

2011-2012 CSR REPORT

企業社會責任報告書





統一企業品牌群像

目錄

L.O.V.E 演進你的生活價值
Life Of Value Evolution

C O N T E N T

經營者的話 2
 統一企業CSR績效重點摘要 4
 獨立意見保證聲名書 68
 編輯原則 72
 GRI指標索引 73
 ISO26000條文對應 77
 聯合國全球盟約對照表 77



統一企業概況

公司營運簡介 7
 財務績效 8
 主要產品與服務 9
 品牌故事 10



演進員工價值

平等的工作環境 24
 和諧的勞資關係 26
 員工健康與安全 28
 教育訓練與職涯發展 30



維護環境價值

減緩全球暖化 52
 節能行動 54
 空氣、水資源、廢棄物管理 56



提升公司價值

公司治理 13
 營運策略 16
 風險管理與危機處理原則 16
 利害關係人議合 18



優化產品價值

原物料管理 36
 永續包裝 40
 物流運輸 42
 樂活產品 44
 顧客服務 48



促進社會價值

慈善公益 61
 健康宣導 62
 社會參與 65



全球化、科技化引發產業經營環境的巨變，企業須創新求進，才能「與時俱進」，統一企業始終秉持「正派經營」的理念，持續與消費者共創生活新價值。

品質與信用是企業的命脈，身為亞洲地區知名食品製造商，每天都有無數的消費者使用著統一企業所提供的產品與服務，這代表著我們深受消費者的肯定和信賴的同時，更要時時提醒我們有善盡顧客滿意的責任和義務，以累積公司信譽，奠定統一企業永續發展的根基。

在2009年~2010年的企業社會責任(CSR)報告書中，我們以責任管理、樂活產品、社會責任與環境永續為主軸，與社會大眾溝通。今年統一企業延續這四大主軸，繼續落實CSR管理機制及我們對社會的責任。

(一) 責任管理：我們鼓勵股東參與公司治理，積極推動營運透明化，以維護利害關係人權益。藉由薪酬委員會的設立，統合公司整體績效管理與薪酬的合理性、公平性、一致性與競爭性。透過建立績效管理平台與機制，發展明確績效衡量指標，將員工工作目標與公司策略目標相連結。我們以『聚焦經營、簡單操作』的經營方針，力求優化產品組合，減少報廢品及滯銷品；在品牌上以責任行銷的態度，發揮各品牌的影響力，給消費者「健康快樂」的生活，並導引社會正確的價值觀。

(二) 樂活產品：我們倡導樂活(Lifestyles of Health and Sustainability, LOHAS)的永續精神，以生產兼具營養保健及環保的產品，提供消費者更健康、均衡、永續的生活選擇，展現對人及大自然的尊重。在食品安全管理機制上特於總經理室成立『食品安全中心』，以完善食品安全機制，我們的成績包括設立國家級的食品安全實驗室、成為台灣第一家通過ISO 22000認證的食品企業、每年投入1.5億元食安品保檢驗費、18項產品通過國家健康食品認證等。我們的信念就是---確保產品品質，讓消費者能夠吃得安心。

(三) 社會責任：對消費者，傾聽、瞭解需求及維護權益；對供應商，積極要求其應提供符合道德與法令標準之勞動環境；對員工，多年來維持勞資零糾紛的和諧關係，簽訂勞資團體協約，創造兼顧人權、安全與健康的職場環境，近二年來我們對勞工安全及教育訓練的投資已達120佰萬元；對社會，透過「千禧之愛健康基金會」，持續關心健康飲食，積極投入「預防醫學」的社會教育，目前「千禧之愛健康基金會」推動的「代謝症候群」認知率已達66.9%，全省千禧健康小站門市亦達621家，八九量腰日活動有130萬人次參與；藉由「統一企業社會福利慈善事業基金會」(以下簡稱統一社福會)及員工的力量，投入各項慈善業務，統一社福會資助急難達1,656戶，捐贈17.8佰萬元；而經由品牌參與贊助各項音樂、藝文、運動及環保公益活動，推廣社教，提高品牌的社會參與度。我們秉持「取諸社會，用諸社會」理念，實踐企業社會責任。

(四) 環境永續：我們藉由年度環境永續行動方案，建立環保8大KPI，如溫室氣體排放CO₂減量12.4仟噸、水資源節省142.9仟噸、資源回收率96.46%、綠色樂活產品38項等，每年皆可節省千萬元的費用及降低產品的單位排碳量。而自2011年開放碳標籤申請以來，統一企業至2012年底已有11項產品取得碳標籤，未來將有更多的產品降低碳足跡排放。我們積極導入「生態效益」理念，推動再生能源的利用，有效地使用更清淨、低碳的電力資源，也減低廠區的碳排放量，創造更友善的環境。此外，我們也與供應商合作，開始在飲料包材上選用永續森林認證(FSC)的紙材、採購棕櫚油永續發展圓桌會議(RSPO)認證之棕櫚油等，透過對供應鏈的影響力來提升生態系統服務的價值。

統一企業近二年來屢獲各界頒發的殊榮，包括最佳A級自願性揭露資訊透明公司(2011年證基會)、台灣20大國際品牌、經濟部「節約能源優等獎」、「中華民國企業環保獎」、「台灣最佳聲望標竿企業」(2012年天下雜誌)、新世代最嚮往100大企業第二名(2012年Cheers雜誌)、10大幸福企業第4名(2012年中華徵信所調查)……等，這些都是社會對統一企業經營成績與善盡社會責任的肯定與信賴。

展望未來我們會更加策勵自己，持續關注利害關係人所關心的各項議題，於食安、工安、環安、資安及金安等方面，不斷的精益求精，深化責任管理與影響力，念茲在茲地提升企業永續發展能力，建立社會責任的價值典範，以回應社會對統一企業的期許。

董事長

高 清 愿

總經理

羅 智 先

統一企業CSR 績效重點摘要

2011~2012年大事紀

2011.01

「麥香」利樂無菌紙盒包系列領先業界，為全台第一個榮獲FSC(森林管理委員會)標章認證的包裝即飲茶。

2011.01

礦泉水廠通過環保署「麥飯石碳足跡標籤審查會議」取得碳標籤案。

2011.03

榮獲中國生產力中心「企業創新形象調查」活動中「磐龍獎——創新形象大賞」之最高榮譽獎。

2011.03

立恩威國際認證公司(DNV)頒發PAS2050「茶裏王——台灣綠茶」碳足跡查證聲明書(碳排放量313.97g/瓶)。

2011.03

榮獲《數位時代》2011年綠色品牌殊榮。

2011.05

首家取得全國認證基金會(TAF)之生物晶片認證實驗室。

2011.05

榮獲勞委會頒發「99年度推行無災害工時紀錄績優單位」獎座。

2011.06

「麥香」系列產品通過BSI碳足跡外部查證。

2011.06

捐贈台南市消防局永康消防大隊塩行分隊救護車一台。

2011.09

榮獲經濟部國貿局之「台灣20大國際品牌」。

2011.09

楊梅總廠榮獲環保署第20屆「中華民國企業環保獎」。

2011.09

統一麵肉燥風味特大號(淨重85g/包)取得台灣德國萊因公司(TUV)碳足跡查證，碳排放量：148.1g CO₂e。

2011.09

立恩威國際認證公司(DNV)完成瑞穗鮮乳碳足跡查證，2L瑞穗鮮乳(PE瓶)碳排放量：4.86Kg CO₂e。

2011.09

榮獲「訓練品質評核系統(TTQS)企業機構版銀牌」。

2011.10

統一獅贏得2011職棒總冠軍，並締造中職棒史獲總冠軍最多隊伍(8度封王)。

2011.10

台中總廠榮獲經濟部節能績優選拔優等獎。

2011.11

天下雜誌台灣最佳聲望標竿企業獎前十大並連續17年蟬連食品業標竿企業第一名。

2011.11

統一乳品榮獲農委會2011年頒發「優質獎」與「天嘜獎」。

2011.11

統一企業榮獲經濟部能源局「節能典範」殊榮。

2011.11

新市飲料一廠TP麥香系列8項產品，皆獲環保署產品碳足跡標籤證書。

2011.12

公司與企業工會正式簽訂「團體協約」。

2011.12

「統一企業社會福利慈善事業基金會」榮獲內政部100年社福團體評鑑優等獎。

2011.12

統一企業榮獲農委會推廣米製品質優廠商。

2012.03

榮獲「2012數位時代第三屆綠色品牌大調查：食品飲料類首獎及網路人氣獎」。

2012.04

榮獲《數位時代》雜誌——「2012數位服務標竿企業獎」殊榮。

2012.06

永康總廠區榮獲行政院勞委會頒發「連續無災害累計1,500萬工時優良單位獎」。

2012.07

食安中心——「食品安全實驗室」計有三大類十二項目通過「行政院衛生署食品衛生檢驗機構」之認證。

2012.09

榮獲外貿協會「2012年台灣20大國際品牌」。

2012.10

榮獲《天下雜誌》——「2012年台灣最佳聲望標竿企業」殊榮。

2012.10

榮獲「勞委會職訓局訓練品質評核系統(TTQS)金牌」。

1 消費者承諾

- 台灣第**1**家通過ISO 22000認證的食品企業
- 通過國家健康食品認證之產品**18**項
- 每年投入**1.5**億元食安品保檢驗費
- 成立**國家級**食品安全實驗室

2 夥伴承諾

- 教育訓練投資**43.5**佰萬元
- 勞工安全投資**77.3**佰萬元
- 勞資**0**糾紛
- 與企業工會簽訂**團體協約**

3 社會承諾

- 「千禧之愛健康基金會」推動「代謝症候群」認知率達**66.9%**
- 全省千禧健康小站門市已達**621**家；八九量腰日**130**萬人次參與
- 「統一企業社會福利慈善事業基金會」資助**1,656**戶，捐贈**17.8**佰萬元

4 環境承諾

- CO₂：減量**12.4**仟噸
- 水：節省**142.9**仟噸
- 資源回收率：**96.46%**
- 綠色樂活產品：**38**項



L.O.V.E 演進你的生活價值
Life Of Value Evolution



統一企業概況

公司營運簡介_7 財務績效_8 主要產品與服務_9 品牌故事_10



公司營運簡介

「成為世界級的食品王國」是統一企業在二十一世紀的首要營運目標，隨著世界經濟變動的契機下，統一企業本著宏觀多角的佈局策略，除了持續深耕本土市場，同時也積極進行海外投資與佈局，全力拓展公司核心且具競爭優勢之產品於全球市場，將產業範疇延伸至國際舞台，逐步建構統一企業國際化發展的藍圖。近兩年已逐步建立起台灣、中國大陸與東南亞三足鼎立的亞洲營運架構，形成永續發展的競爭優勢。

全球佈局策略將是統一企業成為亞洲食品業標竿，甚至是全球化食品企業的關鍵。因此，我們不斷地厚植統一企業的人才、資金、組織、品牌資源及建立核心優勢，以期成功地掌握亞洲、全球市場的巨大商機，持續創造消費者與股東最大的價值，運用全球資源整合與共享，發揮集團營運綜效。



中國地區

自1992年起，統一企業放眼於大陸市場作為國際化的第一步，並於1998年成立了「統一企業（中國）投資有限公司」，統籌管理各投資企業的資源與營運。沿海從深圳、上海到東北的哈爾濱是縱向；沿江經武漢，到四川重慶、成都是橫向，以上海為交叉點，完成了第一階段T字型攻堅隊形，並已陸續於二、三級城市設廠，進入第二階段的佈局。統一企業以每個省（或自治區）設立一個食品廠為目標，並以各廠為中心設立分廠，以點連結成全面性的網絡，覆蓋整個大陸市場；2012年營收達NT1,507億元。

其他地區

位於洛杉磯的「國際統一企業公司」，負責美加地區食品行銷。

東南亞地區

隨著國際經濟的成長趨勢，統一企業於亞太幾個新興地區積極佈點。初期統一企業規劃在越南發展畜水產飼料、速食麵、麵粉以及油脂事業。其中畜水產飼料廠及速食麵廠除了供應越南當地市場外，也將規劃為統一企業外銷的生產基地。在印尼則與當地廠商採合資方式成立速食麵廠，並在2006年投入飲料市場，形成綜合食品廠。在菲律賓，統一企業設立速食麵廠後，搭配統一集團在菲律賓7-ELEVEN的經營權，發揮產銷結合的綜效。



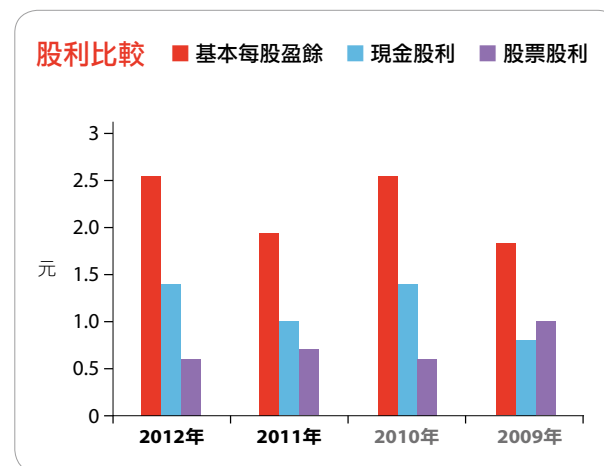
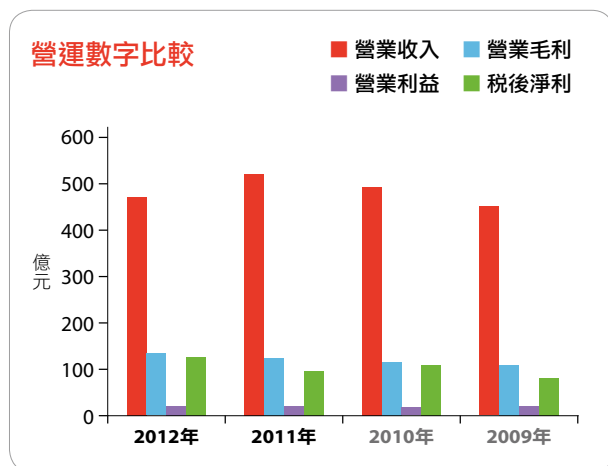


財務績效

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，且並無來自政府重大財務支援。2012年因不再經營附加價值低的原料買賣業務，營業額雖未達成目標，但獲利再度重返百億元並較2011年成長。2012年本公司營業額達新台幣468.5億元，稅後淨利達新台幣124.1億元，較前一年度成長31.3%，合併營業額達新台幣

4,275億元。2012年9月本公司市值首度突破新台幣2,500億元，不僅再創下45年來的新里程碑，並進入全台灣最菁英的15家企業行列。近四年主要財務營運數據如下圖所示。

統一企業於2011~2012年就歷年研究發展、購置機器設備及人才培育等支出，而享有投資抵減之租稅優惠相關資訊如下。



抵減各年度營利事業所得稅

單位: 新台幣 仟元

法令	抵減項目	2012年	2011年	2010年	2009年
促進產業升級條例第6條	機器設備投資抵減	10,470	22,253	51,887	-
	研究發展支出投資抵減	50,366	76,673	63,189	-
	人才培育支出投資抵減	4,822	4,676	4,969	-
產業創新條例第10條	研究發展支出投資抵減	3,849	4,211	8,195	-
促進民間參與公共建設法第40條	股東投抵	139,851	50,022	51,614	64,720
合計		209,358	157,835	180,538	64,720



主要產品與服務

統一企業在成長擴大的過程中，隨時關注時代的潮流趨勢、掌握消費者的生活變遷，持續不斷拓展新的事業及產品，提供消費者多元的產品與服務，依範疇及屬性分成五大事業群。





品牌故事

統一企業旗下品牌有61個，主要大品牌包括茶裏王、麥香、瑞穗鮮乳、統一麵粉、統一麵、純喫茶、統一飼料、統一麵包、統一陽光豆漿及AB優酪乳等。這些陪著消費者一起長大的品牌，皆有其特別的品牌故事。每個品牌都是秉持著提供消費者最好品質的精神，經過不斷研發精進，而締造出今天消費者耳熟能詳的產品口碑。



統一企業 用心，是新鮮乳的關鍵技術。 做出好鮮乳，沒別的路，就是要讓牛保持好心情！ 牠們吃著新鮮的草，喝著天然的水，有些喜歡你和他說話，有些喜歡你拍拍牠，有些喜歡你摸摸牠，有些喜歡你抱抱牠！ 擠出來的鮮乳才會更甜！更新鮮！ 每瓶運送鮮乳， 背後都是一個種畜師的故事， 每一滴純淨，都來自用心。

茶裏王



『回甘，就像現泡』的茶裏王上市後，一直以聰明幽默的形象，忠實呈現上班族文化。茶裏王採用新鮮生茶葉及獨家單細胞生茶萃取技術，並以低溫萃取的技術創造回甘、不澀的現泡茶風味，更符合現代人對健康和生活質感的追求。除了帶給消費者更好喝、更回甘、更像現泡的好茶外，為提升茶農經濟效益並推廣茶葉文化，茶裏王近年來積極發展茶園文化之旅，結合觀光、旅遊、採茶等相關行程，帶給消費者不一樣的新體驗！

麥香



擁有濃濃大麥香甜的麥香，從一開始的誕生，就源自於一段濃濃的人情味。1980年，當時的人在家中習慣煮紅茶飲用，並在紅茶中加入焙炒大麥，不但增香去澀，更有退火效果；統一企業當時以專業飲料技術加上鋁箔包裝上市販售，讓消費者更能享受到衛生與便利。推出後，深受消費者喜愛，成為暢銷又長銷的飲料，為消費者帶來了『麥香 人情味更香』的熟悉與對味。如今，麥香系列利樂包率先使用榮獲森林管理委員會 (Forest Stewardship Council, FSC) 認證的包材，並通過BSI碳足跡外部查證，取得8支碳標籤，提供消費者符合綠色產品的新選擇！

瑞穗鮮乳



精選純淨無汙染的專業牧場，乳牛在其中呼吸著新鮮空氣、喝著純淨水源、一年四季飽嚼最鮮嫩的牧草，當然能孕育出獨具風味的高優質鮮乳。同時結合「電子鼻」科學檢測風味，ESL(Extended Shelf Life)新鮮製成，從殺菌冷卻到充填包裝，每一個細節都嚴格把關，完全封存新鮮、美味及營養，確保每一滴鮮乳都像牧場現擠一樣純淨新鮮！為確保乳源品質，定期進行酪農技術交流及輔導，提供酪農戶相關知識及技術，使乳源供應穩定。『來自純淨，自然香純』，近年來積極推廣純淨之旅，帶動親近自然的風潮！

統一麵



統一麵肉燥風味自1970年上市後，佔全台灣速食麵市場的18%、低價麵市場的45-50%。首創以附加風味的肉燥油包，及首開速食麵電視廣告，主導台灣往後30多年速食麵市場。1998年，統一麵整合品牌，從包裝、廣告、設計等識別系統一致化，賦予它新的生命。2003年，將保麗龍碗改為紙碗包材，友善環境讓消費者感受到品質的提升，更進一步深耕校園舉辦『統一麵經典設計大賽』，鼓勵青年學子創新、開放，勇敢追夢，讓品牌年輕化。



L.O.V.E 演進你的生活價值
Life Of Value Evolution



提升公司價值

公司治理_13 營運策略_16 風險管理與危機處理原則_16 利害關係人議合_18



公司治理

在公司治理方面，統一企業秉持誠信經營之理念，積極推動營運透明化，以維護利害關係人權益為原則。在2013年6月25日前，本公司設有10席董事及3席監察人(1席董事為女性；截至2012年12月底，董事、監察人之平均年齡為66歲)，董事長未兼任行政職。董事會下設立「薪酬委員會」(2011年9月設立)及「審計委員會」(2013年6月設立)，至於其他各項業務功能，亦均設有完整的作業處理辦法及控管機制。在設置「獨立董事」方面，亦已於第15屆董事任期屆滿後，於2013年6月選任三位獨立董事，並依循「公開發行公司董事會議事辦法」訂定統一企業「董事會議事規範」，力求健全治理機能的完善，並規範董事的利益迴避原則，依法確實執行。關於董事會成員背景資料，請參考統一企業網站/投資人關係/公司資料/公司治理：www.uni-president.com.tw/invest/data04.asp

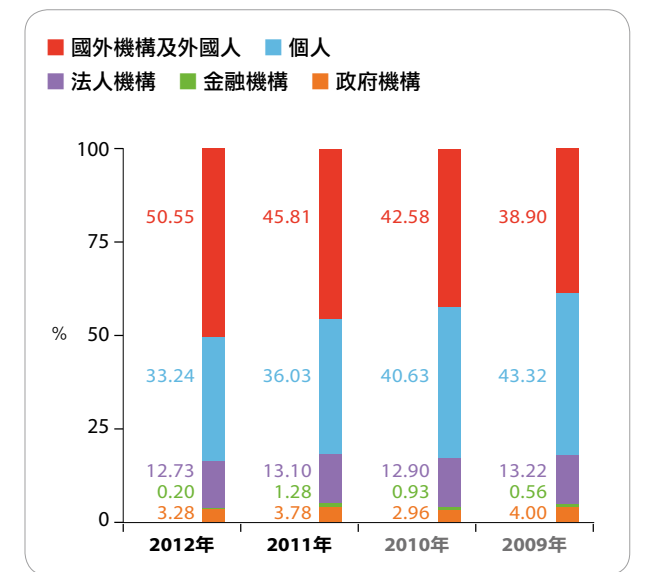
自2011年9月起，本公司最高治理成員(董事及監察人)與高階經理人之績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構，均已委由具獨立性及專業性之薪酬委員會定期檢視及評估。薪酬委員會即根據其專業，依本公司之經營績效，包含組織經營對於社會與環境之影響，來評核最高治理成員與高階經理人的薪酬，以維護利害關係人權益為原則。此外，針對合作夥伴(經銷商、零售通路、協力廠商)與關係企業的部分，本公司皆已建立關於誠信經營之常態宣導機制(例如教育訓練、會議、公告)，深值統一的企業倫理與文化，共同維護企業商譽，追求永續經營。

為協助投資人了解統一企業的公司治理狀況，我們在公司年報中，均已揭露「上市上櫃公司治理實務守則」的執行狀況。針對誠信經營部分，我們已訂定嚴格的道德準則和陽光法案，要求員工以負責任的態度遵循各項行為規範及倫理準則，此外，

並責成稽核、經營企劃、法務、行銷企劃、採購、人資等相關部門，建立與推行防範不誠信行為之相關機制，其範圍並已涵括業務委外承攬作業、政治獻金、交流暨接待、廣告代理商、媒體採購...等等具有較高不誠信行為風險之營業活動(即根據各部門收賄风险分析，以不誠信行為風險較高者列為優先防範對象)，在此一方向下，我們已訂定「統一企業採購職業道德規範」...等，俾便相關同仁得有明確之作業規範以資依循。最後我們亦將以誠信經營之理念，徹底落實於員工教育訓練中，並建立檢舉管道及設置員工獎懲委員會，以調查及處理違反誠信經營規定之個案。

2013年6月設置之「審計委員會」，已委由三位受社會肯定之獨立董事組成，相信透過此一功能性委員會之設置，將可使統一企業之「公司治理」更加完善。

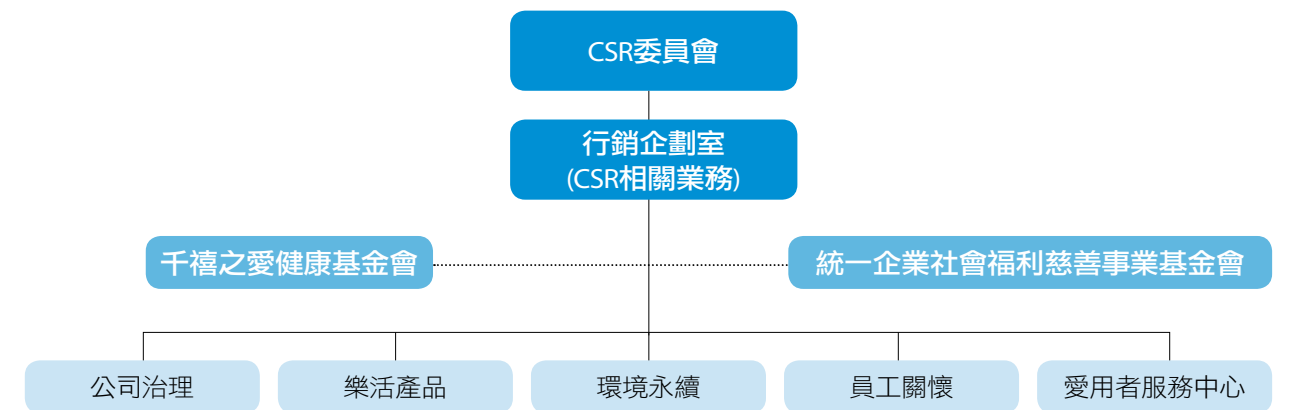
股東結構





面對全球化、科技化的經營環境，我們體認到企業應善盡社會責任。我們將依「統一企業社會責任實務守則」中所揭櫫的各項方向與目標，逐步在企業內部推展落實。

我們在2010年的董事會中，由全體董事決議通過，以「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」為依據，籌設「企業社會責任管理委員會」（以下簡稱CSR管理委員會），統籌整合推動統一企業CSR各項事務，並定期向董事會報告。

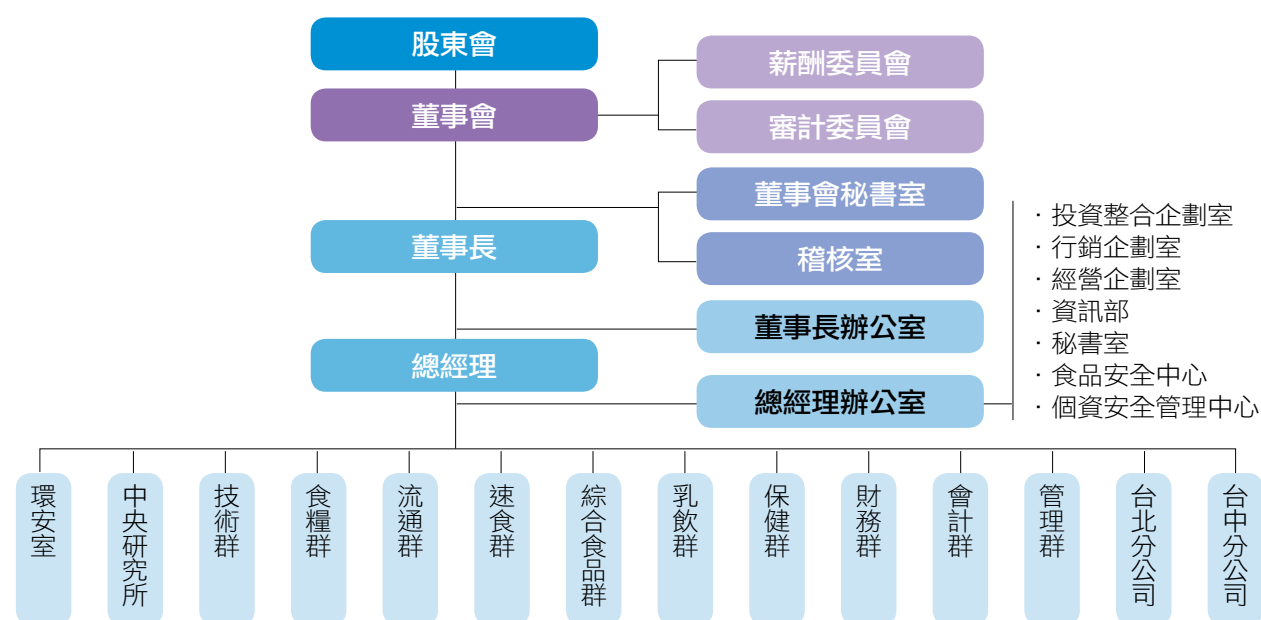


「CSR管理委員會」運作狀況與「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」差異分析

企業社會責任實務守則	運作狀況	差異情形
第一章 總則	● 通過CSR實務守則，揭櫫制定之目的、適用之對象、實踐之原則等	符合
第二章 落實推動公司治理	● 訂定企業社會責任政策，檢視實施成效 ● 設置企業社會責任專(兼)職單位之運作 ● 建立多樣化利害關係人溝通管道	符合
第三章 發展永續環境	● 導入相關環境管理系統 ● 設置專責環境管理單位，推動各項節能減碳專案 ● 定期舉辦環安衛教育訓練、講座及活動	符合
第四章 維護社會公益	● 制定員工行為守則及道德規範 ● 制定完善的員工職涯發展機制 ● 制定客戶隱私及資訊安全機制 ● 設置千禧之愛健康基金會和統一企業社會福利慈善事業基金會，深化社區參與和健康宣導	符合
第五章 加強企業社會責任資訊揭露	● 定期發行CSR報告書 ● 設立企業社會責任專屬網頁	符合
第六章 檢視公司所建置之企業社會責任制度	● 建構CSR管理委員會，追蹤及參與國內、外相關永續及企業責任議題及行動 ● 隨時注意國內與國際企業社會責任制度之發展，及企業環境之變遷	符合

組織結構

統一企業組織架構圖如下，其中食品安全中心成立於2011年7月及個資安全管理中心成立於2012年10月。(註：統一企業社會責任相關事宜，由總經理辦公室直屬的行銷企劃室專責統籌處理，各事業/機能群依其職掌另設專責單位負責。)



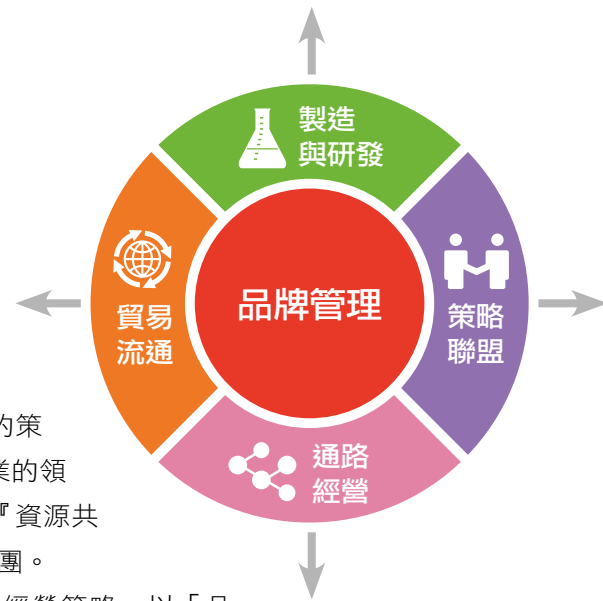
企業社會責任治理與管理

本公司目前尚未設立專責委員會來評估與追蹤相關企業社會責任議題之風險與績效，有關企業社會責任議題之風險評估與執行績效追蹤，係由各部門依其職權範圍進行評估、規劃及執行。再由總經理室直屬之行銷企劃室統籌CSR相關業務，進行整體的內部與外部溝通與管理，相關議題並透過業務協調會、擴大月會及專案會議向總經理報告，在這些相關會議中，經群主管(協理級以上經理人)及總經理認為具重大性者，再由總經理或群主管於董事會中進行報告，徵詢董事會成員意見並獲取裁示。

環境與社會等CSR重大議題之總體績效，為各相關直屬之事業/機能群的最高主管負最終責任，並列為董事會追蹤與考核之重大事項之一。目前統一企業總體CSR績效為董事會重要考評項目之一，統一企業於2013年於董事會設立獨立董事後，董事會之環境與社會等CSR重大議題之考評或審查，將一併考量規畫於獨立董事之職權中。



營運策略



面對全球化時代的挑戰，統一企業運用「價值創新」的策略，並透過網路平台的資源共享機制，藉由各體系核心事業的領軍，積極提昇整體價值以強化競爭優勢，發揮集團內企業『資源共享、利益共榮』的最大綜效，建構最具全球競爭力的企業集團。

現階段，統一企業全心推動「一個核心+四個主軸」經營策略，以「品牌管理」為戰略核心，在既有的核心事業領域上，提高品牌運作的組織層級，強化品牌行銷的核心價值與消費者的認同感，推升與鞏固各大品牌的價值與市場競爭地位，以期「創造公司最大的品牌價值」。並以「製造與研發」、「貿易流通」、「通路經營」、「策略聯盟」四大主軸的營運模式，積極深耕泛亞洲區域佈局。致力發揮製造及研發機能支撐品牌核心發展—以泛亞洲的生產廠為基礎，佈建艦隊式的製造配置，持續研發與引進新生產技術及強化品質的基礎研究，提昇工藝水準。



風險管理與危機處理原則

風險管理

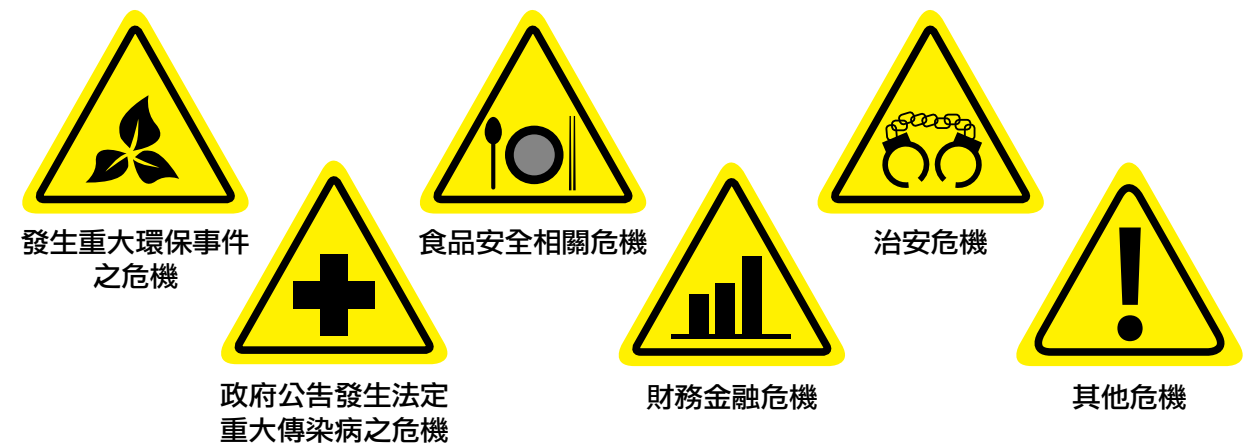
本公司有關營運重大政策、投資案、背書保證、資金貸與、銀行融資等重大議案皆經適當權責部門評估分析及依董事會決議執行，稽核室亦依風險評估結果擬訂其年度稽核計劃，並確實執行；以落實監督機制及控管各項風險管理之執行。

本公司主要風險管理組織及各項風險管理執行與負責單位如下：

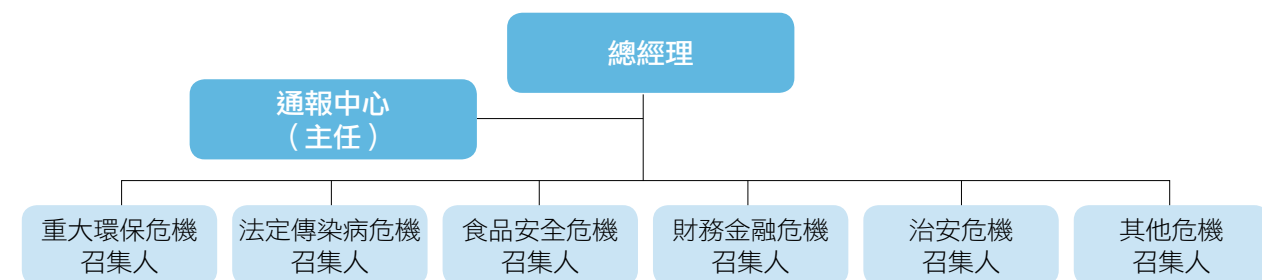
1. 財務風險、流動性風險、信用風險、法律風險：由財務會計及法務單位訂定各項策略並執行，並依據法令、政策及市場之變化分析評估採取各項因應措施，且由稽核室透過風險評估，不斷對以上之風險項目進行管控及查核。
2. 市場風險：本公司平時除由各事業單位及機能單位依所掌業務權責，訂定各項策略並執行，並依據法令、政策及市場之變化分析評估採取各項因應措施。且由管理群主管召集公共事務室和各事業群主管，組成危機處理之委員會，針對可能發生之市場風險危機進行管控及處理。
3. 策略及營運風險：由經營企劃室與各事業群進行策略營運事前的風險評估，並於事後作營運的績效追蹤，使企業的策略能符合願景及達成公司之營運目標。
4. 稽核室：運用風險評估查核模式，協助公司內部各單位及關係企業檢視其影響目標達成之中高風險項目，並針對這些中高風險項目，瞭解其內控制度之充分性及有效性，提供制度規劃及流程設計等諮詢服務，並改善營運及管理風險以增加其組織價值。

危機處理原則

為迅速因應及妥適處理公司經營上的各類型之危機，俾利於各單位遵循，統一企業於2011年7月修訂最新版本危機處理原則，區分為以下六種類型：



遇有發生各類型之危機時，依權責分工立即設立「處理召集人」，於第一時間負責協調及指揮各相關部門及人員，並隨時彙整處理進度，密切與通報中心聯繫。



食品安全危機處理原則

當統一企業之產品於供應鏈中遭受污染，致有食品安全疑慮時，依據食安危機處理原則，能即時通報並採取適當因應措施。2011年塑化劑事件及今年順丁烯二酸事件為例，我們立即啟動食安危機處理機制，針對相關產品下架、停產並進行檢驗，檢驗結果除公告在統一官網，亦於賣場及報章媒體公告，提供消費大眾查詢，並全面先回收有疑慮的產品。待相關第三公正單位檢驗無危害物質檢出後，再正式生產，重新上市。



利害關係人議合



統一企業CSR的建立是基於所有利害關係人的認同與肯定，因此為確認報告書中所揭露的資訊符合利害關係人所關切的議題，我們召集公司各部門，進行利害關係人重大議題鑑別。我們請各部門辨識出具實質性的重大議題，再將利害關係人分為7大面向包括投資人、員工、消費者、供應商、通路商、政府機關及鄰近社區等，以低、中、高程度分析重大議題與這些利害關係人的關聯性，依對利害關係人的責任、重要性及影響力，界定出統一企業的利害關係人所關注的重大議題。我們提供多元的溝通管道及資訊揭露，與利害關係人保持良好的對話與溝通。我們重視各個利害關係人所關注的重大議題，並將其納入公司企業社會責任管理議題中，轉換成統一企業四大承諾具體行動方案，以提升及改善CSR績效。

統一企業與利害關係者溝通管道一覽表

利害關係人	主要責任	關鍵議題	回應方式與頻率
投資人	透明化資訊及溝通管道	<ul style="list-style-type: none"> ● 營運與財務狀況 ● 公司治理 ● 資訊揭露 ● 股東權益 	<ul style="list-style-type: none"> ● 每年召開股東會議 ● 不定期法人說明會 ● 依主管機關規定公告重大訊息 ● 定期公告財務報表/年報 ● 官網訊息揭露
消費者	安全健康的產品	<ul style="list-style-type: none"> ● 產品安全 ● 服務品質 ● 客戶隱私 ● 申訴管道 ● 消費者滿意度 	<ul style="list-style-type: none"> ● 官網及PECOS品牌網訊息揭露 ● 愛用者服務中心/0800客服專線 ● 消費者滿意度調查
員工	尊重人權 公平待遇 健康職場	<ul style="list-style-type: none"> ● 員工薪資福利 ● 職涯發展 ● 工作環境 ● 人權平等 ● 溝通管道 	<ul style="list-style-type: none"> ● 各項管理辦法、獎懲異動公告 ● 定期勞資溝通會議/企業工會 ● 訓練中心/內部徵才/員工輪調 ● 定期召開福利委員會及公告財務報表 ● 統一月刊/總經理信箱
政府機關	遵守法令 配合法令宣導	<ul style="list-style-type: none"> ● 節能減碳 ● 環保投資 ● 公共政策參與 ● 氣候變遷 ● 環境衝擊 	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期法規查核 ● 響應社會公益活動/倡議 ● 協助相關規範制定
供應商	公平採購	<ul style="list-style-type: none"> ● 綠色採購 ● 供應商溝通平台 ● 供應商遴選管理 	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期溝通會議 ● 電子資訊平台 ● 輔導機制/稽核管理 ● 電子採購系統/公開招標
通路商	公平交易	<ul style="list-style-type: none"> ● 綠色物流/交期準時 ● 優質產品 ● 責任行銷 	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期商採會議 ● 年度合約/新品導入會議 ● 節慶行銷
鄰近社區及其他 (如學術機構、非營利組織等)	社區參與 鄰近社區維護	<ul style="list-style-type: none"> ● 社區關懷 ● 公益慈善 ● 藝文推廣 	<ul style="list-style-type: none"> ● 參與外界評比 ● 參與研究計畫/研討會 ● 企業官網/品牌行銷網溝通 ● 每兩年發行CSR報告書

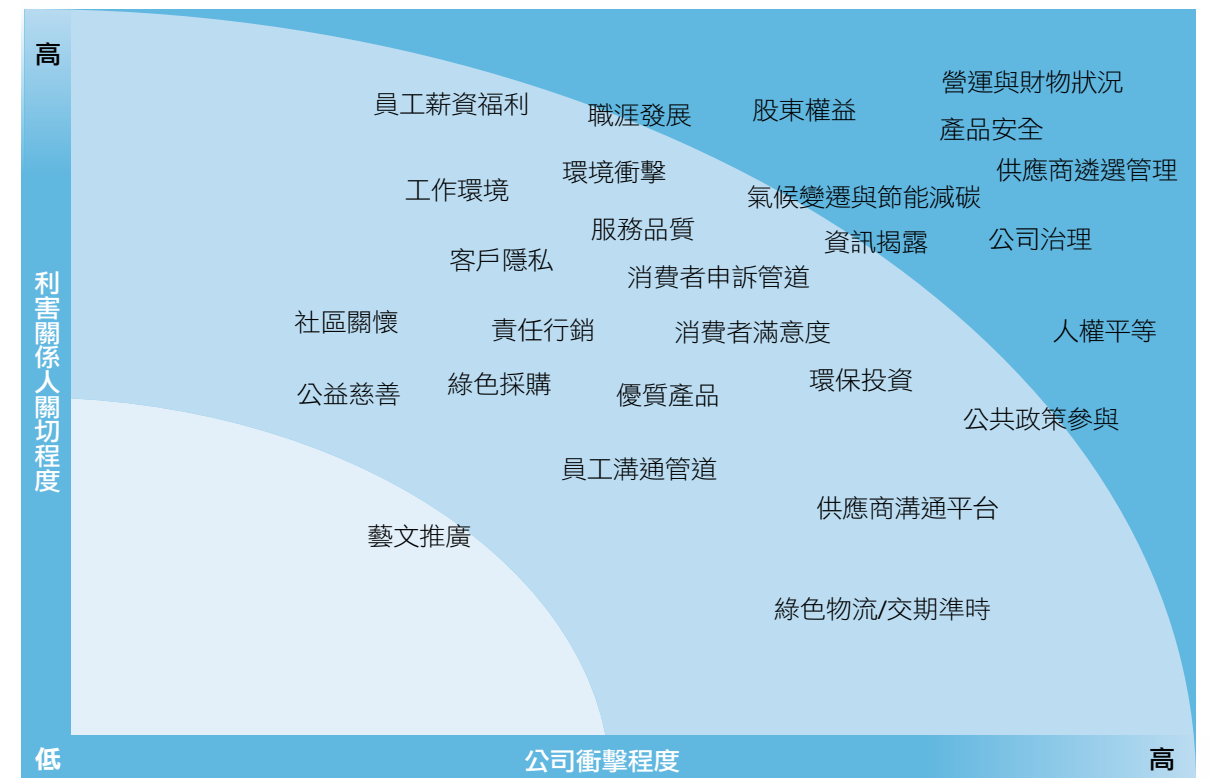
重大議題與主要利害關係人的辨識

在重大議題的辨識上，我們每年針對各部門進行一次重大議題與主要利害關係人鑑別，以找出目前對統一企業最重要的議題，以及最具關鍵影響力的利害關係人。在辨識議題的重要性上，我們設定以下5個評估項目來鑑定議題的重要性，並由各部門就其職掌範圍所碰觸到的企業社會責任相關議題進行重要性評估，並列出最具影響力的利害關係人，再由行銷企劃室彙總後提出年度的重大議題與對應之重要利害關係人，此5個評估項目為：

1. 此議題與經營策略/風險評估有關，有可能會造成營運或財務風險
2. 此議題公司已經有正式政策/規範/承諾
3. 此議題已有管理系統，也有具體的執行績效
4. 此議題利害相關人很關心，也覺得很重要，有必要採取行動
5. 競爭對手都有強調跟揭露，或預期未來會有相關法規/倡議推動

為了因應層出不窮的企業社會責任事件，我們內部正在研議將此重大議題與主要利害關係人的調查頻率調整為半年進行一次。

利害關係人關注議題重大性分析



外部組織與相關倡議行動

統一企業積極參與相關的商業協會和全國及國際性機構組織，充分發揮同業交流學習、互助合作的精神，包括工商協進會、海峽兩岸經貿文化交流協會、CAS優良農產發展協會、台灣區釀造食品工業同業公會、台灣區飲料工業同業公會、台灣食品產

業發展協會、台灣區乳品工業同業公會、中華民國紙包裝食品推廣協會、台灣區罐頭食品工業同業公會、台灣區大麥製品工業同業公會、台灣區飼料工業同業公會、台灣區麵粉工業同業公會、台灣區植物油製煉工業同業公會、WINA(World Instant Noodles Association)、台灣糖果餅乾麵食工業同業公會、紅十字會、警察之友會...等等組織。



參與台灣企業永續論壇

台灣企業永續論壇(Taiwan Corporate Sustainable Forum, TCSF)是由24家國內代表性企業共同籌組的柔性平台，論壇成員企業就超越法規的永續議題，定期溝通並舉辦論壇活動，展開跨業學習、業內整合。統一企業於2008年加入成為此論壇創始成員，積極參與推動論壇運作。於2011至2012年間，此論壇專注於提供國際報告書倡議組織(Global Reporting Initiative, GRI)第四代綱領(G4)建言，以及建構台灣願景2050等這兩項重要工作。願景2050是由世界企業永續發展協會(WBCSD)所發起，台灣企業永續論壇成員從台灣在地的觀點出發，舉辦多次工作坊與專家學者和公司內部成員討論，建構出屬於台灣的願景2050。



參與碳揭露專案(CDP)

依企業永續發展策略，因應全球環保議題；如節能減碳、碳足跡、碳標籤、碳中和、水足跡等重大關鍵議題。責成各事業部單位已陸續進行產品碳足跡的盤查，企業持續參與國際性NGO組織：碳揭露專案(CDP)問卷調查(已連續填報四年2010~2013)，以落實CSR管理機制及提升企業環保形象。



支持使用FSC認證包材

非營利國際機構FSC(森林管理委員會)其FSC標章是目前公認為永續採購木質纖維的最高標準，所提供原則和標準，適以衡量森林經營單位是否確實進行「負責任的森林管理」。目的是向消費者保證，無菌紙盒包中的木質纖維皆可從供應鏈一路追溯至森林源頭，且無菌紙盒包所使用的紙板來自於經FSC認證的森林及其它控管來源。其具公信力的FSC標章認證獲各界支持，包括許多非政府組織、企業公司，皆響應綠色消費的精神，提供機制與標準，確保資源的永續發展。

統一麥香利樂無菌紙盒包系列，為全台第1個榮獲FSC標章認證的即飲茶，從產品製作、銷售、運輸流程都受FSC標章認證系統嚴謹控管，並以其認證標誌的飲料紙盒包，以實際行動支持負責任的森林管理，藉由適當的資源管理與利用，推動資源永續概念。



持續響應1運動

統一企業自2010年起每年皆響應由企業永續發展協會發起的1運動。2010年「每月1號全民健康日」，在公司內部推廣健康蔬食、少吃紅肉，達到健康又減碳的雙贏目標；2011年響應「1人1棵樹，yes I can do」，於桃園縣大園鄉高鐵特定區進行植樹活動，以挽救不斷惡化的生態系統；2012年「1起把社區亮起來」，號召員工捐贈發票、現金及二手物資等，與台灣其他企業的愛心集結，一起展現對社區的關懷，帶動台灣社會整體向上發展的生命力。





L.O.V.E 演進你的生活價值
Life Of Value Evolution



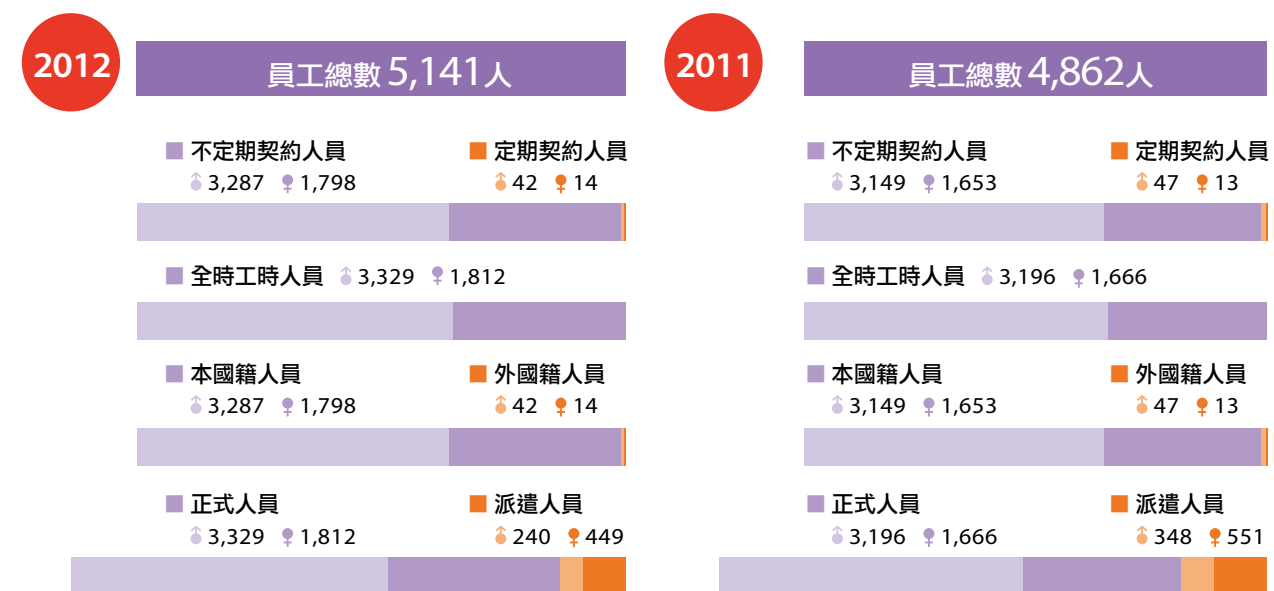
演進員工價值

平等的工作環境_24 和諧的勞資關係_26 員工健康與安全_28 教育訓練與職涯發展_30

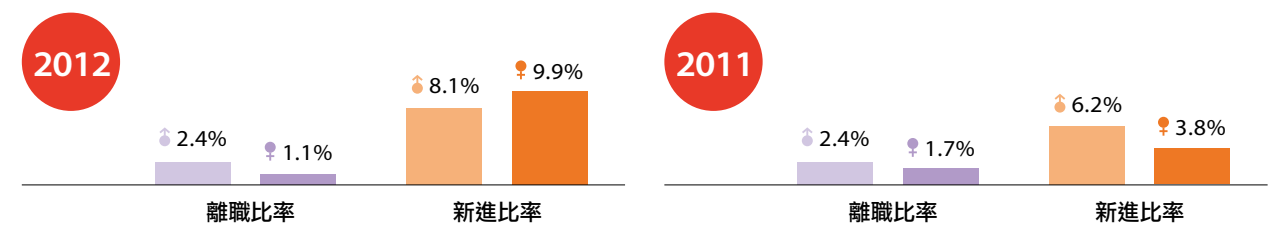


員工是公司最寶貴的資產。因此，提供所有員工更好的工作環境及條件，是公司40多年來不變的堅持，而這項堅持，也體現在（1）提供尊重人權及平等、友善的工作環境；（2）維持和諧及雙贏的勞資關係；（3）以員工健康與安全為最優先考量；及（4）透過完善的員工教育訓練與職涯發展，來使員工與公司一起成長等四個面向。

員工雇用狀況



員工流動 & 新雇員工之總數與比例



年齡層	離職人數		新進人數		在職人數	
	♂	♀	♂	♀	♂	♀
30歲以下	43	8	201	124	319	185
30-50歲	37	11	65	53	1,880	1,366
50歲以上	1	0	3	3	1,130	261
總計	81	19	269	180	3,329	1,812

年齡層	離職人數		新進人數		在職人數	
	♂	♀	♂	♀	♂	♀
30歲以下	35	10	140	48	187	73
30-50歲	42	18	56	15	1,851	1,324
50歲以上	0	0	2	0	1,158	269
總計	77	28	198	63	3,196	1,666



平等的工作環境

「尊重生命」、「親近自然」、「彼此關懷」及「樂觀進取」，是我們推動千禧之愛所揭櫫的理念，由此落實至職場環境之建構上，我們亦相當重視員工之「尊嚴勞動」，絕不允許有任何侵害員工尊嚴及任何種類或形式之歧視事件發生。

基於以上理念及標竿企業須承擔更多社會責任的體認，我們從不進用任何童工；另一方面，我們亦積極遵守相關勞動法令之規範，以保障員工之勞動權益。此外，我們更不曾或忘「平等」這普世皆然的價值，也因此，我們絕不會因員工的性別、國籍、種族、宗教及政治立場…等等的不同，而在薪資或福利方面給與任何差別對待。

舉例以言，基於性別平權的觀念，我們在各廠區公告「防治性騷擾」聲明，並訂定「性騷擾申訴處理機制」，以積極宣導及推動各項反性別歧視之政策及作為，防止任何職場性騷擾情事之發生。這種種投入，使我們的工作職場洋溢幸福及友善的氛圍，更因此而獲勞委會頒獎表揚為「全國性友善職場」。

除了以上性別平權的面向外，其他之促進平權工作，我們亦投注相當的心力落實推動，其具體成果就是我們不曾發生任何侵犯員工人權的情事（包含無任何保全或警衛人員侵犯員工、訪客人權或強

迫員工進行勞動）。在有需要轉換員工工作環境或予以調動時，我們亦至遲會於調動生效日前兩週告知，以便員工有足夠時間進行相關之安排，俾使其能盡快適應相關工作及環境之轉變。

最後，秉持著照顧社會弱勢的理念，我們除了給予身心不便的員工更多照顧外(例如：提供專屬停車位等)，亦超越政府法令要求，超額進用身心障礙員工，以2012年年底之實際數據為例，我們進用的身心障礙員工便達政府要求的1.47倍。



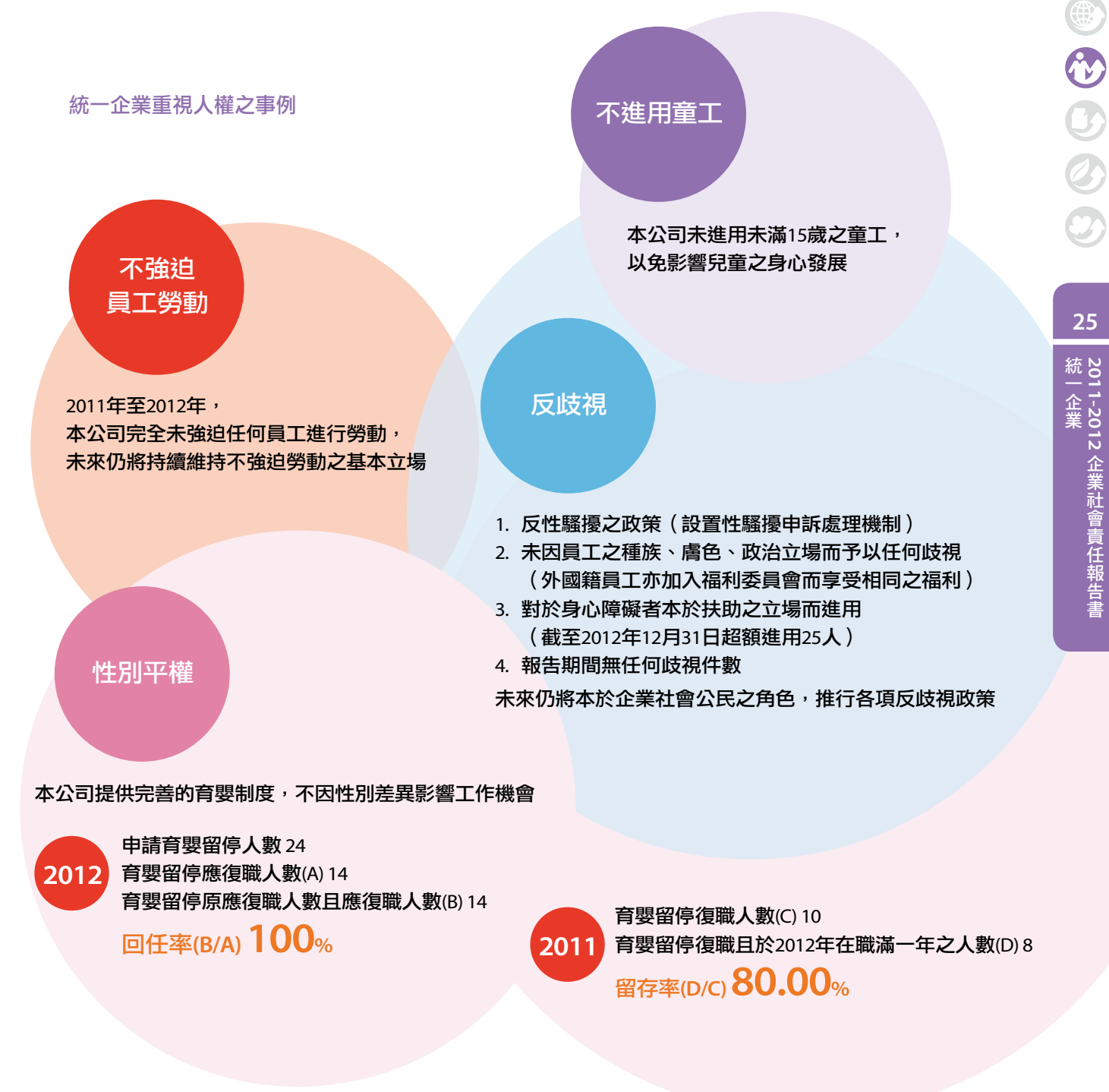
★2012年12月底，統一企業員工的每月平均經常性薪資為**51,430元**，是同期台灣基本工資的**2.74倍**，亦為同期台灣製造業員工平均經常性薪資的**1.49倍**。

2009~2012年員工薪酬費用

單位：新台幣 仟元

	2012年	2011年	2010年	2009年
薪資費用	5,636,054	5,055,944	5,203,727	4,606,544
員工福利金支出總額	123,590	96,083	140,729	92,227

統一企業重視人權之事例



員工多元性分類





和諧的勞資關係

統一企業從創立以來，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。而40餘年來良好及和諧的勞資關係維持的真正原因無它，關鍵在於「勞資雙方互相信任、尊重」及「勞資溝通管道暢通」二大原因。

具體言之，公司會定期指派人員與工會幹部舉行會議，以迅速解決員工所遭遇的問題及滿足其需求；此外，亦邀請工會理事長參與公司業務會議，以使員工能最快及全面瞭解公司營運狀況；而總經理也會定期出席企業工會及職工福利委員會的會議，並設統一月刊、電子信箱讓員工有直接的管道可以反映心聲！



★ 統一企業企業工會由高達97%以上員工所組成，扮演勞資溝通最重要的角色

	2012年	2011年	2010年	2009年
參加工會人數	5,023人	4,750人	4,637人	4,675人
全公司人數	5,141人	4,862人	4,758人	4,776人
比例	97.70%	97.70%	97.46%	97.89%

除了企業工會以外，我們正式於1973年成立職工福利委員會，致力於員工福利措施的改善。在公司、企業工會及職工福利委員會之攜手努力下，我們不斷改善員工食、衣、住、行、育、樂等軟、硬體設施之質量，包括提供舒適安全的員工宿舍、物美價廉的餐飲、員工健康檢查補助及給與紅利分享等，建構這些完善的薪酬、福利制度，使員工能安心的在工作崗位貢獻心力。

員工的福利項目

福利項目	說明
敘薪	依職位與績效設計，不因性別而有所差異。
獎金	除績效獎金、三節獎金外，還包括年終獎金和勞績獎金發放。
福利補助	勞保、健保、團保、員工旅遊補助、結婚補助、生育補助、子女教育補助、喪葬補助、退休人員禮金。另外，現場作業之女性員工凡懷孕32週以上，亦可申請有薪的待產假。
福利設施	提供員工宿舍、停車場、交通車、自助餐廳、圖書室、籃球場、文康中心、哺乳室、醫務室、醫生駐診。
退休制度	依循勞動基準法及勞工退休金條例的規定，訂定員工退休相關辦法，並成立勞工退休準備金監督委員會，監督執行退休準備金提撥及發給等相關業務。
職工福利委員會	依法成立職工福利委員會，有計劃地推動各項員工福利措施。
員工輔導與服務	「諮詢輔導」：統一企業企業工會 「照顧員工、生活輔導」：退休人員聯誼會 「安全為先、重視健康」：每年舉辦一次員工健康檢查

為更進一步擔負起社會責任，我們逐步有計畫地將派遣人員轉為正職員工，並希冀在未來的2到3年能最小化派遣人員的比例。以2012年為例，統一企業派遣員工轉正職人數之比率為14.20%，相較於2011年的4.05%，有大幅度的增加，這顯示出我們積極推動該項政策的決心。

派遣人員轉正職人員

	2012年	2011年
當年12月底派遣人數	689	899
當年派遣轉正職人數	114	38
比率	14.20%	4.05%

調整事業體質而不裁員

為落實「聚焦經營」策略，我們刪切了少數未符合公司營運期待的產品，然而公司在刪切該業務時，均能妥善安置多餘人力，並未進行任何裁員之措施，公司在此議題上亦獲外界報導肯定，我們已成功扮演企業社會公民責任典範，並維持了創辦人傳承下來不進行經濟性裁員的傳統。

簽訂團體協約

總經理秉持「勞資和諧，共創雙贏」之理念，推動及促進勞資關係。因此，自2011年5月1日新修訂之勞動三法正式施行後，統一企業及統一企業工會即秉持和諧互動的基礎上，共同討論簽訂團體協約的諸般事宜。協商過程中，勞資雙方代表均深刻體會，公司歷年來都能將辛勤經營之甜美果實分享給同仁，此乃是凝聚員工向心力共同為公司



成長茁壯而打拼的根本原因，也就是站在此共識基礎上，勞資雙方協商代表均能以互相體諒之心情展開具體條文之協商，並以「化解歧異」、「尋求共識」為協商之最高原則，爰於半年多之互動及折衝後，順利於2011年12月23日簽訂統一企業成立以來的第一份團體協約，並於2012年勞動節，由公司與企業工會共同接受勞工委員會公開表揚！



員工健康與安全

職場健康與安全是統一企業對員工最基本的承諾，我們已建立OHSAS18001及TOSHMS並取得驗證(含永康、中壢、楊梅、新市、及台中等五大總廠)，以系統性持續運作方式降低員工之危害風險。於2012年至2014年有效之團體協約中，勞資雙方約定：「關於公司內部之安全衛生事項，公司應聽取工會之建議，並應依法設置勞工安全衛生委員會，定期檢討安全衛生事項；安全衛生委員會之組織及運作，由公司與工會另行議定之。」

為提供健康的職場，統一企業建立相關的員工健康及安全維護措施如下：

員工健康管理

- **設置運動休閒及文康設施：**統一企業的員工可於休息時間，至公司提供的籃球場、康樂室、圖書室、撞球室及交誼廳等設施，適時進行休閒運動。
- **舉辦健康活動及宣傳：**各總廠每年定期辦理健康管理課程，如壓力管理及戒菸、戒檳榔等宣導課程；企業工會則每年辦理健走活動、員工及眷屬旅遊活動。
- **關心員工健康：**每年定期辦理員工健康檢查，涵蓋一般健康檢查、特殊健康檢查等項目。聘請專業健檢醫師提供健康諮詢，並針對健檢異常的員工進行追蹤，宣導員工至醫院回診追蹤。
- **訂定「重大傳染病通報及分級管制規範」：**為維護員工健康，統一企業建構員工健康監測管理程序及準則，當發生重大傳染病流行時，能降低員工傳染的機率並防止對營運產生的負面影響。發現重大傳染病個案時的處理流程：



職場安全宣導

為提升及充實基層員工維護安全職場的觀念，統一企業舉辦人員急救、基礎醫療概論及傷患處理應變方法等相關課程，並在公司內部網站和公佈欄進行職場安全宣導，鞏固員工對職場安全的認知。

	2012年	2011年	2010年	2009年
每年統計全公司(各總廠)職業傷害損失日數	88天	404天	236天	96天

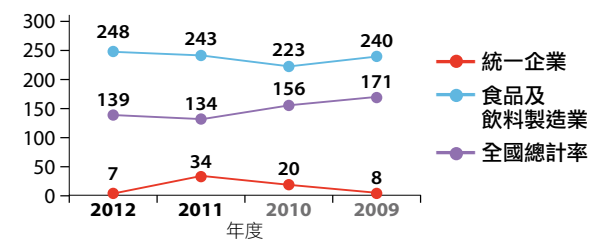
註：1. 2010年中壢總廠邱○○墜落事件，2011年續請假，2012年恢復上班。
 2. 公司歷年來從未有發生重大死亡職災及職業病情形。
 3. 2012全公司失能傷害嚴重率7，遠低於全國139及食品業界248。失能傷害頻率0.17，遠低於全國1.8及食品業界3.47。總合傷害指數0.04，遠低於全國0.50及食品業界0.93。

統一企業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，已於2012年將護理人員編入環安室，辦理健康促進課程。並在2012年已完成辦理6場次的健康促進課程。此外，統一企業針對員工及廠務主管進行勞工安全相關教育訓練課程，如急救人員、防火管理人、甲種業務主管及丙種勞工安全衛生業務主管暨安全衛生教育訓練等，依規定必須取得證照，並每年排定複訓課程符合法規要求，且由工安管理人員進行網上登錄列管。另外，針對員工於值勤中可能發生的狀況建立標準處置辦法，預先訓練員工處理任何突發事件的措施及作為。

缺勤率

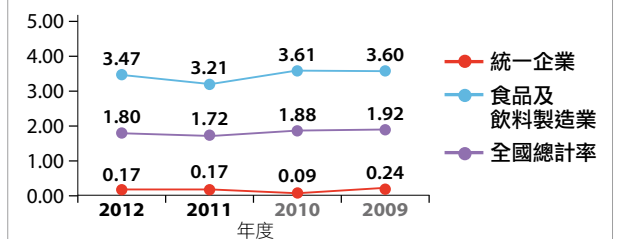
	總工時 (男)	總工時 (女)	男職員缺勤工時 (單位：20萬工時)	女職員缺勤工時 (單位：20萬工時)
2012年	6,737,896	3,667,488	675	759
2011年	6,366,432	3,318,672	821	661
2010年	6,308,808	3,321,384	674	625
2009年	6,360,720	3,382,320	359	547

★失能傷害嚴重率，低於業界



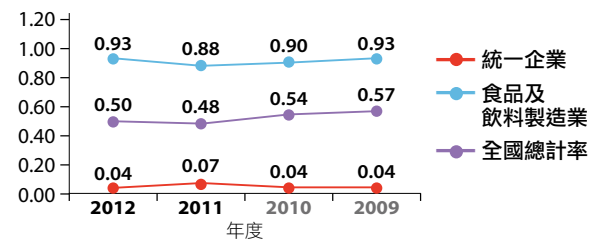
失能傷害嚴重率：每一百萬人工小時之工作暴露，所發生工作傷害的損失總日數，目前我國之【失能傷害嚴重率】計算公式為：SR=(失能傷害總損失日數×106)/總經歷工時。

★失能傷害頻率，低於業界



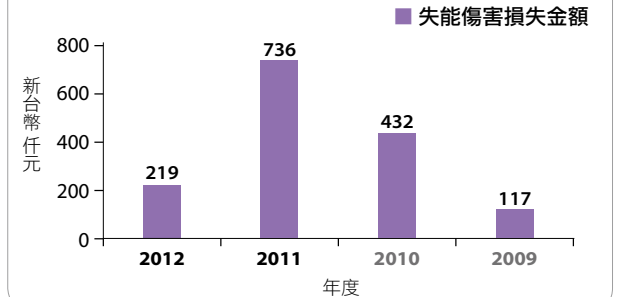
失能傷害頻率：每一百萬人工小時之工作暴露，所發生失能傷害數(職災次數)。目前我國之【失能傷害頻率】計算公式為：FR=(失能傷害數×106)/總經歷工時。

★總合傷害指數，低於業界



總合傷害指數，係指失能傷害頻率與失能傷害嚴重率相乘積除以一千的平方根。

近五年因失能傷害造成的損失





教育訓練與職涯發展

「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。

人才培育是一項長期、有系統且專業的工作，我們從公司願景、使命、任務、策略展開，發展符合公司發展方向的人才培育策略地圖；並針對核心職能、專業職能、管理職能、身心靈發展與組織發展需求，擬定長期而有系統的培育計劃，施以不同層次的教育與訓練；同時建構能讓員工一展長才的環境，不斷派遣優秀幹部至海外或關係企業擔任重要職務，以激發員工的潛能，將個人的職涯發展與企業的願景與目標相結合，創造勞資雙贏。

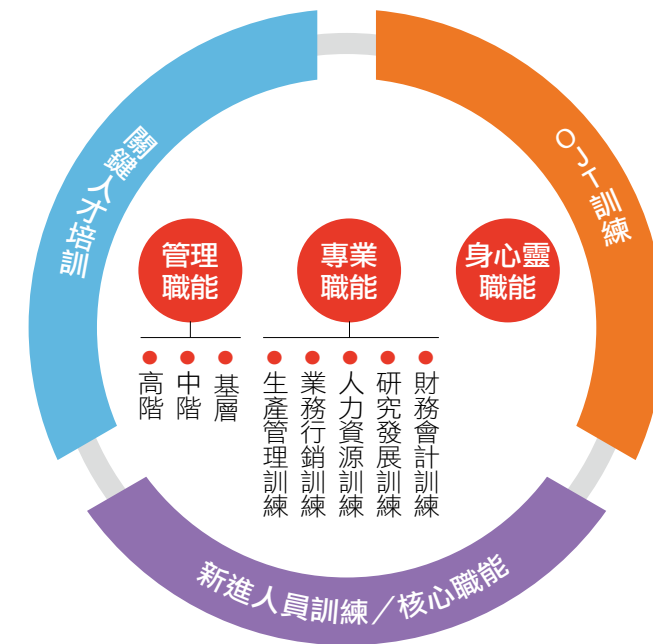
為使人才培育工作推動順利，本公司於1982年6月1日成立職訓課，開始由專責單位負責推動教育訓練工作，並在1996年11月13日正式經政府審核通過成立統一企業(股)公司附設教育訓練中心(證書字號：勞職許字第115號)，目前設有專職人員8人，負責擬定教育訓練政策、建立制度、輔導各單位推動教育訓練工作、及培育關鍵人才、各階主管經營管理能力，另外也在各單位設有兼任人員184人(其中64人為各單位最高主管擔任)，負責各項專業職能課程的規劃與執行，本公司教育訓練程序皆已標準化及電腦化，並通過ISO9001 2008年版認證。

本公司自1997年設立教育訓練中心以來，曾多次獲得勞委會職訓局、工業總會、商業總會評鑑為優良訓練單位(1997年全國工業總會頒發辦理人力培訓績效優良獎、1999年全國商業總會評定為企業職業訓練績優事業單位、2001年職訓局評定為企業訓練聯絡網執行單位服務績效優良、2002年職訓局評定為績優企業職業訓練機構)，2009~2011年通過行政院勞工委員會職業訓練局TTQS訓練品質評核銀牌，2012年更進一步勇奪TTQS金牌，這都是對統一企業致力於人才培育所付出努力的最佳肯定，我們將持續精進，堅持「人才是公司最重要資產」，積極深耕人才培育，以建構學習型組織，並奠定企業永續發展之根基。



年度	評鑑項目	評鑑單位
2012	充電起飛計畫成效卓越單位獎 TTQS訓練品質評核金牌	職訓局
2011	TTQS訓練品質評核銀牌	職訓局

統一企業教育訓練體系



2011~2012年教育訓練實績及員工平均訓練時數

年度	2012年				2011年			
	♂		♀		♂		♀	
性別	人次	小時	人次	小時	人次	小時	人次	小時
教育訓練課程								
新進人員訓練/核心職能	2,423	6,309	1,484	12,635	1,020	6,748	659	3,964
管理職能	4,860	17,704	1,437	4,859	4,024	14,927	887	3,390
專業職能	34,784	97,001	16,430	37,104	31,923	98,123	12,600	31,592
身心靈發展	1,320	2,948	690	1,583	1,220	3,617	520	1,613
合計	43,387	123,962	20,041	56,182	38,187	123,415	14,666	40,559
平均	37		31		38		24	

註：1. 2012年人數5,141=男生/女生=3,329人/1,812人
2. 2011年人數4,862=男生/女生=3,196人/1,666人

★ 2012年教育訓練小組針對人權和法律教育建立課程體系，規劃一系列課程(公司治理與企業法律、生活與法律、兩性互動的界線——談性騷擾防治、經理人必備的法律知識……等等)共483人(773人次)，參加2,006小時課程(約占公司人數10%)。



優化產品價值

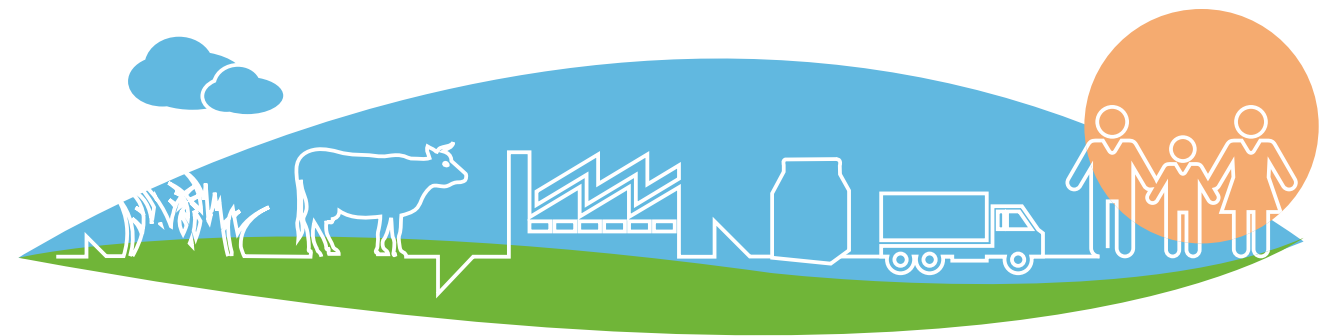
原物料管理_36 永續包裝_40 物流運輸_42 樂活產品_44 顧客服務_48



經營食品業最大的秘訣，就是提供消費者安心、美味與健康的食品。對我們而言，產品不僅是消費者吃得安心健康，更是透過產品的價值鏈發揮對社會價值的影響力。

從自身做起，引領員工、供應商及消費者一同

加入，透過產品創新研發、製程精進，降低營運生產過程中對於環境的衝擊，透過產品標示行銷、售後服務與消費者進行負責任的溝通。統一企業秉持千禧之愛主張，持續致力演進產品與服務的價值，創造企業的永續經營。



食品安全——回應塑化劑事件

統一企業已取得HACCP、GMP、CAS、ISO 9001各項認證，2006年我們更成為全國首家通過經濟部ISO 22000認證的食品廠商，積極建立「從農場到餐桌」的食品供應鏈安全履歷。至今為止，我們已累計通過32項全國認證基金會(TAF)認證與衛生署委託檢驗機構認證，另建立國家認證實驗室水準的品保系統，並於2011年取得生物晶片認證實驗室，可更加確認原物料成分的安全性。

雖有上述的種種努力，很遺憾地於2011年5月爆發的塑化劑事件，我們仍受到影響。我們於第一時間內主動將有疑慮的產品回收，並大規模針對公司相關產品及原物料進行盤查並送驗，確認公司1832項產品、4074項原物料的安全性。此外，我們立即啟動供應商清查，要求全國總計86家供應商，針對所有1236種包材，提出安全聲明及各種塑化劑

之檢驗報告。經檢驗確認全公司包材符合相關法規規範。

經過這次的塑化劑事件，我們體認影響食品安全的危險因子千頭萬緒，需要以更全面性的做法應對。

為加強消費者對統一企業食品安全之信心，於2011年7月將各單位的品保機制進一步整合成「食品安全中心」，直屬總經理室，把產品安全列為公司經營的首要任務之一，並制定統一企業「食品安全政策白皮書」，以打造完善的食品安全管理系統。我們承諾在已投資的2.5億檢驗基礎上，與每年1.5億食安檢測成本之外，更進一步投入更多人力與物力，投資食品安全檢驗設備，打造國家級食品安全實驗室。我們也將持續推動責任標示與生產履歷，從根源確保食安無虞。並針對我們原有之供應商定期輔導評鑑辦法，重新檢討評鑑時機，提高評鑑頻率，以確保原料安全性。

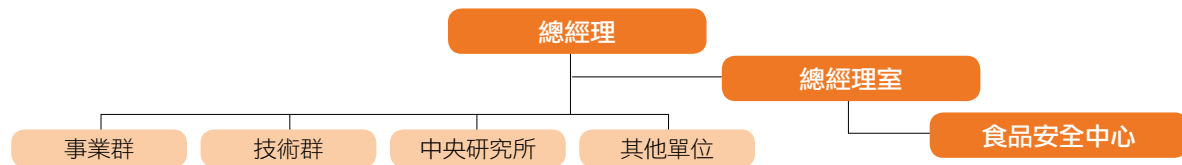
食品安全行動機制

從食品安全中心2011年7月成立以來的進展：在源頭管理、食品安全風險管理、食品安全稽核、食品安全檢驗能力之提升等食品安全相關業務均有顯著的成績，且食品安全實驗室亦於2011-2012年間共取得衛生署食品藥物管理局三大類12項檢驗方法的認證，達成階段性的目標。

一、改革食品安全組織

1. 整合中央研究所食品安全實驗室與品保部，成立食品安全中心

(1) 食品安全中心直屬總經理室



(2) 定位食品安全中心為公司之食品安全稽核單位

二、建立國家級食品安全實驗室

1. 加碼投資精密檢驗分析儀器設備
2. 透過產、官、學等外部資源合作模式，導入食品安全新檢驗技術
3. 強化專業訓練，提升實驗室人員之檢測能力和實驗室認證訓練
4. 推動實驗室品質管理，取得『國家級實驗室認證』，預計2014年前完成49項認證，未來將強化食安需求，適時增加認證項目



三、建構食品安全監測網

1. 建置食品安全管理平台，並發行內部食品安全資訊週刊
2. 建構食品安全預警通報及追蹤改善因應措施機制
3. 積極參與產、官、學與民間團體等食品安全活動，蒐集食品安全新發展之監測或檢驗技術，並適時評估導入
4. 訂定年度原物料及產品之食品安全檢驗監測計畫和稽核計畫

四、落實食品安全源頭管理

1. 尋求高安全性食品原(物)料來源
2. 要求供應商建立ISO 22000食品安全管理系統
3. 強化食品安全追溯機制，導入生產履歷制度
4. 以食品安全危害之風險評估進行供應商評鑑與分級管理
5. 透過優化採購平台，強化與供應商之食品安全風險溝通，以達食品安全預警之目的

五、優化食品安全管理與查核

1. 強化原物料食品安全確認，應嚴選供應商，並做好原物料之食品安全評估
2. 優化食品安全管理系統(ISO22000)之管理，提升製造單位GMP、CAS品質認證等級
3. 強化委外代工廠食品安全管理，導入食品安全管理系統(ISO22000)
4. 強化通路端食品安全查核與產品安全監測
5. 強化食品安全管理稽核和稽核人員之專業訓練
6. 建立食品安全危機處理機制，優化產品回收演練機制

六、強化全員參與食品安全把關

1. 培訓食品安全專業講師團，以「食品安全管理系統(ISO22000)」作教育訓練培訓重點
2. 進行公司全員食品安全教育訓練，以「食品安全管理系統(ISO22000)」作公司全員食品安全教育訓練；及其他食品安全相關事件或議題之教育訓練
3. 建立全員食品安全溝通管道(企業官網、PECOS行銷網、服務電話、愛用者服務信箱)

立光農工EDTA-2Na事件說明

2013年6月統一企業原料供應商立光農工，事發前因為涉嫌使用工業用原料，引發社會恐慌，本公司在第一時間主動先預防性下架回收統一布丁100g及180g等系列產品自行受檢，並特別發出聲明強調，相關產品都未使用問題『含EDTA-2Na之洋菜粉、鹿角菜膠(可立凝Carrageenan)』原料，但基於企業對消費者權益的保障，決定工廠先暫停生產此系列產品，並在各大通路接受消費者產品退貨。對於回收的每一個製造日、批次均送SGS(台灣檢驗科技公司)及美和科技大學檢驗，所有相關檢驗共62批次192份，檢驗結果所有產品全數合格，各項危害物質(順丁烯二酸、工業級EDTA-Na2)均未檢出。

但基於保障消費者權益，決定在官方單位見證查核下將此批已回收商品全部銷毀，並更換供應商和原料來源，及經第三公證單位檢驗原料及商品安全無虞，針對公司相關產品及原物料並一一盤點送驗，相關報告除公告在賣場，特地於產品上設計QR Code，手機掃描上網看檢驗報告，也可以在統一官網公告(<http://www.uni-president.com.tw/>)，提供消費大眾查詢。



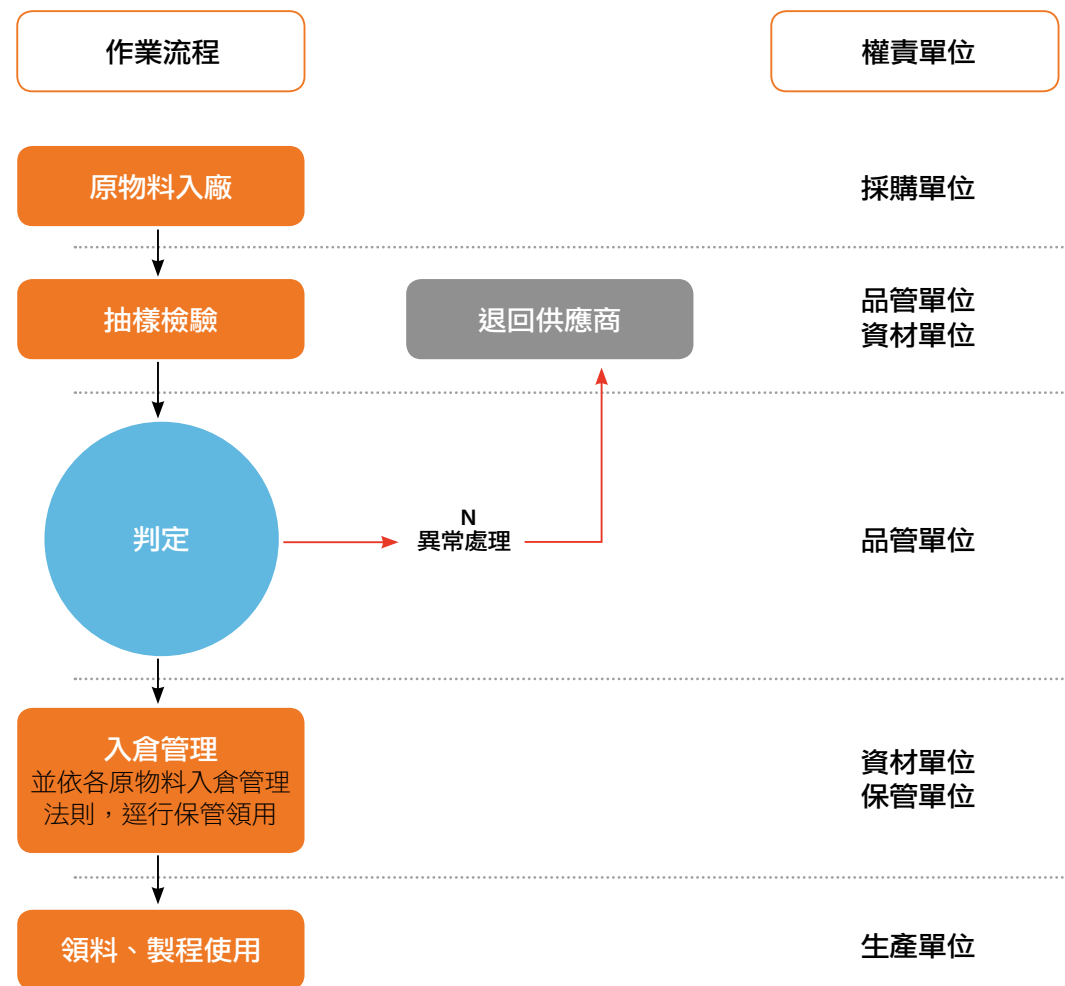


原物料管理

我們以「致力產品安全衛生，確保顧客安心滿意」為食品安全政策，也是統一企業對全體消費者的食品安全承諾。我們將竭盡所能，全員參與、源頭管理、持續改善、強化食品安全檢驗，為所有消費者把關，並從原物料的管理做起。

原物料管理機制

- 原料允收期限規定：**原料進廠日期，不得超過保存期之二分之一，不符合者判為不合格，並予以退回供應商。
- 農產品及進口原料驗收作業：**依進廠驗收相關標準執行。



供應商管理

除了原物料的品質透過食品安全中心把關外，供應商的素質才是原物料管理的關鍵，因此我們不僅看供應商提供的原物料品質，我們也透過各種面向的觀察來篩選、輔導供應商，並在統一企業的企業社會責任管理觀點下，要求供應商能有同樣的觀點及價值觀。

我們堅持選擇擁有正派經營理念的供應商成為我們的合作夥伴，對於供應商的選擇以合法、信譽優良、用人措施(人權、勞動條件、工作環境)、重視食品安全與環保、企業社會責任實施等，以各種不同面向作為審核供應商的條件，因為我們知道擁有一致的價值觀，才能確保演進我們產品的價值。我們致力於進行道德型的採購，確保原物料供應商能夠尊重且維護員工的人權，於買賣合約書中明訂人權相關事項，要求供應商承諾遵守，不得有違反結社自由權利與集體協商權之情事、不得有雇用童工之情事、不得有強迫勞動之情事。

我們執行供應商的稽核與審查，不定期至供應商處稽查，評量供應商是否符合相關法令規範並督促改善，確實進行供應鏈之風險管理。

- 書面審核：**供應廠商須提出工廠登記證、營利事業登記證等文件，證明是合法的工廠。

- 實地評鑑：**供應廠商須提出產品危害分析、生產履歷、檢驗報告等相關資料，我們每年會針對供應商的安全衛生、機械設備狀況、品質設計、原物料管制、製程管制、成品管制、回饋矯正、顧客抱怨處理、環保及企業社會責任等項目，進行實地評鑑。
- 稽查輔導：**正式生產後，除了定期的產品品質檢核，必要時，亦會定期或不定期進行訪廠的稽查與輔導。
- 能力輔導：**原物料供應商在實地評鑑後，不適任的廠商即暫停合作機會，統一企業亦會分析廠商實況，協助將B、C、D級的廠商，輔導成A級廠商，以確保供應鏈的品質。經由確實的評鑑及輔導機制，期能將供應商的品質逐年提升。



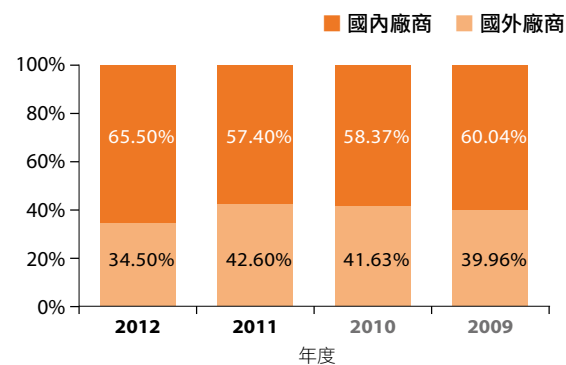
	2012年	2011年	2010年	2009年
A級廠商	91.77%	96.63%	96.54%	97.06%
B級廠商	7.26%	2.57%	2.55%	2.21%



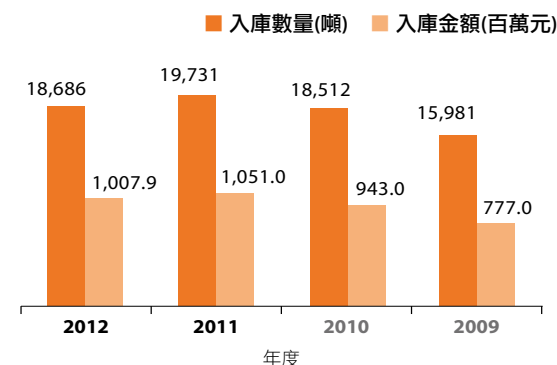
★統一企業
重視在地食材的
新鮮度及食物哩程，
特運用符合當地需求
之食品原物料。

為了發揮企業的影響力共同對環保善盡一份心力，統一企業對於致力發展採購綠色產品、重視食品安全與環保、保障勞動人權的供應商，將其列入優先採購對象。同時為節省運費成本與環保考量，儘量採用當地生產之原物料；例如體積蓬鬆乳品PE瓶，以南部廠商供應新市廠，北部廠商供應楊梅廠。除此，我們更具體將供應商對污染防治、廢棄物清除與處理、減廢與節能、毒化物管控等環保項目，列入供應商的評鑑標準中，期望和我們的供應商夥伴，一起擴大價值鏈中的社會責任效益，以負責任的態度經營企業，提供優質且實在的原物料給我們，共同建立屬於統一企業的价值供應鏈。

國內外廠商採購金額比例



統一企業採購台灣農特產品原料統計表



2011-2012年主要產品生產量值表

單位：新台幣 百萬元

主要商品產品名稱	單位	2012年		2011年		2010年		2009年	
		產量	產值	產量	產值	產量	產值	產量	產值
飼料	仟噸	353	8,206	546	14,624	465	5,773	407	4,735
麵粉	仟噸	86	1,749	95	1,729	99	1,345	92	1,292
麩皮	仟噸	32	207	33	219	34	190	30	146
麥片	仟噸	6	86	7	94	8	65	8	61
速食麵	佰萬包	432	5,575	424	5,445	447	3,151	429	2,991
速食冬、米粉	佰萬包	10	151	12	173	11	92	13	108
麵條	佰萬包	10	210	8	180	9	108	9	109
飲料	仟箱	62,640	8,143	61,258	7,780	59,400	7,070	51,306	6,516
果汁	仟箱	2,302	366	4,830	613	6,228	791	6,332	804
乳品	仟箱	12,351	8,635	12,402	8,336	11,526	7,551	10,944	6,723
豆、米漿	仟箱	4,311	1,412	4,518	1,476	4,365	1,437	3,713	1,201
多多	仟箱	2,585	573	3,042	483	2,949	442	2,035	251
布丁	仟箱	6,159	538	6,808	532	7,089	550	6,987	526

新鮮、營養的調配師 統一TMR中心



TMR (Total Mixed Ration, 完全混合日糧) 是將反芻動物所需的全部飼料原料，依序放入混合機內均勻調製成均衡的飼糧，採食後可促進動物的健康，發揮泌乳性能，並維持正常的繁殖效率。TMR的觀念及應用已在歐美國家施行多年，酪農得到TMR飼料供應中心的協助，使酪農不必為飼料的品質、營養及供應量而忙碌，可專注於牧場上的管理工作。

統一成立TMR研發團隊，開發符合台灣乳牛營養需求的TMR產品及培訓產品技術種子成員，統一TMR並非採取引進產品或技術授權方式，而是以自己的專業知識和製造技術獨立開發，應用台灣的本土牧草、TMR專用精料及多項食品副產物所生產。統一TMR的設立除了增加農民種植牧草的意願及面積，提高在地原料供應比例，降低進口草料的需求，也維繫了酪農業的永續發展，另外原本作為廢棄物處理的食品副產物，亦投入TMR的配方組合中，利用牛隻特有的瘤胃生理可轉化分解後再吸收，不但有效解決環保問題、節約成本且提供牛隻多元化的原料。

每份統一TMR產品的順利產出，其背後係由技術單位的嚴格製造，透過業務單位的努力銷售，並使用研究單位的配方設計和售後服務，所組成的一個「T.M.R.團隊」來完成。俗話說：「品質看得見，過程是關鍵」，為了準備新鮮又營養的飼糧，統一TMR細心又精確地調製，讓反芻動物所採食的每一口飼料都是營養均衡的完全日糧。從青貯玉米的優質製作，獲得農委會畜產試驗所品質分析達良好等級且分數已接近優良之程度，到生產及運輸設備持續更新，產品品質穩定度高，得到客戶的信賴。

統一TMR堅持每日新鮮生產，立即配送，不分刮風下雨，只為我們的酪農朋友配達最佳的飼糧給牛隻使用。從天未亮的擠乳工作開始酪農一天的生活，日復一日，365天，天天如此，而365天裡也有統一TMR的分擔與陪伴…。

生產過程透過公開網站使資訊透明且即時揭露，品質讓消費者安心無虞

Dr. Milker是統一企業嚴選專屬最優質的酪農牧場所打造出的頂級鮮乳品牌，以最專業的飼養及管理方式照顧牛隻的健康，並於乾淨、衛生的環境中產出富含優質蛋白質的鮮乳，在集乳完成後每天專車運送至乳品廠。每瓶Dr. Milker包裝上皆印有專屬的加工追溯條碼，從集乳來源、生乳品質、殺菌過程到成品檢驗各項結果，每一階段都能

追蹤查詢。我們並選用了玻璃瓶的包裝材質，不僅是100%可回收再利用的環保材質，更能夠保留鮮乳最完整的濃醇風味，新鮮看得見。

從行政院衛生署加工食品追溯網，輸入「加工食品追溯碼」，可以清楚看見Dr.Milker生乳加工的各项流程，從集乳階段的酪農戶、收乳時間、生乳品質，到進廠後的加工殺菌管控，與最終產品的品質安全把關。生產過程透過公開網站做到資訊透明的即時揭露，讓消費者能夠安心無虞的喝到每一滴專屬呵護的鮮乳。



(追溯碼位於製造日期下方)

永續包裝

統一企業身為食品產業的先鋒，對於落實公司治理與永續發展的策略目標，以更積極的態度去因應未來的相關風險與商機，而關於食品業的環境永續面向，我們也用更堅定的態度與決心，來改善製程所帶來的環境衝擊，每年編列預算，投資生產設備，金額也逐年增加，以求在生產過程中降低對環境的衝擊，相關環境內容請參閱環境章節。

產品包裝

產品包裝，是消費者認識統一產品的重要介面，且擔負保護產品品質的重要功能。包裝材料的安全性、使用過程及廢棄處理，也可能對健康及環境帶來影響。

包裝材料的輕量化，除了減少塑膠石化原料的使用量、節能減碳之外，廢棄物亦可減量，為近年來各國的包裝趨勢。統一企業也積極以環保材質取代，以減輕對環境的危害。

對此，我們特別設立了「包材研究小組」，以永續包裝概念為主要的出發點，推動包材整體性研究，以及包材改良方案，期能減少包材的浪費及廢棄物的產生，並藉此提升包裝及回收再利用的效率。驗證部分，每季定期追蹤盤查包裝材料輕量化的專案進度及實績，並換算為每年可減少使用石化原料塑膠的噸數。

2011與2012年包材輕量化成果：兩年內共減少了312.9噸的原料使用，這樣的成果，我們未來也會持續在各種不同的產品包材的輕量化方向持續努力的前進，以實際的行動來證明我們對環境維護的決心。

一、包材小組功能

1. 研發安全性高、高附加價值、美觀具環保特質的包材
2. 新型態包材的導入與應用
3. 包材與包裝操作流程的簡化與改善
4. 研發採用可回收再利用、省資源、低污染、包材損耗量少的綠色包裝

二、永續包裝研發方向

1. 採用生生不息的原料：鋁箔包的主要原料為紙，統一麥香全系列利樂無菌紙盒包率先使用榮獲森林管理委員會 (Forest Stewardship Council, FSC) 認證的包材，代表其用紙來源皆受FSC森林認證系統的嚴謹控管，以永續管理概念，平衡對林木的耗用，提供消費者綠色產品的新選擇。



2. 包裝材質輕量化：在保有相同性能及實用性的前提下，進行產品包裝輕量化設計，如PP杯及PE瓶，在輕量化設計後，約可減少20~30%的重量，有效節約運輸的燃料費用，對廢棄空瓶的處理，也有相當大的助益。

2011-2012年主要包材輕量化項目

項目	執行日期	計算方式
 左岸及OPEN將PP杯輕量化	2011年03月	輕量化(14.6改為10.5g)，預估每年可減少使用188噸塑膠原料使用
 city café專用乳PE瓶規格整合	2012年05月	city café專用乳PE瓶容量由3390ml加大為4530ml，包材重量不變(PE瓶相對輕量約25%)。預估每年可減少使用338噸塑膠原料使用
 統一布丁PP杯輕量化	2012年09月	布丁PP杯重量由7g降至5.5g。目前僅楊梅廠導入30%使用，預估每年可減少使用20噸塑膠原料使用。2013年平行展開後，則每年可減少100噸的塑膠原料使用

3. 面對輕量化的瓶頸，除了更新包材製造設備、提升生產技術來克服困難外，為能持續輕量化，我們亦持續研發提高生質塑膠、生物可分解包材及植物來源塑膠的使用比例。以更具環保的包裝產品，提供國人使用。



物流運輸

在競爭激烈的環境下，制定供應鏈作業系統及流程規範，以整合各關係企業加入共儲、共配的理念，做為供應商與零售端之間的橋樑，是統一企業持續努力的方向。

物流運輸是食品產業價值鏈的主要活動之一，作為物流整體流程的重要環節，物流運輸的管理，考量到能夠有效減少企業營運的成本，提高資源的利用率方面就是管理面十分重要的指標。多年來，統一企業以綠色物流(Environmental logistics)為追求目標，致力於運輸物流的節能、效率及減少對當地社區的影響與污染，透過管理規劃、運輸工具、承載物等改善，以減少物流運輸對環境所造成的危害。

統一企業物流的業務範疇涉及廣泛，從常/低溫物流運輸配送、倉儲、理貨、出貨、拆櫃作業、流通加工...等，都充分善用各種省力省時的技術與設備，以融入綠色物流管理的概念。秉持著『三好一公道』的經營理念，以熱忱服務的態度，強化物流整體效率，提升服務品質，以客戶滿意為最大依歸。



綠色物流管理

建構E化作業系統，將訂貨中心、倉庫、運輸公司、運費做聯結，藉由最適化的調節來強化物流運輸效率，減少不當的人車往返，有效減少運輸間對環境所造成的危害。

建構快速反應系統(QRS)，設定對應窗口，善用資訊與設備，回應客戶需求，以提升物流配送的整體效率。



綠色運輸工具

對委託的運輸公司進行宣導，淘汰及加快高效率運輸車輛的更新及替換。



輕量化承載物

開發新的承載材料和包裝器具，儘量採用節約資源、簡化及可分解材料製成的包裝。同時進行包裝模組化，針對廢棄的包裝，進行再利用或製作新材料的研究，減少油耗。



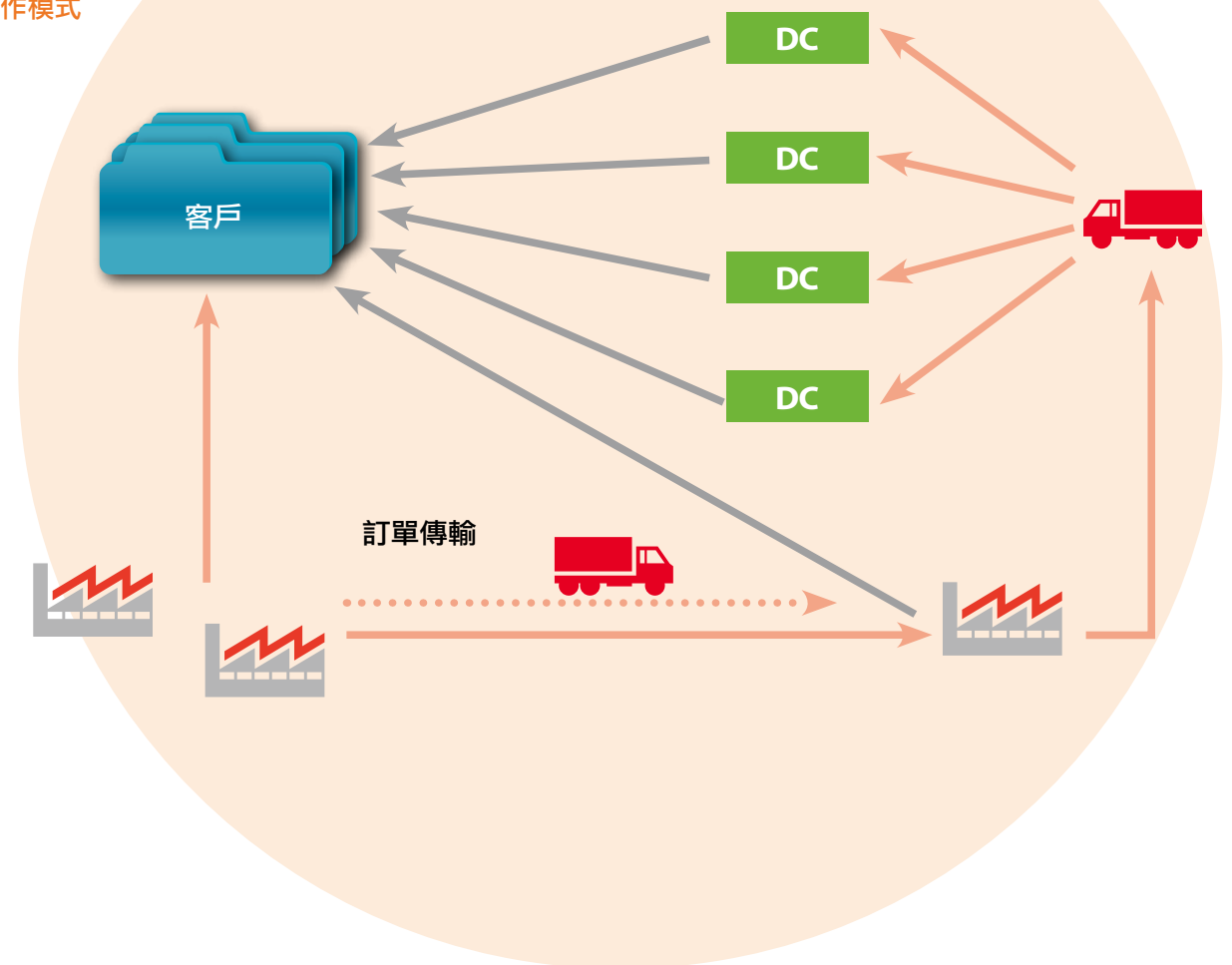
評鑑管理

為減少因駕駛不當，所產生的毀損、交貨逾期及油耗污染問題，針對運輸公司，我們定期舉辦教育訓練，並建立日常管理與月評鑑機制，來宣導、強化服務品質及節能、環保觀念的重要性。

在具體的管理下，產品損壞占運費比KPI設定在0.050%以下。

	2012年	2011年	2010年	2009年
產品損壞占運費比	0.038%	0.005%	0.029%	0.042%

運作模式



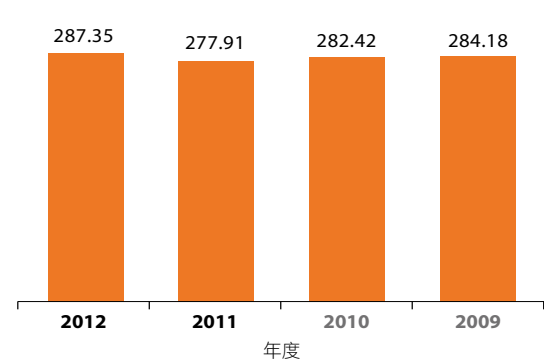


樂活產品

統一企業具體履行樂活(Lifestyles of Health and Sustainability, LOHAS)的永續精神，於生產同時考量消費者健康與環境責任，展現對人及大自然的尊重。我們設立「中央研究所」，負責統籌研發事宜，每年投入超過2億元的經費在產品研發上，重點項目包括：

1. 持續產品創新精神，精進改良優質產品
2. 創新研發與加工技術，造就領導性產品問世
3. 掌握食品素材技術，降低原物料成本
4. 掌握源頭安全管理，賦予商品品質的保證

創新研發費用



★ 截至2012年底，
本公司**18**項健康食品
獲得國家級健康食品認證的標章，
15支產品通過外部碳足跡查證、
11支產品取得碳標籤使用證書。

近年來，統一企業積極推動「健康食品認證」，希望藉由選擇機能性的素材與臨床試驗平台的建置，再融入考量國人飲食習慣與保健，讓自身的產品能夠兼具幫助台灣社會健康的產品責任。

除此之外，我們在2010年參照由英國碳信託(Carbon Trust)所發展的PAS 2050，導入產品碳足跡計算。藉由專案的導入，找出最有效率的產品製造程序，以改善產品製程，透過產品碳足跡計算及標示，提供消費者更完整的碳足跡資訊及選擇。



安心保障的原料及成品均送檢——統一LP33膠囊

統一LP33益生菌膠囊除了原來的功效成分：LP33菌之外，我們亦搭配了科學實證和知名度都相當高的國際知名菌種：LGG菌和NCFM菌，以複合菌種全方位調整好體質，有效菌數與之前相較提升5倍之多。

為了提供消費者最安心的產品，每批次生產之原料，皆主動送往中央機關核可的第三公證單位進行檢驗，確認原料檢驗合格才能進行生產，成品也依照同樣的標準進行檢驗，務必給消費者最安心的保障。

18支產品通過國家級健康食品認證標章

許可證字號	中文品名
衛署健食字第A00006號	統一 AB 優酪乳
衛署健食字第A00052號	統一陽光低糖高纖豆漿
衛署健食字第A00060號	茶裏王日式無糖綠茶
衛署健食字第A00067號	統一綺麗健康油
衛署健食字第A00073號	統一四物雞精
衛署健食字第A00118號	統一陽光高纖燕麥穀奶
衛署健食字第A00120號	統一健康 3D 錠狀食品
衛署健食字第A00129號	統一 LP33 機能優酪乳
衛署健食字第A00159號	茶裏王濃韻阿里山烏龍茶
衛署健食字第A00160號	茶裏王濃韻靜岡玉露綠茶
衛署健食字第A00181號	統一陽光無糖高纖豆漿



註：已認證，尚未上市產品有——活力寶典極品靈芝、活力寶典特級蜂膠、統一植醇牛奶、統一陽光山藥薏仁高纖豆奶、統一TGL機能優酪乳、統一綺麗健康植物固醇油、果醋覺醒蘋果醋飲料等產品

15支產品通過碳足跡外部查證

- 2011**
- ★ 瑞穗鮮乳土司(淨重：382公克/包)通過DNV(挪威商立恩威驗證公司)產品碳足跡外部查證
 - ★ 瑞穗鮮乳4項產品(紙盒：290ml、400ml、930ml；PE：1,858ml)通過DNV(挪威商立恩威驗證公司)產品碳足跡外部查證
 - ★ 統一麵肉燥風味特大號(淨重：85公克/包)通過TUV(德國萊茵技術監護顧問公司)產品碳足跡外部查證
 - ★ 麥香系列鋁箔包8項產品(紅茶：250ml、300ml、375ml；綠茶：250ml、300ml；奶茶：250ml、300ml、375ml)通過BSI(英國標準協會)產品碳足跡外部查證
- 2012**
- ★ 黃金豆漿(紙盒：450ml)通過SGS(台灣檢驗科技公司)產品碳足跡外部查證

11支產品取得碳標籤使用證書

證書編號	產品名稱	碳足跡數據/功能單位
1201905002	瑞穗鮮乳土司	750g CO ₂ e/ 1包(382g)
1202202002	統一陽光黃金豆漿	190g CO ₂ e/ 1盒(紙盒，450ml)
1201902005	統一麵肉燥風味	150g CO ₂ e/ 1包(85g)
1102202014	麥香紅茶TP375ml	150g CO ₂ e/ 1包(375ml)
1102202011	麥香奶茶TP375ml	200g CO ₂ e/ 1包(375ml)
1102202016	麥香綠茶TP300ml	110g CO ₂ e/ 1包(300ml)
1102202015	麥香綠茶TP250ml	95g CO ₂ e/ 1包(250ml)
1102202013	麥香紅茶TP300ml	120g CO ₂ e/ 1包(300ml)
1102202012	麥香紅茶TP250ml	110g CO ₂ e/ 1包(250ml)
1102202010	麥香奶茶TP300ml	150g CO ₂ e/ 1包(300ml)
1102202009	麥香奶茶TP250ml	130g CO ₂ e/ 1包(250ml)



綠色品牌

『數位時代』連續三年舉辦「綠色品牌大調查」，評分標準從「綠色產品／服務」、「綠色政策與執行」、「綠色信譽」3方面，由網友人氣票選與專家評審團評選，找出十大產業類別的環保先鋒。



「綠色品牌大調查」針對十大產業（資訊／通訊設備及周邊、家電、交通運輸、食品飲料、餐飲服務、日常生活用品、零售通路、觀光／飯店／休閒娛樂、醫療服務、金融服務）共國內一百多家品牌進行調查，統一企業在2011與2012年皆獲得網友票選人氣第一名，這也代表著我們在綠色產品的發展與品牌的經營，深獲社會大眾的肯定與認同，而我們也將持續這樣的步伐，期許在未來能夠創造出更多的綠色產品與作為。



統一企業綠色作為主要事蹟

2011



1. 持續進行溫室氣體排放量盤查、產品碳足跡盤查、建制環境會計制度、環境管理系統，並且出版環安報告書。
2. 建立綠色採購機制、供應鏈管理，並優先採購綠色原物料。
3. 麥香利樂無菌紙盒包系列獲得森林管理委員會(FSC)標章認證。
4. 參與2011年佛光山國際素食博覽會。
5. 推動台灣好米，開發統一米麵包。

2012



1. 每年以綠色環保8大專案指標，列入公司重大營運績效指標。
2. 建立環境會計制度，2012年環保相關支出超過4億。
3. 茶裏王綠茶、麥香、瑞穗鮮乳、統一麵等通過碳足跡認證，麥香包裝獲得森林管理委員會(FSC)標章。
4. 贊助2012年宜蘭綠色博覽會。
5. 贊助2012年低碳美食 IN 桃園。

產品行銷與標示相關罰款

2011~2012年兩年期間統一企業品項違規受到主管機關裁罰主要原因與款項如下所示：

罰鍰金額	件數	主要原因
500,000元以上	1	2011年行政院公平交易委員會鮮乳價格聯合漲價
100,000元~500,000元	0	
100,000元以下	6	廣告違規罰鍰、包裝標示不符規定

上述相關違規事件發生後，公司內部相關單位盡速與主管機關進行相關的研議，在內部加強跨部門間的溝通管道與相關稽核作業的進行，以避免未來再重蹈覆轍，以達到社會的期待。



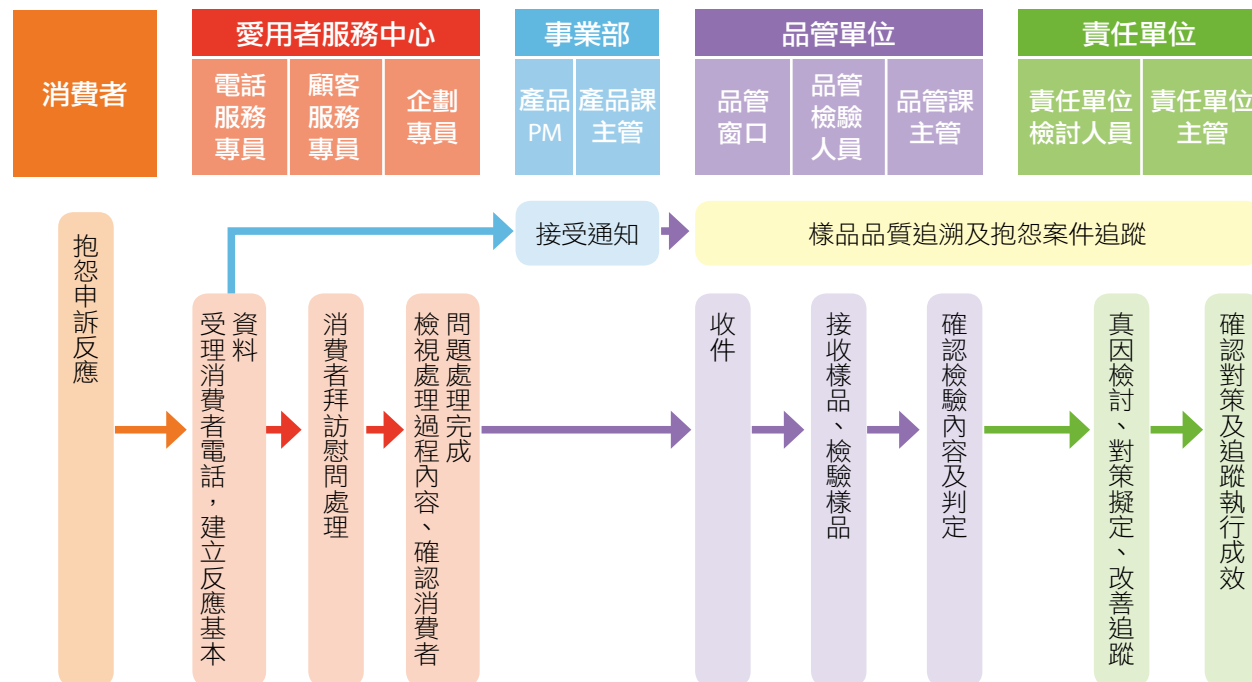
顧客服務

統一企業面對現今社會經濟的競爭環境，不能只埋首進行單向的研發，而必須探索新的社會脈動，因此，對於研發單位而言，不再只是開發一項能夠持續銷售的產品，而是透過整合新的生產和加工技術，將原產品做出不一樣的改變和創新；另一方面，更必須針對消費者所需求的產品，去做新產品的研究，在滿足消費者需求的前提下，才能研發出一項符合消費者期待的產品。因此，統一企業對於消費者滿意度的調查是非常重視的，藉由相關的調查及意見回饋可以貼近與消費者間的距離，並以消費者的角度去研發能讓消費者滿意的產品。

消費者需求及生活型態調查表

	2012年	2011年
消費者調查件數	70件	57件
費用	1700萬	1500萬

愛用者服務中心——消費者抱怨處理作業流程



愛用者服務中心

統一企業為提供消費者即時快速的產品諮詢服務，特別設置「愛用者服務中心」。做為統一企業與顧客間的溝通橋樑，將提供顧客滿意的服務視為我們首要任務之一。為達成此任務，本中心建立專職之客服專員團隊，經過溝通技巧、應對原則及產品專業知識等一連串的教育訓練後，於2011年2月份正式接手統一企業的顧客服務工作。

在客訴服務的部份，以「來電後1小時內主動聯絡，一般客訴24小時處理結案」為目標，確切掌握消費者申訴抱怨的黃金時間，力求在第一時間內回應消費者問題。另外，我們建立系統化管理模式，追蹤處理進度及執行成效，確保每個消費者的建設性建議，都能轉化為實際改善動作。愛用者服務中心之作業流程：

透過顧客服務滿意度調查的結果(如下表)，滿意度從2009年的86.7%提升到2012年的93.9%，顯示統

	2012年	2011年	2010年	2009年
滿意度	93.9%	93.8%	91.2%	86.7%

一企業的服務品質躍進了一大步，且並無發生客戶個資方面的相關問題。

愛用者服務中心透過多元化管道(0800專線、官網、服務信箱等)傾聽顧客聲音，掌握顧客需求。並將消費者聲音，轉化為實際品質改善及精進。近兩年來，透過顧客的意見回饋及反應的管道而進行品質優化的案例說明如下：

1. 麵包類品項容易因季節環境影響口感之問題，我們投入新的恆溫設備，降低產品批次間之差異。
2. 顧客反應礦泉水整箱搬運時不方便，我們於包材外箱增加指孔之設計，貼近顧客需求。
3. 針對大包裝(2L以上)乳品不易開瓶造成困擾之反應，我們重新進行瓶蓋及鋁箔封膜之設計，方便消費者使用。
4. 針對飲用杯裝咖啡時，吸管不易插入鋁箔蓋，我們優化吸管材質與設計，便於消費者飲用。
5. 針對葡萄汁的批號噴印與瓶蓋顏色，不易辨識有效期限的困擾，我們將該品項日期印製調整為白色，解決顧客疑慮。

我們透過即時客服系統，傾聽並瞭解消費者的實際需求，將消費者的意見及建議回饋給相關事業部門，轉化為實際改善方案，並回應給消費者。對於一般客訴的案件，我們會蒐集該產品相關資訊，並確認發生異常的實際原因。而對於特定的客訴問題，我們則採用專案管理的方式，持續進行追蹤與改善。我們期望在消費者還沒發現問題之前，就提出預警並執行改善行動，積極維護消費者權益。





L.O.V.E 演進你的生活價值
Life Of Value Evolution



維護環境價值

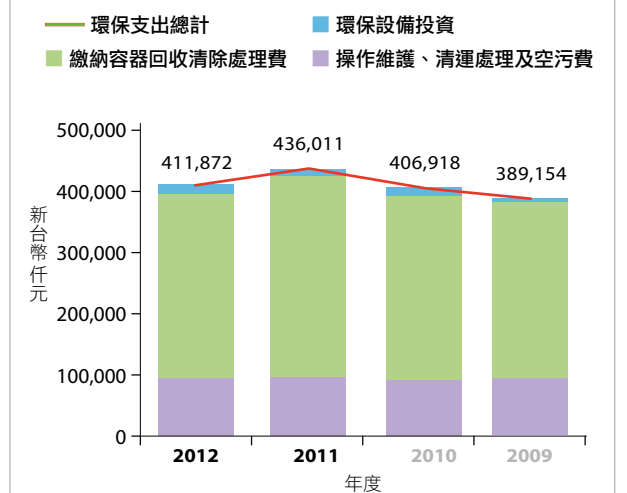
減緩全球暖化_52 節能行動_54 空氣、水資源、廢棄物管理_56

企業在追求發展的同時，也需同時著手環境保護的規劃與執行。統一企業除於各廠區建制環境管理系統（ISO14001），實施環境管理檢查及投資大量資金於環保設備外，並成立專責單位從事廢水、廢棄物及廢氣等各項污染防治設備之運轉、維修及改善等工作，已有效降低對環境的衝擊。為減緩地球暖化，公司也積極進行節能減碳，減少溫室氣體排放，並進行ISO14064溫室氣體外部查證及產品碳足跡盤查查證。另外鼓勵相關單位提出製程的創新思維與各相關績效指標的擬定和執行，藉由這樣的過程，能夠有效的激勵員工提出因應的解決方案，並實現承諾保護這片我們所熱愛的土地與資源。

除此之外，統一企業每年發行「環安報告書」、每二年發行「企業社會責任報告書」，將相關資訊揭露給利害關係人，減少利害關係人之疑慮且提昇對統一企業之信任感。統一企業所用之原料和生產之產品，不含對環境會造成重大衝擊之物質，且於運輸途中皆妥善防護及使用合格之車輛。

對於員工之通勤，永康廠及新市廠均規劃交通車，供員工搭乘，舒緩周邊道路之承載負荷，並可降低員工通勤之溫室氣體排放。

環保支出及環保設備投資金額統計



註：2012年因容器回收清除處理費用降低，因此總額降低

2011~2012年統一企業綠色環保專案

議題名稱	2012年實績	2011年實績
溫室氣體排放減量 (電力、燃料)	Cost Saving：NT\$33,991千元 CO ₂ 減量：5,652噸	Cost Saving：NT\$39,788千元 CO ₂ 減量：6,839噸
水資源節省	Cost Saving：NT\$1,269千元 節省水量：83,047噸	Cost Saving：NT\$ 877千元 節省水量：59,899噸
包材輕量化	成本效益：NT\$20,950千元 減重：233.4噸	今年度所有包材輕量化，累計至第四季共節省435.1萬元，減重84.05噸。若以實施案之年效益累計則為919萬，減重：169噸
OA用紙減量	2012年OA用紙張數：4,830仟張 比去年同期減少-0.2%	2011年OA用紙張數：NT\$4,838仟張
綠色採購	綠色產品採購66項(購買金額NT\$19,231千元)	綠色產品採購59項(購買金額NT\$1,128千元)
綠色產品	38項	43項
綠色能源開發	1.太陽光電發電12,272度(減少6.58噸CO ₂ 排放量) 2.沼氣發電180,024度(減少1,550噸CO ₂ 排放量) 3.風力發電(路燈)140.16度(減少0.086噸CO ₂ 排放量)	1.太陽光電發電12,384度(減少6.63噸CO ₂ 排放量) 2.沼氣發電126,624度(減少1,090噸CO ₂ 排放量) 3.風力發電(路燈)58.4度(減少0.036噸CO ₂ 排放量)





減緩全球暖化

氣候變遷與水資源，是食品產業永續的關鍵議題，由於氣候異常所造成的原物料短缺，以及水資源的缺乏，影響了生產供應鏈，造成全球糧食價格上升，已經對人類基本糧食的取得，造成重大威脅。對此，我們企業也積極展開因應氣候變遷的調適策略及行動，包括推動內部節能、溫室氣體減量、計算產品碳足跡等，逐步尋求組織及產品的耗能減量機會；此外，我們也在廠區裝設沼氣發電、太陽能熱水系統及太陽光電發電系統，響應政府再生能源政策。

溫室氣體盤查與減量

為了瞭解整個公司的排放量，成立了「溫室氣體推動管理委員會」，於各總廠組成推動小組，訂定溫室氣體管理及內部查證標準程序書，按照ISO 14064-1標準，計算出公司的溫室氣體排放量；單位產量CO₂排放(kg/T)2012年較2008年降低9.65%。

直接與間接溫室氣體排放量

單位：tCO₂e

	2012年	2011年	2010年	2009年
Scope 1	93,661	94,707	94,704	90,088
Scope 2	105,158	112,701	112,408	113,278

註：1. 依2012年溫室氣體排放來源，電53%，重油35.6%，廢水廠氣處理2.7%，天然氣2.7%，柴油1.1%，沼氣4.0%，其他0.8%。
2. 2011年起盤查範圍增加里港TMR、柳營TMR、高雄業務處、雲嘉物流、漢寶TMR、台北分公司、林口物流。

能源的使用

統一企業對於再生能源的利用，一直不遺餘力的推動與實行，從原本既有的「太陽光電發電系統」與「沼氣發電系統」到最近所新增設的「風力發電路燈」，都可以有效的幫助我們使用更清淨、低碳的電力來源，也有效降低了廠區的碳排放量，減少對環境的負擔。在能源供應面從「淨源」做起，推動低碳天然氣的使用，自2011起陸續於台中總廠及永康總廠導入天然氣鍋爐，目前天然氣鍋爐產氣量佔總量15%以上。我們仍將持續努力，以汰舊換新的方式，引入更低能耗的機具設備，來降低燃料油的使用量。



太陽光電發電系統



楊梅飲料二廠高效率冰水主機節能改善

能源使用狀況

	單位	2012年	2011年	2010年	2009年
電力	仟度	189,689	184,152	180,036	178,110
燃料油(重油)	1,000公升	22,521	22,387	22,476	22,101
柴油	1,000公升	1,180	1,133	573	811
生質柴油	公升	6.57	6.49	356	0
汽油	公升	195,610	186,350	181,579	174,236
天然氣(NG)	1,000m ³	2,891	2,912	2,678	2,080
液化石油氣(LPG)	公斤	33,220	37,790	26,907	36,479

註：1. 2009-2010年盤查範圍包含永康總廠、新市總廠(含冰品廠、麻豆廠、新營廠)、台中總廠、楊梅總廠(含瑞芳廠)及中壢總廠。
2. 自2011起(台中、永康)陸續導入天然氣鍋爐，因此天然氣用量增加。
3. 2011年起盤查範圍增加里港TMR、柳營TMR、高雄業務處、嘉雲物流、漢寶TMR、台北分公司、林口物流，因此柴油用量大幅增加。

再生能源應用成效

再生能源	2012年		2011年		2010年		2009年	
	發電量(度)	減少CO ₂ 排放量(噸)	發電量(度)	減少CO ₂ 排放量(噸)	發電量(度)	減少CO ₂ 排放量(噸)	發電量(度)	減少CO ₂ 排放量(噸)
太陽光電發電	12,272	6.58	12,384	6.63	12,865	8	13,318	8.3
沼氣發電	180,024	1,550	126,624	1,090	0	0	254,216	1,986
風力發電路燈	140.16	0.086	58.4	0.036	0	0	0	0
合計	192,436.16	1,556.66	139,066.4	1,096.6	12,865	8	267,534	1,994.3

註：1. 位於新市總廠之沼氣發電機於2011/5月新機完成正式供電。
2. 2011/8年於楊梅廠完成2支風力發電路燈並且正式供電。
3. 2010年沼氣發電機故障維修，該年度無發電。



永康廠天然氣鍋爐



台中總廠榮獲100年經濟部節能績優「優等獎」



節能行動

統一企業支持政府推動的節約能源各項活動與競賽，也透過外界節能活動與競賽相互學習優良的節能措施，以作為內部改善的重要參考。透過這兩年期間參與相關競賽，成果皆有其優異的表現，各相關部門執行的改善工程，也讓我們能夠有效降低電費支出共534.2萬元，並有效的降低CO₂排放量共885.3噸，這樣的成果都是各部門共同努力的績效，所執行的節能行動項目如下：

五大總廠(永康、新市、台中、中壢、楊梅)全面推動

- 1.『辦公作業區』全面更換T5燈組
- 2.傳統水銀路燈更換為『LED路燈』

廠別	節能行動項目
永康	1.鍋爐給水雙效節能案，引進熱式高溫熱泵做鍋爐補水預熱系統。 2.麵粉廠磨粉製程改善降低能耗。 3.食品四廠增設蒸氣自動控制系統，降低杯麵線蒸氣單位用量。
新市	1.飲料一廠冰水主機節能改善。 2.肉品廠空壓機空載耗能改善。 3.冰品廠冰棒冷凍機效率改善。
台中	1.鍋爐給水增設熱泵節能案。
中壢	1.宿舍冰水主機汰舊換新。
楊梅	1.乳品一廠空調冰水機添加極化冷凍油，解決熱交換器效率衰退，提高節能效果。 2.飲料二廠熱收縮爐更新，節省蒸氣用量。



『辦公作業區』全面更換T5燈組

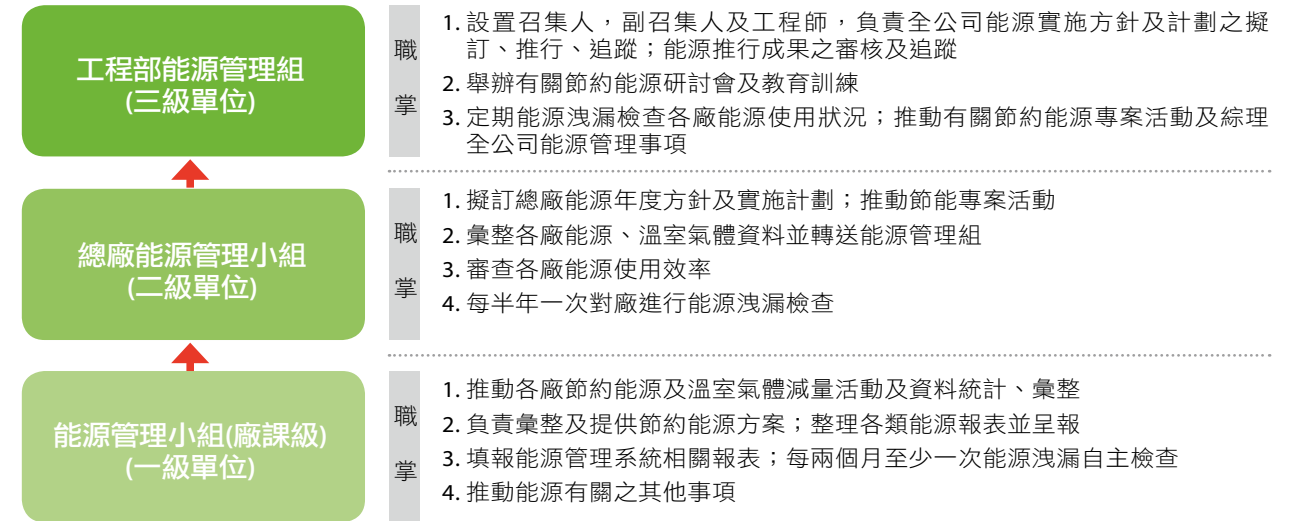


節能典範

節能管理制度

統一企業內部建立節能管理制度、優化製程改善(效率改善、生產排程調整等)、提升鍋爐效率、冰水主機效率改善、採用高效率燈具及馬達、空壓機系統效率改善及壓縮空氣洩漏改善等。

我們的節能管理制度採取分級管理，共分為三級單位，並各有其監管的程序，其執掌內容如下：



節能相關獲獎事蹟

- ★ 2011年楊梅廠及新市廠節能專案獲得工研院「高效率馬達動力系統節能推廣示範」第1名及第2名
 - 楊梅飲料二廠冰水系統節能改善案；改善後年節能比率為35.4%，年節省費用74.3萬元，年抑制CO₂排放量159.1噸。
 - 瑞芳廠空壓系統與新市宿舍熱泵節能案；改善後年節能比率為58.7%，年節省電費54.4萬元，年抑制CO₂排放量119.2噸。
- ★ 2012年永康廠、楊梅廠及台中廠節能專案獲得工研院「高效率馬達動力系統節能推廣示範」第1名、第2名及優等
 - 永康行政大樓冰水系統節能改善案；改善後年

節能比率為46%，年節省費用140萬元，年抑制CO₂排放量225噸。

- 楊梅總廠空壓系統節能改善案；改善後年節能比率為31.6%，年節省費用210萬元，年抑制CO₂排放量462噸。
- 台中廠熱泵與新市肉品廠空壓系統節能案；改善後年節能比率為20%，年節省電費55.5萬元，年抑制CO₂排放量120噸。
- ★ 新市總廠獲得經濟部能源局2011年節約能源績優優等獎
- ★ 自2010年加入「經濟部能源局節能服務團」，3年來致力節能減碳執行成效，達成節能目標5,019公秉油當量，節約率達7.13%，CO₂減量13,350公噸，於2012年接受經濟部頒獎表彰





空氣、水資源、廢棄物管理

水資源管理

水資源議題一直以來都是各產業所關注的焦點，雖然我們在產品的生產或是設備的清洗，都需要使用大量的水，但使用的水資源皆在許可水權範圍內，因此不會造成環境影響。為因應相關水資源管理的措施，我們每月針對「單位產品耗水量」指標進行異常分析，並推動改善措施，提升用水回收率，以有效的減少水資源的耗用。

節水措施

- 藉由製程改善及調整生產排程，提升設備效率降低用水量。
- 優化生產排程，減少生產後管路設備清洗耗能(水、電、蒸汽)。
- 回收水再利用
 - 蒸汽冷凝水：回收至鍋爐或製程加熱再利用
 - 殺菌系統回收水：棧板、塑膠箱及一般清洗
 - 成品桶冷卻水：棧板、塑膠箱及一般清洗
 - 放流回收水：廁所及地板清洗（非生產廠）

水體來源及用量

單位：千噸

用水總類	2012年	2011年	2010年	2009年
自來水用量	2,173	1,941	1,882	1,906
水庫水用量	1,842	1,727	1,688	1,768
山泉水用量	88	92	87	79
地下水用量	170	211	240	221
合計	4,273	3,971	3,897	3,974

廢水管理

為確保公司所排放的廢水水質達到國家規定的放流標準，並降低環境負荷，我們所排放的廢水皆經過環保署核可之檢驗機構檢驗放流標準合格後才排放至工業區廢水處理系統或當地河川，但對於排

放廢水的相關檢驗措施我們依然採取高標準進行檢驗與控管，我們的排放水平均COD濃度為30~40mg/L，遠低於國家100 mg/L標準的要求，COD去除率每年皆能維持在98%以上的水準，對當地社區環境皆無顯著之影響。

排放水COD統計

項目	單位	2012年	2011年	2010年	2009年
COD平均濃度	mg/L	36.5	39.7	34.3	37.5
COD當量削減量	噸/年	7,643.80	6,703.10	6,789.50	7,101.60
COD當量削減率	%	98.35%	98.00%	98.29%	98.26%

排放水量與回收水量及回收率統計

項目	單位	2012年	2011年	2010年	2009年
排放量	仟噸	3,514	3,447	3,430	3,347
回收水量	仟噸	207	223	226	266
回收率	%	4.85	5.62	5.81	6.71

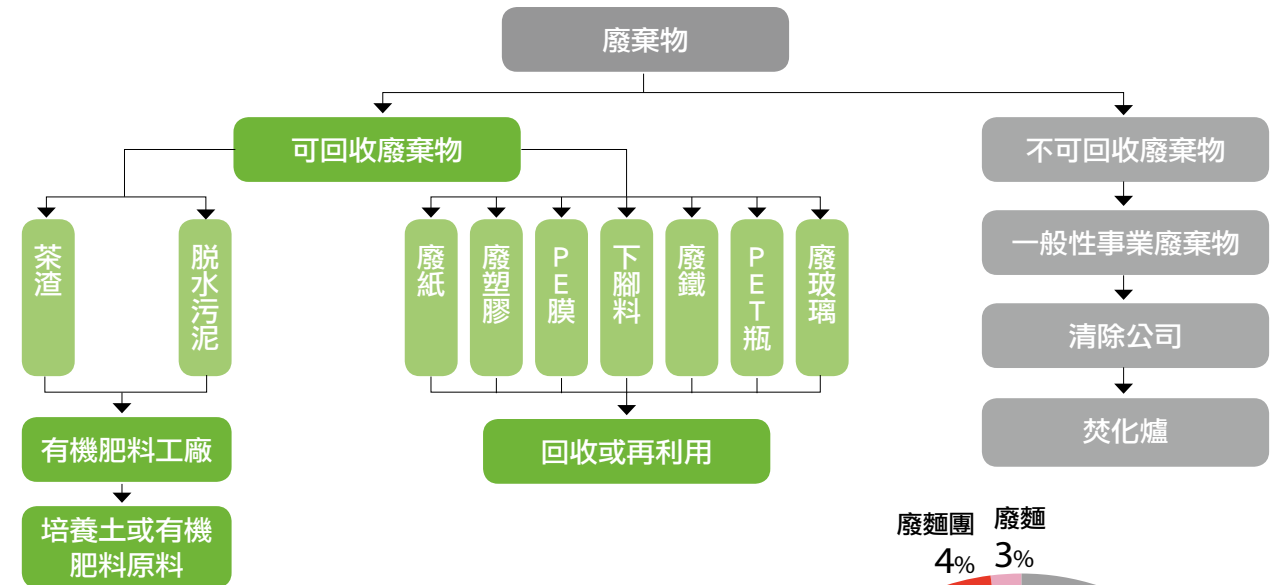
廢棄物管理

有效降低廢棄物的產生，一直是我們友善環境所要努力的目標，透過創新思維的建立，建置完善的廢棄物管理系統，並且納入ISO14001環境管理系統裡面持續進行監控，使得廢棄物的管理程序更加落實，減量的效率也可以進一步的提升。

而在這樣管理程序嚴密的管控下，統一企業近年沒有相關重大污染與洩漏事件的產生，也無運

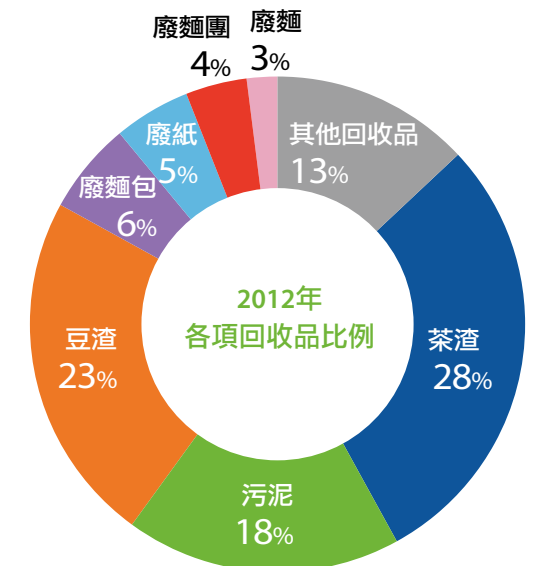
輸、輸入或輸出具危險性的廢棄物。我們也將持續的追求更創新、高效率的處理方法，以降低環境的負擔。

目前統一企業對於廢棄物共分為一般廢棄物、有機實驗廢液、資源回收品等三類；一般廢棄物主要以焚化方式處理，有機實驗廢液主要以蒸餾回收方式處理，於2012年產生量為1,332噸，其中有害廢棄物重量僅約1.39噸，占0.1%，此部分為實驗室所產生實驗廢液。



廢棄物管理統計表

項目	單位	2012年	2011年	2010年	2009年
一般廢棄物產生量	噸	1,332	1,366	1,422	1,506
資源回收數量	噸	37,401	32,959	34,327	32,745
資源回收金	仟元	58,813	55,016	48,565	33,510
廢棄物清運費用	仟元	3,505	3,674	4,059	4,244
資源回收率	%	96.56%	96.02%	96.02%	95.60%
單位產品一般廢棄物產生量	kg/T	1.04	1.02	1.07	1.21



確保新建廠房對當地社區無負面影響

統一企業2011~2012年度新建廠房柳營TMR廠及未來將建設之新竹湖口廠皆不在環境敏感區域內（其中柳營TMR廠位於工業區），相關廠房已依當地法令建置，故對當地社區亦不具有重大潛在或實際的負面影響，亦無受到人權影響的營運活動發生。相關製程所排放之廢水、空氣污染物及廢棄物，各廠區皆依法設置污染防制設備及定期進行檢測或申報，避免汙染周邊環境，至今並無發生對當地社區造成重大負面衝擊之情事。



空氣污染防制

統一企業依據國家環保規範，制定公司內部空氣防制相關管理辦法，並納入ISO14001環境管理系統進行監控，以確保合乎相關空氣污染排放標準。相較於2011年以前以抽查方式進行的實行監控管理，在2012年起採全面檢測所有相關空氣污染排放管道，以確認排放係數，作為相關設備改善的數據參考。

空氣污染物排放檢測狀況

單位：噸

	2012年	2011年	2010年	2009年
粒狀污染物	29.493	15.797	15.609	6.703
硫氧化物	200.819	124.646	173.151	172.726
氮氧化物	151.118	95.069	130.192	141.915
揮發性有機物	2.873	0.604	0.534	0.468

空氣污染防制費用

單位：新台幣 仟元

	2012年	2011年	2010年	2009年
污染防制費	1,963	2,116	1,523	1,637

2011~2012年度因污染環境所受損失(包括賠償)及處分之總額

	2012年	2011年
污染狀況(種類、程度)	毒化物運作(註3)	水汙染(註1) 空氣污染(註2)
賠償對象或處分單位	台南市環保局	桃園縣環保局/台南市環保局
賠償金額或處分情形	6萬元	31萬
其他損失	無	無

註1：因楊梅廠銷毀處理遭塑化劑污染之回收產品至廢水處理設備，未符合水措計畫及許可證登記事項，致遭受桃園縣環保局開立新台幣1萬元罰單，於100年11月結案並完成繳費。

註2：100年12月因永康食品一廠2支排放管道經環保局採樣，不符合異味污染物排放標準，致遭受台南市環保局開立新台幣30萬元罰單，已完成繳費，並增設防制設備複檢後符合排放標準，於101年5月結案。永康食品一廠已增設空污異味防制設備，全公司其他食品廠同步進行改善。

註3：因永康廠技術開發部購買之脂肪酸標準品(1ml)為含有二氯甲烷之毒化物，漏報相關運作紀錄，致遭受台南市環保局開立新台幣6萬元罰單，於101年9月結案並完成繳費。目前已將所有毒化物設定料號納入MRO採購系統，購買時由環安人員簽核確認進行控管，並將採購毒化物程序納入標準化。



L.O.V.E 演進你的生活價值
Life Of Value Evolution



促進社會價值

慈善公益_61 健康宣導_62 社會參與_65



統一企業以促進消費者的「健康快樂」為職志，秉持著企業良心，推動『千禧之愛』四大主張，追求消費者生活的滿足。我們結合食品本業核心能力及各關係企業的資源，致力實踐企業社會責任，回饋社會。我們成立「千禧之愛健康基金會」，積極向社會大眾推廣健康飲食及預防醫學。另有「統一企業社會福利慈善事業基金會」，提供急難救助金以關懷弱勢族群，並計畫於未來逐步與本業結合，將部分急難救助金改以發放保健食品與icash的方式，以避免資助金額不當使用或浪費。此外，統一企業長期參與全民音樂藝文、運動、休閒等活動，並讓弱勢族群享有參與娛樂活動的機會，促進國人享有優質的樂活生活，落實企業宗旨——開創健康快樂明天。



慈善公益



統一企業成立「統一企業社會福利慈善事業基金會」（以下簡稱「統一社福會」），係以發展社會救濟事業為宗旨，基金會透過全省400餘個鄉鎮區公所以及民眾服務站的協助，提供全國各地所需案例，至今三十五載，截至2012年12月止，核發急難救助家庭戶數共30,533戶，累計核發救濟金總額達2.4億元；期間並派員實地訪視全省弱勢濟助之機構/學校，近四年達104所。

「統一社福會」本著企業使命懷抱愛心與關懷，打破藩籬，擴及每一個需要的角落，使人與人之間更親近和諧，以減少社會問題，長期關懷弱勢族群。近年來，除持續堅持慈善性捐助外，更藉由企業內部及集團資源提供更多元之社福領域，以更有系統方式擴及生命、環境教育、節慶關懷、藝文及運動等活動的推廣，並由「用愛擁抱生命」關懷系列活動，期望播種「愛心文化」，把愛擴大，彼此關懷、樂觀進取，從心靈層面建立「貧而樂道，富而好禮」、「貧而無詔，富而無驕」的社會。

統一企業社會福利慈善事業基金會近四年公益活動統計表

	2012年	2011年	2010年	2009年
主辦全國急難家庭救濟救助	772戶 7,632仟元	600戶 5,753仟元	644戶 5,650仟元	664戶 5,664仟元
嘉南區以南國中、國小急難個案救助	74戶 592仟元	28戶 224仟元	35戶 280仟元	41戶 246仟元
全國走透關懷弱勢機構暨偏遠學校	34所機構/學校 869仟元	33所機構/學校 735仟元	25所機構/學校 890仟元	12所機構/學校 436仟元
捐贈濟助物資	5,800項	5,500項	5,320項	4,722項
獨居老人服務關懷	35戶	20戶	-	-
全國急難家庭慰問	32戶 22仟元	28戶 5,000元	25戶 258仟元	21戶 255仟元
估總濟助受益人數	4,500人	4,000人	2,974人	2,526人
年度總費用支出	10,361仟元	7,526仟元	8,230仟元	14,960仟元

註：獨居老人服務關懷於2011年開始施行



健康宣導

有感於國家醫療支出的增加、高齡化社會的來臨，2003年由統一企業、統一超商共同捐助成立「千禧之愛健康基金會」，號召十多位具代表性之醫學、營養、食品科學之專家學者，結合統一企業集團之食品製造及流通專長共同投入預防醫學及營養保健之社會教育。成立之初，基金會舉辦許多健康飲食與保健食品推廣活動；之後，有感於腦中風、心肌梗塞、糖尿病等三高疾病所帶來之猝死、長期照護等皆造成個人、家庭與社會沉重之經濟、心理負擔，決定將教育重點放在醫療之前的預防工作，因此於2006年開始發起防治三高疾病源頭--代謝症候群的宣導活動，陸續倡導「腰圍八九十 健康常維持」、「實踐3D健康生活 遠離代謝症候群 - Do Control, Do Healthy Diet, Do Exercise」等觀念。多年來基金會透過健康講座、研討會、新聞報導、公益廣告、健檢衛教、出版品等方式，不斷呼籲民眾養成控制腰圍與三高指標、健康飲食、規律運動之習慣。

基金會為親領民眾打擊代謝症候群，近年辦理了許多創新的公益活動：

1.「千禧健康小站」¹：為了方便民眾隨時了解自己的腰圍與血壓，實踐3D健康生活，「千禧之愛健康基金會」於2008年開始與「統一超商好鄰居文教基金會」，於7-ELEVEN和康是美門市遴選特定門市，設置千禧健康小站，提供隧道式血壓計與提供腰圍量尺，至2013年全國已有621家千禧健康小站。「千禧之愛健康基金會」與「統一超商好鄰居文教基金會」每年定期聯合以上小站舉辦量血壓、量腰圍健檢活動，2011與2012兩年所發動的「全國健康週」，合計超過8萬名民眾於小站門市接受公衛護理師的健檢與衛教，堪稱國內民間最大規模之代謝症候群健檢活動，也將便利的「7-ELEVEN」、「康是美」化身為健康的好鄰居。本計畫同時也獲衛生署國民健康局支持。

2.「健康出動到校園」：2012年開始邀請集團超人氣人偶OPEN小將，化身為基金會代言人「千禧健康OPEN小將」，出動到肥胖率高及偏遠的國小，執行「打擊每太飽(Metabo, 代謝症候群英文Metabolic Syndrome簡稱)」的教育計畫及演出「每太飽」話劇，讓學童對肥胖與代謝症候群的防治觀念從小紮根。本計畫特別的是，學童學習後需回家幫父母量腰圍及並轉知健康生活的小撇步，讓親子一同互動健康觀念。開辦首年，基金會便出動至台北、南投、花蓮、台東、苗栗等五縣市7家國小，共計有3,367位學生、6,000位家長及導師參與。本計畫也獲熱烈迴響，使2013年一開放報名即額滿，並獲教育部支持。



健康出動到校園活動，由千禧健康OPEN小將出動到校園，帶領學童一同跳搖擺健康舞，並教導代謝症候群及健康生活型態觀念。

3.「千禧之愛 八九量腰日」：為加深民眾對於健康腰圍標準--男性不超過90公分，女性不超過80公分的記憶度，基金會自2011年起，訂每年8月9日為「千禧之愛 八九量腰日」，並於2012年擴大舉辦，於當日結合統一集團旗下21家連鎖通路及外部4家金融、製藥業共7,500家門市發送130萬份腰圍量尺，邀請全民一起健康瘦腰。

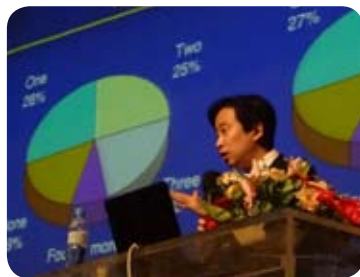


2012年共有7,500家門市共同發送腰圍量尺及代謝症候群DM，響應「千禧之愛 八九量腰日」。



自2008年起舉辦的千禧健康小站(原社區健康小站)代謝症候群健檢活動，每年均吸引許多民眾參與。

¹原為「社區健康小站」，2013年起更名為「千禧健康小站」。

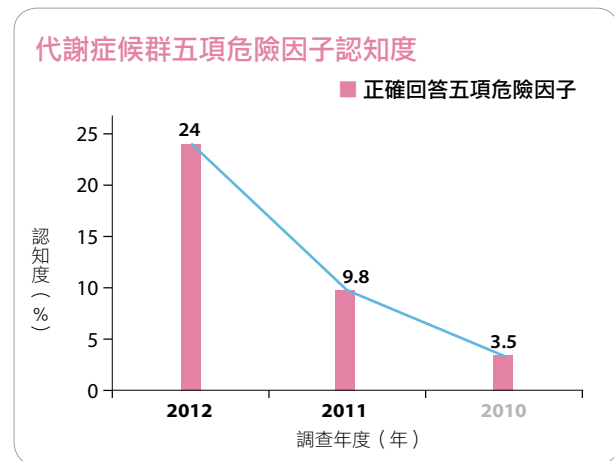
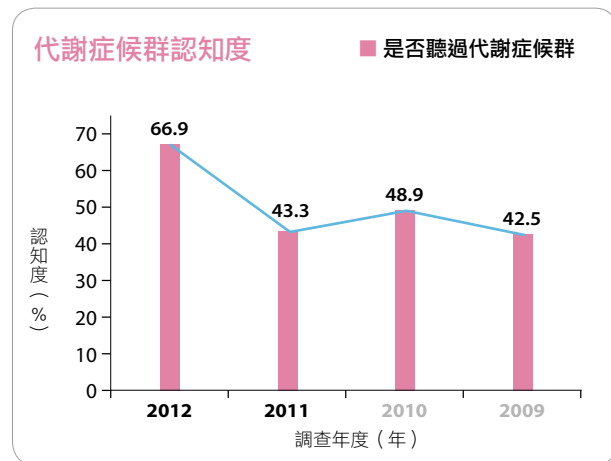


聽眾踴躍參與中正紀念堂預防醫學系列講座之盛況。

4.「千禧之愛預防醫學講座」：基金會於2011年起開始邀請台灣知名學者、醫師對一般民眾演講代謝症候群及其衍生疾病的預防之道，2012年，基金會加入骨質疏鬆、腸胃道、中醫等多元化議題，固定於台北中正紀念堂及高雄夢時代購物中心舉辦系列講座，受到民眾廣大迴響，每場皆有200位聽眾前往參與，於講座中獲取疾病的預防知識。

年度	活動項目	場次
2011年	千禧健康小站擴點	450家(統一超商：250家，康是美：200家)
	第三屆社區健康小站全國健康月活動	全台22縣市超過3萬位民眾參與代謝症候群健檢活動
	健康職場促進講座	1場企業防過勞死論壇與2場企業講座
	健康講座	7場預防醫學講座
	代謝症候群研討會	1場
	醫療訊息記者會	全年度計9場
2012年	千禧健康小站擴點	621家(統一超商：421家，康是美：200家)
	第四屆社區健康小站全國健康週活動	全台22縣市超過5萬位民眾參與代謝症候群健檢活動
	千禧之愛 八九量腰日	結合統一集團旗下21家連鎖通路及外部4家金融、製藥業共7,500家門市發送130萬份腰圍量尺
	健康講座	8場預防醫學講座
	健康出動到校園	出動至7間國小，共教育3,367位學生、6,000位家長及導師
	健康出動到企業	出動至第一銀行舉辦大型代謝症候群宣導活動，約7,000位企業員工參與
	健康出動到社區	參與20場

「千禧之愛健康基金會」推動防治代謝症候群不遺餘力，多年來結合產官學力量致力於提升全國民眾對疾病的認知度。2012年與2009年相較，民眾對於代謝症候群以及其五項危險因子的認知率，皆具有高幅度的上升中，成效卓著。然千禧之愛健康基金會未來亦將持續努力，讓更多的民眾認識代謝症候群，並能實際將3D健康生活的觀念應用於生活當中，幫助民眾遠離其衍生疾病的風險。



自基金會推廣代謝症候群以來，代謝症候群認知度(左圖)及代謝症候群五項危險因子認知度(右圖)皆具有高幅度的上升。

基金會自2007年起，每年執行台北、台中、高雄三大都會區樣本1000人之代謝症候群認知度電話訪問調查結果。

社會參與

持續參與職棒活動，前進校園推動「全民棒球運動」

統一企業於近四年，共廣告贊助2.07億元，參與國內職棒賽事，並認養台南市立棒球場，回饋市府、經營管理與修繕維護費高達4,107萬元(佔總廣告贊助費約20%)。近年並與行政院體委會合作，共同推動「棒球好玩校園巡迴活動」、「全民棒球運動」，

安排統一獅明星選手進入各級校園指導，推動國人從小培養對棒球運動的興趣與學習基本球技，促使「棒球運動」成為全民共同參與及具有專長特色的運動項目之一。統一7-ELEVEN獅隊推動公益活動不餘遺力，安排台南家扶中心學員蒞臨台南市棒球場體驗棒球樂趣外，也培養小朋友假日健康休閒活動。並邀請早產兒基金會、施恩教養院、鴻佳啟能庇護中心到場觀看球賽，體驗棒球場上澎湃的熱情。



茶裏王百年北茶文化之旅，活絡產業生機

為讓上班族能趁假日休閒之際接觸大自然，並能輕鬆喝喝一口即飲好茶，統一企業推出「百年北茶文化之旅」，讓社會大眾都可以一起走訪這傳承百年製茶技術的好茶區。



在百年北茶文化之旅中，消費者可進行採茶的體驗，了解以「一心二葉」的採茶方式並品嚐到細緻濃厚甘甜的茶湯。已在桃園歷史悠久的茶廠觀摩及體驗百年的製茶工藝技術，從新採下的茶葉經過炒菁、揉捻、乾燥及撿茶等程序，每一步驟都遵循著傳統的製茶工法，簡單的綠茶製程中卻融入了百年的經驗與技術傳承。藉由消費者參與茶農產業的觀光之旅活動，不僅能發揚傳統製茶產業的文化並能讓消費者對產品感到安心，創造產業文化與價值傳承的新局面。

也讓社會大眾可以深刻體會到，原來平常在統一超商就可以買到的茶裏王，由於茶農對於種茶的熱情，製茶人對於做好茶的堅持，才能讓茶裏王的每一瓶茶都能做到「回甘就像現泡」。





統一陽光黃金豆公益活動

統一陽光跟「台灣營養基金會」聯合發佈國小學童飲食行為調查，指出37.5%學童早餐飲料亂喝，注意力落差2.8倍，並提出低GI、卵磷脂跟優質蛋白是打造學童專注力的重要營養原則。建議早餐應選擇優質蛋白、低GI、卵磷質的飲食，如豆漿飲品。因此，於2011年時，統一企業與「兒福聯盟&營養基金會」合作舉辦黃金豆公益活動，攜手將萬瓶豆漿送至偏遠鄉鎮的兒童手中，並認養偏鄉學校整學期的營養午餐飲品。以及，由統一陽光贊助，「台灣營養基金會」與兒盟聯手發行「國小學童學習滿分營養指南」，提醒家長營養重要性。

AB優酪乳「追捕瘰肉小子」公益活動

AB優酪乳品牌擔任國人腸胃健康守護者的角色，於2012年，與「台灣癌症基金會」合作，協助「追捕瘰肉小子」之活動宣傳。根據統計顯示國人癌症罹患率第一名的癌症為大腸癌，從2010年開始，國健局發起由台灣癌症基金會執行「追捕瘰肉小子」活動，鼓勵民眾透過糞便潛血的篩檢，早期發現大腸癌前兆，以降低罹癌風險，為提升國人對腸胃健康的重視，因此，透過AB優酪乳品牌宣傳之結果，顯示大腸瘰肉的檢出比例大幅成長。於2012年之大腸鏡檢查的民眾，有57%的比例發現到瘰肉而切除，相較2010年的46.5%及2011年的48%提升約1成左右，顯示透過AB優酪乳品牌宣傳能有效讓更多民眾有機會提早發現及治療，期能降低國人罹癌率的風險。



宜蘭綠色博覽會

「宜蘭綠色博覽會」已經邁入第十二屆，「十二」是象徵周而復始的數字，也是一段歷程的結束，更是另一段旅程的開始，這也是我們「統一社福會」第一次深入蘇澳。「統一社福會」為了響應全球對環境生態議題的重視，特與宜蘭縣政府社會處合辦，邀請家扶中心50位寄養家庭與小朋友一日遊——「宜蘭綠色博覽會」。年年在蘇澳武荖坑風景區舉辦的綠博會，就像一場春天盛會，「統一社福會」帶領家扶成員們投入青山綠水的懷抱，更重要的意義是：讓家扶小朋友體會環境生態平衡及永續發展的重要性，讓他們能珍惜當下、愛惜現在所擁有的。綠色博覽會利用武荖坑的天然景緻為基礎，打造出一片能體驗自然、貼近土地的活動場域，期望我們悠遊於宜蘭綠色博覽會時，能同時享受回到自然的樂趣，重拾對土地、對大自然的尊重與愛護，共同創造永續幸福的未來。



2012【Clean Up the World 清潔地球 環保台灣】

清掃也能改變世界！「統一超商好鄰居文教基金會」邀請統一企業和各大企業主於2012年9月8日（六）上午舉辦Clean Up the World世界清潔日活動！號召全台民眾於全各地展開清掃，包括外國傳教士、小童子軍、銀行志工等來自各階層不分年紀大小的熱血志工，一起加入用清掃愛台灣的行列。

全台716處地點同步清掃

2012年以「Clean is Cool」為活動主題，希望引起更多年輕朋友的共鳴，而清掃地點也比往年擴大到全台更多的觀光景點、旅遊商圈、夜市，包括了台北公館商圈、台中火車站、高雄六合夜市…等，北從金山、南至墾丁國家公園、東至花蓮縣吉安溪、西至離島金門縣金城鎮，全台總計716個地點同步展開清掃，共吸引了396個團體、超過4萬7千人參與，掃出8,770袋垃圾（可回收垃圾1,938袋／不可回收垃圾6,832袋），因民眾的熱情參與，報名的志工人數更創下近五年來的新高，期待未來有更多民眾和統一集團一起愛地球，從自己做起，發揮改善地球環境的力量，共同珍惜腳下的這片土地，讓台灣變得更美麗。



就是要當星鮮人



「統一星鮮人」一年一度所舉辦的校園選拔活動—素人也能變明星，前進三十所校園進行面對面招募活動，現場透過星鮮人新生代帥哥——陳翊睿（AB慢跑篇優酪乳廣告主角）打頭陣，除在場除招募活動之外，還有咖啡廣場品牌推廣活動，除微軟、catchplay、三立電視台公司協助之外，還有潮T公司：BSX熱情參與，除了官網串聯，BSX公司並贊助星鮮人穿潮T參與各大校園活動，使得首次合作便產生實質的雙贏局面。

bsi.



Opinion Statement

SUSTAINABILITY REPORT ASSURANCE

Uni-President Enterprises Corporation
No. 301, Zhongzheng Rd.
Yongkang Dist.
Tainan City
71001
Taiwan (R.O.C.)

統一企業股份有限公司
台灣
台南市
永康區
中正路 301 號
71001

Holds Statement No: **SRA-TW-2012016**

And participates in the mission of the AA1000 Assurance Standard (2008) consistent with the GRI G3.1 Guidelines (2011)

Uni-President Enterprises Corporation has published the 2011-2012 Corporate Social Responsibility Report, which has been assured by BSI. BSI has assured this report by providing an Independent Assurance Opinion Statement. This statement is only valid in connection with the Independent Assurance Opinion Statement.

For and on behalf of BSI:

Managing Director BSI Taiwan, Peter Pu

Originally Issue: **25/07/2013**

Page: 1 of 2

...making excellence a habit™



Taiwan Headquarters: 5th Floor, No. 39, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
BSI Taiwan is a subsidiary of British Standards Institution.

Statement No: **SRA-TW-2012016**

Location

Uni-President Enterprises Corporation
No. 301, Zhongzheng Rd.
Yongkang Dist.
Tainan City
71001
Taiwan (R.O.C.)
統一企業股份有限公司
台灣
台南市
永康區
中正路 301 號
71001

Assurance Scope

The assurance covers the whole report and focuses on systems and activities during the 2011-2012 calendar year on the Uni-President Enterprises Corporation which including Yongkang, Xinshi, Taichung, Yangmei and Zhongli General Plant in Taiwan.

68

獨立保證意見聲名書

69

統一企業 2011-2012 企業社會責任報告書

Originally Issue: **25/07/2013**

Page: 2 of 2

Taiwan Headquarters: 5th Floor, No. 39, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
BSI Taiwan is a subsidiary of British Standards Institution.

獨立保證意見聲明書

2011-2012 年度統一企業股份有限公司企業社會責任報告

英國標準協會與統一企業股份有限公司(簡稱統一企業)為相互獨立的公司,英國標準協會除了針對統一企業 2011-2012 年度企業社會責任報告進行評估和查證外,與統一企業並無任何財務上的關係。

本獨立保證意見聲明書的目的,僅作為對下列有關統一企業社會責任報告所界定範圍內的相關事項進行保證之結論,而不作為其他之用途。除對查證事實提出獨立保證意見聲明書外,對於關於其他目的之使用,或閱讀此獨立保證意見聲明書的任何人,英國標準協會並不負有或承擔任何有關法律或其他之責任。

本獨立保證意見聲明書係基於統一企業提供予英國標準協會之相關資訊審查所作成之結論,因此審查範圍乃基於並侷限在這些提供的資訊內容之內,英國標準協會認為這些資訊內容都是完整且準確的。

對於這份獨立保證意見聲明書所載內容或相關事項之任何疑問,將由統一企業一併回覆。

查證範圍

統一企業與英國標準協會協議的查證範圍包括:

1. 企業社會責任報告範圍包括統一企業股份有限公司 2011-2012 年台灣地區營運活動,資訊範圍涵蓋永康、新市、台中、楊梅及中壢等五大總廠。
2. 依照 AA1000 保證標準(2008)的第 1 應用類型評估統一企業遵循 AA1000 當責性原則標準的本質和程度,不包括對於報告揭露的資訊/數據之可信賴度的查證。

本聲明書以英文作成並已翻譯為中文以供參考。

意見聲明

我們總結統一企業社會責任報告內容,對於統一企業的相關運作與績效則提供了一個公平的觀點。我們相信有關統一企業 2011-2012 年的經濟、社會及環境等績效指標是被正確無誤地呈現。報告所揭露的績效指標展現了統一企業對識別利害關係人的努力。

我們的工作是由一組具有依據 AA1000 保證標準(2008)查證能力之團隊執行,以及策劃和執行這部分的工作,以獲得必要的訊息資料及說明。我們認為就統一企業所提供的足夠證據,表明其依循 AA1000 保證標準(2008)的報告方法和他們的自我聲明符合全球報告倡議準則係屬公允的。

查證方法

為了收集與作成結論有關的證據,我們執行了以下工作:

- 對來自外部團體的議題相關於政策進行審查,以確認本報告中聲明書的合適性
- 與統一企業管理者討論有關利害關係人參與的方式,然而,我們並無直接接觸外部利害關係人
- 訪談 20 位與永續性管理、報告編製及資訊提供有關的員工
- 審查有關組織的關鍵性發展
- 審查內部稽核的發現
- 審查報告中所作宣告的支持性證據,及
- 針對公司報告及其相關 AA1000 保證標準(2008)中描述有關包容性、重大性及回應性原則的流程管理進行審查

結論

針對包容性、重大性及回應性之 AA1000 當責性原則與「全球永續性報告第三代綱領(GRI G3.1)」之詳細審查結果如下:

包容性

2011-2012 年報告反映出統一企業已開始尋求利害關係人的參與,以發展及達成對企業社會責任具有責任且策略性的回應。此系統正被發展以產生必要的資訊。報告中已公正地報告與揭露經濟、社會和環境的訊息,足以支持適當的計畫與目標設定。以我們的專業意見而言,這份報告涵蓋了統一企業的包容性議題。然而,未來的報告可以進一步加強以下的項目:

- 鼓勵持續掌握利害關係人關注議題並與公司的核心策略結合以發展永續績效

重大性

統一企業公布永續經營相關資訊使利害關係人得以對公司的管理與績效進行判斷。以我們的專業意見而言,這份報告適切地涵蓋了統一企業的重大性議題。然而,未來的報告可以進一步加強以下的項目:

- 適度地納入來自外部專家機構意見,以作為重大性分析之參考

回應性

統一企業執行來自利害關係人的期待與看法之回應。統一企業已發展相關道德政策,作為提供進一步回應利害關係人的機會。以我們的專業意見而言,這份報告涵蓋了統一企業的回應性議題。然而,未來的報告可以進一步加強以下的項目:

- 持續地更新現有的社會參與策略,以展現統一企業社區參與績效
- 為了彰顯提供給利害關係人之資訊可靠度,鼓勵尋求 AA1000 保證標準(2008)的第二類型查證

GRI 報告綱領

統一企業提供有關符合 GRI G3.1 報告綱領的自我宣告,與相當於 B+ 分級的相關資料。基於審查的結果,我們確認報告中參照 GRI 的社會責任與永續發展的相關指標已被報告、部分報告或省略。以我們的專業意見而言,此自我宣告涵蓋了統一企業的社會責任與永續性議題。

保證等級

依據 AA1000 保證標準(2008)我們審查本聲明書為中度保證等級,如同本聲明書中所描述的範圍與方法。

責任

這份企業社會責任報告所屬責任,如同責任信中所宣稱,為統一企業負責人所有。我們的責任為基於所描述的範圍與方法,提供專業意見並提供利害關係人一個獨立的保證意見聲明書。

能力與獨立性

英國標準協會於 1901 年成立,為全球標準與驗證的領導者。本查證團隊係由具專業背景,且接受過如 AA1000AS、ISO14001、OHSAS18001、ISO14064 及 ISO9001 之一系列永續性、環境及社會等管理標準的訓練,具有主導稽核員與碳足跡查證員資格之成員組成。本保證係依據 BSI 公平交易準則執行。

For and on behalf of BSI:



Peter Pu
Managing Director BSI Taiwan
25 July, 2013

bsi.

 AA1000
Licensed Assurance Provider
000-4

編輯原則

關於本報告書

此本報告書以公司治理、員工、產品、環境及社會公益等五大面向為架構，揭露統一企業在永續發展過程中，面對重要議題的觀點與因應作為。為回應社會對食品安全管理議題之關注，此本報告書主軸為食品安全與健康，強調統一企業面對食安問題的因應做法及措施，將產品章節以價值鏈展開，展現統一企業品牌產品在價值鏈中每個環節的永續議題及作法，以確保食品安全讓消費者吃得安心。

報告期間

本報告書內容所刊載的資訊期間為2011年1月1日至2012年12月31日。

邊界與範疇

此本報告書績效呈現以台灣地區為主，資訊範圍涵蓋永康、新市、台中、楊梅及中壢等五大總廠，於報告期間統一企業規模、架構或所有權並無重大改變，且無嚴重影響報告之合資/附屬機構或租用設施。目標在未來報告書中逐步納入統一企業海外營運範圍，以具體呈現統一企業集團CSR管理的完整資訊。

數據蒐集過程與量測計算方法

報告書數據蒐集過程，邀集相關部門，透過日常營運管理的數據、教育訓練、議題討論及各單位訪談，按GRI準則及指標要求，彙整出統一企業在經濟、社會及環境面向的績效資訊。部分績效資訊揭露2009~2012年的四年數據，以看出統一企業長期投入努力的變化。各項指標內容數據資訊的收集、量測與計算方法，係以符合當地法規要求為主要依據，如當地法規無特別規定，則以國際標準(如ISO相關國際標準)為準，如無國際標準可適用，則以產業標準或產業慣例為依歸。

撰寫綱領

本報告書係參照全球永續性報告書協會 (Global Report Initiative, GRI) 第3.1綱領 (GRI G3.1) 撰寫。經第三方依AA1000保證標準之包容性、重大性及回應性三大原則查證，確認本報告書符合GRI B+應用等級。

發行

統一企業每兩年定期發行CSR報告書，並於本公司網站<http://www.uni-president.com.tw> 中揭露。

現行發行版本：2013年8月31日發行

上一發行版本：2011年8月31日發行

意見回饋

統一企業股份有限公司 行銷企劃室

電話：886-253-2121(代表號)

電子郵件：public@mail.pec.com.tw

地址：71001台南市永康區鹽行里中正路301號

GRI指標索引

揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
策略與分析		
1.1	2-3	經營者的話
1.2	16	風險管理與危機處理原則
組織概況		
2.1	7	公司營運簡介
2.2	9	主要產品與服務
2.3	7	公司營運簡介
2.4	72	編輯原則
2.5	7	公司營運簡介
2.6	13	公司治理
2.7	7	公司營運簡介
2.8	7	公司營運簡介
2.9	72	編輯原則
2.10	4-5	統一企業CSR績效重點摘要
報告參數		
3.1	72	編輯原則
3.2	72	編輯原則
3.3	72	編輯原則
3.4	72	編輯原則
3.5	72/18	編輯原則/利害關係人議合
3.6	72	編輯原則
3.7	72	編輯原則
3.8	72	編輯原則
3.9	72	編輯原則
3.10	72	編輯原則
3.11	72	編輯原則
3.12	73-76	GRI指標索引
3.13	68-71	獨立意見保證聲明書
治理、承諾與議合		
4.1	13	公司治理
4.2	13	公司治理
4.3	13	公司治理
4.4	13/26	公司治理/和諧的勞資關係
4.5	13-14	公司治理/企業社會責任治理與管理
4.6	13	公司治理
4.7	13	公司治理
4.8	2-3	經營者的話
4.9	13-14	公司治理/企業社會責任治理與管理

揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
4.10	13-14	公司治理/企業社會責任治理與管理
4.11	16	風險管理與危機處理原則
4.12	18-21	利害關係人議合
4.13	18-21	利害關係人議合
4.14	18-21	利害關係人議合
4.15	18-21	利害關係人議合
4.16	18-21	利害關係人議合的方法，包括議合頻率
4.17	18-21	透過與利害關係人的接觸所獲得之最近關鍵議題和關心事項及企業如何回應這些議題和關心事項，包括透過報告的呈現等

揭露項目	頁次	對應章節及特別說明	揭露程度
經濟績效指標			
EC MA	16	營運策略	☐
EC1	8/9/24/61	財務績效/主要產品與服務/平等的工作環境/促進社會價值	☑
EC2	52-53	減緩全球暖化	☑
EC3	26-27	和諧的勞資關係	☑
EC4	8	財務績效	☑
EC5	24-25	平等的工作環境	☑
EC6	36-38	原物料管理	☑
EC7	24-25	平等的工作環境	☑
EC8	65	社會參與	☑
EC9	65-67/39	社會參與/原物料管理	☑
環境績效指標			
EN MA	51	維護環境價值	☑
EN1	38	原物料管理	☑
EN2	—	本公司為食品製造業，無使用再生原料製造產品之情事	☑
EN3	52-53	減緩全球暖化	☑
EN4	52-53	減緩全球暖化	☑
EN5	52-53	減緩全球暖化	☑
EN6	52-53/54-55	減緩全球暖化/節能行動	☑
EN7	54-55	節能行動	☑
EN8	56	水資源管理	☑
EN9	56	水資源管理	☑
EN10	56	水資源管理	☑
EN11	—	在非保護區之生物多樣性豐富的棲息地和保護區、或在其鄰近地區，所擁有、租賃或管理的土地面積和地理位置	☑
EN12	—	統一企業營運區域皆為工業區，非具生物多樣性之地區	☑
EN13	—	保護與恢復的棲息地	☑
EN14	—	訂定策略、目前的行動與未來的計畫以管理生物多樣性的衝擊	☑
EN15	—	統一企業營運區域無相關保育類生物清單中依絕種風險程度別列出數量	☑
EN16	52-53	減緩全球暖化	☑

揭露項目	頁次	對應章節及特別說明	揭露程度
EN17	—	其他相關間接之溫室氣體排放量	—
EN18	54-55	節能行動	☑
EN19	—	造成破壞臭氧層之物質排放量	—
EN20	58	空氣污染防治	☑
EN21	56	水資源管理	☑
EN22	57	廢棄物管理	☑
EN23	57	廢棄物管理	☑
EN24	57	廢棄物管理	☑
EN25	56	水資源管理	☑
EN26	44-47	樂活產品	☑
EN27	—	—	—
EN28	58	空氣污染防治	☑
EN29	42-43	物流運輸	☑
EN30	51	維護環境價值	☑
員工績效指標			
LA MA	23	演進員工價值	☑
LA1	24-25	平等的工作環境	☑
LA2	24-25	平等的工作環境	☑
LA3	26-27	和諧的勞資關係	☑
LA4	26-27	和諧的勞資關係	☑
LA5	24-25	平等的工作環境	☑
LA6	26-27	和諧的勞資關係	☑
LA7	28-29	員工健康與安全	☑
LA8	28-29	員工健康與安全	☑
LA9	28-29	員工健康與安全	☑
LA10	30-31	教育訓練與職涯發展	☑
LA11	30-31	教育訓練與職涯發展	☑
LA12	—	不予揭露	☑
LA13	24-25	平等的工作環境	☑
LA14	24-25	平等的工作環境	☑
LA15	24-25	平等的工作環境	☑
人權績效指標			
HR MA	24-25	平等的工作環境	☑
HR1	37	原物料管理	☑
HR2	37	原物料管理	☑
HR3	30-31	教育訓練與職涯發展	☑
HR4	24-25	平等的工作環境	☑

揭露項目		頁次	對應章節及特別說明	揭露程度
HR5	可能危害或違反員工結社自由和共同協議的作業及重要供應商和採取了什麼樣的行動	37	原物料管理	
HR6	企業營運活動及重要供應商對童工可能造成之危險已經確認，且衡量消除童工的貢獻	24-25/37	平等的工作環境/ 原物料管理	
HR7	辨認有強迫或強制性勞動風險的營運活動和重要供應商，且能量測消除所有形式強迫勞動的貢獻	24-25/37	平等的工作環境/ 原物料管理	
HR8	公司有多少比例的安全人員對營運中相關人權有關的政策和人權考量有關的程序接受訓練	—	統一企業安全室人員皆以接受安全室相關訓練課程(禮儀訓練、急救訓練、性騷擾防治法宣導)	
HR9	侵犯當地人權事件之總數量和已採取之行動	24-25	平等的工作環境	
HR10	受到人權的審查和(或)影響評估的營運活動的總數和比例	—	無受到人權影響的營運活動發生	
HR11	經由正式申訴機制與人權有關的申訴件數、處理和解決的數量	24-25	平等的工作環境	
社會績效指標				
SO MA	社會管理方針	61	促進社會價值	
SO1	實施當地社區參與、影響評估和發展方案的營運活動之比例	62-65	健康宣導/社會參與	
SO2	對貪污風險已分析之企業單位數量和比例	13	公司治理	
SO3	員工受過公司之反貪污政策和程序之訓練之比例	13	公司治理	
SO4	對貪污事件的反制行動	—	報告年度內無發生賄選、貪污事件	
SO5	公共政策之定位和參與公共政策的發展與遊說	62-64	健康宣導	
SO6	對政治團體、個人或相關政府團體的貢獻價值，包括財務與實物	61	慈善公益	
SO7	針對反競爭行為、反托拉斯及獨佔等情形採取法律行動訓練之總數和其成果	—	本公司無反競爭行為、反托拉斯及獨佔等情形而採取法律行動等情事	
SO8	不遵從法律及規定之貨幣罰款及非貨幣之重大懲罰總量	—	—	—
SO9	對當地社區具有重大潛在或實際的負面影響的營運活動	59	空氣、水資源、廢棄物管理	
SO10	對當地社區具有重大潛在或實際的負面影響之預防和減緩措施	59	空氣、水資源、廢棄物管理	
產品責任績效指標				
PR MA	產品責任管理方針	33	優化產品價值	
PR1	在产品週期的各階段，影響健康和安全的產品及服務都經過評估改善，有多少比例的重要產品和服務經過這些程序	33-35	優化產品價值	
PR2	按結果種類，闡述商品與服務在壽限內違反法律規範及傷害健康及安全的事件數量	44-47	樂活產品	
PR3	依程序必要的產品與服務資訊類型及需要這些訊息的重要產品和服務之比例	44-47	樂活產品	
PR4	按結果種類闡述商品與服務違反規定及自願性規範事件數量的資訊	44-47	樂活產品	
PR5	針對顧客的滿意作調查的行動，包括衡量客戶滿意度調查的結果	48-49	顧客服務	
PR6	有關市場溝通，包括廣告、促銷、贊助等活動，所做遵從法律、標準及自律性的規劃	44-47	樂活產品	
PR7	按結果種類闡述商品與服務違反法律規範及自律的市場溝通，包括廣告、促銷、贊助等活動數量	44-47	樂活產品	
PR8	客戶抱怨關於隱私權侵犯，和資料外洩等事件的總數	48-49	顧客服務	
PR9	提供與使用產品與服務中，違背法律與規定導致重大罰款之貨幣價值	44-47	樂活產品	

ISO26000條文對應

	主要議題	頁次	對應章節/標題
組織治理	執行目標時下決策與實施的系統	13	公司治理
	守規性的查核	36-38	原物料管理
	人權的風險處境	24-25	平等的工作環境
	共犯的避免	36-38	原物料管理
	解決牢騷埋怨	26-27	和諧的勞資關係
	歧視與弱勢族群	24-25	平等的工作環境
	公民與政治權	13	公司治理
	經濟社會與文化權	13	公司治理
	工作的基本權利	24-25	平等的工作環境
	聘僱與聘雇關係	26-27	和諧的勞資關係
勞動實務	工作條件與社會保護	26-27	和諧的勞資關係
	社會對話	26-27	和諧的勞資關係
	工作的健康與安全	28-29	員工健康與安全
	人力發展與訓練	30-31	教育訓練與職涯發展
	污染預防	56-58	空氣、水資源、廢棄物管理
環境	永續的資源利用	51	維護環境價值
	氣候變遷的減輕與適應	52-53	減緩全球暖化
	天然環境的保護與恢復	51	維護環境價值
公平的經營實務	反貪腐	13	公司治理
	負責任的政治參與	13	公司治理
	公平競爭	13	公司治理
	促進影響圈的社會責任	13	公司治理
	尊重智慧財產權	13	公司治理
消費者議題	公平的行銷、資訊與契約的實務	44-47	樂活產品
	保護消費者的健康與安全	44-47	樂活產品
	永續消費	40-41	永續包裝
	消費者服務、支援、抱怨與爭議解決	48-49	顧客服務
	消費者資料保護與隱私	48-49	顧客服務
	提供必要的服務	48-49	顧客服務
	教育與認知	30-31	教育訓練與職涯發展
社會參與發展	社區參與	61-67	促進社會價值
	教育與文化	65	社會參與
	就業創造	24-25	平等的工作環境
	科技發展	40-41	永續包裝
	創造財富與收入	8	財務績效
	健康	62-64	健康宣導
	有責任的投資	8	財務績效

聯合國全球盟約對照表

分類	10項原則	頁次	對應章節/標題
人權	企業界應支持並尊重國際公認的人權	24-25	平等的工作環境
	保證不與踐踏人權者同流合污	36-38	原物料管理
勞工標準	企業界應支持結社自由及切實承認集體談判權	26-27	和諧的勞資關係
	消除一切形式的強迫和強制勞動	24-25	平等的工作環境
	確實廢除童工	24-25	平等的工作環境
	消除就業和職場方面的歧視	24-25	平等的工作環境
環境	企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰	51-58	維護環境價值
	採取主動行動促進在環境方面更負責任的做法	52-53	減緩全球暖化
	鼓勵開發和推廣環境友好型技術	54-55	節能行動
反貪腐	企業界應努力反對一切形式的貪腐，包括敲詐和賄賂	13	公司治理