



2024

漢來美食永續報告書 Sustainability Report



漢來美食
HI-LAI FOODS



Contents 目錄

關於報告書	<u>3</u>
經營者的話	<u>4</u>
2024年永續績效	<u>5</u>
獲獎實績	<u>6</u>
永續組織與利害關係人溝通	<u>7</u>

1 誠信永續經營	<u>22</u>
1.1 公司簡介	<u>23</u>
1.2 公司治理	<u>29</u>
1.3 法規遵循	<u>35</u>
1.4 風險管理	<u>38</u>
1.5 經營績效	<u>42</u>

2 食品安全防護	<u>44</u>
2.1 供應鏈管理	<u>45</u>
2.2 食安及溯源管理	<u>52</u>
2.3 顧客健康與安全	<u>63</u>
2.4 產品與服務標示	<u>64</u>
3 品牌價值提升	<u>65</u>
3.1 品牌策略	<u>66</u>
3.2 行銷溝通與顧客滿意	<u>74</u>
3.3 客戶資訊保護	<u>77</u>
4 社會環境友善	<u>79</u>
4.1 關懷社會	<u>80</u>
4.2 環境理念	<u>85</u>
4.3 氣候變遷與能資源管理	<u>90</u>
4.4 廢棄物管理	<u>96</u>
5 職場和諧健康	<u>99</u>
5.1 人力資源概況	<u>100</u>
5.2 薪酬與福利	<u>108</u>
5.3 勞資溝通與職場安全照護	<u>113</u>
5.4 人才培育	<u>120</u>

附錄

GRI指標索引表	<u>124</u>
SASB指標索引表	<u>127</u>
作業辦法第四條要求加強揭露項目	<u>128</u>
會計師有限確信報告	<u>129</u>



關於報告書

GRI : 2-2、2-3、2-5

漢來美食股份有限公司每年發行永續報告書，本次為第8年發行，報告書揭露漢來美食在永續發展推動的績效表現，並回應利害關係人關注的議題，以及公司對應的發展策略、目標及達成情況。

撰寫與編輯原則

本報告書依循GRI準則、上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法及上櫃公司氣候相關資訊，並參採SASB準則進行編製。

報告書中財務資訊引用自會計師查核後公開之資訊，並以新台幣為計算單位。漢來美食在永續發展的績效表現除揭露於本報告書外，相關資訊亦公開於官網 (<https://www.hilai-foods.com>)。

外部確信

本報告書由資誠聯合會計師事務所依據GRI永續性報導準則，及財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，進行有限確信，確信範圍及結論請詳附錄「會計師有限確信報告」(第129頁)。

報告書期間、報告書邊界與範疇

本次報告書資訊揭露期間為2024年1月1日至12月31日，揭露範疇為漢來美食的企業個體(未納入子公司)，針對全台各分公司、中央工廠，以及品牌與相關活動，觸及公司治理、經濟、環境、人群(包含其人權)等面向之資訊彙整說明。

內部審查

本報告書揭露內容由漢來美食永續發展委員會各功能小組蒐集撰寫，經相關單位主管初步查證，再交由永續資訊揭露小組進行整合，各單位主管同意職轄內容的呈現後，由風險管理暨永續發展委員會作最後確認，並提報董事會通過。

漢來美食股份有限公司財務部

本次報告發行時間: 2025年8月
地址: 高雄市前金區成功一路266號21樓之1
電話: 886-7-2135788 分機: 7205
官網: <http://www.hilai-foods.com>
電子信箱: stock@hilai-foods.com



經營者的話

GRI : 2-22

2024年對漢來美食而言，是成果豐碩、值得驕傲的一年。公司年度總營收達到59.3億元，再創歷史新高，這份成績是全體同仁共同努力的結晶，我們引以為傲，也感謝每一位在崗位上默默付出的夥伴。

然而，我們也深知，這份榮耀的背後是更大的挑戰在等著我們。面對消費型態快速更迭、AI科技加速滲透、格局重組的市場版圖，2025年勢必是全球餐飲業重要的轉捩點。台灣的餐飲產業正站在一場大規模變革的前沿，缺工問題、成本壓力與淨零減碳等議題，無一不是經營者必須面對的共同課題。作為產業的領頭羊，漢來美食不只看見問題，更積極擘劃未來。我們致力於運用AI智能與數位轉型工具，來加速營運升級與規模擴張，並回應市場的快速變化。面對以數位化、人力優化、銀髮市場與永續經營為主流的市場趨勢，我們也已緊鑼密鼓的展開行動。

在「數位轉型」方面，我們將全面升級來美食APP，在現有60萬會員的基礎上大幅增員，並導入CRM會員分級機制，強化精準行銷與社群經營；在「人力優化」方面，因應台灣少子化與高齡化趨勢，我們將積極導入AI語音訂位系統，讓科技與人力協作，同時積極雇用中高齡工作者，展現企業社會責任與智慧用人的雙贏策略；在「永續發展」方面，我們持續深耕食材溯源及扶植在地小農，與供應商建立長期夥伴關係，旗下餐廳也陸續加入AMOT食材溯源餐廳評鑑，以推廣低鹽、低油、蔬食、有機的永續料理並持續研發減碳無肉菜單，讓環保從飲食開始，走進大眾的生活。

而食品安全與衛生更是我們永遠的堅持。2025年我們將全面導入SGS高規格稽核，全品牌餐廳同步執行，以最高標準自我要求，為每一位顧客的健康把關。

2025年漢來美食將有16家展店與改裝，包含「島語」、「湯包」等品牌的拓點，以及巨蛋翠園、咖啡廳的改裝升級；同時啟動尋找本土潛力餐飲品牌的合作機會，打造策略聯盟，壯大品牌影響力；面對疫情以後蓬勃發展的外送與宅配市場，也積極投入電商產品與通路，目前汐止中央工廠正緊鑼密鼓籌備中，未來將成為研發創新的重要基地。

儘管面對外在環境的不確定與多重挑戰，漢來美食仍然以穩健步伐、靈活策略、創新思維，一步步向前邁進。

我們相信，唯有善用科技、重視永續、照顧人才，才能在這波變革浪潮中脫穎而出，成為引領產業的關鍵力量。

董事長兼總經理



林淑婷



2024年永續績效

1. 誠信永續經營



- 第11屆公司治理評鑑 93.43分，上櫃公司第二級距。
- 2024第17屆TCSA台灣企業永續獎-永續報告書金獎。
- 中華徵信所2024TOP5000企業排名-餐飲業第8名。
- 天下雜誌2024 2000大企業調查營運績效50強-第38名。
- 2024年營收59.30億元，成長20.55%，優於餐飲業年增率3.58%；稅後淨利4.25億，成長32.29%；市占率0.57%不斷創高。

2. 食品安全防護



- 2024經濟部中小企業署 Buying Power採購獎-貳獎。
- 2024台灣永續行動獎-銅獎。
- 旗下4個品牌通過AMOT溯源餐廳二星認證。
- 支持永續食材與正修科大及屏東雅綠農產合作社簽訂三方MOU。
- 支持永續食材採購崙禾蘆筍並擴大為公益合作。
- 為提升供應鏈管理效率導入SRM平台。
- 為提升庫存管理效率導入智能物流專案。

3. 品牌價值提升



- 2023年底開出升級版新品牌島語及東方樓，2025年預計有16家多元品牌展店及改裝，並持續新品牌的研究發展。
- 福園、紅陶上海湯包榮登2024年米其林入選餐廳。
- 漢來蔬食巨蛋店獲綠色餐飲指南2023-2024有機友善食材運用獎。
- 持續投入數位轉型，發展CRM顧客關係管理系統並導入服務稽核專案。
- 持續投入資通安全防護確保公司資訊安全及客戶隱私保護。

4. 社會環境友善



- 台北漢來大飯店建築案經共同投入，取得黃金級綠建築標章；汐止中央工廠預計2025年動工並朝銀級綠建築及銅級智慧建築規劃。
- 2024年網購包材平均重量減量達40.63%，共同致力減輕環境負荷並貢獻淨零目標。
- 第4年與高市圖合作閱讀公益計畫。
- 第5年支持喜憨兒「送愛到部落」公益。
- 第4年經費贊助高雄海神職業籃球隊響應政府推動運動產業。

5. 職場和諧健康



- 2024年與漢來飯店共同斥資2千萬改裝員工餐廳。
- 高雄本館含夢時代餐廳第3年通過ISO45001驗證。
- 2023-2025年勞動部勞動力發展署TTQS人才品質發展系統企業機構版銅牌。
- 2024《Cheers快樂工作人》22縣市隱藏版好企業。
- 1111人力銀行2024幸福企業票選銀獎。
- 韻應「2024 TALENT, in Taiwan · 台灣人才永續行動聯盟」，為員工創造更好的未來。



獲獎實績

- 第11屆公司治理評鑑上櫃公司第2級距 (第7年參與，6次第2級距，1次第1級距)
- 2024第17屆TCSA台灣企業永續獎永續報告書**金**獎 (連續6年獲獎，2金2銀2銅)
- 中華徵信所2024 TOP5000企業排名餐飲業第8名
- 天下雜誌2024 2000大企業調查「營運績效50強」榜單第38名
- 2024《Cheers快樂工作人》22縣市隱藏版好企業
- 1111人力銀行2024幸福企業票選銀獎 (連續3年獲獎，1金2銀)
- 漢來海港自助餐廳、島語自助餐廳、焰牛排館、PAVO餐酒館獲AMOT二星溯源認證
- 漢來海港自助餐廳及漢來名人坊分別獲得第13屆及第19屆國家品牌玉山獎最佳人氣品牌獎





核心價值與願景



漢來美食以永續經營為願景，並以「**誠信經營、創新研發、共好共享、綠色友善**」為核心價值。

漢來美食堅信，唯有「誠信經營」才是企業永續的根本；而「創新研發」是企業維持成長不可或缺的動力來源；「共好共享」指有滿意的員工才能有好的服務、有滿意的供應商才能提供好的產品，進而造就滿意的客戶及滿意的股東；「綠色友善」是節省碳足跡及發展在地健康農業，進而提升消費者食的安全。

經營理念

漢來美食是以服務為主的企業，「讓客人開心，是我們最大的榮幸」，對公司來說，「**以人為本**」是經營理念，也是扶持企業站穩和成長的關鍵。所以公司的經營策略規劃，都必須考量「人」的因素，想盡辦法將員工照顧好、把顧客服務好、把公司經營好並與利害關係人共好，讓服務內化為企業文化的DNA，透過「以人為本」的管理思維，樹立永續發展的重要根基。



永續發展政策

ESG不僅是一項企業責任，更是企業成長的驅動力。

漢來美食「誠信經營、創新研發、共好共享、綠色友善」的核心價值，與ESG的精神高度契合，使公司營運自然融入ESG的價值觀。永續發展政策並從核心業務出發，追求落實核心價值及經營理念、強化治理並因應當前的風險及挑戰，同時達成品牌溝通及企業價值呈現等成效。永續發展政策共分為5大主題，分別對應環境、社會及治理面向，並發展管理方針由永續發展委員會各功能小組負責推動與執行。





永續發展管理方針

漢來美食的永續發展政策分為5大主題，分別對應環境、社會及治理面向，並發展管理方針由永續發展委員會各功能小組負責推動與執行。另針對永續議題每兩年一次進行重大性分析，並依鑑別結果加強回應及管理，同時訂定各項重大議題的管理策略及短中長期目標。

1. 誠信永續經營



- 持續穩健的展店計畫
- 穩定獲利的營運績效
- 精進公司治理
- 零裁罰與法遵承諾



2. 食品安全防護



- 落實追溯追蹤管理
- 推動永續供應鏈
- 嚴謹的食安管理制度
- 遵循產品標示規範



3. 品牌價值提升



- 持續研發創新
- 提升餐飲服務品質
- 掌握顧客滿意度
- 落實客戶資訊保護



4. 社會環境友善



- 結合本業參與公益
- 投資環保節能設備
- 推動綠色供應鏈
- 落實環境及能資源管理



5. 職場和諧健康



- 打造DEI多元共融職場
- 良好的溝通機制
- 落實健康安全職場
- 培育接班人才





永續發展組織架構

GRI : 2-12、2-13、2-14

漢來美食訂有「永續發展實務守則」，2018年5月10日董事會通過成立永續發展委員會及建立功能小組案，2025年5月8日董事會並決議設置董事會層級之永續發展委員會，同時與風險管理委員會整合為風險管理暨永續發展委員會。

整合後組織架構如下，委員會及功能小組職責詳如組織規程第四條說明；運作方面則由財務部擔任永續資訊揭露小組，各部門依職掌功能分組並負責永續發展政策及目標的推動與執行。永續資訊揭露小組每月在內部經營管理會議說明永續工作計畫、執行情形及相關法令更新，並依排程於董事會進行ESG永續報告，由董事會負責督導，必要時並向委員會提出建議進行調整。



委員會組成

職稱	姓名	永續專業知識與能力
獨立董事/召集人	龔俊吉	永續資訊揭露
獨立董事/委員	黃瑞沐	公司治理與經濟
獨立董事/委員	李振鳴	員工與社會關懷
獨立董事/委員	鄭淑貞	公司治理與經濟
品牌總經理/委員	劉子銘	食安與產品
執辦副總/委員	蔡慧娟	環境永續

2024年永續發展運作情形

董事會	報告內容
第8屆第18次 2024.02.29	溫室氣體盤查進度及ESG永續報告(公司治理執行規劃)
第8屆第20次 2024.04.18	與利害關係人溝通情形-數據共享創新服務計畫執行成果
第8屆第21次 2024.05.09	溫室氣體盤查進度報告
第9屆第2次 2024.08.08	溫室氣體盤查進度及ESG永續報告(113年永續發展指標目標執行進度)
第9屆第3次 2024.11.07	永續發展推動及與各利害關係人溝通情形
第9屆第4次 2024.12.19	溫室氣體盤查進度報告 及 ESG永續報告(114年永續發展指標目標)



永續價值鏈

餐飲服務業的價值活動包括取得原物料、週邊設施、廚務生產，以提供消費者的飲食需求，漢來美食於產業上、中、下游的關聯性如下圖。



利害關係人鑑別

漢來美食2024年由28位高階主管依據AA1000 SES利害關係人議合標準5項考量因子（責任、影響力、張力、多元觀點、依賴性），盤點永續價值鏈中的10類利害關係人，評估利害關係人與公司的關係程度，最終鑑別出「顧客」、「員工」、「股東/投資人」、「供應商/業主」、「媒體/網路社群」、「政府機關」為6大利害關係人群組。


CLIENT

顧客是公司營收的主要來源，取得的市場資訊主要提供營運單位迅速修正及回應，進而調整營運策略。


EMPLOYEE

漢來美食視員工為重要的資產，重視員工意見，並積極塑造和諧的勞資關係及營造優質的工作環境。


SHAREHOLDER / INVESTOR

公司由股東/投資人出資營運，對於出資者所關注的議題，經營團隊均適當回應及檢討改善。


SUPPLIER / OWNER

漢來美食與供應商以互惠的關係，一方提出需求一方供給滿足，雙方均致力於維持良好信譽及合作默契。


MEDIA / ONLINE GROUP

媒體/網路社群是社會的縮影，網路評價不容忽視，也是企業對外溝通的重要媒介。


GOVERNMENT AGENCY

漢來美食主動掌握政府政策並遵循法規，以健全及強化公司治理。



聚焦SDGs

聯合國2015年通過永續發展目標 (Sustainable Development Goals , 簡稱 SDGs) , 訂立17項攸關全球永續發展的議題。漢來美食依據核心專業能力, 從本業的關鍵優勢連結SDGs, 聚焦其中6項作為重點發展方向。

漢來美食致力於提供消費者健康安心的飲食選擇, 注重營養標示完善, 強化員工健康與廚房衛生管理。

- ✓ 食品安全從源頭管理、生產管理、食安查驗到推行餐廳評鑑各面向落實以維護顧客飲食安全, 2025年並啟動導入SGS餐飲衛生管理評鑑。



良好健康與福祉

2.食品安全防護

漢來美食透過支持在地小農、廚餘資源化等, 持續優化能資源使用效率, 朝低碳永續餐飲邁進。

- ✓ 2024經濟部Buying Power採購獎-貳獎。
- ✓ 2024台灣永續行動獎銅獎。
- ✓ 旗下4個品牌2024通過AMOT二星溯源餐廳認證。



責任消費與生產

2.食品安全防護/4.社會環境友善/5.職場和諧健康

漢來美食認同教育的力量, 重視員工成長與食農教育推廣, 持續推動內部教育訓練、外部食育活動與產學合作。

- ✓ 2024年教育訓練17,617小時。
- ✓ 第4年與高雄市立圖書館共同推動「品好書•讀好味」閱讀公益計畫。
- ✓ 2024年產學合作學校計54家。



優質教育

4.社會環境友善 / 5.職場和諧健康



漢來美食以綠色採購、採購雲端平台及廢棄物管理三項投入, 獲得2024台灣永續行動獎銅獎。



漢來美食致力於能資源減量, 規劃拓店改裝均以節能設備優先, 並與消費者溝通推動低碳理念。

- ✓ 與台北漢來大飯店共同投入綠建築建置, 並持續汐止中央工廠綠建築規劃。
- ✓ 持續碳盤查、數位轉型及節能設備採購等政策。



氣候行動

4.社會環境友善

漢來美食透過完善福利, 打造具吸引力的職場; 同時加速規模擴張, 創造持久的經濟成長。

- ✓ 2024《Cheers快樂工作人》全台縣市隱藏版好企業。
- ✓ 《天下雜誌》2024年2000大企業調查營運績效50強(第38名); 服務業第289名。



就業與經濟成長

5.職場和諧健康

漢來美食持續與政府、學校、公益組織等攜手合作, 打造共好共享的綠色餐飲生態系。

- ✓ 攜手正修科技大學與屏東新埤雅綠農產運銷合作社, 共同推動「產地到餐桌」行動。
- ✓ 第3年響應愛1919食物銀行公益活動, 落實惜食永續行動。



多元夥伴關係

4.社會環境友善 / 5.職場和諧健康



重大主題分析

GRI : 2-29、3-1、3-2

漢來美食為了解利害關係人對永續營運關切的議題，並回應利害關係人對漢來美食落實永續的期待，由永續發展委員會功能小組以每兩年一次的頻率進行永續發展重大主題分析。重大主題分析依循GRI通用準則，以「了解組織脈絡」、「評估關注議題」、「評估衝擊議題」及「歸納回應主題」4步驟進行鑑別，並依鑑別結果加強回應及管理，訂定各項重大議題的永續發展策略及短中長期目標。

2024年執行情形說明如下：

01

了解組織脈絡



02

評估關注議題



03

評估衝擊議題



04

歸納回應主題



24項永續議題

396份有效問卷+28位主管

12項重大議題

12大關鍵主題

2024年永續議題選擇，由永續資訊揭露小組依循2021年版GRI通用準則篩選出24項關注議題。參考來源包括：

- DJSI餐飲業指標
- SASB、SDGs、TCFD等國際永續趨勢
- 同業及標竿企業關注議題
- 前版報告書重大性主題

議題類型	治理面	6 個
	環境面	6 個
	社會面	6 個
	產品責任面	6 個

關注議題經做成問卷，對外向6大利害關係人進行調查，共計回收396份有效問卷，據以評估利害關係人的關注程度；對內則向高階主管發放28份問卷，評估各議題對於公司營運的影響程度。



永續資訊揭露小組將利害關係人的「關注程度」評分及內部高階主管的「營運影響程度」評估調查結果繪製為重大性矩陣，篩選出前12項重大議題；並針對12項重大議題展開正負面衝擊情境，由28位內部高階主管依據「影響程度」與「發生可能性」進行評估。

漢來美食依據GRI 3雙重大性原則，綜合上述鑑別及評估程序將重大議題進行排序，得出12大關鍵主題結果。除依鑑別結果加強關鍵主題的回應及管理，並訂定相關永續發展策略及短中長期目標。

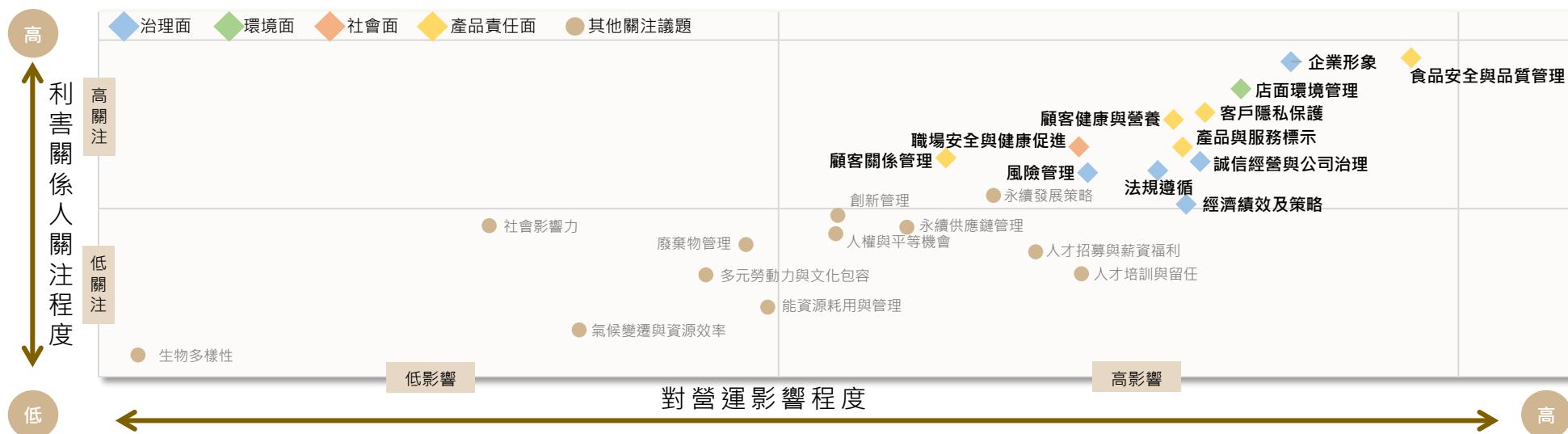
12大關鍵主題對應GRI主題、影響描述及回應章節等，請參考重大議題對應GRI Standards主題；12大關鍵主題2024年執行情形及短中長期規劃，請參考永續發展目標規劃及達成情形。



漢來美食依利害關係人的「關注程度」評分及內部高階主管的「營運影響程度」評估繪製重大性矩陣，並依高低排序選出12項重大議題進行回應。重大議題依治理面、環境面、社會面及產品責任面分類，並於報告書對應章節說明管理方針及績效成果。2024年重大議題與2023年比較，治理面新增2項；社會面減少2項；環境面7項中5項重新分類至產品責任面，減少1項。

重大議題		其他關注議題				年度議題變動說明	
1	食品安全與品質管理	7★ 誠信經營與公司治理	13	永續發展策略	19	廢棄物管理	【顧客健康與營養】及【產品與服務標示】 2019年末納入重大議題，隨著消費者對食品安全與標示透明度等要求提升，2022年起列入重大議題，2024年持續維持優先順位。
2	企業形象	8 職場安全與健康促進	14	人才招募與薪資福利	20	多元勞動力與文化包容	【誠信經營與公司治理】
3	店面環境管理	9 法規遵循	15	永續供應鏈管理	21	社會影響力	2022年為重大議題中的最後一項，隨著投資人對ESG資訊透明與反貪腐的重視上升，2024年已提升為第7順位重大議題。
4	客戶隱私保護	10★ 風險管理	16	人才培訓與留任	22	能資源耗用與管理	【風險管理】
5	顧客健康與營養	11 經營績效及策略	17	創新管理	23	氣候變遷與資源效率	2019及2022年末列為重大議題，近年在氣候變遷、經營韌性、資安風險等趨勢下被各行業視為核心議題，2024年提升為第10順位。
6	產品與服務標示	12 顧客關係管理	18	人權與平等機會	24	生物多樣性	

治理面 環境面 社會面 產品責任面；★係指2024年新增之重大議題。





依GRI 3規範揭露重大主題正負面衝擊，下圖呈現評估結果，係由內部高階主管就12項重大議題評估「影響程度」及「發生可能性」，並以正負面影響評分絕對值總和作為排序依據，下圖係由高至低排列。



綜合評分結果顯示

1 食品安全與品質管理；2 店面環境管理；3 企業形象；4 誠信經營與公司治理，為整體影響值最高四項議題，須優先管理與因應。

後續管理策略概覽

漢來美食針對上述2024年重大議題正負面影響評分結果，逐一揭露議題對應的GRI主題、影響類別與描述、SDGs連結、影響邊界與管理方針對應章節，詳如重大議題對應GRI Standards主題；同時將重大議題列入年度工作目標，由功能小組負責管理及執行，2024年執行情形及短中長期規劃，請參考永續發展目標規劃及達成情形，詳細管理方針與績效亮點則表述於各對應章節中。



利害關係人溝通

漢來美食重視與利害關係人的溝通，透過各種溝通管道與利害關係人進行交流與互動，藉以瞭解利害關係人關注的議題，並於本報告書相關章節回應。漢來美食與利害關係人的溝通情形如下：



顧客

顧客是公司營收的主要來源，取得的市場資訊主要提供營運單位迅速修正及回應，進而調整營運策略。

關注議題	回應章節	溝通管道 / 頻率	溝通實績
<ul style="list-style-type: none"> 店面環境管理 顧客健康與營養 企業形象 	1 誠信永續經營 2 食品安全防護 3 品牌價值提升 4 社會環境友善	<ul style="list-style-type: none"> 服務專線 / 即時 客服信箱 / 不定期 顧客意見調查表 / 即時 社群平台、通訊軟體 / 即時 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 漢來美食APP結帳集點自動派發問卷並以抽獎提高回饋率。 ✓ 2024年各品牌客戶滿意度介於82%~95%。



員工

漢來美食視員工為重要的資產，重視員工意見、並積極塑造和諧的勞資關係及營造優質的工作環境。

關注議題	回應章節	溝通管道 / 頻率	溝通實績
<ul style="list-style-type: none"> 店面環境管理 職場安全與健康促進 顧客健康與營養 	2 食品安全防護 4 社會環境友善 5 職場和諧健康	<ul style="list-style-type: none"> 教育訓練 / 不定期 會議 / 每週、月、季 臨場健康服務管理 / 定期 健康促進講座 / 視需求 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年投入教育訓練總時數17,617小時，平均受訓時數9.34小時；投入教育訓練經費1,300千元。 ✓ 2024年舉辦43場健康促進講座；162件臨場健康服務管理。 ✓ 1111人力銀行2024幸福企業票選銀獎。 ✓ 2024《Cheers快樂工作人》22縣市隱藏版好企業。



股東 / 投資人

公司由股東 / 投資人出資營運，對於出資者所關注的議題，經營團隊均適當回應及檢討改善。

關注議題	回應章節	溝通管道 / 頻率	溝通實績
<ul style="list-style-type: none"> 食品安全與品質管理 經濟績效及策略 企業形象 	1 誠信永續經營 2 食品安全防護	<ul style="list-style-type: none"> 投資人服務信箱 / 每日 公開資訊觀測站 / 時限內 股東會、年報及永續報告書 / 每年 法說會 / 每年至少一次 官網 / 適時更新 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年5月22日召開股東常會。 ✓ 公告申報、年報、永續報告書於時限內上傳公開資訊觀測站及官網。



利害關係人溝通

漢來美食重視與利害關係人的溝通，透過各種溝通管道與利害關係人進行交流與互動，藉以瞭解利害關係人關注的議題，並於本報告書相關章節回應。漢來美食與利害關係人的溝通情形如下：



供應商 / 業主

漢來美食與供應商以互惠的關係，一方提出需求一方供給滿足，雙方均致力於維持良好信譽及合作默契。

關注議題	回應章節	溝通管道 / 頻率	溝通實績
<ul style="list-style-type: none"> 企業形象 食品安全與品質管理 顧客健康與營養 	1 誠信永續經營 2 食品安全防護 3 品牌價值提升 4 社會環境友善	<ul style="list-style-type: none"> 廠商評核或實地訪廠 / 每年 廠商提供檢驗資料 / 每批進貨 工程協調會 / 各案場每周2次 雙方專責人員溝通 / 不定期 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年書面評核962家。 ✓ 2024年實地訪廠34家。 ✓ 2024年廠商提供檢驗資料341份、輸入許可證148份。



媒體 / 網路社群

媒體 / 網路社群是社會的縮影，網路評價不容忽視，也是企業對外溝通的重要媒介。

關注議題	回應章節	溝通管道 / 頻率	溝通實績
<ul style="list-style-type: none"> 企業形象 食品安全與品質管理 店面環境管理 	1 誠信永續經營 2 食品安全防護 3 品牌價值提升 4 社會環境友善	<ul style="list-style-type: none"> 記者會、網路部落客邀約 / 視需求 新聞稿 / 每月、不定期 社群平台 / 每日 官網 / 不定期 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年以南港飯店場地及餐點計經費70萬元響應中央社「百年轉身 自由永續」社慶活動，包括以專網及論壇倡議淨零。 ✓ 漢來美食福園及紅陶上海湯包榮登《2024米其林指南》入選餐廳。 ✓ 漢來名人坊經典編織酥獲得聯合報2024年第四屆500盤「1盤」獎項。



政府機關

漢來美食主動掌握政府政策並遵循法規，以健全及強化公司治理。

關注議題	回應章節	溝通管道 / 頻率	溝通實績
<ul style="list-style-type: none"> 食品安全與品質管理 風險管理 企業形象 	1 誠信永續經營 2 食品安全防護 3 品牌價值提升 4 社會環境友善	<ul style="list-style-type: none"> 法遵查核、風險評估 / 每年 公司治理評鑑 / 每年 問卷、行文、函令 / 不定期 查核、電話洽詢、說明會 / 不定期 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年第11屆公司治理評鑑為上櫃公司第二級距。 ✓ 2024年第17屆TCSA台灣企業永續獎永續報告書金獎。 ✓ 2024年裁罰事件均已啟動處理機制並結案。



重大議題對應GRI Standards GRI : 3-3

有關重大議題對應GRI主題、影響類別與描述、影響邊界、管理方針與回應章節。

重大議題	對應GRI主題	影響類別與描述		重大議題影響邊界			管理方針與回應章節
		上游	漢來美食	下游、間接			
企業形象	GRI 2 一般揭露	正面	提升品牌信任與市場認同，促進顧客忠誠與經營績效。	金融機構 股東/投資人	公司員工	顧客 媒體/社群 公益團體	1.2 公司治理 3.2 行銷溝通與顧客滿意 4.1 關懷社會
		負面	危機處理不當恐損害聲譽，導致顧客流失與營運損失。				
誠信經營與公司治理	GRI 2 一般揭露：治理 GRI 205 反貪腐	正面	強化治理透明度，建立誠信文化，降低法律與商業風險，使員工與社會安穩。	金融機構 政府機關 股東/投資人	公司員工	顧客 媒體/社群	1.2 公司治理 1.3 法規遵循 1.4 風險管理
		負面	涉貪或違法將損害商譽，引發訴訟與營運成本上升。				
法規遵循	GRI 419 社會經濟法規遵循	正面	落實合規可減少罰則與法律風險，維持營運穩定。	金融機構 政府機關 股東/投資人	公司員工	顧客 媒體/社群	1.3 法規遵循
		負面	違規將導致罰鍰、營運中斷，並損及公司形象。				
風險管理	無	正面	提早辨識與控管風險，減少財務與營運衝擊。	金融機構 股東/投資人	公司員工	顧客 媒體/社群	1.4 風險管理
		負面	風險未妥善管理將引發營運中斷與財損。				
經營績效及策略	GRI 201 經濟績效	正面	明確策略可提升資源配置效率，帶動營運成長。	金融機構 股東/投資人	公司員工	-	1.1 公司簡介 1.5 經營績效
		負面	缺乏長期策略將削弱競爭力並影響財務表現。				
職場安全與健康促進	GRI 403 職業安全衛生	正面	職場安全制度可保障員工福祉，降低職災風險。	政府機關 股東/投資人	公司員工	顧客 媒體/社群	5.3 勞資溝通與職場安全照護
		負面	安全機制不足將引發職災、員工流失風險上升或導致公司須負擔損失或賠償。				



重大議題對應GRI Standards

有關重大議題對應GRI主題、影響類別與描述、影響邊界、管理方針與回應章節。

重大議題	對應GRI主題	影響類別與描述		重大議題影響邊界			管理方針與回應章節
		上游	漢來美食	下游、間接			
食品安全與品質管理	GRI416 顧客健康與安全	正面	落實控管，符合法規並提升消費者信任與企業商譽。	政府機關 股東/投資人 供應商/業主	公司員工	顧客 媒體/社群	2.1 供應鏈管理 2.2 食安及溯源管理 2.3 顧客健康與安全 2.4 產品與服務標示
		負面	品質失誤或違法風險，恐導致消費者受害與聲譽損失，甚至引發訴訟。				
客戶隱私保護	GRI418 客戶隱私	正面	強化資料保護措施，可增進消費者對企業資訊安全之信賴及保護營業秘密。	政府機關 供應商/業主	公司員工	顧客 媒體/社群	3.3 客戶資訊保護
		負面	資料外洩將損害顧客權益並引發罰鍰與信任危機，影響品牌形象。				
顧客健康與營養	GRI416 顧客健康與安全	正面	提供營養導向及創新的餐點，有助顧客健康與提升顧客滿意度、忠誠度。	政府機關 供應商/業主	公司員工	顧客 媒體/社群	2.2 食安及溯源管理 2.3 顧客健康與安全
		負面	餐點未能滿足健康飲食需求，可能降低顧客黏著度與購買意願。				
產品與服務標示	GRI417 行銷與標示	正面	資訊揭露清楚，提升顧客信任與產品合規性，有助風險控管。	政府機關 股東/投資人 供應商/業主	公司員工	顧客 媒體/社群	2.3 顧客健康與安全 2.4 產品與服務標示
		負面	標示錯誤或不足，易引發爭議、消費糾紛與法規風險。				
顧客關係管理	GRI2 一般揭露	正面	強化服務互動與意見回饋機制，有助顧客滿意與品牌忠誠建立。	股東/投資人	公司員工	顧客 媒體/社群	3.1 品牌策略 3.2 行銷溝通與顧客滿意
		負面	處理失當導致顧客投訴升高，損害品牌聲譽並影響營運穩定。				
店面環境管理	GRI302 能源 GRI305 排放 GRI306 廢棄物 GRI416 顧客健康與安全	正面	優化環境設施與清潔管理，提升顧客來店意願及降低食安風險。	政府機關 股東/投資人 供應商/業主	公司員工	顧客 媒體/社群 社區	2.2 食安及溯源管理 4.2 環境理念 4.3 氣候變遷與能資源管理 4.4 廢棄物管理
		負面	衛生不佳將引發健康疑慮、用餐品質降低與媒體關注，增加營運與法規風險。				



永續發展目標規劃及達成情形

GRI : 3-3

重大議題的永續發展策略、管理方針、2024年執行情形及短中長期規劃情形如下。2024年底已將2025年目標提報董事會。

重大議題	對營運的重要性	永續發展策略	2024年執行情形	短期目標(2025年)	中長期規劃
企業形象	攸關公司信用、品牌定位與市場價值，是影響顧客信任、忠誠度與營收表現的重要因素。優質形象有助於企業長期經營、招募與投資吸引力，亦可降低聲譽風險。	設置發言人及代理發言人，依據 <u>誠信永續經營政策</u> ，透過治理指標與利害關係人溝通，強化品牌形象。 管理方針：以評鑑精進治理成果	✓ 第11屆公司治理評鑑獲上櫃公司第二級距，且較去年增加2.55分。 ✓ 第17屆TCSA永續報告書金級。 ✓ 及官網永續發展專區作為股東建議及溝通的管道。	• 公司治理評鑑結果維持上櫃公司第二級距以上。 • 米其林/AMOT 湖源餐廳等1項以上評鑑獲獎。	• 透過不同評比提升公司治理的全面性及機制的完整性。 • 逐年增加外部評鑑參與項目。
誠信經營與公司治理	誠信經營是永續經營的基礎，也是維繫投資人與主管機關信賴的關鍵，透過提升治理透明度，有助建立誠信文化，確保經營穩定與社會信任。	依董事暨經理人道德行為準則、誠信經營守則等建立誠信經營架構並維持良好治理情形。 管理方針：以評鑑精進治理成果			
法規遵循	法規遵循是企業合法經營的基礎，可避免行政處分、刑事責任與財務損失，也是投資人評估風險與社會信賴的重要依據。違規將對公司形象與聲譽造成實質影響。	設置申訴檢舉信箱audit@hilai-foods.com，依據個人資料檔案安全維護計劃、智慧財產權管理要點等，建立內部法遵文化以防範違規事件。 管理方針：推動零裁罰與法遵承諾	✓ 辦理內控自評及法令遵循評估。 ✓ 內稽、食安、職安、餐務均完成年度查核計畫執行。	• 法規遵循以零裁罰為目標。 • 完成全台餐廳碳盤查及高雄/美山模擬查證。 • 持續透過稽核檢核法規遵循情形，並以查核報告作為評估結果依據。	• 推動零裁罰與法遵承諾。 • 2028年年報依IFRS永續揭露準則編製永續資訊。 • 2029年年報與財報同時申報。
風險管理	風險管理是以系統性的方法鑑別可能發生的危機，透過控制或降低風險達到提升決策品質、減少財務損失、維持客戶滿意度、保護企業聲譽等，以達企業永續發展。	依據《風險管理政策與程序》、《風險管理暨永續發展委員會組織規程》等，建立妥適之風險管理程序。 管理方針：持續精進風險管理	✓ 完成風險評估作業。 ✓ 2月29日及10月17日已召開風險管理委員會。	• 每年評估企業整體風險及氣候變遷影響。	• 持續優化企業整體風險管理機制，精進應變能力。
經營績效及策略	透過擬定精準策略，能充分考量多重面向對組織的影響、提升資源配置效率及因應內外環境變化的方式，從而提升經營績效。	設置投資人服務信箱stock@hilai-foods.com，依 <u>誠信永續經營政策</u> 及 <u>品牌價值提升政策</u> 針對優勢擬定精準策略，維持穩定成長的績效。 管理方針：以穩定獲利的績效回應股東期待	✓ 稅後淨利4.25億元，年增達32.29%。 ✓ 已按月按季完成財務資訊公告申報。	• 營收獲利以年度預算為目標。 • 以專注研發、外帶外賣、發展電商、數位轉型作為營運策略。	• 以積極穩健的展店計畫、維持競爭力建立市場區隔。
重大議題	營運重要性	永續發展策略	2024年達成情形	短期目標(2025年)	中長期規劃
職場安全與健康促進	重視職場安全可保障員工安全與健康、消除工作產生的潛在危害、提升員工認同感；同時提升顧客安全，避免公共場所危害影響營運。	內部設有員工申訴信箱hshr.dept@hilai-foods.com，依 <u>職場和諧健康政策</u> 建立完善的職安衛體系，打造安心且安全的職場環境。 管理方針：建構完善的職業安全衛生體系	✓ 高雄本館含夢時代餐廳，第3年通過ISO 45001 SGS驗證。	• 工傷率低於2.46(不含交通事故目標件數40件) • ISO45001驗證通過。	• 每年依職業安全衛生管理計畫建設計各項績效指標並控管各分公司執行情形。



永續發展目標規劃及達成情形

重大議題的永續發展策略、管理方針、2024年執行情形及短中長期規劃情形如下。2024年底已將2025年目標提報董事會。

重大議題	營運重要性	永續發展策略	2024年達成情形	短期目標(2025年)	中長期規劃
食品安全與品質管理	食品安全及顧客健康是餐飲業的營運核心，食安管理須滿足法規、維護國民健康，以及確保產品品質符合消費者的需求。餐飲趨勢發展包含消費者對健康飲食的關注，提供健康及創新的餐點，才可多方滿足顧客的需求。食品安全或品質疑慮將影響客戶健康或權益，進而影響公司經營績效。	依據食品安全防護政策，全面強化食安管理機制，透過內部查核、第三方驗證及外部評鑑，落實食材可追溯性，回應法規與利害關係人對食品安全的高度關注，展現餐飲業對永續責任的核心承諾。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 漢來海港(漢來店、巨蛋店、敦化店)、島語、焰牛排館、PAVO餐酒館獲AMOT二星溯源認證。 ✓ 可溯源管理品項採購金額占所有原物料採購總額99.84%。 ✓ 自主及委外檢驗共執行1,198批次，品質異常有86次，合格率為92.82%。 	<ul style="list-style-type: none"> SGS餐飲衛生管理評鑑合格取證率90%以上。 廚師持證比合格家數比76%以上。 可溯源管理品項採購金額占99%以上；供應商訪廠30家以上。 	<ul style="list-style-type: none"> 以SGS餐飲衛生管理評鑑合格取證率達100%為目標，提升消費者食的安全。 持續增加品牌餐廳參與AMOT溯源認證。 擴大原材料、成品、半成品等食品自主或委外檢驗項目及頻率，確保食品安全。
顧客健康與營養		管理方針： <ol style="list-style-type: none"> 落實食品安全查核及驗證計畫 落實產品追溯追蹤管理 提升供應商對永續的重視及遵守 			
客戶隱私保護	顧客個資保護已受到消費者重視及法律規範，也是基本人權與企業信譽維護的基礎。若發生個資外洩，將對品牌信任造成重大損害及面臨法律訴訟或罰則。餐飲業因涉及會員制度及數位行銷等多元資料應用，更須落實個資蒐集、使用與保管規範。	訂有《個人資料檔案安全維護計劃》及客戶隱私保護具體管理方案，強化及建置保護顧客資料、交易安全性、客戶訂單與交貨管理等數據的資訊安全管理機制。顧客面的多元申訴管道包括客服信箱及各類意見調查表。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 未有顧客隱私受損情事。 	<ul style="list-style-type: none"> 導入ISO27001，以系統性檢驗資安風險、設計全面控管建置。 導入外部安排社交工程演練提升同仁安全意識。 	<ul style="list-style-type: none"> 以顧客隱私保護零缺失為目標。
產品與服務標示	產品標示會影響消費者購買判斷及產品信心，標示問題也會影響公司品牌形象、營運績效及供應商信譽，更能避免因標示錯誤而觸犯法律規範。	依據食品安全防護政策遵循食品標示相關法條規範。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 產品銷售依食品標示申請流程SOP辦理。 ✓ 自製產品由廚師確實填寫食品生產內容物分析表。 	<ul style="list-style-type: none"> 落實遵循食品標示規定。 	<ul style="list-style-type: none"> 提供消費者正確的標示及清楚的選擇依據。
顧客關係管理	顧客滿意度是公司建立口碑形象及獲取競爭優勢的來源，更可以深入了解顧客的需求及偏好，提供精準服務增加顧客滿意度和忠誠度。	依據品牌價值提升政策強化顧客溝通及服務品質，並以數位工具維持競爭優勢。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ APP會員數達56萬。 	<ul style="list-style-type: none"> 透過優惠活動增加會員消費次數、提升會員回流意願並培養忠誠會員。 	<ul style="list-style-type: none"> 以CRM系統掌握顧客樣貌及消費軌跡，達到精準行銷。 以會員營收占總營收40%為目標。
重大議題	營運重要性	永續發展策略	2024年達成情形	短期目標(2025年)	中長期規劃
店面環境管理	安心的用餐環境將直接影響顧客滿意度、健康、安全及品牌形象；管理不當可能環境相關法規，影響公司信譽。	依據社會環境友善政策，落實店面環境衛生、食材儲存及設備器材的管理。	<ul style="list-style-type: none"> ✓ HACCP餐廳營收占比達20.69%。 ✓ 共45家餐廳獲得優良餐廳評核標章，取得比率93.75%，營收占比75.28%。 ✓ 食安查核共26次計51家，查核涵蓋率100%，無嚴重違規 	<ul style="list-style-type: none"> 優良餐廳取得比率90%以上。 食安查核涵蓋率99%以上。 每千元營業額廢食用油量、廚餘量及用水量不高於2024年。 	<ul style="list-style-type: none"> 透過盤查設定設備汰換及能資源使用管理目標，降低溫室氣體排放及改善環境。 以能資源效率提升、廢棄物逐年減量及廢棄物全面資源化處理為目標。

PART ONE

1

誠信永續經營

管理方針

漢來美食落實公司治理，對外遵守法規要求，對內依循公司管理制度，以誠信經營及穩健的營運績效作為企業永續的根本。



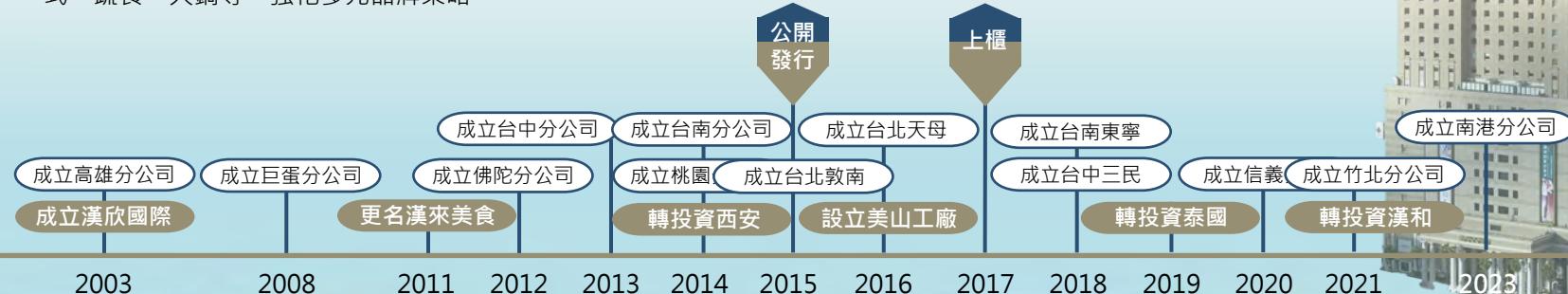


關於漢來美食

GRI : 2-1 | SASB : FB-RN-000.A、FB-RN-000.B

漢來美食股份有限公司 (TPEX:1268) 成立於2003年，原名漢欣國際股份有限公司，2011年7月變更為目前公司名稱。漢來美食出自五星級飯店餐飲事業體系，以提供優質餐飲服務為企業理念，以創造顧客滿意的餐飲體驗為使命，讓顧客不僅能以實在的價格享用美食，更能體驗五星級飯店式的優質服務，同時在競爭的市場中脫穎而出，建立第一品牌形象及口碑，獲取競爭優勢。

漢來美食總部位在台灣，2024年旗下共19個品牌（18個自有品牌及1個代理品牌），海內外共51家餐廳。其中台灣直營50家（自營45家、員工1,712人；代理米其林一星品牌「名人坊」高級粵菜5家、員工175人），及海外品牌授權1家（上海「漢來海港」），經營版圖遍及全台六大城市，餐飲業態囊括歐式自助百匯、大型宴會廳、中式、日式、西式、蔬食、火鍋等，強化多元品牌策略。



總部位置



高雄市前金區801
成功一路266號
21樓之1

成立日期



2003年01月09日

股票上櫃



2017年09月27日

資本額



新台幣4.22億

總餐廳數



51家
(含台灣自營45家及代理5家；上海授權1家)



主要產品及服務

GRI : 2-6、201-1 | 作業辦法4-1-1-10

漢來美食屬GICS全球行業分類標準之25301040餐廳，主要經營型態是以現場烹調的菜色、飲料及甜點等餐飲項目提供消費者在店內客席食用或外帶，另有年節禮盒、養生禮盒、常溫/冷凍食品或甜品禮盒等產品，銷售比重以餐飲收入為主要來源。漢來美食2024年全年服務來客數5,650千人，營收達**59.3億元**，再創歷史新高。

中華徵信所2024 TOP5000企業排名

餐飲業
第8名

天下雜誌2024 2000大企業調查

營運績效50強
第38名



近3年營業比重

單位：億元

	2022	2023	2024
其他收入	0.29	0.43	1.27
商品銷貨收入	1.70	1.70	1.86
餐飲收入	35.58	47.05	56.16
總營收	37.57	49.18	59.30

市場分析

根據主計處及統計處的數據顯示，台灣餐飲業2024年總營業額達1兆378億元，年增3.58%，展現穩定成長態勢。然而，隨著環境永續議題日益受到重視，餐飲業也面臨多項挑戰，包括食材成本波動及人力短缺等問題。漢來美食2024年受惠台北漢來大飯店內新開出的大型宴會廳及自助餐廳營運暢旺，整體營收攀高逼近60億，市占率也一舉突破兩成達到0.57%，使營運邁入新的里程碑。面對市場多項挑戰，漢來美食除了以多元品牌經營及投入數位工具為策略，也努力從本業出發串聯永續發展政策，持續朝切合循環理念、具備永續韌性的狀態前進。

近5年餐飲業營業額及年增率



近5年漢來美食營業額及年增率





品牌介紹

中式餐食



充滿風雅貴氣的福園台菜海鮮餐廳，除了提供道地台式料理和時令現撈海鮮，主廚私房菜更受到饕客的喜愛與推崇，同時備有貴賓包廂，貼心服務，宴客最體面。



結合時尚創意的正宗粵菜。融合了滬杭點心、時令蔬果及經典粵菜，甚至結合了西餐的擺盤與呈現，讓港式飲茶給人更上層樓的精緻質感，百吃不厭。



取得香港米其林餐廳-名人坊的代理權。有「隱世廚神」之稱的富哥鄭錦富，以深厚粵菜功夫、時令食材、細膩有層次的調味，創造出獨門料理，完美呈現最不平凡的私房菜色，就像到大戶人家享用私家名廚為您悉心料理的盛宴。



承自五星級飯店的主廚手藝。師傅手捍麵皮，捏出皮薄餡豐的上海湯包，是經驗的累積，更是對美味的堅持。除了招牌的湯包系列，還可以同時品嚐到主廚私房菜、清燉湯品和精緻甜點。



主廚以天然食材演繹跨國界食藝，透過不同季節時令的蔬菜，堅持現點現做最新鮮的食材，兼顧「色、香、味、形、器」的整體表現；與各地有機農場契作採購優質食材，實踐時令料理的初衷。



南台灣唯一以海鮮為主要食材的高檔精緻火鍋，豐富的頂級海鮮配上獨家配方湯底及沾料，主廚手工製做新鮮丸餃，以及產地溯源的時令鮮蔬，讓人讚不絕口。



遵循傳統工序並從中積極探索創新，完美演繹片皮鴨的美味，與各式川粵菜、港點，給予饕客多元菜色選擇，歡迎您來上菜找尋屬於你的菜！



由專精川粵滬菜系的五星級飯店主廚團隊精心研發，獨家秘製配方，不僅有川菜獨有的香麻，特製酸菜的鮮酸滋味更是一絕，每一口都是溜溜的好滋味。



品牌介紹



東方樓
(1家)

由五星級饭店主厨團隊帶領，以數十年精深的廚藝，幻化食材成珍饈。在日以繼夜的爐火中，傳承並賦予創新面貌。每個走進東方樓的賓客，必定細細品味而至念念不忘。



五梅先生
(線上品牌)

「五梅先生」致力深耕輕蔬食市場，堅持採用有機與非基改黃豆製品、與當季最新鮮食材，烹調出道地健康、美味、料多實在的五星餐點。

西式餐食



漢來海港
(7家)

從新鮮、豐盛到季節嚴選、在地生產，漢來海港餐廳始終以提供最優質的食材為原則，使得漢來海港餐廳成為台灣頂級百匯的代名詞。



島語
(1家)

島語連結在地頂級食材，精心搜羅各色當令風味，青翠鮮活、芳郁有味，讓食材原味真味盡顯，從土地到味蕾，連結和共鳴。



牛排館
(1家)

Welcome home！如家一般舒適溫暖的牛排館餐廳！以直火炙燒搭配高溫爐烤，鎖住鮮甜肉汁，滿足每位賓客的喜好，擁有賓至如歸的感受。



鐵板燒餐廳
(1家)

餐點多選用台灣在地食材，並融合中、西、日式元素，以原味烹調呈現食材本身新鮮風味，將料理放入屬於家的記憶與溫暖，期待透過廚師精湛手藝，勾起每位賓客味蕾深處美好回憶。



PAVO 餐·酒館
(1家)

充滿南洋殖民風的PAVO Lounge Bistro，有著如其美名「孔雀」的尊貴、華麗與優雅氛圍。主廚精選上等食材，以創意新潮料理手法，呈現令人驚豔的異國佳餚，還有調酒師的專屬特調雞尾酒，是適合三五好友聚餐共享的好去處。





品牌介紹

日式餐食



優雅細緻、服務親切的無菜單料理，有著日本職人精神的板前割烹料理，堅持每週從日本空運時令海鮮，依季節變化菜色，為客人帶來視覺與味覺的盛宴。

烘焙



位於漢來大飯店大廳，映入眼簾是多款整齊陳列的麵包、蛋糕甜點，由多次獲得國際烘焙比賽金牌的名廚領軍親製，提供訂製與外帶。

禮品類



野生烏魚子禮盒、年節禮盒、雞汁燕窩禮盒、蔬食健康烹、XO醬、臘味禮盒、蘿蔔糕、各式餅乾、手工蛋捲禮盒、手工巧克力、國宴旺來酥、水晶餅、牛軋糖、漢來情月月餅、漢來龍王粽、漢來八寶狀元粽、端粽大禮包、鮑參翅養生雞、極品佛跳牆等各式禮盒。

飲品



位於漢來大飯店大廳，氣派舒適的沙發座椅、風味獨特的輕食點心、精緻下午茶及佳釀飲品，是洽商、閒談最尊貴、悠閒的場域。

宴會



由世界級知名設計師橋本夕紀夫團隊設計，兼具時尚、尊貴、華麗與媲美演唱會級的聲光設備，為南台灣首屈一指的五星級宴會場地。

宅美食



冷凍食品：豬腳禮盒、古早味香腸禮盒、燒賣、沙茶炆鳳爪、南瓜濃湯、Q粉酸湯魚、首席珍藏戰斧豬排、年節商品、冷凍禮盒(冰雪麻糬)等。
常溫食品：來拌麵(乾拌麵)、黑豆煎餅、黑米芝麻脆菓(點心類)、即時料理包(紅燒牛腩、龍膽海鮮鍋底湯)等。



營運據點及展店策略

漢來美食的展店策略主要分為**五星級飯店體系**及**百貨購物中心體系**兩種不同路線，同時也嘗試切入**街邊店**。主力品牌屬於高投入、高營收、高獲利餐飲品牌，商場平價餐飲則主攻年輕外食族。

品牌以多角化發展出發，並以核心競爭力及市場對位持續催生新品牌。漢來美食擁有堅強的廚藝研發團隊，可以從眾多餐系中精準開發新市場。



飯店體系

北

南港漢來大飯店

5家品牌餐廳

南

高雄漢來大飯店

14家品牌餐廳

南



街邊店

1家品牌餐廳



商場體系

北

台北世貿/台北SOGO
桃園台茂/竹北遠百

11家品牌餐廳

中

廣三SOGO/中友百貨
台中新光

5家品牌餐廳

南

漢神巨蛋/高雄夢時代
高雄SOGO/佛陀紀念館
台南南紡/台南新光

14家品牌餐廳



版圖擴張

漢來美食2024年開出桃園台茂溜溜及高雄夢時代上菜2家餐廳；2025年則預計將有16家拓店與改裝餐廳，包含島語、漢來上海湯包等品牌的拓店，以及高雄漢神巨蛋翠園、咖啡廳等餐廳的改裝升級；同時啟動尋找本土潛力餐飲品牌的合作機會，打造策略聯盟，壯大品牌影響力；面對疫情以後蓬勃發展的外送與宅配市場，也積極投入電商產品與通路，目前汐止中央工廠正緊鑼密鼓籌備中，未來將成為研發創新的重要基地。



2025
拓店改裝

汐止中央工廠



島語
ISLAND

漢來上海湯包
SHANGHAIANE DUMPLING

名人坊
Celebrity Cuisine

新品牌/其他品牌
6家

4家

4家

2家

6家

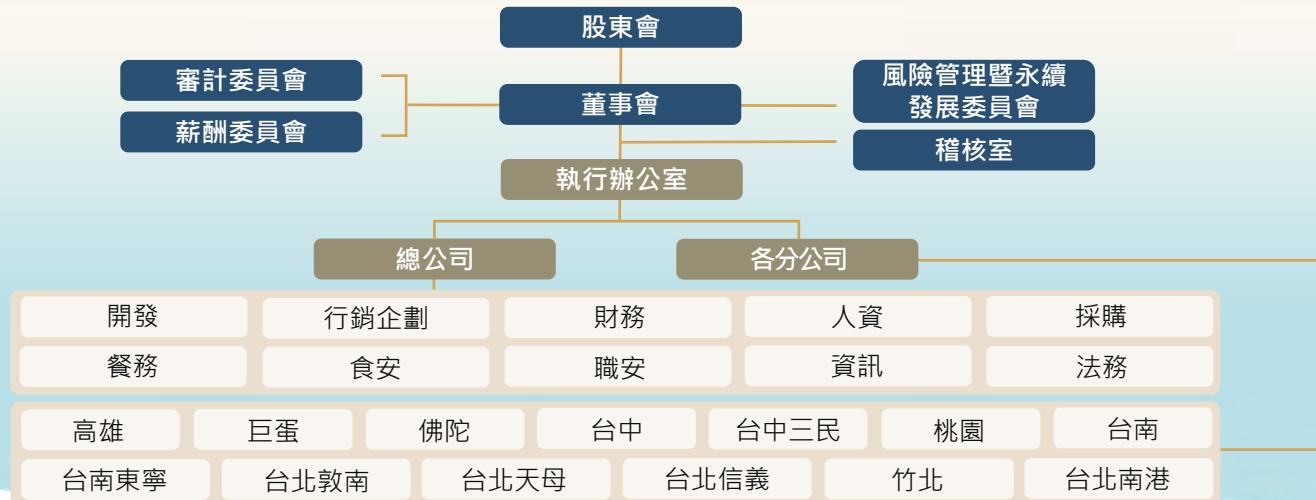


組織架構

GRI : 2-9

漢來美食落實公司治理，對外遵守法規要求，對內訂定「公司治理實務守則」、「永續發展實務守則」等規章，以誠信經營及穩健的營運績效作為企業永續的根本。此外並以響應政府政策推動公司治理，在股東會運作及資訊揭露上採行新制如：董事選舉採候選人提名制、股東會採行電子投票及議案逐案表決、逐案揭露，並逐年增加英文版股東會資料、年報及財報等公開資訊內容，以維護股東權益。另2023年起採用集保eNotice平台，讓股東享受更便捷、高效率的服務數位服務；2025年起採用集保eCounter平台，受理股東採用數位簽章方式申辦股務事項，以行動響應全球減碳趨勢。

規程規則



公司治理成果

漢來美食為提升公司治理，2020年12月經董事會決議通過公司治理主管委任案，負責督導及辦理董事會、功能性委員會及股東會開會、公告申報等事宜；並協助董事就任、進修、執行業務及遵循法令；此外定期向董事會報告ESG作為、公司治理評鑑及外部評比等，以提升公司治理成效。公司治理主管2024年進修總時數為12小時。

第11屆
公司治理評鑑
上櫃公司第2級距
• 93.43分，第7年參與
6次第2級距；1次第1級距

2024第17屆
TCSA台灣企業永續獎
永續報告書金獎
• 連續6年獲獎





董事會

GRI : 2-9、2-10、405-1

漢來美食董事選任依公司法第192條之1採候選人提名制度，由股東會就候選人名單中選任董事，並互選1人為董事長，每屆任期3年。

現任董事會為第9屆，董事共8名，其中含獨立董事4名，任期為2024年5月30日~2027年5月29日。

為使董事會整體具備適當能力，達到公司治理的理想目標，漢來美食於「董事選任程序」及「公司治理實務守則」訂有**董事多元化方針及獨立性政策**，董事組成以「基本條件與價值」及「專業知識技能」等為標準，並規範：

- 董事間超過半數之席次不得具有配偶或二親等以內親屬關係；
- 兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一；
- 獨立董事不少於董事席次三分之一且連續任期不得逾三屆；
- 女性董事至少一席。



董事長
旺漲有限公司 代表人 **林淑婷**
年齡:61歲以上 任期年資:未滿1年
和春技術學院流通管理系
漢來美食總經理
餐飲業務及管理經驗40餘年

董事
國協(股) 代表人 **侯宣羽**
年齡:31歲以上 任期年資:10年
加州大學洛杉磯分校企管碩士
國協(股)董事長
企管專業/ 漢來美食總監

董事
固邦(股) 代表人 **侯淳淯**
年齡:31歲以上 任期年資:10年
加拿大皇家大學企管碩士
漢齊科技(股)董事長
飯店/科技業營運管理經驗

董事
固邦(股) 代表人 **彭邵齡**
年齡:61歲以上 任期年資:10年
東南技術學院休閒管理系
國揚實業(股)總經理
營建/飯店/百貨業營運管理經驗

獨立董事
龔俊吉
年齡:61歲以上 任期年資:未滿1年
中山大學高階經營碩士
勤業眾信執業會計師
財稅專業及豐富產業經驗

獨立董事
黃瑞沫
年齡:61歲以上 任期年資:未滿1年
明志工業專科學校機械工程科
彰化商業銀行總經理
金融、稽核、經營管理專業

獨立董事
李振鳴
年齡:61歲以上 任期年資:未滿1年
國立政治大學經濟學系
台灣土地銀行副總經理
金融、稽核、經營管理專業

獨立董事
鄭淑貞
年齡:51歲以上 任期年資:未滿1年
中山大學高階經營碩士
明法臻興聯合律師事務所律師
經營管理及法律專業





董事會運作情形

GRI : 2-11、2-15、2-16、2-18

漢來美食董事具備豐富的產業經驗，每位成員均擁有執行職務所需的知識、技能及素養，並透過參與董事會持續推動公司營運及治理的成效。其中獨立董事於提名、選任時及任職期間，均由公司治理主管定期檢視其專業性及獨立性，確認符合相關法令規章規範並向董事會報告。

漢來美食2024年底最高治理單位(董事會)主席-林淑婷董事長同時兼任總經理職務，係由於第8屆董事長原為內場廚師背景之專業經理人，2024年股東常會改選時屆齡榮退，改選具外場業務背景之專業經理人林淑婷總經理擔任第9屆董事長；為強化董事會功能，除同時增加獨立董事席次達4席外，董事間不超過二人具有配偶及二親等以內親屬關係。

董事對於董事會會議事項，與其自身有利害關係時，在討論及表決時均予以迴避，相關迴避情形請參閱公司2024年度年報【2.3.1.董事會運作情形資訊(2)董事對利害關係議案迴避之執行情形】。

2024年報

關鍵重大事件之溝通



漢來美食各權責單位係依實務運作或法規需求，將公司營運計畫、財務報告、內部控制制度及辦法規章修訂等重大議案定期或不定期呈報董事會鑒察或審議，以利董事會知悉或進行討論。

2024年董事會共開會8次，重要決議事項請參閱官網[永續發展/公司治理/董事會議/董事會重要決議](#)。

董事會
重要決議



董事會	2022	2023	2024
開會次數	6次	7次	8次
出席率(%)	90.48%	95.92%	96.67%

董事會績效評估

漢來美食為落實公司治理及提升董事會功能，制訂「董事會績效評估辦法」，於每年第一次董事會報告前一年度董事會、功能性委員會及董事評鑑結果，評估項目包含會議整體運作情形及個別董事成員績效表現，並運用在個別董事績效、薪酬及提名續任之參考。2024年績效評估結果採自評問卷方式辦理並提報於2025年2月27日董事會，且在第一季結束前向主管機關完成申報。

董事會整體績效評估

5大構面共45題	評估結果
1. 對公司營運之參與程度(共12題)	5.00
2. 董事會決策品質(共12題)	5.00
3. 董事會組成與結構(共7題)	4.86
4. 董事之選任及持續進修(共7題)	5.00
5. 內部控制(共7題)	5.00

個別董事成員績效評估

6大構面共23題	評估結果
1. 公司目標與任務之掌握(共3題)	5.00
2. 董事職責認知(共3題)	5.00
3. 對公司營運之參與程度(共8題)	4.84
4. 內部關係經營與溝通(共3題)	5.00
5. 董事之專業及持續進修(共3題)	5.00
6. 內部控制(共3題)	5.00



功能性委員會運作情形

GRI : 2-9 ~ 2-17

審計委員會

漢來美食自2015年起設置審計委員會，委員由所有獨立董事組成，協助董事會履行其監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度。目前為第4屆，任期與第9屆董事會相同。

2024年度共開會**7**次，整體出席率**100%**。

審計委員會整體績效評估

5大構面共22題

- 對公司營運之參與程度(共4題)
- 功能性委員會職責認知(共5題)
- 功能性委員會決策品質(共7題)
- 委員會組成及成員選任(共3題)
- 內部控制(共3題)

評估結果

5.00
5.00
5.00
5.00
5.00



薪酬委員會

漢來美食2015年成立薪酬委員會，委員由所有獨立董事組成，以專業客觀角度協助董事會執行及評估公司整體薪酬與福利制度，同時定期檢討董事及經理人報酬。目前為第4屆，任期與第9屆董事會相同。

2024年度共開會**2**次，整體出席率**100%**。

薪酬委員會整體績效評估

4大構面共19題

- 對公司營運之參與程度(共4題)
- 功能性委員會職責認知(共5題)
- 功能性委員會決策品質(共7題)
- 委員會組成及成員選任(共3題)

評估結果

5.00
5.00
5.00
5.00

董事進修

漢來美食參考公司治理中心規劃的董事進修地圖適時安排相關課程，協助董事持續獲得公司治理及法令等相關最新資訊，以提升董事專業能力及對公司治理的重視，進而強化董事職能及董事會運作。

2024年全體董事均符合續任者至少6小時及新任董事就任當年度至少進修12小時的規定，並於期限完成相關申報。

進修情形



風險管理暨永續發展委員會

漢來美食2020年12月成立風險管理委員會，組成人數不少於3人且半數以上為獨立董事，負責風險管理相關運作機制之監督，對董事會負責，並將所提建議提交董事會討論。目前為第3屆，委員6人，含4席獨立董事及2位高階主管，任期與第9屆董事會相同。

2024年度共開會**2**次，整體出席率**100%**。

2025年5月董事會決議設置董事會層級之永續發展委員會，並與風險管理委員會整合為風險管理暨永續發展委員會，並增加督導永續發展執行成效等職權。





薪酬政策及薪酬決定流程

GRI : 2-19、2-20

董事酬金

漢來美食獨立董事係支領固定報酬，一般董事酬金則依公司章程第18條及第21條規定辦理，綜合考量各董事擔負的職責、風險、投入時間、股權、個別董事自我評核結果及公司整體經營績效等因素，每年由薪資報酬委員會審議並提案酬金給付政策，經董事會討論通過後施行。

個別董事績效自我評核結果指每年依本公司「董事會績效評估辦法」規定所執行的評估作業，評核標準包括6大構面共23個項目，其中「對公司營運的參與程度」構面涵蓋永續發展事務運作情形。



內部稽核

漢來美食設置稽核室，配置專職稽核人員1名，取得國際內部稽核師證書資格，負責協助各部門建立作業流程、管理辦法、評估各作業之風險、執行稽核計劃及審查內控自評等，隸屬於董事會。

2024年稽核事項無重大異常情事，缺失經向受查單位提出後已陸續改善完成。內部稽核主管與獨立董事溝通情形如表：

經理人酬金

經理人酬金包含薪資、獎金、員工酬勞及員工認股權等。其中薪資主要依所擔任職務及參考同業水準訂定；獎金及酬勞按本業績效貢獻度而定。本業績效貢獻度以「績效考核暨考評辦法」評核結果為依據，其中計畫執行力並包含提報董事會的永續發展年度目標，依職掌歸屬各單位經理人並檢視其執行成效。員工酬勞依公司章程第21條規定辦理；員工認股權則依公司章程第7條規定授權董事會分次發行。經理人酬金由薪資報酬委員會提案，經董事會討論通過後施行。

績效貢獻度(依「績效考核暨考評辦法」評核結果)

- 業績達成率 20% (工作績效)
- 利潤達成率 20% (貢獻度)
- 計畫執行力 20% (含永續發展年度目標執行成效)
- 跨部門溝通能力 20%
- 管理能力 20%

溝通頻率	溝通管道	溝通方式
每月	稽核報告	送交獨立董事核閱
每季	缺失改善追蹤報告	送交獨立董事核閱
每季	審計委員會	<ul style="list-style-type: none"> • 向獨立董事進行稽核業務報告，包含稽核結果及追蹤情形 • 審計委員討論及決議前，請管理階層先行離席，增加獨立董事與稽核主管單獨溝通之機會
每季	董事會	向董事及獨立董事報告內部稽核業務執行情形
視需要	不限	稽核主管與獨立董事隨時可直接相互聯繫



外部公協會參與

GRI : 2-28

漢來美食積極參與各項餐飲相關之組織，期望透過廚師們及相關業務的交流與互動，帶動專業能力之提升與產業整體成長。

參與組織	主要活動	職務
白帽協會	主要為從事西廚相關產官學界及其他行業者，透過協會之永續教育訓練與相關廚藝活動等之舉辦，創造、維護並提昇台灣專業西廚之價值與專業服務水準，並推廣負責的台灣餐飲文化與深層的烹飪系統知識，藉此總體性地提升國民餐飲文化及培育優秀專業餐飲人才，發展台灣美食的創新價值，從而朝向國際化發展。	會員
臺南市餐旅教育協會	以「推行餐旅教育，積極培訓餐旅人才，加強產業交流合作」為宗旨，不斷整合資源、深化教育內涵，促進餐旅產業與教育界的密切合作。	會員
法國美食協會	法國國際美食協會台灣分部創立於1977年，是世界上第76個設立的分會。每年世界各地的法國國際美食協會都會舉辦青年廚師廚藝競賽，台灣分部也計畫自行舉辦或與其他組織協辦該類型競賽，以了解台灣現今青年廚師的手藝。	會員
拾穗扶輪社 北區扶輪社 華山扶輪社	為依循國際扶輪規章所成立的地區性社會團體，以增進職業交流及提供社會服務為宗旨，原則上在固定的時間及地點每週召開一次例行聚會（基本為每月至少兩次例會）。每個扶輪社都是獨立運作的社團。	社員
中華美食交流協會	協會長年致力產業交流，以及參訪學習活動的舉辦，建構政策與產業對話的平台，同時積極投入台灣美食的國際行銷工作，帶動觀光、促進商機，已成為台灣美食餐飲產業最具影響力的民間社團。	會員
高雄市餐飲業職業工會	工會提供學員最優質的餐飲業專業實務訓練與指導，增進學員工作職能，成為餐飲業的優秀專業人才。	會員
高雄市烹飪商業同業公會	公會以推廣國內外餐飲文化技藝及創意美食藝術為目的。提供餐飲衛生安全的管理知識及經營管理的技術、交流、展覽，以促進餐飲經濟發展。並協助政府推行政令，協調同業關係，增進同業共同利益及矯正弊害為宗旨。	會員
高雄市國際工商經營研究社	高雄市國際工商經營研究社(高雄IMC)成立於民國59年9月9日，是一個專門探討、研究、如何成功經營企業，並有效管理聞名國際的專精社團。所屬社友均為企業界對工商經營研究有興趣且為企業的管理階層。	社員



法規遵循

GRI : 2-27、416-2、417-2、417-3 | SASB : FB-RN-250a.1、FB-RN-310a.3 | 作業辦法4-1-1-2

漢來美食遵循相關法規及內部控制制度，嚴禁不誠信或違反法令之行為，除內部宣導、稽核室查核、每年由各單位依權責執行法令遵循自評外，並配置法務人員預防及處理法律爭議案件。2024年除下列裁罰事件外，並無其他違反環境、產品標示、產品行銷，及社會與經濟領域相關之法律/法規情事。

地區	裁罰日期	裁罰事由	違反法規條文	裁罰金額	開罰單位	改善措施
高雄市	2024.06.28	食品或食品添加物染有病原性生物或經流行病學調查認定屬造成食品中毒之病因。	食品安全衛生管理法第15條第1項第4款	54萬元	高雄市政府衛生局	<ul style="list-style-type: none"> 1. 驗收人員須依照「原物料驗收標準」進行驗收。 2. 針對高風險食材增加後端檢驗頻率。 3. 落實現場表單紀錄。 4. 強化現場人員衛生觀念。 5. 2025年啟動全品牌餐廳SGS餐飲衛生管理評鑑。
桃園市	2024.06.19	實地複查仍見場區地面缺漏且有病媒出沒痕跡等3項缺失屆期未改正。	食品安全衛生管理法第8條第1項	12萬元	桃園市政府衛生局	<ul style="list-style-type: none"> 1. 加強病媒防疫頻率。 2. 廠區地面缺漏每半個月定期填補並列為查核要點。 3. 複查當日查核缺失已於當天改善完畢。
臺北市	2024.10.07	未依法給付休息日工作之工資。	勞動基準法第24條第2項	5萬元	臺北市政府勞動局	<ul style="list-style-type: none"> 1. 在會議宣導尊重申加班給付法令規定。 2. 以人資系統的排班及加班費計算功能加強控管，以維護員工權益並避免違規。
臺北市	2024.12.19	113年11月8日檢查，發現現場部分設置未附有防焰標示之防焰物品(地毯)。	消防法第11條第1項	8萬元	臺北市政府消防局	<ul style="list-style-type: none"> 1. 清查全公司符合規範之場所餐廳合規情形。 2. 照會採購部及開發部新購地毯之防焰標準及驗收確認程序。 3. 納入職安稽核抽查項目。





商業道德與誠信經營

GRI : 2-23、2-24、2-25、2-26、205-2、406-1

漢來美食以誠信經營作為企業永續的根本，為落實政策並積極防範不誠信行為，訂有誠信相關行為準則，具體規範人員執行業務時應注意的事項，並以明確的獎懲及申訴制度確保政策落實執行。

公司內部由人資部負責推動企業誠信經營，包括規劃宣導及訓練課程使員工確實瞭解及遵守，並向董事會報告實施成果；另由稽核單位負責監督，透過有效的會計制度及內控制度，每年依據風險評估結果擬訂年度稽核計畫、執行相關查核，並定期向董事會報告查核結果。

不誠信行為處理程序

漢來美食依「誠信經營作業程序及行為指南」，於官網設置申訴檢舉信箱audit@hilai-foods.com及員工意見信箱hshr.dept@hilai-foods.com，由專人於接獲意見申訴或檢舉後，即依事件性質轉相關單位處理，並妥善針對檢舉人身分及檢舉內容加以保密，以保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置之措施。2024年接獲檢舉案件1件，係出勤排班爭議，經人資部調解後結案。後續為避免類似情形發生，將加強內部溝通與宣導，並規劃辦理勞動法令相關課程。

01
檢舉受理



02
調查結果



03
檢討修正



檢舉情事專責單位為人資部，涉及一般員工案件應呈報至部門主管，涉及董事或高階主管應呈報至獨立董事，案件受理後應即刻查明相關事實，必要時由法務或其他相關部門提供協助。

被檢舉人不誠信行為經證實，應立即要求其停止相關行為並為適當處置，必要時並向主管機關報告、移送司法機關偵辦，或透過法律程序請求損害賠償，以維護公司名譽及權益。

檢舉情事經查證屬實，應檢討相關內部控制制度及作業程序，並提出改善措施，以杜絕相同行為再次發生。專責單位並應將檢舉情事、處理方式及檢討改善措施向董事會報告。

誠信相關行為準則

- 董事暨經理人道德行為準則
- 誠信經營守則
- 誠信經營作業程序及行為指南
- 永續發展實務守則
- 公司治理實務守則

行為指南指引範圍

- 禁止不正當利益或疏通費
- 利益迴避
- 個人資料及營業秘密保護
- 禁止從事不公平競爭行為
- 禁止內線交易及保密協定

規程規則





誠信經營推動與規劃

GRI : 2-23、2-24

漢來美食在官網/永續發展/公司治理/內控管理建置誠信經營管理專區，揭露公司誠信經營政策、推動成效及年度推動規劃。

治理單位訓練情形

- 課程主題：ESG下的公司治理
- 課程時數：2024/8/8 · 實體課程3小時
- 課程內容：公司治理規範架構/忠實義務、注意義務與董監經與大股東責任/重大財務業務交易規範/資訊揭露與重大訊息公告/我國的內線交易法律
- 參加人數：董事8人/內部人4人/主管2人/稽核1人
【全體董事8人(100%)】

誠信經營管理



員工訓練情形

- 課程主題：侵占、背信等不法案例分享
- 課程時數：實體2小時/數位89.5分鐘
- 課程內容：誠信經營的概念及效益/員工不當利益輸送可能涉及之罪刑及案例/反貪腐
- 參加人數：實體課程_2024/11/14及11/21
數位課程_2024/11/28~12/15
【全體員工(100%)】

治理單位



2024年誠信經營 推動實績

員工



與治理單位溝通情形

- 人資部每年定期至少一次向董事會報告誠信推動情形，2024年12月19日向董事會報告年度實施成果以及次年推動規劃。【全體董事8人(100%)】
- 依「公司治理實務守則」規定，內部人包含董事在財報公告前的封閉期間禁止交易。服務窗口2024年分別在1/29、4/23、7/24及10/22共4次在封閉期開始日前以email寄發通知提醒。【全體董事8人(100%)】

供應商



與供應商溝通情形

- 往來廠商均須簽訂誠信廉潔暨保密承諾書，以確保採購、發包或營業等活動均在遵守誠信、廉潔暨保密等義務和操守之情形下進行。2024年有交易之供應商共962家，全數(100%)簽有承諾書。
- 採購部制訂「供應商永續發展自評表」，作為公司自行評估採購行為對供應商所處社區環境與社會影響的依據，並與供應商在永續議題上共同努力。



風險管理

如何應對社會、經濟、產業等各種經營環境的瞬息萬變，是現代企業的挑戰與課題。企業經營應超前部署，以韌性為基礎強化風險管理，才能擁有足夠的應變能力。漢來美食訂有「[風險管理政策與程序](#)」及「[風險管理暨永續發展委員會組織規程](#)」，風險管理組織架構包括董事會、風險管理暨永續發展委員會、功能小組、稽核室，目的在透過完善的風險管理架構，考量可能影響企業目標達成的各類風險加以管理，並透過將風險管理融入營運活動及日常管理過程，達成穩健經營業務並朝企業永續發展目標邁進。

風險管理組織架構



漢來美食的風險管理係依公司相關政策、內控制度等，由各營運單位依據業務相關的風險特性與影響程度予以辨識、分析、衡量、監控、回應、報告風險及因應措施。

風險評估係每年定期辦理，由功能小組以問卷請高階主管選定評估項目後，送請風險管理暨永續發展委員會審核，經同意後製作成風險評估表交由各營運單位填寫，並由功能小組整合評估結果後向風險管理暨永續發展委員會及董事會報告，並供稽核單位作為稽核計劃擬訂的參考，將風險管理融入日常營運管理。

公司風險管理範疇包括但不限於環境風險、經營風險、市場風險與其他可能使公司產生重大損失的風險，並持續注意國際與國內風險管理發展情形，辨識新興風險。





風險管理

➤ 風險評估範圍：漢來美食風險管理範疇包括但不限於環境風險、經營風險、市場風險與其他可能使公司產生重大損失之風險。

環境風險	經營風險	市場風險
<ul style="list-style-type: none"> 氣候變遷 重大天災及流行病 消防及建築物安全風險 職業安全衛生風險 其他 	<ul style="list-style-type: none"> 策略風險 營運風險 法遵風險 誠信風險 財務風險 食安風險 	<ul style="list-style-type: none"> 供應鏈風險 合作夥伴風險 勞動力短缺風險 資安風險 其他 

➤ 風險分析：可能性(L)及影響性(I)以1-5評分，分別以可能發生的機率及風險產生的影響性進行評估；風險值(R)為可能性及影響性相乘結果；風險等級(R1)：L 低度風險(1-2)；M 中度風險(3-8)；H 高度風險(9-15)；E 極度風險(16-25)

➤ 風險衡量：2024年永續發展委員會功能小組參考風險管理資訊，分析公司風險來源與類別展開48項風險評估項目(含氣候風險項目8項)，並以問卷送請高階主管計28人篩選，屬於可接受的風險計有28項，屬於需要執行評估並發展降低風險措施的計有20項。

20個評估項目經56個營運單位考量現有相關管控措施之完整性、過往經驗、同業案例等，分析風險事件之發生機率與影響程度，據以計算風險值，計算後屬於中度風險的計有19項、高度風險的1項；在採取控制措施後屬於低度風險的計有15項、中度風險的計有5項。

風險型態/種類	環境風險	經營風險	市場風險	合計
風險評估項目	13	26	9	48
可接受風險項目	8	16	4	28
須發展控制風險的項目	5	10	5	20
屬低度風險的項目	-	-	-	-
屬中度風險的項目	5	9	5	19
屬高度風險的項目	-	1	-	1
採取控制措施後				
屬低度風險的項目	5	6	4	15
屬中度風險的項目	0	4	1	5



風險評估及執行結果

永續發展功能小組每年依「風險管理政策與程序」執行風險評估作業，並針對風險較高的項目規劃與執行管控策略：

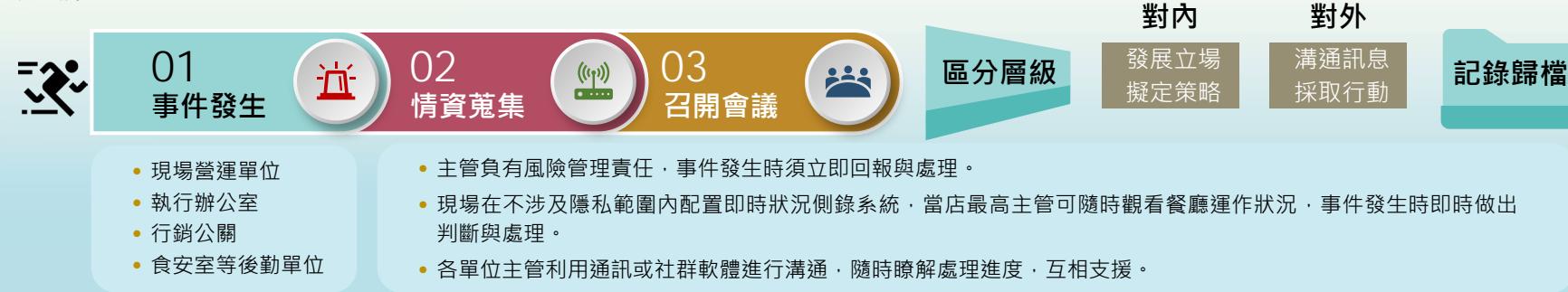
風險來源	風險類別	潛在風險及影響	管控策略	執行情形
經營風險	在地員工短缺	<ul style="list-style-type: none"> 少子化、人力市場改變及從業人員意願低落致在地員工短缺，影響餐食或服務品質 	<ul style="list-style-type: none"> 多元管道掌握就業市場人力來源，例如：人力銀行、員工轉介、PT僱用、外籍人士就業、中高齡就業、婦女二度就業、提供弱勢族群就業機會等，適時補足人力。 以具體的人力投資策略如增加升遷管道、提升薪資福利及落實人才培育等，打造友善的工作環境，強化人力市場競爭力並減少人員流動率。 善用機器人等工具協助送餐或提升作業效率。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續響應「TALENT, in Taiwan - 台灣人才永續行動聯盟」，承諾打造DEI職場及安心職場。 規劃執行智能物流、AI語音訂位系統、顧客關係管理系統及制服管理系統等數位轉型專案。
	總體經濟	<ul style="list-style-type: none"> 通膨、基本工資調漲等對財務業務的影響 	<ul style="list-style-type: none"> 以風險管理、預算管理、財務管理等機制掌握風險事項、評估影響並發展因應對策。 加速數位轉型以簡化工作流程、提升管理效能，減少庫存浪費或人力短缺影響進而掌控食材及人力成本。 	<ul style="list-style-type: none"> 完成年度風險評估及預算編製等作業。 規劃執行智能物流、AI語音訂位系統、顧客關係管理系統及制服管理系統等數位轉型專案。
	食材取得成本(R6)	<ul style="list-style-type: none"> 自然資源改變、通貨膨脹或價格波動致食材、商品或能資源的取得或處理成本增加 	<ul style="list-style-type: none"> 建立完善的採購制度，運用數據分析工具精確預測食材或商品需求及價格波動，即時調整菜單以應變市場情形，評估營運策略調整。 由採購準備多個供應來源與替代方案，降低單一廠商、食材依賴性。 以智能物流專案強化庫存管理，提升食材使用效率並減少浪費。 	<ul style="list-style-type: none"> 2024年已完成導入SRM供應商關係管理系統。 2024年已啟動導入智能物流專案。
	營運計畫	<ul style="list-style-type: none"> 營收目標、拓展店計畫、數位轉型計畫等對財務業務的影響 	<ul style="list-style-type: none"> 依據預算管理分配資源並提供營運單位績效衡量的基準，有效控管計畫執行情形並達成目標。 落實內部會議，滾動式檢討品牌行銷、績效達成、成本控制、定價調價、展店撤店等營運策略，以確保營運效能。 	<ul style="list-style-type: none"> 完成年度預算編製作業。 定期品牌行銷推廣會議、業績檢討會議及經營管理會議。
市場風險	媒體報導	<ul style="list-style-type: none"> 媒體報導或民眾檢舉爆料致影響營運 	<ul style="list-style-type: none"> 加強經營狀況掌握度，避免公眾媒體及自媒體負面訊息影響營運。 建立完善的危機管理和合規體系，以即時做出有效回應並減少品牌衝擊。 	<ul style="list-style-type: none"> 固定委託專業數據與網路聲量調查公司，掌握自身及競爭品牌的相關數據。 定期會議檢討品牌市場反應。



危機處理

現今全民媒體、網路發達的時代，為避免危機或負面評價迅速擴大、損害企業形象，公司面對重大事件必須在最短的時間內予以回應及處理。漢來美食的危機管理流程規定，公司遇有重大風險事件發生時，應即收集情資及召集相關權責單位釐清事件原委、商討對策及採取必要之行動，對內取得共識、發展立場及擬定策略；對外發展一致口徑、溝通訊息並採取行動。

危機管理流程



食安事件因應說明

台灣餐飲市場2024年在蘇丹紅、邦克列酸等一連串「食」的危機衝擊下，引發消費者關注及餐飲市場的動盪不安，漢來美食旗下島語自助餐廳及漢來海港巨蛋店2024年4月也分別發生新聞事件。現場單位兩次事件過程中均以危機管理流程迅速處理，除對內通報、對外回應外，並配合主管機管檢查、致電關心客人、彙整事件影響程度，並立即啟動保險理賠機制及擬定後續賠償事宜。

事件後除重申食品安全及健康管理等機制外，並啟動導入SGS餐飲衛生管理評鑑，2025年全品牌餐廳將同步執行，以最高標準自我要求，為每一位顧客的健康把關。





經營績效

GRI : 201-1

台灣餐飲業2024年總營業額達1兆378億元，年增3.58%，展現穩定成長態勢；漢來美食2024年受惠台北漢來大飯店內新開出的大型宴會廳，營運第一年即躍升為大台北地區宴會訂席的熱門之選，升級版自助餐廳「島語」也名列消費者心中最受歡迎的自助餐廳，使整體營收攀高逼近60億，市占率也一舉突破兩成達到0.57%，營運邁入全新里程碑。



直接經濟價值及分配經濟價值

單位：千元

項目	2022	2023	2024
直接經濟價值			
營業收入	3,756,874	4,918,533	5,929,814
營業毛利	1,527,058	2,195,914	2,713,905
稅後淨利	130,052	321,148	424,855
每股盈餘(元)	3.08	7.61	10.06
股東權益報酬率	6.76%	16.04%	19.22%
分配經濟價值			
營運成本	2,229,816	2,722,619	3,215,909
員工薪資和福利費用	1,195,456	1,442,770	1,723,370
現金股利	126,671	295,566	316,678
股票股利	0	0	0
債務 / 借款利息費用	127	194	3,516
所得稅	11,150	64,276	101,340
社區投資(如捐贈)	3,925	4,581	5,733



財務報表



近5年毛利率、營業利益率及純益率

單位：%



近5年EPS及股利配發情形

單位：元；%





響應政府政策之財務補助

GRI : 201-4

漢來美食響應政府推動的人才培育、弱勢就業及職場安全計畫，2022年新冠疫情期間更配合穩定就業政策，透過部分補助以充實營運，達到不裁員、不減薪，保障員工商計之經營成果。近3年取得補助的情形如下：

單位：千元

項目	補助單位	2022	2023	2024	說明
建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫	經濟部商業發展署	-	6,400	-	係取得政府為協助企業數位轉型及商業模式創新，對企業進行數據驅動及數位科技導入提供之補助計畫。
系統節能專案補助	經濟部商業發展署	-	-	99	係取得政府為因應2050淨零轉型對商業服務業汰換節能設備提供之補助。
青年就業領航計劃	勞動部勞動力發展署	1,648	1,470	1,153	
青年就業旗艦計劃	勞動部勞動力發展署	304	-	-	係結合政府計劃執行的各項年度教育訓練。
人力提升計劃	勞動部勞動力發展署	246	363	640	
產學攜手合作計畫	勞動部勞動力發展署	-	184	197	係政府為發揚技職教育務實致用的特色，鼓勵學校搭配在地產業聚落建置兼顧學生就學就業的教育模式，有助培育在地學習、就業及發展的人才。
大專青年預聘計畫	勞動部勞動力發展署	-	-	36	係政府為因應國內重點產業人才缺口，同時解決大專青年缺乏工作經驗及尋職困難問題，以計畫推動預聘制，強化大專青年職場實務並協助就業。
中高齡者退休後再就業準備訓練補助實施計畫	勞動部勞動力發展署	-	-	66	係為支持中高齡者退休後再就業，以計畫鼓勵雇主指派年滿64歲的中高齡者員工參訓並補助70%的訓練費用。
經濟部對受嚴重特殊傳染性肺炎影響發生營運困難產業事業紓困振興辦法	經濟部商業司	1,191	-	-	係疫情及3級警戒影響宴會廳營運，針對訂單取消或延期取得的損失補貼。
受疫情影響事業基本工資補貼方案	經濟部	821	99	-	係疫情期间因總營收減少達指定標準取得的補助款。
教師公民營	高雄餐旅大學附屬餐旅高級中等學校	436	596	-	係取得教育部為鼓勵教師赴產業研習以強化教師實務教學經驗提供的補助
臨場健康服務補助計畫	勞動部職業安全衛生署	270	210	-	係取得鼓勵企業僱用專任職護人員提供的補助。
超額進用身心障礙獎勵金	高雄市政府勞工局	-	100	80	係取得鼓勵企業超額進用身心障礙人員的獎勵金。
大港青年實習媒合計畫	台北市政府勞工局	75	-	65	係政府為協助青年接軌就業市場，與企業共同推動人才培育的補助計畫。
推動工作與生活平衡補助計畫	勞動部	13	-	-	係政府為協助雇主建立友善勞動環境並對中高齡員工提供退休支持的補助計畫。
台中市餐飲安心吃振興補貼	台中市政府經發局	10	-	-	係政府為振興疫情期间受影響之餐飲業提供的補助。
青年職場實習補助	桃園市就業職訓服務處	-	-	15	係政府為培育企業所需人才並促進青年順利接軌就業市場所提供的補助。
	合計	5,014	9,422	2,351	

PART TWO

2

食品安全防護

管理方針

漢來美食重視採購管理與供應商管理，力求以品質優良的供應鏈提高競爭優勢，達成永續經營。食品安全從採購、驗收、運送至處理及存放，全面完整規範。





永續供應鏈

GRI : 2-23

漢來美食的永續理念從本業出發，各項策略經過多年耕耘及整合串聯，自然蛻變為切合循環理念、具備永續韌性的狀態。

在原物料採購上，致力於支持永續食材及推廣在地食材，透過政策落實食品安全及環境保護；在運銷及生產上，積極導入數位工具並規劃盤查工作，透過數位轉型及專案導入提升庫存管理、供應鏈管理及能源管理效率；在產品使用上，持續以核心專業及產品結合公益活動；近年來更積極推動廢棄物回收再利用，尋求廢油及廚餘資源化解方，實現供應鏈永續循環的目標。



- 支持永續食材：與正修科大及屏東雅綠農產合作社簽訂三方MOU
- 支持永續食材：採購崙禾社企蘆筍並擴大為公益合作
- 推廣在地食材：響應高雄2024客家大地餐桌活動
- 推廣在地食材：公益贊助高市圖2024走讀活動及「種土」紀錄片包場
- 提升供應鏈管理效率：導入SRM平台
- 提升庫存管理效率：導入智能物流專案
- 落實能源管理：推動碳盤查
- 廢棄物資源化：廢油轉為永續航空燃油
- 廢棄物資源化：廚餘回收轉為肥料



經濟部中小企業署
Buying Power採購獎
貳 奖





採購政策

GRI : 2-23、308-1、308-2、414-1、414-2

漢來美食重視採購管理與供應商管理，不僅透過管理提升採購效率，更追求食品安全及環境保護。對外致力於供應鏈整合、採購流程優化及績效管理；對內整合市場資訊、預測需求及價格變化提供使用單位參考，力求以最佳價格及優良品質建立健全的供應鏈、提高競爭優勢，達成永續經營。因應社會大眾關注的食安議題，漢來美食的採購政策以採購、驗收及送至使用單位後的處理及存放作為進貨品項的三道把關，訂定相關規範。

01 採購管理

採購管理包含供應商管理及食安及溯源管理。



02 驗收

訂定「原物料驗收標準」做為驗收人員驗收依循。



03 使用管理

訂定使用單位食材篩選、處理及存放規範，並連結至廢棄物管理。



供應商選擇

漢來美食對於供應商的選擇，以通過CAS、HACCP、ISO等認證的廠商為優先，並以「**價格、品質、信譽、服務、企業社會責任**」五大項目為基準，要求供應商在環保、職業安全衛生或勞動人權等議題遵循相關規範，所有新供應商在往來交易前均須完成供應商評核。與主要供應商簽訂的契約內容中，列入「遵守雙方之企業社會責任政策，供應商如違反政策且對供應來源社區之環境與社會造成顯著影響時，**得隨時終止或解除契約**」條款，據以提升供應商對永續發展的共同重視及遵守。

此外基於節能減碳考量，在供應商的選擇上會以在地廠商為主，並以「有機認證」食材為優先。配合上以「今日叫明日用」的模式控管食材使用量及需求量，減少食材浪費、維持食材新鮮度，並減少運輸過程產生的碳排。使用單位有新品項需求時，採購部會請廠商提供樣品及報價，由使用單位確認品質規格後決定是否使用，以有效降低需求與採購規格落差。





供應商管理

GRI : 308-1、308-2、414-1、414-2 | 作業辦法4-1-1-5

漢來美食採購部每年均對有交易往來之供應商進行書面及實地評核，主要供應商並以「永續發展自評表」對所處社區環境與社會進行採購行為的影響評估，與供應商在永續議題上共同努力。2024年並無對環境及社會具有重大實際或潛在負面衝擊的供應商。每年供應商評鑑，書面評核採全面進行，2024年針對食材類533家（佔55.41%）、一般類375家（佔38.98%）、工程類54家（佔5.61%），共962家有交易之供應商進行書面評核。實地評核則是針對主要供應商、年節餅類供應商及包裝類供應商等進行訪廠，達成內部環境及能資源管理政策所訂目標。

書面評核項目包括證件評核、現場評估、供貨狀況、服務態度4大構面。

實地評核項目包括自主管理、廠區環境、器具與設備管理、產品品質管理、服務品質、企業社會責任6大構面。

供應商評核結果

漢來美食對供應商的書面評核分為4等級，應評為輔導級即屬**不合格供應商，將停止交易**；實地評核分為非常優/優/不優3等級，經評核為**不優廠商即不再繼續合作**。除書面評核及不定期訪廠，平時供貨時也會進行日常評核，列入招開標中的廠商，送貨過程中如有品項及規格不符規定會以口頭告誡，口頭告誡超過三次，即以停標方式處理。除重視食材供應商外，對遴選拓店所需的工程廠商及設計師同樣審慎評估。店面設計師由具備資格及市場口碑、特色且經驗豐富之設計團隊進行比案；內裝、機電及廚具工程供應商則以具備資格、市場口碑且高配合度高的廠商為考量，提出創新工法或創新烹飪技術設備者則列為優先名單。



優良(85分以上)/良好(71~84分)/合格(61~70分)/輔導(60分以下)



非常優/優/不優



支持永續及在地食材

GRI : 204-1 | SASB : FB-RN-430a.1 | 作業辦法4-1-1-6

漢來美食認為，回應顧客支持最好的做法，就是透過餐廳，為在地小農和優質顧客間建立隱形系統並創造良性循環，將小農栽培的用心新鮮直送到餐桌上；再將顧客對安心食材的認同交托在產銷履歷的保證系統裡，真正做到縮短食材與餐桌間的距離，讓消費者透過主廚的用心看見所吃，也吃得放心。2024年來自當地供應商的採購支出比例為 **99.84%**，除了2家海外廠商，其餘均為台灣廠商。

經濟部中小企業署

Buying Power採購獎



貳獎

扶植在地優質供應商 **22** 家
(可溯源有機及產銷履歷食材)

- 屏東雅綠農產合作社
- 百壽有機芽菜農場 (自然農法.安心無毒)
- 玉美生技 (契作農友.生產履歷驗證)
- 菇魔力菌業 (友善自然.無毒環境科技)
- 傳貴宏業 (生產.生活.生態融合互利)
- 茶月食品 (拒用基改原料.化學添加物)

2024年永續及在地食材採購情形

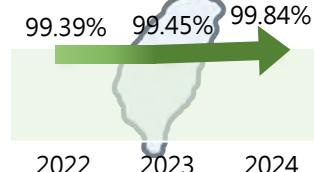
採購可溯源有機
食材 **31,967** 千元

- | | | |
|------------|------------|----------|
| • 可溯源雞蛋 | 2,616,150顆 | 13,336千元 |
| • 有機白米/糙米 | 66,102公斤 | 8,755千元 |
| • 新鮮果汁 | 42,369公斤 | 3,882千元 |
| • 有機豆製品/豆漿 | 27,970公斤 | 1,837千元 |
| • 有機紅棗等中藥材 | 2,942公斤 | 1,449千元 |
| • 櫛瓜/南瓜 | 8,365公斤 | 942千元 |

採購產銷履歷食材 **6,339** 千元

- | | | |
|----------|---------|---------|
| • 白米 | 7,298公斤 | 2,358千元 |
| • 契作生菜 | 5,072公斤 | 1,565千元 |
| • 豬腩排等肉品 | 4,226公斤 | 1,035千元 |
| • 熟綠竹筍 | 3,835公斤 | 789千元 |
| • 野蓮 | 1,537公斤 | 231千元 |
| • 栗子南瓜 | 2,226公斤 | 197千元 |

近3年當地供應商採購比例



漢來美食、正修科大攜手屏東雅綠農產合作社共創三贏

為落實ESG X USR 的精神，漢來美食2024年8月與正修科大及屏東雅綠農產合作社簽訂三方MOU，以在地企業與USR計畫鏈結，為地方創生及偏鄉發展投入更多資源。

正修科大是全國私立科大USR前五名的學校；新埤鄉附近則有許多沒有工業汙染的水資源保護地，適合栽種各種優質農產品；漢來美食藉由三方合作，除了能接觸更多小農取得優質食材外，也落實對地方小農的照顧，並協助小農透過學校協助拓展國際銷售管道。





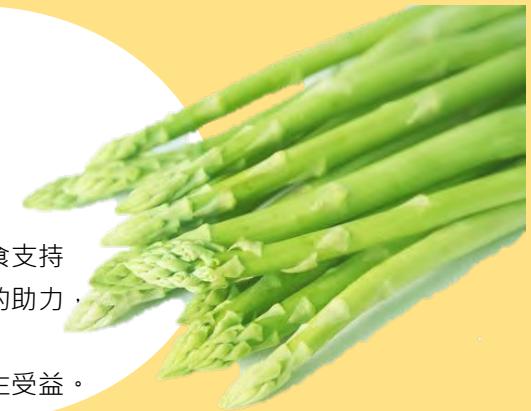
支持永續及在地食材

漢來美食 X 嶄禾社企

2021年創立的崙禾社企，企業使命是把溪口鄉這個全嘉義縣最小的鄉鎮，打造成經濟富裕、人心豐盛的社區。

2024年，漢來美食是崙禾社企最大、也最感謝的採購商，崙禾收成了4,300公斤的蘆筍，有**超過一半**是漢來美食支持採購。相比採購進口蘆筍，漢來美食等於攜手崙禾減碳相當種植100棵樹木一年的吸碳量。正是因為有漢來美食的助力，讓崙禾得以在農村創生的路上越走越遠，也因此能照顧農村社區中的長者、農友與孩子，促進公益的參與。

因為漢來美食長期穩定的綠色採購，崙禾增加了蘆筍種植的面積，有8位農友獲得良好收購價格、讓13名青農學生受益。



漢來美食 X 2024客家大地餐桌活動

飲食的好味道最能深入人心，今年第3年的「客家大地餐桌」、「高雄客家月」活動，邀請高雄17家餐廳與小農合作，在客家月期間使用高雄客庄特色食材，重新演繹客家新菜色，希望促進高雄客庄農產經濟發展，提升在地小農的能見度，為客家文化傳承注入新的活力，同時讓更多人有機會品味經典與創新的客家風味。

漢來美食福園台菜海鮮餐廳不落人後，響應本次「產地到餐桌」的在地食材推廣活動。

漢來美食 X 高市圖走讀活動及「種土」紀錄片包場

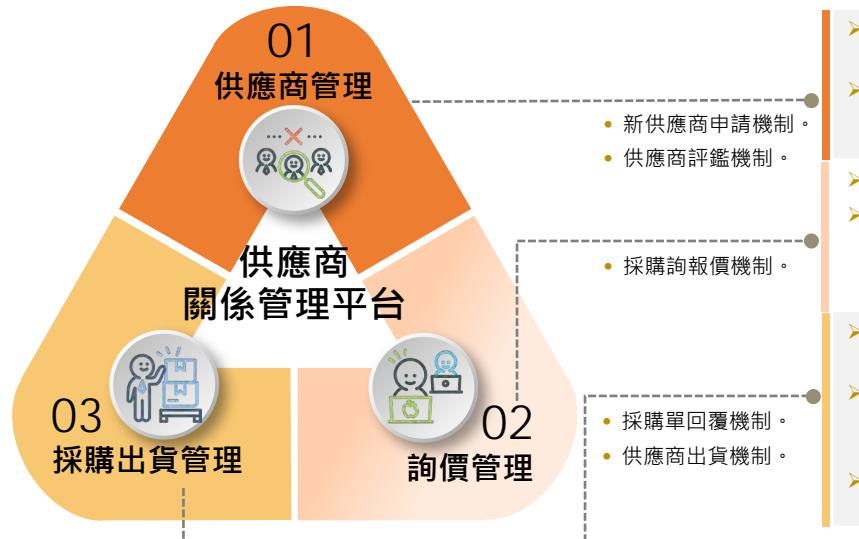
漢來美食自2021年開始與高雄市立圖書館合作閱讀公益計畫，攜手知識與美食領域的合作歷程。

2024年推出「走讀拾載在地之美」，分別與甲仙、鹽埕圖書分館攜手推出梅好食光、鹽埕風華活動，藉由體驗山珍海味了解多元餐桌背後隱藏的文化力量和歷史淵源，推動在地飲食文化；也透過紀錄片包場讓觀眾理解生命的共好、價值，推動消費者農民共感，落實對食材的珍惜和感謝。



導入供應商關係管理平台

為實現以數位轉型優化供應鏈管理的目標，漢來美食2024年7月啟動SRM供應商關係管理平台專案導入計畫，透過平台建置改善供應鏈在採購作業配合的效率及主動性，解決詢報價、交貨、對帳追蹤往返耗費人力及時間的痛點，強化供應商評鑑管理，提升採購詢報價效率、簡化採購作業並提升送貨準交率。



規劃重點	觀察指標	預估效益	年化成果
<ul style="list-style-type: none"> 新供應商以邀請碼填寫簡單資料後加入詢報價流程。 經審核有競爭力再提供資料進入原有的合格供應商流程。 	<input type="checkbox"/> 新供應商線上申請率 80%。	<ul style="list-style-type: none"> 新供應商線上提供審核文件，節省線下溝通及審查資料追蹤時間。 	$\text{年化效益} = \text{節省時間} * \text{新廠商家數} * \text{人力成本}.$
<ul style="list-style-type: none"> 紀錄詢報價歷程。 系統查詢供應商報價狀況，選擇最有競爭力者得標，並匯回產生核價檔案。 	<input type="checkbox"/> 一般品報價佔比 80%。 <input type="checkbox"/> 生鮮品報價佔比 80%。	<ul style="list-style-type: none"> 避免單一品項重複同時詢價。 節省線下溝通及詢價追蹤時間。 建立核價資訊紀錄時間。 	$\text{年化效益} = \text{節省時間} * \text{單據數} * \text{人力成本}.$
<ul style="list-style-type: none"> 採購單可由SRM平台下載，不再傳真。 透過系統查詢供應商回覆情形，可快速更新ERP採購單預計交貨日及數量。 供應商可透過平台即時查詢已發放的採購單並回覆答交。 	<input type="checkbox"/> 採購單回覆率 > 80%。 <input type="checkbox"/> 減少採購與供應商訂單確認與溝通時間。	<ul style="list-style-type: none"> 節省線下溝通與採單追蹤時間。 採購變更單建立時間。 	$\text{年化效益} = \text{節省時間} * \text{訂單數} * \text{人力成本}.$

專案目標

數位轉型優化供應鏈管理

- 強化供應商評鑑管理。
- 提升採購詢報價效率。
- 簡化採購作業並提升送貨準交率。

專案投入及時程

總金額 197 萬元 / 4 個月

- 投入金額含平台使用、模組建置及專案導入費用。
- 2024/10/21 正式上線。

專案效益

- 參與使用廠商計 204 家。
- 參與使用同仁計 32 人。
- 線上詢報價比率 88%。





導入智能物流專案

人才是公司重要的策略資產，如何以數位工具協作人力提升人員價值及工作效率，是數位轉型最大的目標。漢來美食智能物流專案就是一個運用磅秤系統，將**驗收入庫作業數位化**，並簡化傳統簽核流程、提供異常判別與追蹤機制，開啟智能收貨新時代的專案。導入後除減少耗材可達低碳環保、減少重複性作業釋放人力提高員工工作價值外，還能透過資料品質與治理提升庫存管理品質及效率。

減少耗材低碳環保



驗收

- 表單電子化減少紙張、色帶、設備維護等列印費用，並釋出倉儲空間。(年度費用約38萬)

提升驗收品質及效率



- 系統自動辨識含冰超重異常，即時提醒並建立紀錄，可提升交易公平性及驗收可信度，強化品質標準。

提升庫存管理品質及效率



- 系統自動判斷到貨日距保存期限期間。
- 記錄庫存作業軌跡以利成本異常檢討。
- 支持供應鏈品質監控及運營分析。

提高員工附加價值



- 平台整合及流程系統化降低重複性作業，即時共享資源提高行政效率。
- 釋放人力可投入品質管控或成本分析等重要工作，提升工作價值。

入庫



磅秤系統

專案目標

驗收入庫作業數位化

- 導入工具取代高重複作業並降低人為失誤。
- 建立SOP、優化流程。
- 建立資訊平台，提升資料正確性及即時性。

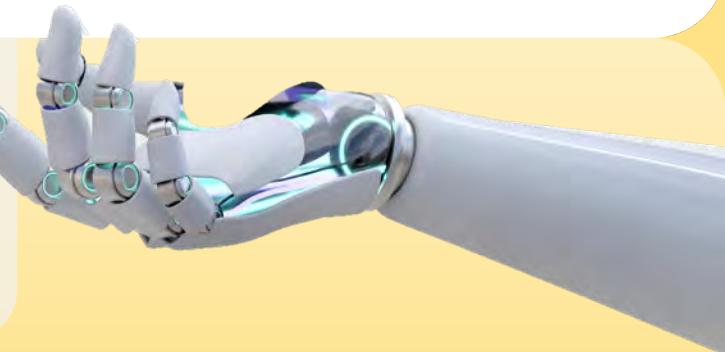
專案投入

總金額1,596萬元

- 軟體：磅秤收貨模組、系統後台及入庫APP等。
- 硬體：電子磅秤、工業電腦、PDA、平板、標籤機等。

專案時程

- 系統自2024/7月開發，預計2025/3從高雄本館開始導入，至2025/11逐步擴大到全台所有餐廳。





食安及溯源管理

GRI : 416-1 | 作業辦法4-1-1-1

為落實食品安全衛生及品質管理業務並建立食品安全衛生的分工及稽核制度，漢來美食由食安室統一辦理食品安全衛生管理事項，並訂定食品安全衛生管理措施。針對消費者最關注的食安議題，以優於法規的做法，參考《食品安全衛生管理法》及食品相關法規，依自身產業特性導入風險評估及危害分析的精神，訂定食品安全衛生管理規章，從供應商源頭管理、生產管理、到食安查驗及推行餐廳評鑑，各面向落實以維護顧客飲食安全。食安室並每季召開食品安全衛生管理會議，進行查核報告、說明缺失改善情形，並宣導食品安全衛生相關法規及食安時事，其評估與改進及所影響的產品與服務類別及百分比為100%。

01 源頭管理

- 選擇優良廠商並定期稽核。
- 作業流程可配合追溯追蹤。
- 進貨量大、風險大者須提供檢驗報告。



02 生產管理

- 人員專業管理。
- 餐廳及廚房管理。
- 食材、器具/容器管理。



03 食安查驗

- 自檢/查核/委外檢驗。
- 實驗室檢驗。
- 餐廳評鑑認證。



供應商源頭管理



溯源是食安管理重要的一環，漢來美食的供應商須依「應訂定食品安全監測計畫與辦理檢驗之食品業者、最低檢驗週期及其他相關事項修正規定」，提供具第三方公證單位認可的檢驗報告且品質優良的食材。

- ✓ 供應商應提供基本資料、食品業者登入字號、認證證書等。
- ✓ 應確保產品標示、包裝、保存有效日期、天數等是否正確、完整並符合規範。
- ✓ 應取得檢測資料、輸入許可及檢疫、添加物明細及許可認證等證明。
- ✓ 應設定檢驗標準，定期做自主檢驗。
- ✓ 應定期一年一次對供應商評核。
- ✓ 應訂定危機處理流程。

(「採購管理辦法」溯源管理要求)



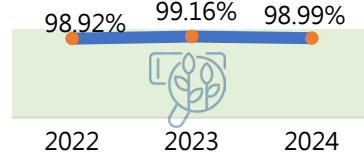
食材產品溯源管理

GRI : 416-1 | 作業辦法4-1-1-6

漢來美食自願建立食品追溯追蹤制度，將請購、採購、進貨、驗收等作業流程電子化，並制訂「原物料驗收標準」進行驗收。如有自行進口符合《應建立食品追溯追蹤系統之食品業者》法規強制追溯追蹤的業別，則會執行追溯追蹤，例如漢來美食高雄分公司進口花膠屬水產品食品，依法上傳非追不可並檢驗重金屬（如鉛、鎘、甲基汞）等其他衛生管理項目。

漢來美食採購管理辦法對貨品的來源與品質訂有大宗品項食品溯源管理規定，將肉類、海鮮類、水果類、蔬菜類、點心類、南北雜貨類、煙燻類、乳製品類、蛋類、年節類、代工等食品類原物料納入溯源管理。2024年可溯源管理品項的採購金額佔食品類(註)採購總額高達**98.99%**，其餘極少數無法追蹤管理主要是使用單位因特殊或緊急狀況購買的原物料。

近3年食材可溯源比例



註：食品類採購包含肉類、海鮮類、水果類、蔬菜類、點心類、南北雜貨類、煙燻類、乳製品類、蛋類、年節代工商品



中央工廠產品溯源管理

漢來美食美山中央工廠屬「辦有工廠登記且資本額新臺幣三千萬元以上者，應建立食品追溯追蹤系統之食品業者-(二十四)其他食品業別之製造、加工、調配業者」，為落實食品及其相關產品追溯追蹤的遵循，訂有「食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法」。

美山中央工廠透過ERP資訊系統執行追溯追蹤，項目包含食品、特殊營養食品、食品添加物、食品器具、食品容器或包裝及食品用洗潔劑等，每月在10日前將上月工廠生產產品追溯追蹤食材進貨廠商資料，上傳到食品追溯追蹤管理資訊系統（非追不可），確認已建立資料的完整性。



產品名稱	規格	廠牌
1. 鮭魚	1kg	鮭魚
2. 鮭魚	1kg	鮭魚
3. 鮭魚	1kg	鮭魚
4. 鮭魚	1kg	鮭魚
5. 鮭魚	1kg	鮭魚
6. 鮭魚	1kg	鮭魚
7. 鮭魚	1kg	鮭魚
8. 鮭魚	1kg	鮭魚
9. 鮭魚	1kg	鮭魚
10. 鮭魚	1kg	鮭魚
11. 鮭魚	1kg	鮭魚
12. 鮭魚	1kg	鮭魚
13. 鮭魚	1kg	鮭魚
14. 鮭魚	1kg	鮭魚

產品資訊



產品違規回收及退貨管理

GRI : 416-2 | SASB : FB-RN-250a.2 | 作業辦法4-1-1-2

01 供應商食材



漢來美食對於違反食安法規的食材，依照採購管理辦法中的《食品安全危機處理機制》辦理，追溯產品供應商確認供貨品項是否有不合法規項目，確認屬實則依法進行回收及退貨程序。2024年供應商食材因含有蘇丹紅，配合回收退貨包括：飛馬白胡椒粉、咖哩粉、辣椒粉及香辣椒鹽粉74包/盒。

02 食品添加物



漢來美食對食品添加物使用均依照「食品添加物使用範圍及限量暨規格標準」規定，於外包裝明顯標示「產品登錄碼」，單方食品添加物明顯標示「許可證字號」。如遇食材及添加物不合法規不得購買或使用，同樣依照採購管理辦法中的「食品安全危機處理機制」處理。公司每年依計畫及實際需要稽核供應商，並要求廠商提供可溯源之檢驗證明；採購食品添加物時要求廠商註明，進行三專管理（專人、專櫃、專冊）。

03 成品



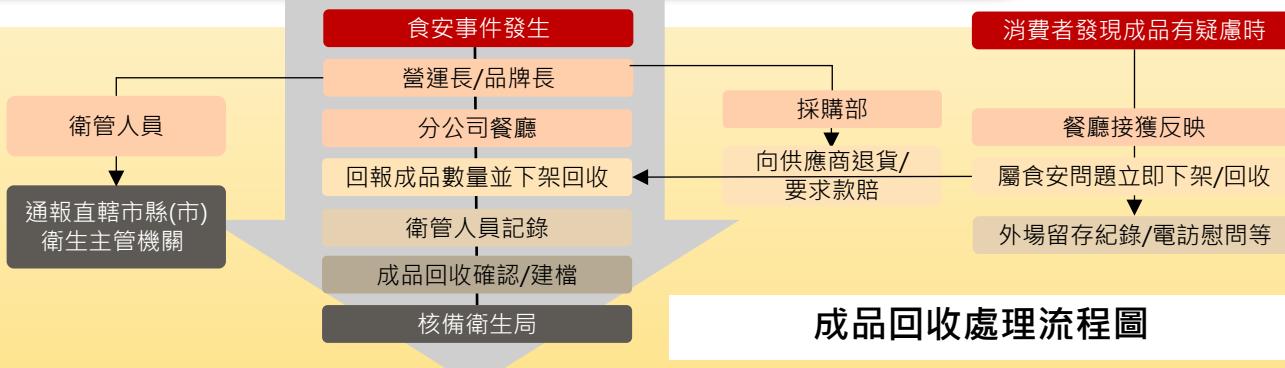
漢來美食針對已執行HACCP食品安全管制系統的單位（包含美山工廠、高雄鐵板燒、高雄名人坊、巨蛋蔬食、巨蛋海港、台北敦南海港、台北天母海港），為確保作業場所食品衛生安全與品質、維護消費者健康，訂定《成品回收標準作業》作為問題產品下架回收行動準則，如當年度未發生問題產品下架回收一事，則依生產製造的成品種類，規劃風險較高之成品（含食材），每年至少做一次模擬回收演練。

2024年成品回收情形

2024年配合供應商食材飛馬白胡椒粉含有蘇丹紅回收事件，自行銷毀半成品包含燒賣餡50包、健康烹(小)96包及健康烹(大)38包。

食品安全危機處理機制

- 1) 關注傳播媒體食品安全相關資訊
- 2) 食品危害訊息呈報上級及食安單位
- 3) 問題品項停用及下架回收
- 4) 與供應商釐清及確認檢驗文件
- 5) 持續關注議題及檢討改善



人員專業管理

作業辦法4-1-1-1

漢來美食的生產管理以人員專業管理為基礎，配置優於法規的食品專業人員並管理廚師持證比。

食安室設置

法規：《食品業者專門職業或技術證照人員設置及管理辦法》
 《應置專門職業或技術證照人員之食品業者類別及規模規定》
 《設有餐飲之國際觀光旅館業》

應有配置	至少1名專任專門職業人員（食品技師或營養師）
實際配置	<p>漢來美食設置食安室，最近3年均編制：</p> <ul style="list-style-type: none"> 食品技師及營養師各1名，南港分公司並配置專任食品技師1名。 品保專員1名，為持有乙級/丙級食品檢驗分析技術士之人員，執行食品檢驗業務。

人員專業管理

廚師持證比

法規：《食品業者專門職業或技術證照人員設置及管理辦法》
 內容：漢來美食依餐廳類別共有4類廚師持證比應符合法規要求

法規餐廳類別	漢來美食適用單位	法定持證比	餐廳數	實際配置符合	不符合
設有餐飲之觀光旅館業	高雄及南港分公司餐廳	85%	16家	13家	3家
承攬筵席餐廳之餐飲業	巨蛋分公司宴會廳	75%	1家	1家	-
中央廚房式之餐飲業	美山工廠	70%	1家	1家	-
一般餐館餐飲業	公司其他餐廳	50%	29家	28家	1家
合計			47家	43家	4家

2024年底全台有1家工廠及50家餐廳，其中4家為咖啡廳不列入統計，其餘廚師證持證比例符合法規要求的有43家，尚未符合的有4家，主要原因為位於飯店的持證比率要求較高，及人員異動未及遞補的時間差異因素，持續於每周後勤會議追蹤改善進度並訂定改善時程。





食品安全管理

作業辦法4-1-1-1

漢來美食的餐飲衛生由各餐廳及廚房每天營業前的自主管理開始，依所屬「餐飲衛生自主管理檢查表」執行；食安室則依「食安室年度計畫表」及「食品安全衛生管理查核表」3大類33項執行食安查核，確保自主管理的落實執行。食安全管理四大項目並包含食材、食品添加物、食品用洗潔劑等原料溯源管理及食品器具、食品容器及包裝等管理，持續各環節的管制措施。2025年並啟動導入SGS餐飲衛生管理評鑑，以每二個月一次的頻率，全品牌餐廳同步展開。

01 人員衛生管理

- 依規定穿著制服、配戴口罩及網帽，確保無裸露風險。
- 進入廚區前須完成洗手與消毒程序，傷口包紗不完全禁止碰觸食材。

02 作業環境管理

- 作業區溫度、照明亮度監控，地面(含水溝)、截油槽、攔渣槽清潔確保設施完好無損。
- 廚餘(含廢油)與半成品依規定分區存放，確保交叉汙染零風險。



餐飲衛生自主管理檢查表 餐廳(4大類30項)

- 用餐場所衛生清潔品質管理
- 物料儲存管理
- 員工衛生管理
- 廁所衛生管理



餐飲衛生自主管理檢查表 廚房(4大類38項)

- 烹調作業場所衛生管理
- 員工個人衛生管理
- 物料儲存管理
- 餐務管理



原料溯源管理

- 包含供應商篩選、廠商檢驗報告、原物料驗收、食品追溯追蹤及註明法定標示食材等。

食品器具管理

- 為預防食材交叉污染，推動刀具、砧板、籃框的分色管理，且驗收區須注意蔬食、葷食籃框不得相互夾雜堆疊。調理食品所用器具並應保持清潔，以避免食品中毒事件的發生。
- 刀具砧板分色/食材分色分籃/遵循5要原則定期食安查核(每半年一次)。

自檢/查核/委外檢驗

GRI : 416-1 | 作業辦法4-1-1-1

漢來美食以不同頻率的自行檢查、內部查核、委外檢驗等方式建立食安查驗機制。

每日

各廳廚主管
衛生自主檢查

每周

衛生管理人員
衛生檢查

每季

食安室
食安會議

每半年

食安室
食安查核

每年

執辦主導
聯合查核

不定期

專業第三方
委外檢驗

為落實員工每日健康狀況檢查，上工前須填寫員工自主健康管理紀錄表；各廳廚主管每日營業結束前自主檢查，並填寫餐飲衛生自主管理檢查表（餐廳）及餐飲衛生自主管理檢查表（廚房）。

各分公司衛管、各廳廚主管及相關部門每周衛生檢查，以便即時發現及改善環境衛生、食安等問題。

食安室每季召開食安會議，內容包含食安查核報告及食安MEMO宣導、水質/食材/成品等檢驗、優良餐廳及HACCP認證、食品法規新制、食安時事等，並針對內部食安議題提出討論。

食安室依《食品安全衛生管理法》等相關法規（如GHP）每半年進行查核及檢驗（含水質、食材、成品、食品接觸面含人員手部塗抹、落菌數等）；部分餐廳依HACCP執行查核，並確認餐廳的成品標示符合法規、模擬衛生單位的角色及執行重點查核，使分公司落實食安管理與了解衛生單位查核標準。

聯合查核由執行辦公室代表、職安室、食安室及餐務部依頻率至全台中央工廠及餐廳進行查核，透過高階主管親自帶領，提高同仁對餐廳及廚房環境安全衛生的重視，查核後並發出缺失報告，要求受查單位於時限內回覆改善措施，以確保符合法規及公司內部規定。

每年視業務需要，或針對受實驗室人員及設備環境等限制無法自主檢驗的項目，不定期委託第三方專業食品安全檢驗單位，執行各分公司餐廳稽查及抽驗作業，相關缺失並限期改善。2025年並啟動導入SGS餐飲衛生管理評鑑，以每二個月一次的頻率，全品牌餐廳同步展開。



產品檢驗

漢來美食秉持著用好心做好食品的五星準則，禮品及電商產品均依循衛福部食藥署法規標準進行監測，並經第三方公正檢驗機構檢驗合格，給予消費者最安心的享受，產品檢驗報告請參閱官網食安專區。

檢驗報告





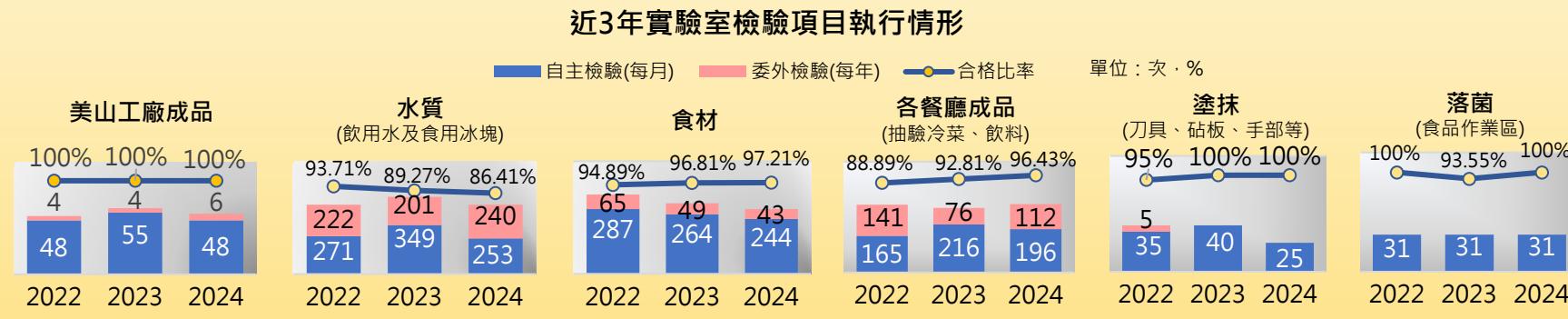
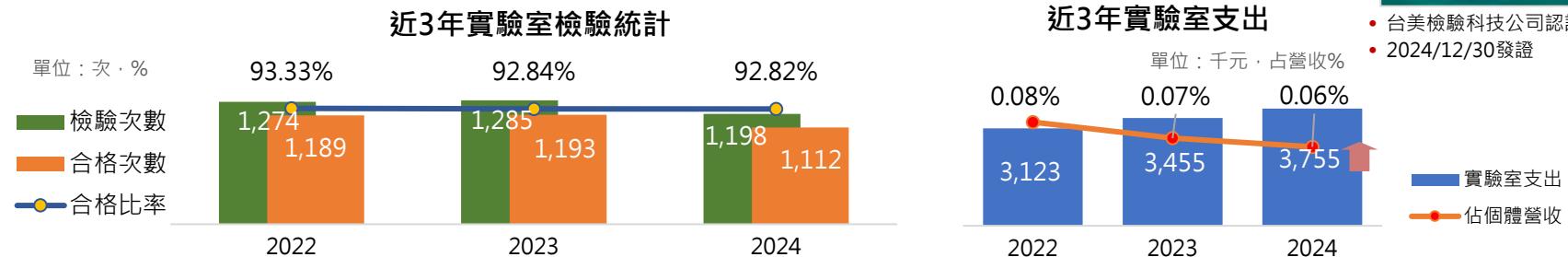
實驗室檢驗

GRI : 416-1 | 作業辦法4-1-1-1、4-1-1-7

漢來美食為落實食品安全衛生管理法對食品業者之自主管理及要求，成立美山實驗室並聘請食品專業人員訂立「實驗室管理規章」，針對食品微生物進行檢測，並依本公司「食品安全監測計畫」訂定檢驗週期及檢驗項目。美山實驗室2024年續取得實驗室能力試驗通過證書，係每2年參加1次的能力試驗，負責能力試驗的執行機構並經財團法人全國認證基金會（TAF）認可。

美山實驗室支出主要包含人事費用、委外檢驗費用、設備折舊、租金支出、耗材、採樣費、勞務費及雜項支出等，近3年總支出金額逐年增加，其中2022年投入29萬引進MDS病原菌檢測儀，可提升實驗室自主快篩病原菌能力，以達更多檢驗量。

美山實驗室每年度規劃抽驗水質、食材與成品，自主檢驗包含總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌，以及農藥、動物用藥快篩檢驗，檢驗結果會出具「實驗室檢驗報告」公告內部相關單位週知，自主檢驗之外並輔以委外檢驗，以確保符合相關檢驗標準。2024年自主及委外檢驗共執行1,198批次，品質異常有86次，合格率為**92.82%**。

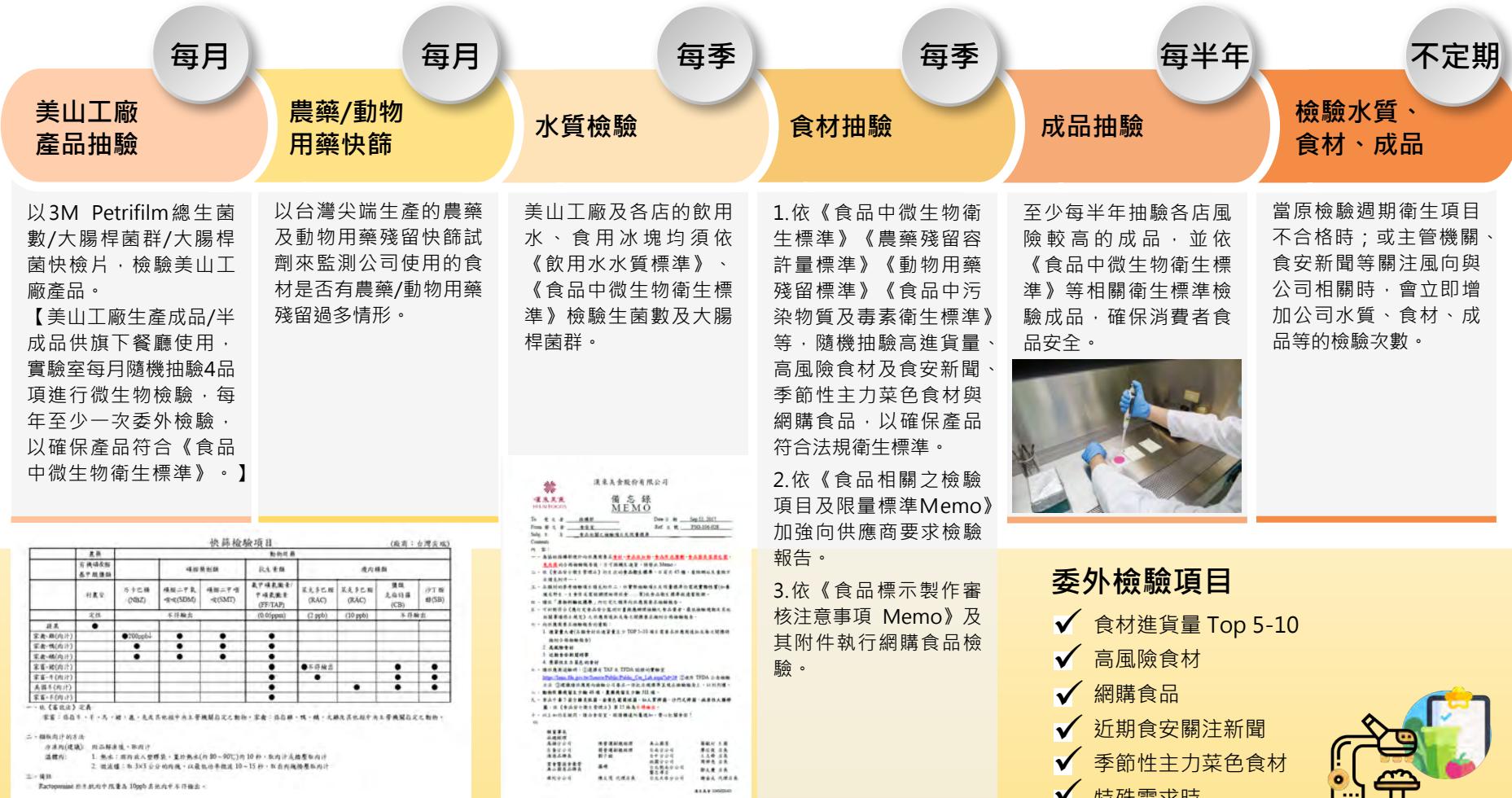




實驗室檢驗項目

GRI : 416-1 | 作業辦法4-1-1-1、4-1-1-7

實驗室各檢驗項目說明如下：



委外檢驗項目

- ✓ 食材進貨量 Top 5-10
 - ✓ 高風險食材
 - ✓ 網購食品
 - ✓ 近期食安關注新聞
 - ✓ 季節性主力菜色食材
 - ✓ 特殊需求時





餐廳評鑑認證

SASB : FB-RN-250a.1、作業辦法4-1-1-4

HACCP驗證

漢來美食為完善食安管理及強化預警機制，依《食品安全管制系統準則》(HACCP)進行系統化的評估分析、訂定重要管制點(CCP)預防生物性/化學性/物理性危害，建立良好的食安管理制度。截至2024年底有6家餐廳及1家中央工廠維持通過食品安全管制系統HACCP驗證，並持續規劃新增旗下餐廳的驗證申請，其中島語自助餐廳已在申請核備階段。

HACCP是一套包含廚房、廚餘、垃圾、病媒管制等有關**環境層面的食安管理系統**，漢來美食僅高雄鐵板燒及台北南港島語自助餐廳為法規強制實施HACCP的業別(國際觀光旅館內應有一廳以上實施HACCP)，其餘屬自願性申請HACCP認證，希望透過建立優於法規的自主管理制度，讓消費者吃得安心。為推廣、宣導、提升HACCP管理，並持續安排相關人員參與HACCP人員複訓。漢來美食2024年取得HACCP的餐廳營收占個體財報**20.69%**，較2023年25.89%衰退，主要係巨蛋海港受食安事件衝擊所致，事件後已完成專案檢討改善，持續以最高標準自我要求為顧客健康把關。

近3年HACCP營收占比



美山工廠HACCP證書



- 環球國際驗證公司認證
- 2022/5/12~2025/5/23
- 效期3年

高雄鐵板燒 HACCP立牌

- 高雄市政府衛生局核發
- 2016/12通過
- 無效期



巨蛋海港 HACCP證書

- 食品工業發展研究所認證
- 2024/8/12~2027/8/23
- 效期3年



巨蛋蔬食 HACCP證書

- 食品工業發展研究所認證
- 2023/7/25~2026/8/7
- 效期3年



高雄名人坊 HACCP證書

- 食品工業發展研究所認證
- 2023/8/2~2026/8/7
- 效期3年



台北敦南海港 HACCP證書

- 衛福部食藥署認證
- 2024/1/31~2027/1/31
- 效期3年



台北天母海港 HACCP證書

- 衛福部食藥署認證
- 2024/1/15~2027/1/15
- 效期3年





餐廳評鑑認證

SASB : FB-RN-250a.1

餐飲衛生管理分級評核（優良餐廳）認證

漢來美食除糕餅小舖及日日烘焙坊不列入餐飲衛生管理分級評核範疇，所有餐廳均須通過各縣市政府衛生局評核的標章認證，並以取得優級為目標。

2024年符合評核範疇的餐廳有48家，共**45家**獲得標章，取得標章率**93.75%**，未取得者包括2024年新開出的桃園台茂溜溜及高雄夢時代上菜2家餐廳；2024年優良餐廳營收占比75.28%較2023年提升，達成內部環境及能資源管理政策所訂目標。

評核證書



1家



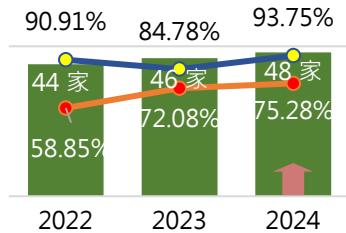
43家



1家



近3年優良餐廳營收占比



單位：家、%
█ 餐廳家數
—●— 取證率
—●— 營收占比

AMOT溯源餐廳認證

溯源餐廳是台灣農業跨領域發展協會2013年起與農業部合作，建構食材追溯從產地到餐桌的管理機制，強調「溯源」與「安心食材」。星級評鑑制度依產銷履歷或有機食材使用程度分一星到三星，使用程度越高星星數越多。

漢來美食2024年有**4個**品牌通過**二星**認證，包括 HARBOUR (漢來店、巨蛋店、敦化店)、島語 ISLAND STEAK HOUSE、OQVO Lounge Bistro 餐廳。



01 食品安全與信任感

食材來源透明，可追溯產地、生產者與生產過程，在食品安全事件頻傳的現代社會，明確知道自己吃進嘴裡的東西從哪裡來、怎麼來的，是一種安心與信賴。

02 健康飲食與品質保證

溯源食材代表更高的品質標準與食材新鮮度，對追求健康飲食的顧客而言，是更優質、更健康的選擇。

03 支持在地農業與永續發展

溯源餐廳會優先選用在地及本土食材，等於在用餐的同時也參與了對本土農業的支持，有助促進農業永續與社會責任的實踐。

溯源餐廳的價值與意義

4個品牌
二星溯源認證餐廳



安心好食





餐廳評鑑認證

SASB : FB-RN-250a.1

環保餐廳、綠蔬食評鑑指南及綠色餐飲指南認證

環境部推動的「環保餐廳」計畫是以環境友善為理念，鼓勵餐飲業者提供環保、低碳的用餐環境，減少對環境的衝擊，也呼應氣候變遷、食品安全、循環經濟等議題，並引導消費者實踐綠色生活。

漢來美食2024年有4家餐廳通過審核加入環保餐廳行列，

包括 **名人坊** (敦化店) **HARBOUR** (敦化店、天母店) **漢來蔬食** (忠孝店)




漢來蔬食2023年並榮獲「綠・蔬食評鑑指南**二星餐廳**」及「綠色餐飲指南**有機友善食材運用獎**」殊榮。

選擇環保餐廳就是支持環境保護、實踐綠色消費，不僅是對自身健康的投資，更是對地球永續的承諾，綠色生活就從日常飲食做起，共同守護我們的環境。



環保餐廳響應要點



做好源頭減量

不主動提供一次性餐具，鼓勵自備餐具，減少廢棄物產生。

使用在地食材

優先使用國產食材，降低食材運輸過程中的碳排放。

推行惜食餐點

提供餐點份量調整服務，減少食物浪費，倡導吃多少點多少的用餐文化。

綠色友善餐廳認證

高雄市農業局推動的綠色友善餐廳，主打從產地到餐桌安全食材，每2年複查一次，以嚴謹多元的指標包括「能源節省、環境保護、綠色安心飲食、綠色行動、永續經營及衛生安全」六大構面進行評鑑，頒發7項大獎。

漢來美食旗下有3個品牌獲綠色友善餐廳認證，2022年漢來蔬食佛館及巨蛋店更獲得「**年度綠色卓越獎**」殊榮。響應綠色友善餐廳顯示漢來美食在友善環境、使用在地食材及環保健康烹調的綠色經營理念。



年度綠色卓越獎 2022綠色友善餐廳

綠色友善餐廳名單



漢來蔬食 佛館店

高雄市大樹區統領路1號

「色、香、味、形、器」面面俱到、翻轉創意的蔬食料理餐廳。



漢來蔬食 巨蛋店

高雄市左營區博愛二路777...

「色、香、味、形、器」面面俱到、翻轉創意的蔬食料理餐廳。



精緻海鮮火鍋-漢來店

高雄市前金區成功一路266...

在正宗與創新之間掌握需求與佳餚美味的穩定，食材新鮮更是絕對的堅持！



漢來大飯店福園台菜海鮮餐廳

高雄市前金區成功一路266...

在創意料理中細細品嘗傳統菜餚的台滬味與各國文化的集合敘事。



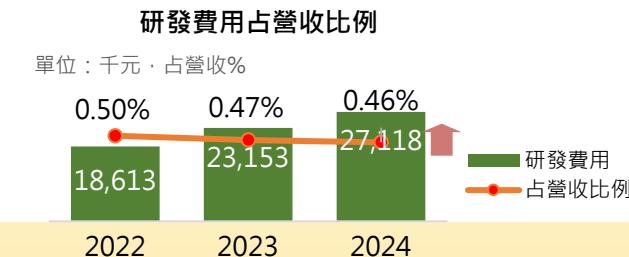
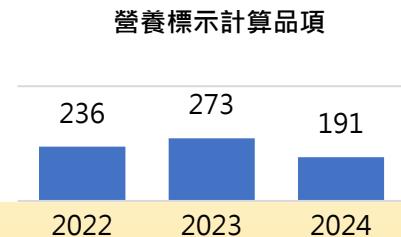
顧客健康與安全

GRI : 416-1 | 作業辦法4-1-1-1

顧客健康

漢來美食重視顧客健康與安全，定期由高階主管率領食安室、職安室及餐務部就各自職責進行聯合查核，每年對全台餐廳及工廠查核涵蓋目標為100%。此外持續投入研發經費開發菜色，2022~2024年每年投入約1,900萬元~2,700萬元（占各年營收比例約0.46%~0.50%）進行料理創新與改良，以滿足消費者需求及市場趨勢。

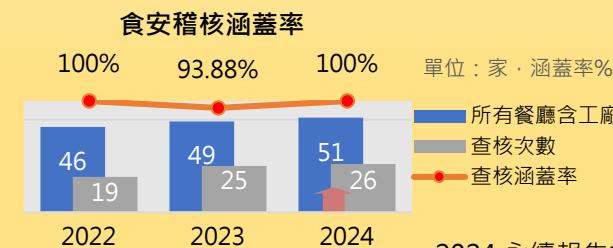
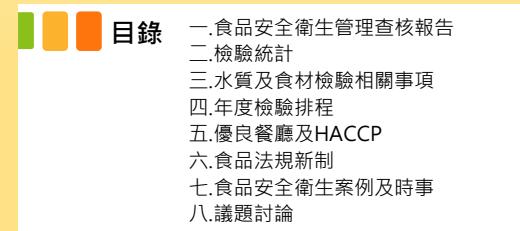
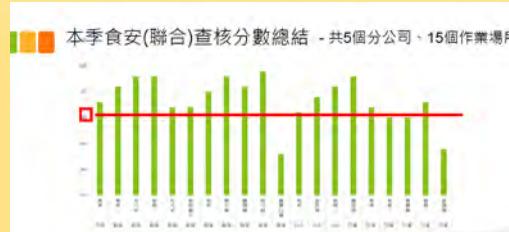
食安室利用「營養管家」電腦軟體精確製作營養標示，使顧客得以藉由營養標示了解攝取食品所含營養素來源。2022~2024年累積涵蓋產品數量共700項（含成分貼）。



食安稽核

漢來美食食安室2024年查核全台工廠及餐廳，查核次數共26次計51家，查核涵蓋率為100%，2024年查核結果無嚴重違規的餐廳。

食安室查核係依據食品良好衛生規範準則(GHP)標準進行查核，將查核發現記錄於食品安全衛生管理查核表，查核結束後告知現場主管缺失內容及建議事項，當下確認簽名，另出具缺失改善報告，受查單位須於時限內回覆改善措施。食安室每季召開食品安全衛生管理會議進行查核報告及說明缺失改善情形，並宣導食品安全衛生法規新制及食安時事。





產品與服務標示

GRI : 417-1

產品標示

漢來美食為因應節慶食品、現場販售食品及網路販售商品日趨增加，由食安室制定「食品標示申請流程SOP（含檢驗）」，說明食品標示製作審核應注意事项。

有關漢來美食年菜標示及檢驗報告並可於官網/永續發展專區/食安專區查閱。

服務標示

漢來美食的產品標示均遵循《食安法》第22條包裝食品標示及營養標示規定，旗下餐廳也遵循《食安法》第25條散裝食品標示規定，現場調理含牛肉、豬肉原料即食食品均標示原產地（國）；菜單有宣稱日本產地之食材並標示食材產地，強化透明本公司包裝食品、散裝食品資訊。

食安室每半年進行食安查核時，會查看是否確實執行相關標示，列為查核重點。餐廳為直接供應飲食場所，規定的標示重點主要有5項：**牛豬肉原產地標示**、**火鍋湯底標示**、**素食產品標示**、基因改造標示、重組肉標示，漢來美食不使用基因改造食品原料及重組肉，故以牛豬肉原產地標示、火鍋湯底標示及素食產品標示為主。食安室每季食品安全衛生管理會議並宣導食品安全衛生法規新制及食安時事。

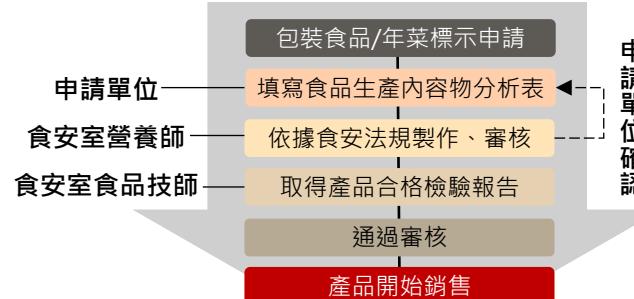
年菜標示



檢驗報告



食品標示申請流程



牛豬肉原產地標示



火鍋湯底標示



素食產品標示



2024食安MEMO宣導

- 米酵菌酸中毒防範
- 購物平台購買食材及包材(直接接觸至食品)禁止事項
- 諾羅病毒風險危害及防範措施告知

PART THREE

3

品牌價值提升

管理方針

漢來美食以廚藝起家，眾多餐飲業種一應俱全、各具特色，具有差異化優勢；此外並以產品創新、服務創新、經營管理的創新策略，著眼數位發展及維持品牌競爭力。





品牌策略

餐飲業2024年在餐敘活動熱絡、連假外食人潮不斷及外帶外送市場成長下，營業額持續創高，甚至掀起一波連鎖餐飲集團掛牌潮，新興品牌及門市也如雨後春筍般萌發，以多元品牌及創新服務訴求吸納不同客群。

然而產業氛圍在民眾食安意識不斷提升、員工對職場權益訴求增加、氣候議題牽動各類營運成本，及政府監理日趨嚴格等壓力下，勢必需要更完整的永續策略才能回應營運價值鏈中的多元期待。

面對市場多項挑戰，漢來美食除了以多元品牌經營及投入數位工具為策略，也努力運用數位工具、科技化行銷達到數位轉型和會員經營，品牌策略包含產品創新、服務創新、經營管理創新三個構面。

產品創新

多元拓店計畫

品牌拓展 – 島語、湯包、名人坊



繼2022年開出新品牌溜溜酸菜魚；2023年開出升級版新品牌島語及東方樓；2025年預計以多元品牌包括島語、湯包、名人坊等作為拓店主力，並持續新品牌的研究開發。

舊店改裝 – 巨蛋咖啡廳、翠園



除以多元品牌拓展擴充營運規模，面對新市場、新競爭、新品牌，漢來美食並以既有據點改裝整修及菜色調整提升各項軟硬體實力，持續進化轉型穩固競爭力。

服務創新

- 顧客關係管理
- 服務稽核專案
- 會員體驗活動

產品創新

- 多元拓店計畫
- 研究發展管理
- 米其林專案及料理評比

經營管理創新

- AI語音訂位系統
- 智能物流專案
- SRM供應商關係管理平台

電商宅美食 X 汐止研發中心



2020年起透過成立電商部門，成功推出來拌麵、流芯蛋捲、冷凍宅美食及端午粽/月餅禮盒等產品，達成量產及通路銷售，2025年將建置汐止中央工廠作為研發創新基地。



研究發展管理

漢來美食是重視廚師價值與技術的餐飲集團，旗下所有餐廳均由具備20年以上廚齡的主廚負責及帶領，涵蓋的中、西、日式餐廳品牌各有其產品特性及消費族群定位，每年編有研發及考察預算，並定期由各餐廳主廚提出季節性新菜色，讓回頭客有新鮮感。各餐廳均建置有一套縝密的廚藝訓練內容，因而奠定公司在國內餐飲界的地位，也樹立了其他同業無法超越的廚藝技能與創意理念，使公司在國內餐飲的技術層次居於領導地位。

定期推出新菜單



廚藝交流及舉辦美食活動



持續深化漢來餐飲大學



主廚領軍



研發與拓展並重



市場調研與新事業開發



每月或每季設定新菜單試菜工作，由品牌總經理、店長及各廳主廚負責研發次月或換季新菜單，並舉行試菜。

為提升廚藝，持續邀請國外知名大廚到店客座及舉辦美食節活動，包括米其林星級主廚，為旗下廚師帶進不同層次的廚藝交流，並從中取得合作機會。

每年編列預算舉辦中、西餐廚藝競賽、創意料理、外場服務人員並有托盤競賽、說菜競賽等。訓練規劃上除課程安排，並導入職能界定及連結考核績效。

為求廚藝與食材的呈現，及落實採購管理，品牌系列經營係透過「主廚領軍」結合利潤中心制，由擅長成本管控、採購及廚房管理的主廚負責營運。

洞察市場訊息及發展，在拓展品牌之餘同時兼顧產品的研發與創新，以既有菜系的核心產品為主軸開發新市場。

持續關注市場資訊並調整研發進程提升電商業務比重，除增加美山工廠產線半成品、尋求優質合作廠商開發新商品外，也將著眼於汐止中央工廠相關規畫。

2024年開發成功的技術或產品

- 名人坊：魚香明蝦球、蔥油灼加拿大桂花蚌
- 翠園：桂花紅豆涼糕、吉品鮑扣花膠
- 巨蛋翠園：泰汁檸檬魚、宮保猴菇四季豆
- 溜溜：香濃番茄鍋、川味小卷催淚蛋
- 上菜：青檸寒天涼瓜、藤油雙椒牛、燈蓋米椒回鍋肉
- 名人坊：骨香避風塘鯧魚球、順德和牛生菜包



藤油雙椒牛

- 漢來軒：XO醬百花油條、白灼嫩肥牛、老鹹菜生滾龍虎斑
- PAVO：牛頰綠咖哩、爐烤澳洲牛肋骨
- 牛排館：叻沙海鮮盤、黑蒜雞湯
- 鐵板燒：日本生蠔魚子醬山藥蛤蠣濃湯、乾煎龍蝦佐金沙椰奶醬、扁魚雞清湯、烏魚子金沙炒飯
- 海港：泰式皮蛋海鮮沙拉、滿堂紅酸味魚、馬薩拉燉羊丁骨、焗烤松露香菇丸
- 蔬食：松露波特菇酥塔、酪梨黑玉米莎莎脆餅、XO醬爆炒雙糕、芋泥流心麻糬酥

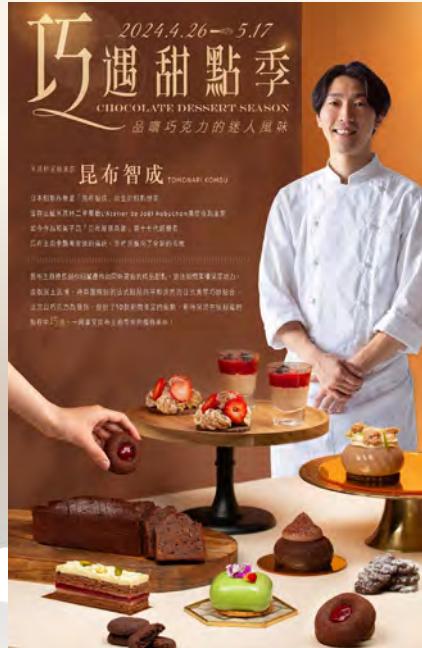


青檸寒天涼瓜



米其林專案及料理評比

漢來美食每年透過邀請國外知名大廚到店客座及舉辦海港甜點季進行廚藝交流，開展研發團隊的視野及豐富創意，並落實廚藝與服務的提升。



2024.4.26-5.17海港巧遇甜點季

昆布智成主廚2012年赴法進修，一路做到著名米其林餐廳的甜點主廚。2023年中接手家業，成為240年和菓子屋-昆布屋孫兵衛的經營者。首度來台打造的甜點，運用水果的酸度及不同的食材元素展現巧克力的風味層次。



2024.11.22-24 無牛排館
米其林星饗宴

Tobias Bätz主廚擁有超過20年的廚藝經歷，名列2023年德國最佳廚師前10名，主理連續5年獲得德國米其林二星餐廳，擅長將創意結合烹飪，保留食材的原味風味，烹飪則以鮮美、大膽，帶來全新的味覺體驗。



2024.11.4-21日日烘焙坊
黑金小派對

台北漢來點心房李振銘主廚在五星飯店體系耕耘多年，曾受邀製作總統就職典禮蛋糕並擔任比賽評審。Flavor風格美食指南的黑金派對已連續舉辦4年，活動由主廚選用零飮 OREO 與英國皇家認證百年巧克力品牌 Cadbury，打造全新12款特製甜點，吸引巧克力愛好者。



2024.8.5-9.8富哥見面會

在香港連續12年獲得米其林星級榮譽的「隱世廚神」-鄭錦富主廚，善於利用細緻且新穎的手法及健康烹調方式，演繹以粵菜為主的高級菜餚，透過見面會邀請台灣饕客一起品嘗富哥對粵菜的創新呈現。



米其林專案及料理評比

漢來美食在品牌經營上秉持「兼顧傳統和創新」的態度，傳統指的是服務和品質的一致性，創新則是指廚藝和管理的提升，餐飲領域裡包括米其林評鑑、國家品牌獎等各類料理評比的參與，都是藉以自我檢視及持續挑戰的機制。



第19屆
國家品牌玉山獎
最佳人氣品牌獎
• 名人坊高級粵菜

國家品牌玉山獎是由行政院核定的最高品質榮譽獎項。漢來美食獨家代理的香港米其林星級品牌名人坊，2022年榮獲第19屆國家品牌玉山獎的「最佳人氣品牌獎」，顯現名人坊以精湛創新廚藝及在地優良食材，完整傳承「用心呈現最不平凡的私房菜色」的精神。



2024
米其林指南
入選餐廳
• 福園/紅陶上海湯包

《米其林指南》一直是世界級的餐飲指南，其餐廳評級及內容受到業界領導者、精緻餐飲與美食愛好者等廣大的關注，評比標準分為米其林星級、入選餐廳及必比登推介3個不同位階，漢來美食福園及紅陶上海湯包2022~2024年連續3年榮登米其林入選餐廳。



2023-2024
綠色餐飲指南
有機友善食材運用獎
• 漢來蔬食巨蛋店

綠色餐飲指南推行綠食宣言運動，並透過年度評鑑讓綠色餐廳獲得更多關注。漢來蔬食獲獎理由為：「積極採用有機食材，豆製品全為非基改，很高比例為有機黃豆製品。大型規模蔬食餐廳願意在友善食材方面下功夫，且十年來一直極受消費者歡迎，實屬不易」。



2023
綠・蔬食評鑑指南
二星餐廳
• 漢來蔬食

綠・蔬食評鑑指南是為提高蔬食文化價值、降低蔬食年齡層建立的評級制度，並加入低碳飲食為評分項目。漢來蔬食2023年在全台150家蔬食餐廳中脫穎而出，榮獲二星餐廳。



2024
聯合報500盤
「1盤」獎項
• 漢來名人坊經典編織酥

2021年創立的美食評鑑「500盤」，是最具台灣觀點與在地特色的飲食指南。評審們的評鑑標準明顯的融合了個人經歷和社會觀察，漢來名人坊以經典編織酥獲得評選推薦。



2022
綠色友善餐廳
年度綠色卓越獎
• 漢來蔬食 佛館店/巨蛋店

高雄市農業局推動的綠色友善餐廳，主打從產地到餐桌安全食材，每2年複查一次。漢來美食除有3個品牌獲認證，蔬食佛館及巨蛋店更獲得「年度綠色卓越獎」殊榮。



顧客關係管理

漢來美食從2020年疫情初期開始推出多款外帶外賣，運用數位工具以LINE帳號線上點餐、支付，在餐廳和百貨一樓打造得來速取餐小舖；2021年推出宅美食冷凍食品系列，讓各品牌餐廳變身中央工廠，架起電商平台，在既有的來拌麵之外發展線上商機；2022年7月，屬於漢來美食與顧客溝通的數位工具「來美食APP」正式上線，是公司投入數位轉型的重大變革。

為提升來美食APP會員體驗，2023年透過「經濟部建構零售暨服務業數據共享創新服務計畫」補助申請，導入品牌會員雲端服務優化計畫。除增加服務功能讓消費者可以線上購買宅配人氣美食、提供線上支付外，也將優惠券改為電子發送，並開發轉贈功能；另透過專案提升會員消費數據分析、掌握顧客的消費歷程與行為偏好，有效達成會員分群推行差異化行銷，配合主動推播不同品牌餐廳或符合顧客偏好的優惠券，提升會員回訪意願及品牌的好感度。截至2024年底，來美食APP服務會員人數為56萬人。



2024年持續顧客關係管理系統開發及行銷自動化計畫等工作，目標為2025年完成「來美食APP」的升級優化，後續將在既有的會員基礎上強力增員，進而在CRM系統中進行會員分級、精準行銷，利用社群軟體有效圈粉；同時針對高端客層透過特色活動、專屬會員福利進行分眾管理，提升不同客群黏著度。

會員平台整合

- 增加APP會員數
- 提升會員活躍率
- 提升會員消費佔比
- 會員分級

分群分眾及自動化行銷

- 品牌顧客分群
- 設定品牌別及會員分眾行銷場景
- 忠誠會員獎勵計畫
- 多渠道行銷

善用數位行銷工具

- KEYPO大數據、網路聲量輿情監測
- EZTABLE網紅行銷、KOL行銷
- 短影音行銷
- Dcard、Ptt口碑行銷



服務稽核專案

面對餐飲市場高度競爭及高度人才流動的環境，為確保優質的餐飲服務品質，漢來美食在服務管理上訂有教育訓練、流程檢視及服務稽核等機制。

教育訓練

每年針對外場人員安排訓練課程，包含說菜服務技巧、領檯服務、餐飲服務標準用語等，完成訓練後並進行考評。



流程檢視

不定時由人資及行銷企劃主管進行餐食與服務考核，並以部落客或美食家試菜機制，針對菜色出品及服務提出建議。



服務稽核

透過服務稽核落實營業前之檢核作業以確保準備工作完善及掌握服務資訊。



為加強及提升服務品質，2024年9月啟動服務稽核專案，預計2025年6月上線，內容包括客戶服務流程優化及服務管理制度化，期待藉由服務文化的推動，型塑企業長期競爭力。



- 系統化收集顧客意見
- 運用AI自動分類
- 顧客意見即時派發

- ✓ 縮短客訴處理時間
- ✓ 優化內部服務流程
- ✓ 提高顧客用餐滿意度

服務稽核專案

01 訓練標準化

- 建立訓練手冊。
- 教材資源整合。
- Colors系列課程規劃。

02 流程架構化

- 建立SOP手冊。
- 建立菜色品質手冊。

03 稽核制度化

- 分店每月自評。
- 品牌經理巡店時評核。
- 服務稽核每兩月非預告稽核。



會員體驗課程

漢來美食為深化與顧客的連結，針對APP會員推出一系列增添親子互動或生活儀式感的體驗課程，讓會員透過活動，深入體驗料理技巧及美食知識，提升美食為生活帶來的滿足感，也讓孩子透過實作理解料理與餐食的關聯，認同惜食愛物的觀念。2024年共6場主題活動，參與者回饋正面，整體滿意度4.8星，有助提升品牌好感度。





經營管理創新

依據經濟部統計處在「2024年餐飲業在經營上遭遇的困境」調查資料顯示，台灣餐飲業雖具有市場需求與規模潛力，但在營運管理效率、資源使用最佳化與顧客互動品質上，尚有高度改善空間。是以數位轉型可謂有效回應資源效率及營運品質提升的重要解方，同時有助提升企業永續經營能力及市場競爭力。

因應數位轉型，漢來美食2022年成立PMO專案管理辦公室，公司歷年專案及PMO以目標導向成立專案小組推動的計畫如下：



營業管理

- BI商用智慧
- 會員、訂位及支付系統
- AI語音訂位系統
- 電商銷售系統
- CRM顧客關係管理系統

營運管理

- POS系統
- BPM企業流程管理系統
- 酒水即時庫存
- 智能物流
- SRM供應商關係管理平台

財務管理

- ERP系統
- RPA流程自動化機器人
- 合約文件管理系統
- BI商用智慧

人事管理

- HRM系統
- HRD系統
- 人力資源BI
- 人臉辨識系統
- 制服管理系統



服務理念

漢來美食是台灣唯一由五星級飯店分割的餐飲連鎖集團，擁有紮實的廚藝和專業研發能力。五星級飯店品牌、專業經理人及主廚領軍是漢來美食的核心競爭優勢。經營上以提供優質餐飲服務為企業理念，以創造顧客滿意的餐飲體驗為使命，讓顧客不僅能以實在的價格享用美食、更能體驗五星級的優質服務；同時讓公司在混亂的競爭市場中脫穎而出，建立第一品牌形象及口碑，獲取競爭優勢。

食材嚴選



在食材選擇上，從新鮮、豐盛到季節嚴選、有機履歷、當地採購，各餐廳始終以提供最優質的食材為原則。每年規劃訪廠評鑑，透過廠商提供檢驗證明、食安室自主檢驗及委外檢驗確保出品品質。

客製化優質服務



客製化商品設計提供優質服務、詳實記錄客戶需求與可加值之服務範圍、增加商品觸角服務多元化客群。顧客關係管理概分喜宴/一般商宴/社團/春酒尾牙等大類，再做細部規劃及發展。

高VP值餐飲體驗



品牌餐廳在設定上，不管是食材品質、菜色呈現或環境規畫，都以提供消費者更高的VP值 (Value Performance Ratio)取代CP值，追求價值感受。島語即訴求讓食材原味真味盡顯，從土地到味蕾，產生連結和共鳴。

2022年7月來美食APP上線，目標為以會員數據驅動品牌核心價值、強化顧客關係管理，並以精準行銷區隔競爭業者、增加公司價值。另漢來美食以服務創新為品牌策略所展開的顧客關係管理及服務稽核專案等規劃，請參閱本章「3.1 品牌策略」相關內容說明。



顧客滿意度

漢來美食有19個品牌50個營業單位，為即時掌握顧客意見及回饋、提升顧客滿意度，原先以QR code進行的滿意度調查，在來美食APP上線後，新增結帳集點時自動派發功能，並以辦理抽獎提高問卷回饋率。滿意度調查項目分為餐食、服務及環境，每月統計、彙整並進行負評管理。負評及客訴意見係即時派送予現場主管，並以線上表單回覆處理狀況。顧客滿意度係每月彙整檔案上簽，會簽至現場主管、品牌督導、店長，使其即時掌握顧客意見及滿意度狀況；每月並匯整呈送總部高階主管簽核。

此外行銷企劃部固定委託專業數據與網路聲量調查公司，協助提供每日競品及新聞剪報，藉以掌握自身及競爭品牌的相關數據；同時持續統計APP使用情形藉以擬定優惠方案。每月定期會議均針對重點品牌的市場反應、消費者好感度及行銷活動效益等資訊進行報告說明，提供品牌餐廳及管理階層共同了解及關注。



餐食

注重客戶反映與意見、市場調查及競爭者的市場表現、分析最適化的商品提供。



服務

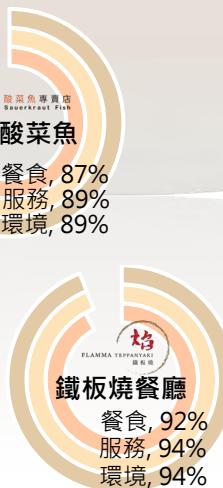
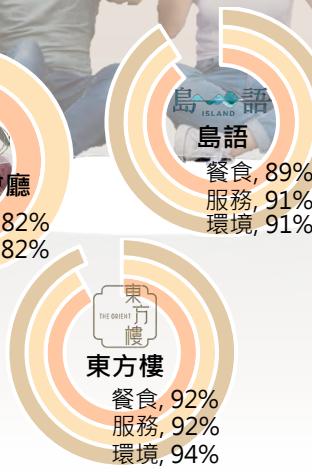
配合客戶多元化、新型態需求所產生的服務內容進行常態性訓練。



環境

定期稽核點環境，並迎合消費者喜好翻新裝修，使環境維持新穎。

2024年各品牌客戶滿意度



註：宴會廳顧客已事先認可環境，故滿意度僅調查餐食及服務。



顧客申訴

漢來美食已建立客訴處理機制，客訴電話由業務單位第一時間與顧客連絡，了解狀況後再轉至各餐廳主管進行處理，必要時並由客訴處理群組針對顧客抱怨判別客訴爭點、責任歸屬及要求相關單位提出對策，妥適回應消費者以保障其權益，並做成書面記錄。

此外官網【聯絡我們】及【永續發展】專區分別設有顧客意見調查表及客服信箱service@hilai-foods.com，可與顧客保持良好溝通，現場也會主動對顧客進行桌訪，此外並於社群平台、Google 評論等進行主動式顧客意見蒐集，相關意見改善後會適時以電話向顧客說明，並做成書面記錄。相關申訴管道如下：

01

紙本滿意度調查表

各餐廳設置紙本顧客滿意度調查表，受理顧客對餐食、服務及環境品質相關意見。

02

外部聲量調查

委託外部專業網路聲量調查公司提供線上顧客滿意度統計數據，在內部會議檢討改善。

03

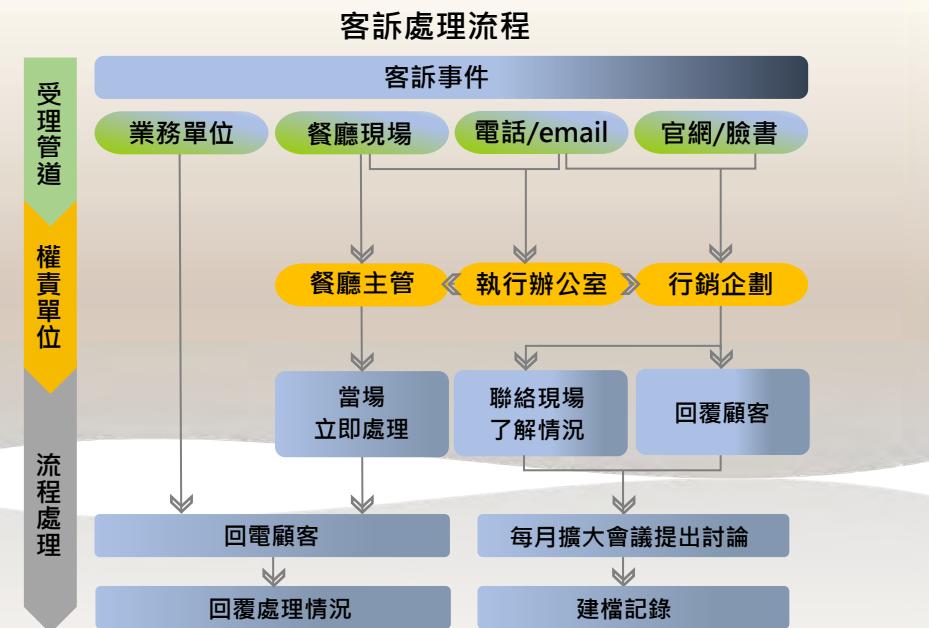
官網意見調查表

在官網【聯絡我們】及【永續發展】專區分別設置顧客意見調查表，保持通暢的溝通管道。

04

APP意見調查表

在來美食APP配置顧客意見調查表功能，以強化客戶服務品質及顧客溝通。



消費者重大申訴的處理，漢來美食均於第一時間召集現場營運單位及相關配合部門釐清事件全貌與事實，就申訴問題及需求對應的研發、採購、生產、作業及服務流程進行討論與因應，並協商處理後續事宜，以確保消費者權益，最後再將事件整理建檔並歸檔存查。公司並擬定獎懲制度，服務績優者予以公佈獎勵；針對重大缺失，一律按規定嚴懲，主管並連帶處分。



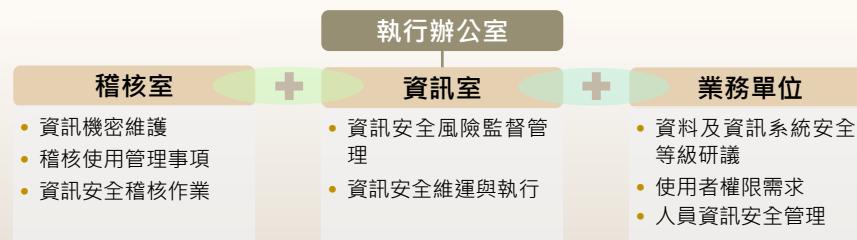
3.1 品牌策略 | 3.2 行銷溝通與顧客滿意 | 3.3 客戶資訊保護

資訊安全管理架構及政策

GRI : 418-1

為維護公司競爭優勢與寶貴的智慧財產，並確保電子資料之可用性、完整性、機密性達到公司、員工、客戶、投資者利益的維護與平衡，漢來美食在管理上訂有「資訊安全管理辦法」，建立資訊安全管理架構如下：

資訊安全管理架構



資訊安全風險管理架構



在資安風險管理上，係遵循ISO27001規範並參照【國家資通安全會報技術服務中心】的共通規範，採用【計劃-執行-考核-改進】(Plan-Do-Check-Act，PDCA)的模式運作，經評估分析，相關資安風險包括「資訊基礎架構風險」及「機密性及存取風險」。

為因應機密性及存取風險，除訂有《個人資料檔案安全維護計劃》，並採取客戶隱私保護具體管理方案如下，2022~2024年未有因洩漏顧客隱私而導致客戶權益受損或其他申訴案之情事：

風險管理運作模式



客戶隱私保護具體管理方案

01 設定個資存取權限

對客戶資料，從業務往來保存期限內到安控影像存續期間，均嚴格控管使用授權避免非法存取，並統設權限僅業務部可檢視及編輯業務範圍內的顧客資訊。

02 依法執行個資管理

紙本顧客意見表由各店依個資法規定管理，每月並由專人依程序清點、監毀及記錄（以碎紙機細碎、過程由主管監毀、前後須拍照並填寫銷毀記錄以示存證）。

03 持續投入防護資源

針對資訊機房伺服器、網路設備、PC及雲端AWS資訊做對內對外的防護，2022年起配置專責資安主管及人員並加入TWCERT/CC會員，以強化風險評估及外部威脅防護。



資通安全防護具體投入資源

漢來美食為控管資安風險、強化資通安全防護及管理，具體投入的資源如下：



人員

強化各系統存取權限管控、規劃安排資訊安全宣導課程，提升資安意識及安全認知。



設備

強化內部端點設備的防毒軟體合規率、Windows Update合規率、Windows OS無後續支援服務合規率、弱點檢測合規率、高風險服務埠使用、外接裝置檢測等監測防護。



備援

強化備份機制2.0，規劃還原演練測試的環境與演練計畫，隨時修正改善，確保備份計劃可以正確運行，災難發生時亦可以快速復原，減少營運中斷的時間。

政策面及管理面

- 對外防護：2022年3月申請加入台灣電腦網路危機處理暨協調中心(TWCERT/CC)會員；2023年8月由資安主管申請加入由中華民國資訊軟體協會成立的資安長聯誼會，加強資安情資分享及互動交流。
- 人員配置：2022年4月配置專責資安主管及資安人員，並於公開資訊觀測站完成申報。
- 資安宣導：2024年資訊安全教育訓練課程時間每人1小時，參與人數1,418人次，藉由宣導提升資安意識及安全認知。
- 資安應變通報程序：預計2025年建立資安事件應變及通報程序。
- 導入ISO27001：預計2025年投入預算進行導入，以降低資訊安全風險及避免資料外洩，並通過風險分析及報告提早發現資安漏洞及採取資訊安全保護措施。
- 社交工程演練：預計2025年投入預算由外部廠商協助安排演練作業，協助同仁有效識別並防範釣魚攻擊，提升安全意識。

技術面

- 升級硬體設備：因應系統增加及功能增進，規劃自2023年~2025年，逐一更換硬體設備，以提升效能、提高安全保護數據、降低維護成本，並支援未來技術的擴充性。
- 強化端點防護：預計2025年升級保護端點設備(電腦、伺服器、印表機等)不受惡意程式侵害的安全措施。
- 防火牆提升：設備由Sophos更換為Fortinet，並強化防火牆架構(HA)以提升防護。
- 對外連結修正：安裝SSL憑證，以驗證網站擁有權、防止攻擊者建立網站的虛假版本，並確保使用者資料的安全及信任。

備份機制

- 資訊機房(伺服器、網路設備、PC等)：本館及各分店以7天為一個循環備份，再複抄一份至異地(南港分公司)。
- 雲端(AWS)：將目前負載平衡(三台伺服器)分別透過ECR做備份，以便失載平衡時迅速還原負載平衡。

PART FOUR

4

社會環境友善

管理方針

漢來美食對參與社會公益、配合地方發展不遺餘力，同時重視氣候變遷的全球性議題，在營運管理上致力於節省能源及廢棄物減量、落實綠色採購，並號召供應商共同響應永續行動。





公益理念

餐飲業是與「人」最為有關的行業，更是取之社會、用之社會的行業，漢來美食對參與社會公益、配合地方發展始終不遺餘力。活動都是內外場動員，尤其邀請主廚走出廚房、用專業與公益結合，也讓員工在工作中為公益盡一己之力。期盼以具體行動號召支持者的關注，共同為公益投注心力。



關懷弱勢與孩童

持續數年攜手喜憨兒基金會，邀請社會大眾共同支持「送愛到部落計畫」；並由主廚提供料理指導支持憨兒工作培力。



公益理念

支持文化與教育

與高市圖連續數年合作，提撥贊助金從書展到走讀活動推廣飲食文化。



綠色友善、惜食愛物

發展蔬食品牌提倡蔬食，採購產銷履歷、小農、有機認證食材，並參加各項綠色餐廳認證，以實際行動支持永續。以自家食品贊助公益團體，實踐惜食愛物理念。



2024年投入情形：

現金捐贈 434 萬 / 物資捐贈 69 萬 / 行銷贊助 70 萬

漢來美食2022年入選高雄市政府教育局「推展社會教育有功團體獎」，獎項推動的理念是：一個國家的強大，不是取決於疆域的大小，而是社會有多進步。而想要長久的進步，是離不開教育的；教育是生命影響生命的歷程。「把燈提高一點，可以照亮更多人。」愈多人投入社會教育，社會教育就能越成功。社會教育越成功，代表人與人間的影響越能充分發揮、影響也越深遠，整個國家充滿著前進的動能、人民也擁有著良好的素養。

漢來美食以一點一滴累積公益及號召員工共同投入、發揮影響力而獲獎，也把「支持文化與教育」做為企業公益理念，長期耕耘並持續行動。



支持文化與教育

漢來美食 X 高市圖 品好書•讀好味

「2024品好書•讀好味」是漢來美食與高市圖邁入第4年
的閱讀公益合作，以「走讀拾載在地之美」主題，分別與
甲仙、鹽埕圖書分館攜手推出「梅好食光」、「鹽埕風華」
活動，藉由活動豐富讀者在地體驗，讓生活色香味俱全。

【現金捐贈30萬元】

漢來美食支持閱讀與教育平權，2024年第4年與
高雄市立圖書館合作閱讀公益計畫，以活動探
索在地美食及電影場景，並將兩場活動拍攝成
紀錄片，向大眾呈現。

漢來美食深信透過走讀產地文史及美食，不僅
能為當地文化傳承盡力，同時也實現漢來美食
共好共享、綠色友善的品牌精神，以走讀食材
原生風貌帶給市民朋友豐富的文化體驗。



關懷弱勢與孩童

漢來美食 X 喜憨兒 送愛到部落

漢來美食陪伴喜憨兒「送愛到部落」走入第5年，不僅與
憨兒帶著餐盒深入山林，也安排活動向學童展示西餐文化
的精髓。活動目的在拋磚引玉、集結眾人力量，讓憨兒獲得
穩定的工作訓練，也為偏鄉學校帶來資源，以實際行動
發揮社會影響力。

【物資捐贈53萬元】

喜憨兒庇護工場不僅是憨兒夢想實現的基地，
更是偏鄉孩童需求的補給站，2024年漢來美食
第5年力挺「送愛到部落」計畫，同樣應援700
張海港餐券及抽獎贈品，商品捐助價值超過53
萬，活動募得總款項超過200萬。除贊助物資外，
也安排主廚與小朋友一起體驗學習西餐文化，
來場溫暖的交流。期盼以企業的力量持續支持
募款計畫及憨兒工作培力，也號召大眾一起為
憨兒實現夢想、點亮偏鄉希望。





綠色友善、惜食愛物

漢來美食 X 1919食物銀行 櫃買家族攜手挺公益

漢來美食積極實踐企業社會責任，2024年第3年響應「櫃買家族攜手挺公益，送愛1919食物銀行」公益活動，以自家電商產品做為公益團體物資支援，落實惜食永續行動。

【物資捐贈16萬元】

漢來美食支持綠色友善及惜食愛物，2024年第3年響應櫃買中心捐助食物銀行活動，結合本業以深受消費者喜愛的電商產品力挺公益。

捐贈儀式當天擔任櫃買家族代表致詞，表達公司透過積極參與公益活動體現對社會的關懷，也展現「愛要即時」的理念，透過活動快速將資源送達需求端。



關懷弱勢與孩童

漢來美食 X 愛加佩弦樂團 讓愛飛翔聖誕音樂會

漢來美食積極持續投入關懷在地弱勢與孩童，2024年聖誕節第2年攜手愛加佩弦樂團舉辦「讓愛飛翔聖誕音樂會」，在特別的日子為紅十字會育幼中心獻上一場專屬的音樂會，為孩子們的生活種下一顆美好的種子。

【物資捐贈】

漢來美食攜手在地的愛加佩兒童弦樂團，2024年第2年在聖誕節，為高雄市紅十字會育幼中心26位院生及社工老師獻上一場專屬的音樂盛會。

弦樂團20位小朋友在4位老師的帶領下，演出一系列包含宮崎駿及迪士尼電影配樂的聖誕組曲，演出結束後並分組進行小提琴體驗課；漢來美食準備豐盛的聖誕餐盒應援活動，在聖誕節這個特別的日子裡共同完成一場歡樂的交流。





支持文化與教育

漢來美食 X 中央社 「百年轉身 自由永續」社慶

漢來美食以「支持文化與教育」做為企業公益理念，長期耕耘並持續行動。中央社百年社慶以「百年轉身 自由永續」為主題，社慶期間推出專網及論壇倡議淨零，漢來美食響應其永續理念，以南港飯店場地及餐點贊助活動進行。

【行銷贊助70萬元】

中央社長期關注國際新聞動態、永續議題與發展趨勢，以發揮國家通訊社使命，善盡公共媒體社會責任為己任。百年社慶期間推出專網及論壇等活動倡議淨零，並促進台灣社會的淨零意識與國際接軌。

漢來美食響應活動的永續理念，以南港飯店場地及餐點贊助活動進行，透過強強聯手共同實踐永續淨零的關鍵戰略，並為台灣低碳環境貢獻契機！



其他公益活動

- 2024年10月17日受邀出席《綠色餐飲國際審認暨友善食材交流會》，由採購部協理分享友善食材的採購秘訣。
- 2024年11月22日受邀出席《2024國際餐旅創新研發產學應用研討會》，由行銷企劃部副總分享漢來美食的永續創新實踐之路。
- 每年舉辦聖誕報佳音活動，邀請學校樂團或合唱團小朋友代表分享平安與祝福，並一同享用海港自助餐。

【現金贊助89萬元】



2024國際餐旅創新研發產學應用研討會 綠色共好x永續未來



時間：113年11月22日(五)09：00-16：00 地點：第二實習大樓1樓研討會議室

時間	議程	地點
09:00-09:40	研討會報到(海報組張貼海報)	第二實習大樓1F研討會議室
09:40-10:40	開幕：高督大隊教導校長致歡迎詞 高督大廚藝學院首祐校院長致詞所長介紹評審	第二實習大樓1F研討會議室
10:40-10:40	講題：碳中和飲食新時代：綠能堆棧的挑戰與實踐 講者：曾福昇(綠能堆棧創辦人暨董事長)	第二實習大樓1F研討會議室
10:50-12:30	口頭論文發表暨技術應用海報論文競賽與交流	F107, FB103 第二實習大樓1F研討會議室
12:30-13:30	府藝永續食尚節暨聯展品評會(府藝學院師生團隊)	第二實習大樓1F研討會議室
13:30-14:10	講題：綠色餐飲樹脂與永續飲食生態圖的推動 講者：何佳穎(綠色餐飲指南共同創辦人/永續食材推動協會理事長)	第二實習大樓1F研討會議室
14:10-14:50	講題：從廚房到社會：漢來美食的永續創新實踐之路 講者：施若寧(漢來美食行銷企劃部副總經理)	第二實習大樓1F研討會議室
14:50-15:30	講題：亞洲創生平台的綠色永續精神 講者：何培鈞(小鎮文創執行長)	第二實習大樓1F研討會議室
15:30-15:40	休息	
15:40-16:00	頒獎	
16:00	徵稿、點評	



支持文化與教育

漢來美食 X 阿魁斯 高雄海神職業籃球隊

2024年漢來美食第4年投入經費贊助高雄海神職業籃球隊。

「高雄海神職業籃球隊」是國揚集團以「深耕在地建立高雄籃球文化」為目標成立。漢來美食為參與公益、響應政府推動運動產業，並支持集團對運動產業的關注，以捐贈及經費投入持續支持球隊賽事及相關活動。

【現金贊助315萬元】

海神職業籃球隊致力於推動高雄籃球運動發展、為高雄爭取榮耀，同時結合在地學生籃球體系、從下到上垂直整合並持續深化發展，進而建立在地凝聚力。球隊賽事之餘以學校巡迴教學、公益活動及提供賽務見習實作將資源回饋在地。

漢來美食2024年捐贈315萬響應政府推動運動產業，並贊助球隊賽事、中場球迷活動及與高雄捷運合作全家海神高捷杯競賽等活動。





環境理念

面對全球暖化現象，氣候變遷及環境議題日益受到重視，不僅聯合國SDGs永續發展目標涵蓋多個環境項目，世界經濟論壇WEF全球風險報告中，環境風險也囊括前十大風險多個項目。

漢來美食為落實環境正義及善盡企業社會責任，參考行政院環境部氣候變遷因應法、廢棄物清理法、餐館業事業廢棄物再利用管理辦法及經濟部能資源署等規範及標準，制定公司與節能減碳、溫室氣體減量、減少用水及其他廢棄物管理等攸關環境的「環境及能資源管理政策」，透過設定管理目標及落實管理作為來降低溫室氣體排放及改善環境。

01 內部宣導節約能源

內部溝通主要採用視訊系統，持續推動數位轉型專案導入電子化系統，宣導管理水電等能資源使用情形。



02 廢棄物管理

訂定一般性廢棄物、廢水、廢食用油及廚餘管理政策，廢棄物處理並朝資源化努力。



漢來美食

環境及能資源管理政策



03 綠色採購

包含當地採購以減少運輸過程產生的碳排、扶植小農及採購有機履歷食材等，創造綠色飲食低碳環境。



04 環境管理

包含產品包裝符合綠能概念、拓店/改裝採用綠建材，及環境管理要求供應商遵守雙方永續發展政策條款等。



05 推動餐廳評鑑

包含綠色友善餐廳認證、綠蔬食評鑑指南、綠色餐飲指南及HACCP衛生評鑑、優良餐廳評鑑等。



漢來美食環境及能資源管理目標

- 進行溫室氣體盤查：每年追蹤減排成效並公開揭露，溫室氣體排放減量目標為每年碳排量以不增加為原則（企業營運範圍未變動之同基期前提）。
- 廢棄物減量：每年統計每千元營業額平均產出廢食用油量及廚餘量，在正常營運之前提下，以不高於前一年度為原則。
- 減少用水：每年統計每千元營業額平均用水量，在正常營運之前提下，以不高於前一年度為原則。
- 訪查供應商環境：每年針對主要供應商、年節餅類供應商及包裝類供應商進行訪廠，在正常營運之前提下，以不低於30家為原則。
- 進行餐廳評核：優良餐廳及取得HACCP評鑑餐廳之取得認證後營收占公司總營收之比例，在正常營運之前提下，以不低於前一年度為原則。



落實情形

01 內部宣導節約能源

內部溝通主要採用視訊系統，持續推動數位轉型專案導入電子化系統，宣導管理水電等能資源使用情形。



• 中央工廠建置節電設備

美山工廠2024年投入36.5萬建置節電設備，預估節電效能約3%。

02 廢棄物管理

訂定一般性廢棄物、廢水、廢食用油及廚餘管理政策，廢棄物處理並朝資源化努力。



• 韻應全國商業總會用餐冷氣適溫運動

全國商業總會為配合國家2050淨零排放目標，號召餐飲集團響應用餐時段23度，及非用餐期間26度以落實省電力，及消費者最舒適的用餐環境溫度。漢來美食高雄本館海港等10家餐廳2024年7~9月響應活動，並鼓勵顧客在體驗用餐環境後掃QRcode填寫調查問卷予以回饋。

• 持續推動數位轉型投入智能物流專案

智能物流專案是運用磅秤系統協作，將驗收入庫作業以磅秤系統數位化的專案，導入後可減少耗材、達到低碳環保及提升庫存管理。專案內容請參閱本報告書「2.食品安全防護」相關說明。

• 更換磁浮式冰水主機

巨蛋分公司2024年配合百貨投入更換磁浮式冰水主機，投入金額158萬，透過提升壓縮機的壓縮效率和馬達效率，估計可節省主機年度電費25%。



• 廢食用油回收高值化

漢來美食的廢食用油原交由回收業者製成生質柴油，2024年5月起高雄本館、巨蛋及南港3處主要量體更以智慧機台回收精煉轉成永續航空燃料(Sustainable Aviation Fuel, SAF)的原料，不僅提升回收效率、降低碳排，更做到精準追溯油品產源履歷，嚴格把關食品問題。

• 廚餘回收高值化

漢來美食的廚餘原交由處理業者清運至畜牧場作為養豬使用，南港分公司2025年預計啟動與黑水虻廠商的合作，透過生物處理將廚餘轉化為有機肥料等產品，創造環境友善及永續循環的新模式。



落實情形

03 綠色採購

包含當地採購以減少運輸過程產生的碳排、扶植小農、採購有機履歷食材等，創造綠色飲食低碳環境。



• 採購國際認證項目 作業辦法4-1-1-3

漢來美食除了響應在地永續，也持續落實採購國際認證項目的環境友善作為，包括選用符合FSC森林管理委員會認證的紙類產品及符合MSC海洋管理委員會認證的食材等，2022~2024年採購國際認證項目的金額分別佔整體採購金額的0.16%、0.15%及0.27%。

2024年採購國際認證項目

3,587千元



海港餐券
捲筒衛生紙
飲料紙杯

3,328千元



鰈魚菲力
唐揚鰈魚酥

近3年採購國際認證項目比例

單位：千元，占採購金額%



近3年採購有機履歷食材項目比例

單位：千元，占採購金額%

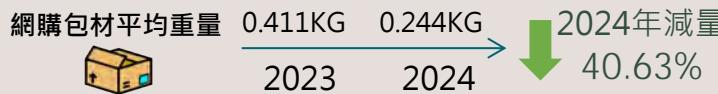




落實情形

04 環境管理

包含產品包裝符合綠能概念、拓店/改裝採用綠建材，及環境管理要求供應商遵守雙方永續發展政策條款等。



• 溫室氣體盤查

漢來美食資本額未達50億元，依上市櫃永續發展路徑圖尚不須揭露盤查或確信情形，自行規劃的盤查查證進度則持續推進中，相關規劃及進度如下：

- ✓ 2024年底已完成全公司2023年度盤查。
- ✓ 預計2025年5月進行本館及美山工廠模擬查證。
- ✓ 預計2025年9月底前完成2024年度溫室氣體報告書。
- ✓ 預計2026年執行本館及美山工廠正式查證。
- ✓ 預計2027年執行全公司廠正式查證。

• 產品包裝綠能概念 SASB : FB-RN-150a.2

漢來美食持續落實的產品包裝綠能概念包括：

- ✓ 部份外帶容器採全澱粉基材質產品，自然堆肥3~4個月便可完全分解，不產生任何毒性物質。
- ✓ 餐墊紙、紙袋、禮盒等採用再生紙製品，包裝並採用無毒環保大豆油墨印製。
- ✓ 年節禮盒以可再利用角度設計；空盒可再利用作為收納盒、面紙盒或托盤等。
- ✓ 餐具、提袋以紙類或可自然分解之PLA材質產品替代，例如便當手提袋。
- ✓ 韻應政府環保政策，旗下咖啡廳自備飲料杯享折扣優惠。
- ✓ 南港宴會廳開幕以來即不提供瓶裝水，2024年總計減量38,000會議人次瓶裝水需求。

因應網路購物盛行，環境部除要求包材添加回收或再生原料外，並推動包材逐年減重。漢來美食2024年網購包材平均重量較基準年減量達40.63%，包材並符合禁用PVC、紙類包材含90%回收紙及塑膠包材符合25%再生料限制，共同致力減輕環境負荷並貢獻淨零目標。

• 病蟲害管理

漢來美食秉持餐飲衛生第一，旗下餐廳除落實每日自主環境衛生管理，並委託專業合格廠商及技術人員施做防治消毒，找出孳生源徹底解決蟲鼠害，做好蟲鼠害自主防治。

- ✓ 各廳2024年起增添調製漂白水使用的濃度測試計及驅鼠器等配備，提升環境清潔管理成效。
- ✓ 總公司餐務部衛生管理人員定期或不定期至各廳進行環境衛生清潔稽查，每季並召開環境衛生管理簡報會議，檢討病蟲害防治工作，以維護營業現場環境清潔衛生及食品安全，確保顧客舒適愉快之用餐環境。



落實情形

04 環境管理

包含產品包裝符合綠能概念、拓店/改裝採用綠建材，及環境管理要求供應商遵守雙方永續發展政策條款等。



• 拓店採用綠建材

- ✓ 新展店及舊店裝修均採用節能設備，2024年投入建置省電照明及省電空調金額約207萬。
- ✓ 2023年4家品牌餐廳及1家宴會廳進駐台北漢來大飯店，全案係取得黃金級綠建築標章，取得綠建築評定之建築物，原則可保證未來大約40年的使用階段提供使用者省電20%、省水30%的效益。配合智慧建築投入的建置成本約1,063萬；省電照明及省電空調金額約6,747萬，投入總金額約7,810萬。
- ✓ 汐止中央工廠預計2025年動工，全案朝銀級綠建築及銅級智慧建築規劃。
- ✓ 機電及廚房設備定期維護保養，以達到最佳使用狀況、減少能源浪費。



05 推動餐廳評鑑

包含綠色友善餐廳認證、綠蔬食評鑑指南、綠色餐飲指南及HACCP衛生評鑑、優良餐廳評鑑等。



• 餐廳評鑑認證

漢來美食以推行餐廳評鑑認證機制，落實支持永續及在地食材的採購政策、提升食品安全衛生及品質的管理機制，及維持產品服務創新的動能，相關推動情形請參閱本報告書「[2.食品安全防護](#)」相關說明。

- ✓ 環保餐廳、綠蔬食評鑑指南、綠色餐飲指南及綠色友善餐廳認證
- ✓ 優良餐廳評鑑及AMOT溯源餐廳認證
- ✓ HACCP衛生評鑑



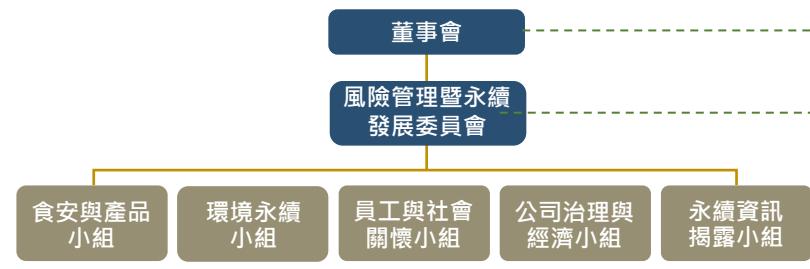


氣候變遷管理

GRI : 201-2 | 作業辦法 4-2-1~3、4-2-6、4-2-8

氣候變遷是目前投資者最關注的ESG議題，關於這項議題，企業須面對來自供應鏈的監督、主管機關的要求及投融資的資源及力量，正視淨零碳排的執行並訂定目標。在國內，金管會已發布永續發展路徑圖規範上市櫃公司應依時程完成溫室氣體相關資訊揭露；此外國際金融穩定委員會(FSB)在2015年成立工作小組，也擬定氣候相關財務揭露建議(TCFD)，協助組織評估及管理邁向低碳經濟轉型的風險與機會並發展符合建議的揭露資訊。

漢來美食參考TCFD架構執行氣候變遷管理情形如下：



漢來美食將氣候議題的治理納入風險管理政策及程序，**管理階層**負責協助與監督各部門風險管理活動的執行，並向風險管理暨永續發展委員會及董事會報告。

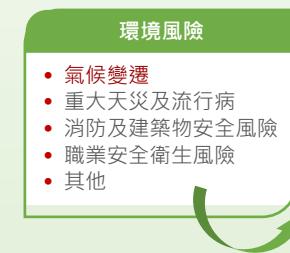
漢來美食將氣候議題的治理納入風險管理政策及程序，由**董事會**擔任最高治理層級，負責監督與指導公司對氣候相關風險與機會的管理情形。

漢來美食將氣候議題的治理納入風險管理政策及程序，由**風險管理暨永續發展委員會**負責審查風險管理執行情形，提出必要的改善建議，並每年至少一次向董事會報告。



漢來美食的氣候風險管理係整合於風險管理制度，2024年依「風險管理政策與程序」執行的風險辨識及對應策略結果，請參閱本報告書「[1 誠信永續經營](#)」相關內容說明，並已於2025年2月27日提報風險管理暨永續發展委員會及董事會。

2024年經蒐集食品業氣候風險與機會議題，共鑑別8個風險項目及7個機會項目，納入上述風險管理制度評估的風險項目計5項，未納入的3項風險項目與所有的機會項目，另以問卷由內部高階主管進行評估，以利完整排序所有辨識的氣候風險與機會的影響。



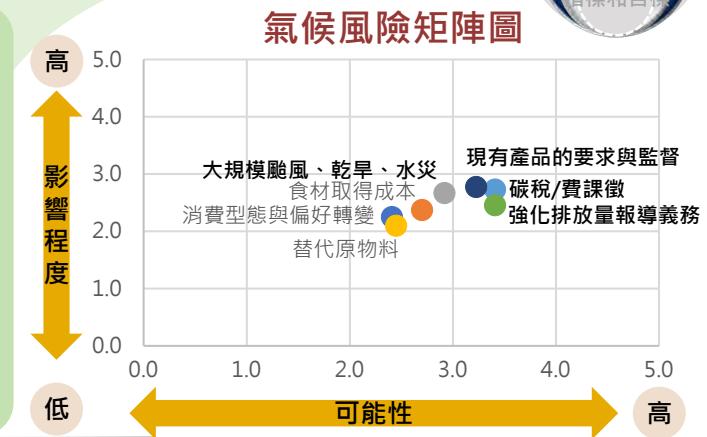


氣候風險與機會評估

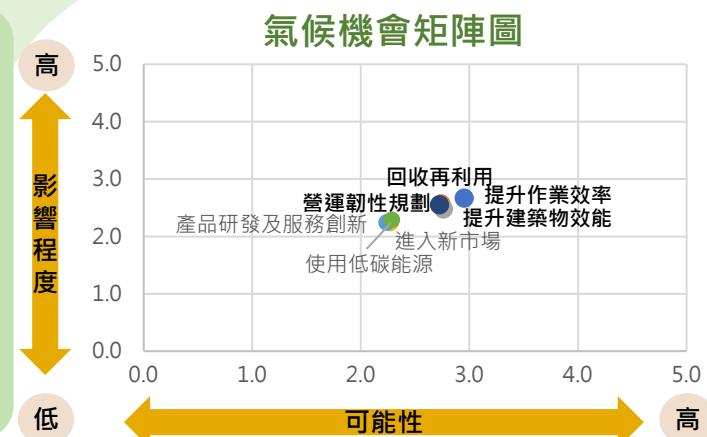
GRI : 201-2 | 作業辦法 4-2-1~3、4-2-6、4-2-8

漢來美食2024年經蒐集食品業氣候風險與機會議題，共鑑別8個風險項目及7個機會項目，並展開其潛在的業務、策略及財務影響，經內部評估各項目發生的可能性及影響程度，所得的評估結果如下：

風險項目	影響期間	潛在業務、策略及財務影響
R1碳稅/費課徵	長期(5年以上)	法規或稅制使維運成本及相關投入增加
R2強化排放量報導義務	長期(5年以上)	法規強制公司執行盤查、申報與查證
R3現有產品的要求與監督	長期(5年以上)	環保法規影響生產及原物料成本
R4消費型態與R5偏好轉變	中期(3-5年)/長期(5年以上)	消費型態與偏好轉變影響營運策略
R6食材取得成本	長期(5年以上)	自然資源改變致食材、商品或能資源取得成本增加
R7大規模颱風、乾旱、水災	短期(1-3年)	重大天災增加影響營運、人員受傷或發生財務損失
R8替代原物料	長期(5年以上)	影響食材的生產或取得及營運模式



機會項目	影響期間	潛在業務、策略及財務影響
O1提升作業效率	短期(1-3年)	數位轉型或改變流程使營收增加、成本降低
O2回收再利用	中期(3-5年)	減少廢棄物或資源化創造收益或節省成本
O3提升建築物效能	短期(1-3年)	減少費用及節能減碳
O4使用低碳能源	中期(3-5年)	減少排放、降低新制費用及衝擊
O5產品研發及服務創新	短期(1-3年)	滿足消費型態及市場偏好並增加營收
O6進入新市場	長期(5年以上)	取得低碳經濟市場地位，尋得合作夥伴、資金或補助
O7營運韌性規劃	長期(5年以上)	降低營運中斷機率與可能損失





氣候變遷管理具體行動方案

作業辦法 4-2-1~3、4-2-6、4-2-8

漢來美食透過氣候風險與機會的評估，以發生可能性及影響程度均在2.5分以上者為重大項目，進一步發展因應機制並規畫投入行動，目前已展開的具體行動方案及預計效益如下：



風險/機會項目	專案	完成時間	投入情形	因應措施及預計效益
R1碳稅/費課徵	碳盤查專案	2024/12		2024年底完成全公司2023年度範疇1~3盤查，並持續全年公司年度溫室氣體統計報告工作； 2025年推動本館及美山模擬查證。
R2強化排放量報導義務				
R3現有產品的要求與監督	網購包裝減量計畫	2023/07~2026/12		配合法規推動網購包裝重量限制、包材符合禁用PVC、紙類包材含及塑膠包材使用再生料限制 2024年包材平均重量較基準年減量達40.63%。
O7營運韌性規劃	SRM供應商關係管理平台	2024/12	2024年共計	以平台強化供應商評鑑管理，提升採購詢報價效率、簡化採購作業並提升送貨準交率，進而建立替代食材及廠商清單強化供應鏈，降低食材價量變化對營運的衝擊。
O1提升作業效率	RPA流程自動化機器人	2023/12~2024/12	投入868萬	優化帳務流程及標準化，節省人工作業時間。
	巨蛋分公司磁浮式冰水主機汰換	2024/07		巨蛋分公司配合百貨規劃共同投入，透過提升壓縮機的壓縮效率和馬達效率，估計可節省主機用電25%。
O3提升建築物效能	拓店改裝綠建築及節能設備	2024/01~2024/12		新拓店及舊店裝修均採用節能設備，2024年兩家新餐廳投入省電照明及省電空調金額約207萬
	美山中央工廠節電設備	2024/12		設備建置預估節電效能約3%，試行後若效益佳將延伸至其他據點使用。

風險/機會項目	專案	完成時間	投入情形	規劃目標
O1提升作業效率	AI語音訂位系統 人臉辨識系統及制服管理系統			取代人工作業及提升服務品質。 簡化作業流程及提升管理效能。
O2回收再利用	廢油及廚餘資源化	2025/01~2025/12	規劃中	廢油已完成高值化轉為永續燃油，廚餘朝減量及轉化為有機肥料等產品規劃。
O3提升建築物效能	拓店改裝綠建築及節能設備			2025年拓店及改裝店數計16家，均規劃採用節能設備；研發中心以銀級綠建築及銅級智慧建築為目標進行規劃。
R7大規模颱風、乾旱、水災	發展用水用電備援機制			降低天然災害對營運的衝擊。

風險項目	控制機制
R1碳稅/費課徵	推動碳盤查
R2強化排放量報導義務	強化碳盤查小組職能
R3現有產品的要求與監督	落實網購包材減量計畫
R7大規模颱風、乾旱、水災	發展用水用電備援機制

機會項目	發展機制
O1提升作業效率	投入數位轉型
O2回收再利用	推動廢棄物資源化
O3提升建築物效能	採用綠建築或節能設備
O7營運韌性規劃	落實風險管理及供應鏈管理



能資源使用

GRI : 302-1、302-3 | SASB : FB-RN-130a.1 | 作業辦法 4-1-1-8

漢來美食能資源使用主要為烹調使用的瓦斯、照明與空調。瓦斯耗用主要隨營運量增減；照明與空調則響應淨零排放建議，在拓店改裝時即優先採用節能設備，既有機電及廚房設備並以定期維護保養保持設備最佳使用狀況，並減少能資源浪費耗用。政策上除內部宣導節約能源，並於會議檢討能源費用節約成效外；營運面並以視訊會議、數位轉型導入電子化系統，或使用平板等電子工具取代紙本作業等具體作為落實節約理念；對外並響應政府政策，2024年7~9月高雄本館海港等10家餐廳即透過用餐冷氣適溫運動，向顧客推廣共同落實省電的具體行動。

漢來美食依公司「環境及能資源管理政策」統計能資源使用結果如下，2024年能源消耗密集度雖較2023年略增3.09%，但比較往年(2021~2022)則減少約14.63%~16.26%。

能源使用類型	計算單位 ^(註1)	2022用量	2023用量	2024用量	計算單位 ^(註2)	2022用量	2023用量	2024用量	耗用密集度 萬元營收 消耗量 GJ	2022	2023	2024
		2022用量	2023用量	2024用量		2022用量	2023用量	2024用量		2022	2023	2024
外購電力	度	18,441,048	20,242,117	27,085,757		66,388	72,872	97,509				
天然氣	度	2,519,937	2,707,014	3,180,950	GJ	94,891	101,935	119,862				
液化石油氣LPG(桶裝瓦斯)	公升	3,807	5,149	5,341		105	143	133				
汽油	公升	4,252	5,245	4,642	總計	139	171	148				
						161,523	175,121	217,652				
					年度營業額 (萬元)	375,687	491,853	592,981				

註1：係依據電費單、瓦斯費單及瓦斯桶(罐)等明細表統計彙整；汽油以年平均油價推估使用量；柴油因用量微小未列入計算。

註2：能源使用統計涵蓋總公司及各分店，並依據環境部發布之「溫室氣體排放係數管理表(6.0.4版)」及2025年最新公告之車用汽油與液化石油氣熱值進行計算。2022~2024年使用的各能源使用量之熱值轉換因子為：

能源使用類型	計算單位	2022	2023	2024
外購電力	GJ/度(KWhr)	0.00360000	0.00360000	0.00360000
天然氣	GJ/立方公尺	0.03765600	0.03765600	0.03768120
液化石油氣LPG	GJ/公升	0.02776084	0.02776084	0.02494914
汽油	GJ/公升	0.03263520	0.03263520	0.03185736

註3：2024年未使用再生能源，來自電網(外購電力)的能源消耗占總能源消耗44.80%。

註4：2024年營運範圍與2023年相較，新增2家餐廳，且2023年有11家餐廳未滿1年。2024年營收成長約20.55%，能源消耗量增加24.29%，是以能源耗用密集度增加3.09%。



能源消耗量及密集度

單位：GJ，每萬元營收消耗量GJ





溫室氣體排放

GRI : 305-1、305-2、305-4 | 作業辦法 4-2-9

漢來美食資本額未達50億元，依上市櫃永續發展路徑圖尚不須揭露盤查或確信情形。溫室氣體排放統計係每年依自訂「環境及能資源管理政策」，參考ISO14064-1及環境部公告之排放係數及熱值等標準計算；另啟動盤查及查證專案，由環境永續小組所屬職安室統籌，依據ISO14064-1：2018標準出具溫室氣體報告書，雙軌並行直至專案統計結果符合揭露時限要求為止，盤查規劃及進度請參見本章「4.2環境理念-環境管理落實情形」。前述統計範圍為全台各分公司及中央工廠，所計算的溫室氣體包含二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟碳化碳、六氟化硫及三氟化氮。

• 自訂政策統計結果

公司每年依自訂「環境及能資源管理政策」，參考ISO14064-1標準、環境部發布之「113年2月5日公告溫室氣體排放係數」及最新熱值，及AR6之GWP值，自行盤查範疇一與範疇二排放量如下：

能源類別		2022排放量	2023排放量	2024排放量
範疇一	天然氣	4,739.68	5,091.55	6,731.10
	液化石油氣LPG(桶裝瓦斯)	6.80	9.20	8.42
	汽油	10.04	12.39	10.68
範疇二	外購電力	9,128.32	9,999.61	12,838.65
	合計(公噸CO2e)	13,884.84	15,112.75	19,588.85

註1：各年度採用之排放係數及轉換係數如下表：

能源使用類型	計算單位	2022	2023	2024
電力	KgCO2e/kwh	0.495	0.494	0.474
天然氣	KgCO2e/M3	1.880871333	1.880871333	2.116066917
液化石油氣LPG	KgCO2e/L	1.754403588	1.754403588	1.575715406
汽油	KgCO2e/L	2.361397905	2.361397905	2.301025342

註2：本公司未購買綠電，電力排放計算為地點基礎；溫室氣體盤查採用營運控制法。

• ISO 14064-1專案盤查結果

盤查專案依據ISO14064-1：2018標準出具溫室氣體報告書，盤查結果如右。其中類別2盤查結果與自訂政策範疇二統計結果差異較大，係計算上範疇二採用抄表度數，類別二採用營業場所坪數分攤度數所致。

排放密集度	2022	2023	2024
萬元營收 排放量 (公噸CO2e)	0.037	0.031	0.033



註3：上述揭露數據與2024年度年報差異係：

- (1) 汽油及液化石油氣依環境部2025年公告之熱值及轉換係數更新；
- (2) 2024年外購電力排放係數依經濟部能源署2025年公告更新為0.474KgCO2/kwh；
- (3) GWP值更新為IPCC AR6第6次評估報告。

註4：2024年排放量較2023年增加4,476.10公噸(+29.62%)，調整兩年度營運範圍差異(2024年新增2家餐廳，及2023年有11家餐廳營運未滿1年)影響排放量3,694.30公噸後，為增加781.80公噸(+5.17%)。

排放類別	2024排放量	小計
類別一	5,703.75	
類別二	2,915.87	
類別三	5,513.79	
類別四	4,025.25	
合計(公噸CO2e)	18,158.66	18,158.66



營業用水統計

SASB : FB-RN-140a.1 | 作業辦法 4-1-1-9

漢來美食營業用水以自來水為主，2024年取水密集度為每千元營收0.0985度(或立方公尺m³)，較2023年略增0.42%，雖未達成內部環境及能資源管理政策所訂目標，但比較往年(2020~2022)則減少約18.49%~37.94%，將持續推行節約用水宣導及管理。

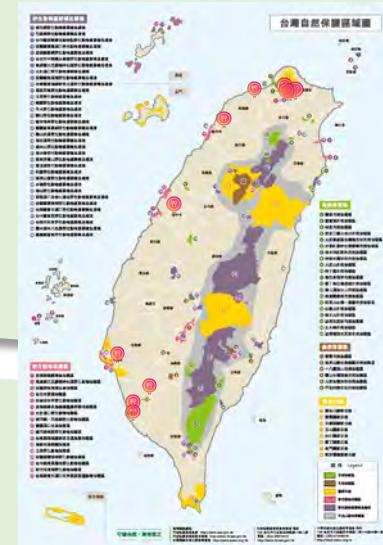
漢來美食因各據點排水納入所屬商場大樓，未另行統計排水量，耗水量計算方式為取水量等於排水量，並無耗水量產生。

能源類別	單位	2022	2023	2024
取水量	度	453,973	482,438	584,055
每千元營收 取水量	(或立方公尺 m ³)	0.1208	0.0981	0.0985



註1：係依據水費單彙整。

註2：依據WRI Aqueduct顯示之台灣地區水資源壓力情形，目前為低水資源壓力地區。



漢來美食分公司所在地

資料來源：農業部林業及自然保育署自然保育網

生物多樣性

GRI : 304-1、304-2

漢來美食的營運據點均位於高度開發的都會區，對比農業部林業及自然保育署自然保育網台灣自然保護區域圖，與受保護的範圍（野生動物重要棲息環境、野生動物保護區、自然保留區、自然保護區、國家公園）未有重疊。

身為餐飲業者，漢來美食在本業上以多元、在地，及有機履歷食材的採購支持永續農業與漁業，2024年採購國際認證項目及有機履歷食材情形，請參見本章「4.2環境理念-綠色採購落實情形」。

此外漢來美食致力於永續食材的推廣，如旗下餐廳與AIT美國在台協會合作永續海鮮嘉年華，宣導維護海洋生態平衡的重要性；並以各類永續飲食理念的評鑑參與作為具體行動，如漢來蔬食巨蛋店2023年獲綠色餐飲指南有機友善食材運用獎。各項投入請參閱本報告書「2.食品安全防護」相關內容。



2023-2024

綠色餐飲指南

有機友善食材運用獎

• 漢來蔬食巨蛋店





廢棄物管理

GRI : 306-1、306-2、306-3 | SASB : FB-RN-150a.1

餐飲服務業的循環是從取得原物料、週邊設施、廚務生產到末端消費者食用，漢來美食屬產業中游，將各類原料包含蔬果、肉類和水產海鮮等食材，透過各式烹飪和料理等加工方式販售給來店消費大眾，營運主要產生的廢棄物有一般性廢棄物、廢水、廢食用油及廚餘，均非有害事業廢棄物。

各分公司的事業廢棄物管理均由總公司餐務部主導，以確保廢棄物流向符合相關法令；新設分公司時會確實評估店內產生的廢棄物種類及數量，如實填具事業廢棄物清理計畫書提交各地環保局，以符合相關法規必要程序。漢來美食營運據點均為營業租賃，故由出租人負責申領污染設施設置或污染排放許可證、繳納污染防治費用及設立環保專責單位人員，漢來美食各廳人員則配合出租人落實資源分類回收。所有廢棄物均依《事業廢棄物儲存清除處理辦法》及設施標準辦理，以免造成環境汙染；生活廢棄物及廢食用油則交由合格廠商處理，餐務部並持續每月追蹤記錄各餐廳廢棄物產生量，力求透過管理及推廣減少廢棄物。

近3年廢棄物總量增加，後續依廢棄物類型分析千元營收產生重量並說明管理情形。廢棄物中廢食用油及廚餘屬食物廢棄物，2022~2024年「食物廢棄物占廢棄物總量」及「廢棄物再回收處理占廢棄物總量」均為57.68%、54.38%及50.55%。



廢棄物統計及密集度

單位：公噸、每百萬元營收重量(公噸)



一般性廢棄物管理及工程廢棄物處理

漢來美食對每日產生的生活垃圾，均自源頭垃圾分類，落實垃圾減量並配合駐店百貨指定區域儲存，做好環境衛生管理，再由百貨合格的廠商清運及焚化處理。

近3年依環境部餐館業事業廢棄物清理計劃書估算全台生活垃圾重量比較如右圖。

2024生活垃圾密集度為每千元營收0.198公斤，較2023年增加約21.59%，內部環境及能資源管理政策雖未訂定生活垃圾管理目標，仍將持續以進貨及庫存使用塑膠儲運籃等措施，減少一次性包材用量並落實垃圾減量。

至於裝修/機電/廚具工程所產生的工程廢棄物，係委由簽約的內裝廠商及環保廢棄物運送公司處理，由委託公司先將廢棄物分類，屬於不可回收的垃圾直接運送至合法焚化廠焚燒，屬於可回收的廢棄物則回收至資源回收廠。

生活垃圾產量及密集度



廚餘與一般垃圾分類流程



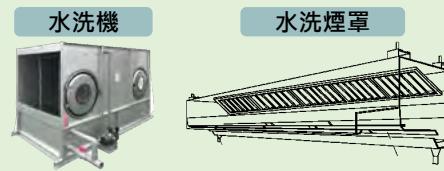


廢水及廢食用油管理

GRI : 306-1、306-2、306-3 | SASB : FB-RN-150a.1

油煙油污管理

餐廳營運過程會產生油煙及帶有油脂的污水。漢來美食在油煙處理上，使用水洗煙罩或在煙油罩上加上靜電機，末端再加上水洗機設備，以確保去除異味及油粒；在廢水防治上，廚房區設有攔渣槽及油脂截油槽，污水經有效攔截殘渣及分離油脂後再排入主幹管中，避免造成水污染，每日營運結束後並清理及記錄，每年則例行維護保養以確保設備效能。除部分租賃百貨商場提供的污染防治設備外，公司並自行購置相關設備以降低油煙及油汙對環境的衝擊。截至2024年底相關資訊如下：



利用水霧除去油煙中的油粒子，可除油



利用電極吸附除去油煙中的油分子，可除油除味

防止高濃度的脂肪和油脂從廢水進入下水道系統

2024年底投入環保設備帳面成本 **37,274** 千元2024年環保設備維修費 **1,375** 千元2024年環保設備清潔費 **7,803** 千元

廢食用油管理

廢食用油為餐飲營運與食品安全最為攸關的項目，各餐廳廚房除落實《食品良好衛生規範準則》「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」的換油要求，並遵循法規進行油炸油檢測，妥善紀錄檢測結果，並由餐務部每月統計分析廢食用油量是否在合理範圍。2024年廢食用油密集度為每千元營收0.021公斤，較2023年略增約4.06%，未達成環境及能資源管理政策所訂目標，將持續檢討改善。

漢來美食的廢食用油均透過專業合格的清運廠商處理，交由回收業者作為製成生質柴油原料，每次回收均依各公司事業廢棄物清理計劃書內容，以網路申報產出、儲存、清除、處理、再利用、輸出及輸入情形，以符合環保法規。2024年5月起高雄本館、巨蛋及南港3處主要據點更與業者合作，開啟廢食用油回收高值化的新模式，經智慧機台回收後精煉轉成SAF永續航空燃料的原料，不僅降低碳排；更做到精準追溯油品產源履歷，嚴格把關食安問題。





廚餘管理

GRI : 306-1、306-2、306-3 | SASB : FB-RN-150a.1

漢來美食公司全台各餐廳廚餘均以合約委由專業合格的廠商清運，餐務部並每月追蹤記錄各廳廚餘量，力求透過管理及推廣減少廚餘，2024年廚餘密集度為182.19克，較2023年增加約4.29%，未達成環境及能資源管理政策所訂目標，將推動導入源頭減量及廚餘資源化解方。

廚餘源頭減量政策

01 源頭管理

- 適量進貨
- 規劃食材供應品質
- 設定食材儲存條件
- 建立倉儲管理規章
- 調理前烹飪量評估
- 全食材運用(熬湯)
- 減少油炸食品
- 適當處理及製作時減少因汙染或腐壞而丟棄
- 加強惜食宣導
- 調整及規劃供餐型態：
 1. 新鮮食材現點現做
 2. 熟食少量多次動態供應
 3. 餐食力求美味減少剩食
- 蛋糕特定時段及電商即期品促銷

02 調理減廢管理

03 販賣減廢管理

廚餘資源化解方



原物料

採購有機、履歷及永續認證
生鮮食材



生產

落實源頭/調理/販賣3階段
減量管理政策



回收

廢棄物高資源化轉為肥料再
投入種植

漢來美食從原物料採購階段即致力於支持永續及在地食材，落實環境保護；生產階段並落實源頭減廢政策；回收階段將推動透過廚餘微生物發酵處理及黑水虻生物處理轉為肥料，並將肥料用在永續供應鏈的小農生產上，形成永續循環。

年節期間以年菜調理及料理變化為主題製作短影音，落實推廣惜食理念。



目前廚餘仍以清運後再利用方式處理，由廚餘廠商每日至冷藏室清運廚餘至畜牧場作為養豬使用(畜牧場須依政府規定依法須高溫蒸煮後方能餵豬)，清運作業流程如下：

廚餘清運作業流程

廚餘以白色
垃圾袋收集



送至冷藏室



倒入冷藏室
廚餘桶



廠商清運
至畜牧場



廚餘產生量及密集度



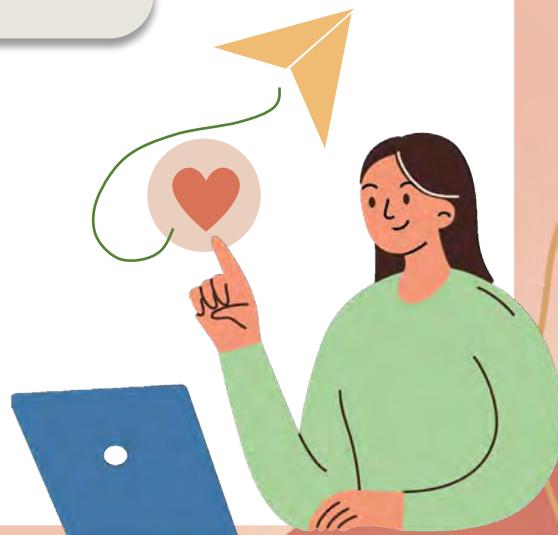
PART FIVE

5

職場和諧健康

管理方針

漢來美食視員工為最重要的資產，除建立完整培育及升遷制度，並本著勞資和諧的理念雙向溝通、制定人權政策，致力於打造DEI職場。同時重視職場安全衛生，以完整的職安照護體系建立安心職場。





員工組成與多元性

GRI : 2-7、2-8

餐飲業的成功，除了要有持續的研發、服務品質的堅持外，管理、人才、國際化經驗更是重要的策略資產。漢來美食透過多元的召募管道，任用來自不同國籍的多元化人才，對於打造多元平等包容的環境十分重視，也以創造性別平等、人才充足及人員穩定的工作環境為目標。2024年響應「2024 TALENT, in Taiwan · 台灣人才永續行動聯盟」，持續以行動支持，和天下學習、Cheers快樂工作人、人才永續頻道、及400+聯盟夥伴推動倡議，為每一位工作人創造更好的未來。

2024年12月31日



總員工人數 1,887 人

範圍涵蓋台灣全職人員。為支應臨時性業務與彈性排班，另進用兼職人員 492 人；2024年末聘用「無時數保證」類型員工；所有員工中女性計 889 人，占比為 47.11%，近3年男女比例漸趨平衡，男性員工佔比仍較高主要反映廚師以男性為主的產業特性。



含外籍員工 28 人，占比為 1.48%。含實習生的非台籍員工則有 165 人，為來自中/日/加/緬/港/馬/印/斯里蘭卡等地之多元人才。



含身心障礙者 28 人：法定應聘人數 19 人，實際聘用 28 人，近5年均超額進用。

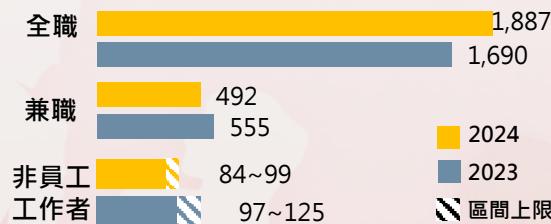


另有非員工工作者 84~99 人 (由 15 家外包廠商支援)

- 間接聘僱各餐廳餐具洗滌人員：依全時等量法計算約 75~87 人；
- 機動性視現場需求調派的公共區域暨廚房清潔維護人員：依全時等量法計算約 9~12 人。



基本雇用型態



多元人才組成

2023 → 2024

身心障礙	23 → 28 (+5)
外籍員工	28 → 28 (+0)
非台灣籍員工	114 → 165 (+51)

近3年員工人數

	男	女
2024	(52.89%) 998	(47.11%) 889
2023	(53.37%) 902	(46.63%) 788
2022	(53.49%) 881	(46.51%) 766

註：1. 以全時等量法計算之區間人數。

2. 非員工工作者因人數較少，故圖表調整比例呈現。

註：1. 外籍員工指向勞動部申請聘用的非台籍員工。

2. 非台灣籍員工指員工國籍非屬台灣者。

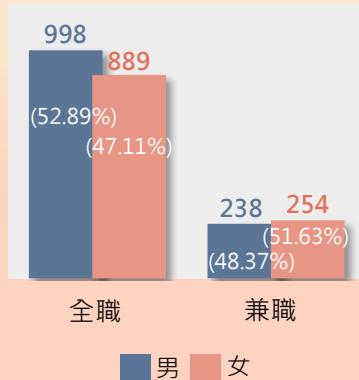


雇用型態與人力結構分析

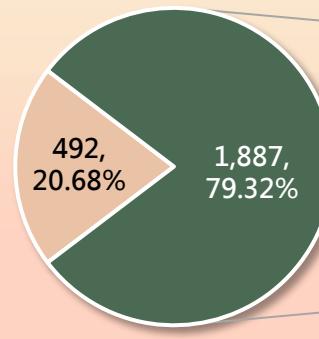
GRI : 2-7、202-2、405-1

截至2024年12月31日，漢來美食除全職員工1,887人外，另有兼職人員492人；全職員工依合約類型可分為簽訂不定期契約的正式員工1,661人及簽訂定期契約的約聘員工226人，約聘員工係外籍專業人員34人及簽訂定期契約之實習生192人，其工時及休假等與正式員工相同。

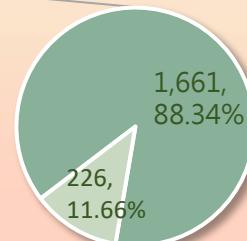
雇用類型性別概況



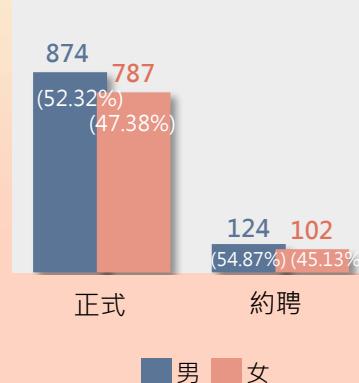
員工雇用類型占比



員工合約類型占比



合約類型性別概況



註：圖為全職員工1,887人合約類型分布，不含兼職員工。

漢來美食以副理級(含)以上員工為管理職，截至2024年12月31日共265人，占比14.04%，其中外國籍者2人，當地居民占比為99.25%；高階管理階層為副總經理級(含)以上主管、財會部門主管及執行辦公室主管共11人，當地居民占比為100%；實習生為192人，占比10.17%。員工年齡層主要為30歲以下計939人，占比49.76%。員工職級、年齡層及性別概況如下：

員工職級概況



各職級性別概況



員工年齡層概況



各年齡層性別概況





人才召募與留任

餐飲服務業在少子化、職場多元選擇及同業競爭等因素下，近年面對嚴重的缺工議題。「以人為本」是漢來美食的經營理念，漢來美食深知人才是重要的策略資產，也是扶持企業站穩和成長的關鍵，召募及留才策略的重點在想辦法將員工照顧好，進而讓服務內化為企業文化的DNA，透過「以人為本」的管理思維，樹立永續發展的重要根基。人力資源管理相關策略如下：

降低召募困境

- 強化現場管理
- 降低離職率
- 人力盤點、缺口預測
- 建教合作
- 公部門管道
- 離職員工回任

提升召募優勢

- 薪資福利
- 獎酬/訓練
- 企業形象
- 風評口碑

簡化作業流程

- 優質餐巾紙替代口布
- 餐具擺盤簡化
- 廚房設備升級
- 菜單設計優化
- 外包OEM

IT優化及數位運用

- APP訂位訂餐
- 平板手機點餐
- 機器人卸餐
- 人力資源BI
- 人臉辨識系統
- 智能物流導入

2024
全新召募影片



漢來美食以「培育優質人才」做為核心招聘理念，透過多元管道積極召募對餐飲有興趣及能力的人才，建立完整培育及升遷制度以因應組織拓展。公司在缺額待補時，會以內部晉升或調任為優先，若無適當人選或有特殊技術及專業需求時，則採取對外徵才。2024年錄製全新語言課程上架數位學習平台，供外籍生擁有足夠資源快速上手工作所需能力；並上架全新召募影片，不分年齡、不分國界向人才招手，共同朝環保永續的經營努力；此外持續開發海外餐飲大學實習生召募，以創造性別平等、人才充足及人員穩定的工作環境為目標。



內部晉升、調任

優先

無適任人員

對外徵才

• 勞工局
就業徵才
專案召募

• 建教合作
高職(輪調、階梯)
大專實習

• 人力仲介
僱生
人力派遣

• 實習生留任
• 離職員工回任

• 網路徵才
人力銀行
FB.官網.社群

• 中高齡就業
• 65歲屆齡續用

• 專案
青年就業計畫

• 就業專班
大專





人才召募與留任

多元徵才管道中，主要透過積極投入產學合作，以實習計畫讓學生在校期間至公司實習，畢業後可選擇留任，無縫職場接軌。產學合作同時有助於培育公司儲備人力、支持地方教育及在地就業，是學生、企業及社區多贏的合作方案。

	地區	學校	人數	期間
產學合作	南部	屏東科技大學等17家	59	
	中部	僑光科技大學等5家	11	一年或半年實習
	北部	台北城市科技大學等14家	40	
建教合作	南部	中山工商等7家	146	
	中部	慈明高中等3家	20	高中3年輪調 一年建教實習
	北部	永平工商等5家	42	
產學攜手	南部	正修科技大學等5家	129	
	中部	弘光科技大學等2家	18	半工半讀 以正職聘用
	北部	萬能科技大學等3家	20	
新南向專班	中部	修平科技大學等2家	13	
	北部	台北城市科大等3家	48	僑生
共54家(扣除12家多方方案合作學校)			546	



除產學合作外並配合辦理就業宣導、學校參訪及協同教學。

近年因少子化及僑生引進受限等政策因素，使實習生進場人數減少，漢來美食除致力於提升實習生留任比率及中高齡任用比率外，並持續新增FB、line群組等多元管道以為因應。



註：高職生通常考量升學因素，留任比例會較低，整體而言近3年實習生留任率呈上升趨勢。



註：中高齡任用人數持續上升，2024年任用比率較2022年增加0.64%，較2023年略減0.21%。係2023年員工總人數增幅高於中高齡任用人數增幅所致。



實習生計畫

- 實習生召募：
半年一次，2024年共新進244人。
- 實習生餐敘：
半年舉辦一次
全年共舉辦20場
360人次參與 (參與率87.80%)。

漢來美食在產學合作方面，特別重視實習生計畫。實習生計畫提供的職缺能協助學生快速融入職場，實習生中因為有較高比例的外籍生，實習期間特別配置輔導人員隨時協助。公司除配合學校表揚實習優秀學員，給予餐飲券及實習結業證書外，每半年並舉辦一次實習生海港下午茶餐會，邀請實習單位主管及人資部門列席參與，讓學生分享實習心得並由主管即時回饋。此外實習生有多元管道可即時向學校或單位主管反映工作問題，人資部門受理問題反映後透過訪談、溝通、資料蒐集掌握狀況並提供協助，並每月彙整統計資料在內部會議宣導分享、推動改善。漢來美食以年資接續及晉升調薪鼓勵實習生留任。

(整理自問卷調查與自由回饋語，反映實習制度改善成果與學生實際感受)

心得分享



實習讓我學到專業服務與細節管理的重要性，也提升了溝通和團隊合作的能力，對未來職涯更具信心。

- 桃園湯包實習生

到目前為止我的實習經驗非常愉快，我學到了很多新東西，這對我來說是一次新的經歷。

- 南港島語實習生

工作的團體氛圍很好，希望我可以一直進步。

- 巨蛋海港實習生

學習到很多課程外的東西，累積了不少經驗，讓未來有很好的基礎。

- 竹北湯包實習生



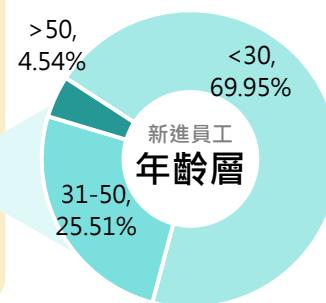


新進及離職員工人數統計

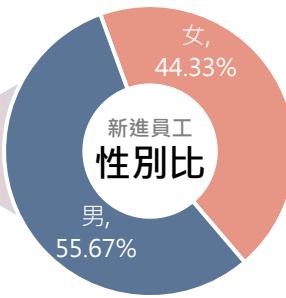
GRI : 401-1 | SASB : FB-RN-310a.1

2024年**新進員工**占年底員工人數46.74%，較去年減少15.80%，主要係2023年台北南港展店人力需求較高所致。近3年新進員工依年齡及性別區分如下，其中中高齡員工進用人數及比率逐年增加，性別占比則轉為男性略高於女性。

年齡	2022	2023	2024
<30	591	671	617
31-50	210	343	225
>50	25	43	40
新進員工合計	826	1,057	882
年底員工人數A	1,647	1,690	1,887
新進員工占比(/A)	50.15%	62.54%	46.74%

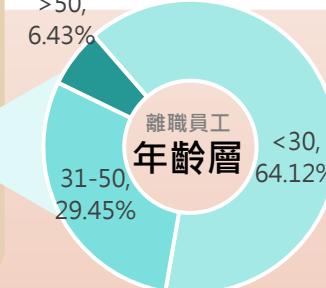


性別	2022	2023	2024
女	413	473	391
男	413	584	491
新進員工合計	826	1,057	882
年底員工人數A	1,647	1,690	1,887
女性進用率(/A)	25.08%	27.99%	20.72%
男性進用率(/A)	25.08%	34.56%	26.02%

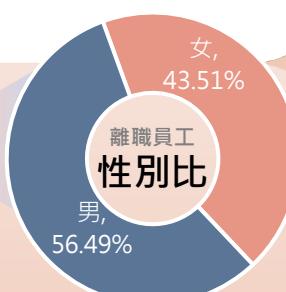


2024年**離職員工**占年底員工人數39.59%，較去年減少16.21%，近3年離職率逐年下降，顯示良好的留才策略逐漸展現成效。整體流動率較高主要受實習生期滿離職返校或回國影響，2024年實習生離職率為9.77%；不含實習生之離職率為39.76%。2024年離職人員中，自願離職者734人，非自願離職者12人，退休1人，分別占年底員工總人數38.90%、0.64%及0.05%。其中非自願離職主要情形為無法勝任工作，經協調後辦理離職手續，非自願離職均依法規給付資遣費。

年齡	2022	2023	2024
<30	680	654	479
31-50	228	254	220
>50	36	35	48
離職員工合計	944	943	747
年底員工人數A	1,647	1,690	1,887
離職員工占比(/A)	57.32%	55.80%	39.59%



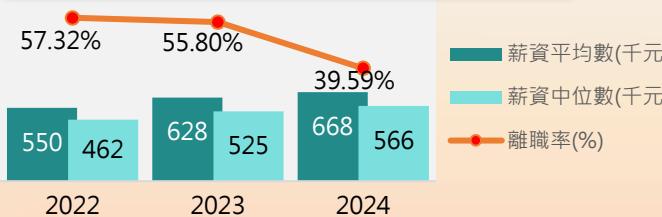
性別	2022	2023	2024
女	420	427	325
男	524	516	422
離職員工合計	944	943	747
年底員工人數A	1,647	1,690	1,887
女性離職率(/A)	25.50%	25.27%	17.22%
男性離職率(/A)	31.82%	30.53%	22.36%





留才策略

近3年非主管全時員工薪資成長率與離職率



漢來美食經內部盤點人力缺員，職級缺口多落在基層，顯示存在向心力不足的現象；而外場缺員比例較高，原因則有工時長、工作壓力大、缺乏職業發展機會及薪資水準偏低等問題。

「以人為本」是漢來美食的經營理念，除完整的人力資源體系，留才策略並朝薪資福利調整、人員培訓、工作與生活平衡及團隊企業文化深耕等多元方案創造吸引力，以健全的福利制度及良好的企業文化作為留才關鍵。

近3年經落實留才策略，薪資平均數及中位數呈現逐年成長，並使離職率逐年下降。

留任/回任

薪資福利

晉升盤點

教育訓練

工作與生活平衡

團隊企業文化深耕

- 實習生餐敘
- 實習生畢業留任
- 留職停薪
- 離職面談
- 離職人員資料庫

- 各職級級距調整
- 派任/職務加給
- 利潤獎金
- 額外福利

- 盤點人力缺員
- 盤點潛力人員
- 盤點接班名單
- 跨部門晉升
- 儲備人力資料庫

- 外場服務應對
- 內場廚藝研發
- HRD系統學習履歷
- 超前學習獎勵

- 紓壓活動
- 競賽活動
- 海神籃球賽
- 職醫職護臨場服務
- 健檢追蹤

- 年度巡迴計畫
- 團隊共識
- 員工關懷
- 學習成長
- 文化塑型

企業文化深耕活動

- 每半年一次，2024年共2梯次93人次。2023、2024兩年度共10梯次204人次參與。

每半年一次的企業文化深耕活動，是為創造參與活動成員心得分享與意見交流的機會，藉由活動讓員工了解公司的文化，也深刻體認共同的信念與價值觀。

企業文化深耕活動目的在提升員工的認同感與歸屬感，深耕主管忠誠度並協助主管層級個人職涯突破，同時分享如何協助員工共同成長、落實適才適所及經驗傳承等具體行動。





留才策略

2024 IT優化及數位運用

人力資源的數位轉型策略聚焦智慧管理與員工感知，同時深化人員資料整合與現場管理應用，包括導入人員辨識（BI）、人臉辨識出勤（FRS）與制服管理平台，提升關懷精準度與運營效率。為強化人力資源管理效率與員工體驗，漢來美食自2014年起推動數位升級專案，分階段導入各項HR數位工具，從基礎行政流程到智慧化人員分析與行為管理，全面提升人資效能與數據決策力。

2014

2015

2022

2024

2025



BPM
線上簽核



HRM
人力資源管理系統



HRD
人力發展系統

- 工作申請
- 異動簽核
- 請款
- 出差申請

- 薪資
- 考勤
- 人力異動

HRD系統功能



線上學習

- 手機APP
- 線上直播
- 行動微學習
- 線上問卷

訓練執行

- 線上簽到簽退
- 證照管理
- 進度追蹤
- 儲備人才庫
- 線上測驗及評核
- 成果分析
- 職涯發展藍圖
- 報表活用

績效管理



人力資源BI 人員辨識系統

- 人力盤點
- 人員結構
- 員工畫像
- 職能訪談及建置
- 員工比較
- 人員KPI



FRS 人臉辨識系統

- 人臉刷卡
- 出勤控制
- 報表輸出



制服管理系統

- 制服換發
- 規格管理
- 申請管理

快速盤點人力，協助主管掌握員工資訊，適時給予關懷，強化情感連結，提升管理效能。

降低身分盜用風險，加快兼職人員薪資結算。以宴會廳為例，處理時間由4小時縮短至1小時。

優化作業流程，降低重複工時，提升人力運用效益。



員工薪資概況

GRI : 2-21、404-3

漢來美食建構的人力資源體系，包括完整的薪資獎金制度、透明流暢的升遷管道、完整紮實的教育訓練規劃、及各項員工福利，讓優秀有企圖心的同仁擁有寬廣的成長空間，共同肩負公司之發展。除以優於勞基法的條件敘薪，內部並建立績效考核制度，考核結果連結公司經營績效後，會合理反映在個別薪資、獎金及酬勞，給予員工實質的利潤回饋。2024年除配合勞基法調整薪資結構及提高薪資級距，並依考核結果調薪。漢來美食的績效考核制度如下：



考核對象

包含正職員工、全職契約人員、半職契約人員等，除實習生及工作未滿半年者不列入考核外，所有人員100%列入考核。



考核頻率

每年二次
(上半年及下半年)



考核時點

每半年終了前一個月通知各單位進行線上考核項目設定，人資部則提供缺勤、獎懲及訓練資料由各單位依核決權限進行考核。



考核結果

年度終了時以上半年綜合平均值作為年度考核成績，並作為升遷、調薪、降職、降薪及年終獎金發放等之主要依據。

2024年調薪概況

- 總調薪人數：1,246人
- 晉升並調薪人數：296人
- 調薪人數占比：76.24%
- 調薪幅度：1.92%~32.08%

漢來美食近3年非擔任主管職務之全時員工薪資平均數及薪資中位數結果如下表。薪資平均數及中位數主要受本業績效達成及獎金發放變動影響，近3年非主管職員工薪資平均數及中位數均逐年成長，展現公司合理公平的薪資獎金制度運作成果，並充分反映員工共享經營績效的實際狀況。

非擔任主管職全時員工	2022	2023	2024	近2年差異
平均人數	1,333人	1,306人	1,503人	+197人
薪資平均數(千元)	550	628	668	+40
薪資中位數(千元)	462	525	566	+41

註1：係依台灣證券交易所發布「非擔任主管職務之全時員工薪資資訊申報作業說明」規定計算，並經會計師檢視及核算。

註2：所稱「非擔任主管職務之全時員工」，係指企業全體受僱員工扣除擔任主管職務者及部分工時員工。

2024年度總薪酬比率相關資訊如下表，最高薪者的薪資為員工薪資中位數的12.53倍，較2023年10.13倍上升；最高薪者薪資的增加率為員工薪資中位數增加率的4.21倍，較2023年2.91倍上升，係董事改選後新屆期為董事長兼任總經理所致。

項目	計算基礎	2023	2024
年度總薪酬比率	$\frac{\text{薪酬最高個人(A)之年度總薪酬}}{\text{所有員工(不含A)之年度總薪酬中位數}}$	1,012.72%	1,253.11%
年度總薪酬變化比率	$\frac{\text{薪酬最高個人(A)之年度總薪酬增加百分比}}{\text{所有員工(不含A)之年度總薪酬中位數增加百分比}}$	290.60%	421.00%

註：總薪酬係彙總主管職人員年度薪資、職務加給、離職金各種獎金、獎勵金、車馬費、特支費、各種津貼、宿舍、配車等實物提供及其他報酬金額。



員工福利措施

GRI : 401-2

漢來美食以健全的福利制度照顧員工，每月固定從營業額提撥部分金額作為全職員工（不含兼職人員）福利之用。

法定福利

1. 勞保及健保
2. 勞工退休金及退休制度
3. 留職停薪（含育嬰留停）
4. 產假、陪產檢假及陪產假
5. 家庭照顧假
6. 生理假

福利活動、禮金(獎金)

1. 制服及免費送洗服務
2. 三節禮金(券)及生日餐飲禮券
3. StayFun福利平台優惠活動
4. 員工旅遊
5. 員工用餐及購物優惠
6. 春酒活動

安全健康

1. 符合勞基法規定之職災補償
2. 員工急難救助
3. 員工餐廳營養衛生的免費餐點
4. 員工團體保險
5. 員工健康檢查
6. 哺乳室
7. 員工關懷與諮詢輔導

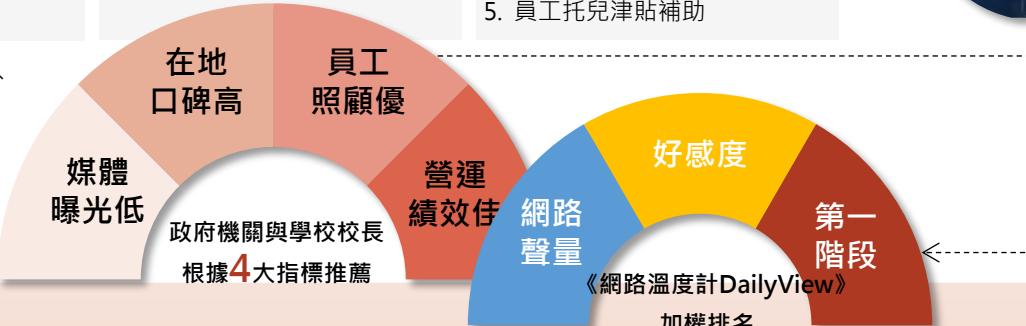
權益維護

1. 成立職工福利委員會統籌辦理員工福利措施
2. 編制職安室及醫護室推動員工職業安全衛生管理及維護
3. 定期辦理勞資會議促進勞資關係和諧
4. 員工育嬰留職停薪申請
5. 員工托兒津貼補助

《Cheers快樂工人》
22縣市隱藏版好企業



《Cheers》邀請全台22縣市長、經發與勞工相關局處長、大學校長等根據4大指標自推薦企業，並與《網路溫度計DailyView》合作，綜合網路聲量與好感度，從300間獲推薦的企業中，評比出最終入榜的77間企業，漢來美食入選高雄市的隱藏版好企業。



1111 人力銀行

幸福企業

品牌報名

年度盛事

幸福職涯

幸福NEWS

1111人力銀行為吸引年輕人更願投入各產業，同時激勵業者提供更好的福利及願景吸引更多優秀人才，進而緩解企業因少子化所受的人才短缺衝擊，特舉辦最喜愛幸福企業票選活動，2024年參與廠商逾4000家，經由初選、網路票選、秘密客評比，和最終幸福企業活動小組綜合各項評比，評比過程除審核資訊正確性、福利制度、勞資關係公開資訊，並以ESG企業永續為加分題，邀集人力資源、企業管理專家學者共同響應活動參任顧問團，強化活動的專業度與公正性。

漢來美食自2022年起，連續3年榮獲餐飲服務類別金獎及銀獎肯定。





員工餐廳

- 完工日期：2024年12月
- 投入金額：與飯店共同斥資2,000萬
- 改裝效益：
 - ✓ 建立舒適、安全、具人本精神的用餐環境。
 - ✓ 提升員工用餐舒適度及對企業關懷的感受度。
 - ✓ 增進衛生安全與健康保障。



員工回饋

- 換了新桌椅，坐起來舒服很多，整體氛圍像咖啡廳。
- 食物選擇變多，新增咖啡機和飲料機，吃得更開心！
- 餐廳變乾淨明亮，整潔度和用餐舒適度大提升。



漢來美食2024年與關係企業漢來飯店共同斥資進行員工餐廳大改裝，包括廚房也大改造，料理設備全升級。新員工餐廳設計感十足、座位舒適，考量熱量及美味，天天更換菜色，餐餐都有

2主菜+3配菜+熱湯、甜湯、單品咖啡、飲料吧，無限供應

少量多次出餐，讓每位員工都能享用到熱食，提升用餐食慾也刺激上班動力。

•Before

員工餐廳設施老舊、照明昏暗，且動線擁擠，影響用餐舒適度與衛生環境。

•After

- ✓ 拆除既有老舊隔間，重整動線。
- ✓ 更新照明系統及桌椅設備。
- ✓ 新增小菜、單品咖啡、飲料機。

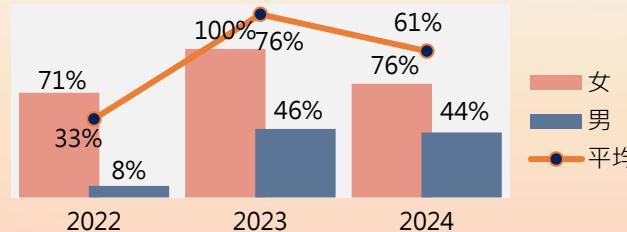




育嬰留停及退休制度

GRI : 201-3、401-3、404-2

育嬰留停申請率



✓ 近3年復職週年留任率均為100%。

2025年為提升員工托兒福利並減輕員工托育子女負擔，促使員工安心工作，吸收並留住優秀人才，推動托兒津貼補助專案，補助正職員工0-12歲子女每月1,600元之津貼。預估符合條件的補助對象有315名，編列專案經費約252萬，持續推動更多福利專案打造友善職場。

近年來，少子化成為世界各國最受關注的社會議題，台灣從2021年起已連續4年人口呈現負成長。少子化也牽動勞動力不足、高齡化及人口結構改變等社會問題。鼓勵生育的措施包含育兒補助政策，或讓家長有更多機會兼顧職場和照顧小孩。漢來美食落實育嬰留停，使同仁可以兼顧工作與家庭，近3年申請人數、申請率、男性申請人數留任率均有良好成效。

育嬰留停	2022			2023			2024		
	女	男	合計	女	男	合計	女	男	合計
享有育嬰留停資格人數(註1)	17	26	43	16	13	29	17	16	33
申請育嬰留停人數	12	2	14	16	6	22	13	7	20
應復職人數(A)	3	1	4	3	1	4	4	5	9
實際復職人數(B)(註2)	2	1	3	3	1	4	3	3	6
育嬰留職期滿復職率(B/A)	66.67%	100%	75.00%	100%	100%	100%	75.00%	60.00%	66.67%
復職後12個月仍在職人數(C)	1	1	2	2	1	3	3	1	4
復職週年留任率(C/前一年B)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

註1：享有育嬰留停資格人數為提出申請產假及陪產假之人數。

註2：更正修訂2022年育嬰留停復職男性同仁應為1人(原為0人)。

退休制度

單位：千元

項目	2022	2023	2024
淨確定福利負債	31,297	31,378	27,058
確定提撥計畫	43,278	48,498	56,081

漢來美食依勞動基準法規定提撥退休準備金，並每年底委請精算師確認準備金充足，確保舊制退休金依法給付。新制勞工退休金自2005年起實施，依勞工退休金條例按月提撥6%至個人帳戶，並依法辦理退休事宜。2024年申請退休計1人，均依法規給付退休金。

本公司重視中高齡員工退休規劃，除完善退休制度外，亦配合政策推動轉銜支持措施。2024年響應勞動部「中高齡者退休後再就業準備訓練補助實施計畫」，鼓勵年滿64歲之員工參與職能再培訓，協助其規劃多元退休後生涯選項。



員工參與度調查

為打造具吸引力的工作環境，漢來美食2024年針對工作環境與氛圍、資源與支持、滿意度與認同、工作參與、培訓與職涯發展等5大構面發出1,687份員工參與調查問卷，透過問卷了解員工需求並尋求改善方案。員工參與調查結果總計回收1,569份有效問卷(回收率93.01%)，調查結果顯示近2年在培訓、升遷及調薪方面，員工普遍有感，展現人力資源政策在提升員工滿意度及參與度上的成效，其中尤以個人發展與技能發揮滿意度最高，對公司文化、主管領導、工作投入也得到高度滿意的調查結果。

- 調查結果改善重點**
- 01 工作量及工時→
針對員工工作壓力、工作分配及休假提高關注。
 - 02 決策透明度→
提升決策過程透明度，增加員工對政策的了解。
 - 03 職涯發展→
以更多元的職涯規劃及升遷機會提升員工動力。

2024員工參與問卷調查



11個題項，滿意度最高項目：

- ✓ 主動提供協助
- ✓ 團隊新任務接受度
- ✓ 受到肯定

6個題項，滿意度最高項目：

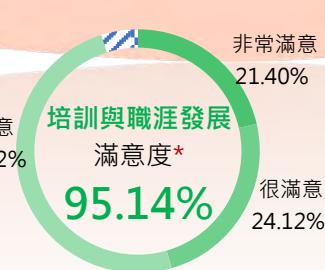
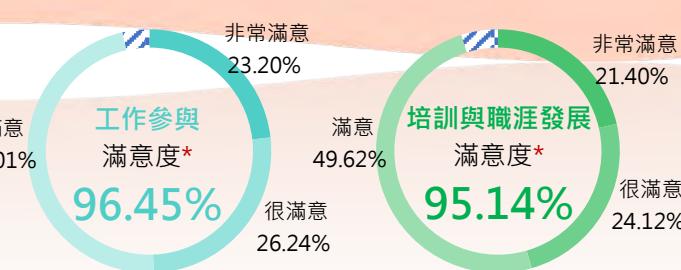
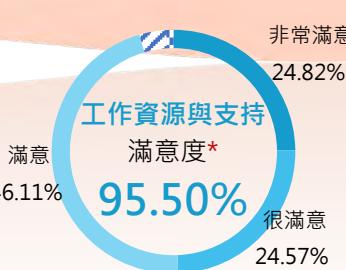
- ✓ 擁有所需工具及資源
- ✓ 主管的領導方式
- ✓ 主管的建議及鼓勵

9個題項，滿意度最高項目：

- ✓ 工作專注度
- ✓ 能力運用
- ✓ 工作投入度

9個題項，滿意度最高項目：

- ✓ 工作發揮
- ✓ 工作對專業能力的發展
- ✓ 教育訓練對工作的幫助



- 調查顯示仍有少數不滿意項目落在「工作量及時間比例」

- 調查顯示仍有少數不滿意項目落在「培訓與發展機會」

- 調查顯示仍有少數不滿意項目落在「公司價值觀及目標與個人價值觀相符」

- 調查顯示仍有少數不滿意項目落在「公司決策透明且公平」

- 調查顯示仍有少數不滿意項目落在「訓練內容符合工作需求」

*滿意度指滿意以上含滿意、很滿意及非常滿意加總結果。



人權政策及具體管理方案

GRI : 2-23、406-1

漢來美食為善盡企業社會責任，保障全體同仁、客戶及利害關係人的基本人權，遵循《聯合國世界人權宣言》、《聯合國全球盟約》及《聯合國國際勞動組織》等國際人權公約所揭載的原則與精神，制定人權政策及具體管理方案，適用於所屬各級單位，有尊嚴地對待員工、客戶，以落實對國際公認基本人權的尊重，包括關懷弱勢族群、消除僱傭與就業歧視等，並恪守公司所在地的勞動相關法規，持續提升與改善人權相關議題之管理。

人權政策

提供公平的工作環境

致力維護薪資與升遷機會等管理機制的公平性，確保同仁不因社經地位、年齡、婚姻、家庭狀況、語言、宗教、黨派、國籍、容貌、五官、身心障礙等，遭受任何歧視、騷擾或任何不公平之對待。

保障及關心弱勢族群

支持身心障礙人士就業，提供相對之工作機會。善盡社會責任，每年辦理慈善活動關心弱勢族群。

建構健康安全職場

為避免潛在的健康安全風險，定期檢視員工健康安全，並遵守相關規定。透過解決已識別的事故、人身傷害或健康風險，提供安全、健康、具生產力的工作場所，並依辨識結果進行改善計畫。

建立勞資協商機制

建立溝通管道，並定期召開勞資會議確保勞資雙方權益。

資訊安全及隱私保護

為充分保障員工、客戶及所有利害關係人的隱私權，建置完善的資訊安全管理機制並遵循嚴格的管控規範與防護措施。



具體管理方案

職場安全

漢來美食已建構職業安全及健康照護體系，由職安室推動規畫與執行各項職業安全衛生措施，包含訂定安全衛生作業標準、規劃及督導符合法規的機械、器具及設備安全管理、辨識及防止職業災害發生、推動職場健康促進與健康照護，及承攬商管理等。

健康照護

漢來美食視員工身體健康為公司重要資產，為使員工的健康照護完臻妥善，設置醫護室並特約職病科專科醫師及專任職護辦理臨場健康服務，針對健康檢查異常員工進行關懷、照護及追蹤管理。

申訴管道及處理機制

漢來美食已設置意見表達信箱及申訴檢舉信箱，由專人依事件性質轉相關單位處理，並妥善保護檢舉人；公司並建立「執行職務遭受不法侵害預防計畫書」，訂定職場暴力處理流程包含職場暴力通報/申訴、追蹤調查、風險評估調查、危害鑑別與等相關機制。



人權議題管理情形

GRI : 403-4

01 勞動條件

- 評估/溝通管道及減緩措施：

- 工作規則及人權政策
- 出勤管理
- 每季勞資會議
- 異常工作負荷促發疾病預防計畫



漢來美食秉持勞資和諧理念，建立良好互動與雙向溝通機制，並每季定期舉行勞資會議，2024年決議如下：



- 法令提醒**
 - ✓ 春節排休調整
 - ✓ 兼職雙倍計薪
- 法令宣導**
 - ✓ 「性別工作平等法」修正
 - ✓ 職場不法侵害諮詢及申訴管道



- 法令宣導**
 - ✓ 變形彈性工時適用對象
 - ✓ 每7日應有2日為休息日
- 工時與休假決議**
 - ✓ 2025年度四周變形工時區間
 - ✓ 休假天數討論及調移

02 反歧視

- 評估/溝通管道及減緩措施：

- 漢來美食人權政策
- 職場不法侵害處理流程
- 預防職場不法侵害教育訓練
- 每月擴大推廣會議

實習生工作概況報告

• 職場不法侵害處理流程及申訴情形

01 檢舉受理



02 調查結果



03 檢討修正

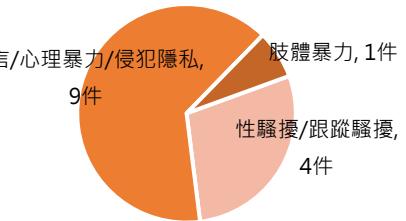


員工可透過申訴信箱或向職安室反映，公司將於24小時內啟動處理，評估是否需通報外部單位、成立調查小組或提供協助，並通知雇主或高階主管。

經調查確認屬實者，應啟動工作調整、提供心理與醫療協助，並視情況移交相關單位處理，例如進行勞資協商、爭議調解或法律程序等後續事宜。

檢視事件根本原因，提出預防與改進措施，並將處置結果及相關紀錄妥善保存，保存期限至少三年。

- ✓ 2024年接獲不法侵害案件14件，經公司調查小組調解後結案。



• 職場不法侵害處理機制

漢來美食依職業安全衛生法建立「執行職務遭不法侵害預防計畫書」，規劃通報/申訴、追蹤調查、危害鑑別及風險評估等機制，確保同仁擁有安心職場環境。

• 職場不法侵害預防教育訓練

預防職場不法侵害已列為新進員工必修訓練課程，及在職員工每年職業安全衛生教育訓練課程，內容涵蓋法規概要、職場暴力來源與類型、各單位人員之權責、申訴流程及嚴禁職場暴力聲明書。



- ✓ 2024年課程通過人數840人，共434小時。



人權議題管理情形

03 工作環境安全及健康

GRI : 403-1、403-2、403-4、403-8

- 評估/溝通管道及減緩措施：

職業安全衛生管理系統

- 工作環境或作業危害的辨識/評估/控制
- 機械、設備或器具之管理
- 危害性化學品的分類/標示/通識/管理
- 職業傷害通報
- 承攬商管理
- 健康檢查、管理及促進
- 每季職業安全衛生委員會會議
- 定期及不定期職業安全衛生查核
- 定期及不定期職業安全衛生教育訓練

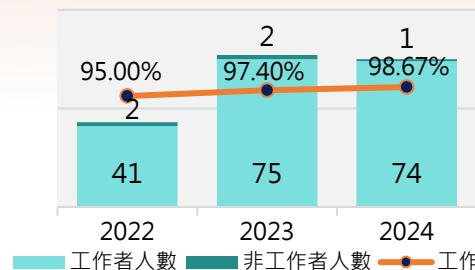


• ISO 45001 : 2018 職業安全衛生管理系統標準

漢來美食努力打造安穩工作、安心職場及安全勞動3安的工作職場，高雄本館含夢時代餐廳2022/12/15獲得SGS專業稽核團隊審查通過「ISO 45001 : 2018 職業安全衛生管理系統標準」驗證(效期至2025年12月15日)，成為全台第一家獲得驗證的國內大型餐飲集團；2024/11/21為第3年驗證通過，持續透過驗證改善追蹤事項並宣導安全工作觀念，實踐企業ESG永續目標。

• 依職業安全衛生管理辦法組成職業安全衛生委員會

漢來美食職業安全委員會組成概況



2024年委員中工作者層級共74人；董事長兼總經理(雇主)為主任委員，每季召開職業安全衛生委員會議，會議內容包括新修法規之推行、各分公司常見缺失、設備危險性及職業災害案件等，進行相關改善討論及決議。

• 參加衛福部健康職場認證計畫

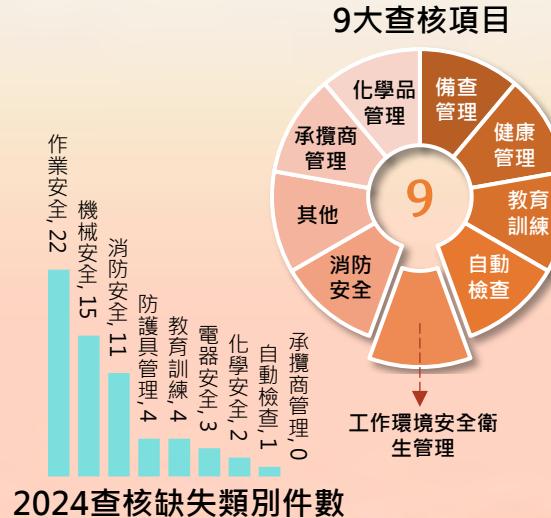
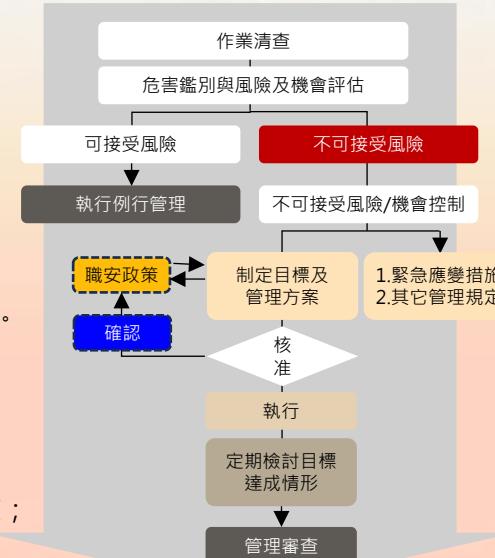
漢來美食建構的職業安全及健康照護體系，係由職安室依職業安全衛生法第23條第二項規定，編定「職業安全衛生管理計畫」進行職業安全衛生管理，適用全台營運範圍內符合職業安全衛生法定義之所有工作者，並視法令現況及公司運作不定期更新。為推動健康的工作環境及營造健康職場，漢來美食高雄分公司及巨蛋分公司並參加衛福部健康職場認證計畫，獲得健康促進標章及健康啟動標章，巨蛋分公司也榮獲113年度「職GO雄健康」團體獎，持續向績優健康職場邁進。



• 職業安全衛生查核

職安室依「職業安全衛生法」制訂職業安全衛生查核制度，不定期至各廳依9大項目進行查核，違反或不足的缺失列入缺失彙整表進行追蹤改善，缺失件數及類別將個別統計分析並列報於職業安全衛生委員會中檢討，避免相同問題再次發生。另外，公司於職安訓練中宣導退避權，保障員工遇危害時可停止作業或撤離，並免於不利處分。

- ✓ 2024年執行26次計50家次餐廳查核；高雄分公司則每週定期現場查核，全年共47次。



查核缺失等級分類說明

• 主缺

違反法規及重大缺失且有立即危害之風險，將要求立即處理並提出有效之改善措施。

• 次缺

違反職安管理系統之規範，須提出有效之改善措施並提供預計改善時程。

• 建議

繼續維持相關管理措施，並針對該次缺失給予建議並要求改善。

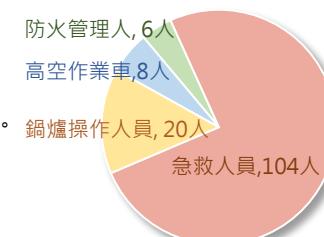
• 職業安全衛生教育訓練 GRI : 403-5

為提升員工對餐飲相關職業安全衛生敏感度，依法進行：

- 1) 新進人員職前安全衛生教育訓練；
- 2) 在職人員每3年至少3小時一般安全衛生在職教育訓練及考核；
- 3) 高風險危害事項不定期教育訓練及宣導。

職業安全人員配置

1. 職安人員：18人
2. 備具相關證書者



2024年職業安全教育訓練

新進人員	在職人員	甲種職業	健康護理	特殊證書
職前教育訓練 不定期 709人次 2,127小時	職業安全衛生訓練 49場次 2,009人次 2,896小時	安全衛生業務主管 回訓3人 衛生管理師 回訓2人 安全管理師 回訓1人	急救人員 回訓12人 勞工健康護理人員 回訓1人 AED管理人員 回訓1人	防火管理人 回訓3人 鍋爐操作人員 回訓1人 高空工作車 回訓1人





•員工健康照護活動 GRI : 403-3、403-6

為妥善照護員工健康，每年定期辦理員工健康檢查，篩選異常者安排健康諮詢及複檢，並推行四大計畫，包括職場不法侵害預防、人因性肌肉骨骼危害預防、異常工作負荷疾病預防及母性健康保護等。

醫護室每季以簡單圖文並茂方式編撰「健康新知情報站」，在佈告欄宣導健康管理觀念。

衛教專欄



健康促進 X 日常宣導

不定期與外部單位合作健康促進活動，如2024年南港分公司與關係企業舉辦捐血活動。

安心場所認證



健康促進活動



臨場健康服務由醫護室特約1位職病科專科醫師、3位訓練合格醫師及4位專任職護辦理，針對健康檢查異常員工及異常事件進行關懷、照護及追蹤管理。2024年健康照護辦理情形如下：

健康檢查 X 健康管理



健康檢查

1,407 人

每年定期辦理員工健檢，進行健康管理分級，並依結果參採職醫護建議辦理諮詢及健康指導，持續進行追蹤管理。

一般健檢



特殊健康檢查

178人

辦理特殊健康檢查作業，如大腸癌潛血篩檢、乳房攝影及子宮頸抹片篩檢。

特殊檢查



職護健康管理

1,000 人

以we-care健康管理系統及伊克西曼健康管理系統分析員工健康檢查結果，安排異常者健康諮詢、複檢，及個人化健康指導。

異常追蹤



醫師臨場服務

34場次/162人

對於高風險、母性保護、復工同仁，由職醫進行諮詢，並由職護追蹤、訪視及管理，若經職醫建議需調整職務內容，則轉由單位主管、職安及人資等部門協助辦理。



哺集乳室及醫護室

987 人次

設置醫護室及哺集乳室，以推動職場母性保護計畫及改善工作環境。哺集乳室提供免費母乳袋、專用冰箱，使用時由護理人員陪伴並提供衛教諮詢。

現場健康支持 X 醫療服務



• 承攬商管理 GRI : 403-2、403-7

漢來美食為防止各分公司承攬廠商作業發生重大事故，訂有承攬商安全管理政策，包含承攬管理程序書等相關規範。承攬商進行維修業務時須遵循施工安全衛生規範及安全管理規則、填具工作安全承諾書及危害告知單方可進場，危險作業並應填具相關許可申請單，且進場維修時需指派一位主管擔任現場監督人員；大型改裝或拓店作業時施工前須與承攬商召開共同協議組織會議及填具施工申請單，施工期間並應落實每日施工安全衛生檢查表檢點，權責單位在施工期件以現場巡查確認作業情形，若有違反時以工安缺失改善單及承攬商罰款單處理。

權責單位：採購部 / 開發部

權責單位：採購部 / 開發部

會同單位：職安室 / 工程部

工程發包



開立協議組織會議

會議討論溝通要點：

- 危害告知單
 - 施工名冊
 - 工程意外險
 - 施工承諾書
 - 動火申請單
 - 特殊作業證書要求
- ✓ 2022~2024年辦理之協議會議分別有3場、7場及9場。

承攬商教育訓練

每年預計安排一場大型
承攬商共同協議會議簽
署，同時進行教育訓練。

施工現場監工

現場監工作業要點：
1. 承攬商安全防護用電安全
2. 高架作業安全
3. 承攬商施工安全作業查核

查核成果驗收

緊急避難逃生流程



為使全體人員在安全環境及設備下作業，職安室規劃各據點緊急避難逃生流程公告周知，並加裝安全防捲夾防護設備，設備運作並列入職業安全衛生查核項目中，以確保其運作有效性。

各勞動場所內有立即發生危險疑慮時，單位主管應依內部職業安全衛生管理規章規定，立即要求停止作業並退避至安全處所；員工也可依工作守則進行緊急應變並注意自身安全。



• 職業傷害 GRI : 403-2、403-7、403-9

為職業安全及災害發生時能由下至上快速反應考量，漢來美食制定職業安全衛生工作守則及緊急通報流程公告於明顯處，以確保工作安全及傷害事故通報順暢，並協助災害發生後迅速實施防止對策。內部同時宣導職災發生後，主管務必掌握同仁傷勢及後續醫療狀況包含回診時間日期，並由職護協助針對個案持續關懷。

職業傷害通報流程圖

工傷事故單位通報單位主管，並協助就醫處理

通報職安人員，初步鑑別是否為職災或進行8小時通報（初步瞭解事發人/事/時/地）

需住院治療
於案件發生8小時內，於職安署網站進行通報

不需住院治療

事故單位於2日內向職安人員領取公傷單；並進行事故調查分析（視案件嚴重程度進行調整）

針對事故發生原因進行改善，並於7天內繳齊相關文件，以協助職傷人員申請相關費用

將完整事故報告進行層峰簽核

- 職安室留存完整事故報告
- 於每季職業安全衛生委員會呈報嚴重傷害事故之發生原因及改善方法，避免爾後有類似案件發生。

近3年工作事故統計

漢來美食2024年不含交通之工傷件數共50件，員工因公務受傷，主要係拓展店使人力需求增加，但現場因人員流動及新進人員對現場作業尚未熟悉造成工傷個案增加。漢來美食除給予同仁符合法定標準的工傷假，協助辦理勞保職災理賠外，並針對工傷類型、品牌餐廳發生頻率等進行統計分析，持續於每周後勤會議及每月經營管理會議追蹤報告，並透過職業安全教育與交通安全教育進行宣導提醒，多管齊下以降低工傷率。漢來美食 2022 ~ 2024 年並無職業病發生，且未有員工及工作者因公死亡情事。

年度	受傷人數	死亡人數	總工作時數	損失工作日數	工傷總數	缺勤總天數	工傷率	缺勤率	損失工作日比
2022	20	0	3,239,491	463	20	3,429.86	1.23	1,672.68	28.58
2023	24	0	3,523,408	243	24	3,854.63	1.36	1,832.00	13.79
2024	50	0	3,615,213	367	50	4,559.00	2.77	1,939.54	20.30

50件的工傷等級皆屬暫時部分失能

上表各欄計算公式說明如下，包含正式與非正式員工：

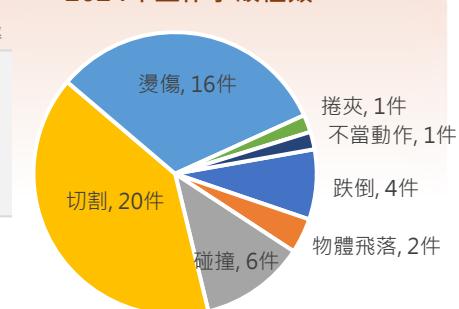
- 工傷率 = 工傷總數 / 總工作時數 * 200,000
- 總工作時數 = 總工作員工數 x 每日工作時數 x 一年實際工作天數
- 缺勤率 = 總缺勤天數 / 總工作天數 * 200,000
- 損失工作日比 = 工傷損失天數 / 總工時 * 200,000

近3年工傷總數及工傷率

單位：人, 工傷率



2024年工作事故種類



資料說明

- 工傷事故種類 及嚴重分級的定義，均依職業安全衛生署公告發布內容進行分類。
- 供應商及承攬商作業型態多為短時間、短期作業，難以詳實記載其工時因此未列入職業傷害統計中。
- 缺勤率計算依據為員工因失去勞動能力而缺勤，不限於工作傷害或疾病。不包括經核准的假期，如節慶假日、受訓、產假/陪產假和喪假。
- 損失工作日數指勞動者因職業事故或職業疾病而不能從事日常工作「損失」的時間「日數」。

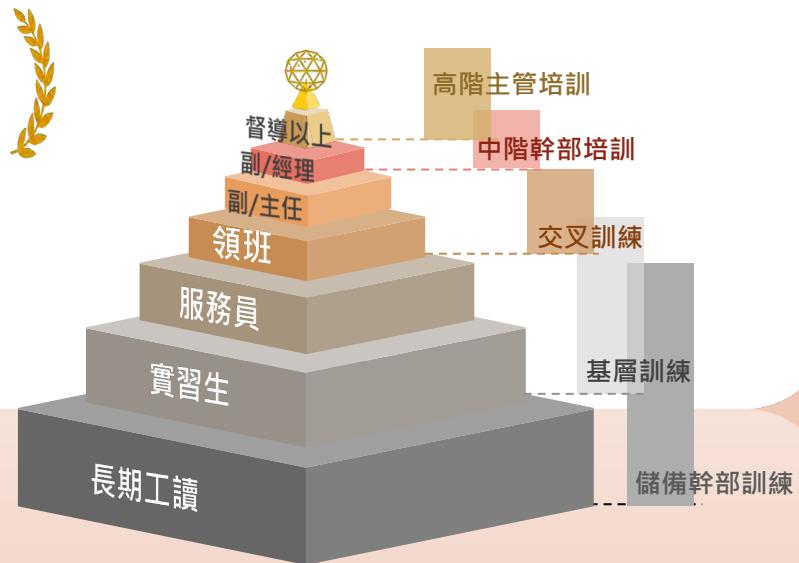
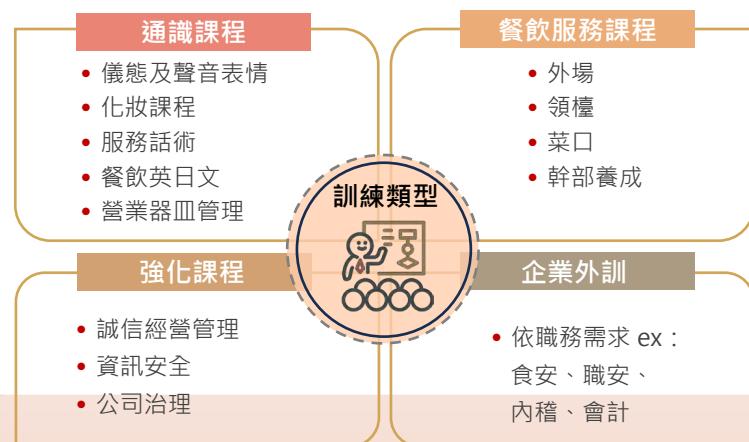


培訓理念及目標

GRI : 404-1、404-3

培訓理念

沒有人才，企業就無法永續。漢來美食以「注入專業優質人才、維持公司服務品質水準，並使幹部層及接班得以傳承延續」作為人才培育的理念，在人力資本的投資策略上，以建立人才庫發掘高度潛力的員工，透過教育訓練系統及員工職涯藍圖安排明確培訓課程，並以完整的薪資獎金制度、透明流暢的升遷管道，對潛能人才隨時以晉升、調任作為實質的肯定，讓優秀、有企圖心的同仁擁有寬廣的發展空間。漢來美食2023年參加勞動部勞動力發展署制定的TTQS人才品質發展系統認證，榮獲企業機構版-銅牌(有效期限至2025年11月14日)，見證公司的辦訓能力與績效，及對人才培育及人力資源發展的重視。



培訓目標

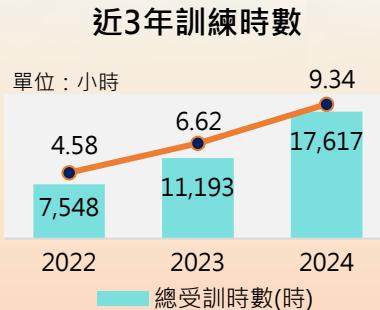
漢來美食各項訓練計畫目的在使參訓人員了解職場相關規定、增加相關專業知識及技能、並得以協助各項事務推展，及建立上承下傳之訓練體制。訓練類型主要分為4類，除內部線上課程外，並透過外聘講師、外派訓練或專案產學合作方式，提升同仁專業能力。通識課程及餐飲服務課程依基層、領班、任級及理級（含）以上設定參訓對象，強化課程及企業外訓課程則依職務的一般需求及強化需要設定參訓對象。



2024訓練課程

GRI : 404-1

項目	2022	2023	2024
教育訓練經費(千元)	548	997	1,300
總訓練時數(時)	7,548	11,193	17,617
平均訓練時數(時)	4.58	6.62	9.34



通識課程

- 服務品質優化
- 專業彩妝髮妝
- 標準服務流程
- 餐飲英文課程
- **溫室氣體盤查**
- 職業安全衛生



顧客關係管理 開課次數：2場次
受訓人次：高雄地區員工 共55人

餐飲服務課程

- 說菜服務技巧
- 領檯服務技巧
- 內部講師培訓
- 品牌服務稽核
- 創意廚藝課程
- 主管領導課程
- 酒水訓練課程
- 專業紅酒課程



酒水進階課程 開課次數：2場次
受訓人次：共39人

強化課程

- 誠信經營管理
- 資訊安全
- 公司治理



誠信經營管理 開課次數：2場次
受訓人次：高雄地區理級以上 共144人

企業外訓

- 公司治理主管進修
- 會計主管進修
- 稽核進修
- **永續管理師培訓**
- TTQS認證
- HACCP人員複訓
- 持證廚師講習



進階講師訓練營 開課次數：3場次
受訓人次：共17人



專業證照
取證人數

2人

TAISE
台灣永續能源研究基金會

企業永續管理師

3人



永續發展基礎能力測驗

3人



淨零碳規劃管理師



2024訓練課程

漢來美食2023年在全新人力資源發展系統的輔助下，以更優化的數位工具協助公司從營運目標展開人才培訓計劃，員工以e化系統進行學習及職能提升更具便利性，人資單位從方案設計、學習發展到成效評估也更有效率，正向的企業人才訓練與績效發展循環有助於公司培養現在及未來的人才需求，進而即時因應多變的市場挑戰，也持續開創組織營運績效。2024年人資數位轉型專案推進兼職人員人臉辨識系統上線、人力資源BI及HRD職能建置，2024年已完成20個職務的訪談及KPI設定工作，並結合人力資源BI落實人力盤點。



通識課程

外場

副/經理	危機處理 建立自己的品牌(3)
副/主任	客訴處理流程 員工溝通技巧(3)
領班	菜口系列-食物菜單認識(6) 領檯系列-領檯標準話術(8)
服務員	外場系列-服務標準流程(8) 共同科目-基礎餐飲英日文(7)

專業課程

進階語言課程	1. 進階酒水課程 2. 領檯種子課程 3. 訓練員課程 4. 婚禮主持課程
酒水服務課程	

通識課程

內場

副/主廚	餐飲美學經濟力 餐飲創意行銷(5)
A領廚師	菜譜資料庫建立、擺盤密技(6)
B領廚師	後疫情餐點製作、跨部門合作(6)
A廚師	持證廚師年度複訓課程 食品衛生相關法令(5)
B廚師/助廚	持證廚師年度複訓課程 廚師服務禮儀講座 (5)

高職建教、大專實習、產學攜手

人才召募

政府資源、人力仲介、人力銀行、社群媒體
、校園徵才、就業博覽會、內部人才招募

2024 永續報告書 122



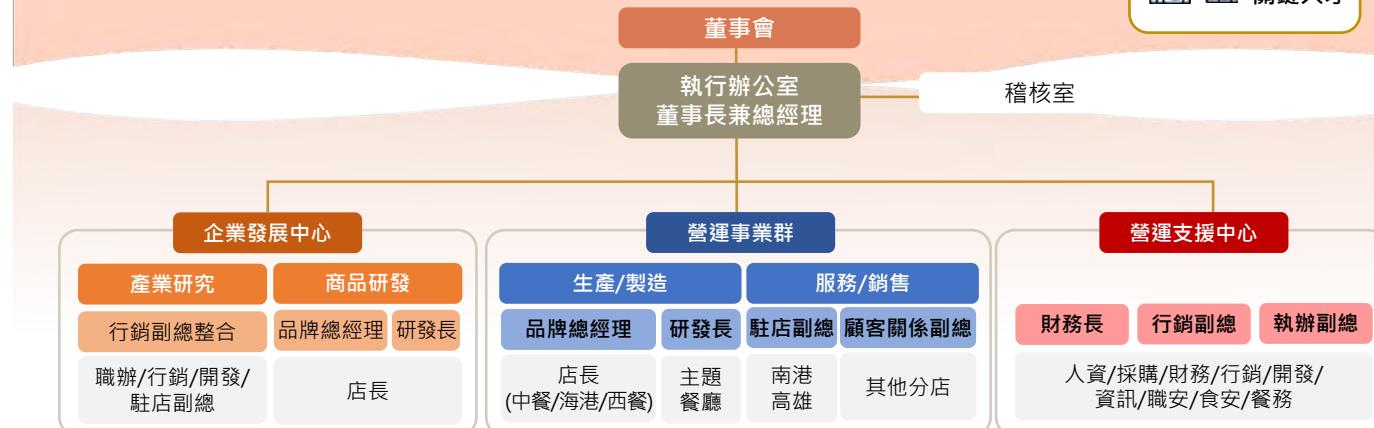
接班規劃

GRI : 2-10、404-3

董事成員之接班規劃

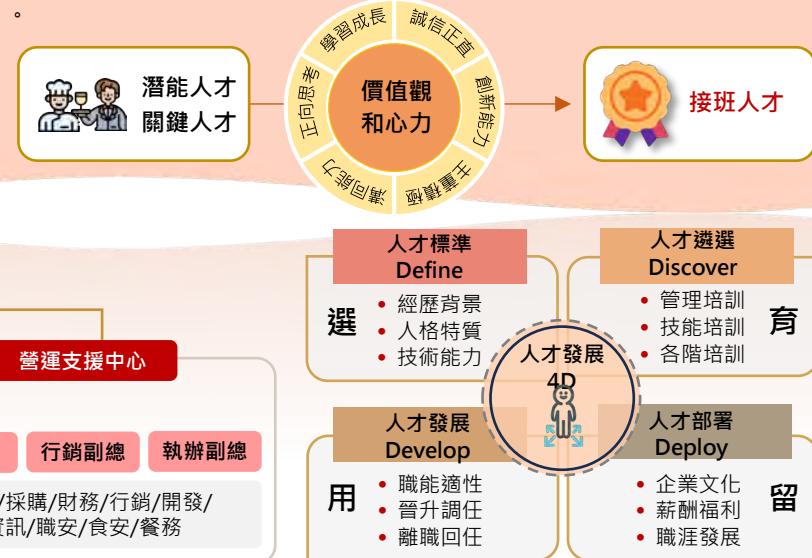
漢來美食董事的選任，是考量董事會整體配置，以達公司運作可持續均衡發展，並適合本身運作、營運型態及發展需求。公司「董事選任程序」第三條及「公司治理守則」第三章訂有董事多元方針，確保董事成員的多元性，此外董事選舉採行「候選人提名制度」，要求設定成員組合時應考量整體配置的多元性，包括「基本條件與價值」及「專業知識技能」兩大面向標準，最終並按人選長處及可提供貢獻決定。另依「董事會績效評估辦法」規定，並將每年定期執行的成員評估結果作為遴選或提名的參考依據。董事成員的接班規劃以「使董事會整體具備適當能力，及達到公司治理的理想目標」為目的。

職能組織圖



管理階層之接班規劃

接班計畫以人才庫的建立及人才培育作為相關機制，並因應重要管理階層的接班需求。接班人除需具備專業能力及卓越的工作績效表現外，價值觀及核心職能更必須與公司一致。重要管理階層為協理、督導、店長、品牌總經理、總經理等正／副職級。公司依組織分層，各部門設有高階及中階主管，透過培養中階主管擔任高階主管的職務代理人，作為人才庫的建立；另每半年執行一次員工績效考核，透過平日觀察及績效評估面談，了解員工應加強或改善之處及個人期望，人才培育除以考核結果作為參考依據，並運用HRD數位工具，建構人才發展4D管理。接班計畫為人資部重點工作項目。




GRI指標索引表 | SASB指標索引表 | 作業辦法第四條要求加強揭露項目 | 會計師有限確信報告

使用聲明	本報告書依循 2021 年 GRI 永續報告準則編製，資訊揭露期間為 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日		
使用的GRI 1	GRI 1：基礎2021		
GRI 準則揭露項目	對應章節	頁碼	
GRI 2：一般揭露 2021			
2-1 組織詳細資訊	關於漢來美食	23	
2-2 組織永續報導中所包含的實體	關於報告書	3	
2-3 報導期間、報導頻率與聯絡人			
2-4 資訊重編	無資訊重編	-	
2-5 外部保證 / 確信	關於報告書	3	
2-6 活動、價值鏈和其他商業關係	主要產品及服務	24	
2-7 員工	員工組成與多元性 雇用型態與人力結構分析	100、101	
2-8 非員工工作者	員工組成與多元性	100	
2-9 治理結構及組成	組織架構、 <u>董事會</u> 、 功能性委員會運作情形	29、30、 32	
2-10 最高治理單位的提名與遴選	董事會、接班規劃	30、123	
2-11 最高治理單位的主席	董事會運作情形	31	
2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色			
2-13 衝擊管理的負責人	永續發展組織架構	10	
2-14 最高治理單位於永續報導的角色			
2-15 利益衝突	董事會運作情形	31	

GRI準則揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 2：一般揭露 2021		
2-16 溝通關鍵重大事件	董事會運作情形	31
2-17 最高治理單位的群體智識	功能性委員會運作情形	32
2-18 最高治理單位的績效評估	董事會運作情形	31
2-19 薪酬政策	薪酬政策及薪酬決定流程	33
2-20 薪酬決定的流程		
2-21 年度總薪酬比率	員工薪資概況	108
2-22 永續發展策略的聲明	經營者的話	4
2-23 政策承諾	商業道德與誠信經營、 誠信經營推動與規劃、 永續供應鏈、採購政策、 人權政策及具體管理方案	36、37、 45、46、 113
2-24 納入政策承諾	商業道德與誠信經營、 誠信經營推動與規劃	36、37
2-25 補救負面衝擊的程序	商業道德與誠信經營	36
2-26 尋求建議與提出疑慮的機制		
2-27 法規遵循	法規遵循	35
2-28 公協會的會員資格	外部公協會參與	34
2-29 利害關係人議合方針	重大主題分析	13-17
2-30 團體協約	公司因未成立工會，故未簽訂 團體協約	-


GRI指標索引表 | SASB指標索引表 | 作業辦法第四條要求加強揭露項目 | 會計師有限確信報告

GRI準則揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 3 : 重大主題2021		
3-1 重大主題決定流程	<u>重大主題分析</u>	13-15
3-2 重大主題清單	<u>重大主題分析</u>	14
3-3 重大主題管理	<u>重大議題對應GRI Standards</u> <u>永續發展目標規劃及達成情形</u>	18-19、 20-21
GRI 201 : 經濟績效 2016		
201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	<u>主要產品及服務、經營績效</u>	24、42
201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	<u>氣候風險與機會評估</u>	91
201-3 定義福利計劃義務與其他退休計畫	<u>育嬰留停及退休制度</u>	111
201-4 取自政府之財務補助	<u>響應政府政策之財務補助</u>	43
GRI 202 : 市場地位 2016		
202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	<u>雇用型態與人力結構分析</u>	101
GRI 204 : 採購實務 2016		
204-1 來自當地供應商的採購支出比例	<u>支持永續及在地食材</u>	48
GRI 205 : 反貪腐 2016		
205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	<u>商業道德與誠信經營</u>	36
GRI 302 : 能源 2016		
302-1 組織內部的能源消耗量	<u>能資源使用</u>	93
302-3 能源密集度		
GRI 304 : 生物多樣性 2016		
304-1 組織所擁有、租賃、管理的營運據點或其鄰近地區位於環境保護區或其它高生物多樣性價值的地區	<u>生物多樣性</u>	95
304-2 活動、產品及服務，對生物多樣性方面的顯著衝擊		

GRI準則揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 305 : 排放2016		
305-1 直接(範疇一)溫室氣體排放		
305-2 能源間接(範疇二)溫室氣體排放	<u>溫室氣體排放</u>	94
305-4 溫室氣體排放密集度		
GRI 306 : 廢棄物 2020		
306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	<u>廢棄物管理</u>	
306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理	<u>廢水及廢食用油管理</u> <u>廚餘管理</u>	96、97、 98
306-3 廢棄物的產生		
GRI308 : 供應商環境評估 2016		
308-1 採用環境標準篩選新供應商	<u>採購政策、供應商管理</u>	46、47
308-2 供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動		
GRI401 : 勞雇關係 2016		
401-1 新進員工和離職員工	<u>新進及離職員工人數統計</u>	105
401-2 提供全職員工的福利 (不包含臨時或兼職員工)	<u>員工福利措施</u>	109
401-3 育嬰假	<u>育嬰留停及退休制度</u>	111
GRI 403 : 職業安全衛生 2018		
403-1 職業安全衛生管理系統	<u>工作環境安全及健康</u>	115-119
403-2 危害辨識、風險評估及事故調查	<u>工作環境安全及健康</u> <u>承攬商管理</u> <u>職業傷害</u>	115、118、 119



GRI準則揭露項目	對應章節	頁碼	GRI準則揭露項目	對應章節	頁碼			
GRI 403：職業安全衛生 2018								
403-3 職業健康服務	<u>員工健康照護活動</u>	117	406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動	<u>商業道德與誠信經營</u> <u>人權政策及具體管理方案</u>	36、113			
403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	<u>人權議題管理情形</u>	114-115	GRI414：供應商社會評估 2016					
403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	<u>職業安全衛生教育訓練</u>	116	414-1 使用社會標準篩選之新供應商	<u>採購政策</u> 、 <u>供應商管理</u>	46、47			
403-6 工作者健康促進	<u>員工健康照護活動</u>	117	414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動					
403-7 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	<u>承攬商管理</u> 、 <u>職業傷害</u>	118、119	GRI 416：顧客健康與安全 2016					
403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	<u>工作環境安全及健康</u>	115	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	<u>食安及溯源管理</u> <u>食材產品追溯管理</u> <u>自檢/查核/委外檢驗</u> <u>實驗室檢驗</u> <u>實驗室檢驗項目</u> <u>顧客安全與健康</u>	52、53 57、58 59、63			
403-9 職業傷害	<u>職業傷害</u>	119	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	<u>法規遵循</u>	35			
GRI 404：訓練與教育 2016								
404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	<u>2024訓練課程</u>	121	GRI 417：行銷與標示 2016					
404-2 提升員工職能及過渡協助方案	<u>育嬰留停及退休制度</u>	111	417-1 產品與服務資訊與標示的要求	<u>產品與服務標示</u>	64			
404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	<u>員工薪資概況</u> 、 <u>接班規劃</u>	108、123	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	<u>法規遵循</u>	35			
GRI 405：員工多元化與平等機會 2016								
405-1 治理單位與員工的多元化	<u>董事會</u> <u>雇用型態與人力結構分析</u>	30、101	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件					
GRI 418：客戶隱私 2016								
418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	<u>資訊安全管理架構及政策</u>	77						



SASB指標項目	對應章節	頁碼	SASB指標項目	對應章節	頁碼	
能源管理					勞動實踐	
FB-RN-130a.1 1.總能源消耗 2.來自電網的比例 3.來自再生能源的比例	能資源使用	93	FB-RN-310a.1 1.自願離職率 2.非自願離職率	新進及離職員工人數統計	105	
水管理					供應鏈管理及食品採購	
FB-RN-140a.1 1.總取水量 2.總耗水量以及在高度水資源壓力的區域中取水比例	營業用水統計	95	FB-RN-310a.3 1.違反勞動相關法規的損失總金額 2.違反就業歧視相關法規的損失總金額	法規遵循	35	
食品、包材與廢棄物管理					餐廳規模	
FB-RN-150a.1 1.廢棄物總量 2.食物廢棄物比例 3.廢棄物再回收、處理比例	廢棄物管理 廢水及廢食用油管理 廚餘管理	96、 97、 98	FB-RN-430a.1 1.採購符合環境或社會標準的食材比例 2.採購符合第三方認證的環境或社會標準的食材比例	支持永續及在地食材 採購國際認證項目	48、 87	
FB-RN-150a.2 1.包裝總重量 2.包裝由回收或再生材料製成比例 3.包裝可回收、重複利用或可堆肥的比例	產品包裝綠能概念	88	FB-RN-000.A (1)公司自有及(2)特許經營的餐廳數量	關於漢來美食	23	
食品安全					(1)公司自有及(2)特許經營的餐廳員工人數	
FB-RN-250a.1 1.由食品安全監督機構檢查的餐廳百分比 2.受到嚴重違規的餐廳比例	法規遵循 餐廳評鑑認證 顧客健康與安全	35、 60-62、 63	FB-RN-000.B (1)公司自有及(2)特許經營的餐廳員工人數	關於漢來美食	23	
FB-RN-250a.2 1.產品回收的事件數量 2.產品回收的總數	產品違規回收及退貨管理	54	<<<<<			



內容	對應章節	頁碼
1 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等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比	食安及溯源管理、 <u>人員專業管理</u> 、 <u>食品安全管理</u> 、 <u>自檢/查核/委外檢驗</u> 、 <u>實驗室檢驗</u> 、 <u>實驗室檢驗項目</u> 、 <u>顧客安全與健康</u>	52、55 56、57 58、59 63
2 違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數、產品下架次數及下架產品總重量	法規遵循	35
3 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，並依標準區分	採購國際認證項目	87
4 經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比	餐廳評鑑認證	60
5 對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果	供應商管理	47
6 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	支持永續及在地食材、 <u>食材產品追溯管理</u>	48、53
7 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	實驗室檢驗、 <u>實驗室檢驗項目</u>	58、59
8 消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	能資源使用	93
9 總取水量及總耗水量	營業用水統計	95
10 售出產品重量、生產設施場所數量	關於漢來美食、 <u>主要產品及服務</u>	23、24

氣候相關資訊

1 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理		
2 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)	<u>氣候變遷管理</u> 、 <u>氣候風險與機會評估</u> 、 <u>氣候變遷管理具體行動方案</u>	90、91、92
3 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響		
4 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度		
5 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響	無	-
6 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標	<u>氣候變遷管理</u> 、 <u>氣候風險與機會評估</u> 、 <u>氣候變遷管理具體行動方案</u>	90、91、92
7 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎	無	-
8 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量	<u>氣候變遷管理</u> 、 <u>氣候風險與機會評估</u> 、 <u>氣候變遷管理具體行動方案</u>	90、91、92
9 溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫	溫室氣體排放	94



會計師有限確信報告

資會綜字第 25003111 號

漢來美食股份有限公司 公鑒：

本會計師受漢來美食股份有限公司（以下簡稱「貴公司」）之委任，對 貴公司選定西元 2024 年度永續報告書所報導之關鍵績效指標（以下簡稱「所選定之關鍵績效指標」）執行確信程序。本會計師業已確信竣事，並依據結果出具有限確信報告。

標的資訊與適用基準

本確信案件之標的資訊係 貴公司上開所選定之關鍵績效指標，有關所選定之關鍵績效指標及其適用基準詳列於 貴公司西元 2024 年度永續報告書之「確信項目彙總表」，前述所選定之關鍵績效指標之報導範圍業於永續報告書之「報告書期間、報告書邊界與範疇」段落說明。

上開適用基準係為財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」與相關問答集及有關法令之規定、全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)發布之最新版 GRI 標準(GRI Standards)與行業補充指南，以及 貴公司依行業特性與其所選定之關鍵績效指標參照或自行設計其他基準。

管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照適用基準編製永續報告書所選定之關鍵績效指標，且設計、付諸實行及維持與所選定之關鍵績效指標編製有關之內部控制，以確保所選定之關鍵績效指標未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

先天限制

本案諸多確信項目涉及非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天性之限制。對於資料之相關性、重大性及正確性等之質性解釋，則更取決於個別之假設與判斷。

會計師之獨立性及品質管理

本會計師及本事務所已遵循會計師職業道德規範有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行為。

本事務所適用品質管理準則 1 號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定會計師事務所設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令有關之政策或程序。

會計師之責任

本會計師之責任係依照確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」規劃及執行有限確信案件，基於所執行之程序及所獲取之證據，對第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標是否未存有重大不實表達取得有限確信，並作成有限確信之結論。

依確信準則 3000 號之規定，本有限確信案件工作包括評估 貴公司採用適用基準編製永續報告書所選定之關鍵績效指標之妥適性，評估所選定之關鍵績效指標準因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險、依情況對所評估風險作出必要之因應，以及評估所選定之關鍵績效指標之整體表達。有關風險評估程序（包括對內部控制之瞭解）及因應所評估風險之程序，有限確信案件之範圍明顯小於合理確信案件。

本會計師對第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標所執行之程序係基於專業判斷，該等程序包括查詢、對流程之觀察及文件之檢查是否適當之評估，以及與相關記錄之核對或調節。

基於本案件情況，本會計師於執行上述程序時：

- 已對參與編製所選定之關鍵績效指標之相關人員進行訪談，以瞭解編製前述資訊之流程、所應用之資訊系統，以及相關之內部控制，以辨認重大不實表達之領域。
- 基於對上述事項之瞭解及所辨認之領域，已對所選定之關鍵績效指標選取樣本進行包括查詢、觀察及檢查等測試，以取得有限確信之證據。

相較於合理確信案件，有限確信案件所執行程序之性質及時間不同，其範圍亦較小，故於有限確信案件所取得之確信程度亦明顯低於合理確信案件中取得者。因此，本會計師不對 貴公司所選定之關鍵績效指標在所有重大方面，是否依照適用基準編製，表示合理確信之意見。

此報告不對西元 2024 年度永續報告書整體及其相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信，另外，西元 2024 年度永續報告書西元 2023 年 12 月 31 日及更早期間之資訊未經本會計師確信。

有限確信之結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標在所有重大方面有未依照適用基準編製之情事。

其它事項

貴公司網站之維護係 貴公司管理階層之責任，對於確信報告於 貴公司網站公告後任何所選定之關鍵績效指標或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

資誠聯合會計師事務所

會計師 趙永澤



西元 2025 年 8 月 7 日



確信項目彙總表

編號	關鍵績效指標資訊	適用基準	作業辦法	頁碼															
1	漢來美食食安室 2024 年查核全台工廠及餐廳，查核次數共 26 次計 51 家，查核涵蓋率為 100%。	依據漢來美食食安室訂定食品安全監測計畫作業辦法，於 2024 年度查核工廠、餐廳家數及百分比。	作業辦法附表一之一編號一	63															
2	<ul style="list-style-type: none"> 2024 年除下列違反食品安全衛生管理法裁罰事件外，並無其他違反產品標示及產品行銷之法律/法規情事： <table border="1"> <thead> <tr> <th>裁罰事由</th> <th>違反法規條文</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>實地複查仍見場區地面缺漏且有病媒出沒痕跡等 3 項缺失屆未改正。</td> <td>食品安全衛生管理法第 8 條第 1 項</td> </tr> <tr> <td>食品或食品添加物染有病原性生物或經流行病學調查認定屬造成食品中毒之病因。</td> <td>食品安全衛生管理法第 15 條第 1 項第 4 款</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> 西元 2024 年度漢來美食無成品回收及下架記錄。 	裁罰事由	違反法規條文	實地複查仍見場區地面缺漏且有病媒出沒痕跡等 3 項缺失屆未改正。	食品安全衛生管理法第 8 條第 1 項	食品或食品添加物染有病原性生物或經流行病學調查認定屬造成食品中毒之病因。	食品安全衛生管理法第 15 條第 1 項第 4 款	漢來美食 2024 年度因違反食品安全衛生管理法暨相關施行細則、辦法及準則、產品標示及產品行銷，而遭裁罰之類別與次數，以及產品下架次數及下架產品總重量。	作業辦法附表一之一編號二	35									
裁罰事由	違反法規條文																		
實地複查仍見場區地面缺漏且有病媒出沒痕跡等 3 項缺失屆未改正。	食品安全衛生管理法第 8 條第 1 項																		
食品或食品添加物染有病原性生物或經流行病學調查認定屬造成食品中毒之病因。	食品安全衛生管理法第 15 條第 1 項第 4 款																		
3	選用符合Forest Stewardship Council(FSC)森林管理委員會認證的紙類產品及符合 MARINE STEWARDSHIP COUNCIL 海洋管理委員會認證的食材，2024 年採購國際認證之項目金額佔整體採購金額 0.27%。	依據漢來美食採購內控管辦法，計算其採購原物料，符合 Forest Stewardship Council(FSC) 森林管理委員會認證的紙類產品及符合 MARINE STEWARDSHIP COUNCIL 海洋管理委員會認證的食材之採購金額，佔 2024 年度採購總和之百分比。	作業辦法附表一之一編號三	87															
4	<ul style="list-style-type: none"> 漢來美食截至 2024 年底共有 6 家餐廳及 1 家中央工廠維持通過食品安全管制系統 HACCP 驗證。 西元 2024 年度漢來美食取得 HACCP 的營收占個體財報營收為 20.69%。 	漢來美食 2024 年度營運據點，通過 HACCP 驗證數量及其營收占整年度個體財報營收百分比。	作業辦法附表一之一編號四	60															
5	<ul style="list-style-type: none"> 每年供應商評鑑，書面評核採全面進行，2024 年針對食材類 533 家（佔 55.41%）、一般類 375 家（佔 38.98%）、工程類 54 家（佔 5.61%），共 962 家有交易之供應商進行書面評核，佔全部供應商 100%。2024 年度實地評核共有 34 間，佔全部供應商 3.53%，針對要供供應商、年餅類供應商及包裝類供應商等進行訪廠，達成內部環境及能資源管理政策所訂目標。 書面評核項目包括證件評核、現場評估、供貨狀況、服務態度 4 大構面。 實地評核項目包括自要管理、廠區環境、器具與設備管理、產品品質管理、服務品質、企業社會責任 6 大構面。 	依據漢來美食訂定之採購管理辦法及供應商管理政策，計算 2024 年度供應商稽核家數占全供應商百分比。	作業辦法附表一之一編號五	47															
6	2024 年可溯源管理品項的採購金額佔食品類採購總額高達 98.99%。	依據漢來美食訂定之原物料驗收標準辦法，計算 2024 年度依可溯源管理品項的採購金額佔食品類採購總金額之百分比。	作業辦法附表一之一編號六	53															
7	<ul style="list-style-type: none"> 西元 2024 年度自要及委外檢驗共執行 1,198 批次，品質異常次數共計 86 次，合格率為 92.82%。 測試類別：美山工廠成品、水質、食材、各餐廳成品、塗抹、落菌 西元 2024 年度美山實驗室支出為 3,755 千元，其中包含人事費用、委外檢驗費用、設備折舊、租金支出、耗材、採驗費、勞務費及雜項支出等；實驗室支出佔個體財報營收的 0.06%。 	依據漢來美食訂定之實驗室管理規章，2024 年度測試項目、測試批次總數、測試結果及實驗室相關支出占個體財務報表營收百分比。	作業辦法附表一之一編號七	58															
8	<table border="1"> <thead> <tr> <th>能源使用類型</th> <th>計算單位</th> <th>2024 用量</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>外購電力</td> <td>度</td> <td>27,085,757</td> </tr> <tr> <td>天然氣</td> <td>度</td> <td>3,180,950</td> </tr> <tr> <td>液化石油氣LPG(桶裝瓦斯)</td> <td>公升</td> <td>5,341</td> </tr> <tr> <td>汽油</td> <td>公升</td> <td>4,642</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> 漢來美食 2024 年能源消耗量為 217,652GJ。 2024 年未使用再生能源，來自電網(外購電力)的能源消耗占總能源消耗 44.80%。 	能源使用類型	計算單位	2024 用量	外購電力	度	27,085,757	天然氣	度	3,180,950	液化石油氣LPG(桶裝瓦斯)	公升	5,341	汽油	公升	4,642	漢來美食 2024 年度消耗的能源總量與 2024 年度外購電力佔能源消耗總量之百分比及再生能源使用率。	作業辦法附表一之一編號八	93
能源使用類型	計算單位	2024 用量																	
外購電力	度	27,085,757																	
天然氣	度	3,180,950																	
液化石油氣LPG(桶裝瓦斯)	公升	5,341																	
汽油	公升	4,642																	
9	西元 2024 年度漢來美食取水自來水 584,055 度，共計取水 584,055 度。總取水量等於總排放量。	漢來美食 2024 年度總取水量及總耗水量。	作業辦法附表一之一編號九	95															
10	<ul style="list-style-type: none"> 漢來美食 2024 年度截至 12 月 31 日員工人數為 1,887 人。 漢來美食 2024 年度之生產設施場所總數為 51 間。 	<ul style="list-style-type: none"> 漢來美食 2024 年度 12 月 31 日之員工人數。 2024 年度生產設施場所總數。 	作業辦法附表一之一編號十	23															

2024

漢來美食永續報告書 Sustainability Report

