王品3.0

2016王品集團企業社會責任報告書

Corporate Social Responsibility Report

目錄 Content

1 關於本報告書 About This Report 01
發行概況
編製依據
報告主題及永續對王品集團的意義
範疇邊界
內部稽核與外部確信
聯絡方式

2 董事長的話 Chairman's Message 03

3 2016亮點績效
Performance Highlights in 2016 05

4 關於王品 About Wowprime 06
4.1 公司概況
4.2 組織架構
4.3 經營理念與使命
經營理念
企業願景與使命
短中長期目標
4.4 全球品牌版圖
4.5 品牌介紹
4.6 王品大事紀
4.7 得獎紀錄一覽

5 重大性議題鑑別與利害關係人議合 17
Key Issues & Stakeholder Engagement
5.1 利害關係人鑑別
5.2 重大性議題鑑別與回應
5.3 利害關係人溝通

6 誠實 — 公司治理 21
SINCERITY — Corporate Governance
6.1 關鍵成果+2016績效說明
治理方針
6.2 董事會
6.3 CSR委員會
6.4 內部組織
6.5 外部組織
6.6 風險管理

7 安心 — 供應鏈管理 30
SAFETY — Management of Supply Chain
7.1 關鍵成果
7.2 採購食安政策
7.3 食安溯源系統
7.4 供應商管理
7.5 原物料管理檢測
7.6 食物安全管理

8 創新 — 綠能環境 56
INNOVATION — Environmental Care
8.1 關鍵成果
8.2 能源管理
8.3 節能倡議
8.4 廢棄物管理

9 群力 — 同仁照顧 61
TEAMWORK — Employment Care
9.1 關鍵成果
9.2 人力雇用
9.3 同仁照顧
9.4 勞資溝通
9.5 職涯發展
9.6 工安管理

10 滿意 — 社會關懷 80
SATISFACTION — Social Care
10.1 關鍵成果
10.2 社區經營與溝通
10.3 顧客滿意度經營
10.4 公益推廣
10.5 法規遵循

11 附錄 Appendix 87
11.1 GRI指標
11.2 確信聲明書

關於本報告書
About This Report

本報告書為王品餐飲股份有限公司(以下簡稱王品集團)企業社會責任(Corporate Social Responsibility, CSR)報告書。本報告書揭露王品集團於2016年(2016/01/01至2016/12/31)在CSR上的績效及表現，且同步於集團CSR官網刊載，並以每年度作為編撰更新的週期，逐年發行最新企業社會責任報告書。

◆ 發行概況

首次出版日期：2015年12月
上一版本出版日期：2016年8月
現行版本出版日期：2017年8月
下一版本出版日期：2018年8月

◆ 編製依據

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。

王品集團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鑑別，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。

◆ 報告主題及永續對王品集團的意義

王品集團以「誠實、群力、創新、滿意」為企業經營理念，舉凡公司治理、供應鏈管理、同仁照顧、社會參與、環境保護等議題均以此為基礎，凡事但求對人對事，以誠實為第一要務，強調群策群力、團隊精神，但敢於向傳統挑戰，發揮個人潛能與無限創意，因此，本報告書以「王品3.0」作為主題，除字面意謂王品集團第三本企業社會責任報告書，亦呼應集團如何從「王品1.0」（聚焦餐飲），到「王品2.0」（多品牌發展），走到現今的「王品3.0」（國際餐飲平台）發展策略，以持續創新作為履行企業社會責任的精神指標，更期盼貢獻一己之力，發揮正面影響力，讓更多餐飲業者投身響應企業社會責任。

◆ 範疇邊界

1993年創立，一路走來24年，王品集團品牌分佈目前已跨足兩岸、新加坡、泰國與美國等地，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。

◆ 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覆核後，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。

◆ 聯絡方式

如對本報告書有任何指教或疑問，歡迎聯絡。

王品餐飲股份有限公司
聯絡單位：CSR委員會
聯絡人：張惠瑛、曾宛婷
E-mail：service@wowprime.com
電話：+886-4-2322-1868分機1901、1137
地址：台中市西區台灣大道二段218號29樓
網站：http://www.wowprime.com

董事長的話
Foreword by Chairman

1993年在台中，王品集團以一塊台味十足的牛小排，為台灣餐飲服務業寫下經典傳奇，一舉打破了傳統餐飲業上頭那層玻璃天花板，帶起台灣餐飲服務人員的社會地位，也象徵台灣餐飲服務業一個劃時代的展開，讓餐飲服務業成為顯學。

身為台灣最大餐飲連鎖集團，王品集團版圖橫跨兩岸、新加坡、泰國及美國，我們主張，一家好餐廳不只著重食物的美味，還有更多貼心的細節，強調餐飲服務業的專業及態度，讓客人吃到一家餐廳的精神主張和款待客人的心意。

餐飲業是與人息息相關的產業，除了需要投入大量人力來進行各項服務，並且需要接觸大量的人際關係，包括顧客、同仁、供應商、社區居民...等，因此，20多年前王品集團即帶起「以人為本」的餐飲業經營精神，並從「一家人主義」的文化核心價值出發，直至今日，我們見證了台灣餐飲業的蓬勃發展，集團在兩岸擁有超過14,000名共同打拚的家人(同仁)，也牽繫著不止於成千上萬個家庭的飲食安全，身為餐飲產業領導品牌，對於所肩負的企業社會責任更是責無旁貸。

因此，我們相信，以「誠實」、「群力」、「創新」、「滿意」的經營理念，持續落實企業社會責任，不單單是為台灣餐飲產業的前進而努力著，並回歸到「以人為本」的精神，守護好台灣的每一個家庭。

以多樣化的餐飲實力與人才，開創台灣美食的多元體驗

餐飲是文化的投射，王品集團持續開創新品牌，在口味上滿足台灣消費市場多元需求，並讓消費者從年輕到老年都可以與集團聯結，轉換不同的餐飲需求與顧客體驗。然而，面對台灣瞬息萬變、競爭白熱化的餐飲市場，不管是競爭分流、成本增加，還是消費者趨勢快速改變的種種課題，皆在在考驗企業的應變能力。

但我們仍期盼以卓越的經營團隊，提供顧客優質的餐飲文化體驗，善盡企業公民責任，成為全球最優質的連鎖餐飲集團。因此，我們對子品牌的拓展秉持創業精神，願意投注大量資源，供人才探索機會，更不排斥任何可能，以求顛覆王品集團的新餐飲體驗。我們更期許，以「帶領本土美食朝國際發展」為使命下，希望能將台灣美食帶向國際，輸出台灣餐飲文化，回饋國家、社會與投資人。

謹守嚴明紀律原則，培育多樣化人才

我們期待能打造一個餐飲創業的大平台，以豐厚的資源為後盾，讓更多年輕人躍上餐飲創新的舞台，讓理念相近的餐飲人能夠一同發展更多餐飲的可能性。因為王品集團的傳統創業模式多為由上而下，然而過去的經驗告訴我們，最好的創意往往來自第一線的同仁對市場貼近的觀察，因此我們透過舉辦內部創業競賽，激發員工創意，我們相信唯有貼近顧客、了解市場趨勢與訊息，跳出舒適圈，勇於挑戰才能開發出新天地。

同時，我們擁有向心力強的組織文化與人才政策，在人性化環境及嚴明紀律下，強調真誠溫暖與單純，鼓勵同仁敢拼、能賺、愛玩。我們更鼓勵同仁創新，避免人才思想僵化，並以輪調方式激勵員工多元成長，視逆境為磨練與機會，激發員工突破思想，發展新的可能。此外，我們更強調以身作則的嚴明紀律，位階越高越自律，管理階層要比員工更認真遵守集團道德規範，以培養素質最高的餐飲人才為己任。

董事長的話
Foreword by Chairman

謹守食安本份，打造最舒適的多元顧客體驗

「民以食為天，食以安為先」，王品集團強調食安的價值觀是不可逆的紅線，並且必須永遠比法規先行一步，嚴守食安防線打造最高餐飲品質，於是乎，本公司食品雲的發展即在此理念下，領先業界誕生。

此外，我們相信品牌體驗對消費者而言才是最重要的，希望在顧客服務培訓制式的SOP外，更強調原理原則，以自然而然、發自內心的服務態度，同時也鼓勵各店發展獨有風格，讓消費者享有獨立店的體驗與連鎖的安心。

「多元」就是本公司最重要的未來，不論多元化的美食、多元化的服務、多元化的人才發展，皆是我們在台灣餐飲市場上得以領袖群倫的優勢。因此我們要用不變的真心，為台灣人端上最多元的餐飲未來！

董事長 陳正輝

2016亮點績效
Performance Highlights in 2016

公司治理

- 獲「企業永續新秀獎」
- 證交所上市櫃公司治理評鑑前20%

綠能環境

- 電力使用度數↓11.8%
- 啟用散熱鰭片保養專案，月合計節電20183度=種403,660顆樹木
- 天然氣使用度數↓25.9%
- 用水度數↓8.8%

社會關懷

- 顧客滿意度>94分
- 社區經營>10個社福單位溝通
- 王品盃教育推廣>5,000人次
- 號召捐血募血量~330萬c.c.
- 慈善公益募款>2,000萬

供應鏈管理

- 旗下品牌二星溯源認證達100%
- 食安溯源系統增加非食材類485items
- 食安溯源反查時間由24hrs加速為1hr
- 食安檢驗花費金額成長382%
- 台灣在地農畜產品(不含牛羊)採購金額佔62%
- 符合國際認可廠商採購金額佔72%

同仁照顧

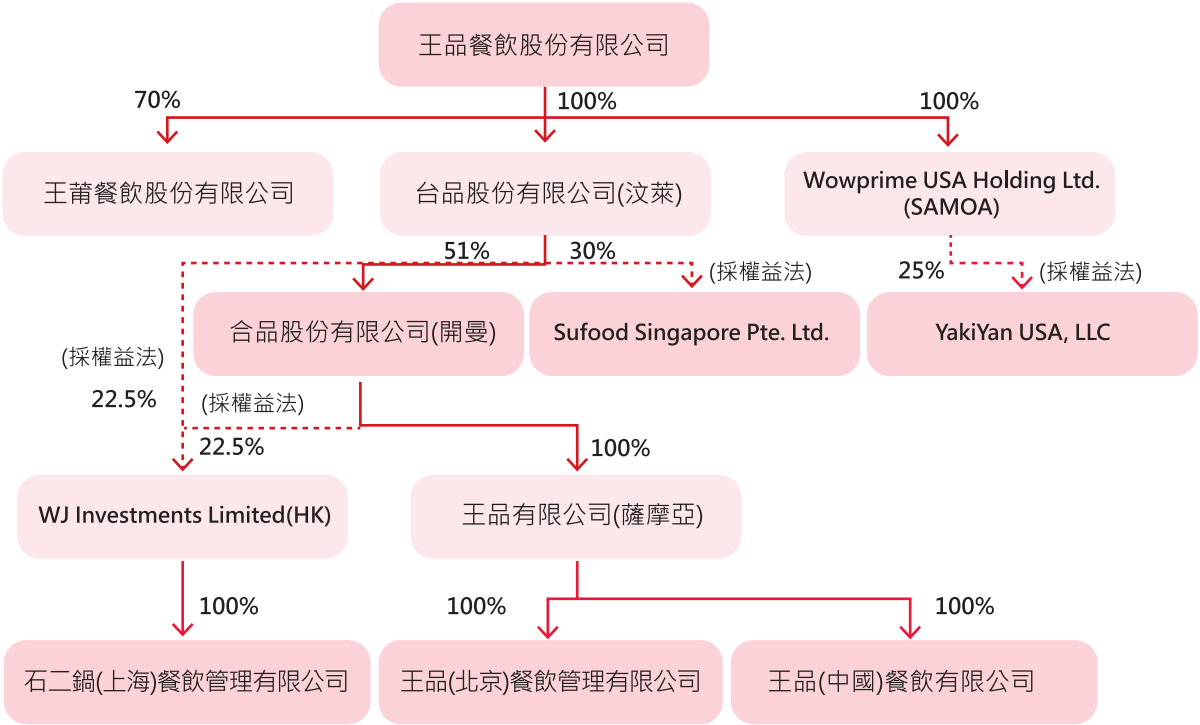
- 關鍵人才佔比由10.3%→12.9%
- 獲「健康職場認證健康啟動標章」、「運動企業認證」

王品餐飲股份有限公司（以下簡稱王品集團）成立於1993年，為台灣證券交易所上市公司。以累積20餘年的餐飲服務產業為根基，透過多品牌的經營策略布局，王品集團已成功創立17個餐飲品牌，全球總店數已超過400家，餐廳經營發展跨足不同類型，包括西式、日式、燒烤、火鍋及鐵板燒等，躍居台灣第一大餐飲集團。王品集團致力於多品牌經營與服務創新，不斷精進與突破，於2015正式進軍中式餐飲。以實現增長為目標，透過積極的經營策略，以期穩健產業進行多元發展，期待不僅僅是同業標竿，更盼引領產業將台灣餐飲服務業帶向國際舞台！

◆4.1 公司概況

2016年資產與營收結構：(單位：新台幣百萬元)	
合併營業收入	16,099
合併營業淨利	868
合併稅後淨利	541
母公司稅後淨利	323
合併資產總額	9,298
母公司資產總額	6,911

投資架構

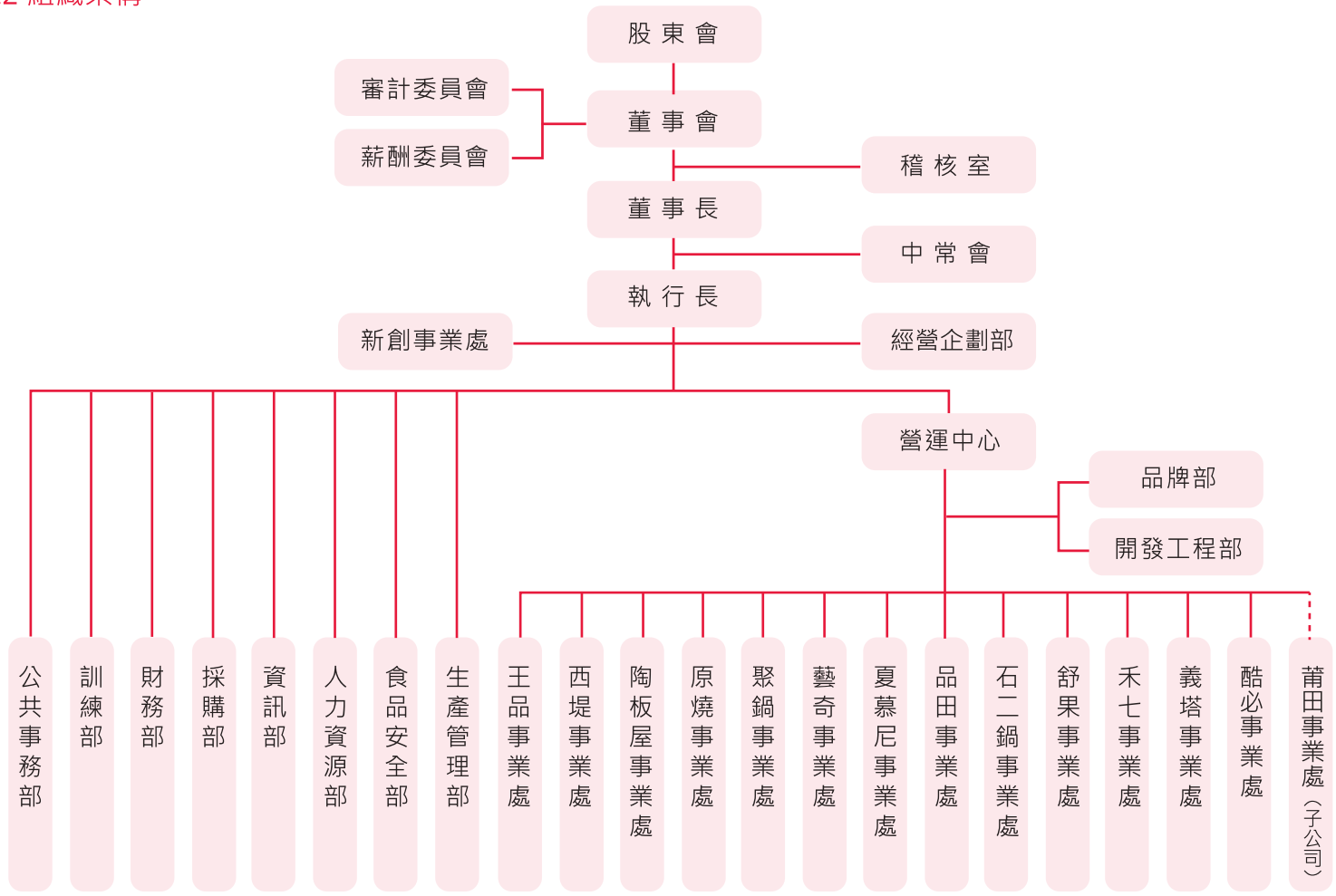


相關資訊詳見王品餐飲股份有限公司一零五年年報
http://www.wowprime.com/investor/annual.html

2016 投資狀況

投資狀況(NTD仟元)		2014	2015	2016
a. 國內投資金額				
a-1.國內展店	本期淨增加	1,136,841	1,012,628	498,800
a-2.代理品牌	本期淨增加		35,000	21,000
小　計		1,136,841	1,047,628	519,800
b. 國外投資金額				
b-1.大陸石二鍋	本期淨增加	47,960	92,497	
	本期淨增加(原幣)	USD 1,575,000	USD 2,9250,000	
b-2.新加坡舒果	本期淨增加	12,946	4,951	6,426
	本期淨增加(原幣)	SGD 540,000	SGD 210,000	SGD 270,000
b-3.美國原燒	本期淨增加			12,378
	本期淨增加(原幣)			USD 375,000
小　計		60,906	97,448	18,804

◆4.2 組織架構


股東會
審計委員會
薪酬委員會
董事會
稽核室
董事長
中常會
執行長
新創事業處
經營企劃部
營運中心
品牌部
開發工程部
公共事務部
訓練部
財務部
採購部
資訊部
人力資源部
食品安全部
生產管理部
王品事業處
西堤事業處
陶板屋事業處
原燒事業處
聚鍋事業處
藝奇事業處
夏慕尼事業處
品田事業處
石二鍋事業處
舒果事業處
禾七事業處
義塔事業處
酷必事業處
莆田事業處（子公司）

部門職掌

部門別	主要業務
稽核室	負責協助推動公司治理、稽核、評估公司營運紀錄及內部管理控制之正確性、可靠性及有效性，進而提出改善建議，以確保公司經營績效與財產安全、降低營運管理風險等；同時督促子公司建立相關內控內稽制度。
中常會	策略決策中心。
營運中心	負責公司各品牌營運相關之組織運作、營運管理、品牌行銷、商圈開發等策略之規畫、管理與執行，以達成公司營運發展之目標。
各事業處	經營策略、事業計畫之編成、營業目標、方針之擬定與經營績效之管理。菜色研發、餐廳管理及客訴處理等。
經營企劃部	下轄集團策略研究、新事業發展、集團傳播策略與集團廚藝趨勢研究業務。
品牌部	品牌策略管理，行銷策略規劃，市場調查與商情資訊之蒐集分析，文宣品設計，顧客資料管理、行動行銷平台經營等。
開發工程部	執行公司餐廳之商圈研究、開發、設計、採發、興建、維修、保養、遷閉店、以及建管相關證照辦理。 研發新式工程設施、設置標準、規範流程，提高運作效率。 管理餐廳公共安全業務及工程相關帳務。
公共事務部	對內：企業文化推動及執行，管理集團會議、商標、法律事務、禮券、職工福利委員會，及集團行政事務之推動與管理。 對外：集團公共關係、門店租賃、王品之師、大宗禮券銷售與管理。

部門別	主要業務
訓練部	提升同仁職能，負責開發教育課程、同仁教育訓練規劃及執行、教材編製及訓練手冊管理，顧客服務管理，營運訓練發展等。
財務部	預算彙編、稅務、會計及股務之規劃與管理、資金調度、管理與融資規劃及帳務、財報之處理、轉投資事業之設立規劃、評估與執行及投資人關係之建立。
採購部	供應鏈運籌帷幄、規劃及佈局，採購供應預測計劃採購，產業品類市場分析，採購風險管控；主要食材及營運備品採購與管理；菜色研發加值，倉儲運輸管理。
資訊部	負責規劃公司整體資訊發展目標與策略，制定資訊管理政策與資安工作推動，資訊系統開發、導入及維護等資訊推展，硬體規劃、購置、使用及維護等。
人力資源部	負責公司各項招募任用、人才發展、薪酬福利、同仁關係等人力資源管理政策及規章制度之規劃與執行。
食品安全部	負責領導公司餐廳達成食安目標、管理供應商達成食安目標、把關餐廳及供應商食品衛生標準。
生產管理部	負責採購價格合理、品質一致的蔬果並提供品質穩定的截切產品給予各餐廳。

◆4.3 經營理念與使命

經營理念

誠 實
(SINCERITY)

對人對事，以誠實為第一要務。對公司、同事、廠商、客戶、政府、家人誠實以待。

群 力
(TEAMWORK)

群策群力、團隊精神。確信1+1+1=9的正面連鎖反應。相信群體的激勵之下，每一個人的潛能更能發揮到極致。

創 新
(INNOVATION)

創意無限、行事成熟而不守舊。敢於向傳統挑戰，不迷信、不陳腐。任何決定以科學數字作分析。

滿 意
(SATISFACTION)

凡事要讓客戶滿意、讓公司滿意、讓周圍所有的人都滿意；當然，也要自我滿意。但此非自滿，而是自謙。

企業願景

以卓越的經營團隊，
提供顧客優質的餐飲文化體驗，
善盡企業公民責任。

企業使命

成為全球最優質的連鎖餐飲集團

- 捍衛食安，落實源頭管控，打造一個兼具美味與安心的餐飲環境。
- 開創全球美食共饗平台，引領美食文化體驗及向上提升的生活態度。
- 為台灣人才發展擘劃未來藍圖，提供自我實現夢想的舞台。

短中長期目標

本公司以實現增長為目標，並於2015年起進行轉型及對內部資源作出調整，以期穩健產業進行多元發展，重回「創新品牌，拓點展店」軌道。在多品牌策略下，體現出不同的發展進程特性，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，引領美食文化體驗及向上提升的生活態度。

短、中期業務計畫

- 本公司在營運內外精進策略下，將持續優化既有品牌，成長動能將以單店營收增加為目標，以鞏固市場、穩定獲利，擴張集團規模並厚植集團營運實力。
- 因應國內餐飲競爭激烈，獨創品牌、餐飲集團、異業多角化經營大舉進軍餐飲業，策略核心由「一年一品牌」轉向「一年多品牌」，並建構多元新創系統，包含「敞開大門代理國外優質餐飲品牌」、「投資具未來性的台灣小品牌」、「號召內外部優秀點子」等，透過現行的組織創業系統，將加速新事業的發展。
- 為達到人才培育、一年多品牌發展策略與強化集團品牌等目的，本公司透過開放與融合的策略，開拓更多元的管道，不僅對內舉辦創業競賽，，喚起王品人流在血液裡的創業精神，外部也透過與「ATCC全國大專院校商業個案大賽」合作，以「企業出題，學生作答」的形式，促進實務與學子創意的溝通交流，廣納新創點子與未來關鍵人才。

短、中期業務計畫

- 中式餐飲市場將是本公司未來發展的重點，中菜最大兩大菜系為川菜與粵菜，目前本公司皆已有新品牌，尤其自創中式餐飲品牌「鵝夫人」拿下中國第一本紅色美食聖經「上海米其林指南」一星肯定，有了「鵝夫人」的成功經驗，證明集團在中餐市場有足夠經營實力，將有利集團未來拓展更多中餐品牌。
- 立足台灣，將企業文化及品牌精神延伸國際，提供顧客優質的餐飲體驗，成為國際化餐飲集團。走向國際餐飲品牌，把台灣品牌複製於國外市場，採取合資或授權方式，發展美國、日本、新加坡、韓國市場外，進而前進東南亞市場。藉由深耕中國大陸多年成功經驗，把中國大陸品牌輸出至國外，達到品牌全球化目標。為此，將強化國際人員培訓，除持續培育技術等專業性人才，以因應公司未來經營目標外，另為因應公司之未來持續成長，培養組織成員對企業文化之認同，以建立共同價值觀之組織文化，達到永續經營之共同願景。
- 提升廚藝研發創新能力、創造差異化服務，提升顧客滿意度，繼而提高產品附加價值，提供顧客物超所值的餐飲服務，與顧客達到雙贏。

◆ 4.4 全球品牌版圖
(統計至2016/12/31)

◆4.5 品牌介紹 (台灣品牌)

● 王品牛排

王品 Wang Steak

用餐資訊查詢：
www.wangsteak.com.tw

台灣經典-王品牛小排

最多華人肯定的牛排餐廳，一頭牛僅供6客王品牛小排，嚴選最精華第六至第八對肋骨，獨家秘製中式佐料，浸漬2天2夜，歷經250℃慢火烘烤1.5小時，呈獻全熟牛排的香嫩多汁，歲月淬鍊經典風華，只款待心中最重要的人。

● 西堤牛排

TASTy 西堤牛排

用餐資訊查詢：
www.tasty.com.tw

Let's TASTy , Let's Enjoy!

【TASTy西堤牛排】 是台灣最大的連鎖牛排品牌，更是擁有高人氣最佳聚餐首選的餐廳，菜色以多道式與多樣化的美味餐點設計，且融合廚藝與創意的西餐料理呈現，TASTy西堤牛排為提供您不同的用餐體驗，不定期會依季節推出新菜色，就是要滿足您無法挑剔的味蕾，餐廳服務人員熱情與親切，讓您在最輕鬆、自在的氛圍環境，盡饗道道經典美味。

● 陶板屋和風創作料理

陶板屋

用餐資訊查詢：
www.tokiya.com.tw

家人的美味關係

百萬人氣『香蒜瓦片牛肉』
嚴選牛肉以昆布柴魚高湯獨特技法翻滾入味，以輕煎快烤手法鎖住每片牛肉的軟嫩鮮美，首創搭配金黃酥脆蒜片，成為百萬人氣首選菜色!
溫馨自在的用餐空間裡，感受如家般的用餐體驗，家人的美味關係，由此展開！

● 原燒優質原味燒肉

原燒 優質原味燒肉

用餐資訊查詢：
www.yakiyan.com

原味才能突顯好肉質

以優質原味燒肉為本位堅持，每片肉都堅持手工切製。肉品嚴選4mm厚新鮮肉質、精選油花的完美比例，搭配獨創的三八烤法，烤網上滋滋作響的鮮嫩牛肉，迎接你品嘗最美味的時刻。原燒相信，只有堅持原味才能突顯肉質的鮮美。

● 聚北海道昆布鍋

聚·北海道昆布鍋

用餐資訊查詢：
www.giguo.com.tw

聚在一起的感覺真好！

聚~堅信好湯底才能煮出最鮮美的火鍋料理。嚴選來自日本的北海道昆布，釋放海洋的自然原味，嚐上一口金橙色的昆布湯頭，清爽，鮮美、甘醇，令人回味無窮。

● 藝奇新日本料理

藝奇 新日本料理

用餐資訊查詢：
www.ikki.com.tw

經典日料 創藝呈現

主廚嚴選當令新鮮食材，汲取傳統日式料理講究精緻的廚藝精華，經過靈感、巧思重新詮釋，以創藝料理打造視覺、味蕾感官享受，激盪東京時尚料理新風貌。

● 夏慕尼新香榭鐵板燒

夏慕尼 新香榭鐵板燒

用餐資訊查詢：
www.chamonix.com.tw

第一時間・先嚐・嚐鮮

夏慕尼大膽顛覆傳統鐵板燒餐廳的老式印象，創新結合法式料理的細膩與lounge bar的設計風格，營造出時尚精品店般的用餐氛圍。

◆4.5 品牌介紹 (台灣品牌)

● 品田牧場日式豬排·咖哩

品田牧場

用餐資訊查詢：
www.pinnada.com.tw

品味幸福 暖暖心田

嚴選熟成豚肉裹上酥脆鬆軟金黃麵衣，皮肉外酥內嫩的完美結合，翻玩日式原創豬排的幸福滋味。創立至今已突破2000萬人次，見證華麗豬排的匠心美味。

● 石二鍋

石二鍋

用餐資訊查詢：
www.12hotpot.com.tw

好安心 好涮嘴

傳承 懷舊石頭鍋的先炒再煮
揉合 日式涮涮鍋的極簡體驗
堅持 每一片肉品、每一類時蔬，皆嚴格品管或取得認證
給您 好安心、好涮嘴與總是新鮮的用餐感受。

● 舒果新米蘭蔬食

新米蘭蔬食 舒果

用餐資訊查詢：
www.sufood.com.tw

用心感覺食物的美好

舒果跟隨著時令腳步四季推出新菜，以豐富繽紛的蔬果為主角，香料與醬汁化身為最佳配角，結合義大利料理烹調手法創作，完美演繹餐桌上迷人的蔬食饗宴，天天蔬果，舒服天天！

● hot 7新鉄板料理

hot 7 新鉄板料理

用餐資訊查詢：
www.hot-7.com

滋滋原味 快・熱・頌

嚴選在地良食佐當令鮮蔬，專注的鉄板料理職人元氣手作，堅持少油少鹽、原塊原味烹調，結合明亮、簡約的新日式空間，重新定義平價鉄板燒的空間時尚！邀您共享「滋滋原味 快・熱・頌~」

● ita義塔·PASTA&RISOTTO

ita 義塔 PASTA & RISOTTO

用餐資訊查詢：
www.itahouse.com.tw

美好就從1+1開始~

堅持1+1的雙倍美味，
營造「主食」+「麵(燉飯)」=完美又均質的結合；
堅持1+1的創意手法，
打造「經典義式」+「超越傳統」=默契又自信的料理。
不論每個獨享或分享的悠閒食刻，
日常的美好就從ita義塔1+1開始~

● PUTIEN莆田

PUTIEN® 莆田

用餐資訊查詢：
www.putien.com.tw

全球品牌 新加坡最佳餐廳

來自新加坡的PUTIEN莆田，創立於2000年，享譽亞洲餐飲舞台，橫掃加坡、台港多項美食大獎。堅持選用新鮮自然健康食材，保留烹飪精髓，呈現道地星洲風味現做鮮嚐。引爆道道精彩、隨便點都好吃的「星」風潮。

◆ 海外自創品牌：

● 花隱懷石料理

2013年在大陸創立的品牌，以禪宗和花道佐餐的創意懷石料理，在擺盤上運用了精緻的花藝作擺飾，甚至用了可食用的花材入菜，希望給消費者帶來「一期一會的極致賞味」

● 鵝夫人港式餐廳

2015年在大陸創立的品牌，鵝夫人是一家主打鵝料理的港式餐廳。對於鵝夫人的核心產品燒鵝，我們只選用優質稻穀天然養殖的90天黑棕鵝。黑棕鵝骨小肉豐，皮脂滑嫩，是燒鵝大師們心目中的夢幻食材，被譽為“鵝界拿破崙”。2016年9月，鵝夫人（上海莘莊店）榮獲上海米其林一星餐廳，收錄在《2017上海米其林指南》中。

● LAMU 慕

2013年在大陸創立的品牌，一家讓你可以隨著味蕾去旅行的新法式鐵板燒，她將法式料理與源自日本的鐵板燒相結合，秉承了法餐和鐵板燒最本質的美食主張——從生到熟、從食材、擺盤到鐵板藝術的蛻變，絕不僅僅是味覺上的單一享受，更是視覺上的盛宴。

● gun8辣椒

2016年在大陸創立的品牌，蜀三味是一家擁有特色古法水煮魚的屬於年輕人的川菜館。傳承老四川制魚古法，以精湛手藝製作出魚鮮醬濃油香的古法水煮魚，還原本真四川地道的好味道。

◆4.6 王品集團大事紀
Chronicle of Wowprime

1993 成立王品牛排 首店於台中開幕

2001 成立西堤牛排 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
成立聚北海道昆布鍋

2005 成立藝奇新日本料理
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

2009 跨越百店門檻，舉辦百店慶
成立石二鍋

2010 成立舒果新米蘭蔬食

2011 成立曼咖啡
興櫃上市

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

2013 成立hot 7新鉄板料理
大陸石二鍋 / 花隱 / 慕 首店開幕
舒果與新加坡莆田集團合資開發新加坡市場

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

2015 首度切入中餐市場
成立Putien莆田「新加坡最佳餐廳」
大陸成立鵝夫人

2016 自創品牌「鵝夫人」獲米其林一顆星
大陸成立GUN 8
與Panda Restaurant Group合資的
美國原燒於洛杉磯開幕

◆ 4.7 得獎紀錄一覽

2016年

- Cheers雜誌 新鮮人最嚮往企業 第六名
- 台灣100大影響力品牌調查 第76名
- 天下雜誌金牌服務大賞
  - 第一名 西堤牛排
  - 第二名 陶板屋和風創作料理
  - 第三名 王品牛排
  - 第四名 夏慕尼新香榭鉄板燒
  - 第五名 舒果新米蘭蔬食
- 工商時報台灣服務業大評鑑
  - 連鎖品牌餐廳第一名 原燒優質原味燒肉
  - 連鎖平價餐廳第一名 石二鍋
  - 連鎖平價餐廳第三名 舒果新米蘭蔬食
- 台灣企業永續獎　新秀獎
- 海峽兩岸美食文化交流論壇
  - 優質餐飲連鎖品牌 王品集團
  - 兩岸十大名店 PUTIEN莆田

利害關係人與重大性議題議合

Key Issues & Stakeholder Engagement

鑑 別

召開企業社會責專案會議，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，依循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，著手彙整所需揭露資訊。

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陣，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。

◆ 5.1 利害關係人鑑別

追求企業永續經營，王品集團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，並定期提供執行成效，以利檢視未來精進作法。

為確保企業永續政策，確實建立與王品集團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，王品集團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、供應商及房東、顧客、社區、股東及投資人、政府機構及學校、媒體及網路社群。

◆ 5.2 重大性議題鑑別與回應

王品集團在重大性議題的鑑別上，參考內部員工及GRI G4的重大考量面，彙整企業永續相關議題，並透過問卷分析機制(2016年新增網路問卷機制)，針對議題對公司的衝擊(財務與非財務衝擊、策略整合程度、機會及競爭力)，以及針對不同利害關係人評估與決策的影響程度(衝擊顯著程度、對回應和行動期望、對透明度的期望)進行評分，回收有效問卷共164份，並進一步參考管理階層之看法，彙整出23項重大性議題矩陣圖。

矩陣中右上角可見，「民以食為天，食以安為先」，王品集團利害關係人族群一致認為「誠信經營」、「企業形象」、「餐點安全保障」為本報告書定義之重大性議題。

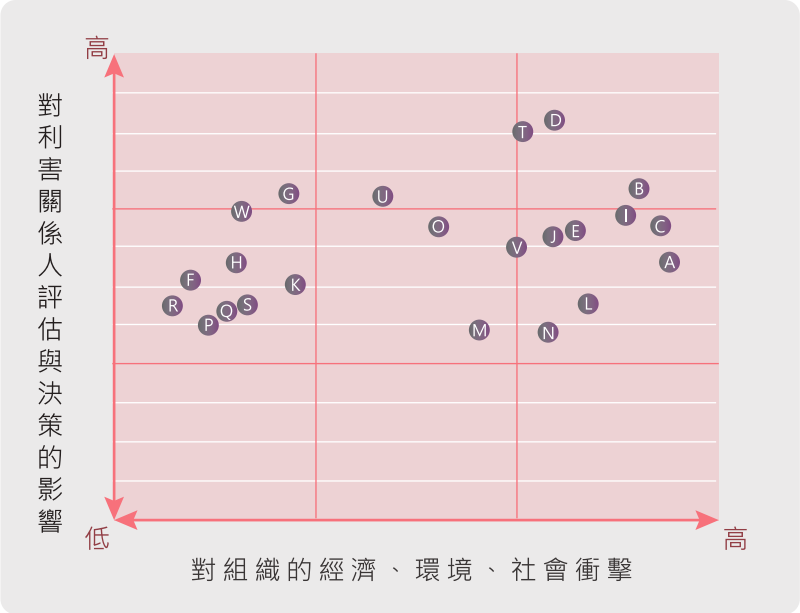
經濟議題
- 經營績效
- 誠信經營
- 公司治理
- 企業形象
- 風險控管

環境議題
- 節能減碳
- 店鋪環境管理
- 廢棄物管理

社會議題
- 職業健康與安全
- 同仁薪酬與福利
- 教育訓練與職涯發展
- 人才留任與培育
- 法規遵循
- 同仁多元化與平等機會
- 勞工實務問題申訴機制
- 社會關懷
- 社區關係經營

食品安全暨消費者溝通議題
- 供應商管理
- 採購政策(含食材溯源)
- 餐點安全保障
- 產品及服務標示
- 行銷溝通與顧客滿意
- 個資保護

◆ 重大性議題矩陣圖



A 經營績效
B 誠信經營
C 公司治理
D 企業形象
E 風險控管
F 節能減碳
G 店鋪環境管理
H 廢棄物管理
I 採購政策(含食材溯源)
J 供應商管理
K 職業健康與安全
L 同仁薪酬與福利
M 教育訓練與職涯發展
N 人才留任與培育
O 法規遵循
P 同仁多元化與平等機會
Q 勞工實務問題申訴機制
R 社會關懷
S 社區關係經營
T 餐點安全保障
U 產品及服務標示
V 行銷溝通與顧客滿意
W 個資保護

利害關係人與重大性議題議合

Key Issues & Stakeholder Engagement

本報告書將針對利害關係人高度關注且衝擊較高之重大性議題做詳細說明，有關重大性議題與重大考量面內外部邊界、報告書對應章節，詳見如下：

重大面考量	重大性議題	組織內	組織外			管理方針及有關資訊
			供應商	客 戶	社區與環境	對應章節/頁碼
市場形象	企業形象	✓	✓	✓		第10章
道德與誠信	誠信經營	✓	✓	✓		第6章
顧客的健康與安全	餐點安全保障	✓	✓	✓		第7章
道德與誠信	公司治理	✓	✓	✓		第6章
經濟績效	風險控管	✓	✓	✓		6.6
經濟績效	經營績效	✓	✓	✓		4.1
法規遵循	法規遵循	✓	✓	✓		第7~9章
採購及食材溯源實務	採購政策(含食材溯源)	✓	✓			7.2
產品及服務標示	產品及服務標示	✓		✓		4.5
產品及服務標示/行銷溝通	行銷溝通與顧客滿意	✓		✓		10.3、10.4
供應商環境評估	供應商管理	✓	✓			7.4
勞雇關係	同仁薪資與福利	✓				9.2、9.3
勞雇關係	人才留任與培育	✓				9.5
教育與訓練	教育訓練與職涯發展	✓				9.5

◆ 5.3 利害關係人溝通

利害關係人	利害關係人關注議題	溝通途徑	溝通頻率
同　　仁	經營績效/誠信經營/公司治理/企業形象 同仁薪酬與福利/人才留任與培育 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/勞工實務問題申訴機制	1. 內部網站 2 .勞資會議 3. 同仁滿意度調查 4. 同仁大會 / 同仁意見專線&Email等管道	1. 每季召開勞資會議 2. 每半年進行同仁滿意度調查 3. 隨時接收處理同仁意見反應
政府機關	餐點安全保障/產品及服務標示/法規遵循 廢棄物管理 採購政策(含食材溯源) 誠信經營/個資保護 職業健康與安全	1. 座談會/法規說明會 2. 公文往返 3. 部會首長信箱	配合相關政府部門進行政令佈達，以及例行與非例行性查核
供 應 商	供應商管理 採購政策(含食材溯源) 誠信經營/企業形象/經營績效/公司治理 法規遵循/風險管理 餐點安全保障	1. 供應商年會 2. 訪廠稽核 3. 食安朔源系統平台	1. 每月進行原物料抽驗 2. 每月進行供應商訪廠稽核 3. 每年1~2次進行菜色抽驗
顧　　客	餐點安全保障/產品及服務標示/ 行銷溝通與顧客滿意 店舖環境管理 誠信經營/企業形象 個資保護	1. 0800客戶服務專線 2. 顧客建議卡意見調查	1. 每月回收統計顧客建議卡 2. 每日統計公佈顧客0800電話抱怨或讚美
媒體/網路社群	企業形象/經營績效 行銷溝通 餐點安全	1. 記者發佈會 2. 茶敘與餐敘座談 3. 不定期新聞訊息稿件發佈	1. 每月彙整發佈新聞訊息 2. 每年舉辦3~4場記者會 3. 不定期舉辦餐敘互動
社區居民	店舖環境管理/廢棄物管理 社區關係經營	1. 社區管委會聯繫溝通 2. 商圈拜訪關係經營	1. 不定期於新店開幕前，與當地社區管委進行溝通 2. 新店開幕前，於當地進行環境評估
股東/投資人	經營績效/公司治理/誠信經營/企業形象 風險控管	1. 股東/投資人電話與郵件諮詢 2. 舉行法說會與股東會	1.每年舉辦股東會 2.每月公佈自結營收 3.逐季公佈財報並每年發佈年報

誠實－公司治理
SINCERITY – Corporate Governance

誠信是王品集團的核心價值之一，也是王品集團永續經營最重要的基礎，王品集團秉持一貫的道德標準來從事所有業務活動，並持續在日常的言、行中具體落實誠實、群力、創新、滿意的理念。因此除了早期明訂於同仁守則的「王品憲法」外，另有訂定「誠信經營守則」與「道德行為準則」共同作為王品集團董事、經理人誠信經營的最高指導原則，則於新人訓練課程時宣導員工行為準則並說明誠信的企業文化，瞭解日常工作應謹守之道德規範，其中2016年新進正職同仁已100%完成此項訓練，另相關集會場合高階主管亦經常性不定期加以宣導，形塑全體落實誠信道德的理念外，因內部同仁申訴機制健全，故能於宣導與落實二方面形成制約的職場氛圍，同時同仁的誠信道德行為表現也列入例行考核重點之一。

而在外部利害關係人供應商方面，對於王品集團的新供應商均要求其同意本公司之「誠實政策」，除納入合約規範外，每年並重新對所有供應商再次宣導，希冀在確實遵行王品集團的道德標準及文化的承諾下往來，並每年定期透過邀集供應商年會之際再次宣導從業道德規範，並聽取其對於公司從業道德之意見，以確實瞭解是否有不符合誠信正直的行為發生，以讓上游供應鏈一起攜手創造共存共榮的誠信永續經營的環境，而在此嚴謹之管理機制下，王品集團2016年度尚無重大不誠信之情事發生。

誠信道德行為管理機制

預防
- 明訂誠信道德守則
- 納入新進員工訓練
- 設置誠實回報單
- 供應商回饋遵循本公司誠實政策並納入合約
- 官網利害關係人之宣導配合

執行
- 內部稽核
- 設置檢舉機制
- 定期納入董事會報告
- 建置明確審理機制
- 違規案件公告

強化
- 重大案件檢討內控缺失並進行改善
- 納入同仁考核重點

◆ 6.1 關鍵成果+2016績效說明

本公司依據中華民國公司法、證券交易法及其他相關法令制定公司治理架構與執行實務，自創立至今均以維持公司治理、重視股東權益、健全董事會功能、提升資訊透明化與落實企業社會責任為公司治理長期努力的方向。

除於2015年增設股東會電子投票之外，更於本年度增加英文版會議通知及會議議程，以顧及多數股東利害關係人之權益。

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追尋之目標，因此，我們除積極自我強化精進公司治理推動外，管理階層亦關注外部公司治理之趨勢，以作為內部改善之參考。在上述目標的努力下，2016年獲得第九屆TCSA「企業永續新秀獎」之肯定。

治理方針

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 - 『任何人均不得接受廠商100元以上的好處。觸犯此天條者，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

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

供應商交易合約新增『企業社會責任條款』

A.『王品集團誠實政策』：

a.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元以上的貪瀆行為，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。

b.處理公務不得「從中謀利」或「收取回扣」或「接受饋贈」或「變相接受招待請客」。上述所列「謀利」「回扣」「饋贈」「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）

c.甲方(本公司)同仁不得以婚喪喜慶或其他任何機會，接受乙方(廠商)的紅白包或饋贈或變相給予的好處，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，誤收紅白包或是饋贈，則需在三日內退還。

d.甲方(本公司)訂有「禁止關係人交易」條款，乙方(廠商)之負責人為本公司具採購權責之同仁(執行採購業務時)、活動或業務主辦同仁、事業處主廚及店主管(含)以上同仁、總部襄理級(含)以上之四等親以內的親屬，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。

e.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。

f.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。

g.我們需要 貴公司合作的是「最合理的報價」、「最佳的品質」與「最好的服務」。

h.希望 貴公司能配合我們的誠實政策。以利 貴我雙方長久的合作。

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。

◆ 6.2 董事會

王品集團由12位董事組成董事會，其中3席為王品集團內部現任高層，3席為已退休之內部高層，另外6席則為外部董事，外部董事成員具備三大條件：一、人品受尊重並有社會清望，二、在專業領域表現傑出，三、過去本是「王品之師」為經常請益對象，包括台大教授李吉仁、知名導演吳念真(吳文欽) 、亞都麗緻飯店前副總裁蘇國垚、知名運動員紀政、會計權威魏永篤、會計師梁火在等人，其中，紀政女士、李吉仁先生及吳文欽先生於2014年股東常會完成第八屆董事改選中當選連任。

董事會組成：

職 稱	姓 名	主要學(經)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務	選(就)任日期(民國年)
董事長	陳正輝	1. 北京大學光華管理學院EMBA 2. 文化大學森林系	1. 王品(中國)餐飲有限公司法定代表人兼董事 2. 王品(北京)餐飲管理有限公司法定代表人兼董事 3. 石二鍋(上海)餐飲管理有限公司 董事 4. HOPPIME LTD.董事兼主席 5. WOWPRIME LIMITED董事兼主席 6. WJ Investments Limited董事 7. YakiYan USA LLC董事 8. 王莆餐飲股份有限公司董事	103.04.08
創辦人兼董事	戴勝益	1. 台灣大學EMBA 2. 台灣大學中文系 3. 三勝製帽(股)公司副總經理	1. 財團法人王品戴水社會福利基金會董事長 2. 益品書屋股份有限公司董事長	103.04.08
董 事	王國雄	1. 廈門大學經濟學博士 2. 中興大學EMBA 3. 逢甲大學會計系 4. 三勝製帽(股)公司財務經理 5. 安侯建業聯合會計師事務資深經理 6. 中華民國第二十九屆青年創業楷模經理 7. 王品餐飲(股)公司-總經理	1. 成真社會企業有限公司董事長 2. 成真投資有限公司董事長	103.04.08
董 事	李森斌	1. 中興大學企管碩士 2. 儂特利食品(股)副理 3. 王品餐飲(股)公司-王品、TASTy、聚鍋及藝奇事業處總經理	1. 王品(中國)餐飲有限公司董事兼執行長 2. 王品餐飲(北京)有限公司董事兼執行長	103.04.08

◆董事會組成：

職稱	姓名	主要學(經)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務	選(就)任日期(民國年)
董事	楊秀慧	1. 中興大學EMBA碩士 2. 東海大學會計系學士 3. 王品餐飲(股)公司-總部、財務部、稽核室、人資部、訓練部及採購部主管、夏慕尼事業處、ita義塔事業處總經理、大陸子公司總部主管 4. 安侯建業聯合會計師事務所經理	1. 本公司執行長 2. 王品(中國)餐飲有限公司 董事 3. 王品餐飲(北京)有限公司 董事 4. 石二鍋(上海)餐飲管理有限公司董事 5. 王莆餐飲股份有限公司董事 6. Sufood Singapore Pte. Ltd.董事 7. WJ Investments Limited董事	103.04.08
董事	梁火在	1. 中興大學EMBA 2. 逢甲大學會計系	1. 駿達會計師事務所會計師/負責人 2. 縉達管理顧問有限公司負責人 3. 錩泰工業股份有限公司監察人	103.04.08
董事	魏永篤	1. 喬治亞大學企管碩士 2. 東吳大學會計系學士 3. 勤業眾信會計師事務所總裁 4. 中華社會福利聯合勸募協會理事長	1. 永勤興業有限公司負責人 2. 致伸科技股份有限公司獨立董事 3. 聯強國際股份有限公司獨立董事 4. 台灣水泥股份有限公司獨立董事 5. 遠東百貨股份有限公司獨立董事 6. 神達投資控股有限公司董事(聯成化學法人代表) 7. 世界先進積體電路（股）公司董事 8. 中磊電子股份有限公司監察人（法人代表） 9. 奇力新電子（股）公司監察人（法人代表） 10. 劍麟股份有限公司董事	103.04.08
董事	蘇國垚	1. 美國加州州立科技大學POMONA分校餐旅管理系學士 2. 高餐藍帶卓越廚藝中心總經理 3. 中華航空公司董事長高級顧問 4. 台北亞都麗緻大飯店總經理 5. 台中永豐棧麗緻酒店總經理 6. 台南大億麗緻酒店總經理 7. 麗緻管理顧問公司副總裁 8. 東海大學餐旅管理兼任講師	1. 國立高雄餐旅大學專任專技助理教授 2. 圓山大飯店董事 3. 消基會委員	103.04.08

職稱	姓名	主要學(經)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務	選(就)任日期(民國年)
董事	張勝鄉	1. 東海大學企管碩士 2. 芝加哥漢堡大學學士 3. 海洋大學食品科學系學士 4. 麥當勞訓練督導 5. 屏東科技大學食科系講師 6. 實踐大學餐飲管理系客座副教授 7. 王品餐飲（股）公司-訓練部副總經理	1. 國立臺灣海洋大學人文社會科學院兼任副教授 2. 海洋大學食品科學系南區系友會副理事長 3. 屏東縣政府勞工處青年學院講師 4. 海洋大學南區校友會理事	103.04.08
獨立董事	紀政	1. 美國加州州立綜合理工大學 2. 行政院體育委員會委員 3. 亞洲基金會顧問 4. 民國66~78年擔任中華民國田徑協會總幹事（專職） 5. 第一屆十大傑出女青年 6. 民國70~79年連任三屆立法委員 7. 民國78~82年擔任中華民國田徑協會理事長（專職） 8. 美國加州瑞蘭大學女子體育組主任	1. 財團法人希望基金會董事長 2. 財團法人雙溪啟智文教基金會董事長 3. 財團法人愛盲基金會董事 4. 財團法人社會企業公約基金會董事 5. 中華民國歷屆十大傑出女青年協會副理事長 6. 總統府國策顧問 7. 行政院體育發展委員會委員 8. 伸盈泰集團董事長	103.04.08
獨立董事	李吉仁	1. 美國伊利諾大學香檳校區企業管理博士 2. 台灣大學商學研究所碩士 3. 清華大學工業工程系學士 4. 台灣百靈佳英格翰公司行銷服務部經理 5. 台灣大學管理學院EMBA執行長 6. 台灣大學管理學院副院長	1. 台灣大學國際企業系教授暨創意與創業中心主任 2. 玉山金融控股（股）公司獨立董事 3. 玉山商業銀行（股）公司獨立董事 4. 宏碁（股）公司獨立董事 5. 台達電子公司獨立董事	103.04.08
獨立董事	吳文欽(吳念真)	1. 輔仁大學夜間部會計系 2. 中央電影公司製片企劃部編審 3. 台北藝術大學電影創作研究所之兼任教師 4. 自由編劇及作家	1. 吳念真企劃製作有限公司董事長 2. 阿瘦實業股份有限公司 獨立董事	103.04.08

董事年齡與性別結構

年齡/性別	男	女
50~60歲	5	1
60~70歲	4	0
70歲以上	1	1

董事酬金：

由3位外部獨立董事所擔任薪酬委員會，係以專業客觀之地位，就王品集團董事、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，以供其決策之參考。(僅揭露台灣母公司領的酬金如下表所示)

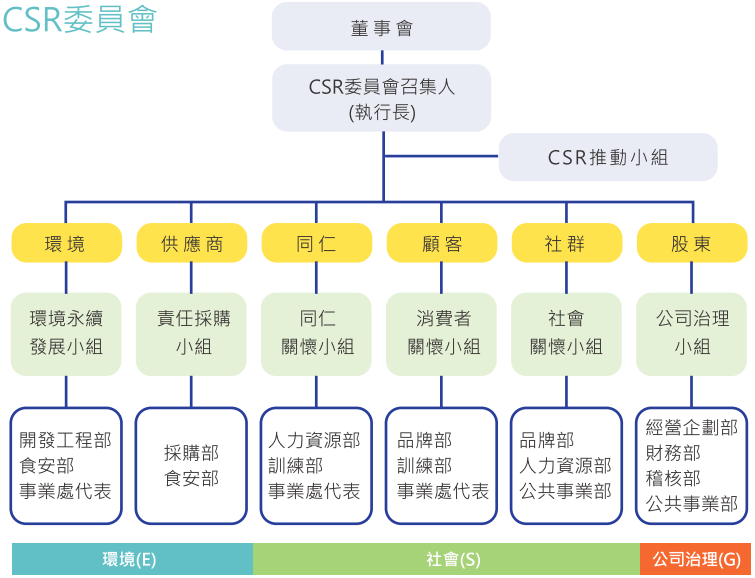
酬金級距	董事姓名
低於2,000,000元	戴勝益、王國雄、李森斌、紀政、李吉仁、吳文欽、魏永篤、蘇國垚、梁火在、張勝鄉
2,000,000(含)~10,000,000元	陳正輝、楊秀慧
10,000,000(含)~30,000,000元	------

◆ 6.3 CSR委員會

面對全球化、科技化快速變遷的經營環境下，王品集團充分體認到企業應善盡社會責任，並將「善盡企業公民之責」列入王品集團的企業使命，所以王品集團依公司「企業社會責任實務守則」所規範之各項方向與目標，於2014年已成立「王品企業社會責任委員會」(以下簡稱CSR委員會)，由王品集團執行長擔任企業社會任總召集人，組織中各核心團隊擔任委員，並設置CSR推動小組負責CSR專案推動之相關細節業務，就是期望以更敏銳、更前瞻的視野，系統化地推動企業社會責任及環境永續發展的工作。

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，同時更需高階管理階層與董事會的支持與重視，自2015年度開始，對於CSR執行概況與績效表現已於董事會中進行報告與討論，讓企業永續發展之議題能夠持續深化與關注，因此王品集團除追求提供對環境更友善、能使用更有效率、餐點更安全優質給消費者體驗的環境之外，更期望以企業公民的角色，為台灣的環境永續發展做出更多的貢獻。

CSR委員會



◆ 6.4 內部組織

審計委員會

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表達、簽證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。

薪酬委員會

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，以供其決策之參考。

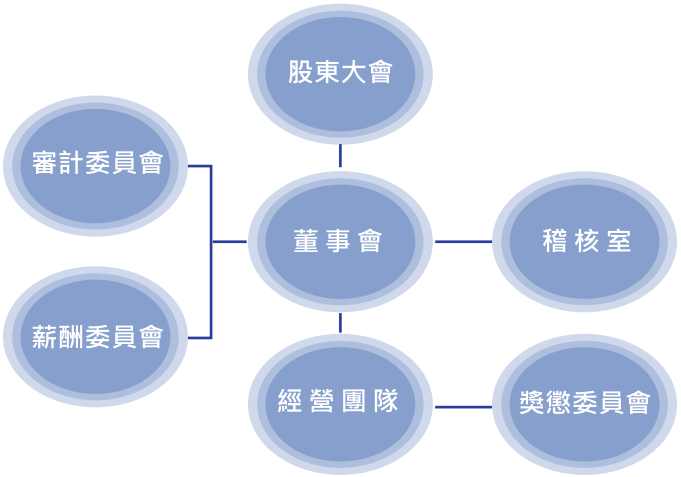
專責稽核室

公司設置專責稽核室，其成員共有六名，其直接隸屬於董事會，主要負責稽核本公司及各子公司所有財務、營運及管理等業務及法令遵循。稽核方式主要為依年度稽核計畫執行之例行稽核，另視需要執行專案稽核，以適時發現內部控制制度可能缺失、提出改善件亦，稽核室於稽核完成後，出具稽核報告提報董事長，並由稽核主管定期於審計委員會及董事會中報告執行狀況及結果，以落實公司自我監督之治理精神。

獎懲委員會

本委員會於2015年第四季成立，為建構更完善之功能，自2016年第三季起名稱由「紀律委員會」變更為「獎懲委員會」，委員由總部與事業處協理級(含)以上共9位主管所組成，主要功能係為表彰公司內部創新貢獻與強化工作守則紀律案件之審理效率而設置。

治理結構



委員會出席狀況

	次數	出席率
審計委員會	4	92%
薪酬委員會	2	100%

◆ 6.5 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，王品集團加入國內產業協會，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。

台灣連鎖暨加盟協會TCFA ▶ 一般會員

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，為提昇台灣連鎖產業 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。

台灣觀光協會 ▶ 一般會員

台灣觀光協會以凝聚台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。

台中市烹飪公會 ▶ 一般會員

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。

中華民國內部稽核協會 ▶ 團體會員

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。

◆ 6.6 風險管理

為確保公司產業系統性與重大突發事件之風險，除董事會與審計委員會扮演風險管理的最高監督角色之外，組織轄下各權責部門則負責對各類風險提出評估，經公司內部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。

另為使各面向風險議題得以及時全面受到關注，王品集團2017年開始增由經營企劃部透過定期之機制進行內外部風險議題之盤點與掌握，以增加公司應變能力。

然而為降低本業最攸關之食安風險，本公司於2015年由採購部與食安部投入大量人力與對上游供應商之要求，所完成建構之食材溯源管理機制已趨完善，其近期在溯源管理防止與問題回應效率上，大大提升供應鏈風險抵禦能力 ，以確保持續營運。

由於風險管理得宜，王品集團2016年未有重大風險事件發生。

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，並定期透過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關鍵食材來源 (2) 不定期審視主要供應商名單並建立第二供應貨源機制 (3) 建立明確採購規範及評核機制 (4) 強化上游廠商共同升級，成為長期夥伴關係 (5) 定期檢視庫存週轉合理化
	氣候變遷風險	(1) 計畫性採購並選擇供貨來源、產地、生產方式等，避免因氣候變遷及天然災害等影響成本 (2) 研發時事先規劃替代材 (3) 每季進行主要物料的供給變化趨勢預測
	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藍圖 (2) 積極落實食材溯源管理 (3) 建立多重食品衛生安全檢核機制（供應商品管、食安稽核訪廠、第三方稽核、門店食安自檢、總部定期抽檢.....等) (4) 強化店鋪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) 精進營運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) 舉辦同仁定期健康檢查及健康衛教之講習 (3) 每月進行店鋪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) 針對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
	消防及建築物安全風險	為確保營運店鋪在安全無虞的場所創造營收，我們的因應措施有： (1) 配合當地消防單位進行消防實地演練 (2) 每月定期自我消防檢查與新人訓練 (3) 由總部推動萬安巡檢機制進行全面性安全檢查 (4) 定期主管機關申報及檢查 (5) 強化展店建物安全評估程序
財務風險	禮券流通在外	針對大量流通在外預售之禮券，提供銀行履約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

供應鏈管理對連鎖餐飲而言是相當重要的核心管理，也是建立競爭優勢的一環。從整個產業來自四面八方的供應商，從中建置有制度的規劃管理、從源頭控管的各階原物料管理、成本管理、或是近年備受矚目是否餐飲能建置一套透明可迅速追蹤系統的食品安全管理，都是王品集團採購部致力日益精進的供應鏈管理重點，除了提升既有供應鏈管理品質與開發之外，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，企圖以終為始為集團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。

◆7.1 關鍵成果

推廣認證溯源餐廳
2016年旗下品牌二星溯源認證達100%

食安溯源系統
2016年增加非食材類 485項
節省反查時間由24小時加速為1小時

食安調研中心
檢驗花費金額年投資
成長 382%

在地良食推廣
台灣在地農畜產品(不含牛羊)
採購金額佔總體採購 62%

符合國際認可廠商
採購金額佔比72%

- 食安檢驗花費金額達3,958,095元，較2015年成長382%，占稅後淨利0.73%
- 供應鏈整體花費於食品安全管理金額達5,550,381元，占稅後淨利1.71%
- 供應商實地加工廠評核109場次
- 原物料檢驗測項含括637項次，共檢驗288樣次
- 餐廳入店查核852場次
- 餐點檢驗979樣次，水質與冰塊檢驗552樣次

◆7.2採購食安政策

供應鏈進化創造組織優勢

集團經歷採購行為整合與採購規格整合、食品安全管理制度與流程建立以及書面資料管理供應商與原物料基本資料與成分來源。2015運作採購食安委員會，對集團供應商輔導與汰換、風險物料汰換以及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，對集團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，要求欄位更詳實且檢驗報告檢附程度更高。除提供應鏈食品安全管理能力外，集團2015年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，積極拓展國外來源以提升商品品質及穩定度，提升集團整合採購能力並開發新貨源。王品集團也逐年擴大集團供應端履歷食材使用的事業處範圍，提升農畜產品的可追溯程度，強化食品安全及消費者信心，2016強力推廣在地食材並認證溯源餐廳，採用可分解環保袋、外帶餐具，加上透過調整禮品用量規劃與統一各品牌門店用筆規格，同步降低資源耗損及配送碳排。

年度	策略	實踐舉措	具體成效
2014	食品安全	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
		新食材啟用與風險管理制度	採購與食安確保新食材與製程的安全性與適當性
		新供應商啟用與評核制度	新供應商食安評核與放行管理制度
		食安部成立	專責部門管理門店及供應商食品安全
2015	食品安全	採購食安委員會成立	採購部與食安部組成針對食品安全管理議題進行討論與推動
		食安溯源系統建置	建立系統化溯源管系統，管理供應商及原物料及原物料成分產地等食品安全資料
	策略詢購	美國、香港、上海開發廠商	開發新供應商;直接來源提升商品品質與穩定來源
		履歷食材使用推廣	推動履歷食材使用程度，至少15種以上(依季節產出)
2016	企業社會責任	溯源餐廳星級認證	認證溯源餐廳，強化履歷食材應用，全集團餐廳皆獲星級認證
		店筆節約降低碳排	使用統一版本店筆存放棧板由80個降為8個
		在地良食推廣	推廣在地化與特色食材使用
		採用可分解環保袋	全集團由外帶塑膠袋改用可分解環保袋降低碳排

採購政策以公司治理為核心、企業社會責任為本

王品挑過您不用再挑的經營理念，在食用餐具上集團全面禁用美耐皿盛裝熱食，改用PE保鮮膜保存食物並將兒童餐具改為不鏽鋼餐具，避免消費者有接觸塑化劑溶出的風險，同時在清潔方面採用環保洗手乳，降低化學添加物使用且好沖洗降低水資源浪費。食材方面橄欖油使用100% Pure Olive Oil等級，逐檢抽驗美國牛肉瘦肉精確保消費者食用安全，豆製品全面採用非基改黃豆製成品，例如豆腐豆皮等，並推廣提高履歷食材使用品項，應用供應鏈可追蹤追溯的台灣農產品，鼓勵台灣農產走向安全、可追溯的生產銷售。同時集團全面採用非重組肉，避免消費者疑慮並提供食材的真正原貌給消費者。從2015年起，推動不採購中研院發起「台灣海鮮指南」中建議「避免食用」的魚種，為生態保育盡一份心力，2016年仍持續以此為推進。

年度	供應鏈重要改變	實際舉措說明
2011	全面採用環保泡沫洗手乳	環保椰子成份洗手乳，原膏狀改泡沫式環保省水
2012	全採用PE保鮮膜	全面採用不含氯PE材質保鮮膜，避免加熱釋出有毒物質
2013	全採用Pure等級橄欖油	橄欖油由Pomace升等為Pure等級
	不採用美耐皿裝熱食	制訂不使用美耐皿裝熱食規範，維護消費者健康
2014	全採用不銹鋼兒童餐具	兒童餐具停用塑膠材質改用不鏽鋼材質，確保兒童食器安全
	美國牛肉抽驗瘦肉精	加強美國牛肉抽驗瘦肉精，確保消費者食品安全
2015	全面採用非基改豆製品	豆類製品採用非基改黃豆
	推廣使用產銷履歷食材	提高使用產銷履歷食材的種類及數量，強化食材可追溯性
	主餐不使用重組肉	食藥署定義之重組肉，主餐食材不使用
	不採購保育爭議食材	制定政策不採購中研院「台灣海鮮指南」中建議「避免食用」的魚種，台灣海鮮選擇指南，建議購買海鮮時依循以下原則： 1. 常見種（量多）＞稀有種。 2. 銀白色魚種＞有色彩的魚種。 3. 迴游種＞定棲種 (前者種類少數量多)。 4. 泥沙棲性物種＞岩棲性物種 (後者種類多數量少)。 5. 不買遠道而來的海鮮（耗能）。 6. 不買長壽的大型掠食魚（汞等重金屬量高）。 7. 養殖魚＞海洋捕撈魚 (野生魚類已經越來越少)。 8. 不買養殖的蝦、鮭、鮪（其餌料為魚粉或下雜魚）。 9. 購買養殖的吳郭魚、虱目魚等(其餌料為植物性餌料)。 10. 購買食物鏈底層的海鮮—底食原則。 11. 不買非使用永續漁法撈捕的漁獲。
2016	採用可分解環保袋	停用外帶塑膠袋改採用可分解環保袋，環保並降低碳排

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

採購食安委員會透過組織有效管理食安

2014年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為集團建置供應商管理、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年更成立「採購食安委員會」成員由採購與食安部最高主管共同參與召集組成，其議程包括:

綠能採購 餐飲也能為地球盡一份心

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，因此，王品集團致力於「安全食材」「環保永續」「可追溯性」的採購政策。

採購金額佔比

品　　名	2015	2016	佔該品類總採購金額
熱帶雨林咖啡	4%	3%	佔總咖啡採購金額
FSC認證衛生紙	68%	72%	佔總衛生紙採購金額
雨林認證紅茶	NA	1%	總紅茶採購金額

安全食材：集團將安全食材把關與要求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：集團推動採用熱帶雨林認證咖啡，2016年佔總咖啡採購金額從4%減少3%，因使用該產品的品牌舒果門店數由13家減少至8家。

使用FSC認證衛生紙，2015年佔總衛生紙採購金額68%，2016增加為72%。

2016年增加使用雨林認證紅茶占總紅茶採購金額1%。

集團也響應致力於綠色製造廠商「綠能永續，循環再生」之願景，希望透過採購可分解環保袋與外帶餐具減少碳排放量，可分解環保袋與餐具分解後即為土壤的有機肥料，如此以促進生物質廢棄物之循環再利用，防止地球環境的持續惡化，進而留住美好且寶貴的空氣、水資源和土地。此外，台北市政府2016年5月也召集十三家連鎖火鍋業者宣導勿使用美耐皿盛裝熱食，集團品牌石二鍋2009年成立時就已使用陶瓷碗盛裝熱食，並以不銹鋼湯匙、筷子夾取熱食，率先為消費者安全優先考量。

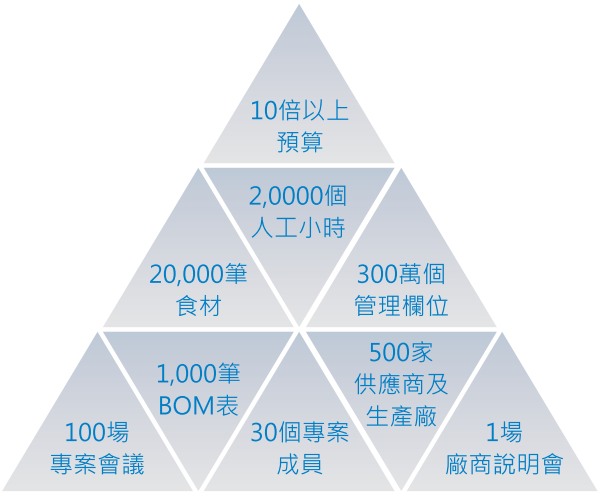
2016年集團採購金額佔比

可分解環保袋	50%	佔總外帶袋採購金額
可分解外帶餐具	99.8%	佔總外帶餐具採購金額

◆7.3 食安溯源系統

2016年王品集團透過物料整合，使用單純物料以減少可能的食安危害因子，為維運食品安全管理系統，王品集團捨低價反以10倍以上預算購置與設計食安溯源系統，投入總部5個部門及12個事業處共超過30個專案成員，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2萬個人工小時，維護超過2萬筆食材，1000筆BOM表，管理欄位超過300萬個，並招開廠商說明會與系統教育訓練，克服供應商素質與系統應用基礎不足、電腦操作不熟練甚至是沒有電腦上網的困難，達成與供應商共同建立食品安全溯源系統的目標。

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，管理軌跡上皆須依賴人工及書面彙總且資料量大管理不易。有鑑於此，2016年透過更有系統、策略性、架構完整且透明化的方式管理供應商及原物料，讓原物料追溯及控管更有效率也更提高正確性，2015年僅管控全部食材品項，2016年則增加非食材類485項(金屬、塑膠、紙、化學四大項目100%管控)。



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

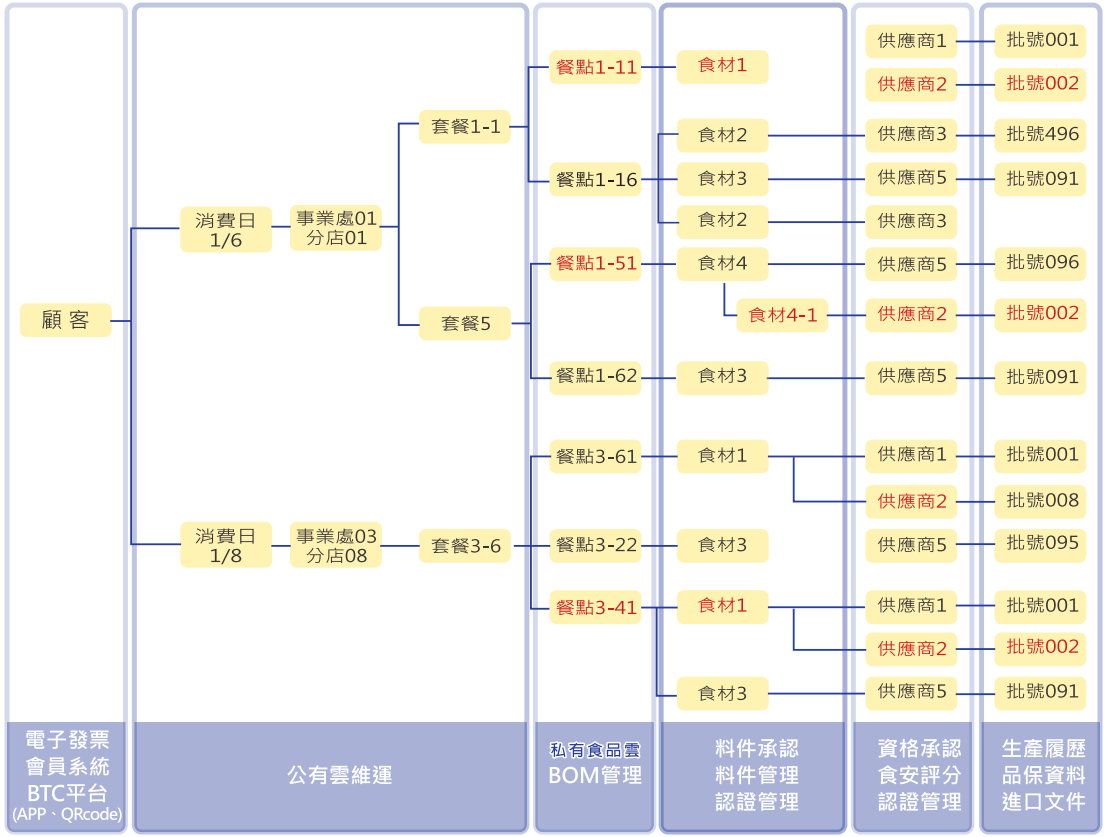
建置維運食安溯源系統
更嚴謹、有效掌握資訊反查

食安溯源系統導入，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，因此食安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，每項食材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，包括所有食材供應商與原物料。

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24小時縮短為1小時，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。

如2016年發生多起食安事件，例如蝦子含超標二氧化硫、工業用碳酸鈉浸泡海產，食安溯源系統審核物料首關就是原物料檢驗，透過系統建置在食材為源頭即能被控管排除使用未經核可之物料的疑慮；二來透過系統建置，能配合政府法規第一時間反查確認後準確快速提出回應。

下圖為可追溯食材供應鏈，可追溯至餐點、使用事業處、使用門店、消費日期、甚或消費會員，紅字為異常供應商及異常品項。



食品溯源系統12步驟 為每一項食材健檢

1 生產廠商證照與資格管理

以系統管理食材供應商與其所轄在台灣生產之生產廠資格與證照，管理生產廠資訊包括生產廠址、電話、負責人、生產廠認證證書(ISO、HACCP、BRC等)、經濟部工廠登記證、食品技師證書、產銷履歷或吉園圃證書等，除收集與管理證書具備與否外也管理證書有效期並即時更新。

2 出產地及標示檢核合法性

檢核採購食材的出產地及標示是否符合法規，標示確認品名 、內容物名稱及重量、容量或數量、食品添加物名稱 、廠商名稱、電話號碼及地址、輸入者、有效日期或製造日期及保存期限以及其他經中央主管機關公告指定之標示事項等。

3 取得檢驗報告或進口證明

取得食材的檢驗報告或出廠自主檢驗報告或進口品的進口檢疫證明，分析每一項食材的風險因子，依風險分佈區分類別並明定應檢驗項目，並依國家規範檢核檢驗報告及檢驗數據。檢驗報告並設定有效期間，定期要求更新檢驗報告以確保品質的一致與安全。

4 內外包裝符合規範有效保存

檢核採購食材的內外包裝方式、排列方式及包材等皆符合王品集團規範，同時確保其包裝可以有效防護與保存。

5 確認保存條件與物流條件

確認食材的保存條件與物流條件的合理性，包括保存溫度、有效天數、允收期限、保存溫層等，規範食材驗收標準及允收期限，避免驗收過期或保存期限已短的食材。物流條件則規範驗收車溫、商品表面溫度等物流條件，並依標準驗收與檢測溫度，確保食材受到正確的溫度運送與保存。

6 管理組成成分內容與合法性

要求供應商拆解並提供食材組成成分與添加物明細，包括成分與添加物的出產地、生產廠、有無基因改造、有無過敏源等，並確認成份的合法性。

7 檢核沒有違法添加

要求供應商提供添加物的出產地、生產廠、添加物許可證字號等，同時複方添加物亦要求供應商拆解單方成份以確保添加物的合法性。

8 管理組成成分內容與合法性

要求供應商提供食材組成成分與添加物明細，包括成分與添加物的出產地、生產廠、有無基因改造、有無過敏源、添加物許可證字號等，並確認成份的合法性。同時複方添加物亦要求供應商拆解單方成份以確保添加物的合法性。

9 確認有無基因改造

要求供應商提供成份有無使用基因改照原料，確保消費者知悉的權利。

10 收集過敏原資料

要求供應商提供成份有無過敏原，包括海鮮、奶、蛋、花生等，確保消費者知悉的權利。

11 設立衛生檢驗基準

設定包括包括生菌數、大腸桿菌、大腸桿菌群等檢驗基準，確保食材符合法規。

12 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。

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

◆7.4 供應商管理

集團供應商隨旗下品牌延展與多元開發經營下，供應商家逐年升高，我們致力於找尋良好的供應商，確實把關管理供應商品質已確保食材、非食材符合標準並滿足消費者需求。

現況供應商說明

2015年度 供應商家數 435

2016年度 供應商家數 527

2016 廠商交易型態 / 採購金額佔比

國內 96.6%

國外 3.4%

有認證廠商採購金額佔比

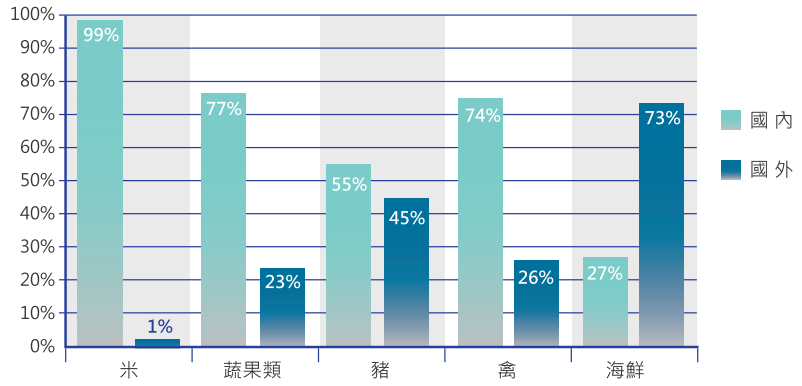
經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。2016認證廠商金額降低為蔬果廠商(皆為無認證)金額增加影響。

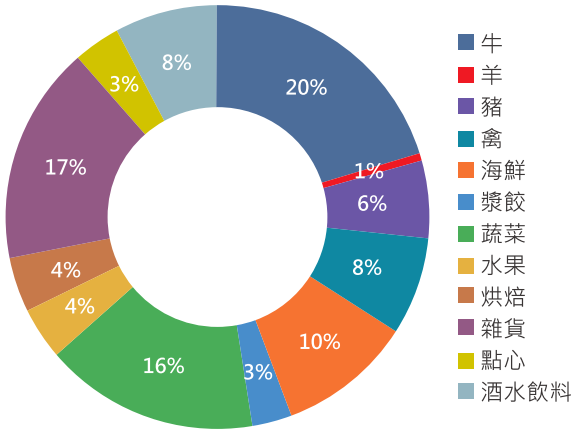
2014年度 76%

2015年度 79%

2016年度 72%

2016食材來源金額比例





供應商年會與供應商共學

年度	2014年	2015年	2016年
主題	食品安全管理	透明食安鏈	食安追蹤追溯與成本管理
參與人數	472人	372人	348人
內容	績優供應商表揚共15家，首度邀請政府官員，台中市衛生局局長黃美娜針對政府法規及食安管理議題進行宣導，同時對供應商食品安全規範的稽核評鑑進行說明。	主題強調透明食安鏈及物料可追溯性，邀請財團法人中華食品管制系統發展協會理事長朱森裕及實踐大學教授許瀞伊探討物料追溯系統及供應商管理與稽核等議題進行專題討論，提供供應商管理自身食品安全之參考。	強調透明食安鏈及物料可追溯性，邀請國立台灣海洋大學食品科學系講座教授-TQF台灣優良食品發展協會理事長-孫寶年分享主題-找回安心享美食的小確幸採購部探討主題採購預測&成本管理食安部說明食安稽核與檢驗計畫。
集團實際作為成果	同時對供應商食品安全規範的稽核評鑑進行說明。	專題結論列入食品雲管理精進參考，並邀請理事長與教授進行部門分享。	2016落實年度採購預測及成本管理，食安部針對稽核與檢驗計畫擬定短中長期規劃。

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

透過供應商評核制度把關生產者建立嚴謹且綿密的食安防護網

2016年我們透過嚴謹的供應商評核，使近年來供應商發生的原物料酸敗、異物案件下降至穩定的水準，且由我們的評核結果可以發現整體供應鏈的食安水平皆有所提升。2016年一方、二方、二方複查共計評核共計109場次，稽核供應商占食材與非食材供應商的20.7%，國內有加工製程的供應商78.1%。

持續交易的供應商，食品安全部每年度亦會進行工廠實地一方評核，評核結果若為普級以下，將採取限期改善或汰換的矯正措施。供應商正式交易前，亦需要通過我們的工廠實地評核，評核結果達良級以上才能正式交易。

評比項目包括危害分析重要管制、環境衛生、設施及設備、倉儲與運輸、不符合產品管制與追溯、製程產品管制等。工作人員健康與衛生、病媒管制、檢驗與量測及王品集團規範。

然而供應商是食品安全最重要的源頭管理，因此我們對於交易之供應商採取嚴格的審核與評核機制。依據食品良好衛生規範準則(GHP)等國內法規與國際驗證標準食品安全管制系統(HACCP)發展出10大項，共計94條的一方稽核查檢表進行評核，因應食安相關法規變更，亦會提前增修條文，帶領供應商關注與因應法規，於2016年增修9條稽核條文；2016年為使供應商鏈共同提升風險項目的關注程度，我們依照食品安全影響嚴重程度設定各查檢條文，分為輕微缺失、中等缺失、嚴重缺失與集團重大規範，一旦觸犯集團重大缺失則直接評定為普級供應商，要求立刻改正。

供應商稽核分類	2016 年訪查廠次	良級以上占比
新供應商訪查	53	55%
一方稽核	49	84%

查核過程為普級的供應商，若為產業特性或必要之需求，我們會持續輔導供應商並加強查核，若食安風險較高則會啟動汰換或降低採購，於2016年共計汰換四間供應商、降低採購二間。

我們依造前述查檢表進行供應商評核管理，並將供應商區分為優級、良級與普級；普級以下的廠商將不予錄用、限期改善或汰換。　供應商正式交易前，亦需要通過我們的工廠實地評核，評核結果達良級以上才能正式交易。於2016年共計評核53場次，優級4(11%)、良級24(44%)、普級25(45%)。我們也將這樣的評核方式向供應鏈的上游傳遞，在2016年針對我們的供應商辦了內部的稽核評核訓練，訓練供應商的品保人員稽核技巧與稽核條文擬定的方式，並在2016年供應商的品保與我們實地共同評核4場，我們期待透過共享，提升整體供應鏈的食品安全管理體制，也進而將整體的食安防護網延伸並擴大。

2016年供應商分級標準

		判定標準(分)	等級	行動計畫
供應商	有認證	90-100	優	增加合作
		85-89	良	持續改善
		0-84	普	限期改善或汰換
	無認證	70-100	良	持續改善
		0-69	普	限期改善或汰換

我們除了進行一方評核以外，對於交易金額高的供應商，我們委託專業的稽核公司進行二方稽核，二方稽核的供應商涵蓋國內有加工製程且直接交易的供應商整體交易金額的95%。二方稽核的條文設計共分成14大項，共計171條查核條文，並且在2016年起，查核條文涵蓋企業社會責任，內容涵括員工權益、勞動安全、廢棄物管理與節能減碳，我們希望能帶動整體供應鏈共同重視且執行企業社會責任，為台灣的永續餐飲盡一份心力。

2016年度共計執行37場次二方稽核，共計花費567,000元。

稽核結果	90-100 分	85-89 分	84分以下
家數	3	8	26
占比	8%	22%	70%

◆ 7.5 原物料管理檢測

食材啟用與風險管理制度管理食安風險

不同的原物料存在不一樣的食品安全風險，舉例而言，茶葉、中草藥、蔬果等農產品具有農藥殘留的風險；畜產品具有動物用藥的風險；雜貨具有防腐劑超量、黴菌毒素等的風險。因此我們依造季節、購買途徑與餐點使用方式仔細分析與篩選所使用的原物料具有哪些食品安全風險，並且透過在門店或是我們的倉庫採樣進行檢驗，以確保檢驗結果不會有特別準備樣品的情況。如有政府單位前往我們的餐廳抽原物料檢驗，我們也會同步採樣檢驗，確認原物料是否符合法規規範，於2016年同步檢驗結果皆符合法規規範。

2016年我們共計執行288樣次檢驗，檢驗測項含括637項次。

美國是牛肉出口的大國，台灣政府對於美國牛肉的管制是相當嚴格的，僅開放台灣政府正面表列可進口的牛肉生產廠廠號，且台灣海關對於美國牛肉的抽驗頻率高於其他食品。除了政府對於美國牛肉做的嚴格管制外，我們從2013年起針對美國進口的牛肉進行抽樣檢驗，我們利用採樣鑽頭，在冷凍的狀態下採樣進行抽樣檢驗。

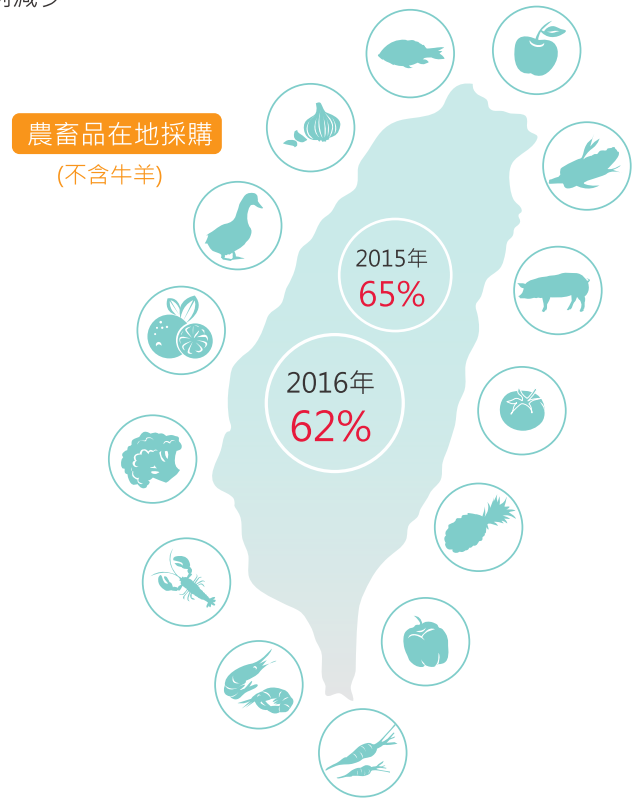
2016年我們擴大執行，包括開櫃及庫存中的美國牛肉抽驗，共計執行112樣次檢驗。

物料風險篩選 → 擬定檢驗項目 → 抽樣檢驗 → 檢驗結果判定 → 異常管理與複驗

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

在地食材採購推行與管理

王品集團主動接觸台灣各地方農會與產銷單位，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2015年為65%，2016年為62%。豬肉因進口丹麥豬及西班牙伊比利豬數量較高，使本土採購金額比例減少，海鮮則因進口高單價龍蝦，致使影響本土採購金額比例減少。



台灣在地食材採購金額比例		
品類/年度	2015	2016
蔬菜水果	73%	77%
豬	68%	55%
禽	66%	74%
海鮮	34%	27%

2016國產稻米總使用量985,394KG

除了提倡在地食材採購以降低配送也達到食材新鮮等益處之外，推廣使用產銷履歷食材也是2016年集團重要舉措，主要仍是回顧客對於食材安心安全的保障，與支持產地到餐桌的堅持，集團致力使用產銷履歷食材主要是建構從顧客、農民、管理三方的核心價值往前推進：

- 建置農產品的產地區隔：產銷履歷記錄制度將有助於了解特定農民所生產的農產品，由消費者檢視產品產銷紀錄的過程，可區隔不同品級之產品價格。且產地為農業一項重要的品質指標。倘若消費者意識到特定地區的農產品品質較優良，而支付較高的費用購買該項農產品時，則可追蹤性即可作為有利的佐證。
- 降低風險及消弭法律責任：農產品若沒有建立可追蹤的基礎，一個食品安全問題可能會基於預防的理由而迫使產業整體受害，若是能適當地建立產銷履歷紀錄，則食品問題將能即時有效地釐清與處理，降低生產者的風險。
- 提昇資訊的信賴度：藉由已建立之產銷履歷紀錄系統，可防止標識及資訊誤認，提昇交易之公平性。特別是消費者能獲得農產品及生產者的正確情報，可幫助食品的選購及風險的因應。對交易場所及管理機構而言，同樣也可獲得正確情報資訊，幫助製品及風險管理。
- 提昇農產食品安全性及業務效率：當農產食品安全產生問題而造成事故時，較易迅速追查原因，掌握產品行蹤，因此較易迅速及正確的回收產品，並明確是業者責任範圍。使用識別號碼進行製品管理，及製品整個生產過程的情報傳遞，將提昇製品的在庫及品質管理，如此能降低管理成本及提昇品質。

集團也支持台灣農委會協助的AMOT協會，依照各餐廳使用溯源產銷履歷食材的程度，以星級方式分為3個級別呈現給消費者清楚辨別，讓消費者食在安心，配合政府推廣也為整體餐飲帶動食安溯源目標。

★★★ 溯源餐廳：提供任5道以上溯源餐點或菜單一半以上為溯源餐點。

★★ 溯源餐點：任一道餐點中一半以上使用溯源食材或其主菜使用溯源食材。

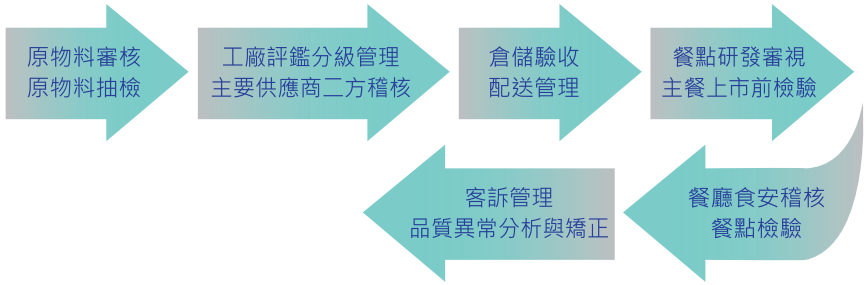
★ 溯源食材：使用1樣以上溯源食材。

星 級	品 牌	溯 源 食 材
★★	原 燒	牛番茄、越光米
★★	王品牛排	牛番茄、杏鮑菇、洋菇、紅甜椒、蘿美心
★★	聚	牛番茄、台南11號米
★★	藝 奇	牛番茄、紅甜椒、馥米、胡蘿蔔、鴨胸
★★	夏慕尼	牛番茄、台南11號米
★★	西堤牛排	台南11號米、胡蘿蔔、小黃瓜、紅甜椒、黃甜椒
★★	陶板屋	牛番茄、台南11號米、小黃瓜、紅甜椒、黃甜椒
★★	品田牧場	越光米、履歷小白菜
★★★	石二鍋	牛番茄、台南11號米、胡蘿蔔、櫻桃鴨腿、香菇
★★	舒 果	牛番茄、黑木耳、小黃瓜、紅甜椒、黃甜椒、台南11號米
★★★	hot 7 新鉄板料理	台南11號米、櫻桃鴨、地瓜、烏魚、舒康雞
★★★	Ita house	牛番茄、杏鮑菇、香菇、台南11號米
★★	莆 田	芥蘭

◆7.6 食物安全管理

我們相信食品安全是『款待心中最重要的人』的基本需求，食品安全是贏得您與其他消費者信任的基礎，因此我們的全體同仁更為重視。我們的所有夥伴秉持著自己不敢吃的餐點不上桌的理念，持續為消費者打造安全、安心的用餐體驗。從2014年起，更加強食品安全的管理強度，將食品安全部從既有部門中獨立出來，主要任務為風險鑑別與管理、供應鏈食安管理、餐廳食安管理、廠內品保及食安調研中心。我們的餐點從原物料開始，至消費者食用過程中的原物料查驗、工廠製造、配送、門店製備皆有嚴謹的控管程序與機制。

餐點把關機制、審慎的餐點研發流程



一道美味又安心的餐點需要審慎且認真的看待他，我們食品安全部門的夥伴在試菜的階段即開始參與餐點研發設計，從供應商/原物料的安全性與風險、餐具的易破性及製程的微生物風險都是我們所關注的重點，經過審慎的評估後，一道新的餐點才能出現在餐桌上。

然而對我們來說，餐點除了美味、安心以外，我們也希望每位消費者前往不同門店用餐可以有一樣的完美體驗，所以我們會將餐點的作業標準化，而且將品質與安全的管控因子設定在裡面，例如加熱溫度、冷卻溫度等，最後我們將研發出的主餐，送往第三方檢驗公司檢驗生菌數、大腸桿菌與大腸桿菌群。透過審慎的餐點研發流程以確保我們的餐點維持良好品質且具安全保障，如此才能稱的上是心安的美味饗宴。

製作餐點時的食品安全與衛生，是我們全員共同落實與遵守的使命；我們為持續改善食品衛生、安全與品質，針對我們的工作夥伴、作業場所、設施衛生管理及各店的品保制度進行評估，並100%涵蓋我們的所有餐點類別。

食材衛生

食材驗收

- 完成驗收前不得使用
- 驗收檢視包裝完整性、重量、數量、大小、顏色及鮮度、有效期限
- 冷凍/冷藏食材到貨後立即冰存

食材倉儲管理

- 以乾淨容器盛裝，並加封/蓋
- 依先到期先出的原則管理
- 低於最低庫存量時才訂購
- 整齊擺放，方便目視管理與拿取
- 同仁伙食/研發與營運食材分開擺放

營運中食材管理

- 有效期限使用彩虹標籤標示
- 營運中冰鎮的原物料控管溫度
- 短效期食材每日檢視保存期限
- 長效期食材每月盤點保存期限
- 熱存 > 57℃以上

安心 — 供應鏈管理
SAFETY – Management of Supply Chain

個人

手部清潔

洗手八大時機

- 每次進入廚區
- 處理不同工作站的食材前後
- 使用抹布完成清潔工作後
- 接觸顧客殘留食物後
- 摸過臉、頭髮後
- 撿拾碎屑、使用清潔工具後
- 如廁後
- 觸摸貨品之外包裝後

經11個步驟完整清潔與消毒手部

健康管理

新進同仁需有合格供膳體驗報告才錄用，每年進行供膳健康檢查，同仁感染高傳染風險疾病，痊癒後才能回店工作；每日店內自主進行健康管理(手部傷口、嘔吐、腹瀉、感冒等)

設備・器具衛生

- 每年使用鵝頸刷清潔
- 每年執行水質檢驗

製冰機/濾心/鵝頸水龍頭

- 每日清潔與消毒冰杓、冰鏟、冰桶；冰杓槽
- 每週清潔與消毒除冰槽
- 每季細部拆卸清潔與消毒，並以食品級消毒藥劑清洗管路
- 每年執行冰塊檢驗
- 製冰機/儲冰槽上方不直接擺放物品
- 冰杓定位放置，不直接放置於冰塊上
- 使用通過美國NSF驗證的愛惠普濾心
- 由廠商定期更換濾心

攪打類器具完全拆卸清潔與消毒

- 依使用用途區分顏色，避免交叉汙染
- 每日打烊浸泡稀釋後漂白水進行消毒

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

環境・化學品衛生

病媒防治

- 委由合法病媒防治公司每月執行環境消毒 *
- 病媒防治施作人員須具備合格執照
- 使用的藥劑需具合法許可證
- 消毒後完整清潔消毒設備與器具

廢棄物管理

- 廢食用油交由合法公司收送
- 清運的公司、車輛、人員受當地環保局認可並核發許可證
- 每月線上申報產出、儲存與清運量
- 追蹤並確認廢食用油的清運與再利用

化學品管理

- 我們禁用鹼片避免同仁受傷
- 使用與自來水廠同等級的低溴酸鹽次氯酸鈉(漂白水)
- 營運必須的化學品標示品名且定位放置於化學品暫存區
- 倉儲的化學品與食材區隔擺放

* 註：部分賣場門店由賣場統一執行病媒防治

加工廠管理

近年來，面對氣候變遷的環境，劇烈的氣溫及雨量變化之下，農產品的生產相對的也變得更為困難，在這樣的過程中，農藥殘留的風險提高而蔬果的品質的確有可能下降，因此集團透過蔬果裁切中心的成立，整合供應鏈及加工配送等實際輾轉以減少產地到門店的運輸碳排放，且再透過行政院農業委員會試驗所開發的農藥快速檢驗與最嚴謹的品質與安全控管，提供質優且安全的農產品給消費者。我們的蔬果裁切中心於2016年通過衛生福利部(TFDA)落實食品良好衛生規範準則(GHP)。我們依照ISO22000的架構規劃廠房與生產製程，此單位於2016年尚未通過獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準，因此生產通過獨立第三方驗正符合國際認可之食品安全管理系統標準的產品涵蓋率為0%。

驗收與檢驗

- 完成驗收前不得使用
- 驗收檢視溫度、重量、數量、大小、顏色及鮮度與有效期限
- 農藥快速檢驗抽驗(殺蟲劑、殺菌劑)

溫控倉儲

- 倉儲特殊設計，以鈦管降溫維持濕度，避免強風降低蔬果品質
- 依蔬果的特性區分倉儲(1℃、4℃和7℃等)

水源管理

- 水質經過3道過濾
- 每日監控餘氯殘留
- 定期檢驗微生物
- 使用冰水清洗截切蔬菜

生產管理

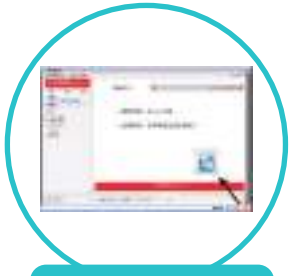
- 使用冰水曝氣清洗截切蔬菜
- 利用強力磁鐵吸除金屬異物與帶磁性的石頭
- 包裝後通過金屬檢測機檢測
- 即食產品經微生物檢驗

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

食安教育訓練

新人訓

- 為新進人員設計基礎的食安課程
  1. 食品作業場所著裝要求
  2. 洗手(11步驟、8大時機)
  3. 口罩手套配戴
  4. 抹布分類
  5. 刀具砧板分類
  6. 清潔消毒標準流程
  7. 化學藥品分類
  8. 食材原料保存
  9. 餐點半成品效期標示使用方式
- 2016年共計執行訓練7場次



E-Learning

- 我們所有的新近夥伴，都需通過食品安全的訓練
- 為使門店能適時依需求進行訓練，佐以E化系統建立訓練教材
- 目前線上共計有32堂與食品安全相關的課室
- 2016年共計訓練時數7,123小時

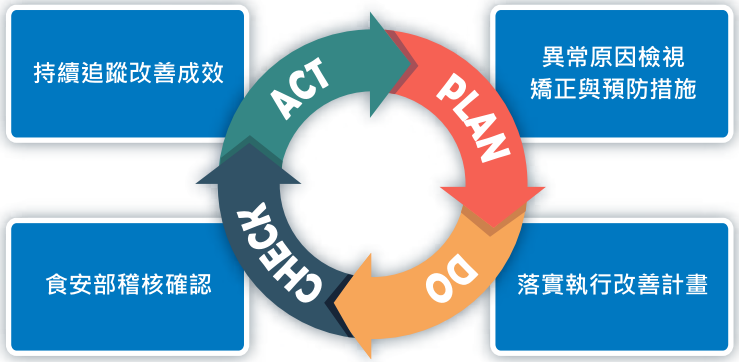
食安課室

- 通過食安課室訓練，是晉升的必要條件
- 課室內容包括
  1. 食品安全法規/異物防治管理
  2. 食材半成品管理
  3. 清潔消毒
  4. 食安事件分析
  5. 2016年共計訓練8場次，227人次，通過221人

餐廳食安稽核與異常管理 ▶

集團依據『食品衛生管理法』與『食品良好衛生規範準則』再加上長期對於餐點製程深入了解並分析食品安全風險，訂定出適合的門店自評表與餐廳食安稽核條文，每日門店再利用自評表進行自我檢核。集團餐廳食安稽核條文共計56條，內容包括從業人員、作業場所、設施衛生管理及單店品保制度的面向；食品安全部每季前往所有門店進行查核，2016年總共進行852場的食安稽核，只要有需要改善的地方，除當場進行矯正外，還會在每個月的會議中進行布達與矯正預防措施的建立；若稽核成績不理想，會於下個月展開異常追蹤管理。

集團更關心消費者在門店用餐中、後的狀況，只要發生腹瀉或餐點中有異物，集團會啟動Plan-Do-Check-Action的異常管理，並持續追蹤改善成效。



餐點及半成品微生物檢驗
共 552 樣次

冰塊與水質檢驗
共 979 樣次

柵欄因子專案檢驗
共 313 樣次

為了確保各門店製備的餐點符合安全的狀態，生飲水、冰塊的清潔度也相當重要，因此除了設定設備的清潔頻率並建立仔細的設備拆卸與清潔消毒步驟外，每年定期檢驗以確保水質與冰塊的清潔度，2016年共計檢驗552樣次。

每年食品安全部也會將各品牌的餐點進行風險評估，將比較具有微生物風險的餐點拆解成各式半成品進行檢驗，2016年共計檢驗979樣次，花費998,892元；除了例行性的檢驗以外，我們為加強對於食品安全管理的強度並融入其他產業的成功經驗，啟動多項專案檢驗的計畫，例如：食品加工業常透過增加微生物欄柵因子(包括酸鹼度、水活性、加熱、高糖/鹽度等)來降低微生物污染的風險。我們也在2016年開始測試餐廳製作餐點中可以被利用的欄柵因子，因為我們經常使用生鮮的檸檬汁等酸性物質來增加風味，我們也發現酸鹼度可能是我們可以做為餐點或半成品保存安全性的一個因子。因此我們在2016年展開了各式細部的專案檢驗來確定這個想法，以科學化的方式因應未來的餐點研發，於2016年共計檢驗313樣次。

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

集團食安調研中心 快速檢驗確保食物安全

特優

王品集團2013年成立食安調研中心(原稱集團實驗室)，除了逐年擴大檢驗能量外，我們依造國際上對於實驗室驗證標準ISO/IEC17025，致力穩定食安調研中心執行檢驗的再現性與穩定性。集團連續三年獲頒農試所『特優』檢驗站，依據餐點設計與原物料使用需求，建立了農藥殘留快速檢驗(殺蟲劑及殺菌劑)、微生物(總生菌數、大腸桿菌群及大腸桿菌)。食安調研中心在2016年共計檢驗了農藥快速殘留殺蟲劑6,159件，合格率98%；殺菌劑5,940件，合格率96%。微生物總生菌數3,393件，合格率80%；大腸桿菌及群3,427件，合格率80%。

共計投入檢驗費用3,958,095元，約較去年同期成長382%，占營業收入淨額之0.025%，占稅後淨利0.73%。

農藥殘留快速檢驗(殺菌劑)
共 5,940 樣次
合格率 96%

農藥殘留快速檢驗(殺蟲劑)
共 6,159 樣次
合格率 98%

微生物(總生菌數) 檢驗
共 3,393 樣次
合格率 80%

微生物(大腸桿菌群/大腸桿菌) 檢驗
共 3,427 樣次
合格率 80%

$ 3,958,095元

此外，集團也透過外部實驗室的協助雙重把關食品安全。近年來伴隨著檢驗設備的精密程度不斷提高，國際或台灣政府公告的檢驗方法已經進步到百萬分之一甚至是億萬分之一的精密程度，採樣方式、樣品保存/運送/前處理、檢驗公司的設備/環境/人員操作等都可能影響檢驗結果。然而檢驗結果對我們來說主宰著原物料是否可以使用，餐點是否可以上市的命運，因此檢驗公司的穩定性與正確性，對我們而言甚關重要。

我們自己或供應商送檢，皆須送至通過衛生福利部食品藥物管理署(Taiwan Food and Drug Administration,TFDA)或財團法人全國認證基金會(Taiwan Accreditation Foundation,TAF)驗證ISO/IEC17025的實驗室進行檢驗。

我們也實地進行實驗室的評估，包括收樣流程、檢驗方法等；為確保實驗室人員前往門市採樣的穩定度與準確度，2016年我們執行了3間檢驗公司，4場次的比對試驗；也與檢驗公司共同辦了2場次的採樣教育訓練。除了進行實地參訪與訓練之外，我們也進一步要求檢驗公司提供檢驗過程產生的圖譜或照片等資料，更進一步利用檢驗數據做到更前期且深入的管理與評估。

2016年原物料檢驗計劃中，也因為提前建立這樣的機制，更前端的評估出原物料的風險。例如:我們在採購無二氧化硫規格的台灣白蝦時發現供應商的白蝦檢驗結果有檢出二氧化硫，雖數值符合台灣法規規範，但不符合我們對於原物料的規格設定；因此再次送驗附驗，檢驗過程照片顯示為紫色*，但檢出訊號小於定量極限，因此檢驗報告顯示為未檢出(ND)，但深度要求供應商進行製程分析後發現在白蝦運送的槽車中可能受到二氧化硫的污染，也因為有這樣的檢驗報告分析機制存在，使我們能更加前瞻的確認購買的原物料規格與安全性，並且與供應鏈共同成長。

線上消毒設備評估與測試

餐廳在製備餐點的時候會使用多種的原物料、設備及器具，再加上細膩的手藝技法，才能呈現一道色、香、味俱全的菜餚。在這樣的過程之中，看不見的微生物就是食品安全要面對的重要危害之一，因此我們更需要努力避免微生物造成餐點污染。在微生物管理這件事情上，我們持續努力透過便利的設備與硬體規劃降低第一線夥伴在食品安全執性上的壓力，並於2016年開始測試次氯酸水電解設備。主要的目標為降低含氯消毒劑的使用量，並透過簡單、不用計算稀釋倍數的模式降低消毒的執行難度。

執行計畫	計畫簡述	具體成效	延伸發展(推進中長程規劃)
新北市衛生局 餐飲衛生輔導計畫 2016.09	確認餐廳食品安全管理與操作符合食品良好衛生規範準則	共計12間門店通過(聚板橋環球店、聚板橋遠東店、石二鍋板橋新埔店、王品板橋縣民大道店、品田板橋中山店、西堤板橋中山店、原燒板橋館前東店、舒果板橋遠東店、夏慕尼板橋民生店、hot 7板橋文化店、陶板屋板橋文化店、藝奇板橋麗寶店)	
台中市衛生局餐廳分級評鑑 2016.11	確認餐廳食品安全管理與操作符合食品良好衛生規範準則	共計15間門店通過評鑑，陶板屋台灣大道店獲頒標竿企業；14間為優級餐廳(聚台中東海、藝奇台中大墩、藝奇台中福雅、夏慕尼台中大隆、夏慕尼台中文心、西堤台中文心、西堤台中東海、西堤金典綠園道、陶板屋台中崇德、陶板屋豐原向陽、陶板屋台中河南、陶板屋大里德芳南、品田台中公益、舒果台中市政北)；且所有被抽樣檢驗的食材皆符合衛生標準。	❶ 台中市衛生局稽核員訓練2016.06 舉辦半天食品安全管理體系訓練，訓練台中市衛生局稽查人員，課程內容包含食品工廠管理實務、稽核實務與案例分享、食品工廠實地參訪與稽察演練等。 ❷ 育達科技大學食品安全授課 食品安全部總監(2016.12)及副理(2016.10)至育達科技大學擔任業界講師。授課內容以產業觀點分享食品安全案例與管理手法。 ❸ 輔導生鮮截切蔬果業符合衛生安全操作計畫 (2016.11) 蔬果截切中心與夏慕尼內湖通過衛生安全操作評核，符合衛生福利部對於生鮮截切蔬果業之要求，我們蔬果截切廠廠長(經理)於座談會中分享工廠經營管理經驗。 ❹ 台中市衛生局餐廳分級評鑑 (2017.01/2017.02) 除通過評鑑以外，以標竿企業身份分享食品安全管理方式2場次。

2016年集團食安相關法令規定

提供消費者所需且正確的資訊是我們認為與消費者良信互動並取得消費者信賴的根本，我們明確標示牛肉產地/湯頭成分/基因改造/重組肉及特定魚種等相關資訊，除法規規範需要標注的內容外，在網站上揭露餐點的過敏原，以利使消費者安心的用餐。所有餐點與門店揭依造這樣的原則進行標示，並且在2016年中經過各縣市/各種類主管機關查核，沒有違法之虞。

計　畫	主管機關	法　源	成　效
過敏原	衛生福利部	參考食品過敏原標示規定	自願標示於官網標示主餐與沙拉的六大過敏原。
湯頭標示	衛生福利部	直接供應飲食場所火鍋類食品之湯底標示	聚鍋與石二鍋依法詳實於餐廳內標示湯頭成分。
牛肉原產地標示	衛生福利部	直接供應飲食之場所供應含牛肉及牛可食部位原料食品標示原產地	所有使用到牛肉的餐廳皆依法詳實標示牛肉原產地於門口。
基因改造	衛生福利部	直接供應飲食場所之食品含基因改造食品原料標示規定	豆漿、豆腐、豆花、豆乾、豆皮、大豆蛋白製得之素肉產品，皆使用非基因改造(nGMO)食品。
重組肉	衛生福利部	重組肉食品標示	除貢丸、魚丸、熱狗、火腿、培根、香腸、魚板、牛肉丸、鴨肉丸、漢堡排等外，無使用重組肉食品。
特定魚種	衛生福利部	特定魚種為品名之標示規定	誠實揭露使用的魚種名稱，非鱈形目魚種不以鱈魚作為品名標示，避免消費者誤解。
餐具材質與耐熱性	台北市衛生局	臺北市食品安全自治條例第9條	於門店標示可能接觸持續加熱火鍋湯頭的餐具標示材質與產地等資訊供消費者瞭解。
一次性餐具	環境保護署	限塑政策	將原以PP、PE等塑膠材質的外帶餐具更改為PLA或紙類產品；將塑膠袋更改符合法規，且為配合政府環境保護政策，更改為不免費提供塑膠袋。
剩　食	新北市衛生局 新北市社會局	無	與新北市政府合作，提供門店不能出餐但不致腐敗的蔬果供需要的單位使用。
飲酒標語	財政部國庫署	菸酒管理法	旗下有販售酒品的門店於門口張貼標示。
雙北市食材登錄	台北市衛生局 新北市社會局	無	自願於雙北食材登錄系統揭露原物料名稱、產地、基因改造、過敏原等資訊。
高麗菜供銷失衡協助計畫	雲林縣政府	無	因2016年底高麗菜生產過剩，我們透過雲林縣政府購買15噸高麗菜，將優質卻無法順利銷售的高麗菜從辛苦的農民提供給消費者食用。

2016年集團食安相關法令規定

然而，王品集團則聲明，食安管控是王品的紅線區 ，任何有違食安的狀況都將嚴格處理，2016年單店發生過期玉米粒議題，主要是單店在採購店內同仁餐點時 幹部未在第一時間驗收時發現過期情形；內部展開調查如涉及門店管理疏失將執行嚴懲，至於該供應商提供了過期的玉米粒，王品將其納入不錄用名單。

因應這次議題處理，集團全面檢視管理機制，盤點難度較高的控管保存期限食材，包括非營運用食材(研發使用的原物料、同仁伙食)、下架退貨品與短效期原物料，並且展開相對應的管理機制。我們利用可視化且區隔定位的管理原則，規範使用橘色的容器盛裝非營運用食材(研發使用的原物料、同仁伙食)、下架退貨品使用紫色容器盛裝，並且修改每日同仁巡檢的機制自評，增加短效期原物料的每日盤點，長效期的原物料則在每月月底的倉儲庫存盤點時增加有效期限的盤點；進貨時加強保存期限驗收並檢視我們的訂貨原則與頻率，以全面性的管控方式，避免再發。

門　店	日　期	違反食品安全衛生管理法	後續改善對策
西堤 台中金典綠園道店	2016/04/08	過期食材(同仁伙食:玉米罐)， 罰款 60,000元。	► 針對研發用料、同仁伙食、下架品、短效期原物料整體全面檢視既有管理體制 ► 增訂自檢與巡檢機制 ► 利用可視化與定位規範避免再發
陶板屋 台灣大道店	2016/04/08	過期食材(甜辣醬)， 罰款 60,000元。	

門　店	日　期	違反食品安全衛生管理法	後續改善對策
陶板屋樹林中山店	2016/10/31	冰塊檢出衛生標準「生菌數 290CFU/ml」 (標準:100CFU/ml以下) 與食品安全衛生管理法規定不符，罰款30,000元。	► 全面清洗水塔、更換濾心及管線 ► 委由專業廠商全面清潔與消毒製冰機 ► 覆驗合格前使用外購合格冰塊 ► 追蹤檢驗67樣品，花費36,850元。確認覆驗合格後持續追蹤2個月，確認冰塊皆維持檢驗合格。

擬訂2017年廚餘計畫

環保署因應2014年國內發生黑心油的食安事件後，將「應檢具事業廢棄物清理計畫書之事業」及「應以網路傳輸方式申報廢棄物之產出、貯存、清除、處理、再利用、輸出及輸入情形之事業」二項公告，新增3類指定事業　，其中一項為總公司資本總額達新臺幣二千五百萬元以上之連鎖速食店或餐館業(含其分店及加盟店)。

當年度集團舉辦全面的內部訓練，要求各門瞭解系統操作與廢清書申請等作業事項。因產源(餐飲業)需要往後追蹤清運與再利用業者的動態，面對龐大而煩瑣的行政作業中，部分門店執行有落差，執行行效不佳的門店在當年度接受環保局強制訓練，透過系統詳細的操作步驟建立成教學手冊放置於便於下載之處，供第一線執行的服務人員使用。

而廚餘在2017年3月將列為應以網路傳輸方式申報廢棄物之產出、貯存、清除、處理、再利用、輸出及輸入情形，目前集團將各門店廚餘交付給當地的廚餘收受廠商，因廚餘收受廠商無法秤量廚餘重量，因此過往我們沒有詳細記錄廚餘數量，因此被新北市環保局裁罰，計劃2017年集團每日廚餘量大於16公斤門店，將上網申報相關資料，每日廚餘量小於16公斤者則記錄交付廚餘廠商的廚餘用量，並且透過門店跟有管制編號的合法清運業者或再利用廠商簽約，以避免誤觸法規。

主管機關	法　源	違反類別與次數	後續因應計畫
各地方環保局	廢棄物清理法	2016年間未依規定上網申報廢食用油儲存、清運及產出量。共計違反21次，罰款金額38,400元；廚餘未記錄數量共計違反1次，罰款金額6,000元。	2017年3月起，廚餘量大於16公斤門店，將上網申報相關資料，每日廚餘量小於16公斤者則記錄交付廚餘廠商的廚餘用量，並且透過門店跟有管制編號的合法清運業者或再利用廠商簽約，以避免誤觸法規。

◆8.1 關鍵成果

2016年導入新鮮風設備降低耗能
目標未來5年內達到全台 70%門店安裝

2016年 電力使用度數年降	天然氣使用度數年降
11.8%	25.9%

用水使用度數年降	啟動散熱鰭片包養專案 月合計節電度數為 20183度 相當於為地球種植 403,660棵樹木
8.8%	

◆8.2能源管理

隨著科技進步與人口增加，能源使用的問題一直是社會關注之議題。本公司秉持著身為地球村的一份子，對於綠能環境也投注相當心力，希冀能提升能源使用效率及幫助地球減少暖化的情形發生。

集團於環保節能之四大重要理念：

1. 建立合宜能源策略，促使企業永續經營。
2. 落實同仁節能觀念，推行節水節電措施。
3. 能源減量持續進行，能源效率持續優化。
4. 採購綠能標章設備，降低環境衝擊負擔。

集團持續深耕，為打造綠色餐飲而努力

- **採購**：食品雲建構，嚴謹管理供應商與原物料食品安全
- **生產**：使用產銷履歷認證食材，讓消費者食的安心
- **服務**：倡導綠色消費理念，減少食材浪費情形

◆8.3 節能倡議

關於全集團能源使用狀況，2016年集團使用的能源總消耗量為2091.4百億焦耳，其中主要以電力為主，其總消耗量約佔年度總用電量72%；而天然氣次之，佔年度總用電量28%。另，2016年集團合併營收為1.61千萬新台幣，以此為基礎計算能源密集度，因此每單位營收所消耗之能源已由2015年的1.49百萬焦耳，下降至2016年的1.3百萬焦耳，由以上數據資料顯示每單位營收的能源使用效率持續增加。

集團能源使用倡議

能源總消耗量

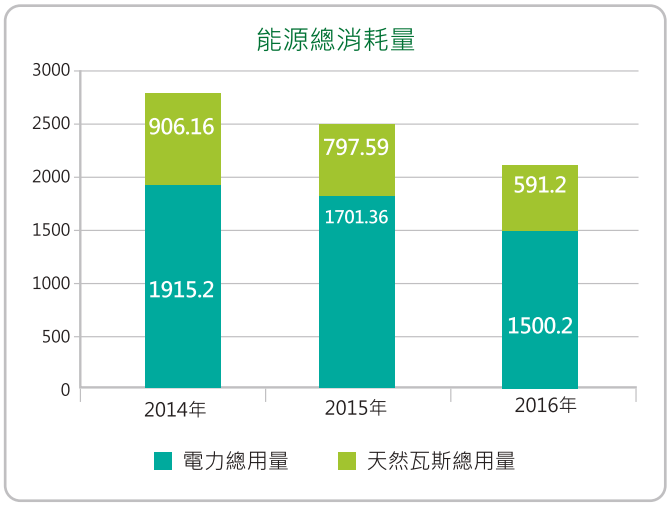
年 度	2014	2015	2016
電力總用量	1915.2	1701.36	1500.2
天然瓦斯總用量	906.16	797.59	591.2

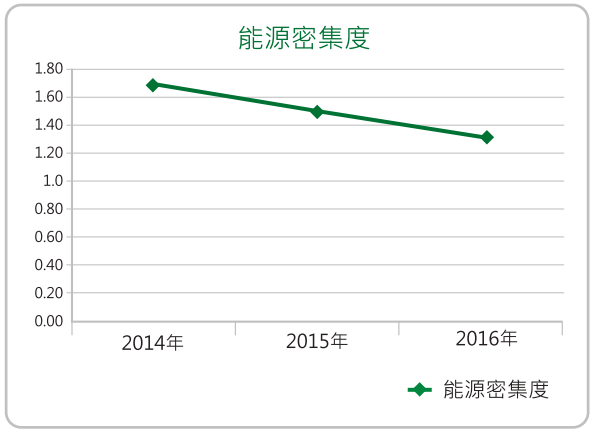
註1. 年度電力總用量及天然瓦斯總用量係以當年度店數與平均用電度數做計算
註2. 換算單位為1度電力=3.6百萬焦耳，1立方公尺天然氣=37.26百萬焦耳
註3. 單位：百億焦耳(1百億焦耳=10,000百萬焦耳)

能源密集度

年 度	2014	2015	2016
百萬焦耳	28,213,632	24,989,475.6	20,914,021.8
合併營收(元)	16,915,902	16,783,819	16,106,390
能源密集度	1.67	1.49	1.30

註1. 單位：百萬焦耳/新台幣-合併營收





綜觀本公司能源使用之議題，由過去三年的能源總消耗量可發現在總用量上皆有明顯逐年降低，其主要原因為公司內部門店尚在進行營運調整與店數整併，故在能源使用量上呈降低趨勢。另外對於新開門店或是裝修門店，在採購方面也盡量使用節能相關設備，如LED燈管、變頻空調、省水馬桶等。天然氣使用方面與過去一年相比減少達25%，主要為目前在工程採購上皆以全電力設備去做設計，因電力使用較天然氣安全且有效率，因此公司未來目標將朝向全電力門店做發展。

年度集團電力使用度數

項目/年度	2014	2015	2016
電力度數(度)	5,320,000	4,726,000	4,167,216
溫室氣體排放量	40,666	36,125	31,854

註1. 電力度數計算範疇為全省店鋪總和
註2. 溫室氣體排放量以電力使用作換算(tonCO2e)
註3. 電力碳排放量係數係以0.637kgCO2e/kWh作計算

年度集團用水使用度數

項目/年度	2014	2015	2016
用水度數(度)	2,918,400	2,568,720	1,904,040
溫室氣體排放量	569	501	371

註1. 用水度數計算範疇為全省店鋪總和
註2. 溫室氣體排放量以用水度數使用作換算(tonCO2e)
註3. 用水碳排放量係數係以0.195kgCO2e/kWh作計算

年度集團天然氣使用度數

項目/年度	2014	2015	2016
天然氣度數(度)	5,289,600	4,226,424	3,854,160
溫室氣體排放量	11,055	8833	8055

註1. 天然氣度數計算範疇為全省店鋪總和
註2. 溫室氣體排放量以天然氣使用作換算(tonCO2e)
註3. 天然氣碳排放量係數係以2.09kgCO2e/kWh作計算

集團節能實際舉措與目標規劃

台灣近年來環保意識逐漸抬頭，空氣污然與水汙染等相關議題已是國民關注之問題。為此集團近年來亦投注相當心力於環境保護之規畫執行，所有新開或是重新裝修之店鋪皆投入大量資金於環境保護設備之購置，以其能降低對環境之衝擊並能做有效管理。近三年相關環保標章設備合計採購已逾1.1億新台幣，由此可知集團對於環境保護可說是投注了相當大心力。

冰箱對於餐飲服務業而言是一不可或缺之命脈設備，若於營運中發生故障情形，後續衍生之食安等問題對於公司形象更是不可不慎。為此本公司執行散熱鰭片保養專案，希冀透過保養來幫助節電且讓設備延長壽命並維持店鋪穩定營運。經實際清洗後測量電流變化換算節電度數，可得知每店每天平均節電約為13.73度，月合計節電度數為20183度，相當於為地球種植403,660棵樹木。

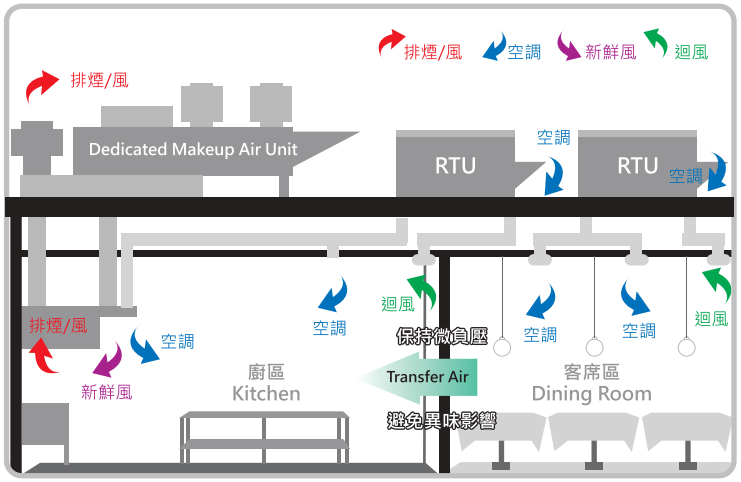
品　牌	節電度數 (度/日/店)	合計節電度數 (度/月)	碳排放量 (kgCO2e/年)	種植樹木 (顆/年)
石二鍋	13.73	20,183 (註1)	154,279 (註2)	12,857 (註3)

註1. 計算公式為節電度數*店數*30天。
註2. 一度電之碳排放量為0.637kgCO2e，一棵樹每日可吸收0.03公斤二氧化碳。
註3. 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

此外，餐飲業空調用電一直佔整體用電量最大比例，為此本公司全面啟動「新鮮風專案」為降低空調耗損與提升同仁工作舒適度，規劃於現有門店與新開門店投資水冷新鮮風設備，在夏季時降低店鋪廚房耗能、溫度與負壓產生，進而提升能源利用率及廚房環境，並規劃。

新鮮風是透過循環的概念，透過設備將抽送將氣體有效的循環能達到空調節能用電，2016年全台已先導入17家大型門店測試，中長期規劃設備投資可望於未來5年內，也就是2021年前達到全台超過七成門店裝設之目標。

然而，集團每年也配合政府倡導，2016年響應經濟部於6月初舉辦「105節能月-節電行動家」活動，透過實際的節電行為，落實照明減盞、使用高效率燈具、空調溫度設定在26度與冷氣不外洩等節能作為，將「節能減碳」觀念落實到現場門店營運中。



◆ 8.4 廢棄物管理

在店鋪日常營運中，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 」。並嚴格要求各店鋪的廢油回收，須交付合格廠商處理，避免遭到不當回收使用。

廚餘在2017年3月將列為應以網路傳輸方式申報廢棄物之產出、貯存、清除、處理、再利用、輸出及輸入情形，目前集團將各門店廚餘交付給當地的廚餘收受廠商，因廚餘收受廠商無法秤量廚餘重量，因此，計劃2017年集團每日廚餘量大於16公斤門店，將上網申報相關資料，每日廚餘量小於16公斤者則記錄交付廚餘廠商的廚餘用量，並且透過門店跟有管制編號的合法清運業者或再利用廠商簽約，以符合法規。

群力－同仁照顧
TEAMWORK – Employment Care

◆ 9.1 關鍵成果

王品集團從「一家人主義」的文化核心出發，視人才為永續經營的重要資產，期許成為連鎖餐飲業的標竿企業，更期望成為最照顧同仁的幸福企業。

2013

王品新秀培訓計畫

開拓人才管道，甄選大學以上社會新鮮人，透過為期一年的培訓計畫，安排專屬訓練師及輔導員，完成職前、在職、及課室訓練，通過期末檢測者則予以晉升幹部。

已培育 291人
留任率達 70.6%

成效

推動至今已培育291人，平均晉升率65.9%，留任率達70.6%

2015

人才管理辦法實施

成立人才委員會，負責「關鍵職位」(經理級以上)之人才遴選、發展、晉升之管理。

關鍵人才佔比 12.9%

成效

關鍵人才佔比由2015年的10.3%提昇至2016年的12.9%。

2016

健康職場

1. 鼓勵同仁每年健康檢查，每日走1萬步。
2. 辦理紓壓講座、職業病預防講座、肌肉骨骼傷病預防教育訓練，鼓勵同仁參與。
3. 舉辦總部「腹愁者聯盟」減重活動，推廣健康生活。

教育部體育署 運動企業認證

健康啟動標章

成效

2016年獲得衛生福利部國民健康署頒發「健康職場認證健康啟動標章」，以及教育部體育署的「運動企業認證」。

2017

多元就業 人才發展 同仁照顧

積極開發與創新多元化人才招募進用管道，整合人才制度、強化人才發展，並建立幸福職場，期許能使人才得以發展與發揮，在人資策略上進行善的循環，同仁與公司達到雙贏。

◆ 9.2 人力雇用

9.2.1人力結構

王品集團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。

以本報告書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部於全台灣之門店，截至2016年12月31日，王品集團台灣地區之同仁總數為8,029人，其中男性佔49.1%，女性佔50.9%，並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，有效達到促進性別、就業實質迎平等之精神。

台灣事業群同仁平均年齡25.6歲，高階管理階層佔全體同仁數的3.5%，且100%為當地人，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30~50歲佔94.6%居多，而非管理層級則以30歲以下佔80.0%，超過66.5%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，設立產學合作專班，提供同仁在職進修的管道。

人力結構分佈

註：管理職指經副理級以上

年度			2014年		2015年		2016年	
類別			人數	%	人數	%	人數	%
同仁人數		男	5,281	48.9%	4,615	48.5%	3,945	49.1%
		女	5,513	51.1%	4,904	51.5%	4,084	50.9%
		總數	10,794	100.0%	9,519	100.0%	8,029	100.0%
契約類型		正式員工	10,085	93.4%	8,881	93.3%	7,516	93.6%
		非正式員工	709	6.6%	638	6.7%	513	6.4%
教育程度		高中職及以下	3,890	36.0%	3,450	36.2%	2,689	33.5%
		大學 / 專科	6,831	63.3%	6,005	63.1%	5,269	65.6%
		碩士以上	73	0.7%	64	0.7%	71	0.9%
年齡	30歲以下	男	4,237	39.3%	3,692	38.8%	3,038	37.8%
		女	4,689	43.4%	4,132	43.4%	3,321	41.4%
		總數	8,926	82.7%	7,824	82.2%	6,359	79.2%
	30-50歲	男	1,026	9.5%	911	9.6%	893	11.1%
		女	767	7.1%	712	7.5%	707	8.8%
		總數	1,793	16.6%	1,623	17.1%	1,600	19.9%
	50歲以上	男	18	0.2%	13	0.1%	14	0.2%
		女	57	0.5%	59	0.6%	56	0.7%
		總數	75	0.7%	72	0.8%	70	0.9%
職務	管理職	男	182	1.7%	154	1.6%	148	1.8%
		女	161	1.5%	137	1.4%	130	1.6%
		總數	343	3.2%	291	3.1%	278	3.5%
	一般職	男	5,099	47.2%	4,458	46.8%	3,797	47.3%
		女	5,352	49.6%	4,770	50.1%	3,954	49.2%
		總數	10,451	96.8%	9,228	96.9%	7,751	96.5%

2016年 同仁結構資料

類　別	人　數	%
台灣	7,880	98.1%
國籍（請說明）	32	0.4%
馬來西亞	15	
中華人民共和國	8	
越南	2	
印尼	2	
日本	1	
菲律賓	1	
美國	1	
澳門	1	
羅馬尼亞	1	
其他多樣性指標	117	1.5%
原住民	86	
身心障礙	31	
總數	8,029	100.0%

9.2.2雇用政策
多元就業

本公司為貫徹平等之精神，透過公開之管道進行招募，並透過公平之流程進行人才甄選，不論性別、宗教、種族、國籍或政黨均一視同仁。

除透過人力銀行外，王品集團持續併行多元招募管道，於2016年建立臉書招募粉絲團，積極拓展及經營招募平台，實體活動，除辦理現場招募外，也持續在各大專院校舉辦徵才博覽會及招募說明會，在2016年更開始舉辦『體驗式招募面試會』，透過工作內容的實際講解與操作、職人職涯發展的經驗分享及自製餐點的用餐體驗，提供人才更多樣化，更近距離的體驗。

招募現場

新進人數比例

年　度		2015年		2016年	
類　別		人　數	%	人　數	%
30歲以下	男	574	44.98%	343	45.43%
	女	579	45.38%	325	43.05%
30-50歲	男	82	6.43%	50	6.62%
	女	41	3.21%	34	4.50%
50歲以上	男	0	0.00%	0	0.00%
	女	0	0.00%	3	0.40%

註：新進人數比例=各年齡層單一性別新進同仁人數/年底新進全體同仁總人數

離職人數比例

年　度		2015年		2016年	
類　別		人　數	%	人　數	%
30歲以下	男	720	37.87%	645	38.12%
	女	785	41.29%	624	36.88%
30-50歲	男	257	13.52%	237	14.01%
	女	130	6.84%	177	10.46%
50歲以上	男	5	0.26%	5	0.30%
	女	4	0.21%	4	0.24%

註：離職人數比例=各年齡層單一性別離職同仁人數/年底離職全體同仁總人數

群力－同仁照顧
TEAMWORK – Employment Care

產學合作

為了培育年輕餐飲人才，近年來深入校園投入人才培育的工作，提供學校實務教學資源及增加學生就業機會，以培育具有實作力及就業力的優質專業人才，同時達成學生在地就學、學校結合產業在地養才及業界提供學生在地就業的三贏局面。

2016年實習生活動成效

育才與留才造就穩定及優現的人力，也是企業發展及存續的重要資本，積極辦理實習生的職前說明會、期初關懷問卷、期末座談會等活動，透過有趣生動的課程設計、店長主廚及學長姐的經驗分享、面對面的互動關懷，並在實習結束前透過線上問卷調查的意見回饋，不斷精進產學合作管理機制，2016年實習生整體滿意度81.6%。實習生給予的培訓與肯定皆達滿意，代表在產學合作之配合下，學生來到王品集團有所學習成長，企業也獲得穩定的人力資源及未來人才的培育。

實習生活動

實習合作校系與學生報到人數

年 度	校系數量	報到人數	佔同仁人數%
2014年	85	1024	9.5%
2015年	86	743	7.8%
2016年	75	483	6.2%

2016年實習生活動成效

2016年接受政府財政補助

勞動部勞動力發展署

補助金額
376,203元

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

國立中興大學 餐飲新創品牌實務規劃個案競賽

產學合作專案

合作學校	專案名稱	內容簡述	目標	時程
國立政治大學	建置數位行銷策略模型	整合集團資源與各別品牌優勢的數位行銷策略，以支持現有品牌的業務增長與新品牌的快速導入市場	1. 搶先挖掘、培養優秀人才。 2. 提供瘋美食未來功能發展的前期研究參考。	2016/5 | 2017/1
國立政治大學	使用大數據分析建置新開店業績預估之計量模型	利用大數據分析工具建立業績預估的計量模型。	1.搶先挖掘、培養優秀人才。 2.擴張品牌力並增加消費通路	2016/5 | 2017/1
國立雲林科技大學	工作精實改善計畫	1. 以「特性要因圖」分析，簡化作業流程與建立服務之標準作業以及櫃台佈置改善。 2. 運用Simprocess軟體，進行標準作業流程的模擬情境分析。	1. 簡化作業流程與建立服務之標準作業。 2. 設計新店的規劃動線與平面圖	2016/9 | 2017/2
龍華科技大學	餐廳設施配置優化計畫	1. 收集相關模擬參數資料，建立基礎模式。 2. 研擬佈置方案，以作為後續模擬分析的方案。	1. 3D模擬模型建立-鐵板區 2. 連鎖式餐廳廚房內場布置方式分析	2016/1 | 2016/11
國立中興大學	餐飲新創品牌實務規劃個案競賽	透過台灣餐飲市場研究與分析後，提出具創新性、連鎖規模性及獲利能力之創業企劃書。	1. 結合餐飲創業課程，推動青創計畫。 2. 深入校園與青年學子互動，挖掘餐飲創業創意與人才。	2016/9 | 2017/1
ATCC	全國大專院校商業個案競賽	全台最大跨產業、最多學生組隊參加、最久(今年第15屆)、最具指標性、最多媒體報導的全國大專院校商業個案競賽。	1. 尋找組織創業idea 2. 學生意見領袖，年輕世代生態圈，口碑行銷及形象扭轉 3. 領導產業轉型，是由外而內的改革 4. 優秀人才加入	2016/11 | 2017/7

9.2.3薪資待遇

王品集團深信人才是公司最重要的資產，並以「合於法令、優於業界、具競爭力」為薪酬理念，以吸引及留任最好的餐飲人才。

薪酬架構秉持兼顧內部平衡與外部公平原則進行整體規劃。在內部平衡面，固定薪除了依職等敘薪之外，亦考量同仁職務等面向規劃各項津貼，固定薪結構每年檢視並搭配績效與晉升調薪。本公司變動薪以「海豚哲學」出發，視公司整體績效及各團隊績效表現，再依個人績效予以差異化獎酬，讓表現優秀的同仁及團隊能獲得更好的激勵。

在外部公平方面，我們依據政府法令、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。2016年全職同仁起薪為基本工資的1.4倍。此外，在本公司的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。

薪資市場競爭力

1.4 : 1

男女薪資報酬比

1.08 : 1

◆9.3 同仁照顧

9.3.1 同仁福利

同仁福利

薪獎福利

本薪、全勤獎金 、每月績效獎金、年終獎金、年度績效調薪、管理津貼、料理津貼*、外語津貼*、內部推薦獎勵*

保險福利

享有勞保、健保、勞退提撥、團保

節慶福利

三節禮券或禮金、生日當月享免費生日餐、除夕公休*、尾牙活動

其他福利

免費提供工作餐*、婚喪及生育禮金、同仁及眷屬用餐優惠、同仁及同仁子女教育獎學金*、同仁重大傷病慰問金*、孕婦友善工作環境、定期年度體檢

健康樂活

國外旅遊補助、不定期歡聚活動、登玉山、鐵騎貫寶島、泳渡日月潭、半程馬拉松

註：正職、兼職同仁皆適用
註：標註*記號，依各事業處規定提供相關福利。

尊重女性員工

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，使同仁得以兼顧工作與家庭的責任。

2016年度符合育嬰假申請同仁為430人，實際申請121人，申請率28.1%，較去年成長1.3倍，同仁留任率也較去年多28.2%。

退休制度

退休福利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。

項目 ＼ 年度	2014年			2015年			2016年		
	男	女	總數	男	女	總數	男	女	總數
符合育嬰假申請資格人數 (A)	327	228	555	237	215	452	234	196	430
實際申請人數 (B)	8	48	56	12	82	94	24	97	121
申請率 (B/A)	2.4%	21.1%	10.1%	5.1%	38.1%	20.8%	10.3%	49.5%	28.1%
報告年度原應復職人數 (C)	5	41	46	10	52	62	22	79	101
原應復職且復職人數 (D)	1	14	15	4	25	29	6	21	27
復職率 (D/C)	20.0%	34.1%	32.6%	40.0%	48.1%	46.8%	27.3%	26.6%	26.7%
上一年度復職人數 (E)	0	14	14	7	42	49	4	19	23
上一年度復職滿一年人數 (F)	0	10	10	1	15	16	1	13	14
留任率 (F/E)	0	71.4%	71.4%	14.3%	35.7%	32.7%	25.0%	68.4%	60.9%

相關資訊詳見王品餐飲股份有限公司一零五年年報
http://www.wowprime.com/investor/annual.html

9.3.2健康職場

透過整體福利制度的規劃及完善的職場工作環境與工作氣氛，建立身心健康的職場，推動健康職場，2016年獲得衛生福利部國民健康署的健康職場認證「健康啟動標章」。

教育部體育署推出「2016年運動企業認證」，鼓勵企業推動運動風氣、支持運動產業，經過專家、學者的評定標準，本公司通過申請獲得認證。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，每年於總部與各事業處皆不定期舉辦各項戶外活動，建立職場運動習慣，提升同仁健康生活型態、改善工作壓力及職場倦怠，提升專注力、工作能量與創意，也累積團隊合作默契及向心力。

2016職災統計

2016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:切割燙傷、滑倒、撞傷...等)。其中通勤事故計38件、執行業務計23件、需住院治療之重大職災意外2件，共63件。

通勤事故：38件

執行業務：23件

住院治療：2件

註：「缺勤率」與「誤工率」依最新GRI計算公式對2014-2016年統一調整，往後報告書亦將以此計算公式為準則。

項 目	2014年	2015年	2016年
工傷率 (IR)	0.3	0.5	0.7
職業病率 (ODR)	0	0	0
缺勤率 (AR)	595.5	687.3	691.1
誤工率 (LDR)	18.9	20.7	47.2
死亡數	0	0	0

註：
1. GRI工傷率(IR)=工傷事故總計 / 工作總時數 × 200,000*
2. GRI職業病比率(ODR)=職業病事件總計 / 工作總時數 × 200,000*
3. GRI缺勤率(AR)=缺勤天數 / 工作總天數 × 200,000*
（缺勤天數為所有因員工無能力工作造成的缺勤，如病假，但不包括事先允許的假期，如溫書假、產假等）
4. GRI誤工率(LDR)=誤工天數 / 工作總天數 × 200,000*（誤工天數為因員工因工傷或職業病等造成無法工作的天數）
5.死亡數為因工傷亡的員工數
(*：指按照每年 50 個星期，每星期40個工天計，每 100 名僱員的比率。)

2016年職業安全衛生發展重點

健康保護計畫
1. 辦理健康衛教講座、身心平衡講座。
2. 總部辦理體重管理競賽。
競賽前:體位異常64%；競賽後:體位異常42.8%；健康體位19%。

職業疾病預防
1. 肌肉骨骼傷病預防教育訓練，參與率99%
2. 職業病預防講座，參與率79%

職業安全衛生教育訓練
1. 依法規定，一般安全衛生教育訓練，所有同仁須接受且完成3小時課程訓練，依勞動部教材規劃為本公司餐飲服務業的課程教材，並定期追蹤門店執行狀況。
2. 啟動職業安全衛生教育訓練月，提高危機意識，落實執行風險評估、各項職災預防措施等安全衛生工作，全面強化同仁工安意識，塑造優質安全文化。

職業安全衛生組織設置
1. 本公司規範店主管需取得職業安全衛生業務主管及急救人員證照。
2. 2016年完成設置職業安全衛生業務主管之人員共計237人。
3. 2016年急救人員證照取得共計405人。

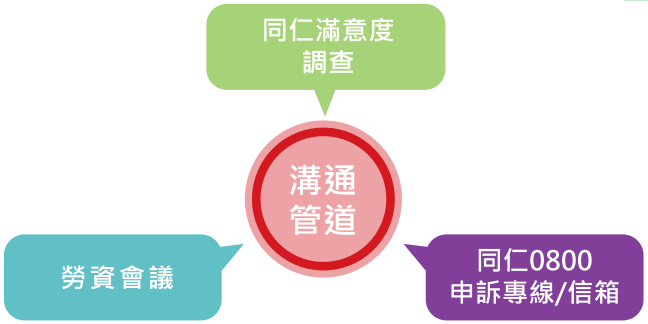
健康檢查
1. 新進同仁於報到時，需取得「合格餐飲業體檢證明」。
2.依法勞工年滿65歲者每年需接受健康檢查，而本公司每年定期對在職所有同仁舉辦體格健康檢查，優於現況法令規範。

承攬商管理
承攬商施工前須簽署危害告知簽認單

◆ 9.4 勞資溝通

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同仁諮詢與協助，定期舉辦同仁滿意度調查、同仁0800申訴專線/信箱與勞資會議，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。

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。本年度並無發生任何貪腐、壟斷、詐騙等相關情事；公司恪遵基本人權主張，也無違性別平權或身心障礙歧視的事件。



同仁滿意度調查

在台灣總公司以及旗下所有品牌各門店同仁只要到職滿三個月，皆可參與每年定期舉辦的線上同仁滿意度調查，調查以領導風格、組織氛圍、公司政策、工作內容、薪資福利五大面向為主。

2016年同仁滿意度調查平均成績為84.6分，較上年度下降3.2分，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『同仁滿意度提升小組』，讓公司在各項制度再提升，創造讓同仁在樂活的工作環境下與公司一起成長。

調查時程	調查人數	問卷回收比例(%)	滿意度
2014年	7,216	83.9%	88.1
2015年	7,913	73.2%	87.8
2016年	6,233	85.1%	84.6

同仁滿意度提升小組

『同仁滿意度提升小組』由執行長擔任召集人，小組成員包含總部代表由人資部總監擔任，事業處代表由各事業處經理擔任。人資部彙整分析同仁之建議，由同仁滿意度提升小組結合公司政策及營運方針，提出三好一公道行動計畫並執行改善行動，以提升同仁對公司之認同感。

類　別	行動計畫	說　明	目　標
好領導	(1) 制定職務說明書	明確訂定各職務使命及職責	1. 建立團隊的領導原則及有效方法 2. 提升領導技能及管理風格養成
	(2) 規劃各階領導課程	依職務說明書規劃各階領導課程，建立團隊領導原則。	
	(3) 推動教練/褓姆/師徒制	由各事業處推動，例如:具潛力的幹部擔任店褓姆，具潛力的店主管擔任區褓姆。	
好溝通	(1) 加強薪資福利制度的溝通	2016年舉辦北、中、南共計13場說明會	1. 準確了解公司決策，提高工作效率 2. 建立良好溝通橋樑，化解管理矛盾
	(2) 新制度的溝通強化	2016年3月「WOW!新聞」首播，每月報導集團大小事。 由事業處主管親自到各門店進行企業文化傳承、公司未來發展溝通及重點政策說明。	
	(3) 加強高階主管對同仁的直接溝通		
	(4) 推動文化列車		
	(5) 推動店長信箱	強化門店內部溝通，同仁有問題時門店即時協助解決	
好文化	(1) 公司使命、願景、經營理念、文化再檢視	因應國際化、多品牌發展及市場快速變化，重新檢視公司使命、願景、經營理念。	形塑企業文化再造
	(2) 企業文化實踐模範的選拔		
	(3) 規劃集團新人訓，以深化文化傳承		
制度公道	(1) 修訂績效管理制度並連結激勵制度	推動以職能為基礎的人才發展與儲備制度，建立人才發展架構	結合公司政策方向強化人才培育制度
	(2) 規劃人才輪調/流通/晉升/退場等制度		
	(3) 規劃王品大學以強化人才培訓制度		

三好一公道行動計畫

文化列車
由事業處主管進行企業文化傳承、公司未來發展溝通及重點政策說明

店長信箱
強化門店內部溝通，同仁有問題門店先協助解決

裸姆制
具潛力的店主管擔任區裸姆，具潛力的幹部擔任店裸姆

同仁0800申訴專線/信箱

2016年度經由正式申訴機制立案的勞工實務申訴合計33件，協調解決成功率達100%，經三好一公道行動計畫在內部建置多元化溝通管道，讓同仁反應之事項獲得解決，申訴案件已較上一年度減少11件。

申訴類型占比與因應方式

申訴類型	2015年	2016年	因應方式
領導風格	41.0%	54.2%	1. 先與申訴當事人進行面談，釐清申訴原因與事件細節。 2. 如事件屬實，則依層級先與當事人主管溝通，協助解決其申訴問題。 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。
薪資福利	32.0%	28.6%	
工作內容	11.3%	8.6%	
組織氛圍	11.3%	0	
公司政策	4.4%	8.6%	

勞資會議

依「勞動基準法」規定，每年定期召開勞資會議，人資部會依公司內部公告平台回饋其執行情形，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2016年度，共有240家。勞資協調案件共計4件，協調案件多與勞動條件有關，所有案件皆於當年度結案。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。

年度	核備門店數
2016年	240 店
2015年	273 店

政府裁罰及改善方案

違反類別與次數	後續因應計畫
2016年間因違反勞動法令： 1. 雇主延長工作時間者，其延長工作時間之工資依規定加給之。 2. 勞工繼續工作4小時，至少應有30分鐘之休息。 3. 雇主延長工作時間連同正常工作時間，一日不得超過12小時。 4. 投保薪資未覆實申報。 共計違反11次，罰款金額280,724元。	1. 依法延長工作時間者發放加班費。 2. 舉辦集團法令宣導課程，共8場322人次。 3.內部網站公告法令相關查詢資訊。 4.落實申報投保薪資。

◆ 9.5 職涯發展

績效管理制度

同仁績效考評的制度設計，連結公司策略目標、個人績效目標、公司價值與能力、個人職涯發展，有效將個人工作職責反映在績效考核中，並提供各級主管與同仁一個相互溝通的管道，共同設定目標，一起攜手達成組織任務，新進同仁到職滿一個月起開始進行績效考評，本公司每年定期接受績效及職業發展檢視，2016年執行的比例約94.8%。

2016年 接受定期績效及職涯發展檢視的同仁比例

調查時程		績效人數	同仁人數	%
性別	男	3,727	4,084	91.3%
	女	3,887	3,945	98.5%
總計		7,614	8,029	94.8%
契約類型	正式員工	7,102	7,516	94.5%
	非正式員工	512	513	99.8%
總計		7,614	8,029	94.8%

9.5.1教育訓練

集團成長和同仁的學習發展密不可分，王品集團致力於營造持續且多元的學習環境，整合內外部資源，以培養並提升同仁能力，一同成長向前。

投入多元的學習資源

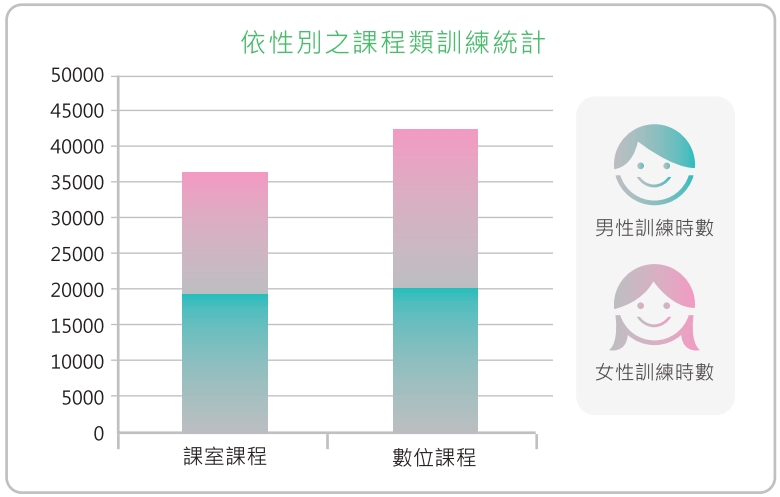
2016年，王品集團投入於訓練發展相關的費用達新台幣1,376萬5,503元，總訓練時數達28萬5,123小時，總參與人次為4萬5,470人次，平均每位同仁的受訓時數超過35小時。

透過這些發展與訓練的投入，使同仁可以更有效能的完成公司賦予的目標，此外為提升門店的教學能量，開始積極推動教練制的積木訓練，由資深同仁進行經驗分享與傳承，確保每位新進同仁都能安心、用心的在各自工作崗位上學習和發展。

王品集團投資人才培育統計表

項　目	計算單位	2016年	2015年
員工訓練總金額	百萬元(NT)	13.77	15.4
員工訓練總時數	小時	286,968	482,602
員工訓練總金額 / 總營收	%	0.14	0.15
員工訓練總金額 / 總員工數	NT	1,715	1,618
員工訓練總時數 / 總員工數	小時	35.7	50.7
員工人數(截至12/30為止)	人	8,029	9,519

註：訓練總金額、總營收及總員工數之計算，包含台灣與海外分公司，不含子公司。



同仁多元的職涯發展

為提升同仁職能與協助職涯發展，實施多元方案，包含：

- **培育訓練**　依據同仁的職務職位，規劃其所需職能的專業、核心及管理等訓練，並且鼓勵同仁取得專業證照。
- **工作輪調**　包含部門輪調、外派或轉任其他事業處工作
- **參與專案**　參與跨部門、跨事業處等專案
- **在職進修**　鼓勵專業證照取得與領導力、管理等進修，包含研究所、EMBA 課程研習
- **輔導 / 教練**　透過主管輔導，經驗傳承

集團各類訓練時數總統計(hr)

項　目 ＼ 年　份	2016年	2015年
新人門店訓練	206,976	345,357
事業處課室練	6,238	12,110
集團課室訓練	28,686	54,910
數位學習	42,515	67,007
企業外訓	708	1,828
中常會二代演講	1,845	1,390
總計	286,968	482,602

按性別和職等類別接受課室訓練之成果統計

	男			女		
職 級	訓練時數	人 數	平均時數	訓練時數	人 數	平均時數
0	336	34	9.9	704	73	9.6
1	276	26	10.6	456	36	12.7
2	5,618	440	12.8	6,224	490	12.7
3	3,390	247	13.7	4,003	313	12.8
4	1,658	139	11.9	984	81	12.1
5	4,208	441	9.5	829	84	9.9
6	2,176	198	11.0	2,018	184	11.0
7	1540	67	23.0	1450	55	26.4
8	215	15	14.3	105	9	11.7
9	200	13	15.4	50	4	12.5
10	45	3	15	25	2	12.5
11	0	0	0	10	1	10.0
總計	19,662	1,623	13.4	16,858	1,332	13.1

註：職級說明：0：計時同仁　1~2：全職同仁　3~4：門店幹部　5(含)以上：管理職

同仁外訓專業證照持有統計

	甲種勞安	乙種勞安	丙種勞安	防火管理人	急救人員	中餐乙級	中/西餐丙級
2015年	3	233	61	298	442	9	2590
2016年	3	178	56	232	405	9	1630

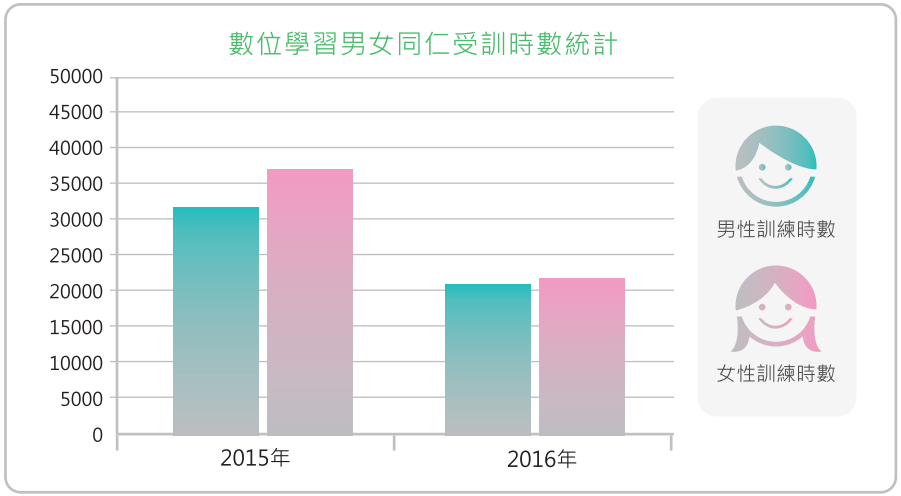
內部講師培育計畫

為了傳承公司內部的重要知識與技術，我們持續進行內部講師培育訓練，以因應每年上百門自辦訓練課程的需求。內部講師人選是由各事業處之店長、主廚、主管的遴選與推薦，通過企業內部講師培訓課程，以及實際教學演練認證後，才能對內授課。2016年共培訓61位合格內部講師，目前全集團共有258位內部講師。

線上e-learning培訓計畫

王品集團導入e-learning「王品e大」線上學習已近10年，至2016年底平台登入人次數已突破270萬，累積訓練時數40萬小時以上，平均每位同仁每月至少登入2次以上學習。

線上除了有超過350門以上課程外，為了與同仁間建立良好的互動成效，並有效傳遞企業內部的重要資訊，每月會定期發佈「WOW！新聞」，以影音方式呈現，揭露公司動態，傳達各項重大政策與制度，集團現在與未來的重要計畫、措施、活動報導，以及讓每月票選最佳顧客讚美的同仁分享服務心得與經驗，以拉近彼此的距離，凝聚大家的共識。



事業處自辦廚藝競賽

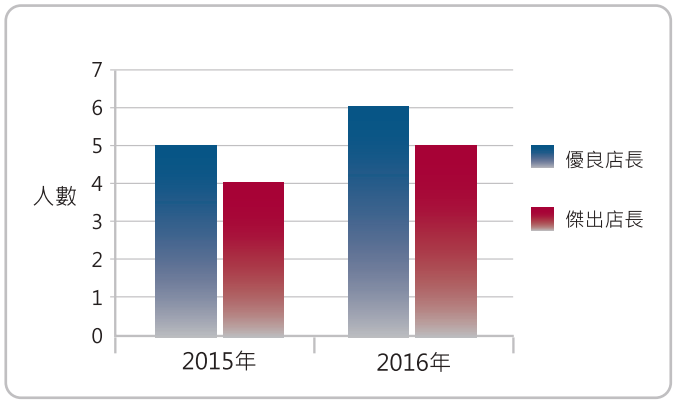
為了提升同仁的廚藝，除了舉辦課室外，還會透過廚藝競賽方式進行，不僅參加海外國際級廚藝賽事，各事業處也會不定期地舉辦內部的廚藝競賽。2016年王品牛排的美廚獎已堂堂邁入第十屆，由各門店主廚領軍，帶著廚藝組夥伴從菜色設計發想，到製作成品，團隊一起爭取榮譽。

優良店長培育計畫

除了內部的培訓課程外，我們還透過參與外部競賽活，以提升店長分析歸納及表達能力，增加同業交流的機會，開拓眼界，這是門店主管另一個學習舞台。

「2016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，目的在表揚連鎖產業第一線的優秀店長，參選人歷經書面審查、神秘訪客、公益參與、面試等重重關卡，傑出店長是連鎖業最高榮譽，每年都獲總統接見並公開表揚。

王品集團已連續2年報名參加「傑出店長」選拔活動，2016年有11位優秀的店長，代表王品集團參加全國傑出店長選拔，其中6位獲得優良店長的殊榮，5位更獲選為全國傑出店長，獲獎率達45%，遠遠領先同業。



關鍵人才發展

為培育中高階人才，提升主管領導統御能力，並加速組織發展及活化組織，由「人才委員會」負責「關鍵職位」(經理級以上)之人才管理制度與接班養成計劃之督導與管理。

人才是公司成長發展的關鍵，除了基層同仁與門店主管的培育，我們還有計畫地培養接班人，為期一年，內容有課室、分組報告、辯論及市場考察等，提昇其視野與胸襟，以及傳承公司的核心文化，完成公司賦予的目標。

因應國際化、多品牌發展及市場快速變化，人才培育投資及職涯發展越來越重要，本公司2016年度推動以職能為基礎的人才發展與儲備制度，並舉辦13場說明會。

對於社會新鮮人長期培育成真正的王品人，「王品新秀培育計劃」是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。自2013年推動至今已培育291人，平均晉升率65.9%，留任率70.6%。透過「學長姐幫幫忙」、「定期座談會」及訓練師每月心得回饋，協助新秀學員更快融入環境與解惑學習上的問題，並提升新秀學員的留任率，2016年平均留任率較上一年度提升12.8%。

王品新秀培訓成效

	2013年	2014年	2015年	2016年	總　計
新進人數	91	131	69	21	291
結訓人數	25	34	26	培訓中	85
結訓率	27.5%	26.0%	37.7%	N/A	29.2%
晉升率	52.0%	73.5%	69.2%	N/A	65.9%
留任率	64.0%	52.9%	100.0%	N/A	70.6%

2016年舉辦第1屆的創業競賽『狂熱創業家，未來由你做主!』，只要是公司同仁皆可跨事業處/部門組隊報名，每隊1~5人，以「自創」模式提出具創新性、連鎖規模性及獲利能力之商業模式創業計畫。

透過初賽、複賽、決賽遴選最佳創業家，除了冠軍獎金20萬、亞軍獎金10萬、季軍獎金5萬的獎勵外，更有成為新創事業團隊的優先機會，鼓勵創新，提昇人才發展潛力，讓「WOWPRIME GOT TALENT!」

◆ 10.1 關鍵成果

對王品集團而言，企業社會責任不僅是致力於營收持續成長、為股東負責，更應結合企業核心價值，讓同仁也能有更多的投入，在獲利的同時對社會與環境做出具體貢獻，因此我們長期投入豐富資源並持續整合，深耕企業文化，邁向永續發展。

◆ 10.2 社區經營與溝通

王品集團從本業餐飲服務出發，推己及人，在營運拓展的同時，設身處地照顧鄰近社區居民之需求，積極善用企業核心能力，創造產業價值。王品集團營業據點遍佈全台，各據點之鄰近社區是我們的利害關係人之一，因此我們透過各種活動及管道，敦親睦鄰，與社區居民維持良好關係，這也是我們責無旁貸的企業社會責任。鄰里社區如有任何建議，皆可透過官網的「聯絡我們」信箱反應意見，我們一旦接獲訊息，便會主動積極瞭解狀況，研擬改善方案並採取實際行動。

深耕各地的王品集團長期和當地里長保持緊密聯繫，隨時協助解決社區居民問題，並於日常營運工作中維護社區環境，主動參與清掃活動。我們不定期號召同仁收集民生必需品、二手衣物、書籍等物資，甚至親手製作餐點，提供鄰近社福團體及育幼院，為弱勢兒童盡一份心力。其中陶板屋更與Teach for Taiwan團隊合作，安排偏鄉學童至台北分店學習餐飲服務相關知識，以及進行餐點製作教學，讓孩童體驗多元化的教育方式。

我們不吝於與社會分享資源，以hot 7新鐵板料理為例，每間分店門口皆設置茶水桶，並提供水杯，方便往來的民眾飲水休憩，藉由「奉茶」精神展現同理心，分享與傳遞滿懷感恩的心情。

藝奇新日本料理
台北地區分店自發性
募集物資，提供榮光育幼院，
幫助孩童提升生活品質

石二鍋團隊前往惠明教養院
參訪，製作餐點提供院方
工作人員及視障朋友享用
，表達對弱勢族群的無限
關懷與鼓勵

◆10.3 顧客滿意度經營

「創造美好的用餐體驗」是我們的使命，優質的服務可以形成良好的口碑效應，給予第一線的同仁正面肯定，激勵同仁不斷提升服務品質，進而帶動正向循環。

每一位顧客的意見皆是我們寶貴的資產，因此我們透過顧客用餐建議卡、顧客0800服務專線及官網意見信箱等，調查顧客滿意度並蒐集顧客意見，進而制訂完善且有效率的處理流程，強化顧客讚美的優點，改善顧客抱怨的不足之處。在蒐集顧客意見的同時，我們配合遵守政府實施的「個人資料保護法」，確保顧客資料的安全性，落實資訊控管機制，以保障顧客的權益。

近年來整體滿意度大致呈現成長曲線，我們藉由追蹤顧客滿意度達成狀況，針對菜色、服務、氛圍等方面不斷優化及推陳出新，打造全方位的顧客服務，提供顧客滿意的用餐體驗；更透過用餐頻次、介紹率、菜色滿意度等指標數據交叉分析，進行適客化的行銷互動。

我們十分重視每一位顧客，期望第一線同仁以真誠、親切的服務態度面對顧客，主動展現同理心，細心觀察顧客的需求，於每月表揚獲得最多讚美通數的同仁，頒發讚美小卡，藉此鼓勵活動，提升同仁服務水平，也讓獲獎同仁在工作中更有成就感。

顧客的認可是我們成長的最大動力，我們將持續精進，努力朝「創造最大顧客滿意度」之目標邁進。

線上建議卡推動 wowprime

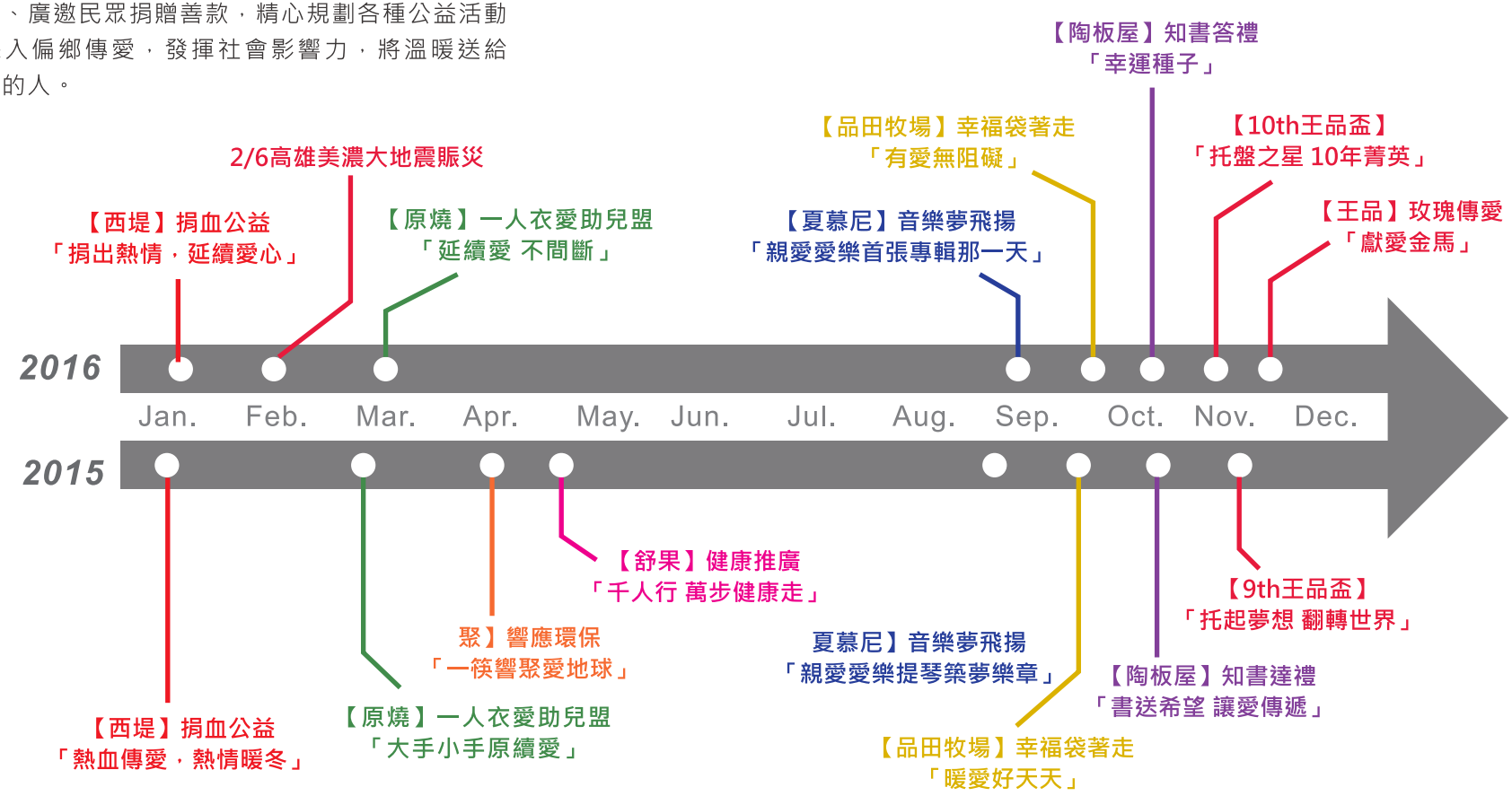
為地球永續發展，我們重視氣候變遷與全球暖化議題，致力於無紙化作業，自2009年起，王品集團旗下石二鍋、hot 7、莆田等品牌陸續導入線上建議卡系統，節省紙張用量，每年約可減少270萬張紙本建議卡使用，落實節能減碳，提供顧客環保且便利的意見回饋管道，與顧客共同打造健康的綠色生活。

2016顧客滿意度

品牌(logo)	2014	2015	2016
王品 Wang Steak	97.0	97.3	97.6
TASTY 西堤牛排	94.1	94.3	94.6
陶板屋	93.6	93.2	93.2
原燒 優質原味燒肉	94.7	95.4	93.9
聚 北海道昆布鍋	95.5	95.7	96.0
藝奇 新日本料理	96.6	96.6	96.7
夏慕尼 新香榭鐵板燒	96.2	96.2	96.9
[illegible]	95.2	95.6	95.4
石二鍋	94.9	95.1	95.1
新米蘭蔬食 舒果	94.1	93.6	94.3
hot 7 新鐵板料理	88.6	90.6	92.3
[illegible]	91.7	93.5	91.7
PUTIEN	-----	-----	91.3

◆ 10.4 公益推廣

王品集團長期以來秉持著「取之於社會，用之於社會」的理念，不斷積極投入社會貢獻與慈善公益。藉由通路優勢，整合企業營運及行銷資源，舉辦義賣、廣邀民眾捐贈善款，精心規劃各種公益活動，深入偏鄉傳愛，發揮社會影響力，將溫暖送給需要的人。



滿意－社會關懷
SATISFACTION – Social Care

挽袖捐出熱血

西堤牛排承襲王品集團以「關懷生命、造福群眾」的企業理念，化為具體行動回饋社會，長期與台灣血液基金會合作，由於天氣溫度驟降時易造成捐血意願下降，導致市場血量不足，為避免醫療無血可用之狀況發生，我們連續九年動員同仁與號召廣大會員共同響應，透過實際挽袖捐血行動，為社會貢獻一份心力。2016年於1/25~1/26兩天全台53個捐血點展開募血活動，共有9,128人熱烈響應，募血量達330萬cc。我們秉持著熱血奉獻的精神，拋磚引玉希望將愛心延續。

關懷偏鄉教育

陶板屋連續三年與【Teach for Taiwan為台灣而教】合作，幫助偏鄉教育募款，並且首度結合台灣新的教育媒體平台【臺灣吧Taiwan Bar】，針對「大抓周計畫」進行贊助宣傳，一共募得超過200萬元，期待透過不同的管道與方式，以全面性、多元化的扶助內容及支持，為台灣的學童教育注入更多力量，照亮未來的希望與夢想。

援助弱勢兒童

原燒與兒童福利聯盟共同發起的「一人衣愛助兒盟」愛T恤義賣活動邁入第八屆，2016年由形象清新的愛心大使劉以豪代言，邀請民眾認購公益T恤，關懷弱勢家庭兒童，活動開跑10天40,000件愛T全數銷售完畢，共募得1,316萬元，義賣所得全數使用在弱勢孩童生活、就學及就醫所需基金。

支持愛樂種子

夏慕尼自2012年投入音樂公益認養，落實企業社會責任，發揮品牌公益形象，支持弱勢音樂團體，傳播公益行動，鼓勵民眾參與。音樂夢飛揚鐵板傳熱(Love)計畫：不只傳遞食物的美味，更傳送愛樂文化、關懷音樂教育，將音樂希望之火，藉由鐵板傳熱(Love)到每一個角落，2016年夏慕尼邀請民眾支持高山愛樂種子【親愛愛樂·首張專輯·那一天】希望透過夏慕尼的號召力，為他們募得2017音樂學費，讓他們得以持續學習與表演，讓這份故事和感動被傳唱。

擁抱幸福好天天

品田牧場攜手心路基金會連續5年舉辦「幸福『袋』著走」愛心提袋義賣活動，累計募集善款超過1,600萬，幫助超過1萬5千名慢飛天使，這些發展遲緩的兒童若能透過專業的療育，就能減緩發展落後的程度。我們同時也與心路基金會合作「好天天成人服務計劃」，幫助智能障礙的孩子未來築夢無障礙。

人才培育推廣

「王品盃托盤大賽」是王品集團投入企業社會責任而主辦的重要活動，為全台最大規模的餐飲外場服務人員競賽，舉辦至今邁入第10年，亦象徵著王品集團「十年有成」。活動迄今已累計參加人數超過5,000人，我們延續歷年投入的心力，致力打造台灣未來餐飲人才平台，透過每屆比賽，強化年輕學子的基本專業技能及服務精神，提升產業服務水準與專業形象，將台灣餐飲業競爭力推向國際；第10屆王品盃賽事吸引近800名選手，組成190隊伍參賽，獲得前3高分的菁英隊伍，即擁有於畢業後進入王品集團正職任用之保障，是我們培植餐飲新秀的搖籃。

贊助藝文盛事

王品牛排2016年首度跨界與國際盛事金馬獎合作，透過經典菜色共同演繹台灣餐飲文化內涵，加以發揚光大。金馬影展開幕適逢王品牛排週年慶，我們延續以往的中心思想，於西門紅樓廣場舉辦「玫瑰傳愛，獻愛金馬」，活動現場發放5,000朵玫瑰花，傳遞對人群的關懷與祝福，希望民眾以花傳情，與親友分享溫暖幸福，並設置大型餐桌營造王者盛宴氛圍與民眾互動。

滿意－社會關懷
SATISFACTION – Social Care

為台灣體育加油

西堤牛排是非常受年輕族群歡迎的品牌，形象青春有活力，近年更積極推廣棒球賽事，陸續參與中職明星賽及WBC世界棒球經典賽等合作，期望帶動社會大眾支持台灣棒球，進而提升賽事品質。2016年力挺中華職棒明星對抗賽，我們邀請知名球星擔任一日店長宣傳，廣邀民眾前往賽事現場為選手加油，逾萬人進場觀賽。2016年適逢台灣巨砲陳金鋒選手引退，我們亦透過支持棒球的行動，向陳金鋒選手致敬，未來我們將持續參與支持台灣或國際的運動賽事，展現熱情活力的品牌精神。

關心社會議題

王品集團深入民眾生活，與社大眾患難與共，2016年2月高雄美濃大地震重創台南，造成多處樓房、建物傾倒，我們義不容辭發起賑災，以集團名義捐款300萬元，希望略盡心力，協助重建，同時也緊急動員南部地區的同仁投入協助救災的工作，於台南永康崑山里的活動中心準備熱食、飲用水等物資，為災民及救難人員補充體力，加油打氣，西堤牛排也透過Facebook粉絲團即時號召捐血，希望拋磚引玉幫助災民度過難關。

未來，我們將持續提供顧客滿意又安全餐飲服務，並深化社會關懷，以實際行動發揮影響力，創造更美好溫馨的社會。

2016年社會參與投入資源

類別	活動名稱	支出經費(元)	活動效益	活動歷程
藝文	王品牛排「玫瑰傳愛，獻愛金馬」	2000,000	送花數量 6,000(朵)	2003/2005/2008/2013/2016
公益	西堤「捐出熱情，延續愛心」	1,200,000	募血量 3,300,000(c.c.)	2004~2016共13年
教育	陶板屋「知書達禮-關懷偏鄉教育」	2,540,160	募款 208,700(元)	2005~2016共12年
關懷	原燒「一人衣愛助兒盟」	9,966,400	募款 13,160,000(元)	2009~2016共8年
教育	夏慕尼「音樂夢飛揚鐵板傳熱(Love)計畫」	2,059,175	募款 2,058,840(元)	2012~2016共5年
公益	品田牧場「幸福『袋』著走」	1,599,209	募款 4,662,000(元)	2012~2016共5年
教育	第10屆王品盃托盤大賽	4,540,000	參與隊伍 190(隊)	2007~2016共10年
震災	高雄美濃大地震	3,000,000	捐助3,000,000元	2016年2月

註：支出費用計算方式=活動創意設計費(創意發展、創意企劃、設計等內部直接成本)+人力成本(人x工作天x費用400元x店數)

◆ 10.5法規遵循

單位：新台幣元

年度	合計	環保	建安	食品衛生	身心障礙晉用	勞檢
2015年	525,416	102,400	260,000	3,000	40,016	120,000
2016年	469,124	38,400	----	150,000	----	280,724

王品集團相當重視勞安、工安、建安以及勞動和衛生相關法令，除了交由相關部門定期規劃教育訓練課程，協助門店清楚了解最新法規與執行標準，內部也清楚的訂立規範與準則，透過內部稽核檢核各店落實情況，一旦違規，則立即要求改善與回報。

2016年裁罰金額見表格，勞檢面，因違反勞動法令開罰280,724元，將透過後續因應計畫（依法發放加班費、舉辦法令宣導課程、內部網站公告法令資訊、落實申報薪資投保）力求改善。

食品衛生與環保議題面，王品集團再三強調，食安管控是紅線區，任何有違食安的狀況都將嚴格處理，2016年共發生兩起食材過期與冰塊生菌數過高的裁罰事件，針對相關人員與供應商已進行嚴懲，並快速修改管理機制，實行覆驗與追蹤，啟動全面管控，避免類似事件再次發生。

GRI指標索引對照表

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	2. 董事長的話 4.3 經營理念與使命	
組織概況			
G4-3	組織名稱	4. 關於王品 4.1 公司概況 4.2 組織架構 4.4 全球品牌版圖	
G4-4	說明主要品牌、產品與服務		
G4-5	說明組織總部所在位置		
G4-6	說明組織營運所在的國家數量及國家名		
G4-7	所有權性質與法律型式		
G4-8	組織提供服務的市場		
G4-9	說明組織規模		
G4-10	依聘雇合約與性別報告員工總數	9.2 人力雇用 9.2.1 人力結構 9.2.2 雇用政策	
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例		
G4-12	描述組織的供應鏈	7.2 採購食安政策 7.4 供應商管理	
G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變	4.1 公司概況 4.2 組織架構 4.4 全球品牌版圖	
G4-14	說明組織是否具有因應相關之預警方針或原則	6.6 風險管理	
G4-15	經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議		2016年未簽署外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議
G4-16	列出組織參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性倡議組織的會員資格	6.5 外部組織	

一般標準揭露		對應章節頁碼	說明
鑑別重大考量面與邊界			
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實體 b. 說明是否有在組織合併財務報表或等同文件中的實體未包含在此報告書中	4.1 公司概況	
G4-18	a. 界定報告內容和考量面邊界的流程 b. 組織如何依循「界定報告內容的原則」	5.2 重大性議題鑑別與回應	
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		
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		
G4-21	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界		
G4-22	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	1. 關於本報告書	
G4-23	說明和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變		
利害關係人議合			
G4-24	列出組織進行議合的利害關係人群體	5. 利害關係人與重大性議題鑑別	
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法		
G4-26	說明與利害關係人議合的方式，包含依不同利害關係群體及形式的議合頻率		
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，以及組織如何回應這些關鍵議題與關注事項		

GRI指標索引對照表

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)	1. 關於本報告書訊	
G4-29	上一次報告的日期	1. 關於本報告書訊	
G4-30	報告週期	1. 關於本報告書訊	
G4-31	提供可回答報告或內容相關問題的聯絡人		
G4-32	a. 說明組織選擇的「依循」選項。 b. 說明針對所擇選項的GRI內容索引 c. 如報告書經過外部保證/確信，請引述外部保證/確信報告	1. 關於本報告書訊	
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	6.2 董事會 6.3 CSR委員會	
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	6.3 CSR委員會	
G4-38	最高治理機構及其委員會的組成	6.2 董事會	
G4-39	最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員	6.2 董事會	
G4-48	最高層級委員會或職位正式檢視及核准組織永續性報告書之程序	6.3 CSR委員會	

一般標準揭露		對應章節頁碼	說明
道德與誠信			
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	6. 誠實-公司治理	
G4-58	舉報有違倫理或不合法行為及組織誠信相關問題的內外部機制	6. 誠實-公司治理	

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	4.1 公司概況	
G4-EC3	組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍	9.3 員工照顧	
G4-EC4	自政府取得之財務補助	9.2 人力雇用	
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 人力雇用	
G4-EC6	在重要營運據點僱用當地居民為高階管理階層的比例	9.2 人力雇用	
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	7.5 原物料管理檢測	
環境面向			
考量面：能源			
DMA			
G4-EN3	組織內部的能源消耗量	8.3 節能減碳倡議	
G4-EN5	能源密集度	8.3 節能減碳倡議	

特定標準揭露		對應章節頁碼	說明
考量面：廢汙水與廢棄物			
DMA			
G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	8.4 廢棄物管理	
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	8.3 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巨額罰款的金額，以及制裁的次數	7.6 食物安全管理	
考量面：交通運輸			
DMA			
G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	8.3 節能倡議	
考量面：供應商環境評估			
DMA			
G4-EN32	採用環境標準篩選新供應商的比例	7.4 供應商管理	
G4-EN33	供應鏈對環境的顯著實際或潛在負面影響，以及所採取的行動	7.4 供應商管理	

GRI指標索引對照表

一般標準揭露		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-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 人力雇用	
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	9.3 同仁照顧	
G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	9.3 同仁照顧	
考量面：職業健康與安全			
DMA			
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數	9.3 同仁照顧	
考量面：訓練與教育			
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 職涯發展	
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 職涯發展	
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 職涯發展	

一般標準揭露		對應章節頁碼	說明
考量面：員工多元化與平等機會			
DMA			
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	6.2 董事會 9.2 人力雇用	
考量面：女男同酬			
DMA			
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 人力雇用	
考量面：勞工實務申訴機制			
DMA			
G4-LA16	經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	9.4 勞資溝通	

GRI指標索引對照表

特定標準揭露		對應章節頁碼	說明
社會面向指標:人權			
考量面：不歧視			
DMA			
G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	9.4 勞資溝通	
考量面：人權實務申訴機制			
DMA			
G4-HR12	經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴的數量	9.4 勞資溝通	
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進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	7.1 關鍵成果 7.5 原物料管理檢測 7.6 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週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	7.6 食物安全管理	
考量面：產品及服務標示			
DMA			
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	10.5 法規遵循	
G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	10.3 顧客滿意度經營	

特定標準揭露		對應章節頁碼	說明
考量面：行銷溝通			
DMA			
G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	7.2 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巨額罰款的金額	10.5 法規遵循	
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	7.4 供應商管理	
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	7.2 採購食安政策	

作業辦法第四條第一項第一款規定	回應內容	回應章節
為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度方面進行之評估與改進及所影響之主要產品類別與百分比		7.6食物安全管理
上市公司應遵循之食品安全衛生管理相關法規，及上市公司違反上述法規之事件類別與次數		7.6食物安全管理
上市公司採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比		7.2採購食安政策
經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比		7.6食物安全管理
上市公司對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果		7.4供應商管理
上市公司依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比		7.3食安溯源系統
上市公司依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比		7.5原物料管理檢測 7.6食物安全管理

◆11.2 確信聲明書

Deloitte.

勤業眾信

王品集團wowprime