



2015年度 鮮活控股企業社會責任報告書

股票代號: 1256



CONTENTS

目錄

壹

關於鮮活

- 1.1 公司規模與背景 P5
 - 1.1.1 公司簡介 P5
 - 1.1.2 重要里程與榮譽記事 P6
 - 1.1.3 鮮活產品 P8
 - 1.1.4 財務績效 P9
 - 1.1.5 政府補助 P10
- 1.2 經營策略與風險管理 P11
 - 1.2.1 經營策略 P11
 - 1.2.2 風險管理 P11
- 1.3 公司治理 P13
 - 1.3.1 誠信經營 P15
- 1.4 利害關係人溝通與重大議題 P16
 - 1.4.1 利害關係人辨識 P16
 - 1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大考量面 P16



活力職場

- 2.1 落實員工關懷 P21
 - 2.1.1 鮮活夥伴 P21
 - 2.1.2 薪酬與福利 P25
- 2.2 人才培訓與升遷獎勵 P30
 - 2.2.1 教育訓練與職涯 P30
 - 2.2.2 儲備幹部 P31
 - 2.2.3 績效管理辦法 P32
- 2.3 勞工安全衛生 P33
 - 2.3.1 安全生產委員會 P33
 - 2.3.2 職場安全與健康 P34
- 2.4 促進勞資和諧 P36
 - 2.4.1 工會組織 P36
 - 2.4.2 勞資溝通無障礙 P36

貳

叁

深耕社會

- 3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏 P37
 - 3.1.1 經濟層面 P38
 - 3.1.2 環境層面 P38
 - 3.1.3 社會層面 P39
- 3.2 社區互動與關懷救助 P40
 - 3.2.1 草莓鮮果收購 P40
 - 3.2.2 胡柚鮮果收購 P41
 - 3.2.3 大學生實習計劃 P42
 - 3.2.4 創道推廣 P42
 - 3.2.5 慈善捐助 P44





安心產品

- 4.1 系統性的安全評估 P45
 - 4.1.1嚴謹把關產品安全 P45
 - 4.1.2品質保證檢驗 P47
 - 4.1.3產品追溯與召回管理 P50
 - 4.1.4法令合規 P51
 - 4.1.5品保ERP系統 P52
- 4.2 負責任的供應鏈 P52
 - 4.2.1供應商採購原則 P52
 - 4.2.2符合認證標準之採購 P54
 - 4.2.3供應商評鑑 P54
 - 4.2.4供應商分享 P55
- 4.3 品質持續進化 P56
 - 4.3.1改善產品品質 P56
 - 4.3.2萬級無塵室及實驗型設備
資本投入 P57
 - 4.3.3產品標示 P59
 - 4.3.4健康提升 P59

肆

伍

客戶互動

- 5.1 客制化服務與關係培養 P61
 - 5.1.1經銷商 P62
 - 5.1.2連鎖餐飲 P67
- 5.2 客戶滿意度 P69
 - 5.2.1竭誠提供滿意服務 P69
 - 5.2.2客戶滿意度調查 P71
 - 5.2.3市場調研 P72
 - 5.2.4客訴 P72



永續環境

- 6.1 永續環境政策 P73
 - 6.1.1環境政策 P73
 - 6.1.2環保投資支出 P74
 - 6.1.3法規遵循 P75
- 6.2 能資源管理 P75
 - 6.2.1能源 P75
 - 6.2.2水資源管理 P78
 - 6.2.3產品碳足跡 P79
- 6.3 污泥防治與排放 P80
 - 6.3.1廢水 P80
 - 6.3.2廢棄物 P82

陸

柒

附錄

- 7.1 GRI 4.0指標索引 P83
- 7.2 依臺灣證券交易所「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（以下簡稱"作業辦法"）加強揭露資訊與確信項目彙總表 P89
- 7.3 會計師有限確信報告 P93



報告書期間

本報告書為鮮活控股股份有限公司（鮮活控股）所發行之第四本企業社會責任（Corporate Social Responsibility, CSR）報告書，所揭露數據及內容以2015年度（2015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2015年前資訊或延伸至2016年最近資訊。鮮活控股將自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主要營運所在地鮮活食品(昆山)有限公司和鮮活果汁工業（昆山）有限公司（二者並稱『本公司』）為主，財務績效等指標則涵蓋整個合併集團。

資料計算基礎

本報告書之各項資訊及統計數據來自於自行統計與調查的結果，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2013年新頒布之GRI 4.0版指引及架構，依循核心揭露選項進行鑑別、執行與揭露本公司履行CSR的相關資料，並包含GRI 4.0指標索引，以供快速檢索及查詢。本報告書為本公司依GRI 4.0版編製之CSR報告書。

報告書確信

本報告書係委任資誠聯合會計師事務所(PwC)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

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





守破離

員工健康與企業生生不息

晨操和劍道這樣的體育運動是我比較喜歡的，晨操是中國很典型的道家氣運轉方法，很多氣的運轉方法往往是坐著，稱為禪定，即打坐。我們的晨操是站著，每天時間濃縮至10分鐘，有吐納和肢體的運轉，這些氣血的循環讓人體得到比較好的狀態。晨操和劍道是需要長期堅持的，練10年、20年、30年，甚至閉上眼睛前一刻還在練習，希望每個人可以在每天早上的運動中印證活到老學到老這一境界，這種境界是企業生生不息的源泉，我們的新廠從2011年開始建立晨操及推動，至今不過幾年時間，能夠關心員工工作以外的這種健康方式，進而將這件事變成公司的文化。

晨操、劍道給新的一天帶來節奏感

各部門的員工專業不同，晨操或劍道使不同部門間有一個共通的連接，不會因專業領域的限制導致溝通不暢，公司是一個整體，如果

一個部門封閉於其他部門之外，就會產生新的問題，所以我會認為每天早上用晨操、晨劍的方式讓每個人的活動量變得更有節奏感。早上有些人到公司，可能沒進入狀態，也有一部分人很早起，迅速進入工作狀態，所以每個人的節奏肯定是不同的，我會認為用晨操的方式讓大家的節奏搭起來是比較正向的。

晨操、劍道彌補安全上的不足

運動有很多方式，那為什麼要用劍道不用其他的活動？其實公司並不是一定要練劍道，如果你認為打籃球、排球等任何一種活動方式對自己有說服力，我都很樂意接受。比較傾向



劍道因為它可以補強我們在安全上的疑慮，比如說警衛人員可以利用劍道變成一個武術保衛自己，讓自己體能更好，保衛家人，能夠捍衛公司的利益，在練習的過程中提升自己的專業性，從建廠至今我們已經取得了不錯的成績。

在練習中驗證劍道模式

所有工作都有一個可驗證的標準，如果我們從劍道的考級模式能夠有每天的學習，而且有機會能夠進階及成長，讓成員知道他今天所做的、明天所做的、下周所做的乃至一年所做的是否比之前更有進步，而不是隨著工齡的增加就倚老賣老，我們會找一個大家都能夠共同看得到的基準並持續推動，我會認為劍道是挺好的。不管是劍道和晨操都有一定練習量，它就會有一定效果，可以通過劍道的運動發現這個方向是不是對的，要投射到可驗證的這部分，用這樣一個方式來說明作為一個企業在講它做的是對還是不對的時候，它必須從市場上得到檢驗，市場上接受才會備受肯定，必須經由市場進行考驗。

劍道與工作呼應，提升企業內涵

我們在做一件事時講企業行為、人性需求，這裡有許多是感覺，是外界的溫度。在練劍道的過程中跟不一樣的人相處，互相激勵，突破極限，會發現肌肉更強、協調性更好、能克制個人的體重、能用自己的意志力安排他的一天，靠這種意志力讓自己的身與心得到一個突破，練劍道深了就能瞭解到個人的思維，能夠化為我們該表現出來的東西。我們要拿到劍道冠軍，就必須有相當多的訓練。同樣職場上想要出人頭地，拿到行業的冠軍，也要瞭解行業狀態及



競爭對手，通過改變自己在這個行業裡脫穎而出，這種想法也是很長期的，幾十年下來將一些準則應用在工作中，利用劍道跟工作互為呼應，一個人的行為準則通常是比較正面的，如果一個企業讓員工能夠在運動以及身心的健康用10年、20年、30年中持續去做，就能帶動出企業的內涵，產生新的生命力，而且有他努力追求的標準，透過晨操或劍道與工作獲得呼應，一起練習劍道同仁在倦怠期互相體惜和鼓勵，在不知不覺中又過了一關，低潮時期也是老天在考驗我們，這時候韌性和毅力非常重要，鮮活在晨操和劍道方面的投入比較大，還會持續深化。

企業社會責任不僅是要去做很多大事，每一天、每件事、每個行為長期積累下來產生很大的動力，這些動力累積起來就是一件很大的事情，這就是我所理解的企業社會責任。

鮮活創辦人 黃國晃

壹. 關於鮮活

稅後淨利

2.08億元

稅後淨利達新臺幣2.08億元。

呆賬比率

0

呆賬比率為0，連續五年為0。

交貨達成率

97.3%

交貨達成率*達97.3%。

持續施行JIT交貨管理

4個

↓**90.7**%

持續施行JIT交貨管理，庫存棧板為4個板位，較2014年度減少90.7%。

*註：交貨達成率（%）=廠務交期末達成筆數/訂單總筆數 *100

壹. 關於鮮活

■ 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，並透過境外投資控股公司Power Keen Limited (Samoa) 及Sunjuice (Hong Kong) Limited，分別轉投資中國大陸鮮活果汁工業（昆山）有限公司、鮮活食品（昆山）有限公司（原名稱為鮮活實業（昆山）食品工業有限公司）、鮮活果汁工業（天津）有限公司、廣東鮮活果汁生物科技有限公司、Sense International Limited及上海光裕堂飲料有限公司；而本公司主要營運據點係鮮活果汁工業（昆山）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。

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。



鮮活控股股份有限公司 黃國晃
公司名稱 董事長



果汁 果粒 果粉類等產品之生產與銷售
主要營運項目



鮮活食品（昆山）有限公司

設立日期：1998年2月 江蘇省昆山市

鮮活果汁工業（昆山）有限公司

設立日期：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：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：2014年10月 廣東省肇慶市

公司及營運地

498人

員工總數（截至2015.12.31）

成立日期（2010/01/12）



271,656 仟元

新臺幣

實收資本額



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）

1.1.2 重要里程碑與榮譽記事

1998-2015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

1998

05月 於香港成立Sunjuice（Hong Kong）Limited
09月 於江蘇省昆山市成立鮮活果汁工業（昆山）有限公司
12月 正式導入ERP管理系統
12月 於薩摩亞成立Power Keen Limited（Samoa）

2002

10月 於上海成立鮮活實業（昆山）食品工業有限公司上海分公司

2009

2010

01月 於開曼群島成立鮮活控股股份有限公司
05月 提供世博會園區多家餐飲企業特製飲料產品
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公司

03月 正式遷廠至中國大陸江蘇省昆山市張浦鎮俱進路
04月 新增現調果汁機業務項目推廣
07月 中試車間（小型實驗工廠）設立
09月 鮮活果汁（昆山）被認定為蘇州市農業產業化龍頭企業

2011

03月 鮮活果汁（昆山）正式取得中國質量認證中心之食品安全管理體系認證證書
08月 鮮活實業（昆山）食品工業有限公司更名為鮮活食品（昆山）有限公司
09月 本公司正式於證券櫃檯買賣中心掛牌上櫃
11月 鮮活果汁（昆山）通過蘇州市安全生產監督管理局之安全生產標準化評審
12月 鮮活果汁（昆山）獲江蘇省昆山市政府給予優良企業回臺上市獎勵金

2012

02月 鮮活果汁（昆山）被江蘇省蘇州質量技術監督局認定為“2012年蘇州名牌產品”
03月 鮮活果汁（昆山）獲昆山市政府表彰為“2012年環境保護工作先進企業”
03月 鮮活果汁（昆山）中試車間（小型實驗工廠）引入先進實驗型無菌灌裝設備
11月 鮮活果汁（昆山）高潔淨安全生產車間竣工投產
12月 鮮活果汁（昆山）被評定為蘇州市外資研發機構
12月 遴選100位優秀員工赴臺灣旅遊
12月 鮮活果汁（昆山）被評定為江蘇省農業科技型企业

2013

01月 鮮活果汁（昆山）獲江蘇省企業信用管理貫標證書
05月 於天津市成立鮮活果汁工業（天津）有限公司
06月 鮮活果汁（昆山）獲2013年度昆山市科學技術進步獎二等獎
06月 鮮活果汁（昆山）獲2013年度重合同守信用企業
10月 於廣東省成立廣東鮮活果汁生物科技有限公司
12月 鮮活果汁（昆山）獲中國質量認證中心（CQC）產品碳足跡證書

2014

01月 鮮活果汁（天津）舉辦開工典禮
02月 於上海成立鮮活果汁工業（昆山）有限公司上海分公司
04月 鮮活果汁（昆山）獲蘇州市全民健康生活方式行動健康單位證書
05月 鮮活果汁（昆山）獲蘇州市信用管理示範企業證書
06月 鮮活果汁（昆山）獲蘇州市知名商標證書
06月 廣東鮮活果汁舉辦開工典禮
08月 榮獲臺灣天下雜誌頒發2015年度CSR企業公民獎首創「小巨人」獎

2015

2016

03月 本公司正式於臺灣證交所櫃檯掛牌

壹. 關於鮮活

■ 1.1 公司規模與背景

榮譽與證書



2011年09月

鮮活果汁（昆山）獲選蘇州市
農業產業化龍頭企業



2012年03月

鮮活果汁（昆山）取得食品安全
管理體系認證（ISO22000）



2012年05月

鮮活果汁（昆山）通過清潔生產審核



2012年12月

鮮活果汁（昆山）獲得昆山市
政府政策獎勵之上櫃臺資企業



2013年02月

鮮活果汁（昆山）被江蘇省蘇州品質
技術監督局認定為2012年蘇州名牌產品



2013年03月

鮮活果汁（昆山）獲昆山市政府表彰
為2012年環境保護工作先進企業



2013年06月

鮮活果汁（昆山）成為蘇州市
上市公司協會會員

2013年12月

鮮活果汁（昆山）被評定為
江蘇省農業科技型企业



2013年12月

鮮活果汁（昆山）被評定為
蘇州市外資研發機構



2014年12月

鮮活果汁（昆山）獲得中國品質
認證中心頒發的產品碳足跡證書



2015年04月

鮮活果汁（昆山）獲蘇州市
全民健康生活方式行動健康單位證書



2015年05月

鮮活果汁（昆山）獲蘇州市
信用管理示範企業證書



2015年06月

鮮活果汁（昆山）
獲蘇州市知名商標證書



2015年08月

鮮活控股榮獲臺灣天下雜誌頒發
2015年度CSR企業公民獎首創「小巨人」獎



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。



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。

壹. 關於鮮活

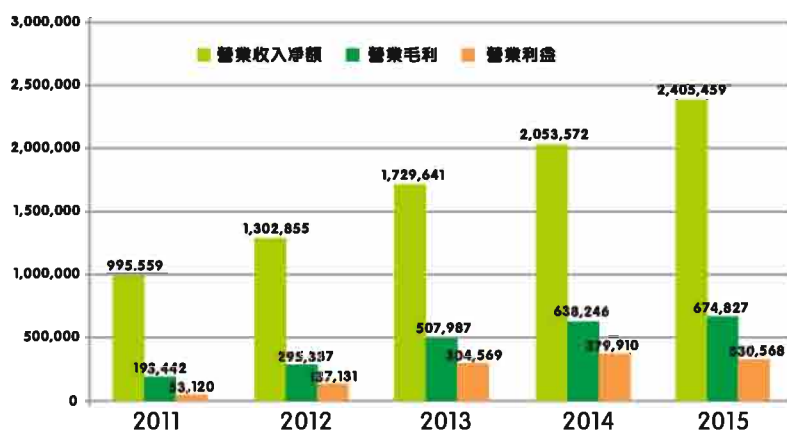
■ 1.1 公司規模與背景

1.1.4 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。2015年國內餐飲環境不夠樂觀，在艱難的環境下本公司仍獲利約新臺幣3.20億元，稅後淨利達新臺幣2.08億元，與中國大陸的餐飲業共同成長。公司從2013年到2015年果汁、果粒、果粉的銷量與銷值持續增加，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。

	2013年銷量		2013年銷值		2014年銷量		2014年銷值		2015年銷量		2015年銷值	
果汁	29,208		1,064,086		34,447		1,295,779		38,810		1,524,052	
果粒	7,893		469,316		8,637		522,055		10,172		626,073	
果粉	2,504		190,756		2,797		219,741		2,915		239,049	
其他	0		5,483		228		15,997		288		16,285	
合計	39,605		1,729,641		46,109		2,053,572		52,185		2,405,459	

銷量單位：公噸



呆帳率

公司有效的應收帳款管控制度及完善的經銷商管理制度，使最近五年度的呆帳比率趨近於零。

項目	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
營收金額	995,559	1,302,855	1,729,641	2,053,572	2,405,459
呆帳比率	0.01%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

單位：新臺幣仟元

產量

單位：公噸 新臺幣 仟元

	2013年產量	2013年產值	2014年產量	2014年產值	2015年產量	2015年產值
果汁	29,206	760,286	29,767	813,790	30,023	872,769
果粒	8,021	311,388	8,608	334,195	11,348	470,355
果粉	2,517	143,720	2,775	156,984	2,934	164,717
合計	39,744	1,215,394	41,150	1,304,969	44,305	1,507,841

交貨達成率

	2013年度（平均值）	2014年度（平均值）	2015年度（平均值）
交貨達成率	93.00%	98.39%	97.3%
每日生產品項	51	61	62

交貨達成率（%）= 廠務交期達成筆數 / 訂單總筆數 * 100

1.1.5 政府補助

補助
965仟元

2013年臺企轉型升級科技補助

補助
96仟元

2013年獲省市認定名牌產品獎勵經費

補助
391仟元

2014年獲研發機構獎勵經費

科學技術獎勵經費

財政局轉專利資助資金

補助
527仟元

2015年專項補助資金

工業經濟專項資金補助

速凍草莓專項技術資助金

壹. 關於鮮活

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。

經營理念	信守安全品質讓健康100分——餐飲業的供應鏈
鮮活果汁定義	新鮮、天然飲品的供應者
核心產品	濃縮果汁、果粒、果粉
工作任務	將美味果汁送到全國每一個角落
品質政策、方針	用創新打造客戶滿意品質，以卓越品質打造全員福祉

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劃，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。

1.2.2.1 食品安全

鮮活設有食品安全小組，由公司客服品保部執掌，各部門指定人員組成，負責公司食品安全體系的建立及推動。發生食品安全之危機時，由食品安全小組依權責分工立即召開會議，第一時間負責協調及指揮各相關部門及人員，隨時彙整處理進度，將發生的食品安全問題及可能導致食品安全問題的風險及時向相關管理層進行彙報，迅速因應及採取適當因應措施，妥善處理公司經營上的食品安全危機。

鮮活加強食品安全管控措施，將食品安全方面的內部控制制度納入相關的內控文件。稽核室在對採購、生產、研發、銷售等作業進行內部稽核時，將食品安全的作業情況列入重點查核項目，評估食品安全管控可能存在的風險。擬定稽核結論時，將食品安全的查核情況做專門說明。鮮活採購、品保、研發及廠務等部門從原物料、生產製程至成品檢驗的品質層層把關，成品定期外送第三方檢驗，每年定期對產品進行模擬召回。同時鮮活要求供應商提供原物料之檢測報告及說明書，並定期進行供應商評鑑及訪廠安排。另外，鮮活加強與監管部門溝通並通報資訊，並配合法令法規修訂並及時採取相應措施。最後，鮮活主動向客戶提供產品安全聲明書，對外披露食品安全事件對公司造成影響之訊息。

1.2.2.2 呆帳

公司對財務風險也有一定的管控措施，主要由財務部負責對公司呆帳風險的管控，加強對應收帳款的回收，降低客訴件數，提升產品品質，並將應收帳款回收率、客訴件數、品質異常件數、呆料、庫存量列入全廠季度考核獎金制度。公司擬定危機處理方式，遇有各類型之危機時，依權責分工立即處理，於第一時間負責協調及指揮相關部門及人員，並隨時彙報處理進度，有效處理危機。

1.2.2.3 工傷事故

在工傷事故方面，由公司管理部和人資中心負責管控，公司依據危機處理原則，及時地通報並採取適當因應措施。針對工傷，查明事故原因、確定事故性質與責任人，給出處理意見與防範措施，並進行安全生產培訓宣導，同時將工傷列入相關部門獎金考核中，以零工傷為指標。落實工傷事故處理“四個不放過”原則：事故原因不查清楚不放過、事故責任者和群眾未受到教育不放過、沒有落實防範措施不放過、事故責任者沒有受到處理不放過。將事故降低到最小限度，落實事故風險管控，保護員工的人身與財產的安全，防範於未然。

1.2.2.4 庫存風險（生產管理、倉庫）

公司為了減少庫存壓力，降低庫存風險，主要由供應鏈管理部負責倉庫的庫存管控，同時廠務部生管課加強對生產產量的管理。供應鏈管理部為配合降低庫存壓力，逐步與有條件的包裝材料供應商協作實施JIT（Just in time）及時供應。主要包裝材料實施JIT供應模式，在供應商工廠建立安全庫存量，對JIT供應商予以品質管控輔導，雙方通過簽訂採購合同供應模式，達到雙贏合作。

這一模式提高庫存周轉率及倉儲空間的有效管理，對需求量大及占用庫存較多的包材進行JIT交貨，實施後效果顯著，量化績效如下：

在2015年繼續擴大JIT供料的範圍，增加輔料共計4個品項的及時供貨。

實施前每個品種存量		2015		庫存節約量	
噸	板位	噸	板位	噸	板位
8	32	0.8	4	29	28

產成品方面，實行零庫存管理，生產按業務訂單生產。成品庫內所存放的產品都是客戶已購買待交貨的產品。相關部門緊密配合，從業務收到訂單至出貨5個工作日完成，即成品庫的周轉率5天。2015年平均出貨200噸，庫存成品量如下：

實施前		2015		2016	
噸	庫存金額	噸	節約庫存金額	噸	減少庫存金額
1600	1600（萬）	1400	1400（萬）	1000	600（萬）/月

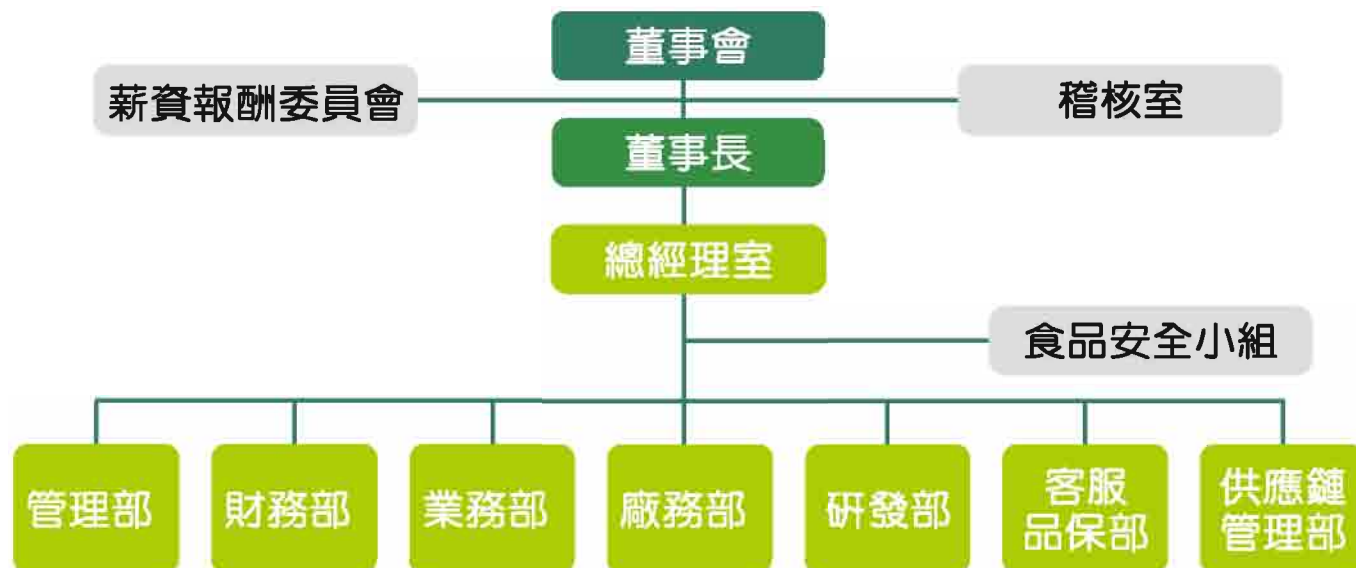
1.2.2.5 原物料採購

公司面對原物料隨著氣候變化和業務銷量變化的影響，供應鏈管理部採購課對原物料採購以一定價格風險管控措施。首先對於成本占比較高的原料如果糖，為避免價格波動太大，公司會通過中國玉米市場網站和鄭州期貨盤面適時瞭解其原料玉米澱粉遠近期價格走勢，在適合時鎖定季度或半年的價格，簽訂定量採購合同。另外對於原汁或水果類的原料，與加工廠商、貿易商或親赴產地瞭解狀況，以第一時間掌握產量及未來價格趨勢；然後對內每週彙報重要原物料訊息，以利內部相關部門採取相應措施；對外令客戶瞭解主要關連原物料市場行情，以利新品報價及調整產品結構需求。

壹. 關於鮮活

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。鮮活公司組織結構如下：



各主要部門所營業務

部門	主要業務內容
董事會	公司經營方針、目標、策略的制訂，督導各項作業的落實與執行，對未達預期目標者進行檢討、改善，並擬定對策。
稽核室	內控制度的研討、稽核、維護並協助各單位解決問題，改善作業流程及提高工作效率。
董事長	對公司經營業務做成政策性指示及目標方針之訂定，並任命主要經理人對業務之執行推展。
總經理室	執行『董事會』之決議，綜理公司一切事務。
食品安全小組	依據ISO22000食品安全管理系統之要求，建立書面食品安全體系含食品安全手冊、程序、標準(操作標準、作業指導書、規範等)、記錄。
管理部	負責人事、總務、安全、運輸管理、資訊及對外的公共關係維護。
業務部	負責年度業務預算的擬定並有效達成，客戶管理、維持及產品運用技術指導，市場調查、開發，帳款回收。
財務部	負責公司資金規劃、管理及調度；成本計算、各項管理報表的產出及稅務規劃。
廠務部	負責公司產品的生產並配合公司達成產銷一致，將庫存降到合理範圍。
研發部	負責公司產品研發及技術，並協助品保部門制定相關檢測標準。
客服品保部	負責公司產品從原料到成品的一系列管控，客訴處理及品質體系的建立及維護。
供應鏈管理部	負責公司採購、倉儲管理。

本公司本屆董事會設董事8人（含獨立董事3人），監察人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。獨立董事採候選人提名制度，由股東就候選人名單中選任之。董事會成員平均年齡為50歲，並有一位女性董事。公司設置獨立董事之情形，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。董事會每季召開一次，2015年度共召開10次董事會，董事（除獨立董事）與監察人出席率達到100%，獨立董事候選人必須具備五年以上工作經驗且滿足下列專業資格條件之一，如商務、法務、財務、會計或公司業務所需相關科系之公私立大專院校講師以上；法官、檢察官、律師、會計師或其他與公司業務所需之國家考試及格領有證書之專門職業及技術人員；具有商務、法務、財務、會計或公司業務所需之工作經驗。

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



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。

薪酬會成員	數量/人
博士學歷	2
大學學歷	1
合計	3

董事會稽核室

稽核室為直接隸屬於董事會之內部稽核單位，內部稽核主管之任免經由董事會通過，並由稽核室協助監察人監督公司內部控制執行的有效性。稽核室每年皆擬定年度稽核計劃呈報董事會通過，於計劃期間內每月定期對公司各項作業進行查核，並協助評估公司各項作業的風險。

針對相關作業查核的稽核報告出具流程



稽核室依相關法令及公司現有作業情況制定年度稽核計劃，2015年重要稽核項目如下。經過稽核，未發現有重大應改善事項。

序號	稽核項目	稽核頻率
1	取得或處分資產作業 衍生商品交易作業	每月稽核一次
2	背書保證、資金貸與、關係人交易以及國際會計準則作業	每季度稽核一次
3	採購及付款循環、銷售及收款循環	每半年稽核一次
4	各項作業之法令規章遵循事項	每年度稽核一次
5	公司其他內部作業項目	每年度稽核一次
6	相關作業項目之食品安全管控	每季度稽核一次

董監事進修、演講情形

群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，2015年通過參加“企業社會責任報告書-展現永續經營價值研討會”與“上市櫃公司董監事座談會企業誠信風險控管與社會責任新視界座談會”的課程，體現了公司對企業永續經營的關注，不斷的提高公司對社會與環境的貢獻，且增強本公司誠信經營的意識，加強風險管控，並不斷落實與發展；通過參加“證券法令簡介與公司治理”、“企業併購之董監法律責任”與“臺灣企業脫胎換骨的寶局”等課程，強化了高階主管人員的法律知識與企業發展形態認知；通過參加“審計委員會、薪酬委員會實務發展與運作”、“非財會背景董監事如何審查財務報告及內部控制”與“董監對企業操作衍生性商品應有的認識”等課程，提高公司高階主管人員的管理水準，滿足本公司可持續發展的需求；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。

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，本公司瞭解我們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，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。



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，即是受本公司活動、產品與服務顯著影響的實體或個人，或是其行動會影響本公司執行策略和達成目標能力者。我們透過內部討論鑑別出：股東、主管機關、客戶、供應商、員工、社區居民和媒體等七大族群的利害關係人。

1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大考量面



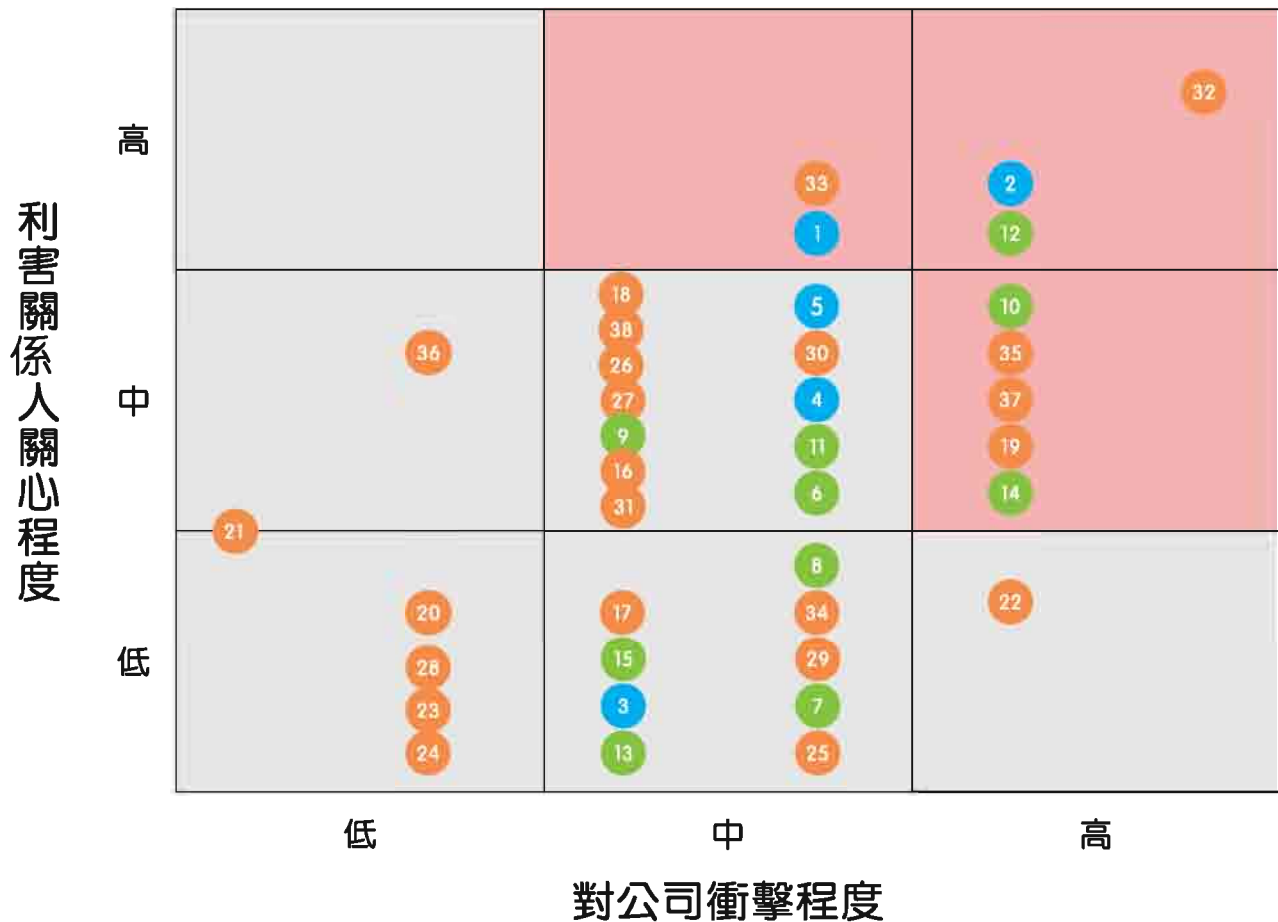
為了辨識利害關係人關注議題，我們透過公司內部討論和外部專家的協助，參考GRI 4.0之架構、分析食品製造產業特性及研究同業報告，依經濟、環境與社會等不同面向，篩選出各利害關係人可能關注的議題。然後，我們以這些議題為基礎，召集與各利害關係人息息相關的部門代表，以內部問卷方式進行評估調查，統計並分析利害關係人對該等議題之可能關注程度，共58份問卷回收納入分析。未來也計劃隨著每年度CSR報告書的發行，逐年擴大問卷調查範圍和樣本量，以達到與利害關係人間更有效的溝通。我們歸納彙總各利害關係人所關心議題，並經由日常營運中不同管道與各利害關係人進行議合和溝通，希望透過這本企業社會責任報告書，回應各利害關係人所關注的議題。

壹. 關於鮮活

■ 1.4 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
 主管機關	永續發展策略 公司治理與誠信經營 經營績效 環境保護法規遵循與申訴機制 產品責任	1.配合主管機關監理及查核，提供相關資訊。 2.配合遵循主管機關政策，適時安排知識教育。
 員工	經營績效 勞雇關係 勞資關係 員工職涯發展與健康安全 人權議題 產品責任	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。 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。 3.依工會法成立工會組織，建立內部溝通平臺。 4.各項管理辦法、獎懲異動公告。 5.公司內部徵才及員工輪調。
 客戶	風險管理 採購政策與供應鏈管理 產品責任 顧客關係與營銷溝通	1.制定拜訪計劃，與客戶保持密切聯繫。 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。 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，及時回復客戶詢問。 5.年度客戶滿意度調查表。
 供應商	採購政策與供應鏈管理 原物料、能源與水 勞雇關係 產品責任 顧客關係與營銷溝通	1.通過電話、郵件、QQ等方式及時溝通。 2.定期與不定期接待供應商拜訪。 3.透過供應商定期評估制度，瞭解供應狀況，及時給予輔導。 4.不定期組織雙方技術人員溝通交流及當地訪廠安排。
 股東	永續發展策略 風險管理 公司治理與誠信經營 經營績效 交通運輸 產品責任	1.設有發言人、代理發言人及在公訴訟、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。
 社區居民	永續發展策略 經營績效 氣體、廢棄物及廢水排放 勞雇關係 員工職涯發展與健康安全 社區參與與關懷 產品責任	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郵，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件及聯繫方式，及時獲取社會群眾之回饋意見。 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。
 媒體	產品責任 顧客關係與營銷溝通	1.官網訊息揭露。 2.社會媒體採訪。

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議題及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38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. 永續發展策略
2. 風險管理
3. 董事會運作
4. 倫理與誠信、反貪腐
5. 經濟績效

環境層面

6. 原物料
7. 能源
8. 水資源管理
9. 排放
10. 廢污水及廢棄物
11. 綠色產品
12. 環境保護法規遵循
13. 交通運輸
14. 整體情況
15. 環境問題申訴機制

社會層面

16. 勞雇關係
17. 勞資關係
18. 職業健康與安全
19. 訓練與教育
20. 員工多元化與平等機會
21. 女男同酬
22. 勞工實務問題申訴機制
23. 投資評估
24. 不歧視
25. 結社自由與集體協商
26. 童工
27. 強迫與強制勞動
28. 人權問題申訴機制
29. 社區參與發展
30. 法規遵循（社會相關法規）
31. 社會衝擊問題申訴機制
32. 消費者的健康與安全
33. 產品標示
34. 營銷溝通
35. 顧客隱私
36. 法規遵循（產品與服務相關法規）
37. 供應商管理
38. 食安推廣教育

壹. 關於鮮活

1.4 利害關係人溝通與重大議題

矩陣圖中「對公司衝擊程度」及「利害關係人關注程度」同時為中度以上者，列為重大議題，本年度的重大議題有10項，分別為：風險管理、環境法規遵循、消費者的健康與安全、永續發展策略、廢污水和廢棄物、整體情況、訓練與教育、產品標示、顧客隱私、供應商管理。對於上述各大重大議題之對應內容，請參見本報告各章節。

編號	重大議題標題	重大議題內容	對應章節	報告邊界	
				組織內	組織外（注）
1	永續發展策略	最高決策者推動的永續策略與未來目標	經營者的話	●	
2	風險管理	對於各類風險之預警方針或原則	1.2.2風險管理	●	
10	廢污水和廢棄物	污水排放污染程度及流向終點、廢棄物總量、重大洩漏；具危險性的運輸或處理廢棄物總量；污水排放影響相關棲息地的特徵或規模是否被其他組織再利用	6.3.1廢水 6.3.2廢棄物	●	
12	環境法規遵循	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	6.1.3法規遵循	●	
14	環保支出	廢棄物處置、廢氣排放處理、整治成本 預防和環境管理成本	6.1.2環保投資支出	●	
19	訓練與教育	員工職涯發展制度、教育訓練內容	2.2人才培訓與升遷獎勵	●	
32	消費者的健康與安全	顧客健康與安全； 產品與服務標示	4.1系統性的安全評估 4.3品質持續進化	●	●
33	產品標示	標示產品內容、成份提供者及對環境社會可能之影響	4.3.3產品標示	●	●
35	顧客隱私	客戶滿意度調查的結果； 顧客隱私權或顧客資料保全	5.2客服滿意度	●	●
37	供應商管理	供應商所在地、供應鏈結構，或與供應商之關係(選用和中止)的改變	4.2負責任的供應鏈	●	●

注：組織外報告邊界涵蓋客戶、供應商和社區居民等三大族群之利害關係人。



貳. 活力職場

離職率

18 %

離職率為18%，連續六年較市場平均水平低。

安全生產委員會勞方代表比率

77.7 %

安全生產委員會勞方代表比率達77.7%

失能傷害損失日數

11.8 天 ↓ 7 %

失能傷害損失日數為11.8天。

依法設立工會

100 %

依法設立工會，員工參加工會比率100%

*註：數據源於韜睿惠悅2015 年全行業人力資源趨勢調研

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。在員工關懷方面，鮮活為員工子女提供了免費的英語與劍道教學課程，同時豐富員工的健康娛樂生活。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，在員工滿意度調查上顯示與員工關係此項評價較高，也是鮮活留職率高於其他公司的原因。“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、對客戶的關懷，贏得大家的一致好評。

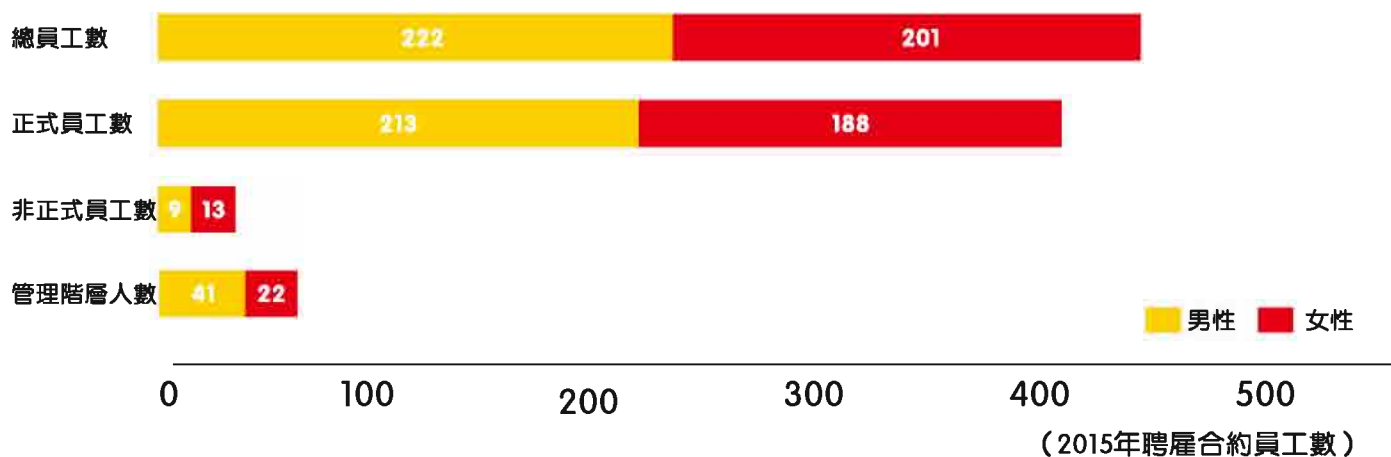
■ 2.1 落實員工關懷

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。各部門主管定期安排員工家訪，瞭解同仁家庭生活情況，讓員工感受公司就像一個大家庭，增進彼此的歸屬感。同時員工不因身分(男女、種族、信仰等)而有所差別，另外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、落實員工關懷、提供平等友善的工作環境；
- 2、透過完善的員工教育訓練與職涯發展，使員工與公司一起成長；
- 3、以員工健康與安全為最優先考慮；
- 4、促進和諧及雙贏的勞資關係等四個面向。

依聘雇合約及性別分析員工總數



備註：1.正式員工包含截止2015年12月底試用轉正員工；
2.非正式員工指試用期內員工及臨時員工；
3.管理層包含副組長及以上人員。

2013年總員工人數達到288人，2014年總員工人數合計達到363人，2015年總員工人數達到423人，正式員工從2013年269人增長到2015年401人，公司員工增長幅度大，男女比例協調。2015年12月底，本公司共有員工423人，其中男性職工222人，女性職工201人，正式員工401人，非正式員工22人，管理階層63人(其中男性41人，女性22人)，實現了男女平等的原則。

(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30-50歲較年輕化，領導層的男女比例也較為合理，同時，2013年到2015年鮮活的員工總數不斷增長，因為鮮活在天津與廣東增設新廠區，規模不斷的壯大，所以需要更多的人才儲備。

2015.12.31

員工類別	<30歲			30-50歲			>50歲			合計
	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	
副經理及以上員工人數	0	0	0	8	3	11	4	1	5	16
課長、副課長人數	2	0	2	12	12	24	1	0	1	27
組長、副組長人數	1	2	3	11	4	15	0	0	0	18
一般員工人數	83	92	175	97	86	183	3	1	4	362
總員工人數	86	94	180	128	105	233	8	2	10	423

2014.12.31

員工類別	<30歲			30-50歲			>50歲			合計
	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	
副經理及以上員工人數	0	0	0	8	3	11	4	1	5	16
課長、副課長人數	3	0	3	7	11	18	1	0	1	22
組長、副組長人數	4	2	6	13	1	14	0	0	0	20
一般員工人數	76	61	137	90	75	165	2	1	3	305
總員工人數	83	63	146	118	90	208	7	2	9	363

2.1 落實員工關懷

2013.12.31

員工類別	<30歲			30-50歲			>50歲			合計
	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	
副經理及以上員工人數	0	0	0	7	2	9	4	1	5	14
課長、副課長人數	1	1	2	5	10	15	1	0	1	18
組長、副組長人數	7	1	8	11	3	14	0	0	0	22
一般員工人數	56	55	111	64	56	120	2	1	3	234
總員工人數	64	57	121	87	71	158	7	2	9	288



(3) 離職和新進員工分析

鮮活員工留職率也較高，新進員工有經驗者多以青年到中年為主，公司的新進員工主要以年輕人為主，同時離職的員工也以年輕人為主，總體上公司的離職率低於市場平均離職率。

新進年齡

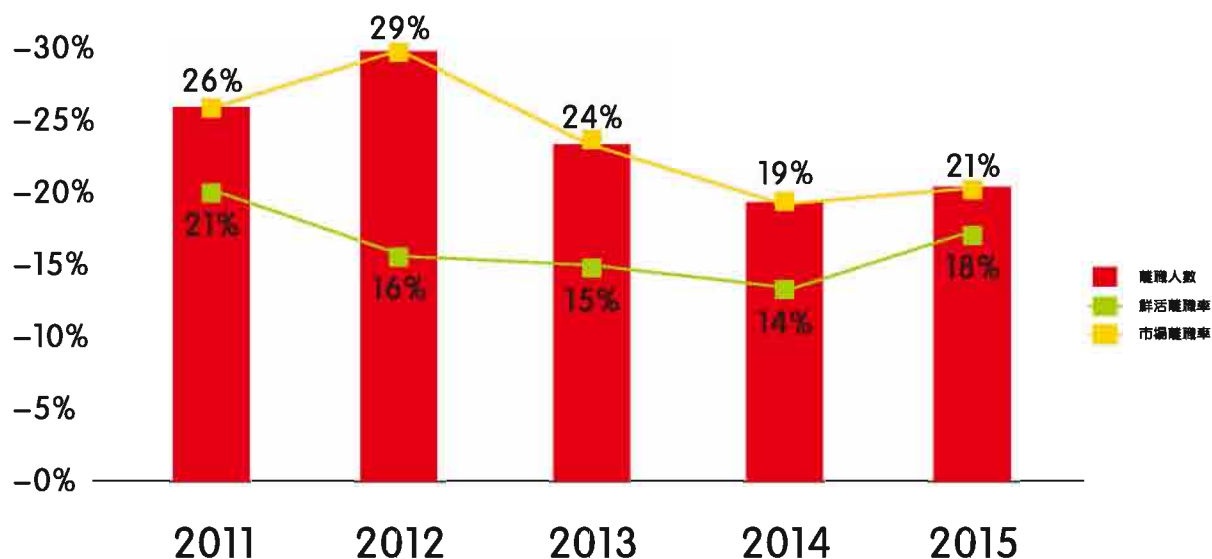
新進員工總數及比例							
性別	年齡	2013		2014		2015	
		應屆生	有經驗者	應屆生	有經驗者	應屆生	有經驗者
男	< 30歲	9	9	23	15	20	42
	30-50歲	0	16	0	23	0	50
	> 50歲	0	0	0	1	0	0
	合計	9	25	23	39	20	92
女	< 30歲	7	4	21	8	27	27
	30-50歲	0	8	0	21	0	22
	> 50歲	0	0	0	0	0	0
	合計	7	12	21	29	27	49
合計		16	37	44	68	47	141

離職年齡

離職員工總數及比例				
性別	年齡	2013	2014	2015
男	< 30歲	24	51	47
	30-50歲	30	42	42
	> 50歲	0	1	0
	合計	54	94	89
女	< 30歲	15	27	29
	30-50歲	25	36	25
	> 50歲	0	0	0
	合計	40	63	54
合計		94	157	143

■ 2.1 落實員工關懷

市場平均離職率



鮮活員工離職率（正式員工）：

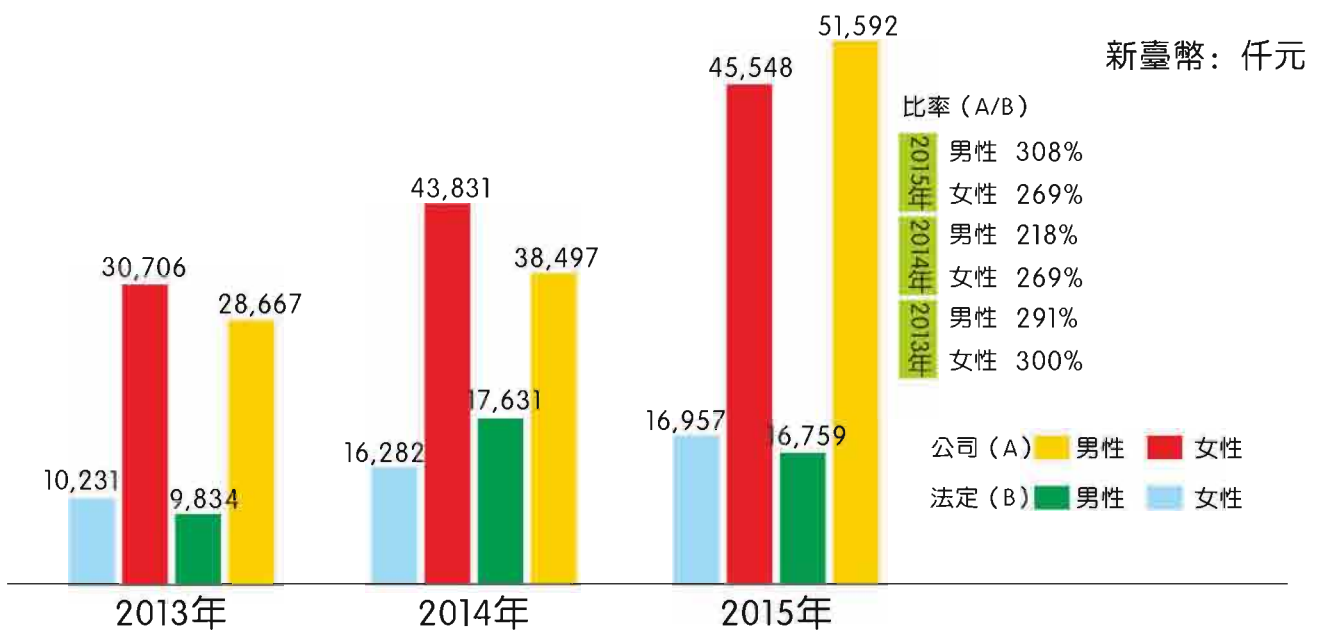
年度離職率 = 年離職員工總數 / (本年度期初人數 + 年期末人數) / 2 * 100%

市場平均離職率：資料來源於韜睿惠悅2015年全行業人力資源趨勢調研

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、季度獎金、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。公司為員工購買國家規定的各項保險，包括養老、醫療、工傷、失業、生育。保險費用的承擔按照國家相關規定執行，並且公司為試用轉正的員工繳納住房公積金，員工在進入公司後領取結婚證，公司給予員工一定的結婚福利三天，晚婚（男二十五周歲以上，女二十三周歲以上初婚者）可以延長婚假至十天。每年為員工準備結合中國傳統民俗的三節禮物：端午節發粽子、中秋節發月餅、春節發年終獎，建構完善的福利制度，讓員工安心在工作崗位服務。每月舉辦員工生日會，贈送生日禮物，共享生日的快樂氛圍及祝福，讓同仁切身感受在大家庭的暖意。

2.1.2.1依性別分析公司起薪優於法定基本工資%



備註：

- 1) 公司每月基本薪資是指員工每月所獲薪資包含獎金部分
- 2) 法定基本薪資來源於昆山市人力資源與社會保障局
- 3) 薪資根據員工的職等職級而非男女性別來定，所以會有一點差別；另外一線作業員工男性超過女性所占基數比例較大。

2.1.2.2員工所享有的其他福利待遇

(1) 鮮活員工比賽項目：

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。



貳. 活力職場

■ 2.1 落實員工關懷

(2) 員工旅遊

2015年鮮活的員工旅遊目的地為天目湖景區，員工通過此次旅遊體驗到大自然風光，同時也在旅途中得到了放鬆，加深了同事間的交流。2015年春酒晚會公司董事長為慰勞同仁過去工作的辛勞與努力，抽出15名員工赴臺旅遊（攜帶五名家屬，共20人），受到同仁的熱切期待。



▲ 2015年員工臺灣遊

(3) 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。



▲ 2015年春酒晚會



▲ 2015年中秋晚會

(4) 員工子女關懷

員工是企業永葆發展的基礎力量，完善員工福利，健全企業福利體系，是公司義不容辭的責任。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。

卡內基青少年暑假培訓營

公司在員工子女暑假期間，贊助在老家的員工子女參加卡內基青少年暑期訓練，幫助他們建立信心，提升溝通能力並培養其更好的性格，具備正面積極的態度、有說服力、能從挫折中再站起來等特質才是關鍵的競爭優勢。代表員工送給孩子們一份有價值、有意義的禮物。自2014年起已有五名員工子女獲得結業證書。

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。

鮮活英語班

由公司同仁自發組建，每週固定舉辦，自2012年開辦至今，已有超過30名員工子女參與相關課程，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。在2015年度，鮮活員工子女獎學金共計發放4200元，升讀高中4人、升讀大學6人，於2016年1月進行發放並分享勵志圖書。

(5) 產假、哺乳假、護理假

本公司遵循國家法律規定，給予女性職工特殊的照顧，讓員工能夠將工作順心，生活和諧。中國大陸法令規定的產假和哺乳假相當優渥，2012年至2015年共有53名女性員工符合資格並申請產假和哺乳假，放棄率為零，共有22名男性員工申請護理假。

產假：依法令產假九十八天，晚育（女年滿二十四周歲初次生育或晚婚後懷孕的初次生育）增加三十天，難產增加產假十五天，多胞胎生育每多生一個嬰兒增加產假15天。

護理假：依法令晚育者給予男方護理假十天，須在生育後的一個月內憑出生證明進行呈核。

哺乳假：依法令工作滿一年的正式員工產假期滿後可申請每天中午一小時照顧性哺乳假直至嬰兒一周歲。



▲ 暑假期間員工與老家來的子女參加三天二夜的戶外拓展親子活動



▲ 「侏羅紀公園」電影欣賞活動



▲ 英語班每季度的生日感恩會



▲ 聖誕節DIY動手製作餅乾

■ 2.1 落實員工關懷

(6) 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食制度，設立員工餐廳伙委制度有助於透明化管理落實，保證員工自主參與及評分，除了能夠降低成本外，更能保證員工享用美味健康安全新鮮的食材。伙委制度是由相關部門申報用餐人數，總務準備次日菜金並驗收食材，伙委主買當日公司用餐的食材——四菜一湯，伙委跟買負責協助主買做好菜品的清點帳目核算，並進行用餐現場管理，由評委根據當日伙食品質進行打分，公司給予每個伙委一定的獎勵措施，餐廳根據用餐人數，劃分爲4至5梯次用餐時間，保證每位員工都能享用到新鮮的菜品。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。良好的員工餐廳管理制度，不僅給員工提供了可口的菜肴，更展現了公司對員工身體健康的重視程度。



員工小故事分享



2015年7月，我以應屆大學畢業生的身份來到了鮮活，開啓了我的職場生涯。初到鮮活，感受到的是一個高效企業生生不息的活力，員工們各司其職，有條不紊地進行著各自的工作。而在鮮活工作了一段時間後，卻又別有一番滋味。屏住呼吸，微閉雙眸，暫別喧囂，我分明聽到了一顆穩健的“心臟”跳動的聲音，我分明觸到了那鏗鏘有力的“脈搏”。是的，這熙熙攘攘的人流與物流的載體正是這顆“心臟”啊！這“心臟”就是鮮活的企業文化——以晨操、劍道、6S爲核心的企業軟實力和社會影響力。

晨操是在早晨工作之前進行的一項旨在疏鬆筋骨、解除疲勞的運動。劍道是鮮活企業文化的重要組成部分，亦是鮮活社會影響力的集中體現。我們的信念是“十年磨一劍”，劍道精神在於信念、堅持、不屈不撓的韌性。6S是員工在每天工作前和工作結束後進行清潔工作的行動指南和核心要求。6S不僅保證了公司的衛生情況良好，更是構築起了食品安全的塞上長城。

企業文化是一個公司不斷進步、永續經營的源動力，是企業核心競爭力的重要組成部分。我身上也正經歷著企業文化的洗禮，通過劍道的練習，我變得更加沉穩、堅韌不拔。畢業至今我在鮮活已經收獲了太多。

——鮮活員工 李菲

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。

項目	培訓內容
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。
在職培訓	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，包括特殊職業人員的專業技能如叉車司機、倉管人員等；同時公司提供財務部門修習會計原則相關課程，業務部門則有行銷溝通的課程等，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。
圖書閱覽室	為鼓勵員工利用閒暇時間進修，公司設有圖書專區讓同仁們借閱圖書雜誌。
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。

2015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	70.50	8	8.81	38	3	12.67
課長、副課長	453.50	21	21.60	473.25	16	29.58
組長、副組長	105.75	9	11.75	287.25	11	26.11
一般員工	2,912.25	178	16.36	3,485.75	166	21.00
合計	3,542	216	16.40	4,284.25	196	21.86

■ 2.2 人才培訓與升遷獎勵

教育訓練分成崗前培訓和在職訓練兩大類，2015年在職員工每人平均訓練時數達到19小時（在職培訓時數7826.25/總人數412），另外2014年崗前培訓學時共計8,614小時，2015年崗前培訓學時共計37,794小時，2015年較2014年崗前培訓學時增加超過四倍，主要是由於在2015年我司新招28位管理培訓生，管培生的培訓主要包括領導力培訓、企業文化培訓等內容，讓管理培訓生得到足夠的鍛煉，打造優秀的領導人才。

部門輪調

爲了開發員工多種能力及考察員工的適應性，對於在同一崗位工作多年，對於每天的工作行禮如儀，缺乏熱情與創新者給予新工作領域的學習機會，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，區別於大眾的廣播體操鍛煉，起到鍛煉身體、沉澱心緒的作用，讓身體機能迅速蘇醒，更快進入工作狀態，讓員工平常忽視的身體部位得到鍛煉運動，活動筋骨。公司爲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，制定健康積分獎勵制度。



公司爲員工建立活動中心，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級考試，建立員工努力向上的觀念。

2.2.2 儲備幹部

管理培訓生培訓

人才是企業發展的關鍵，關鍵人才是企業競爭的制高點，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。公司於2014年開啓管理培訓生項目，項目涉及輪崗、管理輔導、評估和反饋等豐富內容。公司於2015年通過校園招聘共選聘28名管理培訓生，包括華南、華中、西北等各個區域的校園畢業生，實施人才儲備計劃，通過爲期6個月的培訓，進行部門輪調學習，瞭解整個公司運作流程，每次輪崗期間，相關部門的負責人會與管培生面對面交流，一起評估其表現和學習能力並給予指導。同時根據需求安排集訓計劃，包括領導力培訓、企業文化培訓等內容，讓管理培訓生得到足夠的鍛煉，打造優秀的領導人才。另外，本公司招募了各高校優秀學生來我司實習，提供高校人才的交流

與鍛煉，給予在校學生參與校外實踐的機會，並根據其學習能力等綜合素質在其畢業後考慮與之簽訂勞動合同。同時本公司計劃在2016年正式開辦理級幹部培訓班，從企業文化、管理能力、溝通能力等方面進行培訓，培養企業高級人才，保證公司的可持續穩定發展。

儲備幹部培訓

公司於2015年篩選二十一位表現優異的員工組成了儲備幹部培訓班，旨在培養出公司發展所需的中層管理幹部，加強公司人才隊伍的建設，實現公司可持續發展。培訓計劃涵蓋溝通能力、領導力、企業

文化和學習能力等。通過為期數月的培訓，於2015年9月在安徽黃山舉行結業儀式，至此儲備幹部培訓班培訓圓滿結束。



▲ 管培生團建活動



▲ 管培生第一天報到的互動交流



▲ 管培生與供應商康富鄭總座談交流
人才培養發展



▲ 2015儲備幹部黃山結業照片



2.2.3 績效管理辦法

公司為提升管理效益，充分調動員工積極性，實現各項目標良好達成，特設立公司目標考核項目，包括公司目標考核、部門目標考核及個人考核。公司目標與部門目標考核為部門團隊獎金獲得依據，每年11月制定下一年度各月目標專案、目標值及考核標準。個人考核為個人獎金、獎懲、晉升之依據，每月由主管依工作表現進行評定。員工須通過績效考核，否則會影響考核積分與獎金核定。通過績效考核過程管理，以及績效考核中碰到的問題進行解決，以不斷改善，不斷進步，實現績效提升和強化。公司每年設定3月與9月為員工晉升時間，晉升拔擢標準來源於晉升日前六個月的考核積分。同時為讓員工感受與公司一起成長，公司有設立季度獎金與年終獎金，以公司業績成長及獲利狀況而定。個人、部門、公司是一個大家庭，有責同擔，有錢同享，共創美好未來。

■ 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，我們遵循勞動安全衛生法成立了「安全生產委員會」，只要與安全有關的都屬其管理範圍，主要有來自管理部和廠務部的兩名固定成員，另每個部門推派一名安全委員代表，目前共有7名推派安全委員代表，安全委員勞方代表比率達到77.7%，委員會成員主要由特定職級或職掌的員工擔任，而這些員工一直都沒有轉職或離職，安全委員代表每月到各個部門檢查環境安全狀況，並向安全辦公室匯報。

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，國家規定每位在職員工的安全生產培訓學時達到每年8學時，新進員工崗前安全生產培訓達到24學時。公司按照法律規定並嚴格執行，每月針對特殊工種加強安全培訓，安全生產的培訓主要內容包括人身與財產安全方面、生產安全方面、生活安全等方面。安全促進生產，生產必須安全，本公司致力於提高每個員工的安全意識，確保員工工作與生活安全，樹立安全意識，防患於未然。

公司積極導入安全生產標準化，2012年11月通過審核及獲領安全生產標準化證書，落實安全生產教育，消除生產流程、設施設備的安全隱患，保障同仁職業健康，將安全事故發生概率降至最小。標竿車間的推行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全辦組織的安全員培訓，並獲得了安全員證書，本公司落實安全生產基礎工作和安全生產責任制，將安全生產責任落實到車間、班組和個人，建立起自我約束、持續改進的安全生產長效機制，自覺開展企業安全生產大檢查，將安全檢查貫穿於日常安全管理工作中，及時徹底消除安全隱患，廠務部每個月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”理念貫穿安全生產全過程，狠抓各項安全生產全過程，狠抓各項安全措施的落實，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。

2015年全年，公司工傷次數較2014年下降45.5%、社保報銷的醫療費下降98.4%、公司承擔的工傷醫療費下降87.7%。

年度	工傷次數	社保醫療費（萬元）	公司醫療費（萬元）
2014年	22	8.8	3.5
2015年	12	0.14	0.43
對比	45.5%	98.4%	87.7%

2015年11月，公司順利通過國家安監局對安全生產標準化複審。鑒於公司在安全生產工作表現優異，昆山市安監局推薦公司進行安全生產標準化二級認證，並補助公司參加二級標準化認證的全部費用，共計十萬元整。



2.3.2 職場安全與健康

促進職業健康與工作安全是企業永續發展不可或缺的關鍵之一，我們深知制定正確的政策、完善的流程以及執行支援計劃的重要，才能將員工職業災害的風險降至最低。隨著公司人員的擴充，所有人的總工作時數有所增加，同時公司加強了對員工生產安全的宣導與培訓，近三年的受傷人數有所降低，並且沒有員工因公死亡的狀況，受災害的次數也為零，失能傷害頻率從2013年的16.7到2015年12.67，主要源自公司對安全生產的重視，投入了更多的人力、物力、財力加大對安全的管控。

失能傷害頻率 / 失能傷害嚴重率

類別	年份	2013	2014	2015
經歷工時(所有人之總工作時數)		533,811.5	660,472	947,035
受傷人數		11	18	12
死亡人數		0	0	0
傷亡人數合計		11	18	12
災害次數		0	0	0
損失日數		90.5	121.2	141.8
失能傷害頻率		16.7	27.3	12.67
失能傷害嚴重率		169.5	183.5	149.7
失能傷害平均損失日數		8.2	6.7	11.8

1、損失日數：傷亡者自受傷日起停止上班之日數，以每天8小時的工時為基準；

2、失能傷害頻率=傷亡人數合計*1000000/經歷工時；

3、失能傷害嚴重率=損失日數*1000000/經歷工時；

4、失能傷害平均損失日數 = 損失日數/傷亡人數。

■ 2.3 勞工安全衛生

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事案等等，公司承擔所有員工檢查與健康證換發的費用，並且不定期邀請醫師到公司為員工進行專題健康講座。



▲ 員工體檢照片



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外聘專業消防培訓人員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。



▲ 員工消防演習照片



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危化品管理，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。據統計，2015年度我司共設置53個粘鼠板，25台滅蠅燈，共捕獲老鼠14次。

響應政府健康宣導

本公司積極響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的開展，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。

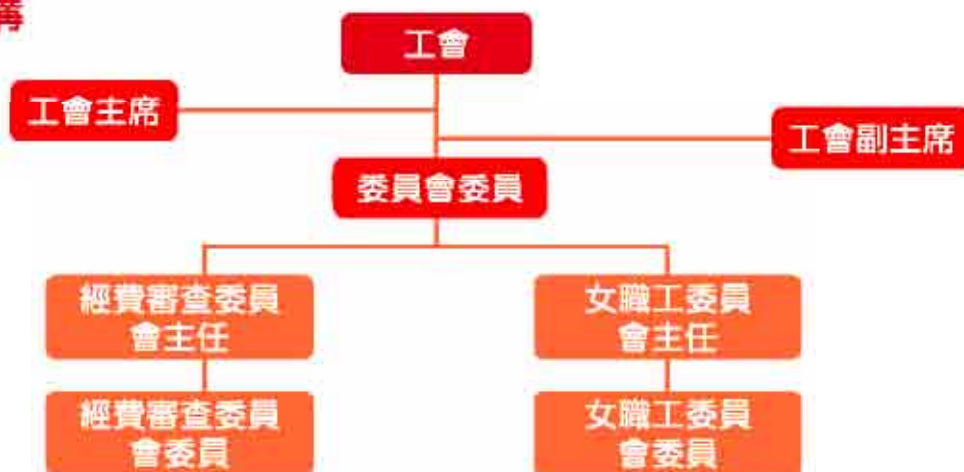
■ 2.4 促進勞資和諧

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的真正原因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原因。

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的當下，自動成為工會的成員。工會以迅速解決員工所遭遇的問題及滿足其需求，本公司工會組織致力於員工福利措施的改善，定期舉行員工娛樂休閒活動，並每年年初協商調薪。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。公司於2012年3月12日召開第一次工會會員代表大會，經大會選舉，由吳明憲等5名同志組成工會第一屆委員會，由蔡位輝等3名同志組成第一屆經費審查委員會，由陳艷紅等3名同志組成第一屆女職工委員會。經費審查委員會主要對公司的經費使用狀況進行監管，嚴防貪腐，保證資金使用安全，女職工委員會是法律規定為了保障女性職工的權利的保障實施而設立，主要為了加大對女性職工的保護。

工會組織架構



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，我們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的回饋，以確保溝通及時性及有效性。我們視員工為公司最大資產，公司未來願景與同仁的發展目標相結合是我們的使命。常年以來，勞資雙方互動良好，勞資關係和諧，員工若對公司有任何建議或自認權益受到損害，皆可透過上述管道進行投訴。讓員工更多的參與公司建設與發展當中。



▲ 家訪現場照片

同時，公司高層領導高度關注員工工作與生活狀況，定期對試用員工及正式員工進行家訪，瞭解員工的切實生活，並通過家訪發現公司困難員工的狀況，給予一定的關懷與幫助。

此外，有關公司重大營運變化最短預告期，不論員工職級，鮮活符合中國大陸勞動法相關通知程序，皆於勞動合同中載明為一個月。有關工作變動最短通知時間，鮮活符合我國勞動法相關通知程序，提供同仁緩衝時間，如繼續工作三個月以上一年未滿者，於十日前提預告之；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。

本公司成功扮演企業社會責任公民典範，秉持“勞資和諧，共創雙贏”之理念，積極推動勞資關係良性發展，維持創辦人傳承下來的勞資雙方和諧共融的傳統，同時公司歷年來都能將辛勤經營之甜美果實分享給同仁，凝聚員工向心力，讓員工能夠共同為公司的茁壯成長打拼，在此基礎上，勞資雙方能夠以互相體諒的心情化解歧義、尋求共識，實現勞資雙方和諧永續發展。

叁. 深耕社會

雇用農民薪資發放

127 萬/人民幣 **↑12%**

藍莓種植基地2015年度雇用農民人數為22人，發放薪資達人民幣127萬元（較2014年度增加12%）。

藍莓園採摘旅遊

15000 人次/累計 **↑50%**

藍莓園第二年對當地市民開放觀光採摘旅遊，當年累計接待15000人次

向草莓種植戶採購草莓

150 萬/人民幣

向趙屯鎮農民收購草莓382噸，支付貨款150萬元，惠及747個草莓種植戶

胡柚收購

59.8 萬/人民幣

提供劍道教學

100 人/平均每週

公司員工為鄰近社區居民提供劍道教學，平均每週培訓達100人次

叁. 深耕社會

3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏

鮮活注重與社區互動，注重社區居民生活水準的提升，以期鮮活與社區雙贏。鮮活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22人；基地經過3年的努力，已經實現盈利，並於2014年首次分紅予社區農民新臺幣235仟元，2015年第2次分紅予社區農民新臺幣271仟元，較2014年增加15.32%。

2010年，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。



叁. 深耕社會

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，每年繳納的土地租金為新臺幣4仟元/畝（依據當地政府指導標準而定）。另外鮮活將農場盈餘分配給農民，與社區農村土地股份合作社合作，每年將藍莓園盈餘的20%分配給合作社農民，2015年度分配金額為新臺幣271仟元。最後鮮活帶動社區農民就業增收，2015年藍莓園長期就業的農民工為22人，人均年工資收入為新臺幣150仟元（較2012年，累計增長34%），年度發放農民工工資新臺幣5,985仟元，已高於昆山市農村居民人均純收入的新臺幣128仟元（數據來源於2015年蘇州市政府工作報告）。

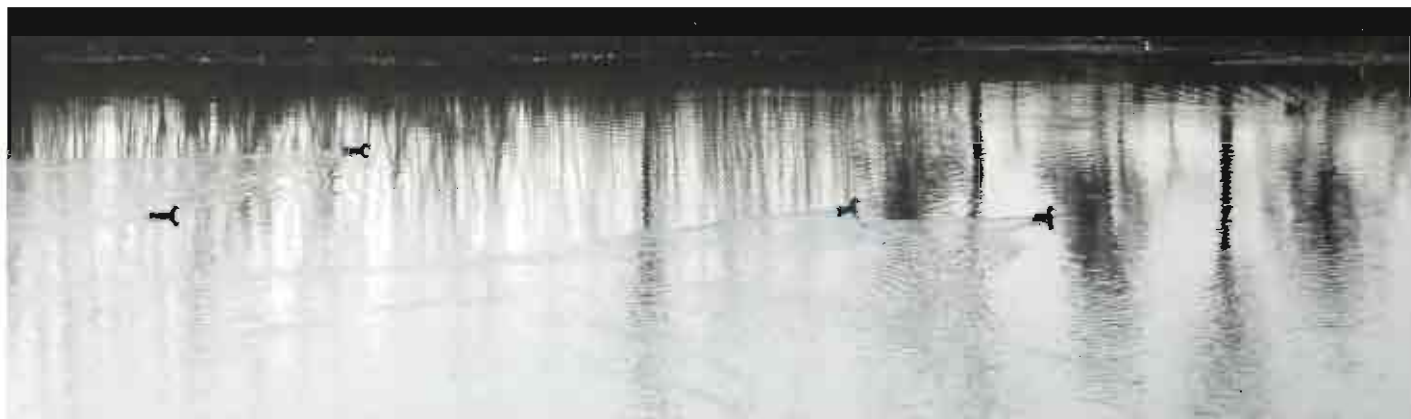
2013–2015年藍莓園帶動社區農民就業情況表

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，含臨時工工資）
2013	15	127	10%	4467
2014	20	141	9%	5576
2015	22	150	4%	5985

3.1.2環境層面

鮮活示範推廣綠色農產品種植標準，藍莓園的各種水果，都是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，施肥盡量用自製有機肥。藍莓園的綠色生態種植模式，還推廣至附近南港、錦溪、花橋等3個城鎮，種植果桑、水蜜桃和藍莓近300畝。

在藍莓園內池塘禁止養殖，維持原生態：藍莓園內的20,000平方米的池塘，公司禁止人工養殖破壞，保持著原生態模式，吸引著幾百隻白鷺和野鴨前來棲息安家。



成群野鴨在藍莓園池塘裏棲息安家

同時對於水的管理鮮活一直在努力做到最好，增加了污水處理池污泥的回收利用，2014年11月，藍莓園開始回收利用鮮活的污水處理池污泥製作有機肥。截止2015年12月，已累計回收利用發酵池污泥32噸，添加當地綠化公司廢棄的碎樹皮16噸，製成成品有機肥48噸。有機肥經過第三方檢測機構的營養成分檢測、重金屬含量檢測，結果都符合農業部《有機肥料標準NY525-2012》。污泥有機肥的製作，不僅減少了鮮活固體廢棄物的產生量，還減少了藍莓園肥料的購買量，既經濟又環保。



3.1.3 社會層面

鮮活帶動了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，基本都為退休工人或農民，解決了他們的就業問題，既減輕了社會負擔，又穩定了當地社會秩序。

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。2015年，藍莓園第二年對當地市民開放觀光採摘旅遊，當年累計接待15,000人次，較2014年增長50%。

鮮活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。為提升公司員工的環保意識，豐富業餘生活，公司定於每年秋季舉辦一次釣魚比賽。2012-2015年，公司在藍莓園已成功舉辦四次釣魚比賽。



當地農民工作情景



週末，英語班家長和小孩採摘藍莓



2015年，第四屆“鮮活果汁”杯員工釣魚比賽集體合影

3.2 社區互助與關懷救助

鮮活利用人才優勢，輔導鄰近社區農民種植優質安全草莓，惠及農戶747個；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；建設“鮮活果汁”微信公眾平臺，推送果汁健康、科普等知識，2015年總送達人數達60,000人次，較2014年增長114%。

3.2.1 草莓鮮果收購

2015年，上海市青浦區趙屯鎮草莓種植面積已達6,000畝，市場上的草莓已出現了供過於求的現象。4月，隨著天氣漸漸變熱，草莓上市量越來越大，草莓的儲存時間又非常短暫，早上摘下來草莓過了中午基本上就已經沒有賣相了，許多農戶心急如焚索性將草莓放到路邊兜售，然而購買的人卻寥寥無幾，面對這種情況他們只能看著銀子變成破卻束手無策，眼看著一年的勞作就將付之東流。此時，鮮活公司組織採購部同仁到青浦去收草莓，給當地的農戶帶來了一線生機。鮮活與時間賽跑，在劉老師草莓園大量收購草莓。起先農戶們會擔心這樣的市場情形，草莓能賣到好的價錢嗎？帶著這樣的擔憂，他們集結在收購地點，排隊到百米開外排隊銷售草莓，鮮活的草莓周轉箱都裝著滿滿的草莓，鮮活並沒有因為市場草莓供過於求而壓低草莓收購的價格，而是照單全收並且天天如此，基本持續到草莓採收結束，鮮活雪中送炭的舉動讓他們甚是感動。鮮活果汁造福一方百姓，不僅給當地社區居民帶來經濟效益，更體現了人間大愛的企業文化，其社會責任當然不言而喻。

2015年，公司在趙屯鎮收購草莓382噸，直接支付草莓貨款新臺幣7,188仟元，惠及草莓種植戶747個。在草莓收購的過程中，公司還安排了技術員到草莓種植田間及收購現場進行品質宣導（2015年達80人次）；輔導農民進行草莓施肥打藥記錄；自費幫助農民進行草莓農殘檢測，以此倡導草莓生態種植模式，普及食品安全知識。



採摘草莓



3.2.2胡柚鮮果收購

2015年鮮活胡柚鮮果收購於大賣山胡柚基地和利卿果業胡柚基地。其中，大賣山胡柚基地位於同弓鄉下東山村，擁有標準化常山胡柚精品基地1200畝，利卿果業胡柚基地有600多畝，兩處胡柚基地周圍環境優良，水份充足，氣候適宜，胡柚鮮果個大味美。

公司對胡柚實行基地管理，對胡柚基地的環境進行管控、農藥肥料使用進行追蹤，胡柚採購期間進行採摘現場管控，派遣基地管控專員全程監督胡柚的採收、運輸、入庫、驗收全過程管控，採摘現場管控確保了我司胡柚全部為基地果、保證了新鮮胡柚的採摘、保證了胡柚採摘過程不受戳傷而導致腐爛情況；運輸入庫管控嚴格保證了胡柚來源為基地果；清洗、裝箱、驗收管控確保了採購入庫的胡柚鮮果的清潔及品質達到標準要求；對胡柚鮮果進行農殘檢測確保果實農殘在國家標準範圍內。

2015年收購260噸，支付胡柚貨款598,000人民幣。在胡柚收購過程中，公司安排了技術員到胡柚種植田間及收購現場推行品質宣導（2015年達45人次）；輔導果農推行胡柚施肥打藥記錄；自費幫助果農推行胡柚農殘檢測，以此宣導胡柚生態種植模式，普及食品安全知識。



我司品保人員現場收購胡柚

叁. 深耕社會

3.2.3大學生實習計劃

公司人事專員每年定期至江南大學、江蘇大學等食品類院校進行專業人才招聘，為讓學生更好地擇業、就業，2015年公司特地舉辦“鮮活之旅”活動，邀請來自各地的12位應屆畢業生來我司參觀，並通過簡報給畢業生們分享了公司的概況，瞭解公司的發展願景，同時也使得公司對於該批學生有了進一步的瞭解；制定大學生實習培訓計劃，使得在讀學生能夠提前踏入社會，接觸社會，為以後的職業生涯做好鋪墊，同時也能協助學校培養企業需求人才。2013年度，公司錄用大學實習生3名，轉為正式員工2名；2014年，錄用大學實習生8名，轉為正式員工8名，轉正率達到100%；2015年度錄用大學實習生16名，轉為正式員工3名。



實習生實驗室工作



鮮活之旅-工廠參觀

3.2.4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，為鄰近社區居民提供劍道教學，推廣劍道持之以恆的精神，藉此培養學員禮節修養、強健體魄與學習做人的道理，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。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。2015年平日及周日劍道練習人次總計達100人次/每週。

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。“問渠那得清如許，為有源頭活水來”，正是這種開放包容的態度使得玉山會能夠不斷有活水注入，並回流到社會，不斷加大企業的社會影響力，這是我們對劍道的傳承與發展。



2015.5 北京大學劍道社進行劍道交流



2015.5 五一劍道親子營活動



2015.11 玉山會小劍友代表參加上海舉辦
“青少年劍道邀請賽”



2015.12 由老師扮演的聖誕老人在聖誕節
劍道練習結束後發放禮物

3.2.5 慈善捐助

2015年9月，鮮活果汁公司參加了張浦鎮人民政府組織的“慈善一日捐”活動，傳承和弘揚“扶貧濟困、樂善好施”的中華民族傳統美德，秉承社會文明，傳遞愛的能量。慈善捐助公文如下：

张浦镇党政办公室文件

张党政办发〔2015〕33号

关于开展“慈善一日捐”活动的通知

各办、局、中心，各行政村、社区，各有关单位：

为进一步营造慈善募捐奉献爱心的良好社会氛围，根据昆慈〔2015〕5号文件通知精神，我镇将在全镇范围内开展“慈善一日捐”活动。现将有关事项通知如下：

一、捐赠范围：

全镇机关、企事业单位、民主党派、社会团体等部门和单位的干部、职工及其他有经营性收入的单位和个人。

鮮活公司通過昆山市慈善基金會，定向捐助給張浦鎮慈善工作站5萬元人民幣，扶持了姜杭村16個特別困難戶，做到了及時為社區困難群眾提供說明和服務，實現“小災小難”有人幫的目的。



捐助現場與受助者交流

肆. 安心產品

ISO22000認證體系內審

2 次/年

所有產品均通過 ISO22000認證，一年兩次定期進行體系內審

產品追溯與召回管理

100 %

產品可於2小時內完成追溯與召回管理

原物料採購

85.95 %

原物料採購85.95%自中國境內

符合國際認證標準之原物料採購金額

77.54 %

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77.54%

■ 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、生產過程管控，食品安全管理體系運作，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。讓本公司能夠把食品安全風險掌握在一個可控的程度之內，有效的防範和避免食品安全風險。本公司生產廠房業經取得中國大陸食品企業生產許可QS認證與ISO-22000食品安全管理體系認證及FSSC-22000食品安全管理體系認證。

FSSC-22000食品安全管理體系認證是2015年經過公司全體人員的努力，通過專業的輔導培訓及對體系的建立和成功運行，在2015年初開始廠房認證相應的資質準備，於2015/12/07取得證書。自2016年起落實依FSSC-22000認證體系生產產品。FSSC-22000係為食品製造商創建，並整合了ISO22000:2005食品安全標準及食品安全公共可用規範ISO/TS22002-1:2009，它由基於荷蘭的基金會為食品安全認證而發展起來並獲歐盟食品及飲料產業聯盟的支持，FSSC22000已獲全球食品安全倡議組織的批准並鼓勵大力推廣實施。其內容被全球食品安全倡議（GFSI）認可。為組織提供完整的食品安全管理體系。本公司2015年度所生產產品100%由經過食品安全管理體系ISO-22000認證之廠房所生產。其中果醬產品類別從2月已列入食品安全管理體系ISO22000認證，占2015年產量僅0.0013%。

2015年國家頒布了食品安全法及與食品安全相關標準，公司對國家發布的法律法規在公司內部進行宣導和組織培訓，讓食品安全意識深入每個員工內心，並指導相應工作，公司在2016年計劃修訂企業標準及申請生產許可證(SC)證書時都將嚴格按照新頒布的法律法規執行。

認證證書	取得時間	有效期
果醬QS	2013/12/20	2016/12/19
果汁QS	2014/08/18	2017/08/01
ISO22000食品安全管理體系	首次發證2012/03/06 本次發證2015/02/04	2018/02/03
FSSC22000食品安全管理體系	2015/12/07	2018/12/06

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

品質安全管理制度，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、污染物限量的第三方檢驗報告，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。

成品的企業標準，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。

②廠區、車間環境管理

建立《衛生清洗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。每半年對供應商供貨品質、到貨及時率、服務品質等方面進行一次評價，制定有評分標準，留存評價記錄。

對供應商開展現場評鑑工作，制定《供貨商質量安全評估標準》及《年度供應商評鑑計劃》，定期開展現場評鑑工作，留存記錄，對現場評鑑問題整改情況留存整改記錄。依照制度建立《合格供應商名單》，評估人員對合格供應商名單中供應商的有效文件進行抽查。

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、第三方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、污染物限量送第三方進行檢測。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、糖度、PH值、大腸菌群、細菌總數、霉菌等項目檢測，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、成品庫等存儲庫房，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文檔，對庫房溫度、監控頻次進行明確，留存相應記錄。

⑧產品品質持續改進

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。

公司規範所有供應商物料提供出廠檢驗報告以及檢驗所提供的第三方檢驗報告，並形成相應的果汁及果醬HACCP計劃，因應不同製程建立標準作業流程（SOP），確保食品安全管理系統之有效運行。

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。

肆. 安心產品

■ 4.1 系統性的安全評估

灌裝車間及設備



■ 灌裝車間



■ 金屬探測



■ 自動灌裝機



■ 冷卻罐

4.1.2品質保證檢驗

公司建立品質安全管理制度，制定相關產品內控質量標準，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。

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、粒徑分布儀、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。新增檢驗儀器除氣相色譜質譜聯用儀（屬研發費用）外，其餘皆為舊儀器設備更換，對品質改善影響不大。

品保實驗室

感官評定

理化檢驗

微生物
檢驗

環境監測

化學藥品
管理

計量器具
管理



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。2015年每個項目檢驗合格率皆較2014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：

內部檢驗	成品檢驗						
	飲料濃漿系列	風味飲料	果汁（漿）及其飲料系列	含乳飲料	果醬	固體飲料	固體飲料
執行標準	Q/WXXH 0003S 飲料濃漿系列 （食品加工用）	Q/WXXH 0004S風味 飲料	Q/WXXH 0005S果汁 （漿）及其飲料系列	GB/T 21732 含乳飲料 配置型 含乳飲料 發酵型 含乳飲料、 乳酸菌飲料	GB/T 22474 果醬 果醬 果味醬	Q/WXXH 0002S 固體飲料 普通型 蛋白型	GB/T 29602 固體飲料
2015年檢驗結果	2015年總計檢驗9,655次，並無不符合標準情事。					2015年總計檢驗1,936次，並無不符合標準情事。	

內部環境 檢驗項目	車間水質檢驗			車間環境落菌檢驗	車間環境塗抹檢驗		
	車間 自來水	車間軟化水 （蓄水池水）	鍋爐 水	灌裝車間空氣落菌	工作臺面或其 他設備表面	員工手	管道內腔/罐 體/中轉器具
執行標準	GB 5749		GB 1576	GB 15979	GB 15979		
2015年檢驗結果	2015年總計檢驗1,025次，並無不符合標準情事。			2015年總計檢驗376次，未達檢驗標準28次。	2015年總計檢驗4,334次，未達檢驗標準248次。		

肆. 安心產品

■ 4.1 系統性的安全評估

2015年度品保實驗室的支出金額約新臺幣5,896仟元，占全年度合併營收淨額0.25%，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。

保證出廠產品的安全性，是品保實驗室首要任務，2015年度購入的(1)氣相色譜質譜聯用儀，目的是對公司購進原輔料進行農殘檢測、香精香料成分分析及標準圖譜建立，從產品源頭上進行安全管控，為公司產品的安全性提供保證。對原輔料的供應商有一定的提醒作用，避免不合格的原輔料流入到生產環節。(2)粒徑分布儀對公司現有乳濁劑、果汁類產品進行粒徑檢測，管控產品粒徑在一定範圍內，進而保證產品在貨架期內的穩定性；從產品基礎研究伊始，研究不同因素，諸如PH、總酸、殺菌溫度、灌裝溫度、工藝條件等因素對產品穩定性的影響，進而通過多交實驗最終研究出產品生產最優配方及工藝，有助於延長產品穩定貨架期。



■ 產品理化指標檢測

■ 感官品評室 - 產品風味測試與判斷

■ 粒徑分布儀 - 監控產品均質狀態及粒徑分布

■ 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第三方檢驗報告，確保無生物及物理性危害，公司產品每年送交第三方檢驗。委外檢驗單位為蘇州質檢所、昆山質監所、蘇州信義檢測、諾安、譜尼、天祥、SGS，均為國家認證檢驗機構，並接受主管機關定期抽檢及國家質量監督單位的稽核。

委外檢驗	成品檢驗								
產品品項	飲料濃漿系列	風味飲料	果汁（漿）及其飲料系列	含乳飲料		果醬		固體飲料	固體飲料
執行標準	Q/WXXH 0003S 飲料濃漿系列 （食品加工用）	Q/WXXH 0004S風味飲料	Q/WXXH 0005S果汁（漿）及其飲料系列	GB/T 21732 含乳飲料		GB/T 22474 果醬		Q/WXXH 0002S 固體飲料	GB/T 29602 固體飲料
				配置型 含乳飲料	發酵型 含乳飲料、 乳酸菌飲料	果醬	果味醬	普通型	
2015年檢驗結果	2015年總計檢驗成品248次，其中發生2件飲料濃漿系列成品檢驗總酸未達檢驗標準情事。								

六、食品安全管理體系審核

公司定期進行體系內審一年兩次，確認質量安全體系正常運行，並每年接受一次外部審核。

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，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，並依循ISO22000之7.9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。2015年進行模擬產品追溯（以批號反追溯）5次，其中模擬召回1次，規定相關部門在兩個小時內追溯完成，使潛在不安全產品和如果發生撤回時能夠進行處置，模擬結果回收率為75.9%，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。

肆. 安心產品

■ 4.1 系統性的安全評估

4.1.3 產品追溯與召回管理

產品追溯流程

自調閱銷貨單的出貨數量開始，追蹤生產安排單及日報表統計入庫量是否相符，查核品控檢測記錄（產品製程及灌裝巡檢記錄、生產車間及灌裝車間的品控表），核對產品的檢測指標是否合格，進一步調查生產作業過程的連續性及記錄，核對領料記錄與生產計劃數量是否一致，以驗證《標識和可追溯性實施辦法》的有效性。

- 1、查客服品保部對成品理化檢測狀況、微生物檢測狀況，確定產品檢測指標是否合格（外觀、風味、固形物、總酸、PH值、菌落總數、大腸菌群、霉菌、酵母菌）；
- 2、查廠務部生產計劃之投料、調配、殺菌、設備清洗、灌裝過程等過程依規定作業的連續性和管控記錄的完整性；
- 3、查供應鏈管理部領料記錄，核其物料編號和重量是否與生產配方之物料編號和重量相符；
- 4、查主要物料的原材料檢驗報告單，是否在進料時經品保依規定檢驗合格並記錄。

建立以射頻識別（RFID）技術之產品追溯管理系統



4.1.4 法令合規

公司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於相關人員，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食品藥品監督管理總局(<http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0001/>)，以及地方江蘇食品藥品監管局(<http://www.jsfda.gov.cn/>)所公告有關食品製造業類別之法令規章。

於2015年度間，公司未收到來自主管機關與違反食品安全法規有關的來函罰款¹。如發現食品安全風險，將結合公司內部品質管理，外部主管機關監督，第三方檢驗機構的支援，對公司的食品安全進行管控及有效防範，執行適當反應機制。

¹ 2015年12月發生江蘇省食藥監局抽驗發現標籤錯誤之情事，經配合當局要求後續召回相關產品，而截至報告發行日並未受到主管機關裁罰。

2015年發布重大法律法規

序號	文件名	文件編號	發文單位	發布日期	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	2015/3/11	2015/9/1
2	中華人民共和國食品安全法	主席令第21號	全國人民代表大會常務委員會	2015/4/24	2015/10/1
3	食品生產許可管理辦法	國家食品藥品監督管理總局令第16號	國家食品藥品監督管理總局	2015/8/31	2015/10/1
4	食品經營許可管理辦法	國家食品藥品監督管理總局令第17號	國家食品藥品監督管理總局	2015/8/31	2015/10/1

4.1.5品保ERP系統

為優化品保作業流程，規範品保檢驗管理工作，便於食品安全監控和管理。公司從2015年開始導入品保ERP系統，系統中包含進料檢驗、製程檢驗、成品檢驗、客訴處理等18個模組，來料檢驗、供應商管理的應用更有利於產品的追溯，經過前期測試及試運行驗證，可用於實際作業，品保ERP系統製程檢驗模組的工藝流程驗證控管功能，有助於生產工藝的掌握和流程優化，為產品製造及品質保證提供一個全面及客觀的數據分析平臺。2016年正式運行。



製程人員使用品保ERP系統

4.2 負責任的供應鏈

4.2.1供應商採購原則

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、服務質量等進行評價，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。

《合格供應商名單》的條件如下，經評估人員對合格供應商名單中供應商的資質檔進行供應商評鑑的抽查制度：

- 1、規範供應商須具備有效證件（如營業執照、稅務登記證、組織機構代碼證、生產許可證、食品流通許可證或食品經營許可證）；
- 2、送樣產品品質經我司品保及研發部門判斷合格並符合我司要求；
- 3、供應商初選評分結果為C級或以上：對新供應商進行供應商準入評估，從規模、生產能力、生產設備、檢驗能力、儲存能力及配送能力等多方面形成“供應商評分表”及“供應商評分標準”書面調查記錄。權責單位由客服品保部、供應鏈管理部組成，通過電話調查或現場評鑑

4.2 負責任的供應鏈

方式對其進行評分，依據評分結果經供應鏈主管審核通過方可列入公司的《合格供應商名單》，運用ERP資訊管理系統管控，只向合格供應商下單實施採購。

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	改善後可納入合格供應商
50-59分	D級	不列入合格供應商，不予合作

依“供應商評分標準”，統計各評分成員評分比值，計算供應商等級。評定為C級供應商，可繼續進行採購和合作，但需減少採購量，並向供應商發出“供應商考核改善通知書”，經客服品保部、採購課糾正輔導，供應商改善後進行糾正措施驗證，如連續兩次審查不合格，則不能成為合格供應商使用；評定為D級的供應商，不列入合格供應商，不予合作。

公司在當地採購原物料的比例為85.95%，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，縮短原物料運送過程，保證水果原料新鮮度。



公司研發部建立各類原輔材料的檢驗標準，供應商進貨依公司“驗收標準”進行驗收，對每項入廠原料的檢驗項目、第三方檢測報告驗證項目進行明確規定（若屬進口產品，則須提供衛生證及原廠檢驗報告），要求水果供應商對於原料果的農藥殘留、污染物限量送第三方進行檢測，對農藥殘留、污染物限量的檢測合格標準揭露，主張原物料品質安全無虞。內部制定有《檢驗SOP》，對各個檢驗項目的檢驗操作方法進行詳細說明。

4.2.2符合認證標準之採購

2015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126家，採購金額約17,746萬元，占原輔料採購金額的77.54%。

為支援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我司紙箱，並適當提升通過森林管理委員會(FSC)認證的紙箱供應商的採購金額。2015年度向紙箱供應商採購經FSC認證之紙箱金額占全年度紙箱採購總金額為80.6%。公司積極與有“森林管理委員會(FSC)”認證的原紙生產商採購紙板製作紙箱，由2014年一家增加至2015年三家合作供應商。

4.2.3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劃執行「年度供應商評鑑計劃」及「供應商質量安全評估通用標準」實施及記錄，確保評鑑過程的客觀與真實。

供應商評鑑計劃的制定原則，主要從七大方面進行管控：

評鑑原則	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	
6.其他部門指定需評鑑的供應商	特殊指定
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



■ 4.2 負責任的供應鏈

對於供應商評鑑，主要從六大方面進行到廠評鑑：1.基礎管理如體系建立與審核制度；2.源頭管理；3.研發與工藝過程控制；4.倉儲及物流管理；5.檢驗實驗室儀器設備檢驗及檢測能力；6.可追溯與應急管理等。評鑑項目如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。現階段未進行勞工實務評估，未來將依實際情況納入CSR（環境、勞動人權、社會等衝擊評估）稽核之計劃。

本公司供應商分散全國各地，故平時除透過進貨檢測確保產品品質外，每年度會依據評鑑控制管理程序考慮供應商之交易金額、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。2015年完成供應商到廠評鑑共26家，評鑑結果為A級供應商13家，B級供應商13家，占2015年度有交易原物料及包材供應商家數的9.38%。

公司每半年（1月及7月）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。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。2015年通過新開發供應商、現有供應商異常改善、供應商整合替換（如產品停用），付款帳期延長、單價優惠等方式，使2015年A級供應商比例同比提升10%以上。

級別	供應商類別	A級		B級	
		數量	比例	數量	比例
2015年（上半年）	原料、輔料及包材	131	55%	109	45%
2015年（下半年）	原料、輔料及包材	151	71%	63	29%

4.2.4 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，如“爽凱剪報”、法國曼氏食品月刊等；結合公司各部門需求定期邀請優質供應商夥伴前來分享專業知識及行業資訊，內容包括但不限於：國內外行業發展及潮流趨勢、新品推廣和應用、產品技術分享及應用，2015年度共計有14家廠商來公司做分享和交流。通過廠商來公司做分享和交流，2015年採用天然、健康、綠色的植物提取甜味劑（羅漢果甜苷）、採用天然、健康、綠色的茶葉提取物（即溶紅茶粉）代替合成色素，另因廠商提供的行業資訊促使研發創意及推出產品。



上海泰來分享



濟南美林分享



上海欣融分享

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

每年組織二次的審核計劃，檢討食品安全管理體系ISO22000在內部運作的符合性、有效性，審核項目包含：食品安全管控、研發開發設計流程、供應商評鑑流程、原材料管控、倉儲管理流程、生產管控流程、產品品質過程管控、產品檢驗及產品銷售流程。2015年度第一次內審結果，檢查共64項，不符合項8項。第二次內審結果，檢查共172項，不符合項9項。所列出查核建議改善事項已於2016年1月底前全數完成改善事項。二次審核結果與改善影響所有生產產品類別100%。食品安全管理體系ISO22000年審未出現不符合情況，審核結果與改善影響所有生產產品類別為100%。其中果醬產品類別從2月已列入食品安全管理體系ISO22000認證。

2015年7月份發現黑森林草莓顆粒上浮現象，查找原因為草莓顆粒過大且不均勻，按工藝要求部分無法煮透導致，產品果肉含量上下不均產線無法正常灌裝，同時影響產品品質和產線產成率，因進料組對原料無法做預處理挑選，所以只能從工藝上進行調整。

對比原工藝調整內容為：

- 第一步改為加凍果、Ga和色素，加熱至沸騰；
- 第二步加入果糖加熱至100℃保溫5分鐘；
- 第三步加入白砂糖溶後不保溫。

此專案於2015年8月完成結案，通過目前調整的工藝進行生產，草莓顆粒上浮現象得到改善，黑森林草莓醬品質穩定。草莓醬占果粒類產品的百分比為3.75%，改善後未出現草莓顆粒上浮的品質問題，對品質改善的影響達到100%。



■ 4.3 質量持續進化

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。每月召開品質會議，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。

2011-2015年 食品加工工廠客戶認證稽核

公司2015年針對太全客戶認證稽核所提出 3 個缺失項召開品質會議，並對缺失項進行溝通和調查，制定出改善措施：

1. 外來檔中收錄的食品安全法2015.10.1才開始實施（非現行版本），故將舊版本（現行版本）繼續收錄保存於外來檔中。
2. 車間周轉箱每週定期清洗一次，特別髒的當天即清洗，確保周轉箱清潔及內放物料外包裝潔淨。
3. ①冷卻前網帶上方金屬材質吊頂開裂，報修工務進行修復；②入冷卻間處網帶上方牆面有膠脫落部分，重新修復；③灌裝間地面牆沿瓷磚破損，水泥裸露，報修工務進行維修。工務定期對車間牆面、吊頂、地面等進行檢查，如發現有破損立即進行維修保養。

公司對客戶整改落實進度情況進行追蹤，執行結果如下且影響所有產品類別（100%）：

1. 外來檔收錄法律法規已完成現行有效版本更新至最新狀態，並持續維護。
2. 車間周轉筐按照規定定期清洗，保持潔淨。
3. 車間牆面、地面等破損已維修完成，並定期檢查維修。

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。

高級無塵室生產車間



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，BIB包裝以其新穎、方便、美觀的特點得到客戶認可，成為公司新品開發和產品升級的墊腳石，在常溫狀態下進行灌裝，最大限度減少飲料的受熱時間，產品維生素損失很少，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，已開發品項為紅火龍果、樹莓、芒果、草莓、藍莓等。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、粘度、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，更大限度的保留了其風味、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。

冷凍速凍核心技術



■ UHT高溫殺菌——全自動化控制系統及參數設定



■ 低溫灌裝



■ 自動化冷鏈運輸系統

■ 4.3 品質持續進化

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。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。

2014年12月29日，公司獲得“中國質量認證中心”發布的“產品碳足跡”證書，產品以果汁系列產品獲得碳足跡盤查，因生產工藝相似，所以碳耗用量皆可統計。2015年增加碳足跡標籤的產品（優果C系列、特級果汁系列、歡果頌系列、1L糖漿系列、840ml鮮綠系列、980ml中餐新瓶系列），向客戶提供公司在“原材料獲取、產品生產”過程中堅持減少物質、能源消耗及減少有害物質排放的產品理念，並為環境保護做出貢獻。

品名：蓝莓果粒饮料浓浆

配料：白砂糖、蓝莓、生活饮用水、柠檬酸、DL-苹果酸、柠檬酸钠、果胶、羧甲基纤维素钠、山梨酸钾、亚硫酸钠、食用香精。 固形物含量：≥10%
6倍稀释后使用

储存条件：密封、避光、阴凉处储存

产品执行标准号：Q/WXXH 00035

生产许可证编号：QS3205 0601 0145

制造商：江苏果汁工业（昆山）有限公司

地址：江苏省苏州市昆山市张浦镇俱进路10号

电话：0512-50165666 传真：0512-57515503

项目	每100克	NRV%
能量	1168千焦	14%
蛋白质	0克	0%
脂肪	0克	0%
碳水化合物	68.0克	23%
钠	20毫克	1%

保质期：12个月 产地：江苏苏州

生产日期：_____

净含量：1.2kg

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GB28050-2011《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，截至2015年產品年銷量達到4,304噸（其中2015年一整年銷售量達1,508噸），共計消耗1071噸（其中2015年一整年消耗量達581噸）零反奶精。使用公司產品的客戶品嚐到健康、安全的飲品。





伍. 客戶互動

客戶銷量

57,000 噸 ↑ 23%

經銷商客戶銷量達57,000噸，較2014年度增加23%。

連鎖餐飲客戶

56 個品牌 26000 家門店

連鎖餐飲客戶總計56個品牌，26000多家門店。

產品推廣會

57 場

舉辦夏季推廣會 44場和冬季推廣會 13場。

客戶滿意度

91.13 分

客戶滿意度達91.13分

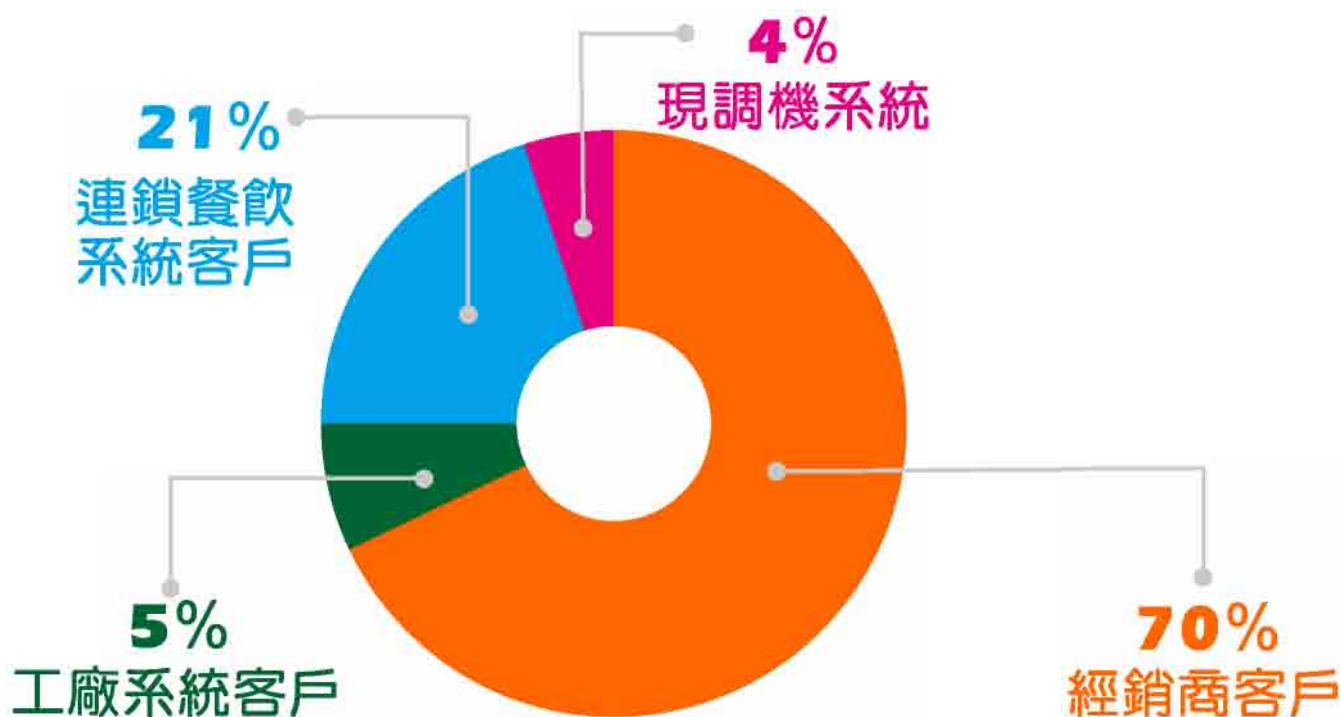
伍. 客戶互動

■ 5.1 客製化服務與關係培養

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，與鮮活簽約的客戶也不斷的增加，鮮活為客戶特製精緻的服務，與客戶形成良性的有效互動。未來，鮮活也將持續努力，不斷提出更優質的服務，以滿足客戶的需求。

鮮活的客戶按通路主要分為經銷商、連鎖餐飲和工廠，其中2015年經銷商客戶的營收占到70%，連鎖餐飲系統客戶營收占21%，工廠系統客戶和現調機系統客戶營收各占到5%和4%，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。

客戶型態營收占比分析



伍. 客戶互動

5.1.1 經銷商

5.1.1.1各區域經銷商合作時間穩定久長

鮮活在各個區域有著長期合作且關係良好的客戶，例如在北京區域有共同成長的北京漫水謠公司合作近8年，廣東地區有南寧正島，合作近7年，捷名洋合作近16年之久，鮮活與這些客戶一直都保持著互利共贏，相互協助的長期穩定的合作關係。



2015年公司客戶總數約五百九十二家，生產噸數有明顯的增加，達到了五萬七千多噸。鮮活與這些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。



5.1 客製化服務與關係培養

5.1.1.2 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。

2015年經銷商銷量占比分布



1、協助客戶開發市場

鮮活協助客戶開發市場，本公司市場課的專業技術人員協助業務人員進行市場開發，專業技術人員在產品使用和搭配上，為客戶與消費者作指導、培訓，推廣新產品；公司和客戶一直保持著長期的合作關係，這源自於感情和利益的相互綁定，鮮活一貫自我培養經銷商，從起步逐步培養成熟，彼此相互瞭解，並建立了深厚的情感，鮮活初期開始從資金、物料、人員培訓等方面支援經銷商的起步，鮮活持續不斷的傳輸經營經驗、技術經驗、品管經驗等專業知識，定期帶領客戶參觀學習先進製造技術、產線，不斷促進客戶的整體發展，一些個體戶在鮮活的扶持下，2015年營收超過了幾千萬，突破了自己的發展瓶頸，在當地打造一片廣闊的市場，並占據一定的影響力。鮮活正是這樣不斷保持自我發展進步，向經銷商客戶提供行業內的高品質產品、服務、技術配合，繼續為其帶來進步，創造利潤，實現共贏。

伍. 客戶互動

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，評選出優秀的客戶進行獎勵。



2015年經銷商大會合影



黃麗梅榮獲經銷商頒獎

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。2015年執行夏季推廣會共計44場，冬季推廣會共計13場，2015年推廣費資金支持費用達新臺幣1,614仟元，2016年度預計舉辦53場推廣會。

鮮活通過各種各樣的形式為客戶提供服務，包括經銷商客戶來我司培訓並獲得培訓證書。同時，業務人員制定客戶拜訪計劃，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、布局上，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，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。



2015年鄭州夏季推廣會



鮮活果汁第二屆技術交流會

■ 5.1 客製化服務與關係培養

3、華北及華南生產基地

爲了能讓南、北方的客戶能獲得更即時的協助，公司在廣東肇慶和天津開設分廠，爲區域的客戶提供更加快捷有效的服務與協助，因地制宜，就近瞭解當地的飲品特色，滿足區域客戶的需求，提高服務的品質。



天津開工



廣東肇慶開工

4、市場價格保護政策與措施

鮮活一直以區域秩序穩定作爲市場管理的重要指標，隨著全國市場的配銷通路的競爭，爲進一步強化區域及價格秩序穩定，特別在產品標籤上加入二維碼，以追溯產品的流通源頭，加大對經銷商市場秩序管控制度的宣導，針對經銷商跨區域銷售的情況，鮮活會相應的處罰，如調高產品出廠價，回收跨區域銷售的所有產品，情形嚴重者進行罰款，若持續再犯會減少一定的返利措施甚至與其終止合同。同時爲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，小組成員來自於業務部市場課，現有兩名網路維護人員，主要是對產品進行統一零售定價，規範淘寶店家的經營行爲，以此穩定整體價格秩序，對於區域經銷商或淘寶商家出現亂價銷售或越區域出貨行爲，鮮活則會根據現有的管理制度進行市場秩序維護。鮮活與專業的網路維護公司簽訂合同，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；同時，我司針對低價銷售的商戶給予相應的規範指導，引導其按規定報價銷售；對於勸導後仍不配合的商戶，我司將以“商標侵權”的形式委託網路維護公司對該商戶進行處罰，對情形嚴重者將採取扣分或關店的投訴處理。後期會針對公司需要進行管控的產品品項進行全網低價檢索，持續跟進經銷商及淘寶商家的售價行爲，最終實現價格的規範化。2015年關於商標侵權共投訴賣家335起，處理侵權連結1791個。

伍. 客戶互動



上圖為鮮活藍莓醬的標籤，特別加入了二維碼，追溯產品的流通源頭，加強對經銷商的管控。隨著二維碼行業的逐漸成熟，以及手機終端智慧化的發展，二維碼的應用越來越多，二維碼技術已廣泛地被現代企業所採用。鮮活為維護全國各區域市場秩序，特別在產品標籤添加二維碼，增加產品的可追溯性，加強對經銷商市場的管控。截止到2015年12月，已有7個系列，共49款產品標籤附著二維碼。二維碼的添加，促進了鮮活產品在經銷、分銷管道中的有序流動，提高鮮活產品的管道管理水準，也為保證整個銷售體系的和諧運作奠定一定基礎。

客戶小故事分享



廣州捷名洋公司總經理顏偉聰

廣州捷名洋公司與鮮活合作了近16年的時間，這期間兩家公司共同發展，互惠共贏。作為鮮活第一大客戶，捷名洋16年來，不斷的成長，與鮮活連續合作的同時，更是結下深厚的友誼。在2015年廣東肇慶分廠開工慶典上，捷名洋總經理顏偉聰先生分享到：鮮活對於他來說，不僅僅是合作的客戶，更是親如兄弟的家人。廣東分廠的設立，為華南市場注入新的活力，與此同時，也是能夠為當地客戶，提供更加專業的、客製化的產品，與更好的服務，滿足不同客戶的實際需求。這是鮮活又一重大跨越，也為成就華南、西南區域客戶共贏打下堅實的基礎。未來，我們定將與鮮活一如既往精誠合作，共同譜寫新的篇章，與鮮活共成長同進退。

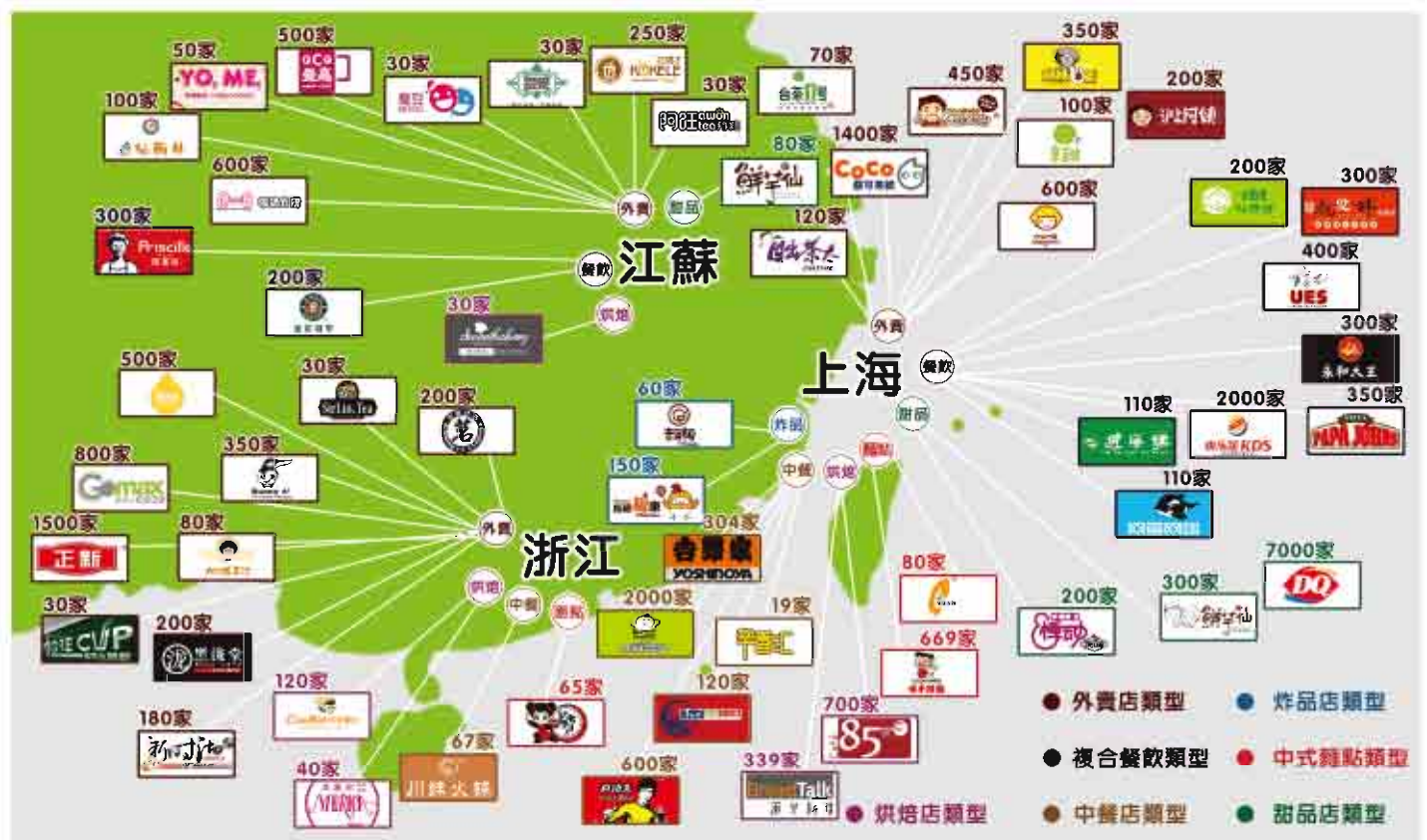
5.1 客製化服務與關係培養

5.1.2連鎖餐飲

5.1.2.1關係培養與管理

鮮活的連鎖餐飲客戶遍布全國各地，其中全國性餐飲連鎖系統客戶鮮活品牌占有率約六成，共有56個品牌，26000多家門店（如下圖），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。

2015年連鎖餐飲店華東地區的分布圖



伍. 客戶互動

1、協助客戶開發產品

公司的區域業務負責人直接服務客戶，對連鎖餐飲客戶實行點對點服務，保持客戶服務的快速反應機制，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；針對客訴，公司要求2個工作日內完成處理，並給與客戶滿意的答覆與處理意見。同時公司為連鎖餐飲客戶提供客製化的特色服務，根據各類客戶的特色、定位，定期提供產品應用的技術指導，包括專屬產品即客製化產品、標籤及專屬包裝，公司在2015年加強對產品品質的重視，進行精品工程建設，對現有產品進行品質升級，著重加強對主流品項的相關原料的深入瞭解，完善其工藝製程，提升內在品質；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，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；最後面對公司內部研發的新品，加強對新品品質的監管，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，通過這一系列的措施給與客戶有保障的、精美的產品與服務。

2、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。客戶也可以從產品生產製程更快地瞭解鮮活產品並給出回饋意見，亦可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 創新產品研發

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，公司以過去優勢技術為基礎，並進行更進一步的研究，藉以提升產品品質與增加產品特色及附加價值，公司致力於產品研發，收到250項客戶對新品需求，每年大約有30個新產品的開發，不斷的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十項，未來在專利布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。

5.2.1.2 品牌推廣增加客源

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，並獲得不錯的成績。2013年至2015年公司共參加FIC展（中國食品添加劑和配料展覽會）3次，上海酒店展3次，北京咖啡展2次，廣東酒店用品展3次，上海烘焙展3次以及昆山進口展3次、中國餐飲展1次，提高鮮活果汁品牌知名度、增加客源，實現了與客戶全方位的溝通交流與共同發展。



2015年廣州酒店展



2015年中國餐飲展

伍. 客戶互動

5.2.1.3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，所以不會賣給其他客戶針對此類產品，同時ERP系統設置為特定的客戶才可以發貨，以此進行保護。在後端，研發品管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，贏得公司所有客戶一致好評。

5.2.1.4微信與客戶互動

截止到2015年12月，共發布微信56條；微信關注人數8134人。2015年，為展現產品力，提升更專業的線上推廣及品牌形象，編輯“鮮活世界之旅系列”主題微信，探索鮮活原料產地，尋找最初的味道。首期推出，閱讀7天閱讀人數2071人次，閱讀率達到33%。除此，為能使受眾更為直接深入瞭解我司產品及其應用，微信推廣小組特別推出鮮活小課堂相關視頻微信，2015年推出的兩期視頻微信，七天閱讀率均達到30%以上，騰訊視頻播放量累計達到9064次。

5.2.1.5組織年度客戶旅遊

2015年12月，公司組織優秀客戶赴臺灣進行了為期八天的旅遊度假。享受臺北，品味臺南，領略高雄，漫步墾丁。每一處，都散發著不同風情，讓人流連。阿里山看日出、沙灘晚宴、歡暢遊輪、舒緩放鬆溫泉……愜意歡樂的臺灣遊，不僅愉悅了心靈，更是增強了客戶的凝聚力、榮譽感，讓客戶對公司有了更深一層的瞭解與認識，增進了彼此的友誼。旅遊圓滿結束，留給所有人的是一段美好的回憶，也讓客戶更加堅定與鮮活攜手，共創未來的信心。



客戶臺灣遊

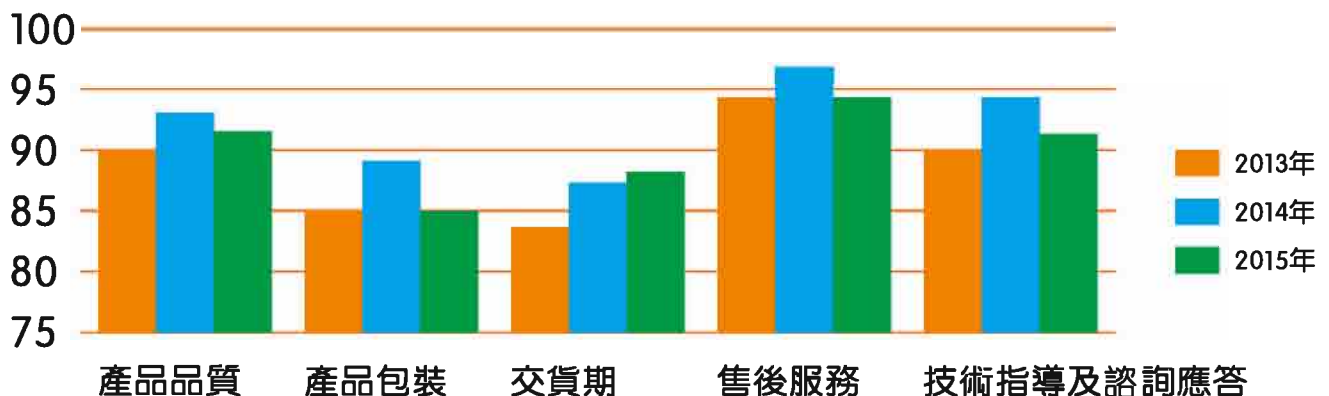
■ 5.2 客戶滿意度

5.2.2 客戶滿意度調查

5.2.2.1 調查的對象、方式、頻率

公司每年執行的客戶滿意度調查問卷，每月業務部向顧客發送顧客滿意度調查表，調查表發送對象主要以發生客訴的客戶和上月出貨的客戶為主。就公司產品品質、產品包裝、交貨期、售後服務、技術指導、諮詢回覆等多方面收集客戶回饋意見，調查對象為經銷商、連鎖餐飲和工廠，每月調查一次，每次發出的客戶滿意度調查表需至少收回10份的回饋，每年至少需要回收120份客戶滿意度調查表。2013年至2015年度根據上述五大塊客戶評分匯總得出本年度客戶滿意度總體評分。2013年度評分爲89.82，2014年度評分爲92.45，較2013年度相對平穩，2015年度評分爲91.13，較2013年度增長2%。因此能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，爲能達到客戶的滿意提供更好的創造力量。

2013年度-2015年度滿意度調查表對比圖



5.2.2.2 調查結果與後續處理

客戶對問卷中的產品品質、產品包裝、交貨期、售後服務及客戶對技術指導及諮詢回覆進行評分。評分標準分爲四個等級：很滿意10分，滿意9分，一般6分，不滿意0分。

鮮活針對客戶的回饋由總經理審核分析報告，業務部將滿意度報告和明細發給權責部門，低於目標分數值85分的，需權責部門進行確定糾正及預防措施。最後針對公司實際情況或客戶要求對單一或特殊情況予以回覆客戶。

伍. 客戶互動

5.2.3市場調研

爲能及時瞭解市場動態及客戶需求，鮮活在2015年開展市場調研工作。主要以口味測試及電話訪問方式爲主。2015年，分別在廣州中國餐飲展及廣州酒店展進行口味測試，搜集問卷292份，主要針對鮮活現調機產品及餐飲通路新品進行調研，瞭解客戶對於鮮活產品的感官評價。除此，針對輔銷品促銷及區域市場情況，向我司前50大經銷商客戶進行了電話訪談形式問卷調研，從中瞭解到客戶對於促銷產品的需求、各區域市場特性及鮮活在各區域市場上表現等。

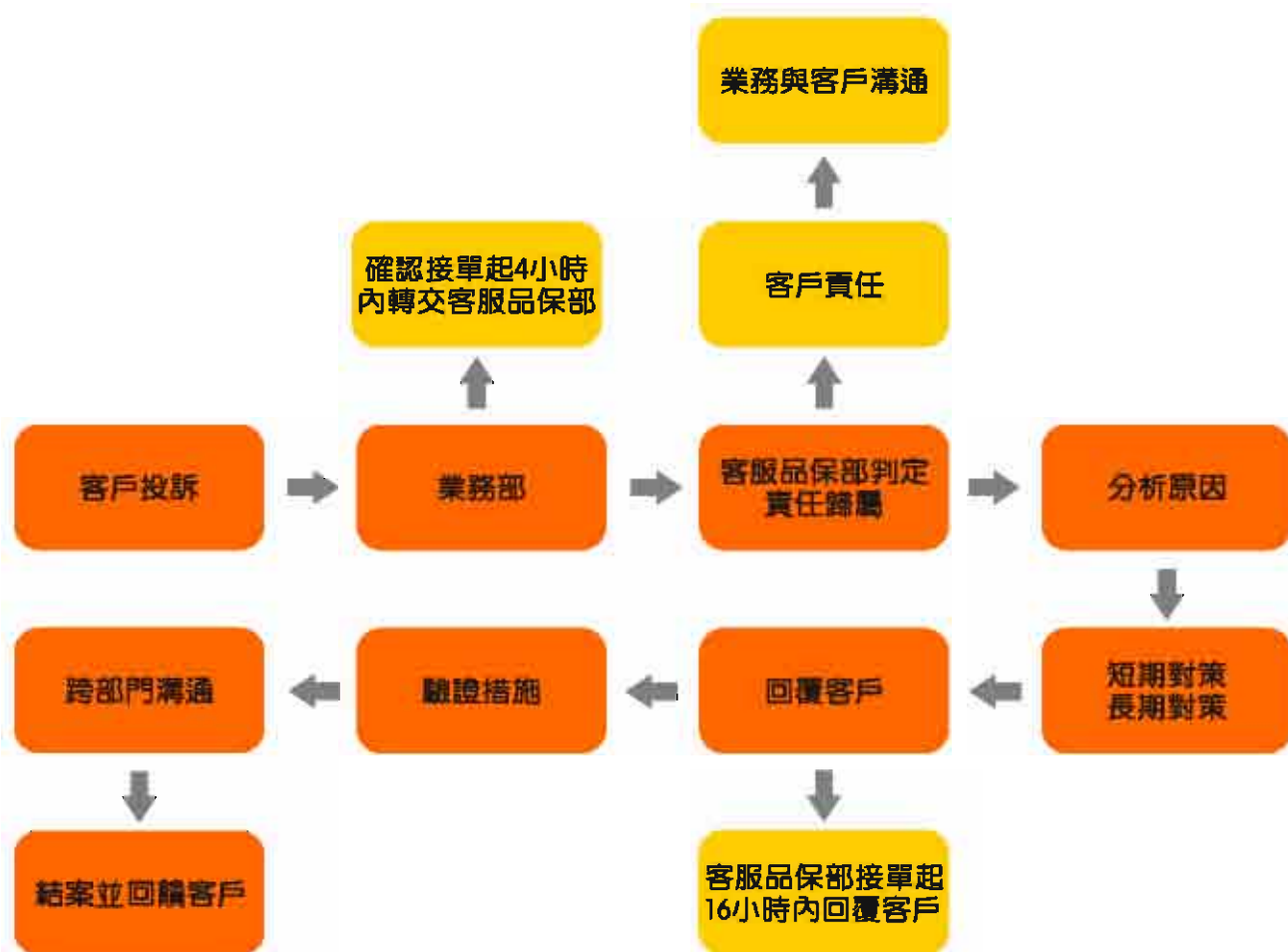


市場調研現場

5.2 客戶滿意度

5.2.4客訴

5.2.4.1客訴標準處理流程



伍. 客戶互動

5.2.4.2客訴件數、處理結果

針對客戶的投訴，公司業務部市場課負責人員根據開立的客戶異常回饋受理單，於工作日的4個小時內轉至客服品保部。客訴專員針對客訴產品的成品留樣狀況、成品庫存狀況、成品製程狀況、原料狀況、出貨狀況及物流狀況做排查，於工作日的16個小時內完成初步調查，依業務或客戶要求給予書面說明函件。另外公司將異常設立專案處理的客訴以品質專案處理，形成專案報告，給客戶以滿意答覆。

2015年共計回饋43起客訴，客服品保部於第一時間立案處理，並全部已結案。針對2015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。



陸. 永續環境

產品耗電量

1.131 度/新臺幣仟元

產品耗電量為1.131度。

柴油使用量

0.255 公斤/新臺幣仟元

產品之柴油使用量為0.255公斤。

產品碳足跡證書

0.38 公斤/碳排放量

取得“產品碳足跡證書”，每公斤產品碳排放量為0.38公斤。

6S活動升級為7S

6S+1S→7S

整理Seiri、整頓Seiton、清掃Seiso、清潔Seiketsu、素養Shitsuke、安全Security
+節約Saving→7S)

6.1 永續環境政策

6.1.1 環境政策

6S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6S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。



2011年,鮮活正式成立6S工作小組,由吳明憲董事擔任組長,各部門主管擔任組員,從上至下切實推動6S工作。2013年-2015年,公司每天6S管理2次,每月抽查評分2次,每月舉辦6S發布會1次,每年舉辦1次6S年度總結及表彰大會。公司計劃於2016年年初將6S活動升級為7S,增加節約,以減少浪費,創造高效工作環境。



改善前



改善後

創意項

改善點: ONY打印機櫃子

改善成果: DIY一個小櫃子,放置打印機

標竿車間活動介紹

標竿車間活動已推行七年。為適應產品客製化、少量多樣化需求。我們通過對設備性能的不斷改善，提高設備使用效率，降低設備故障率。通過目視化管理減少操作失誤率，提高工作效率。在產品品質方面，我們不斷優化區域環境，防止交叉污染的發生，提高產品品質。將果汁做到安全、放心。



標竿活動分享

如何來提升企業的競爭力，永遠是各企業不變的大課題。我們需要做的，就是去尋找各個環節的可優化點，並逐一排除其中存在的問題點。每個人看到的點和面不同，角度也不同，所以我們通過標竿改善會議進行交流溝通，學習別人好的改善，來對照改進自己的不足。

我們不斷發現、解決問題，並保證後續的傳達執行，將稽核查檢做到位，對其進行規範化和體制化，這一系列的問題都是我們一直關注的重點。我們彙整資料，透過歷史資料與目標，從效率、成本、客訴率等實質性數字，來看整個標竿改善活動的成效。“泰山不讓其土，故能成其大，河海不擇細流，故能就其深”說的就是點滴基礎很重要。對於問題的認識，我們必然要經歷由點到面的逐步深入的過程。所以，我們還需要不斷解放思維的局限性，去挖掘更多改善的深度和廣度。

對於發展中的企業，未來的路還有很長；那麼對於我們，未來需要做的一樣很多。我們共同期待，一起加油！

鮮活員工-王健

6.1.2環保投資支出

年份	環保成本項目	金額
2013	設備汰換	2,614
2014	空氣改善和製程改良	3,436
2015	節約能源，減少污水排放	2,839

單位:新臺幣仟元

2013年，公司進行設備汰換，自動化改造工程支出新臺幣2,614仟元。

2014年，公司進行車間空氣改善措施，更換車間粉塵過濾器，支出180仟元新臺幣；製程改良，更新殺菌機和灌裝機3,256仟元新臺幣。此兩項措施的完成，可以改善車間工作環境，降低產品能耗強度。

2015年，公司改良污水處理設備，支出179仟元新臺幣；傳統柴油鍋爐，改造成市政管道蒸汽，支出2660仟元新臺幣。此兩項措施的完成，響應了昆山市政府宣導的企業節能減排工作。

6.1.3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》，2013-2015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

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。定期向車間生產人員倡導，節約用電，午休時間段關閉設備電源。推動辦公室節能，嚴格規定空調溫度的設定（夏天室內溫度在33℃以上，冬天室內溫度在7℃以下才使用空調）。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。

照明燈汰換

為推動高效率照明，生產車間及倉庫進行耗能評估，取消高耗能高壓鈉燈，由原來功率為250瓦之照明燈管更換為功率80瓦之節能燈200盞，每年可以減少二氧化碳排放量81.25噸。

公車管控及通勤車更新

2013年，公司開始控管車輛單位里程汽油使用量(標準平均為0.1公升/公里)，在車輛使用量基本不變的前提下，年汽油使用量比2012年減少6,135公升，減少二氧化碳排放量13.8噸。2014年12月，公司開始推出電力員工通勤車，每天接送員工需行駛100公里，每年行駛252天，按照柴油通勤車油耗0.31公升/公里，純電動通勤車電耗1.0度/公里，每年可以減少二氧化碳排放0.34噸。

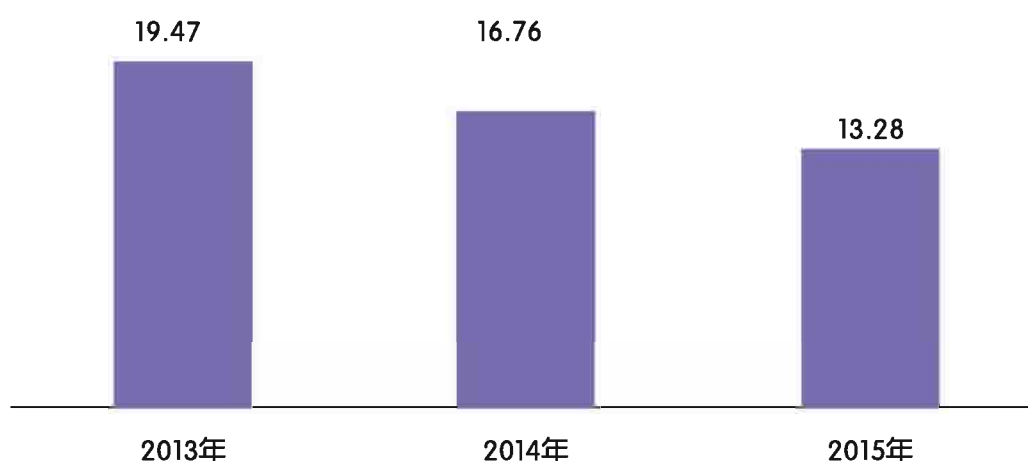


原物料及包材使用量

伴隨著年產值的增長，鮮活使用的原物料保持穩中有降：2013年，原物料使用33,678,554公斤；2014年，原物料使用34,424,520公斤；2015年，原物料使用31,946,707公斤。得益於公司產品轉型策略，產品等級從中端慢慢轉向中高端，產品的單位價值逐步提升，使得原物料使用強度逐步降低，見下圖：

2013-2015年鮮活公司原物料使用強度

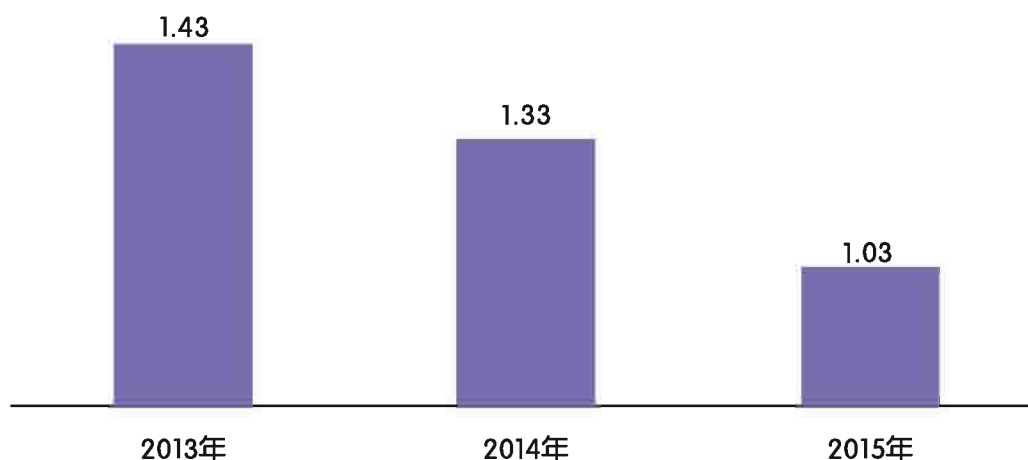
■ 單位銷值之原料使用量：公斤/新臺幣千元



2013年，產品包材使用2,464,805公斤；2014年，產品包材使用2,725,375公斤；2015年，產品包材使用2,488,110公斤。2015年，公司產品轉型升級，附加值逐步提升，使得包材使用密集度下降明顯，見下圖：

2013-2015年鮮活公司包材使用密度

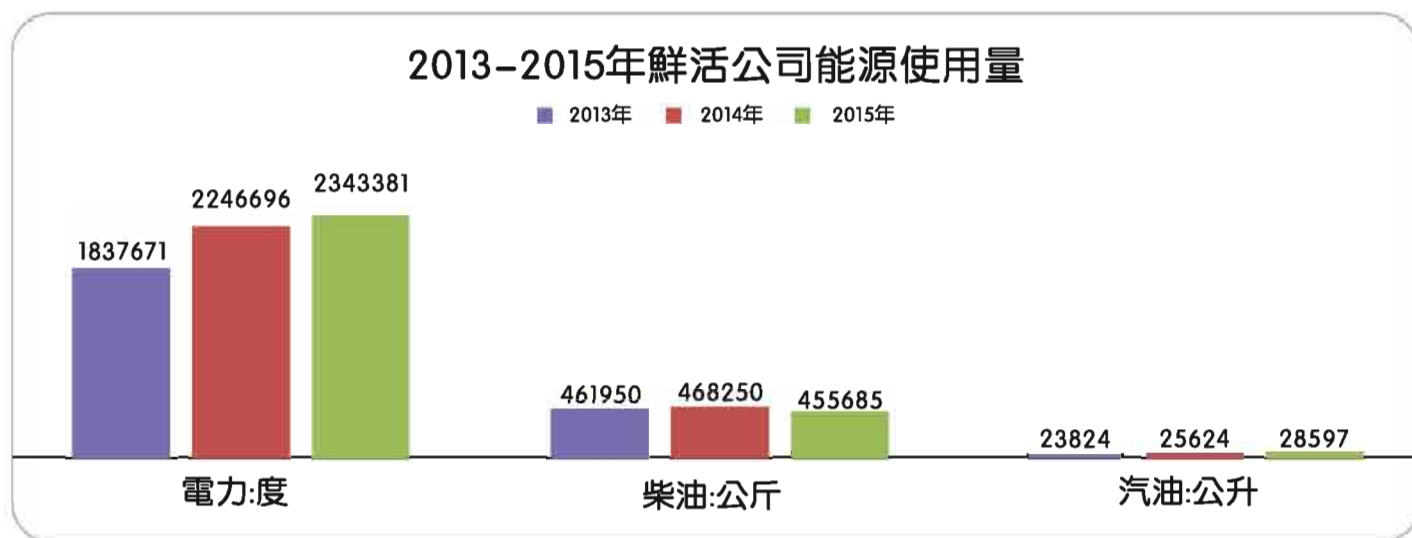
■ 單位銷值之包材使用量：公斤/新臺幣千元



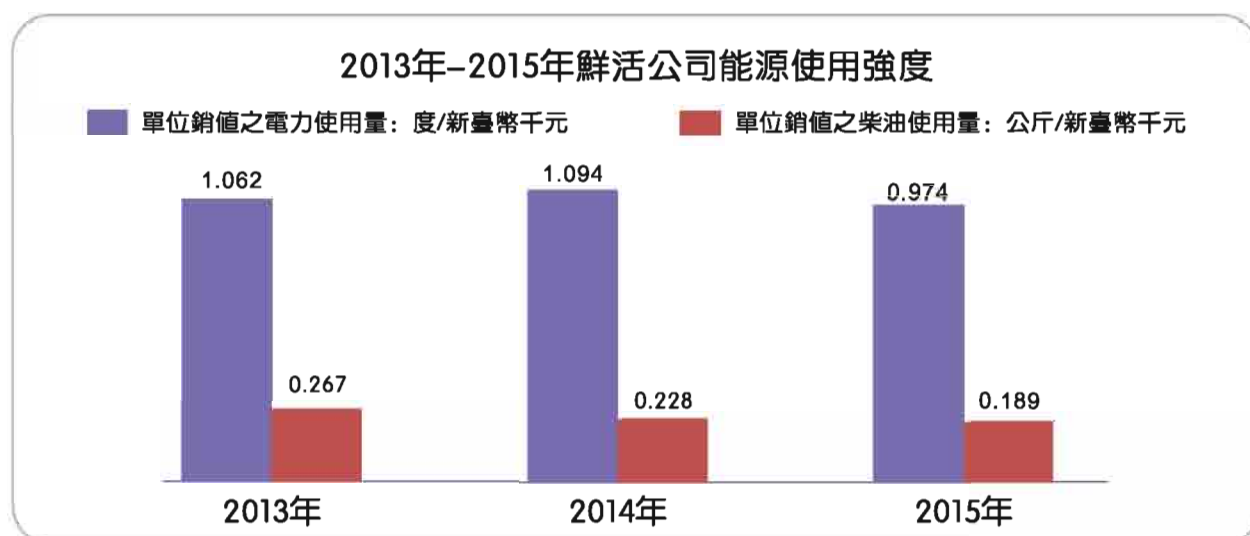
6.2 能資源管理

能源使用量及產品能源強度

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 柴油，主要用於鍋爐和應急發電；③ 汽油，主要用於公車。2013-2015年，能源使用情況如下：



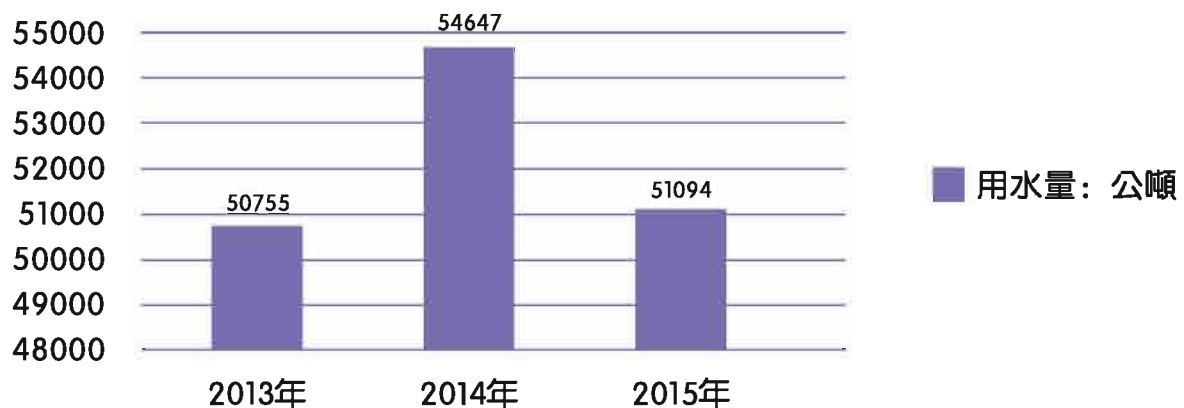
2015年，公司產品銷售額年增長率15%以上，而用電量增長率則控制在5%以下。2014年，公司單位銷值之電力使用量為1.094度/新臺幣仟元，到2015年公司單位銷值之電力使用量為0.974度/新臺幣仟元，用電強度略有下降。2013年，公司單位銷值之柴油使用量為0.267公斤/新臺幣仟元；2014年，公司開始嚴格控管鍋爐使用時間，更新重要部件，使得單位產品柴油強度降低，單位銷值之柴油使用量為0.228公斤/新臺幣仟元；2015年，公司單位銷值之柴油使用量為0.189公斤/新臺幣仟元，單位銷值之柴油使用量進一步下降，主要原因是2015年11月份開始，公司柴油鍋爐停止使用，改用政府提供市政管道蒸汽。



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：2014年公司年度用水量為54,647噸，2015年公司年度用水量為51,094噸。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。

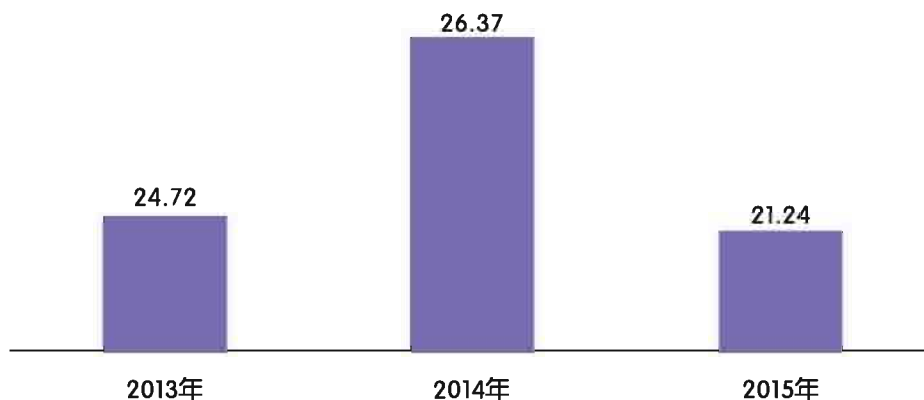
2013-2015年鮮活公司自然水量



2015年，公司中試車間改造節水管道，所有物料走管路，減少清洗用水，使得清洗無衛生死角，節省用水量。通過以上節水措施，公司用水密度從2014年的26.37公斤/新臺幣仟元；降低至2015年的21.24公斤/新臺幣仟元。

2013-2015年鮮活公司用水密集度

■ 單位銷值之用水量：公斤/新臺幣千元



6.2 能資源管理

2015年，公司完成蒸汽冷凝水回收工程。由車間所有疏水閥接管引回鍋爐房，供鍋爐重覆給水使用，節約能源及用水。冷凝水回收系統回收蒸汽系統排出的高溫冷凝水，可最大限度地利用冷凝水的熱量，節約用水，節約燃料。① 100%地回收冷凝水的熱量，並加以有效利用，鍋爐的燃料消耗可以節約20%-30%。② 冷凝水接近於飽和狀態下的蒸餾水，是理想的鍋爐補充水，可以大大減少鍋爐的排污次數，從而可以節省燃料、水處理成本和水耗量。③ 提高換熱設備效率，降低熱力系統的腐蝕。由於蒸汽冷凝水中氧氣含量明顯降低，對設備管道的腐蝕明顯減弱，極大地延長了設備的使用壽命。

2016年，鮮活二期工程，規劃建設中水回收系統，設計水質符合《城市雜用水水質標準》GB/T18920-2002，用於洗車、沖廁及綠化澆水。中水回用設計量5 立方米每小時，預計每天可以節約用水40噸。

6.2.3 產品碳足跡

2014年，公司啓動產品碳足跡評估工作，依據標準《PAS2050:2011商品和服務在生命週期內的溫室氣體排放評價規範》，從原料採購、產品製造、產品分銷與運輸等階段計算碳排放量，計算出公司每公斤產品碳排放量為0.38公斤。鮮活憑藉多年在降低產品碳排放量方面做出的努力，2014年12月29日獲得由中國品質認證中心頒發的“產品碳足跡證書”，作為中國食品行業首家獲此殊榮的企業，鮮活將繼續踐行環保理念，走可持續發展的道路，履行企業應盡的社會責任，與政府以及各企業，共同推動低碳生態經濟的深化發展。

2015年，公司啓動產品“精品工程”，改進“陽光翡麗”牌糖漿產品的包裝瓶：原先70克850ml的PET塑膠瓶，更新至70克1000ml的PET塑膠瓶。在塑膠瓶重量不變的前提下，可以提升產品裝載重量17.6%。此項措施的執行，每年可以減少PET塑膠使用量3,162公斤。

公司計劃於2016年增加碳足跡標籤的產品，向客戶提供公司在“原材料獲取、產品生產”過程中堅持減少物質、能源消耗及減少有害物質排放的產品理念，並為環境保護做出貢獻。



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，利用厭氧塔經厭氧處理後，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。

2013-2015年鮮活公司廢水指標



2013年，每天的廢水排放量為68噸；2014年，每天廢水排放量73噸。2015年，每天廢水排放量77噸。2015年，公司年度銷售額增長15%，而廢水排放量增長率控制在5%左右。

2013年到2014年，公司廢水COD濃度和CH4排放量有所增加，主要原因分析如下：① 車間在生產線總數維持不變的前提下，公司每年新品增加近20%，使得每條生產線每日生產的品項同比例增多，清洗頻率增高，導致廢水中糖分增多，COD濃度也相應增高。② 落實公司用水控管措施，生產線每次清洗用的水量逐步減少，利用率提高，也會導致廢水中糖分增多，COD濃度增高。

2015年，鮮活採取了以下2項措施降低排放廢水COD濃度和CH4產生量：① 增加原水水箱體積和個數，使得車間流出的廢水指標能夠均勻穩定，如此便於廢水處理，使得排放水指標穩定；② 定期更換厭氧塔中的污泥顆粒，提高污泥活性，提升廢水處理能力，降低排放廢水的COD濃度。通過以上兩項措施的實行，與2014年相比，2015年公司的廢水COD濃度降低了58%，CH4排放量降低了53%。



6.3 污泥防治與排放

鮮活果汁公司污水處理流程圖

1、過濾篩：孔徑大小5mm，去除顆粒較大的懸浮物。

2、水箱（ $100\text{M}^3+126\text{M}^3$ ）車間水經抽水機抽至水箱存儲。

3、調節池：調節污水PH、溫度、營養元素，保證進入厭氧塔的污水處於最適宜微生物處理狀態。

4、兩座厭氧塔（VABR反應器）：整個污水處理流程的核心，降低污水COD。

5、缺氧池：主要作用是沉澱。

6、好氧曝氣池（兩個）：池容： 76.44M^3 。

7、二沉池：池容： 40.04M^3 作用是沉澱。

8、清水池：池容： 15.3M^3 。

9、污泥濃縮池：處理二沉池和清水池底部的污泥。

10、離心機：脫泥去水。



廢水過濾篩



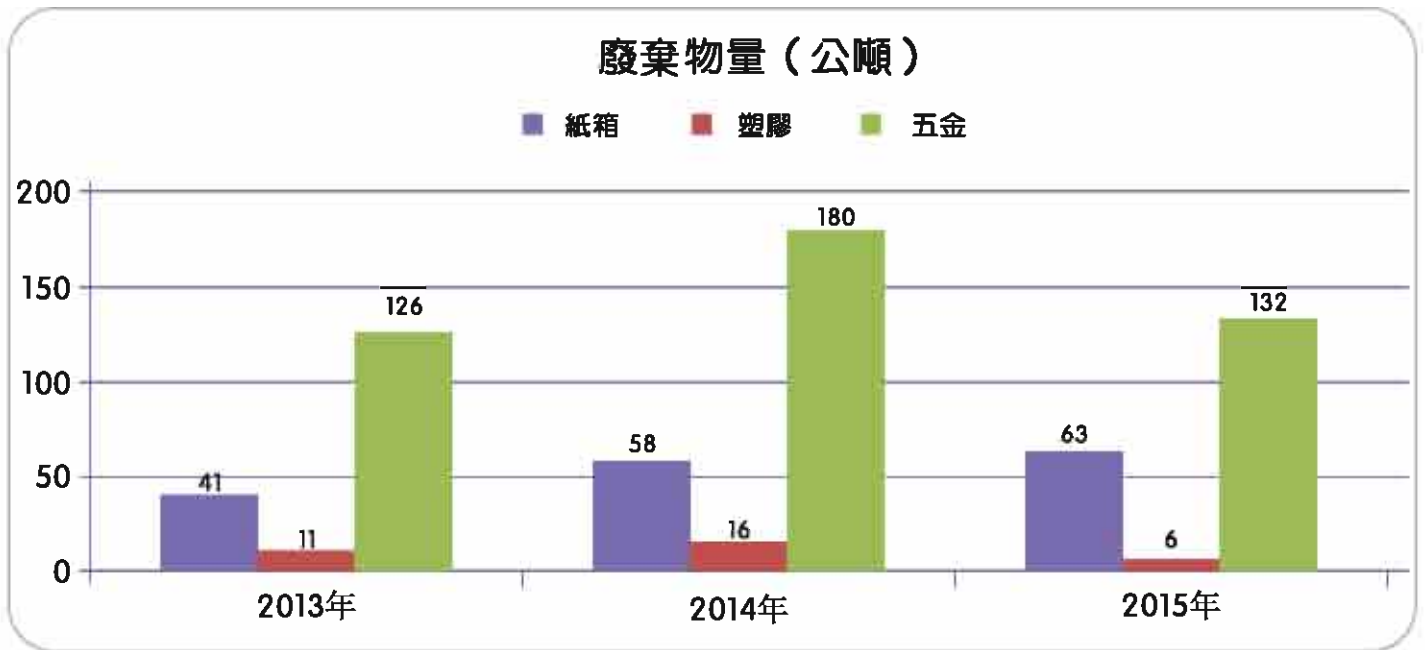
廢水水箱



厭氧塔

6.3.2廢棄物

公司產生的廢棄物主要有三類：塑膠製品-PE袋、塑膠原汁桶、果汁塑膠瓶等；紙製品-原料紙箱、辦公廢紙等；五金廢品-報廢設備、原汁鐵桶等。2015年，廢棄物總量201噸，其中五金占比66%、紙箱占比31%、塑膠占比3%。公司廢棄物主要交由昆山市張浦鎮環衛所處理，其處理方式主要有兩種：焚化和回收，其中焚化占比5%，回收利用占比95%。



2013-2014年，公司廢棄物總量逐步增加，主要原因是：① 車間生產量每年以30%的速度增長，帶來原料使用量同步增長，原料包裝的紙箱、塑膠袋、鐵桶也同步增長。② 車間老舊設備和管道逐步淘汰，帶來報廢五金廢品增多。

2015年，公司開始採取多項措施減少廢棄物的排放量：原料白塑桶清洗後重覆使用，用於車間備料，此項措施減少了60%的塑膠廢品；辦公列印紙雙面列印使用，此項措施減少了30%的辦公廢紙；拆卸報廢設備和管道，選擇可用零部件二次使用，此項措施減少了26%的五金廢品。



GRI 4.0 指標索引

一、一般標準揭露

指 標	頁碼	對應章節及補充說明	外部確信
-----	----	-----------	------

策略與分析

G4-1	提供組織最高決策者的聲明	P3-4	經營者的話
------	--------------	------	-------

組織概況

G4-3	說明組織名稱	P5	1.1.1公司簡介
G4-4	說明主要品牌、產品與服務	P8	1.1.3鮮活產品
G4-5	說明組織總部所在位置	P5	1.1.1公司簡介
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	P5	1.1.1公司簡介
G4-7	所有權的性質與法律形式	P5	1.1.1公司簡介
G4-8	說明組織所提供服務的市場	P8 P61-68	1.1.3鮮活產品 5.1客製化服務與關係培養
G4-9	說明組織規模	P5 P9-10	1.1.1公司簡介 1.1.4財務績效
G4-10	按雇用類型、雇用合約及雇用地區畫分的員工總數	P21-25	2.1.1鮮活夥伴
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	P36	2.4.1工會組織
G4-12	描述組織的供應鏈	P52-56	4.2 負責任的供應鏈
G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化		報告期間內無重大變化
G4-14	說明組織是否具有因應相關之預警方針或原則	P11-12	1.2.2風險管理
G4-15	列出經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議		未簽署有相關規章、原則或其他倡議
G4-16	列出組織參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性倡議組織的會員資格		昆山市臺灣同胞投資企業協會會員、 蘇州市上市公司協會會員

鑒別重大考慮面與邊界

G4-17	合併年報中的相關組織		合併財務報表所包含個體請詳本公司2015年度股東會年報；本報告書揭露資訊以鮮活食品(昆山)有限公司及鮮活果汁工業(昆山)有限公司為主
G4-18	界定報告內容和考量面邊界的流程	P16-19	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考量面
G4-19	列出所有在界定報告內容過程中所鑒別出的重大考量面	P16-19	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考量面
G4-20	針對每個重大考慮面，說明組織內部在考量面上的邊界	P16-19	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考量面

GRI 4.0 指標索引

GRI 4.0 指標索引

一、一般標準揭露

指 標	頁碼	對應章節及補充說明	外部確信
G4-21	P16-19	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考量面	
G4-22		無此情形	
G4-23		無顯著改變	

利害關係人議合

G4-24	列出組織進行議合的利害關係人群體	P16	1.4.1 利害關係人辨識	
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑒別與選擇的方法	P16	1.4.1 利害關係人辨識	
G4-26	說明與利害關係人議合的方式，包含依不同利害關係群體及形式的議合頻率，並說明任何的議合程序是否特別為編制此報告而進行	P16-19	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考量面	
G4-27	說明經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何響應這些關鍵議題與關注事項，包括透過報告。說明提出每一關鍵議題與關注事項的利害關係人群體	P16-19	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考量面	

報告書基本資料

G4-28	所提供資訊的報告期間	P1	關於本報告書	
G4-29	上一次報告的日期		2014年1月1日至2014年12月31日	
G4-30	報告周期	P1	關於本報告書	
G4-31	提供可回答報告或內容相關問題的聯絡人	P1	關於本報告書	
G4-32	GRI 揭露指標、遵循的依據以及外部聲明書	P1 P83-85	關於本報告書 附錄會計師確信報告	

保證/確信

G4-33	組織為報告取得外部查證的政策與做法	P1	關於本報告書	
-------	-------------------	----	--------	--

治理

G4-34	說明組織的治理結構，包括最高治理機構的委員會。鑒別哪些委員會分別負責經濟、環境及社會衝擊的決策	P13-15	1.3公司治理	
G4-38	說明最高治理機構及其委員會的組成	P13-15	1.3公司治理	

倫理與誠信

G4-56	描述組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則	P15	1.3.1誠信經營	
-------	-------------------------------	-----	-----------	--

GRI 4.0 指標索引

二、特定標準揭露

考慮面	指 標		頁碼	對應章節及補充說明	外部確信
類別：經濟					
經濟績效	DMA		P9-10	1.1.4財務績效	
	G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	P9-10	1.1.4財務績效	
	G4-EC4	自政府取得之財務補助	P10	1.1.5政府補助	
市場形象	DMA		P25-29	2.1.2薪酬與福利	
	G4-EC5	在重要營運據點，不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例	P25-29	2.1.2薪酬與福利	
間接經濟衝擊	DMA		P37-44	3深耕社會	
	G4-EC7	基礎設備的投資與支持服務的發展及衝擊	P42	3.2.3大學生實習計劃	
採購實務	DMA		P52-54	4.2.1供應商採購原則	
	G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之比例	P52-54	4.2.1供應商採購原則	
類別：環境					
原物料	DMA		P75-77	6.2.1 能源	
	G4-EN1	所用原物料的重量或體積	P76	6.2.1.3 原物料及包材使用量	
能源	DMA		P75-77	6.2.1 能源	
	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	P77	6.2.1.4能源使用量及產品能源強度	
	G4-EN5	能源密集度	P77	6.2.1.4能源使用量及產品能源強度	
	G4-EN6	減少能源的消耗	P75-77	6.2.1能源	
水	DMA		P78-79	6.2.2水資源管理	
	G4-EN8	依來源劃分的總取水量	P78-79	6.2.2水資源管理	
	G4-EN10	水資源回收及再利用的百分比及總量	P78-79	6.2.2水資源管理	
排放	DMA		P75-77	6.2.1能源	
	G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	P75	6.2.1.1照明燈汰換 6.2.1.2公車管控及通勤車更新	

GRI 4.0 指標索引

GRI 4.0 指標索引

二、特定標準揭露					
考慮面	指 標		頁碼	對應章節及補充說明	外部確信
廢污水和廢棄物	DMA		P80-82	6.3污泥防治與排放	
	G4-EN22	依水質及排放目的地所劃分的總排放水量	P80-81	6.3.1廢水	
	G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	P82	6.3.2廢棄物	
產品與服務	DMA		P79	6.2.3產品碳足跡	
	G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	P79	6.2.3產品碳足跡	
法規遵循	DMA		P73-74	6.1.1 環境政策	
	G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	P75	6.1.3法規遵循	
交通運輸	DMA		P75-77	6.2.1能源	
	G4-EN30	為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊	P75	6.2.1.2公車管控及通勤車更新	
整體情況	DMA		P73-74	6.1.1 環境政策	
	G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	P74	6.1.2環保投資支出	
類別：社會					
子類別：勞工實務與尊嚴勞動					
勞雇關係	DMA		P21-29	2.1落實員工關懷	
	G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	P21-25	2.1.1鮮活夥伴	
	G4-LA2	按重要營運據點劃分，祇提供給全職員工的福利	P25-29	2.1.2薪酬與福利	
	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	P25-29	2.1.2薪酬與福利	
勞資關係	DMA		P36	2.4促進勞資和諧	
	G4-LA4	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	P36	2.4.2勞資溝通無障礙	

GRI 4.0 指標索引

二、特定標準揭露

考慮面	指 標		頁碼	對應章節及補充說明	外部確信
職業健康與安全	DMA		P33-35	2.3勞工安全衛生	
	G4-LA5	在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	P33-34	2.3.1安全生產委員會	
	G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	P34-35	2.3.2職場安全與健康	
訓練與教育	DMA		P30-32	2.2人才培訓與升遷獎勵	
	G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	P30-31	2.2.1教育訓練及職涯	
	G4-LA10	強化員工持續受雇能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計劃	P30-31	2.2.1教育訓練及職涯	
	G4-LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	P32	2.2.3績效管理辦法	
員工多元化與平等機會	DMA		P21-29	2.1落實員工關懷	
	G4-LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指針劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	P21-25 P13-15	2.1.1鮮活夥伴 1.3公司治理	
女男同酬	DMA		P21-29	2.1落實員工關懷	
	G4-LA13	按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬比率	P25-29	2.1.2薪酬與福利	
勞工實務申訴機制	DMA		P36	2.4促進勞資和諧	
	G4-LA16	經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	P36	2.4.2勞資溝通無障礙	
子類別：社會					
當地小區	DMA		P37-44	3深耕社會	
	G4-SO1	營運據點中，已執行當地社區議合、衝擊評估和發展計劃的據點之百分比	P37-44	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	
反貪腐	DMA		P13-15	1.3公司治理	
	G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	P15	1.3.1誠信經營	
	G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動	P15	1.3.1誠信經營	

GRI 4.0 指標索引

GRI 4.0 指標索引

二、特定標準揭露

考慮面	指 標		頁碼	對應章節及補充說明	外部確信
子類別：產品責任					
顧客的健康與安全	DMA		P45-52	4.1系統性的安全評估	
	G4-PR1	為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	P45-50 P56-57	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	
	G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	P51-52	4.1.4 法令合規	
產品及服務標示	DMA		P59 P69-70	4.3.3產品標示 5.2.1竭誠提供滿意服務	
	G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比	P59	4.3.3產品標示	
	G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	P71-72	5.2.2客戶滿意度調查 5.2.3市場調研	
顧客隱私	DMA		P45-59	4安心產品	
	G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	P70	5.2.1.3重視客戶資料的保護	
食品加工業補充指標					
供應商管理	DMA		P52-56	4.2負責任的供應鏈	
	G4-FP1	向符合公司採購政策的供應商購買的採購比率	P52-54	4.2.1供應商採購原則	
	G4-FP2	購買符合國際認證責任產品標準的採購比率	P54	4.2.2符合認證標準之採購	
營養且可負擔之食品	DMA		P40-44	3.2社區互助與關懷救助	
	G4-FP4	舉行推廣健康生活方式、預防心血管疾病、營養且可負擔之食品及改善社區之活動，這些活動之性質、範圍及有效性	P42-44	3.2.4 劍道推廣 3.2.5慈善捐助	
產品安全	DMA		P45-52	4.1系統性的安全評估	
	G4-FP5	製造產品經獨立第三方依國際認可食品安全標準進行認證的比率	P45-47	4.1.1嚴謹把關產品安全	
	G4-FP6	依產品類別，已銷售之產品中已降低飽合脂肪、反式脂肪、鹽及糖之比率	P59	4.3.4 健康提升	
產品標示	DMA		P59	4.3.3 產品標示	
	G4-FP8	除了法令規定之外，公司對於成份及營養資訊與消費者溝通之政策及處理	P59	4.3.3 產品標示	

依臺灣證券交易所「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（以下簡稱"作業辦法"）加強揭露資訊與確信項目彙總表

編號	標的資訊	頁碼	報導基準	作業辦法
1	公司2015年針對太全客戶認證稽核所提出3個缺失項召開質量會議，並對缺失項進行溝通和調查，制定出改善措施： 1. 外來檔中收錄的食品安全法2015.10.1才開始實施（非現行版本），故將舊版本（現行版本）繼續收錄保存於外來檔中 2. 車間周轉箱每周定期清洗一次，特別髒的當天即清洗，確保周轉箱清潔及內放物料外包裝潔淨 3. ①冷卻前網帶上方金屬材質吊頂開裂，報修工務進行修復；②入冷卻間處網帶上方牆面有膠脫落部分，重新修復；③灌裝間地面牆沿瓷磚破損，水泥裸露，報修工務進行維修。工務定期對車間牆面、吊頂、地面等進行檢查，如發現有破損立即進行維修保養。 公司對客戶整改落實進度情況進行追蹤，執行結果如下且影響所有產品類別(100%)： 1. 外來檔收錄法律法規已完成現行有效版本更新至最新狀態，並持續維護； 2. 車間周轉筐按照規定定期清洗，保持潔淨。 3. 車間牆面、地面等破損已維修完成，並定期檢查維修。	57	2015年度客戶依據稽核辦法例行性稽核之結果與改善措施。 比率系依據上述辦法適用範圍若涵蓋所有產品類別，即為100%。	第一款 第一目
2	每年組織二次的審核計劃，檢討食品安全管理體系ISO22000在內部運作的符合性、有效性，審核項目包含：食品安全管控、研發開發設計流程、供應商評鑑流程、原材料管控、倉儲管理流程、生產管控流程、產品質量過程管控、產品檢驗及產品銷售流程。2015年度第一次內審結果，檢查共64項，不符合項8項。第二次內審結果，檢查共172項，不符合項9項。所列出查核建議改善事項已於2016年1月底前全數完成改善事項。二次審核結果與改善影響所有生產產品類別100%。	56	依據ISO22000系統「內部審核管理程序」所制定的審核次數與規範，及其影響所有產品類別之比率。 比率系依據上述辦法適用範圍若涵蓋所有產品類別，即為100%。	第一款 第一目
3	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食品藥品監督管理總局(http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0001/)，以及地方江蘇食品藥品監管局(http://www.jsfda.gov.cn/)所公告有關食品製造業類別之法令規章。 於2015年度間，公司未收到來自主管機關與違反食品安全法規有關的來函罰款。	51	國家食品藥品監督管理總局以及地方江蘇食品藥品監管局公告食品法規查詢之網址。 2015年間因違反中國大陸地區食品安全相關法律法規暨相關施行細則、辦法及準則，主管機關來函罰款總數及違反類別。	第一款 第二目
4	2015年度向紙箱供貨商採購經FSC認證之紙箱金額占全年度紙箱採購總金額為80.6%	54	2015年度FSC紙箱採購金額除以當年度紙類紙箱採購金額之比率。	第一款 第三目
5	本公司2015年度所生產產品100%由經過食品安全管理體系ISO22000認證之廠房所生產。	45	ISO 22000證書，及2015年底取得ISO 22000認證之廠房所生產產品數除以總廠房所生產產品數之比率。	第一款 第四目

依臺灣證券交易所「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（以下簡稱"作業辦法"）加強揭露資訊與確信項目彙總表

編號	標的資訊	頁碼	報導基準	作業辦法																															
6	對於供應商評鑑，主要從六大方面進行到廠評鑑： 1. 基礎管理如體系建立與審核制度 2. 源頭管理 3. 研發與工藝過程控制 4. 倉儲及物流管理 5. 檢驗實驗室儀器設備檢驗及檢測能力 6. 可追溯與應急管理等。 2015年完成供應商到廠評鑑共26家，評鑑結果為A級供應商13家，B級供應商13家。占2015年度有交易原物料及包材供貨商家數的9.38 %。	55	2015年評鑑人員依據「供應商定期評鑑計劃」，執行各類別供應商適用之評鑑項目後到廠評鑑之供貨商家數與評鑑結果	第一款 第五目																															
7	公司100%果汁、果粒、果粉類產品皆可進行追溯與追蹤管理，已建立自上一階供應商到下一階產品出貨客戶之聯繫或電子文件，並依循ISO22000之7.9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。	50	2015年度依據ISO22000質量管理系統建置食品追溯追蹤系統之產品品項數總和除以全部自行生產之品項數計算得出比率。	第一款 第六目																															
8	<table><tr><th rowspan="2">內部 檢驗</th><th colspan="7">成品檢驗</th></tr><tr><th>飲料濃漿 系列</th><th>風味飲料</th><th>果汁（漿） 及其飲料 系列</th><th>含乳 飲料</th><th>果醬</th><th>固體 飲料</th><th>固體 飲料</th></tr><tr><td>執行 標準</td><td>Q/WXXH 00035 飲料濃漿 系列 （食品加 工用）</td><td>Q/WXXH 00045 風味 飲料</td><td>Q/WXXH 00055 果汁（漿） 及其飲料 系列</td><td>GB/T 21732 含乳 飲料 配置型含 乳飲料</td><td>GB/T 22474 果醬 果醬 果味醬</td><td>Q/WXXH 00025 固體飲料 普通型 蛋白型</td><td>GB/T 29602 固體 飲料</td></tr><tr><td>2015年檢 驗結果</td><td colspan="5">2015年總計檢驗9,655次，並無不符合標準情事。</td><td colspan="2">2015年總計檢驗1,936次，並無不符合標準情事。</td></tr></table>	內部 檢驗	成品檢驗							飲料濃漿 系列	風味飲料	果汁（漿） 及其飲料 系列	含乳 飲料	果醬	固體 飲料	固體 飲料	執行 標準	Q/WXXH 00035 飲料濃漿 系列 （食品加 工用）	Q/WXXH 00045 風味 飲料	Q/WXXH 00055 果汁（漿） 及其飲料 系列	GB/T 21732 含乳 飲料 配置型含 乳飲料	GB/T 22474 果醬 果醬 果味醬	Q/WXXH 00025 固體飲料 普通型 蛋白型	GB/T 29602 固體 飲料	2015年檢 驗結果	2015年總計檢驗9,655次，並無不符合標準情事。					2015年總計檢驗1,936次，並無不符合標準情事。		48	2015年度品保實驗室成品依標準實施檢驗之項目類別總數（已排除委托外部驗證機構檢驗之檢測項目數）。	第一款 第七目
內部 檢驗	成品檢驗																																		
	飲料濃漿 系列	風味飲料	果汁（漿） 及其飲料 系列	含乳 飲料	果醬	固體 飲料	固體 飲料																												
執行 標準	Q/WXXH 00035 飲料濃漿 系列 （食品加 工用）	Q/WXXH 00045 風味 飲料	Q/WXXH 00055 果汁（漿） 及其飲料 系列	GB/T 21732 含乳 飲料 配置型含 乳飲料	GB/T 22474 果醬 果醬 果味醬	Q/WXXH 00025 固體飲料 普通型 蛋白型	GB/T 29602 固體 飲料																												
2015年檢 驗結果	2015年總計檢驗9,655次，並無不符合標準情事。					2015年總計檢驗1,936次，並無不符合標準情事。																													

依臺灣證券交易所「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（以下簡稱"作業辦法"）加強揭露資訊與確信項目彙總表

編號	標的資訊	頁碼	報導基準	作業辦法																																													
9	2015年度品保實驗室的支出金額約新臺幣5,896仟元，占全年度合併營收淨額0.25%，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。	49	2015年品保實驗室支出除以經會計師查核之合併財務報表營業收入淨額之比率。	第一款第七目																																													
10	食品安全管理體系ISO22000年審未出現不符合情況。審核結果與改善影響所有生產產品類別為100%。	56	外部獨立驗證機構頒發ISO 22000證書食品安全管理系統審核結果 比率系依據上述辦法適用範圍若涵蓋所有產品類別，即為100%。	公司自願確信項目																																													
11	<table><tr><th rowspan="2">級別</th><th rowspan="2">供應商類別</th><th colspan="2">A級</th><th colspan="2">B級</th></tr><tr><th>數量</th><th>比例</th><th>數量</th><th>比例</th></tr><tr><td>2015年（上半年）</td><td>原料、輔料及包材</td><td>131</td><td>55%</td><td>109</td><td>45%</td></tr><tr><td>2015年（下半年）</td><td>原料、輔料及包材</td><td>151</td><td>71%</td><td>63</td><td>29%</td></tr></table>	級別	供應商類別	A級		B級		數量	比例	數量	比例	2015年（上半年）	原料、輔料及包材	131	55%	109	45%	2015年（下半年）	原料、輔料及包材	151	71%	63	29%	55	2015年度依據供應商評分標準，執行之供應商評分結果。	公司自願確信項目																							
級別	供應商類別			A級		B級																																											
		數量	比例	數量	比例																																												
2015年（上半年）	原料、輔料及包材	131	55%	109	45%																																												
2015年（下半年）	原料、輔料及包材	151	71%	63	29%																																												
12	<table><tr><th rowspan="3">委外檢驗</th><th colspan="8">成品檢驗</th></tr><tr><th>飲料濃漿系列</th><th>風味飲料</th><th>果汁（漿）及其飲料系列</th><th colspan="2">含乳飲料</th><th colspan="2">果醬</th><th colspan="2">固體飲料</th></tr><tr><td>執行標準</td><td>Q/WXXH 0003S 飲料濃漿系列（食品加工用）</td><td>Q/WXXH 0004S 風味飲料</td><td>Q/WXXH 0005S 果汁（漿）及其飲料系列</td><td>GB/T 21732 含乳飲料</td><td>配置型含乳飲料</td><td>發酵型含乳飲料、乳酸菌飲料</td><td>果醬</td><td>果味醬</td><td>普通型</td><td>蛋白型</td><td>Q/WXXH 0002S 固體飲料</td><td>GB/T 29602 固體飲料</td></tr><tr><td>2015年檢驗結果</td><td colspan="13">2015年總計檢測成品248次，其中發生2件飲料濃漿系列成品檢驗總酸未達檢驗標準情事。</td></tr></table>	委外檢驗	成品檢驗								飲料濃漿系列	風味飲料	果汁（漿）及其飲料系列	含乳飲料		果醬		固體飲料		執行標準	Q/WXXH 0003S 飲料濃漿系列（食品加工用）	Q/WXXH 0004S 風味飲料	Q/WXXH 0005S 果汁（漿）及其飲料系列	GB/T 21732 含乳飲料	配置型含乳飲料	發酵型含乳飲料、乳酸菌飲料	果醬	果味醬	普通型	蛋白型	Q/WXXH 0002S 固體飲料	GB/T 29602 固體飲料	2015年檢驗結果	2015年總計檢測成品248次，其中發生2件飲料濃漿系列成品檢驗總酸未達檢驗標準情事。													50	2015年度品保實驗室成品依標準委托外部驗證機構檢驗之檢測項目數。	公司自願確信項目
委外檢驗	成品檢驗																																																
	飲料濃漿系列		風味飲料	果汁（漿）及其飲料系列	含乳飲料		果醬		固體飲料																																								
	執行標準	Q/WXXH 0003S 飲料濃漿系列（食品加工用）	Q/WXXH 0004S 風味飲料	Q/WXXH 0005S 果汁（漿）及其飲料系列	GB/T 21732 含乳飲料	配置型含乳飲料	發酵型含乳飲料、乳酸菌飲料	果醬	果味醬	普通型	蛋白型	Q/WXXH 0002S 固體飲料	GB/T 29602 固體飲料																																				
2015年檢驗結果	2015年總計檢測成品248次，其中發生2件飲料濃漿系列成品檢驗總酸未達檢驗標準情事。																																																





資誠

會計師有限確信報告

資會綜字第 15009922 號

鮮活控股股份有限公司 公鑒：

本所受鮮活控股股份有限公司（以下稱「貴公司」）之委任，就選定民國 104 年度企業社會責任報告書（以下稱「社會責任報告」）所報導之績效指標執行確信程序。本會計師業已確信竣事，並依據結果出具有限確信報告。

確信標的資訊與報導基準

有關 貴公司所選定民國 104 年度社會責任報告所報導之績效指標（以下稱「確信標的資訊」）及其報導基準詳列於 貴公司民國 104 年度社會責任報告書第 89 至 91 頁之「依臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項加強揭露資訊與確信項目彙總表」。

管理階層之責任

貴公司管理階層應依據適當報導基準編製及報導民國 104 年度社會責任報告及其績效指標，並應建置相關流程、資訊系統及內部控制以防範民國 104 年度社會責任報告及績效指標有重大不實表達之情事。

執業人員之責任

本執業人員依據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」，對確信標的資訊執行確信工作，以發現前述資訊是否在所有重大方面有未依報導基準評估而須作重大修正之情事，並出具有限確信報告。此報告不對民國 104 年度社會責任報告整體及其相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信。

執業人員之獨立性及品質管制規範

本執業人員及本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、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

本所適用審計準則公報第四十六號「會計師事務所之品質管制」，因此維持完備之品質管制制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

資誠聯合會計師事務所 PricewaterhouseCoopers, Taiwan

11012 臺北市信義區基隆路一段333號27樓 / 27F, 333, Keelung Road, Sec. 1, Xinyi Dist., Taipei City 11012, Taiwan

T: +886 (2) 2729 6666, F: + 886 (2) 2757 6371, www.pwc.com/tw

所執行確信工作之彙總說明

本次確信工作依確信標的資訊，以 貴公司為工作執行範圍，執行之程序包括：

- 閱讀企業社會責任報告
- 對參與提供績效指標的相關人員進行訪談，以瞭解並評估編製前述資訊之流程、內部控制與資訊系統；
- 基於上述瞭解與評估，對績效指標進行分析性程序，如必要時，則選取樣本進行測試，以取得有限確信之證據。

上述執执行程序之選擇係基於本執業人員之專業判斷，包括辨認確信標的資訊可能發生重大不實表達之領域，以及針對前述領域設計及執执行程序，以取得有限確信並作出執業人員之結論。有限確信所執执行程序之性質及時間與適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小。有限確信所取得之確信程度明顯低於合理確信案件所取得者。

先天限制

本案諸多確信項目涉及非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天性之限制。對於資料之相關性、重大性及正確性等之質性解釋，則更取決於個別之假設與判斷。

有限確信結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本執業人員並未發現確信標的資訊在所有重大方面有未依報導基準評估而須作重大修正之情事。

其它事項

貴公司網站之維護係 貴公司管理階層之責任，對於確信報告於 貴公司網站公告後任何確信標的資訊或報導基準之變更，本執業人員將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

資 誠 聯 合 會 計 師 事 務 所

會計師 周建宏



中 華 民 國 1 0 5 年 1 2 月 6 日

鮮活連續二年獲得天下雜誌公民獎



天 下 企 業 公 民

Excellence in Corporate Social Responsibility



鮮活果汁工業（昆山）有限公司

地址：江蘇省昆山市張浦鎮俱進路10號

電話：0512-50165666 57515501

傳真：0512-57515503

網址：www.myfreshjuice.com

上海分公司：閔行區七莘路3599弄9號樓508室

電話：021-54934755 傳真：021-54934766