

2

形塑安心與健康的飲食文化

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	- 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	- 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	- 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與法規遵循落實情形。
申訴機制	- 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，作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，以貫徹企業的食品政策。



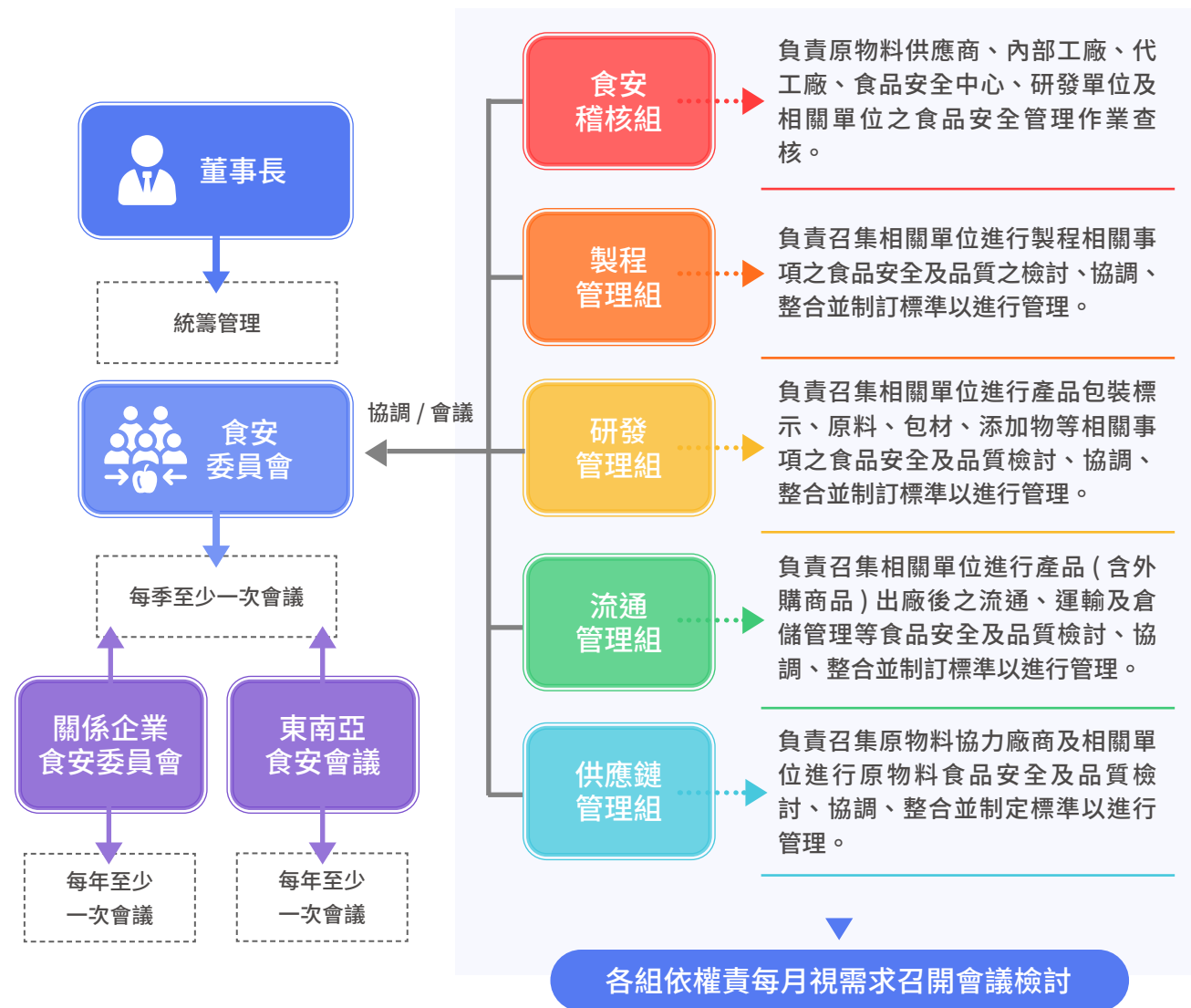
食品安全委員會

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。



- 2025 年度召開 36 次會議，並於 2025 年 12 月 26 日召開 1 次集團食安委員會會議與 2026 年 1 月 7 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。2025 年已達成原料成品零容忍、食安一環客訴零異常、成品藥物殘留零異常。公部門查核異常 1 件，主要因衛生局查核火腿產品於製程中使用「乳酸酒精溶液」作為表面殺菌，外包裝標示未標示「乳酸」。過去依第三方查核認定「乳酸酒精」屬加工助劑無需進行標示，惟衛生單位稽查要求應列入成分標示，後續透過製程環境之改善，於製程中不須再使用「乳酸酒精溶液」進行表面殺菌。食安二環客訴點數較去年同期增加 29%，主要原因為急降雨後原水濁度提高，水中之土味自來水廠無法完全去除，且此風味超出代工廠活性碳可去除異味之能力，導致代工廠生產之茶飲有些微異味，後續已於活性碳桶後再增加活性碳碳柱加強去除自來水異味之能力，並加強教育訓練以提升人員對水質異味之品評能力，以有效把關產品品質。

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	- 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。

針對既有關係企業，我們以聚焦議題的方式進行交流，針對 2024 年至 2025 年 6 月間的通報案和關係企業自提希望精進優化的議題，歸納整理待交流的議題，包括：客訴 (異常) 案管理、新版食品良好衛生規範準則 GHP 法規鑑別結果及因應管理、自有品牌代工廠管理、環境監測計畫建立與管理、減少食安罰款 (以逾期商品為主) 管理以及自辦進口商品管理。

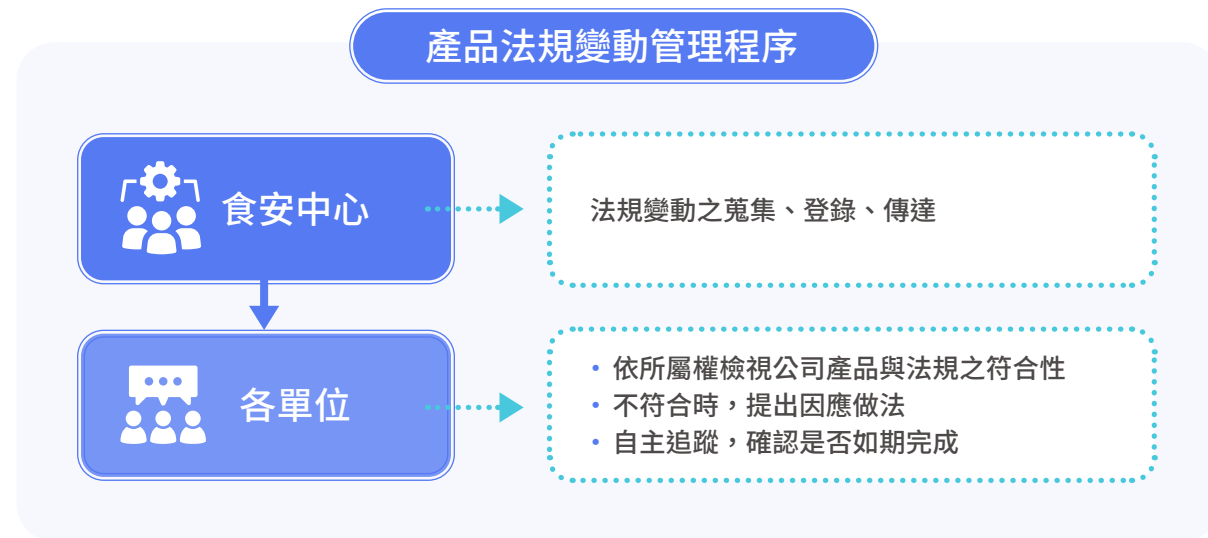
透過查核與交流，統一企業共提出 37 項改善建議，各關係企業亦已納入執行評估，並制定相應對策與計畫，以強化食安管理並持續優化營運。

2025 年食安系統評鑑檢視交流議題

項目	對關係企業提出建議的件數
客訴 (異常) 案管理	9
新版食品良好衛生規範準則 GHP 法規鑑別結果及後續因應管理	12
自有品牌代工廠管理	9
環境監測計畫建立與管理	2
減少食安罰款 (以逾期商品為主) 管理	1
自辦進口商品管理	0
其他	4
總計	37

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。



2025 年食安中心監測到食品相關法規變動而啟動 74 件法規鑑別案，其評估範圍涵蓋所有產品類別 (100%)。食安中心根據法規變動而完成鑑別件數為 74 件法規鑑別，此 74 件於 2026 年 6 月 12 日前已結案。

根據法規變動而啟動 74 件法規鑑別案：

- 74 件法規鑑別案已結案
- 其中 8 件為不進行鑑別件數

統一企業適用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網址 (<https://www.fda.gov.tw/TC/law.aspx?cid=62>)。

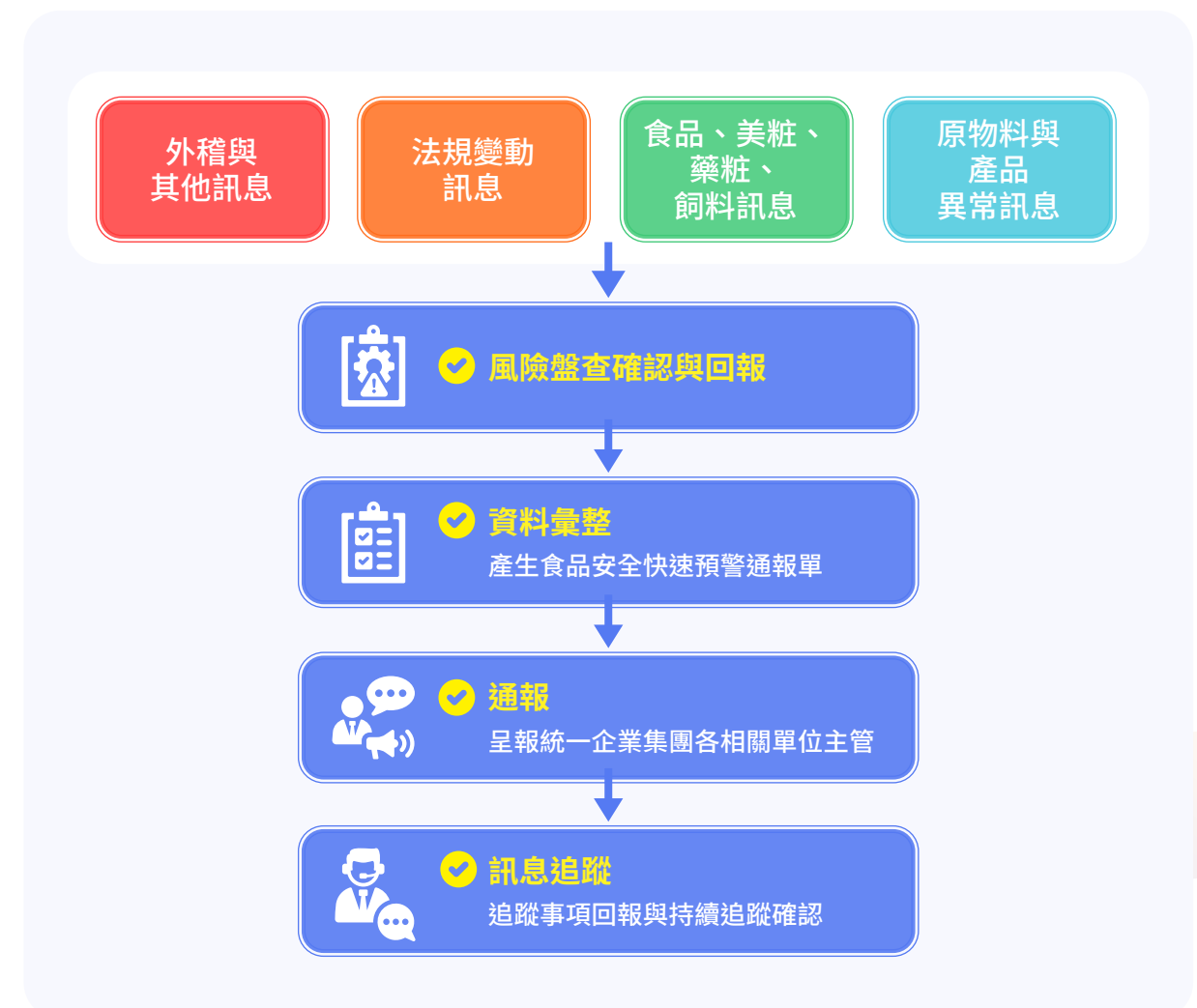
2025 年度因發生食品包裝不實，違反食品安全衛生管理法第 28 條第 1 項處以罰鍰之情事共 1 件，合計罰鍰 200,000 元。

2025 年度未有因主管機關^註通知而下架之產品。

註：主管機關係指衛福部、食藥署、其他地方或中央主管機關

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。



2025 年度食品安全中心快速預警系統 (FSCRA) 通報件數

- 2025 年度通報件數：365 件
- 評估範圍影響產品類別比例：100%
- 需追蹤件數：31 件

上述需追蹤通報案件已於 2026 年 1 月 9 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 2025 年度有 1 件員工反應案件，為外部網站對本公司商品名稱及產品成分標示錯誤，已聯絡該網站完成更正，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。

2025 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 237 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 2025 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 652 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」

2025 年度食品成品及原物料檢驗異常情形



✓ 成品異常率：0.092%
✓ 原物料異常率：0.211%

註：2025 年度品管課之成品及原物料測試異常批數除以成品及原物料總檢驗批數之百分比。

2025 年度食品安全管理費用統計表

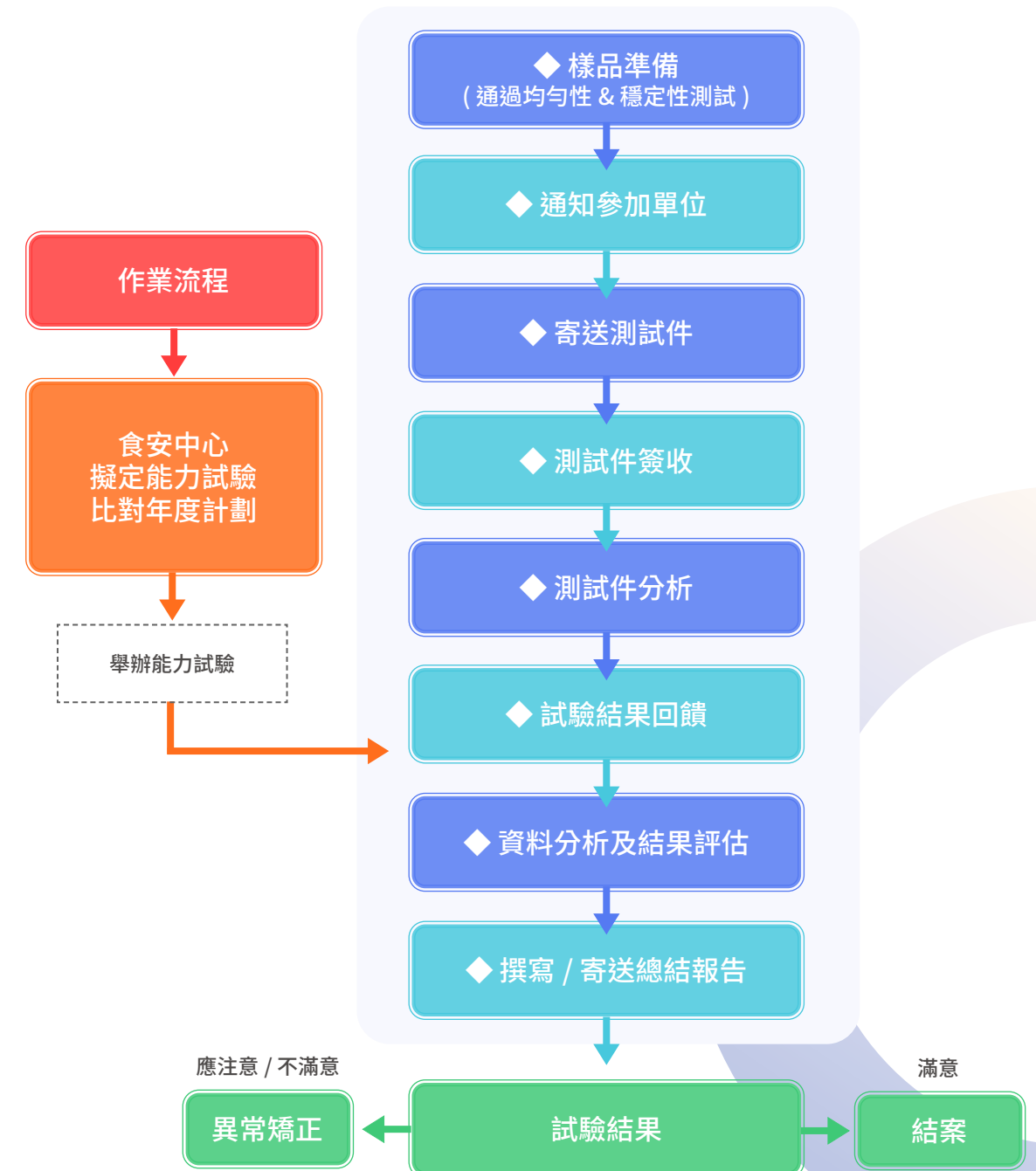


- ✓ 食品安全控管費用^註：352.96 百萬元
- ✓ 佔個體財務報表營業收入淨額比例：0.66%

註：食品安全控管費用包含實驗室相關支出 (如：檢驗費、薪資、折舊、修繕費等) 及外部檢驗費。

能力試驗比對

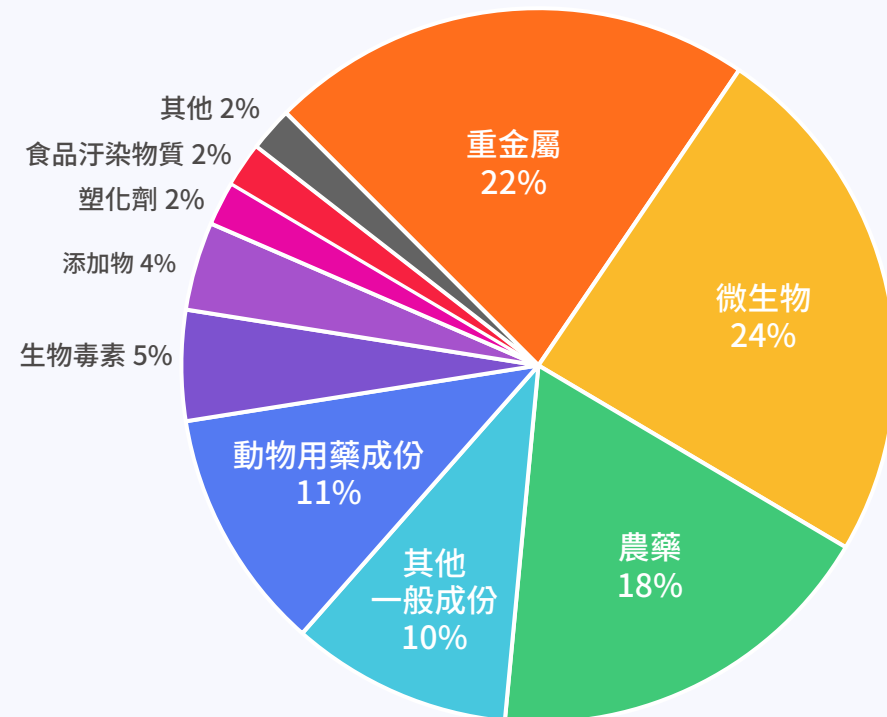
為了確保食安檢測的品質、評估檢驗單位執行試驗之能力，統一企業定期透過測試標準、測試條件及均勻樣品，進行檢驗單位之間能力比對的活動，最終將各檢驗單位回覆的測試結果加以整理、統計並評估，以了解集團內生產廠、品管及委外代工廠之檢驗能力狀況，並透過能力試驗比對之結果，優化檢驗作業之自主管理能力。



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 2025 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。

2025 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 2025 年 12 月 31 日，統一企業員工共有 171 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，2025 年全公司完成食安教育訓練之受訓人次達 11,860 人次、訓練總時數為 28,226.5 小時。



2025 年食安教育訓練

- ✓ 受訓人次達 11,860 人次
- ✓ 訓練總時數為 28,226.5 小時



2025 年取得食品安全相關證照達
171 人次較 2024 年成長 3.64%

註：近三年專業證照統計請詳附錄一 ESG 資訊表 - 食品安全相關證照

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。2025 年共開設 36 門課，其中 27 門是例行性對外課程、9 門是客製化企業專班課程。總上課人次達 1,668 人次，較 2024 年成長 19.66%。



例行性對外課程與客製化企業專班共計達

1,668 上課人次



例行性
對外課程
(共計 27 門)

- 儀器校正管理實務課程
- 集團供應鏈資訊共享平台上線教育訓練
- 統一集團稽核員培訓課程 (基礎班)
- 統一集團稽核員培訓課程 (進階班)
- 食品標示與管理實務
- 食品工廠清洗實務與確效評估
- QC 七大手法教育訓練
- 病媒防治實務課程
- 食品製造業者之作業場所動線規劃實務
- 統一集團評鑑人員轉證訓練課程
- 食品微生物檢驗實務課程 (一)
- 食品衛生指標菌及病原菌快速檢測訓練
- 食品保存期限訂定與管理
- 非法添加物防治與食品詐欺管理
- 食品工廠環境監控與交叉污染防治實務
- 食品研發品保品質統計分析與改善實務
- 倉儲運輸衛生及食安管理實務訓練
- 感官品評訓練課程
- 食品安全管理系統條文訓練
- 寵物食品法規簡介與實務訓練
- 寵物食品衛生安全管理趨勢暨風險管理實務
- 進口寵物食品與原料合規與供應鏈管理實務
- 食品安全管制系統內部稽核實務 (ISO 22000:2018)
- 從食安事件談食安管理與危機處理
- 統一集團評鑑人員複訓課程
- ISO/TS 22002：2025 介紹
- 統一集團食品安全訓練課程



客製化
企業專班
(共計 9 門)

- 顧客抱怨處理與溝通技巧課程
- 病媒防治管理實務課程
- 食品工廠廠區乾燥化實務課程
- 倉儲運輸衛生及食安管理實務訓練
- 評鑑缺失等級判定訓練
- 餐飲食安風險管理人才培訓基礎班
- 食品從業人員衛生講習訓練課程
- 水質感官品評教育訓練
- 食品標示與廣告法規管理

2.3 協力廠商管理

(GRI 2-6、GRI 308-2、GRI 414-2)

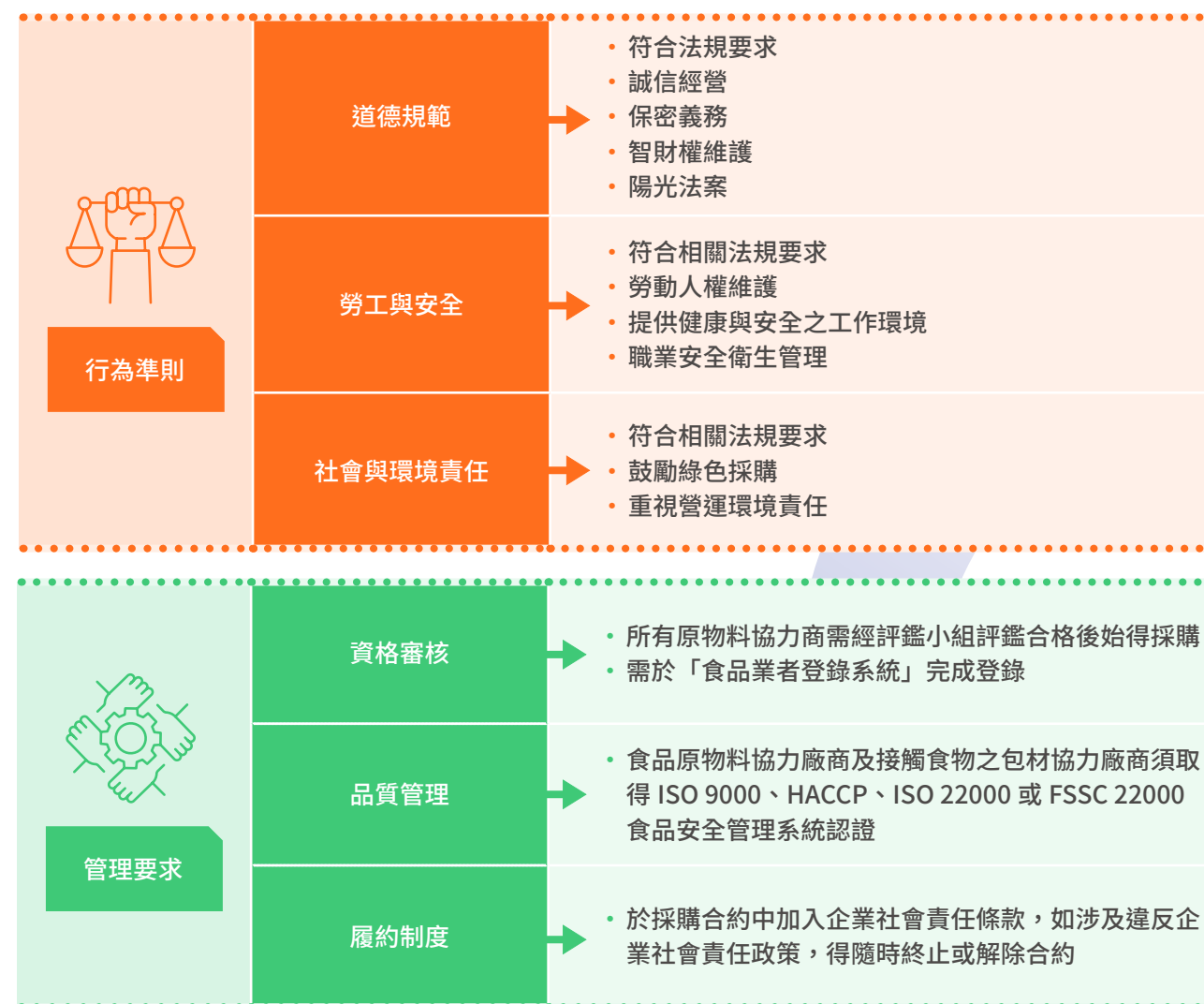
為提供消費者和社會高品質且安全的食品，我們積極維持產品風味、減少食安危害因子存在，同時也努力減少添加物的使用，以有效管控食安風險。而在這個過程中，需要協力廠商的相互配合，故協力廠商對於利害關係人及統一集團而言非常重要，因此我們極為重視協力廠商的管理。

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。



協力廠商管理框架

為實踐永續供應鏈承諾，統一企業建立嚴謹且全面的協力廠商整合框架。此框架採用雙軌管理方式進行：確保食品安全與營運穩定性的「營運與品質管理」作為合作基石；並針對環境與社會責任重大議題進行「永續發展管理」。

透過文件審查、風險基礎的實地評鑑、及無預警稽核等多元方式，統一企業得以將永續要求深植於供應鏈的日常營運中，鑑別並管理潛在風險，確保合作夥伴符合統一企業對於營運品質及永續發展的核心標準。

管理面向		查核方式	
營運與品質管理			
作業規範查核	文件審查 執行頻率：不定期 - 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 - 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 - 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 - 國內食品協力廠商 - 初級農畜水產品加工廠 - 貿易商		
永續發展管理			
水資源使用	設計環安初評表，涵蓋空氣污染防治、廢水污染防治與廢棄物管理		
廢棄物與資源使用			
環境議題與污染			
防止童工	將勞基法規定納入評鑑，加強進行管理		
防止強迫勞動			
能源與氣候	建立節能減碳評鑑管理協力廠商		

ESG 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」，為具體落實協力廠商重大議題的管理，統一企業已將評鑑項目系統性地整合為環境 (E)、社會 (S) 及治理 (G) 三大面向。此評鑑系統依據從農牧場、原料加工廠、代工廠到貿易商等不同協力廠商的屬性與風險，進行差異化與客製化的重點稽核，以確保管理的深度與有效性。

環境面

涵蓋從生產源頭到廠房的環境管理。對於農牧場，我們關注廢棄物與環境管理；對於製造廠，則聚焦於廠房設施的環境衛生與是否建立環保防治規範。此舉旨在確保協力廠商在營運過程中，能將對環境的負面衝擊降至最低。

社會面

主要關注價值鏈中的人與生命。除了要求所有協力廠商保障作業人員的健康、衛生與安全外，更將社會責任與動物福利納入特定廠商 (如肉雞牧場) 的評鑑核心，展現我們對勞動人權與生命尊嚴的重視。

治理面

涵蓋品質、製程、原物料管制與 HACCP 等食品安全核心要素，更延伸至農牧場的飼養管理、動物藥物管理，以及所有廠商的可追溯性、儲存運輸、客訴與持續改善機制。透過對治理面的嚴格把關，我們確保協力廠商具備穩定、可靠且能應對風險的內部管理體系。

統一企業藉由 ESG 實地評鑑得以主動識別供應鏈各環節的潛在風險，並驅動夥伴朝向永續轉型，共同強化整體價值鏈的韌性與責任。

協力廠商評鑑項目

協力廠商類別	永續面向	主要評鑑項目	
原物料 (含包材 / 洗劑) 食品工廠	環境面	• 廠房設施與環境衛生管理	• 建立環保防治相關規範
	社會面	• 作業人員衛生管理	
	治理面	• 製程管制 • 品質管制 • 原物料管制	• 儲存與運輸管制 • 客訴及持續改善
代工廠	環境面	• 環境衛生 • 病媒管制	• 倉儲與運輸
	社會面	• 工作人員健康與衛生	• 社會責任
	治理面	• 管理及法規 • 危害分析重要管制點食品 安全系統 (HACCP) • 流程產品管制	• 不符合產品管制與追溯 • 設施及設備 • 食品安全緊急狀況處理 • 檢驗與量測

協力廠商類別	永續面向	主要評鑑項目	
初級農畜水產品 加工廠	環境面	• 工場清潔衛生	
	治理面	• 原物料管制 • 品質與供貨能力	• 製程管制
國外製造廠	治理面	• 原物料、添加物、製程、產品及其他食品安全相關管理	
原物料貿易商 (含洗劑)	環境面	• 廠房設施與環境衛生管理	• 建立環保防治相關規範
	社會面	• 作業人員衛生管理	
	治理面	• 製程管制 • 品質管制 • 原物料管制	• 儲存與運輸管制 • 客訴及持續改善 • 供貨能力評估
農產品(蔬菜)廠商	環境面	• 防止污染措施	
	治理面	• 栽培管理 • 孢子、種子(苗)或接穗 • 病蟲草害等防治資材 • 作業用具及機械 • 採收	• 儲藏設施 • 容器(籃子、紙箱等運輸容器) • 包裝及標章、條碼黏貼 • 出貨
水產養殖場	環境面	• 養殖場管理	
	治理面	• 原料管制 • 品質管理	• 分切(裝)製程管理 • 配合交期矯正
飼料製造廠商	環境面	• 工作人員健康與環境衛生 • 設施與設備	• 病媒管制
	社會面	• 社會責任	
	治理面	• 管理及法規 • 危害分析重要管制點與產品安全系統 • 流程與產品管制	• 不符合產品管制與追溯 • 檢驗與量測 • 倉儲與運輸
豬牧場	環境面	• 廢棄物與環保管理	
	治理面	• 飼料藥物管理	• 養殖管理

協力廠商類別	永續面向	主要評鑑項目	
蛋雞畜牧場	環境面	• 牧場環境管理	
	治理面	• 原物料管制 • 禽隻管理	• 集蛋與運輸
肉雞牧場	環境面	• 建築 / 室外	• 環境
	社會面	• 動物福利	
	治理面	• 飼養 • 育種管理 • 可追溯性	• 衛生與安全 • 合夥
豬雞屠宰場與分切場	環境面	• 運輸 / 卸貨 / 繫留	
	治理面	• CQL 文件 • 屠宰場	• 分切場
畜牧場加工廠洗選場	環境面	• 廠區環境 • 廠房設施	• 設備及包裝材料
	治理面	• 製程管理 • 品質管制 • 衛生管理 • 運輸管理	• 產品抽樣結果 • 原料及產品查核 • 風險管理

2025 年度所有食品類原物料協力廠商家數為 562 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 175 家，完成實地評鑑家數比例為 31.14%。評鑑合格者係分數達 60 分以上，且無嚴重缺失為合格，如食品安全衛生管理系統是否失效、食品是否有立即性的安全危害且可否立即改善，執行結果未有不合格。

註 1：562 家係 2025 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 2：175 家係 2025 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 2025 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。



2023-2025 年實地評鑑比例

實地評鑑	2023 年	2024 年	2025 年
A. 所有原物料協力廠商家數 ^(註 1)	563	588	562
B. 適用協力商評鑑程序之協力廠商家數	545	436	452
C. 執行實地評鑑國內協力廠商家數 ^(註 2)	156	168	175
實地評鑑占所有協力廠商比率 (=C/A)	27.7%	30.1%	31.14%
實地評鑑占適用協力商評鑑程序之協力廠商比率 (=C/B)	28.6%	38.5%	38.72%

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
 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。
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。

2025 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
2025 年訪查結果	
2025 年度品管課執行不定期訪查，共訪查 17 家協力廠商，合計訪查 26 次，缺失主要為製程管理相關，已於 2025 年 12 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 2025 年度共查核 349 家協力廠商，合計查核 349 次，缺失主要為 GHP(衛生管理) 相關，已於 2025 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）。



2025 年度統一企業上傳至非追不可之產品品項數共計 492 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）」(<https://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

為有效控管食安風險，統一企業持續深化協力廠商的管理與輔導。2025 年輔導專案不僅針對既有的品質議題進行精進改善，更將範疇從生產製造端，延伸至終端服務品質與內部集團通路之食安管理。我們協助團膳夥伴從零到一建構國際級的 FSSC 22000 食安系統、輔導鮮食廠建立客訴管理機制，並支援集團量販店因應新版法規優化現場管理。秉持「共好」的原則，我們致力發揮產業領導者的影響力，與價值鏈上所有夥伴共同成长，打造穩固的食安防線。

2025 年協力廠商輔導情況

專案名稱	團膳公司食品安全管理系統輔導專案
輔導內容	團膳公司為因應通路客戶的嚴格要求與市場趨勢，藉由本專案協助建構一套符合 FSSC 22000 V6 標準的食品安全管理系統。核心目的在於將國際標準轉化為一套可執行的內部管理系統，使其具備自主運作與持續改善潛力的系統基礎。本專案透過 10 次輔導成功強化團膳公司的內部管理體質與風險控管能力，並於未來取得認證、融入集團供應鏈生態系奠定穩固的第一步。
輔導成效說明	根據現況之診斷結果，為系統性地建立符合 FSSC 22000 標準的完整文件體系，採取四大對策，包含建立共同認知、擴充管理範疇、深化現有管制及活化 PDCA 系統邏輯，為客戶校正規範的認知差異並建立共識、完成從零到有的制度補強，透過管理制度具備自我檢查與更新的能力，確保食安水準持續提升。
照片	

專案名稱	推動鮮食廠顧客抱怨管理輔導
輔導內容	現況了解鮮食廠目前尚未建立完善的客訴作業流程機制，相關人員亦未接受顧客抱怨處理與溝通應對的專業訓練。為強化該公司之客訴應對能力與服務品質，因此向食安中心提出「客訴管理輔導」需求。藉由本專案 1 次教育訓練、2 次輔導協助，鮮食廠建立完善的客訴溝通觀念與作業規範，以提升人員與消費者溝通的專業能力。
輔導成效說明	1. 客製化顧客抱怨處理與溝通技巧課程分為四大主題： (1) 顧客抱怨認識與客訴處理五大原則、(2) 顧客抱怨之相關法規、(3) 電話處理與溝通技巧、(4) 消費者拜訪處理與溝通技巧，提升整體服務品質與顧客滿意度。 2. 優化客訴處理流程管理機制，提升鮮食廠客訴處理專業力，為公司建立良好品牌形象
照片	

專案名稱	優化供應商品質管理輔導
輔導內容	統計原料供應商 2024 年入貨異常件數雖然較 2023 年有進步，但針對發生頻率較高之異常項目仍有優化空間，加上 2025 年第一季持續發生昆蟲異物異常，因此向食安中心提出輔導需求。後續針對二環異物（昆蟲、石頭）、三環異物（塑膠片）及溫度微生物異常之管理議題進行輔導共 6 次。
輔導成效說明	本專案聚焦五大管理項目，針對問題原因進行研析，並提供改善建議與指導方向分別為 (1) 優化清洗槽清洗時間及異物排除能力、(2) 優化高麗菜前處理之作業及製程篩選作業與能力、(3) 優化薑片清洗篩選流程、(4) 優化高麗菜清洗線金屬異物檢出能力、(5) 優化製程及環境之溫度控制及建立成品出貨溫度管理機制，完成專案提升供應商製程監控及品質自主管理，降低原料入貨驗收異常
照片	

專案名稱	集團量販店現場調製食品安全衛生管理輔導
輔導內容	集團量販店賣場為前店後場的作業模式，現場調製的自製品項多元，相對於食品製造工廠，賣場之作業環境複雜，且需要直接面對消費者。此外，現場調製作業區的食安管理，不僅關係消費者健康，也直接影響品牌信譽與法規責任。食安中心針對量販店現場調製作業的食品安全衛生管理進行 6 次輔導，以確保現場調製產品食品安全。
輔導成效說明	1. 透過現場衛生規範原理原則說明與檢討，協助建立食安衛生管理機制。 2. 因應新版 GHP，於實地輔導時進行新版 GHP 改版重點說明，並協助檢視門店的現場作業及程序表單以確認其符合性。 3. 結合新版 GHP 並建立管理機制與表單，協助彙整門店查檢表，供現場主管於日常確認現場作業符合性，讓輔導活動建立之管理機制得以持續實施。 4. 優化量販店食安衛生管理作業，提升現場調製產品食品安全，為集團建立良好品牌形象。
照片	

2.3.3 協力廠商人權盡職調查

統一企業秉持尊重與保障人權的核心價值，積極落實人權盡職調查管理機制，系統性鑑別、預防及緩解在自身營運與價值鏈中可能產生的人權風險。透過制定具體措施並建立透明、有效的申訴管道，致力於打造平等且具尊嚴的工作環境，確保內、外部利害關係人的權益獲得保障，將人權承諾融入日常營運之中。

人權議題	易發生的價值鏈 / 利害關係人	負責單位	預防及減緩措施	溝通及申訴管道
積欠薪資、禁用童工、禁止強迫勞動和結社自由及集體談判權	原物料及 MRO (提供維護、維修和營運所需物料) 供應商	食安中心 / 採購部	- 與供應商簽訂合約時，要求明確載明禁止使用童工、禁止強迫勞動和結社自由及集體談判權之人權條款。 - 透過供應商管理平台，落實供應商資格審核及定期審查。 - 透過 EP3 電子採購供應商平台，宣導勞動人權。 - 定期進行供應商現場訪查或第三方審核，確保遵守相關規定。	- 建立供應商申訴與反映機制，供應商可就政策疑義或違反情況反映。 - 提供多元溝通管道，包含電子郵件、電話及面談，使供應商容易聯絡。 - 定期舉辦供應商座談會，增進雙方溝通及共識。 - 通報違規情形者提供保密及保護措施，防止報復。
提供安全、衛生、健康之工作環境	承攬商與外包人員	工程部 / 工安室 / 總廠	- 承攬工程，召開施工前安全衛生會議。 - 定期召開外包作業協議組織會議。 - 辦理職業安全衛生複訓課程。 - 承攬工程及外包作業安全巡查及災害預防管理。	- 施工前安全衛生會議，溝通宣導工程安全事項，形成會議記錄。 - 每月定期召開協議組織會議，透過平台進行雙向溝通及檢討，優化改善作業環境，確保人員健康及安全。 - 協助法定職安衛複訓課程規劃及辦理，符合法令要求，確保操作安全。 - 透過安全巡查，提供安全資訊及防護措施，提升人員、環境安全，防止職業災害發生。

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

- 2025 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 個生產設施場所，包含 23 個食品廠及 1 個飼料廠
- 2025 年統一企業售出產品重量共計 1,460,289 公噸



2.4.1 國際食品安全管理系統

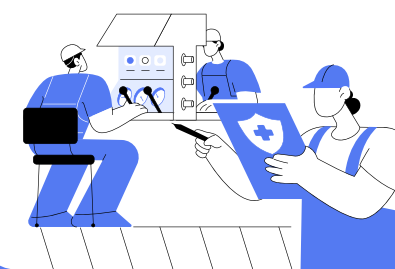
統一企業各食品生產廠已取得多項國際食品安全管理驗證，除 TQF 為每年各廠需取得之基本驗證系統外，其中 FSSC 22000 以 ISO 22000 為基礎，具更高規格要求，並為全球食品安全倡議 (Global Food Safety Initiative) 認可的管理機制，統一企業食品工廠除精油廠取得 ISO 22000 驗證外，其餘各廠已全數取得 FSSC 22000 驗證。

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)
- CAS(台灣優良農產品)
- ISO 9001(品質管理系統)
- TQF(台灣優良食品)
- ISO 22000(食品安全管理系統)
- 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 - 2025 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。



2025 年度統一企業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。

2025 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。 • 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 • 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 • 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：2025 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 2025 年底總共查核 54 家，缺失件數合計 265 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。

2025 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%	54.3%	0%	54.3%
內部品管單位	0%	0%	2.3%	0%	2.3%
內部研究單位	0%	0%	1.9%	0%	1.9%
代工廠	0%	1.5%	40%	0%	41.5%
小計	0%	1.5%	98.5%	0%	100%

2.4.4 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進步共榮，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，2025 年共進行 62 家車隊考核，且考核通過率 100%。



2025 年共進行
62 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 65.71% 提升至 66.9%。此舉不僅有效降低運輸距離，更節省里程數達 74,453 公里，進一步減少油料使用 21,272 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 5,184 公里，並減少油料使用 1,481 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，2025 年採用新型環保車的物流協力商占 77.42%、運輸與倉儲服務金額占 79.35%。在 2025 年度共汰換了 6 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，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。2025 年針對車輛管理平台內容進行最佳化，增加溫度異常回報資訊，確保配送溫度正常無虞。



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。

我們推出無加糖的「AB 優酪乳」與「LP33 優酪乳」，分別在改善胃腸功能及輔助調整過敏體質，及推出無糖的茶裏王系列飲品、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，統一企業推出統一蛋糕屋蒸果子乳酪戚風，截至 2025 年底共有 27 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，截至 2025 年我們共有 34 項市售產品獲得 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)、ITI 風味絕佳獎章，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 2025 年底
已取得專利數共計 **438** 件
其中發明專利 **194** 件；
新型專利 **179** 件；
設計專利 **65** 件。
2025 年度取得專利數為 **18** 件

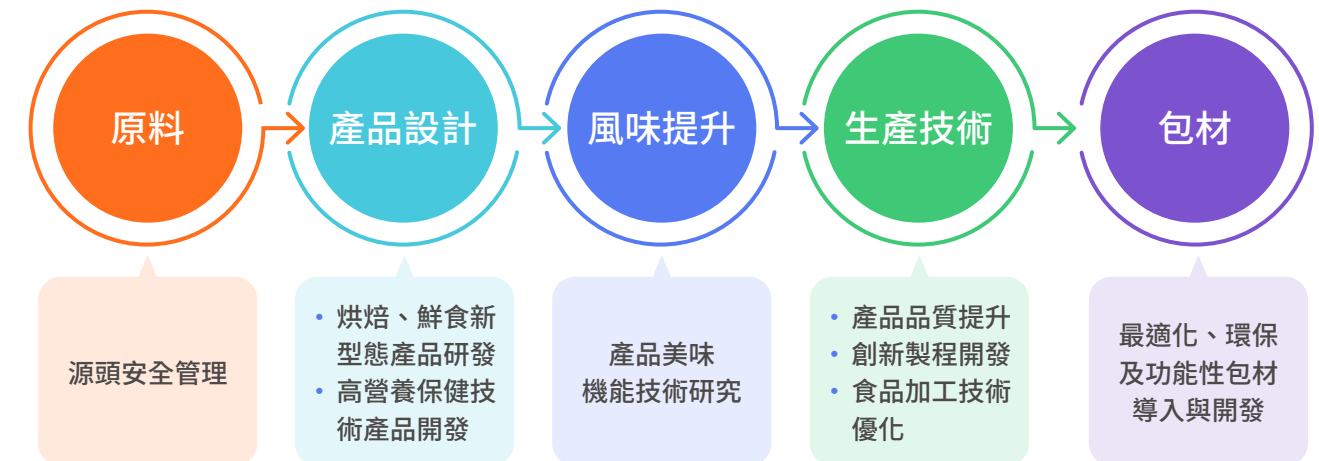


2.5.1 研發策略與目標

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物料安全管理典範，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。

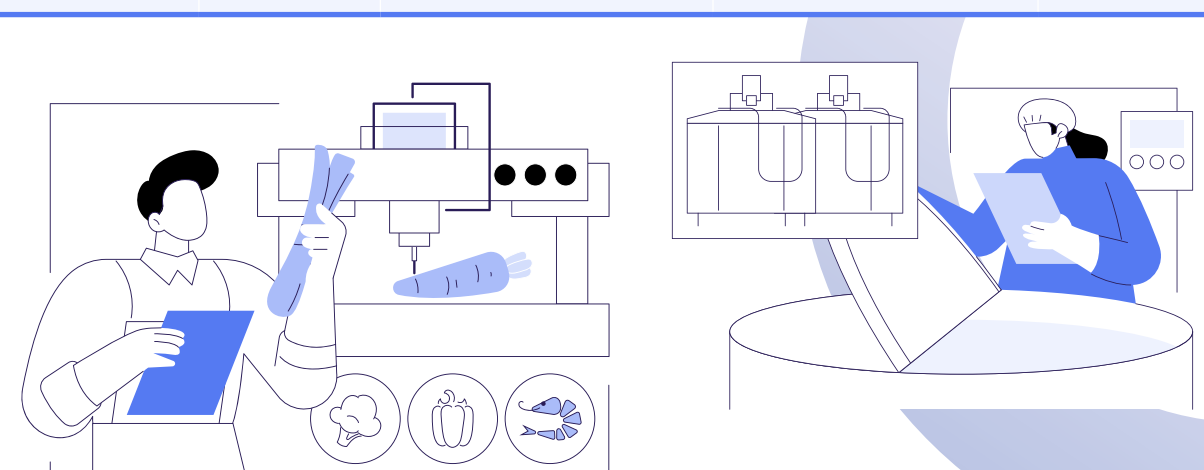


價值鏈重點研發策略：



產品研發與創新年度管理目標

2025 年管理目標	2025 年達成狀況	2025 年重點成果	2026 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. 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	1. 高品質茶飲技術開發 2. 精進碳酸飲品技術開發 3. 專用麵粉技術開發 4. 非甜味麵包開發 5. 預製料理開發	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、高營養保健相關新形態產品與製程技術研發	已達成並持續精進中	1. 歐式麵包開發與精進 2. 鹹口味麵包開發與精進 3. 高蛋白豆漿開發 4. 機能性乳飲品開發 5. 預製菜開發	1. 高附加價值牛奶開發 2. 堅果奶開發 3. 高纖茶飲開發 4. 地方特色風味麵 5. 美味保鮮技術精進	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，飲食需求變得更為多元，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。

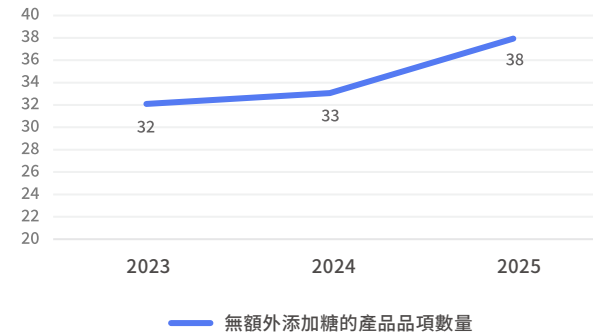


無額外添加糖

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 2025 年底，共有 38 項無糖產品，相較 2024 年，新增 5 項產品，成長 15.12%。



亮點產品與說明

1. 茶裏王半熟金萱

- 使用經小綠葉蟬叮咬過的茶葉原料，透過萃取技術保留茶葉自然形成的蜜香風味。
- 產品不添加糖分與香料，口感清爽、順口回甘，且零熱量，適合日常飲用，輕鬆享受健康無負擔。



2. AB+ 無加糖優格

- 無添加糖；無香料、無果膠、無色素；口感絲滑綿密，每杯 10 克蛋白質，並含有 200 億個以上的活性乳酸菌。是兼具美味健康，零負罪感的優質點心。
- 產品含有與 AB 優酪乳相同的雷特氏 B 菌，能讓優質好菌直達體內，在享用美味的同時有助維持消化道機能。



3. 原味本舖無加糖麥仔茶

- 無糖、無香料、無熱量、無咖啡因，並添加花蓮產黃金蕎麥，健康無負擔。



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 2025 年底，統一共取得 23 項健康食品認證。

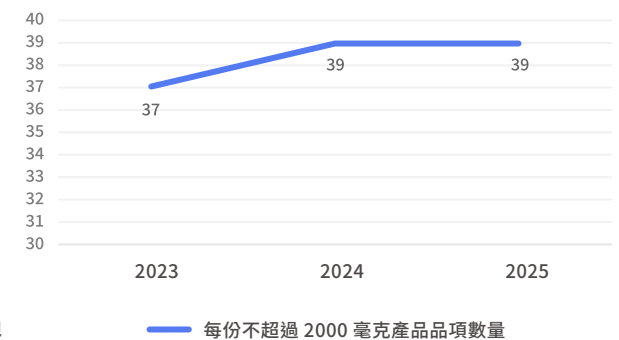


減鹽減鈉

根據研究報告顯示，若鹽分攝取量過多，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，我們積極減少產品的鈉含量，以提供大眾健康的選擇。

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

大補帖藥燉排骨細麵

- 非油炸沖泡式 1mm 細麵，不添加人工味精，以符合現代消費者對食補、美味與安心的多重期待。



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 2025 年底，共有 10 支 SKUs 使用沖泡式非油炸麵身。





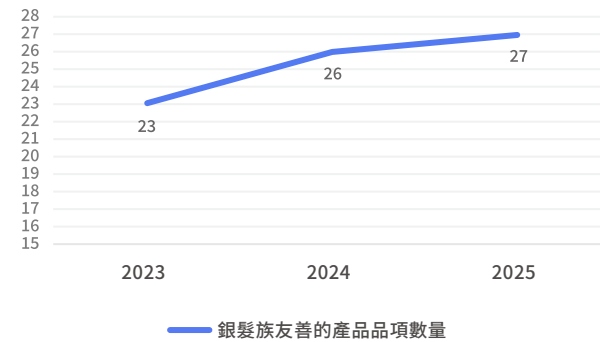
銀髮族友善產品

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 2025 年底，共取得 27 項銀髮友善產品。

品項數量



亮點產品與說明

1. 原味本舖八寶粥

- 為銀髮族友善產品認證
- 選用多種特色穀物，料多實在，口感豐富，甜而不膩，容量剛好不會過多負擔，是提供簡單方便的甜品好選擇。



2. 及第冷藏小籠湯包

- 具銀髮友善標章，微波方便即食，快速美味不用等。

植物性產品

統一陽光無加糖超優蛋白豆漿 375ml

- 每瓶 20.6 克高含量植物性蛋白質，補充營養更高效。
- 無加糖、無添加物，原料簡單、健康少負擔，特殊萃取工法，口感清爽不黏膩。
- 使用非基因改造黃豆，安心有保證。



含有特殊營養成分

X-POWER 能量飲料

- 專門為現代人設計的能量飲料，添加牛磺酸和葉黃素，「提神 + 煥晶，一瓶雙效」，為高壓生活注入活力。



含有特殊營養成分

統一番茄汁

- 低鈉低熱量，原汁含有率 100%，不添加食鹽、糖、香料、色素、防腐劑，採用冷破碎技術保留番茄原始風味，每罐含 GABA136mg 及茄紅素 20mg，可調節生理機能，養顏美容，促進新陳代謝。



心焙雞精

- 嚴選土雞、鮑魚與花膠等宮廷珍貴食材，經長時間焙熬萃取精華。BCAA 含量最高 870 mg/100mL、膠原蛋白含量達 7000 mg/100mL，補體力同時養美麗。
- 獲康是美百位藥師推薦及國際風味認證殊榮。
- 產品堅持 0 糖、0 脂、0 膽固醇，以複方滋補守護大眾健康，落實對消費者的品質承諾。



無添加物 -A.A. 驗證

A.A. 驗證產品係由 Anti Additive Clean Label Organization 所推動之驗證，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：

2025 年新增 2 項並下市 5 項 A.A. 驗證產品，至 2025 年底共計 34 項 A.A. 驗證產品。



亮點產品與說明

1. 好勁道全系列商品

- 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 巧克力生土司—

- 提供消費者更美味的產品，以連續獲得好口碑的生土司系列延伸，成就不凡的純粹美味，提供給消費者擁有 A.A. 星級驗證的美味享受。



3. 統一麵包丹麥菠蘿可頌

- 榮獲 A.A. 國際無添加驗證肯定，以及 A.A. TASTE AWARDS 全球純粹品味評鑑 11th 三星殊榮，提供消費者安心又美味的麵包。



環境友善產品

瑞穗鮮乳 (全脂 / 低脂)

智慧節能與再生能源推動

- 「牛牛水上樂園」節水降溫計畫：推動集中式噴淋降溫系統，取代傳統全畜舍頸夾式噴淋方式，實現精準溫控管理，有效減少超過二分之一之灑水廢水量，同步達成動物福祉提升、節水管理與環境保護之多重效益。
- 變頻設備與智慧環境管理：透過導入變頻與智慧環控設備，目前約四成牧場已採用變頻擠乳機，超過四成牧場使用變頻風扇，以提升設備運轉效率、降低能耗。
- 再生能源導入：截至目前，全台約三分之一牧場已建置太陽能、沼氣發電等再生能源系統，逐步降低對傳統能源之依賴，朝向低碳與能源永續目標邁進。



資源循環利用與污染減量

- 乳區綠色轉型實踐：為深化環境永續治理，台南乳區已由 7 戶酪農率先參與「廢水集中處理計畫」，透過區域整合模式提升廢水處理效率，作為乳業綠色轉型的重要示範。
- 廢水能源化應用：透過集中處理與能源轉換技術，將畜牧廢水轉化為再生電力，落實資源循環再利用，並有效降低廢水排放量，減輕對周邊環境與生態系統之潛在影響。



動物友善產品

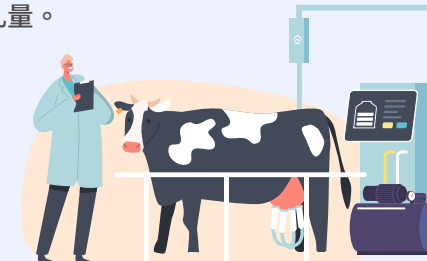
統一企業重視動物福利，致力於推動乳牛友善飼養，以提升牧場永續經營能力與牛隻生活品質。透過制定完善的技術服務項目，結合飼養管理、營養配方、環境優化及永續經營等多面向輔導，協助酪農導入先進的飼養與管理技術。公司也定期舉辦教育訓練及技術交流活動，確保牧場能與國際接軌，持續提升飼養環境與動物照護水準。

酪農輔導與乳牛友善飼養計畫

計畫內容：延續對乳牛福祉的重視，輔導牧場進行更精進的飼養管理，除維持既有的 17 項技術服務項目 (含預防醫學、營養配方、DHI 分析等) 外，推廣牧場申請動物福利認證，將牧場飼養管理紀錄落實，牧場管理方式落實紙本標準化。從生理與管理雙管齊下，確保乳牛在高度舒適的環境中實現健康產乳，進一步鞏固供應鏈的永續經營基礎。

輔導機制：除了協助牧場改善飼養管理技術，精進動物福祉外，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。此外，教育訓練也大幅提升關於生乳品質的教育訓練內容，提升牛隻飼養友善度之外，同步提升牧場生產更優質、更穩定的生乳。在環境方面，持續推廣以色列熱緊迫控制經驗，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 2025 年，泌乳量從平均每天每頭 22.74 公斤增加到 24.58 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。



動物福利雞蛋

元氣御選臻白卵 (動福白蛋)、元氣御選臻赤卵 (非籠飼褐蛋)

✓ 策略與承諾：以動物福利為核心

秉持「有快樂的雞，才有健康的蛋」之理念，將動物福利視為核心價值。我們致力於提供母雞更友善的生活空間，在善待動物與環境的同時，為消費者提供來源安心的永續產品。

✓ 關鍵行動與管理機制

• 源頭飼養管理

牧場選擇：精選台灣在地動福牧場，推動產業升級。
純淨飼料：採用統一純素草本配方飼料，確保無抗生素、無藥物殘留。

• 品質與食安治理

鮮度管控：嚴選黃金產蛋期雞蛋，要求出廠鮮度達「霍氏單位 80」以上，並以 7°C 以下全程冷鏈運輸。

多層次確效：由內部「統一食安中心」(TFDA/TAF 認證) 與外部第三方 SGS 共同把關，每年執行超過 260 項檢驗。

• 環境與社會責任

循環經濟：產品包裝全面採用 RPET 再生材質蛋盒，減少資源消耗。
市場溝通：結合「動福標章」推行，提升消費者對友善飲食的認知。

✓ 亮點績效與認證

透過上述行動，我們成功推出「元氣御選」系列動福蛋品，並同時取得國家級「CAS 台灣優良農產品」及「TAP 產銷履歷農產品」兩大標章，為永續承諾提供具公信力的證明。



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，2025 年 4 月，推出 Petlife 機能優穀糧系列，透過與寵物通路的緊密合作，推出以低敏食材與機能配方為主，更加符合市場需求的產品。

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環境下，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，再搭配寵物所需求的保健機能成份，提供犬糧 - 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，讓寵物獲得更完整的保健營養需求。
- **低敏優穀寵糧：**肉類為第一成份，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、小麥等易導致過敏之傳統穀物，並搭配超級食物（黃金亞麻籽、綠唇貝等）與健康蔬果，以及水解蛋白成分，降低愛寵敏感機會，守護愛寵健康。
- **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，均勻噴灑於飼料顆粒上，並透過控溫技術避免高溫破壞營養素，讓營養與美味將飼料顆粒層層包覆。
- **專業益生菌守護腸胃：**添加專業納豆菌配方與 AB 菌，透過好菌維持毛孩腸道健康，讓毛孩吸收好、發揮更大的保健功效。



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。截至 2025 年底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。

2025 年總共有統一麵包起酥肉鬆麵包、統一麵包菱格香菠蘿、統一麵包丹麥菠蘿可頌、晨光 GOLD 生土司、晨光 GOLD 高纖生土司、晨光 GOLD 草莓鮮乳生土司 6 個品項取得 A.A.Taste Awards 全球純粹品味評鑑獎章。



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。

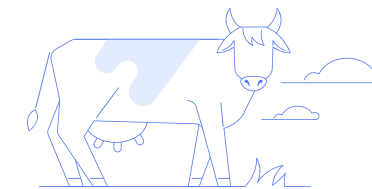
2025 年統一企業的原味本舖桂圓糯米冰棒及新感覺金黃蛋沙拉榮獲「創新製程技術 佳作」、左岸咖啡館厚乳拿鐵榮獲「創新包裝設計金牌」。



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。

2025 年瑞穗全脂鮮乳總共 5 項產品取得 Monde Selection 世界品質評鑑大獎金獎。



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 - 三星）。

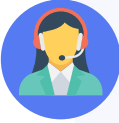
2025 年 Dr. Milker 極鮮乳 1 項 (3 星)、瑞穗全脂鮮乳 1 項 (2 星)、瑞穗鮮乳土司 1 項 (3 星)、水事紀麥飯石礦泉水 1 項 (3 星) 取得 ITI 風味絕佳獎章。



2.6 責任行銷與標示

(GRI 417-2、GRI 417-3)

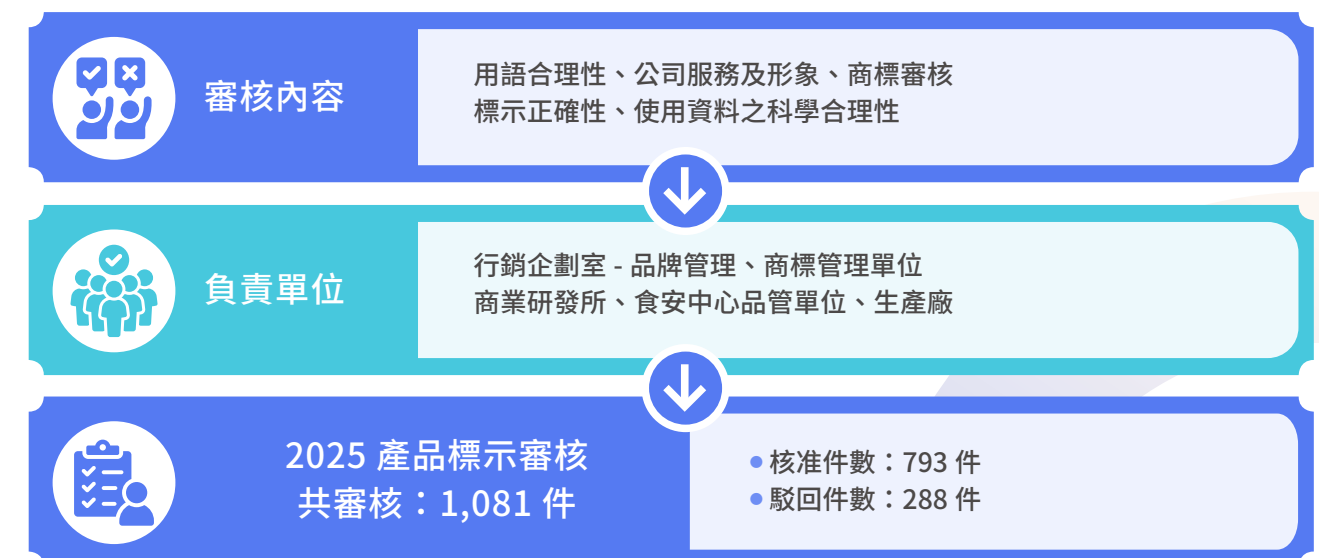
統一企業向來秉持著誠信經營的理念，致力於運用核心能力來創造產品更高的價值。同時以誠懇的態度與消費者溝通，提供正確的產品資訊，以避免消費者對產品產生誤解。因此，我們以責任行銷為管理目標，從產品標示到售後服務均採嚴謹的遵循規範，以保障消費者權益。

重大主題		責任行銷與標示
	政策與承諾	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	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	- 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	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。2025 年公部門查核發現 1 件異常，因衛生局查核火腿產品於製程中使用「乳酸酒精溶液」作為表面殺菌，外包裝標示未標示「乳酸」。過去第三方查核認定「乳酸酒精」屬加工助劑無需進行標示，惟衛生單位稽查要求應列入成分標示，後續透過製程環境之改善，於製程中不須再使用「乳酸酒精溶液」進行表面殺菌。未來對法規之認知若有差異會直接與政府單位確認法規之解釋，以符合法規包裝標示之要求。
	申訴機制	內部申訴機制： - 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。 外部申訴機制： - 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、成分及營養標示、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。2025 年共審核 1,081 件，核准件數 793 件，駁回件數 288 件，駁回案件以成分、版次、營養標示、警語及注意事項等標示文字錯誤為主。



2.6.2 消費者諮詢服務

愛用者服務中心透過 0800 免付費專線、官方網站、服務信箱及通路回饋等多元管道，持續傾聽並蒐集顧客意見。

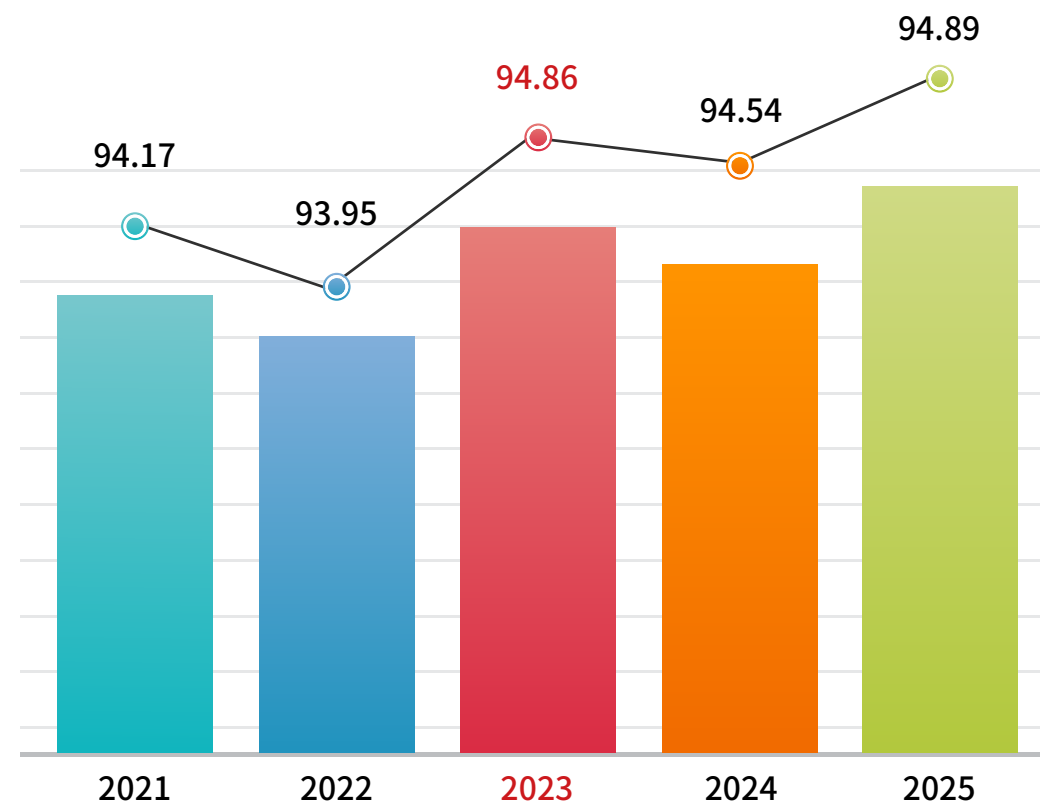
針對顧客申請案件，於上班時間以「1 小時內聯絡、24 小時內處理」為服務目標，秉持效率與同理心，依《消費者保護法》進行溝通與協商；假日或非上班時間，針對緊急案件即時啟動處理機制，以確保顧客權益。

2025 年透過專職客服團隊與有效率的處理流程，已與多數顧客（約 97.1%）達成處理共識；少數未能取得共識之案件，亦主動引導顧客透過消費者保護機制（如消保官）申請調解，期望達成合理且圓滿的處理結果。

案件結案後，服務中心透過滿意度調查檢視服務成效，近年調查結果顯示，整體滿意度穩定維持於「滿意（75 分）」至「非常滿意（100 分）」之評級範圍。

另針對客訴產品進行檢驗分析，從產品設計、原物料、製程及通路管理等面向檢討可能影響因子，作為內部持續改善依據，並持續透過產品耐受度優化專案，提升品質穩定性與消費者使用體驗。

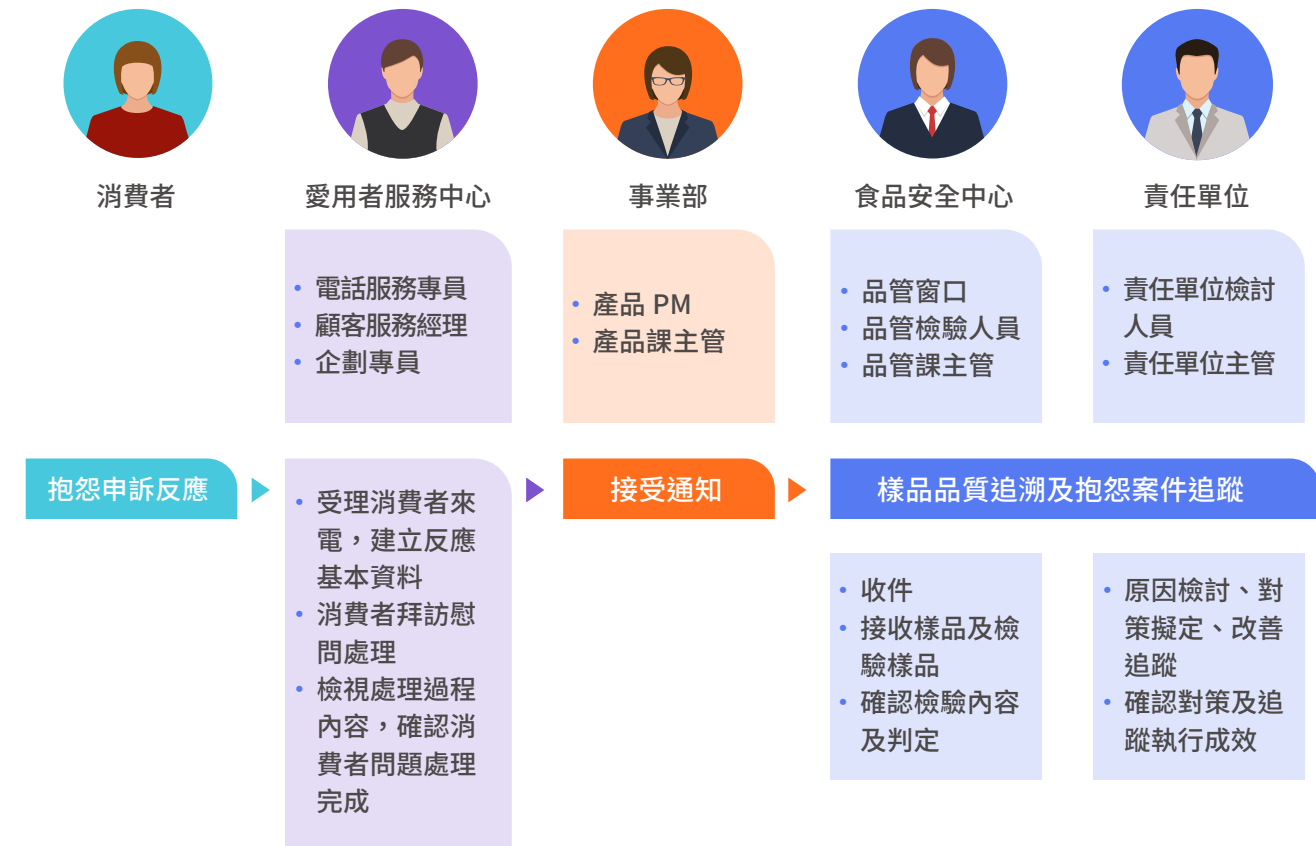
滿意度分數



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，平均達到滿意（75 分）至以上接近非常滿意（100 分）的級別。



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
過去湯包所附贈的醬油包須直接淋在食物上，消費者難以依個人口味調整鹹淡，且醬汁容易分布不均，影響風味與便利性。	原有盛裝盒的設計僅考量湯包擺放，未預留醬汁空間；當醬油倒入平坦盒面時，容易溢流且無法定點沾取。	開發內建「醬油碟」新式盒型，改良包裝設計，增設專屬醬油沾碟區。讓消費者能依需求自由沾取、控制口味，大幅提升實用的便利性與質感。

