

重大議題	GRI 主題	政策/ 承諾/ 目標	評量機制 / 管理指標	衝擊邊界							回應章節
				內部		外部					
				聯華食品	員工	客戶 ( )	供應商 / 承攬商 / 外包商	股東 / 投資	通路商 / 媒體 / 代理	社區 鄰里	
				衝擊說明							
產品標示	417 : 行銷與標示	<ul style="list-style-type: none"> <li>2012 年向政府提出「聯華食品供應鏈安心美味升級計劃」</li> <li>2015 年正式上線「安心履歷」</li> <li>2016 年鮮食產品實施政府食品追溯追蹤資訊系</li> </ul>	研發與品保單位充分掌控法規變動，依法將產品資訊友善揭露於包裝標示，從規格書、包裝標示設計經由多層關卡審核。	V	V	V	V	V	V	2.1.2 食在安心	
				產品標示不清或有誤對聯華食品營運效益及企業聲譽造成直接衝擊		若產品來源或成分標示不清，可能誤導消費者購買行為，進而影響消費者健康，以及直接影響供應商和通路商的企業信譽					
食品安全與品質管理	416 : 顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>實施各式品保相關教育訓練</li> <li>每年實施兩次食品安全內部稽核，以審視工廠對於食品安全及執行品質系統之落實程度</li> </ul>	主要管理方針為品質把關、食安維護、優質產品。設立供應商管理獨立課別執行輔導管理，自源頭控管確保品質符合規定；原物料進料品質分析、原物料檢驗分析、品評分析、品質趨勢、品質成分定期進行檢討與改善；管理階層透過食安會議定期、檢討、追蹤食安管理之有效性。	V		V	V	V	V	2.1.1 品質把關	
				食品安全與品質直接影響聯華食品之經營績效和企業信譽		若食品安全或品質有所疑慮，可能直接對消費者的健康造成衝擊，亦直接影響股東 / 投資人的經濟利益，以及直接影響供應商和通路商的企業信譽					
健康與營養	416 : 顧客健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>三支產品獲得健康食品認證</li> <li>2017 年完成介護食品的開發，提供高齡消費者吃得好、營養得以均衡的美味飲食</li> <li>聯華食品以比Clean Label 更嚴苛之要求全天然系列產品為目標</li> </ul>	為了貼近消費者需求，持續研究各種新穎加工技術與嚴選原料素材，搭配精準的市場區隔與行銷活動，提供消費者更多相對健康與美味的選擇。近年來的全球食品趨勢與消費者行為模式，消費者對於休閒零食的要求不外乎產品美味與相對健康兩大訴求。	V		V	V	V	V	2.3.1 優質健康	
				產品的健康與營養會直接影響聯華食品的聲譽		若產品沒有兼顧健康與營養，可能導致消費者產品失去信心，除了直接影響股東 / 投資人的經濟利益，也連帶影響供應商和通路商的企業信譽					

重大議題	GRI 主題	政策/ 承諾/ 目標	評量機制 / 管理指標	衝擊邊界							回應章節
				內部		外部					
				聯華食品	員工	客戶	供應商 / 承攬商 / 外包商	股東 / 投資	通路商 / 媒體 / 代理	社區鄰里	
				衝擊說明							
供應商與溯源管理	308 : 供應商環境評估	<ul style="list-style-type: none"> <li>現行供應商稽核條文中已納入環境（廢水、空汙、廢棄物）管理</li> <li>於 2017 年導入 ISO 45001 系統</li> <li>於 2018 年 10 月加入供應商對人權之條文項目</li> </ul>	<p>為善盡企業之社會責任，於供應商稽核條文中已納入環境、社會評估，以推動綠色環境、減少能源消耗為核心思想，輔導供應商落實環保回收再利用、環境生態平衡之維持，同時建立自主檢測能力，作為碳足跡 / 水足跡盤查依據，達到永續環保之社會責任，並針對員工權益及福利納入評估項目。</p>	V	V	V	V	V	V	2.2.2 稽核評鑑	
	414 : 供應商社會評估			<p>選用未善盡企業社會責任供應商，對聯華食品營運效益及企業聲譽造成直接衝擊</p> <p>若供應商未善盡企業責任，可能導致消費者購買行為下降，直接影響供應商和通路商的企業信譽</p>							
法規遵循	307 : 有關環境保護的法規遵循	<ul style="list-style-type: none"> <li>定時舉辦法規遵循相關教育訓練</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不定期舉辦法規遵循相關教育訓練課程，增進員工對於最新法令規範的了解度，提升法令遵循的落實度。</li> <li>定期召開食安會分析檢討相關食安風險，並進行食品法規之鑑別與更新，確保公司全產品均符合食安法令相關規定。</li> </ul>	V	V			V		6.3.1 法規遵循	
	419 : 社會經濟法規遵循			<p>若未遵循法規，可能影響聯華食品之經濟績效和信譽</p> <p>若未遵循勞工相關法規，直接衝擊員工</p> <p>法令遵循會間接對股東 / 投資人的利益造成衝擊</p>							

重大議題	GRI 主題	政策/ 承諾/ 目標	評量機制 / 管理指標	衝擊邊界							回應章節
				內部		外部					
				聯華食品	員工	客戶 ( )	供應商 / 承攬商 / 外包商	股東 / 投資	通路商 / 媒體 / 代理	社區 鄰里	
				衝擊說明							
客戶及消費者滿意度	102 : 一般揭露	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期將客訴案件資料輸入分析，固定每月、每季彙整資料提供生產單位及長官們</li> </ul>	<p>客訴案件定期統整檢討，減少二次客訴發生，回饋消費者建議供相關部門了解改進。分析利害關係進行改善，持續追蹤以滿足顧客期待。</p>	V		V	V		V	V	2.3.3 客戶信賴
				客戶和消費者滿意度直接衝擊聯華食品績效表現		消費者滿意度的結果，可能間接影響聯華食品與供應商和通路商的合作模式					
職場健康安全	403 : 職業安全衛生	<ul style="list-style-type: none"> <li>休閒事業部轄下桃園廠完成 ISO 45001 及 CNS 45001 之換證稽核</li> <li>鮮食事業部轄下基隆廠、中壢廠及桃園廠完成 ISO 45001 及 CNS 45001</li> </ul>	<p>職安衛管理持續在落實與精進法規及系統之要求，除危害鑑別風險評估，針對自動檢查、化學品安全管理、危險性設備安管理等亦逐一進行提升，持續規劃、辦理職業安全衛生教育訓練。</p>	V	V	V	V	V	V	V	3.3.2 安全至上
				員工的健康與安全直接衝擊聯華食品的聲譽與績效表現		若不重視員工的健康與安全，可能導致消費者購買行為下降，直接影響供應商和通路商的企業信譽					
風險控管	102 : 一般揭露	<ul style="list-style-type: none"> <li>落實 PDCA 循環式品質管理加強風險管理作業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>每月定期於財務月會中，由董事長及總經理，親自參與檢討公司各項營運成果，隨時提出改善及因應對策，對風險予以有效的掌控。</li> <li>食安會議定期檢討法規變更、供應商評鑑、原物料進料(品質、檢驗分析)、製程風險因子評估、成品監控(品評分析、品質趨勢)、標示宣稱及成分變動進行檢討與改善，對於法規的更新及國內外食安新聞進行宣導以降低食安風險。</li> </ul>	V				V			6.3.2 風險因應
				風險控管直接衝擊聯華食品聲譽、財務和營運效益		風險控管直接衝擊股東 / 投資人的經濟利益					

重大議題	GRI 主題	政策/ 承諾/ 目標	評量機制 / 管理指標	衝擊邊界						回應章節
				內部		外部				
				聯華食品	員工	客戶 ( )	供應商 / 承攬商 / 外包商	股東 / 投資	通路商 / 媒體 / 代理	
衝擊說明										
			<ul style="list-style-type: none"> <li>訂定「媒體危機處理流程」，並由總經理擔任「危機管理小組」召集人，只要發現有任何可能產生危機的因子，由公關部評估後立即回報，由該小組召集人啟動危機管理小組會議，並依各類型危機分工指揮及協調各相關部門及人員，在第一時間釐清事實真相。</li> </ul>							
產品研發及創新	102：一般揭露	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續開發更多不同口味，且兼具美味與健康的食品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>調整：</b> 針對現有產品，朝向更健康概念來精進現有產品。減油、減鹽、減糖、低卡、潔淨配方都是發展方向，讓現有產品單純又美味。</li> </ul>	V		V	V		V	V
			<ul style="list-style-type: none"> <li><b>強化：</b> 因應消費者需求，利用機能性素材添加、全天然、不同造型、胚體等概念，精進產品內蘊，提供消費者高纖、高蛋白、提升免疫、有機等優質產品。</li> <li><b>創新：</b> 嚴選在地食材，並由單純的營養強化概念，走向身心靈的平衡與紓壓，並參考各種引領風潮的飲食文化（例如生酮飲食、原始人飲食、阿育吠陀飲食等）、不同使用時機，設計開創出有別於現有產品概念的創新性產品，源源不絕提供令消費者滿意的產品或服務。</li> </ul>							食品的健康與營養成分直接衝擊聯華食品之績效表現和企業信譽  若食品成分有所疑慮，可能直接影響消費者的健康，以及直接影響供應商和通路商的企業信譽

重大議題	GRI 主題	政策/ 承諾/ 目標	評量機制 / 管理指標	衝擊邊界							回應章節
				內部		外部					
				聯華食品	員工	客戶	供應商 / 承攬商 / 外包商	股東 / 投資	通路商 / 媒體 / 代理	社區鄰里	
				衝擊說明							
薪酬福利	401 : 勞雇關係	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期透過薪資調查，參考市場同業的薪資水準和總體經濟指標，修改起敘薪標準，並對同仁本薪作出適當的調整</li> </ul>	<p>公司整體薪酬架構包括基本薪資、津貼及福利補貼等，員工整體薪酬依據同仁的學經歷、專業職能、績效表現、公司營運狀況等，來進行整體評估，不因性別、宗教、種族、國籍、黨派之差異而有所不同。</p>		V	V		V			3.1.2 薪酬福利
	405 : 員工多元化與平等機會			員工的薪資福利直接衝擊員工的績效表現	員工的績效表現直接衝擊購買產品的消費者，並間接影響股東的利益						
行銷溝通	417 : 行銷與標示	<ul style="list-style-type: none"> <li>定期將客訴案件資料輸入分析，固定每月、每季彙整資料提供生產單位及長官們</li> </ul>	<p>聯華食品重視顧客聲音，提供消費者暢通的溝通管道，為求客戶反應事項能迅速及圓滿解決，並從客戶抱怨之處理，獲得改善契機，進而提升產品品質。</p>	V		V		V		V	2.3.3 客戶信賴
			若不重視行銷與溝通，將直接衝擊聯華食品的信譽	消費者的聲音與想法若得不到回饋，可能導致消費者對聯華食品失去信心，連帶影響股東利益							
廢棄物管理	306 : 廢棄物	<ul style="list-style-type: none"> <li>自 2005 年推動廢棄物減量</li> <li>每年透過各廠廢棄物資源管理專責單位進行廢棄物處理廠商之遴選</li> </ul>	<p>聯華食品針對廢棄物提出「零廢棄」的目標，由過去末端「妥善處理」，漸改採進「源頭減量」為優先，無法源頭減量者則分別採再使用及回收再利用等方式，提倡以減量、綠色消費等方式，促進資源循環再利用，建立永續發展的「零廢棄」。</p>	V		V	V	V	V	V	4.4.1 資源利用
			若不重視廢棄物管理，將直接衝擊聯華食品的信譽	廢棄物管理不完善，將衝擊消費者對聯華食品的觀感，也可能衝擊與供應商與通路商的合作模式，連帶影響股東利益							
污染	303 : 水與放流水	<ul style="list-style-type: none"> <li>聯華食品將逐步以低污染的天然氣或瓦斯取代燃料油，並輔以實施各項節能</li> </ul>	<p>聯華食品將逐步以低污染的天然氣或瓦斯取</p>	V		V	V	V	V	V	
	305 : 排放			若污染防治不完善，將直接	污染防治不完善，將衝擊消費者對聯華食品的觀						

防治	306 : 廢棄物	專案，以達溫室氣體預期減量的目標	代燃料油，並輔以實施各項節能專案，以達溫室氣體預期減量的目標。	衝擊聯華食品的聲譽	感，也可能衝擊與供應商與通路商的合作模式，連帶影響股東利益	4.2.2 污染防治
----	--------------	------------------	---------------------------------	-----------	-------------------------------	------------