



2.1 吃得安心，鞏固食安大事紀

2.2 食品安全管理

2.3 協力廠商管理

2.4 責任生產管理

2.5 產品研發與創新

2.6 責任行銷與標示



2.1 吃得安心，鞏固食安大事紀

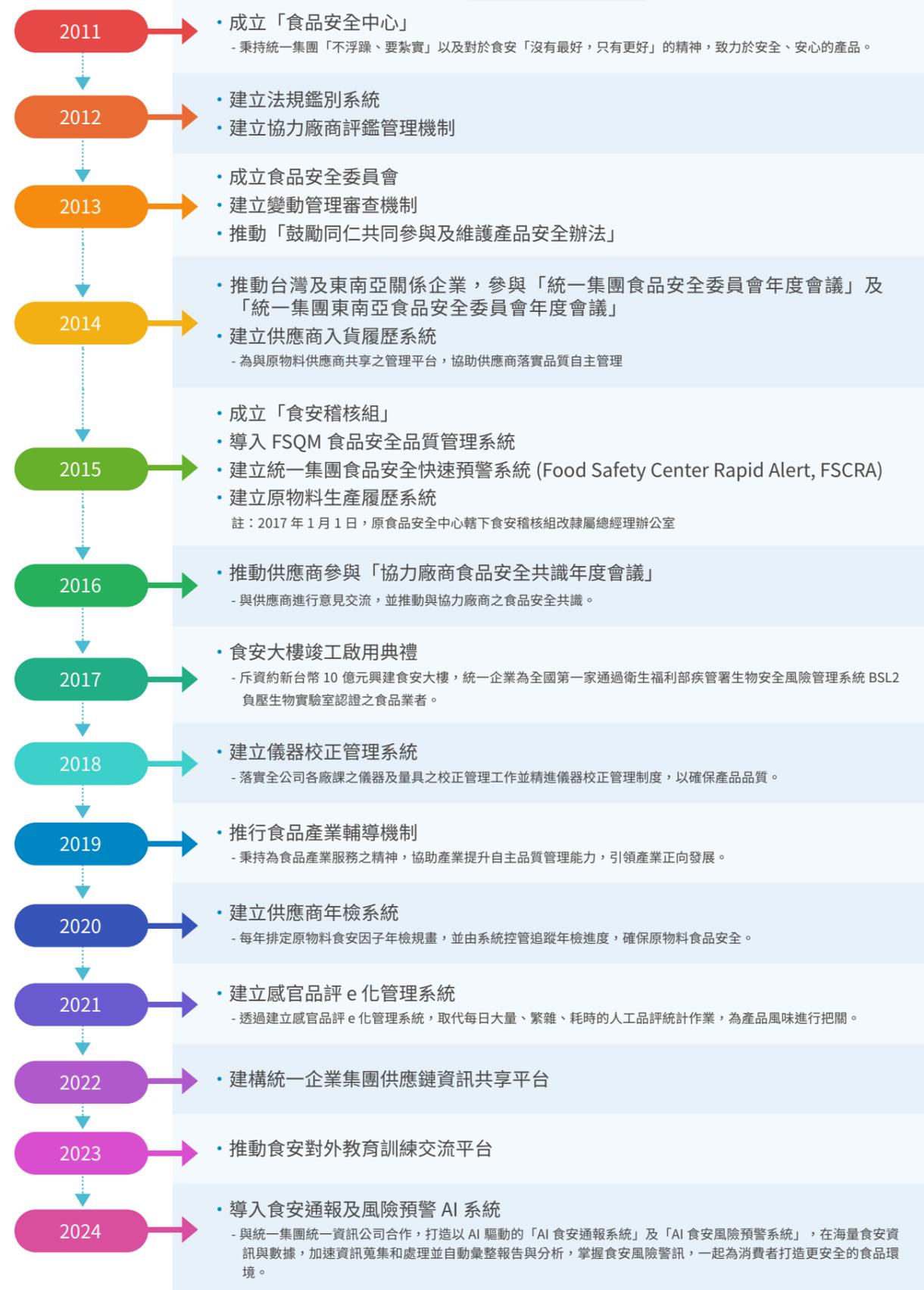
(GRI 3-3、GRI 416-2)

統一企業秉持以「產品創新」為核心企業價值理念，始終把顧客的健康與安全擺在第一順位，持續開發健康、美味的產品，不斷地致力於新產品研發和相關技術之創新或引進，造就多項創新性、革命性之領導產品。統一企業為了落實「食品安全」，在每個年度持續投入資源、強化專業，為消費者提供具有高品質且安心的產品選擇。

重大主題	食品安全
對應 GRI 指標 	GRI 416 顧客健康與安全
政策與承諾 	「食安零風險」作為統一企業的核心價值觀與承諾。  食品安全政策  品質保證政策
目標 	<ul style="list-style-type: none"> 設定食安三環管理、藥物殘留管理目標，強化食品安全與品質管理。 建構食品安全文化，全員落實食品安全意識並肩負起消費者要求的食品安全責任。 ※ 年度管理目標請詳「永續價值鏈」章節。
行動計畫 	<ul style="list-style-type: none"> 設立食安中心，並籌組食安委員會，串聯各部門於食品安全之管控，減少食品安全風險。 設立品管實驗室與食品安全實驗室，並積極通過 TAF 與 TFDA 認證，強化自身食安檢驗能力。 制訂協力廠商管理政策，藉由實地評鑑、原物料協力廠商訪查等作為，完善供應商管理。 各生產廠取得國際食品安全管理系統如 ISO 22000、FSSC 22000 等各項驗證，提升廠區管理能力。
評量機制 	<ul style="list-style-type: none"> 設置食安稽核組，依年度計劃進行內外部食安風險監控查核作業，確保食安管控執行之落實情況。 持續維護國際食品安全管理系統與實驗室認證之有效性。 遵守食品相關法律規範。 每年定期向董事會報告誠信經營和法規遵循落實情形。
申訴機制 	<ul style="list-style-type: none"> 設立愛用者服務中心，並利用多元管道 (0800 專線、官網、服務信箱、通路回饋等)，提供消費者產品諮詢與申訴。 設立獨立的食安專線及檢舉信箱，做為內部同仁對產品相關問題檢舉與申訴的管道。

統一企業食品安全大事紀

食品安全亮點作為



2.2 食品安全管理

(GRI 3-3、GRI 416-1)

民眾對於食品安全的關注已成為社會不可忽視的議題，統一企業在台灣耕耘超過 50 年之久，經營理念從滿足消費者基本生存需求的食品製造，已延伸至照顧消費者的生活，甚至是滿足顧客的全方位生活產業，可謂在該產業發展占有領導者之角色。

面對社會和消費者對食品業者的至高期許，統一企業在食品安全的控管制度上，建立集團一致之管理規範，並以價值鏈角度出發，從原物料溯源管理、製造過程、零售通路至消費者售後服務，為民眾把關所有產品所牽涉到的安全與健康，並期許能發揮產業影響力引領產業正向發展，形成善的循環。

2.2.1 打造食品安全管理機制

為確保食品安全，統一企業成立食品安全委員會來統籌集團管理，並以集團的制度進行關係企業查核；此外，統一企業建立食品安全預警通報系統和法規鑑別系統，整合相關資訊，並設立食安專線，鼓勵所有同仁共同維護產品的安全，以貫徹企業的食安政策。



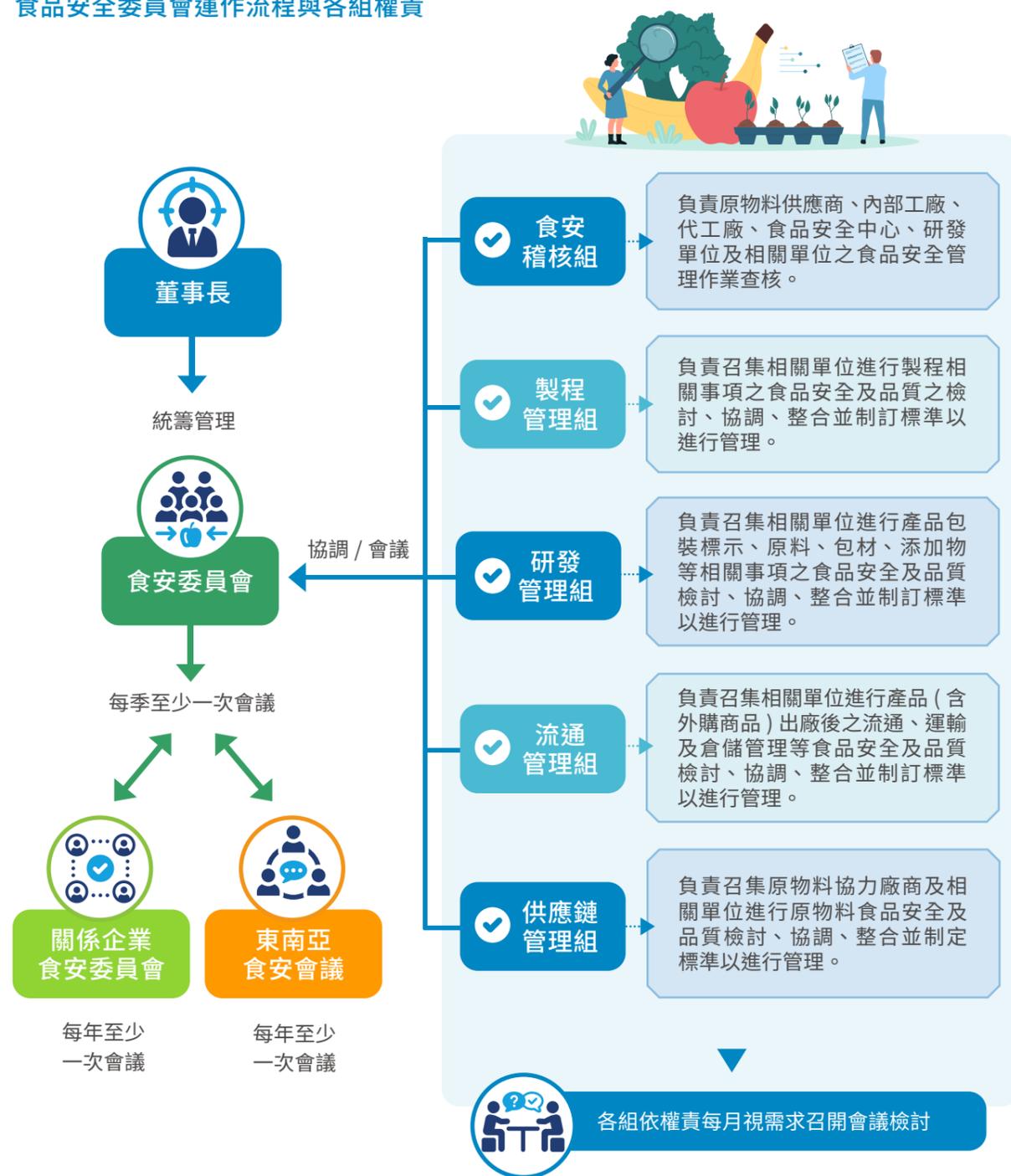
食品安全委員會

食品安全委員會的召集人為董事長，食安中心、採購部、流通群、商業研發所、技術群、各事業群、食安稽核組、公共事務室等主管為委員，往下分設五組，並於每季至少召開一次食安委員會，會議中針對食品安全及品質管理相關事項予以檢討及議決。統一企業依據「食品安全委員會組織及運作管理程序」所成立之食品安全委員會運作管理，範圍涵蓋全公司 100% 產品類別。



2024 年度召開 40 次會議，並於 2024 年 12 月 25 日召開 1 次集團食安委員會與 2025 年 1 月 6 日召開 1 次東南亞食安會議。

食品安全委員會運作流程與各組權責



食安核心工作重點

統一企業自 2018 年起，每年擬定客訴事件分級追蹤與藥物殘留管理目標，並向下延伸至 5 大工作小組各自展開管理目標與實績追蹤。為使管理績效檢核更為精確，亦於 2019 年起將事件發生頻率納入加權計算考量，以點數作為管理評估指標，改善過往以件數為目標設定所造成之安全性管控風險。2024 年已達成原料成品零容忍、成品藥物殘留零異常、公部門查核零違法，食安一環未能達標，主要原因包括：產品在金檢機後至門市理貨前之作業過程中夾帶鐵絲異物，以及生產設備磨損，導致金屬異物混入產品，後續除加強宣導通路端做好管理外，並已完成設備更新與改善。食安二環客訴點數較去年同期下降 29%，主要因產品出廠後，外紙箱在通路倉庫受潮，導致產品因紙箱異味有竄味之現象，後續加強宣導通路端做好管理，以提升產品品質與消費者信賴。

食安核心工作重點管理作法

項目 / 目標	客訴分級追蹤	藥物殘留管理
管理重點	<ul style="list-style-type: none"> 食安一環：可能造成人體重大傷害之事件 食安二環：可能造成人體輕微傷害之事件 食安三環：除食安一環、二環外之事件 	成品藥物殘留
工作小組	供應鏈管理組、製程管理組、研發管理組、食安稽核組、流通管理組	食安稽核組、研發管理組、供應鏈管理組
執行內容	製程、研發、協力廠商、倉儲配送、品管確效查檢與專案改善	供應商源頭管理農藥與動物用藥殘留檢驗與持續進行專案改善優化

關係企業查核

統一企業除透過食安委員會統籌集團管理制度外，亦透過關係企業查核，確保各關係企業落實食品安全管理。因此，每年初會制定關係企業年度食安稽核計畫，並依據《關係企業食安系統評鑑稽核表》執行稽核作業。

對於首次執行查核的關係企業，我們採條文稽核方式，逐條檢視各項食安管理規範，查核範圍涵蓋管理法規、協力廠商評鑑、研發設計、原物料管理、成品管理、倉儲與運輸、不符合品與追溯追蹤管理，以及食品防護與緊急應變等八大議題。針對既有關係企業，則聚焦議題交流的方式，針對 2023 年至 2024 年 6 月間的通報案，歸納整理待交流的五大議題，包括：客訴(異常)管理、標示與廣宣管理(含效期管理)、網購/網路平台管理、食品安全文化執行與績效管理，以及食品業者設置實驗室之企業指引。其中，網購/網路平台管理議題不適用於統萬與統清，因此這兩家關係企業則專注於其他議題的交流。

透過查核與交流，統一企業共提出 49 項改善建議，其中 46 項已完成改善，剩餘 3 項預計於 2025 年 1 月 31 日前完成。各關係企業亦已納入執行評估，並制定相應對策與計畫，以強化食安管理並持續優化營運。

2024 年食安系統評鑑條文稽核項目



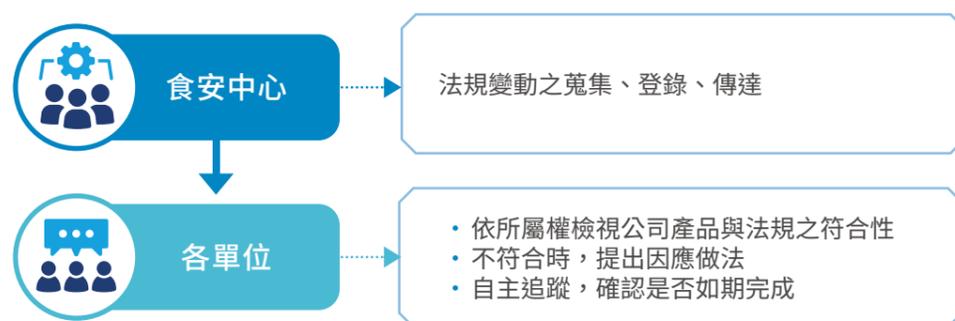
2024 年食安系統評鑑檢視交流議題

項目	件數
客訴(異常)案管理	22
標示與廣宣管理(含效期管理)	15
網購/網路平台的管理	8
食品安全文化執行與績效管理	1
食品業者設置實驗室之企業指引	2
其他	1
總計	49

法規鑑別系統

為了因應不斷變化的食品安全法規，統一企業訂有「產品法規變動管理程序」，透過食安中心與相關單位的協同運作，利用法規鑑別系統進行鑑別及盤點，同時評估統一企業所有產品之安全、衛生與品質、檢驗方法等相關法令規章可能受法規變動之影響，即時擬定因應措施，確保公司所有產品皆能符合法令規章，有效管控食安風險，可以避免損及消費者健康及公司商譽。

產品法規變動管理程序



2024 年食安中心監測到食品相關法規變動 56 件法規鑑別案，其評估範圍涵蓋所有產品類別 (100%)，其中 7 件為不進行鑑別件數，啟動 49 件法規鑑別案。食安中心根據法規變動而完成鑑別件數為 49 件法規鑑別，此 49 件於 2025 年 1 月 9 日前已結案。

統一企業遵循的法規主要為衛生福利部食品藥物管理署公告食品安全衛生管理法及施行細則等法令，所遵循之食品安全衛生管理相關法規可參照 <https://www.fda.gov.tw/TC/law.aspx?cid=62>。

根據法規變動而啟動 49 件法規鑑別案：

- ✓ 56 件法規鑑別案已結案
- ✓ 其中 7 件為不進行鑑別件數

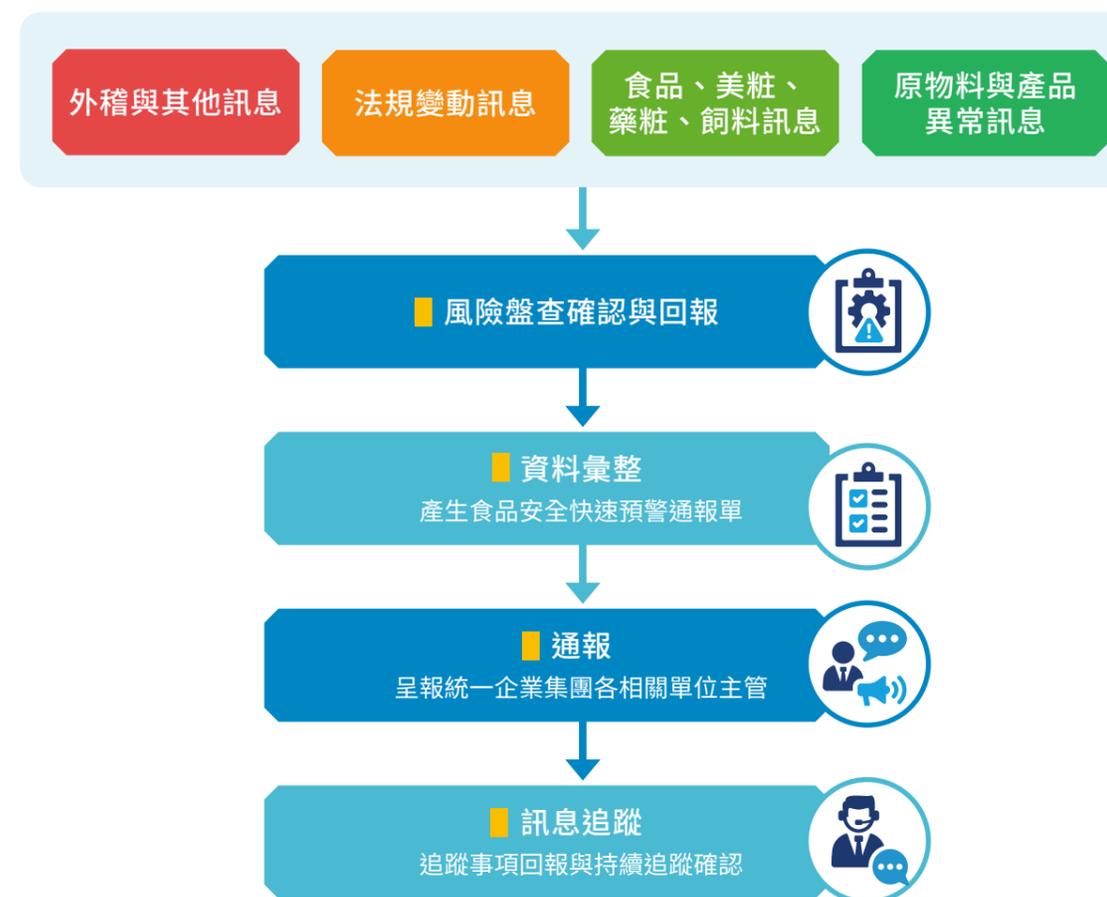


2024 年度無違反「食品安全衛生管理法」暨相關施行細則、辦法及準則而處罰金、罰鍰之情事。

食安預警通報系統

為了確保廠內食品安全資訊的有效溝通和管理機制，統一企業自 2015 年起建立食品安全中心快速預警系統 (FSCRA)。每日收集所有與統一企業集團產品相關的資訊，並向各權責單位提出預警通報，同時追蹤相關單位提出因應措施，以確保食品、美粧、藥粧、飼料安全之管理。

作業流程



2024 年度食品安全中心快速預警系統 (FSCRA) 通報件數

- 2024 年度通報件數：366 件
- 評估範圍影響產品類別比例：100%
- 需追蹤件數：33 件

上述需追蹤通報案件已於 2025 年 1 月 21 日前完成追蹤暨結案。



食安專線

統一企業對產品安全及標示內容設有「鼓勵同仁共同參與及維護產品安全辦法」，鼓勵同仁對統一集團目前所有販售商品，其廣告、標示、成份有任何疑慮或認為與法令規範有所牴觸者，可透過專線或信箱向公司反應。反應案件由稽核室受理，再由食安委員會召集相關單位進行調查，並依投訴內容是否重大，由各權責主管覆核並採取後續行動。

對於反應之同仁，統一企業提供保護及獎勵，目前獎勵金額最高達 7.5 百萬元。員工針對本公司所有自有食品產品 100% 皆可於食安專線反應，食安專線於 2024 年度有 2 件員工反應案件，反應內容包含製造地點標示及營養標示，公司深入了解後並釐清反應事項，皆無違反食品安全衛生管理法之規定，故無核發獎金。

2.2.2 建立食品安全專業能力

食品安全一直是統一企業長期以來的堅持與承諾，並致力於將食安規格提升至國際水準。因此，除了投入高規格的專業設備外，公司也不斷提升食品檢驗能力的精進及專業人才的培養。統一企業所建立的食品安全專業能力，不僅是對內部的食安把關外，也提供外部單位檢驗服務，希望能將食品安全的新觀念向外擴散，為台灣食安環境貢獻一己之力。

認證實驗室及檢驗項目

為強化於食品安全的管控能力，我們持續透過投入經費、購入設備與增進檢驗項目以加強檢驗能力。除了於各生產總廠設置品管實驗室外，食安中心另設有食品安全實驗室。各實驗室積極取得 TFDA (台灣食品藥物管理署認證實驗室) 及 TAF (財團法人全國認證基金會) 認證，詳細認證實驗室請詳附錄 ESG 資訊表 -TFDA 與 TAF 認證實驗室。

產品原物料與成品檢測的把關工作，是由食安中心與各廠品管課共同執行。當進料檢驗結果經確認與規格不符時，由品管課判定不合格並退貨處理，並開立原物料品質異常聯絡單通知採購單位督促協力廠商提出改善對策及再發防止措施，以期提升供貨品質穩定性。

2024 年度品管課及食品安全實驗室彙整總原物料及成品實際檢測項目類別總數 (排除外部客戶委託檢驗之檢測項目數) 之測試項目為 219 大類。包含一般物性、化性、微生物與食安因子相關檢測項目。其檢驗方法部份有經 TFDA 或 TAF 之認證外，係參照行政院衛生福利部與經濟部標檢局訂定之方法或國際間認可之檢驗方法 (如 AOAC) 進行檢驗。

截至 2024 年 12 月 31 日統一實驗室已取得 TAF 與 TFDA 測試檢驗認證項目屬食品相關認證檢驗項為 655 項。

註：認證項目請詳報告書「台灣食品藥物管理署 (TFDA) 及財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目一覽表」

2024 年度食品成品及原物料檢驗異常情形

- 成品異常率：0.07%
- 原物料異常率：0.193%

註：2024 年度品管課之成品及原物料測試異常件數除以成品及原物料總檢驗件數之百分比。

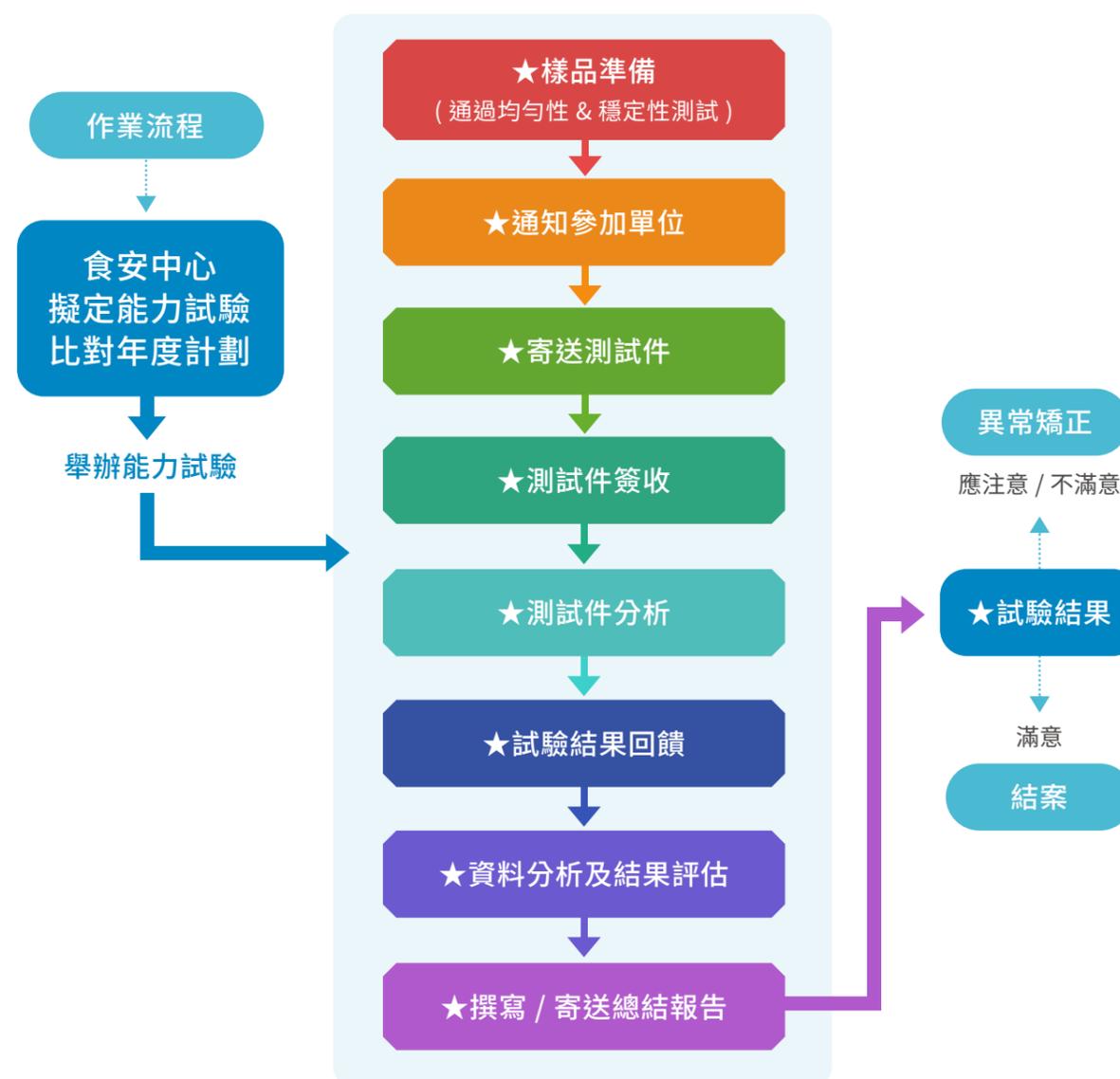
2024 年度食品安全管理費用統計表

- 食品安全控管費用註：342.72 百萬元
- 佔個體財務報表營業收入淨額比例：0.67%

註：食品安全控管費用包含實驗室相關支出及外部檢驗費

能力試驗比對

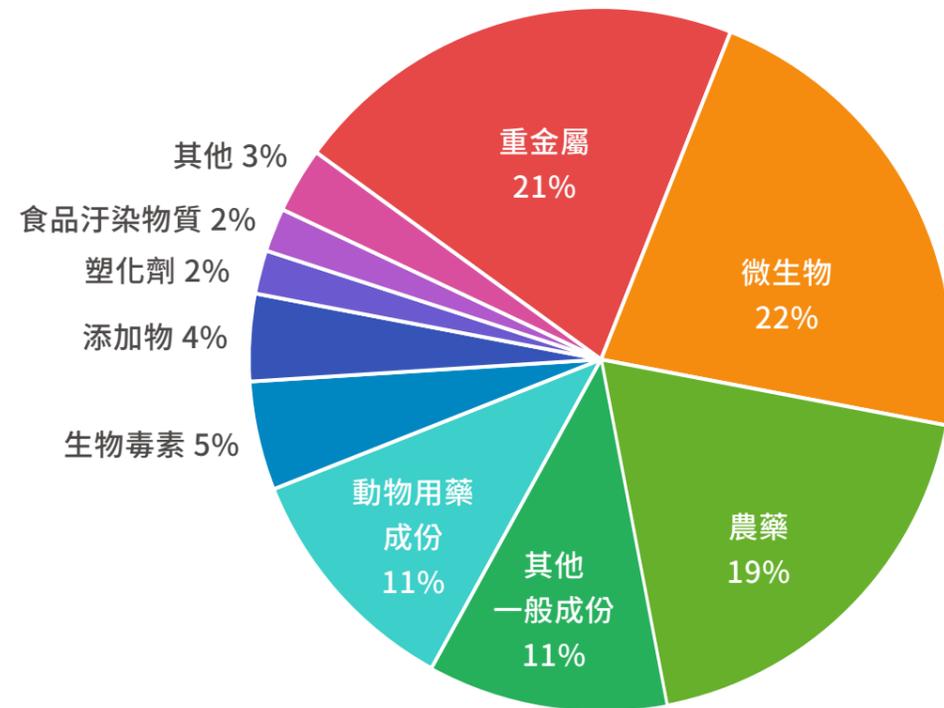
為了確保食安檢測的品質、評估檢驗單位執行試驗之能力，統一企業定期透過測試標準、測試條件及均勻樣品，進行檢驗單位之間能力比對的活動，最終將各檢驗單位回覆的測試結果加以整理、統計並評估，以了解集團內生產廠、品管及委外代工廠之檢驗能力狀況，並透過能力試驗比對之結果，優化檢驗作業之自主管理能力。



發揮食品安全檢驗影響力

統一企業為服務台灣食品安全之需求，除廠區內部自我把關之外，實驗室亦透過承接外部檢驗案與相關產業分享技術與資源，服務對象包含食品製造業、協力廠商、學校、餐飲業、農會等，其中 2024 年度外部委託案件以重金屬、微生物、農藥及動物用藥檢驗為大宗。統一企業將持續精進實驗室之軟硬體設施與同仁之專業檢驗能力，為台灣食品安全貢獻一己之力。

2024 年度實驗室接受外部委託案件類型分析



2.2.3 培育食安專業人才

專業證照及教育訓練

統一企業訂有「專業證照獎勵暨津貼管理辦法」，其適用於公司 100% 同仁。截至 2024 年 12 月 31 日，統一企業員工共有 165 人次取得食品安全相關證照。

此外，為了增進食安意識及專業知識，每年持續舉辦食品安全衛生管理及檢驗相關課程，2024 年全公司完成食安教育訓練之受訓人次達 13,854 人次、訓練總時數為 31,188.0 小時。



對外食安教育訓練

統一企業致力推動社會大眾的食安意識，藉由對外開辦食安教育訓練課程強化社會及食品產業對於食品品質和安全管理，因此在 2023 年 1 月正式成立食安交流平台，積極開發食品安全管理相關課程，報名參與的對象包括關係企業、代工廠、原物料供應商等。運用統一企業多年來的食安管理經驗培訓專業講師，並結合社會資源聘請業界講師，透過食安平台推動食安管理課程，亦與外部公司互相交流，協助提升整體食品產業之食安及品質管理。截至 2024 年底，共開設 32 門課，其中 19 門是例行性對外課程、13 門是客製化企業專班課程。總上課人次達 1,394 人次，較 2023 年成長 1.9 倍之多。

例行性對外課程 (共計 19 門)

- 儀器校正工廠管理實務培訓班
- 食品工廠病媒防治管理實務課程
- 食品微生物檢驗實務課程
- 食品感官品評與實務應用課程 (基礎班)
- 食品感官品評與實務應用課程 (進階班)
- 食品工廠交叉汙染防治實務課程
- ISO22000 食品安全管理系統內部稽核員訓練
- FSSC 22000 轉版實務訓練
- 稽核員培訓實務課程 (初階)
- 稽核員培訓實務課程 (進階)
- 食品工廠環境監控管理實務課程
- 食品安全管制系統 (HACCP) 實務訓練班
- 食品標示法規訓練課程
- 食品工廠設備衛生設計及清洗消毒實務課程
- 倉儲運輸衛生及食安管理實務訓練
- 寵物食品法規簡介與實務訓練
- 食安法解析與常見缺失探討 (基礎班)
- 食品安全衛生講習
- 食品安全管制系統解析與常見缺失探討

2024 年客製化企業專班 (共計 13 門)

- 委外代工廠商之篩選與評鑑課程
- 病媒防治管理實務課程
- 食品工廠環境監控實務課程
- 食品安全衛生管理法研討課程
- ISO22000:2018 食品安全管理系統條文訓練
- ISO/TS 22000-4 條文重點訓練課程
- FSSC22000 第 6 版額外要求條文改版解說課程
- 食品工廠交叉汙染防治實務課程
- 食品工廠清洗實務與確效評估課程
- ISO22000 食品安全管理系統內部稽核員訓練
- 食品標示與廣告法規說明及案例研析
- 食品防護教育訓練
- 儀器校正管理實務課程

★上課人次數達 1,394 人次★



2.3 協力廠商管理

(GRI 2-6、GRI 308-2、GRI 414-2)

為提供消費者 and 社會高品質且安全的食品，我們積極維持產品風味、減少食安危害因子存在，同時也努力減少添加物的使用，以有效管控食安風險。而在這個過程中，需要協力廠商的相互配合，故協力廠商對於利害關係人及統一集團而言非常重要，因此我們極為重視協力廠商的管理。

2.3.1 協力廠商管理機制

統一企業所生產的產品，類型繁多且原物料組成複雜，因此必須對生產供應鏈中的協力廠商進行有效管理。為此，我們訂定協力廠商行為準則與管理要求，並透過實地評鑑、原物料協力廠商訪查、協力廠商溯源查核，以及完善的追溯追蹤系統建置等機制等措施加以執行，以達到有效降低食品安全之風險。

協力廠商管理策略

統一企業要求協力廠商尊重員工、重視工作環境的安全、促進對社會與環境的責任，同時遵守其經營所在國與地區的法律和法規，亦鼓勵協力廠商要求其上游供應商認同並採用相關準則。

 行為準則	道德規範	<ul style="list-style-type: none"> 符合法規要求 誠信經營 保密義務 智財權維護 陽光法案
	勞工與安全	<ul style="list-style-type: none"> 符合相關法規要求 勞動人權維護 提供健康與安全之工作環境 職業安全衛生管理
	社會與環境責任	<ul style="list-style-type: none"> 符合相關法規要求 鼓勵綠色採購 重視營運環境責任
 管理要求	資格審核	<ul style="list-style-type: none"> 所有原物料協力商需經評鑑小組評鑑合格後始得採購 需於「食品業者登錄系統」完成登錄
	品質管理	<ul style="list-style-type: none"> 食品原物料協力廠商及接觸食物之包材協力廠商須取得 ISO 9000、HACCP、ISO 22000 或 FSSC 22000 食品安全管理系統認證
	履約制度	<ul style="list-style-type: none"> 於採購合約中加入企業社會責任條款，如涉及違反企業社會責任政策，得隨時終止或解除合約

協力廠商管理面向

統一企業透過 3 大面向的查核與缺失追蹤，提升對於原物料品質、以及協力廠商作業規範之掌握程度，強化統一企業於食品安全的管控。

管理面向	查核方式	
 作業規範查核	文件審查 執行頻率：不定期 <ul style="list-style-type: none"> 未經加工製造的農畜水產原料協力廠商 貿易商只辦理進口程序，其貨物直接由港口運到本公司倉庫者 採用集團關係企業現有合格協力廠商或代工廠者 	實地評鑑 執行頻率：依風險決定查核頻率 <ul style="list-style-type: none"> 國內食品 / 飼料協力廠商 初級農畜產品加工廠 貿易商 國外製造廠 食品用洗潔劑 / 化學品貿易商 (分裝廠) 食品用洗潔劑 / 化學品協力廠商
 維護原物料品質	原物料協力廠商訪查 執行頻率：不定期 <ul style="list-style-type: none"> 國內食品協力廠商 初級農畜水產品加工廠 貿易商 	
 特定查核主題 (食安稽核組稽核)	協力廠商溯源查核 執行頻率：採不定期無預警稽核 <ul style="list-style-type: none"> 國內食品協力廠商 初級農畜水產品加工廠 貿易商 	

實地評鑑

統一企業依循「食品良好衛生規範準則」及「食品安全管制系統準則」訂有「協力廠商評鑑程序」，對於不同類型之協力廠商擬定適用的評鑑項目。



協力廠商評鑑項目

食品用洗潔劑 / 化學品協力廠商	國內食品協力廠商
<ul style="list-style-type: none"> • 管理及法規 • 流程產品管制 • 不符合產品管制與追溯 • 環境衛生 • 工作人員健康與衛生 • 設施及設備 • 病媒管制 • 產品防護與緊急狀況處理 • 檢驗與量測 • 倉儲與運輸 • 社會責任 	<ul style="list-style-type: none"> • 管理及法規 • 危害分析重要管制點食品安全系統 • 流程產品管制 • 不符合產品管制與追溯 • 環境衛生 • 工作人員健康與衛生 • 設施及設備 • 病媒管制 • 食品安全緊急狀況處理 • 檢驗與量測 • 倉儲與運輸 • 社會責任
初級農畜水產品加工廠	食品用洗潔劑 / 化學品貿易商 (分裝廠)
<ul style="list-style-type: none"> • 原物料管制 • 品質與供貨能力 • 工廠清潔衛生 • 製程管制 	<ul style="list-style-type: none"> • 一般管理 • 倉儲 / 運輸管理 • 分裝作業管制 • 廢棄物管理
國外製造廠	貿易商
<ul style="list-style-type: none"> • 原物料、添加物、製程、產品及其他食品安全相關管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 原物料管制 • 供貨能力

2024 年度所有食品類原物料協力廠商家數為 558 家，適用協力廠商評鑑程序執行之實地評鑑協力廠商家數為 168 家，完成實地評鑑家數比例為 30.11%。評鑑合格者係分數達 60 分以上，且無嚴重缺失 (如：食品安全衛生管理系統失效、造成食品有立即性的安全危害且無法立即改善等) 及無違反情節重大者 (如：無合法證照、使用不合法原物料、違反法令法規等) 即列為合格名單。

註 1：558 家係 2024 年度有交易之食品類原物料協力廠商，包含不屬協力廠商評鑑程序規範之協力廠商 (例如：代工廠、酪農)。

註 2：168 家係 2024 年度有交易之食品類原物料協力廠商且依據「協力廠商評鑑程序」執行實地評鑑之家數，不包括適用書審之未經加工製造之農畜水產及自辦進口之品項 (例如：小麥、玉米等) 之協力廠商。

2016 年已全面完成國外協力廠商實地評鑑作業，執行結果全面合格，依照風險控管原則，因近期無重大風險事件，故 2024 年無針對國外協力廠商進行實地評鑑，未來如有必要時會再提出計畫執行國外協力廠商實地評鑑。

2022-2024 年實地評鑑比例

實地評鑑	2022 年	2023 年	2024 年
A. 所有原物料協力廠商家數 ^{註 1}	569	563	558
B. 適用協力廠商評鑑程序之協力廠商家數	416	545	436
C. 執行實地評鑑國內協力廠商家數 ^{註 2}	152	156	168
實地評鑑占所有協力廠商比率 (=C/A)	26.7%	27.7%	30.1%
實地評鑑占適用協力廠商評鑑程序之協力廠商比率 (=C/B)	36.5%	28.6%	38.5%

註 1：係當年度有交易之食品類原物料協力廠商，包含不屬協力廠商評鑑程序規範之協力廠商 (例如：代工廠、酪農)。

註 2：係當年度有交易之食品類原物料協力廠商且依據「協力廠商評鑑程序」執行實地之家數，不包括適用書審之未經加工製造之農畜水產及自辦進口之品項 (例如：小麥、玉米等) 之協力廠商。

原物料協力廠商訪查

除定期執行實地評鑑評估協力廠商之作業程序是否符合統一企業規範外，為維持原物料品質，我們將原物料入貨驗收異常分為食安一環、二環、三環，並進行相對應之管理和追蹤。

原物料入貨驗收異常分類	管理方式
 <ul style="list-style-type: none"> 食安一環 食安二環 	由食安稽核組進行協力廠商實地訪查與改善追蹤確認。
<ul style="list-style-type: none"> 食安三環 	由品管課判斷是否需啟動不定期訪查，並依該次訪查重點擬訂「原物料協力廠商不定期查核管理檢核表」，若訪查期間其中一項未達訪查項目之合格標準則記為缺失，而未合格項目協力廠商須於一週內完成原物料協力廠商品質改善追蹤表。

2024 年度原物料協力廠商訪查結果

訪查對象	訪查主題
入貨驗收因品質不合格被品管判退貨或生產廠使用時發現異常之原物料供應廠商 (不包含生乳酪農戶)	查核原物料 / 製程 / 成品 / 其他 (是否違法等) 之管理

2024 年訪查結果

2024 年度品管課執行不定期訪查，共訪查 20 家協力廠商，合計訪查 29 次，缺失主要為製程管理相關，已於 2024 年 11 月 20 日前全數改善完成。

協力廠商溯源查核

食安稽核組依據「食品追溯追蹤系統」所制訂的「供應商二階原物料溯源盤查及生產查核辦法」，依據製造商與貿易商類型，執行溯源與生產稽核。查核主題包含四項，其中「生產履歷查核」即為針對協力廠商於生產時所使用之原物料，意即為二階原物料進行溯源盤查。盤查項目包括進口報單、輸入許可證、原料來源證明、COA、保存期限、食品安全性檢驗報告…等。



稽核主題

- ✓ 生產履歷表查核
- ✓ 生產製程查核 (針對製造商)
- ✓ 檢驗報告 (COA) 查核
- ✓ GHP 管理 (含倉儲) 查核

食安稽核組於 2024 年度共查核 681 家協力廠商，合計查核 681 次，缺失主要為 GHP(衛生管理) 相關，已於 2024 年 12 月 31 日前全數改善完成。



追溯追蹤系統建置

根據衛生福利部訂定所發布的「食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法」，要求食品業者應針對食品供應流程進行追溯供應來源管理或追蹤產品流向。統一企業已建立從上一階原物料進貨廠商到下一階成品出貨客戶之書面或電子文件追溯追蹤資料。此外，統一企業依據內部所制訂的「食品追溯追蹤登錄作業規範」執行追溯追蹤工作，該作業規範涵蓋全公司 100% 產品類別 (不含畜、水產飼料)。

2024 年統一企業向廠商進貨之原料因供應商發生被主管機關^註檢驗與規定不符合之狀況，統一企業於 2024 年 9 月 30 日通知各通路下架 Gold 金牛肉麵，下架件數 1 件，無罰款，合計下架重量 5.847 公噸。

註：主管機關係指衛福部、食藥署、其他地方或中央主管機關



2024 年度統一企業上傳至非追不可之產品品項數共計 479 項，佔所有食品類產品品項 (不含畜、水產飼料) 數為 100%，依據法令規範要求使用電子發票已 100% 完成。

相關資訊皆已上傳至衛生福利部「食品追溯追蹤管理資訊系統 (非追不可)」(<http://ftracebook.fda.gov.tw>)。



統一集團供應鏈資訊共享平台

為彙整統一集團供應鏈資源，2022 年度開始規劃和建置集團供應鏈資訊共享平台，整合集團現有合格供應商資訊提供關係企業查詢使用，除可減少關係企業重複執行評鑑作業外，亦可降低集團採用到未列入合格供應商之食安風險，以及透過歸納集團供應商評鑑缺失，可協助集團聚焦食安管理重點。

應用機制

1. 各關係企業評鑑合格供應商 / 停止交易或不再交易名單等資料建檔於平台中，整合集團合作廠商
2. 各關係企業窗口可自行到平台查詢供應商資訊及評鑑情況
3. 各關係企業定期交流及檢討現有評鑑辦法 (包括採用集團已評鑑合格之報告)

效益

1. 快速正確查詢集團合格供應商
2. 降低重複評鑑之管理程序和作業
3. 降低採用非集團合格名單的新供應商風險

2.3.2 協力廠商輔導

統一企業為了有效控管食安風險，積極進行協力廠商的管理。在評鑑和稽核的過程中，若出現異常之情況，會將其列為專案進行管理並提供輔導改善，包括進行源頭管理、作業流程優化、製程優化、設備強化、人員的污染防治等，以降低協力廠商食安風險。同時，秉持以「共好」的原則，持續推動我們的協力廠商，發揮產業領導者的影響力。

2024 年協力廠商輔導情況

專案名稱	蔬菜供應商品質管理輔導專案
輔導內容	長期交易多年的蔬菜供應廠商，交貨品項以生鮮蔬菜為主，調查近三年原料品質異常發現逐年退步情形，統計 2023 年度原料品質異常件數，以金屬異物、塑膠異物、微生物異常件數占比最高，因此向食安中心提出輔導需求。
輔導成效說明	輔導過程中透過教育訓練及流程拆解，循序漸進並引導供應商建立三大品質管理機制，包含金屬異物管理機制、塑膠異物管理機制、清洗消毒管理機制，以提升自主管理能力，減少原料入貨品質異常發生率。
照片	

專案名稱	代工廠篩選與管理輔導專案
輔導內容	診斷代工廠自有品牌管理現況，透過流程的拆解歸納出三個主題且從流程中發現五項風險點，透過 (1) 課程教材、(2) 討論並優化既有代工廠管理機制、(3) 觀察實地評鑑等三項對策進行輔導，除了提升管理人員的食安意識也需建立符合集團食安政策及產業特性的代工管理辦法。
輔導成效說明	提升管理人員的食安意識，也建立符合集團食安政策及產業特性的代工廠管理辦法，並藉由評鑑觀察發現風險點，進而優化機制以降低集團食安風險。
照片	

專案名稱	推動包材供應商品質管理系統輔導專案
輔導內容	統計近三年包材供應商供貨之標籤品質異常案件，針對 80% 主要造成異常原因，歸類出新品上市管理機制、製程管理機制、成品驗收機制三大輔導主題，透過與供應商共同檢視生產作業流程，引導包材供應商擬定及優化管理機制。
輔導成效說明	透過輔導優化包材供應商之客戶需求管理機制、製程管理機制及成品驗收管理機制，提升包材供應商對標籤印刷品質之自主管理能力，降低出貨品質異常風險，2024 年供貨異常與 2023 年相比降低 70%。
照片	

專案名稱	執行集團公司食安體系輔導專案
輔導內容	集團公司提出希望統一企業食安中心給予其食安體系輔導，食安中心前往現場診斷後提出六大項系統性診斷建議，並透過系統性對策優化管理機制。
輔導成效說明	協助集團公司建立系統性管理制度，包含高階主管的態度及支持度、人員專業技能的訓練及養成制度、設備管理機制、完善文管中心管理機制、優化品管制度、推動 5S 活動等，建構完整的食安體系。
照片	

專案名稱	供應商現有廠區文件資訊優化輔導專案
輔導內容	因外稽單位經常要求供應商新增、變更表單文件資訊，故委託統一企業食安中心進行文件資訊優化輔導，透過表單檢視、問題聚焦、系統檢討、優化調整等四步驟，協助供應商優化文件資訊管理，以確認其於符合衛生法規與食安管理系統規範下，降低作業浪費及食安風險之發生機率。
輔導成效說明	輔導供應商公司透過刪除、合併、重組、簡化等方式，優化標準書管理、紀錄表單管理、教育訓練管理等三大文件資訊管理機制。

2.4 責任生產管理

為降低食安風險，統一企業以建構完善食品安全管理系統為基礎，透過取得各項生產管理驗證，監督各生產廠之管理有效性，並藉由自主查核機制，以及食安稽核組之監控查核，落實全體廠區之食品製程衛生管理。

責任生產管理基本資訊

- 2024 年統一企業永康、新市、台中、楊梅、中壢五大總廠及湖口園區合計有 24 個生產設施產所，包含 23 個食品廠及 1 個飼料廠
- 2024 年統一企業售出產品重量共計 1,435,841 公噸

2.4.1 國際食品安全管理系統

統一企業各食品生產廠已取得多項國際食品安全管理驗證，除 TQF 為每年各廠需取得之基本驗證系統外，其中 FSSC 22000 以 ISO 22000 為基礎，具更高規格要求，並為全球食品安全倡議 (Global Food Safety Initiative) 認可的管理機制，統一企業食品工廠除精油廠取得 ISO 22000 驗證、楊梅總廠取得 ISO 22000 及 FSSC 22000 驗證外，其餘各廠已全數取得 FSSC 22000 驗證。

統一企業食品生產廠已取下列驗證

- HACCP (危害分析重要管制點)
- TQF (台灣優良食品)
- CAS (台灣優良農產品)
- ISO 22000 (食品安全管理系統)
- ISO 9001 (品質管理系統)
- FSSC 22000 (Food Safety System Certification)

詳細各廠之產品驗證項目請參考附錄 ESG 資訊表 -2024 年度各廠取得 ISO 22000 與 FSSC 22000 食品類產品驗證項目之 FSSC 22000 驗證項目。

2024 年度統一所生產的食品類產品經由 FSSC 22000 驗證之食品類產品比例達 **99.98%**。

註：百分比係依據通過 FSSC 22000 驗證之年度食品類產品產量除以年度全食品類產品總產量之比例 (單位：每食品類產品的最小包裝單位)。

2.4.2 廠區自主查核制度

統一企業不僅透過食品安全管理系統來完善各廠區之管理規範，亦依據不同生產類型廠房訂有自主查核制度，將生產風險降至最低。



2024 年自主查核規範與成果

廠房類型	管理規範	查核情形
食品廠	參照「食品良好衛生規範準則」，訂有「內部食品工廠品質稽核程序」，以執行三級管理查核機制。 <ul style="list-style-type: none"> 一級：廠區自主查核 二級：總廠查核所屬食品廠 三級：技術群複核全數總廠稽核情況，視風險評估抽核 	二級查核情況 <ul style="list-style-type: none"> 食品生產廠總廠數：23 完成實地訪廠食品生產廠數：23 完成實地訪廠食品生產廠數及影響食品產品比例：100% 三級查核情況 <ul style="list-style-type: none"> 食品生產廠總廠數：23 技術群複核生產總數：10
飼料廠	參照 ISO 9001 與 ISO 22000，訂有「內部品質暨食品安全稽核程序」。	100% ^註

註：2024 年度僅有一飼料生產廠且已完成內部查核

2.4.3 食安風險監控查核

除廠區自主查核外，也藉由食安稽核組於統一企業的獨立性，結合集團之食安核心工作重點目標，針對內部工廠、代工廠、品管以及研究單位進行食安風險監控查核作業，確保各生產、品管與研究單位於食安管控執行之落實情況，並直接彙報於總經理辦公室，以期達到食安零風險的目標。截至 2024 年底總共查核 50 家，缺失件數合計 244 次，缺失項目主要為原料保存及擺放管理異常、原料標示不清楚以及硬體設備異常，發現的缺失統一企業均會逐一追蹤改善結果，並確認均已完成改善。

2024 年生產與品管研究單位食安風險查核缺失情況

單位	食安一環管理	食安二環管理	食安三環管理	原料、成品藥物殘留管理	小計
內部工廠	0%	0.4%	52.0%	0%	52.4%
內部品管單位	0%	0%	4.9%	0%	4.9%
內部研究單位	0%	0%	2.9%	0%	2.9%
代工廠	0%	0%	39.8%	0%	39.8%
小計	0%	0.4%	99.6%	0%	100%

2.4.4 投資設備優化製程

由於食品製造的過程十分複雜，加上統一企業生產的產品種類多樣，因此必須在製程中減少人員操作，以確保食品安全。同時為了提升製造效率，企業導入自動化技術，加強檢驗設備的升級，以減少繁瑣的人力工作，確保能達到提升食安管控與作業品質。

導入設備強化檢驗能力

設備名稱	氣相層析質譜儀 (GC-MS/MS)	
投入費用	490 萬	
應用效益	應用於農藥、禽畜農藥及鰻蝦農藥之檢驗，在農藥檢驗量逐年增加的情況下，提升實驗室檢驗效率，避免委外檢驗。	



設備名稱	氣相層析儀 (GC)	
投入費用	150 萬	
應用效益	主要用於食品組成分分析，如八大營養素中飽和脂肪酸及反式脂肪酸之組成分。	

設備名稱	高效液相層析儀 (HPLC)	 
投入費用	190 萬	
應用效益	用以檢驗食品中酯類防腐劑 (苯甲酸、己二烯酸、去水醋酸、水楊酸、對羥苯甲酸及其酯類)、食品中丙酸之檢驗、食品中糖類之檢驗。	

2.4.5 強化物流服務管理

統一企業於 1996 年成立流通公司，將商流及物流整合成系統性供應鏈服務，業務服務面包含各級市場、量販、通路。

於商流模式，產品服務涵蓋常溫、冷藏、冷凍多溫層，團隊累積多年經驗在厚實穩健的基底，持續開拓，積極經營通路佈建、通路行銷、通路管理；在物流方面，建構一階與二階物流服務，在「準時、正確、高價值」的基本原則上，不論運輸、儲存、配送等各類需求，讓客戶安心滿意的物流是不變的宗旨，為此統一企業制定評鑑規範，定期安排協力車隊進行相關評鑑考核，期望能與合作夥伴共存共榮，持續成長，評鑑內容包含人員管理、車輛管理以及作業管理三大構面，2024 年共進行 60 家車隊考核，且考核通過率 100%。



2024 年共進行
60 家車隊考核評估
通過率 100%

為提升冷藏物流效率，統一企業優化冷藏空箱的調度機制，將短程回收占比由 62.68% 提升至 65.71%。此舉不僅有效降低運輸距離，更節省里程數達 189,593 公里，進一步減少油料使用 54,169 公升，兼顧營運效能與環境永續。此外，針對生活麵產品物流進行轉倉優化，透過外倉選址規劃，重新配置運輸路線。本次調整成功節省運輸里程 4,051 公里，並減少油料使用 1,157 公升，有效提升物流能效，落實節能減碳目標。



為減少運輸所造成的碳排放，統一企業要求物流車隊採用新型環保車及對車輛實施汰舊換新政策，2024 年採用新型環保車的物流協理商占 76.7%、運輸與倉儲服務金額占 77.3%。在 2024 年度共汰換了 5 台車，均使用環保期數 5~6 期車，以減少對環境造成的傷害。除了對車輛汰舊換新外，統一企業也提升物流車隊在運輸上的效率，由資訊部協助開發車輛的管理平台，於 2024 年 5 月上線，其車輛管理平台管理之業務範圍包含訂單與進廠管理、任務管理，及異常管理，依車種別進行管理，並特別針對各車種特殊需求進行異常管理（如：冷藏車、麵包車的溫控等），確保物流服務品質。



2.5 產品研發與創新

統一企業以「好吃好玩、提升風味、吃得安心」為整體產品發展理念，掌握未來消費健康需求趨勢，因此將現有產品朝低鹽、低鈉、低糖方向發展，並積極推動無糖與少添加糖產品開發。

我們推出無糖的茶裏王系列飲品、氣泡水與 LP33 無加糖機能優酪乳，以減少消費者過量攝取糖分，預防疾病的發生。同時，積極減少產品的鈉含量，以滿漢大餐蔥燒牛肉麵（減鈉）提供大眾健康的選擇。

為因應銀髮族飲食習慣的變化，統一企業推出滿漢嘟嘟好椒麻小香腸，截至 2024 年底共有 26 項獲得銀髮友善產品認證，為成熟年齡族群提供更優質的選擇。此外，堅持「無添加物，即為永續」的理念，我們推廣產品減少添加物並需有清晰的標示，以便消費者易於識別添加物的資訊，2024 年我們共有 37 項產品獲得 A.A. 潔淨標章認證。我們的產品除了屢獲中華民國專利、營養保健食品創新獎金獎和台灣食品科技創新產品評鑑褒獎之外，在國際層面上亦獲多項殊榮，包括國際品質評鑑大賞（Monde Selection）、PRIX EIFFEL 法國艾菲爾國際發明競賽金牌及法國鉑金獎及馬來西亞 MTE 國際發明展金牌等，證明了我們產品的卓越品質與創新能力。

專利資訊

統一企業的研發及技術單位經常與關係企業交流合作，分別有專利授權統一超商公司使用於鮮食系列產品及統一企業中國投資公司使用於生活麵（速食麵）系列產品。研發單位將持續推廣研發設計服務，以擴大研發智財效能為發展目標。

截至 2024 年底

已取得專利數共計

516 件

其中發明專利 **195** 件

新型專利 **252** 件

設計專利 **69** 件

2024 年度

取得專利數為

21 件



2.5.1 研發策略與目標

近年來社會大眾對於健康與環保意識高漲，使得各界對食品安全更為關注。在集團內，食安議題一直是我們最重視的一環，配合聚焦經營策略，將保障消費者「食的安全」列為優先目標。因此，統一企業除了建構各項食品原料安全管理典範，更進一步結合核心研發能量，盼能領先並作為食品業標竿，引導台灣食品產業朝創新開發與技術提升方向前進。而在為消費者創造新形態產品之外，在策略上，亦結合當前環保意識，積極降低對環境的衝擊。

價值鏈重點研發策略：



產品研發與創新年度管理目標

2024 年 管理目標	2024 年 達成狀況	2024 年 重點成果	2025 年 目標	中長期 目標
產品美味 機能技術研究	已達成 並持續 精進中 ✓	1.精緻糕點食品開發 2.氣泡水開發 3.加料冰棒產品開發 4.無糖茶、少糖果茶精進 5.減鈉蔥燒牛肉麵開發	1.辣味麵食開發 2.下酒菜開發 3.清香回甘常溫茶技術精進 4.冷藏果茶開發 5.營養美味優格開發	朝產品精緻化 發展，持續提 升現有產品品 質與風味
烘焙、鮮食、 高營養保健相關 新型態產品 與製程技術研發	已達成 並持續 精進中 ✓	1.營養強化機能牛乳開發 2.高蛋白豆漿新品開發 3.高纖烘焙食品開發 4.預製調理菜開發 5.港點特色手工捏花水餃開發	1.歐式麵包開發與精進 2.鹹口味麵包開發與精進 3.減糖調味豆奶開發 4.機能性乳飲品開發 5.預製菜開發	滿足消費者需 求，強化鮮食、 烘焙與營養保 健三大類別產 品研發



2.5.2 多元飲食趨勢兼顧健康與美味

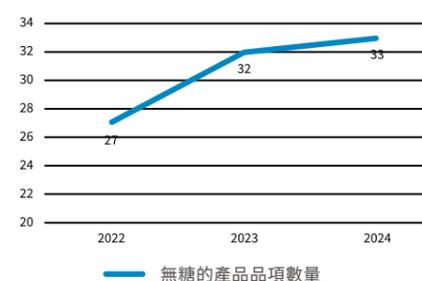
隨著台灣人口結構朝向高齡化、少子化演進，生活型態也跟著產生改變，外食族比例逐漸增加；此外，後疫情時代的到來，消費者健康意識提高以及對環境友善的關注提升，飲食需求變得更加多元，協助消費者迎向健康生活是我們的重要任務。因此，產品開發需要更多的創新，我們積極開發各種類型的產品，以滿足不同消費族群的需求，期許成為社會大眾於健康飲食生活中的最佳夥伴。

無糖

根據國民健康署研究調查顯示，若攝取過多的糖，除了容易蛀牙外，還可能誘發胰島素抗性，增加肥胖、代謝症候群機會，導致血壓、血糖、血脂升高，增加心血管疾病風險，加速身體老化，甚至可能增加罹患癌症之風險。

品項數量：

截至 2024 年底，共有 33 項無糖產品，相較 2023 年，新增 1 項產品，成長 3.13%。



無糖的產品品項數量

亮點產品與說明

1. 茶裏王伯爵紅茶

✓ 無糖、無額外添加香料。

2. SPARKLING 氣泡水

✓ 零熱量且無額外添加糖。檸檬口味使用日本瀨戶內的黃檸檬風味調配，具有獨特清新的果香。

3. LP33 無加糖機能優酪乳 PE500ml

✓ 無額外添加糖、低脂、奶素，推出無加糖新規格別，讓消費者能從日常飲食中輕鬆補充 LP 益生菌。



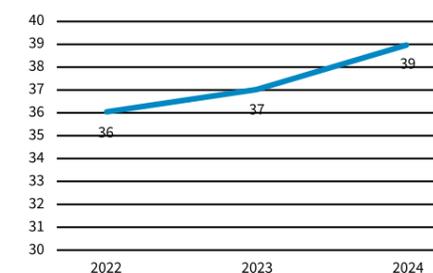
健康食品認證

為滿足消費者健康飲食取向與提升產品價值，我們根據目前衛福部公告的保健功效，持續開發與維護各類具有保健功效產品。截至 2024 年底，統一共取得 23 項健康食品認證。



減鹽減鈉

根據研究報告顯示，若鹽份攝取量過多，會導致高血壓、心血管疾病。每天多吃 1 克的鹽份（約 1/4 茶匙）會使肥胖風險增加達 28%。考量民眾可能忽略鈉的攝取量，我們積極減少速食麵的鈉含量，以提供大眾健康的選擇。



減鹽減鈉產品品項數量



品項數量：

根據 WHO(世界衛生組織)訂定之每日鈉參考值為 2,000 毫克，本公司有 39 項速食麵品項每份不超過 2,000 毫克。

亮點產品與說明



滿漢大餐蔥燒牛肉麵 (減鈉)

✓ 滿漢大餐蔥燒牛肉麵 (減鈉) 透過減少食鹽使用，降低鈉攝取，同時運用鮮味、濃厚味與香辛料提升風味，以符合健康飲食與減鈉需求。

沖泡式非油炸麵

- ✓ 統一企業致力於追求讓麵食更貼近新生代的飲食生活，經歷 15 年的麵身鑽研，打破傳統生活麵（速食麵）的侷限，開創出麵體的新世代沖泡式非油炸麵。
- ✓ 截至 2024 年底，共有 10 支 SKUs 使用沖泡式非油炸麵身。

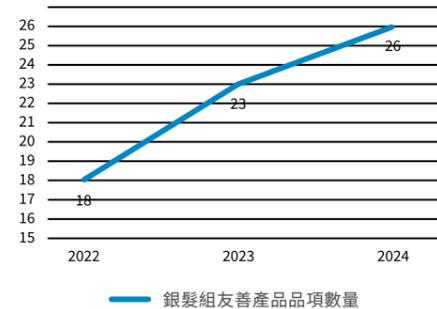


銀髮族友善產品

隨著台灣人口結構的轉變，我們也有朝向養生、輕食、個食化產品的研發發展，同時考量銀髮族的飲食習慣與身體機能，從口感、食用便利性與營養補充角度出發，持續提升現有銀髮族友善產品之品質，並持續加強消費者對相關產品機能性的了解。

品項數量：

截至 2024 年底，共取得 26 項銀髮族友善產品。



亮點產品與說明

1. 茶裏王四季春茶

四季春，台灣最受歡迎的茶樹品種之一，早春晚冬皆生生不息，四季常綠，因而得名。品一口，春天就這麼蔓延到四季了。

- ✓ 嚴選台灣春冬茶葉，加上運用「冷震波單細胞萃取技術」釋放茶香，更顯回甘。無糖無香料，滿足銀髮族平日的飲茶習慣的需求。
- ✓ 部分透明包裝，視覺上清爽明亮，給銀髮族輕快的視覺感受，600ml 圓形曲線瓶身亦方便拿取。開瓶即飲，常溫或冷藏皆可，提供飲用便利性。



2. 統一 AB 無加糖優酪乳

統一 AB 無加糖優酪乳，透過菌種篩選技術及酵素分解技術，降低優酪乳酸澀感、提高嗜口性，經過乳糖分解酵素作用，使大部分乳糖分解為半乳糖及葡萄糖，也可減少銀髮族乳糖敏感的問題。產品符合低脂標準，避免過多脂肪攝取。除此之外還有雷特氏 B 菌可通過胃酸及膽酸的考驗，幫助維持消化道機能。



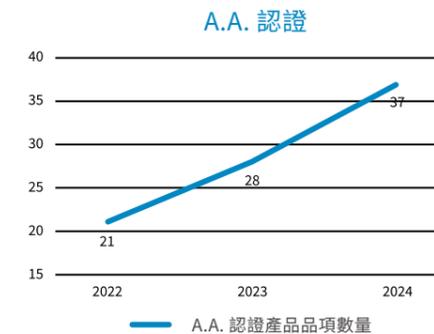
3. 滿漢嘟嘟好椒麻小香腸

- ✓ 2024 年獲獎銀髮族友善食品，精選臺灣在地冷藏豬後腿肉。
- ✓ 調整風味與口感，降低刺激性並保持風味均衡。
- ✓ 個食化包裝設計，一口一條提升銀髮族用餐便利性。



無添加物 -A.A. 認證

A.A. 認證產品係由 Anti Additive Clean Label Organization 所推動之認證，其組織為全球獨立公正的機構。A.A. 提倡並推廣「Anti Additive, healthy and sustainable」，即「無添加物，健康永續」。A.A. 以「Clean Label」的概念做為執行與推廣的基礎，除提倡於食品與各類產品減少添加物外，同時需提供明顯、易判讀的標示，使消費者能得以輕易判斷內含添加物的多寡並避免有害物質。



品項數量：

截至 2024 年底，共取得 37 項 A.A. 認證產品，相較 2023 年，新增 9 項產品取得認證，成長 32.1%。

亮點產品與說明

1. 好勁道全系列商品

- ✓ 精選 100% 澳洲黃金小麥，並引進日本技術規格「杉木室」，麵條經三階段歷時 8.5 小時的乾燥熟成，保留小麥原始的透亮白皙與 Q 滑帶勁的口感。
- ✓ 全系列通過國際 A.A.Clean Label 最高等級 100% 無添加驗證，不以食品添加物改變食材口感。



2. 晨光 GOLD 高纖生土司

- ✓ 使用經熟化處理的小麥麩皮與微粉碎穀物粉，降低傳統穀物產品的粗糙與苦澀感，添加燕麥、黑麥等多穀物，提升膳食纖維含量，符合多元營養需求。
- ✓ 運用 12 小時低溫熟成專屬生湯種技術工法並透過酵素、卵磷脂與活性小麥蛋白，維持土司的濕潤度與口感。榮獲 A.A. 國際無添加三星驗證，以及第十屆 A.A. TASTE AWARD 全球純粹品味評鑑三星大獎殊榮，兼顧產品美味與健康少添加。



友善環境產品

1. 瑞穗鮮乳 (全脂 / 低脂)

智慧節能，推廣再生能源

- ✓ 牧場逐步導入變頻設備與智慧環控，目前將近四成使用變頻榨乳機、超過四成使用變頻風扇，降低能耗。
- ✓ 全台已有約三分之一牧場採用太陽能與沼氣發電等再生能源，助力能源永續。

資源再利用，減少污染

- ✓ 全台首創「發酵循環畜舍」，以泥土地基底，翻土促進廢棄物發酵，轉化為天然睡墊，減少污染並優化牛隻生活環境。目前已有牧場導入此技術，規劃對未來要投資新建的牧場，給予導入參考建議。



2. 純喫茶系列產品

- ✓ 產品使用具 FSC 森林管理委員會驗證之包裝，落實永續採購政策，以行動支持森林永續，保護環境的同時也能提升品牌形象。

動物友善產品

統一企業重視動物福利，致力於推動乳牛友善飼養，以提升牧場永續經營能力與牛隻生活品質。透過制定完善的技術服務項目，結合飼養管理、營養配方、環境優化及永續經營等多面向輔導，協助酪農導入先進的飼養與管理技術。公司也定期舉辦教育訓練及技術交流活動，確保牧場能與國際接軌，持續提升飼養環境與動物照護水準。

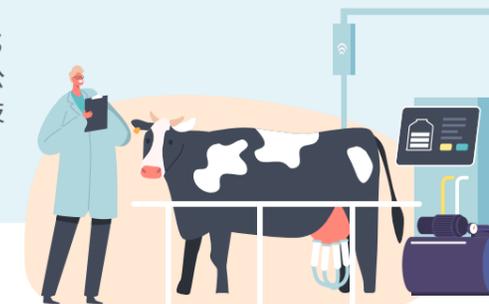


酪農輔導與乳牛友善飼養計畫

計畫內容：統一企業針對乳牛的飼養管理，制定了一套完整的技術服務項目，包括預防醫學、畜舍建構、營養配方與飼養管理、DHI 分析、永續經營等 17 個項目。專案的目標是提供乳牛舒適及健康的生活環境，並藉由技術服務提升牧場的永續經營能力。

輔導機制：除了協助牧場改善飼養管理技術，公司定期舉辦教育訓練，如出國研修、技術交流活動等，以確保酪農能掌握最新的飼養技術和管理知識。例如，在畜舍建築技術輔導方面，我們強調設計必須考慮到牛隻的舒適度和行為需求，改良牛隻休息處的牛床與牛頭夾的尺寸；在營養配方服務方面，我們針對不同牛群提供合適的營養配方，以確保乳牛可以獲得足夠的營養。此外，在環境方面，我們汲取以色列的經驗，引進熱緊迫控制技術，協助牧場檢測風扇效能、測量環境溫濕度，並提供改善建議以確保乳牛在炎熱的夏季也能保持舒適和健康，從而提高進食量和泌乳量。

績效：乳牛的生活品質提升之後，泌乳效率也有顯著改善；從 2022 年到 2024 年，泌乳量從平均每天每頭 22.74 公斤增加到 23.67 公斤，證明實踐友善飼養、持續教育和技術革新在動物福利與產業效率提升中扮演了重要的角色。



除了關注消費者的飲食趨勢和健康外，我們也持續專研台灣寵物飼養環境，在食安第一的守則下，為台灣犬貓打造更健康、更優質的寵物食品，提供毛孩更好的生活享受，2024 年透過與寵物通路合作，更深入瞭解現代寵物飼主對寵物食品之需求，針對臺灣犬貓之健康需求設計開發全新系列產品 - Petlife 機能優穀糧。



Petlife 機能優穀糧系列

專業機能配方：由專業獸醫及研發團隊精心設計適合臺灣飼養環境犬貓需求的保健機能成分，依據臺灣毛孩主力健康需求 - 以腸道保健益生菌配方 (添加雷特氏 B 菌、亞斯菲德菌、納豆益生菌) 為基礎，再搭配寵物需求的特殊機能營養 (犬糧 - 皮毛保健配方、關節保健配方；貓糧 - 泌尿道保健配方、營養化毛配方)，提供寵物更完整的保健營養需求。

低敏優穀寵糧：肉類為第一成分，採用優質動物性蛋白來源與低敏食材，以優質穀物 (糙米、燕麥) 取代黃豆、玉米、小麥等易致敏傳統穀物，並搭配超級食物 (黃金亞麻籽、大麥等) 與健康蔬果，幫助毛孩補充營養、維持健康。

MAS 動力霧化噴覆技術：臺灣首度引進 Motorized Atomization Spraying 科技，運用動力離心分離技術，經三道噴覆依序注入食品級牛油、水解蛋白、益生菌等營養與美味素材，噴灑於乾糧顆粒上，並透過控溫技術避免高溫破壞營養素。



外部認證與獎章

統一企業產品秉持著好還要更好的初衷，不斷精進技術與食品風味，更取得外部認證與獎章，讓世界看見統一企業的好產品。2024 年共取得以下外部認證與獎章：

A.A.Taste Awards 全球純粹品味評鑑大獎

由亞洲 A.A. 純粹品味獎評選，評鑑食品的純粹度、風味與品質，獲獎產品展現卓越的味覺體驗，符合國際美食品質標準。

2024 年統一企業共計 5 個品項 (晨光 GOLD 草莓鮮乳生土司、晨光 GOLD 高纖生土司、統一麵包起酥肉鬆麵包、統一麵包菱格香菠蘿、統一蛋糕屋典藏蜂蜜蛋糕) 取得 A.A.Taste Awards 全球純粹品味評鑑獎章。



營養保健食品創新獎 金獎

表彰食品產業在營養與保健領域的創新突破，獲獎產品結合最新科學技術與健康概念，提供更優質的營養補充選擇。

健康 3D 紅麴 + 鎳雙效錠不僅取得健康食品「調節血脂、血糖」雙效標章，2024 年 3 月在眾多競爭產品中脫穎而出，獲 2024 營養保健食品創新獎「唯一金獎」的肯定。這是暨 2022 年榮獲「台灣生技大獎」，2023 年代表台灣，在國際發明賽事中，勇奪雙面金牌 (馬來西亞 MTE 國際發明展、俄羅斯阿基米德國際發明展) 以外，連續 3 年獲國內外專家的肯定。



台灣食品科技創新產品評鑑褒獎

針對食品及飲品的創新研發進行評鑑，肯定產品在配方、製程或功能上的創新表現，提升市場競爭力並滿足消費者需求。

2024 年統一企業的原味本舖紅豆牛奶冰棒榮獲「創新製程技術金牌」、來一客料理包 - 上湯獅子頭榮獲「創新產品概念金牌、晨光 GOLD 高纖生土司及健康 3D 紅麴 + 鎳雙效錠榮獲「創新產品概念佳作」。



Monde Selection 世界品質評鑑大獎

由國際權威機構 Monde Selection 評選，涵蓋食品、飲品、保健品等類別，獲獎產品須通過嚴格品質測試，展現卓越工藝與風味。

2024 年統一企業共計 8 個品項 (瑞穗全脂鮮乳、PowerMate 可可麥芽牛奶、博客 Q 肉丁原味德國香腸、博客 Q 肉丁蒜味德國香腸、滿漢原味香腸、滿漢蒜味香腸、滿漢嘟嘟好椒麻小香腸、滿漢嘟嘟好蒜味小香腸) 取得 Monde Selection 世界品質評鑑大獎金獎、銀獎及銅獎。



PRIX EIFFEL 法國艾菲爾國際發明競賽金牌及法國鉑金獎

以創新技術與研發成果為評選標準，鼓勵全球企業在食品、科技等領域的突破，獲獎產品展現卓越研發能力與市場潛力。

2024 年統一企業 AB 纖維素取得 PRIX EIFFEL 法國艾菲爾國際發明競賽金牌及法國鉑金獎。



ITI 風味絕佳獎章

由世界頂尖風味專家組成之評審團隊，藉由「盲測」方式，進行產品的感官分析，包含視覺、嗅覺、味覺、質地、入口感受等評鑑項目。最後將依品評分數的高低分為 3 種評鑑等級授予獎章 (一星、雙星、三星)。

2024 年統一企業包含滿漢御品火巴燒牛肉麵、Dr. Milker 極鮮乳、巷口拌麵、統一麵小時光麵館、滿漢大餐牛肉麵、瑞穗全脂鮮乳和博客雞胸肉等共計 14 個品項取得 ITI 風味絕佳獎章。



2.6 責任行銷與標示

(GRI 417-2、GRI 417-3)

統一企業重視與消費者之間的信任關係，致力於提供真實、清楚且易於理解的產品資訊，並透過負責任的行銷實踐強化品牌與大眾的溝通。面對多元且快速變化的消費環境，我們持續檢視自身在產品推廣與資訊揭露上的作法，以強化資訊透明度與顧客信賴，並將保障消費者權益作為重要目標之一。

重大主題	責任行銷與標示
政策與承諾	<ul style="list-style-type: none"> 統一企業秉持著誠信經營的理念，致力於運用核心能力來創造產品更高的價值。同時以誠懇的態度與消費者溝通，提供正確的產品資訊，以避免消費者對產品產生誤解。因此，我們以責任行銷為管理目標，從產品標示到售後服務均採嚴謹的遵循規範，以保障消費者權益。
目標	<ul style="list-style-type: none"> 100% 落實依產品標示審核要點及創意檢視審核標準進行產品包裝標示與廣宣審查，以確保符合相關法規與公司規範。
行動計畫	<ul style="list-style-type: none"> 依產品包裝標示與廣宣審核流程系統，各權責單位就所負責項目執行審查確認，通過始得進行包材印製與廣告。 每季發行廣宣電子報進行法規與違規案例宣導，提升人員對法規之認知及了解。
評量機制	<ul style="list-style-type: none"> 政府公部門查核零違規，持續追蹤產品包裝與行銷資訊是否符合相關規定。2024 年未發生違反產品標示或廣告相關法規之情形，未來亦將視實務需求逐步建立內部檢視與控管機制，以提升自主管理能力。
申訴機制	<p>內部申訴機制：</p> <ul style="list-style-type: none"> 依鼓勵同仁共同參與及維護產品安全辦法，鼓勵內部員工對標示與廣宣之審查共同把關，所有申訴將由食安委員會進行審查回覆與公告。 <p>外部申訴機制：</p> <ul style="list-style-type: none"> 建立暢通的消費者申訴管道，包含客服專線、電子郵件與線上平台，確保消費者能方便地反映對產品行銷與標示的疑問或不滿。 所有申訴將由專責團隊處理，並在合理時間內回應與解決，確保消費者權益受到保障。



2.6.1 產品標示及創意檢視

在講求創意行銷的年代，關於包裝標示，我們秉持資訊透明及不渲染的原則。政府法規只是提供最低標準，統一企業對所使用的所有原料成份均採高規格檢視，並設有「包裝標示審核流程」，結合各事業群、商業研發所、行銷企劃室、生產廠與食安中心品管單位，共同設置主審與複審之核校重點，以進行包裝標示及廣宣用語的審核。審核的內容，包含商標、品牌及產品名稱、成份及營養標示、內容量、製造廠商及地點、保存期間及條件、原產地、認證標章等資訊。

我們了解產品標示與行銷創意是消費者能第一手取得的產品資訊，惟有使消費者對產品有正確的認識，才能避免誤解產生。2024 年共審核 1,118 件，核准件數 858 件，駁回件數 260 件，駁回案件以成份、版次、營養標示、注意事項等標示文字錯誤為主。



審核內容	用語合理性、公司服務及形象、商標審核標示正確性、使用資料之科學合理性
負責單位	行銷企劃室 - 品牌管理、商標管理單位 商業研發所、食安中心品管單位、生產廠
2024 產品標示審核 共審核：1,118 件	<ul style="list-style-type: none"> 核准件數：858 件 駁回件數：260 件



2.6.2 消費者諮詢服務

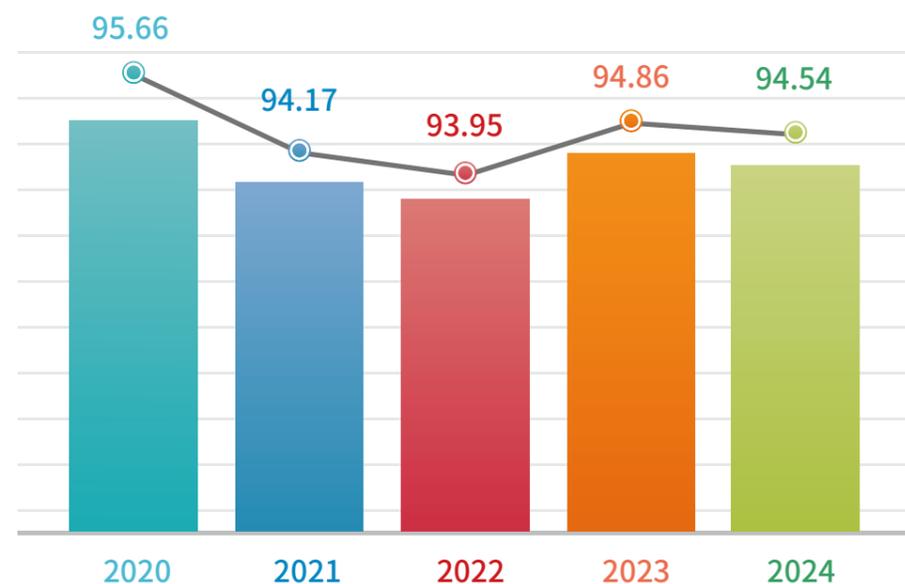
愛用者服務中心透過多元管道（包括 0800 專線、官網、服務信箱、通路回饋等）來傾聽顧客的聲音。電話服務專員受理顧客抱怨後，將登錄於「顧客抱怨及反應系統」，系統會自動發信件通知顧客服務經理、品管窗口、產品 PM，另以電話通知顧客服務經理聯絡接洽。顧客服務經理接獲通知後，配合顧客時間儘速完成處理，我們以「1 小時內聯絡，24 小時內處理」為目標，透過有效率的服務，以消費者保護法為基礎進行溝通協商，與大多數（約 97.4%）顧客取得處理共識及圓滿的結果。

若是於上班時間，電話服務專員接獲反應，都會即時立案、聯絡顧客服務經理。假日或非上班時間，若為緊急事件或顧客要求立即處理，我們會請顧客服務經理立即聯絡；若非急件，會與消費者溝通上班日再聯繫處理。

在客訴處理結案後，愛用者服務中心會透過滿意度調查，以評估消費者對服務人員處理之滿意度，藉此改善並提供更完善的服務。自 2021 年起，我們精進滿意度調查的計算方式，調整原以權重計算方式，改採各級距分數差異皆相同，持續秉持誠信負責的態度，讓消費者享有美好的感受及服務品質。統一企業致力於提供高品質產品與服務，並透過愛用者服務中心積極處理消費者反應的品質問題。我們重視每一位消費者的意見，並持續優化產品與服務，以提升顧客滿意度。2024 年，愛用者服務中心受理並處理各類品質反應，大部分已與顧客取得共識，少數則透過進一步溝通或消費者保護機制協助處理。

針對客訴分析，公司內部持續檢討並優化相關作業流程，包含從產品設計、原物料到製程生產等內部改善，以及透過通路單位強化運輸、儲存與陳列環境管理。此外，部分案例涉及消費者保存或使用方式，公司亦將透過產品耐受度優化專案持續提升品質，以確保提供更優質的消費體驗。

滿意度分數



愛用者服務中心始終以提供高品質服務為核心目標。近年來，消費者對客訴處理服務的滿意度持續維持在 90 分以上，穩定達到滿意（75 分）至非常滿意（100 分）的評級範圍。



愛用者服務中心抱怨申訴事件處理流程



傾聽消費者回饋意見

回饋問題	了解原因	優化措施
消費者以手撕開袋口時，因雙層複合包裝設計，阻力較大，進而影響消費者開封體驗。	產品包裝採雙層複合包裝，為 Z 型切口，呈現 V 字型。包裝材質具韌性、不易破損及高阻氣性等特點，檢視現況之易撕裂 (Easy Tear) 開封包裝，仍有優化空間，提供消費者最佳的開封體驗。	優化易撕裂 (Easy Tear) 開封包裝，為 Z+I 型切口，呈現 Y 字型。消費者以手撕開袋口時，因新增之 I 型切口，可有效降低阻力，提供更佳的開封體驗。



改善前 (Z 型切口)
如 V 型



改善後 (Z + I 型切口)
如 Y 型