
公司每月基本薪資 (A)	16.47	16.46	17.46	17.24	16.52	15.79
法定每月基本薪資 (B)	7.62	7.62	7.63	7.63	7.46	7.46
比率 (A/B)	216.15%	215.93%	228.80%	225.88%	221.45%	211.66%

廣西廠

單位：新臺幣仟元

年份	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
性別	男	女	男	女	男	女
公司平均起薪（含獎金）	11.97	10.98	/	/	/	/
公司每月基本薪資 (A)	4.82	5.07	/	/	/	/
法定每月基本薪資 (B)	6.84	6.84	/	/	/	/
比率 (A/B)	70.58%	74.19%	/	/	/	/

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
主管	97.6%	100%
非主管	93.5%	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

公司於 2020 年展開第一屆員工秋季運動會，2021 年秋季再次舉辦鮮活果汁第二屆運動會。比賽項目包括：拔河、跳繩、兩人三足、夾玻璃珠等。參與人次約 550 左右，獎品豐厚，吸引了大部分的員工參與，運動會取得了積極的反饋。

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。2023 年，公司出發到廣西桂林陽朔，去探索甲天下的桂林山水。



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。截止 2023 年底圖書室藏書約 3000 本，分為兒童書籍（佔 58 %）及成人書籍（佔 42 %）。

員工活動中心

為提高員工身心健康素質，公司於 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、設立員工子女獎學金，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。2023 年共計發放兒童節禮物 463 份。



☆ 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。



☆ 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。2023 年度共 104 人獲取。本年度鮮活員工子女獎學金共計發放新臺幣 272,168 元。



☆ 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。



☆ 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。



員工親子活動



手作耶誕節蛋糕

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，本公司實行規範的夥委制度，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。2021年起公司新的餐廳投入使用，餐廳位置相較於舊餐廳多了100個左右；節省了員工用餐等位的時間。新餐廳環境優美，得到了員工的認可。



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

時光荏苒，彈指一揮，不知不覺中在鮮活工作已經十五個春秋，回首往事，點點滴滴又湧上心頭。

外出務工多年，心中覺得虧欠陪伴孩子成長的時間太少太少，為了給孩子提供相對好一點的教育環境，於是，我與妻商量，並於 2007 年在昆山城西買房，把孩子接到我們身邊讀書，當時，兒子小學畢業，來昆山讀書必先參加面試和考試通過才行，學校招收 100 名，好在小傢伙也爭氣，以總分第 7 名的成績，順利進入昆山城北中學讀初一。孩子的讀書有了著落，我也主動放棄了當時（從事銷售工作）還算優厚的薪資待遇，不得已來到昆山重新找一份工作。

記得那是 2009 年 7 月 1 日，時值盛夏，驕陽似火，接到公司人事的電話通知，我來到位於鹿城路上的鮮活公司正式報到，乍一看，公司為租賃廠房，門臉並不大，和我同來的還有一位來自安徽的新同事，經過半天時間的瞭解，我們也算熟悉了，他告訴我，他決定辭職不幹了，並於下午離開，他的辭職令我也打起退堂鼓。動起了辭職的想法，畢竟公司的規模不算大，心裡也泛起了嘀咕，天氣這麼熱，活也不輕鬆，這裡真的能適合自己嗎？但轉念一想，我是個退役軍人，工作再苦再累，能有當兵訓練吃的苦受的累多嗎？既來之，則安之。我總不能遇到一點點困難和挫折，就害怕退縮當逃兵吧，下定了決心，堅定了信念，說幹就幹，絕不妥協。說句實話，彼時的公司，人員並不多，但人與人之間，很真誠，心往一處想，勁往一處使，克服困難，踏實肯幹，即便衣服濕透了，也毫不動搖，毫無怨言。我記得，當時倉庫除了一臺柴油叉車外，沒有電動叉車，幹活全靠手動壓車，壓車也顯的老舊，加上地面坑坑窪窪，拉一板 2 噸白砂糖到果粒車間，更是需要七八個人推拉才行，因為車間內有積水以及地磚損壞。除此之外，公司宣導以人為本的企業文化，諸如晨操，晨劍的練習，主旨是活動疏通筋骨，健體強身益智，以更飽滿的熱情，積極的心態，昂揚的鬥志，最佳的狀態，投入到日常工作中。

來公司 15 年，參與並見證了公司從一個名不見經傳的小廠，一躍而起發展蛻變成為擁有多家子公司的行業標杆龍頭企業。很多同仁依附鮮活提供的平臺，實現了夢想，成就了事業，邂逅了愛情，組建了家庭，創造了財富。相信，隨著智慧工廠的建設投產，公司未來前景更加廣闊，高歌猛進，大有可為，一路長虹！祝福鮮活的明天更美好！

供應鏈 高翠兵

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。

2023 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	260	14	18.57	325.5	11	29.59
課長、副課長	883	28	31.53	821.5	25	32.86
組長、副組長	899	21	42.81	686.5	18	38.14
一般員工	6584.5	199	33.08	10690	300	35.63
合計	8626.5	262	32.93	11510.5	354	32.52

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。
2023 年在職員工每人平均在職訓練時數達到 32.69 小時，其中崗前培訓學時共計 8860 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，晨操、晨劍出勤 1 次，記健康積分 1 分，積分排名前 30% 人員獲得加發 5 天至 15 天之年終獎金。晨操、劍道年度平均出席率為 80.03%。



2.2.2 儲備幹部

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；高層幹部提升班主要培養通才：搭班子、定戰略、建系統、資源整合、注重提升綜合素養；中層幹部進修班主要培養專才：思想、目標、行動與高層統一，做好執行，帶好團隊，注重技能技巧培訓；基層幹部訓練班主要培養人才：執行力、積極心態（熱情）、凝聚力、團隊意識強，注重基礎技巧訓練。



2.2.3 員工學歷提升專項培訓

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、會計、機電一體化等實用類專業。目前已經連續開展 6 年學歷提升專項培訓。

年份	報名人數	公司預計補貼學費(人民幣)	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
2021	8	46,420 元	2024.07
2022	10	30,620 元	2025.07
2023	7	34,590 元	2026.07

心得分享

隨著時代的發展，社會對學歷的要求越來越高，已經有很多人因為學歷不夠而被好工作拒之門外，更甚者因為學歷不及無法評級晉升。因此想選擇繼續教育，增加自己的學歷。雖然現下工作穩定，生活圓滿，但是就是找不到歸屬感；想到自己的初高中學歷就羞愧不已，於是想要通過在職學歷教育來提升學歷，證明一下自己，找到人生的價值。

廠務部陳慧



23 屆錄取通知書頒發現場

2.2.4 NPS 培訓

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。2023 年度對所有新進人員進行 NPS 培訓，做到全員參與。

2.2.5 管理能力培訓

人才是企業發展的關鍵，關鍵人才是企業競爭的制高點，管理能力培訓旨在培養出公司發展所需的管理人才，加強公司管理人才隊伍的建設，進一步實現本公司戰略發展的目標。

2022 年度管理能力培訓對象為課長（含副課）的中層管理人員，本次管理技能培訓採用外訓（邀請外部老師來公司內訓）為主，內訓（內部高管分享管理知識）為輔，兩者相結合的方式進行。

為確保培訓出勤率，課程預排計劃還需結合生產情況安排培訓課程。每次課程結束人資將於二日內發出培訓出勤統計表，供公司高層及部門主管瞭解學員出勤情況，監督學員出勤率。2021 年度公司舉辦管理能力培訓已開展 5 場培訓（1 場內訓、4 場外訓），參與人次共計 196 人次，平均出勤率為 86.37%。2022 年度公司舉辦管理能力培訓已開展 1 場培訓（內訓），參與人次共計 49 人次，出勤率為 87.50%。



培訓過程中，培訓老師可增加培訓現場互動，每門課程的互動不少 5 次，互動方式可為提問、培訓老師點評、現場演練、情景模擬、案例分析、分組 PK、學員培訓心得 / 管理經驗與看法的分享等，針對表現好的學員給予個人加分。每次課程結束後進行滿意度調查，幫助講師及時掌握課程方向。講師同時根據課題佈置作業請培訓學員提交，旨在希望學員能夠掌握並鞏固知識、反饋問題，及解惑學員疑問。



管理能力培訓現場

2.2.6 崗位技能考核



2023 實操考試現場

品保部崗位技能考核

為梳理部門關鍵技能，強化員工在本職工作中的專業性，2022 年度優先對品保部進行理論及實操考核，根據考核通過情況發放技能津貼並安排針對考核實施過程不足進行討論、總結。同時考量實操考核的評分公正性，每場實操考核至少安排 3 位考官進行綜合評分，按照考核人次進行獎勵。

2023 年 3 月、11 月，品保崗位技能考核持續進行，考試分為理論及實操兩個環節，共計 45 人次參與，38 人次通過。通過率 84.4%。

2.2.7 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。



2.2.8 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	86.05%	100.00%
女	97.06%	100.00%

註：1) 整體員工參與考核百分比為 98.7%，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。

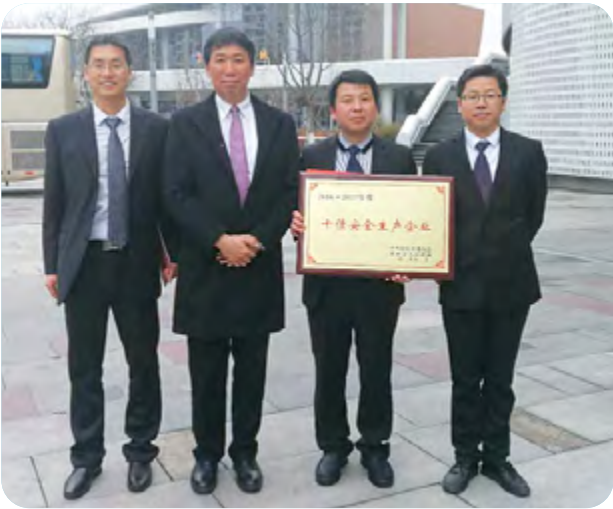
2.3 勞工安全衛生

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、採購部、財務部、廠務部、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。員工可透過專有內部電話及安全主管電話進行安全通報，當員工發現任何可能導致傷害或疾病的工作狀態之政策與流程，鮮活保障員工可自行離開且不受任何處分。

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。昆山廠二級安全生產標準化於 2023 年 12 月底到期，因公司有新改擴專案，按照法規規範《GB10789 飲料通則》要求必須進行重新申請審核。另外根據工業企業行業劃分，按照最新飲料生產企業安全生產標準化評定標準進行申報評審。公司與協力廠商安評公司簽訂服務輔導二級標準化申報評審工作，預定與 2024 年下半年取得安全生產二級標準化證書。

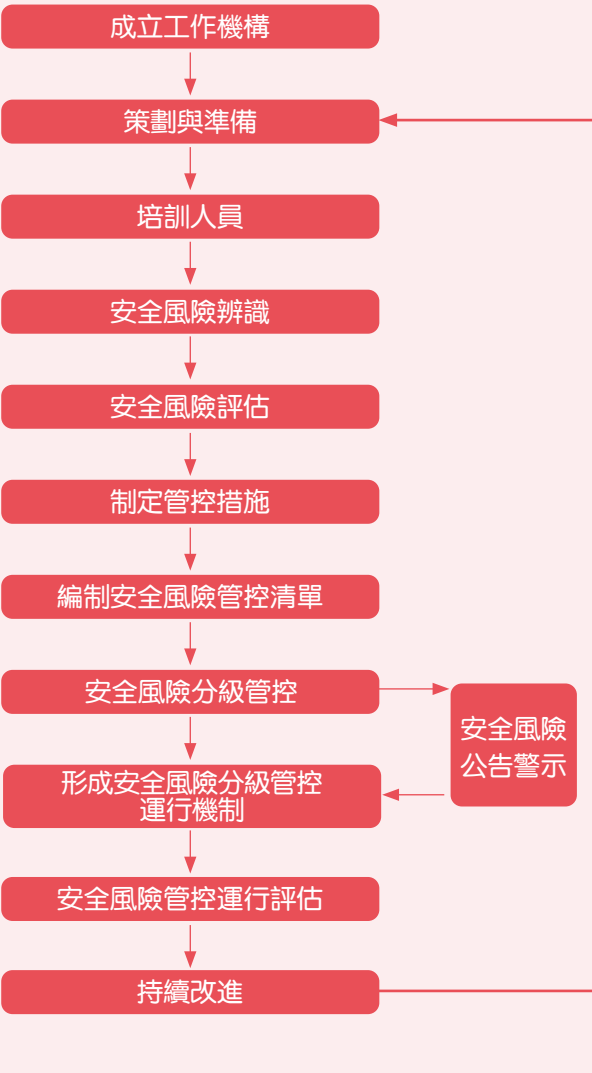
公司積極導入安全生產標準化，通過審核及獲領二級安全生產標準化證書，提升車間作業人員的生產品質及意識。同時，公司組織安全員參加安監局組織的安全員培訓，並獲得了安全員證書，環安部每天定期檢查車間生產安全狀況，透過檢查降低車間安全生產隱患，將“本質安全”理念貫穿並落實於安全生產全過程，全面提高安全防護能力，切實防範安全生產事故發生，保障公司員工人身與財產安全。

2023 年共發生 18 起工傷事故（昆山廠 9 件，女性 5 起，男性 4 起；廣東廠 5 件，女性 3 起，男性 2 起，天津廠 4 件，女性 1 起，男性 3 起），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。2023 年無發生嚴重職業傷害。

2023 年	工作時數	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	787076.5	11.43	0	695.61	0	547.5	3.62
廣東鮮活	448466.5	8.92	0	778.21	0	349	11.24
天津鮮活	608709	13.14	0	337.59	0	205.5	2.61

- (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；
- (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。

安全風險辨識流程：



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

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。



2023 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。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。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」。



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。

鮮活不斷提高對企業民主管理工作的認識，增強責任感和使命感，切實有效地推進企業基層民主管理建設，不斷增強工會組織的凝聚力，每年會舉行職工代表大會，讓廣大職工對企業的發展和切身利益享有充分的話語權，並享有社會經濟發展的成果，讓廣大職工真正滿意起來。

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。

2023 年度昆山廠家訪費用支出為新臺幣 186 仟元。

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。滿意度調查內容包括四大構面：工作內容、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 2023 年度的調查方向重心在食堂滿意度和員工生日會滿意度上，每月進行一次食堂和生日會滿意度調查。2023 年度食堂滿意度調查平均分為 3.5 分，生日會滿意度調查平均分為 4.8 分，食堂用餐滿意度對比去年略有下降，生日會滿意度略有上升。



深耕社會
DEEP PLOUGHING SOCIETY





叁 · 深耕社會

3.1 慈善活動

《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 2023 年捐贈新臺幣 6 萬元，希望能幫助孩童有個快樂的童年。

老人送餐

獨居老人因身體狀況欠佳或經濟不好，長期無法外出自理用餐，衍生出用餐問題，因此社福機構近年來積極推動關懷老人送餐服務，避免意外發生。

教育資源

出身於偏鄉地區或弱勢家庭的孩子，因受經濟不足，家庭功能不健全等因素影響而犧牲無法受教育的權利，公益機構推動保障就學就住，供餐等協助脫離困境。

醫療資源

享有就醫服務，避免醫療資源分布不均，提升弱勢民眾健康能受到照護外，也透過醫療協助身心障礙者能重拾健康環境。

3.2 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。練習劍道成員人數（員工及員工子女、社區居民）約 300 人，並於每年組織參加各大劍道比賽。2023 年，玉山會定期派出劍道老師，合作支援杜克大學劍道社團教學活動。



杜克大學劍道教學



杭州劍道大賽



第三屆華南劍道公開賽

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。



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”；如能自成一家，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”。

守破離



3.3 張浦自行車騎行活動

2023 年公司積極組織員工參與張浦自行車騎行活動，並包攬此次活動冠亞軍。



3.4 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
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
中國園藝協會魔芋協會	參加協會日常工作





ISO22000 認證體系內審

100%

2023 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 100%。

在地採購

97%

公司在當地採購原物料比例為 97%

符合國際認證標準之原物料採購金額

95%

符合 ISO22000、HACCP、FSSC22000 等國際認證標準之採購，占原輔料採購金額的 95%



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。本公司生產廠房業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。

2023 年，昆山廠生產許可擴充植物蛋白飲料（GB 7101）、即食果蔬系列、電解質飲料產品生產許可資質，完成 ISO9001 和 HACCP 換證審核，兩個體系均已獲得新的證書，ISO22000、FSSC22000 體系的監督審核；廣東廠已完成並通過 ISO22000、HACCP 的監督審核；天津廠生產許可擴充冷凍飲品、速凍食品產品生產許可資質，ISO22000、HACCP 體系皆已完成監督審核；廣西廠已完成 ISO22000 和 HACCP 體系的認證，2023 年 6 月 16 日獲得 ISO22000、HACCP 體系證書。

本公司 2023 年度所生產產品 100% 受鮮活食品安全管理系統所涵蓋，另以通過驗證之廠房所生產之產品產量除以總產量計算，100% 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	{ 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、其他食品 } 生產許可證	2023/03/29	2026/09/28
昆山廠	ISO 22000 食品安全管理體系	首次發證 2012/03/06 本次發證 2024/02/01	2027/02/03
昆山廠	FSSC 22000 食品安全管理體系	首次發證 2015/12/07 本次發證 2022/11/10	2024/11/15
昆山廠	ISO 9001 品質管理體系	首次發證 2017/07/21 本次發證 2023/01/13	2026/03/01
昆山廠	HACCP 管理體系	首次發證 2017/07/19 本次發證 2023/02/02	2026/03/08
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、茶類飲料]、其他方便食品、水果製品、果凍、冷凍飲品、速凍其他食品 } 生產許可證	2024/02/23	2026/09/01
天津廠	ISO 22000 食品安全管理體系	2024/02/01	2026/04/02
天津廠	HACCP 管理體系	2024/02/01	2026/04/02
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、速凍其他食品、其他冷凍飲品 } 生產許可證	2023/11/06	2028/01/27
廣東廠	ISO22000 食品安全管理體系	首次發證 2019/10/18 本次發證 2022/10/08	2025/10/17
廣東廠	HACCP 管理體系	首次發證 2019/10/18 本次發證 2022/10/08	2025/10/17
廣西廠	{ 速凍其他食品 } 生產許可證	2022/05/19	2027/05/18
廣西廠	ISO22000 食品安全管理體系	2023/06/16	2026/06/15
廣西廠	HACCP 管理體系	2023/06/16	2026/06/15



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。

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；昆山廠及廣東廠每年兩次及廣西廠、天津廠每年一次送外檢測生活飲用水。2023 年昆山廠持續收集並更新所有原輔材料資訊，識別來源、物理、化學、生物特性、過敏原資訊、輻照資訊以及添加劑的適用範圍和限量，根據識別資訊進行風險評估，對有現在風險的原輔材料進行識別並制定控制措施。持續維護危害控制資料庫，及時更新，以供產品設計開發時對原輔料的使用以及終產品進行風險評估。

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。

3

採購品質管理

建立完善的採購管理規定，制定《採購控制管理程序》、《供應商評鑑控制管理程序》，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。

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。

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。

6

產品出廠品質管控

建立成品品質檢驗管理相關制度，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、總酸、Ph、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。

7

倉儲管理

建立白糖庫、添加劑庫、冷凍庫、冷藏庫、成品庫等儲存庫房，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。

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追蹤，留存相關記錄，並對各車間所有工藝流程進行風險評估，制定危害控制計畫。

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。

品質管控包含：

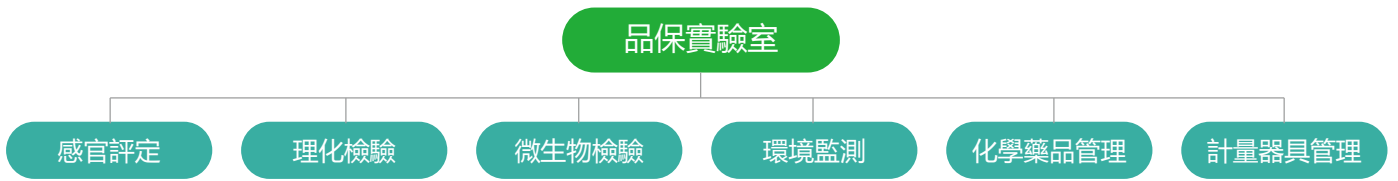
- 一、供應商管控：對於原物料供應商資質及檢驗報告認定。
- 二、原物料檢驗：品保部門要求供應商提供出廠檢驗紀錄，品保人員對物料到貨進行來料檢驗並記錄。
- 三、產品生產過程管控：按 HACCP 進行關鍵控制點 (CCP) 管控及記錄。

四、內部實驗室檢驗：公司品保部下依法設置實驗室，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、全自動定氮儀、旋轉蒸發儀、紙箱抗壓強度測試儀等。2022 年廣東廠新增塵埃粒徑計數器：監控車間的環境潔淨程度，保證車間環境的潔淨度符合生產要求；微生物限度檢測過濾器：通過微生物膜過濾提高微生物的檢出率，保證產品的品質。

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。



2023 年度品保實驗室的支出金額約新臺幣 21,045 仟元，占全年度合併營收淨額 0.45%。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、淨含量、標籤。每個項目檢驗合格率皆較 2022 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：2023 年度三廠所執行之檢驗項目 (可溶性固形物、固形物、菌落總數、大腸菌群、蛋白質、茶多酚、脲酶活性、黴菌和酵母、水分、淨含量、標籤、外觀、風味)，未發現有異常 (不符合國家標準限值) 之情形。

2023 年成品檢驗資料統計分析

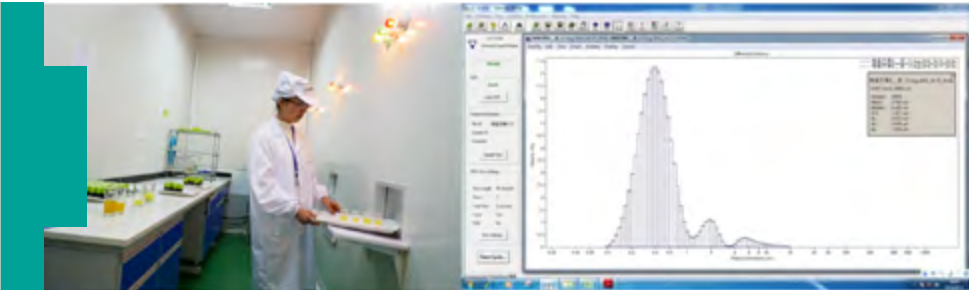
檢驗結果 (註)	理化檢測				微生物檢測		水分	淨含量	標籤	感官要求	
	可溶性固形物	固形物	蛋白質	茶多酚	菌落總數	大腸菌群				外觀	風味
國標匯總 總檢測次數 (項數)	5,453	210	174	24	16,242	16,242	484	6,196	5,864	16,242	16,242
異常匯總 (項數)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

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 17325、GB2713、GB/T 19883、GB/T 21732、GB/T 21733、GB/T 22474、GB/T 29602、GB/T 30767、GB/T 30885、GB/T 31121、GB/T 31326、GB 2759、GB 19640、GB 7101。

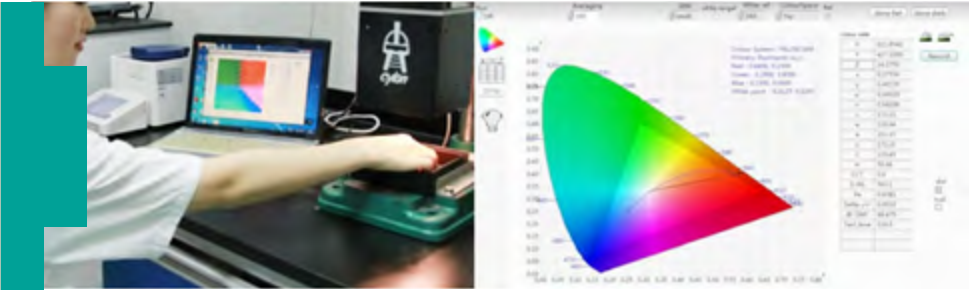
產品理化指標檢測



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：

2023 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、茶類飲料、果蔬汁類及其飲料、含乳飲料、植物蛋白飲料、固體飲料、咖啡類飲料、植物飲料、風味飲料、飲料濃漿、沖調穀物製品、冷凍飲品（冰棍）、速凍其他食品、果凍、果醬、澱粉及澱粉製品、果凍、布丁預拌粉、其他冷凍飲品、方便食品、速凍水果製品、冷凍調製飲品、即食果蔬系列、電解質飲料、風味飲料濃漿（食品加工用）、果汁（味）飲料、速凍果蔬製品
主要檢驗依據	GB 5749、Q/WXXH 0003S、Q/WXXH 0004S、Q/WXXH 0008S、Q/WXXH0012S、Q/WXXH0013S、Q/WXXH0014S、GB 17325、GB/T 21733、GB/T 31121、GB/T 21732、GB/T 30885、GB/T 29602、GB/T 30767、GB/T 31326、GB 19640、GB 2759、GB/T 19883、GB/T 22474、GB 2713、Q/XHSW 0004S、Q/14A2021S、Q/WXXH0015S、GB 7101、Q/XHSW 0005S、Q/GXXH 0001S
2023 年檢驗結果 2023 年總計檢測成品：檢測 777 次，未出現不合格。	

1. 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。
2. 食品安全管理體系審核：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。2023 年昆山廠接受昆山市市場監督局抽查一次，廣東廠接受四會市大旺高新區市場監督局日常監督抽查兩次，天津廠接受天津經濟技術開發區市場監督管理局抽查三次。
3. 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（根據食品安全法要求建立食品安全全程追溯制度），依據 ISO9001 和 ISO22000 條款之規定，制定《標誌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檔，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。2023 年執行 38 次模擬產品追溯及 4 次模擬產品召回，作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。2023 年昆山廠、天津廠、廣東廠、廣西各做一次模擬召回，召回的回收率分別為 100%、0%，0%，0%；未回收部分為客戶已經銷售產品，客戶出具了已銷售完畢說明，召回產品已處理。

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/>）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/>）、廣西壯族自治區市場監督管理局（<http://scjdgj.gxzf.gov.cn/>）

cn/）所公告有關食品製造業類別之法令規章。2023 年度未有違反上述法令規章以及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產品下架事件。

2023 年發佈 / 修訂重大法律法規					
標號	檔案名稱	文件編號	發文單位	發佈日期	實施日期
1	食品經營許可和備案管理辦法	國家市場監督管理總局令第 78 號	國家市場監督管理總局	2023/6/15	2023/12/1
2	定量包裝商品淨含量計量檢驗規則	JJF 1070-2023	國家市場監督管理總局	2023/10/12	2024/4/12
3	食品安全標準管理辦法	國家衛生健康委員會令第 10 號	國家衛生健康委員會	2023/11/30	2023/12/1
4	食品安全國家標準 食品接觸用塑膠材料及製品	GB 4806.7-2023	國家市場監督管理總局 / 國家衛生健康委員會	2023/9/6	2024/9/6
5	食品安全國家標準 食品接觸用金屬材料及製品	GB 4806.9-2023	國家市場監督管理總局 / 國家衛生健康委員會	2023/9/6	2024/9/6
6	食品安全國家標準 食品接觸用橡膠材料及製品	GB 4806.11-2023	國家市場監督管理總局 / 國家衛生健康委員會	2023/9/6	2024/9/6
7	食品安全國家標準 茶葉	GB 31608-2023	國家市場監督管理總局 / 國家衛生健康委員會	2023/9/6	2024/9/6
8	食品安全國家標準 食品生產通用衛生規範徵求意見稿	GB 14881	國家衛生健康委員會	2023/12/11	/
9	生活飲用水標準檢驗方法 第 12 部分：微生物指標	GB/T 5750.12-2023	國家市場監督管理總局 / 國家標準化管理委員會	2023/3/17	2023/10/1
10	生活飲用水標準檢驗方法 第 4 部分：感官性狀和物理指標	GB/T 5750.4-2023	國家市場監督管理總局 / 國家標準化管理委員會	2023/3/17	2023/10/1
11	品質管理 人員積極參與指南	GBT 19028-2023	國家市場監督管理總局 / 國家標準化管理委員會	2023/3/17	2023/3/17

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》、《供應商管理程序》，對採購流程、供應商准入、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，制定評分標準並將環境及社會風險納入供應商評估，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

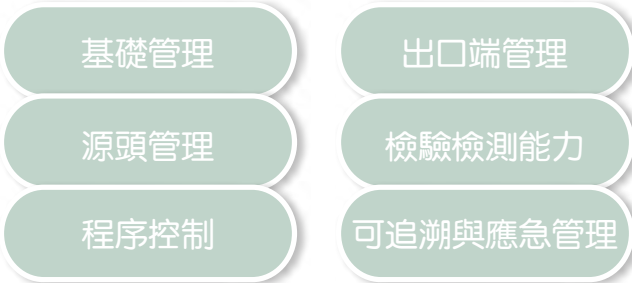
4.2.2 供應商評鑑

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，並且定期對供應商進行誠信宣導。由供應商評鑑小組按照計畫執行「年度供應商評鑑計劃」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，主要從四大方面進行管控，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（國內生產商）	每年一次
2. 高風險供應商	
3. 中風險供應商	二年一次
4. 評鑑結果（同供應商評分級別）為 A 級的供應商	三年一次
5. 其他部門指定需評鑑的供應商	特殊指定
6. 所供物料不直接接觸產品供應商（如標籤供應商等）、貿易商及進口生產商	不需評鑑

供應商 6 大評估面向



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 ESG 相關條款。

類別	含 ESG 條約的供應商家數	占比 %
昆山	41	16.5%
天津	9	19.15%
廣東	20	10.3%

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，2023 年共發出供應商考核通知書 27 家，27 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。

2023 年公司完成供應商到廠評鑑共 27 家，評鑑結果為 A 級供應商 10 家，B 級供應商 17 家，占 2023 年度有交易原物料供應商家數的 6 %。

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	224	89%	27	11%	0	0%
	下半年	231	91%	24	9%	0	0%
天津	上半年	67	29.39%	161	70.61%	0	0%
	下半年	59	26.94%	160	73.06%	0	0%
廣東	上半年	52	26.53%	144	73.47%	0	0%
	下半年	189	96.92%	4	2.05%	2	1.03%



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 97%，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

2023 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 221 家，採購金額約新台幣 1,284,261 仟元，占原輔料採購金額的 95%。

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，2023 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 69.19%。

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，2023 年共有 10 家供應商來公司做分享和交流。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。



上海百潤公司分享會



安徽喜神分享會



上海泰來分享會

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。





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，2023 年昆山廠第一次內審檢查項 683 項，不符合項 25 項，第二次內審檢查項 694 項，不符合項 20 項；廣東廠第一次內審檢查項 242 項，不符合項 28 項，第二次內審檢查項 247 項，不符合項 27 項；天津廠第一次內審結果，檢查共 187 項，不符合項共 12 項，第二次內審結果，檢查共 218 項，不符合項共 12 項；廣西廠第一次內審結果，檢查共 109 項，不符合項共 23 項，第二次內審結果，檢查共 70 項，不符合項共 17 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。

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、產品品質持續改進等。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。2023 年昆山廠接受 24 家客戶共 29 次審核；廣東廠接受 7 次客戶審核；天津廠接受 3 次客戶審核；廣西廠接受 3 次客戶審核；截至 2023 年 12 月各廠收到的不符合項已全部改善並提供改善報告。

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。每天生產前開啓車間空氣淨化系統，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，從微乳化技術、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。2023 年奶精產品銷售量達 292.5 噸，其中，零反奶精之產品銷售量占總奶精產品銷售量的 100%，共計消耗零反奶精 105.7 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。

零反奶精、人工甜味劑、0 卡低卡產品占果汁、果粒、果粉總銷售量之百分比

類別	人工甜味劑產品	0 卡 / 低卡產品	零反奶精
銷售量百分比	56%	0.017%	0.26%

類別	人工甜味劑產品	0 卡 / 低卡產品
明細	蜂蜜、荔枝、葡萄、梅子風味飲料等	零卡糖漿風味飲料濃漿、調味糖漿風味飲料、特調原味晶球風味飲料
2023 年銷售額（新臺幣仟元）	3,578,537	708
佔營收百分比	91.89%	0.018%



客戶互動
CUSTOMER INTERACTION

客戶總數 / 銷量

559 家 112,000 噸

客戶總數約 559 家，銷量達到了 112,000 噸。

產品推廣會

40 場

舉辦夏季推廣會 34 場和冬季推廣會 6 場

微信關注人數

50,279 人

微信關注人數達 50,279 人



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。2021 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。

2023 年舉辦“中華食尚飲品大賽”，在全面融合的新模式背景下升級打造一場焙烤行業與茶飲行業共同矚目的頂級賽事，為焙烤飲品的研發建立更專業更權威的賽事交流平臺，促進新茶飲與焙烤行業的全面發展。

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，2023 年公司客戶總數約 559 家，銷售 11.2 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。



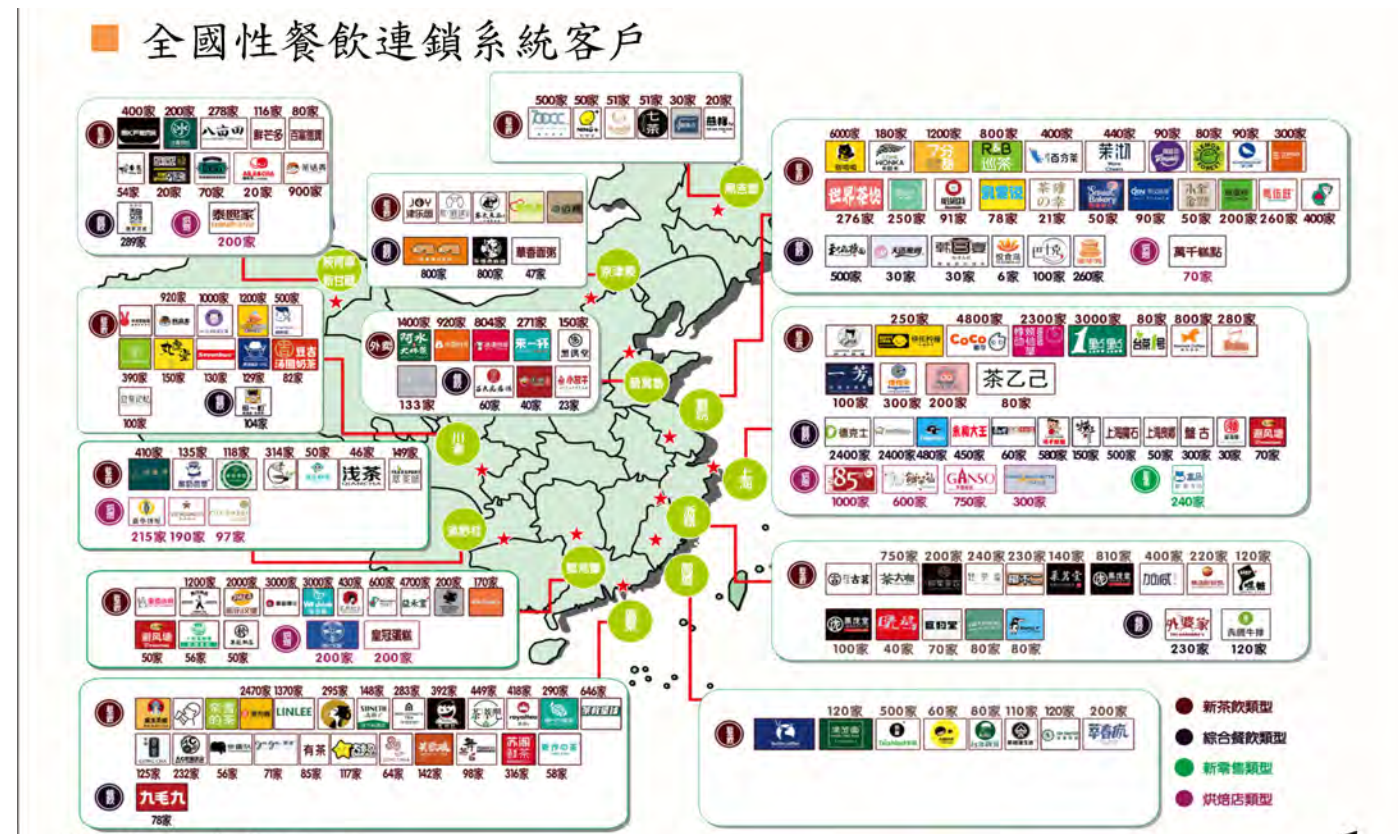
經銷商客戶於當地合作之代表性連鎖餐飲系統客戶

■ 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 2023 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，為客戶與消費者作點對點的指導、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、連鎖餐飲系統以及工廠通路客戶業務，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。

2023 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，進行更進一步的研究。

2023 年鮮活加強對產品品質及創新性的重視，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優良品質及創新定位，另對產品的包裝進行優化，從瓶桶、利樂包、紙箱、標籤著手提升包材質感，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。

鮮活承接新時代消費者的輕盈健康趨勢，重磅推出“新中式”補益銀耳小料系列、尋香糖漿系列和具有一定營養元素及功能性的草本類果汁果醬系列，受到市場廣泛歡迎；天然和安全一直是鮮活秉持的經營理念，溯源尋真則是鮮活堅定前行的道路，反覆運算升級的速凍果漿系列備受行業關注，在新茶飲原料透明化的大趨勢下引發新的浪潮；在產品同質化嚴重，行業“內卷”的背景下，茶飲中高顏值、新花樣、好口感的小料的添加和創新，能夠滿足消費者豐富多元的搭配需求，鮮活新寵造型晶球現已全面推向市場，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，2023 年三廠共收到 1252 項客戶對新品需求，完成 490 項新產品的開發，滿足客戶對產品多樣化的需求。公司已取得專利證書項目超過 93 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 中國餐飲飲品推廣會、培訓與技術交流會

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。2023 年執行夏季推廣會共計 34 場，冬季推廣會共計 6 場。



2023 年推廣會現場



2023 年推廣會現場

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，及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。



一杯平凡而又驚豔的飲品，讓無數茶飲人竭盡才智不斷嘗試，鮮活新體驗中心的落成之後，一場場“鮮活學院”開啟了各地客戶與鮮活之間千絲萬縷的聯繫，一杯杯創意飲品將在這裡誕生，一次次的靈感碰撞讓新茶飲人欣喜不已，彼此之間的資訊分享和互動交流也讓客戶之間聯繫更加緊密，餐飲界的萬千組合，靈活如水無邊無界，全新時代共生才是產業終點，共用才能擁抱餐飲新變化，鮮活學院將是無數次值得客戶信賴共用共生的有力平臺。

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。2023 年關於商標侵權共投訴賣家 182 起，處理侵權連結 5647 個，45.24% 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。



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

2023 年微信發佈數 165 篇、微信關注人數 40518 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

飲品研發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，客戶能夠快捷地品嚐到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探討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

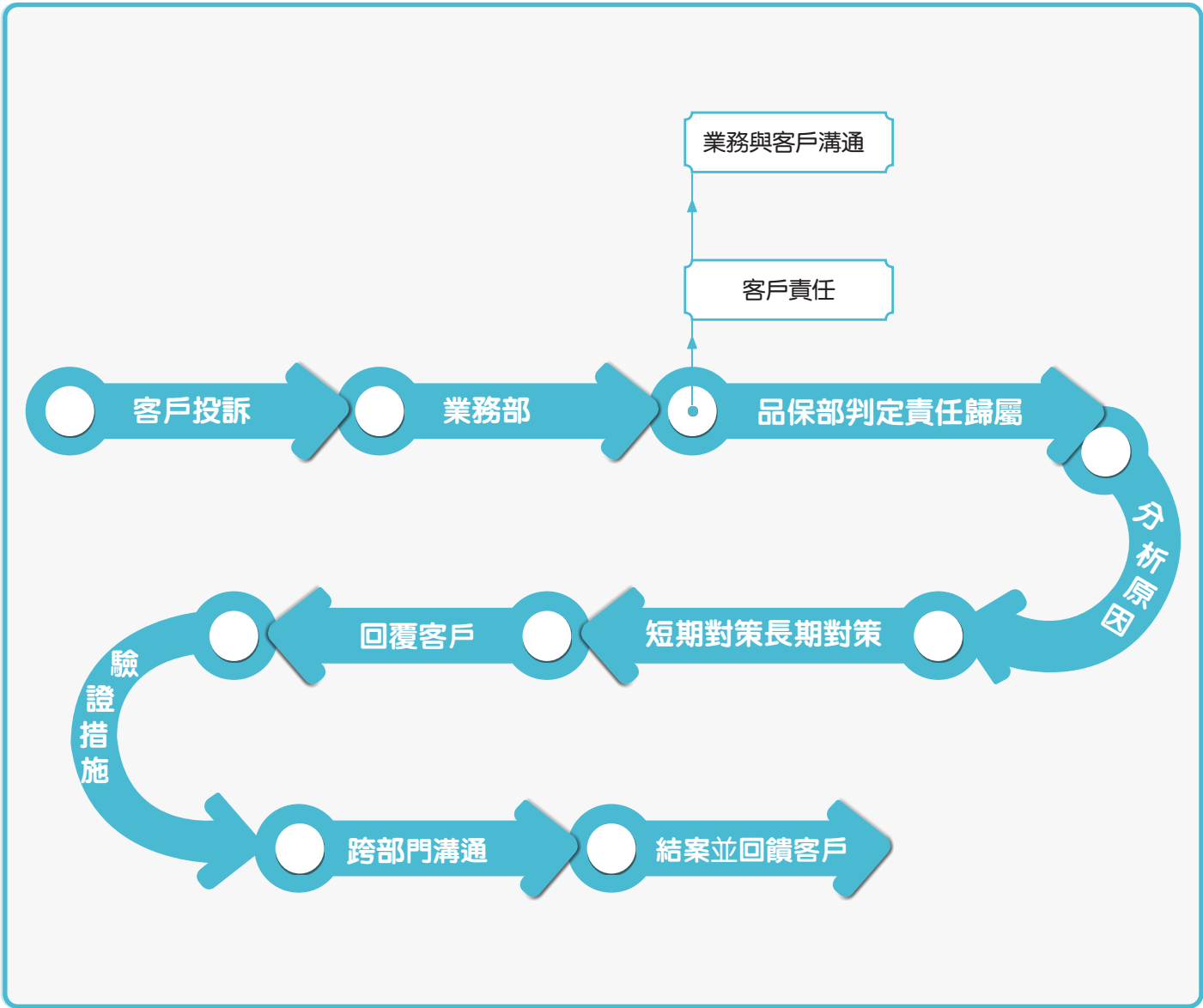
2023 年，鮮活對上海酒店展和深圳展的市場及競爭對手進行深入調研，撰寫了兩份詳實而精煉的茶飲行業調研報告，及時跟進和探尋茶飲發展趨勢，更加精準地識別和定位目標市場，通過深入瞭解目標市場的需求，開發針對性的產品，提供獨特的價值，進一步地增強企業競爭力。



市場調研現場

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

2023 年共計回饋 65 起客訴，解決率 100%。品保部於第一時間立案處理，並已全部結案。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。



碳排量

2023 年 CO₂e 排放當量 18,163.49 噸

排放水 COD 濃度

34.57 mg/L

排放水 COD 濃度較 2022 年下降 21.71%

可再生原料占比

98.2%

2023 年原料使用量為 37,496,274 公斤，其中可再生原料為 36,833,680 公斤，占總原料使用量約 98.2%



6.1 氣候行動

隨著全球氣候變遷現象越趨嚴峻，各國政府皆逐步加強減碳作為，並推動企業強化氣候變遷調適，本公司依據氣候相關財務揭露建議（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）架構，積極因應並採取氣候行動。



6.1.1 氣候變遷風險辨識與管理

鮮活參考「氣候相關財務揭露」(TCFD) 的建議彙整出食品製造業關注的氣候變遷風險與機會議題，歸納出 6 項風險及 5 項機會。

根據所統整的 25 項氣候相關風險與機會，以問卷的形式請內部主管填答，根據各單位主管所填答的 12 份問卷，進行重大議題分析及排序，並以企業整體營運與發展策略規劃角度，確認了 7 項關鍵性管理議題，作為進一步因應策略回應的關鍵議題。

鮮活 2019 年針對氣候變遷相關風險進行初步鑑別，研擬因應方針。每年召集各部門透過會議討論對公司影響重大之氣候變遷風險，並透過氣候變遷風險鑑別問卷鑑別對公司影響重大之氣候變遷風險。

風險型態	風險因子	對公司營運的可能財務影響	影響期程	因應措施
轉型風險	政策和法規風險	投入成本 營運成本 供應鏈 營運中斷	長期 (5-10 年)	1. 進口原物料的替換或原產地變更（如以往使用美國的原物料，更改為巴西或其他國家）。 2. 隨時關注氣候變遷（永續）相關的法規動態，並提前規劃及更新設備（例：汙水處理沼氣脫硫塔等追蹤減排的規劃），使之符合排放標準。 3. 制定應急措施，確保符合及應對變化的政策。
	技術風險	產品儲運風險與成本提升	長期 (5-10 年)	開發更多的產品供應基地
	市場風險	投入成本 營運成本 營收 供應鏈	長期 (5-10 年)	1. 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 2. 推動節能減排措施
	名譽風險	聲譽影響客戶 / 股東觀感 周遭居民信任降低	長期 (5-10 年)	
實體風險	立即性風險	極端氣候 降雨和氣候模式改變 供應鏈營運衝擊 能源 / 水資源供應變化 人員健康影響	長期 (5-10 年)	1. 持續優化廠區能源使用效率並推動能源節約方案 2. 2018 年起每年進行溫室氣體排放量盤查。 3. 廣東廠於 2022 年完成建置一定容量之太陽能發電系統並於 2023 年啟用。
	長期性風險	海平面上升 氣溫升高 廠區受損 人員健康影響	長期 (5-10 年)	

機會型態	對公司營運的衍生機會	影響期程	行動方案
資源使用效率	呼應減塑減廢，透過減量、回收、再利用，減少資源消耗，將減少生產成本及降低回收清除處理費、耗水費等徵收費用支出，並提升企業聲譽，降低營運對環境的衝擊。	短期 (1-3 年)	1. 改善製程，減少能源浪費，提高能源使用效率 2. 污水處理設備改善，減少用電
能源來源	推動溫室氣體盤查、建置再生能源發電設備，制定各項節能措施，有效減少能源耗用、管理能源使用現況及溫室氣體排放，降低營運成本，實現低碳綠色品牌。	短期 (1-3 年)	1. 制定能源管理策略並推動各項節能措施。 2. 更新老舊設備並優化能源效率。
產品與服務	氣候變遷創造多樣化的產品的需求 (例：低碳或綠色產品)，進入不同市場及加強提供多樣產品能力，提升營業收入	中期 (3-5 年)	1. 招募研發人才，提供現有員工教育訓練，培養產品創新能力。 2. 規劃產品研發方向和計劃，增加進入多元市場的可能性。
市場	1. 因極端氣候導致人體免疫力下降，故健康產品 (例：0 添加果汁或鮮榨汁) 需求提高，提升營業收入 2. 提前因應消費者健康飲品需求改變，有較佳的競爭地位，並因而提升營業收入	短期 (1-3 年)	1. 積極應對氣候變化，提前開發健康產品，符合消費者健康飲品需求。 2. 持續關注市場動態及消費者口味變化，並隨時因應、規劃及執行。
韌性	透過韌性評估建立異地工廠，分散氣候變遷風險，降低氣候變遷財物損失，節省可能造成的相關成本	中期 (3-5 年)	建立異地工廠一體化管理，達到資本資產分散風險的規劃 (例：原物料集中的區域建立工廠管理)



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。盤查標準參照 ISO 14064-1，同時採用 2014 年 IPCC 第六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 2016-2023 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 (2019-2021) 對直接溫室氣體排放（範疇一）和輸入能源的間接排放（範疇二）的指標確信。

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）及氧化亞氮（N₂O）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。

2021–2023 年度溫室氣體年排放量

	2021 年度 排放量公噸 CO2e 每年	2022 年度 排放量公噸 CO2e 每年	2023 年度 排放量公噸 CO2e 每年
範疇一	6,616.991	2,096.898	2,418.47
範疇二	15,108.807	13,345.036	15,745.02
總排放量	21,725.798	15,441.934	18,163.49

註：2021–2023 年溫室氣體排放量資訊僅揭露鮮活昆山廠。

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 氣候治理與策略制定

本公司應依重大性原則，進行與公司營運相關之環境、社會及公司治理議題之風險評估，並訂定相關風險管理政策或策略。

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 2022 年 2 月 21 日取得認證證書，每三年複審一次。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，並按季向董事會報告溫室氣體盤查執行進度。



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

2021-2023 環保支出		
單位：新臺幣仟元		
年份	環保成本項目	金額
2021	污水處理	37,963
2022	污水處理	7,579
2023	污水處理	15,607

2023 年污水處理成本支出為新臺幣 15,607 仟元（包含昆山、廣東、天津三廠），包括藥劑、能耗、人工、固廢處置、在線監控等各項投入。

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》，2023 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。2021-2023 年，能源使用情況如下：



2023 年總能源消耗量如下表，能源消耗量共 125,219.03 GJ。

能源類型	原始單位	耗用量	換算為 GJ
電力	度 (kwh)	11,742,027.80	42,270.83
蒸汽	公噸	30,332.00	82,259.47
汽油	公升 (l)	19,391.93	606.17
柴油	公升 (l)	167.47	5.93
天然氣	立方公尺	1,966.00	76.62
總能耗			125,219.03

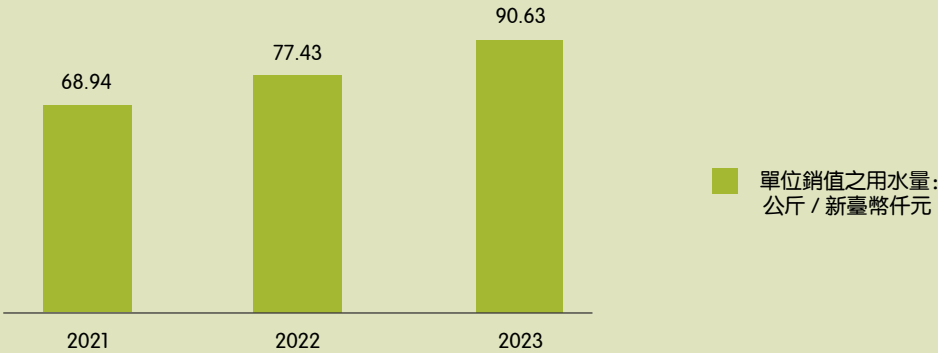
註：汽油密度為 0.725 kg/L；柴油密度為 0.83 kg/L
註：電力、汽柴油、天然氣及液化石油氣 GJ 採用中國能源折標準煤係數換算，蒸汽參考工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南換算
註：公司耗用電、柴油、蒸汽、汽油、天然氣及液化石油氣等能源皆為外部採購非再生能源，外購電力占比為 33.76%，再生能源使用率為 0%
註：計算範疇僅包含昆山廠

取水量			
		所有地區 (百萬公升)	具水資源壓力地區 (百萬公升)
依來源劃分	第三方的水 (皆為淡水)	419.808	289.907
總取水量		419.808	289.907

註 1：僅使用第三方的水 – 自來水
註 2：此表格含昆山廠、廣東廠、天津廠。
註 3：昆山廠及天津廠位處於水資源壓力地區。

2023 年用水密集度為 90.63 公斤 / 新臺幣仟元

2021-2023 年用水密集度



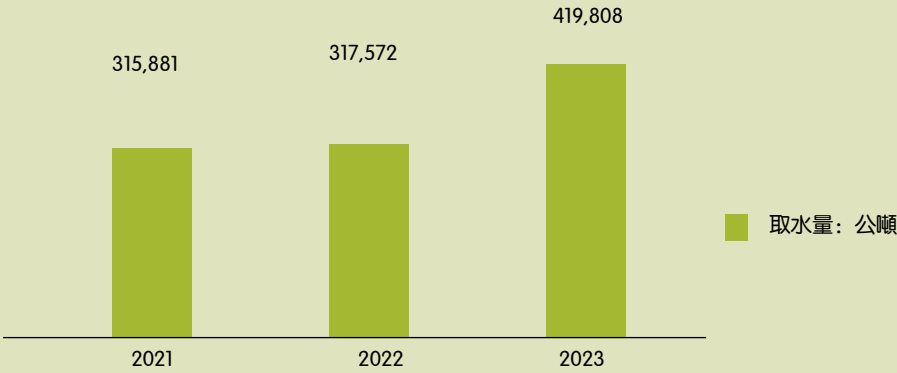
註：此圖表含昆山廠、廣東廠、天津廠。
註：公司生產用水 100% 來自自來水，以上資料來自於水費單記錄。

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。



2021-2023 年自來水使用情況

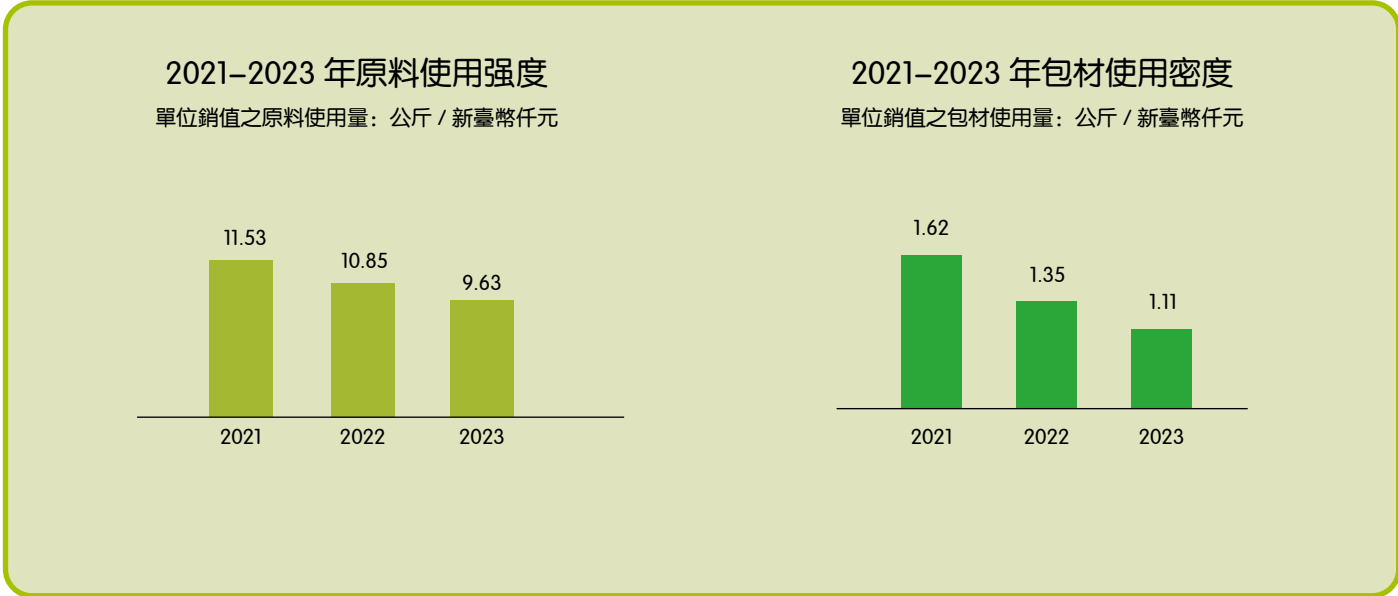


註：此圖表含昆山廠、廣東廠、天津廠。



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。2023 年原料使用量為 37,496,274 公斤，其中可再生原料為 36,833,680 公斤，占總原料使用量約 98.2%，不可再生原料為 662,594 公斤，占總原料使用量約 1.8%。2023 年產品包材使用量為 4,307,197 公斤，其中可再生包材為 2,052,343 公斤，占總包材使用量約 47%。



排水量			
		所有地區 (百萬公升)	具水資源壓力地區 (百萬公升)
依終點劃分	地表水	0	0
	地下水	0	0
	海水	0	0
	第三方的水 (皆為淡水)	282.573	217.722
總排水量		282.573	217.722

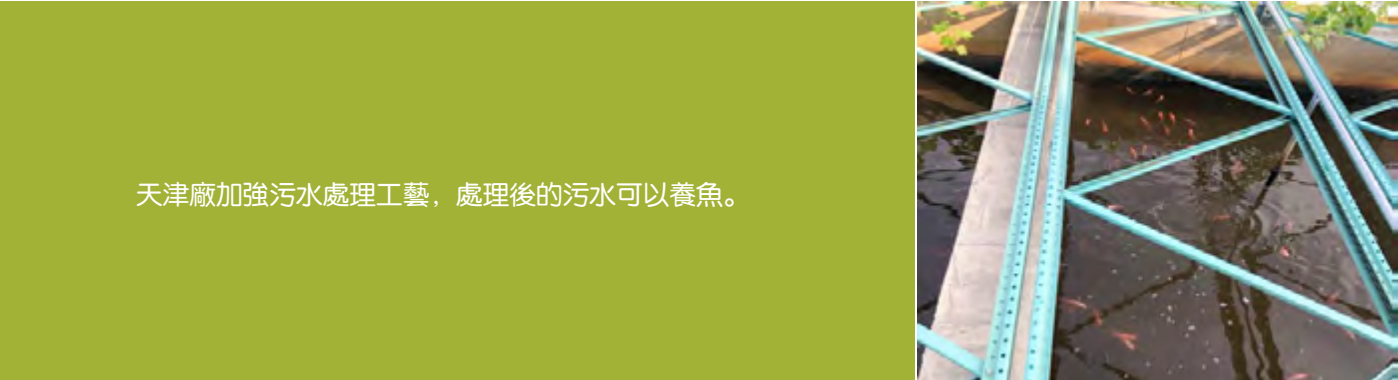
註：此表格含昆山廠、廣東廠、天津廠。

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。

2023 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。三廠廢水處理成本含人工成本、電費、耗材、水費、委外服務費、固廢處置等共計約新台幣 15,607 仟元，污水經處理後可回用，節約用水每年約 7500 噸。



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堆肥處置。

2023 年污泥外運量較 2022 年增加，其原因主要是：2023 年污水處理系統因進水有機負荷偏高，公司生化處理系統產生的生化污泥產生量增加，為了維護污水處理系統的穩定，將生化系統產生的多餘污泥脫水壓濾出來交由有資質的固廢處置單位處置。



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。2023 年，廢棄物總量 6,266.06 公噸，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城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。2023 年，危險廢棄物產生量為 1,254.2 公斤，由於公司每年危險廢棄物產生量較少，所以會在累積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	2021 年產生量（公噸）	2022 年產生量（公噸）	2023 年產生量（公噸）	處理方式
一般固體廢棄物	一般固廢垃圾（紙板 / 塑膠 / 砂糖袋）	1011.114	4131.09	5584.877	外賣（回收處理再利用）
	廢金屬	57.416	96.22	216.03	外賣（回收處理再利用）
	飲料生產固廢（果皮、果渣、報廢原料、報廢成品及半成品）	894.078	693.258	463.9	委託有資質單位處置（焚化）
危險廢棄物	廢空瓶	0.0253	0.275	0.352	委託有資質單位處置（焚化）
	廢包裝袋	0.6581	0.7017	0.6614	委託有資質單位處置（焚化）
	實驗室廢液	0.3407	0.5234	0.2408	委託有資質單位處置

註：廢棄物統計數據係經由管理部同仁每日進行秤重 / 由廢棄物處置商提供處理重量單據統計而得。

2024 年公司將持續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。



7.1 指標索引

7.1.1 GRI Standards 指標索引

使用聲明	鮮活控股股份有限公司已依循 GRI 準則報導 2023 年度（2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日）期間的內容
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021
適用的 GRI 行業準則	於本報告書報導期間尚無適用之 GRI 行業準則發布

揭露項目		對應章節	頁碼	備註
1. 組織及報導實務				
2-1	組織詳細資訊	關於本報告書	P1	
2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	P1	
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	P1	
2-4	資訊重編	-		本年度無資訊重編之情事
2-5	外部保證 / 確信	關於本報告書 7.2 會計師有限確信報告	P68	
2. 活動與工作者				
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.1.1 公司簡介	P5	
2-7	員工	2.1.1 鮮活夥伴	P20	
2-8	非員工的工作者	2.1.1 鮮活夥伴	P20	
3. 治理				
2-9	治理結構及組成	1.3.1 永續治理架構 1.4 公司治理	P12 P17	
2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.4 公司治理	P17	
2-11	最高治理單位的主席	1.4 公司治理	P17	
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.3.1 永續治理架構 1.3.3 利害關係人議合與鑑別重大主題	P12 P12	
2-13	衝擊管理的負責人	1.3.1 永續治理架構	P12	
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	1.3.1 永續治理架構 1.3.3 利害關係人議合與鑑別重大主題	P12 P12	

2-15	利益衝突	1.4 公司治理	P17	
2-16	溝通關鍵重大事件	-		本年度重大事件溝通情形請見公開資訊觀測站－重大訊息與公告
2-17	最高治理單位的群體智識	1.4 公司治理	P17	
2-18	最高治理單位的績效評估	1.3.4 永續發展策略	P15	
2-19	薪酬政策	1.4 公司治理	P17	薪 酬 政 策 內 容 屬 本 公 司 內 部 資 訊，故採省略揭露。
2-20	薪酬決定流程	1.4 公司治理	P17	
2-21	年度總薪酬比率	1.4 公司治理	P17	年度總薪酬比率與年度總薪資報酬變化比率屬本公司內部資訊，故採省略揭露。
4. 策略、政策與實務				
2-22	永續發展策略的聲明	關於本報告書	P1	
2-23	政策承諾	1.3.4 永續發展策略	P15	
2-24	納入政策承諾	1.3.4 永續發展策略	P15	
2-25	補救負面衝擊的程序	1.3.3 利害關係人議合與鑑別重大主題 1.4.1 誠信經營	P12 P18	
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.3.3 利害關係人議合與鑑別重大主題 1.4.1 誠信經營	P12 P18	
2-27	法規遵循	-		近兩年度皆無重大違法事件發生
2-28	公協會的會員資格	3.3 外部參與行業協會活動	P36	
5. 利害關係人議合				
2-29	利害關係人議合方針	1.3 利害關係人溝通與重大主題	P12	
2-30	團體協約	2.4.1 工會組織	P33	
GRI3：重大主題 2021				
3-1	決定重大主題的流程		P12	

3-2	重大主題列表		P13	
3-3	重大主題管理		P16	
〔重大主題〕				
GRI201：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	P10	
GRI205：反貪腐 2016				
205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	1.4.1 誠信經營	P18	
205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	1.4.1 誠信經營	P18	
GRI206：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	1.4.1 誠信經營	P18	
GRI308：供應商環境評估 2016				
308-1	採用環境標準篩選新供應商	4.2.2 供應商評鑑	P44	
GRI414：供應商社會評估 2016				
414-1	使用社會標準篩選之新供應商	4.2.2 供應商評鑑	P44	
GRI416：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	P39 P41 P46	
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	P43	
〔其他 GRI 主題準則〕				
揭露項目		對應章節	頁碼	備註
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	P23	
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 慈善活動	P35	
GRI204: 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	P45	
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	P61	
301-2	使用的可再生物料	6.2.3 原料及包材使用量	P61	
GRI302: 能源 2016				
302-1	組織內部的能源消耗量	6.2.1 能源管理	P59	
302-3	能源密集度	6.2.1 能源管理	P59	
GRI303: 水 2018				
303-3	取水量	6.2.2 水資源管理	P60	
303-4	排水量	6.3.1 廢水	P61	
GRI305: 排放 2016				
305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	6.1.1 氣候變遷風險辨識與管理	P56	
305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排 放	6.1.1 氣候變遷風險辨識與管理	P56	
GRI306: 廢棄物 2020				
306-3	廢棄物的產生	6.3.2 廢棄物	P62	
GRI401: 勞雇關係 2016				
401-1	新進員工和離職員工	2.1.1 鮮活夥伴	P20	
401-2	提供給全職員工（不包含臨時或 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	P23	
GRI402: 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	P33 P33	
GRI403: 職業安全衛生 2018				
403-1	職業安全衛生管理系統	2.3 勞工安全衛生	P31	
403-2	危害辨識、風險評估、及事故調 查	2.3 勞工安全衛生	P31	

403-3	職業健康服務	2.3 勞工安全衛生	P31
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	P31
403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	2.3 勞工安全衛生	P31

[其他 GRI 主題準則]				
揭露項目		對應章節	頁碼	備註
403-6	工作者健康促進	2.3 勞工安全衛生	P31	
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	P31	
403-9	職業傷害	2.3 勞工安全衛生	P31	
403-10	職業病	2.3 勞工安全衛生	P31	
GRI404: 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	P28	
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的 員工百分比	2.2.6 崗位技能考核 2.2.9 績效管理	P30 P30	
GRI405: 員工多元化與平等機會 2016				
405-1	治理單位與員工的多元化	1.4 公司治理 2.1.1 鮮活夥伴	P17 P20	
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	P23	
GRI406: 不歧視 2016				
406-1	歧視事件以及組織採取的改善行 動	-		本公司未發生 歧視事件
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	P39 P41 P46	
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	P43	
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	P47	
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	P43	
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		
GRI418：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	本年度無此情事		

7.1.2 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	P44
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	P45
G4-FP5	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	P39
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	P47

7.1.3 上市公司編製與申報永續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 附表一之一 編號 1	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比	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	P39 P41 P46
第四條第一項 附表一之一 編號 2	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數、產品下架次數及下架產品總重量	4.1.4 法令合規	P43

第四條第一項 附表一之一 編號 3	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分	4.2.4 符合認證標準之採購	P45
第四條第一項 附表一之一 編號 4	經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比	4.1.1 嚴謹把關產品安全	P39
第四條第一項 附表一之一 編號 5	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	P44
第四條第一項 附表一之一 編號 6	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占有產品之百分比	4.1.3 產品追溯與召回管理	P43
第四條第一項 附表一之一 編號 7	依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比	4.1.2 品質保證檢驗	P41
第四條第一項 附表一之一 編號 8	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	6.2.1 能源管理	P59
第四條第一項 附表一之一 編號 9	總取水量及總耗水量	6.2.2 水資源管理 6.3.1 廢水	P60 P61
第四條第一項 附表一之一 編號 10	售出產品重量、生產設施場所數量	2023 年售出產品重量共 112,337 噸； 製造工廠共 4 廠	

7.1.4 上市公司編製與申報永續報告書作業辦法－上市公司氣候相關資訊索引表

項 目	對應章節 / 執行情形摘要
1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理	6.1 氣候行動
2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務（短期、中期、長期）	6.1 氣候行動

3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響	6.1 氣候行動
4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度	6.1 氣候行動
5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響	本公司尚未使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性
6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標	(暫無)
7. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎	(暫無)
8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證（RECs）以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證（RECs）數量	(暫無)
9. 溫室氣體盤查及確信情形	6.1 氣候行動

7.1.5 永續會計準則委員會（Sustainability Accounting Standards Board, SASB）指標索引

揭露主題	指標代碼	性質	揭露指標	對應章節 / 回應內容	頁碼
車隊燃料管理	FB–NB–110a.1	量化	消耗的車隊燃料總量及使用可再生燃料的百分比	2023 年運輸燃料使用可再生燃料的百分比為 0%	
能源管理	FB–NB–130a.1	量化	消耗的能源總量、電網用電量的百分比及使用再生能源的百分比	6.2.1 能源管理	P59
水資源管理	FB–NB–140a.1	量化	(1) 總取水量 (2) 總耗水量及其在高或極高水壓力地區中的佔比	6.2.2 水資源管理 6.3.1 廢水	P60 P61
	F B – N B – 140a.2		描述水風險的管理，並且討論減輕這些風險的策略和方法	6.2.2 水資源管理 6.3.1 廢水	P60 P61
健康與營養	F B – N B – 260a.1	量化	(1) 零卡或低卡 (2) 無添加糖及 (3) 人工甜味飲料之營業收入	4.3.4 健康提升	P47
	F B – N B – 260a.2		描述於消費者中鑑別與管理健康與營養之相關產品與成分的過程	4.1 系統性的安全評估 4.3 品質持續進化	P39 P46
產品的標示與行銷	FB–NB–270a.1	量化	廣告展示次數百分比 (1) 對兒童的廣告傳播百分比 (2) 對兒童且宣傳符合飲食準則的產品	(1) 0% (2) 0%	

	F B – N B – 270a.2		產品收入 (1) 含有基因改造產品收入 (2) 非基因改造產品收入	(1) 0% (2) 0%	
	F B – N B – 270a.3		不遵守行業或法規標籤和 / 或營銷法規的事件數	0 件	
	F B – N B – 270a.4		與標籤和 / 或營銷有關的法律訴訟造成的金錢損失總額	0	
包裝的生命週期管理	FB–NB–410a.1	量化	(1) 總包裝總重量 (2) 佔來自回收和 / 或可再生材料的百分比及 (3) 可回收、可重複使用、和 / 或可做為堆肥的百分比	4.2.4 符合認證標準之採購 (1) 4,358.78 公噸 (t) (2) 47.7% (3) 0%：紙箱類包材佔所有包材之百分比	
	F B – N B – 410a.2		降低包裝生命週期對環境影響的策略討論	4.2.4 符合認證標準之採購	P45
原物料供應鏈的環境與社會影響	F B – N B – 430a.1	量化	獲得第三方環境和 / 或社會標準認證的食品成分所佔百分比，以及按標準所佔百分比	4.2.2 供應商評鑑	P44
原物料採購	F B – N B – 440a.1	量化	來自高水資源壓力區域的食品原物料百分比	0%	
	F B – N B – 440a.2	質化	表列主要採購食品原物料清單以及描述環境和社會因素而引起的採購風險	1.2.2 風險管理 4.2 負責任的供應鏈	P11
活動指標	FB–NB–000.A	量化	產品銷售的數量	2023 年售出產品重量共 112,337 噸	
	FB–NB–000.B	量化	製造工廠的數量	製造工廠共 4 廠	
	FB–NB–000.C	量化	車隊總行駛里程	鮮活之物流由第三方業者負責，目前尚無統計資訊	

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 112 年度永續報告書，業經本會計師針對鮮活控股股份有限公司所選定之績效指標執行確信程式竣事，並出具有限確信報告。

確信標的資訊與適用基準

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

管理階層之責任

管理階層之責任係依照臺灣證券交易所「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、及鮮活控股股份有限公司自行設計之基準編製標的資訊，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，基於所執行之程式與所獲取之證據，對標的資訊（詳附件一）是否未存有重大不實表達取得有限確信，並出具有限確信報告。相較於合理確信案件，有限確信案件所執行程式之性質及時間不同，其範圍亦較小，故於有限確信案件所取得之確信程度亦明顯低於合理確信案件中取得者。

本會計師係基於專業判斷規劃及執行確信程式，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式包括：

- 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、觀察及分析性程式等程式，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式。

確信結論

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

其他事項

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

勤業眾信聯合會計師事務所

會計師 謝 明 忠

謝 明 忠



中 華 民 國 113 年 8 月 26 日

確信項目彙總表

編號	標的資訊	對應章節	適用基準	作業辦法第4條產業別永續揭露指標
1	- 本公司 2023 年度所生產產品 100% 受鮮活食品安全管理系統所涵蓋。 - 鮮活針對 100% 產品與服務類別皆落實相關管理與改善。	4.1.1 嚴謹把關產品安全 7.1.3 上市公司編製與申報永續報告書作業辦法指標索引	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其產品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比	附表一之一編號一
2	2023 年度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產品下架事件。	4.1.4 法令合規	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	第一項附表一之一編號二
3	2023 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 69.19%。	4.2.4 符合認證標準之採購	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分	附表一之一編號三
4	2023 年，昆山廠生產許可擴充植物蛋白飲料（GB 7101）、即食果蔬系列、電解質飲料產品生產許可資質，完成 ISO9001 和 HACCP 換證審核，兩個體系均已獲得新的證書，ISO22000、FSSC22000 體系的監督審核；廣東廠已完成並通過 ISO22000、HACCP 的監督審核；天津廠生產許可擴充冷凍飲品、速凍食品產品生產許可資質，ISO22000、HACCP 體系皆已完成監督審核；廣西廠已完成 ISO22000 和 HACCP 體系的認證，2023 年 6 月 16 日獲得 ISO22000、HACCP 體系證書。 本公司 2023 年度所生產產品 100% 受鮮活食品安全管理系統所涵蓋，另以通過驗證之廠房所生產之產品產量除以總產量計算，100% 由經過食品安全管理體系 ISO 22000 認證之廠房所生產。	4.1.1 嚴謹把關產品安全	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	附表一之一編號四

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																																																										
5	供應商六大評估面向	4.2.2 供應商評鑑	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果	附表一之一編號五																																																										
	1. 基礎管理																																																													
	2. 源頭管理																																																													
	3. 過程式控制																																																													
	4. 出口端管理																																																													
	5. 檢驗檢測能力																																																													
	6. 可追溯與應急管理																																																													
	2023 年公司完成供應商到廠評鑑共 27 家，評鑑結果為 A 級供應商 10 家，B 級供應商 17 家，占 2023 年度有交易原物料供應商家數的 6%。																																																													
	<table><tr><th rowspan="2">廠別</th><th rowspan="2">類別</th><th colspan="2">A 級</th><th colspan="2">B 級</th><th colspan="2">C 級</th></tr><tr><th>數量</th><th>比例</th><th>數量</th><th>比例</th><th>數量</th><th>比例</th></tr><tr><td rowspan="2">昆山</td><td>上半年</td><td>224</td><td>89%</td><td>27</td><td>11%</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>下半年</td><td>231</td><td>91%</td><td>24</td><td>9%</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td rowspan="2">天津</td><td>上半年</td><td>67</td><td>29.39%</td><td>161</td><td>70.61%</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>下半年</td><td>59</td><td>26.94%</td><td>160</td><td>73.06%</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td rowspan="2">廣東</td><td>上半年</td><td>52</td><td>26.53%</td><td>144</td><td>73.47%</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>下半年</td><td>189</td><td>96.92%</td><td>4</td><td>2.05%</td><td>2</td><td>1.03%</td></tr></table>			廠別	類別	A 級		B 級		C 級		數量	比例	數量	比例	數量	比例	昆山	上半年	224	89%	27	11%	0	0%	下半年	231	91%	24	9%	0	0%	天津	上半年	67	29.39%	161	70.61%	0	0%	下半年	59	26.94%	160	73.06%	0	0%	廣東	上半年	52	26.53%	144	73.47%	0	0%	下半年	189	96.92%	4	2.05%	2	1.03%
	廠別	類別	A 級			B 級		C 級																																																						
數量			比例	數量	比例	數量	比例																																																							
昆山	上半年	224	89%	27	11%	0	0%																																																							
	下半年	231	91%	24	9%	0	0%																																																							
天津	上半年	67	29.39%	161	70.61%	0	0%																																																							
	下半年	59	26.94%	160	73.06%	0	0%																																																							
廣東	上半年	52	26.53%	144	73.47%	0	0%																																																							
	下半年	189	96.92%	4	2.05%	2	1.03%																																																							
6	公司 100%果汁、果粒、果粉類產品皆可進行追溯與追蹤管理（根據食品安全法要求建立食品安全全程追溯制度）。	4.1.3 產品追溯與召回管理	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比	附表一之一編號六																																																										
	2023 年度品質實驗室的支出金額約新臺幣 21044.50 仟元，占全年度合併營收淨額 0.45%。 2023 年度三廠所執行之檢驗項目（可溶性固形物、固形物、菌落總數、大腸菌群、蛋白質、茶多酚、脲酶活性、微菌和酵母、水分、淨含量、標籤外觀風味），未發現有異常（不符合國家標準限值）之情形。	4.1.2 品質保證檢驗	依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比	附表一之一編號七																																																										
7	<table><tr><th colspan="10">2023 年成品檢驗資料統計分析</th></tr><tr><th rowspan="2">項目</th><th colspan="4">理化檢驗</th><th colspan="2">微生物檢驗</th><th rowspan="2">淨含量</th><th colspan="2">感官要求</th></tr><tr><th>可溶性固形物</th><th>固形物</th><th>蛋白質</th><th>茶多酚</th><th>菌落總數</th><th>大腸菌群</th><th>標籤</th><th>外觀</th><th>風味</th></tr><tr><td>國標法總檢驗次數（項數）</td><td>5453</td><td>210</td><td>174</td><td>24</td><td>16242</td><td>16242</td><td>484</td><td>6196</td><td>5864</td><td>16242</td></tr><tr><td>異常品總（項數）</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td><td>0</td></tr></table>				2023 年成品檢驗資料統計分析										項目	理化檢驗				微生物檢驗		淨含量	感官要求		可溶性固形物	固形物	蛋白質	茶多酚	菌落總數	大腸菌群	標籤	外觀	風味	國標法總檢驗次數（項數）	5453	210	174	24	16242	16242	484	6196	5864	16242	異常品總（項數）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
	2023 年成品檢驗資料統計分析																																																													
	項目	理化檢驗				微生物檢驗		淨含量	感官要求																																																					
		可溶性固形物	固形物	蛋白質	茶多酚	菌落總數	大腸菌群		標籤	外觀	風味																																																			
	國標法總檢驗次數（項數）	5453	210	174	24	16242	16242	484	6196	5864	16242																																																			
異常品總（項數）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0																																																				
8	● 2023 年總能源消耗量共 125,219.03 GJ。 ● 外購電力占比為 33.76%，再生能源使用率為 0%。 ● 計算範疇僅包含昆山廠	6.2.1 能源管理	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	附表一之一編號八																																																										
	<table><tr><td></td><td></td><td>所有地區（百萬公升）</td></tr><tr><td>依來源劃分</td><td>第三方的水（皆為淡水）</td><td>419.808</td></tr><tr><td colspan="2">總取水量</td><td>419.808</td></tr></table> 此表格含昆山廠、廣東廠、天津廠。 ● 總耗水量為 137.235 百萬公升。			所有地區（百萬公升）	依來源劃分	第三方的水（皆為淡水）	419.808	總取水量		419.808	6.2.2 水資源管理 6.3.1 廢水	總取水量及總耗水量	第一項 附表一之一編號九																																																	
		所有地區（百萬公升）																																																												
依來源劃分	第三方的水（皆為淡水）	419.808																																																												
總取水量		419.808																																																												

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																
10	2023 年售出產品重量共 112,337 噸；製造工廠共 4 廠。	附錄 7.1.3 上市公司編製與申報永續報告書作業辦法指標索引	售出產品重量、生產設施場所數量	第一項附表一之一編號十																
11	零反奶精、人工甜味劑、0 卡／低卡產品占果汁、果粒、果粉總銷售量之百分比 <table><tr><td>類 別</td><td>人工甜味劑產品</td><td>0 卡/低卡產品</td><td>零 反 奶 精</td></tr><tr><td>銷售量百分比</td><td>56%</td><td>0.017%</td><td>0.26%</td></tr></table>	類 別	人工甜味劑產品	0 卡/低卡產品	零 反 奶 精	銷售量百分比	56%	0.017%	0.26%	4.3.4 健康提升	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	NA								
類 別	人工甜味劑產品	0 卡/低卡產品	零 反 奶 精																	
銷售量百分比	56%	0.017%	0.26%																	
12	<table><tr><th colspan="4">取 水 量</th></tr><tr><td></td><td></td><td>所 有 地 區 (百萬公升)</td><td>具水資源壓力地 區 (百萬公升)</td></tr><tr><td>依來源劃分</td><td>第三方的水 (皆為淡水)</td><td>419.808</td><td>289.907</td></tr><tr><td colspan="2">總取水量</td><td>419.808</td><td>289.907</td></tr></table> 註 1：僅使用第三方的水—自來水 註 2：此表格含昆山廠、廣東廠、天津廠。 註 3：昆山廠及天津廠位處於水資源壓力地區。	取 水 量						所 有 地 區 (百萬公升)	具水資源壓力地 區 (百萬公升)	依來源劃分	第三方的水 (皆為淡水)	419.808	289.907	總取水量		419.808	289.907	6.2.2 水資源管理	GRI 303-3：2018 取水量	NA
取 水 量																				
		所 有 地 區 (百萬公升)	具水資源壓力地 區 (百萬公升)																	
依來源劃分	第三方的水 (皆為淡水)	419.808	289.907																	
總取水量		419.808	289.907																	
13	2023 年執行 38 次模擬產品追溯及 4 次模擬產品召回，作為當潜在不安全產品發生撤回時能夠及時處置的能力建置訓練。2023 年昆山廠、天津廠、廣東廠、廣西各做一次模擬召回，召回的回收率分別為 100%、0%，0%，0%。	4.1.3 產品追溯與召回管理	自訂指標一 2023 年產品追溯及召回模擬次數 追溯及召回模擬次數：根據鮮活 2023 年度昆山廠、天津廠、廣西廠、廣東廠共計四廠模擬追溯之紀錄進行檢查並且核對其辦理演練之次數以及模擬召回產品之次數。	NA																

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
14	2023 年委外成品檢驗資料統計		自訂指標二 2023 年產品委外檢驗品項、次數與結果 產品委外檢驗品項依循國家標準局之規範及客戶需求委外檢測之各項作業。	NA
	委 外 檢 驗	成 品 檢 驗		
	產品品項	生活飲用水、茶類飲料、果蔬汁類及其飲料、含乳飲料、植物蛋白飲料、固體飲料、咖啡類飲料、植物飲料、風味飲料、飲料濃漿、沖調穀物製品、冷凍飲品（冰棒）、速凍其他食品、果凍、果醬、澱粉及澱粉製品、果凍、布丁預拌粉、其他冷凍飲品、方便食品、速凍水果製品、冷凍調制飲品、即食果蔬系列、電解質飲料、風味飲料濃漿（食品加工用）、果汁(味)飲料、速凍果蔬製品		
	2023 年檢驗結果	2023 年總計檢測成品：檢測 777 次，未出現不合格。		



鮮活控股股份有限公司

Sunjuice Holdings Co., Limited

本公司網址: <http://www.myfreshjuice.com>

蘇州鮮活飲品股份有限公司

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

廣西鮮活生物科技有限公司

地址: 廣西壯族自治區百色市右江區四塘鎮百東新區 BD02-07-02

電話: 0776-2998801

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

