



2015
王品集團 **wow prime**

企業社會責任報告

Corporate Social Responsibility Report

Content 目錄

1 董事長的話 Foreword by Chairman	P01	6 重大性議題鑑別與利害關係人議合 P14 Key Issues & Stakeholder Engagement	P14
2 關於本報告書 About This Report	P02	6.1 利害關係人議合與溝通	
2.1 基本資料		6.2 重大性議題鑑別	
2.2 報告書時間			
2.3 報告書場界與範疇			
2.4 內部稽核與外部確信			
2.5 聯繫資訊			
3 關於王品 About Wowprime	P04	7 誠實 - 公司治理 SINCERITY P17 Corporate Governance	P17
3.1 公司概況		7.1 治理方針	
3.2 聚焦與展望		7.2 組織架構	
4 王品大事紀 Chronicle of Wowprime	P08	7.3 營運績效	
5 企業永續績效總覽 CSR Performance	P10	7.4 CSR組織推動	
		7.5 風險露定管理	
		8 安心 - 供應鏈管理 SAFETY P28 Management of Supply Chain	P28
		8.1 採購與安政策	
		8.2 食品雲	
		8.3 供應商管理	
		8.4 原物料管理檢測	
		8.5 食物安全管理	
		9 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK P38 Employment Care	P38
		9.1 人資政策	
		9.2 人資管理	
		9.3 健康職場	
		9.4 同仁關懷	
		9.5 職涯培訓	
		10 創新 - 綠能環境 INNOVATION P51 Environmental Care	P51
		10.1 能源管理	
		10.2 節能倡議	
		10.3 廉棄物管理	
		11 滿意 - 社會關懷 SATISFACTION P56 Social Care	P56
		11.1 社區經營與溝通	
		11.2 顧客滿意度經營	
		11.3 公益推廣	
		11.4 法規遵循	
		12 附錄 APPENDIX P63	P63
		附錄一 確信聲明書	
		附錄二 全球永續性報告指標(GRI)對照表	





Foreword by Chairman

董事長的話



董事長的話



食品安全管理



設計主導



1993



CSR報告



溝通



品質管理



環境保護



員工福利



社會參與



顧客滿意



● 董事長的話 Foreword by Chairman

近年來，我們發現天候的變化加劇，動輒酷熱、酷寒皆突破過往紀錄，生活大受影響；而許多化學物料經調配後，色形昧假以亂真，頻遭不良業者錯誤使用，更是嚴峻危害消費者的健康。以上，無論是天災或是人禍，都說明了，環境不斷改變，且外界充斥不法的商業利誘，身為企業主更須秉持良心，背負起應盡的社會責任，為社會多造一份善的循環。

企業社會責任已在近年來成為顯學，除了眾多科技、金融、傳產等行業投入多年外，本公司所屬的食品餐飲業，也在2014年的一場食安風暴後，由主管機關金融監督管理委員會納入規範須提交年度企業社會責任報告的產業。公司創立的20多年來，各品牌皆廣泛持續投入公益活動，作為社會貢獻主軸，且透過『海豚哲學』即時分紅獎勵機制，與所有同仁共享利潤成果，創造家人般的彼此關懷。在2012年正式掛牌上市後，編撰了第一本富有企業社會責任意義的『王品綠圖』，內容已初步揭露了企業文化、公司治理、採購政策以及公益投入等方面舉措。2015年，更進而成立企業社會責任專案小組，導入全球永續性報告指標工具(GRI-G4)，全面性盤點且配合指標揭露有關經濟/社會/治理及環境等方面的永續性舉措，完成了集團的第一本企業社會責任報告書。

在2014年的食安風暴後，推動我們深刻自省。目

我砥礪，對於食安管控，也制定階段性目標及作法，短期方面，我們投入預算主動佈建了『食品雲溯源系統』，讓我們得以從源頭掌控食材來源，打造透明供應鏈及防護網：納入了800筆菜色製作標準流程，登錄了超過1萬5千筆供應商與食材原物料，2015年共計送交第三方公正單位檢驗228樣次，食安管理成本逾1,200萬元，管控等級已是業界前段班。

此外，自2013年起展開溯源食材的合作，至2015年更擴大到旗下hot 7新鐵板料理、舒果新米蘭蔬食等品牌，期望不僅強化食材來源的透明度，也幫助在地農畜產業者推廣宣傳他們於食安防護管理所投注的心力。中長期計劃上，我們期許能夠深耕溯源履歷食材，並且持續落實食品雲溯源系統管控功能，搭配食安部門的供應商管理稽核，讓消費者的用餐安全，在食材原料從供應端送出的那一刻，就獲得最安心的保障！

2016年我們將推出第二本企業社會責任報告書，透過企業社會責任小組的問卷分析，讓我們更清楚了解各界利害關係人，對於公司各項重大性議題的排序輪廓，並逐一予以回應。我們期盼第二本報告中，能讓各界利害關係人更清楚了解公司的經營方針，無論在同仁關懷、企業治理、公益投入以及最關鍵的食安管控，帶給大家更全方位的思考與資訊。

我們已能逐年歸納分析各項永續績效指標的發展

與績進機會，透過報告書編撰與資訊彙整，帶動公司明確企業社會責任的目標及許諾，我們的企業治理藍圖明確；選、用、育、留的人才政策全面；財務營運發展規劃健全；企業文化基礎深厚；同仁關懷，勞資和諧溝通管道順暢；社會貢獻、公益投入的脚步不曾遲緩；捍衛食品安全，更為消費者窮追至產地的最前端，對於全方位檢視並揭露企業社會責任具體舉措，我們深刻期許，逐年建立發展目標並逐年檢視，讓王品集團持續深耕，目標成為企業社會責任巨人！



陳正輝
董事長



About This Report

關於本報告書



董事會承認



關於本報告書



總經理承認



1993



營運績效



社會議題



企業治理



社會貢獻



社會參與



營銷策略



永續經營



永續生產

● 關於本報告書 About This Report

根據調查，全台外食人口數近2,000萬人，且貢獻近新台幣5,000億元的商機。正因餐飲事業關乎廣大消費者的食安權益，業者更不得不慎。身為全台最大連鎖餐飲集團，本公司響應政府法規，自2015年起，通過檢視公司在經濟、環境、社會等面向的永續作為與承諾，且加強投入佈建食安防護網，除推動食品雲溯源系統，掌握食材物料的源頭管理外，也加入溯源餐廳認證，大量採用履歷食材。我們堅持，貫徹食安把關決心，是所有餐飲業者應實踐之最基本且關鍵的『企業社會責任』！

2016年，我們持續編撰第二本企業社會責任報告書，以集團理念『誠實、群力、創新、滿意』為主題，並額外納入『安心』的章節，詳細揭露食安採購管理政策，以透明的食安把關，回饋這片土地與所有愛好美食的消費者！

■ 2.1 基本資料

本報告書乃依據全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）第四代永續性報告指南（G4）及食品加工行業類別補充指南，採取核心選項為揭露原則，同時並參考台灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」（以下稱作業辦法），作為界定報告書內容的依據。王品餐飲股份有限公司(以下稱本公司)由總部企業社會責任專案小組統籌，成員涵蓋各品牌事業單位，與總部各幕僚部門，透過內部討論進行利害關係人識別，並利用內、外部問卷交叉統計分析出各類重大性議題後詳實揭露，期能與利害關係人維持溝通管道，建立互動交流。

■ 2.2 報告書時間

此為本公司第二本企業社會責任報告書，揭露時間自2015年1月1日至12月31日，內容關於本公司各重大性議題的回應與相關對應舉措，其中部份資訊將回溯至2014年之前，及2015年的內容與績效，以展現該項主題在時序上的變化及完整性。未來將依據集團永續策略，每年定期發佈企業社會責任報告書。針對報告書內容，如有任何疑問，請將意見發至service@wowprime.com，將由企業社會責任

專案小組協助回覆。

本公司上一本報告書的揭露區間乃自2014年1月1日至12月31日，並於2015年12月正式公開揭露。且同步於集團CSR官網刊載。未來將以每年度作為編撰更新的周期，逐年發行最新企業社會責任報告書。

■ 2.3 報告書邊界與範疇

本公司已朝國際化發展，目前於中國大陸、新加坡與泰國等地皆有品牌分佈，其揭露於合併財務報表之營收來源亦包括各區域營運的店舖實體，然本公司營業收入仍以台灣地區為重心，故本報告書之揭露範疇，將以台灣地區為主，內容涵括社會、經濟、環境等面向的表現，惟財務資訊將以合併財務報表之揭露內容為準。另方面，創辦人戴勝益先生於2010年捐出個人股票50%，成立『王品戴水基金會』，作為國中、小兒塗助學金，因此報告書亦將納王品戴水基金會的社會公益舉措。





● 關於本報告書 About This Report

■ 2.4 內部稽核與外部確信

內部稽核：

本報告書由各幕僚部門擔任企業社會責任專案小組負責人進行會議討論、問卷設計、資料分析及彙整，並依據全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）第四代永續性報告指南（G4）及食品加工行業類別補充指南，與台灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」（以下稱作業辦法），進行相關CSR計畫的績效揭露。經由各部門主管與稽核主管確認內容正確性後，方納入報告書中，由專案小組進行編撰。完成後送交企業社會責任委員會總召集人，亦為台灣事業群執行長過目審核後，將報告書發送予集團最高決策單位 - 中常會所有主管存參，並於董事會上提報說明報告書編撰過程。

外部確信：

本報告書委託勤業眾信聯合會計師事務所進行查證，針對作業辦法中對於食品業的揭露規範，以及中華民國會計研究發展基金會所發佈確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」(係參考國際確信準則ISAE 3000訂定)，進行有限確信(Limited Assurance)，確認符合GRI G4核心揭露之原則，並取得確信聲明書，附於本報告書附錄提供參考。

■ 2.5 聯繫資訊

王品餐飲股份有限公司

地址：台中市西區台灣大道2段218號29樓

電話：(04)2322-1868

企業網址：www.wowprime.com

聯繫信箱：service@wowprime.com

聯繫資訊：品牌部 (04)2322-1868 分機1104



關於王品

About Wowprime



● 關於王品 About Wowprime



小檔案

公司全名：王品餐飲股份有限公司
同仁人數：9,519人
創立時間：1993年12月7日
創辦人：戴勝益
總部地址：台中市西區台灣大道2段218號29樓
資本額：新台幣769,876,830元
董事長：陳正輝
執行長：張秀華

■ 3.1 公司概況

王品餐飲股份有限公司（以下稱本公司），由創辦人戴勝益、現任董事長陳正輝等人共同於1993年12月成立，並將總部設立於台中市。為順應市場發展，並追求嚴謹的公司治理，使財務狀況更加透明化，進而推動集團國際化拓展，吸引各界優秀人才投入餐飲業，故於2011年4月29日掛牌興櫃，並自2012年3月6日起在台灣證券交易所上市買賣。

本公司聚焦餐飲業經營，自成立以來，陸續自創牛排料理、日式鍋物、鐵板燒、日本料理、燒烤料理、日式豬排與蔬食料理等差異化餐飲業態市場。2015年全品牌來客量超過2,100萬人，換算台灣人口數，已近乎人人皆是本公司顧客。市場佔有率穩定成長，截至2015年底，全球總店數超過400店。

2003年，正式前往中國大陸發展，以『王品牛排』率先佈局高價市場。隨後一併引入『西堤牛排』，同步開發中、高價市場。中國大陸市場亦在深耕十年後，累積研發能量，於2013年自創兩個新品牌：『花陽』、『幕』，並在2015年第三季正式創立集團首個中餐品牌-『鵝夫人』，主打擁有香港米其林餐廳使用的燒鵝來源，並以供應港式點心、燒臘等餐點為主。



2010~2015年，正式啟動國際版圖佈局，陸續簽訂泰國陶板屋授權合作以及新加坡舒果合資代理計劃；並與全美最大中餐連鎖餐飲集團『Panda Restaurant Group』合資授權旗下『原燒』，亦預計在2016年第3季開出首店。





企业文化



走向全球



關於王品



1993



食品安全



客滿服務



環保經營



用心經營團隊



社會參與



研發研究



社會企業

● 關於王品 About Wowprime



■ 3.2 廉景與展望

• 廉景・成為全球最優質的連鎖餐飲集團

環顧全台餐飲市場，已進入高度競爭的成熟期，許多國際知名品牌的導入，與特色餐點的風行，牽動消費者選擇的板塊遷移。未來台灣整體餐飲趨勢將面臨質變，而非量變。本公司亦將秉持『持續創新、品牌開發、衝刺營收、穩定獲利』作為長期經營方針。



● 台南王品牛排

開創王品3.0時代

未來主要成長動能將是以「持續創造新品牌」取代「拓點展店」，具體執行方針將聚焦於「積極開發洽談國際優質餐飲品牌合資代理」、「以合資、加盟或結盟等方式與具有潛力成長性的台灣小品牌合作」，以及「多品牌、小規模」等3大策略組合，目標設定為每年平均開發2個新品牌，自創與國際代理兼具，加速刺激發展動能，擴張公司規模並厚植營運實力。發展時程則可依短、中、長期規劃，短程目標為優化既有品牌，中程目標為新品牌開發，長程目標則是打造全球美食共饗平台。

調整體質，再創高峰

2015年為求有效調整台灣事業群營運體質，進行展店商圈移轉與店數整合，可望有效持續穩定舊店營收，同時突破採用單點模式和引進中餐新品牌，開發全新潛力客群，避免舊有客群彼此分食。展店佈局方面，則將依循新展店公式『品牌力+商圈力=總體競爭力』，評估商圈整體發展和周邊消費人群的經濟效益，為各品牌找出最佳發展綜效。

捍衛食安，不容妥協

食品安全是餐飲業第一要務，且絕不容許任何妥協。我們在2015年推動食品雲溯源系統上線，是宣示捍衛食安的一大突破，也落實源頭管控的積極作為。食品雲上線後，納入了800筆菜色製作標準流程，登錄了超過1萬5千筆供應商與食材原物料。過去篩選食材來源需耗費超過一天時間，現透過食品雲系統，可在1~2小時內取得供應商與食材資料，安全防護等級大幅提升。在供應商資格評選上，相關食安認證也是加分標準。分析2015年採購金額，達72%的交易是與具備食安認證的供應商合作，達到雙重把關成效，期許未來打造一個兼具美味與安心的餐飲環境。



● 旗艦壽司



臺灣的團隊



設計及營運



關於王品



1993



全球據點



Q&A問題



品質保證



客滿-服務態度



服務-待客禮貌



國際-海外據點



愛心-社會責任

● 關於王品 About Wowprime



全球品牌地圖



全球店數分佈表

台灣 TAIWAN	中國 CHINA	新加坡 SINGAPORE	泰國 THAILAND
268	152	2	1



服務內容



菜單內容



關於王品



1993



獎項



評論



品質



客評



團隊



營養



愛心

● 關於王品 About Wowprime



品牌介紹

王品 Wang Prime



只款待心中最重要的人

王品牛排創立於1993年，已成為台灣及大陸最知名的高貴牛排餐之一。王品牛排提供個性的服務並以尊貴及體貼的服務，款待每一塊貴賓。

TASTY 牛排小館



Let's TASTY, Let's enjoy!

百牛排提供令人難忘的西餐。店內的設計讓您感受到新潮、熱情與活力，是朋友相聚的最佳選擇。

白熊 牛屋



都屋牛排 人文概念

都屋牛排融合東西料理精神，以「和風牛食」的套餐概念，在奢華人文風格的用餐空間中，感受春暖花開的心靈服務，是嚮往品味生活的創作料理，讓顧客體驗一場滿足的人文饗宴！

原燒



原汁原味的好交情

原燒提供精緻優質頂級黑毛豬－搭配獨創三八烤法，在肉汁八分滿的八秒速接燒肉最美味的八分熟－可謂是牛肉的最高境界。堅持選用不醃漬4mm厚的新鮮肉質，以260度C黃金溫度烹煮出脂油齒肉的自然原味，保證每位食客的舌尖，帶來最直接肉的美味。

聚天



聚在一起的感覺真好

『聚』聚在一起才能煮出最鮮美的火鍋料理，嚴選北海道昆布製成，讓鮮美湯底融入深底，喝上一口淡金色的牛骨湯，鮮美甘醇的滋味回憶無窮。

吉奇



極味+創意x食藝

汲取日本專注講究的烹調精神須加各式調味手法诠释，傳統東京時尚料理表現充滿足夠的榮譽，而新東方風情的用餐空間，將日式的典雅實驗與美學概念，融合具現代感的盤的設計，與菜色、餐具相互輝映，品嚐美食就像欣賞電影食影秀。

夏喜



第一時間、秀場、場景

夏喜尼打芝士焗牛排一格的法式浪漫是情，與新結合法式料理的羅蔓牛油與lounge bar時尚設計元素，獨創創造優雅迷人的用餐氛圍。

第一時間、秀場、場景的溫馨精神，以多國食材熱色融入美酒中，品嚐羅蔓牛油成一種味覺與視覺的美味饗宴。

品田牧場



品味幸福 嚐嚐心田

提供舒適自在的用餐氣氛及超物超所值的日式料理排饋宴，結合日式時尚與內斂，幫點口感的日式創意豬排、從酥脆到軟的全黃雞在到香濃奶油的精緻醬汁，以創意料理牛舌呈現；並獨創「幸福吃法721」，搭配主廚特製配菜及豚味茶點，提升每餐飯的味覺感官。

石二鍋



好安心 好鍋樂

石二鍋提供懷石石頭鍋、日式涮涮鍋兩種口味並搭配多種超級鍋物，採用斷石二鍋火鍋食材的新鮮與處理透明化，特別設計開放式的透明廚房，從洗滌到出菜過程一覽無遺，強調石二鍋的新鮮、安全、品質，以親民價格滿足庶民經濟學的消費需求與消費需求。

舒果



用心感覺食物的美好

首創應用「熟肉料理」的「熟式熟食」美食饗宴，以「熟式熟食」鋪陳菜单，並以蔬果為食材，結合義大利料理烹調手法創作，始創五色(熟食)、五味(香料)、五法(烹調)、五彩(顏色)、口味(濃郁)、兼顧(色、香、味、形、器)的整體表現。

hot 7



hot 7

新派牛排

滋滋原味 悅勝讚

hot 7使用在地新鮮季節食材，以少油、少鹽、少味的烹調方式，讓顧客品嘗到高產地的鮮美美味，主廚羅田康、劍、野、蘭等不同料理手法，搭配蒜頭醬汁，及些許的胡椒或海鹽提味，讓土雞美味均衡餐點呈現出日式鐵板新風味，物超所值的菜色，挑動消費者味蕾，帶動臺灣新一代風靡民粹消費族熱潮！

ita



勁標誌是出手義利

使用台灣在地食材提供顧客創新的義式料理，顧客可以在輕鬆的用餐環境中，享用義大利麵有比薩，是朋友聚餐向隅的好選擇。

PUTIEN



全球品牌 新加坡泰國亞洲餐廳

港南2016柒柒柒指南推薦餐廳，成立15年橫跨新加坡、香港、泰國15座，堅持選用新鮮自然健康的在地食材，保留烹飪精勤，堅持經典風味，現熬鮮蝦，引爆迴響精彩，隨使點都好叻的「星」港南，兩岸三地主廚媒體不下百次好評報導，折列之盛勢吸引媒體及消費者目光。

中國品牌

花漾



LAMU

慕

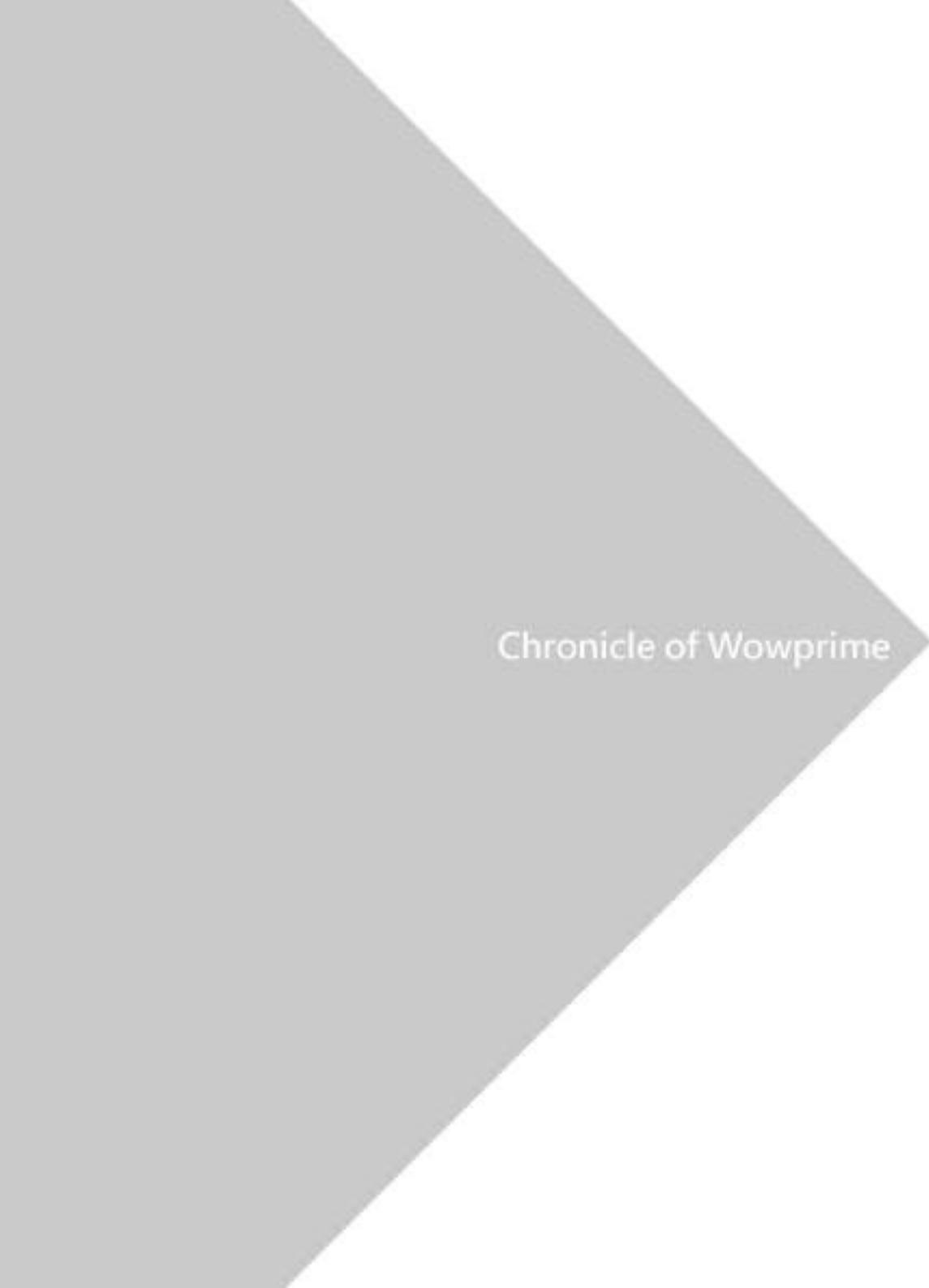
新派粵菜



鵝夫人

港式飲食





Chronicle of Wowprime

王品集團大事紀



● 王品集團大事紀 Chronicle of Wowprime



1993

王品牛排首店於台中開幕

2001

西堤牛排首店於台北開幕，
啟動多品牌餐飲集團發展模式

2002

成立陶板屋新和風創作料理，
並樹立『一年一品牌』的目標

2003

進入大陸市場發展，
創立大陸王品事業處，
於上海開出王品牛排首店

2004

• 成立原燒優質原味燒肉，
開創『日式燒肉西吃』的風潮
• 成立聚北海道呂布鰐

2005

• 成立莎奇新日本料理
• 西堤牛排登陸發展，首店亦落腳上海
• 成立夏慕尼新香榭鐵板燒

2007

成立品田牧場

2010

成立舒果新米蘭蔬食

2009

• 跨越百店門檻，
舉辦百店慶
• 成立石二鍋

2013

• 成立hot 7新鐵板料理
• 大陸石二鍋首店開幕
• 舒果樹新加坡莆田集團
合資開發新加坡市場

2012

• 正式掛牌上市
• 簽署首個跨國合資協議，
石二鍋進軍大陸市場

2011

• 成立曼咖啡
• 興櫃上市

2015

成立Putien莆田
『新加坡最佳亞洲餐廳』

2014

• 成立ita 義塔創義料理
• 國際化再突破，
新加坡舒果首店於Raffles City開幕
• 進軍美國市場，
與Panda Restaurant Group
合資成立美國原燒



專業服務



研討會



新店空間



1993



成長趨勢



CSR&ESG



品質保證



用心經營顧客



追求卓越



國際化



关怀回馈

● 王品集團大事紀 Chronicle of Wowprime



獎項紀錄一覽

2015年

Cheers雜誌

新生代最嚮往企業 第四名

天下雜誌金牌服務大賞

第一名 王品

第二名 夏慕尼

第三名 陶板屋

第四名 舒果

工商時報台灣服務業大評鑑

連鎖品牌餐廳第二名 夏慕尼

連鎖品牌餐廳第三名 王品

連鎖平價餐廳第一名 ita

連鎖平價餐廳第三名 hot 7

連鎖咖啡店第一名 曼咖啡

遠見服務業大調查 連鎖餐飲冠軍 夏慕尼



企業永續績效總覽

CSR Performance



臺灣百貨公司



崇光永續方略



綠能生活



1993



CSR績效



ESG指標



ESG評等



顧客滿意度



社會參與



綠能減碳

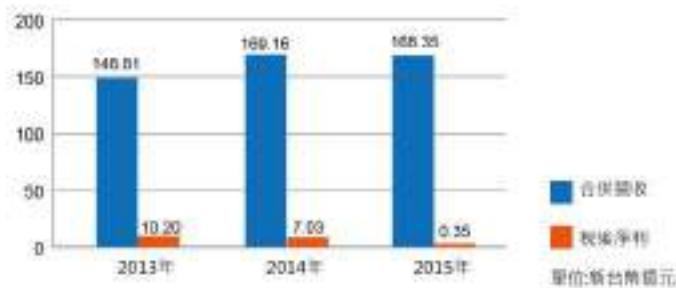


崇光價值

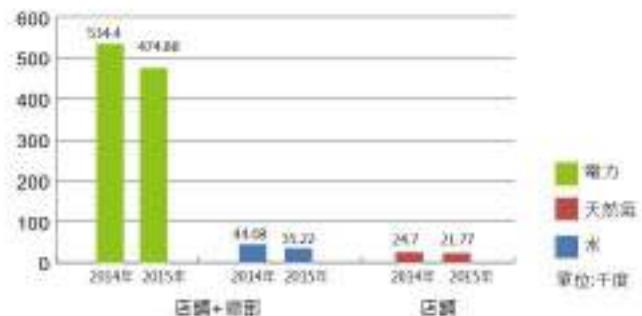
● 企業永續績效總覽 CSR Performance



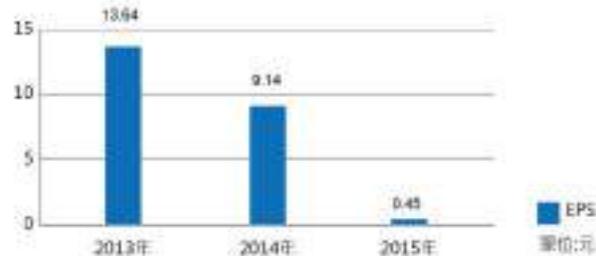
公司治理
合併營收及稅後淨利



能源環境
能源使用數據



EPS



綠色採購投資





環境保護



節能減碳



品質管理

CSR歷史
1993

CSR報告



顧客意見



品質認證



員工訓練



利害關係人管理



永續發展

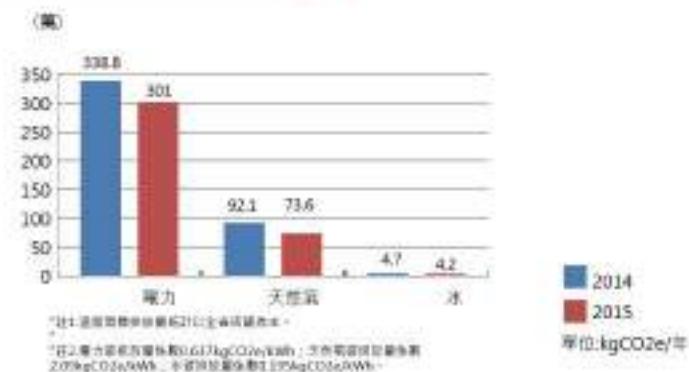


CSR指標

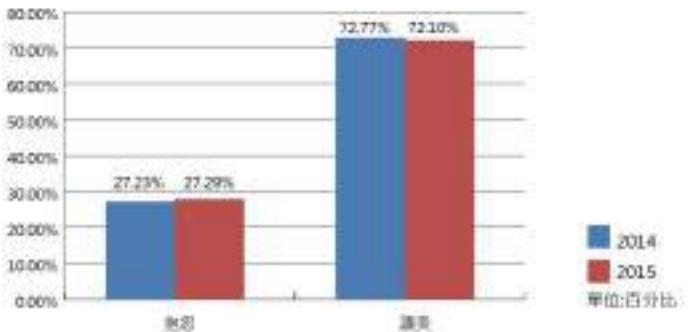
● 企業永續績效總覽 CSR Performance



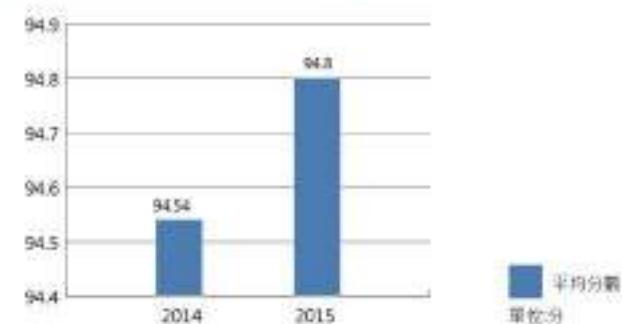
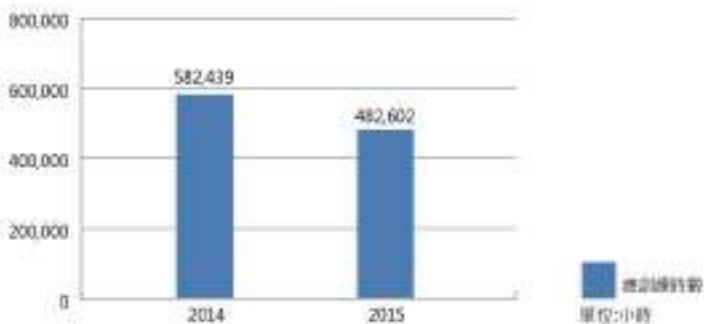
溫室氣體排放量



顧客意見反映比例



顧客滿意度

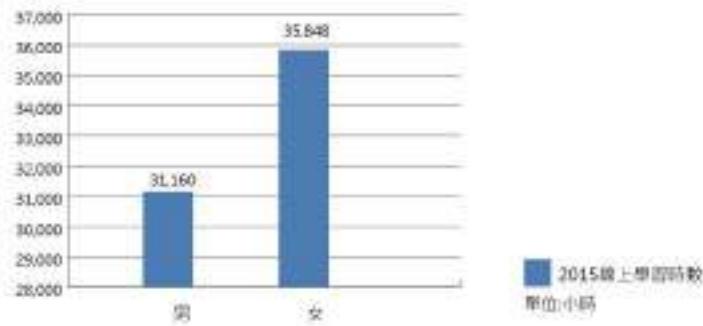
同仁照顧
集團訓練時數統計



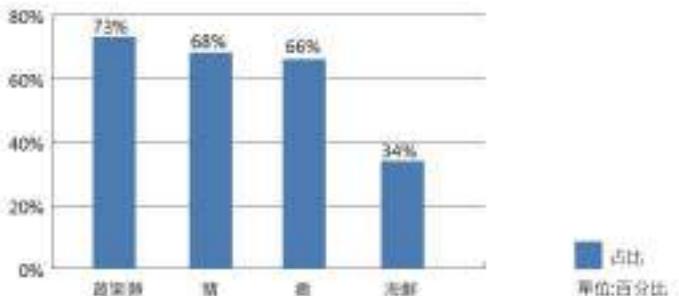
● 企業永續績效總覽 CSR Performance



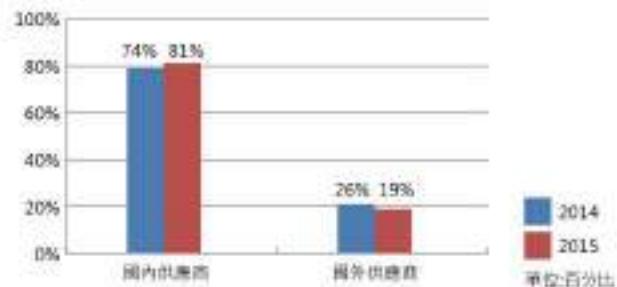
線上學習時數統計



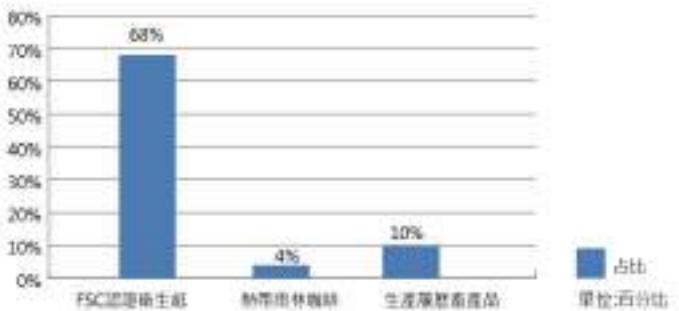
在地採購品項佔比分析



採購與食安
國內外供應商佔比分析



綠色採購佔比分析

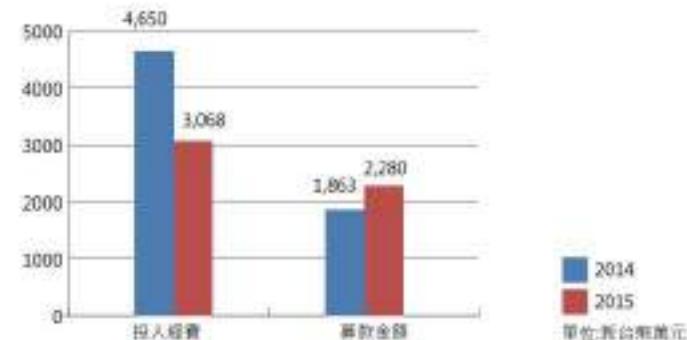




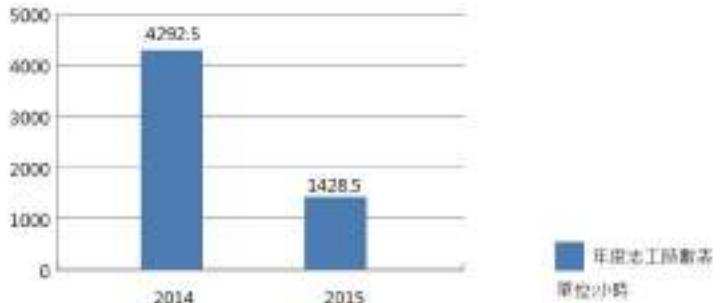
● 企業永續績效總覽 CSR Performance



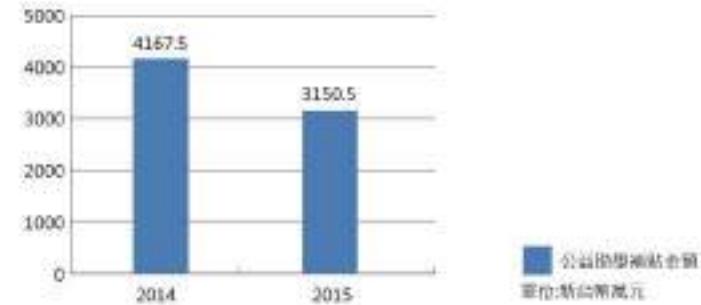
社會公益
各品牌公益關懷成效



王品志工投入時數統計



王品戴水社會福利基金會
公益補助成效





*Key Issues &
Stakeholder Engagement*

重大性議題鑑別
與利害關係人議合



職員管理



CSR揭露



治理



1993



財務表現



CSR報告



CSR報告



員工參與



利害關係人議合



永續發展



CSR報告



CSR報告

● 重大性議題鑑別與利害關係人議合 Key Issues & Stakeholder Engagement 6

■ 6.1 利害關係人議合

追求企業永續經營，本公司由跨部門專業成員共同組成專案小組，並委由執行長擔任總召集人，規劃企業社會責任發展指標與策略，期望定期提供執行成效，以利檢視未來精進作法。

為確保企業永續政策，確實建立與公司相關之所有利害關係人關注議題上，進而可將所涉及之重大性議題納入未來發展方針，並與所有利害關係人建立透明的交流管道與明確的回應機制。公司透過企業社會責任專案小組成員共同分析，歸納出七大關鍵利害關係人族群：同仁、供應商、顧客、社區、股東及投資人、政府機構及學校、媒體及網路社群。

針對2014~2015年的報告書內容中，關於利害關係人議合、重大性議題鑑別，以及環境、社會、經濟、治理等各項指標揭露，皆依循GRI G4指標，並經由內部稽核部門審評，詳實提供所有資訊，因此並未產生任何先前報告書中所揭露之資訊，需重編或修正之情事。

■ 利害關係人溝通

利害關係人	溝通管道	利害關係人關注議題	對應單元	溝通頻率
同 壉	1. 內部網站 2. 管理會議 3. 同仁滿意度調查 4. 同仁大會/ 同仁意見得線&Email專管	經營績效/誠信理念/公司治理/企業形象 同仁薪酬與福利/人才留住與培養 教育訓練與職涯發展/同仁多元化與平等機會 職業健康與安全/勞工資訊問題申訴机制	7. 試實-公司治理 9. 鋼力-同仁照顧	1. 每季召開管理會議 2. 每半年進行同仁滿意度調查 3. 賦時接收處理同仁意見反應
供應商	1. 供應商年會 2. 防範稽核 3. 供应链源系統平台	供應商管理 採購政策(含食材追溯) 誠信經營/企業形象/經營績效/公司治理 法規遵循/風險管理 供點安全保障	8. 安心-供應鏈管理	1. 每月進行原物料抽驗 2. 每月進行供應商防範稽核 3. 每年1~2次進行華南抽驗
顧 客	1. 0800客戶服務專線 2. 線上建議卡意見調查	供點安全保障/產品及服務標示/ 行銷溝通與顧客滿意 店鋪環境管理 誠信經營/企業形象 個資保護	8. 安心-供應鏈管理 11. 滿意-社會關係	1. 每月回收統計顧客建議卡 2. 每日統計公佈顧客0800電話 抱怨或建議
社 團	1. 社區營造推動與溝通 2. 南臺灣訪問關係經營	店舖環境管理/收據物管理 社區關係經營	10. 創新-綠能環保 11. 滿意-社會關係	1. 不定期的新店開幕前， 與當地社區營造進行溝通 2. 新店開幕前，於當地進行 環境評估
股東及投資人	1. 發單/投資人電話與郵件諮詢 2. 定期法說會與股東會	經營績效/公司治理/誠信經營/企業形象 風險控管	7. 試實-公司治理	1. 每季舉辦股東會 2. 每月公佈自由盈餘 3. 每季公佈財報暨每年發佈年報
政府機構及學校	1. 政政會/法規說明會 2. 公文往來 3. 衆議會與會議	供點安全保障/產品及服務標示/法規遵循 收據物管理 採購政策(含食材追溯) 誠信經營/個資保護 職業健康與安全	8. 安心-供應鏈管理 11. 滿意-社會關係	配合相關政府部門進行行政令 佈達，以及例行與莊協行性 連絡
媒體及網絡社群	1. 訊息發佈會 2. 客戶滿意度調查 3. 不定期新聞訊息稿件發佈	企業形象/經營績效 行銷溝通 供點安全	7. 試實-公司治理	1. 每月舉行發佈新聞訊息 2. 每季舉辦3~4場記者會 3. 不定期舉辦與資訊互動



企業治理



永續發展報告



統計年報



1993



CSR評鑑



CSR評鑑



CSR評鑑



CSR評鑑



CSR評鑑



CSR評鑑



CSR評鑑



CSR評鑑

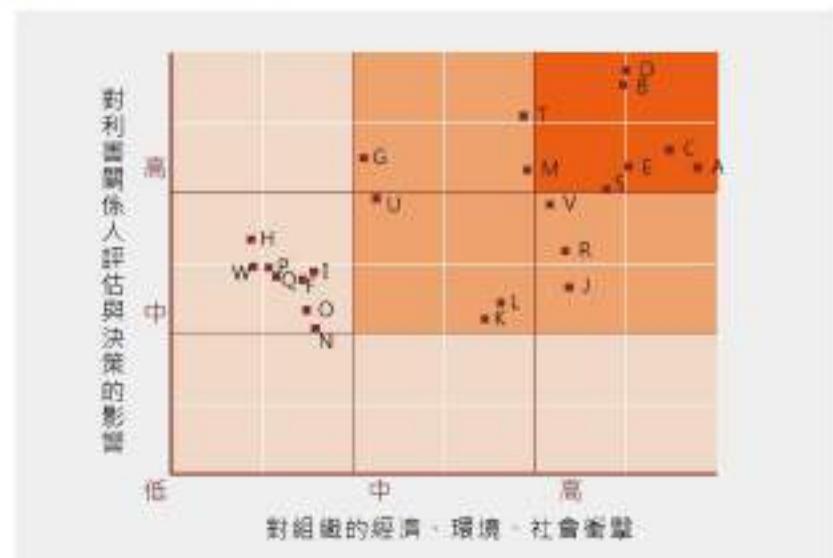
● 重大性議題鑑別與利害關係人議合 Key Issues & Stakeholder Engagement.....



■ 6.2 重大性議題鑑別

企業社會責任專案小組鑑別利害關係人後，討論出利害關係人所關注之重大性議題，篩選出23項議題。今年首度納入外部問卷機制，發送供應商與學校等利害關係人，盼透過問卷內容實際達成議合，確切了解其關心的重大性議題排序。內外部問卷，共計回收68份，進行計分，並評估其對於集團永續經營之「經濟、社會、環境、治理」及食品安全七大指標等面向的衝擊程度，結果呈現於重大性議題分析圖中。圖中23項關注議題中，我們進一步篩選出利害關係人高度關注且衝擊程度較高的15項重大議題，於各章節中獨立揭露。

■ 重大性議題分析圖





企業社會責任



誠信與道德



顧客服務

1993
年創立

ESG評等



CSR議題



永續心態



安心營養管理



群力同心



新鮮蔬果



愛心回饋



減碳減塑

● 重大性議題鑑別與利害關係人議合 Key Issues & Stakeholder Engagement 6

鑑別

召開企業社會責任專案會議，由總部各部、室單位及各事業處單位遴選專案負責人，經會議討論後，依據其職掌內容分別提出對應之利害關係人及其關注議題，並參考餐飲業產業趨勢，建立議題清單。



排序

確立之利害關係人與關注議題，邀請各部門同仁根據「對組織之經濟、環境、社會影響程度」及「對利害關係人評估與決策的影響程度」兩個面向進行排序，並同步回收外部問卷彙整分析，結果亦經由高階主管回饋並確認。



確認

根據重大性分析結果，確認整體報告書架構與大綱，對應各相關指標，着手彙整所需揭露。



檢視

每年度將重新檢視利害關係人及其重大考量面議題矩阵，並依照議題變化，彙整相關揭露資訊，納入報告書中完整揭露。

■ 重大考量面鑑別

重大面考量	重大性議題	回應章節	組織內	組織外		
				供應商	客戶	社區與環境
市場形象	企業形象	7 誠實-公司治理	✓	✓	✓	
道德與誠信	誠信經營	7 誠實-公司治理	✓	✓	✓	
顧客的健康與安全	餐點安全保障	8 安心-供應鏈管理	✓	✓	✓	
道德與誠信	公司治理	7 誠實-公司治理	✓	✓	✓	
經濟績效	風險控管	7 誠實-公司治理	✓	✓	✓	
經濟績效	經營績效	7 誠實-公司治理	✓	✓	✓	
法規遵循	法規遵循	11 滿意-社會關懷	✓	✓	✓	
採購及食材溯源實務	採購政策(含食材溯源)	8 安心-供應鏈管理	✓	✓	✓	
環境問題申訴機制	店舖環境管理	10 創新-綠能環境 11 滿意-社會關懷	✓		✓	✓
產品及服務標示	產品及服務標示	11 滿意-社會關懷	✓		✓	
產品及服務標示	行銷溝通與顧客滿意	11 滿意-社會關懷	✓		✓	
供應商環境評估	供應商管理	8 安心-供應鏈管理	✓	✓	✓	
勞雇關係	同仁薪酬與福利	9 群力-同仁照顧	✓			
勞雇關係	人才留任與培育	9 群力-同仁照顧	✓			
教育與訓練	教育訓練與職涯發展	9 群力-同仁照顧	✓			



SINCERITY - Corporate Governance

誠實-公司治理



● 誠實-公司治理 SINCERITY - Corporate Governance



■ 7.1 治理方針

本公司經營團隊長期致力於公司治理，在維護股東權益、平等對待股東、強化董事會結構與運作、提升資訊透明化與落實企業社會責任等五大指標的努力下，2015年更獲得台灣證券交易所所主辦之「第二屆公司治理評鑑」上市櫃排名前6-20%之評鑑結果。

由於追求永續發展與落實企業社會責任為組織發展長期所迫尋之目標，因此，我們將積極重視此外部客觀良性競爭來強化公司治理水平，追求形塑主動改善公司治理的文化。

■ 企業文化

誠如台積電董事長張忠謀曾在對外演講中分享，『好的企業文化能奠定數十年的經營基礎』，本公司自創立以來，致力鞏固可支撐永續發展的企業文化，其最重要的核心精神便是『高道德誠信標準』，透過『王品憲法』11條、透過近乎嚴苛的『王品龜毛家族守則』28條，作為全體同仁的遵循依規。

由於追求高道德誠信標準為本公司創辦以來不變的要求，並明列於『王品憲法』第一條，『任何人不得接受廠商100元以上的好處。觸犯此條者，唯一開除。』，上市後便將此道德誠信準則作為公司經營的最高指導原則，導引本公司董事、監察人、經理人乃至全體同仁之行皆須符合標準，並使本公司之利害關係人更加瞭解此企業文化。內部治理方面，則於每位新進同仁到任後，須立即接受相關守則宣導，高階主管亦經常性不定期於各相關集會場合加以宣導，形塑全體落實誠信道德的理念。

對外部利害關係人與供應商方面，除於年報、網站、公開資訊觀測站等等揭露此道德誠信準則之外，在供應商合約規範上，除了過去務必要求供應鏈恪守的公司誠實政策，本年度並增加『企業社會責任條款』，將勞工人權保障、環境保護等社會環境議題納入合約規範，期望發揮影響力，讓上游供應鏈一起創造共存共榮的誠信永續經營環境。

■ 道德誠信準則核心作為

- 1 嚴禁關係人交易**
- 2 制定非親條款**
- 3 供應商合約明列『企業社會責任條款』**
- 4 每年寄送公司『誠實政策』提醒供應商遵循**
- 5 內部設置『誠實回報單』**
- 6 設置檢舉管道**
- 7 建立公平審理機制**



臺灣製造



研討會與研習



廠房工廠



1993



ESG報告



CSR與ESG



永續經營



誠實-治理



誠實-道德



誠實-環境



誠實-社會

● 誠實-公司治理 SINCERITY - Corporate Governance



■ 王品集團經營理念

誠 實 (SINCERITY) :

對人對事，以誠實為第一要務。對公司誠實、對同事誠實、對廠商誠實、對顧客誠實、對家人誠實。

群 力 (TEAMWORK) :

群策群力，團隊精神，發揮相乘的團隊力量。確信在群體的激勵之下，每一個人的潛能，才能發揮到極致。

創 新 (INNOVATION) :

創意無限，不守舊，敢於向傳統挑戰。不迷信、不陳腐。任何決定以客觀數字作分析。

滿 意 (SATISFACTION) :

凡事要讓顧客滿意、讓公司滿意、讓家人滿意、讓周圍所有的人都滿意。當然，也要自我滿意。但並非自滿，而是自謙。

■ 供應商交易合約新增『企業社會責任條款』

企業社會責任是公司追求永續經營之關鍵要素，本企業(甲方)期許合作企業(乙方)持續致力於對社會與環境做出更具體的貢獻，以邁向良好道德標準、尊重勞動人權與環境永續的目標，特立本條款：

A.『王品集團誠實政策』：

- 誠實：『100%的道德』是本公司創立以來自律自許的標準。任何同仁若有100元以上的貪濶行為，絕對即刻開除。其目的在培養全公司不投機、不取巧的企業精神。
- 處理公務不得「從中謀利」或「收取回扣」或「接受賄贈」或「邊相接受招待請客」。上述所列「謀利」「回扣」「賄贈」「招待」「請客」，其價值在新台幣100元以上者皆屬之。任何人違反之，即刻開除。（董事長也不例外）
- 甲方(本公司)同仁不得以禮喪喜慶或其他任何機會，接受乙方(廠商)的紅白包或禮贈或禮物給予的好處，其價值在100元以上者亦屬之。若有同仁或其親友在不知情的狀況下，該收紅白包或是禮贈，則需在三日內退還。
- 甲方(本公司)訂有「禁止關係人交易」條款，乙方(廠商)之負責人為本公司員採購雀賈之同仁(執行採購業務時)、活動或業務主辦同仁、事業處主辦及店主管(含)以上同仁、總部襄理級(含)以上之四等親以內的親眷，則禁止與本公司做交易。買賣或承包工程，如違反本條例者交易一律取消。請乙方(廠商)在承接本公司交易前請審慎了解及避免。
- 因此敬請乙方(貴公司)配合，請勿給予敝公司任何人員任何好處。當然也包括過年、過節禮貌性的禮品，公司與個人是拒絕接受任何禮物的。
- 乙方(廠商)若有違背上述誠實政策條款，本公司將斷絕彼此之間的交易關係，敬請配合遵守。
- 我們需要 賣公司合作的是「最合理的報價」、「最佳的品質」與「最好的服務」。
- 希望 賣公司能配合我們的誠實政策，以利 賣我雙方長久的合作。

B. 對待其員工應實施平等政策，建立平等的工作環境，禁止任何形式的歧視行為。

C. 標準工時應符合當地國家法律所制定的標準，提供合理的薪資。

D. 不得非法雇用童工。

E. 提供安全衛生的工作環境，並確保員工安全和健康。

F. 供應商所提供的產品與服務中，應遵守所處國家的環境相關法規，積極採取實際行動，以避免對環境產生危害。

G. 注重生態保育，供應商所提供之產品不能含有保育類動植物相關製品。



● 誠實-公司治理 SINCERITY - Corporate Governance



■ 7.2 組織架構

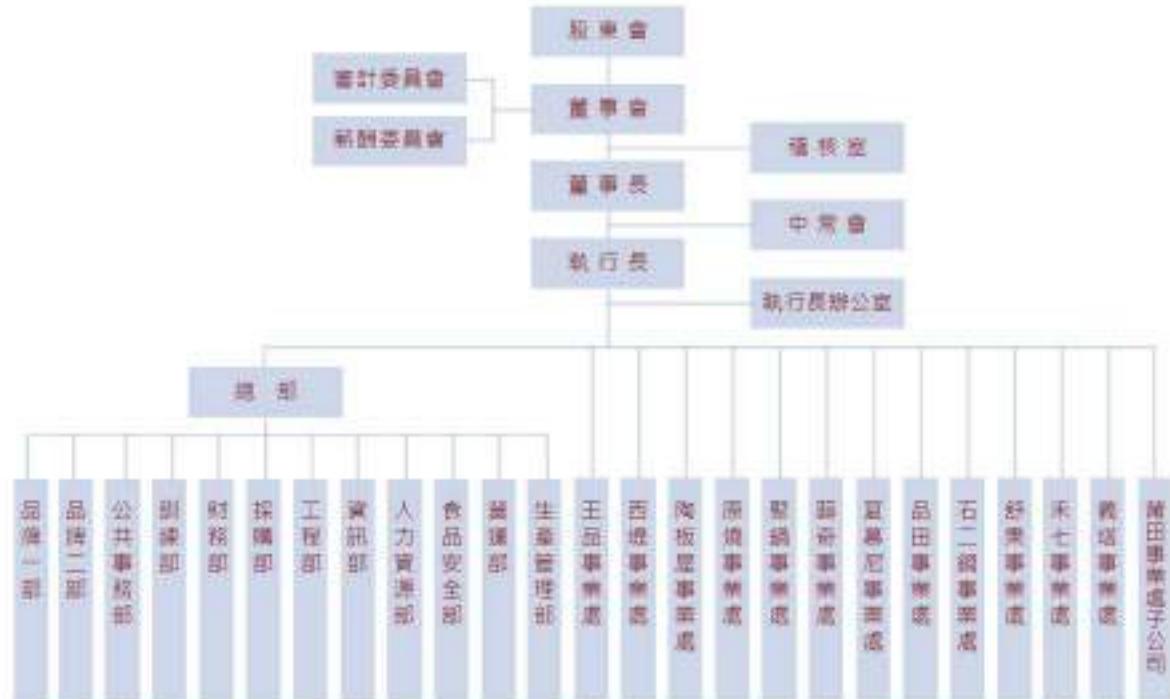
本公司為追求更高公司治理標準，致力推動營運管理流程與財務績效等各方面資訊透明化，並依據此策略方針制定治理架構。

公司內部組織最高決策單位為中常會，由董事長、執行長、總部各部門主管、及各事業處主管組成，現有成員約25人，營運相關重大議題皆由中常會討論決議後執行。

另由外部獨立董事組成兩大委員會「審計委員會」與「薪酬委員會」，由「審計委員會」監督財務報表之合法正當性、公司治理內控風險與法令遵循等事務；「薪酬委員會」則以外部專業客觀角度，向董事會提出合理的薪資報酬制度作為評估參考。

董事及經理人酬金皆依本公司章程及公司各項薪資獎金制度規定而分配，總經理及副總經理酬金包含每月薪資及績效獎金，其中薪資參考同業水準，績效獎金係依本公司績效獎酬辦法分配之。

■ 王品集團組織架構圖





● 誠實-公司治理 SINCERITY - Corporate Governance



■ 內、外部委員會組織



本委員會由3位外部獨立董事所組成，旨在監督公司財務報表之允當及達、審讐會計師選任及其獨立性與績效、公司內部控制的有效實施、公司法令遵循程度與公司潛在風險之控管。



本委員會亦由3位外部獨立董事所擔任，係以專業客觀之地位，就本公司董事、監察人及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估，並向董事會提出建議，以供員決策之參考。



本委員會於2015年第四季成立，由總部辦事處或協理級(含)以上共9位主管所組成，主要功能係為強化公司內部管理與工作守則紀律事件之審理效率而設置。

■ 外部委員會議出席率



■ 董事會組成及年齡與性別結構

女：男 = 2 : 10

年齡 / 性別	男	女
50 ~ 60 歲	6	1
60 ~ 70 歲	3	0
70 歲以上	1	1





● 誠實-公司治理 SINCERITY - Corporate Governance

■ 參與外部組織

為有效結合發揮產業力量，並隨時掌握產業發展脈動，本公司加入國內產業協會，以會員身分投入參與協會所舉辦各項座談研討，與業界密切互動交流，協力擘畫產業共榮。

組織名稱	組織主要功能及目的	佔該組織單位別
台灣連鎖餐飲加盟協會TCFA	1. 在政府與產業之間擔任溝通橋樑，為會員反映產業意見。 2. 推動企業相互交流成長，秉持『同行不是冤家，異業可以為師』理念，為提升台灣連鎖產業經營品質而努力。 3. 商業動態訊息提供，為全國連鎖加盟產業界的資訊共同平台。 4. 與世界各國友協密切往來，促成會員國際化交流合作。	一般會員
台中市烹飪公會	1. 擔任業界與政府機構之間的技術交流平台，協助政府辦理訓練課程。 2. 提高餐飲從業人員素質，培訓專業人才取得證照，提昇專業技能。 3. 擔任兩岸餐飲業交流的推手，促進美食文化的交流。	一般會員
台灣觀光協會	台灣觀光協會以凝聚臺灣地區觀光事業資源，促進無環境污染之觀光產業蓬勃發展、經濟繁榮、造福人民為宗旨。	一般會員
社團法人中華採購與供應管理協會SMIT	提昇採購人員專業素養，推展採購人員交流活動，協助企業及機關團體健全發展採購管理制度，促進國際性採購學術交流活動。	理事一席會員
中華民國內部稽核協會	1. 促進內部控制與稽核專業領域之發展，融合公司治理、風險管理與內部控制發展之組織。 2. 與國際內部稽核組織聯繫及合作，促進國際交流，增進內部稽核專業之國際化。 3. 舉辦內部稽核理論與實務之研討及觀摩，提升會員專業技能。	團體會員

■ 獲得政府補助

為了培育餐飲新秀加入，並幫助在學學生於學校授課理論之外，同步累積就業實務經驗，我們響應勞動部的『雙軌訓練旗艦計畫』。學生們可在修習學校課業之餘，進入店舖提前工作實習，不僅兼顾升學與職涯發展，也有助於企業的育才與留才，獲得更豐沛的人力資產，可謂雙贏的策略規劃。

2015年接受政府財政補助

政府單位	勞動部勞動力發展署
補助金額	1,995,254元
補助說明	依據勞動部『雙軌訓練旗艦計畫』培育訓練生之人才培訓補助款



● 誠實-公司治理 SINCERITY - Corporate Governance

■ 7.2.1 公司領導階層異動說明

有鑑於年輕世代潛力新秀輩出，早在2015年4月本公司股東會，當時的董事長戴勝益即許諾，「2018年將退休並完成世代交替」，並鼓勵高層經營團隊皆身體力行，打造健全的公司發展制度。時任本公司副董事長的王國雄先生，於2015年5月份，便以屆齡55歲，於集團服務逾20年的資深經歷，率先響應世代交替的觀念，提請退休並續任公司董事，同時間，本公司亦敦請時任大陸事業群董事主席-陳正輝先生回任台灣事業群副董事長兼總經理，盼借重其兩岸營運管理經驗，推動集團資源整合、共治共榮。

2015年7月份，基於公司兩岸整合佈局策略已漸趨成熟，原訂2018年退休的戴勝益董事長，以對外聲明公佈其正式提前退休，董事長一職則由陳正輝先生暫代，公司在同月份召開臨時董事會，由戴勝益董事長親自主持，並在會議中全票通過由陳正輝先生接任董事長，戴勝益先生仍以公司最大股東身份，榮任集團創辦人及公司董事。會後由戴創辦人親自召開記者會向媒體公佈接班梯隊的規劃，公司組織架構也將過去的副董事長置換為兩岸執行長，各自主責兩岸市場營運發展，同時回歸總公司進行整合

共治，公司組織架構至此底定，也確立未來將朝向跨國餐飲集團的發展目標持續前進。

現任董事長陳正輝，為王品集團共同創辦人之一，是企業編號002的資深元老，不僅曾創立『西堤牛排』，開啟多品牌時代，也曾赴大陸深耕十年，成功開創市場，帶動大陸事業群年營收佔比現已達37%，如戴創辦人於接班記者會上所說，『001正式交接給002』，面對外界針對新接班梯隊的背景與資歷傳聞，在戴創辦人的背書之下，皆不攻自破。目前由陳正輝董事長帶領台灣事業群執行長楊秀慧，以及大陸事業群執行長李森斌，下轄各事業處主管，全力推動集團國際化佈局，也期望為公司再造黃金十年。

Wowprime elects Chen Cheng-hui as new chairman

Wowprime elects Chen Cheng-hui as new chairman. The company's board of directors has elected Chen Cheng-hui as the new chairman, effective immediately. Chen, who has been serving as the vice-chairman and general manager of the Taiwan business group, will now take over the role of chairman. The transition marks a significant milestone in the company's history, as it moves towards a more integrated and internationalized structure. The company's management team, led by Chen, will be responsible for overseeing operations across both sides of the strait.



陳正輝順利接王品董座

戴勝益仍出席6人會 陳正輝：我講台語 絕非中國團隊



在台媒報導中，陳正輝被稱為「台語王」，這並非空穴來風。事實上，陳正輝在大陸工作多年，已經掌握了流利的台語。他曾在一次訪問中表示：「我講台語，絕非中國團隊。」這表明，陳正輝對於台灣的文化和語言有著深刻的理解和尊重。

左起：林人君、陳正輝、林麗玉、林麗玲、林麗雲、林麗華

王品董事長…001交棒002

陳現大顯身手 戴勝益卸任 陳正輝上場 待勤十年大計 来賓送荣耀



陳正輝，1962年生，台灣人。他在大陸工作了近十年，擔任過多家企業的高級管理職務。在加入王品集團之前，他曾擔任一家大型餐飲企業的總經理。陳正輝以其流利的台語和對台灣文化的深刻理解而著稱，這使得他在接任董事長後，能夠迅速適應新的工作環境。



● 誠實-公司治理 SINCERITY - Corporate Governance

■ 7.3 營運績效

本公司在組織結構上，劃分為「台灣事業群」與「大陸事業群」，另包含合資代理營運的國際投資合作案，其營收表現與合資所獲致之業外收益皆納入合併財務報表中呈現，相關財務表現亦可詳見本公司2015年年報。

2015年持續投入多品牌發展，包含自創品牌與海外合資代理。其中，大陸事業群新創『鵝夫人』、台灣事業群也引進『新加坡最佳亞洲餐廳-莆田』，可望有效推升成長動能。

■ 台灣事業群營運之經濟分配

項目	2013	2014	2015
營業收入	11,078,336	11,611,890	10,307,411
員工薪資與福利	4,530,737	4,976,626	4,548,834
股利分配 (隔年分配金額)	917,129	623,075	76,988
支付所得稅款金額	204,291	195,446	70,130

單位：新台幣仟元

■ 投資概況：

國內投資：NTD 1,047,628 仟元(含子公司)

- (1)既有品牌開展新店
- (2)代理新品牌－莆田

海外投資：NTD 97,448 仟元

- (1)上海石二鍋－新增投資USD2,925,000元
- (2)新加坡舒果－SGD210,000元

■ 投資架構圖





● 誠實-公司治理 SINCERITY - Corporate Governance



■ 近三年公司合併財務績效

單位：新台幣仟元

年 度	2013 年	2014 年	2015 年
營業收入(IFRS)	14,880,588	16,916,541	16,834,970
營業成本	7,067,007	8,274,734	8,576,498
營業毛利	7,813,581	8,641,807	8,258,472
營業淨利	1,421,738	1,209,536	715,964
營業外收入及支出	18,952	-16,510	-353,692
稅前淨利	1,440,690	1,193,026	362,272
所得稅	325,414	304,173	135,308
本期淨利	1,115,276	888,853	226,964
母公司淨利	1,019,826	703,316	34,782
每股盈餘(元)	13.25	9.14	0.45
母公司股利(元)	12.57	8.09	1.00
母公司股息總額	917,129	623,075	76,988
母公司每股現金股利(元)	12.27	8.09	1.00
母公司每股股票股利(元)	0.30	-	-
保留盈餘	1,241,123	1,111,532	506,782

■ 全球經營概況

	設立時間 (首店開幕)	資本額 (新台幣千元)	品牌數	總店數
台灣 事業群	1993/11	769,879	13	283
台灣 (授權+合資)	2016/01	5,000	1	1
大陸 中高價事業群	2003/07	715,088 (USD2,244萬)	5	129
大陸 (授權+合資)	2013/01	603,225 (USD1,990萬)	1	21
泰國 (授權)	2011/09	-	1	1
新加坡 (授權+合資)	2014/05	59,657 (SGD250萬)	1	2



● 誠實-公司治理 SINCERITY - Corporate Governance



■ 7.4 CSR組織推動

本公司在2014年首次成立『王品集團企業社會責任委員會』(以下簡稱CSR委員會)，主要係由本公司執行長擔任CSR委員會總召集人。組織核心團隊由下轄各品牌事業處與總部各單位設有專案主責窗口，並設置CSR推動小組負責CSR專案推動之相關細節業務。

有感於企業社會責任落實推動，有賴委員會組織功能的明確與聚焦，期能以透過更敏銳與更前瞻的視野，有計畫性推動企業社會責任與永續發展方面的理想。本公司於2015年重新檢視修正了CSR委員會架構，主要係由各核心小組主導與該領域利害關係人之溝通與重點議題做更緊密的結合，從中更了解公司策略與利害關係人之期待。

由於企業推動CSR永續發展是公司一貫的願景目標，所以各核心小組成員除遵照公司董事會通過之『社會責任實務守則』做為實踐企業社會責任，並促進經濟、社會與環境生態之平衡及永續發展之依歸外，於定期的組織營運會議中提案相關之推動措施，經執行長同意後即予執行。

每年的企業社會責任報告書，則是由CSR小組偕同各相關部門共同編撰，經過高層主管訪談，或透過公司各項重要營運會議中，取得公司對於CSR的政策與願景，將此目標共識落實揭露於報告書中，並於報告書完成且經外部確信後，於董事會中發送年度企業社會責任報告書，同時進行內容簡報，使全體內、外部董事以及獨立監察人，皆能明確瞭解公司對於CSR的執行成效與展望目標。未來於年度策略會議檢討時，將逐年深化CSR議題之討論與行動方案的擬定，同時於年度董事會報告重要議題與利害關係人溝通結果及績效表現。

■ 王品集團企業社會責任委員會架構





● 誠實-公司治理 SINCERITY - Corporate Governance

■ 7.5 風險鑑定管理

為確保公司產業系統性與重大突發事件之風險，主要以董事會與審計委員會扮演風險管理的最高監督角色，組織轄下各種責部門則對各類風險提出評估，經中常會定期會議討論得以做出適當決策回應與修正必要之風險控管行動。



風險類型	重要風險事項	管控風險方式
市場風險	市場同業競爭 國際政經景氣	針對國內政經景氣與海外發展環境列入高階主管會議與年度策略會議探討，並透過每月集團策略會議進行策略檢討與調整
營運風險	供應鏈風險	(1) 定期關注並進行國際原物料趨勢分析以掌握開拓食材來源 (2) 不定期審視主要供應商名單並建立第二供應鏈機制 (3) 建立明確採購規範及評核機制，強化上游廠商共同升級，成為長期夥伴關係 (4) 定期檢視庫存週轉合理性
	食安風險	(1) 建立食材風險因子分析，以作為食品安全管控措施之依據範圍 (2) 積極邁向純淨餐廳提供優質餐飲服務 (3) 建立多重食品安全檢核機制（供應商品管、食安稽核訪察、第三方稽核、店舖食安自檢、總部定期抽檢....等） (4) 強化店舖同仁對於食品安全衛生教育訓練與觀念之建立
	勞動力短缺風險	(1) 開發多元招募管道：如弱勢就業、勞工再就業 (2) 深耕產學合作提供長期穩定人力 (3) 構建量產流程降低基本勞動力需求
環境風險	職工就業環境安全	(1) 設立職安委員會進行同仁職場安全議題檢討與規劃 (2) 雇用同仁定期健康檢查及健康衛教之講習 (3) 每月進行店舖環境安全及同仁宿舍環境設備安全自主檢查
	重大天然災害及流行疾病	(1) 對於重大天然災害建立有標準作業處置SOP以降低損害 (2) 設立重大突發事件應變小組，以最快速掌握情報、調度資源與善後檢視
財務風險	證券流通在外	針對大量流通在外預售之禮券，提供銀行擔保保證並定期於中常會中檢視公司現金流與財務結構，並於董事會中進行提報



Management of Supply Chain

安心-供應鏈管理



● 安心 - 供應鏈管理 SAFETY - Management of Supply Chain

8

供應鏈管理是連鎖餐飲業建立競爭優勢的一環，無論是供應商管理、原物料管理、成本管理，或是近年備受矚目的食品安全管理；本公司採購部致力於供應鏈管理精進，為供應鏈提升與開發、採購流程優化、採購整合、研發加值、採購績效管理、綠色採購及溯源採購等面向逐年提出創新理念並與時俱進的推進與努力，希冀建立優質而安全的供應鏈，提供消費者更高品質的餐飲體驗，建立永續經營的競爭優勢。

■ 8.1 採購食安政策

歷年來，本公司透過採購行為與規格整合、食品安全管理制度與流程建立以及書面資料建檔等方式，管理供應商與原物料基本資料與成分來源。2014年，進一步將原設立於採購部的食安組獨立設置食品安全部，採購部與食品安全部攜手建置供應商管理、稽核與汰換的完善制度，以期透過流程設計有效管理供應商。兩部門同時針對原物料的啟用、檢驗、風險管理與汰換建立管理流程，以全面性管理與監控物料使用及其風險程度。

2015年則進入食品安全管理的收割期，成立「採購食安委員會」，使食品安全制度運行等作業進入制度化討論與決議的完整管理循環，對本公司食品安全管理多有助益。

同時，建置食安溯源系統將大量書面資料轉作系統化管理，除提高大數據的管理效率及完整度外，要求欄位填具詳實且檢驗報告檢附程度更高。

除提高供應鏈食品安全管理能力外，2015年更參與美國中西部採購團參訪美國中西部生產廠商、參訪香港海鮮展及蔬果展及廣州廣交會等，積極拓展多元化食材物料來源，以提升商品品質及穩定度，強化整合採購能力並開發新貨源。

另2014至2015年亦逐步擴大推廣各事業處採用履歷食材，增加農畜產品的可追溯程度，強化食品安全及消費者信心並同步扶植本地產業，為支持保育政策，各品牌堅持嚴禁保育類食材納入菜單，如魚翅及燕窩等食材；且致力朝向積極採購本地溯源食材為規劃採購政策之努力目標，遇有爭議性的食材或是法令明訂禁止使用，皆不可納入採購品項，例：不使用基因改造黃豆類製品；如豆干、豆腐等。

■ 採購食安編年錄

2014年	
作業指標	執行內容
原物料成分表建置	書面食材成分資料收集、 包括成分、添加物及成分供應商等
新農村採用與風險管理制度	採購與食安審核確保新食材與 農产品的安全性與強度性
新供應商使用與評核制度	新供應商食安評核與旅行管理 制度
食安部成立	專責部門管理並能及時應急 食品安全
2015年	
採購食安委員會成立	採購部與食安委員會針對食品安全 管理制度進行討論與推動
食安溯源系統建置	建立系統化溯源資料庫，管理供應商 及原物料及原物料成分產地等
美國、香港、上海開發廠 開	開發新供應商，強化食材物料品質與 穩定來源
審查各項使用推廣	定期加入審查溯源餐廳，隨時瞭解食 安目標達成

■ 採購食安委員會議程





衛生管理



資料收集與評鑑



廠房工廠



1993



大數據



Q&A



品質保證



安心營養檢測



衛生稽核



國際認證



萬物一源

● 安心 - 供應鏈管理 SAFETY - Management of Supply Chain



■ 8.2 食品雲

過去以書面管理食材的品質規格書及成分來源表，資料收集耗時，供應商成分及添加物填寫方式難統一，人員審核及歸檔管理龐雜，管理軌跡上皆須倚賴人工及書面彙總且資料量大管理不易。

有鑑於此，2015年期望以更策略性、架構完整且系統化的方式管理供應商及原物料，自發性推動『食品雲溯源系統』建置，投入總部5個部門及12個事業處共超過30個專業成員，超過百場會議，參與供應商及生產廠超過500家，動員包括供應商超過2萬個人小時，維護超過2萬筆食材，1,000筆BOM表，管理欄位超過300萬個。

食品雲溯源系統導入，除大數據的目的以外，更重要的是建立嚴謹架構與流程。管理供應商及原物料，因此食品雲溯源系統功能設計包括供應商及其生產廠資格認證、評核與評鑑，每項食材除紀錄規格產地等基本資料外，檢附依特性對應要求的檢驗報告上傳，且皆須填寫組成成分及成分來源；包括添加物及複方添加物展開及許可證字號等，並針對生產流程進行危害分析。所有資料

皆經採購部及食安部經10道審核關卡審核與放行，更嚴謹管理供應商與原物料食品安全。

另外因應食安事件在過去須以人工檢核搭配進貨系統過濾異常食材、使用事業處及菜色、進貨分店等資料，因應時間需要24hr以上，導入系統後因應時間由24hr縮短為1hr，更完整取得食安事件影響範圍與層級，更快速因應食安事件。

■ 食品雲系統投入一覽表



■ 資料檢核項目

- 管理食材供應商與生產廠資格與證照
- 檢核出產地及標示是否符合法規
- 取得檢驗報告或檢疫證明
- 確認保存溫度與保存效期
- 檢核組成成分合法並管理組成成分、出產地及成分供應商
- 確認沒有基因改造
- 收集過敏原資料
- 設立衛生檢驗基準，包括生菌數、大腸桿菌、大腸桿菌群等
- 評估危害風險詳列食材生產方式並判斷是否有物理性或生物性危害等風險
- 確認沒有違法添加並詳列添加物、許可證字號及添加量



● 安心 - 供應鏈管理 SAFETY - Management of Supply Chain

8

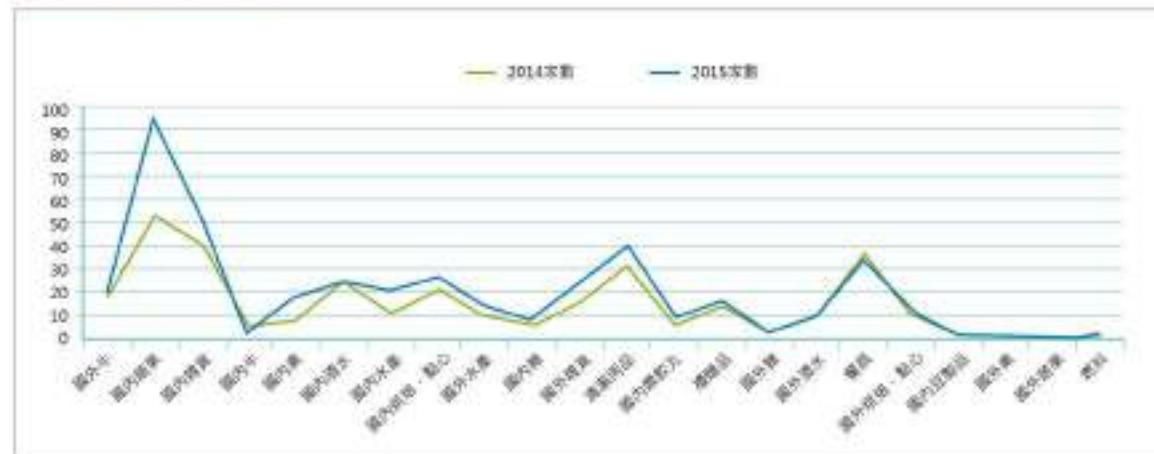
■ 8.3 供應商管理

我們依循食品雲溯源系統建置，強調溯源管理，有意成為合格供應商皆須通過採購部及食安部雙重審核，並納入食品雲溯源系統管控。原物料先進入食品雲內，須通過採購部與食安部的四大審核關卡：『原物料基本資料及檢驗證明』『採購規格書』『品質規格書』『危害分析』，方能轉為正式採購物料，同時採購系統中的料號才會正式生效。納入食品雲系統成為正式採購物料後，ERP系統的下單狀態會同步轉為核可交易，此時才可正式列為合格供應商，並啟動採購交易往來。所有供應商皆須遵循配合此管控機制，以達食安把關之效。

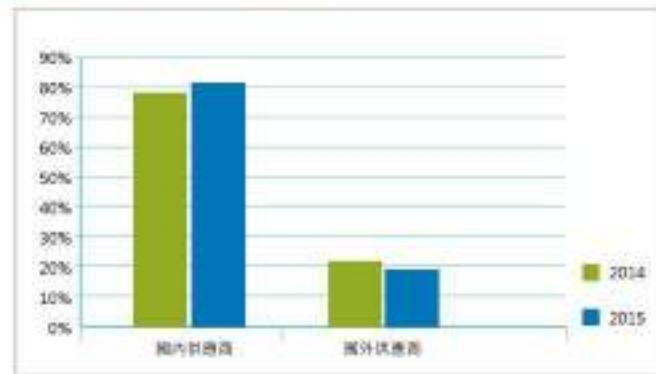
2015年總供應商家數為435家，年增加104家，年增率32%。以供應商類別分析，增加類別為蔬果、雜貨、水產、禽類及清潔用品供應商，主要受到蔬菜水果開發區域供應商(增加41家)；新品牌開發中餐食材供應商(莆田)；供應鏈開發(清潔用品及禽類蛋品)所致。

因母公司所有品牌之店舖皆位於台灣，為增加與在地供應夥伴的緊密合作關係，我們皆朝向強化本地採購為主要政策，與本地供應商維持良性順暢的採購溝通管道，且優先選擇已具備食品安全衛生相關認證的供應商作為合作夥伴。以國內外供應商佔比分析，2015年國內供應商佔比81%比2014年74%略增。而獲得GMP、CAS、HACCP、ISO22000等認證的生產廠採購金額佔比則為72%。

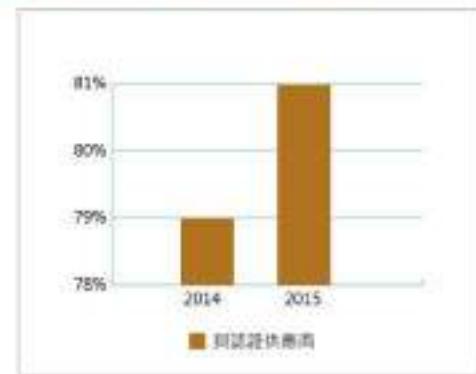
■ 2015供應商明細表



■ 2015國內外供應商比例



■ 2015國內具認證供應商比例





● 安心 - 供應鏈管理 SAFETY - Management of Supply Chain

■ 2015國內供應商稽核

現有供應商可區別為國內生產自有產品與國內/外非自有產品之供應商。針對國內生產自有產品的供應商，我們透過廠區稽核與抽樣檢驗管理，而非自有產品之供應商透過合約規範與抽樣檢驗及食安溯源系統確認製程與原物料之安全性。

至於交易大量產品的供應商，則加以透過第三方驗證公司進行全面的食品安全二方稽核，以落實食品安全管理並建構食品安全防護的決心。

國內生產自有產品供應商一方稽核內容涵蓋10大面向，共有95項查核點。二方稽核主要確認重要供應商的食品安全政策與防護系統是否有效。透過嚴謹且多面向的食品安全評估，確保原物料供應商生產製程能符合法規與本公司對於食品安全之要求。

國內生產自有產品供應商本年度一方稽核廠商家數共71家，佔年度總供應商比例16.3%，稽核次數合計達82場次。

例行性訪廠稽核共40場，優級16間(42%)、良級16間(37%)、普級8間(21%)。二方稽核共37場次，皆完成改善與複查。



■ 供應商管理流程





● 安心 - 供應鏈管理 SAFETY - Management of Supply Chain

■ 8.3.1 食材採購

產業要永續經營需要在經濟效益與環境衝擊中取得平衡，而餐飲產業受到環境及氣候變遷影響很大，更需要考量餐飲經營對環境永續的影響與衝擊。食材採購受到食品安全、地球暖化、生命週期等因素影響供貨來源、生產季節、規格設定以及採購成本。本公司致力於「安全食材」「環保永續」「可追溯性」的採購政策。

安全食材：列入作業流程與資訊系統管理流程，透過食材啟用前把關、檢驗報告取得以及食材風險分析與管理，全面為食材安全把關。

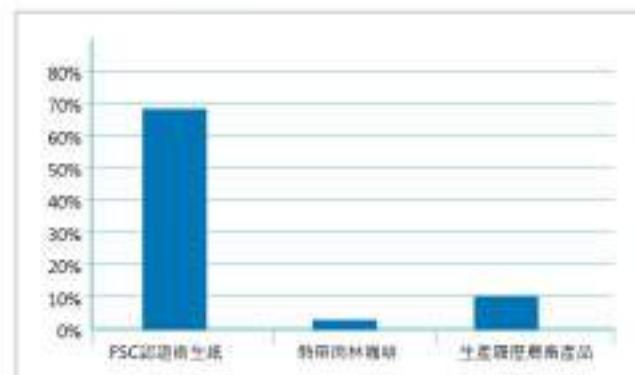
環保永續：推動採用熱帶雨林認證咖啡，2015年佔總咖啡採購金額4%，同時衛生紙也選用FSC認證產品，2015年佔總衛生紙採購金額68%。

可追溯性：從產地到餐桌，我們自2014年開始推廣TAP生產履歷之農畜產品，品項數由2014年3品項增加到2015年37品項，2015年TAP生產履歷蔬菜水果採購金額佔蔬菜水果總體採購金額達10%。

■ 綠色採購政策



■ 綠色採購金額佔比





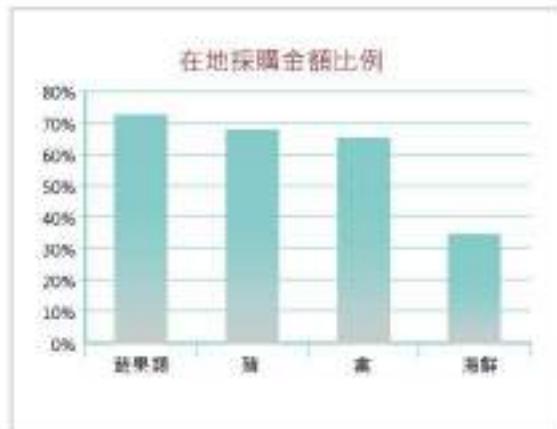
● 安心 - 供應鏈管理 SAFETY - Management of Supply Chain



■ 2015整體在地採購比例

本地供應商方面，本公司主動接觸台灣各地農會與產銷單位，大量採用在地食材，台灣在地農畜產品(不含牛羊)採購金額佔總體採購金額65%。

其中在地蔬菜水果採購金額達總蔬果採購金額73%；在地豬肉採購金額佔總豬肉採購金額68%；雞鴨禽類在地採購金額佔總禽肉採購金額66%；海鮮類在地採購金額佔總海鮮採購金額34%。





● 安心 - 供應鏈管理 SAFETY - Management of Supply Chain

■ 8.4 原物料管理檢測

餐點使用的原物料透過食品雲溯源系統進行管理，審核廠商合法性，並要求供應商提供原物料的二階供應來源。若發生食安事件時可以快速掌握並停止供應，以保障消費者食的安全。期許長期與供應鏈緊密結合，共同維護國內食品供應鏈環境。

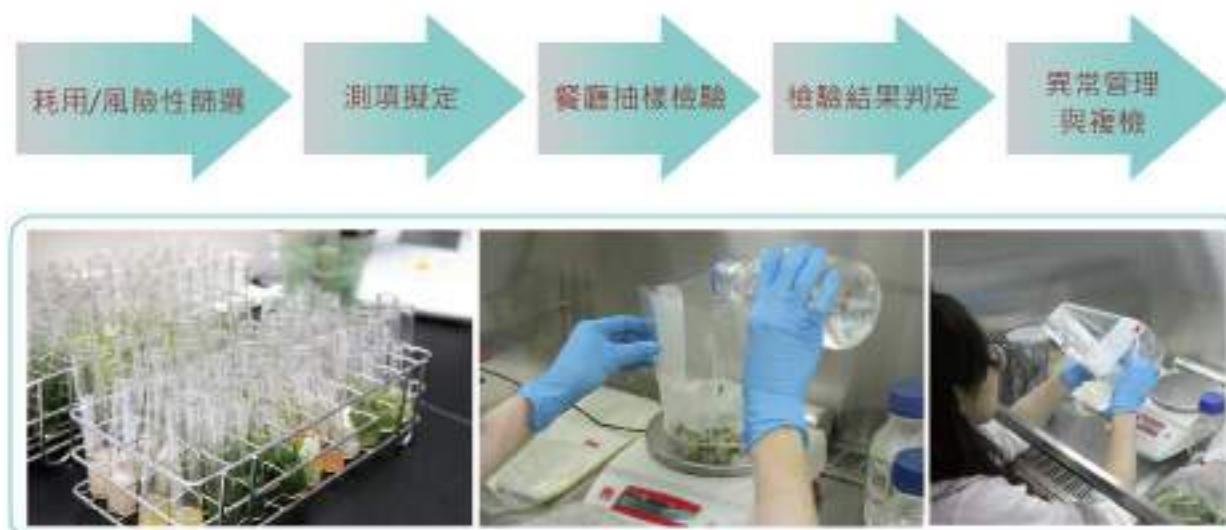
餐廳使用的原物料發生異常時，透過線上狀況反應處理機制，掌握異常發生的原因與影響範圍，若發生重大或頻率較高的異常時，啟動供應商異常訪廠管理機制。



不同原物料具有不同的食品安全風險，例如：茶葉、農產品等具有農藥殘留風險；雜貨、醬料等具有添加物超量或非法使用的風險，因此將餐點使用的原物料依照耗用量與風險性區分需要檢驗的項目。

2015年共計檢驗228樣次，針對不同樣品擬定需檢測的項目，共計檢測652測項數，花費1,209,042元。

美國牛肉為本公司使用原物料之冠，因此每個月抽樣進行美國牛肉乙型受體素檢驗，2015年共計檢驗84樣次，花費164,750元，檢驗合格率99%，不合格產品退貨處理。





● 安心 - 供應鏈管理 SAFETY - Management of Supply Chain

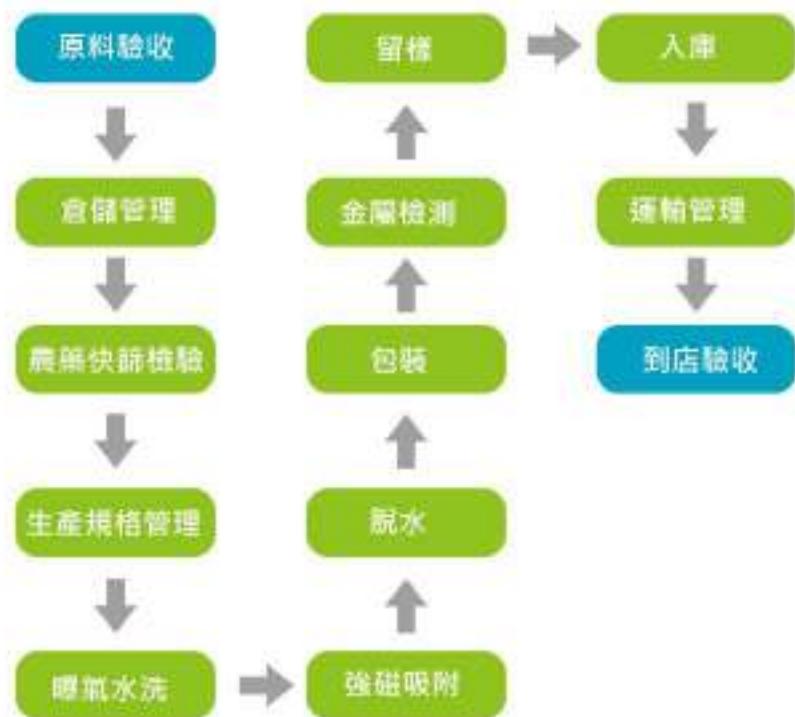
■ 截切工廠衛生管理

本公司為提升蔬菜、水果品質與安全性，並提升各店舖廚區的蔬果截切工作效能，於2013年設立一蔬果截切工廠，將需要事先依規格化切割處理的食材集中處理，有助於控管原料品質。

截切工廠設立依照食品安全管理體系規劃與建造，人員經過清潔與消毒才可進入生產區域。人員、原物料、空氣與水資源皆依清潔程度管理流動，避免污染。



■ 截切工廠原料處理流程





● 安心 - 供應鏈管理 SAFETY - Management of Supply Chain

8

■ 8.4.1 實驗室檢驗

公司實驗室從2013年成立，各式檢驗樣品與方法也逐步建立制度並標準化，並於2015年依循ISO 17025規範進行實驗室管理，迄今已初步建立21份標準作業指導書。

ISO 17025對於實驗室文件管理、矯正與預防、紀錄管制、內部稽核與管理審查、技術要求等皆有所規範，為使實驗室逐步提升，由食品安全部內具資深檢驗背景的同仁與實驗耗材廠商進行內部訓練，本年度操作同仁共計參與26.5小時訓練。

為更嚴謹控管農藥殘留風險，除推動產銷履歷外，斥資於蔬果截切中心設立檢驗設備，透過行政院農業委員會農業試驗所研發的「農藥殘留快速檢驗技術」進行農產品殺蟲劑與殺蟲劑檢驗。

2015年共計檢驗殺蟲劑7,746樣次，合格率98.5%；殺菌劑6,875樣次，合格率94.9%。蔬果截切中心配送到餐廳的截切原物料部分為即食產品，為避免微生物污染餐點，亦進行微生物檢驗監控，共計執行總生菌、大腸桿菌與大腸桿菌群2,656樣次，合格率90.2%。

■ 實驗室大事紀



2015年投注於實驗室進行農藥殘留與微生物檢驗，包括檢驗耗材花費共計448,963元，佔2015年集團年度稅後淨利之1.29%，已連續兩年經行政院農業委員會農業試驗所「蔬果農藥殘毒快速檢驗」年度評鑑為特優。

台灣氣候高溫多濕，農產品生產過程面臨天然環境的挑戰，也伴隨著農藥殘留的風險。分析過往衛生單位於市場抽樣檢驗與王品公司原物料檢驗結果發現，連續性採收作物的農藥殘留風險較高，例如：番茄、小黃瓜與彩椒等。因此，內部積極推動使用產銷履歷農產品作為餐點原料，透過農產品產銷履歷的管理制度提升安全性。



● 安心 - 供應鏈管理 SAFETY - Management of Supply Chain



■ 8.5 食物安全管理

為了落實食品安全衛生管理，為餐點的安心品質把關。我們依據食品安全衛生管理法及食品良好衛生規範準則，訂定本公司餐廳食品衛生管理規範，進行門市食品衛生安全稽核，稽核範圍涵括全台所有品牌的100%全數店舖，內容分四大項：建築與設施、設備與器具、從業人員衛生與訓練、食品衛生與安全，共計56條稽核條文，2015年度共稽查924場次。

■ 點餐把關流程



除了查核硬體端的設備環境衛生安全之外，並且針對餐點的生菌數、冰塊與水質等危害餐點健康安全的潛在風險因素，進行全台100%全數店舖抽樣稽核，不合格者將要求改善直至通過複驗。

為了不斷呈現菜色新鮮度並滿足消費者嚮鮮需求，旗下各品牌餐廳每年更換菜色1~2次。新菜研發時，食品安全部須主責確認供應商與原物料、餐點製備及盛裝容器的食品安全風險；而由採購部確定原物料品質、產季、保育性等，是否符合

本公司採購食安政策。主餐研發確認後，執行大腸桿菌、大腸桿菌群與綠生菌的檢驗，以確認餐點安全性。2015年度共計執行312樣次，檢驗不合格則調整餐點製程、原料至通過複驗。

另為確保餐點製備過程符合新菜研發時設定食安控管因子，每年至旗下各品牌餐廳抽樣餐點進行綠生菌、大腸桿菌與大腸桿菌群的檢驗，2015年餐點與半成品的微生物檢驗共計1,769樣次；致病菌檢驗共計489樣次進行確效。

而在炎熱夏日中，冰品類產品點用率明顯提升，餐廳使用製作飲料的水質、冰塊潔淨度也是主要檢驗內容，對象分別是綠生菌與大腸桿菌群，冰塊324樣次，其中水質檢驗350樣次。

2015年度總計在餐點、水質與冰塊的檢驗樣品數量總計2,647樣次，共花費2,043,100元，佔2015年集團年度稅後淨利之5.87%。

新菜主餐檢驗
共 312 樣次

冰塊檢驗
共 324 樣次

純乳半成品微生物檢驗
共 1,769 樣次

水質檢驗
共 350 樣次

\$ 2,043,100元

群力-同仁照顧

TEAMWORK - Employment Care



職業生涯



職業生涯



職場工作

1993
公司創立

財務績效



內部溝通



品質管理



員工滿意度



群力合作



環境永續



職場照護

● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care

■ 9.1 人資政策

本公司從『一家人主義』的文化核心價值出發，視同仁如家人，人才便是企業永續經營的重要資產，本公司追求成為連鎖餐飲業的標竿企業，更期望成為最照顧同仁的安心企業。

隨著台灣連鎖餐飲業的蓬勃發展，本公司對人才培育的思維與訓練，質量並重，針對不同屬性的職務發展，設計最適切的招募與訓練系統。因應餐飲科系學子人數持續增加，為了深植餐飲菁英實力，自2014年起結合各院校餐飲科系，持續在產學合作投入資源，增加新世代人才學習與就業接軌能力。

2013年推動「王品新秀培育計畫」，同時讓無經驗的新鮮人可透過密集且完整的儲備幹部訓練，提供職涯向上發展的機會。2015年重點則鎖定深厚內部管理幹部實力，推動「關鍵人才培育計畫」，以發展公司儲備中高階人才為目的，提昇主管領導統御能力，並加速組織發展及活化組織。



2016年將進一步專注致力於強化同仁健康的職場工作環境，以完善的健康與安全計畫，實際達成照顧同仁職場安全的目標，善盡企業社會責任。

■ 王品新秀培育計畫成效

項 目	指 標
新進人數	291
結訓人數	59
結訓率	26.6%
晉升人數	38
晉升率	64.4%

註：自2013年7月起至

■ 關鍵人才培育計畫成效

項 目	總 培	專用管理人	計 初
人力池人數	10	4	培訓中人才
人才庫人數	8	8	已結訓





● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care

■ 9.2 人資管理

9.2.1 人力結構

本公司所有人事行政皆恪遵勞動法令，各項人力資源制度規章以「勞動基準法」為基礎而訂定，並依照法令修改而調整相關制度，其因法訂定之所有制度規章，已明確表述所有同仁可享有或應盡的福利與義務，且適用於全體在職同仁。同時，因公司力求人資制度規範完整且合法合規，以達照顧同仁、善盡企業公民職責，因此並未另設有工會組織，全體在職同仁皆為公司人資制度規章所保障。

截至2015年12月31日，本公司台灣地區之同仁總數為9,519人，其中男性佔48.5%，女性佔51.5%。對於所有同仁不論性別、年齡或種族，在內部均享有平等的學習發展機會，因此各職級之間的性別分佈並無顯著差異。惟高階管理階層自店長、主廚、總部之經、副理職級以上等管理階級需要專業經驗累積的時間，故年齡分布上，主要組成為30至50歲的人員，男性佔52.9%，女性佔47.1%，除了有效達到促進性別、就業實質平等之精神，其國籍結構均為營運所在地-台灣就業人口組成，且主要管理職務皆為自聘之全職人

員，重視本地人才聘用與培育，是公司重要的人力資源發展方針。

連鎖餐飲業為近年來年輕學子就業及學校產學合作的重要產業之一，潛力新秀不斷嶄露頭角，從業同仁年齡亦趨向年輕。本公司提供新生代平等的發展機會，同仁平均年齡25.2歲，30歲以下的同仁佔82.2%，其中，超過63%的同仁具有大學/專科以上之學歷，為鼓勵高中職以下同仁繼續升學，積極開發產學合作，設立王品集團專班，提供同仁在職進修的管道。

國際化發展已成為本公司致力發展目標，在人才選用上，亦依循國際化的多元招募策略，2015年外籍同仁人數增加至30人，國籍數從2014年的3國增加到8國，開創就業機會，帶動國際化，同時增進社會對於多元文化的真切尊重。

連鎖餐飲業發展與各大節慶時程連動，包含農曆新年、西洋情人節及七夕、中秋節與聖誕節，以及寒暑假及謝師宴等等，旺季的分佈多落在6~8月及11~2月不等。值此業績暢旺時期所衍生之人力需求，將以計時同仁徵才以及內部班表輪勤調配為主，但不至於出現重大人力增補變化，計時同仁與正職同仁比例約為43%:57%。



年齡	年齡結構(%)		總員額(人)	
	男	女	男	女
30歲以下	574	579	720	785
	45.0%	45.4%	37.9%	41.3%
30~50歲	82	41	257	130
	5.4%	3.2%	13.5%	6.8%
50歲以上	0	0	5	4
	0.0%	0.0%	0.3%	0.2%

資料來源：本公司人事部-2015年12月31日止現有員額/2015年12月31日止現有員額
資料來源：本公司人事部-2015年12月31日止現有員額/2015年12月31日止現有員額

■ 2015同仁結構資料

性別	人數		占比
	男	女	
性別	4,615	4,904	48.5%
國籍	9,519		
正式員工 (不定期契約)	8,881	93.3%	
非正式員工 (約聘期為1年)	638	6.7%	
國籍	9,519		
台灣	9,489	99.7%	
其他 (請說明)	30		
中華人民共和國	3		
日本	1		
美國	1		
馬來西亞	13		0.3%
菲律賓	1		
越南	3		
新加坡	1		
緬甸	2		
國籍	9,519		



新僱員



新僱員



新僱員



老僱員



老僱員



老僱員



老僱員



老僱員



老僱員



老僱員



老僱員



老僱員

● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care



■ 9.2.1 人力結構

類 別		男	佔該類 佔比	女	佔該類 佔比	合 計
性 別		4,616	48.5%	4,903	51.5%	9,519
職 務	一般職	4,458	48.3%	4,770	51.7%	9,228
	管理職	154	52.9%	137	47.1%	291
年 齡	30歲以下	3,692	47.2%	4,132	52.8%	7,824
	30~50歲	911	56.1%	712	43.9%	1,623
	50歲以上	13	18.1%	59	81.9%	72
學 歷	博士	2	100.0%	-	0.0%	2
	碩士	30	48.4%	32	51.6%	62
	大學/專科	2,697	44.9%	3,308	55.1%	6,005
	高中職及以下	1,886	54.7%	1,564	45.3%	3,450

■ 國際化招募策略



中國



美國



日本



馬來西亞



新加坡



菲律賓



越南



緬甸



員工福利



綠色生產



設計工藝



1993



品質認證



CS&CSR



品質達標



員工培訓



團力



綠色生產



關懷以家

● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care

■ 9.2.2 薪資與福利

本公司秉持「人才是公司最重要資產」的理念，提供同仁具競爭力的整體薪酬，以吸引及留任最好的人才。以本報告揭露範疇為台灣事業群而言，營運據點包含台灣總公司以及旗下所有品牌分佈於全台灣的店舖，其紋薪乃依據台灣政府法令、業界實務及人才市場狀況設計薪資制度，透過薪資調查，衡量市場的薪資水準及總體經濟指標，對同仁本薪作出適當的調整，以維持公司整體薪酬的競爭力。2015年全職同仁起薪為基本工資的1.3倍，計時同仁起薪也依照公司政策，追求優於基本工資，公司所有同仁所享有的薪資福利不會因性別、年齡或其他條件而有差別待遇，正職與計時同仁亦皆享有同等福利水平。

退休福利方面，包含舊制退休金及新制退休金，舊制退休準備金每年依精算師精算舊制應準備之金額進行提撥，如有退休申請則依法辦理。新制退休金依據勞工退休金條例進行提撥，雇主於每月工資6%範圍內提繳退休金，除實習生外適用所有同仁。相關提撥情形請詳本公司2015年年報。



■ 提供給全職同仁的福利

福利項目說明	
獎金福利	每月績效獎金分紅 年終獎金
節慶福利	三節禮券 同仁生日用餐招待或優惠
教育訓練	外部訓練金額補助
其他福利	定期年度健康檢查 免費提供工作餐 婚喪及生育禮金 國外旅遊補助(註)

註：指各品牌事業處指定

■ 育嬰假申請及復職率統計

為保障孕婦的工作權益，給予懷孕同仁在工作上之禮遇與照顧，公司規章明訂孕婦條款，並依法落實育嬰假申請核可，使同仁得以兼顾工作與家庭的責任。

2015年度符合育嬰假申請同仁為452人，實際申請94人，申請率20.8%。

項 目	男	女	總 數
符合育嬰假申請資格人數(A)	237	215	452
實際申請人數(B)	12	82	94
申請率(B/A)	5.1%	38.1%	20.8%
原應復職人數(C)	10	52	62
原應復職且復職人數(D)	4	25	29
復職率(D/C)	40.0%	48.1%	46.8%
上一年度復職人數(E)	7	42	49
上一年度復職滿一年人數(F)	1	15	16
留任率(F/E)	14.3%	35.7%	32.7%





● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care

■ 9.2.3 產學合作計劃

本公司重視人才培育多年，更希望餐飲人才培育可以往下紮根，深入校園發掘未來優秀人才。為了培育餐飲新秀加入，我們響應勞動部整合事業單位及技職體系資源的計畫，塑造兼具理論課程及實務經驗厚實的技術人才，降低學校教育與職場技能的落差。也有助於企業的育才與留才，獲得更豐沛的人才資產，可謂雙贏的策略規劃。

多年來與各校之實習合作配合的類型有：產業學院、大學校外實習、階梯三明治、進修班、產學攜手計畫及雙軌班，共6大類合作方式。

希望學子們從求學過程中就可以認識公司經營理念與企業文化，培養優良之餐飲人才，進而達到育才與留才的目標。

因應少子化及競爭激烈的招生環境，本公司為求有效投資人才，近年除了配合一般實習，也開始與各校配合實習專班，提早培養潛力生力軍。

■ 產學合作計畫成效



年度實習生 743名

佔當年同仁人數 7.8%

政府補助款 200 萬元





職等薪資法



職業生涯規劃



辦公生活

1993
一甲子

ISO認證



顧客服務



獎狀榮譽



員工滿意度



團隊合作



綠能環保



身心健康



● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care

■ 產學專班校系與規劃



多年來與各校之實習合作配合的類型有：產業學院、大學校外實習、階梯式三明治、進修班、產學攜手計畫及雙軌班，共6大類合作方式，2015學年度共與78校、86個科系合作，合計743位建教合作生加入，佔公司同仁總數的7.8%。



- 實習前**
- 學歷衔接培養
 - 留任發展追蹤



- 實習中**
- 期初開懷座談
 - 專班課程管理
 - 實習生管理
 - 期末座談會



- 實習後**
- 實習說明活動
 - 面試分發簽約
 - 留前說明會



薪資福利



職業生涯



員工滿意度



1993



ISO認證



CSM評量



績效管理



員工身心健康



多元文化



永續經營



滿意度

● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care



■ 9.2.4 關鍵人才發展計劃

本公司致力於發展國際化，為培育中高階人才，提昇主管領導統御能力，並加速組織發展及活化組織，2015年成立「人才委員會」，由董事長、執行長、總經理、人資主管、訓練主管等高階主管共同組成，負責王品集團台灣地區「關鍵職位」(經理級以上)之人才管理制度與接班養成計畫之督導與管理，以及關鍵職位人才之人才選遞、培訓發展、出缺遞補等流程之參與及執行。

以菁英人才庫的概念為人才管理制度設計主軸，推動「關鍵人才管理辦法」，將「經理」、「事業群/部門主管」職位之儲備人才透過定需求、選人才、培訓發展、出缺遞補四步驟進行全面性人才管理。

■ 關鍵人才管理



■ 關鍵人才發展指標



說明：

- 1.啟用人才 = 管理以上主管
- 2.啟用率 = 啓用人才佔總管理級以上主管的佔比
- 3.晉升率 = 關鍵人才晉升人數/關鍵人才期初人數
- 4.留任率 = $1 - (\frac{(離職 + 退休 + 職場停薪)}{期初})$

● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care



■ 9.3 健康體系

職場安全衛生是我們對同仁許下的重要安心承諾，除了提供令顧客滿意的優質服務與產品食用安全，更需秉持著尊重與關懷同仁的宗旨，提供安全與健康無虞的工作職場，定期檢討與改善工作環境，積極防止職業災害發生。台灣地區設立職業安全衛生委員會，依法推舉勞工代表，定期召開會議討論公司勞工安全衛生相關規範制訂及推動。目前與職業安全衛生委員共同擬訂公司職業安全衛生政策，其中已包含公司承諾，主要可分為四大方向—

附录二

符合勞動及職業安全衛生相關法令要求，落實
安全與健康管理之責任。

风险识别

推動工作環境風險改善，防止職業災害發生，降低營運風險損失，以達到永續經營與發展之目標。

諸物語

加強安全訓練與健康衛教宣導，提升同仁安全與健康意識。

持续改善

以「職場零災害」及「職場零事故」為目標，擬訂有效的預防對策，實施自主管理及定期審查制度，確保同仁工作安全。

■ 傷病性工作統計表

2015年職災統計主要工傷肇因來自於同仁上、下班途中的交通意外及營運工作中執行業務所發生之事故(如:切割變傷、滑倒、撞傷...等)。其中交通意外計28件、執行業務計22件、需住院觀察之重大職災意外1件(需留院觀察傷口縫合情形),共51件。

職業健康與安全	2015年
工傷率 (IR)	0.49
職業病率 (ODR)	0
缺勤率 (AR)	85.91
誤工率 (LDR)	32.540
死亡數	

四〇

1. GR工時率=總徵求工時/總工時=工務事務總工時/工作總工時數 = 200,000/100 = 按理來說 50 個星期，但實際則 49 週工作，有 100 天是無效時間。
 2. GRB比率=總申請工時/總工時(GDR)=需求與供應在總計 / 工作總工時 = 200,000/100 = 依理說每年 50 周加班，但其實 40 個工作日，有 100 天是無效時間。
 3. GRB利用率(AIR)=就勤天數/工作總工時 = 25,000/100 = 依理說每年 50 個星期，每星期 5 個工作天計，有 100 天是無效的周末，就勤天數就約為四百萬工時和人力在這樣的狀態，多麼無用，但沒有採算先兆的板橋，這指的就是。
 4. GRB比率(GDR)=就勤天數/工作總工時 = 25,000/100 = 依理說每年 50 個星期，每星期 5 個工作天計，有 100 天是無效的周末，就勤天數就約為四百萬工時和人力在這樣的狀態，多麼無用，但沒有採算先兆的板橋，這指的就是。

■ 離乳安全衛生委員會諮詢比例

地區	台灣地區
勞工代表人數	8
委員會總人數	15
比例	53%

註：勞工代表人數/諮詢會議人數×100%

在維護職場安全衛生之外，我們同時積極提倡運動風氣，落實打造健康職場，其中每年於總部與各事業處皆不定期舉辦各項戶外活動，鼓勵所有同仁走出辦公室與店舖，在繁忙工作之餘，還能追求身心靈和諧，更達到強身健體的功效。2015年共計完成多次登山活動，以及單車南北縱騎等活動，也累積團隊合作默契及向心力。

■ 廉潔安全衛生發展重點





員工福利



員工手冊



職業生涯

1993
公司成立

HR管理



溝通



品質保證



員工滿意度管理



員工照顧



社會責任



員工健康

● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care

■ 9.4 同仁關懷

為維護同仁權益，加強勞資雙方溝通的管道與頻率、創造平等的工作機會及員工諮詢與協助，除了定期舉辦同仁滿意度調查、同仁0800案件處理與勞資會議外，在總部也舉辦「擁抱新星」活動，關懷新進同仁，期望能透過多元的溝通管道，使勞資雙方可以有效溝通與表達想法，達成勞資雙贏。

在店舖同仁方面，我們提供暢通的意見表達管道，聆聽同仁的聲音，可透過內部同仁0800專線向公司提出建議或詢問，甚至抱怨與投訴；總部則是每半年定期舉辦同仁滿意度調查，針對公司所規劃的相關福利制度以及內部各項勞動作業與行政規範等，則透過調查結果來接收同仁建議並尋求改善。

2015年度同仁滿意度調查平均分數87.8分，0800具名意見反應則有44件，為了有效達到關心同仁，創造滿意的工作環境與福利制度等目標，公司亦規劃成立『同仁滿意度提昇小組』，進一步研擬實際行動方案，創造更和諧圓滿的勞資溝通環境。

公司的勞動規範及人事規章皆依據「勞動基準法」、「性別工作平等法」、「職業安全衛生法」等法令相關規定辦理。因此，在報告期間，並無發生任何貪腐、壟斷、詐騙等相關情事；公司恪遵基本人權主張，2015年也未出現任何有違性別平權或身心障礙歧視的事件。另方面，各店舖亦定期召開勞資會議，且透過公司內部平台回饋其執行情形，可增加勞雇雙方溝通管道，並確保溝通有效性，其執行作業已於各地勞動相關單位完成勞資會議核備作業統計至2015年度，共有273家。公司並無工會組織，一切依循勞動基準法為準，以保障同仁工作權為優先。統計2015年度，經由正式申訴機制立案的勞工實務申訴合計44件，協調解決成功率達100%；勞資協調案件共計4件，協調案件多與勞動條件有關，所有案件皆已於當年度全部解決並結案。

■ 同仁滿意度調查內容



■ 同仁0800意見內容

類型(%)	件數	回應方式
領導風格	18件	1.先與申訴當事人進行面談，釐清申訴原因與事件細節
薪資福利	14件	2.如事件屬實，則依層級先與當事人主管溝通，協助解決其中訴問題。
工作內容	5件	3.若申訴問題屬違規情事，且調查屬實，則依公司規定程序，予以議處。
組織氛圍	5件	
公司政策	2件	
具名案件數(件)	共44件	

協調成功率
100%





營運管理



研討會



設計主辦

1993
大業起

CMMI



COOL UP



獎勵管理



顧客滿意度



員工福利



國際化



服務理念

● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care

■ 9.5 職涯培訓

人才是我們最珍貴的資本，也是企業追求卓越及永續經營的關鍵優勢。在「因材施教」的訓練理念下，依照不同職級的需求提供不同的教育訓練，建構完整的人才發展培育體系，透過系統化的學習，培養出願意和我們一起成長向的工作夥伴。總計2015年訓練成果，公司及事業處課室訓練共舉辦120梯次，培訓4,367人次，員工訓練總時數達48萬2,602小時，其中平均每人受訓時數為50.7小時。

針對一般同仁與新進夥伴，為協助加深企業文化認同感，規劃透過『王品e大』的線上學習課程，讓新進同仁認識公司沿革及企業文化、同時納入性騷擾防治、性別工作平等等人權相關課程。

此外，店舖還有完整課程與工作訓練，幫助新進同仁了解各品牌定位與精神、專業知識、服務流程及顧客需求等。店舖採用專屬訓練師一對一輔導，OJT(On Job Training)教學，協助新進同仁儘快融入工作環境。

店舖基層幹部則為其安排管理師基礎課程等，強化溝通輔導與培育技巧及基礎管理職能，有效累積領導經驗並帶領同仁追求職涯成長。另在每年舉辦兩天一夜的『領袖學苑』，由董事長與執行長帶領，與幹部們貼身會談，透過工作坊(Workshop)形式，提升基層幹部的視野與胸襟。

店主管（店長、主廚及店裏理）是店舖營運的重要靈魂人物，負責將企業文化及核心價值傳達給第一線同仁，以及來店消費者們。因此除了工作技能培訓外，還安排許多專業職能課程，例如講師技巧、深層溝通等，最後還要接受乙(丙)種勞安、防火管理人及急救人員等外訓課程，取得專業證照，定期參加回訓。



■ 2015訓練成果統計

項目	年份	2015	2014
新人店舖訓練	345,357	426,843	
事業處課室訓練	12,110	47,862	
集團課室訓練	54,910	61,378	
數位學習	67,007	43,601	
企業外訓	1,828	2,755	
中常會二代演講	1,390	-	
總計	482,602	582,439	

■ 集團各類訓練時數總統計

項目	年份	2015	2014
(A) 同仁人數 (截至12/30為止)	9,519	10,794	
(B) 總訓練時數	482,602	582,439	
(B/A) 每位同仁 平均受訓時數	50.7	54.0	





福利制度



職業訓練



經營文化

1993
成軍

績效評量



意見回饋



獎勵管理



員工滿意度



員留率



員健康



員生活

● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care



■ 2015專業職能課室訓練成效

課程名稱	對象	課程時數 (hr/人)	開課頻次
廚藝基礎	三廚以上同仁	60	2
講師技巧	1.店長主廚以上 2.總部襄理級以上主管	20	6
簡報技巧	1.店長主廚以上 2.總部襄理級以上主管	10	3
深層溝通技巧	1.店長主廚以上 2.總部襄理級以上主管	10	6
心智圖之學習力	1.店長主廚以上 2.總部襄理級以上主管	10	3

■ 領袖學前課程時數統計

級別	2015		2014	
	男	女	男	女
1	8	160	1	20
2	4	80	8	160
3	0	0	1	20
4	1	20	0	0
小計	13	260	10	200
			27	540
			6	120

■ 依性別及職等區分之訓練成效

職等	2015 單單總數120生					
	男	女	男	女	男	女
0	490	43	11.4	580	57	10.2
1	5,430	354	15.3	6,980	449	15.5
2	12,160	821	14.8	11,260	764	14.7
3	9,590	581	16.5	6,130	388	15.8
4	2,460	130	18.9	1,660	91	18.2
5	3,380	243	13.9	970	76	12.8
6	1,740	122	14.3	2,150	160	13.4
7	790	31	25.5	620	28	22.1
8	170	7	24.3	170	7	24.3
9	190	10	19	40	2	20
10	40	2	20	0	0	0
11	0	0	0	20	1	20
總計	36,440	2,344	15.5	30,580	2,023	15.1

■ 店主營業幹部外訓專業證照持有及訓練時數一覽表

課程名稱	訓練時數(hr)	持證人數
甲種勞安	42	3
乙種勞安	35	233
丙種勞安	21	61
防火管理人	12	298
急救人員	18	442
中餐乙級	400	9
中(西)餐丙級	48	2590



員工福利



職業成長



職涯生涯

1993
公司創立

CSR報告



回饋意見



品質管理



環境永續管理



員工參與



薪資福利



員工滿意度

● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care

「同行不是冤家、異業可以為師」因此，本公司自1997年起即邀請各行各業的賢達，對公司決策核心-中常會成員，分享成功之道，至今已累積了487位中常會王品之師。經理階層亦於每個月『二代經理會議』中，定期邀請二代王品之師，傳承成功經驗學習。

參與競賽活動也是同仁訓練的一部分，提供表現優異店長另一學習及展現自我的舞台。

「2015年全國商店優良店長表揚暨傑出店長選拔」(下稱傑出店長)由台灣連鎖暨加盟協會(TCFA)所主辦，從1995年開始每年舉辦至今，已表揚5,000餘位連鎖產業第一線的優秀店長。參選人歷經畫面審查、神秘訪客、公益參與、面試等重重關卡，遴選出近500位傑出店長。

王品集團2015年由10品牌各推舉一位成績優秀的店長，共10位店長代表參加全國傑出店長選拔，6位獲得優良店長的殊榮，4位獲選為全國傑出店長的榮銜。

■ 二代王品之師演講學習時數統計

年份	二代	
	次數	訓練時數 (hr)
2013	12	990.00
2014	10	825.00
2015	12	990.00
總計	34	2805.00

■ 中常會王品之師演講學習時數統計

年份	中常會	
	次數	訓練時數 (hr)
2013	18	900.00
2014	13	650.00
2015	8	400.00
總計	34	1950.00





福利與獎勵



研討會資源



辦公室文化



1993



ISO認證



意見回饋



品質保證



員工滿意度



群力-同仁照顧



永續經營



職場健康

● 群力 - 同仁照顧 TEAMWORK - Employment Care

■ 9.5.1 無紙化學習成果

數位化時代來臨，本公司自2010年起，即建置「王品e大」-E-learning數位學習平台，推動「數位學習產業推動與發展計畫」，目前線上有365門以上數位課程，類別包含食安、企業文化、管理、溝通等，課程內容採小課制，一課一概念十分鐘完成。

2015年共403,815人次登入王品e大進行課程開學習，較前年成長16%，集團各職級同仁所接受的訓練時數統計如下表，其中以計時同仁(對應為0職級)E-learning受訓時數佔最大宗，達近40%。



■ 「王品e大」-E-learning學習時數統計



■ 數位學習課程閱讀時數統計

職級	2015/hr		
	男(hr)	女(hr)	合計(hr)
0	17631.1	22764.5	40395.6
1	1220.3	1273.7	2494.0
2	7569.6	8591.2	16160.8
3	2464.1	2238.4	4702.5
4	691.2	459.0	1150.2
5	845.8	218.9	1064.6
6	717.1	292.1	1009.2
7	11.0	9.4	20.4
8	9.7	0.6	10.3
9	0.1	0	0.1
10	0	0	0
11	0	0	0
總計	31,160	35,848	67,008

創新-綠能環境

INNOVATION - Environmental Care



臺灣的公司



最佳永續方案



綠色生活



1993



營收成長



口碑傳播



品質優良



客心滿意服務



員工福利



永續經營



善舉行善

● 創新 - 綠能環境 INNOVATION - Environmental Care

■ 10.1 能源管理

永續環境的發展中，能源耗用一直是社會大眾所關注之議題，而本公司體認到友善環境之重要性，因此我們積極推動店舖的節能減碳之專案，希望致力於能源使用效率之提升且減少能源浪費情形發生。

因應氣候變遷所帶來的暖化衝擊，我們也積極從店舖端來執行節能省碳。除了設備端如T5燈具、LED燈等，我們也擬定了集團招牌共同開關燈時間，希望藉由時間設定幫助店舖管理電力使用以減少浪費情形發生。透過一些節電措施，2015年店舖的平均使用度數較2014年減少500度，總合計度數共減少近60萬度，三年內省電度數達5%以上。其節電成效實屬有目共睹。

為落實環保節能之需求，在採購方面也選用具有節能、省水等環保標章認證之產品，包含T5燈管、LED燈管、節能飲水機等多項節能產品。並於2015年投入近4,600萬在三大環保標章產品採購上。

本公司對於環境永續與能源管理的四大理念

① 能源管理落實

積極推行節水節電等措施，不僅減少資源浪費，更能善盡對地球的永續發展。

② 支持綠色採購

隨著環保意識觀念的普及，在工程與食材採購上皆要求供應商優先提供對環境衝擊較少之產品。

③ 培養節能觀念

教育同仁隨手關燈節水，減少對資源浪費與環境永續。

④ 打造綠色環境

視環境保護為企業治理重點，積極使能源有效利用及保護，提升整體生態效益以達到環境保護之效益。

■ 能源使用數據

		店舖	總部	合計度數(度)
		小計(度/月)	小計(度/月)	
電力	2014	5,320,000	24,000	5,344,000
	2015	4,726,000	22,800	4,748,800
天然氣	2014	440,800	-	440,800
	2015	352,202	-	352,202
水	2014	243,200	3,800	247,000
	2015	214,060	3,640	217,700





● 創新 - 綠能環境 INNOVATION - Environmental Care



■ 节能设备採購

品名	店舖採購金額(註2)		近兩年合計採購金額(註1)
	2014	2015	
	T5燈管	1,755	1,560
	LED燈管	4,387	3,900
	分離式冷氣/變頻空調	2,700	2,400
	節能飲水機	1,350	1,200
	省水龍頭	144	128
	省水馬桶	1,012	900
	節能商用冰箱	4,500	4,000
	水泥漆(註3)	675	600
	砂酸鈣板(註4)	10,125	9,000
	空調系統冰水主機	22,500	20,000
	避難方向指示燈	900	800
	洗碗機(註5)	1,620	1,440
合計	51,669	45,928	97,597

註1. 單位：仟元。

註2. 店舖採購金額以當年成立之新開店與裝修店店數作計算。

註3. 水泥漆一家店平均約使用5桶(5加侖/桶)。

註4. 砂酸鈣板以平均80坪之店舖計算共約使用150片。

註5. 洗碗機目前以承租方式，故計算標準以一年之承租費用計算。

■ 節能成效



餐飲業一直是用水大戶，因此節水方面是本公司長期重視之議題。為減少水資源之浪費，在新開店方面皆統一安裝省水馬桶與省水龍頭等設備，希冀藉由設備端達到省水之成效。內部統計，以2015年新開店45家為例，設置省水設備可幫助水資源年省近4,700噸。

統計2015年總用水量度數約為217,700(度/月)，較去年明顯降低約12%，其節水成效實屬可觀，而後續也將持續投入水資源的節省與利用。

■ 省水成效





職員福利



顧客服務



設施設備



1993



能源耗用



回饋意見



獎項榮耀



職員滿意度



職員更替



永續經營



綠能生活

● 創新 - 綠能環境 INNOVATION - Environmental Care

■ 10.2 節能倡議

為了讓環保更進一步落實，本公司對於店舖的照明、空調及水等資源皆有嚴格的控管與執行。在照明方面即採用LED燈具或T5燈具；空調方面則使用變頻冷氣機或使用百葉窗窗簾；水資源方面則使用省水馬桶及感應式省水龍頭。以上節能措施皆有導入至新開店之店舖，2015年導入節能設備之成效，較去年同期最高達到30.49%。

另外本公司也積極建立綠色採購機制，2015年在環境設備的採購達422萬，近兩年的採購金額也達822萬，對於環保節能的投資不遺餘力。

■ 店舖節能成效統計

單位：店

節能措施項目/年度		2014	2015	總節能成效 (與前一年相比)
照 明	1. 採用高效率安定器及節能標章環保燈管(T-8 32W)	126	143	11.89%
	2. 照明點燈時間管理(timer)	236	284	16.90%
	3. 導入電子安定器及T-5型燈具	236	284	16.90%
	4. 投射燈採用LED光源	189	220	14.09%
	5. 小燈箱採用LED燈具	57	82	30.49%
空 調	1. 採用高效率變頻冷氣機	135	142	4.93%
	2. 空調區域冷房控管	198	218	9.17%
	3. 加裝阻隔冷氣外洩裝置	265	284	6.69%
	4. 落實空調定期保養	265	284	6.69%
	5. 百葉窗窗簾	201	224	10.27%
水	1. 使用感應式省水龍頭	265	284	6.69%
	2. 使用省水馬桶	265	284	6.69%
	3. 小便斗自動沖水	265	284	6.69%

■ 綠色採購投資

單位：新台幣仟元

	2014	2015	近兩年累計金額
環境設備	4,000	4,220	8,220
標章採購	51,669	45,928	97,597
總投資金額	55,669	50,148	105,817

註：環境設備包含靜電機、水流機及蔬油機等
污染防油硬體投資、操作維護、設備折舊
及環境檢測。





永續經營



社會貢獻



營運管理



成立於1993



永續發展



顧客服務



100% 認證



企業形象



多元人才



貿易-綠能



綠能-心

● 創新 - 綠能環境 INNOVATION - Environmental Care

近年來地球氣候變化劇烈，人類活動加速了溫室氣體產生而導致大氣溫度升高。為緩和氣溫上升之速率，本公司也積極幫助店舖降低能源使用量及提高能源的使用效率。包括倡導節能與推動店舖契約容量調整等。統計2015年電力碳排放量約為301萬(kgCO₂e/年)，較2014年有明顯降低約11.17%，能源管理成效顯著提升。

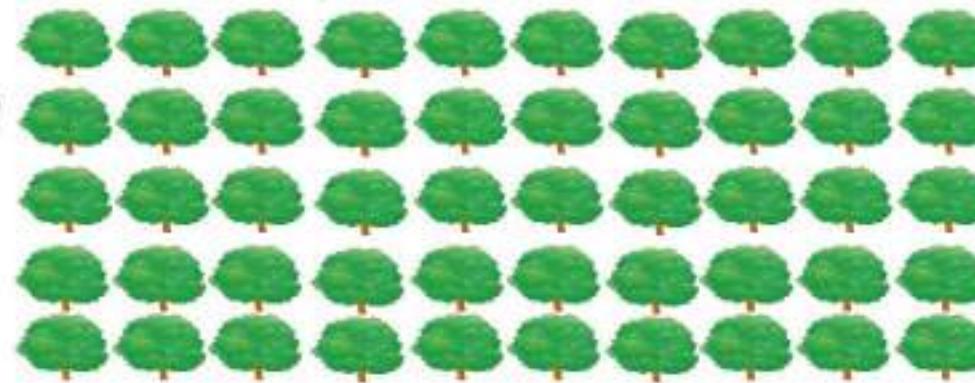
另外依林務局-植樹減碳網站揭示，一棵樹一年約可吸收12公斤的二氧化碳，因此依2015年的減碳成效來看，相當於為地球種植31,531棵樹。未來本公司也將持續投入環保議題，為地球永續發展貢獻一己之力。

■ 溫室氣體排放量

		店舖使用 平均度數	碳排放量 (kgCO ₂ e/年)	與去年碳 排放量相差	與去年相比 減少百分比
電 力	2014	17,500	3,388,840	378,378	11.17%
	2015	17,000	3,010,462		
天 然 氣	2014	1,450	921,272	185,170	20.10%
	2015	1,538	736,102		
水	2014	800	47,424	5,682	11.98%
	2015	770	41,742		

註1. 溫室氣體排放量統計以全臺店舖為主。
註2. 電力碳排放量係數0.637kgCO₂e/kWh；
天然氣碳排放量係數2.09kgCO₂e/kWh；
水碳排放量係數0.195kgCO₂e/kWh。

2015年減碳成效相當於為地球栽種 **31,531** 棵樹





● 創新 - 綠能環境 INNOVATION - Environmental Care



■ 10.3 廉棄物管理

在店舖日常營運中，舉凡報廢餐點、廚餘、資源回收等廢棄物，為避免造成環境污染，因此依循環保署「一般廢棄物回收清除處理辦法」公告之項目，擬定「報廢餐點及廢棄物管理作業指導書」，由食安部主責規範各事業處及集團內加工廠的廢棄物管理作業，確保廢棄物流向符合相關法令。同時在新設餐廳或營業地址遷移之前，須確實評估店內會產生之廢棄物種類及數量，如實填具「事業廢棄物清理計畫書」，並將資料提交各地環保局，以符合營業登記設立必要程序。

其中與食品安全息息相關的廢油管理，我們也設計了油品監控記錄表，依據食品良好衛生規範準則附表二中第五條「油炸用脂總極性化合物含依循食品良好衛生規範準則附表二中第五條「油炸用脂總極性化合物含量達25%以上時，不得再予使用應全部更換新油」。並嚴格要求各店舖的廢油回收，須交付合格廠商處理，避免遭到不當回收使用。

■ 餐飲業回收管理宣導準則



圖面來源:台中市政府環境保護局

滿意-社會關懷

SATISFACTION - Social Care

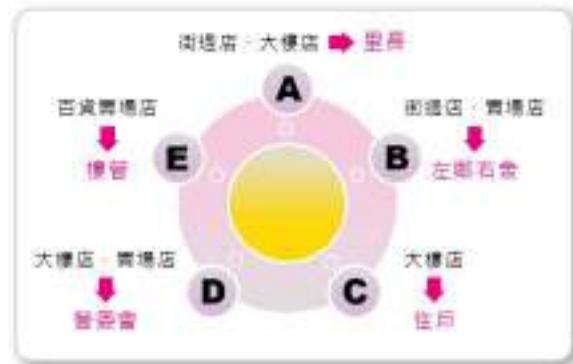


● 滿意 - 社會關懷 SATISFACTION - Social Care

■ 11.1 社區經營與溝通

在積極佈局公司營運版圖，快速展店的同時，更重要的是需考量展店所帶來環境、社會等面向的影響。我們堅持在店舖營運與當地社區生態間維持平衡點，營造雙方的共生共榮。每開新店鋪見點前，皆由工程部針對環境問題(如：排煙、排水、噪音等)展開深入評估，且由企業關係部邀約該地房東及管理委員會等利害關係人舉行訪談和溝通說明。開幕後，則由該店主管協助負責當地社區居民議合。目前並無具有實際或潛在負面衝擊之營運據點。

■ 社區環境主動式經營



展店前評估專項	
項目	說明
遵守政府法規	符合政府有關空氣汙染物、噪音、廢棄物等各項環保排放管制標準
防災計畫溝通	針對火警、消防事件等演練應變計畫，並請求相關單位支援協助。
睦鄰回饋計畫	社區活動參與或補助
建立溝通平台	藉由不定時地敘親鄰鄰，與居民建立溝通平台，降低負面事件產生及影響。
民情溝通交流	安排與房東或管委會溝通洽談，瞭解其關心議題並協助提供解決方案。
排煙・排水狀況預防	針對住辦大樓內的店舖，兩詳細規劃排煙、排水問題，避免造成環境問題，影響同樣用戶居住權益。

因應本公司現有店舖店型涵括街邊店、大樓商辦店、百貨賣場店等等，店型差異化亦延伸出不同的利害關係人議合需求，因此每年定期舉辦『公關在地化課程』，透過實際案例分享，讓各店舖了解如何質疑利害關係人需求並達成完善溝通。

關於店舖在地經營管理的工具，我們設計了店舖公關重要意見一覽表，翔實記錄民眾鄰舍或房東的需求，並納入改善調整。據內部統計，重要公關意見前三名分別是噪音問題(人為及設備造成)、空氣問題(油煙氣味為主)，以及環境問題(廚餘、油漬及水溼清潔等等)。

■ 環境與社會衝擊問題申訴及處理

申訴管道	種類	投訴問題 類型	2015		因應方式
			件數	占比%	
顧客0800 (電話或 Email)	在地社區 環境相關 申訴	擾攘討債	51	60%	此類型相組申訴 均轉達該店舖 以及相關事業處 ，進一步與申訴 人接觸說明，教 育誇解共識。
		漏電行為	18	21.18%	
		麻痺施工	15	17.65%	
		資訊問題	1	1.18%	



● 滿意 - 社會關懷 SATISFACTION - Social Care

■ 11.2 顧客滿意度經營

為顧客創造貼心溫暖的愉悅服務體驗，是我們一貫的經營理念。好的服務，可以引發主動的口碑分享，給予第一線的服務同仁最直接的肯定，激發服務同仁不斷提升服務品質，營造正向循環。

我們透過店舖內的顧客用餐建議卡，以及顧客0800服務專線，來收集顧客的讚美與抱怨，從讚美中持續落實優質服務，從抱怨中檢討服務流程與顧客應對，以創造最大顧客滿意度為目標。

在顧客建議卡設計方面，我們遵守新版個人資料保護法，在兼顧資料隱密性的前提下，置入用餐頻次、介紹率、菜色滿意度等指標，迎合時下大數據趨勢據以分析，和顧客進行適客化的行銷互動。

其整體滿意度評分，與前年相較，大致皆呈現成長曲線。因服務不周等相關建議，將由店主管加強服務技能溝通尋求改善。菜色滿意度若未達90分，廚藝團隊則須針對菜色內容重新檢視，若仍未能進步，在新菜研發上市時，便會置換滿意度不佳的菜色。

另一個經營顧客滿意度的管道，則是顧客0800服務專線。我們將顧客意見內容區分為菜色、服務、氣氛與其他等四類，若接到抱怨電話，則將由0800客服發展組依據準則判斷，並通知相關事業處與主管處理，與顧客互動；若是讚美電話，亦納入每日報告，並一併於內部網站公告，激勵所有同仁精進服務品質。自2012年，讚美通數正式超越抱怨通數後，迄今仍維持讚美高於抱怨的顧客滿意表現，也是對於同仁服務水平提升的肯定。

■ 顧客滿意度分數



品牌	2014	2015
原燒	94.7	95.4
王品 Hung's	97.0	97.3
無敵	96.6	96.6
夏慕尼	96.2	96.2
白痴披屋	93.6	93.2
新米蘭廚房	94.1	93.6
日式	95.5	95.7
TASTY	94.1	94.3
品田牧场	95.2	95.6
石二鍋	94.9	95.1
hot 7	88.6	90.6
ita	91.7	93.5

企業社會
責任誠信透明
經營

誠實正派

1993
年成立

CSR標榜



CSR活動



誠實可靠



用心服務社會



誠實守信



誠實可信



滿意-公益

● 滿意 - 社會關懷 SATISFACTION - Social Care



■ 11.3 公益推廣

『取之於社會，當回饋於社會』是我們的企業信念，多品牌的發展，也讓我們足以累積更多能量，為各角落等待扶助的弱勢團體，援以一臂之力。各品牌的公益活動，須結合『公益、健康、文化、運動、環保、節能、慈善、保育、教育、關懷』等主軸，依循品牌定位規劃結合社會公益議題，落實『一品牌，一公益』理念。

2015年舉辦西堤第八屆『熱血青年召集令 - 定期捐血 - 傳愛無限』活動等多場品牌公益行銷活動，並且投入3,068萬元的活動經費，募款金額超過2,280萬元及其他實質公益成效，同步喚起社會大眾重視並投入公益議題。



類別	活動名稱	經費支出(元)	活動效益
關懷	王品戴水基金會 【國中、國小清寒助學金】	*30,505,000	補助人數6,101(人)
公益	西堤『熱血傳愛・熱情暖冬』活動	1,462,011	募血量2,156,000(c.c.)
教育	陶板屋『知書達禮-改變偏鄉教育』 募款活動	7,367,876	募款金額1,511,500(元)
關懷	原燒『一人衣愛助兒盟』活動	11,538,400	募款金額13,086,304(元)
環保	聚銀『一筷響應・愛地球』活動	16,488,602	參與人數48,383(人)
慈善	夏慕尼『音樂夢飛揚・博愛樂章・暖心共享』活動	3,388,967	募款金額(元)4,480,000
公益	幸福袋著走・愛無阻礙』活動	1,325,021	募款金額3,730,000(元)
健康	舒東『千人行 健康萬步走』活動	1,400,000	參與人數3,000(人)
教育	王品盃托盤大賽	4,200,000	參與隊伍192(隊)

*說明：為獎學金總金額，不列入活動經費之總金額計算。



● 滿意 - 社會關懷 SATISFACTION - Social Care

■ 王品戴水社會福利基金會偏鄉教育關懷

基金會成立於2010年8月，透過創辦人戴勝益捐出個人股東50%，成立「王品戴水社會福利基金會」，每年的股息收入約新台幣5,500萬元全數作為偏鄉地區國中、小學童的獎助學金，可幫助10,000個家庭(每個家庭5,000元)，提供偏鄉孩童就學資源，建置更完善的教育環境。

我們所致力的方向：

助學計劃：

照顧全國清寒家庭子女就學，完成義務教育之學業，資助家境清寒之國中、國小學生在校學雜費用，幫助他們完成學業與就學開銷，免受棄學之苦。

助家計劃：

補助款項以「學生在學所需費用」為優先處理，所餘之款項再由學校老師與家長討論，進而補助家庭經濟之生活開銷。

關懷計劃：

感受到學童們的家庭需要再給多更多的擁抱與關懷，故逐年增修專案，規劃進行電話關懷拜訪慰問補助家庭，縮短彼此的距離，一聲關懷問候，表達最誠摯的心意。



據統計，王品戴水社會福利基金會清寒助學金在2015年共補助國中、小學童共計6,101人，總補助金額超過新台幣3千萬元。自2010年起累計挹注的助學金總額已達新台幣1.88億元，總累積補助人數為37,793人。在提供助學金補助之外，我們希望通過更直接的方式接觸受補助孩童，給予他們更多的關懷，所以2013年試辦了電訪關懷計劃，我們在首年以每校1~2位抽訪方式，利用寒暑假時間與補助家庭聯繫關懷。

王品戴水社會福利基金會 助學金補助統計						
項目 年度	以「全台」總計					
	國小 申請校所	國中 申請校所	總申請校所	總申請人數	總補助人數	總補助金額
2015	901	519	1420	10233	6101	30,505,000





● 滿意 - 社會關懷 SATISFACTION - Social Care

■ 計劃目標：

- ① 表達關心瞭解孩童與家庭的近況。
- ② 提供輕鬆愉快的對談，表達真誠關懷家庭的心意。
- ③ 宣導助學金運用方式，讓助學金充份運用於在學費用上。
- ④ 與家庭接觸，瞭解補助狀況，以利發展指標方向。

1. 關注每年度申請之個案及家況，展開延續計劃：

根據目前助學金申請次數概況顯示，已有孩童透過學校於2015年申請達4次，瞭解個案可發覺，每一個家庭跟隨歲月的變遷有不同的演變，值得我們深入關懷與幫助。再者次數的增加，相信可以讓此家庭對於王品戴水社會福利基金會的信任度提高，我們希望慢慢培養出許多長期攜手陪伴計劃，所以我們下一階段將投注心力分析補助次數多的個案做更進階的探討，讓該計劃更能符合社會與弱勢家庭的需求，讓發展方向能更向下紮根。

另外，補助對象為國小、國中生，補助時期可參與該孩童最無法獨立生活的9年時間，涵蓋了

求學的成長的黃金時期，我們期盼，在他們成長的求學過程能給予更多的資源與幫助。

2. 關懷校師助學金申請，運用之管道，與學校培養攜手計劃，給予最需要的幫助：

因社會的變遷與經濟環境的變化，伴隨著多重且複雜的家庭問題與多元化教育體制的改變，許多層面的需要和困難，為因應孩子們在貧窮文化中所衍生的問題，透過助學關懷老師動起來，提供校師有通暢的管道能更直接推薦弱勢孩童，提供生活關顧、家庭功能發展，全面照孩童，讓他們有機會擁有豐盛的童年與生命。

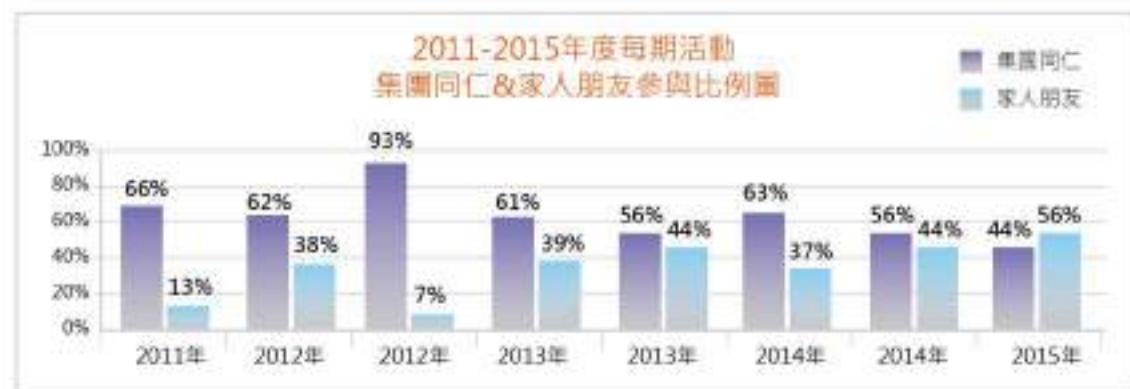
參訪關懷人數						
說明	國小	國中	小計	說明	國小	國中
2015南台灣 關懷家庭數	631	427	1058	關懷校所數	420	212
2015北台灣 關懷家庭數	597	522	1119	關懷校所數	406	219
合計	1228	949	2177	合計	826	503



● 滿意 - 社會關懷 SATISFACTION - Social Care

11

基金會志工隊於2011年8月份正式成立，目前參與志工數約有七百多位，全數由公司內部同仁自發性加入，每年定期規劃2場【大手牽小手 謂愛向前走】志工偏鄉服務關懷園遊會，極力推廣(國)公立國中、小學『王品戴水滴寒弱勢助學金』相關訊息，讓更多需求之清寒弱勢家庭學童能得到多一份社會力量的協助，同時提昇王品志工公益服務精神，強化偏鄉學童關懷力量。





員工福利



社會貢獻



辦公主場



1993



營業額



口碑



獎項



客心滿意度



社會關懷



國際化



滿意-公益

● 滿意 - 社會關懷 SATISFACTION - Social Care

■ 11.4 法規遵循

本公司致力恪守勞安、工安、建安，以及相關勞動及衛生相關法令，除了交由工程部、人資部、管理部等相關部門定期規劃教育訓練課程，協助店舖清楚了解法令規範與執行準則之外，再透過內部稽核系統檢核店舖落實情況，一旦發現有違規定，立即要求其進行改善措施，並且在改善後須回報。

統計2015年遭到相關單位裁罰情事，主要須改進事項仍集中於店舖環境維護，與店舖勞動力管理瑕疵。除了因店舖外的積水容器遭衛福部稽核發現病媒蚊孳生源，違反傳染病防治法第25條第2項規定，罰鍰新台幣三千元整之外，在食品雲追溯系統與供應商管理稽核措施之下，2015年並未發生任何食品衛生安全管理方面的違規情事，食安管控積極作為已較2014年大幅躍進。

關於2015年遭裁罰事件，除了依法繳納罰款，店舖於稽核後立即進行外部環境清掃，改善周遭衛生環境，同時內部將更謹慎關注店舖的環境、空汙等相關防範措施，要求店舖落實管理

監督；並且積極進行與店舖的雙向溝通與稽核，加強教育訓練與觀念宣導，也同步強化店舖幹部的管理職能，以符合法令規定，追求合法並達成社區和諧、顧客滿意。

有鑑於全台餐飲業態高度競爭，坊間不時可見過度行銷而導致廣告或標示不實的現象，除了誤導消費者認知，也損害了消費者權益。本公司早於2014年已由品牌部啟動專案，依循食品安全衛生管理法及消費者保護法，制定『產品標示及宣稱管理辦法』，確保產品宣稱及販售之完整包裝產品避免誇大不實或造成誤解。目前產品標示相符已完成100%，2015年無任何查核違規狀況。

另一方面，搭配食品雲溯源系統上線後，所有新菜上市皆須簽具菜色研發文件，且清楚標註餐點內容主要食材，由品牌部再次確認菜色命名與相關標示確實與內容食材相符後，與採購部共同會簽完成方可供應銷售。

■ 裁罰金額一覽

項目 \ 年份	2014	2015
環保相關	112,786	102,400
建安相關	655,374	260,000
食品衛生相關	3,000,000	3,000
身心障礙適用	702,653	40,016
勞檢	80,020	120,000
合計	4,550,833	525,416

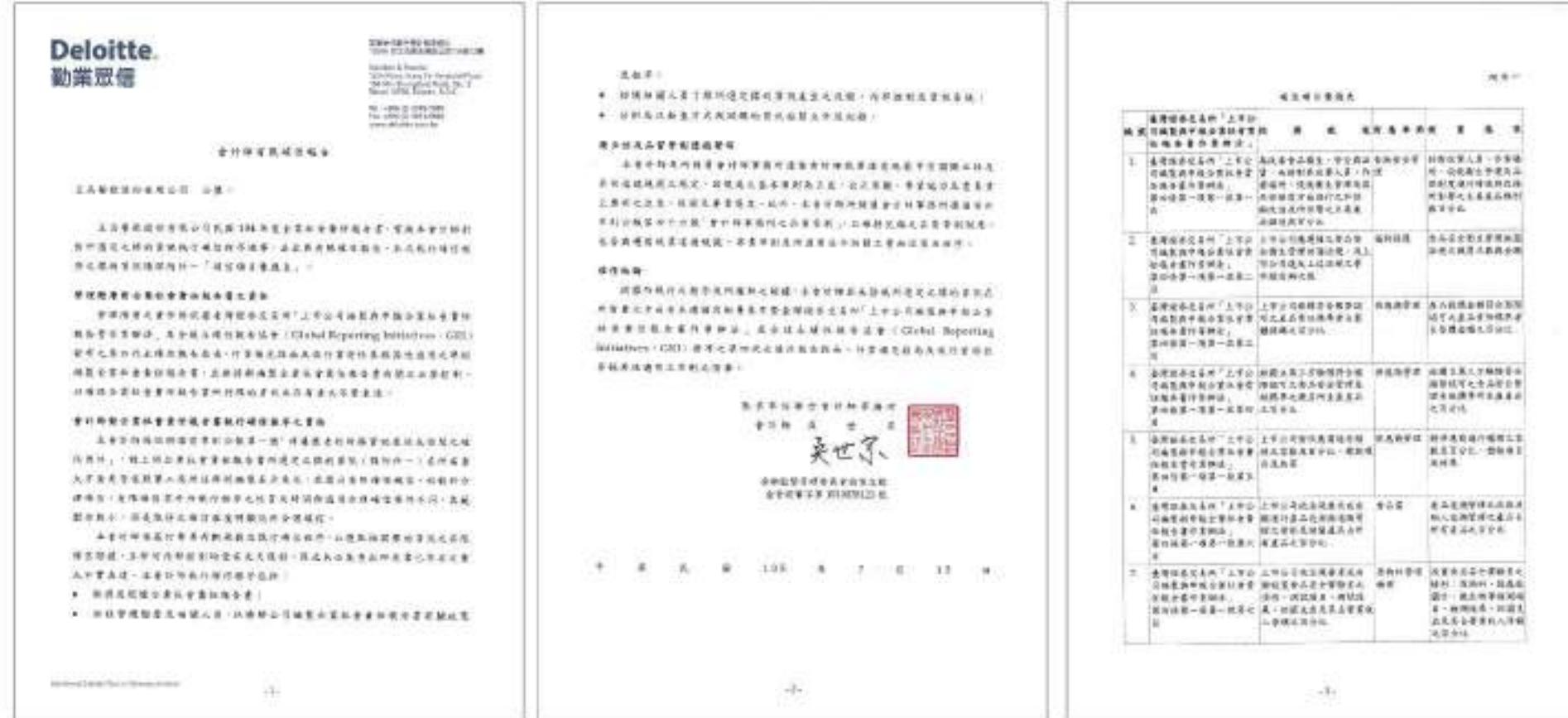
單位：新台幣 元



附錄

Appendix

● 附錄一-確信報告



●附錄二~GRI指標索引對照表

一般標準揭露	對應章節 頁碼	說明	一般標準揭露	對應章節 頁碼	說明			
策略與分析								
G4-1 組織最高決策者的聲明	1.董事長的話		G4-17	a. 列出組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有資糧 b. 說明是否有在組織合併財務報表或等同文件中的資糧未包含在此報告書中	8.3 儲備期效			
組織概況								
G4-3 組織名稱			G4-18	a. 界定報告內容和考量面或界的流程 b. 組織如何依據「界定報告內容的原則」				
G4-4 說明主要品牌、產品與服務			G4-19	列出所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	6.重大性議題與利害關係人議合			
G4-5 說明組織總部所在位置	2.1 基本資料		G4-20	針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界				
G4-6 說明組織營運所在的國家數量及國家名	8.3 營運績效		G4-21	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界				
G4-7 所有權性質與法律型式	9.2 人資管理		G4-22	說明對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因				
G4-8 組織提供服務的市場			G4-23	說明和先前報告期間相比，在範疇與考量面或界上的顯著改變	2.3 報告書邊界與範疇			
G4-9 說明組織規模			利害關係人議合					
G4-10 依聘雇合約與性別報告員工總數	9.2 人資管理		G4-24	列出組織進行議合的利害關係人幹體				
G4-11 受集體協商協定保障之總員工數比例			G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	6.重大性議題與利害關係人議合			
G4-12 描述組織的供應鏈	7.3 供應商管理		G4-26	說明與利害關係人議合的方式，包含依不同利害關係幹體及形式的議合頻率				
G4-13 報告期間有關組織損傷、結構、所有權或供應鏈的任何重大變動	8.2 組織架構		G4-27	說明經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何因應這些關鍵議題與關注事項				
G4-14 說明組織是否具有因應相關之稽督方法或原則	8.5 風險控管管理							
G4-16 列出組織參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性組織組織的會員資格	8.2 組織架構							

●附錄二~GRI指標索引對照表

一般標準揭露	對應章節 頁碼	說明	一般標準揭露	對應章節 頁碼	說明
報告書基本資料					
G4-28 所提供資訊的報告期間 (如會計年度或日曆年度)	2.2 報告書時間		G4-56 描述組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則	8.1 治理方針	
G4-29 上一次報告的日期	2.2 報告書時間		G4-57 諸葛倫理或不合法行為及組織誠信相關問題的內部檢討	8.1 治理方針	
G4-30 報告週期	2.2 報告書時間		G4-58 舉報有違倫理或不合法行為及組織誠信相關問題的外部檢討	8.1 治理方針	
G4-31 提供可回答報告或內容相關問題的聯絡人	2.5 聯繫資訊				
a. 說明組織選擇的「依據」選項。					
b. 說明針對所擇選項的GRI內容索引					
c. 如報告者經過外部保證/確信，請引述外部保證/確信報告	2.1 基本資料 2.4 內部稽核與 外部報告				
G4-32					
G4-33 說明組織為報告尋求外部保證/確信的政策與現行做法					
治理					
G4-34 說明組織的治理結構，包括最高治理機構的委員會，鑑別哪些委員會分別負責經濟、環境及社會衝擊的決策。上一次報告的日期	8.2 組織架構				
G4-36 組織是否任命經營管理階層負責經濟、環境和社會議題，並是否直接向最高治理機構報告	8.4 CSR組織推動				
G4-38 最高治理機構及其委員會的組成	8.2 組織架構				
G4-39 最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員	8.2 組織架構				
G4-41 最高治理機構確保避免及管理利益衝突之流程	8.1 治理方針				
G4-48 最高層級委員會或獨立正式檢視及核准組織永續性報告書之程序	8.4 CSR組織推動				
G4-51 最高治理機構和高階管理階層的薪酬政策	8.2 組織架構				
G4-52 薪酬決定的流程	8.2 組織架構				

●附錄二~GRI指標索引對照表

特定標準揭露	對應章節頁碼	說明
經濟面向		
考量面：經濟績效		
DMA		
G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	8.3 營運績效 9.2 人資管理
G4-EC3	組織確定福利計畫義務的涵盖範圍	9.2 人資管理
G4-EC4	自政府取得之財務補助	8.2 組織架構
考量面：市場形象		
DMA		
G4-EC5	在重要營運據點，不同性別的基層人員 標準薪資與當地最低薪資的比例	9.2 人資管理
G4-EC6	在重要營運據點雇用當地居民為高階管理 層級的比例	9.2 人資管理
考量面：採購及食材溯源管理實務		
DMA		
G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商 之比例	7.3 供應商管理
環境面向		
考量面：能源		
DMA		
G4-EN3	組織內部的能源消耗量	10.1 能源管理

特定標準揭露	對應章節頁碼	說明
考量面：產品和服務		
DMA		
G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	10.2 節能倡議
考量面：法規遵循		
DMA		
G4-EN29	重大違反環境法條規定的事件及所處罰額 罰款的金額，以及罰款的次數	11.4 法規遵循
考量面：交通運輸		
DMA		
G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	10.2 節能倡議
考量面：供應商環境評估		
DMA		
G4-EN32	採用環境標準轉換新供應商的比例	7.3 供應商管理
考量面：環境問題申訴機制		
DMA		
G4-EN34	經由正式申訴機制立案、處理和解決的環境 衝擊申訴之數量	11.1 社區經營與溝通

●附錄二~GRI指標索引對照表

特定標準揭露	對應章節 頁碼	說明	特定標準揭露	對應章節 頁碼	說明																																																																																						
社會面向																																																																																											
考量面：勞雇關係																																																																																											
DMA			DMA																																																																																								
G4-LA1 按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	9.2 人資管理		G4-LA12 按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	8.2 組織架構 9.2 人資管理																																																																																							
G4-LA2 按重要營運據點劃分，只提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	9.2 人資管理		考量面：男女同酬																																																																																								
G4-LA3 按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	9.2 人資管理		考量面：職業健康與安全						DMA			DMA			G4-LA5 在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	9.3 健康職場		G4-LA13 按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬的比例	9.2 人資管理		G4-LA6 按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數等	9.3 健康職場		考量面：勞工債務申訴機制				考量面：訓練與教育						DMA			DMA			G4-LA9 按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	9.5 職涯培訓		G4-LA16 經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工債務申訴的數量	9.4 同仁關係		G4-LA10 強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫	9.5 職涯培訓		考量面：不歧視				G4-LA11 按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	9.5 職涯培訓		考量面：人權債務申訴機制						DMA			DMA			G4-HR3 該項事件的總數，以及組織採取的改善行動	9.4 同仁關係		G4-HR12 經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權異議申訴的數量	9.4 同仁關係		考量面：反貪腐						DMA			DMA			G4-SO4 反貪腐政策和程序的溝通及訓練	8.1 治理方針				
考量面：職業健康與安全																																																																																											
DMA			DMA																																																																																								
G4-LA5 在正式的勞工健康與安全管理委員會中，協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例	9.3 健康職場		G4-LA13 按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬的比例	9.2 人資管理																																																																																							
G4-LA6 按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數等	9.3 健康職場		考量面：勞工債務申訴機制																																																																																								
考量面：訓練與教育																																																																																											
DMA			DMA																																																																																								
G4-LA9 按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	9.5 職涯培訓		G4-LA16 經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工債務申訴的數量	9.4 同仁關係																																																																																							
G4-LA10 強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫	9.5 職涯培訓		考量面：不歧視																																																																																								
G4-LA11 按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	9.5 職涯培訓		考量面：人權債務申訴機制						DMA			DMA			G4-HR3 該項事件的總數，以及組織採取的改善行動	9.4 同仁關係		G4-HR12 經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權異議申訴的數量	9.4 同仁關係		考量面：反貪腐						DMA			DMA			G4-SO4 反貪腐政策和程序的溝通及訓練	8.1 治理方針																																																									
考量面：人權債務申訴機制																																																																																											
DMA			DMA																																																																																								
G4-HR3 該項事件的總數，以及組織採取的改善行動	9.4 同仁關係		G4-HR12 經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權異議申訴的數量	9.4 同仁關係																																																																																							
考量面：反貪腐																																																																																											
DMA			DMA																																																																																								
G4-SO4 反貪腐政策和程序的溝通及訓練	8.1 治理方針																																																																																										

●附錄二~GRI指標索引對照表

特定標準揭露		對應章節 頁碼	說明
社會面向：產品責任			
考量面：顧客的健康與安全			
DMA			
G4-PR1	為改善健康和安全而施行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	7.4原物料管理機制 7.5食物安全管理	
G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命周期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件數量	11.4法規遵循	
考量面：產品及服務標示			
DMA			
G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比	7.3供應商管理	
G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量	11.4 法規遵循	
G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	11.2 顧客滿意度經營	
考量面：行銷溝通			
DMA			
G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	7.1採購食安政策	
考量面：法規遵循			
DMA			
G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處罰罰款的金額	11.4 法規遵循	

特定標準揭露		對應章節 頁碼	說明
考量面：食品加工行業特殊規定			
DMA			
G4-FP1	採購自符合公司溯源管理政策之供應商佔總採購量之比例	7.2 食品營業政策	
G4-FP2	符合具有公信力之國際性責任生產標準規範之採購比例	7.1 採購食安政策	
G4-FP5	食物生產過程受獨立第三方稽核與食物安全管理規範認證通過的比例	7.4 原物料管理機制 7.5 食物安全管理	

