新東陽
HSIN TUNG YANG

2025 永續報告書

目錄 CONTENTS

關於本報告書 02
經營者的話 04
永續發展策略 06
永續績效 07
永續發展管理 11

1 承諾之本

1.1 關於新東陽 19
1.2 公司治理 22
1.3 經營成果 29
1.4 風險管理 30

2 循環之善

2.1 綠色生產 36
2.2 氣候變遷因應 40
2.3 能源管理 50
2.4 水資源管理 54
2.5 資源循環與管理 58

3 安心之源

3.1 產品溯源 66
3.2 食品安全 73
3.3 創新產品與服務 78
3.4 行銷與顧客關係 83
3.5 多元通路服務 89

4 協力之聚

4.1 供應鏈管理 98
4.2 永續價值鏈 107
4.3 永續採購 110

5 相伴之情

5.1 人才資源與培育 119
5.2 員工權益與福利 126
5.3 職場安全與健康 130

6 共好之愛

6.1 文化傳承 140
6.2 教育陪伴 143
6.3 弱勢關懷 145
6.4 在地連結 147
6.5 通路影響力 149

附錄

附錄一 ESG資訊 153
附錄二 國際揭露框架指引 163
附錄三 臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」 170
附錄四 外部確信報告

關於本報告書 GRI 2-2 GRI 2-3 GRI 2-4 GRI 2-5

新東陽股份有限公司（以下簡稱「新東陽」）秉持「誠信、創新、靈活、永續」經營理念，於食安、環境、社會、治理等面向持續朝永續發展邁進。本公司參考全球永續性報告協會（Global Report Initiative，簡稱GRI）於2021年全球發佈的通用準則（Universal Standards 2021）進行本報告書的編撰。新東陽雖非上市櫃企業，但身為公開發行公司，仍秉持誠信經營與永續發展初衷主動發佈永續報告書，期盼藉此向利害關係人揭露永續發展管理之階段性成果，展現落實永續經營的決心。

報告範疇

報告範疇	
揭露範疇	本報告書報導邊界以新東陽之台灣實體營運據點為主體，包括台北總公司、三重辦公室、大園廠、國道服務區、機場商場、門市（含百貨專櫃）、餐飲專櫃、餐飲街邊店等76個據點[註1]，企業社會責任相關作為與績效涵蓋「麥氏新東陽基金會」及大陸子公司。
揭露期間	2025年01月01日至2025年12月31日止
出版概況	考量專案與活動績效完整性，部分內容涵蓋過去或未來之事例。
財務報告	本報告書現行版本發行日期為2026年8月，前一版本發行日期為2020年7月。本報告書目前係依公司營運發展、永續資訊揭露準備情形及利害關係人關注需求，適時規劃編製與出版。未來將持續精進永續管理機制，滾動檢視報告書出版安排，朝更完整之永續資訊揭露方向邁進。
資訊	本報告書資訊邊界、報導期間、報導週期與財務報告一致， 新東陽之財務報告公開資訊連結
資訊重編	本報告書無資訊重編之情事。

新東陽
公開資訊觀測站

註1：各據點名稱及地址詳見官網

編製原則

發布單位	準則框架/法規
聯合國 (The United Nations, UN)	聯合國全球永續發展目標 (UN Sustainable Development Goals, SDGs)
全球永續性標準理事會 (Global Sustainability Standards Board，GSSB)	GRI 2021公布通用準則2021 (Universal Standards 2021)
金融穩定委員會 (Financial Stability Board, FSB)	氣候相關財務揭露框架 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)
	自然相關財務揭露框架 (Task Force on Nature-related Financial Disclosures, TNFD)
國際永續準則理事會 (International Sustainability Standards Board , ISSB)	SASB準則 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB)

IFRS 永續揭露準則（S1/S2）導入規劃

新東陽致力提升永續資訊透明度，自發性對齊上市櫃公司揭露標準，已於2023年起於年報中主動說明「推動永續發展執行情形與實務守則差異」。為持續深化永續治理，規劃分階段接軌 IFRS 永續揭露準則（S1/S2），目前已導入 TCFD（氣候相關財務揭露）框架，評估氣候變遷之風險與潛在財務影響，為未來編製年報「永續資訊專章」奠定堅實基礎。

第一階段	第二階段	第三階段	第四階段
分析與規劃	設計與執行	導入	調整與改善
2027 Q2	2028 Q2	2028 Q3	2029 Q1
1.1成立跨部門IFRS永續揭露準則專案小組 1.2初步辨認現行永續資訊與IFRS永續揭露準則重大差異及影響 1.3擬訂導入計畫	2.1辨認永續相關風險與機會及財務影響，以及評估永續相關重大財務資訊 2.2提出導入IFRS永續揭露準則對公司營運影響之解決方案 2.3修正調整公司流程、財務及非財務報導流程、資訊系統、供應鏈管理流程、內部控制，及各部門日常營運等作業	3.1 試行編製年報永續資訊專章	4.1 公告年報永續資訊專章

報告書管理流程

議合	編撰	審查	溝通
利害關係人與重大主題鑑別	資料蒐集與彙編	第三方查證	設計與發布
完成利害關係人與重大主題鑑別，並召開永續報告書啟始會議	由六大功能小組進行資料蒐集、永續專案小組進行彙整與編製，再經由永續發展委員會審閱	經由第三方機構進行獨立查證	進行美編設計，經永續發展委員會審閱確認，發行報告書並公布於官網

報告書查證與確信

財務資訊	國富浩華聯合會計師事務所依照會計師查證簽證財務報表規則暨一般公認審計準則查核無保留意見。
永續資訊	國富浩華聯合會計師事務所依據確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或查閱之確信案件」進行獨立查證並出具獨立保證意見聲明書，查證結果符合其有限確信標準。
其他資訊	2025年通過「ISO14001」、「ISO50001」、「ISO45001」等查驗證，第三方查證單位為台灣衛理國際品保驗證股份有限公司。 GHG Protocol 溫室氣體盤查，第三方查證單位為環球國際驗證股份有限公司。

報告書回饋方式

感謝您閱讀本報告書，若您有任何疑問或建議，歡迎與我們聯繫。

聯絡單位｜永續專案小組
聯繫方式｜電話：02)2772-6222

官網 報告書下載 利害關係人問卷

經營者的話 GRI 2-22 GRI 2-23

董事長的話

有華人的地方就有新東陽

創辦人麥幸夫先生帶著兄弟們於1967年台北市武昌街創立第一家門市，迄今約一甲子。1979年桃園國際機場(前身為中正國際機場)啟用時，新東陽即進駐服務一路陪伴，並於1992年開始跨足國道服務區經營，期間藉由多元佈局，逐步建構出涵蓋零售、批發、製造、貿易、電商等完整價值鏈。我們期望將台灣印記商品拓展至全球市場，成就「有華人的地方就有新東陽」的企業願景。

領先佈局綠色工廠，實踐綠色承諾

新東陽在永續道路上的每一步，源自於領先一步的決策與勇氣。自己炸豬油確保原料品質，降低可能的食安風險，2007年成為台灣第一家具備「產品與流通雙重履歷」驗證的食品業者，2018年取得台灣食品業第一家「綠色工廠」標章，2020年榮獲AREA亞洲企業社會責任獎「綠色領導獎」；2021年更同時獲得國家企業環保獎「銀級獎」以及經濟部節能標竿獎「銀級獎」的殊榮。面對全球大環境的變化與挑戰，從淨零趨勢、供應鏈與社會韌性的期待，新東陽相信，唯有把食品安全、綠色生產與永續治理放在同一張藍圖上，才能符合消費者對於食品「安心、健康、美味」的高標準，讓新東陽朝向百年企業永續經營。

延續「取之於社會，用之於社會」初衷

新東陽自1984年成立「麥氏新東陽基金會」，40年來延續回饋社會的信念，將善循環擴散至人群、社區與土地。我們以「文化傳承」、「教育陪伴」、「在地連結」及「永續實踐」四大核心為主軸，透過節慶計畫傳承中華美食文化；以食農教育傳遞惜食理念；支持及推廣台灣在地農產；推動永續在地之旅，以「幸夫愛兒園」孩子們的視角，帶著員工、社會友好者，從海洋走到森林，實踐環境保護、文化記憶與在地行動的三重價值，致力實踐全方位的社會共好。

展望未來，新東陽將秉持「美味、品味、人情味」的品牌價值，提供安心的產品、貼心的服務、暖心的回饋，將永續DNA化為我們每天生活的日常。

總經理的話

以靈活與永續，支撐企業百年經營

新東陽原先的經營理念為「誠信」、「踏實」、「積極」、「創新」，鑑於疫情未知影響與永續發展趨勢，決策於2020年調整公司經營理念，以「靈活」與「永續」置換「踏實」與「積極」，期許同仁培養應變環境以及融合永續的能力。我們從食品本業出發，以永續創新的角度開發潔淨健康產品，包含新東陽樂活式 (LOHAS)-「horizon活力生」潔淨標章系列及銀髮友善創新產品，提供消費者簡單與健康的選擇。截至2025年，新東陽產品共榮獲12項潔淨標章、11項銀髮友善、7項新味食潮獎以及1項潔淨高值特別獎，展現產品創新的豐盛成果。

永續治理升級，驅動永續藍圖啟航

新東陽雖非上市櫃公司，為傳達企業理念並及早完善永續管理制度，選擇自願發行永續報告書。同時，為強化企業永續發展及利害關係人溝通成效，於2025年正式成立永續發展委員會，以「美味、品味、人情味」品牌價值為核心，制定「安心健康、綠色承諾、陪伴共好」三大永續發展策略，並針對公司治理、環境永續、產品與食安、供應鏈管理、員工關懷及社會共好等主題設置六大功能小組，整合企業資源與管理機制，穩健推進永續發展。

前瞻淨零布局，開拓綠色永續「食」代

對於2050年淨零排放目標，新東陽於2025年推動全台多業態營運據點進行溫室氣體盤查；首次完成自然暨氣候風險評估；逐步規劃主力產品進行碳、水足跡盤查，至今共6項產品取得碳足跡標籤及完成碳、水足跡查證。透過提前布局，我們將氣候風險與機會轉化為綠色競爭力。永續是一場與價值鏈夥伴、社會大眾及利害關係人並肩前行的馬拉松。新東陽自我期許不僅是食安守護者，更是引領台灣走向「綠色永續食代」的開拓者，為下個世代創造永續未來。

永續發展策略 GRI 2-24

新東陽以「美味、品味、人情味」之品牌價值為永續發展核心，制定「安心健康、綠色承諾、陪伴共好」三大永續發展策略，涵蓋食品安全、公司治理、環境友善與社會共好四大永續面向，整合企業資源與管理機制，穩健推進2050年淨零排放目標。

- **安心健康：**新東陽持續研發永續與健康的潔淨產品，透過各營運據點及通路，提供多元化的在地服務，並與永續價值鏈攜手落實食品安全。
- **綠色承諾：**秉持誠信初衷，新東陽面對大環境變化始終保持靈活應變能力，透過綠色生產及建立能資源循環機制，強化企業治理及環境管理韌性。
- **陪伴共好：**新東陽重視員工關懷、在地連結及社會公益，支持在地青農、推廣食農教育，致力中華美食文化傳承，用愛心與公益行動持續回饋社會。

永續績效

榮耀與肯定

公司治理

連續4年 榮獲1111人力銀行
「幸福企業金獎」

西螺服務區榮獲交通部金路獎
「站場環境維護類 第一名」

桃園機場中央區複合商場及
綜合商場均獲得評鑑 **「特優」** 等級

食品安全

獲第一屆 LiMA原力永續獎
銀獎

共12項產品取得穀研所 **「潔淨標章」**
6項 **「100%無添加標章」**
6項 **「雙潔淨標章」**

活力生雙潔淨純豬肉鬆等7項產品榮獲
食品工業發展研究所 **「新味食潮獎」**
其中活力生雙潔淨青花椒牛肉乾
產品榮獲 **「特別獎-潔淨高值」**

台灣黑豬滷肉等11項產品榮獲
行政院農業委員會
「銀髮友善食品」

新東陽門市連續2屆
獲得台灣連鎖暨加盟協會(TCFA)
服務金賞

關西及南投服務區
獲選高公局
《國道好便利—吃喝玩樂網路票選》
三冠王

環境友善

新東陽大園廠
保持**綠色工廠**資格
通過**綠建築認證**及**清潔生產**評估系統合格

新東陽自有品牌
共**6**項產品完成
碳足跡、**水足跡**查證，並取得**碳標籤**

社會共好

連續3年 榮獲 臺北市
「中高齡者暨高齡者友善企業認證」

榮獲首屆 桃園市
「中高齡者暨高齡者友善企業認證」

獲頒勞動部勞動力發展署
「人才發展品質管理系統銀牌」

重點績效

公司治理

成立**永續發展委員會**，制定**「安心健康、綠色承諾、陪伴共好」**三大永續發展策略

規劃 **「IFRS 永續揭露準則 (S1/S2)」**導入時程

臻好食客棧-機場店 榮獲 **三星** 溯源餐廳；關西店 榮獲 **二星** 溯源餐廳

食品安全

新東陽自製產品 **100%** 導入ERP食品追溯追蹤系統 ，實現 **「一鍵溯源」** 資訊整合

榮獲衛生福利部國民健康署頒發 **健康飲食實踐獎** 通路組 **傑出獎**

國道服務區平均滿意度達 **88.97%** 、機場商場平均滿意度達 **82.8%**

大園廠原物料在地採購比例達 **99%**

原物料（含 OEM）供應商，完成簽署「環境永續聲明」其進貨金額占比達 **83%**

RSPO永續棕櫚油、**履歷豬肉**等永續採購項目累積達**6大類品項**

環境友善

完成首次 **TCFD/TNFD** 自然暨氣候風險評估

台灣 **全營運據點** 完成溫室氣體盤查

大園廠溫室氣體排放相較2016年降低約 **2,603.198** 公噸CO_2e，減量率達 **31.19%**

推動空調改善，年節電**78.6**萬度，節電率**41.6%**

實施水資源循環再利用，年回收約**3,100**公噸，回收率**43%**

廢棄物再利用共計 **1,479.71** 公噸，再利用比例達 **75.14%**

社會共好

由 **總經理** 帶領同仁參與TAISE台灣永續能源研究基金會所轄TACS台灣企業永續學院證照培訓班課程，累積 **23** 人獲頒 **「企業永續管理師」** 證照

自2014年起累計共**14**位同仁榮獲台灣連鎖暨加盟協會TCFA「服務天使獎」

大園廠攜手 **18** 家廠商共同成立新東陽 **Green安衛家族**

「愛傳承」 公益禮盒累計捐贈數量達 **93,000** 罐/盒，總額逾**2,400**萬元

投入弱勢教育觸及累計人數逾 **10** 萬人次

累計推動 **5** 場永續在地之旅，參與逾 **500** 人次，清理海洋垃圾逾 **500** 公斤

亮點專欄

誠信

建立產品溯源機制
落實對消費者不變的承諾

自創立以來，新東陽秉持誠信為本的精神，將對消費者的承諾落實於食品生產中。自2007年起，我們率先申請履歷驗證產品，建立全流程溯源機制，從食品原物料供應、生產、加工至運銷各階段制定「產品履歷」及「流通銷售履歷」雙重驗證制度，強化食品安全，讓消費者每一口都吃得安心。

創新

響應無齡世代
開發銀髮友善與潔淨健康食品

新東陽積極將永續理念落實於產品研發與消費者體驗，針對高齡者蛋白質攝取與牙口咀嚼需求，開發細緻質地與機能性營養產品；依照各年齡層需求，研發「horizon活力生」系列產品，並推動Clean Label 潔淨標章驗證，以「少添加、簡單成分、真實資訊」為定位，回應市場對健康意識的高度重視。

靈活

導入自然暨氣候風險評估
轉化綠色競爭力

面對全球環境變化與氣候變遷帶來的影響，我們首度導入自然暨氣候風險評估（TCFD / TNFD），系統性辨識並揭露相關風險與機會，並擬定因應策略與行動方案，規劃逐年檢視目標達成狀況，藉以提升新東陽於氣候暨自然風險及機會營運韌性。透過提前布局，將氣候風險與機會轉化為綠色競爭力。

永續

高層領軍
由上而下導入永續人才培育

新東陽啟動第一屆「企業永續管理師」永續人才賦能計畫，由總經理親自領軍，帶領跨部門中高階主管與關鍵同仁受訓，建立永續學習風氣及「永續證照職務加給」獎勵機制，展現高層推動綠色變革的決心。共累積23人取得「企業永續管理師證照」。對新東陽而言，這不僅是一張證照，更是一份企業提升永續轉型的責任與態度。

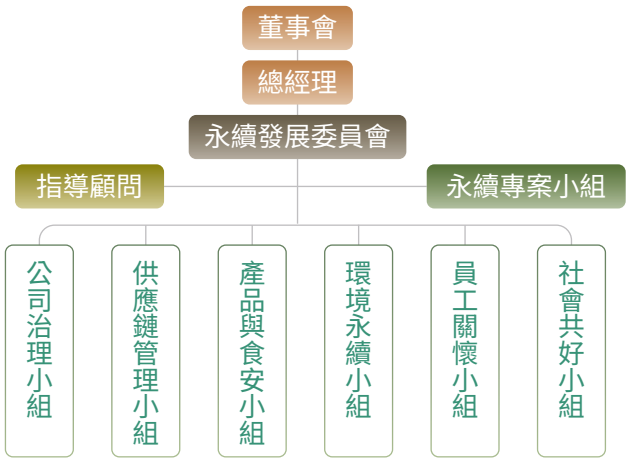
永續發展管理

永續發展委員會 GRI 2-13 GRI 2-14

新東陽長期致力於永續發展的推動與落實，2019年成立企業社會責任（CSR）推動小組，並於2020年自願性出版第一本CSR報告書。為強化企業整體永續發展及永續資訊揭露品質，於2025年12月正式成立永續發展委員會，並制定「永續發展委員會組織規程」，由麥升陽總經理擔任主任委員，轄下設置六大功能小組，針對公司治理、供應鏈管理、產品與食安、環境永續、員工關懷及社會共好等主題，由各項業務相關主管擔任小組召集人，跨部門整合資源及建立合作機制；永續專案小組，負責推行各項計畫及綜整永續揭露資訊；指導顧問，由內部高階經理人擔任，負責專業技術傳承與諮詢。

永續發展委員會架構圖

永續發展相關專案由六大功能小組負責執行，不定期向永續專案小組報告階段性成果。為確保永續議題獲得最高管理階層的監督，永續發展委員會每年至少召開兩次會議，由各小組召集人向總經理呈報關鍵作為及推行綜效，重大議題由總經理進行決策，並將結果於董事會報告。2025年永續發展委員會於董事會共報告1次，包括永續發展委員會組織規程、永續工作執行概況、溫室氣體盤查推動規劃等。

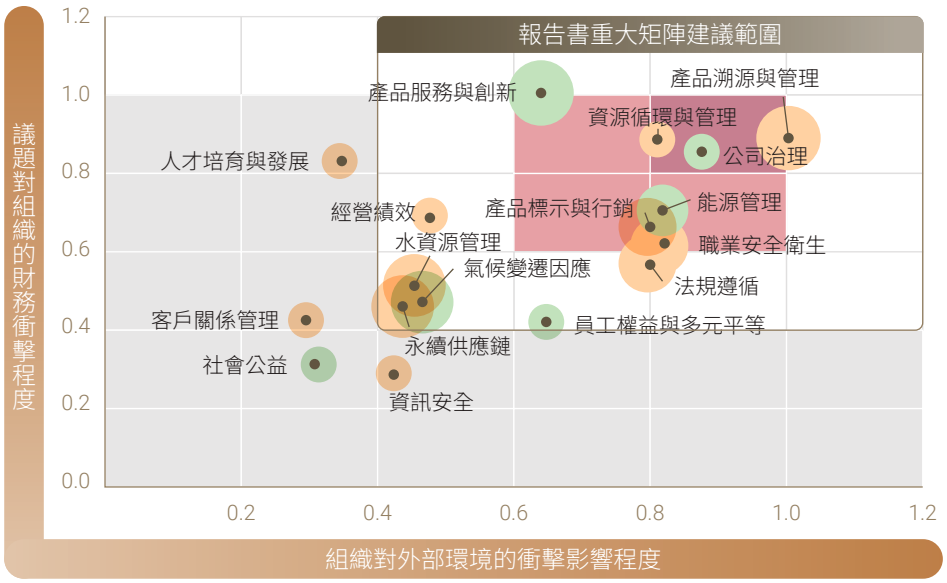


重大主題鑑別 GRI 2-6 GRI 3-1 GRI 3-2

永續議題與利害關係人之鑑別和管理，為推動永續發展的重要根基。本公司參考全球永續性報導標準與框架，依據AA1000:2018當責性原則之「包容性、重大性、回應性、衝擊性」以及利害關係人包容性，進行鑑別、分析與回應。

了解組織永續脈絡	Step 1 利害關係人鑑別	新東陽參考AA 1000 SES利害關係人參與標準五大原則，審視營運商業活動與永續脈絡，藉由六大功能小組與各部門主管討論，經高階主管確認後鑑別出8大利害關係人。	8類 利害關係人
	Step 2 組織衝擊因子蒐集	參考GRI 準則、SASB、TCFD、國際評比產業議題、聯合國SDGs及國內、外產業議題、全球性趨勢議題及媒體報導等，共整理出146個衝擊因子，並鑑別「企業營運對ESG」所產生的實際/潛在、正/負面影響與程度。	146個 衝擊因子
辨認實際與潛在衝擊	Step 3 將組織衝擊因子整合為永續議題	將影響項目依主題整合為永續議題，並由永續專案小組與外部顧問討論後，確立企業營運之永續議題。	17個 永續議題
	Step 4 重大主題分析與排序	由六大功能小組協助發放線上問卷，了解利害關係人對各項永續議題的關注程度。再依各議題的機會/風險面向、「議題對組織的財務衝擊程度」及「組織對ESG的衝擊影響程度」進行高、中、低強度分析，鑑別其重要性。	380份問卷 高層12份 利害關係人368份
評估衝擊顯著性	Step 5 主題影響性評估	透過GRI 3和雙重重大性分析精神，衡量高、中度議題的財務影響及發生可能性，並參考外部顧問與專家學者之建議後；後將重大主題對照GRI主題準則，鑑別出7項重大主題。	7項 重大主題
顯著影響主題揭露報導	Step 6 議題回應與揭露	經評估後，以7項重大主題作為本報告揭露重點，擬定管理方針。未來持續檢視各項永續議題重要程度，回應利害關係人期待，確保報告書揭露內容透明、合理與平衡。	

重大主題矩陣



食安 3 項
- 產品溯源與管理
- 產品服務與創新
- 產品標示與行銷

治理 1 項
- 公司治理

環境 2 項
- 資源循環與管理
- 能源管理

社會 1 項
- 職業安全衛生

管理方針		機會/風險議題		發生可能性	
3	高度重大主題	6	機會議題	7	高度可能性
4	中度重大主題			6	中度可能性
6	低度議題	11	風險議題		
4	矩陣外追蹤議題			4	低度可能性

重大主題變動說明

重大主題	要性		變化	變動說明
	2019	2025		
資源循環與管理	-	高度	新增	顯示新東陽需展現資源循環利用管理策略，以確保各項原物料、廢棄物能妥善處置，並獲得利害關係人及高層的高度重視。
經營績效	重大	低度	下降	新東陽長年來秉持誠信經營的理念，搭配多元化通路發展，經營管理運作穩定，故重要性微幅下降。

重大主題與價值鏈

永續面向	重大主題	GRI 主題準則	衝擊面向	機會風險	價值鏈衝擊範圍					回應章節
					上游	營運			下游	
					原物料採購	研發	生產製造	通路經營	倉儲物流經銷	
治理	公司治理	205 反貪腐 206反競爭行為	潛在正面	機會	▲	●	●	●	▲	第一章
環境	能源管理	302 能源	潛在正面	機會	▲	▲	●	●	▲	第二章
	資源循環與管理	306 廢棄物	潛在負面	風險	▲	▲	●	●	▲	
食安	產品溯源與管理	416 顧客健康與安全	潛在正面	風險	●	●	●	▲	▲	第三章
	產品服務與創新	自訂主題	潛在正面	機會	▲	●	●	-	-	
	產品標示與行銷	417 行銷與標示	潛在負面	風險	▲	●	●	●	-	
社會	職業安全衛生	403 職業安全衛生	潛在負面	風險	V	●	●	●	V	第五章

註：價值鏈衝擊定義：
造成 ●：說明組織因其自身的活動所造成衝擊
促成 ▲：說明組織的活動致使、促進或誘使另一個實體造成的衝擊
直接相關V：一個組織沒有造成或促成負面衝擊，可能因其商業關係（營運、產品或服務）而產生負面衝擊

重大主題衝擊與財務評估

重大主題	衝擊說明	財務衝擊程度	財務評估項目
公司治理	因應利害關係人期待及國內外永續規範趨勢，提升治理透明度與永續揭露責任。	中高	▪ 強化永續治理與增加營銷通路經營，可持續取得投資者信賴 ▪ 內控制度配合數據治理節省人力成本
能源管理	能源取得仰賴化石燃料，增加環境風險與營運成本，透過智慧製造、設備節能及運輸優化提升效率。	中高	▪ 導入高效能設備節省能源成本 ▪ 規劃太陽能自發自用節省電費成本
資源循環與管理	廢棄物與包材法規日益嚴格，強化剩食、捐贈及庫存管理，降低浪費。	中	▪ 廢棄物清運與處理成本 ▪ 法規加嚴潛在碳費成本 ▪ 新興資源再生技術費用
產品溯源與管理	主管機關及消費者皆重視來源透明性，強化原料追溯與製程管理，提升供應鏈韌性。	中	▪ 溯源資訊建置及維護成本 ▪ 消費者疑慮造成罰款或產品下架損失 ▪ 供應鏈供貨異常或食安事件導致產品下架回收
產品服務與創新	因應食安、低碳與健康需求，強化產品研發與服務創新，布局健康、高齡友善及綠色產品趨勢。	中高	▪ 開發特色商品，結合多元行銷提升產品銷售 ▪ 開發低碳及潔淨產品，切入新世代市場 ▪ 藉由多元通路與創新服務擴大市場
產品標示與行銷	食品標示與行銷法規趨嚴，需確保資訊真實透明，加強對外溝通，降低品牌風險。	中	▪ 產品標示需依法規修正或包材報廢衍伸費用 ▪ 產品標示或行銷用語不合法規，衍伸罰鍰或下架 ▪ 客訴或品牌信任度事件衍伸費用
職業安全衛生	強化工安預防、承攬管理，因應設備老化、人力結構變化，提升職場安全管理。	中	▪ 工安事故導致停工，提升生產成本 ▪ 職業安全衛生相關法規裁處或裁罰 ▪ 職災賠償、保險成本及法律風險預備金

利害關係人議合 GRI 2-29

重大主題衝擊與財務評估

新東陽參考AA1000 SES利害關係人議合標準（Stakeholder Engagement Standard, SES），經永續發展委員會轄下六大功能小組及各部門主管、同仁討論，並納入外部專家建議，進行鑑別與排序，鑑別出8大重要利害關係人，包含客戶與消費者、員工、政府機關、協力商、股東與投資者、社區與公益團體、查驗單位與公協會、媒體。

Phase 1 鑑別	初步盤點利害關係人族群	進行利害關係人鑑別工作坊，了解國際趨勢、同業概況，梳理新東陽利害關係人群組與其範疇、定義、涵蓋對象。
Phase 2 排序	AA1000 重要性排序	參考AA1000利害關係人議合標準，透過「責任、依賴性、影響力、多元觀點、張力」5大原則，進行利害關係人評分，收斂最終8類利害關係人。
Phase 3 回應	聚焦關注議題與回應方式	分析8類關鍵利害關係人的主責部門、溝通管道與頻率，並依據利害關係人所關注的重點議題，完善且深化溝通策略。

利害關係人議合

客戶與消費者

對新東陽的重要性

客戶與消費者是推動新東陽持續進步的關鍵。我們針對各年齡層的多元需求，堅持提供健康、純淨的產品與服務，全力守護每位消費者的健康與安全。

溝通管道與頻率

【定期】
- 每年1次客戶滿意度調查
- 每1項產品包裝資訊揭露

【不定期】
- 客戶服務專線與信箱
- 官方網站永續專區
- 實體通路設置意見箱
- 品牌自媒體社群平台
- 產品包裝資訊揭露
- 永續報告書揭露

2025年議合成效

- 客戶滿意度問卷調查：
  2025年平均滿意度
  國道服務區達88.97%
  機場商場達82.8%。
- 產品包裝與標示資訊揭露：
  品牌自製品之產品標示，100%符合食品標示法規定。

關注議題

產品溯源與管理
法規遵循
職業安全衛生

參考章節

3.1 產品溯源與管理
1.2.3 誠信為本
5.3.1 職業安全衛生

員工

對新東陽的重要性

新東陽將每位員工視為穩健營運與持續成長的基石。透過多元溝通、專業培訓與健全的職涯規劃，攜手同仁建構健康友善的幸福職場。

溝通管道與頻率

【定期】
- 每年辦理4次安全衛生委員會
- 會議：部門會議、專案會議、數位轉型月會等等

【不定期】
- 電子郵件與宣導公告
- 辦理教育訓練講座
- 員工意見信箱
- 公告職場暴力與性騷擾防治等資訊
- 透過通訊軟體及面對面溝通
- 政策公告與宣導

2025年議合成效

- 大園廠每年召開4次安全衛生委員會，由勞工代表參與與資方代表討論安全衛生事項，共討論36件職安相關議題 。
- 安全衛生資訊傳達與政策宣導每月至少1則，2025年公告共19則。
- 辦理員工安全衛生、健康促進知識與危害預防能力之講座與活動共40場次。
- 員工餐廳推廣蔬食 ，蔬食比例>50% 。

關注議題

產品溯源與管理
公司治理
職業安全衛生

參考章節

3.1 產品溯源與管理
1.2 公司治理
5.3.1 職業安全衛生

政府機關

對新東陽的重要性

新東陽透過與政府的良性溝通確保企業穩健營運，並以高標準符合食品法規，落實對消費者與環境的承諾。

溝通管道與頻率

【定期】
- 每周1次追蹤食品標示法規公告
- 每年1次能源使用查核申報
- 每年1次能源政策說明會、再生能源政策諮詢
- 每年1~2次參與節能技術交流

【不定期】
- 公文往返溝通
- 食藥署網站公告之食品標示等產業法規修訂公告
- 完成衛福部「非追不可」等食品追溯追蹤申報

2025年議合成效

- 能源申報與節能推動：
  完成每年ISO 50001能源管理系統驗證，並設定能源年減量1%目標。
- 非追不可食品追溯管理：
  大園廠從原物料驗收、生產製造至成品出貨，依批次、批號與數量100%上傳非追不可食品追溯管理系統。

關注議題

產品溯源與管理
法規遵循
職業安全衛生

參考章節

3.1 產品溯源與管理
1.2.3 誠信為本
5.3.1 職業安全衛生

協力商

對新東陽的重要性

供應商的穩定供貨與卓越品質，是新東陽核心的堅持，也是我們攜手夥伴實踐永續的關鍵

溝通管道與頻率

【定期】
- 每2個月進行原物料供應商進料評比
- 每年1次簽訂年度採購合約書
- 每年1次檢視永續採購績效
- 每年1次通路協力商專櫃大會

【不定期】
- 會議：數位轉型月會、專案會議等
- 透過MAIL、通訊軟體、電話、視訊及當面溝通
- 舉辦協力商年度大會

2025年議合成效
- 推動協力商進行節能及溫室氣體排放減量：帶動10家供應商共同進行節能改善及碳盤查。
- 供應商評鑑：

(1)原物料及OEM代工供應商進料評比等級A以上者達98.1%。

(2)原物料及OEM代工供應商採購合約加載環保相關規範，續簽率達總採購金額的83%。

關注議題	參考章節
產品溯源與管理	3.1 產品溯源與管理
法規遵循	1.2.3 誠信為本
職業安全衛生	5.3.1 職業安全衛生

股東與投資者

對新東陽的重要性

新東陽建立透明且完善的公司治理架構，以深化股東與投資人的信任，持續創造長遠的永續價值。

溝通管道與頻率

【定期】
- 每年4次董事會報告
- 每年1次股東會報告

【不定期】
- 股東聯絡窗口/信箱

2025年議合成效
- 2025年召開4次董事會
- 2025年召開1次股東會，完成相關專案報告

關注議題	參考章節
產品溯源與管理	3.1 產品溯源與管理
公司治理	1.2公司治理
法規遵循	1.2.3 誠信為本

社區與公益團體

對新東陽的重要性

社區與公益團體是新東陽在地深耕的友好夥伴。除了與當地社區共同守護環境，新東陽也致力推廣在地農產品、復興傳統文化與回饋社會

溝通管道與頻率

【定期】
- 辦理弱勢族群、青少年、兒童職能探索體驗活動。
- 每年1次永續在地之旅。

【不定期】
- 新東陽官方網站永續專區文章及電子報
- 辦理社區公益活動
- 年度永續報告書

2025年議合成效
- 外部志工參與逾100人次。
- 內部志工參與逾230人次。
- 累計帶領超過500人次認識中華傳統飲食文化及歷史。
- 影響累計公益團體達300人次。

關注議題	參考章節
產品溯源與管理	3.1 產品溯源與管理
公司治理	1.2公司治理
社會公益	CH6 共好之愛

查驗單位與公協會

對新東陽的重要性

通過各項優良評鑑與第三方查驗證，是我們對食品生產與安全標準的具體實踐，更是支持新東陽不斷推陳出新、守護大眾健康的關鍵。

溝通管道與頻率

【定期】

- 每年1次法規諮詢會議
- 每年1次申請官方評選
- 每年2次標章驗證審查及工廠實地稽核
- 每年1次政府法規二級品管稽核
- 每年ISO45001、14001、50001系統稽核(每三年換證)。
- 每年1次客戶稽核審查
- 每3年1次綠色工廠驗證

【不定期】

- 每年不定期標章及驗證申報。
- ISO14067-碳足跡、ISO14046-水足跡查證、ISO-14064-1溫室氣體盤查。
- 衛生局稽查，每年數次公文往返。

2025年議合成效

- 產品開發符合標準規範：

(1) 2025年累計12項產品通過穀研所「潔淨標章」認證。

(2) 2025年共3項產品入選食品研究所舉辦的新味食潮獎肯定。

(3) 2025年共三項產品獲選行政院農業部「銀髮友善食品」。

關注議題

產品溯源與管理
法規遵循
職業安全衛生

參考章節

3.1 產品溯源與管理
1.2.3 誠信為本
5.3.1 職業安全衛生

媒體

對新東陽的重要性

媒體是新東陽與社會大眾溝通的重要橋樑。藉由即時且透明的資訊傳遞，傳遞新東陽守護食安與穩健經營的初心，凝聚社會大眾的認同。

溝通管道與頻率

【定期】

配合三節及重要節慶，定期發布新聞稿與DM廣宣。

【不定期】

- 舉辦新品發表會
- 對外公佈新聞稿
- 接受媒體採訪
- 記者會
- 永續報告書揭露

2025年議合成效

接受專題採訪，彙整經驗並分享食品安全管理及綠色工廠之推動經驗。

遇負面食安新聞進行危機處理，同時於官網及門市公告相關事件說明。

關注議題

產品溯源與管理
公司治理
職業安全衛生

參考章節

3.1 產品溯源與管理
1.2公司治理
5.3.1 職業安全衛生

ch 1
承諾之本

1.1 關於新東陽 19
1.2 公司治理 22
1.3 經營成果 29
1.4 風險管理 30

亮點績效

榮獲 **第1名**

西螺服務區 交通部金路獎

站場環境維護類

桃園機場
中央區複合商場及
綜合商場評鑑

均獲得 **特優**

分數皆 **91.7分**

連續四年蟬聯
1111人力銀行

幸福企業
餐飲服務類
金獎

臻好食客棧 榮獲

星級溯源餐廳

機場店 **三星級**　關西店 **二星級**

南投服務區 **績優公廁評比** 榮獲

環境部 **績優清潔單位獎** 暨 **交通站類特優獎**

南投縣環保局 **多元服務組 特優獎**

重大主題管理 GRI 3-3

政策承諾	以「業務改善導向、數據驅動決策、行動化管理」三大數位策略，運用數位與AI賦能，整合智慧營運與產銷供應鏈，於治理、環境、社會三大面向發揮正向影響力。
組織願景	把解決問題變成永續競爭力：與時俱進，結合數位轉型與AI運用，以數據驅動決策，提供創新與安心服務，與社會環境共好。

重大主題

公司治理
GRI 205 反貪腐
GRI 206 反競爭行為

8 就業與經濟成長

定義與衝擊說明

定義	新東陽對組織內的管理機制，包含管理政策、董事會組成運作、健全監督機制、落實內部控制、重大事件因應改善措施、與外部利害關係人有效議合作為等，並將誠信精神內化於組織的日常營運中。
對組織的意義	食品業受法規嚴格控管，健全之公司治理機制為重要關鍵因素之一。新東陽透過持續強化決策透明度與風險管控能力，確保內部各部門遵循法規並提升管理效率，同時增進利害關係人信任，促進穩健經營與長期競爭力。
對外部影響	健全的公司治理機制有助於提升資訊透明度與法規遵循，強化投資人與利害關係人信任，促進供應鏈與產業穩定發展；若治理量能不足，可能引發法遵風險與損害名譽危機。因此新東陽致力強化內部治理機制，嚴格遵循食品業法規與落實食安機制，提升跨部門營運風險控管與危機處理能力。

因應「公司治理」被鑑別為發展機會，將「數位應用與AI賦能」列為管理行動，旨在透過數位科技落實數據決策並強化營運風險管控。

管理行動	2025年目標	2025年行動績效	達成概況	短期目標(2026年)	中期目標(2030年)	長期目標(2050年)
數位應用與AI賦能	POS與ERP上線	▪ SAP ERP系統於2024年底提前上線。 ▪ POS 系統於2025年上線 ▪ 執行功能優化項目，定期於數位轉型月會進行體驗回饋與效益分享。	已達成	倉儲管理系統(WMS)全面上線執行。 微軟Power BI績效數據導入，預計年底完成各部門KPI數位儀表板。	顧客樣貌分析與銷售預測輔助系統導入，提升內外部顧客體驗	推動智慧零售、智慧製造與智慧永續。
	倉儲管理系統(WMS)-電商版	▪ 倉儲管理系統-電商版完成上線。 ▪ 操作程序由6個減少至4個(降低33%)；急單出貨時間由240分鐘降至6分鐘。 ▪ 於數位轉型月會進行效益分享。	已達成	碳管理平台第四季完成導入測試評估。		

1.1 關於新東陽

1.1.1 全球布局

新東陽自1967年創立至今已近60年，從第一家直營門市為起點，逐漸拓展至百貨專櫃、客運轉運站、國際機場及國道服務區等多個銷售據點。新東陽以「中華美食文化的國際代言人」為使命，積極拓展國際市場，涵蓋北美洲、亞洲、大洋洲、歐洲等數十個國家共逾30,000個貿易經銷據點，致力將台灣多元的飲食文化推向全球。

品牌核心價值

深耕經典產品，傳遞「美味、品味、人情味」，建立長久消費信任。

永續與健康創新

積極研發樂活、健康與環境友善產品，提供消費者安心新選擇。

產品多元與生活連結

商品涵蓋逾**20大類、9,700項**，滿足消費者多元生活場景需求。

全球銷售網絡

中國大陸
設有工廠，並經營批發、經銷、量販等通路及電子商務服務

北美
跨越半世紀的國際化布局，1979年進軍美國舊金山，經銷網絡遍及美國與加拿大。
美國：設置工廠，整合在地銷售

歐洲
於英國，瑞士，西班牙等國家設有零售據點，產品與經銷商合作，成功導入當地大型零售通路。

亞洲
港澳、日本、星馬、泰國、菲律賓，銷售觸角遍及 星馬、泰、菲。

大洋洲
於澳洲與紐西蘭均設有零售據點，產品與經銷商合作，成功導入當地大型零售通路。

台灣

門市 25 家

百貨專櫃 12 家

國道服務區 5 家

機場商品館 15 家

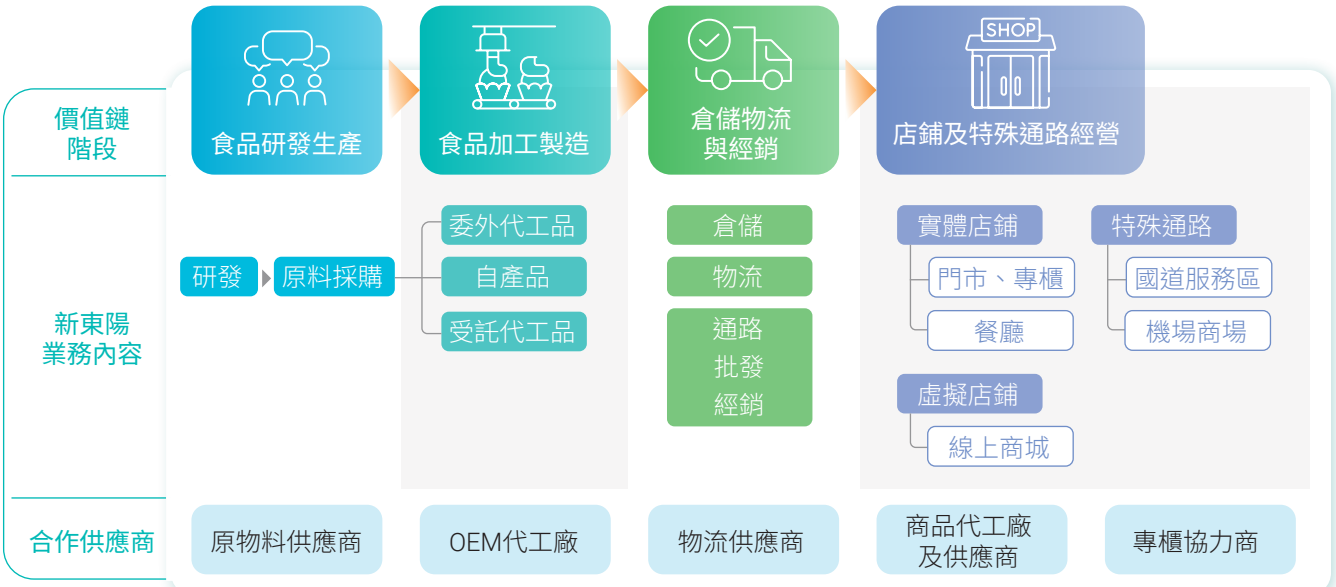
餐飲街邊店 2 家

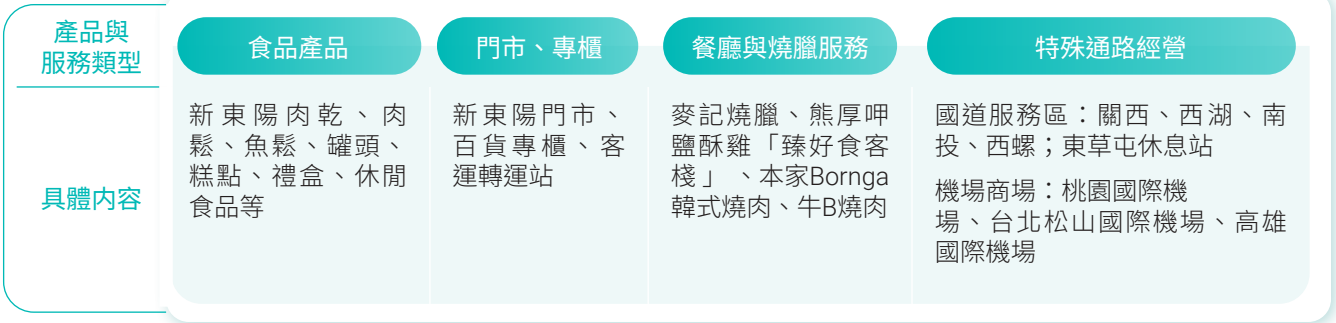
餐飲專櫃 14 家

1.1.2 價值創造 GRI 2-6

食安始終是新東陽不變的堅持，為此新東陽攜手價值鏈上、中、下游夥伴，於研發、生產、製造、配送及銷售等環節，共同致力於食品安全的守護。透過完善的溯源系統及嚴謹的管理機制，持續提供消費者最安心的產品及多元化的服務。持續提供消費者最安心的產品及多元化的服務。

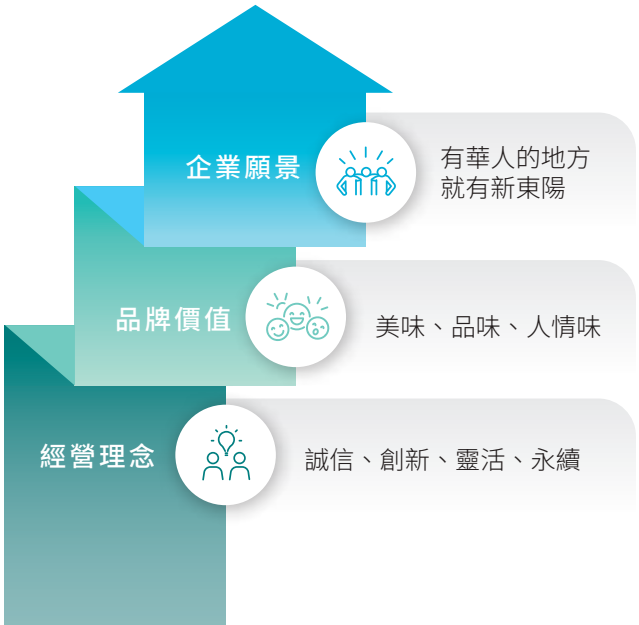
新東陽價值鏈圖





1.1.3 願景與核心價值

新東陽堅守「誠信、創新、靈活、永續」經營理念，以行動持續落實地球及食安永續。創辦人麥幸夫先生秉持「有華人的地方就有新東陽」的品牌願景，在麥寬成董事長與麥升陽總經理的帶領下，將臺灣豐富的飲食文化傳遞給全球消費者，積極參與社會公益，致力於減少環境負擔，致力於 2050 年達成淨零碳排。



品牌價值 : 讓生活更有味

以傳統底蘊持續創新，傳承的中華美食文化特色產品讓人唇齒留香，也帶給消費者「新」與「心」的感動。

美味

現代消費者由品質走向生活品味，新東陽堅持以「至臻至善」精神，詮釋生活中的美好滋味。

品味

禮，是人與人之間情感的橋樑，對於不善於表達情感的華人，透過送禮，來傳達彼此心中說不出的感謝。

人情味

經營理念

誠信

以誠信為本，對消費者、股東、員工、合作夥伴與社會大眾是永遠的承諾。

創新

以創新思惟的角度為客戶提供有價值的產品及服務，並運用科技及數據加速創新，保持業界領頭羊的地位。

靈活

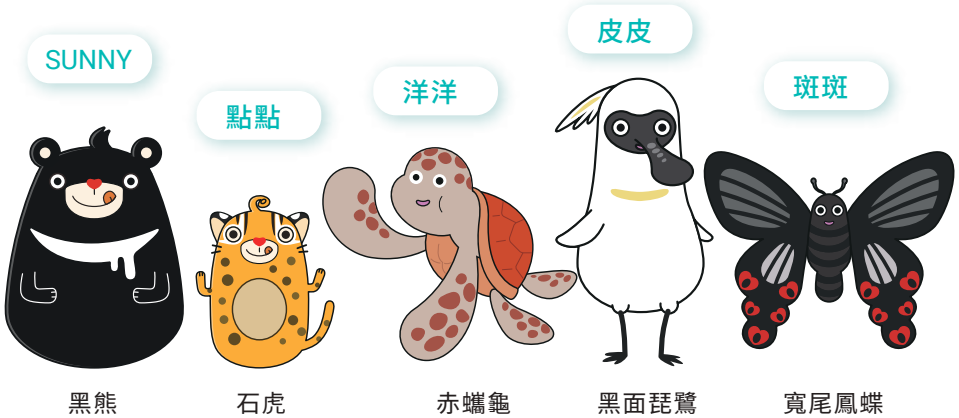
以全球環境劇烈變動為背景，企業須積極應對轉型需求，培養靈活應變與持續競爭的能力。

永續

以推動綠色工廠與循環經濟為基礎，持續提供環境更友善的選擇，並積極參與社會公益，實踐永續發展承諾。

新東陽吉祥物

為呼籲國人對生態保育的重視，新東陽特別設計五款台灣原生種及瀕臨絕種保育動物圖像，並規劃專屬的品牌或產品，以期喚起國人保育動物的意識，共同守護生態，實踐永續精神。



1.1.4 企業大事記

新東陽自創立以來，不僅致力滿足消費者多元生活場景需求，開發20大類產品，更積極拓展經營版圖，打造出最具代表性的台灣品牌。透過事記表，可以看見在綠色工廠、產品創新及永續發展上的重要里程碑，展現我們在變動時代中，立足台灣、守護食安的實力與決心。

1967 - 2003
創立與通路奠基期

- ✓ **1967年：**新東陽創立，精緻肉品加工起家。
- ✓ **1979年：**進駐桃園機場。
- ✓ **1992年：**跨足國道服務區經營。
- ✓ **2003年：**榮獲食品業首家 ISO 9001 國際認證。

2004 - 2016
品質認證與綠色啟航

- ✓ **2004年：**榮獲「台灣包裝之星與綠色包裝」獎章。
- ✓ **2008年：**首家實施肉品「產品履歷」與「流通履歷」。
- ✓ **2011年：**榮獲經濟部頒發「台灣百大品牌」肯定。
- ✓ **2016年：**全產品通過 FSSC 22000 食安最高認證。

2017 - 2022
低碳永續新典範

- ✓ **2017年：**大園廠取得綠建築標章，溫室氣體盤查。
- ✓ **2018年：**榮獲「綠色工廠」標章（全台食品業首家）。
- ✓ **2020年：**發行首本 CSR 報告書，獲 TCSA 白金獎。
- ✓ **2022年：**核心肉製產品取得 ISO 14067 碳足跡驗證。

2023 - 2025
永續治理新里程

- ✓ **2023年：**取得碳水雙足跡標籤、獲農村共榮獎。
- ✓ **2024年：**核心 SAP ERP 系統與 POS 正式上線。
- ✓ **2025年：**大園廠通過 ISO 50001/45001/14001。
- ✓ **2025年：**榮獲幸福企業「金獎」與交通部金路獎。

官網里程碑QR

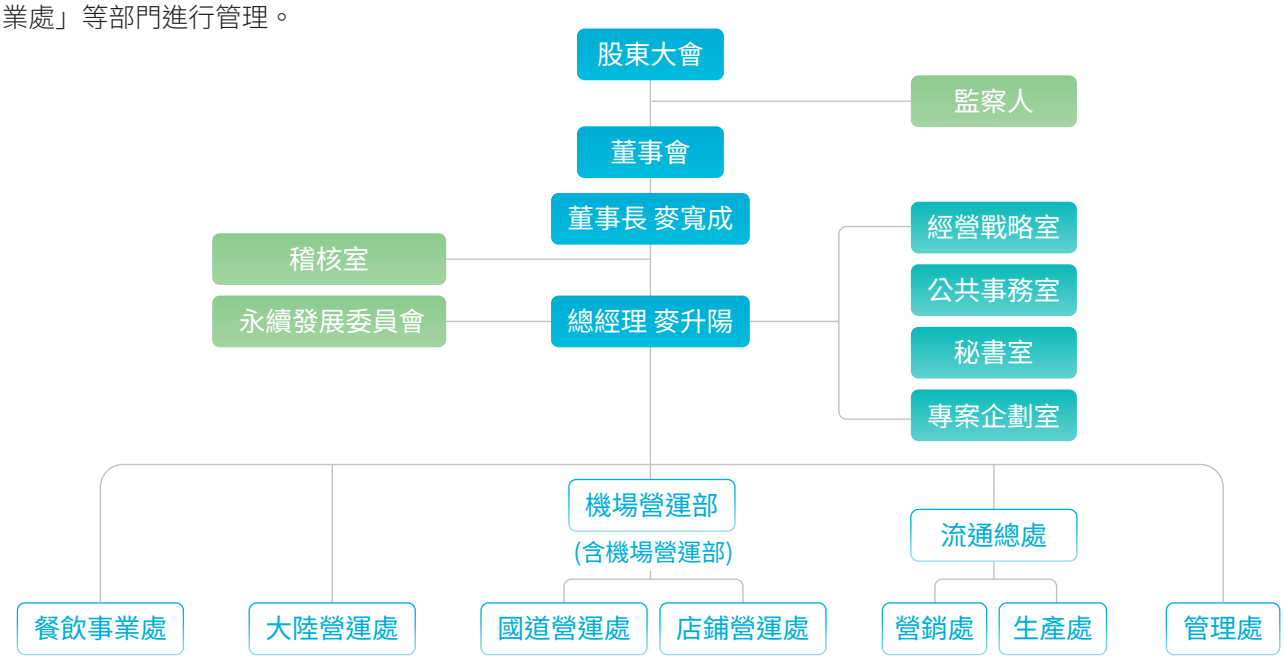
1.2 公司治理

1.2.1 組織架構 GRI 2-1

新東陽組織概況

具體內容	新東陽股份有限公司
產業別	公開發行食品工業
2025年底員工人數	1,073人
主要產品/服務	食品製造、銷售、服務；餐飲銷售服務
辦公據點	台北市忠孝東路四段289號8樓(總公司) 新北市三重區光復路一段61巷26號15樓之1 (三重營業所)
生產據點	大園廠：生產設施場所共1處，為桃園市大園區大工路11號之大園廠；2025年生產總重量為3,699公噸。
2025年底營運據點	門　　市：37家 (含食品館25家、專櫃11家及轉運站1家) 國道服務區：5處 (含關西、西湖、南投、西螺四個服務區、東草屯休息站) 機場商品館：15家 (含桃園國際機場10家、臺北松山機場3家、高雄國際機場2家) 餐　　飲：16家 (包含麥記燒臘2家、臻好食客棧2家、本家BORNGA韓式燒肉1家、牛B日式燒肉1家、熊厚呷鹹酥雞7家、關西便當1家、西螺便當2家) 2025年新東陽各零售通路及門市實際銷售予終端消費者之包裝商品銷售重量共 7,228公噸。

新東陽致力透過建立良好的公司治理機制，將誠信精神內化於組織的日常營運中，成為公司的核心文化。針對食品生產製造、通路及餐飲經營等不同業務型態，設置「管理處」、「營業總處」、「流通總處」、「餐飲事業處」等部門進行管理。



新創系列介紹

新東陽近年來開發樂活式 (LOHAS，Lifestyles of Health and Sustainability) 「活力生」潔淨標章系列產品，提供對消費者更健康、對環境更友善的選擇，讓消費者不論是在上班、旅途或運動時，時刻都處於樂活進行式。

餐飲品牌

新東陽自1987年創立「麥記燒臘」起跨足餐飲，後續陸續發展出客家風情「臻好食客棧」、台味潮流「熊厚呷鹹酥雞」與深獲好評的「國道服務區便當」。2022年引進「本家BORNGA韓式燒肉」與頂級「牛B燒肉」。積極透過差異化經營與強化市場競爭力，落實綠色食材溯源與卓越品質，提供消費者創新、安心的樂活餐飲新體驗。

餐飲介紹

經典傳承

麥記燒臘 1967

港式燒臘領導品牌

創立之港式燒臘領導品牌，堅持原汁原味與道地工法，於業界具連鎖領先地位。

AMOT溯源三星級

臻好食客棧 2016

臻好食客棧 Hakka Restaurant

客家主題餐廳

講究溯源食材的客家主題餐廳，遵循「四炆四炒」古法精神，通過 AMOT 溯源餐廳最高三星級認證。

500盤肯定

本家韓式燒肉 2022

外國人也愛的傳統韓味

韓國廚神白種元道地韓食品牌，2024年榮獲美食評鑑《500盤》殊榮，展現正統韓味美學。

台式特色

熊厚呷鹹酥雞 2016

台味現烤炸物

首創在服務區導入台灣夜市美食，嚴選去骨雞肉，並以台灣黑熊品牌意象陪伴旅客旅程。

500盤肯定

牛B燒肉 2021

餐桌上的和牛博物館

「餐桌上的和牛博物館」，2022年起連續3年榮獲美食評鑑《500盤》，提供職人精神的頂級和牛饗宴。

台式特色

服務區便當 2011

安心健康便當

結合關西梅干肉、西螺濁水米等在地特色食材現點現做，營養均衡回饋旅客，溫暖國道旅途。

1.2.2 董事會

GRI 2-9 GRI 2-10 GRI 2-11 GRI 2-12 GRI 2-13 GRI 2-15 GRI 2-16 GRI 2-17 GRI 2-18 GRI 2-19 GRI 2-20 GRI 2-28

新東陽最高治理單位為董事會，透過明確之永續治理架構，定期檢視ESG策略執行情形與成效，並將永續發展目標納入經營決策與績效評估體系，確保各項政策有效落實。

宗旨

將永續納入策略核心

董事會將ESG與經營策略深度整合，制定客觀的管理制度與監督方針，並在日常營運中充分考量股東與外部利害關係人的長遠福祉。

願景

實踐永續發展願景

秉持「安心健康、綠色承諾、陪伴共好」三大策略，引導新東陽在追求營運成長之餘，落實地產地消、源頭減塑等低碳綠色承諾。

合規

落實利益衝突防範

依循《誠信經營守則》健全利益迴避機制。規定董事在面對涉及自身或關係人利害關係之議案時，必須主動揭露並依法進行迴避。

提名與遴選流程

1 **3年一任**
每屆任期3年得連選連任

2 **適任評估**
因應公司需求評估候選人資格

3 **股東選任**
提請股東會投票正式選任

董事遴選四大核心準則

產業經驗
深厚的實務經營管理能力

專業背景
涵蓋財會、法律或風控思維

策略決策
具備前瞻思維與危機判斷力

誠信商譽
具備高度職業倫理道德

新東陽董事會共編制7席董事（含1席女性董事），成員具備營運判斷、決策領導、財會分析、危機處理及產業知識等多元專業背景。董事會依權責審查營運目標、監督績效並進行風險評估，落實健全治理。詳細學經歷、酬金與兼職資訊，請參閱 114 年年報《公司治理報告》章節。

7席 董事會成員（含1名女性董事）

14.29% 董事會女性佔比（已達合規門檻）

4大專業 涵蓋經營、財務、風險與法律專才

董事會成員多元化

職稱	姓名	性別	年齡 41~50	51-60	61-70	71-80	兼任本公司職務
董事長	麥寬成	男				◆	董事長
董事	麥升陽	男		◆			總經理
董事	興陽投資（股）公司	-					
	代表人：麥修瑋	男	◆				
董事	興陽投資（股）公司	-					
	代表人：鄭理明(註)	男			◆		副總經理
	代表人：麥修仁(註)	男	◆				
董事	麥鎮倉	男	◆				
董事	李龍章	男			◆		
董事	麥淑珠	女			◆		

註：興陽投資(股)公司於115年4月1日起改派麥修仁為新任董事，鄭理明董事改派解任。

運行績效與董事永續進修

董事會每年至少召開4次會議，2025年共召開4次董事會，董事出席率89.3%。本公司由專任秘書處理董事會決議事項，並於每次開會時進行成效評估與追蹤。未來規劃制定董事會績效評估辦法，並納入含經濟、環境與人群衝擊相關指標。

89.3% 2025年度董事實際出席率

4次 董事會議召開次數（定期追蹤決議）

ESG內化 「安心健康、綠色承諾、陪伴共好」3大策略融入營運

董事長 麥寬成 進修9小時

專研：永續金融、防洗錢與綠色科技、AI與資訊安全實踐

總經理 麥升陽 進修64小時

TAISE企業永續管理師證照培訓班課程完訓並取得證照

董事 麥修瑋 進修6小時

專研：上市櫃內線交易防範宣導、股權交易合規與實務運作

薪酬政策

董事薪酬核定方式依公司章程規定，不高於當年獲利百分之一（稅前利益扣除分派員工酬勞及董事酬勞前之利益），並以現金發放。

2023-2025與董事會溝通關鍵重大事件

1. 智慧永續：兩大數位核心建置 2024-2025

董事會全程控管並引導 SAP ERP 與 POS 系統分階段上線，強化內部控制、流程優化並落實數據決策。

2. 永續經營：服務區資本支出與升級 2025決議

呈報並通過國道服務區經營展延規劃與大額資本支出分配，用於服務區站場環境與綠建築能效升級。

3. 治理透明：存貨成本計價方法變更 2025決議

審議通過將存貨計價改為「移動平均法」，配合系統設定，大幅提升存貨評價之合理性與財務資訊透明度。

董事及高階經理人薪酬政策

6：4

高階經理人(固定：變動)

- 薪酬索回機制：設有「高階主管薪酬索回政策」，若遇重大誠信或食安危機事件損害商譽，可減少或取消獎金。
- 永續績效連結：規劃將薪酬連結ESG自主倡議、源頭減塑、減少二次包裝及員工敬業度等四大指標達成情形。
- 退休回聘制度：借重退休高階管理者經驗，回聘擔任公司顧問。

董事會及高階經理人之薪酬發放項目

對象	項目
董事（含獨立董事）	現金報酬（固定薪酬）、董事酬勞（變動薪酬）、認股權、分紅入股、退休福利或離職給付及各項津貼等，由薪酬委員會參考同業薪酬發放水準及董事個人績效，調整董事薪酬。
高階經理人（總經理、副總及經理等）	固定薪資、浮動薪資、配車及員工紅利。

註: 除固定薪資、退職退休金外，另依各項績效指標達成情形計算績效獎金。

功能性委員會

永續發展委員會

制定公司永續發展政策、追蹤永續發展執行情形與成效、督導永續資訊揭露事項及永續發展相關工作等

資訊安全管理委員會

負責核定可接受風險值，並對風險評鑑結果、風險改善計畫與控制措施進行審核

公協會參與

新東陽積極參與食品產業相關組織，與同業建立良好互動，正向提升本公司於業界的影響力，促進產業共好的合作夥伴關係。自2021年起加入台灣企業永續研訓中心（TCCS）成為會員，參與理事會議接軌國際趨勢，並與各界永續標竿砥礪精進，共同創造永續價值。

2023-2025 外部公協會參與概況			
	組織類別	擔任職務	本公司主管
1	台北市進出口商業同業公會（IEAT）	理事	麥升陽總經理
		召集人	朱若昱經理
		委員	麥升陽總經理/朱若昱經理
2	台灣連鎖暨加盟協會（TCFA）	常務理事	麥升陽總經理
3	台日商務交流協進會	理事	麥升陽總經理
4	台灣罐頭食品工業同業公會	會員	-
5	台灣國際生命科學會(ILSI Taiwan)	會員	-
6	台灣冷凍肉品工業同業公會	會員	-
7	台灣水產工業同業公會	會員	-
8	台灣企業永續研訓中心（TCCS）	會員	-

2025年麥升陽總經理參訪IEAT與韓國清州商工會議所締結姊妹會:打造台韓經貿新樞紐

2025年麥升陽總經理參與TCFA第12屆理監事合影

1.2.3 誠信為本

GRI 2-23 GRI 2-24 GRI 2-25 GRI 2-26 GRI 2-27 GRI 205-1 GRI 205-2 GRI 205-3 GRI 206-1

新東陽自創立以來，秉持誠信經營理念，同時回應產業趨勢、法規要求與利害關係人的期待，並訂有明確的工作規則與員工獎懲辦法於公司內網公告，具體說明職業倫理及服務守則，透過定期各部門會議，進行誠信經營宣導。

內部稽核

為了確保誠信經營，本公司依循相關典章制度，包含由董事會通過「內部控制聲明書」，制定核決權限、員工工作守則，並建立有效之會計制度、內部控制制度，以進行風險控管。新東陽於核決權限機制下分層負責，結合定期經營會議報告、年度績效考核、第三方會計師簽證財務報告等，檢視誠信經營的管理有效性，並由稽核室人員負責擬定並執行公司整體的「年度內部稽核計畫」，定期查核各項制度之遵循情形，進而彙報董事會。

稽核要點

54項 近三年 (2023-2025) 年度執行稽核項目

100% 發現異常項目改善完成率

1名 配置專任稽核主管秉持超然獨立立場

稽核流程

每年12月底前	依風險評估擬訂次年度稽核計畫，送董事會通過後申報。
每季	依稽核計畫確實執行，定期向監察人及董事會報告。
每年3月底前	啟動與進行上年度「全公司單位內部控制自評作業」。
每年4月底前	覆核自評報告及內控稽核結果，通過「內控制度聲明書」並刊登於年報。
持續改善	每年5月底前上網申報異常改善情形，近三年異常率極低且皆100%改善。

內部稽核結果

項目	2023	2024	2025
執行稽核項目數	30	30	54
發現異常項目數	1	1	1
異常改善率	100%	100%	100%

法規遵循

新東陽遵守產品與服務、環境及社會等相關法規，於公司內部建立多重管理機制，強化法規遵循，降低風險。2025年於經濟、環境、社會等面向無重大違規事件，因食品標示資訊（商品廣告等文案）不符法規1件，詳見3.3.2 產品標示與行銷。

反貪腐

新東陽秉持「誠信」的精神，訂定嚴格的道德規範，期望員工無論在工作及日常生活之言行舉止上，都能以負責任的態度遵循各項行為規範及倫理準則。為此，新東陽已將營運據點100%全面納入貪腐風險之評估範疇，2025年無重大貪腐風險事件。

新東陽反貪腐政策

100% 貪腐風險評估

訂定嚴格道德規範與工作規則，將旗下營運與通路據點全面納入評估：

- 營運據點 100% 納入貪腐評估
- 嚴禁利用職務關係收受餽贈與邀宴
- 嚴禁以公務名義圖利或為他人債務保證
- 近三年 (2023-2025) 零重大貪腐事件

供應鏈食安防護與反詐欺

為防範採購及原物料遭受潛在威脅或攙偽假冒，於《供應商管理作業辦法》中明定約束：

- 供應商須制訂「食品防禦與防詐欺計畫」
- 品管及採購定期實施「脆弱性風險評估」
- 將誠信與誠實防護納入供應商年度評比

100% 反貪腐宣導與訓練

致力將誠信文化普及到高階決策圈、全體員工及商業夥伴：

- 經營與主管會議反貪腐教育完成率 100%
- 新進人員職前誠信入職訓練覆蓋率 100%
- 所有合作供應商 100% 簽約時載明反貪條款

反競爭行為

為確保新東陽營運遵循當地政府法規，降低觸法風險，嚴格要求員工、各級主管恪遵職守遵循《公平交易法》各項規章法令，並適時回報董事會其遵循情形，亦針對相關同仁不定期舉行訓練課程。2025年無違反《公平交易法》之反托拉斯法令情事發生。

申訴處理

若員工或廠商發現違規事件，可主動向適當主管、稽核室、高階主管、總經理、董事或監察人檢舉。公司對於吹哨人，依據個案情形予以記功及獎金等獎勵。對外則設置客服專線專責服務，架設網站及信箱受理檢舉事項，並由各單位依權責辦理公開會議評議，並將議處結果公告。新東陽2025年未發生因違反道德行為或誠信經營原則而遭檢舉之情事發生。

申訴機制	使用對象	負責單位	回應方式	審查/確立案件		
				年份	案件數	已解決百分比
總經理信箱、稽核室信箱、人力資源部、安全衛生、客服專線等	員工、消費者或廠商	總經理、稽核主管、人力資源部、安全衛生、客服專員等	依提出方式適當回應	2023	0	-
				2024	0	-
				2025	0	-

1.3 經營成果

1.3.1 經營策略

新東陽定期召開經營管理會議檢視經營概況，並分析國內外趨勢、經濟環境、食品產業現況、市場供需狀況等，進而針對各通路型態制定因應策略及年度營運計畫，以確保企業永續經營。

新東陽經營策略

產品經營方向

- **商品開發**
  - 節慶禮品
  - 伴手禮
  - 小農特產
  - 環境永續(碳水足跡、竹纖維)
  - 標章商品(潔淨標章、銀髮友善..等)
- **生產製造**
  - 品質管理
  - 生產管理
  - 成本控制
  - 節能減碳
- **產品管理**
  - 新品開發
  - ODM/OEM產品
  - 供應商開發
  - 行銷主題規劃

商流通路經營：通路拓展　提升市佔　異業合作

通路門市經營

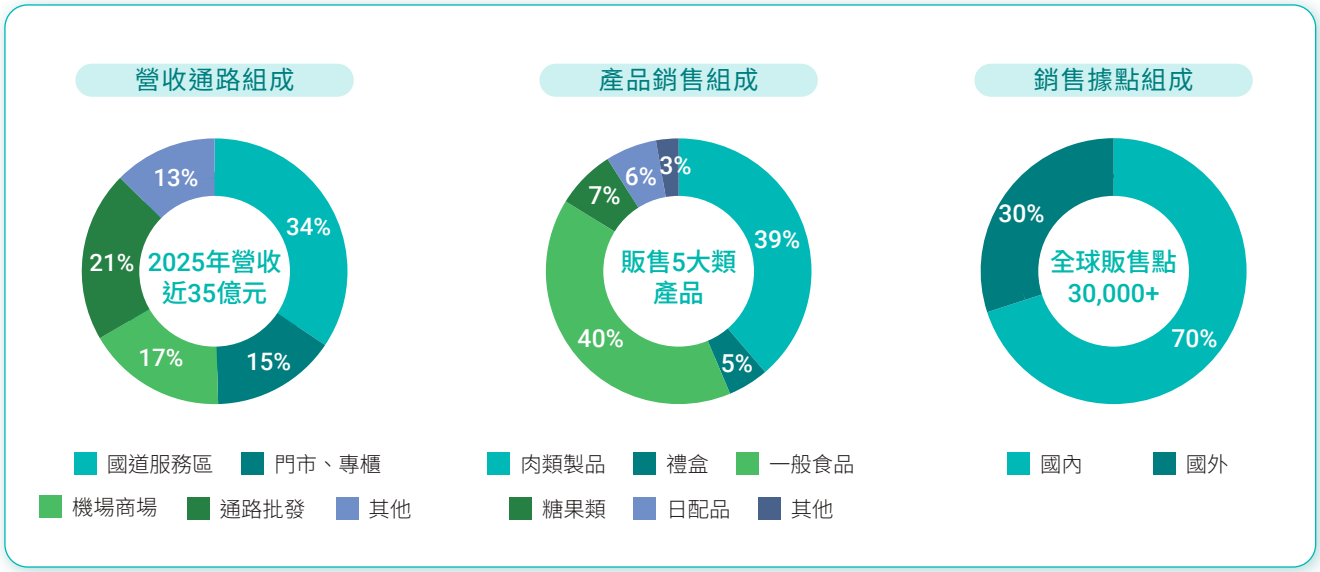
- **門市**
  - 消費體驗
  - 拓展客層
  - 體驗升級
  - 服務精進
- **國道服務區**
  - 一站一特色(OTOP)
  - 智慧點餐機
  - 24小時熟食供應
  - 小農市集/農民直販所
  - 柚來做好事【公益義賣】
- **機場商場**
  - 推廣縣市農/特產
  - 全面採用循環餐具
  - 多國語言培力
  - 招募外籍同仁
  - 提升旅客服務滿意度

大眾溝通方向

- 「送禮專家」議題行銷創造送禮需求，塑造專業選品形象
- 「特產首選」蒐羅全台地方特產，一站購足好方便
- 「綠色產品」推出ESG系列商品，增加品牌認同及好感度
- 「數據賦能」忠誠計畫、體驗升級，深化消費貢獻

1.3.2 經營績效

新東陽創立近六十年來，從食品生產奠定關鍵基礎，並逐步延伸拓展多角化營運面向，打造食品上、中、下游的完整價值鏈。近三年淨銷售額呈現穩健持平，2025年總營收近35億，主要來自國道服務區、機場商場、門市專櫃、通路批發，約佔87.40%。歷年營運財務績效詳見附錄一 表1-1、歷年營運財務績效。



1.4 風險管理

1.4.1 風險管理機制

新東陽重視企業經營所面臨之潛在風險，針對公司整體、生產工廠及各營運通路可能面臨之各類型風險進行審慎評估，並依據不同的風險特性擬定管理機制，並採取對應的行動措施，以確保能有效控制風險及達到預防效果。

環境掃描與鑑別

蒐集食安法規、通路商自主規範及市場趨勢，鑑別可能衝擊營收與品牌之風險因子。

評估與優先排序

蒐集食安法規、通路商自主規範及市場趨勢，鑑別可能衝擊營收與品牌之風險因子。

控制、監督與應變

建立標準化合約作業程序與通路庫存監控系統，由營銷主管每日核實通路異動資訊，確保實銷與營運穩定。

改善行動與追蹤

定期召開跨部門會議，針對通路反饋之產品缺失或物流遲滯進行原因分析，並追蹤改善進度直至結案。

風險鑑別結果與因應行動		
風險類別	風險潛在衝擊	核心因應行動與管理措施
氣候與天災	▪ 颱風延誤船期，影響通路上架與產品效期。 ▪ 地震致停電、停水、停氣、火災及建物受損。 ▪ 極端氣候導致供貨不穩（如日曬商品延後或斷貨）。 ▪ 災害影響員工出勤，造成現場所需人力短缺。	▪ 納入決策評估：將氣候變遷列入定期策略營運風險評估。 ▪ 健全應變機制：制定「緊急應變處理原則」並落實教育訓練。 ▪ 跨部門聯防：成立「緊急應變小組」以即時啟動災害對應。 ▪ 供應鏈連動：追蹤氣候預報，預先協調運輸單位調整到貨時程。
食品安全	▪ 經銷或通路物流管控不當致產品變質，損及品牌商譽。 ▪ 低溫商品效期短，易因配送延宕超過允收期而報廢。	▪ 執行食安監測：落實食品安全監測計畫以系統化管控風險。 ▪ 嚴格把關源頭：落實供應商篩選、評分、稽核與檢驗機制。 ▪ 建立產品溯源：建構溯源串接機制，確保食安事件能即時處理。
法規遵循	▪ 通路標示與過敏原規範較法規嚴格，不符恐遭下架及罰款。	▪ 建立標示清單並推行「通路標示審查清單」，上架前由品保與營銷雙重確認。
市場競爭	▪ 未達通路減塑或碳標籤等永續要求，恐喪失主流上架空間。	▪ 研發綠色包裝：針對通路開發限定之環保簡約或永續包裝產品。 ▪ 深化綠色合作：積極參與通路綠色採購計畫，提升合作黏著度。
供應鏈與營運	▪ 節慶需求預測不準，導致熱銷品缺貨或過剩產品過期報廢。 ▪ 第三方運輸受氣候影響，導致商品配送狀況不穩定。	▪ 數據動態調貨：即時追蹤通路銷售數據，建立內部庫存有效配置。 ▪ 釐清合約責任：於供應商合約明確劃分責任歸屬與品質驗收標準。
資安風險	▪ 系統因災難事故或駭客入侵，導致停機及資料外洩。 ▪ 內部員工管理流程疏失，導致個資相關檔案外洩。	▪ 成立「資訊安全管理委員會」定期針對風險評估鑑別。

危機處理機制

當潛在風險轉化為實際危機，本公司相關單位立即啟動危機處理機制，有效掌握危機處理之即時性及妥善程度。當緊急重大事件發生時，新東陽由總經理召集相關權責單位成立專案小組討論及裁決緊急應變辦法，並向董事長及董事會報告。

第一階段：通報與控管

- **啟動聯防調查：**由通路管理部與生產工廠偕同，同步展開內部原因盤點。
- **實施通路管制：**要求相關通路立即暫停銷售，封存現場庫存以防損害擴大。

第二階段：鑑定與回收

- **逆向物流回收：**啟動「產品回收程序」，指派物流至全台快速回收、對齊出貨量。
- **出具澄清文件：**會同法務與檢驗，向通路採購提供檢驗報告，維持合作夥伴信心。

第三階段：復原與防範

- **商譽與損失復原：**針對通路與消費者權益進行談判補償，提供改善報告以爭取重新上架。
- **流程檢討再造：**針對事件內部檢討，修正「風險鑑別矩陣」，確保同類事件不再發生。

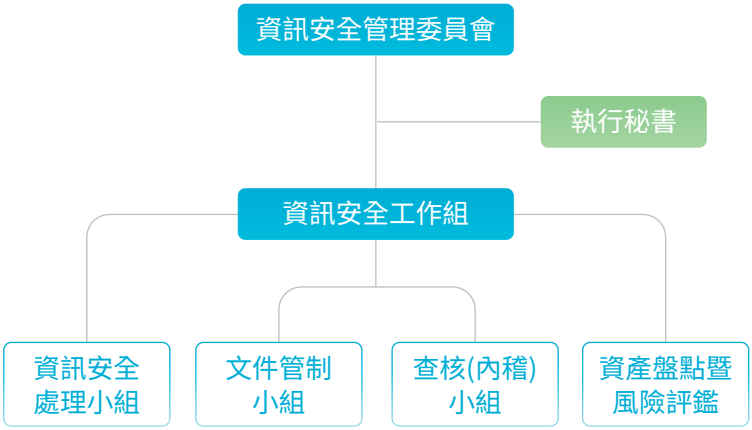
1.4.2 資訊安全

新東陽制訂完善的資訊安全管理政策，新東陽的資訊安全管理架構與政策要點如下：

核心政策： 建立組織全景評鑑、資產管理機制，並落實營運持續計畫與演練。

決策審核： 設置「資訊安全管理委員會」，負責核定風險值、審核風險評鑑結果與改善措施。

執行團隊： 委員會轄下設立四大小組，專責資安處理、文件管制、內部稽核、資產盤點與風險評鑑。



資訊安全政策要點

- 資安管理委員會與四大小組
- 系統弱點掃描與防護演練
- 全面導入端點防護軟體
- 資訊安全監控台

資訊安全管理措施

新東陽依照ISO27001國際資訊安全管理制度，制定管理程序及落實行動方案。年度執行要點涵蓋網站弱點掃描、主機弱點掃描、社交工程演練等項目，並進行資安驗證。投入資訊安全管理資源包括：

智慧財產權管理

將品牌與商標視為核心資產。針對智慧財產制訂完善保護機制，與營運策略高度結合：

- 商標品牌主動註冊防護
- 落實營業秘密與保密教育
- 導入文件分級與讀取權限

客戶隱私安全防護

保護網購與實體會員資料，嚴格落實個資保護機制。2025 年無發生因誠信原則遭檢舉事件：

- 事前明確告知並徵得同意
- 個資存取落實分級管控
- 資料定期保存與確實銷毀

供應鏈安全防範

為避免採購與原物料面臨威脅、假冒，我們在合約與評估中加強檢視，建置聯防防護：

- 要求簽署反貪腐條約
- 供應商食品安全防護盤點
- 實施「食品欺詐脆弱性」評估

ch2
循環之善

2.1 綠色生產 36
2.2 氣候變遷因應 40
2.3 能源管理 50
2.4 水資源管理 54
2.5 資源循環與管理 58

亮點績效

經濟部產發署 2018年通過至今

食品業第一家綠色工廠 8年

包含【綠建築】標章 、【清潔生產】認證

經濟部 大園廠號召協力廠商

以大帶小 製造業低碳及智慧化升級轉型補助計畫

10家 完成結案

行政院環境環境部 自有品牌累計取得

碳足跡標籤 3項

精緻豬肉鬆235公克、蜜汁豬肉乾275公克、辣味肉醬160公克

第三方驗證單位 自有品牌累計取得

產品碳、水足跡查證 6項

精緻豬肉鬆235公克、蜜汁豬肉乾275公克、辣味肉醬160公克、原味牛肉乾100克、精緻鳳梨酥(機場限定)、活力生100%無添加原味香腸

工廠、營運與辦公據點 完成推動溫室氣體盤查及查證 **75處**

- 2024年 大園廠綠色工廠標章及綠建築標章展延通過
- 2023年 大園廠獲選工廠智慧化能源管理示範輔導成果觀摩

重大主題管理 GRI 3-3

政策承諾	新東陽深知食品生產高度仰賴能資源，承諾遵循國內外相關法規及標準，並由高階管理階層主導，結合全體員工與供應鏈夥伴，精進食品安全與品質管理，積極推動低碳轉型、綠色製造及創新循環經濟，打造資源高效利用之營運模式，落實「全價值鏈循環管理」，共同創造企業、社會與環境共榮之永續價值。
組織願景	新東陽以「成為國內領先、國際接軌之永續食品企業」為願景，透過導入環境、能源及溫室氣體管理系統，建立制度化與數據化管理機制，同時結合永續消費、循環經濟、綠色生產等三大主軸推動減廢措施，持續提升資源使用效率並落實於品牌永續影響力中，實現能、資源循環再利用機制。

重大主題	國際框架與指標
能源管理 GRI 302 能源	SASB <食品零售商和分銷商>車隊燃油管理 (FB-FR-110a.1)、能源管理 (FB-FR-130a.1) SASB <加工食品> 能源管理 (FB-PF-130a.1)
資源循環與管理 GRI 306 廢棄物	SASB <食品零售商和分銷商> 食物垃圾管理 (FB-FR-150a.1) SASB <加工食品> 包裝生命週期管理 (FB-PF-410a.1、FB-PF-410a.2)

定義與衝擊說明

能源管理

【定期】

涵蓋各營運據點、生產製程之內外部能耗管理。透過建置 ISO 50001 系統、汰換高耗能設備與佈局再生能源，落實低碳轉型並達成能耗減量與碳管理目標。

【對組織的意義】

因應能源價格波動與碳費趨勢，優化能效為確保營運韌性之核心。藉由智慧化數據監控與製程升級，降低營運成本並強化市場競爭力。

【對外部影響】

能耗與溫室氣體排放直接衝擊氣候變遷調適。透過節能專案與低碳設備導入降低價值鏈環境負荷，以量化減碳績效回應利害關係人對永續治理之期待。

定義與衝擊說明	
資源循環與管理	【定期】 營運與製造流程中事業廢棄物、食物殘渣及產品包材之全生命週期管理。依循全價值鏈循環管理原則，落實減量、分類與回收利用，達資源效率最大化。 【對組織的意義】 轉向循環經濟之模式革新。推動廢棄物與包材循環，可降低原物料採購與廢棄物處置成本、規避環境法規風險，並驅動內部營運機制優化。 【對外部影響】 廢棄物產出與處置方式對區域生態及環境具備直接性衝擊。新東陽自源頭綠色生產切入，減少剩食、提高包材再生比例，減輕社會環境處理負荷，引導低碳永續消費文化。

新東陽因應「能源管理」與「資源循環與管理」重大主題，推動智慧節能與資源循環再生行動，落實全價值鏈循環。

管理行動	2025年目標	2025行動績效	達成概況	短期目標(2026年)	中期目標(2030年)	長期目標(2050年)
建置EMS能源監控系統	設置能源監控系統	完成大園廠EMS能源監控系統建置。	已達成	已完成EMS設備異常通報APP機制。	建置MES單位產品能源使用指標。	建立MES能源績效AI管理平台。
	能源監控覆蓋率40%	設置智慧電表與分表，能源監控覆蓋率達40%。		50%	80%	100%
導入節能設備及節能改善	用電量降低57.9萬度	汰換冷凍冷藏與冷卻設備，降低年用電量51.2萬度	已達標	▪ 完成天然氣發電機並聯系統建置 ▪ 年減約7.2萬度電	建置廠房、倉庫的太陽能及儲能系統。	▪ 全廠微電網建置。 ▪ 建立能源調度控制系統，整合能源監控平台。 ▪ 工廠自發自用供電率100%。
	年節電率8.44%	推動空調與其他節能改善，年節電6.7萬度		年設備節電3%	大園廠自發自用供電率50%。	
廢棄物再利用	再利用率達73%	廢棄物再使用量552公噸，再利用率75%	已達標	76% (年提升1%之目標)	80% (年提升1%之目標)	持續遵循新東陽永續原則「綠色承諾」推行各項行動
食品加工污泥再利用	啟動食品加工污泥處理計畫	蒐集食品加工污泥供沼氣發電或製作有機肥料，處理量達197公噸	進行中	減量5%	減量10%	
棧板回收再利用	年回收再利用量17噸	推動棧板維修計畫，再利用量達17.3噸	進行中	提升至18公噸	提升至20公噸	
水資源蒐集回收再利用	1. 年回收水31,678公噸 2.回收效益提升43%	▪ 殺菌釜導入水循環使用年回收23,543公噸 ▪ 回收水再利用率提升32%	進行中	▪ 導入廢水回收處理技術，提升回收水水質與使用範圍 ▪ 推估每年製程廢水回收率約30%	▪ 每年約降低4.38萬噸廢水排水量。 ▪ 製程廢水回收率佔廢水總排放60%	

備註：「MES」為製造執行系統；「EMS」為能源管理系統

環境管理策略

氣候變遷所帶來之極端氣候事件如高溫、乾旱、暴雨與颱風等，不僅影響原物料價格和產量波動，亦可能造成能資源供需不穩等風險。為回應《巴黎協定》目標及日益嚴格的環保法規要求，新東陽秉持「誠信為本，實踐環境友善」之核心理念，依不同營運據點之特性，逐步規劃溫室氣體、能源、水資源、廢棄物管理機制及轉型策略，全面落實「節能、低碳、清潔生產」，邁向兼顧環境永續與長期營運發展的永續食品企業。

綠色工廠環境管理措施

綠色生產 2023-2025年管理措施

	氣候變遷因應	能源管理	水資源管理	資源循環與管理
投入費用(新台幣元)	80萬元	6,527萬元	560萬元	1,098萬元
管理作為	▪ 辦理員工氣候教育訓練 ▪ 建立溫室氣體盤查制度 ▪ 國內全據點導入溫室氣體盤查 ▪ 降低溫室氣體排放量	▪ 建立能源管理制度及EMS即時能耗監控系統 ▪ 推動高耗能設備效率改善 ▪ 建立能源基準與指標管理	▪ 建立用水監測及回收系統 ▪ 強化設備巡檢降低漏水 ▪ 優化用水效率 ▪ 乾旱應變計畫	▪ 廢棄物回收再利用 ▪ 廢塑膠再製品供廠內使用 ▪ 有機污泥堆肥或作為生質能源
目標設定	年碳減排3%	年節電率1%	年節水率1%	年回收再利用率75%
達成情形	2023-2025年均已達成			

2.1綠色生產

2.1.1 工廠大事記

新東陽以大園廠為起點，逐步由綠色生產走向低碳轉型，將環境管理由營運改善提升至企業核心策略。透過導入綠色轉型管理機制，不僅優化能資源使用效率，更建立跨部門協同減碳體系。未來新東陽將以低碳永續為主軸，深化綠色製造能力，並朝向兼具營運韌性與環境責任的永續企業邁進。

建廠調適期 1987~1992
- 環境管理優於法規標準
  - 導入**污水處理系統**
  - 落實**能資源自主管理**
  - 建築空調節能

生產運轉期 1993~2016
- 推動大園廠清潔生產
  - **推動綠色製程**，使製程省力化、自動化
  - 落實能源查核
  - 停用重油燃燒鍋爐，**改用外購蒸氣**

綠廠認證期 2017~2018
- 取得綠色工廠標章
  - 推動溫室氣體盤查
  - 使用**綠能發電**
  - 推動**綠建築標章**
  - 改善空調照明系統

綠管導入期 2018~2019
- 通過能源及環境管理系統第三方驗證
  - 導入ISO 50001能源管理系統
  - 導入ISO 14001環境管理系統

綠色成長期 2020~2025
- 接軌國際綠色產品趨勢
  - 產品碳、水足跡查證
  - 執行「以大帶小」計畫

低碳永續期 2026~2030
- 實踐淨零碳排
  - 推動**能源管理智慧化**
  - 落實循環經濟及資源回收再利用
  - 導入**節能及負碳技術**
  - **引進綠色能源**

2.1.2 綠色工廠

新東陽積極投入永續發展，2016年成為臺灣食品業綠色工廠推動之領頭羊；2020年成為「全臺第一家食品業取得雙重履歷之綠色工廠」，並榮獲國際AREA亞洲企業社會責任獎「綠色領導獎」。

綠色工廠節能及碳管理藍圖

綠色工廠五大管理面向

產品環境化設計
- 產品設計規劃包材減量：產品碳足跡年度遞減1%
- 產品推動碳水足跡查證：3項產品取得碳足跡標籤

綠色製程
- 優化生產及管理流程：包裝線導入X光異物檢測機
- 導入清潔生產技術：減少能源耗損約219.74 GJ

水資源管理
- 建立用水監測及回收系統：逐年降低1%用水量
- 制定廢水回收管理機制：提升廠內水資源循環使用效率

能源管理
- 建置能源管理及監測系統：改善能源強度約1%
- 推動設備及空調冷凍系統節能改善：優化高耗能設備效率，100%汰換為LED燈具

廢棄物管理
- 提升廢棄物回收再使用比例：累計1,479公噸
- 食品加工污泥處理及再利用：蒐集加工污泥供沼氣發電，年累計170公噸

新東陽持續確保工廠實施清潔生產，管理及檢測項目涵蓋：能源、水資源、污染物等。透過各項定性、定量指標的評核，自2018年起，新東陽持續取得「清潔生產評估系統合格證書」（最新效期至2026年12月）。提升產能的同時也降低碳排放量，積極推動整體價值鏈投入永續的行列，建立食品業於永續發展的品牌優勢。

綠色工廠節能及碳管理藍圖

2023-2024 Stage 1 設備能效評估與汰換

燈具設備汰換

- 汰換低效率冰水主機或壓縮設備
- 汰換大園廠廠內燈具為LED燈具

推動節能改善工程

- 改善空調、卻水器、冷凍冷藏系統
- 設置大園廠能源監控系統
- 加裝時間控制器或智慧控制模組

2025-2026 Stage 2 深化能源管理與效能

降低碳排放量

- 更換柴油發電機為高效燃氣發電機
- 導入蒸氣冷卻水器廢熱回收機制
- 建置水質監測設備
- 導入高效率燃氣引擎

強化能源管理機制

- 冷凍冷藏系統改善為高能效機組
- 整併廠房冷卻水水塔容量與負載
- 燃氣發電機安裝電力同步控制模組

2027-2028 Stage 3 綠色數位轉型&碳中和

數位化管控與推進

- 推動碳減量與綠色數位轉型
- 建置 EMS 能源管理系統
- 建置大園廠全廠微電網
- 建立能源智慧調度控制系統
- 設置備援電源與孤島運轉模式，整合能源監控平台

碳抵換與碳中和

- 建置主廠房太陽能及儲能系統
- 降低產品碳排放強度
- 廠內電力自發自用
- 推動ISO 14064-2碳抵換機制
- 導入ISO 14068-1碳中和

碳抵換&碳中和推進

能源智慧監控：建立能源智慧溫控系統

碳減量目標：每年降低3%碳排放量

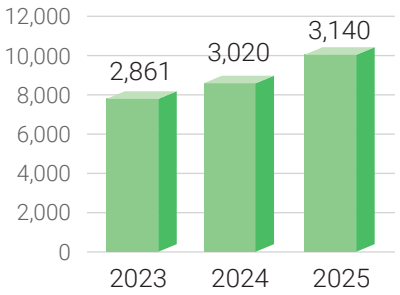
廠區設備系統化管理：設備整併、導入控制模組與系統

節能目標：每年1%節電目標

為強化能源使用效率與降低碳排放量，新東陽設定每年節電1%、碳排放量年減3%之目標，將永續發展理念深耕於企業營運生產及日常維運當中。為達成2050淨零碳放目標，持續推動節能改善、低碳製程，落實能資源循環回收，並規劃導入負碳技術、碳抵換及碳中和等措施，朝新東陽淨零目標邁進。

新東陽積極強化食品安全風險管理機制，持續依循食品安全管理系統標準所要求之規範，藉由跨部門協作與監督逐步強化製程管控與風險管理機制，將食品安全管理制度全面落實於廠房營運及生產流程當中。目前大園廠均已通過國際食品安全管理系統之第三方驗證，以持續確保產品品質與食品安全，2025年生產產量達3,699公噸，總產量占比達97%。（詳細統計數據請見附錄一 表2-1、「大園廠取得食品安全相關獨立第三方驗證產量統計表」）

大園廠2023-2025年經食安第三方驗證產量(公噸)



ISO 9001 HACCP ISO 22000：2018 FSSC 22000

驗證有效期限：2026年11月16日

2.1.3 永續夥伴關係

新東陽大園廠作為綠色製造指標基地，多年來推動綠色生產發展機制，產業橫跨食品、餐飲、生技、化工等領域。歷年產業交流成果逾42場標竿觀摩活動，影響觸及逾1,500人次。2025年大園廠標竿觀摩活動共辦理3場次，共136人次參與者，核心溝通重點涵蓋綠色工廠實務、節能減碳技術及永續人才培育；對外經驗分享共2場次，溝通議題涵蓋「1+N以大帶小低碳轉型」、「產業淨零技術應用」等，未來將持續擴大環境推動、綠色生產之影響力。

交流單位總覽

單位	重點合作對象
公部門	行政院人事行政總處、經濟部產業發展署、經濟部能源署、各產業園區服務中心。
學術研究機構	國立臺灣大學、國立中興大學、國立臺北科技大學、中國文化大學、日本精華女子短期大學。
專業法人與組織	APO 亞洲生產力組織、ILSI Taiwan (台灣國際生命科學會)、中衛發展中心、台灣產業服務基金會、綠色生產力基金會。
社會影響力單位	溫世仁文教基金會、Impact Hub Taipei、今周刊、三陽工業協力會。

外部單位參訪紀錄

2023

類別
國際技術交流與經驗輸出

蒞臨參訪單位
APO亞太生產力組織

交流紀錄
接待45位來自新加坡及亞洲各國APO研習團成員，分享新東陽在低碳化成果與永續品牌經營之成功案例，促進區域間技術共好。

2024

類別
永續人才價值傳承

蒞臨參訪單位
溫世仁文教基金會

交流紀錄
與溫世仁文教基金會交流合作，為新鮮人與培育學員安排實地觀摩，分享新東陽的綠色企劃文化與實務經驗，交流永續營運議題。

2025

類別
政策標竿與政府研習

蒞臨參訪單位
產業園區智慧科技加值創新跨域推動計畫

交流紀錄
展示「智慧綠色工廠」透過ISO 50001能源管理系統及清潔生產措施，將淨零政策轉化為具體營運成果。

大園廠受邀分享紀錄

綠基會、今週刊「1+N製造業以大帶小低碳化升級轉型」專訪

2024年台灣減塑轉型論壇

2025年產業淨零轉型成果發表暨研討會

2.1.4 員工環保餐廳

新東陽持續精進生產製程，更將環境友善理念延伸至員工日常飲食。大園廠員工環保餐廳配合綠色轉型，以此建構永續供餐模式。2025年大園廠員工餐廳執行成果已優於綠色飯桌規範要求，取得環境部「環保餐廳」認證，且目標於2027年完成「綠色飯桌（Green Food）」認證銜接之轉型計畫，為員工提供健康與兼具環保的用餐體驗。

大園廠綠色飯桌推動措施

環保餐廳 ECO-FRIENDLY RESTAURANT

1. 推動源頭減廢

源頭減廢 綠色採購

- 自2021年起全面改用循環餐具
- 優先採購在地食材，減低運輸碳排

2. 落實循環經濟

污泥資源化 廢棄物管理

- 食品加工污泥，轉化沼氣發電原料或固體再生燃料（SRF）
- 報廢品拆解至廚餘回收系統，減少垃圾產出量

3. 綠管理能資源

工廠節能規劃 水資源管理

- 員工餐廳採用節能設備與建置太陽能發電系統
- 建立數位化用水管理系統，循環使用水資源

4. 深化永續意識

提升員工「淨零綠生活」意識

- 定期舉辦環保教育訓練與文宣推廣，將惜食減廢的精神融入日常。

2.2 氣候變遷減緩與調適

2.2.1 自然暨氣候風險評估

新東陽關注自然與氣候變遷對食品業帶來的衝擊與挑戰，並參考「氣候相關財務揭露建議書」（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）及「自然相關財務揭露建議書」（Task Force on Nature-related Financial Disclosures, TNFD）框架，系統性辨識並揭露氣候、自然相關之風險與機會資訊，且擬定「產品研發多元化」、「開發替代原料」及「價值鏈風險分散」三大因應策略，藉此提升整體營運韌性、確保食品品質與供應穩定，實現企業長期穩健經營與永續發展目標。

氣候暨自然相關議題管理與監督治理機制

委員會治理與管理機制 ／ **監督管控機制**

董事會（最高治理單位）	▪ 監督整體永續策略與目標 ▪ 審議年度永續報告與重大議題
永續發展委員會／推動小組（管理階層）	▪ 定期召開管理會議 ▪ 評估氣候及自然風險，並制定氣候與自然相關計畫 ▪ 定期追蹤與檢視氣候與自然議題KPI執行情形
各執行單位（執行階層）	▪ 落實永續相關管理行動

風險管理及量化指標追蹤 ／ **目標追蹤機制**

風險盤點與評估	▪ 風險鑑別盤點風險清單 ▪ 評估風險發生機率及衝擊程度 ▪ 依風險程度調整執行策略
設定量化指標與目標	▪ 將氣候與自然議題納入中、長期營運規劃，進行風險管理 ▪ 量化目標監督與追蹤
目標追蹤與審核方式	▪ 定期績效檢討會議 ▪ 內部稽核與管理審查 ▪ 永續報告書揭露與外部檢視

內部稽核與風險監控 ／ **改善回饋機制**

定期績效檢討 ｜ 內部稽核管理審查

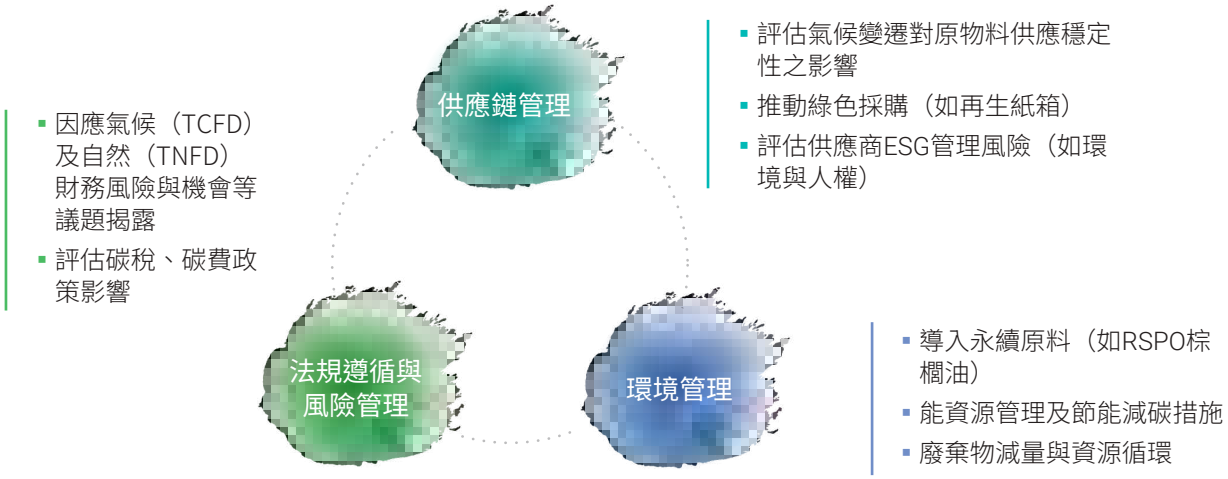
外部揭露與檢視

永續報告書揭露 TCFD/TNFD ｜ 因應主管機關或國際準則要求

- 透過定期會議檢視各項風險管理執行情形
- 各單位定期回報KPI達成進度
- 未達標項目啟動改善計畫，持續強化風險管理有效性

新東陽最高治理單位已將氣候與自然相關議題納入公司營運決策及風險評估機制中，並由永續發展委員會進行風險與機會評估，進而擬定對應策略，定期向總經理報告，並經最高治理單位核准後納入年度經營計畫，以及規劃中、長期永續目標。永續議題執行績效由董事會負責監督，每年1次由總經理向董事會呈報，內容涵蓋：氣候變遷風險管理、自然相關議題、關鍵管理績效達成情形等。針對風險管理，設定每季1次進行重大風險與法規追蹤管理，若有重大風險發生之可能性，採即時通報機制。

氣候與自然議題連結營運策略 三大管理面向



重大氣候暨自然之風險與機會鑑別流程

Step1. Locate 定義分析邊界與範疇

分析邊界：

根據國內外相關數據資料庫，進行國內全數營運據點進行敏感帶區域分析

Step2. Evaluate 蒐集與盤點

此評估工具指標涵蓋8大類別33項指標；依據依賴性及影響性將8大類別進行區分，其中依賴性涵蓋：供應服務、支援服務、調適/調節服務、文化服務、其他聲譽因素；影響性涵蓋：生物多樣性壓力、環境因子、社會經濟因素

Step3. Assess 重大性鑑別

4個**依賴因子**（生物質供給、水質淨化、病蟲害、媒體審查）

1個**衝擊因子**（污染壓力）

3個**氣候風險議題**

- 氣候政策與法規趨嚴
- 食品品質與保鮮冷鏈之挑戰
- 電價上升

1個**氣候機會議題**

- 提升水資源使用效率

Step4. Prepare 揭露與報告

- 鑑別結果將於永續報告書與利害關係人進行溝通
- 未來將持續進行重大性風險與機會議題目標追蹤

註：1.分析邊界之參考資料庫：台灣區域資料庫台灣林務局生物多樣性資料庫、地質資料整合資料庫(土壤液化、活動斷層)、災害風險調適平台（淹水、土石流等）、聯合國世界保護區數據庫 IUCN World Database on Protected Areas (WDPA)。

2.資料蒐集與盤點之參考資料庫：WWF、ENCORE。

Locate 營運據點位於生物多樣性敏感區定位分析

經分析結果顯示，敏感區於營運據點距離500公尺至2公里內占總營運據點比率達46%。各據點敏感地區定位分析資訊詳見「附錄一 表2-2、新東陽TNFD各據點敏感區地帶定位分析」。

生物多樣性敏感帶地區定位分析結果

桃園

14處鄰近 國家級重要濕地
距離0.7~1.5公里
桃園埤圳重要濕地

據點	距離(公里)
SOGO中壢專櫃（百貨專櫃門市）	0.7
中壢一店（銷售門市）	1.4
一期美食街台灣名品集（機場商場門市）	1.5
一期臻好食客棧（機場商場餐飲門市）	1.5
一期原住民精藝品展售區（機場商場）	1.5
一期行旅文創生活館（機場商場）	1.5
一期人氣土特產展銷專區（機場商場）	1.5
一期寶島美饌名店街（機場商場）	1.5
一期台灣特產精藝品展售館（機場商場）	1.5
一期行旅品味館（機場商場）	1.5
一期珍情豐味館（機場商場）	1.5
一期美食廣場（機場商場）	1.5
一期台灣特色商品館（機場商場）	1.5
台茂桃園專櫃（百貨專櫃）	1.5

南港

1處鄰近 地方級重要濕地
距離1.7公里
南港202兵工廠及周邊重要濕地

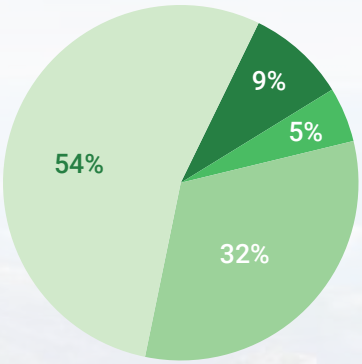
淡水

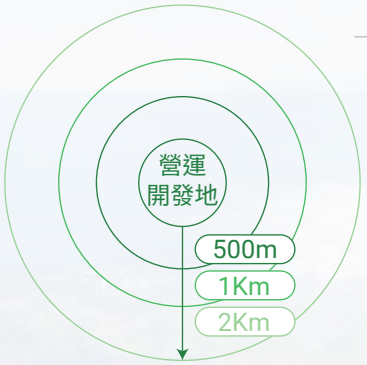
13處鄰近 國家級重要濕地
距離0.2~1.8公里
淡水河流域重要濕地

據點	距離(公里)
淡水店（銷售門市）	0.2
迪化100（銷售門市）	0.3
三重店（銷售門市）	0.3
三重辦公室（辦公據點）	0.4
永和店（銷售門市）	0.5
西寧店（銷售門市）	0.5
武昌店（銷售門市）	1
新光三越站前專櫃（百貨專櫃）	1.1
新光三越南京專櫃（百貨專櫃）	1.5
信義店（銷售門市）	1.6
板橋二店（銷售門市）	1.6
板橋一店（銷售門市）	1.6
林森一店（銷售門市）	1.8

高雄

1處鄰近 1個國家公園
距離1公里
壽山國家自然公園





- 鄰近敏感區 (500公尺以內)
- 鄰近敏感區 (2 km以內)
- 鄰近敏感區 (1 km以內)
- 未在敏感區 (2 km以外)

Evaluate 自然暨氣候風險及機會分析

新東陽參照且運用世界自然基金會（WWF）生物多樣性風險評估工具（Biodiversity Risk Filter），進行產業以及地域分析，結果顯示：

【依賴因子】

新東陽整合兩套資料庫，依區域及產業特性評估，以結果落在最高（Very High）區間者作為內部管理之依賴因子，分別為生物質供給、水質淨化、病蟲害、媒體審查。

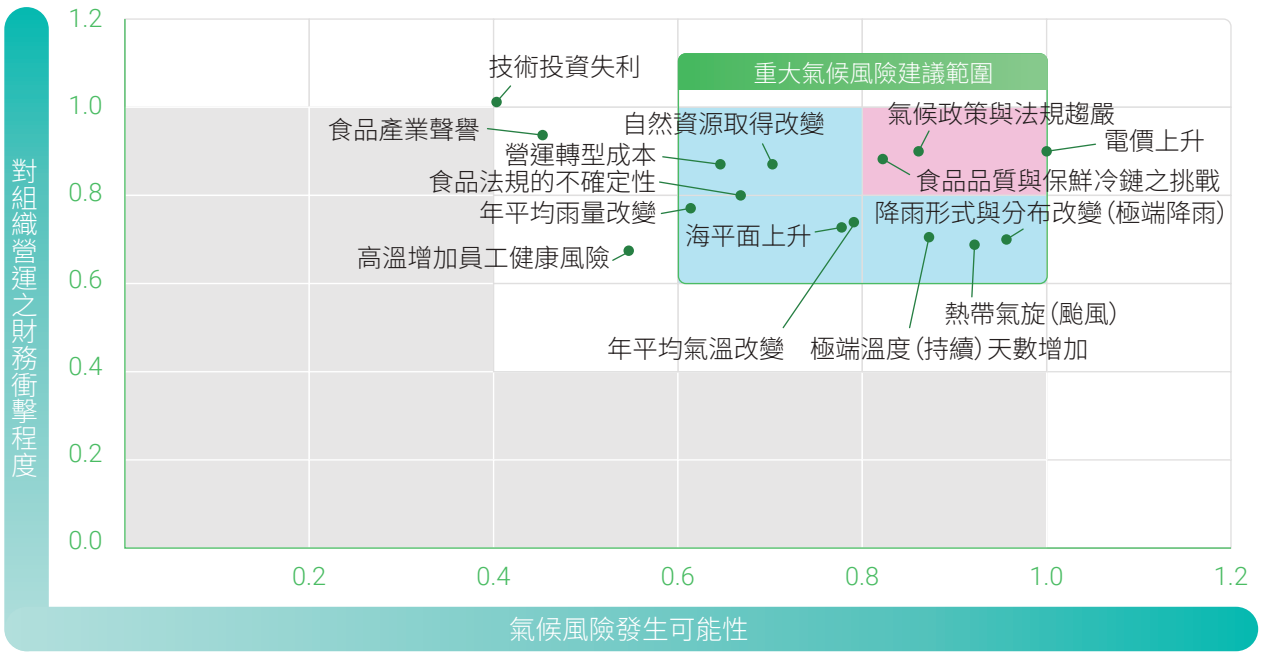
ID	WWF 指標	Score(大園廠)	Score(門市平均)	ENCORE 類別	Rating
1.2	森林生產力	N/A	N/A	生物質供給	Very High
2.2	水體狀況	3.64	2.59	水質淨化	Very High
3.3	病蟲害	4.5	N/A	生物防治	Very Low
8.1	媒體審查	5	4		

【衝擊因子】

由於新東陽業態單純，因此以區間落在最高（Very High）的作為內部管理之衝擊因子，其中僅「污染壓力」為內部需追蹤之衝擊。

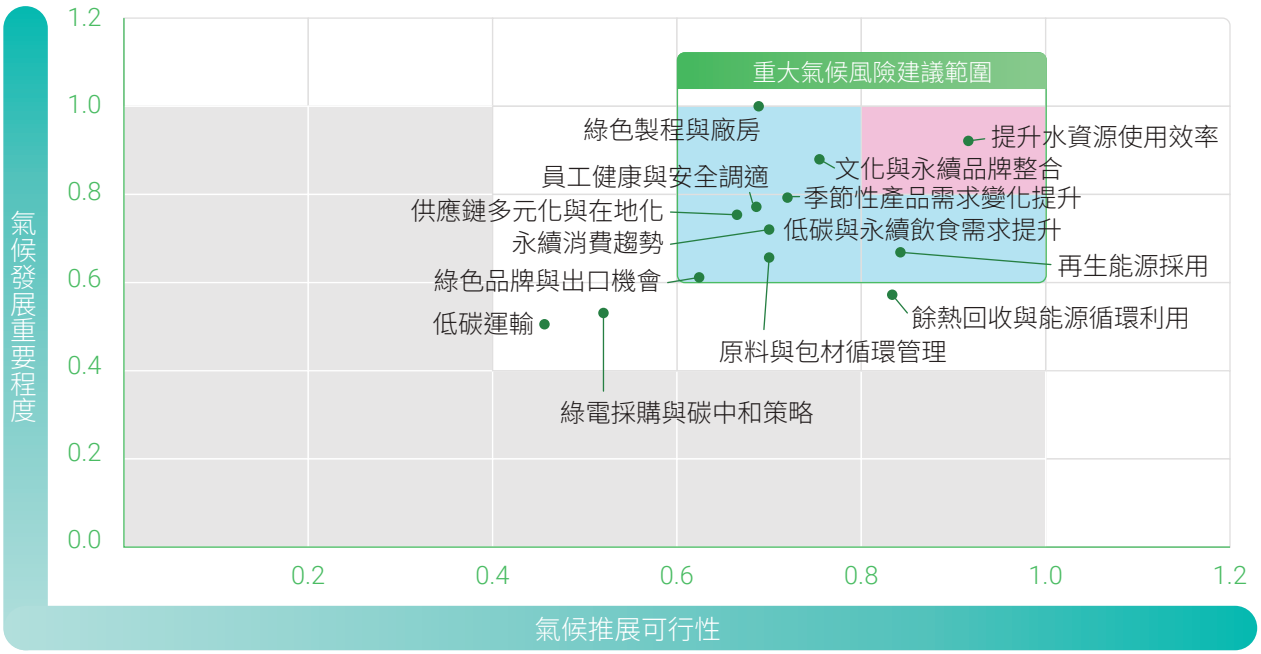
ID	WWF 指標	Score(大園廠)	Score(門市平均)	ENCORE 類別	Rating
5.4	污染壓力	3.75	3.73	營養鹽排放（氮、磷）	Very High

新東陽TCFD重大氣候風險議題鑑別結果



程度	高度	中度	低度
議題數	3	9	3

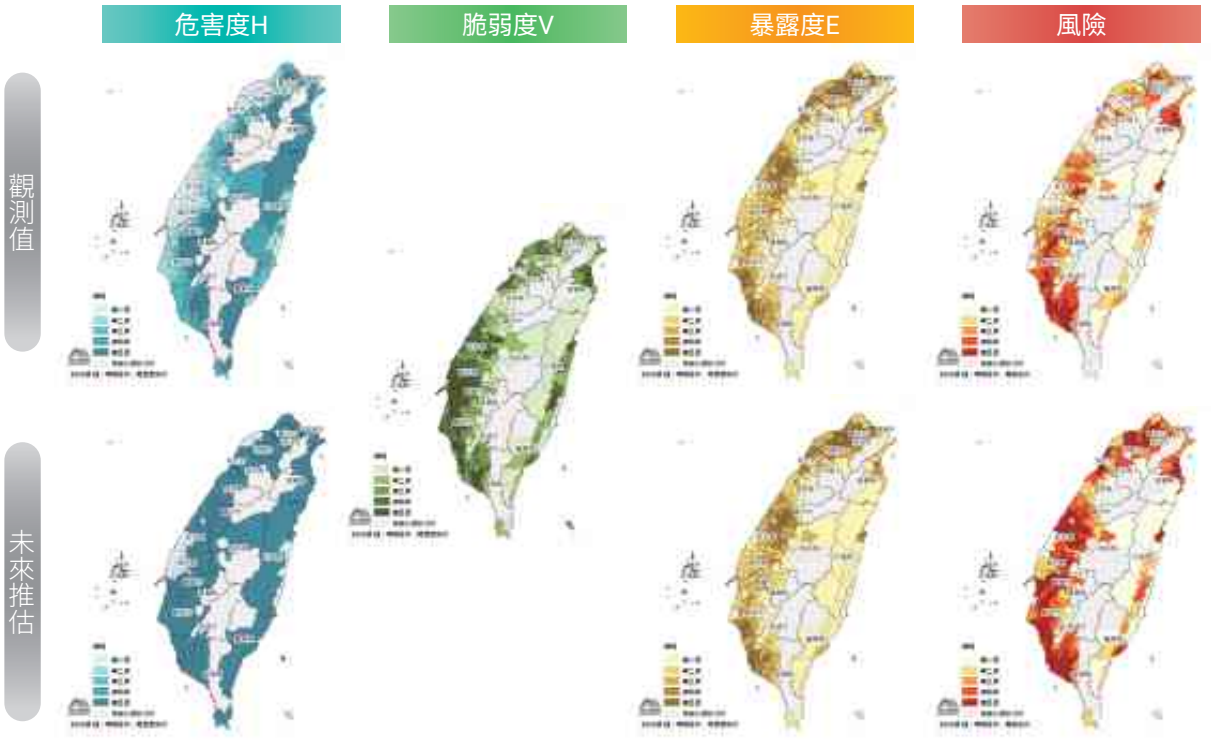
新東陽TCFD重大氣候機會議題鑑別結果



程度	高度	中度	低度
議題數	1	9	3

新東陽透過「氣候變遷災害風險調適平台」進行氣候變遷災害風險評估，分析各據點淹水與坡地風險，識別可能影響營運的潛在威脅。主要以「淹水」、「坡地」風險兩大類別區分風險類別，針對危害度（Hazard）與脆弱度（Vulnerability）進行分級評估，以識別各據點所面臨的風險程度，並作為防災與適應策略的基礎，提升新東陽氣候及自然韌性營運與穩定運作。

淹水災害風險圖總圖



(附圖說明)：篩選高度影響之據點，研究結果顯示淹水為新東陽最需預防之災害。

自然暨氣候風險及機會與新東陽之關聯性分析			
資料庫名稱		對新東陽的影響與意義	
氣候變遷災害風險調適平台	淹水風險圖	第五級	
	淹水危害度	第四級	
	淹水脆弱度	第三級	
	淹水危害暴露度	第四級	
	坡地風險圖	第二級	
	坡地危害度	第二級	
	坡地脆弱度	第二級	
	坡地危害脆弱度	第二級	
經濟部地質資料整合查詢系統	土壤液化潛勢	高風險區域	三越南京專櫃、信義店、三重店、三重辦公室、林森一店、四維店
	活動斷層	鄰近活動斷層	南投服務區、東草屯休息站

淹水風險圖 55個據點　淹水危害度 54個據點

淹水脆弱度 1個據點　淹水危害脆弱度 27個據點

坡地風險圖 6個據點　坡地危害度 9個據點

坡地脆弱度 1個據點　坡地危害脆弱度 3個據點

Prepare 自然暨氣候風險及機會因應之行動策略與目標

新東陽依循TCFD及TNFD架構，逐步建構氣候與自然風險及機會相關指標與目標管理機制，作為掌握營運活動對氣候與自然環境影響的重要評估與管理依據，並逐年檢視目標達成狀況，藉以提升新東陽於氣候暨自然風險及機會營運韌性。

自然暨氣候風險及機會與新東陽之關聯性分析			
衝擊項目		對新東陽的影響與意義	行動方案
風險	氣候政策與法規趨嚴	政府推動氣候治理相關法規政策（如碳費徵收），企業若未於法定期限內執行則會遭受處罰，導致營運成本的增加。	▪ 接軌IFRS S1/S2永續揭露準則 → 建立**符合IFRS S1/S2氣候風險財務量化模型**，強化永續數據之內控機制。 ▪ 導入溫室氣體管理制度 → 持續擴大各據點溫室氣體盤查範疇與邊界同步規劃內部碳定價機制，**設定年減3%碳排放量之目標**。 ▪ 建立氣候法規與永續合規雷達機制 → 完成氣候、能源、包材等法規盤點，**建立季度追蹤與委員會報告機制**。
	食品品質與保鮮冷鏈之挑戰	因氣溫上升、降雨不穩、病蟲害擴散與極端氣候頻發，導致農畜產品品質及保質期產生大幅波動，增加食品製造及冷鏈管理成本。	▪ 智慧化冷凍、冷藏設備溫控管理 → 導入**IoT智慧溫控即時預警系統**，同時透過設備汰換提升能源效能。 ▪ 食品減廢與包材減量 → 建立產品報廢減量作為及數據即時監控回饋機制，**啟動減碳包裝設計**，如使用單一包材、FSC紙材等。
	電價上升	由於全球平均溫度上升，故企業組織為維護產品品質需大幅提升用電量；於全台用電量逐年倍增之際，政府積極推動能源轉型政策，故於電價提升的同時，組織營運成本增加。	▪ 再生能源擴展與自用 → **擴充大園廠太陽能發電容量**，由「躉售」轉向「自發自用」，提升年節電率。 ▪ 推動高耗能場域節能專案 → 持續落實ISO 50001能源管理，**導入EMS能源管理系統、能源監控**等技術與服務，汰換高耗能設備，削減尖峰用電負載。
機會	提升水資源使用效率	針對食品製程、清洗與冷卻等高耗水環節，導入節水與回收系統（如CIP循環清洗、水再生處理），提升用水效率與循環再利用率，以降低水費成本，有助於原水供應之穩定。	▪ 水資源回收系統化並提升回收再利用率 → 大園廠已建置並持續優化罐頭殺菌釜、雨水及廢水**多元水資源回收系統**，提升水資源回收再利用率與年節水量。

自然暨氣候風險及機會目標設定						
衝擊項目		關鍵績效指標	2025年 達成概況	短期 (2026年)	中期 (2027-2030年)	長期 (2050年)
達成概況	氣候政策與法規趨嚴	建立符合IFRS S1/S2框架之永續及氣候風險財務量化模型	依TCFD/TNFD初步辨識27個淹水高風險據點。	培訓或招募具IFRS S1/S2專業人員	氣候風險財務數據導入報告書	接軌IFRS S3
		因應GHG Protocol盤查，提升內部碳管理機制	完成國內75個據點溫室氣體盤查，並以2025年設為盤查基準年。	完成國內75個據點溫盤查證	導入內部碳定價機制並逐步擴展	達成淨零碳排
		盤點永續揭露法規，建立季度追蹤表	大園廠已建立法規變動衝擊連動表。	永續管理機制導入其他據點	提升永續法規遵循率	0重大裁罰
	食品品質與保鮮冷鏈之挑戰	降低自製品客訴率平均<5.1 PPM/年	自製品客訴率平均4.94PPM/年。	<4.90 PPM（年平均）	<4.8 PPM（年平均）	<4.5 PPM（年平均）
		減少製程異常件數平均<10件/月	製程異常件數平均2.08件/月。	<2.00 件（月平均）	<1.95 件（月平均）	<1.90 件（月平均）
		提升包裝設計減碳率	大園廠已100%取消產品包材使用PVC材質。	規劃與開發循環經濟，包裝設計源頭減量	禮盒類與鳳梨酥系列產品優先使用減碳包材	產品外包材優先使用再生材料（不含食品接觸之內包材）
		導入IoT智慧溫控即時預警系統，同時提升設備能效	大園廠完成IoT智慧溫控系統100%佈署。	持續汰換冷凍冷藏設備，整併主廠房冷卻系統	評估各據點導入智慧溫控系統	冷凍冷藏系統100%智慧化
	電價上升	▪ 提升太陽光電自發自用率 ▪ 增加年度節電率	大園廠已完成415.19kWh太陽能發電裝置容量，100%躉售台電。	建置主廠房太陽能及儲能系統，達綠電建置10%目標	太陽光電建置容2,630 kWp，並完成併網	太陽光電建置容4,000 kWp
		落實ISO 50001能源管理	大園廠已通過ISO 50001驗證。	持續導入	提升驗證取得據點涵蓋比率（核心營收據點優先）	▪ 年節電至少1% ▪ 提高再生能源自發自用比率達100%
		汰換關鍵高耗能設備	已導入ESCO技術服務，規劃天然氣發電機併聯系統。	▪ 完成天然氣發電機併聯系統建置 ▪ 盤點高耗能設備汰換清單	▪ 年節電至少1% ▪ 依各據點高耗能設備清單逐步汰換	
		導入EMS能管系統，監控能源技術服務成效	導入EMS能管系統，年節電34萬度、減碳160公噸CO_2e，成本降低1,179仟元。			
機會	提升水資源使用效率	水資源回收再利用率	水資源管理投入經費共560萬元，年回收31,678公噸，水回收再利用率43%。	▪ 大園廠年度水回收率達44% ▪ 優化現有水資源回收設施	水回收再利用率提升1%	大園廠製程水資源100%循環利用

2.2.2 溫室氣體管理策略

新東陽依不同營運據點特性制定溫室氣體管理策略，同時為降低營運活動對環境所造成的影響與衝擊，於營運活動方面，2025年完成國內全數據點組織溫室氣體盤查；於產品方面，2026年累計共6項取得環境部碳足跡標籤之產品，並於國道服務區、機場商場及各門市據點進行販售。後續持續推動年減3%碳排放量之目標，以達2050年淨零碳排的長期願景。

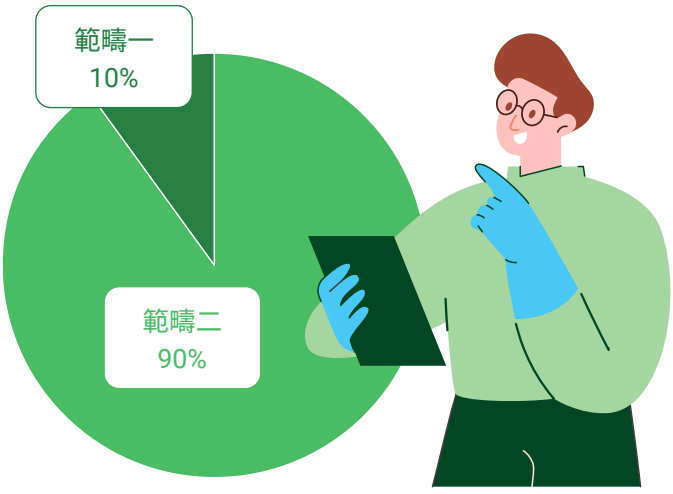
氣候變遷因應			
營運據點	現行推動措施	未來預期規劃	
	2025年	短期（2026年）	中長期（2027-2030年）
大園廠	● 制定年度溫室氣體盤查機制 ● 配合「綠色採購」策略，上架具「環保標章」與「碳足跡」認證商品，引導民眾優先購買。	● 持續推動減量專案 ● 年減3%目標	▲ 推動碳抵換專案 ▲ 年減3%目標
總公司	● 以GHG Protocol規範完成溫室氣體盤查與外部查證	● 實施辦公室節能管理	▲ 推動數位化無紙化作業 ▲ 機房老舊設備汰換評估與虛擬或雲端優化 ▲ 建立廢棄物數據追蹤與減量目標管理機制
三重辦公室			
國道服務區	● 完成溫室氣體盤查與查證 ● 響應「綠色採購」策略，上架推動民眾優先採購具「碳足跡」、「環保標章」認證商品	● 宣導用路人怠速3分鐘以上須熄火，降低廢氣排放 ● 配合世界地球日，結合區站特色舉辦環保教育活動，鼓勵民眾體驗綠色生活	
機場商場			
門市專櫃（街邊店）		● 持續響應機場節能減碳倡議	
門市專櫃（百貨專櫃）		● 持續推動與上架新東陽自製品「碳足跡」標籤商品	
餐飲服務（街邊店）	● 完成溫室氣體盤查與查證 ● 熟食料理優先採購在地食材，降低食物里程碳排	● 提升在地食材採購比例 ● 規劃導入蔬食/低碳料理菜單	▲ 規劃取得綠色餐廳認證標章
餐飲服務（百貨專櫃）			

註：1.「●」已導入或已規劃推動、「▲」部分已規劃或已導入、「■」現階段尚未規劃導入。
2.導入範疇依據各據點是否推動溫室氣體盤查、碳減量等相關碳管理措施。
3.以上營運據點均採用GHG Protocol規範進行查證。

溫室氣體盤查

新東陽以大園廠為始，2016年啟動首次溫室氣體盤查作業，2025年擴大盤查邊界至總部辦公室、三重辦公室、國道服務區、機場商場、百貨專櫃門市及街邊店等國內營運據點，未來規劃逐步將盤查範疇擴大至範疇三。2025年溫室氣體總排放量為10,941.83公噸CO_2e，涵蓋範疇一及範疇二。大園廠近年來積極推動節能減碳措施，近三年溫室氣體排放量及排放密集度逐年下降，展現亮眼的推動成果。（大園廠分年詳細統計數據請見附錄一 表2-2、「大園廠近三年溫室氣體排放概況」）

新東陽2025年溫室氣體排放佔比



新東陽近三年溫室氣體排放概況			
年度	2023	2024	2025
盤查邊界（據點數量）	大園廠1據點	大園廠1據點	全台75個營運據點
範疇一（公噸CO_2e）	435.085	270.078	952.898
範疇二（公噸CO_2e）	5,996.887	5,813.950	9,998.930
總排放量（公噸CO_2e）	6,431.972	6,084.028	10,941.828
總產值（百萬元）	89.3	90.3	3,174.3
排放密集度（公噸CO_2e /百萬元）	7.20	6.73	3.48

註：1.盤查準則：2023-2024年：ISO 14064-1:2018。2025年：GHG Protocol。

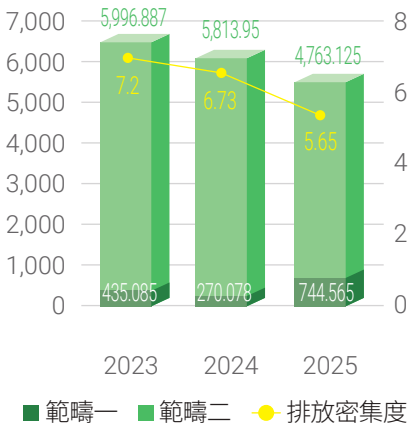
2.盤查邊界：2023-2024年：大園廠（排除非工廠生產相關邊界）。
2025年：新東陽擁有100%控制權之據點。含大園廠（排除非工廠生產相關邊界）、辦公場域（含總公司及三重辦公室）、國道服務區（不含招租櫃位）、機場商場（不含招租櫃位）、門市（含百貨專櫃）、餐飲街邊店（含本家燒肉；牛B燒肉因2025開業未滿1年，本次不納入計算），共計75個營運據點。

3.範疇一：直接溫室氣體排放，如：汽柴油及液化石油氣之使用、化糞池、冷媒等。冷媒逸散來源包含冷凍冷藏系統、冰水主機、冷氣等。2025年冷媒逸散排放當量為259.2公噸CO_2e。

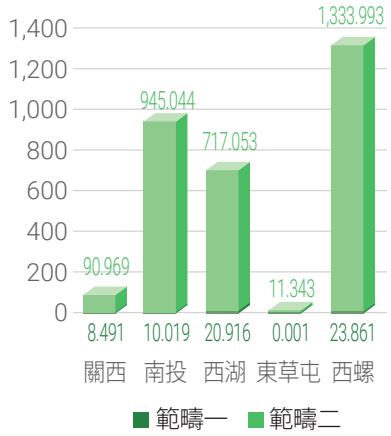
4.範疇二：能源間接溫室氣體排放，如：外購電力、外購蒸汽。
2023-2024年：年度組織溫室氣體總排放量÷大園廠年度總產值。2025年：年度組織溫室氣體總排放量÷年度總產值。

5.2023-2025年均無產生「臭氧層破壞物質（ODS）」、「氮氧化物（NOx）」、「硫氧化物（SOx）」及其他顯著氣體排放。

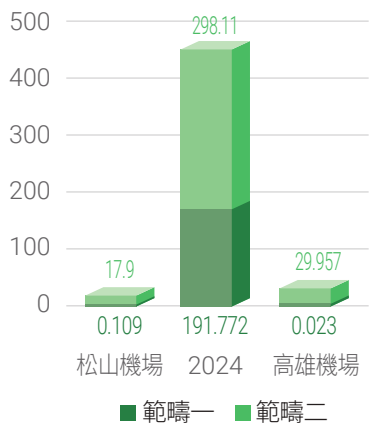
大園廠2023-2025年溫室氣體排放量



國道服務區2025年溫室氣體排放量



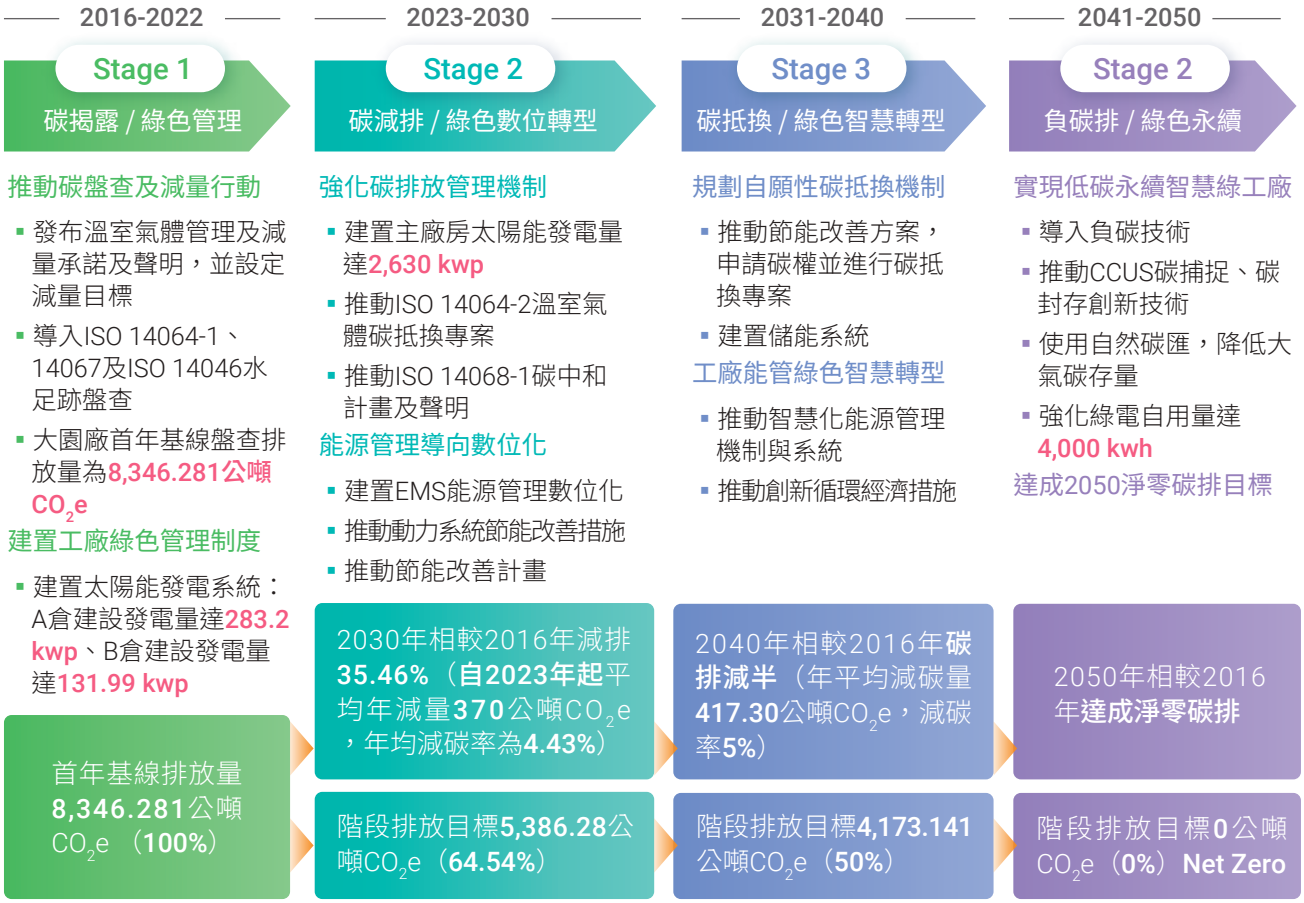
機場商場2025年溫室氣體排放量



2.2.3 減量行動與成果

溫室氣體減量聲明與減量路徑

新東陽為善盡企業對環境保護的責任，提出溫室氣體減量可行方案及具體目標，同步將新東陽「溫室氣體減量聲明承諾書」公告於官網。新東陽大園廠自2016年起進行首年度溫室氣體盤查，因此將2016年設為減量基準年，並以當年度盤查數據8,346.281公噸CO_2e作為減量基線，並規劃自2023年起每年減量370公噸CO_2e。大園廠以「溫室氣體管理」及「能源管理」兩大面向規劃管理機制與減量藍圖，以此達成2050年淨零碳排之目標。



依第二階段減碳路經規劃，相較2016年排放基線8,346.281公噸CO_2e於2025年應最少減量至7,236.281公噸CO_2e。2025年大園廠總排放量為5,743.083公噸CO_2e，相較2016年已降低2,603.198公噸CO_2e（減量率31.19%），優於第二階段所設定之2025年減量13.30%目標。為持續達成大園廠減量目標，新東陽不斷擬定並優化減量管理方針、作為與策略，並預期於2050年達到淨零碳排之目標。

大園廠溫室氣體減量管理作為及目標

管理作為	減碳目標	執行流程	2023-2025目標達成情況
汰換低效率冰水主機[註1]	降低溫室氣體排放量3%	▪ 一期儲冰及低溫空調實施節能改善工程	▪ 2023年完成 ▪ 已達標
改善節能燈具[註2]		▪ 宿舍燈具汰換為LED燈具 ▪ A倉庫水銀燈更換為工程節能燈具 ▪ 切割室燈具更換為節能燈具	
汰換低效率冷凍主機		▪ 一期冷凍冷藏系統更新改善工程[註3] ▪ 滷味廠冰水主機實施節能改善工程[註4]	▪ 2024年完成 ▪ 已達標
加裝時間控制器或智慧控制模組		▪ 冷氣空調箱於晚間及假日不使用時，自動關閉機器運轉。	
導入高效率燃氣引擎		▪ 柴油發電機更新為高效燃氣發電機[註5]	▪ 2024年完成 ▪ 已達標
導入卻水器廢熱回收機制		▪ 肉醬煮鍋卻水器實施節能改善工程 ▪ 空調冷卻水實施水質改善工程	

註：各項措施以下述資料進行改善前後相減推估年度設備節能量，並推估全年減碳量。

1. 儲冰及低溫空調減量說明：臺北科技大學連續監測記錄15天運轉數據
2. 節能燈具減量說明：燈具瓦數與勾表量測
3. 冷凍冷藏系統減量說明：EMS能源管理系統紀錄
4. 滷味廠冰水主機減量說明：冷藏主機瓦數
5. 發電機減量說明：柴油與天然氣轉成熱值(TOE)

氣候變遷因應管理亮點案例

自願減碳碳權申請	
專案推動重點	配合國家2050淨零碳排政策與新東陽2030減碳之目標，大園廠以「更換更高效率之空調設備」方案申請環境部自願減量專案。
亮點成效	A.改善後年耗電量從約189萬度電大幅降低至約110萬度電，年度節電量約78.69萬度，節電率為41.6%。 B.工廠已於2023年推行環境部溫室氣體自願減量方案，並於2026年2月12日提送減量計畫書至環境部，已送件完成。

參與2023年經濟部產業發展署「以大帶小製造業低碳及智慧化升級轉型輔助計畫」	
專案推動重點	▪ **推動宗旨**：新東陽多年持續推動綠色環保、永續經營的轉型策略，以實現國家2050年淨零碳排目標，發展低碳永續「智慧綠色工廠」。 ▪ **推動方針**：新東陽主動擔任主導廠商，「以1帶10」號召其主要協作廠及擴散廠商一同參與低碳化升級轉型計畫。
專案執行內容	▪ **新東陽內部設備汰換為節能設備**：聚焦降低能耗、提升生產效率。汰換設備包含：冷凍冷藏系統、燃氣發電機組、智慧能源管理、變頻空壓機、照明設備等。 ▪ 推動供應鏈導入低碳技術，並同步建置溫室氣體盤查推動制度。
亮點成效	▪ **提升新東陽供應鏈韌性管理**：降低供應鏈對高能耗設備的依賴，也提升食品產業鏈應對環境變遷及政策風險的適應能力，創造更強的市場競爭力及抗風險能力。 ▪ **協同效應擴散**：該計畫推動已為其他供應商提供優良示範效果，並因此推動更多中小企業共同加入低碳經營與技術升級的行列。

量化效益

項目	結案當年 (N)	項目	結案當年 (N)
節能率 (%)	8.42%	減碳比例 (%)	0.72%
節電度數 (kWh)	1,157,933	減碳量 (公噸CO_2e)	759.1

2.3 能源管理

2.3.1 能源管理策略

能源管理			
營運據點	現行推動措施	未來預期規劃	
	2025年	短期（2026年）	中長期（2027-2030年）
大園廠	● 設置廠區太陽能板 ● 取得ISO 50001驗證	● 推動節能改善計畫 ● EMS能源管理數位化	● 提升再生能源自發自用率
總公司	● 燈具汰換為LED或感應式燈具	● 宣導員工節能用電	
國道服務區	▲ 偕同與配合公部門於部分服務區設置太陽能板、導入環保建材 ● 西湖服務區2023年已取得ISO 50001能源管理系統認證 ● 響應「Earth Hour地球一小時」全球關燈行動	● 推動服務區熱源管理 ▲ 關西/南投/西螺服務區經內部議合與評估後，導入ISO 50001能源管理系統	
機場商場	▲ 配合桃機公司政策採用節能標章燈管，並獲得用電競賽第三名	▲ 積極參與由桃園及高雄國際機場所主導的共同減碳倡議	
餐飲服務（街邊店）	● 導入電子看板、全面汰換LED燈具、申請政府節能補助 ▲ 新展店導入建築節能設計	▲ 推動冷藏冷凍設備汰換節省能耗 ▲ 管理門市場域空調溫度設定	
餐飲服務（百貨專櫃）	● 店面裝潢即導入排煙通風系統 ● 導入照明與空調設備的尖離峰管理	▲ 設備預防保養與異常監控管理 ▲ 導入能源管理制度, 如：能耗數據追蹤與節能目標設定	

註：1.「●」已導入或已規劃推動、「▲」部分已規劃或已導入、「■」現階段尚未規劃導入。
2.導入範疇：汰換節能設備、執行節能減碳作為或取得能源管理驗證等管理措施。
3.百貨專櫃之餐飲店面、門市專櫃均由百貨公司統一管理、三重辦公室主要由承租大樓統一管理。

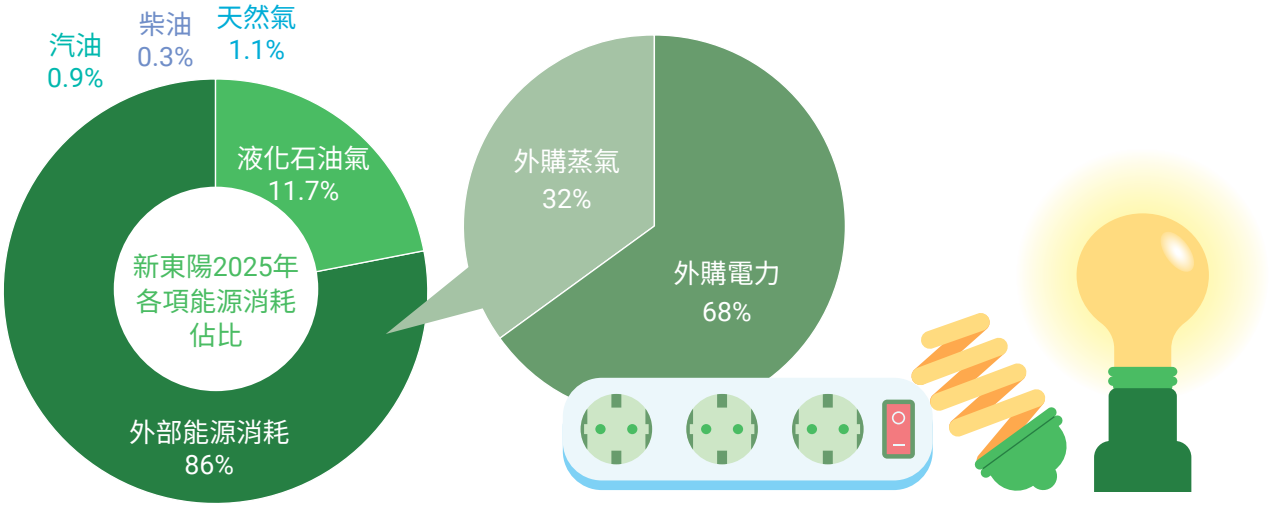
食品製造屬於能源使用密集產業，穩定且高效率的能源管理措施不僅能降低營運成本，並具備長期競爭力與落實環境永續。新東陽為回應氣候變遷趨勢與推進永續發展，以六大基礎推動能源管理政策，推動系統化管理機制，除導入ISO 50001能源管理系統即時掌握能源使用數據，亦嚴格落實能源查核制度，掌握大園廠能源使用流向及效率，持續推動節能目標並同時降低碳排放，實現智慧綠工廠發展目標。

能源管理策略

2.3.2 能源使用概況

GRI 302-1 GRI 302-2 GRI 302-3

新東陽透過系統化能源管理機制及製程優化，逐步降低能源使用強度並提升生產營運韌性。2025年新東陽年度能源使用總量為106,380 GJ，主要能源類別以外購電力、外購蒸氣與液化石油氣為主。依能源來源區分，新東陽組織內部消耗能源量約14,920 GJ；組織外部能源消耗量約91,460 GJ。大園廠已裝設太陽光電發電裝置生產再生能源，2023至2025年均100%將自產再生能源躉售台電，未來將持續提升新東陽再生能源發電容量與合併電網，以2050年再生能源自發自用率達100%為目標邁進，且持續推動能源效率提升與低碳轉型。（大園廠分年詳細統計數據請見附錄一 表2-3、「大園廠近三年內外部能源消耗概況」）



新東陽能源消耗概況							
能源/年份		2023		2024		2025	
		能源量(GJ)	百分比(%)	能源量(GJ)	百分比(%)	能源量(GJ)	百分比(%)
非再生能源消耗量	汽油	-	-	-	-	938	0.88%
	柴油	-	-	-	-	314	0.30%
	液化石油氣	4,788	8.46%	4,969	8.17%	12,455	11.70%
	天然氣	-	-	-	-	1,213	1.14%
	總量（A）	4,788	8.46%	4,969	8.17%	14,921	14.03%
再生燃料消耗量（B）		0	0%	0	0%	0	0%
購買而消耗的能源消耗量	外購電力	24,267	42.87%	24,253	42.20%	62,310	58.57%
	外購蒸氣	27,550	48.67%	28,245	49.15%	29,150	27.40%
	總量（C）	51,817	91.54%	52,498	91.35%	91,460	85.97%
自產但未消耗的能源量（D）		0	0%	0	0%	0	0%
出售之能源量（E）	太陽能發電量	1,762	100%	1,699	100%	1,744	100%
能源總消耗量（F）		56,605	100%	57,467	100.00%	106,380	100.00%
年度總產值（百萬元）(G)		893	-	903	-	3,174	-
能源密集度（F/G）		63.39	-	63.64	-	33.52	-

註：1.資料蒐集邊界：2023-2024年：大園廠。2025年：新東陽擁有100%控制權之據點，同溫室氣體盤查範疇。

2.組織內部能源消耗總量係依據GRI準則計算，計算公式為：非再生能源消耗（A）＋再生能源消耗（B）＋購買並消耗之電力、供熱、製冷及蒸汽（C）＋自產但未消耗之電力、供熱、製冷及蒸汽（D）－出售之電力、供熱、製冷及蒸汽（E）。新東陽無自產但未消耗之電力、供熱、製冷及蒸汽；另出售之能源項目僅包含太陽能發電，且其發電量全數出售，未供組織內部使用，因此於計算組織內部能源消耗總量時，不列入扣除項目。

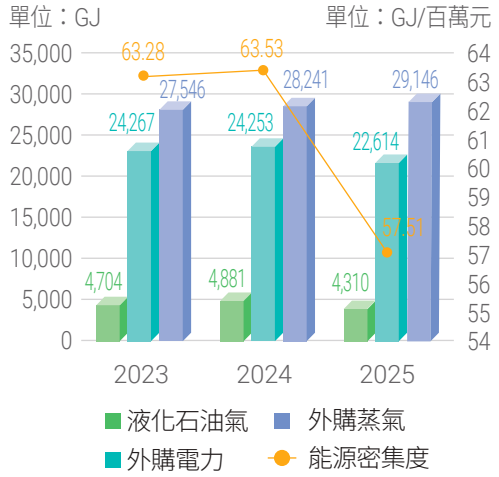
3.排放強度：採用「銷售密集度（單位：百萬元）」為計算基準，主因係公司產品種類多元且產量波動大，為提高跨年度與同業間可比較性，因此以全公司年度總產值進行計算，計算方式＝能源總消耗量GJ（F）÷年度總產值（百萬元）。

4.各能源消耗量主要採「十億焦耳GJ」為單位，能源使用量轉換計算公式為：GJ=TOE（公噸油當量）×41.868。

5.再生能源使用狀況：大園廠於2025年始建置太陽光電裝置，目前均100%躉售給台電，因此無再生能源內部使用消耗量。

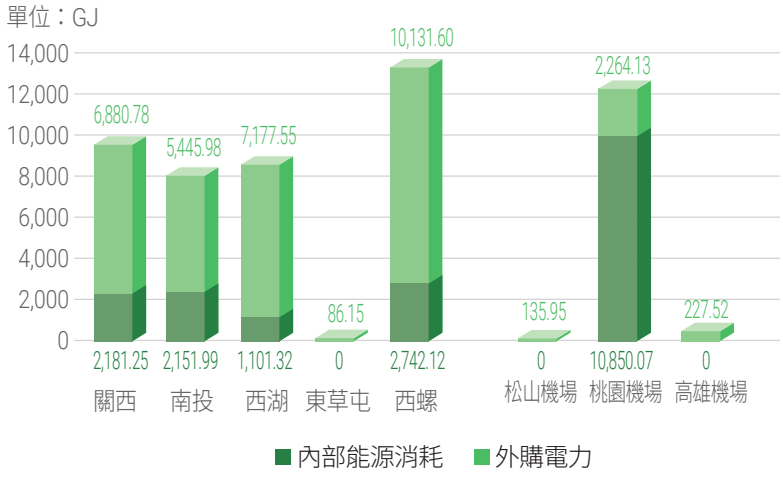
6.購買而消耗的能源使用狀況：2023-2025年均無外購供熱及外購製冷之數據。

大園廠2023-2025年能源消耗概況



國道服務區2025年能源消耗概況

機場商場2025年能源消耗概況



備註：內部消耗能源類別含汽油、柴油及液化石油氣。

2.3.3 能源行動與成果 GRI 302-4 GRI 302-5

新東陽為提升能源使用效率，推動能源管理政策並強化節能減碳措施。透過提升設備能源效率、優化製程及導入能源監控系統，降低能源消耗及碳排放量，以此落實企業永續發展。大園廠推動措施主要由廠務單位定期盤點高耗能設備，推動全面汰換LED燈具、導入空調及製程設備節能改善工程，以及提升外購蒸氣使用效率。同時透過ISO 50001能管系統系統化追蹤能源績效，持續優化節能成果。

新東陽能源消耗概況

專案項目	目標績效	節能減排成效	未來改善方案
2023年導入提升照明系統、空調及製程設備能源使用效率	電力消耗量規劃2024年減量1% ▪ 宿舍照明年減7,488 kWh ▪ 倉庫照明年減4,536 kWh ▪ 製程照明年減5,011 kWh ▪ 儲冰空調年減786,890 kWh	以2022年為基準年計算能源消耗減量，並以改善前後差異量作為節能與減碳成效之計算基礎。 能源減量：推估每年節電量約2,900.4 9GJ。註2 碳排減量：範疇二（外購電力）：推估每年降低381.83公噸CO_2e。註4	持續導入高效率設備與智慧能源管理系統，推動製程最佳化與再生能源評估。
2025年導入柴油發電機汰換為天然氣發電機	導入高效燃氣發電機，建置併網監控，以此推估柴油使用量於2026年減量100%。 ▪ 柴油燃料熱值0.8629/L ▪ 天然氣燃料熱值0.871/M³	減量基準年：以2025年為基準年推估2026年減量成效。 減量計算基準：以設備能效、功率，推估單日減量數據，以此推估全年減量數據。 能源減量：導入前年柴油使用量約208公秉，汰換後推估每年約減少7,508.82 GJ註2柴油量。 碳排減量：範疇一排放源推估每年降低158.73公噸CO_2e。	持續提升能源使用效率，並逐步降低使用燃料之熱值，以此強化減碳成果。
2023-2025年持續優化外購蒸氣使用效率提升	外購蒸氣規劃2026年減量1%	2023~2025年改善蒸氣卻水器洩漏，以2025年完整導入後為減量基準年，作為節能與減碳成效計算基礎。 能源減量：推估每年蒸氣洩漏約降低219.74 GJ/年。(計算方式：改善前-改善後=節約蒸氣量) 碳排減量：範疇二推估每年降低20.22公噸CO_2e註4。	持續評估蒸氣設備使用能效並降低蒸氣再加熱能耗，達到蒸氣壓力最佳化控制。

註：1.統計方法以專案結案時，計算相關減碳成效。因新東陽為接軌國際碳管理趨勢，盤查主要依循GHG Protocol準則，並採用聯合國「跨政府氣候變遷小組(IPCC)」第六次評估報告(2021)所提供之全球暖化潛勢資料作為減量計算依據。

2.GJ單位轉換計算公式：外購電力1度(kWh)×3.6×10-3、柴油依據GJ=TOE×41.868進行單位轉換，而1公秉柴油油當量=0.9公噸油當量=0.9×41.868=37.8 GJ。

3.碳排放減量成效計算方式：推估之減量/節能數據×排放係數×GWP。

4.碳減排採用之排放係數：柴油2.6060kgCO_2e /L，數據來源為節能標竿114年3月11日公告之最新低位熱值；電力0.474 kgCO_2e，數據來源為經濟部能源署113年公告電力排放係數；外購蒸氣0.257820486t-CO_2e/噸，數據來源為大園汽電廠商113年提供排放係數。

國道服務區節能行動與成果

專案項目	推動說明	節能減排成效	未來改善方案
LED全面導入	室內外照明全面汰換為LED燈具	照明節電30%～50%，整體用電下降約4%～6%	導入智慧照明系統（感測調光）
高效率空調（高EER）	汰換老舊空調並導入變頻控制	空調節電15%～25%，整體用電下降約5%～8%	AI溫控與能源管理系統（EMS）
尖離峰用電調整	依人流與時段調整設備運轉	節電約2%～3%	導入需量反應機制
冷鏈設備優化	冷凍冷藏設備升級與效率提升	節電約3%～5%	採用低GWP冷媒與IoT監控
在地供應鏈	減少運輸與冷鏈需求	其他間接排放量（範疇三）減碳約5%～10%	推動碳標示商品

機場商場節能行動與成果			
專案項目	推動說明	節能減排成效	未來改善方案
LED照明全面導入	三處機場據點專櫃與公共區域全面汰換LED照明	照明節電約30%～50%，整體用電下降約4%～6%（約29,000～44,000 kWh/年）	導入智慧照明（感測調光）
高效率空調（高EER）	優化空調設備與分區控制	空調節電約15%～25%，整體用電下降約5%～8%（約36,000～58,000 kWh/年）	AI溫控與負載管理
營運時間調整	依航班人流調整設備運轉	節電約2%～4%（約15,000～29,000 kWh/年）	導入航班連動能源管理
冷鏈設備優化	冷藏/冷凍設備汰舊換新	節電約3%～5%（約22,000～36,000 kWh/年）	低GWP冷媒＋IoT監控
在地供應鏈	減少運輸與冷鏈依賴	其他間接排放量（範疇三）減碳約5%～10%	推動碳標示商品

2.4 水資源管理

2.4.1 水資源管理策略

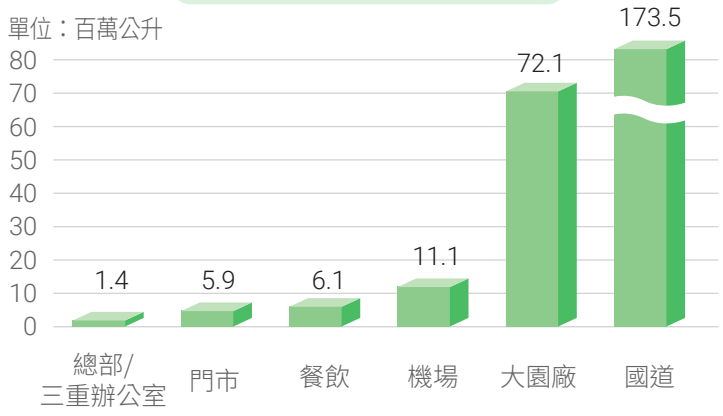
水資源管理			
營運據點	現行推動措施	未來預期規劃	
	2025年	短期（2026年）	中長期（2027-2030年）
大園廠	● 建置多元水資源回收及管理系統 ● 設置電子水表監測與管理水量	● 持續優化水資源管理系統，設定每年節水1%之目標	
總部辦公室	● 每月一次「截油槽清潔及投菌作業」	▲ 評估導入節水設備與用水監測措施	● 推動辦公區節水文化與提升用水效率
國道服務區	▲ 部分服務區建置污水處理廠，配合公部門推動「回收水再利用」	● 持續提升污水回收再利用率	● 規劃擴大水資源循環使用範圍
機場商場	● 部分門市定期檢視用水設備與節水宣導		▲ 所有門市據點完成制定用水設備保養與節水管理
餐飲服務(街邊店)	● 定期進行排水溝、截油槽等清洗 ● 非營業時間進行污水管疏淤清洗作業	▲ 評估導入節水清潔作業模式	● 強化污水管理及節水作業制度
餐飲服務(百貨專櫃)	● 定期檢視用水設備 ● 落實節水宣導	▲ 評估導入高效率節水設備	● 提升水資源使用效率

註：1.「●」已導入或已規劃推動、「▲」部分已規劃或已導入、「■」現階段尚未規劃導入。
2.導入範疇：導入水資源管理系統、汰換節水設備、降低排放水可能發生污染風險情況、建置水資源回收管理系統等管理措施。
3.百貨專櫃之餐飲店面、門市專櫃均由百貨公司統一管理、三重辦公室主要由承租大樓統一管理。

2.4.2 水資源使用概況

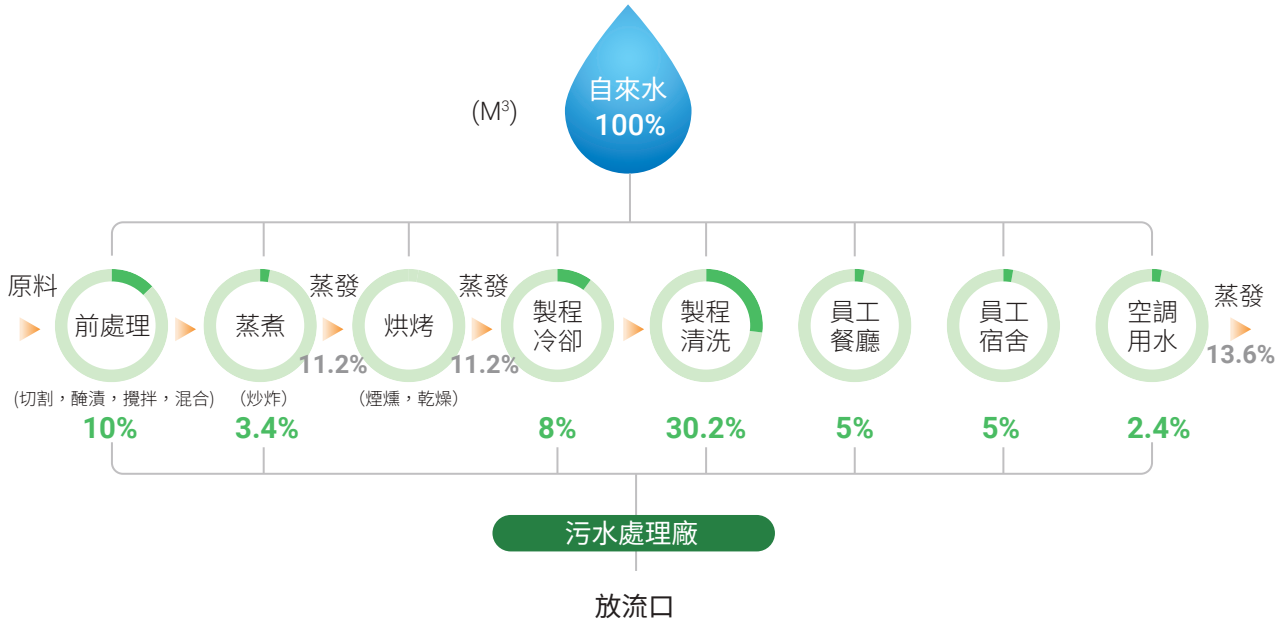
新東陽因應水資源風險管理與永續營運需求，自2020年起於大園廠推行水資源管理政策，並建置多元水資源回收系統。透過製程節水、雨水及放流水回收再利用、循環用水優化等措施，以期達到用水效率提升之目的，2025年總用水量為271.30百萬公升。

新東陽各據點用水概況統計



同時為確保回收水再利用之安全性，所有回收水均經100%檢測放流水水質，確保水質優於國家排放標準。預期於2030年達到持續提升回收率與降低單位用水強度之目標。（大園廠分年詳細統計數據請見附錄一 表2-6、「大園廠近三年用水概況」）

用水平衡圖



新東陽用水概況				
項目	用水來源	2023	2024	2025
總取水量（百萬公升）	第三方的水	74.05	72.22	271.30
總排水量（百萬公升）	第三方的水	66.26	47.47	53.20
總耗水量（百萬公升）	第三方的水	7.79	24.75	218.10
使用密度計算基準：年度總營業收入（百萬元）		893	903	3,174
用水密度（銷售密集度）		0.0087	0. 0274	0.0687

註：1.資料蒐集邊界：2023-2024年：大園廠。同溫室氣體盤查範疇，含營業據點及辦公場域，因此密集度較2024年上升。

2.新東陽2023-2025盤查所有據點之取水、排水主要均為第三方的水（自來水公司供水），無地表水、地下水、海水之取水、排水及耗水數據。

3.用水密度採用銷售密集度做為計算基準，主因係公司產品種類多元且產量波動較大，為提高跨年度與同業間可比較性，因此以全公司年度總產值作為標準化指標，計算方式＝總耗水量（百萬公升）÷年度總產值（百萬元）。

2.4.3 廢污水管理

新東陽依循污染防治及水資源循環利用原則推動廢污水管理措施。**大園廠：**透過設置污水處理系統進行水質監測，確保放流水水質優於國家排放標準，並持續提升回收再利用比例；**國道服務區及機場商場：**則設置污水截油槽、排水溝清洗、污水管疏通等定期維護作業，維持排水與環境衛生。未來新東陽將規劃導入深度處理技術，強化放流水再利用品質及水資源管理效能，逐步強化廢污水管理與水資源循環績效。

大園廠廢污水管理措施

殺菌熱水回收再利用

- 建置殺菌釜熱水回收系統：年回收水量近2.3萬噸，回收率達32.2%
- 強化廠內水資源循環利用

建置污水處理系統

- 水處理優化：確保放流水水質優於國家排放標準
- 導入水質監測與管理機制：提升廢污水管理效率，持續優化設備與監測機制

廢水回收處理

- 提升回收水水質：導入廢水及回收水深度處理設備，每日可回收120公噸水量，年減4.38萬噸廢水排放
- 逐步擴大水資源系統應用：擴大應用於冷卻及廠務用水

推動產品水足跡查證

- 分階段推動產品取得 ISO 14067 查證：
  1. 推動產品碳、水足跡查證
  2. 逐步擴大至低溫及肉乾產品類

新東陽各據點廢污水管理行動成效

國道服務區

建置全新污水截油槽，以高標準方式執行

機場商場

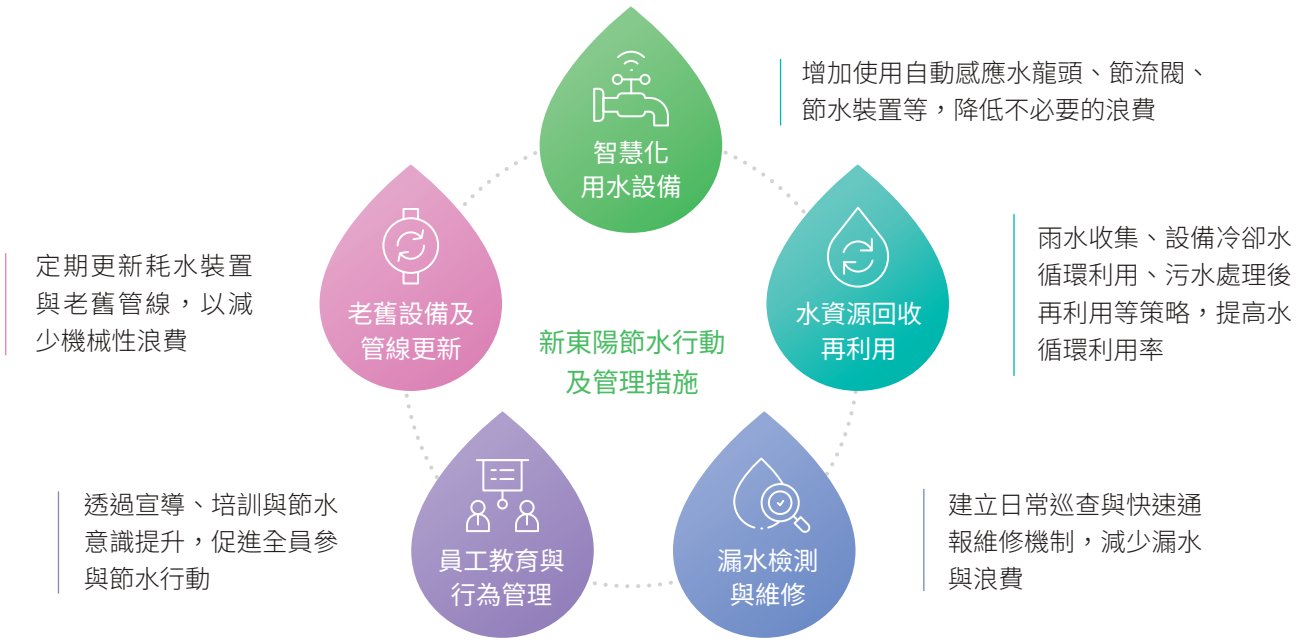
- 每日進行小截油槽清潔；每週委外清潔大截油槽
- 每年2-3次汙水管疏通
- 不定期餐廳廚房內部通管

總部辦公室

每月一次於廚房下方截油槽進行「截油槽清潔及投菌作業」

2.4.4 節水行動與成果

新東陽遵循水資源管理法規及ISO 14001環境管理系統，將節水納入環境管理架構，同步建立用水監測、統計與揭露制度用水監測、統計與揭露制度以「提升水資源使用效率」及「節約用水」兩大面向作為管理原則，推動各據點節水措施。



大園廠節水行動與成果

專案項目	節水行動與成效	未來改善方案
2021年 雨水、放流水回收再利用系統	▪ **管理之水體涵蓋：**排水、廢水、耗水 ▪ **水體來源：**筏基雨水、殺菌釜冷卻水、污水放流水。 ▪ 罐頭殺菌釜冷卻水回收循環使用：年回收水達2.3萬噸 ▪ 筏基雨水回收再利用、滲透水回收：年回收水達3,100噸 ▪ 污水放流水回收再利用：年回收水達5,000噸 推動多元水資源回收再利用專案，推估每年約減少4.75公噸CO_2e碳排放量。（水資源排放係數取自「台灣自來水公司」）	▪ 導入水資源管理系統，精準控制用水效率。 ▪ 擴大雨水及中水回收再利用範圍。
2020年 水資源循環利用與回收管理專案	▪ **水資源類別含：**第三方用水（自來水）、雨水及回收放流水。 罐頭殺菌釜冷卻水回收系統 蒸汽冷凝水回收系統製程冷卻水循環使用 設置雨水與筏基滲透水回收系統 將污水處理後的放流水納入回收過濾系統 大園廠推行以上政策後，以2016年為減量計算基準年，推估改善後每年回收水量約31,678噸，整體回收率達43%，有效降低用水量。	▪ 持續優化水資源回收系統。 ▪ 導入水資源深度處理設備，使回收水水質接近自來水。

2.5 資源循環與管理

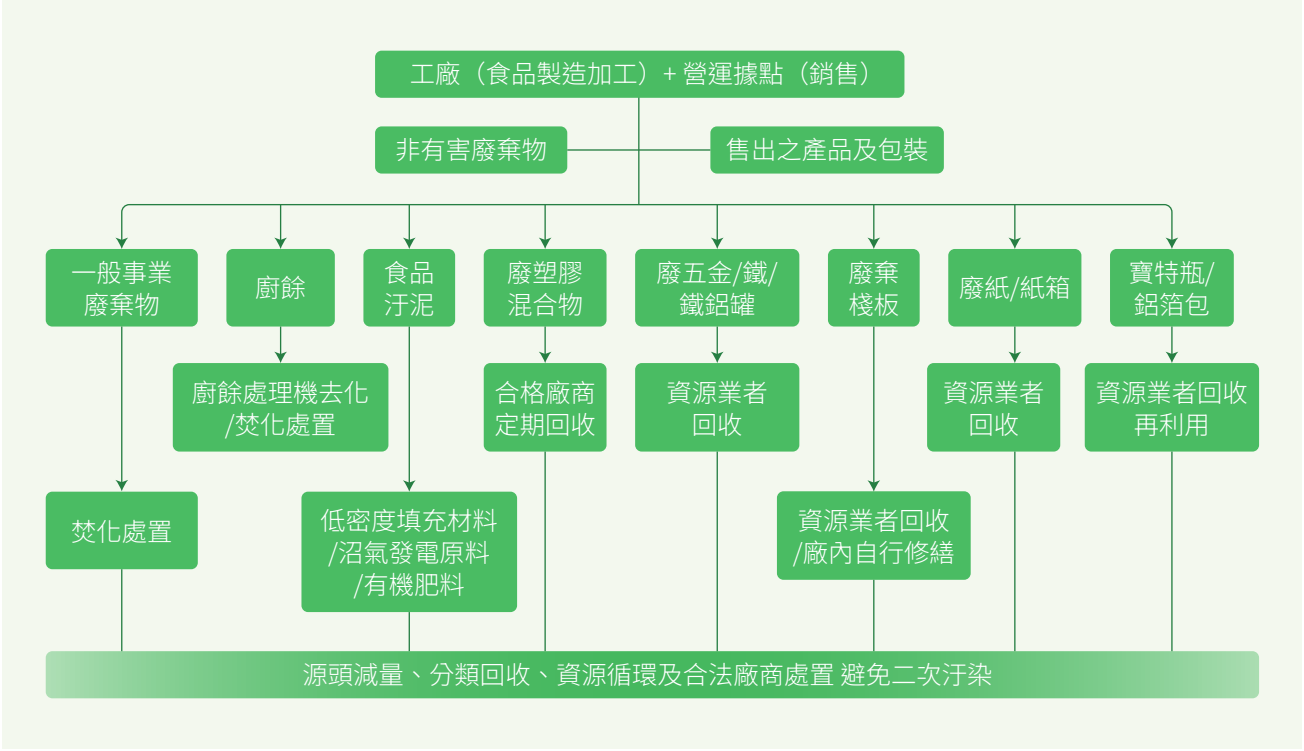
2.5.1 廢棄物管理策略 GRI 306-1 GRI 306-2

廢棄物管理			
營運據點	現行推動措施	未來預期規劃	
	2025年	短期（2026年）	中長期（2027-2030年）
大園廠	● 推動棧板維修計畫 ● 食品加工污泥供沼氣發電 ● 持續提升廢棄物再生利用量	● 棧板再利用量達17公噸 ● 食品加工污泥減量5% ● 廢棄物再利用率達75%	● 棧板再利用量達20公噸 ● 食品加工污泥減量10% ● 廢棄物再利用率達80%
國道服務區	● 使用可分解塑膠袋 ● 美食街全面使用環保餐具 ▲ 西螺/關西服務區導入廚餘處理機	● 南投服務區導入ECOCO智慧回收機	● 全面取消一次性餐具 ● 建立循環杯租借系統 ▲ 南投/西湖服務區導入廚餘處理機
機場商場	▲ 推動一次性用品減量計畫（桃園機場2030年永續行動計畫方案） ▲ 推動環保4R政策，落實廢棄物及資源回收分類處理（桃園機場2030年永續行動計畫方案）		
門市專櫃(街邊店)	● 即期品物資捐贈、紙箱重複利用等	● 數位化庫存管理減少即期品 ● 推動循環物流箱替代紙箱	● 建立完整食物銀行合作鏈 ● 達成門市包材全面循環
門市專櫃（百貨專櫃）		● 參與百貨ESG減廢評鑑 ● 優化櫃內空間廢棄物分類	● 配合百貨達成碳中和櫃位 ● 減少 30% 櫃位包裝垃圾
餐飲服務（街邊店）	● 配合政府政策執行與推動	● 強化外帶餐具減量宣導 ● 導入廚餘秤重管理系統	● 轉型為綠色餐廳認證 ● 廚餘轉生質能源比例化

註：1.「●」已導入或已規劃推動、「▲」部分已規劃或已導入、「■」現階段尚未規劃導入。
2.導入範疇：拖動包材減量、導入循環經濟、即期品處理等管理措施。
3.百貨專櫃之餐飲店面由百貨公司統一管理。

新東陽為降低營運所產生之廢棄物所帶來的衝擊，將「環保」設定為新東陽營運核心，針對廢棄物產生來源、組成特性及處理流向進行系統化管理。對於無法避免產生之廢棄物，則透過廠內分類、合規貯存、篩選與處置，同時積極推動源頭減廢、資源再利用及創新循環經濟等作為，從產品設計階段即檢視物料使用效率與降低不必要包材產出，至終端處置推動循環經濟及回收再利用措施，強化廢棄物全流程管理，落實環境責任，提升企業永續競爭力。

廢棄物管理流程圖



新東陽廢棄物管理機制與政策

據點	管理項目/階段	管理策略
大園廠	廢棄物委託清運廠商評估及篩選機制	建立嚴格稽核機制，簽約前先實地訪查，線上查核是否有裁罰紀錄，確認是否有政府許可函等文件，確保第三方廠商依合約與法規妥善處理廢棄物。
	源頭減量及綠色生產 (Reduce)	▪ 焚化廢棄物減量20%：推動一般廢棄物之分離塑膠包材回收再利用，焚化廢棄物約可降低20%。目前廢棄物妥善處理率達100%。 ▪ 包裝減量：產品設計階段即考量以「減少不必要的包裝空間及設計」進行產品包裝設計與審核，並積極開發具備循環經濟理念的包裝。 ▪ 環保採購：「自製品」紙箱100%採購回收再生紙箱。
	 循環經濟實踐 (Reuse & Recycle)	▪ 棧板維修：自 2017 年起推動木棧板維修計畫，維修部分損壞的棧板，以此延長資源生命週期；已無法重複使用之棧板則由合格清運廠商進行回收。2025年累計維修逾 3,000 片。 ▪ 惜食捐助 (Food Rescue)： 將工廠生產過程所產生的「餘裕食材」捐贈至社會局惜食平台、即期品優惠平台等，或與社福機構合作捐贈。
	利用電子化系統即時申報及追蹤廢棄物流向	嚴格遵守法規，透過電子化系統即時申報廢棄物流向，確保合法清除處理。

2.5.2 廢棄物概況 GRI 306-3 GRI 306-4 GRI 306-5

新東陽於營運過程中產生之廢棄物產出100%為非有害廢棄物，其類別包含：一般事業廢棄物、食品加工廢污泥、動物骨骸與殘渣混合物（廚餘）、廢塑膠包材、廢紙箱及廢鐵罐等。所有產出之廢棄物，新東陽均嚴格遵循法規要求，由合格清運處理機構進行妥善處置，以確保廢棄物處理過程符合環境保護及相關法規要求。

（單位：公噸t）

新東陽依組成成份分類之廢棄物統計					
廢棄物組成成分	處置方式	處置邊界	廢棄物產出量統計		
			2023	2024	2025
一般事業廢棄物	焚化	100%離場[註3]	159.57	146.08	287.24
食品加工污泥	再生利用，供沼氣發電或作為有機肥料	100%離場	162.66	149.72	197.77
動物骨骸、殘渣混合物（廚餘）	廚餘處理機；第三方清運處理	現場/離場	127.40	127.20	125.84
廢塑膠包材	再生利用，作為塑膠棧板或塑膠袋	100%離場	8.45	21.09	9.45
廢紙／廢紙箱	第三方清運廠商回收利用	100%離場	149.03	153.1	172.05
廢鐵／廢鐵罐	第三方清運廠商回收利用	100%離場	16.87	12.01	47.07
廢棄物總量			623.98	609.2	839.42

註:1.資料蒐集盤查邊界：2023-2024年：大園廠。2025年：大園廠、機場商場（不含招租櫃位）。
2.2023-2025各數據統計據點均無有害廢棄物產出。
3.各營運據點之一般事業廢棄物均委託合格之第三方清運廠商進行離場處置。

（單位：公噸t）

非有害廢棄物不同處置方式統計			
年份	廢棄物總量	焚化（不含能源回收）	再生利用
2025	839.42	183.71	552.18
2024	609.2	146.08	463.12
2023	623.98	159.57	464.41

廢棄物減量措施及成效

大園廠

減量措施	減量成效
落實垃圾分類增加再利用比例	廢棄物再利用率從2023年74%提升至2025年75%。
減少產品包裝層數	於產品研發階段導入綠色設計機制，以「包材減量」、「單一材質」與「自製品使用 100% 再生紙箱」為核心推動措施，自源頭降低包材廢棄物產出，提高資源回收效率。
大園廠實行減塑行動	**實際行動：**新東陽參與2024「台灣減塑轉型論壇」並分享具體成效。 **執行層面：**國道服務區與機場門市改用竹纖維吸管，於工廠端落實塑膠回收及停用一次性餐具，2024 年已達成逾20公噸的減塑目標。

國道服務區

減量措施	減量成效
廚餘處理機	▪ **導入據點**：關西/西螺服務區。 ▪ **推行政策**：導入獲經濟部發明金獎之廚餘處理技術，達成8小時內高效分解100公斤廚餘之精準減廢績效，有效優化營運成本並落實循環經濟。

機場商場

減量措施	減量成效
廚餘及環保資源回收作業	▪ **導入據點**：桃機、松機及高機三大機場商場廚房內場管理。 ▪ **推行政策**：實施機場商場廢棄物集中化管理，協同合格廠商落實廚餘資源化回收。定期對接主管機關(桃園市環保局大園中隊)稽核，確保流程 100% 合規。
油炸廢油回收及換油紀錄	每日記錄並更換新油，將廢食用油全數交由專業領照廠商清運回收，由企業自主完成環保流向申報，全面防堵廢棄油品重回食物鏈，建構透明可追溯之資源循環體系。

2.5.3 資源循環與成果

循環經濟推動策略

新東陽將循環經濟思維融入「LCA全生命週期治理」，研發階段落實綠色設計，優先採用再生與環保驗證物料；終端處置則透過技術創新技術將廢棄物資源化。藉由全生命週期管理優化資源效率，實踐低碳綠色生產。

循環經濟推動策略

大園廠循環經濟推動措施

創新食品加工污泥回收再利用

- 污泥回收轉作沼氣發電能源。
- 篩選製程殘渣供水泥廠作為填充料。
- 轉供肥料廠製成有機肥料。

2025年共處理249.43公噸污泥

推動包裝環境友善設計

- 減少包裝層數，優先導入單一材質與清晰回收標誌。
- 大園廠全面禁用PVC產品包材。
- 導入多功能禮盒設計，強化重複使用價值。

2018年起新東陽精緻鳳梨酥包裝省去PET內襯，一年共減少362.8萬只PET內襯，合計減少4.72噸PET消耗量。

廢塑膠廠內回用

- 廢塑膠包材回收再製為塑膠袋與塑膠棧板。
- 循環再製成品100%供應廠內循環使用。

廢紙箱循環利用

- 廠內全面採用廢紙再造紙箱。
- 確保品質無虞下，推動包裝循環利用。

2023至2025年共累計使用逾248萬只再生紙箱。

餘裕食材再利用

- 自2007年起持續參與新北市惜食捐助行動。
- 運用食品核心能力，對接弱勢團體物資需求。

不定期蒐集工廠肉品製作中產生的餘裕食材後捐給社會局，再由社會局分配予共餐據點，累計捐贈達7,154公斤，總價值約257萬元。

國道服務區及機場商場循環經濟推動措施

國道服務區 永續建築與循環空間實踐

- 微氣候調節：設置格柵植生牆，優化空間氣流與溫度調控。
- 建材再資源化：導入回收玻璃節能磚，並規劃「3R環保概念園」活化舊建材。
- 環境教育結合：整合低碳材料應用與環境綠能教育，精進建築能效。

機場商場 油炸廢油回收

- 食安自主監測：每日執行2次總極性檢測並詳實記錄，落實源頭管控。
- 合規循環清運：廢油100%移交領照廠商並完成流向申報，防堵回流風險。

ch3 安心之源

3.1	產品溯源	66
3.2	食品安全	73
3.3	創新產品與服務	78
3.4	行銷與顧客關係	83
3.5	多元通路服務	89

亮點績效

中華穀類食品工業技術研究所

潔淨標章 100%無添加 **6項** / 雙潔淨 **6項**

活力生原味豬肉乾、青花椒豬肉乾、原味牛肉乾等

農業部 **銀髮友善食品**

產品獲選 **11項**

台灣黑豬滷肉、海苔純肉鬆、活力生雙潔淨原味豬肉鬆等

食品工業研究所

新味食潮獎 產品獲選 **7項**

新東陽活力生雙潔淨青花椒豬肉乾、活力生雙潔淨純豬肉鬆等

食品工業研究所 **特別獎–潔淨高值**

產品獲選 **1項**

活力生雙潔淨青花椒牛肉乾

TCFA
台灣連鎖暨加盟協會

服務金賞認證

門市連續榮獲 **2年**

高公局 **國道好便利 吃喝玩樂網路票選**

關西/南投國道服務區 獲選

好好吃/好好玩/好好買第一名

重大主題管理 GRI 3-3

政策承諾	新東陽秉持「誠信透明」原則，以「食品科學」為核心，致力開發符合健康趨勢與環境友善之產品，並建立全流程數位化溯源體系，確保從源頭採購到成品交付各環節均可有效追溯，落實食安透明與負責任的行銷溝通，以此提供兼具安全性、營養價值與感官品質的創新方案。
組織願景	新東陽以「法規遵循」為底線、「資訊無斷點」為核心目標，建置優於法規的透明資訊與供應鏈管理機制。透過跨領域技術整合，推動潔淨配方產品，同時實現原材料、製程與物流即時勾稽，致力提供真實、易懂且科學化的產品標示，確保所有產品具備清晰、真實的履歷紀錄，且行銷訴求與實質內容完全對等，讓誠信成為產品不可或缺的成分，引領產業朝向永續與全齡健康轉型。

重大主題	國際框架與指標
產品溯源與管理 GRI 416 顧客健康與安全	SASB <加工食品>食品安全 FB-PF-250a.1、FB-PF-250a.2 SASB <食品零售商和分銷商>食品安全FB-FR-250a.1、FB-FR-250a.2
產品服務與創新	無
產品標示與行銷 GRI 417 行銷與標示	SASB<加工食品>產品標示與行銷 FB-PF-270a.1、FB-PF-270a.2、FB-PF-270a.3、FB-PF-270a.4 SASB<食品零售商和分銷商>產品標示與行銷 FB-FR-270a.1、FB-FR-270a.2、FB-FR-270a.3

定義與衝擊說明

產品溯源與管理	【定期】 從養殖、屠宰、生產到銷售，建立全流程完整透明的履歷資訊，落實食品資訊透明度與可追溯性。 【對組織的意義】 產品溯源機制使新東陽能完整掌握從原料到銷售的各環節資訊與流向，提高食品安全管理效率，深化消費者對品牌的信任。 【對外部影響】 促進供應鏈落實品質管理與資訊揭露，強化責任管理，帶動整體食品供應鏈的透明度與可信賴度。	產品服務與創新	【定期】 致力改善生產製程，開發低碳永續產品與多元通路服務，並持續強化溝通、稽核改善與獎勵機制。 【對組織的意義】 透過技術與配方創新回應市場需求，優化產品品質並開拓新市場，提高營運韌性與長期發展能力。 【對外部影響】 提供消費者多元、符合市場需求的低碳選擇，升級消費體驗，並帶動食品產業與供應鏈發展，促進市場競爭力。
產品標示與行銷	【定期】 所有食品容器或外包裝均具備清楚完整的標示，主動揭露產品內容物、營養成分、過敏原及基因改造等資訊。 【對組織的意義】 透過優於法規的標示與多元行銷管道，完整揭露產品與行銷資訊，降低資訊不對稱風險，維持企業穩定營運與市場競爭力。 【對外部影響】 協助消費者充分了解產品成分與來源，做出適當的消費選擇，進而強化市場信任與食品產業的資訊透明度。		

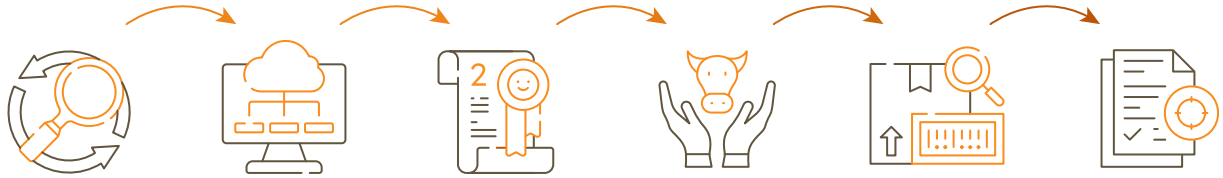
本表管理行動係因應重大主題分別鑑別出以健康銀髮食品研發為「機會」；ERP 與合規查驗嚴控溯源及標示為「風險」。

管理行動	2025年目標	2023-2025累積行動績效	達成概況	短期目標（2026年）	中期目標（2030年）	長期目標（2050年）
建構全品項自製品ERP數位溯源鏈	自製品100%導入ERP食品追溯追蹤系統	完成自製品100%導入ERP食品追溯追蹤系統，實現「一鍵溯源」之資訊整合目標。	已達成	▪ 持續落實自製品100%數位化追蹤管理。 ▪ 配合外部單位及代工廠進行溯源演練稽核，目標於2小時內完成雙向勾稽實測。	▪ **供應鏈數位連動**：要求50%以上關鍵原料供應商納入數位溯源體系。 ▪ **預警系統整合**：結合ERP數據與食安風險資料庫，建立「智慧化食安預警系統」。	持續遵循新東陽永續3大原則「綠色承諾」「安心健康」「陪伴共好」推行各項行動
關鍵供應商源頭稽核與風險分級管理	建立「年度現場稽核制度」	針對核心原料建立「年度現場稽核制度」，實地查核其溯源紀錄真實性。	已達成	▪ **實地稽核覆蓋率**：針對前20%關鍵供應商進行100%實地稽核。 ▪ **證照數位化管理**：確保所有供應商第三方檢驗報告（COA）與ERP批號達成100%對應掛鉤。	▪ **導入供應商績效即時評分系統**：將供應商進行動態分級管理，優先採購優級供應商之原料。 ▪ **推動關鍵原料「產地實質驗證」**：透過第三方驗證或數位工具，確保原料100%可追溯至具體產地或農場。	
推動健康減法配方與潔淨標示	完成100%自製品檢核	完成100%自製品檢核，不使用非必要之人工添加物。	已達成	年度新品具健康訴求之品項占比達30%。	主力自製品優先導入潔淨配方設計，並100%符合自主管理之潔淨規範。	
	開發符合潔淨配方並取得標章驗證之產品	成功開發5項符合潔淨配方並取得標章驗證之產品。		持續研發潔淨配方產品，規劃後續標章驗證。	累計14項產品取得第三方潔淨標示驗證。	

管理行動	2025年目標	2023-2025累積行動績效	達成概況	短期目標（2026年）	中期目標（2030年）	長期目標（2050年）
推動銀髮友善食品研發與驗證	完成特定品項開發	完成特定品項開發。	已達成	參與產品年度評選活動。	落實高齡友善飲食解決方案。	持續遵循新東陽永續3大原則「綠色承諾」「安心健康」「陪伴共好」推行各項行動
	取得產品標章驗證	參加農業部「銀髮友善食品」評選活動，成功取得產品標章驗證。		完成至少2項具備銀髮友善特質之新品研發。	累計逾15項品項取得農業部「銀髮友善食品」驗證標章。	
負責任的產品標示	自製品達成「0違規、0受罰」查核紀錄	落實全品項標示與合規管理，自製品達成「0違規、0受罰」查核紀錄。	已達成	▪ 自製品100%符合法規標示。 ▪ 每年委託第三方專業機構進行產品標示合規抽測至少3件。	▪ 每年委託第三方檢驗單位進行標示查驗至少5件。 ▪ 導入電子標籤或溯源QRCode。	
負責任的行銷文案	行銷文案達成「0違規、0裁罰」	共1件商品因廣告誇大違反食安法行銷文案。	未達成	▪ 行銷文案100%符合法規與科學證據。 ▪ 針對高風險或重點宣稱品項，每年委託第三方驗證進行文案合規檢視至少2件。	▪ 確保所有對外溝通管道均符合責任行銷原則。 ▪ 提升年度文案查驗量能至少3件。 ▪ 建立行銷「科學證據支持庫」，確保行銷訴求具備可追溯實驗數據或技術文件佐證。	

3.1 產品溯源與管理

產品溯源管理流程



- 建立「從農場到餐桌」全流程溯源追蹤管理制度
- 資訊導入ERP系統與私有雲平台
- 強化「產銷履歷」與「加工食品流通」之雙重履歷
- 透明揭露牧場管理及檢驗資訊
- 提供消費者即時查詢產品履歷
- 持續提升品質控管與資訊透明化

3.1.1 產品溯源管理

產品溯源管理策略

為使消費者吃得安心，新東陽整合「從農場到餐桌」(From Farm to Table)的產銷履歷，提升食品資訊透明度與可追溯性，並導入食品生產銷售全流程溯源追蹤系統，成為第一家取得「TAP農產品履歷」及「加工食品流通履歷」企業。消費者僅需輸入包裝上所呈現的產銷履歷追溯碼或掃描QR Code，即可了解肉品牧場、加工、生產及流通等資訊。新東陽落實各階段品質控管與追蹤，讓食品安全看得見、購買安心，提升品牌信任度。

新東陽產銷履歷（TAP）與私有雲履歷核心成果

產品效益

共7項產品通過驗證（香腸3項、肉鬆2項、火腿2項）。2025年產值近1,059萬元，影響逾11.5萬消費人次。

供應鏈整合

成功帶動3家上游廠商建立履歷。合作夥伴涵蓋4家養殖場、2家電宰分切廠、2家豬肉供應商，分布於台北、桃園、雲林、彰化、台南與屏東。

嚴格驗證

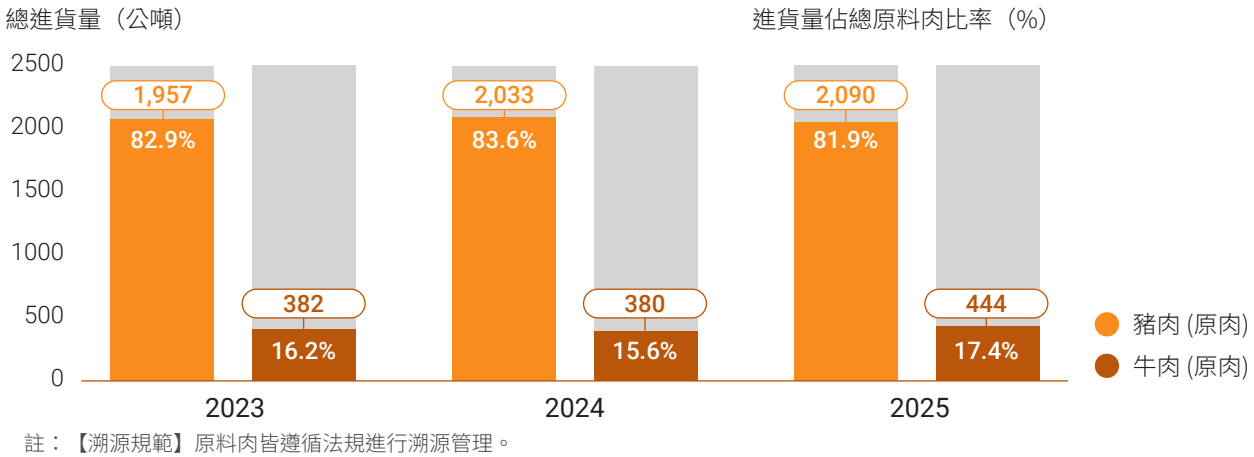
標章每三年一期，由暐凱國際進行外部稽核，嚴格把關生產場域、用藥安全、環境永續及包裝場所衛生。

產品溯源管理：ERP資訊系統

新東陽在食品生產各階段均制定追蹤管理措施，為使產品溯源追蹤管理資訊數位化與系統化，我們串接政府公有雲、食藥署「非追不可網路平台登錄系統」、農業部「TAP農產品產銷履歷」驗證，並導入「企業資源計畫（ERP）系統」。透過每年的「模擬回收」演練，確保溯源系統可100%追溯原料來源與追蹤產品流向。新東陽持續精進溯源管理措施，截至2025年底已達2小時內即可完成指定產品相關資料的追蹤追溯，確保系統有效性與即時性。

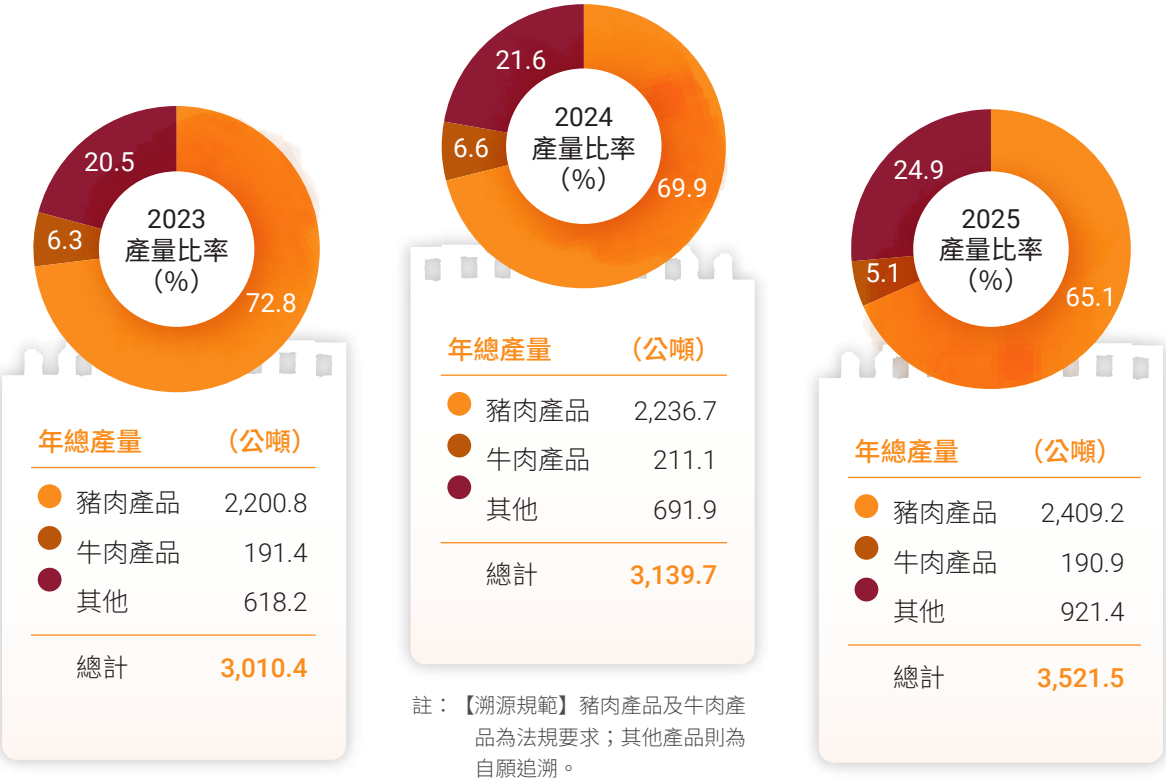
新東陽透過ERP食品追溯追蹤系統進行管理，2025 年納入系統管理之自製產品共計 671 項，占大園廠所有自製產品品項數 95.45%；可追蹤追溯產品出貨總重量為 3,521 公噸，占總生產重量 95.2%。

2023-2025 上游原料追溯類別及佔比



註：【溯源規範】原料肉皆遵循法規進行溯源管理。

2023-2025下游產品追溯類別及佔比



註：【溯源規範】豬肉產品及牛肉產品為法規要求；其他產品則為自願追溯。

「非追不可」政府食品雲串接

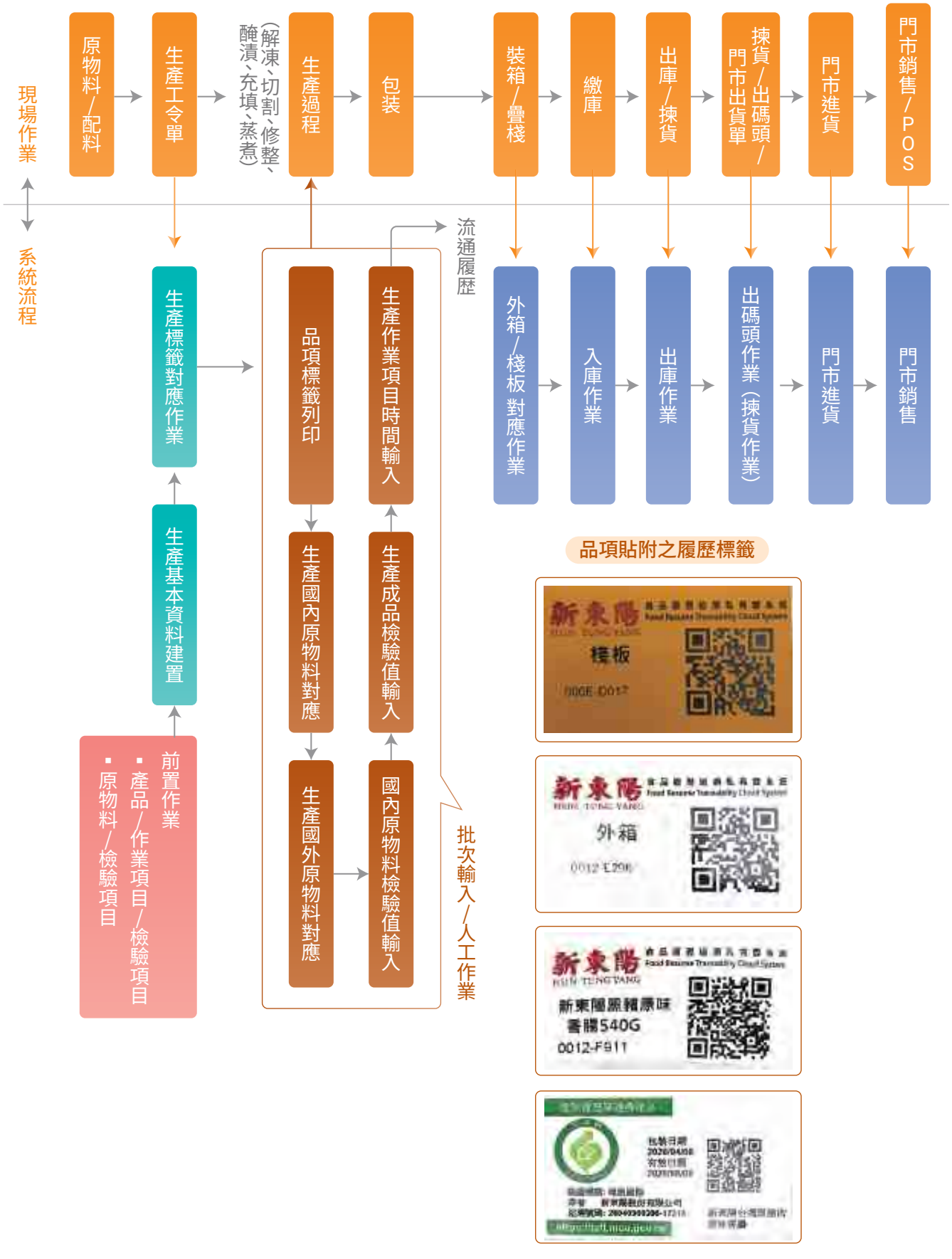
新東陽已依法規完成「非追不可」食品業者登錄平台之資料建置，並將大園廠自製產品相關資料上傳至「非追不可3.0」系統，定期申報進貨、生產、出貨及流向等資料，落實食品資訊化管理與追蹤追溯機制。2025年，上傳非追不可3.0系統之產品產量共3,240.69公噸，佔大園廠所有自製產品產量之87.61%。

「食品履歷追溯私有雲」系統建置

新東陽於2013年配合經濟部科技研究發展專案推動「新東陽體系食品履歷追溯私有雲建置示範計畫」，持續強化食品追溯管理資訊化。透過系統自動銜接外部履歷平台資訊，提升內部追溯控制效率，並串聯10家產業合作夥伴推動創新發展，結合農產端逐步建構完整追溯體系。

「私有雲履歷系統」產品

產品溯源管理流程圖



品項貼附之履歷標籤

3.1.2 產銷履歷

取得食品安全管理系統之第三方驗證

新東陽嚴格遵循法規要求，持續依循ISO 22000、HACCP、FSSC 22000等國際食品安全驗證，目前大園廠已通過多項第三方國際食品安全管理系統驗證。

大園廠食安驗證項目統計

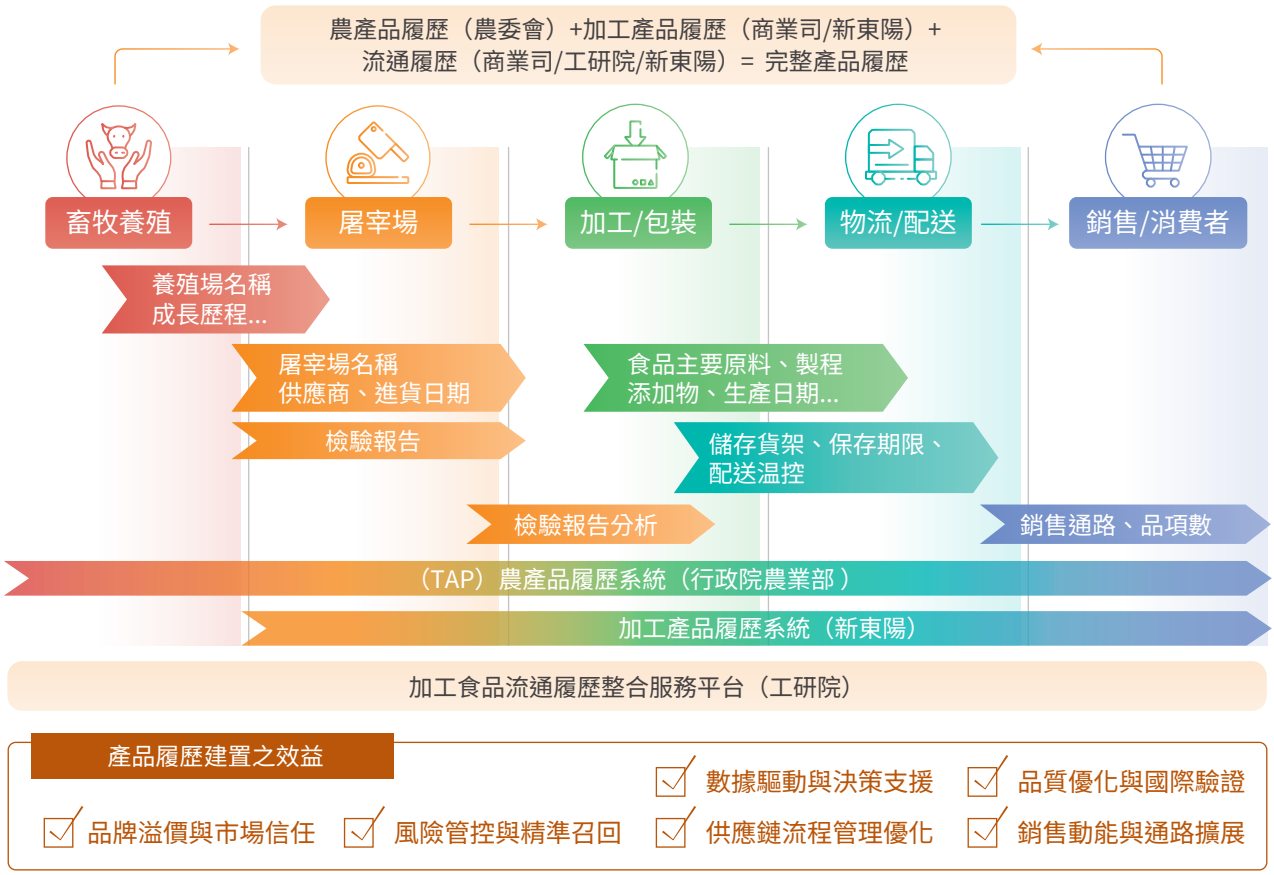
已取得國際食品安全管理系統驗證項目	驗證有效期間	生產產品類型	2023		2024		2025	
			總產量(公噸)	總產量佔比(%)	總產量(公噸)	總產量佔比(%)	總產量(公噸)	總產量佔比(%)
▪ ISO22000 ▪ HACCP ▪ FSSC22000	持續有效	畜禽加工肉品	1,564.5	52.1%	1,490.6	46.9%	1,502.9	40.6%
		罐頭製品	890.9	29.7%	1,121.1	35.3%	1,250.2	33.8%
		水產製品	58.3	1.9%	60.2	1.9%	62.3	1.7%
		糕點產品	330.4	11.0%	326.8	10.3%	302.0	8.2%
		休閒食品	17.0	0.6%	21.3	0.7%	22.4	0.6%
統計			2,861.2	95.3%	3,020.0	95.0%	3,139.8	84.9%

註：產量統計均以大園廠成品出廠資料為統計基準。

第一家建立雙重履歷追溯追蹤系統的食品業者

新東陽自2007年起率先與經濟部商業司及工研院合作，針對申請履歷驗證品項之產品建立食品原物料、生產、加工、運銷等各階段可追溯的「產品履歷」及「流通(銷售)履歷」全製程溯源制度，不僅強化食品安全與消費者的信任，更落實企業當責，成為綠色食品生產的領航者。

產品完整履歷建置歷程



TAP農產品產銷履歷

2007年起，新東陽推動「TAP農產品產銷履歷」系統建置，以確保農產品來源與品質。透過五大管理面向逐步優化產品品質。2025年新東陽完成農產品產銷履歷建置累計共5項，未來將持續建置TAP之產品，並於新東陽自有門市銷售。

「TAP農產品產銷履歷」管理流程

1. 遵循臺灣良好農業規範	2. 生產資訊數位即時登錄	3. 第三方驗證與合規稽核	4. 標章管理與自動化追溯	5. 供應鏈體系整合與嫁接
標準化作業程序	**作業紀錄電子化**	**驗證流程管理**	**一鍵溯源查詢**	**供應商分級制度**
依循臺灣良好農業規範（TGAP）建置各項標準化作業流程	將生產各階段相關資訊以數位化方式即時登錄	檢驗標準制定現場稽核、缺失改善及複審	ERP系統整合產品批次各階段資訊	進行供應商分級機制，依結果進行差異化採購及管理措施
風險管理	**批次管理機制**	**改善追蹤機制**	**標章管控系統**	**通路端資訊串接**
建立風險辨識、監控及異常通報機制	依產品批次建立專屬識別碼，確保各批次產品均可回溯來源並追蹤流向	建立改善計畫、責任分工及追蹤查核機制	控管標章使用範圍、正確性及效期	整合供應、生產、物流及銷售等資訊，強化自源頭至通路端產品追溯能力

TAP「農產品產銷履歷」產品

堅持HACCP、ISO22000國際品質驗證台灣工廠生產

新東陽台灣黑豬肉原味/蒜味/高粱酒香腸

- 選用台灣契飼之黑豬，堅持「黃金比例之肥瘦比」。

新東陽履歷豬肉鬆(200g /270g)

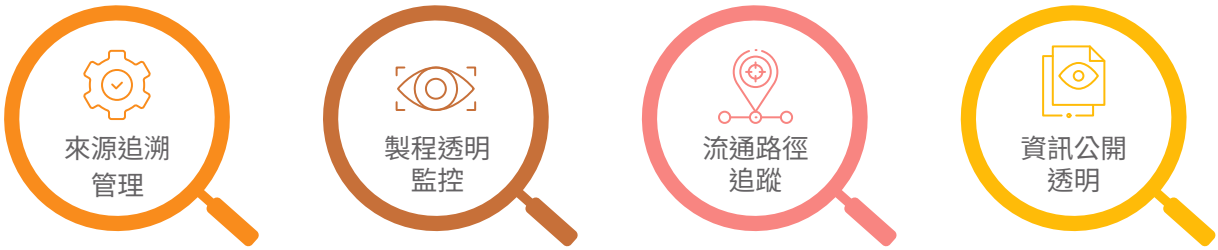
- 嚴選CAS屠宰衛生合格之健康豬後腿豬肉，產出酥鬆口感與香氣逼人的美味肉鬆。

新東陽履歷豬肉鬆(270g)/(200g)

「加工食品流通履歷」系統建置

新東陽響應政府U-Taiwan計畫推動「加工食品流通履歷追蹤計畫」，串聯食品製造、物流及零售端業者，共同建構「加工食品流通履歷追蹤系統」，提升產品於出廠至銷售之流程透明度，營造更安全的食品消費環境。

「加工食品流通履歷」系統建置流程



- 原料數位化建檔
- 進貨驗收數位化
- 生產批次投料記錄
- 關鍵管制點
- 成品物流軌跡
- 即時回收機制
- 消費者互動平台
- 優於法規作業

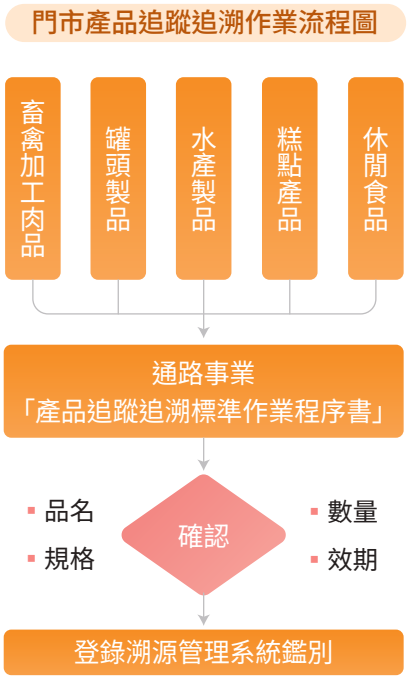
「加工食品流通履歷」近年持續透過 QR Code 貼標追蹤紀錄，2025採用 QR Code 紀錄流通履歷食品之單數累計共30,323筆。

3.1.3 門市產品溯源

門市產品溯源流程

新東陽將門市販售之禮盒、肉乾等主要產品進行溯源管理，於進貨時確認產品規格、有效期限等資訊，並登錄產品鑑別資訊，以掌握產品來源及流向。2025年由大園廠發貨至門市之食品類產品，納入追溯管理之評估與管控比例已達100%(品項涵蓋：畜禽肉品加工類、罐頭製品、糕點等)。新東陽透過將每批產品進貨時登錄系統鑑別資訊，有助於食安事件發生時能快速追溯產品資訊及流向通路，降低產品對消費者健康與安全之衝擊。

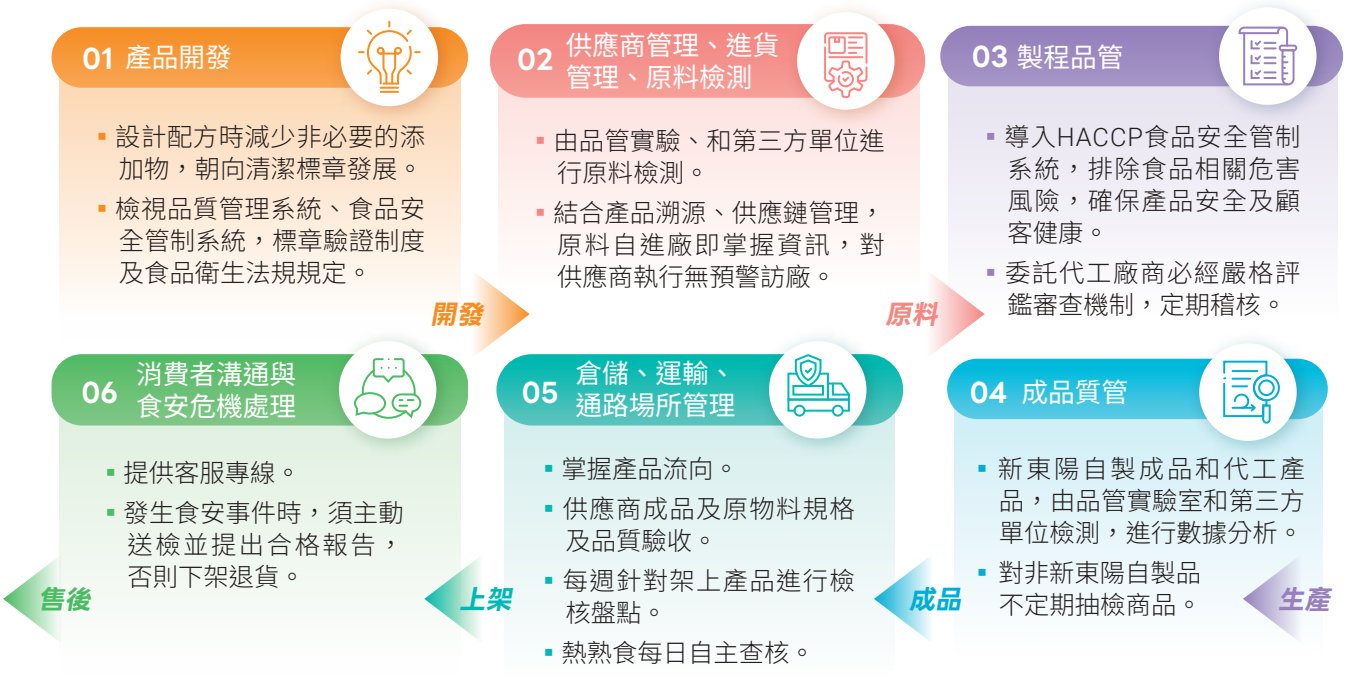
門市產品追蹤追溯作業流程圖



3.2 食品安全

3.2.1 食品安全管理

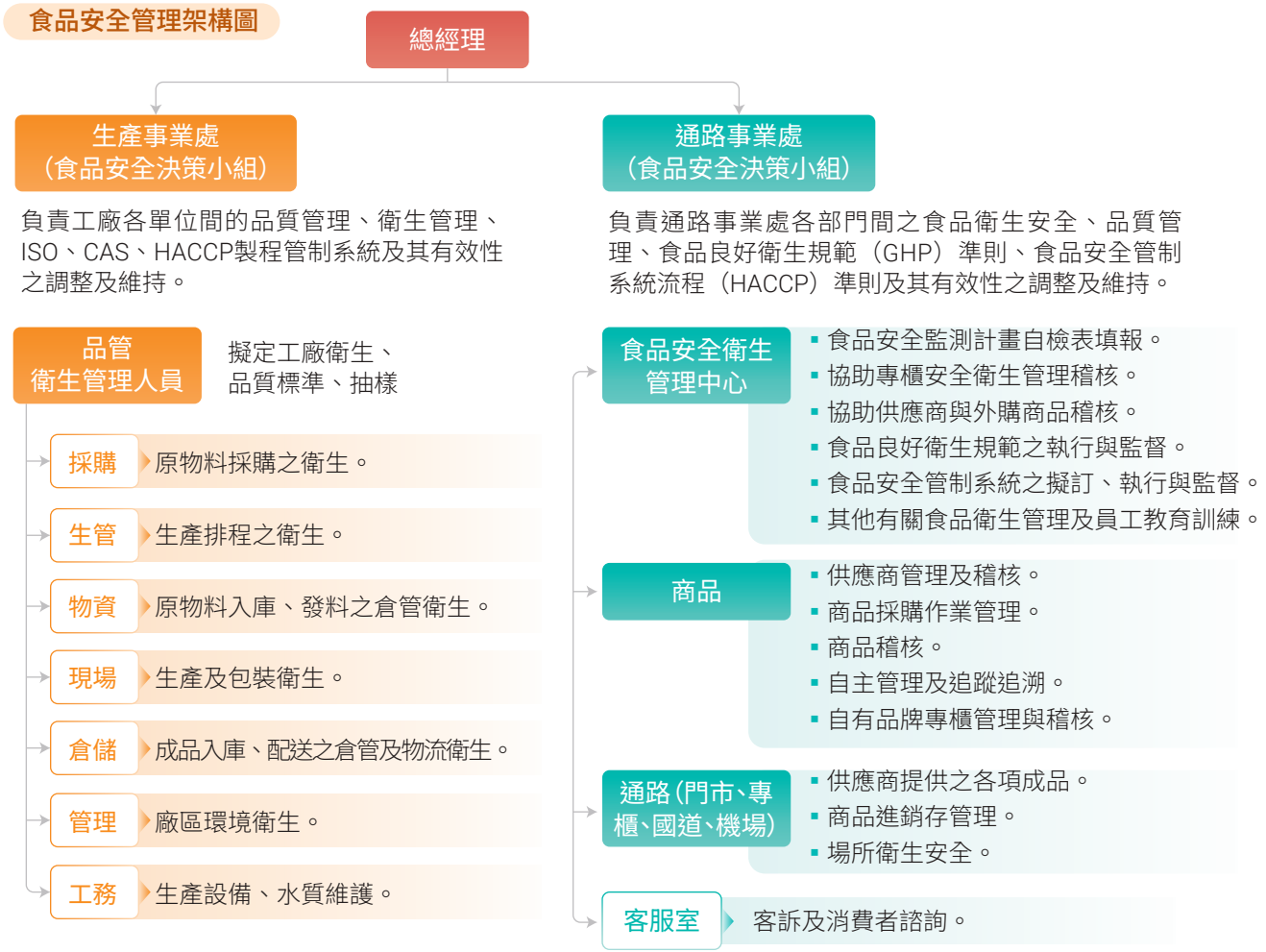
新東陽秉持「良心生產」和「顧客健康優先」之核心承諾，於生產端和通路端設立跨部門之「食品安全決策小組」。從產品開發、原料供應、生產製程、成品品管、產品上架至售後服務，嚴格執行六大關卡之食品安全把關措施。新東陽於大園廠建立完整食品安全管理程序，主動導入HACCP、ISO22000及FSSC22000等第三方驗證系統，將風險危害控制概念深植於管理流程。為守護傳承技術並確保油品安全，自有工廠生產之品項，凡涉及豬油使用，均採用國產豬脂部位肉於廠內自行炸取，從源頭消弭外購油品之潛在風險。憑藉對品質的嚴苛追求，新東陽於歷次食安事件中均能確保產品無虞，持續深獲大眾信賴。



食品安全管理架構

新東陽食品安全管理由總經理統籌，透過跨事業處定期月會，配合生產端與通路端之「食品安全決策小組」與「食品安全小組」，全面建構並管控原料進貨、生產製程及產品出廠等環節。為落實源頭治理，公司制定《採購管理作業程序書》等規範，要求供應商提供產品檢驗報告，以強化原料、包材與成品之品質與安全管理。在審查與改進機制上，食安小組每年召開年度審查會議，並透過每月例會檢視 HACCP、ISO 22000 等管理系統之執行狀況與目標進度，密切追蹤檢驗異常、客訴改善及法規更新，同時結合客服專線蒐集消費者意見並即時回饋至總公司、生產及營業單位，持續健全食品安全管理防禦機制。

食品安全管理架構圖



食品安全管理系統

食品安全管理系統層級

強制性檢驗

依據食安法強制要求特定業別必須執行的最低限度檢驗。

自主檢驗

業者基於風險評估，對原料、半成品及成品進行的內部或外部委託檢驗，目的在於早期發現潛在風險。

品保制度

透過國際認證系統（如：ISO 22000, HACCP）將食安管理從「點」的檢驗提升到「面」的製程管理。

自主管理

企業自發性地推動優於法規的標準，將食安內化為公司治理與研發文化的一部分。

新東陽針對整體產銷鏈進行風險鑑別與評估，以此建構自主管理機制及「食品安全監測計畫」，確保食品衛生安全，亦積極爭取通過國內外第三方驗證。本公司藉由嚴格把關之控管流程及定期教育訓練宣導，促使所有產品符合法規規定。

新東陽為改善產品對健康與安全之衝擊，持續提升就業人員、作業場所、設施衛生管理及品保制度四大面向推動管理措施，並針對主要產品類別進行健康與安全評估。2023至2025年已納入健康和安全衝擊評估之主要產品類別達100%。

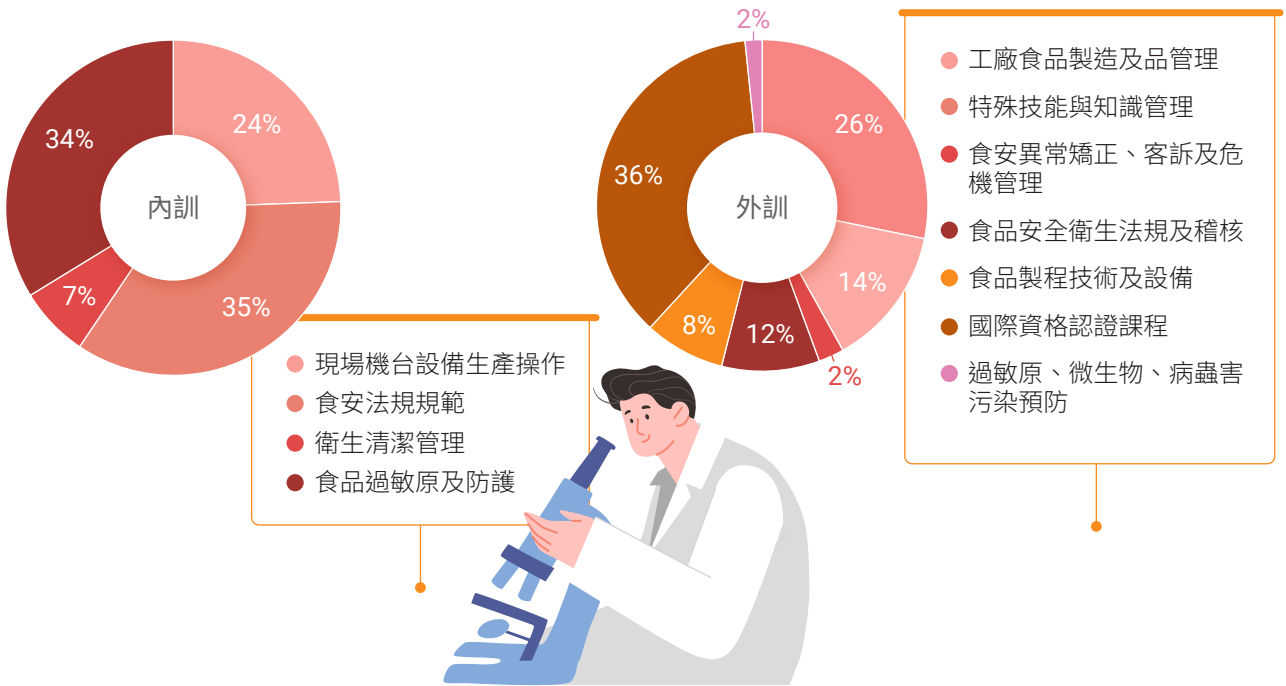
2023~2025年大園廠產線作業設備改善之行動效益

類別	產線別	方案描述
生產品質提升	低溫肉品生產線	2024年低溫肉品生產線100%導入香腸定量充填暨打結系統裝置、火腿自動定量充填系統，充填定量及打結良率提升約10~20%。
包裝良率提升	低溫肉品包裝線	2023年將舊式設備汰換為連續式自動化包裝機，減少包裝異常狀況與品質異常。該製程優化覆蓋率佔低溫肉品包裝線100%，顯著提升包裝封口良率與完整性。
	肉鬆、肉乾包裝線	2024年於兩產線增設高靈敏度X-Ray異物檢測系統，產線優化範圍均佔肉鬆、肉乾生產線50%，已安裝線別之數位打檢正確率達 100%。
	鳳梨酥包裝線	2024年於糕餅產線增設包裝效期視覺辨識偵測系統，數位打檢正確率達100%，且可減少2人力量能。
	肉鬆包裝線	針對封罐製程，預計於2026年將肉鬆包裝線100%導入罐裝肉鬆之捲封系統，目標預計降低1%非計畫性停機率，減少封罐失誤造成之品質受損。

食品安全教育訓練

為提升新東陽食品安全衛生管理規範與管理人員知識精進，每年度均安排內、外部教育訓練與知識提升等課程，確保掌握最新食品安全技術及法規資訊。2025年參與總時數共計1,335小時，總計1,082人次參與。（統計數據詳見附錄一 表3-1、「2025年食品安全教育訓練（內外部）」）

食品安全教育訓練



食品安全法規遵循

新東陽自製品皆遵循食品安全法規，更落實前瞻性風險控管，大園廠建置「立法法規變動衝擊連動表」，每季動態盤點食安、包材、環境及能源法規，並直接連動至各部門因應措施；同時建立完善的食品安全監測計畫，定期將自製產品、通路餐廳餐食及水質送交 SGS 等獨立第三方公正單位抽檢。從源頭供應商審查、原物料及肉品溯源管理、廠區國際系統驗證（包含 FSSC 22000、HACCP、ISO 22000 等）到門市現場衛生防護，全面構築制度化的食安全方位防護網。

2023~2025年食品安全衛生相關法規檢驗			
事件狀態	2023年	2024年	2025年
原料肉瘦肉精檢出件數	0件	0件	0件

3.2.2 品質與檢驗

2025年新東陽實驗室自行檢驗結果

產品 合格率	原物料 合格率
99.9%	97.7%
樣品數 2,035筆	樣品數 907筆

2025年第三方單位檢驗結果

產品 合格率	原物料 合格率
99.0%	100%
樣品數 178筆	樣品數 96筆

強化實驗室檢驗

除內部實驗室檢測外，亦依年度抽檢計畫及產品風險屬性，定期委託第三方檢驗單位進行【自製產品】安全檢驗。2025年新東陽投入產品檢測相關費用合計約681萬元，佔新東陽營業收入佔比約0.2%，未來將持續提升實驗室檢測量能與項目，並以取得實驗室認證資格為目標。（統計數據詳見附錄一 表3-2、「新東陽自有實驗室及第三方單位檢驗結果」）

新東陽產品檢驗項目

新東陽實驗室自行檢驗項目	▪ 一般化性分析，如：水活性、水分、脂肪、蛋白質、pH值、糖度、鹽度、酸價及二氧化硫 ▪ 微生物檢驗，如：生菌數、大腸桿菌/菌群、金黃色葡萄球菌、沙門氏菌、李斯特菌、真菌等 ▪ 運用快篩試劑檢測動物用藥殘留檢驗項目
委託第三方單位檢驗項目	▪ 重金屬，如：鎘、汞、鉛等 ▪ 微生物檢驗，如：金黃色葡萄球菌、沙門氏桿菌、李斯特菌、腸桿菌科、大腸桿菌等 ▪ 防腐劑(五酸)、甜味劑 ▪ 八大營養標示數值 ▪ 過氧化氫、亞硝酸鹽、苯駢芘、環氧乙烷等

3.2.3 通路食品販售管理

新東陽建立通路全流程商品管理制度，由總公司、門市人員及供應商協同把關，每週針對架上產品進行檢核與盤點，並填寫商品點檢及檢核表以做記錄。同步精進機場商場、國道服務區、餐飲專櫃之熱熟食品品質管理，均制定「商品販售基準書」和「油品、調味品類使用明細控管表」等查核及管制程序，每月委託第三方檢驗單位進行抽檢，且依據熱熟食衛生檢查表進行每日自主查核，所有餐飲均需通過由新東陽內部食品技師、熟食開發人員、餐飲專櫃開發人員所組成的「餐飲審核小組」審核後方能販售。

熱熟食品及製成品自主管理機制

1 原料管理
- 原料來自具優良認證或檢驗合格廠商
- 符合食品衛生標準之規範
- 供應商資料建檔，完整追溯追蹤制度

2 驗收管理
- 效期檢驗
- 外觀檢驗

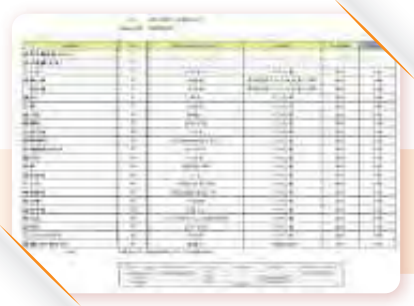
3 儲存管理
- 冷藏冷凍櫃每日3次溫度檢查
- 乾貨倉庫設置溫濕度計管理
- 落實病媒防治作業

4 製造管理
- 制訂標準作業程序
- 每日進行油炸油油質檢測2次
- 第三方檢驗單位每月1次抽檢

5 販售管理
- 熟食商品當日製作當日販賣
- 裸賣食品加上外罩，24小時錄影監視
- 餐具每季檢測

6 報廢管理
- 超過時效列為廚餘回收處理
- 報廢商品專區放置

▶不定期進行供應商訪廠查核



▶每季委託SGS進行餐食、餐具、水質等抽檢

▶每日以「總極性化合物檢測儀」進行炸油油質檢測二次

▶供餐人員嚴格遵守衛生規範作業標準

3.3 創新產品與服務

3.3.1 產品創新管理策略

新東陽以「樂活LOHAS」為產品創新核心，依「綠色環保」、「市場成長」、「話題行銷」、「品質成本」、「顧客需求」及「擴展銷售」等六大策略規劃各項商品開發計畫。新品規劃結合銷售數據、市場趨勢、在地食材、季節特色及公益議題，透過創新商品、禮盒設計及客製化組合建議等服務，提供對環境、社會及人群更健康友善的消費選擇。

綠色環保

騰蛇納福禮盒

- 傳承鶯歌匠心，鑄就跨越世代的典藏價值。

活力生100%無添加系列香腸

- 通過穀研所最高等級100%無添加潔淨標章。
- 無添加亞硝酸鹽及食品添加物。

活力生雙潔淨系列豬肉鬆及豬/牛肉乾

- 肉鬆選用特級初榨橄欖油、無添加803項食品添加物、所有原料皆為潔淨原料。
- 通過穀研所雙潔淨標章，為全台第一款獲取雙潔淨標章肉乾。

市場成長

台灣黑豬滷肉

- 榮獲2025「銀髮友善食品」認證，滿足高齡族群營養攝取與易咀嚼需求，並落實DEI多元包容需求。
- 不添加防腐劑及人工香料，履行對消費者健康的關懷。

優質品質

新東陽履歷豬肉鬆

- 落實農業部產銷雙履歷制度，全程追溯來源透明安心。
- 堅持HACCP與ISO9001國際品質認證台灣工廠生產。
- 2022榮獲iTQi(國際風味評鑑所)授予「風味絕佳獎章」。

新東陽養生肉鬆

- 嚴選CAS健康豬隻為原料，以安定優質植物油焙炒；採用純釀造醬油，不另添加食鹽。
- 添加葡萄糖胺以及小麥纖維、果寡糖助消化。

0~12歲兒童肉鬆系列

- 品項涵蓋：寶寶純豬肉鬆（1歲以上）、寶兒細肉鬆（1~2歲）、兒童成長肉鬆（4~12歲）。
- 依各年齡層孩童不同階段營養需求專門設計，且富含高蛋白、低脂、低糖、低鈉。

產品研發

新東陽積極投入研發，秉持「合法合規、品質優先、成本再議」之核心原則，近三年投入研發費用逐年提升，2025年達新台幣560萬元。研發團隊具備多年專業研發經驗，並持續透過外部講習與研討會精進職能。2025年各類開發專案總接案數共計172件。

2025年新東陽產品研發亮點成效統計

產品研發投入費用	產品開發總接案數
560萬	172件

3.3.2 潔淨健康產品

新東陽樂活式—horizon活力生系列食品

新東陽於食品研發與創新方面，關注各年齡層消費者不同特性與需求，研發出「horizon活力生」系列產品，獲得11項穀研所認證Clean Label 潔淨標章驗證（100%無添加5項；雙潔淨6項），以「簡單、養生，健康加分」為定位，回應市場對成分透明與健康意識的提升。2025年該系列產品銷售金額共新台幣11,464千元，占全大園廠自製品總產值之1.2%。

穀研所 Clean Label 潔淨標章

100%無添加	雙潔淨
CLEAN LABEL	CLEAN LABEL
5項	6項

健康營養標示之潔淨產品

活力生雙潔淨青花椒豬肉/牛肉乾

極致潔淨與安心把關

嚴選無萊克多巴胺的台灣豬後腿肉，打造全台唯一榮獲雙潔淨標章之肉乾，嚴格排除803項食品添加物，確保品質純粹。

100%無添加香腸系列

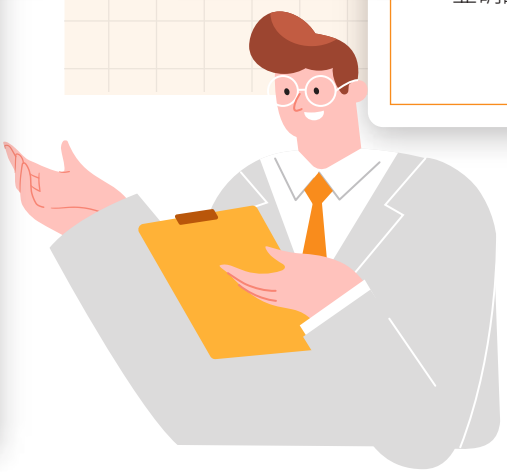
100%無添加與健康守護

嚴選台灣認證合格豬肉，零萊克多巴胺，獲100%無添加潔淨標章，不含防腐劑與亞硝酸鹽，保障飲食安全。

活力生雙潔淨純豬肉鬆

極致潔淨與健康創新

首創以最頂級Extra Virgin特級初榨橄欖油、100%無添加潔淨醬油，堅持純肉不添加豆粉與16大類添加物。



新東陽活力生Horizon系列產品

友善創新產品獲獎殊榮

新東陽響應「無齡世代」趨勢，自 2016 年起秉持「吃得下、吃得好、吃得夠、吃得巧」原則，持續關注「銀髮友善飲食、潔淨健康飲食」兩大需求，以此研發創新產品，同時積極挑戰自我申請多元獎項，如：農業部「銀髮友善食品標章」、經濟部產業發展署「新味食潮獎」等多項獎項。透過外部專家評選與市場推廣機制，新東陽持續強化產品競爭力，將永續理念落實於產品研發與消費者體驗中。

銀髮友善食品

2023~2025年 共獲獎 11項 產品

- 雪花金錢豬肉乾
- 泰式打拋風味豬
- 新東陽台灣黑豬滷肉
- 新樂激藻原力蛋白飲
- 海苔純肉鬆/純雞肉鬆
- 新東陽原味/辣味肉醬
- 活力生100%無添加三星蔥香腸
- 活力生雙潔淨原味豬肉鬆/豬肉乾

對新東陽的意義｜回應高齡咀嚼與蛋白質需求，研發履歷及養生肉鬆等細緻、機能性產品，落實銀髮飲食關懷。

新味食潮獎

2023~2025年 共獲獎 7項 產品

- 活力生雙潔淨青花椒豬肉乾/牛肉乾
- 魚鬆/肉鬆芝麻米香
- 活力生雙潔淨純豬肉鬆
- 活力生100%無添加原味/飛魚卵香腸

活力生雙潔淨青花椒牛肉乾更榮獲「特別獎-潔淨高值」

對新東陽的意義｜接軌國際趨勢，將「永續、減碳、創新、多元」融入產品，淬鍊臺灣食品的創新價值。

碳足跡標籤

新東陽深化低碳生產，以綠色工廠為核心，截至2025年共有3項自有品牌核心產品全數完成碳足跡與水足跡盤查，並順利取得產品碳足跡標籤。透過公開透明的產品環境數據，積極推進低碳與節水轉型，深化綠色生產與責任消費的承諾 。

碳、水足跡盤查完成　數據透明揭露　綠色產品

2023~2025年 共 3項 產品取得標籤

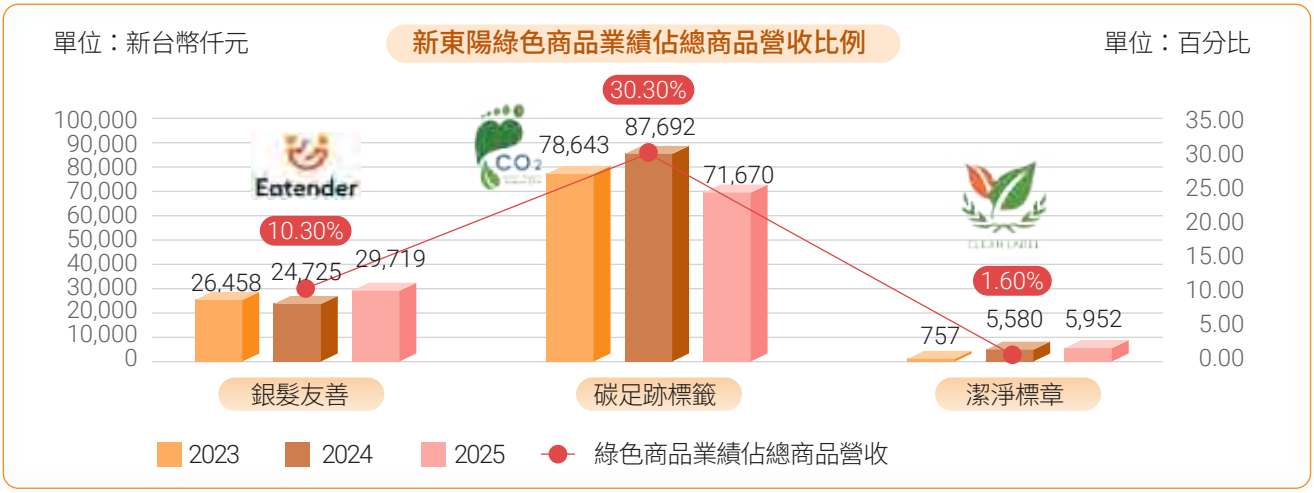
- 精緻豬肉鬆
- 辣味肉醬
- 蜜汁豬肉乾
- 原味牛肉乾
- 精緻鳳梨酥(機場限定)
- 活力生100%無添加香腸

2026年再取得3項碳足跡標籤

對新東陽的意義｜落實產品碳、水足跡盤查與數據透明揭露，持續擴大綠色產品規模，展現品牌推動綠色消費的決心。

綠色營收

新東陽秉持守護消費者權益之初衷，主動導入並通過多項具公信力之嚴格認證。 截至2025年底已成功取得銀髮友善食品認證共 11 項，穀研所雙潔淨標章及100%無添加標章共12項；截至2026年4月共有6項產品取得環境部碳足跡標籤。這份得來不易的成績單，凝聚了我們對品質的堅持與守護消費者的初心。（附錄一表3-3、「綠色商品業績及佔總商品營收比例）



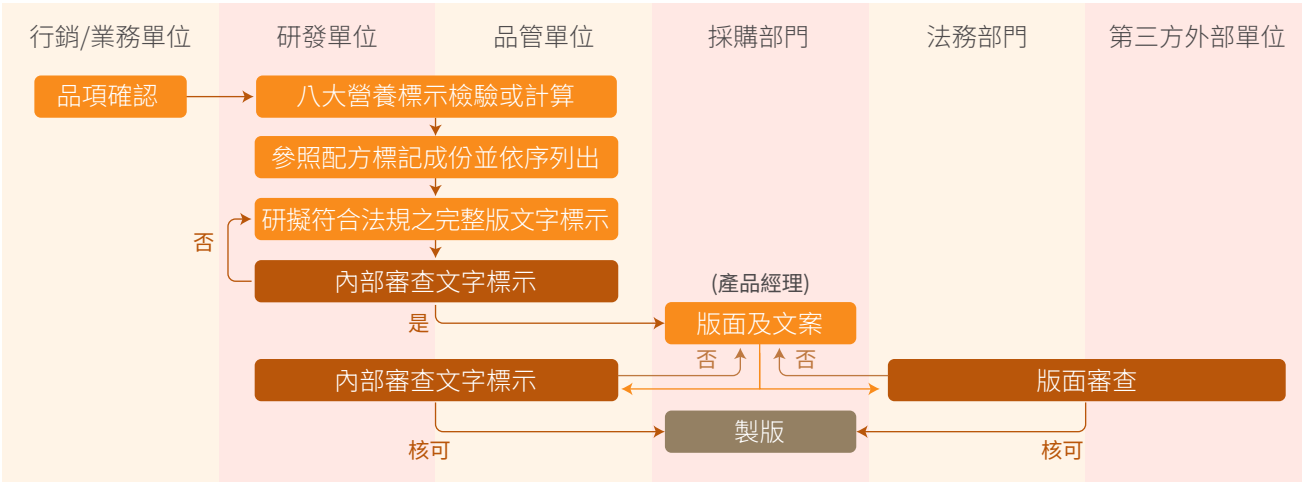
備註：碳足跡標籤統計數據：數據不含2026年取得碳足跡標籤的商品業績（2024年肉乾、香腸、鳳梨酥各送審一款商品進行審核，於2026年4月取得碳足跡標籤）。

3.3.3 品牌自製標示與審核流程

品牌自製品產品標示

新東陽自有生產之包裝產品，產品標示優於法規要求並嚴格遵循，充分揭露產品資訊。所有產品均於上市前依循「成品標示管理程序」，確保符合「食品安全衛生管理法」相關規範。

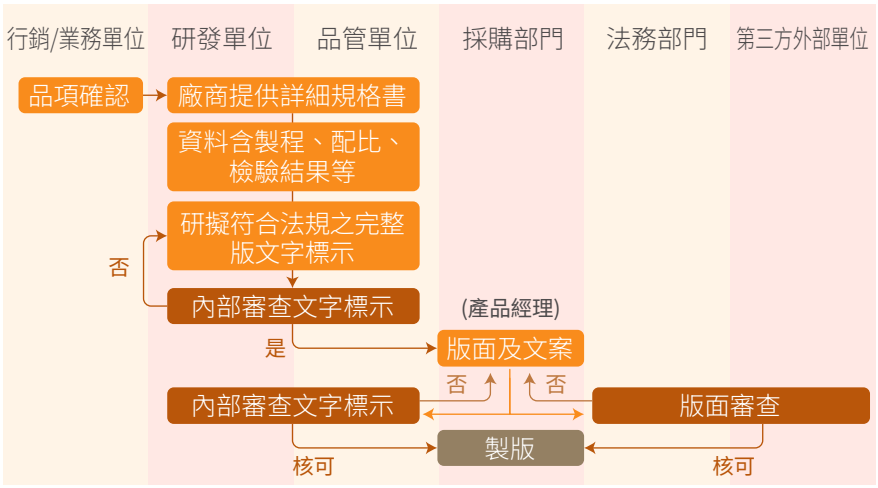
新東陽自製品商品包裝標示審核流程



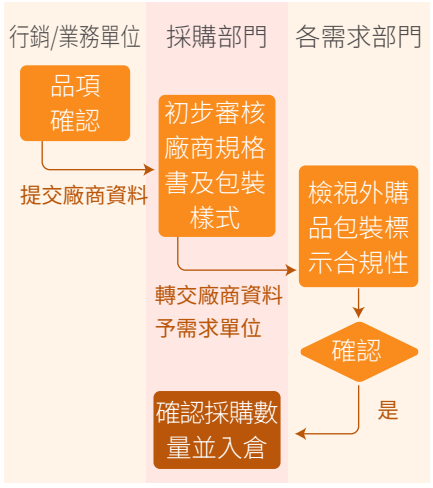
外購品及代工品產品標示

新東陽透過「程序控管」及「供貨商合約約束」最大化保障消費者購買與食用權益，確保所有由新東陽上架商品符合社會責任標準。代工品經內部嚴格審核並要求供貨廠商依循相關法令辦理；外購品以「審查合規」為原則確保包裝標示無違反法規等情事，兩者均須通過內部單位審查程序，確認無誤後方准予採用。

新東陽代工品包裝標示審核流程



外購商品包裝標示審核流程



產品及服務法規遵循

新東陽針對品牌自製品項目統計2023年至2025年相關法規遵循結果，違反產品與服務資訊與標示事件共0件、商品標示問題受罰之件數為0件，商品總下架次數為0次且下架總重量為0公噸；期間僅2025年共1件商品涉廣告誇張、易生誤解而受處分事件。針對2025年新樂激產品於臉書廣告宣稱不當之事件，本公司已在第一時間內改善完成並強化文案審核流程，確保未來所有產品資訊與行銷廣告之品質敘述均符合法規規範，並持續維護相關說法之精確性。

2023~2025年違反產品/服務資訊與標示、行銷傳播等事件			
食品標示資訊不符法規件數[註1]	2023年	2024年	2025年
法規項目	0件	0件	0件
商品廣告等文案	0件	0件	1件[註2]

註：1.事件狀態之定義：因公部門查核屬實並導致要求限期改正、下架、回收、罰款等狀況之事件發生。

2.2025年1件商品違反「食品安全衛生管理法」第28條第1項，新東陽已於期限內改善完成並繳納7萬元罰金。係因廣告涉及誇張、易生誤解而受處分，報導期間因商品標示問題而受裁罰之件數為0件，且未有任何商品因此下架。

3.4 行銷與顧客關係

3.4.1 品牌行銷策略

行銷策略

新東陽秉持「食品安全」與「品質管理」的核心定位，開展「產品」、「通路」與「品牌溝通」三大行銷策略。透過多元產品佈局、虛實通路整合及產品資訊透明化，全面穩定市場覆蓋率，新東陽秉持「食品安全」與「品質管理」的核心定位，開展「產品」、「通路」與「品牌溝通」三大行銷策略。透過多元產品佈局、虛實通路整合及產品資訊透明化，全面穩定市場覆蓋率，並有效回應消費者對健康與誠信的期待。

健康與成分透明趨勢回應
- 銀髮友善
- 創新潔淨研發

多元產品布局
- 年節禮盒
- 休閒零食
- 民生罐頭

多元銷售管道（含實體與數位）
- 虛實整合
- 分眾行銷
- 數位轉型

產品資訊透明化與標示清楚化
- 標示清晰
- 溯源路徑透明公開

在地行銷

新東陽秉持「買在地、吃在地」理念，以兩大項目「在地永續食育」及「地方深度之旅」作為在地行銷推廣新東陽之永續理念，將在地農產推廣與會員經營機制結合，並透過食農教育與地方深度體驗活動，串聯供應商、消費者與地方商圈資源，建構企業與在地社群共存共榮的永續生態圈。

在地行銷兩大推動方向

在地永續食育

以知識傳遞與實作體驗並行之方式推進，透過主題專欄深度介紹台灣特色農產品與產地故事，深化顧客對在地農業、永續飲食及食材來源的理解與認同。於2025年舉辦食農教育講座共6場，其累計約200人次參與。

草莓食農教育講座

金棗食農教育講座

地方深度之旅

將國道服務區定位為城鄉連結的樞紐節點，引導消費者實地認識地方文化與產業特色，規劃具教育意涵與文化體驗價值的「國道走走」永續深度旅遊活動。於2025年舉辦地方深度旅遊活動共3場，累計約100人次參與。

西湖走走一日遊

雲林走走一日遊

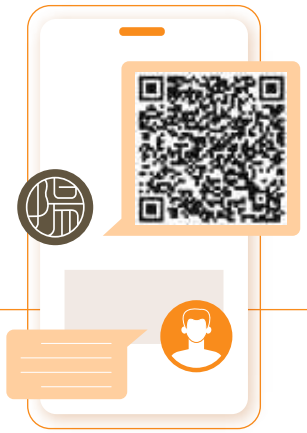
3.4.2 數位行銷與社群

數位行銷

新東陽近年來運用多元平台建構數位溝通矩陣，以數位化訊息及影音等方式取代傳統紙本宣傳，透過整合數位宣傳渠道，如：LINE@官方帳號、新東陽行動購APP、EDM、自媒體社群、影音頻道等，除了可進行精準推播、互動數據分析、優化溝通效率之外，更降低企業營運碳足跡，將永續目標落實於與顧客日常聯繫之體驗中。

LINE OA@官方帳號推播

新東陽積極佈局發展社群經營，秉持「即時互動、分眾行銷、深度連結」之核心原則，利用LINE OA官方帳號針對不同消費者設定專屬標籤進行分眾管理，宣傳最新資訊及推廣永續相關行銷活動，以此分流強化訊息回覆效率，精準提供消費者需求。



故事影音行銷

新東陽於2025年以多元自媒體社群平台推廣數位行銷，將自身具有「國民記憶」之定位的品牌與「台灣味」結合，影音內容主要以具有溫度的微電影、短影音、影片等，不僅強化品牌對社會文化傳承的使命，也提升產品在年輕及家庭族群中的數位聲量。除此之外，新東陽推動「扶植在地農青」計畫，拍攝主題型「故事影音」並於社群中擴散。

將傳統**農產品「議題化」與「故事化」**，於影片播出**3個月內便達成百萬流量**。賦予在地農產品新價值，協助青年農民留鄉發展。

YT IG

官網設立之「青農聚落」專欄，深度記載農民耕作理念、環境友善工法，並**以「影音導流、文字留存」雙軌推進模式**，讓消費者了解產品背後的社會價值。

故事影音行銷成果

主題	執行內容說明	推動成果
分眾行銷展現台灣多元料理	與知名料理達人KOL合作，透過多元烹調方式呈現新東陽產品於居家日常料理之應用。	「日式鮪魚飯糰」：推播Youtube上線後一周破10萬次觀看。「馬鈴薯櫛瓜鮪魚千層」：IG突破45萬次觀看。
趣味台灣味系列	將台灣日常文化與新東陽產品進行創意融合，以「資訊平權」及「包容性溝通」為理念，展現對跨國籍、跨族群的尊重。	「豬事大吉」、「十八啦！」、「中秋月圓月曆」於2025年底在Meta平台上的海外受眾占比達12%，推動台灣傳統文化於國際社群的能見度。
扶植台灣在地農青計畫	以故事化賦予在地農產品新價值，帶動在地農產品銷量，建立品牌、青農、消費者三贏的永續商業模式。	「曾脆甘草芭樂」：2025年9月於新東陽Instagram播出，截至2025年底已破百萬次觀看。

季節刊物行銷宣傳

新東陽每季透過行銷刊物「國道遊購讚」，提供專欄介紹各服務區當地的農特展品，促使消費者進一步認識當地、當季農特產品，以及其背後的故事，鼓勵大家用購買行動支持在地農業好物。

季節刊物行銷宣傳

3.4.3 數位轉型與客服

為因應數位消費趨勢並持續提升顧客服務體驗，新東陽積極推動數位轉型，透過數位平台建置、物流服務優化、智慧會員經營及營運系統升級四大面向，逐步完善全通路零售體系，提升整體營運效率與顧客滿意度。

數位轉型措施與成效

行動購物平台建置與服務升級

2021年推出「新東陽行動購」App，提供全年24小時線上購物服務，提升購物便利性與品牌數位服務體驗。

新東陽行動購

智慧會員經營數據行銷應用

2023年推動LINE OA會員點數共通機制、Emarsys分眾行銷策略，有效提升會員活躍度及顧客回購率。

物流服務升級配送便利化

2022年導入「線上訂購、超商取貨」服務，整合四大超商取貨機制。

WMS倉儲管理系統導入

2025年導入WMS（Warehouse Management System）倉儲管理系統，整合電商各通路訂單與出貨流程。

急單處理時間

240分鐘降至6分鐘

人工作業數

6個減至4個

行動支付與智慧消費

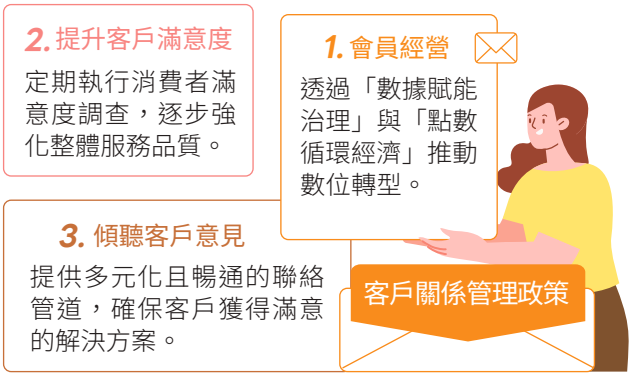
為滿足消費者多元的支付習慣，新東陽目前支援數十種電子支付工具（如APPLE Pay、Google Pay、LINE Pay、悠遊付、全支付等方式），並針對國道服務區、門市、機場商場等實體消費情境，與各大支付平台推廣聯名優惠，提升結帳效率並提供實質回饋。

雲端載具效益

新東陽透過無紙化行動，2025年已開立805萬筆雲端發票。這條由數位科技築起的「美味線條」，象徵新東陽與消費者共同守護環境的實質行動，傳承美味的同時，亦減少紙張浪費與碳排放。除了技術端的數位轉型，亦透過門市導入的POS系統與數位看板，向顧客傳遞新東陽環境保護與社會公益等資訊。多元數位支付與分享傳遞，讓每一次的消費均轉化為支持綠色供應鏈的力量。

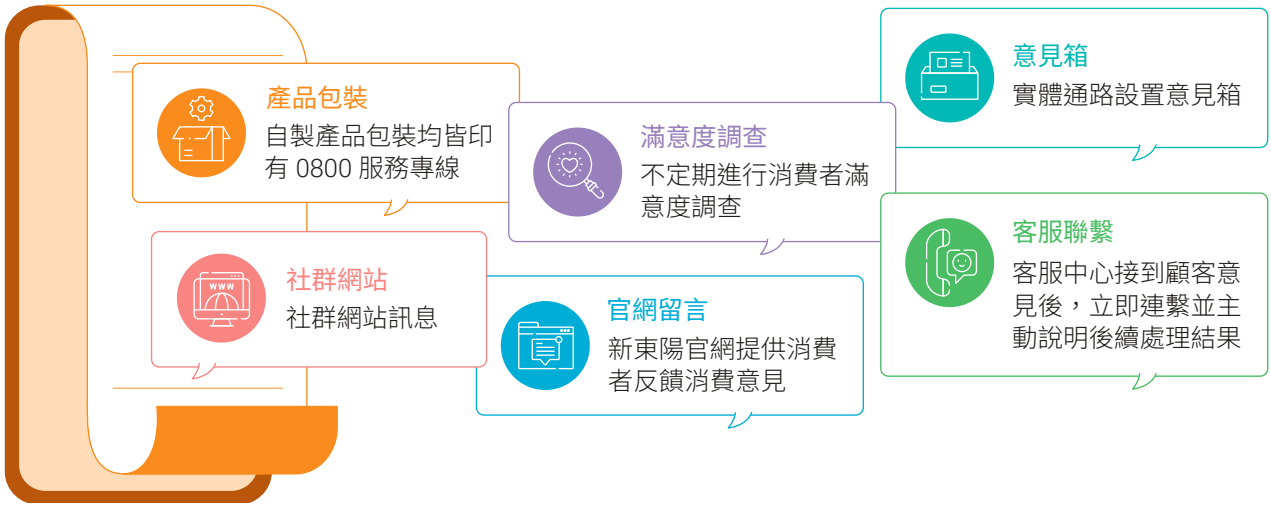
客戶關係管理

新東陽自2018年起委託第三方公正單位，針對國道服務區及機場商場進行顧客滿意度調查，做為服務優化重要依據。2025年國道服務區整體滿意度平均達88.97分；機場商場整體滿意度為82.8分，顯示顧客對整體服務品質維持良好評價。

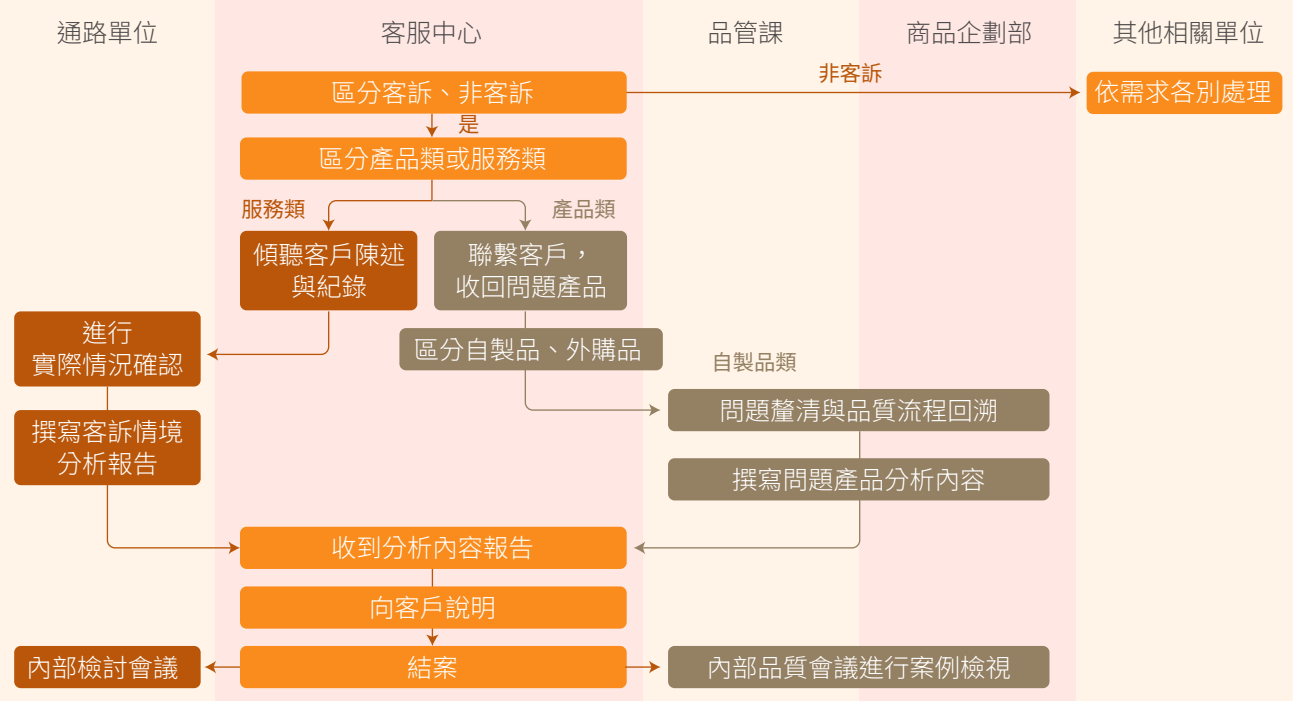


客訴處理流程與多元溝通管道

新東陽的客戶類型涵蓋消費者、協力商及營業單位，為即時掌握客戶對產品與服務的想法與意見，提供多元聯絡管道進行溝通，使客戶可透過多元暢通的管道進行諮詢。



新東陽客訴處理流程

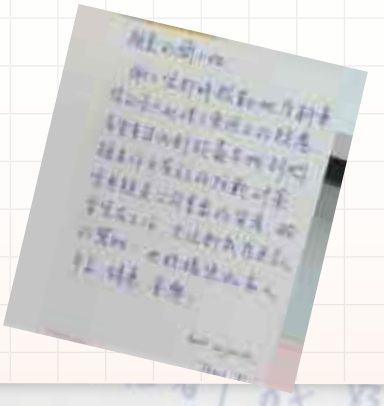


充滿人情味的客戶服務

客服中心不僅解決消費者問題，也是品牌危機控管與市場情報的重要管道。我們定期召開檢討會議，並主動將第一線蒐集的消費者回饋，同步給研發、商品企劃及產品管理等部門，作為產品升級與優化的重要依據。

新東陽顧客服務溫馨故事

有位消費者來電客服中心，反應希望能藉由客服人員鼓勵家中5歲小朋友食用新東陽伍仁月餅的溫馨訴求，讓小朋友有信心願意多方嘗試不同口味。客服中心於接獲後，以一份富有童趣的卡片，並加註注音符號，與小朋友拉近距離，給予最有溫度的心意。



新東陽客服中心主動到府關懷，成功將產品疑慮化解為顧客信賴。團隊並將第一線資訊回報研發與品管單位，落實產品優化，發揮品牌危機控管與市場情報的核心功能。

客服網址

客服電話：0800-011-367

3.4.4 會員經營

會員經營

新東陽以會員經營作為品牌永續轉型的重要策略支柱，透過「數據賦能治理」與「點數循環經濟」兩大構面整合會員經營與永續價值，將數位行銷工具轉化為永續價值創造機制，建構兼具經濟效益與社會影響力的會員生態系。

推動面向	推動事項
數據賦能治理	透過數據賦能與會員積點，優化行銷效率與成本，降低紙本文宣產生之資源浪費與碳排放。
點數循環經濟	透過會員點數兌換食農教育講座、地方深度旅遊等活動，建立「消費 × 參與 × 地方支持」的永續循環模式，支持在地農業、地方文化與低碳旅遊發展。

3.5 多元通路服務

多元服務類型

新東陽已建立多元服務據點，提供消費者便利與專屬的特殊服務及體驗。依照不同營運據點之場域特色，結合現場餐飲、旅遊休憩及節慶限定商品等服務，現場亦提供特色化服務及多項商品選購，同步支援宅配、門市取貨等配送方式，使顧客獲得高品質的購物體驗，滿足不同消費需求。

門市	百貨專櫃	國道服務區	機場商品館	餐飲街邊店	餐飲專櫃
▪ 商品選購 ▪ 物流配送 ▪ 會員經營 ▪ 專屬節慶	▪ 商品選購 ▪ 貼心附加 ▪ 會員經營 ▪ 物流配送 ▪ 專屬節慶	▪ 現場餐飲料理 ▪ 商品選購客製化 ▪ 永續健康友善設施 ▪ 主題空間特色體驗	▪ 便利購物 ▪ 多樣化商品選購 ▪ 結合在地特色文化	▪ 顧客體驗 ▪ 現場熟/輕食餐飲 ▪ 複合品牌經營 ▪ 會員經營 ▪ 高品質餐飲品牌體驗	▪ 現場餐飲 ▪ 顧客現場支援 ▪ 多元便利支付 ▪ 顧客體驗加值 ▪ 門市專櫃多元通路整合

3.5.1 門市

服務肯定

新東陽門市連續兩年均榮獲台灣連鎖暨加盟協會（TCFA）第一屆&第二屆「服務金賞認證」。此項殊榮由「服務款待力」、「營運力」、「賣場力」、「銷售力」與「團隊服務力」五大面向進行評核，充分展現新東陽在多個層面的卓越表現。

門市貼心服務

新東陽將在地關懷融入門市營運，第一線同仁透過主動關懷及真誠服務，建構安心消費與互動的友善環境。我們重視消費者需求，從嚴格的品質把關到完善的服務體驗，使門市成為深耕在地社區與大眾信賴的據點。

3.5.2 樂活國道服務區

為提升大眾對環境議題的關注並鼓勵共同實踐永續行動，新東陽自2017年起已陸續於國道服務區推動環保措施。透過優化服務並導入永續作為，同時提升民眾環保意識及維持優良服務，落實推動永續發展之社會影響力。

西湖服務區

里山織夢，石虎秘境

關西服務區

山城客庄，仙草飄香

西螺服務區

禾穀原鄉，醬氣人文

南投服務區

山林嬉‧鴞遙遊‧繪南投

東草屯休息站

山巒之驛，綠隱九九

國道服務區一站一特色

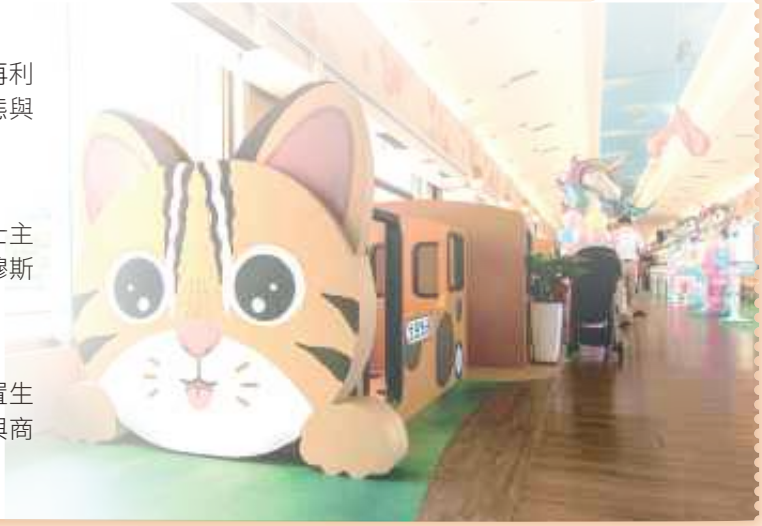
西湖服務區

里山織夢，石虎秘境

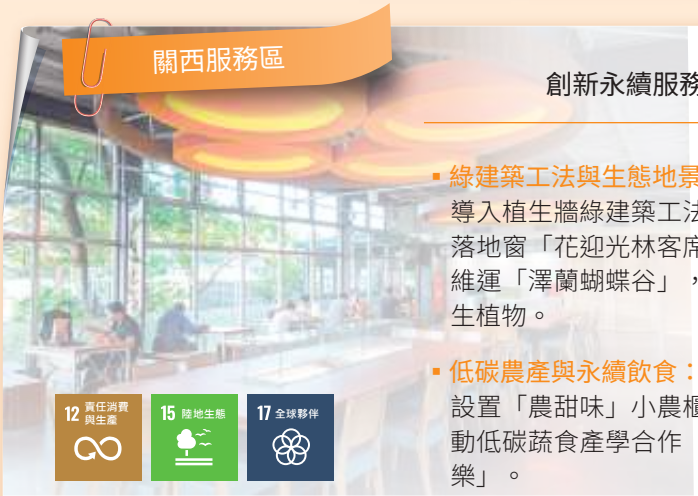
- 全台唯一有跨越橋的國道服務區，結合淺山生態故事與苗栗農產底蘊

創新永續服務

- **生態保育與食農教育：**
  打造「里山魔法村」主題空間，設置「石虎友善專區」推廣保育理念，亦透過「西湖農場」蔬菜園圃與柚香步道落實食農環境教育。
- **知識循環與數位宣導：**
  於跨越橋設置「漂書站」推動書籍資源再利用，並導入「互動電視牆」進行國道生態與交通安全教育，提升用路人永續意識。
- **旗艦共融與全齡照護：**
  設置「國道旗艦級哺集乳室」、石虎巴士主題客席、兒童遊戲區、駕駛人休息室與穆斯林祈禱室，提供多元照護體驗。
- **智慧淨零與寵物友善：**
  提供24小時電動車充電服務，與全面配置生物可分解寵物袋；服務台提供電瓶救援與商務支援，強化營運應變。



關西服務區



山城客庄，仙草飄香

- 新東陽營運最北端服務區，建築設計融合客家三合院傳統建築、綠意地景及智慧工法

創新永續服務

- **綠建築工法與生態地景：**
  導入植生牆綠建築工法、大面落地窗「花迎光林客席區」，維運「澤蘭蝴蝶谷」，復育原生植物。
- **低碳農產與永續飲食：**
  設置「農甜味」小農櫃位，推動低碳蔬食產學合作「蔬。食樂」。
- **智慧綠能與環境共生：**
  配置國道首創「廚餘處理機」與高效污水截油槽；並透過PM2.5淨化與空品即時監測。
- **國際交流與文化傳承：**
  與韓國大保集團締盟姊妹企業引進韓流人氣商品，結合「客家門廳」與桐花工法，展現多元文化共融與傳承精神。

獲獎事蹟

榮獲「健康飲食實踐獎 通路組 傑出獎」

榮獲新竹縣「家家有標章 共下愛健康」優良標章

設置「寵物共餐區」與毛小孩草坪，全面提供可分解寵物清潔袋。

2025《國道好便利一吃喝玩樂網路票選》獲選「好好吃」與「好好玩」雙料冠軍

西螺服務區

禾穀原鄉，醬氣人文

- 揉合雲林農產底蘊與在地百年醬業文化

創新永續服務

- **循環文化與資源再生：**
  設置「醬缸缸好」美學客席區，結合「漂書站」、「媽祖駕到」、「霹靂布袋戲」意象牆，強化在地文化傳承。
- **低碳產地直販機制：**
  配置「農民直販所」實體冷鏈櫃位，支持地產地銷，縮短食物里程並降低運輸碳排放。
- **綠色飯桌共同響應：**
  以環境友善為理念，美食街6家專櫃共同響應綠色飯桌，提供環保、低碳用餐環境，減少環境衝擊，呼應氣候變遷、食品安全、循環經濟等議題。

綠食飯桌 Green Food

推動源頭減量	使用國產食材	推行惜食點餐	推廣淨零綠生活	員工教育訓練
不使用免洗餐具、一次性塑膠桌巾	優先使用3項國產食材	提供客製化餐點服務	於明顯處張貼文宣向用餐者宣導	宣傳綠食飯桌意涵

南投服務區

山林嬉・鴞遙遊・繪南投

- 融合布農族LAMUNGAN埡口意象與山岳美學

創新永續服務

- **循環文化與資源再生：**
  建置「LAMUNGAN」彩虹天招與原民勇士地標，於「原投好禮」專區引進布農族藝術家創作，落實原鄉文化資產保存與文化再造。
- **低碳農產與社會公益：**
  配置「農民直販所」及「公益專櫃–觀心園」，縮短食物里程並扶助弱勢團體與在地小農，實踐社會平等與責任消費。
- **生物多樣性與環境教育：**
  配合「國道讓蝶道」復育任務，打造世界第一隻飛上高速公路服務區的竹編紫斑蝶景觀裝置藝術「紫斑蝶舞」，展現對2050淨零目標的重視。

榮獲環境部「2025年績優公廁評比活動」交通場站類-特優獎&績優清潔單位

2025《國道好便利—吃喝玩樂網路票選》獲選「好好買」冠軍

榮獲南投縣「2025年績優公廁」多元服務組-特優獎

新東陽官方網站—國道服務區介紹

東草屯休息站

10 減少不平等 7 可負擔能源 12 責任消費與生產

山巒之驛，綠隱九九

- 為全台首座橫向國道服務區，揉合九九峰山型地景與草鞋墩文化意象

創新永續服務

- **黃金級綠建築化與能源自主：**
  建物採山型斜屋頂設計，配置太陽能光電板供應內部用電，並栽植數千株原生樹種形塑「生態休息站」，落實節能減碳。
- **性別平權與星級友善衛浴：**
  配置高規格性別友善廁所、免治馬桶、穆斯林專屬設施級旗艦級哺集乳室，落實性別平權精神並優化全齡如廁品質。
- **在地共好與地產地銷機制：**
  設置小農市集與農特產展示中心，支持在地產業並縮短食物里程，成為地方觀光與農產轉型的展示節點。
- **綠色交通與智慧服務應變：**
  導入六座汽車高速充電樁，提供電動車便利補給，並設有24小時服務台緊急救援與商務支援等服務，提升國道行旅安全與服務效能。

3.5.3 永續機場商場

共創綠色國門生態圈

新東陽深耕機場商場已逾四十年，於臺北松山機場、桃園國際機場以及高雄國際機場為海內外旅客提供優質且永續的服務體驗。自2016年起簽署「桃園國際機場合作夥伴共同減碳計畫意向書」，成為桃園國際機場「永續機場生態圈」的核心成員已屆滿十週年，期間全面響應並積極參與桃園國際機場為取得國際機場協會（ACI）的「機場碳認證」（Airport Carbon Accreditation, ACA）所制定各項永續策略，扮演國門轉型過程中不可或缺的關鍵夥伴。

標竿表現：評鑑特優榮譽

新東陽追求卓越品質，於桃園國際機場 2025 年商場評鑑中，經營之「中央區複合商場」及「綜合商場」均獲評為「特優」等級，展現專業經營與永續服務的高度整合力。

國際機場商場創新永續服務

機場商品館

源頭減量與數位轉型

自2018年起停止免費提供塑膠袋；全面推廣雲端發票，落實綠色消費與無紙化服務

社會投資報酬 (SROI)

提撥商場稅前盈餘預算執行地方創生，確保每筆公益投入均能產生超越預算的社會價值

文化推廣：藝文特展區

於桃園國際機場3F北側特別規劃藝文特展，空間設計結合了中國潑墨畫的濃淡渲染技法與現代藝術美學，將台灣各面向的風土民情展現在旅客面前，落實推廣在地文化資產的承諾

全方位包容性服務設施

商務與休憩：提供專屬按摩椅、會議室等，滿足商務與放鬆需求
友善與共融：設有兒童遊憩區，打造家庭友善的停留空間

療癒休憩空間：旅人廣場

與知名藝術家幾米合作，於桃園國際機場重現《向左走．向右走》經典意象。以粼粼水池與優雅天鵝為視覺核心，象徵「相信相遇」的純真與美好；並將公共休憩區轉化為充滿溫度的藝術地標，展現國門療癒且具人文氣息的風景

機場美食街

廢棄物循環管理

自2012年起落實廚餘資源化，與合格回收機構合作將廚餘轉化為有機資源。商場餐廳亦全面安裝節水設備，強化水資源管理效益

循環餐具與減塑成效

2012年即領先業界，美食街用餐區全面採用循環餐具。至今已達成100%禁用一次性餐具，2025年更達成一次性塑膠用品減量10%的階段性目標，並計畫於2026年上半年提升至20%

經營韌性與服務升級

機場航廈改裝期間，透過創新行銷與品牌引進（如精品咖啡KafeD），2025年餐飲營收仍成長2.13%。同時導入中、英、日、韓四語系菜單，提升國際旅客的溝通效率

食材溯源與品質保證

「臻好食客棧」自2018年起，每年持續通過溯源餐廳2-3星認證。我們優先採購台灣水耕蔬菜、在地履歷豬肉及友善雞蛋，從源頭降低食物里程。

新東陽針對機場商品館及機場美食街營運特性發展多項創新的永續服務，更於機場改裝期間，透過創新行銷促使餐飲營收持續成長，並不間斷地打造全方位且具多元包容性的舒適場域，深化國人擁抱返回家鄉的舒適感、外地人享受臺灣創新且承襲當地藝文的風土民情。新東陽將服務與美食、藝文結合，讓途經機場不只是路過，更是充滿溫暖的療癒體驗。

新東陽官網—國際機場商場介紹

3.5.4通路服務創新

針對外部通路服務，新東陽從制度建立、管理溝通、稽核改善及獎勵施行等作法，促進內、外部創新推動，核心關注要點為「品牌如何透過合作夥伴，延伸其對環境與社會的正面影響」。透過「通路產品賦能」、「通路服務端聯名推廣品牌永續價值觀」兩大措施將永續理念拓展至通路端，提升永續價值鏈韌性與品牌影響力。

新東陽通路服務創新政策

通路產品賦能

- 銀髮商品合作
- 減碳商品合作
- 與無添加人工添加物商品、FSC環保材質禮盒合作

通路服務端聯名推廣品牌永續價值觀

藉由碳排放議題、ESG發展動能，協同通路專案進行永續議題合作推廣，增加產業競爭門檻。如：加入家樂福永續ｉ聯盟合作理念宣導夥伴、家樂福世界風味節合作、全聯友善地球專案、美式賣場綠色工廠合作標示與行銷宣傳。

ch4 協力之聚

4.1 供應鏈管理 98

4.2 永續價值鏈 107

4.3 永續採購 110

亮點績效

GFSI全球食品安全倡議認可之認證（FSSC 22000）

一階供應商 共計 **33家**

一階供應商 佔比 **12.6%**

原住民族委員會 LiMA原力永續獎

榮獲第一屆 **銀獎**

累計達 **永續採購項目 6品項**

RSPO永續棕櫚油、履歷豬肉、碳足跡標籤、FSC認證標籤、大豆油墨彩盒印刷、再生紙箱

原物料及OEM代工供應商 環境永續聲明同意書

完成簽署 占比達 **83%**

大園廠原物料在地採購 占比達 **99%**

- 2024年「商品採購」獲頒農業部「企業永續農村共榮獎」
- 2024年獲頒農業部農糧署「農糧產品行銷貢獻卓著企業及團體獎」

政策承諾	推動綠色採購，以環保標章、節能標章、FSC、RSPO標章與綠建材標章產品為主。
組織願景	建立永續供應鏈管理機制，將環境永續納入供應商篩選機制，並確認產品的材料選用達到環境友善，降低環境及人體的危害。

管理行動	2025年目標	2025累積行動績效	達成概況	短期目標（2026年）	中期目標（2030年）	長期目標（2050年）
協力商管理與稽核	協力商評鑑家數>90%	協力商評鑑家數達100%。	達成	完成協力商評鑑家數100%。 進貨金額前25%之原物料關鍵協力商進行實地稽核達90%。	完成協力商評鑑家數100%。 進貨金額前25%之原物料關鍵協力商進行實地稽核達95%。	完成協力商評鑑家數100%。 進貨金額前50%之原物料關鍵協力商進行實地稽核達95%。
供應商永續經營承諾書簽署率	簽署率>75%	供應商應符合採購合約書相關法令之規定並推動相關環保觀念，節能減碳、愛護地球，簽署率達進貨金額83%。	達成	採購合約書ESG相關簽署率提升至進貨金額85%	簽訂原物料協力商企業社會責任承諾書家數達60%。 採購合約書ESG相關簽署率提升至進貨金額90%。	簽訂原物料協力商企業社會責任承諾書家數達70%。 採購合約書ESG相關簽署率提升至進貨金額95%。
推動永續採購項目	採購金額>1億元	2025年永續採購達共6類品項（含原料肉／原料、包材、印刷油墨及外購品），採購金額達1.77億元。	達成	1.降低禮盒長內襯塑化料包材量使用。 2.推動鳳梨酥系列紙捲使用無溶劑貼合。	1.完成鳳梨酥系列紙捲使用無溶劑貼合達80%。 2.每5年舉辦「推動協力商永續經營」之協力商大會。	持續遵循新東陽永續3大原則 「綠色承諾」 「安心健康」 「陪伴共好」 推行各項行動。

4.1 供應鏈管理 GRI 2-6

新東陽於食品價值鏈建立完整的布局，秉持共存共榮的合作關係，將每家協力商視為重要的經營夥伴。透過制定「供應商管理作業辦法」及嚴謹的原物料品質控管機制，新東陽致力確保食品安全並落實永續發展，攜手協力夥伴共同提升產品品質與品牌形象，為消費者提供安心且優質的體驗。

供應商管理策略

新東陽供應商 （含產品/OEM代工廠供應商、通路協力商）

強化「環境永續聲明」簽署率	▪ 積極推動供應商簽署「永續經營承諾書」 ▪ 帶動供應商共同承諾保護地球環境等理念
強化原物料供應韌性	▪ 採購「MIT臺灣製造」及「一鄉鎮一特色」等商品 ▪ 6大類綠色標章商品採購 ▪ 從源頭產品設計階段，降低不必要的包材
提升供應商ESG篩選要件	▪ 供應商審核機制逐年納入新的ESG篩選要件，如：食品防禦/詐欺防護計畫
推動供應商取得食安驗證或標章	▪ 定期對供應商進行認/驗證、標章資格普查作業
遵循食品安全衛生規範	▪ 原物料交貨均要求供應商提供「自主檢驗報告」 ▪ 每月定期實行供應商及通路協力商稽核評鑑

新東陽依循所制定之「供應商管理策略」，分別針對原物料供應商、OEM代工供應商及門市商品供應商等訂定供應商管理機制，嚴格遵循食品安全衛生管理相關規範，透過定期實施實地勘查、等級評鑑及訪廠稽核，輔導供應商限期改善，並鼓勵供應商積極取得食品安全及品質管理驗證或標章，逐步完善新東陽供應鏈食品安全與產品品質。為精進新東陽價值鏈於永續發展上的作為，已將ESG篩選要件納入「供應商審核機制」當中，並以大園廠為中心，帶動供應鏈共同進行溫室氣體盤查與節能減碳行動，強化新東陽品牌及價值鏈之永續韌性。

4.1.1 協力商類型

門市、百貨、通路服務區

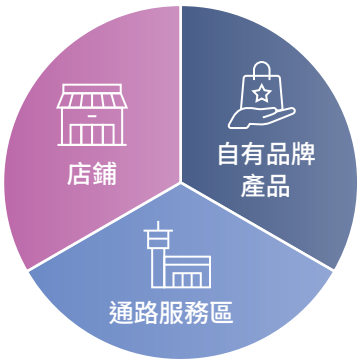
- 門市成品供應商（671家）

涵蓋：食品、農青、非食品、原料、進口商、配送商、經銷商等。

國道服務區、機場商場

- 外櫃協力廠商（97家）

涵蓋：品牌餐飲、在地伴手禮、 國道小農、縣市政府合作專櫃等。



大園工廠

- 原物料供應商（243家）
- OEM代工供應商（16家）
- 成品供應商（19家）

新東陽營運據點及通路種類多元且豐富，包含新東陽門市、百貨專櫃、國道服務區、機場商場等類型。原物料供應商2025年共243家，242家為臺灣製造商及貿易商，僅1家為國外商家（德國進口香料廠商），大園廠原物料當地採購比例達99.64%。委託代工方面，2025年合作的OEM食品生產代工供應商共16家，均為臺灣食品加工廠商；成品供應商共計19家。

協力商採購概況

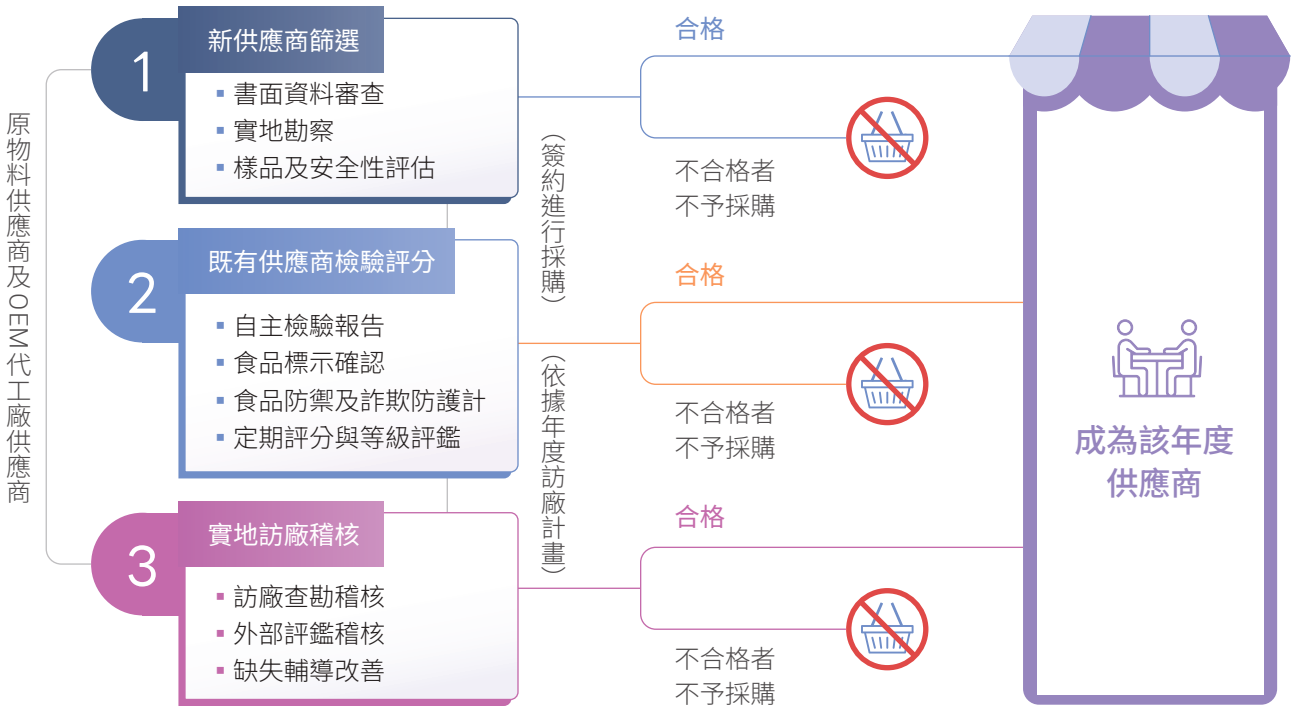
自有品牌產品						
年份	協力商類型	採購/服務類別	在地採購		非在地採購	
			家數	占比	家數	占比
2025	原物料供應商	原料肉、原料、物料、耗材等	242	87.05%	1家	0.36%
	OEM代工供應商	委託生產食品加工	16	5.75%	-	-
	門市成品供應商	休閒食品、茶葉、瓶裝水等	19	6.83%	-	-
		總計	277	99.64%	1家	0.36%

門市商品				
年份	協力商類型	採購類別	家數	在地採購現況
2025	門市成品供應商	食品、非食品、原料、物料	671	皆以在地採購為大宗，僅有少部分為進口商(39家)。

4.1.2 產品供應商管理

新東陽自有品牌及門市產品之供應商包含原物料供應商、OEM代工廠商、門市成品供應商三大類，所有供應商均依據「供應商管理作業辦法」進行管理，透過遴選、資格審查、文件查核及持續監督等機制，確保產品品質符合食品安全衛生相關法規，並降低供應鏈品質風險。針對缺失或不符合事項，新東陽亦持續追蹤改善，以強化供應鏈管理效能，維護品質穩定性及品牌聲譽，保障消費者權益。

大園廠供應商管理流程

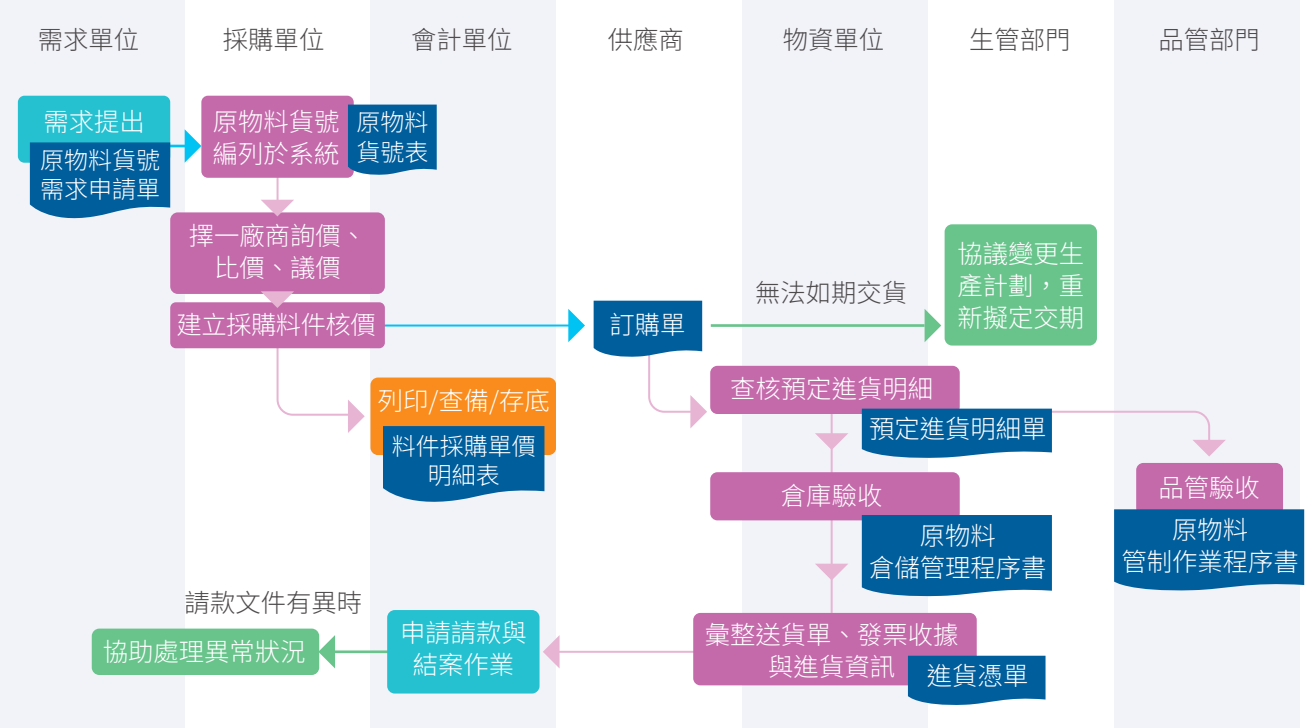


新進供應商接觸來源包含：供應商名錄、廠商自我推薦、同業介紹、透過政府機關取得資料、市場調查蒐集資訊等方式，後續進入審核階段時，供應商須提交新東陽所制定之「供應商審核表」，明定要求供應商應為環境永續採取積極管理措施，降低營運對環境所造成的衝擊，如：廢棄物、廢污水排放、空氣污染、噪音、危害物質及污染物防治等，相關管理措施均須依照法令取得排放許可證明，並符合法定管制標準。

供應商篩選及管理流程

1. 新進供應商篩選流程			
管理方式	檢驗/篩選項目	篩選權重	合格標準
(1)書面資料初審	工商登記證、ISO、HACCP、CAS、TAP等	供應商審核表 ▪ 文件審核40% ▪ 品質控管30% ▪ 服務品質及其他30% 進口供應商審核表 ▪ 文件審核45% ▪ 價格品質服務50% ▪ 其他5% 商行（個體戶）供應商審核表 ▪ 經營狀況20% ▪ 產品測試、交期、價格、異常處理能力50% ▪ 公證單位檢驗報告 10% ▪ 售後服務及配送20%	達70分以上
(2)實地勘查	經營狀況、產品品質控管、設備評估、清潔度、生產流程技術、環保相關等		
(3)索取樣品及安全性評估	適用性、安全性及特性		
(4)廠商評估	文件審核、品質控管、服務品質、其他等		
2. 既有供應商管理流程（含新進供應商）			
管理方式	檢驗/篩選項目		
(5)交貨品質檢核	家畜屠後檢查紀錄表、檢疫證明文件、食品許可通知、內包裝材質試驗、溶出試驗檢驗報告表		
(6)產品標示	食品營養健康標示、廣告管理標示等		
(7)食品防護	食品防護措施、食品重大脆弱性風險防範措施		
(8)合格登錄	針對以上評估項目進行綜合性條件評估。		

原物料管制作業流程



新東陽針對既有供應商依照「原物料管制作業程序」進行進料檢驗與資料蒐集，權責單位依廠商進料情形，由採購系統彙整整體採購及請款報告，了解廠商供料配合度、產品品質水準及交期，並依照所蒐集資料予以供應商評分，共區分為5個等級（AA、A、B、C、D等級），實際總分數以產品品質、交期、供貨配合度分數加總給分。

檢驗與評分

既有供應商檢驗與評分

管理方式	檢測/稽核項目	檢附文件/標準	供應商合格標準	輔導改善管理措施
食品標示與自主檢驗報告	國產豬肉、雞肉	▪ 屠宰證明 ▪ 藥物殘留檢驗報告 ▪ 微生物檢驗報告	進貨時須提供： ▪ 證明文件 ▪ 檢驗報告	2025年全數供應商稽核標準之合格率達100%
	進口原料肉	▪ 國外出口證明 ▪ 輸入許可證以及報關文件 ▪ 動植物檢疫證明書		
	內包裝材料	▪ 材質試驗、溶出試驗檢驗報告表	檢驗報告	
	一般商品	▪ 〈商品標示法〉 ▪ 〈食品安全衛生管理法〉	符合法規標準	
原物料供應商等級評鑑 OEM代工供應商評鑑	產品品質水準、產品交期、供貨配合度	「供應商進料評比分數表」評分權重如下： 品質水準 40%　產品交期 30% 供貨配合度 30% ▪ 分數等級：	合格等級區間： AA~B級	▪ 每2個月核定一次等級評鑑 ▪ 供應商分級管理設定獎懲機制

AA	A	B	C	D
90以上	70~89	60~69	40~59	39(含)以下

原物料及OEM代工供應商等級書面評鑑

新東陽依據「供應商管理作業辦法」落實供應鏈源頭管理。我們每兩個月定期考核原物料及 OEM 代工供應商，評鑑項目涵蓋【產品品質、交期與供貨配合度等】，並透過五級分級管理與獎懲機制，作為推動供應商持續改善的依據。

2025 年供應商評鑑結果：

- 原物料供應商評鑑家數共246家，覆蓋率達100%；供應商達A級以上之家數約占97.97%。
- OEM代工供應商評鑑家數共計16家，覆蓋率及A級以上占比均達100%。

2023~2025原物料及OEM代工供應商評鑑結果				
等級	2023	2024	2025	獎懲方式
AA	185	158	182	▪ 增加訂單數量 ▪ 新商品(或物料)發包生產時得優先考慮
A	75	107	75	▪ 維持現狀
B	1	4	5	▪ 考慮減少訂單 ▪ 要求廠商限期改善，並訪廠了解 ▪ 建議改善方法持續輔導觀察一個月
C	-	1	-	▪ 連續兩次評鑑，暫停交期三個月
D	-	-	-	▪ 一次評鑑，暫停交易五個月
總家數	261	270	262	
稽核占比（%）	100%	100%	100%	

3. 供應商實地訪廠稽核

新東陽針對交易達特定金額之供應商，每年不定期抽樣進行實地訪廠，稽核項目含經營狀況、原物料、製程及成品管理等，並要求供應商檢附衛生管理作業標準書、第三方檢驗報告等，並依稽核結果進行改善措施。

實地訪廠稽核				
管理方式	稽核項目類別	檢附文件/標準	供應商合格標準	輔導改善管理措施
文件管理	工廠相關認證	▪ 工商登記證 ▪ 相關工廠認證	▪ 確認營業登記證符合與否 ▪ 品質及衛生管理制度 ▪ 衛生管理作業標準書 ▪ 第三方檢驗單位檢驗報告	要求限期改善： 要求供應商針對缺失提出對策，並於時限內改善。 啟動汰換機制： 針對不合格的供應商進行汰換。
實地訪廠	▪ 經營狀況 ▪ 品質控管 ▪ 設備評估 ▪ 清潔度 ▪ 原物料管理 ▪ 製程及成品管理	▪ 衛生管理作業標準書 ▪ 第三方檢驗報告 ▪ 環保法規之處理措施及監控設備	評鑑等級分數標準： A：120-110 B：109-100 C：99-90 D：89-80 E：未滿80	

新東陽自2023年起逐年提升原物料及OEM代工供應商實地訪廠覆蓋率，2025年實地訪查與稽核共計29家，其實地訪廠稽核供應商進貨佔原物料總進貨金額的19.10%，預計於2030年平均每年稽核（或訪廠）24家供應商。

2023~2025年供應商實地訪廠家數			
類別	2023	2024	2025
交易廠商家數(20萬以上)	155	145	146
實地訪廠家數	15	22	29
合格家數	15	21	29
實地訪廠合格率	100%	95.45%	100%

供應商輔導改善

對品質有疑慮之供應商，由品管單位陪同進行訪廠稽核，並填報「供應商評鑑稽核報告」，除了對供應商營運現況、品質控管等方向進行評分，更以訪廠觀察提出稽核缺失，輔導供應商提供「評鑑缺失及改善回覆函」，於時限內完成改善。對於未能符合要求之廠商則列入待評估名單，並將稽核結果提供給採購單位作為後續合作之參考。

門市供應商管理

門市成品供應商 產品評估流程

新東陽門市成品採購流程從供應商洽談開始，經資格審查檢驗、市場調查、商品評議到商品銷售追蹤均嚴格遵守相關規範，即時掌握產品銷售狀況與週期。

供應商評估/採購流程

門市成品供應商 產品採購流程

4.1.3 通路協力商管理

新東陽透過制度化輔導、評鑑與溝通機制，持續提升國道服務區、機場商場之營運形象與服務品質。自2009年起導入專櫃協力廠商評鑑制度，每月固定邀請 SGS查驗證單位至各服務區專櫃進行1次專櫃現場稽核，並依每年日常營運管理及營業之綜合績效評鑑，辦理一年1次優良專櫃獎勵會議，獎勵優良專櫃持續精進，共同為提升服務品質與品牌聲譽努力。

通路協力商管理流程

1 進駐前管理

企業及評價資訊確認
- 品牌聲譽確認
- 公司基本資料確認

認證檢驗與承諾
- 確認原物料來源
- 食品相關檢驗報告
- 公平誠信合約承諾

教育訓練
- 國道及機場事業處之協力商內部教育訓練

2 日常營運管理稽核

每月安排第三方查驗證單位於現場稽核評分

商品管理
- 均須通過商品申請表審核方可販售。
- **稽核要點**：商品售價調查、商品標示、衛生檢驗。

人員管理
- **稽核要點**：人員服務品質、經營績效等。

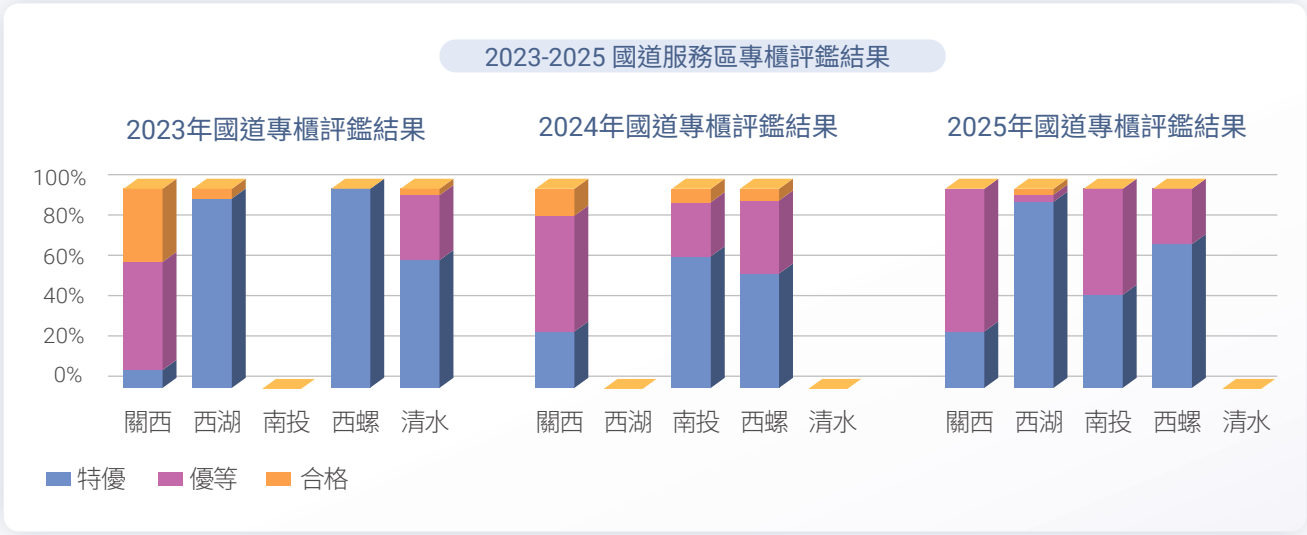
3 專櫃評鑑與獎勵

專櫃評鑑項目
- 日常營運
- 食安評核
- 專櫃業績成長百分比

優良評核獎勵
- 一年一次專櫃會議頒發優良專櫃獎項

通路協力商稽核評核項目

評分項目	評核單位	評核方式	權重	稽核合格標準
日常營運	值班主管	依專櫃檢核評分表評分	20%	稽核分數等級對應 90分以上=特優 85分以上=優等 80分以上=合格
食安評核	第三方查驗證單位 (如：SGS台灣檢驗科技股份有限公司)	每月不定期評核	30%	
專櫃業績成長百分比	區站經理	對比前一年業績	50%	



備註：1.南投服務區統計數據包含東草屯，且2023年南投服務區、2024年西湖服務區分別進行改裝，因此無資料；2024年起清水服務區經營權移轉，僅2023年資料。

2.評核標準與等級：特優-稽核分數達90分以上、優等-稽核分數達85分以上、合格-稽核分數達80分以上；評核項目及權重： 日常營運20%、第三方查驗證食安評核30%、專櫃業績成長百分比50%。

3.評分結果為2023~2025年1-12月每月評分結果之平均。

4.統計數據詳見附錄一 表4-1、「2023-2025年國道服務區專櫃評鑑結果」

年度專櫃大會

新東陽長期深耕國道服務區，將專櫃夥伴視為品牌共榮的核心。為確保營運品質與服務標準，每年定期召開1次「專櫃大會」，作為雙向溝通的核心平台，以利將管理規範與營運目標精準對接。

註：(1)出席狀況說明：部分合作夥伴因同時於多個通路（如不同服務區）設有專櫃，為優化溝通效率，多由品牌方統一派代表出席參與。受此出席模式影響，故出席率約為五成。

(2)請參閱附錄表4-2、國道服務區年度專櫃大會

2025年優良專櫃管理亮點成效

食安品質督導	累計完成 60次 抽查 5大國道服務區專櫃現場稽核	客戶滿意度皆逾 80% 國道服務區及機場商場	
法規專業賦能	品質自主管理檢核機制 強化現場專櫃品質把關，主動建立	落實法規宣導 針對GHP衛生規範、商品標示法	
通路行銷賦能	提供「國道遊購讚」刊物 行銷載體	導入數位看板 機場及國道服務區	發揮社群與會員綜效 整合會員及社群資源 協助在地品牌與專櫃

優良專櫃管理循環圖

新東陽將「美味、品味、人情味」的核心價值注入國道、機場等特殊通路，與專櫃協力商夥伴攜手共榮。這些管理投入不僅轉化為穩定的經營績效與滿意度，更為旅客守護安心的食安環境與優質體驗，落實陪伴供應商共同成長的長遠承諾。

國道服務區年度優良專櫃表揚活動

- 推動宗旨：為強化場域夥伴的合作關係與服務品質，每年定期舉辦「年度優良專櫃評選與表揚活動」
- 適用範圍：新東陽旗下4大服務區及1個休息站。
- 評鑑項目：由管理單位組成審核小組進行評選，針對服務禮儀、食品安全衛生、環境維護及營運合規性等進行全面評核。
- 核心目的：激發專櫃夥伴的榮譽感，透過實質獎勵與公開表揚，鼓勵廠商自主管理

優化服務競爭力	促使廠商主動參與教育訓練，強化第一線同仁的服務韌性	落實品質控管	將食品安全指標納入評選，確保產品符合法規標準	深化夥伴關係	定期議合與公開肯定，建立互信、互惠的長期合作

綠食飯桌 Green Food

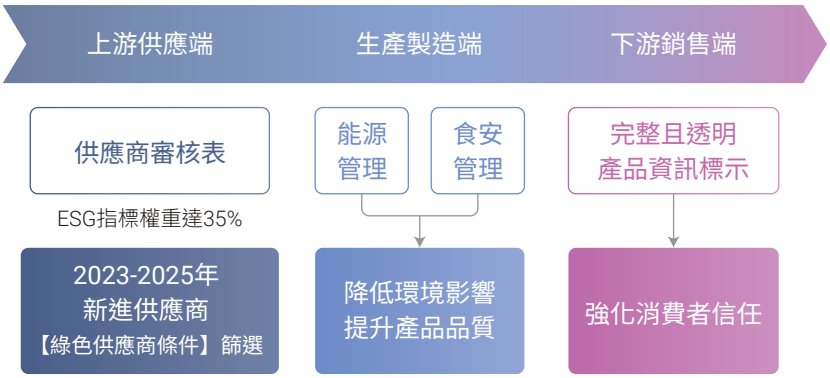
協助輔導西螺服務區6家餐飲專櫃獲得環境部「綠食飯桌 (Green Food)」認證

新東陽以西螺服務區為起點，成功輔導6家專櫃取得環境部「綠食飯桌」認證，未來亦計畫將綠色餐飲模式擴大至旗下所有國道服務區。

4.2 永續價值鏈

4.2.1 永續價值鏈

新東陽將永續理念融入企業營運，全方位布建永續價值鏈。「供應商審核表」納入ESG指標且權重達35%，符合3項以上即列為「綠色供應商」並優先採購。



新東陽致力建立完整永續價值鏈，將永續理念導入企業營運各環節當中，逐步建構兼顧經濟、環境與社會責任的永續價值鏈。

新進原物料(含OEM)供應商之【綠色供應商】篩選要素	
篩選面向	篩選項目
環境面	✓外包裝採用再生原料製作或完整、清潔及符合標示規範。 ✓具有相關符合環保法規之處理措施及監控設備，例如：廢水處理、空污處理。
社會面	✓無雇用童工。
公司治理/法規面	✓提供規格書和第三方檢驗單位核發之檢驗報告。 ✓提供第三方食品安全稽核報告或HACCP計畫書。 ✓具有食品驗證資料（CAS、GHP、有機TAP或其他）。 ✓提供報關單、輸入動植物檢驗證明、輸入許可通知文件等。
其他	✓制定食品防禦計畫及食品詐欺減緩計畫。

2023-2025年新新進原物料(含OEM)供應商之【綠色供應商】篩選比例			
年份	2023	2024	2025
新進原物料供應商家數	22	22	17
實地訪廠家數	11	3	3
符合綠色供應商條件之家數	21	18	16
占比(%)	95.45%	81.82%	94.12%

註1：依據「供應商審核表」審核內面向之評分項目當中，若有3項符合「2025年新進供應商ESG篩選要素」者，則為綠色供應商。

註2：2024年未達【綠色供應商】標準之廠商說明：1家為客戶指定廠商；其餘3家為年度交易金額介於新台幣1萬至15萬元之間，主要供應耗材或屬於一次性合作對象，非屬重大交易廠商。

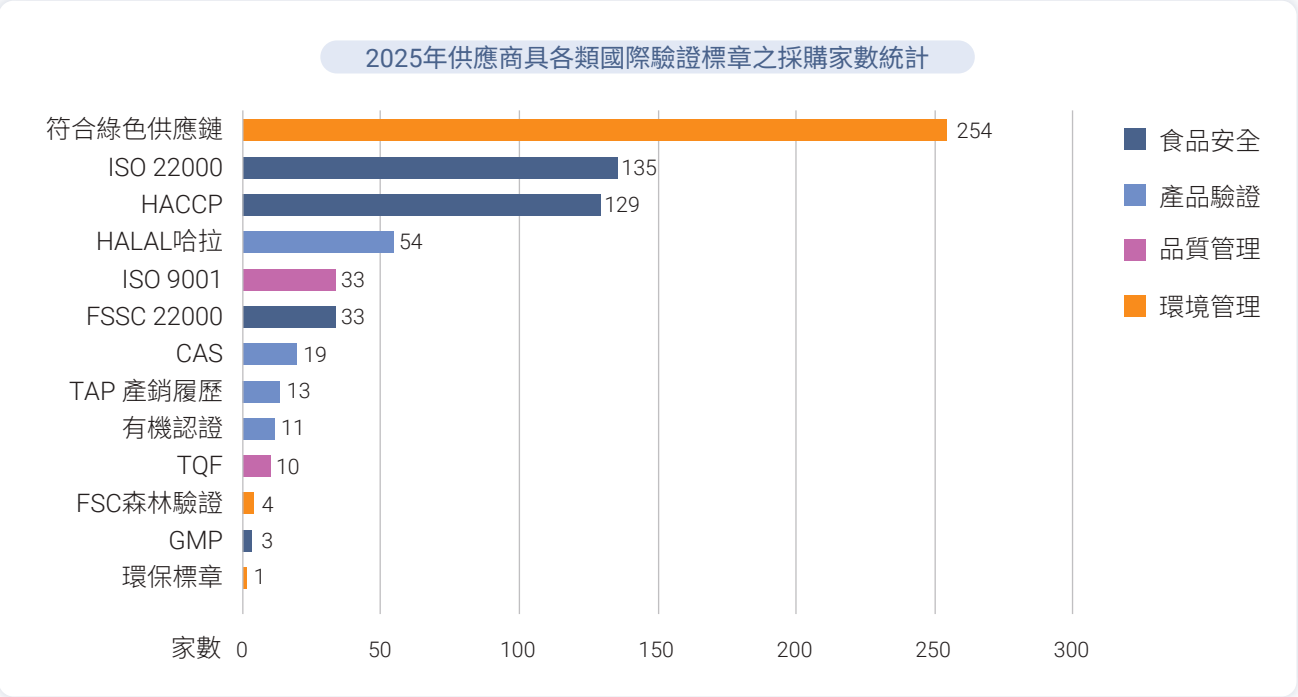
4.2.2 永續承諾與評鑑

協力商簽署環境永續聲明

新東陽將永續發展策略納入採購管理，推動既有與新進之原物料及OEM代工供應商簽署「供應商環境永續聲明書」。2025年「採購契約書」除落實食品安全衛生法規外，亦明訂遵循環保法令、提高環保意識及資源永續利用等綠色條款，共同降低環境負荷。2025年已完成簽署之原物料（含OEM）供應商，其進貨金額占比達83%。未來，新東陽規劃於簽約流程中導入ESG評鑑表與策略準則，並將藉由召開供應商大會深化宣導，與供應鏈夥伴攜手邁向永續。

供應商驗證及永續宣導

新東陽積極推動永續價值鏈，每年定期針對原物料供應商進行普查，鼓勵合作廠商積極取得ISO、HACCP、生產履歷、有機認證、環保標章等食品安全與環保永續相關國際標準驗證，持續提升供應鏈管理品質。



（圖表統計數據詳見附錄一 表4-3、「2023-22025年原物料供應商符合之驗證標準」）

2025年一階供應商獲取GFSI全球食品安全倡議認可之認證（FSSC 22000）**共計33家**，其原料採購金額約1.17億元，占整體採購家數比例為**12.6%**，且占食品原料採購金額比例為14.94%，近三年採購金額呈逐年成長之狀態，未來將持續強化全球食品安全倡議採購量能。

2023-2025供應商符合全球食品安全倡議（GFSI）認可食品安全認證之採購金額

供應商符合GFSI認可之食品安全認證	2023		2024		2025	
	採購金額(新臺幣仟元)	食品原物料採購占比(%)	採購金額(新臺幣仟元)	食品原物料採購占比(%)	採購金額(新臺幣仟元)	食品原物料採購占比(%)
FSSC 22000	88,429	12.52%	102,794	14.73%	116,979	14.94%

動物福利

新東陽長期致力於食品安全的把關，重視原料豬肉生產資訊透明，透過**採用產銷履歷豬肉**，清楚得知豬隻來源、飼養情況、製造及檢驗歷程等，在落實食安溯源管理的同時，確保動物受到善待。

動物福利具體推動措施

驗證標章的稽核範圍延伸至「生產場域」與「環境永續」，要求供應商提供符合環境友善標準的畜牧環境。

合作的畜養場與電宰分切廠均須經產銷履歷嚴格查核，確保豬隻在養殖與屠宰階段均符合法定衛生與管理標準。

掌握屠宰場資訊與屠宰日期，確保屠宰流程符合規範。

4.2.3 協力減碳行動

2025年協力商環境永續目標與成效

行動	執行成果	未來目標
以大帶小協力商減碳行動	完成輔導10家推動供應鏈導入低碳技術 導入ISO 14064-1：2018輔導供應商完成碳管理機制建立 減量759.1公噸CO_2e 2024年完成供應商範疇二	響應相關政策 推廣協力商落實減碳
提升〈環境永續聲明書〉簽署率	2025簽署率進貨金額達83% (含OEM代工供應商) 完成簽署238家原物料合約書(含OEM代工供應商)	簽署承諾書家數達 60% 推動供應商永續經營承諾書

協力減碳計畫及推動成果

新東陽於2023年參與經濟部產業發展署「以大帶小製造業低碳及智慧化升級轉型輔助計畫」扮演主導廠商，帶領10家主要協作及擴散廠商一同參與低碳化升級轉型計畫，2025年順利結案。

以大帶小製造業低碳及智慧化升級轉型輔助計畫		
專案執行內容	▪ 新東陽內部設備汰換為節能設備 ▪ 推動供應鏈導入低碳技術：透過技術輔導，強化供應商對節能減碳的認知與執行能力。 ▪ 同步建置溫室氣體盤查推動制度：推動與輔導部分夥伴完成ISO 14064-1溫室氣體盤查數據建置，並建立碳管理機制。	各層分工 食品製造業者：低碳技術執行與示範 食品製造業者及產品包材製造業者：既有設備改善及優化 食品機械業者：溫室氣體盤查輔導
亮點成效	▪ 提升新東陽供應鏈韌性管理：降低供應鏈對高能耗設備的依賴，也提升食品產業鏈應對環境變遷及政策風險的適應能力，創造更強的市場競爭力及抗風險能力。 ▪ 協同效應擴散：該計畫推動已為其他供應商提供優良示範效果，並因此推動更多中小企業共同加入低碳經營與技術升級的行列。	
亮點成效	強化供應鏈韌性管理 降低供應鏈對高能耗設備的依賴，提升食品產業鏈應對環境變遷適應力，強化市場競爭力及抗風險能力	協同效應擴散 為其他供應商提供優良示範效果，推動更多中小企業共同加入低碳經營與技術升級的行列

4.3 永續採購

4.3.1 永續採購計畫

新東陽為提升原物料永續管理及採購品質，制定「供應商管理作業辦法」及「原物料採購管理作業程序」，強化供應商推動永續發展、清潔生產、減輕營運過程對環境、生態系統之衝擊，更將綠色供應商條件納入評核並優先採購，確保提供產品與服務品質的同時，減緩對環境的衝擊，促進食品產業價值鏈永續轉型。

永續採購策略

1 **優先採購環保標章產品**

優先採購「碳標章、減碳標章、綠色標章」食品及非食品商品。

2 **飲料紙杯採用FSC環保紙材**

機場商場、國道服務區飲料紙杯更換為森林管理委員會驗證之環保紙材。

3 **導入廢料回收及循環商品**

文創及精藝品開發，優先導入使用廢料回收及循環再生商品。

4 **開發可重複使用環保袋**

開發符合多元消費情境及可重複使用之新東陽環保袋，積極響應減塑。

5 **責任生產及潔淨產品開發**

負責任的生產，開發無添加或少添加物食品，降低對環境及健康之衝擊。

6 **提供弱勢族群販售場域**

提供弱勢族群販售商品的場域，並進行商品化輔導。

新東陽自 2004 年即導入大豆油墨採購，2025年已累積採購6大類永續品項。經第三方環境或社會標準認證之食品原料，其採購金額占總原物料之比重分別為：RSPO永續棕櫚油達0.25%、產銷履歷豬肉達0.56%。在碳足跡標籤、綠色包材與印刷方面，新東陽優先採購符合FSC認證之紙材與包裝產品。其中，FSC認證包裝之外購品採購金額占整體外購商品採購金額0.14%、碳足跡標籤為1.19%；型錄印刷品則全面採用 FSC 認證紙材，採用率達100%。2026年更規劃機場與國道服務區之紙杯、杯套全面改用 FSC 驗證紙材，未來將持續擴大採購種類並提高既用品項比重。

永續採購項目介紹

大豆油墨彩盒印刷

使用天然大豆油替代石油基油墨，具低VOC（揮發性有機化合物）、易脫墨、易回收等特性，對環境友善且符合美國大豆協會驗證SOY INK標章。

RSPO永續棕櫚油

新東陽糕餅類（如水果餡等）原料，優先採用符合「棕櫚油永續發展圓桌組織（RSPO）」Mass Balance認證模式之驗證油品。該認證嚴格遵循7大原則、39類與144項指標，從源頭保障生態多樣性與在地農民權益且資訊透明，落實負責任的採購管理。

履歷豬肉

強調生產資訊透明，產品通過農產品產銷履歷、ISO22000及HACCP驗證，落實可溯源的食安管理。

再生紙箱

大園廠自製品全面採用「100%回收再生紙箱」，積極減少一次性廢棄物並降低溫室氣體排放。

碳足跡標籤

於國道服務區與客運轉運站門市優先引進環境部認證之「產品碳足跡標籤」飲品，透過通路採購影響力強化範疇三供應鏈減碳管理，並引導市場綠色消費趨勢。

- 綠色商品實績：目前共引進13項碳標籤飲品，包含黑松、美粒果、愛之味、御茶園、舒跑、台鹽等知名品牌。

FSC驗證紙材

優先採購具FSC（森林管理委員會）認證之商品，落實生態多樣性與森林永續管理。

- 食品與飲品類：各國道服務區與客運轉運站門市引進光泉（豆漿、米漿、重乳奶茶）及波蜜果菜汁等 FSC 標章包裝產品。
- 印刷品：自2024年中秋起，新東陽三大節【食尚誌】、【國道遊購讚】及【門市月間檔期】等型錄，全面採用 FSC 認證環保紙材。

2025年永續採購項目統計			
項目	類別	採購量	金額（新台幣仟元）
RSPO永續棕櫚油	原料	14,328公斤	1,787
再生紙箱	包材	815,377 個	10,090
大豆油墨彩盒印刷	印刷油墨	2,756,138 個	30,477
履歷豬肉	原料肉	19,566公斤	3,976
碳足跡標籤	外購成品	737,383瓶	10,174
FSC驗證紙材	外購品	85,403盒	1,191
	印刷品	452,597本	2,769

4.3.2 在地採購

在地採購策略

新東陽落實「國消國產」理念，持續推動在地採購措施，優先引進及鼓勵消費者選購國內生產並具在地特色之優質商品，藉此支持台灣在地產業發展，創造與地方農民共榮之價值。透過導入MIT（Made in Taiwan）及OTOP（One Town One Product，一鄉鎮一特色）標章商品，擴大在地農產品及特色商品價值影響力；同時引進原住民族產品，促進地方產業發展與部落經濟成長，實踐企業與地方共榮的永續價值。

引進原住民族產品	引進原住民族產品，藉由消費需求增加原鄉部落勞動力，促進部落經濟成長。
與百大青農及在地職人合作	直接導入「百大青農」及在地農產品職人自製產品，並輔導開發新東陽品牌商品。
強化縣市地方良品在地採購	透過與「縣市地方良品」和具政府認證「標章商品」共同合作，強化在地採購量能。
導入MIT及OTOP商品	導入經濟部MIT標章產品和OTOP一鄉鎮一特色商品。

導入經濟部MIT及OTOP商品

MIT（Made in Taiwan）標章商品

推動起源：新東陽自2012年起配合MIT標章專區陳列和促銷活動

銷售通路	▪ 食品館門市：林森店、板橋一店、大仁店。 ▪ 國道服務區：關西服務區、西湖服務區、南投服務區、西螺服務區。 ▪ 機場商場：台北松山機場、桃園國際機場、高雄國際機場。
全年檔期活動	▪ 國道服務區：不定時舉辦市集及特色體驗活動，邀請MIT吉祥物超寶，透過有獎徵答讓民眾更認識MIT宗旨及商品。 ▪ 機場商場：與廠商合作推出客製化MIT商品，讓消費者了解MIT商品實用性及設計理念。
標章推廣行銷輔導活動	▪ 透過多元自媒體管道，分享MIT起源與相關知識、品牌故事或商品製作理念，向消費者傳達MIT標章除了台灣製造，亦有節能減碳、促進在地就業、品質安全保障等意涵。

OTOP標章商品（One Town One Product一鄉鎮一特色）

推動起源：新東陽自2011年起配合OTOP標章專區陳列和促銷活動

銷售通路	▪ 國道服務區：關西服務區、西湖服務區、南投服務區、西螺服務區。 ▪ 機場商場：桃園國際機場、高雄國際機場。
商品陳列方式	▪ 於店內常態性設置OTOP展售專區，並根據不同通路顧客屬性，販售不同需求及特性產品。

國內外標章商品採購

政府認證「標章商品」

配合各縣市政府標章推廣，強化在地採購，並配合在地名、特產，於不同銷售據點陳列販售

合作單位
- 農業科技研究院「農產加工產品」
- 農業部農糧署「米糧精品伴手禮」

各縣市合作單位

北部

桃園好農 Taoyuan Agriculture

中部

豐味苗栗 MIAOLI FLAVOR

品味南投

100

南部

米時光 禮不凡

雲林良品

綠色標章商品採購

食品與飲品

- 光泉系列飲品
- 波蜜果菜汁
- 黑松系列飲品
- 愛之味分解茶、麥仔茶
- 御茶園每朝健康綠茶
- 台鹽海洋鹼性離子水

生活與文創用品

- 雄獅酒精性奇異筆等符合環保規範的辦公用品

深耕在地農業，構建永續價值鏈略

新東陽長期將國道服務區視為連結城鄉的重要節點。我們不只提供便利的休憩服務，更致力於推廣在地農業與人文生態。透過優先聘僱在地居民增加就業，並與農民建立長期合作關係，達成企業、在地生產者與消費者共好的願景。

永續採購項目介紹

在地採購與高品質產品開發

以「契約耕作」直接對接在地小農，開發具地方特色的優質農產品

100% 在地素材
推出在地農產果乾

產銷履歷整合
- 結合南投鳳梨研發「土旺來酥」
- 採購在地特色食材製作特色香腸

打造專業展售平台—「小農地圖」與「農民直販所」

新東陽在國道服務區內設置專區，縮短產地到餐桌距離，提升農產品能見度

發展小農特產地圖
將國內優質農產引入服務區
成為展現臺灣土地生命力的文化視窗

設置「農民直販所」櫃位
- 設置「農甜味」、「碧綠農場」櫃位，販售嚴選生鮮與加工品
- 鼓勵農民與用路人面對面互動，建立人情味的消費連結

農青培力與創意活動推廣

針對農業轉型與青年返鄉，我們投入多元資源進行長期支持

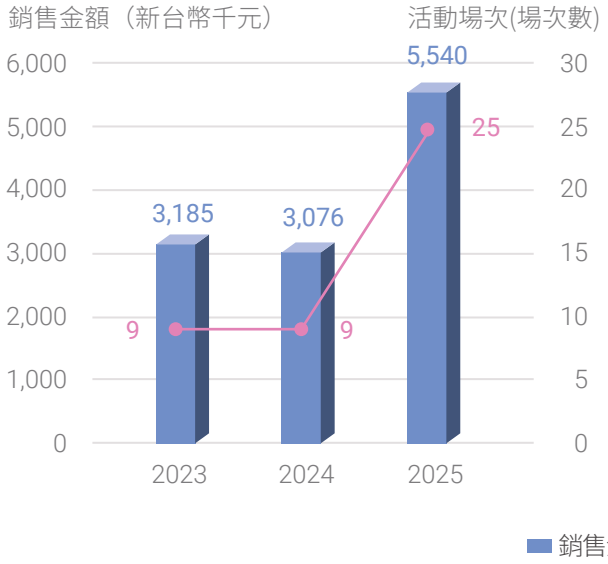
在地農青市集
- 導入國道刊物與社群媒體宣傳協助青年農民開拓銷售通路
- 建立產官學合作機制，推動農青培力專案

2025年在地農青市集活動成果

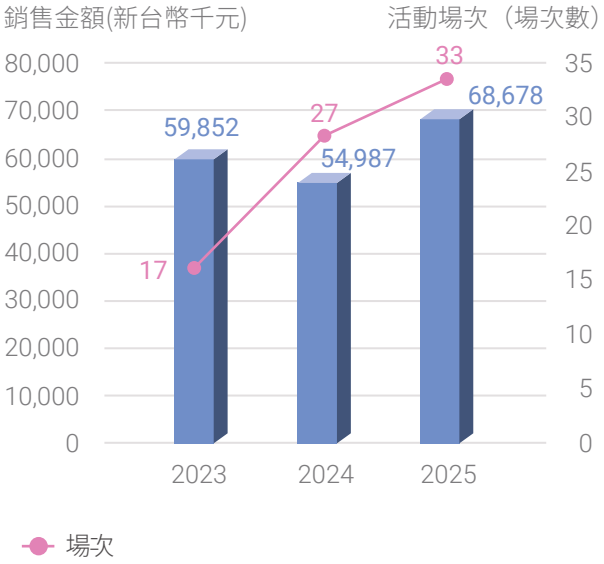
活動總場次	總銷售金額	整體成長率
58場次	7,421萬	75%

新東陽長期培養與在地小農的情誼，並持續和「百大青農」及在地農產品職人合作，不僅自製產品直接導入外，也媒合且並輔導開發加工廠製作新東陽品牌商品，透過市集活動有效帶動在地農產品的產值，落實支持在地農業的企業承諾。

近三年市集活動場次及銷售金額統計



近三年小農臨時櫃辦理場次及銷售金額統計



在地小農與協會環境教育推動計畫

- 結合西湖服務區與石虎保育協會共同推廣「環境教育倡議」商品。
- 與地方小農共同推廣「友善環境農產品」，強調「里山精神」及「友善環境」概念

支持原住民族產品

新東陽遵循原住民委員會所制定之「原住民族產品服務採購獎勵機制」，實際採購原住民族產品與服務，並結合新東陽永續責任與ESG目標，創造企業、原民品牌與社會三方共好的永續合作模式。**2025年榮獲「第一屆LiMA原力永續獎 銀獎」**。

ch5 相伴之情

5.1 人才資源與培育 119

5.2 員工權益與福利 126

5.3 職場安全與健康 130

亮點績效

永續能源研究基金會 總經理親自帶領參與累積獲證 **23人** **企業永續管理師證照**

桃園市政府勞動局 大園廠成立 **Green安衛家族** 攜手 **18家廠商** 辦理 **7場活動** 累計 **280人參與**

台灣連鎖暨加盟協會 大園廠、新竹門市同仁榮獲 **2位** **服務天使獎**

中高齡者暨高齡者友善企業認證 榮獲 連續三年 臺北市政府 第一屆 桃園市政府

臺北市商業會 第79屆商人節 榮獲 **9位同仁** **服務優良從業人員獎**

勞動部勞動力發展署 連續三年 榮獲 **TTQS 人才發展 品質管理系統 銀牌**

打造高齡友善職場

新東陽重視員工關懷，特別是幾十年來一路相伴的夥伴們，是新東陽成長茁壯與穩定營運的重要根基。2025年，新東陽中高齡及高齡員工比例已超過四成，透過推動多元化措施，致力營造中高齡及高齡友善工作環境，具體行動：

人資專責
設立人資管理專責窗口，統籌中高齡友善措施

政策公告
公佈欄張貼禁止年齡歧視與設置意見箱

積極徵才
積極參與地方政府徵才活動，明示歡迎中高齡應徵

專屬訓練
針對新進中高齡員工規劃個別入職訓練與OJT訓練地圖，完整訓練體系與簡化教材設計

輔具導入
導入軟硬體輔具設備，進行職務再設計

師徒傳承
採用『師徒制』傳承模式，鼓勵中高齡／高齡員工分享經驗

退休回聘
提供退休人員回(再)聘機制與兼職經驗傳承

青銀交流
定期辦理「青銀交流日」，促進跨世代合作

友善輔具與設施

鋼片安全鞋

電動拖板車

工廠自動化產品重量檢測機

折合式斜坡板

2024~2025年，通過桃園市政府職務再設計服務計畫補助案

- 共採購5台電動拖板車，用以減輕中高齡工作者之工作負擔，降低肌肉骨骼之傷害。

新東陽將中高齡友善政策全面落實於門市、機場與國道服務區等所有據點；各通路皆有高達四成的樂齡夥伴在一線熱情服務，透過師徒制傳承寶貴經驗，攜手年輕世代打造青銀共創的溫暖職場。

重大主題管理 GRI 3-3

政策承諾	重視員工安全、健康與福祉，持續推動安全衛生及健康促進教育訓練，強化員工安全意識，並以零重大職業災害為目標，落實職場安全防護。透過維持ISO/CNS 45001職業安全衛生管理系統運作，結合內部稽核與預防性改善機制，持續管控並降低職業安全風險，致力營造安全、健康與永續之工作環境。
組織願景	建構「零災害、零事故」之健康友善職場，成為業界永續安全標竿企業，同時強化同仁永續意識與認同，讓永續觀念融入工作與生活。

重大主題

3 健康與福祉　8 就業與經濟成長

GRI 403 職業安全衛生

定義與衝擊說明

	【定期】	【對組織的意義】	【對外部影響】
職業安全衛生	新東陽對於提升職場安全衛生，包含職業安全衛生教育訓練、員工工傷事故率、人因危害訪視、健康講座及篩檢等管理作為。	完善的職業安全衛生管理有助降低職災風險與營運中斷，提升員工穩定度與生產效率，並強化企業治理與永續經營基礎。	良好的職業安全衛生管理有助提升供應鏈與產業整體安全水準，降低社會與公共風險，並強化利害關係人對企業的信任。

管理行動	2025年目標	2023-2025累積行動績效	達成概況	短期目標（2026年）	中期目標（2030年）	長期目標（2050年）
提升職場友善與員工關懷	▪ 辦理職業安全教育、健康促進及災害緊急應變訓練9場次	相關訓練與講座合計辦理40場 ▪ 辦理教育訓練講座共16場 ▪ 職安衛訓練共21場 ▪ 災害緊急應變訓練共3場	已達成	▪ 辦理職安衛相關訓練與講座40場 ▪ 理級以上主管、管理部門與職安衛承辦同仁100%完成友善職場課程 ▪ 預防職場霸凌、歧視與性騷擾等主題課程納入主管及新人到職訓練課程	▪ 辦理職安衛相關訓練與講座40場 ▪ 課級以上主管100%完成友善職場課程 ▪ 滾動式將最新職場法規與趨勢議題納入教育訓練課程	對員工人權、健康與安全等面向，規畫推動人權盡職調查，打造安心、平等、尊重的職場環境
落實職業安全防護措施	大園廠 無重大職業災害	0件 重大職業災害	已達成	維持 0件重大職業災害	維持 0件重大職業災害	
強化職業安全風險控管	大園廠ISO/CNS 45001證書有效期續期重新驗證	通過ISO/CNS 45001職業安全衛生管理系統重新驗證	已達成	結合內部稽核與預防性改善措施，遵循職業安全衛生環境規範	結合內部稽核與預防性改善措施，遵循職業安全衛生環境規範、並通過ISO/CNS 40001證書有效期重新驗證	
	工安巡檢稽核缺失改善完成率100%。	工安巡檢稽核缺失改善完成率100%。		巡檢稽核缺失改善完成率達95%	巡檢稽核缺失改善完成率達100%	

5.1 人才資源與培育

人才管理策略

人才培育與發展是新東陽永續經營不可或缺的一環，透過選才、用才、育才、留才的管理機制，使每位員工皆能安心工作、持續發揮長才，達到員工長期發展和公司永續經營的雙贏。

人才管理策略

- 依照公司經營策略，招募合適職能之人才
- 掌握人力市場趨勢，推廣雇主品牌、活用中高齡人才。

- 包容員工多元性及尊重員工人權，並確保用人及薪酬制度平等
- 制定與工作目標相結合的績效管理制度，並公開獎勵績優員工。

- 依職級和部門規劃教育訓練、輪調制度和獎勵進修補助，提升員工職能潛力
- 定期與同異業共同交流、拓展視野。

- 以新東陽品牌價值-美味、品味、「人情味」，提升同仁連結度與使命感
- 推動職場友善與員工關懷
- 建立職涯升遷發展機制

5.1.1 人才招募與結構 GRI 2-7 GRI 2-8

新東陽依照公司經營策略持續晉用與培育人才，以「雇主品牌推廣」提升僱主品牌形象，吸引優秀人才；以「中高齡人才活用」為中高年齡層設計專屬職務與內容，建構多元與友善的工作環境。2025年新東陽員工總人數為1,073人，男、女性佔比分別為34%、66%，相較2024年員工人數1,070人增加3人，無顯著波動。有關管理階層及工作地區分布、新進及離職人員、非員工統計相關資訊詳見附錄一 表5-1~5-5。

員工分布

年份	2023			2024			2025		
性別	男性	女性	總計	男性	女性	總計	男性	女性	總計
員工總人數	357	721	1,078	349	721	1,070	347	726	1,073
永久聘僱員工人數	357	721	1,078	349	721	1,070	347	726	1,073
臨時員工人數	0	0	0	0	0	0	0	0	0
無時數保證的員工人數	0	0	0	0	0	0	0	0	0
全職員工人數	304	585	889	297	562	859	289	565	854
兼職員工人數	53	136	189	52	159	211	58	161	219

註：1.員工人數係以報導期間結束日（各年度年12月31日）進行統計。
2.員工人數統計涵蓋本報告書報導邊界之76個營運據點。

5.1.2 人才管理

新東陽依據〈勞動基準法〉建立完善人才管理制度，並提供明確職務分工與內部升遷、輪調機會，管理項目與措施內容涵蓋：招募任用、員工教育訓練、職業安全衛生訓練與管理、多元平等等面向，強化人才發展與留任，並提供具競爭力的薪酬福利、友善職場與溝通管道，致力營造安全、穩定且具向心力的工作環境。

員工管理制度與措施

人才與組織制度管理	人才培育與發展&職業安全管理	薪酬福利機制	多元友善職場
人事制度管理 1.依勞基法建立完整人事規章 2.明確職務分工與職級制度 3.提供內部升遷與輪調機會 **招募與任用** 1.多元招募管道 2.標準化甄選流程（履歷、面試、適性評估） 3.落實適才適所配置 **績效考核制度** 1.建立不同部門KPI績效指標 2.每年定期績效評估 3.考核結果連結獎金與升遷 4.設置考核獎懲制度	**教育訓練** 1.新人訓練（公司文化、產品知識、服務流程） 2.在職訓練（專業技能、食品安全） 3. 主管領導與管理培訓 4.建立推動持續學習機制 **職業安全與健康** 1.落實職業安全衛生管理 2.定期安全教育訓練 3.建立食品衛生與品質控管制度 4.提供安全工作環境與防護措施	**薪酬與福利措施** 1.薪資結構：底薪＋績效獎金＋年終獎金 2.三節獎金 3.勞健保與退休金提撥 4.員工產品購物優惠與折扣 **員工關懷與福利活動** 1.員工聚餐、尾牙活動 2.員工旅遊 3.提供工作與生活平衡措施	**多元與平等** 1.禁止性別、年齡等歧視 2.提供公平就業機會 3.建立多元友善職場環境 **勞資溝通機制** 1.設置員工申訴管道 2.每年定期進行員工滿意度調查 3.強化內部溝通資訊透明

績效評核及管理

新東陽績效評核建立在目標、知識、技能、工作狀況和個人職涯發展計劃一致的基礎上。績效評核實施方式如下，在組織目標上分為「個人目標、部門目標、事業目標、總體目標」。未來，我們規劃建立「職能手冊」與「職位評價」，設計涵蓋計畫目標、標準、能力等要求的框架，以利同仁理解和實施管理行為。

績效評核實施方式

1 績效管理制度架構
- 績效管理循環包含：目標設定、執行與追蹤、績效評估、回饋與改善

2 績效指標設定（KPI）
- 依不同部門特性訂定關鍵績效指標（KPI）

3 績效評核流程
- 評核週期：以年度或半年度為主
- 評核方式：主管評核、自我評估
- 評核內容：工作成果、工作態度、團隊合作與配合度

4 績效分級與結果應用
- 區分為不同等級
- 並應用於：薪資調整、獎金發放、升遷與職務調整、人才培育與訓練規劃等

5 績效回饋與面談機制
- 定期進行績效面談
- 提供具體回饋與改善建議
- 協助員工設定下一階段目標

6 激勵與獎懲制度
- 設立績優員工表揚制度
- 門市業績競賽與獎勵機制
- 對違規或績效不佳者進行輔導或改善計畫

7 數位化績效管理
- 導入人資管理系統
- 整合門市POS數據進行績效分析
- 提升績效評核透明度

守護人情味的幕後英雄：新東陽「服務天使」

台灣連鎖暨加盟協會（TCFA）主辦的「服務天使獎」，旨在肯定連鎖業基層人員的長期貢獻。新東陽選拔服務滿三年且表現卓越的同仁參與，這些服務天使不論是在一線與顧客互動，或於幕後優化流程，都以專業與真誠的精神，在全台各個角落守護新東陽最引以為傲的人情味。

服務天使歷年獲獎紀錄			
年度	營運據點	服務天使	獲獎說明
2023	財務	郭月香	服務逾 46 年，由門市基層轉任財務，推動提貨券電腦化及保全收款流程，大幅優化收銀稽核效能並降低風險。
	林森門市	葉喬凱	主動服務視障顧客，不僅耐心解說商品細節，更親自陪同行動不便的客戶回工作地，實際行動實踐平權服務。
2024	台灣特色商品館	邱奕勳	於特色商品館服務，致力於提升旅客的購物體驗。
	門市營運部	湯玉英	在營運管理層面默默付出，建構高品質的服務網絡。
2025	新竹門市	何軒	代表第一線門市同仁，以親切服務傳遞品牌溫暖。
	管理課	游秀貞	展現後勤管理的嚴謹與效率。

公開表揚

為了獎勵績效優良同仁，我們提供表揚獎勵予傑出或優良店長、資深員工、績優服務人員等同仁，並於每年春酒晚會公開由董事長表揚。2025年共17位同仁獲頒公司致贈20年資獎項鼓勵，傑出店長更獲得海外見學機會。

20年年資獎

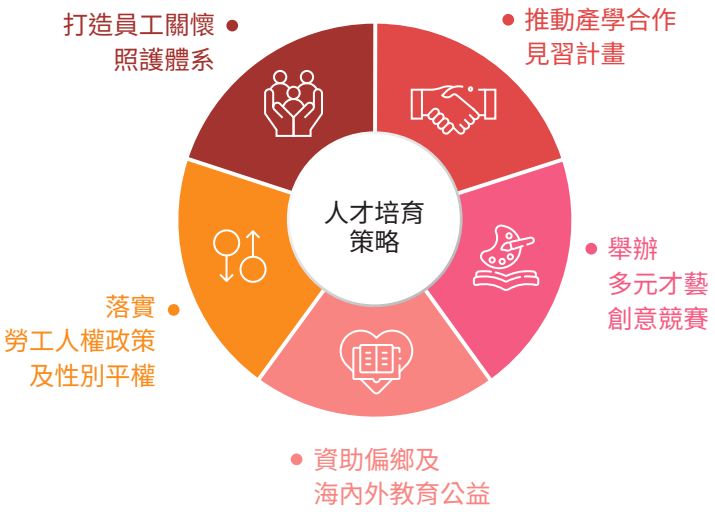
10年年資獎

5年年資獎

傑出店長獎

5.1.3 人才培育與發展

新東陽重視員工職能發展，依職級及各部門能力需求建立分層培訓體系，並以「新進時期培育、職務核心與專業職能、管理職能」作為核心培訓方式。新東陽所有員工均遵循「創新求變、誠信正直、客戶導向、品質管理」核心職能推動人才培訓，且各部門每年推行人才年度訓練計畫，使員工更適應其職並發揮潛能。2025年外部培訓時數約佔37%。於自我進修方面，新東陽鼓勵員工提升外語能力及最高學歷，制定「外語檢定獎勵辦法」及「員工在職期間學歷變更核敘辦法」，強化新東陽整體人才培訓績效量能。2023-2025年教育訓練資訊詳見附錄一 表5-6、員工教育訓練時數統計。



人才培育策略與面向

階層別	新進時期	核心職能	專業職能		管理職能	輪調	自我進修	
高階＋儲備	新人訓練	創新求變 誠信正直 客戶導向 品質管理 ＋ 講師培訓	依各部門年度訓練計畫	-	▪ 危機處理 ▪ 變革管理 ▪ 經營管理 ▪ 策略規劃	人員及主管輪調計劃	外語檢定獎職辦法	員工在職期間學歷變更核敘辦法
中階＋儲備				【通識班】 ▪ 時間管理類 ▪ 溝通表達類 ▪ 專案管理類 ▪ 團隊合作類 ▪ 目標管理類	▪ 領導與統御力 ▪ 計劃力 ▪ 工作教導力 ▪ 問題分析與應變力 ▪ 衝突處理力			
基層＋儲備				【核心職能班】 市場定位與產品導向的能力	MTP管理才能培訓課程			
一般人員				【基礎通識】 ▪ 時間管理類 ▪ 溝通表達類	-	-		

教育訓練措施與管理體系

2023-2025【大園廠】在職人才培育

培育面向	培訓方案說明	培訓成果
永續人才核心素養培訓—TTQS培訓	為提升綠色轉型動能，新東陽大園廠結合勞動部勞動力發展署「企業人力資源提升計畫」，全面導入「人才發展品質管理系統 (TTQS)」。從人才管理制度建立、講師遴選、課程規劃到學習效果的移轉評估，建構出一套嚴謹的教育訓練體系，讓永續觀念與專業技能融入員工的職涯發展。	於工廠進行全系列培訓，亦推動多項減碳專案。因此榮獲多項永續獎項，涵蓋： ▪ 2020年 AREA 亞洲企業社會責任獎「綠色領導獎」 ▪ 2021年經濟部能源局「節能標竿獎-銀獎」 ▪ 2021年環保署「國家企業環保獎-銀獎」 ▪ 2025年第4度榮獲勞動部「TTQS 評核-銀牌」 ▪ 截至2026年4月共累計完成6項產品碳/水足跡盤查並取得證書，更取得碳足跡標籤。

永續人才培育

新東陽深信「美味，可以傳承｜永續，更要實踐」，面對氣候變遷與永續轉型之挑戰，我們將核心價值「ICAS」（誠信、創新、靈活、永續）導入永續意識，轉化與實踐永續人才培育具體行動。

誠信 Integrity

培育具專業倫理的人才，確保ESG資訊揭露透明，落實對利害關係人的承諾

創新 Creativity

運用永續思維推動循環經濟，開發永續、友善、樂齡產品，提升產業競爭優勢

靈活 Agility

通過專業課程掌握氣候風險趨勢，超前部署應對方案，提升組織韌性

永續 Sustainability

透過種子人才在各部門的日常決策，將環境保護與社會參與轉化為具體行動

2021年，新東陽成為台灣永續能源研究基金會（TAISE）所轄台灣企業永續研訓中心（TCCS）企業會員。2025年正式啟動第一屆「企業永續管理師」永續人才賦能計畫，由總經理親自領軍，展現高層帶動全公司由上而下推動綠色變革的決心，2025年累積共23人取得「企業永續管理師證照」。對新東陽而言，這不僅是一張證照，更是一份企業提升永續轉型的責任與態度。

人才培育策略與面向

高層領軍由上而下導入綠色轉型培訓

推行台灣永續能源研究基金會TAISE「企業永續管理師」認證培訓課程，由總經理親自帶領跨部門之中高階主管與關鍵同仁受訓，更率先考取永續管理師證照，帶動全公司永續學習風氣。

2025年執行成效

第一屆培訓總人數達21人

員工永續成果具體實踐

為使員工感受永續佳績，同仁們參與「2025亞太永續博覽會」，並由TAISE董事長簡又新大使親自授證。這榮譽肯定新東陽在永續職能轉型的行動力，提醒我們日後對社會責任的具體實踐。

2025年執行成效

累積共23人取得企業永續管理師證照，課級以上主管證照持有率達25%[註1]

實質福利激勵專業

為鼓勵同仁精進永續職能，建立「永續證照職務加給」獎勵機制，獎勵已考取證照之同仁，具體將專業能力與職務待遇掛鉤，以此轉化為職涯成長的動能。

2025年執行成效

共23人
獲得永續證照職務加給

註：證照持有率(%)計算方式，2025年員工持有證照張數23張／2025年報導結束時間（12月31日）在職課級以上主管共90人。

接班人發展計畫建置與關鍵人才盤點

新東陽為提升關鍵人才培育量能，建置「接班人發展計畫」機制，強化管理階層實務能力。

接班人發展計畫人才發展流程圖

職位標竿建立	人才測評實施	管理能力盤點	接班梯隊建立
定義核心管理職位能力標準	運用外部評測工具分析管理、領導能力及人格特質	評估儲備人選之現況與能力缺口	進行人選排序、制定個人發展計畫(IDP)及培訓策略

接班人發展計畫推動措施與執行成效

發展階段	推動內容說明	關鍵里程碑/預期成果
人才標準與盤點	針對關鍵管理職位建立「職位典範標準」，並對儲備人選進行管理與領導能力盤點及組織診斷。	▪ 完成50位部級主管管理能力盤點及評測報告分析與訪談。 ▪ 完成10個指定管理職位標準建立及儲備人選管理領導能力與組織診斷分析。
測評工具應用	導入外部客觀管理評測工具，包含領導力潛質與人格特質測驗。	透過數據化分析，掌握人才庫之強項與待發展領域。
發展計畫與梯隊	依據盤點結果進行現職主管訪談、對焦職位標準、人選排序，並制定「個人發展培訓計畫 (IDP)」。	▪ 預計於 2026 年上半年完成處級職位接班梯隊人選及發展排序並完成30份個人發展計畫。 ▪ 規劃2026年下半年展開課級人員管理能力盤點及特定部級職位人選排序。
長期人才策略	結合人才庫現況，界定未來之招募方向與關鍵培訓資源投入。	建立穩定的人才供應鏈，降低關鍵職位之營運風險，朝向人才永續、企業永續之長期目標。

建構知識傳承與核心技能培訓機制

新東陽除培訓關鍵人才外，亦規劃內部知識及經驗傳承機制，藉由結合外部專業資源與內部管理機制，建立系統化的技能轉移路徑，同步提升本公司「人力資本開發」及「專業經驗傳承」量能。

培訓與經驗傳承流程圖

外部專業引導	種子講師養成	管理辦法建立	內部教案開發	核心營運訓練	技能經驗傳承
邀請外部專家或顧問進行專項授課，奠定核心職能基礎	挑選具潛力的員工接受顧問輔導，轉化實務經驗	訂定「內部講師管理辦法」，制度化教案設計與授課機制	由內部講師針對營運重點（如門市實務）開發專屬教材	針對關鍵營運時點（如重要節慶）展開大規模員工培訓	透過內部授課，確保核心技術與服務品質在組織內擴散

培訓與經驗傳承實施概況

2023~2025 年
內部講師累計授課共
計**42**場次

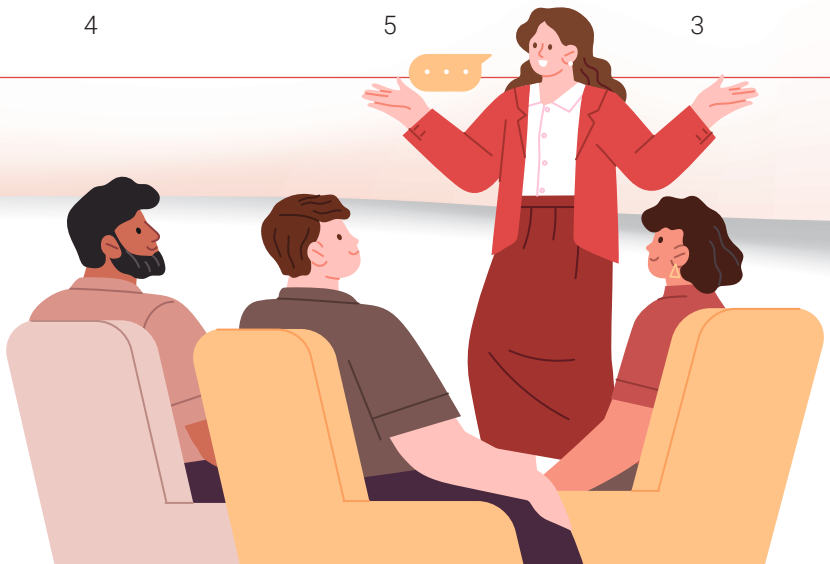
2023~2025年
累計參與訓練總人數
866人

重點訓練主題
門市**三大節慶商品訓練**
門市5天**在職訓練(OJT)**
新人共識訓練

產學與建教合作計畫

新東陽提供餐飲科系在校學生累積實務經驗的管道，自1999年起參與建教合作、產學攜手合作、校外實習等計畫，提供大專院校學生見習機會，讓行銷、流通、企管、餐飲等相關科系學生們能從做中學，累積職場經驗與能力。26 年來，新東陽與11 所學校合作，共累積培訓 638 位學生。針對表現優良的學生，不僅頒發優異或全勤獎學金外，更提供畢業後留任的機會。2025 年新參與計畫之學生為27 位，未來新東陽將持續參與相關計畫，協助學生職涯接軌，並為食品產業人才培育盡一份心力。

蒐集項目	2023年	2024 年	2025 年
合作計畫類型	建教合作/產學攜手合作、校外實習		
合作學校總數	累計8所	累計9所	累計11所
合作學校	中山工商、屏東大學、正修大學、景文技術學院、育達科技大學、致理科技大學、德明技術學院、醒吾科技大學、敏實科技大學、開南大學、東泰高中		
年度培訓學生數	35位+15(桃機僑生)	20位+5(桃機僑生)	25位+2(桃機僑生)
累計培訓學生數	586	611	638
合作對象系所	行銷、流通、企管、國貿、餐飲		
實習/見習地點	國道服務區、門市、機場商場		
獎勵方案內容	▪ 實習期間免費供膳宿 ▪ 畢業生獎勵金	▪ 代表企業至母校擔任招募與經驗分享代表 ▪ 企業內部升遷與輪調機會	
留任激勵機制	畢業後留任年資合併計算		
畢業留任人數	4	5	3



5.2 員工權益與福利

5.2.1 員工權益

新東陽秉持「以人為本」的管理思維與「以家為概念」的關懷精神，建立完善的員工照護與溝通管理體系。勞資溝通方面設置有「職工福利委員會」；另每年召開4次「安全衛生委員會」，由總經理直接與員工代表進行溝通與意見交流。員工關懷方面，2020年已針對全職員工及外籍工作夥伴發布員工關懷手冊，提供多項員工福利與健康促進等項目，強化整體照護機制。期許透過提供安全工作環境、多元勞資溝通管道、健全福利制度，支持員工安心投入工作，與企業共同成長。

福利類別	福利推動項目	方案內容說明
生活關懷	▪ 員工旅遊補助 ▪ 結婚、生育賀禮 ▪ 員工住院傷病慰問金 ▪ 員工宿舍	▪ 滿3個月年資，即可享有每年一場員工旅遊福利。 ▪ 大園廠、服務區提供免費員工宿舍
節慶關懷	▪ 三節及生日禮券 ▪ 春酒聚餐及摸彩	▪ 節慶發放禮券 ▪ 春酒表揚久任員工，增加抽獎機會
健康關懷	▪ 年度免費健檢 ▪ 職護臨場健康諮詢 ▪ 健康講座	▪ 職護健康諮詢方案說明：每月皆有醫師及護理師駐點提供諮詢服務。 ▪ 不定期舉辦健康主題講座內容。
保險關懷	▪ 勞、健保 ▪ 團體保險 ▪ 員工誠實保險	新東陽自2023年起依職等簽核投保員工誠實保險，分散經營風險。
身後關懷	▪ 員工傷病慰問金 ▪ 因公傷殘、死亡慰問金	公司主管代表獻花及給付慰問金。
休假制度	▪ 育嬰假 ▪ 留職停薪 ▪ 家庭照顧假	依「勞動基準法」規定實施完善休假制度，並列入「員工工作守則」。 對於同仁遇有育嬰、重大傷病、重大變故等情況，可申請留職停薪。
退休制度	▪ 提供中高齡專屬退休理財講座 ▪ 退休回聘制度	▪ 不定期舉辦中高齡主題及退休規劃講座 ▪ 提供退休人員回(再)聘機制與兼職，鼓勵中高齡／高齡員工分享經驗 ▪ 設立人資管理專責窗口，統籌中高齡友善措施

註：外籍同仁皆享有同等福利

員工育嬰假申請及復職概況

項目	2023			2024			2025		
	女性	男性	總計	女性	男性	總計	女性	男性	總計
可申請育嬰假之員工總數[註1]	21	4	26	5	4	9	4	2	6
實際申請育嬰留停人數	4	0	4	0	0	0	3	0	3
當年度應復職人數[註2]（A）	2	0	2	1	0	1	2	0	2
當年度申請復職人數[註3]（B）	2	0	2	0	0	0	0	0	0
復職率（%）（B/A）	100%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
留任人數[註4]	0	0	0	2	0	2	1	0	1
留任率（%）[註5]	0%	0%	0%	100%	0%	100%	50%	0%	50%

註：1.「可申請育嬰假之員工總數」：有生育紀錄（或曾申請產假/陪產假）之員工總數。
2.當年度應復職人數：係指當年度育嬰留停預計復職人數，不包含於當年度連續申請留停人員。
3.當年度申請復職人數：係指當年度育嬰留停預計復職，並於當年度實際（或提前）復職人數。
4.留任人數：係指復職12個月後仍在職人數。
5.留任率：係指育嬰留停後復職員工留任一年以上之比率。

5.2.2 薪酬福利 GRI 2-21 GRI 2-30

高階經理人總薪酬比

整體薪資狀況，基層人員起薪為31,500元，為「勞動基準法」設定最低薪資之1.07倍。所有員工薪資水準逐年成長，2025年中位數為560,943元，薪酬最高個人相對其他員工年度總薪酬比率約在7.92至10.7間，過去兩年最高個人年度總薪酬增加百分比之倍數分別為6.81、4.31、2.09。

2023~2025年度總薪酬比		
年度	年度總薪酬比率	年度總薪酬增加倍數
2025	10.7	6.81
2024	9.25	4.31
2023	7.92	2.09

註：1.年度總薪酬比率：組織薪酬最高個人之年度總薪酬／所有員工（不包括該薪酬之最高個人）之年度總薪酬中位數。

2.年度總薪酬報酬變化倍數：組織薪酬最高個人之年度總薪酬增加百分比／所有員工（不包括該薪酬之最高個人）之年度總薪酬中位數增倍數。

員工薪酬

新東陽採行透明且公平合理的薪資制度，依據每位員工學、經歷背景、工作經驗、專業能力及職位需求等因素，予以核薪，且不受性別而有所差異。另制訂績效獎金管理制度，若公司當年度獲利，將依員工績效表現，提撥一定比例之員工酬勞與同仁分享，鼓勵同仁重視公司經營目標亦激勵同仁優秀的工作表現。

2023~2025年薪資平均數與中位數			
年度	2023	2024	2025
非擔任主管職務員工人數（人數）	601	580	591
非單位主管職務員工薪資平均數（新臺幣元／年）	454,823	469,790	480,611
非單位主管職務員工總薪酬中位數（新臺幣元／年）	495,200	518,353	531,412

2023~2025年薪資平均數與中位數						
年度	2023		2024		2025	
性別	男	女	男	女	男	女
高階主管	1.43	1	1.47	1	1.34	1
中階主管	0.98	1	1	1	1.02	1
基層主管	1.09	1	1.09	1	1.01	1

註：男女性員工薪酬比計算方式：該職級、職等男性薪酬 (含獎金) ／該職級、職等女性薪酬(含獎金)

團體協約

新東陽目前未簽訂團體協約，2025年受團體協約涵蓋之員工比例為 0%。未受團體協約涵蓋之員工，其工作條件與聘僱條件亦非依據本公司其他員工或其他組織之團體協約所訂定，主要係依循勞動法令、公司內部人事規章及相關管理制度辦理。未來將依公司營運發展逐步規劃導入團體協約簽訂事項。

5.2.3 多元平等

人權政策

新東陽遵循《世界人權宣言》、《聯合國全球盟約》及國際勞工組織《工作基本原則與權利宣言》等國際人權規範與原則，制定人權政策並揭露於新東陽官方網站「永續專區」，承諾尊重員工權益、平等對待多元夥伴，杜絕任何侵害人權之情事發生，並要求業務夥伴及供應商共同遵循。各營運據點均遵守所在地法令與勞動規範，依法訂定工作規則並公告於公司內部網站，並透過內部郵件及部門會議宣導，落實相關管理措施。

人權政策	
政策項目	政策說明
恪遵勞動法令	恪守各營運據點所在國家或地區適用之法律或法規，確保公司或業務夥伴及供應商在營運過程中絕不僱用童工或囚犯，也絕不會強迫勞動和使用體罰。協助員工維持身心健康，工作4小時，至少休息0.5小時。
職場人權保障	包容全體員工的多元化特徵，不得因任何特徵而歧視受法律保護的任何員工或求職者。包括性別、膚色、種族、民族、國籍、信仰、年齡、婚姻狀況、性取向、性別身份與表達、殘障、懷孕、兵役狀況和政治立場，落實工作平權。
反對職場歧視、霸凌及騷擾	為保障性別工作平等、消除歧視並防治性騷擾事件發生，訂定並於內部網站發布「性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，持續辦理相關宣導課程，2025年共124人次參加宣導講習。
和諧勞資關係	▪ 每年召開4次勞資會議及依法改選勞資會議代表、僱用身心障礙、原住民、二度就業及中高齡。 ▪ 積極參與中高齡聯合就業博覽會，於各招募管道宣示「友善僱用中高齡」政策與字眼，並優先開放職缺予該族群。更於2025年再次取得臺北市及桃園市「中高齡者暨高齡者友善企業認證」。 ▪ 訂定員工「溝通與申訴管道」辦法，可透過員工電子申訴信箱、專線電話收集意見。
健康安全職場	▪ 依據職業安全衛生法規規範，定期檢視員工健康、工作環境安全風險及遵守職安衛政策，並及時糾正或報告任何可能的威脅。 ▪ 推動友善職場，進行職務再設計並規畫配置省時省力輔具。 ▪ 擔任批發及零售業等供應商之職務再設計指引手冊企業代表，分享企業推動經驗。

多元平等政策

新東陽重視多元、平等與共融，提供性別平等的發展與晉升機會，落實適才適所。2025年全體員工中女性員工**佔67%**，女性主管佔全體主管人數**69%**。在人才招募方面，新東陽透過多元管道延攬人才，本國籍員工涵蓋原住民、身心障礙者、在學實習生等族群，亦聘僱不同國籍之多元人才，如中國、日本、馬來西亞、越南、菲律賓等外籍員工，營造多元平等且穩定的就業環境。有關多元族群人數分布詳見附錄一表5-7、員工多元族群人數統計。

申訴與懲戒機制

建立嚴謹的申訴與懲戒機制，禁止任何形式的歧視或霸凌行為。

同工同酬

確保招募、晉升與薪酬不因性別、性傾向或年齡等因素而有差別待遇。

友善職場環境

設置無障礙設施、提供彈性工時制度、哺乳室或育嬰假，兼顧工作與家庭平衡。

教育訓練

舉辦「無意識偏見」訓練或多元文化活動，提升同仁對性別平等與多樣性的認知。

多元化目標

主管職位的性別佔比目標，並積極晉用弱勢族群或身心障礙者。

多元平等實施概況

外籍員工		
項目	實施政策	推行措施
福利項目	基本薪資與法定保障	▪ 依照《勞動基準法》提供基本工資、加班費與休假制度 ▪ 投保勞保、健保及勞退金提撥 ▪ 提供職業安全衛生教育與保護措施 ▪ 協助提供跨國轉帳必要文件
	生活照顧與住宿支持	▪ 提供員工宿舍供外籍同仁居住 ▪ 協助辦理居留證、工作證等行政事項 ▪ 提供生活適應協助 ▪ 設有機車、電動機車停車棚及停車格
	餐飲與健康照護	▪ 提供員工餐或餐費補助 ▪ 員工餐依不同國籍飲食文化調整，避免外籍同仁因飲食習慣致身體不適 ▪ 每年定期健康檢查、提供必要醫療協助與就醫指引
	教育訓練與發展	▪ 提供職前訓練與在職教育訓練 ▪ 提供技能提升機會
溝通管道	多語言溝通機制	▪ 提供母語版本之員工手冊（如越南文、英文） ▪ 工作現場配置多語主管 ▪ 使用圖像化SOP降低語言隔閡
	關懷與面談	▪ 不定期召集外籍同仁開大會，按國籍集合宣布外籍同仁相關規定事項 ▪ 外籍大會上亦會收集外籍同仁意見及需求 ▪ 外籍同仁若有問題及狀況可向主管及管理課尋求第一線幫助 ▪ 仲介公司及管理課主管會主動關懷與面談有需要之外籍同仁
	意見反映與申訴管道	▪ 設置申訴信箱（實體或線上） ▪ 提供匿名申訴機制
	數位與即時溝通工具	▪ 使用通訊軟體（如LINE群組）發布公告 ▪ 建立外籍員工專屬群組 ▪ 提供即時翻譯工具輔助溝通
	勞資溝通與代表機制	▪ 透過勞資會議反映意見 ▪ 保障外籍員工參與權益
員工照護機制	打造多元共融職場	透過完善的生活照顧、文化尊重及多語言溝通機制，協助外籍員工快速融入工作與生活環境，並建立暢通的意見反映管道，致力於營造公平、安全且具包容性的職場環境。

外籍同仁參與員工旅遊之合影

外籍同仁參與教育訓練
簡報增設當國文字(菲律賓/越南)，
以利同仁閱讀及溝通

外籍同仁參與
年度春酒/摸彩/表演

多元夥伴故事

中高齡再就業
經驗傳承價值

女性員工發展
打造平等職場

多國籍同仁融入職場
促進文化多元

故事說明

新東陽積極打造中高齡友善職場，提供同仁展現經驗的舞台。有位邁入70歲的機場餐飲夥伴，主動察覺日籍旅客的麥麩過敏需求，即時協調內外場打造專屬無麩質餐點，憑藉細心傾聽與同理心，成功展現品牌溫度，體現中高齡同仁的獨特價值。

新東陽長期重視性別平等，提供女性員工公平的升遷與發展機會。一位從門市基層做起的女性同仁，透過內部培訓與績效表現，逐步晉升為管理職。成為「店長」後不僅帶領團隊達成業績目標，也致力於營造支持與合作的工作氛圍。

公司提供多國籍員工就業機會，並透過同仁支持與培訓協助其適應工作環境。一位來自東南亞的新住民夥伴，透過語言與服務訓練，逐步提升溝通能力，成功融入門市團隊。其親切服務與多語優勢，亦幫助公司服務更多元的顧客族群。

ESG意義

促進高齡就業、強化世代共融、提升組織知識傳承。

落實性別平權、提升女性管理職比例、打造包容性職場。

促進文化多樣性、提升組織包容性、強化顧客服務能力。

多元夥伴故事文章報導—<增聘中高齡員工對付缺工！新東陽如何助「資深打工族」上手數位設備、減少體力負擔？>

5.3 職業安全與健康

GRI 403-1 GRI 403-2 GRI 403-3 GRI 403-4 GRI 403-5 GRI 403-6 GRI 403-7 GRI 403-8 GRI 403-9 GRI 403-10

5.3.1 職業安全衛生

職業安全衛生管理系統

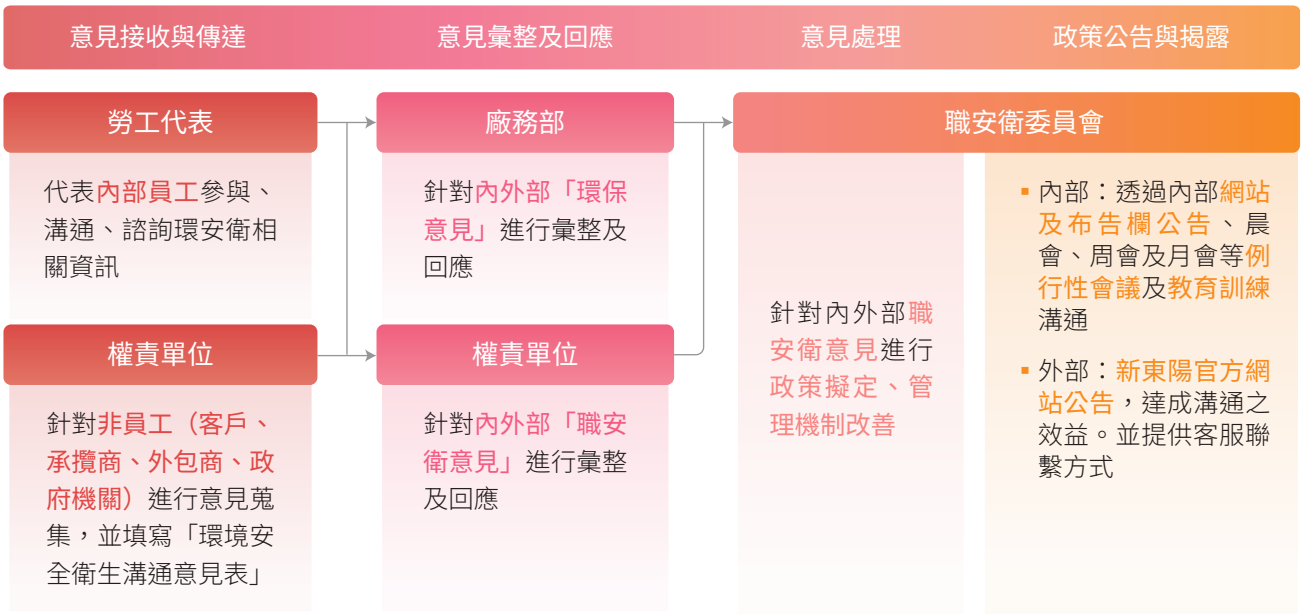
新東陽大園廠依《職業安全衛生管理辦法》第12-2條第1項建置職業安全衛生管理系統，明確建立資訊諮詢、勞工參與、教育宣導及內外部溝通之管理機制，且該管理系統由職業安全衛生委員會、安全衛生室、廠務部、勞工代表及各權責單位依權責分工執行。大園廠自2019年即取得ISO 14001環境管理系統、ISO 45001職業安全衛生管理系統暨TOSHMS查驗證，並定期進行認證維護管理，系統適用範圍涵蓋所屬人員包含員工272人（82.4%）、非員工58人（17.6%），內外稽核範疇均一致。

大園廠職業安全衛生管理系統規範說明	
適用場域範圍	大園廠
涵蓋對象與人數比例	員工（272人／82.4%）、非員工（58人／17.6%）
管理資訊與作業事項	建立環安衛政策及目標等方案、危害鑑別與風險評估、法規遵循、外包與承攬管理、績效監督與量測、內部稽核實施與規劃、管理審查及持續改善等作業事項。
內部員工參與機制	由勞方代表出席每季1次職安衛委員會，評估與討論事項包含：勞方參與及諮詢機制、危害鑑別及衝擊評估、環安衛風險機會之措施規劃、評估教育訓練需求有效性、決定需要溝通的事項和執行的方式及調查不符合事件之原因並決定矯正措施。
內部員工溝通機制	▪ 環境安全衛生溝通意見表：員工可透過「環境安全衛生溝通意見表」表示意見，公司統一於「環境安全衛生內外溝通一覽表」回饋，並作為環境安全衛生管理系統改善參考。 ▪ 由勞工代表統一於委員會提出：透過勞工代表出席每季1次之職安衛委員會時統一提出。 ▪ 例行性會議、政策宣導公告：相關權責單位經由政策公告、晨會、周會及月會等例行性會議進行公告，亦透過教育訓練等場合與各單位溝通。
非員工溝通機制	▪ 意見蒐集方式：透過「環境安全衛生溝通意見表」，由權責單位進行意見彙整。 ▪ 政策揭露方式：將職安衛政策公告於公司官網，並透過客服信箱、電話、傳真等方式進行溝通。

註：1.目前僅大園廠制定職業安全衛生管理系統與機制並取得ISO45001證書。
2.非員工包含承攬商、外包商。

新東陽設置職業安全衛生委員會，每年至少召開4次，2025年委員共24名，其中勞方代表8名，占委員總數三分之一。勞工代表透過職安衛委員會參與危害鑑別、風險評估、控制措施、不符合事件調查及矯正改善等決策過程，亦經由「職業安全衛生溝通意見表、例行會議、政策公告及教育訓練」等多元管道給予意見反饋。針對承攬商與外包商，若發生緊急意外事件，由權責單位立即向相關單位通報，並透過危害告知、協議組織會議等機制啟動後續緊急流程，落實內外部工作者之安全衛生管理。

職業安全衛生委員會組織架構及權責



職業安全衛生風險管理

為避免對員工的健康安全與財務造成損失，依「環境考量面及危害鑑別風險機會評估程序」定期進行危害鑑別與風險評估，辨識過去、現在、未來之作業活動可能對員工產生的健康安全風險，以及環境及營運面向上風險，並採取預防及控制措施，將風險控制於可接受範圍。大園廠設定每3年定期啟動危害與風險評估鑑別作業，並依評估結果檢討控制措施有效性，透過工程改善、行政管理、教育訓練及程序修正，持續降低職業安全衛生風險並預防事故發生。

職業安全衛生風險評估與管理流程

鑑別頻率：每3年定期更新鑑別

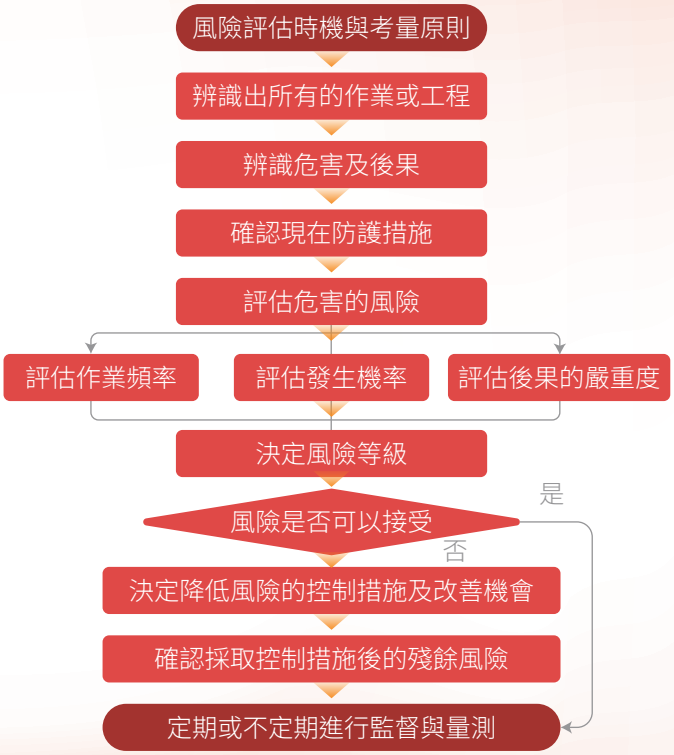
鑑別時機

- 得因「作業環境變動、常態作業改變、化學品增加、可燃性氣體改變等有影響環境及安全衛生」等變動。
- 環安衛法令變更影響到廠內作業管理。
- 相關利害團體提出回饋意見。
- 因目標方案造成「機台/設備/器具/管理規章制訂」衍生新的環安衛風險評估。
- 因特定環安衛異常提出改善措施。

事故通報與調查流程

建立「事故通報流程」，若發生重大職災，需於8小時內完成主管機關通報，並啟動事故調查小組分析原因。

評估流程



新東陽致力打造安全營運場域，全台各營運據點及營業場域皆依規制定逃生計畫。當異常事件發生時，由合格領證主管與同仁執行緊急應變流程，相關證照資格均納入年度定期審核。為強化同仁防災意識，各場域每半年辦理消防自衛編組及 CPR+AED 教育訓練，透過實作演練確保同仁熟稔應變流程，維護場域安全。

新東陽參照勞動部所提供之「職業病參考指引」五大分類，並依公司「環境考量面及危害鑑別風險機會評估程序」及食品業特性，歸納「社會心理性」、「物理性」、「化學性」、「生物性」及「人因工程」危害因子可能導致的職業疾病等風險類型。對於所鑑別之風險議題，新東陽根據不同族群採取相對應的預防或減緩措施，以此降低職業傷害及疾病風險發生。

風險鑑別結果				
風險議題	影響對象	影響程度	預防/減緩措施	預計導入 / 執行成效
人因工程危害（肌肉骨骼傷害）	搬運與包裝人員	中度風險	提供輔助搬運工具、實施職務輪調避免長時間重複動作、安排人因危害預防講座。	▪ 針對高風險族群進行健康關懷訪談。
社會心理性危害因子	全體人員、門市人員、管理職	中度至高度風險（壓力、焦慮、倦怠、離職）	建立員工協助方案（EAP）、心理健康諮詢機制、合理工時管理、職場霸凌防治措施、主管關懷訓練。	▪ 降低員工壓力與離職 ▪ 提升工作滿意度與敬業度 ▪ 減少職場衝突與申訴案件
物理性危害因子	工廠作業員、設備操作人員、門市後場人員	中度至高度風險（聽力受損、熱傷害、跌倒或撞擊）	噪音防護、高溫作業管理、設備安全防護裝置、定期設備檢查、工作場所照明改善、防滑措施。	▪ 各據點皆已導入相關預防措施，保障同仁安全。
化學性危害因子	清潔人員、生產線員工、品管人員	中度至高度風險（中毒、呼吸道刺激、皮膚傷害）	化學品標示與SDS管理、通風設備設置、個人防護具（手套、口罩）、教育訓練、替代低毒性物質。	▪ 降低化學暴露風險 ▪ 避免職業病發生
生物性危害因子	食品作業人員、倉儲人員、清潔人員	中度風險（引發感染、過敏或食品污染風險）	個人衛生管理、作業區清潔消毒、病媒防治、健康檢查、食品安全管理制度（如HACCP）。	▪ 低感染與污染風險

職業安全衛生教育訓練

新東陽著重職業安全衛生教育訓練，透過教育訓練取得職安衛證照者，大園廠具備：乙級職業安全衛生管理員共2名、甲種職業安全衛生業務主管共4名、丙種職業安全衛生業務主管共9名。近三年職業安全衛生教育訓練概況、緊急災害應變教育訓練概況詳見附錄一 表5-8~5-9。

2024年成立新東陽Green安衛家族，以大園廠為核心企業，攜手18家廠商共同成立。2024年辦理新東陽Green安衛家族活動4場，共118人次參與；2025年辦理新東陽Green安衛家族活動3場，共162人次參與。

2024年成立新東陽Green安衛家族：大園廠 紀坤榮廠長領證

避免執行職務遭受不法侵害之預防管理計畫

新東陽重視員工身心健康發展，對不法侵害堅定保持「零容忍」之立場，建立尊重、無歧視且安全的管理機制與預防措施，確保職場零不法侵害等事件發生。新東陽工作場所內之員工、承攬商或參訪者等人員於職務執行時發現有立即危害之情勢發生，在不危及其他人員安全下，受侵害之人員基於安全考量可自行停止作業並退避至安全場所，且向相關管理人員報告進行改善，以降低危險與預防事故發生，且不因此進行解雇、懲處、調職、扣薪等處分，以保障員工及廠內相關人員可行使「退避權」。

員工職業傷害統計

新東陽事先規劃緊急應變計畫並每年進行演練，預防並降低人員、設備及財產損失。2025年總公司發生2件通勤交通意外（共2人），失能傷害頻率控制0.19%，優於原定目標（0.2%）。大園廠職業傷害比率為0，當年度記錄虛驚事件 4 件與輕傷害3 件（摔傷/碰傷 2 件、夾傷 1 件），截至 2025 年 12 月 31 日累計無損失工作日數達1,230 天。因應人因肌肉骨骼職業傷害風險，同步推動職務再設計改善方案。近三年職業傷害統計詳見附錄一表5-10至 5-11。

5.3.2 員工關懷與溝通

新東陽提供員工及協力廠商臨場健康服務，由專業職業衛生醫師及護理人員至各營運據點進行健康關懷、健康諮詢及衛教宣導等服務，協助員工辨識工作場所可能影響安全健康等風險。針對健康促進方面，提供「全方位職場健康守護計畫」，每月安排專業職護人員提供臨場健康服務，包含：異常健檢報告一對一諮詢、肌肉骨骼不適預防指導、母性健康保護評估等。透過定期與密集的專業照護，促使同仁參與職護服務並提升健康照護意識，作為預防職業健康風險及持續改善職場健康環境的重要基礎。

員工健康服務

風險鑑別結果		
總公司	臨場健康服務	聘請專職醫師及護理人員，每月至各廠區及營運據點進行臨場服務。服務頻率為每月 2-4 次，每次至少 2 小時，2025年職護服務時數共計1,440小時、員工關懷諮詢服務共計36場次。
	健康檢查	每年提供一次健康檢查額度。
	肝病防治健康檢查	年度免費提供同仁特殊項目健檢
大園廠	臨場健康服務	聘請專業職業衛生護理人員（職護），每月至大園廠進行臨場服務。每月6次、每次2小時之服務頻率，2025年共累計服務時數144小時。
	健康講座	年度提供不定期健康相關主題講座免費參與

大園廠 職護臨場服務升級—全方位職場健康守護計畫						
年份/執行項目	選配勞工從事適當之工作(人次)	健康檢查異常追蹤及健康指導(人次)	母性保護(人數)	人因性危害預防(人數)	異常工作負荷預防(人數)	中高齡工作適能(人數)
2023	5	185	3	1	32	16
2024	7	151	4	14	11	12
2025	4	163	3	3	7	15

哺(集)乳室設備

總公司

設有完整哺育設備及設施，提供同仁安心的環境。

大園廠

通過桃園市政府勞動局_114年補助事業單位設置哺(集)乳室與托兒設施升級，提供更好的環境供同仁使用。

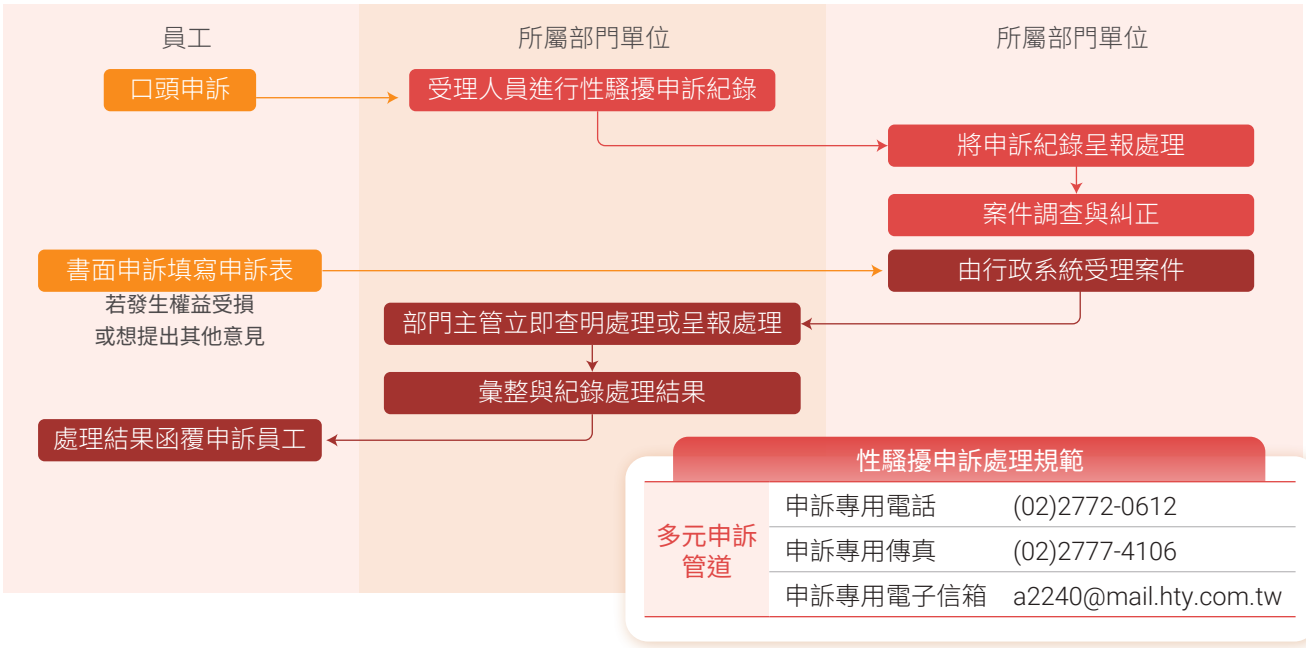
員工餐廳與休憩場域

新東陽總公司及大園廠皆設置專屬員工餐廳，提供同仁外食以外的優質選擇。由專業廚師每日現煮「四菜一湯」營養餐食，確保同仁能以優惠價格享有均衡營養。餐廳內部全面採用環保餐具，守護同仁健康的同時也落實日常減廢，營造健康且永續的用餐環境。大園廠的員工宿舍配有交誼廳及撞球桌，戶外有籃球場等設施，提供員工休憩放鬆的場域。

性騷擾申訴處理

新東陽為保障同仁、求職者、承攬商及外包商之工作權益，訂定「性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，並採取適當性騷擾預防、懲戒及處理措施，致力提供和諧安全且友善的工作環境。若同仁於工作場所中遇有性騷擾等情事，可透過人力資源部提出申訴，公司內部更設有員工信箱及「員工申訴處理流程」，作為同仁反映意見、提出申訴及尋求協助之管道，持續保障同仁權益與強化職場和諧。

性騷擾申訴處理流程



性騷擾申訴處理規範

多元申訴管道	申訴專用電話	(02)2772-0612
	申訴專用傳真	(02)2777-4106
	申訴專用電子信箱	a2240@mail.hty.com.tw

ch6
共好之愛

6.1 文化傳承 140
6.2 教育陪伴 143
6.3 弱勢關懷 145
6.4 在地連結 147
6.5 通路影響力 149

亮點績效

「愛傳承」公益禮盒捐贈

累積數量達 **93,000 罐/盒**

總額達 **2,400 萬元**

永續在地之旅：公益陪伴計畫

累積辦理 **5 場次**

參與逾 **500 人次**

陪伴偏鄉孩童學習烹飪食育計畫

服務長者逾 **300 位**

陪伴孩童逾 **200 位**

逾十年採購在地文旦挺小農「柚來做好事」中秋義賣

每年採購逾 **1,800 公斤**

帶領孩童與親子家庭漫遊迪化

累積辦理 **5 場次**

參與逾 **200 人次**

- 累積捐贈逾160個單位
- 節慶計畫辦理至今逾2,000人次參與

政策承諾	傳承美味人情，承諾以具體且可衡量的行動回應利害關係人期待，確保公益資源對應在地需求，實踐對地方社會的長久承諾。
組織願景	以新東陽「美味、品味、人情味」的品牌價值為基礎，透過「文化傳承、教育陪伴、在地連結、永續實踐」四大支柱，將社會參與轉化為具備影響力的永續行動。

管理行動	2025目標	2023-2025累積行動績效	達成概況	短期目標（2026年）	中期目標（2030年）	長期目標（2050年）
中華美食文化傳承	▪ 舉辦6場節慶與食育活動。	▪ 透過節慶與食育計畫，深化大眾對中華飲食文化與永續飲食的認知。 ▪ 累積舉辦18場以上節慶與食育活動，參與逾500人次。	達成	每年舉辦6~8場節慶與食育計畫，參與達300人次。	每年舉辦6~8場節慶/食育計畫，2027-2030年累計參與達500人次。	持續遵循新東陽永續3大原則「綠色承諾」「安心健康」「陪伴共好」推行各項行動。
教育與陪伴	▪ 發起青少年職能探索體驗活動。	▪ 提供弱勢青少年穩定的職場銜接與實習機會。 ▪ 舉辦青少年職能探索/兒童職場體驗共2場活動，累積達26人次。	達成	每年舉辦青少年職能探索體驗活動，參與逾20人次。	2027-2030年期間累計提供60名以上弱勢青少年參與職能探索活動。	

新東陽以「美味、品味、人情味」為橋樑，結合總公司通路資源與麥氏新東陽基金會公益能量，開創社會共好藍圖。我們深信，文化需透過體驗延續，弱勢需要陪伴看見未來；當大眾對土地有感、對社會有情，永續才能真正發生。，圍繞「文化傳承、教育陪伴、在地連結、永續實踐」四大支柱，透過「人 × 情 × 味」核心方程式的實踐，致力達成個人自信、家庭連結至社會韌性的共榮目標。

新東陽社會共好藍圖

四大核心支柱

文化傳承

體驗延續、人情味傳遞

教育陪伴

深度陪伴、共學共好

在地連結

對土地有感、對社會有情

永續實踐

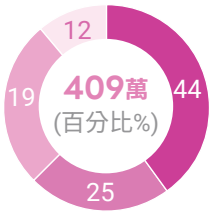
志工行動、善意扎根

社會影響力階層目標

- **個人層次**：為孩童建立自信
- **家庭層次**：為家庭強化連結
- **社會層次**：為社會培育韌性

2025年社會共好資源投入分布

新東陽與麥氏新東陽基金會充分依循組織優勢，透過資源互補擴大社會影響力。新東陽著重於公益關懷活動與在地小農推廣；麥氏新東陽基金會則深耕文教活動、獎助學金、弱勢協助與物資捐助。雙方相輔相成，讓善意在長期陪伴中扎根。其中，新東陽的具體實踐包括「柚來做好事」公益活動、設立公益櫃位以及與地方農會及農青合作等（詳細成果請參閱章節 6.5）。



總公司

- 弱勢物資捐助
- 永續在地活動
- 弱勢資金捐助
- 教育資源捐款

麥氏新東陽基金會

- 永續在地活動
- 文教年度活動
- 國內獎助學金
- 弱勢群體協助
- 節慶弱勢捐贈

柚來做好事

國道小農

農青市集

公益專櫃

麥氏新東陽基金會

麥氏新東陽基金會自1984年成立至今，始終秉持「取之於社會，用之於社會」的初衷，主要關注對象涵蓋18歲以下的弱勢青少年及學童，這份守護下一代的承諾，長期具體實踐在與新東陽有著深厚歷史因緣的「幸夫愛兒園」；同時，基金會更將食品專業擴散至社會，圍繞文化、教育、永續與關懷四大核心展開行動，將核心理念化為長期且穩定的溫暖陪伴。

幸夫愛兒園：新東陽的長情陪伴

1991年「幸夫愛兒園」的命名與成立，承載著新東陽創辦人麥幸夫先生關懷失依兒童的遺願，時任麥總經理夫婦完成園所建設，希望能支持家變孩童能在愛心教養下「幸福」成長。

這份深厚的歷史因緣，使幸夫愛兒園成為麥氏新東陽基金會兒少關懷的核心對象。數十年來，基金會除了提供穩定的資源支持外，每年更定期發起兩大指標行動，由同仁與志工親身投入陪伴，讓這份溫暖持續流傳。

8月「公益陪伴暨永續在地之旅」：

號召同仁組成志工團隊，長期陪伴孩童進行生態走讀與探索，在自然共學中建立與土地的連結。

12月「歲末感恩音樂會」：

每年參與幸夫愛兒園舉辦的感恩音樂會，為孩子打造展現自信的溫馨舞台，用音樂與實質互動傳遞歲末溫情。

ESG網站QRcode

四大核心行動方案

中華美食文化傳承

策略	以節慶與飲食文化為核心，透過手作體驗打造兼具教育與互動的文化學習場域。
行動	與台北霞海城隍廟跨界合辦元宵活動，並持續推展肉鬆小學堂。
歷年成果	透過門市、國道、機場等實體場域深耕，累計逾2,000人次參與，將傳統飲食工藝深化為跨世代的體驗。

教育與陪伴

策略	透過獎助學金、食育計畫與職場實境體驗，全方位支持弱勢學子安心向學並落實職能探索。
行動	自1984年起，長期發放獎助學金，並結合桃園機場商場實習、惜食推廣與遊戲化互動，深化學子的職能與生活培育。
歷年成果	食育計畫已協助逾500位偏鄉師生與長者。高達九成的實習學子表示有效提升職場溝通能力與職涯信心。

在地連結

策略	透過文化走讀、參與地方祭典與農青交流，將在地場域轉化為培養孩童對土地認同與責任感的學習基地。
行動	以「手炒肉鬆」敬獻台北霞海城隍廟誕隍祭為首，並持續推動大稻埕人文導覽，並深耕各地推廣學生食農教育計畫。
歷年成果	推動6場食農教育活動，建立「文化走讀×在地農產」模式，深度串聯民眾對地方文化與農業的跨域連結。

弱勢關懷

策略	結合飲食營養、緊急物資與教育支持的多元照護平臺回應弱勢族群的實質需求。
行動	推出「愛傳承」禮盒，並攜手社福機構配送節慶物資、認捐春節團圓飯；長期提供獎助學金支持清寒學子。
歷年成果	愛傳承禮盒累計捐贈逾2,400萬元；連續5年累計支持48間機構圍爐；累計贊助弱勢助學金逾300萬元。

6.1 文化傳承

新東陽視「中華美食文化傳承」為企業最核心的社會責任，致力將傳統節慶、民間技藝，以及深厚的中華飲食底蘊，轉化為現代生活中的沉浸式體驗。透過「節慶計畫」、「節慶關懷」與「飲食文化教育」三大面向，落實文化、公益與社會的永續。

6.1.1 節慶計畫

節慶是華人社會的情感紐帶，也是珍貴的文化根基。新東陽以「職人精神」為導引，在元宵、寒食、端午及中秋等團圓時刻，將傳統工藝傳承與手作體驗深度結合，帶領大眾了解節慶背後的歷史與習俗。自2020年起辦理至今已累計超過2,000人次參與，成功建立起世代共學的場域，讓文化在現代生活中扎根延續。

元宵節

最強元宵師父｜傳統文化傳承，親子趣味搖元宵

- **每年舉辦2至3場，2025服務 逾100組 家庭**

  將傳統技藝轉化為教育資源，由新東陽師傅現場教學「搖元宵」，將「公益關懷」與「文化教育」雙軌並行，吸引親子及國內外旅客參與。

台北霞海城隍廟

端午節

- **每年舉辦2至3場，參與人數 逾100人**

每年邀請公益團體孩童參與端午節活動，整合節慶故事、飲食文化與包肉粽體驗課程，讓孩子從實作中認識端午節的文化意義。活動場域更延伸至台北市萬華區「青年社會住宅」，導入端午主題桌遊，邀請社區長者一同參與互動，促進世代交流與同樂。

勵友中心、守護者協會

台北市基督教勵友中心

中秋節　月圓人團圓

- 2021年開始連續五年舉辦活動，邀請公益團體孩童親手製作手工月餅 。
- 2025年邀請孩童親自參與「月餅禮盒視覺設計」與「手作月餅生產」，完成的月餅禮盒限量回饋給長期關注勵友中心的社會友好人士。

寒食節　春日食潤・尋味在地

- 透過迪化街文化導覽與潤餅手作體驗，帶領孩童認識寒食節歷史由來 。

蒲公英希望基金會 讓愛轉動關懷協會

6.1.2 節慶關懷

有華人的地方，就有人情味

新東陽推動「節慶關懷行動」逾20年，固定於春節、端午、中秋與聖誕等節慶，向全台弱勢家庭、社福機構、特教與養護單位提供食品與生活物資。

- 捐助規模：2023年至2025年間，全台事業體物資捐助總額逾新台幣600萬元。
- 多元補給：除品牌經典產品，亦根據受贈單位實際需求，提供客製化的在地美食與營養補給。

守護離島跨海精準關懷，與災區陪伴支援

聖誕專屬行動

自2019年起，聖誕節物資捐贈包裝成聖誕禮物。2024年首度拓展至澎湖吉貝，提供離島兒童聖誕專屬禮盒與炙烤火雞。

災區援助

2025年針對花蓮震後受災地區，擴大物資與關懷支持，受贈單位由原本1家增加至9家，陪伴更多受災家庭度過災後生活，傳遞持續性的溫暖與陪伴。

未來規劃

針對偏鄉、災區等特殊需求地區提供即時營養支持，並搭配志工及公益團體實地訪視。

To 麥氏新東陽基金會

感謝麥氏新東陽基金會，15年來不間斷的物資捐贈，每年陪伴勵馨基金會婦幼在端午、中秋、聖誕節及農曆年前有一份特別屬於自己的禮物。一份充滿溫暖及愛「禮物」，是新東陽精心準備的禮，有著節日的意涵及祝福，社工將新東陽的心意傳遞到服務的家庭。必須說每一年的物資捐贈總是精心挑選，且充滿變化，感受到這是一份送「友人」的伴手禮，充滿尊榮的物資，正如一位服務家庭的媽媽真摯回饋：『能被看見的感覺真的很開心』。

6.1.3 中華美食文化

新東陽深信，食品不只是美味，更是文化的載體。肉鬆，承載著台灣食品加工技術與飲食文化的演進。我們希望以餐桌上熟悉的肉鬆為媒介，進行「加工食品教育」的觀念傳遞，並從產地溯源、加工透明、文化轉譯等三大面向重建連結，打破大眾對加工食品的迷思，讓永續飲食觀念扎根於每一次的用餐體驗。

肉鬆小學堂

文化體驗課程

2024年起於大稻埕「迪化100」門市推出「手炒肉鬆體驗」，邀請親子與公益團體親歷炒焙過程，並學習挑選優質肉品。

關愛之家、勵友中心、守護者協會

校園食農教育

將「肉鬆製作機」導入跨世代食農教育。結合電商學生、長者、農青與廚師，展示「從產地、加工到餐桌」的完整歷程。

健行科技大學

御膳房手炒肉鬆貢禮體驗

- **結合在地信仰與工藝**
  配合城隍廟誕辰與「誕隍祭」遶境期間，舉辦手作肉鬆體驗。
- **善循環實踐**
  參與者親手炒製的肉鬆做為城隍爺誕辰賀禮，全數作為「夏令救濟物資」轉贈在地弱勢家庭，將文化活動結合實質的公益行動。

台北霞海城隍廟

6.2 教育陪伴

新東陽對教育的定義，是全方位的守護。對於處於求學階段、生涯轉折或生活困境中的青少年，我們建立了一套結合經濟支持、生活關懷與能力賦予的教育陪伴體系，將企業的誠信與溫度，轉化為孩子生命中的成長能量，陪伴他們走過十字路口，進而培育出具備認同感與韌性的下一代。

6.2.1 助學計畫

讓愛無礙，點亮學子未來 | 以「教育平權」翻轉逆境

穩定求學支持（常態性獎助學金）

- **國內長期資助**
  自1984年起，麥氏新東陽基金會長期支持清寒學子，攜手家扶基金會及世界展望會等機構一同幫助弱勢家庭，陪伴孩童快樂地學習及成長。為確保弱勢孩童求學無虞，基金會自2011年起，每年固定提撥逾20萬元專案助學金以資助國內清寒學子求學並提供長期且安心的教育後盾。

家扶基金會、世界展望會

- **海外偏鄉補助**
  新東陽大陸子公司自2021年起捐助西安市鐵一中學，支持偏遠地區家境清寒的學子。透過全額資助高中三年學雜費，確保偏鄉孩童不因經濟困境而中斷學業。（2021-2025年）累計捐贈金額約100萬人民幣。

西安市鐵一中學

特定風險救助（職災家庭與偏鄉專案）

高速公路總局

- **「一路傳承的愛」十年長情陪伴：**
  「一路傳承的愛」專案針對2015年國道職災受難家庭，發起長達10年以上的經濟支持與成長陪伴。

- **善意循環實證：**
  當年受助就讀小學的女孩已順利成長，目前也親身投入公益活動，成功將企業溫暖轉化為回饋社會的力量。

一路傳承的愛
故事連結

6.2.2 職能探索體驗

在十字路口，給予「挑戰」的勇氣

國高中階段是青少年奠定未來職涯發展的關鍵時期。新東陽協助學生在進入職場前，提供實習體驗的機會，透過引導其理解門市同仁對顧客展現的服務態度與溝通互動，協助建立職場認同感並轉化為社會穩定的支持力量。

機場商場青少年職能探索體驗

預見未來：桃園機場商場「職能探索」實境體驗計畫

啟動青少年職涯發展藍圖

- **結合新東陽特殊通路營運場域，2025年首次導入桃園機場商場實境體驗**

  由新東陽資深同仁一對一職涯帶領帶領11位青少年進行門市與餐飲分工實作，近九成參與學生表示有效提升對未來工作的自信心 。

台北市基督教勵友中心

勵友中心的回饋

To 麥氏新東陽基金會

陪伴孩子好好長大，需要整個社會的力量

深深感謝麥氏新東陽基金會看見少年們的需要，一同為勵友中心的兒少創造豐富、有溫度的體驗。新東陽不僅發揮所長，透過食農教育帶著孩子們捏月餅、包粽子，甚至體驗香氣四溢的肉鬆製作過程，在揉捏與手作間傳承飲食文化並理解"節慶意義；導覽新東陽機場商場，帶著孩子們將視野延伸至國境大門。透過一日職涯探索，拓展學生們更多元的職業眼界，種下對未來的夢想種子。這份兼具生活與職涯培力的雙重陪伴，讓少年們在前行的路上擁有了更多底氣與方向。謝謝新東陽，與我們一起成為守護兒少長大的力量。

門市兒童職能探索體驗

2025創業實戰夏令營：小小CEO

觀察力 x 表達能力 x 團隊合作

- **微型商業職能培育**

  將林森門市轉化為「小小CEO」創業實戰夏令營，本著回饋社會與紮根品牌經營的初衷，帶領15位學童與12位家長，透過品牌體驗與禮盒設計等課程，建立基礎商業概念與團隊合作能力 。

- **接軌國際職探品牌**

  以門市轉型教育場域的成功經驗作為實務基石，為2026年第四季新東陽進駐南港LaLaport購物中心引進全球知名兒童職涯體驗提前佈局 。

6.3 在地連結

6.3.1 公益陪伴暨環境教育之旅

從「人」出發，以「情」連結的共學實踐

自2020年起，每年8月暑假號召內部同仁與社會夥伴組成志工團隊，提供幸夫愛兒園孩童長期穩定的跨世代陪伴。透過淨灘、生態走讀與農場探索等實體參與，讓孩子在自然場域的共學中培養環境責任感，並強化對台灣土地的連結。

我們走過的路

2025｜食旅心田：從文化理解到食物尊重的共學行動 | 桃園忠貞新村、沛芳農場

文化走讀 × 食農教育 × 生態觀察

- **和平共融**
  由在地學生擔任「小小導覽員」，講述金三角異域孤軍歷史，讓參與者不只聆聽，更成為文化傳承者。
- **產地到餐桌**
  走入農田親手處理食材，將抽象的「珍惜食物」概念轉化為具體的農務勞動體驗。

歷年活動

2024 淺山森林探險
從生態修復看見自然韌性
石碇阿里磅生態農場

2023 Coral our Earth
百人淨灘與珊瑚復育
基隆海科館

2020手護海灘
守護赤蠵龜的家與
溼地生態探索
宜蘭利澤沙丘

2022與海鳥的約定
溪流走讀與水資源教育
蘇澳白米河、阿里史溪

註：2021年受新冠疫情影響，暫停辦理當年度公益暨在地永續活動之旅。

幸夫愛兒園

利害關係人的回饋

To 新東陽

感念新東陽自1987年時任總經理麥石來賢伉儷協助購地建園起，長達四十載不間斷的守護。院名特以新東陽創辦人麥幸夫先生命名，賦予孩子們對『幸福』的期盼。這份暖心關懷如今傳承至現任總經理麥升陽賢伉儷與團隊，透過長期的溫暖陪伴與互動，支持愛兒園的孩子們在愛中穩健成長。而新東陽全台營運據點及門市所設置的發票箱，更將默默凝聚的善意，化為多年來支持我們日常營運的力量。

To 麥氏新東陽基金會

感謝麥氏新東陽基金會長期以來精心規劃豐富且具教育意義的體驗活動。從早期的淨灘、淨川與海洋生態保育，到近年的多元族群文化聚落導覽與農場採收觀察，基金會帶領孩子們走出教室，建立起對生態、土地及多元歷史背景的認識。這些用心安排的活動與溫暖陪伴，皆轉化為孩子生命中的珍貴養分，不僅引導大家建立關懷與友愛的價值觀，更累積了探索世界、迎向美好未來的力量。再次感謝麥氏新東陽基金會長期以來的支持與付出，讓孩子們擁有更多探索世界、認識自我，以及感受愛與善意的機會。

6.3.2 漫遊迪化

以「大稻埕」為教室，重塑土地認同

自2021年起，以巴洛克式風格歷史建築的「新東陽迪化100門市」為據點，透過在地走讀導覽與感官實作，將大稻埕街區轉化為文化體驗場域，重塑土地認同。

大稻埕人文導覽與親子體驗計畫

2025年舉辦【戀夏迪化100・親子感恩午餐】共餐活動

- 2021至2025年間，共推動逾15場導覽體驗，累計帶領逾400人次孩童與親子家庭參與。
- 整合大稻埕文史導覽員與專業講師，並串聯臺安基金會、1919食物銀行、勵友中心、關愛之家等多家社福夥伴。

中華兒童暨家庭守護者協會

6.3.3 食農教育

與土地對話，看見食物的源頭

新東陽長期深耕食農教育，透過與農場及學校合作，帶領參與者在指尖觸碰泥土的過程中，培養對土地的尊重與責任感，並重新連結土地與食物的關係。

食農教育計畫－從土地到餐桌的學習旅程

落實永續與土地連結

- 推動「惜食、慢食、全食」理念，培養對環境保護、有機農業與低碳飲食的認知。串聯在地農會、龍潭高中與沛芳有機農場，辦理多場涵蓋國小至大學多元族群的食農體驗活動 。

沛芳有機農場、龍潭高工、
北勢國小、華勛國小

6.4 弱勢關懷

6.4.1 愛傳承

愛傳承公益計畫：長期守護，傳遞溫暖

新東陽自2015年起，每年於新春及中秋佳節固定推出「愛傳承」公益禮盒，邀請民眾一同參與公益。運用食品產業的核心職能，落實「買一捐一」的承諾：每售出一份愛傳承禮盒，新東陽便捐出一份高品質營養物資，將社會大眾的善心傳遞給需要援助的族群。截至2025年，我們與消費者攜手累積了深遠的影響力，累計捐贈數量共93,282罐/盒，捐贈總額達24,741,046元。

分季關懷：對接弱勢需求

春節：守護弱勢兒童成長

與公益團體合作，透過捐贈旗魚鬆、水煮鮪魚罐頭等富含優質蛋白質的食品，為兒童補足所需的營養。

「世界和平會」
「安得烈食物銀行」

中秋：陪伴三失長者團圓

著重照護「失依、失能、失智」的三失長者，提供易消化且營養豐富的肉鬆或調理包，改善長輩飲食品質。

「伊甸基金會」
「華山基金會」

網站連結

1919食物銀行救助套餐：跨越儲存與地理限制

新東陽與1919 食物銀行長期合作，將愛心物資順利配送至全台需求的家庭及需求者手中。

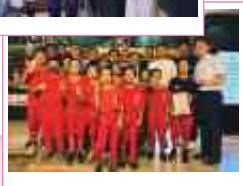
- 標準化救助套餐：透過新東陽行動購APP及官網設立專區，將個人捐贈轉化為高營養、可常溫保存的標準化物資包。
- 多解決儲存困境：針對缺乏冰箱設備的受助家庭，提供罐頭與調理包等易保存食品，確保物資能長期存放與使用 。
- 精準物資配送：藉由「1919食物銀行」的專業網絡，將大眾愛心直接配送至全台有需求的家庭 。

6.4.2 公益實踐

新東陽與麥氏新東陽基金會長期透過物資捐贈、贊助支持、獎助學金、志工行動及活動辦理等方式，進行全方位的公益實踐。新東陽除了以食品業本身為出發，積極推動食農教育外，也關懷弱勢、偏鄉、兒童及銀髮族群，近年更拓展公益實踐至藝術文教及運動賽事領域。未來，將持續擴大公益行動的觸角，把關懷與善意延伸至最需要的角落。

公益實踐領域

	合作單位	歷年行動
飲食關懷	▪ 全台公益單位 ▪ 新北市社會局	▪ 春節圍爐送暖：連續5年（2021-2025）推動「春節團圓飯」認捐計畫，累計投入經費逾32萬元，支持 48間社福機構與家庭。 ▪ 長期響應「新北市惜食計畫」捐贈高品質肉品 ▪ 推動「節慶計畫」致力文化傳承 ▪ 推動「飲食文化」教育體驗
偏鄉支持	▪ 臺安基金會 ▪ 高雄怡心寶貝社群協會 ▪ 花蓮縣新城鄉	▪ 支持偏鄉義診及手作計畫物資 ▪ 支持偏鄉學堂課後陪伴物資 ▪ 2022年捐贈花蓮偏鄉幸福城鄉巴士
學童教育	▪ 世界展望會 ▪ 家扶基金會 ▪ 臺安基金會	▪ 自2011年起，長期贊助助學金累計逾300萬元 ▪ 公益陪伴永續在地之旅幸夫愛兒園 ▪ 捐助物資支持臺安基金會舉辦兒童夏令營
藝術文教	▪ 中華孝有教育經濟拓展協會 ▪ 幸夫愛兒園 ▪ 泳氣電影全媒體有限公司	▪ 自2019年起支持台北市永康公園-印象永康寫生比賽相關物資 ▪ 每年參與幸夫愛兒園感恩音樂會 ▪ 贊助電影「突破-三千米的泳氣」描述視障者成功泳渡日月潭的故事
運動賽事	▪ 關西國小 ▪ 華山基金會 ▪ 中信兄弟象棒球隊	▪ 長期資助新竹縣關西國小棒球隊 ▪ 贊助華山基金會-2025年愛老人明星公益棒球賽經費及愛心義賣物資 ▪ 贊助中信兄弟象棒球隊



6.5 通路影響力

新東陽善用交通樞紐優勢，將機場轉化為藝文交流場域，並將國道服務區打造成連結在地文化的中繼站。我們透過通路力量串聯旅客、農青與偏鄉學童，具體落實「文化、教育、在地」的永續價值。

6.5.1 機場商場

桃園國際機場

向左走・向右走｜打造「旅人廣場」藝術空間

攜手幾米團隊，於桃園機場第一航廈打造以《向左走・向右走》為主題的藝術裝置區「旅人廣場」，希望大家能在這邊感受到台灣的味道，為旅人增添療癒氛圍，也讓機場休憩區轉型為一處文化驛站。

桃園國際機場

聖誕好日子午後音樂饗宴

邀請金曲入圍組合「丹丹貓貓」帶來驚喜演出並提供茶點，展現機場多元價值。

嘉義優鮮

與嘉義縣政府農業品牌「嘉義優鮮」展開通路合作，規劃常態專區，將嘉義農特產直送旅客手中。

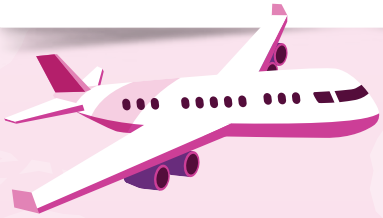
臺北松山機場

台北愛樂｜聖誕音樂廳

邀請「台北愛樂青年管弦樂團」，提供青年展演舞台。

秋月・賞樂趣｜中秋音樂饗宴

邀請安童文教基金會視障表演者演出，推廣多元共融與社會平權理念。



6.5.2 國道服務區

關西 x 西湖 x 南投 x 西螺 四大服務區串聯支持

柚來做好事

連續10年推動中秋義賣，每年採購逾1,800公斤在地文旦，近年更導入石虎友善文旦，所得全數捐贈在地需要幫助的學校及社福團體，兼顧生態與弱勢關懷。

國道媽祖

新東陽連續4年與西螺廣福宮、高公局攜手舉辦「媽祖國道護平安」遶境活動，將台灣獨特的國道宗教文化與行車安全深度結合 。

雲林良品

長期協助產銷推廣，透過設立品牌專區及舉辦年節展售會，將優質農產轉化為伴手禮，實質協助在地小農拓展通路 。

農民直販所/農青市集

於服務區打造高能見度展售平台，鼓勵農民與旅客直接互動，讓用路人以行動支持小農。

街頭藝人

長期開放免費表演空間，協助街頭藝人、弱勢及身心障礙表演者穩定生活 。

關西服務區

「鹹菜甕節」與「柿餅節」

定期舉辦在地特色文化節慶，結合新竹九降風特產與客家傳統手工古法，推廣秋冬限定的「柿餅節」；並連續13年舉辦「鹹菜甕節」，現場重現曬鹹菜景致、奉送暖心鹹菜湯，透過國道樞紐帶領用路人體驗深厚的客庄飲食文化。

桃園好農

與桃園市政府農業局合作，設立專屬展銷區並上架15項農特產品，善用通路優勢協助在地青農開拓國旅與海外商機。

結合客家在地文化體驗

以客語音樂、語言學習及道地客家菜與在地便當，打造全方位的客家文化體驗。

世界地球日 分享親手栽種樹苗

響應世界地球日，提供羅漢松、竹柏等自培樹苗供民眾免費領取。自2016年起累計送出約2,200株。

西湖服務區

豐味苗栗

與苗栗縣政府合作於西湖服務區設置專區，首波引進14項嚴選在地農產與加工品，協助地方優質農產推廣至全國市場。

柚在西湖

開放西湖服務區作為核心展銷平台，建立便捷銷售管道讓西湖優質文旦直接觸及用路人，實質增加農民收益。

石虎友善生態教育

以「里山生態」為核心打造石虎友善驛站，透過地景營造、生態教育及捐款支持，致力與旅客共同守護淺山石虎。

南投服務區

無償提供「公益義賣場地」

無償贊助場地支持社福團體辦理「新春義賣」。將愛心實質轉化為實際的資源 。

原民節

連續十餘年舉辦「原民月」，透過傳統歌舞展演與技藝展示，提供豐富的部落文化體驗。

青梅節

每年4月攜手信義鄉農會，舉辦季節限定「梅子DIY」體驗，邀請旅客感受春季酸甜饗宴。

西螺服務區

用莘販售 以行動支持庇護就業

於服務區內規劃「糧莘公益專櫃」，提供庇護性就業者農產展售與職場自信舞台。

黑豆節

連續3年與農業部農糧署及在地農產單位合作，將西螺服務區轉化為大豆文化推廣基地。

雲林農產推廣 香蕉/高麗菜

與雲林縣政府合作，推廣在地新鮮蔬果並展示創意料理，同步開放「揪愛雲林」官方帳號選購，落實減少食物里程，支持產地直送。

6.5.3 門市/專櫃

門市

幸夫愛兒園發票捐款箱

所有門市通路及專櫃，皆設置愛心捐款箱，所得全數捐贈「幸夫愛兒園」。

國道遊購讚 季節刊物宣傳

每季行銷刊物「國道遊購讚」，介紹當季的農特產品及亮點商品；並宣傳當季的國道節慶活動，提高大眾對本土農特產品的認知，將國道服務區打造成推廣在地產業的永續平台。

附錄一：ESG資訊

表1-1、歷年營運財務績效

單位：新臺幣仟元

歷年營運財務績效			
項目	2023	2024	2025
營業收入（A）	3,550,539	3,492,585	3,452,753
營業成本（B）	1,853,567	1,790,607	1,818,137
稅後淨利	73,389	129,877	13,571
純益率（%）	2.07	3.72	0.03
保留盈餘	602,823	658,469	709,120
每股盈餘（新臺幣元）	0.83	1.48	0.15
股東權益報酬率（%）	2.35	3.90	0.30
資產報酬率（%）	1.43	2.38	0.01
政府財務補助總額	35	25	13
員工薪資及福利（C）	451,148	517,041	537,152
支付出資人款項（D）	88,000	44,000	44,000
捐贈 (E)	7,197	4,583	4,096
留存的經濟價值(F)=(A-B-C-D-E)	1,150,627	1,136,354	1,049,368

[註1] 支付出資人款項：發放股利之總額。

[註2] 政府財務補助僅涵蓋托兒經費補助、產檢假與陪產假補助等，無於股權結構中有其占比

表2-1、大園廠取得食品安全相關獨立第三方驗證產量統計表

國際食品安全管理系統驗證項目	驗證有效期間	2023		2024		2025	
		總產量(公噸)	總產量佔比(%)	總產量(公噸)	總產量佔比(%)	總產量(公噸)	總產量佔比(%)
▪ ISO 9001 ▪ ISO 22000 ▪ HACCP ▪ FSSC 22000	2026/11/16	2,861	95%	3,020	95%	3,140	85%

產品類型	產品品項
畜禽肉品加工類	火腿、中式香腸、西式香腸、培根、雞肉鬆、豬肉鬆、臘肉、豬肉罐頭製品
水產製品	魚鬆
糕點產品類	鳳梨酥生產線、手工水果酥生產線、綠豆糕、雪藏綠豆糕、月餅、年糕
休閒食品類	筍豆、烤肉乾、炒肉乾、豬肉絲

表2-2、新東陽TNFD各據點敏感區地帶定位分析

類別	鄰近區域	鄰近區域	距離（公里km）
地方級重要濕地	南港202兵工廠及周邊重要濕地	熊厚呷鹽酥雞（百貨專櫃餐飲）	1.7

類別	鄰近區域	鄰近區域	距離（公里km）
國家級重要濕地	淡水河流域重要濕地	淡水店（銷售門市）	0.2
		迪化100（銷售門市）	0.3
		三重店（銷售門市）	0.3
		三重辦公室（辦公據點）	0.4
		永和店（銷售門市）	0.5
		西寧店（銷售門市）	0.5
		武昌店（銷售門市）	1
		新光三越站前專櫃（百貨專櫃門市）	1.1
		新光三越南京專櫃（百貨專櫃門市）	1.5
		信義店（銷售門市）	1.6
		板橋二店（銷售門市）	1.6
		板橋一店（銷售門市）	1.6
		林森一店（銷售門市）	1.8
國家級重要濕地	桃園埤圳重要濕地	SOGO中壢專櫃（百貨專櫃門市）	0.7
		中壢一店（銷售門市）	1.4
		一期美食街台灣名品集（機場商場門市）	1.5
		一期臻好食客棧（機場商場餐飲門市）	1.5
國家級重要濕地	桃園埤圳重要濕地	一期原住民精藝品展售區（機場商場）	1.5
		一期行旅文創生活館（機場商場）	1.5
		一期人氣土特產展銷專區（機場商場）	1.5
		一期寶島美饌名店街（機場商場）	1.5
		一期台灣特產精藝品展售館（機場商場）	1.5
		一期行旅品味館（機場商場）	1.5
		一期珍情豐味館（機場商場）	1.5
		一期美食廣場（機場商場）	1.5
		一期台灣特色商品館（機場商場）	1.5
		台茂桃園專櫃（百貨專櫃）	1.5
國家公園	壽山國家自然公園	四維店（銷售門市）	1

表2-3、大園廠近三年溫室氣體排放概況

年度	2023	2024	2025
範疇一（公噸CO_2e）	285.550	270.081	744.545
範疇二（公噸CO_2e）	5,886.146	5,791.505	4,763.125
總排放量（公噸CO_2e）	6,171.696	6,061.586	5,507.670
總產值 （千元）	893,079.401	903,267.582	974,793.691
排放密集度（公噸CO_2e /百萬元）	6.91	6.71	5.65

註：

- 排放密集度計算方式：年度溫室氣體總排放量÷大園廠年度總產值。
- 因應環境部規範，*總排放當量 (總申報量)：各單一排放源當量加總後，最終四捨五入至小數點後第3位。

表2-4、大園廠近三年內外部能源消耗概況

能源/年份		2023		2024		2025	
		能源量(GJ)	百分比(%)	能源量(GJ)	百分比(%)	能源量(GJ)	百分比(%)
非再生能源消耗量（A）	汽油	-	-	-	-	89	0.16%
	柴油	-	-	-	-	286	0.50%
	液化石油氣	4,788	8.46%	4,969	8.17%	4,444	7.85%
	總量（A）	4,788	8.46%	4,969	8.17%	4,818	8.51%
再生燃料消耗量（B）		0	0%	0	0%	0	0%
購買而消耗的能源消耗量（C）	外購電力	24,267	42.87%	24,253	42.20%	22,614	39.97%
	外購蒸氣	27,550	48.67%	28,245	49.15%	29,150	51.52%
	總量（C）	51,817	91.54%	52,498	91.35%	51,764	91.49%
出售之能源量（D）	太陽能發電量	1,762	100%	1,699	100%	1,744	100%
能源總消耗量（E= A+B+C-D）		56,605	100%	57,467	100%	56,582	100%
年度總產值（百萬元）		893	-	903	-	975	-

註：1.大園廠2023-2025年均無使用再生能源、外購供熱、外購製冷之能源。

2.售出之太陽能發電量為大園廠自發再生電力，100%轉售給台電公司，因此無「自產但未消耗的電力、供熱、製冷和蒸汽」。

表2-5、各類型營運據點節電成果統計

大園廠2023-2025節電成果統計				
項目	案件數量	年度節省用量	單位	換算焦耳(J)
老舊照明系統汰換成LED	3	17,035	kWh	約61.34 GJ
空調及製程設備改善	5	1,213,885	kWh	約4,370.77 GJ
鍋爐燃料由燃油改採潔淨燃料：天然氣	1	208	公秉	約7,514.6 GJ
外購氣電共生蒸氣使用效率提升	3	78,432.46	公斤	約219.74 GJ

註：1 KWH(度)=3.6×10^6 焦耳(J)；1公秉油當量=0.9公噸油當量=37.8焦耳(J)

國道服務區2023-2025節電成果統計				
項目	案件數量	年度節省用量	單位	換算焦耳(J)
2023節能措施	4	412,806	kWh	1.49 × 10^{12}
2024節能措施	4	577,929	kWh	2.08 × 10^{12}
2025節能措施	4	743,051	kWh	2.67 × 10^{12}
機場商場2023-2025節電成果統計				
項目	案件數量	年度節省用量	單位	換算焦耳(J)
2023節能措施	3	43,793	kWh	1.58 × 10^{11}
2024節能措施	3	58,391	kWh	2.10 × 10^{11}
2025節能措施	3	72,989	kWh	2.63 ×10^{11}

註：1.三個機場據點年用電總量約為 729,889 kWh，節電率依商場型態合理估算（6%～10%逐年提升）

2.換算公式：1 kWh = 3.6 × 10^6J

3.數據為標準化節能效益推估值，未來將導入能源管理系統（EMS）提升準確性

表2-6、大園廠用水統計表

項目	用水來源	2023	2024	2025
取水量（百萬公升）	第三方的水	74.05	72.22	73.13
排水量（百萬公升）	第三方的水	66.26	47.47	53.20
耗水量（百萬公升）	第三方的水	7.79	24.75	19.93

註：1.第三方的水主要為自來水。

2.大園廠2023-2025年均無「地表水、地下水及海水的取水及排水活動」，因此無相關統計數據。

表3-1、2025年食品安全教育訓練（內外部）

類別	課程類別		時數	人次
內訓	現場機台及設備生產操作教育訓練		266	146
	食品安全衛生法規規範及準則教育訓練		384	384
	廠內衛生清潔管理教育訓練		74	149
	食品過敏原及食品防護教育訓練		369	369
		小計	1,093	1,048
外訓	食品安全衛生法規規範及稽核要點		28	5
	食品製程生產技術及設備操作		19	3
	工廠食品製造及品質管理		64	7
	過敏原、微生物及病蟲害污染預防與管理		4	1
	食安異常矯正、客訴及危機管理		6	1
	國際資格認證課程(HACCP 、CAS驗證)		88	15
	其他特殊技能與知識管理教育訓練		33	2
		小計	242	34
		總計	1,335	1,082

表3-2、新東陽自有實驗室及第三方單位檢驗結果

2025年新東陽實驗室自行檢驗結果			
類別	檢驗項目	樣品數	合格率
產品	微生物	2,035	99.85%
原物料	藥物殘留／微生物	907	97.68%

2025年第三方單位檢驗結果			
類別	檢驗項目	樣品數	合格率
產品	微生物／重金屬／藥物殘留	178	98.88%
原物料	藥物殘留／溶出試驗	81	100%
物料	溶出試驗	15	100%

2025年 新東陽實驗室支出金額統計（單位：新台幣仟元）		
類別	支出項目	支出金額
產品檢測	委外檢測費用	1,386.30
設備維保	設備折舊費用	69.88
其他	其他各項支出（含人事及雜支等）	5,352.90
總金額合計		6,809.08
佔新東陽營業收入之比例		0.2%

註：營業收入依2025年新東陽個體財務報表營業收入3,452,950仟元為依據計算

表 3-3 、綠色商品業績及佔總營收比例統計

綠色驗證標章	推動單位	2023		2024		2025	
		業績	佔比	業績	佔比	業績	佔比
銀髮友善Eatender	農業部	26,458	3.40%	24,725	3.10%	29,719	3.80%
碳足跡標籤[註2]	環境部	78,643	10.20%	87,692	11.00%	71,670	9.10%
潔淨標章 Clean Label	財團法人中華穀類食品工業技術研究所	757	0.10%	5,580	0.70%	5,952	0.80%
	綠色商品總業績及佔比	105,858	13.80%	117,996	14.80%	107,341	13.60%[註1]

註：1.受外部通路(全聯/大潤發)整併期間暫停出貨與內部商品結構調整，2025年綠色商品業績占比回落14%之下。

2.碳足跡標籤統計數據：數據不含2026年取得碳足跡標籤的商品業績（2024年肉乾、香腸、鳳梨酥各送審一款商品進行審核，於2026年4月取得碳足跡標籤）。

表 4-1、2023-2025年國道服務區專櫃評鑑結果

服務區/評等		關西		西湖		南投（含東草屯）		西螺		清水	
		櫃數	比例	櫃數	比例	櫃數	比例	櫃數	比例	櫃數	比例
2023	特優	2	9.1%	20	95.2%	—	—	35	100%	22	64.7%
	優等	12	54.5%	1	4.8%	—	—	0	0%	11	32.4%
	合格	8	36.4%	0	0%	—	—	0	0%	1	2.9%
	合計	22	100%	21	100%	-	-	35	100%	34	100%
2024	特優	7	29.2%	—	—	12	66.7%	21	58.3%	—	—
	優等	14	58.3%	—	—	5	27.8%	13	36.1%	—	—
	合格	3	12.5%	—	—	1	5.6%	2	5.6%	—	—
	合計	24	100%	-	-	18	100%	36	100%	-	-
2025	特優	7	29.2%	24	92.4%	10	47.6%	26	72.2%	—	—
	優等	17	70.8%	1	3.8%	11	52.4%	10	27.8%	—	—
	合格	0	0%	1	3.8%	0	0%	0	0%	—	—
	合計	24	100%	26	100%	21	100%	36	100%	-	-

註：1.評分結果為2023~2025年1-12月每月評分結果之平均。

2.評核標準與等級：特優-稽核分數達90分以上、優等-稽核分數達85分以上、合格-稽核分數達80分以上。

3.評核項目及權重：日常營運20%、第三方查驗證單位食安評核30%、專櫃業績成長百分比50%。

4.2023年南投服務區、2024年西湖服務區分別進行改裝，因此無資料；2024年起清水服務區經營權移轉，僅2023年資料。

表4-2、國道服務區年度專櫃大會

年度	總專櫃數	出席數	出席率（%）[註1]
2023	121[註2]	50	41%
2024	98	56	57%
2025	97	46	47%

註：1.出席狀況說明 : 部分合作夥伴因同時於多個通路（如不同服務區）設有專櫃，為優化溝通效率，多由品牌方統一派代表出席參與。受此出席模式影響，故出席率約為五成。

2.2023年專櫃數涵蓋清水服務區，因此專櫃數量相較2024年及2025年多。

表4-3、2023-2025年原物料供應商符合驗證標準之統計表

類別	符合之驗證標準	2023		2024		2025	
		家數	採購占比(%)	家數	採購占比(%)	家數	採購占比(%)
食品安全	ISO 22000	130	50%	138	51%	135	51.53%
	HACCP	120	46%	128	47%	129	49.24%
	FSSC 22000	30	11%	32	12%	33	12.6%
	GMP	2	1.1%	3	1.13%	3	1.15%
產品驗證	TAP產銷履歷	11	4%	12	4%	13	4.96%
	CAS	17	7.1%	18	7.2%	19	7.25%
	有機認證	11	4.3%	11	4.1%	11	4.2%
	HALAL哈拉	55	21.1%	55	20.5%	54	20.61%
品質管理	ISO 9001	31	12%	36	13%	33	12.6%
	TQF	8	3%	11	4%	10	3.82%
環境管理	FSC（森林驗證）	4	2%	4	1%	4	1.53%
	環保標章	1	0.36%	1	0.39%	1	0.38%
	符合綠色供應鏈	253	97%	261	96.7%	254	96.95%

表4-4、在地農青市集活動

類別	2023		2024		2025	
	次數	銷售金額 (新台幣仟元)	次數	銷售金額 (新台幣仟元)	次數	銷售金額 (新台幣仟元)
市集活動	9	3,185	9	3,076	25	5,540
小農臨時櫃	17	59,852	27	54,987	33	68,678
合計	36	63,037	33	58,063	58	74,218

表5-1、員工工作地區分布

年份	2023				2024				2025			
工作地點	北部	中部	南部	東部	北部	中部	南部	東部	北部	中部	南部	東部
員工總人數	811	221	46	0	834	191	45	0	828	202	43	0
永久聘僱員工人數	811	221	46	0	834	191	45	0	828	202	43	0
臨時員工人數	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
無時數保證的員工人數	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
全職員工人數	684	175	30	0	687	144	28	0	683	143	28	0
兼職員工人數	127	46	16	0	147	47	17	0	145	59	15	0

註：1.北部地區定義含臺北市、新北市、基隆市、桃園市、新竹縣/市、宜蘭縣；中部地區含苗栗縣、臺中市、彰化縣、南投縣、雲林縣；南部地區含嘉義縣/市、臺南市、高雄市、屏東縣；東部地區含花蓮縣、台東縣。

2.員工人數係以當年度報導期間結束日（各年度年12月31日）進行統計。

3.員工人數統計涵蓋本報告書報導邊界之76個營運據點。

表5-2、管理階層分布

員工多元性(百分比%)		2023			2024			2025		
		管理職	非管理職	全體	管理職	非管理職	全體	管理職	非管理職	全體
性別	男性	50	254	304	66	231	297	61	228	289
	女性	156	429	585	155	407	562	149	416	565
年齡	30歲以下	24	226	250	15	214	229	10	198	208
	30-50歲	127	294	421	141	270	411	136	293	429
	50歲以上	55	163	218	65	154	219	64	153	217
其他	身障人士	3	10	13	3	8	11	3	10	13

註：「身障人士」為獨立揭露個體數，其人數已涵蓋在性別&年齡人數中。

表5-3、新進員工統計

新進員工統計		2023		2024		2025	
		人數	新進人員佔總員工人數比	人數	新進人員佔總員工人數比	人數	新進人員佔總員工人數比
性別	男性	56	6.30%	63	7.33%	74	8.67%
	女性	128	14.40%	118	13.74%	144	16.86%
年齡	30歲以下	86	9.67%	84	9.78%	95	11.12%
	30-50歲	81	9.11%	76	8.85%	93	10.89%
	50歲以上	17	1.91%	21	2.44%	30	3.51%
其他	身障人士	2	0.22%	2	0.23%	6	0.70%
	總計	184	20.70%	181	21.07%	187	25.53%

註：1.「性別」新進人員佔總員工人數比=新進男(女)性人數／當年底12月在職全職員工總數
2.「年齡」新進人員佔總員工人數比=新進年齡人數／當年底12月在職全職員工總數
3.「身障人士」新進人員佔總員工人數比=當年度新進身障人士之人數／當年底12月在職全職員工總數

表5-4、離職員工統計

離職員工統計		2023		2024		2025	
		人數	離職人員佔總員工人數比	人數	離職人員佔總員工人數比	人數	離職人員佔總員工人數比
性別	男性	60	6.75%	68	7.92%	72	8.43%
	女性	122	13.72%	144	16.76%	115	13.47%
年齡	30歲以下	90	10.12%	86	10.01%	68	7.96%
	30-50歲	76	8.55%	97	11.29%	83	9.72%
	50歲以上	16	1.80%	29	3.38%	36	4.22%
其他	身障人士	3	0.34%	4	0.47%	4	0.47%
	總計	182	20.47%	212	24.68%	187	21.90%

註：1.「性別」離職人員佔總員工人數比=離職人員數／當年12月底在職全職員工總數。
2.「年齡」離職人員佔總員工人數比=離職人員數／當年12月底在職全職員工總數。
3.「身障人士」離職人員佔總員工人數比=當年度離職人數／當年12月底在職全職員工總數。

表5-5、非員工

年份/性別	2023			2024			2025		
	男性	女性	總計	男性	女性	總計	男性	女性	總計
非員工總人數	3	1	4	23	34	57	20	38	58

註：1.非員工包含派遣人員、廚師幫廚及守衛等，實際職務內容將依業務需求彈性調整。

2.非員工人數係以報導期間結束日（2025年12月31日）進行統計。

3.2023年度非員工人數相較2024年及2025年明顯減少，係因2023年生產規模符合預期，經內部人力資源彈性調配後已能滿足產能，故未產生派遣等非員工人力需求。

表5-6、員工教育訓練時數統計

年份			2023	2024	2025
以層級區分	管理階層	訓練時數（小時數）	4,577	5,335	3,250
		年底人數（人次）	230	251	335
		平均訓練時數（小時數）	20	21	22
	非管理階層	訓練時數（小時數）	1,923	1,201	3,564
		年底人數（人次）	923	887	2,026
		平均訓練時數（小時數）	3	2	3
以類別區分	營運管理	訓練時數（小時數）	2,782	3,319	1,836
		年底人數（人次）	147	168	159
		平均訓練時數（小時數）	19	20	6
	行政管理	訓練時數（小時數）	3,718	3,217	4,978
		年底人數（人次）	840	804	2,242
		平均訓練時數（小時數）	33	29	31
教育訓練總時數			6,500	6,536	6,814
年底總人數			1,078	1,070	1,073
平均訓練時數			6.03	6.12	6.35

註：1.管理階層：旨為店長、次長、課長級以上之管理者

2.營運管理：旨為具管理階層之店長、次長進行日常營運、員工績效管理等培訓。

3.行政管理：旨為須執行專案之基層、中階及儲備人員進行專案訓練，以及幕僚行政處理等教育培訓。

4.平均訓練時數計算方式：各年年底（12月31日）結束統計總訓練時數／各年年底（12月31日）結束統計當年在職及離職人員所受教育訓練之人次數。

表5-7、員工多元族群人數統計

2023~2025年各地區員工多元族群人數統計									
年度	2023			2024			2025		
族群類別	男性	女性	總計	男性	女性	總計	男性	女性	總計
本國籍一般員工	220	526	746	214	504	718	199	500	699
本國籍身心障礙員工	5	8	13	4	7	11	5	8	13
本國籍原住民員工	2	7	9	1	7	8	1	10	11
外籍員工	77	44	121	78	44	122	84	47	131

表5-8、職業安全衛生教育訓練概況

營運據點	項目	2023		2024		2025	
		場次	訓練人數	場次	訓練人數	場次	訓練人數
總公司	職場不法侵害	5	350	10	356	14	496
	小計	5	350	10	356	14	496
大園廠	職場不法侵害	3	124	1	26	0	0
	健康促進（含人因、身心健康促進）	1	31	2	65	1	45
	CPR+AED急救內部訓練	1	27	1	2	2	5
	一般安全衛生教育訓練	3	105	1	32	2	137
	菸害防治	0	0	1	22	1	16
	化學品通識教育訓練	2	18	1	32	2	75
	堆高機操作人員在職教育訓練	0	0	1	31	0	0
	有害作業主管在職教育訓練（含有機、缺氧、粉塵、特化）	0	0	1	4	0	0
	小計	10	305	9	214	8	278
合計		15	655	19	570	18	774

註：1.總公司場次數及人數統計涵蓋：新東陽旗下所有營業據點。

2.機場、服務區及總公司接配置有甲種職業安全衛生主管，各門市皆配有丙種職業安全衛生主管，皆優於法規辦理，並定期檢核及回訓。

3.桃機中央區商場同仁取得餐飲專業相關證照為27張、安全防護相關證照為15張。積極鼓勵餐飲主管參加HACCP-60A課程，強化專櫃主管的食品安全知識。

表5-9、緊急災害應變教育訓練概況

營運據點	2023		2024		2025	
	場次	訓練人數	場次	訓練人數	場次	訓練人數
總公司	1	250	1	250	1	250
大園廠	2	114	2	292	2	115
機場	0	0	3	245	4	253
國道服務區	11	236	12	244	12	221
合計	14	600	18	1,031	19	839

註：1.總公司場次數及人數統計涵蓋8樓及11樓員工。

2.大園廠場次數及人數統計涵蓋全廠員工。

3.機場場次數及人數統計涵蓋新東陽旗下機場商場及辦公室員工。機場2023年因疫情關係當年度暫停辦理訓練。

4.機場訓練除緊急應變教育訓練之外還含括急救人員安全衛生在職訓練、國際機場防災士培訓專班、關鍵基礎設施安全防護演習工作坊。

5.國道服務區場次數及人數統計涵蓋新東陽旗下商場及辦公室員工。

表5-10、職業傷害統計（總公司）

營運據點	項目		2023	2024	2025
員工	總經歷工時（時數）	女性	1,201,472	457,032	443,656
		男性	472,056	1,200,824	1,241,184
		總計	1,673,528	1,657,856	1,684,840
	可記錄之職業傷害數（含死亡人數、嚴重職業傷害人數）	女性	2	0	1
		男性	1	1	1
		總計	3	1	2
	職業傷害所造成的死亡率		0	0	0
	嚴重的職業傷害率		0	0	0
	可記錄的職業傷害率		1.79	0.60	1.19
非員工	總經歷工時（時數）	女性	0	0	0
		男性	0	0	0
		總計	0	0	0
	可記錄之職業傷害數（含死亡人數、嚴重職業傷害人數）	女性	0	0	0
		男性	0	0	0
		總計	0	0	0
	職業傷害所造成的死亡率		0	0	0
	嚴重的職業傷害率		0	0	0
	可記錄的職業傷害率		0	0	0

註：1.職業傷害所造成的死亡比率 =(職業傷害所造成的死亡人數 / 工作小時) × 1,000,000

2.嚴重的職業傷害比率 =〔嚴重的職業傷害數 (排除死亡人數) / 工作小時〕 × 1,000,000

3.可記錄的職業傷害比率 =〔可記錄的職業傷害數 (含死亡人數、嚴重職業傷害人數)/ 工作小時〕*1,000,000

4.嚴重的職業傷害定義：依據《職業安全衛生法》及「職業災害通報辦法」定義之，如發生死亡災害、3人以上罹災、或1人以上需住院治療。

5 可記錄的職業傷害：依據《職業安全衛生法》及「職業災害通報辦法」定義之，包括但不限:需要醫療處置（非單純急救）、需請假（失能傷害）、工作限制或調整住院治療職業病等。

6.非員工所涵蓋對象包含清潔人員、送貨人員、承攬商、外包商等。

7.總公司員工及非員工職業傷害及工時統計包含國道服務區、機場商場、銷售門市、餐飲街邊店等所有營運據點。

表5-11、職業傷害統計（大園廠）

營運據點	項目		2023	2024	2025
員工	總經歷工時（時數）	女性	327,466.0	323,989.5	320,836.5
		男性	342,507.5	334,038.5	342,789.0
		總計	669,973.5	658,028.0	663,625.5
	可記錄之職業傷害數（含死亡人數、嚴重職業傷害人數）	女性	0	0	0
		男性	0	0	0
		總計	0	0	0
	職業傷害所造成的死亡率		0	0	0
	嚴重的職業傷害率		0	0	0
	可記錄的職業傷害率		0	0	0

營運據點	項目		2023	2024	2025
非員工	總經歷工時（時數）	女性	455	5,146	3,385.5
		男性	599	7,430.5	7,428
		總計	1,054	12,576.5	10,813.5
	可記錄之職業傷害數（含死亡人數、嚴重職業傷害人數）	女性	0	0	0
		男性	0	0	0
		總計	0	0	0
	職業傷害所造成的死亡率		0	0	0
	嚴重的職業傷害率		0	0	0
	可記錄的職業傷害率		0	0	0

註：1.職業傷害所造成的死亡比率 =(職業傷害所造成的死亡人數 / 工作小時) × 1,000,000

2.嚴重的職業傷害比率 =〔嚴重的職業傷害數 (排除死亡人數) / 工作小時〕 × 1,000,000

3.可記錄的職業傷害比率 =〔可記錄的職業傷害數 (含死亡人數、嚴重職業傷害人數)/ 工作小時〕*1,000,000

4.嚴重的職業傷害定義：發生死亡災害、3人以上罹災、或1人以上需住院治療。

5.可記錄的職業傷害：人員因職災發生受傷，而程度未達重大事故，損失工時超過一日者。

6.非員工所涵蓋對象包含：外包商(如派遣人員等)。

附錄二：國際揭露框架指引

i.全球永續性報告（GRI）指標對照表

使用聲明	本報告書依循GRI標準編制，資訊揭露期間為2025年度（2025年01月01日至2025年12月31日）
GRI通用準則	GRI 1：基礎（2021）
GRI行業準則	無

GRI 2：一般揭露 2021

揭露項目	揭露指標		參考章節	頁碼	省略/備註
組織及報導做法	2-1	組織詳細資訊	0.1 關於本報告書 1.2.1 組織架構	P.2 P.22	-
	2-2	組織永續報導中包含的實體	0.1 關於本報告書	P.2	-
	2-3	報導時間、頻率與聯絡人	0.1 關於本報告書	P.2	-
	2-4	資訊重編	0.1 關於本報告書	P.2	-
	2-5	外部保證/確信	0.1 關於本報告書	P.2	-
活動與工作者	2-6	活動、價值鏈與其他商業關係	0.4 永續發展管理 1.1.2 價值創造 4.1 供應鏈管理	P.11 P.20 P.98	-
	2-7	員工	5.1.1人才招募與結構 附錄一：ESG資訊(表5-1)	P.119 P.158	表5-1、員工工作地區分布
	2-8	非員工的工作者	5.1.1 人才招募與結構 附錄一：ESG資訊(表5-5)	P.119 P.160	表5-5、非員工
治理	2-9	治理結構與組成	1.2.2 董事會	P.24	-
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.2.2 董事會	P.24	-

揭露項目	揭露指標	參考章節	頁碼	省略/備註
治理	2-11 最高治理單位的主席	1.2.1 組織架構 1.2.2 董事會	P.22 P.24	-
	2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色	0.4 永續發展管理	P.11	-
	2-13 衝擊管理的負責人	0.4 永續發展管理	P.11	-
	2-14 最高治理單位於永續報導的角色	0.1 關於本報告書 0.4 永續發展管理	P.2 P.11	-
	2-15 利益衝突	1.2.2 董事會	P.24	-
	2-16 溝通關件重大事件	1.2.2 董事會	P.24	-
	2-17 最高治理單位的群體智識	1.2.2 董事會	P.24	-
	2-18 最高治理單位的績效評估	1.2.2 董事會	P.24	-
	2-19 薪酬政策	1.2.2 董事會 5.2.2 薪酬福利	P.24 P.127	-
	2-20 薪酬決定流程	1.2.2 董事會 5.2.2 薪酬福利	P.24 P.127	-
	2-21 年度總薪酬比率	1.2.2 董事會 5.2.2 薪酬福利	P.24 P.127	-
策略、政策與實務	2-22 永續發展策略的聲明	0.2 經營者的話	P.4~P.5	-
	2-23 政策承諾	0.2 經營者的話 1.2.3 誠信為本	P.4~P.5 P.27	-
	2-24 納入政策承諾	0.4 永續發展管理 1.2.3 誠信為本	P.11 P.27	-
	2-25 補救負面衝擊的程序	1.2.3 誠信為本	P.27	-
	2-26 尋求建議與提出疑慮的機制	1.2.3 誠信為本	P.27	-
	2-27 法律規範遵循	1.2.3 誠信為本	P.27	-
	2-28 公協會的會員資格	1.2.2 董事會	P.24	-
利害關係人議合	2-29 利害關係人議合方針	0.4 永續發展管理	P.11	-
	2-30 團體協約	5.2.2 薪酬福利	P.127	-

GRI 主題準則揭露

揭露指標		參考章節	頁碼	省略/備註
GRI 3-1	決定重大主題的流程	0.4 永續發展管理	P.11	-
GRI 3-2	重大主題列表	0.4 永續發展管理	P.11	-
重大主題				
公司治理				
GRI 3-3	重大主題管理	1承諾之本	P.18	-
GRI 205：反貪腐2016	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	1.2.3 誠信為本	P.27	-
	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.2.3 誠信為本	P.27	-
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	1.2.3 誠信為本	P.27	-
GRI 206：反競爭行為2016	206-1 反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	1.2.3 誠信為本	P.27	-
能源管理				
GRI 3-3	重大主題管理	2循環之善	P.34	-

揭露指標		參考章節	頁碼	省略/備註
GRI 302：能源 2016	302-1 組織內部的能源消耗量	2.3.2 能源使用概況 附錄一：ESG資訊(表2-4)	P.51 P.155	表2-4、大園廠近三年內外部能源消耗概況
	302-2 組織外部的能源消耗量	2.3.2 能源使用概況 附錄一：ESG資訊(表2-4)		
	302-3 能源密集度	2.3.2 能源使用概況 附錄一：ESG資訊(表2-4)		
	302-4 減少能源消耗	2.3.3 能源行動與成果 附錄一：ESG資訊(表2-5)	P.53	表2-5、各類型營運據點節電成果統計
	302-5 降低產品和服務的能源需求	2.3.3 能源行動與成果	P.53	-
資源循環與管理				
GRI 3-3	重大主題管理	2循環之善	P.34	-
GRI 306：廢棄物2020	306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	2.5.1 廢棄物管理策略	P.58	-
	306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理	2.5.1 廢棄物管理策略	P.58	-
	306-3 廢棄物的產生	2.5.2 廢棄物概況	P.60	-
	306-4 廢棄物的處置移轉	2.5.2 廢棄物概況	P.60	-
	306-5 廢棄物的直接處置	2.5.2 廢棄物概況	P.60	-
產品溯源與管理				
GRI 3-3	重大主題管理	3安心之源	P.64	-
GRI 416：顧客健康與安全 2016	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.1產品溯源	P.66	-
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.1產品溯源	P.66	-
產品服務與創新				
GRI 3-3	重大主題管理	3安心之源 3.3創新產品與服務	P.64 P.78	-
產品標示與行銷				
GRI 3-3	重大主題管理	3安心之源	P.64	-
GRI 417：行銷與標示 2016	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	3.3.3品牌自製標示與審核流程	P.82	-
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	3.3.3品牌自製標示與審核流程	P.83	-
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	3.3.3品牌自製標示與審核流程	P.83	-
職業安全衛生				
GRI 3-3	重大主題管理	5相伴之情	P.118	-
GRI 403：職業安全衛生 2018	403-1 職業安全衛生管理系統	5.3.1職業安全衛生	P.130	-
	403-2 危害辨識、風險評估及事故調查	5.3.1職業安全衛生	P.130	-
	403-3 職業健康服務	5.3.2 員工關懷與溝通	P.134	-
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	5.3.1職業安全衛生	P.130	-
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	5.3 職業安全與健康 附錄一：ESG資訊(表5-8)	P.130 P.161	表5-8、職業安全衛生教育訓練概況
	403-6 工作者健康促進	5.3.2 員工關懷與溝通	P.134	-
	403-7 預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	5.3.1職業安全衛生	P.130	-
	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	5.3.1職業安全衛生	P.130	-
	403-9 職業傷害	5.3.1職業安全衛生 附錄一：ESG資訊 (表5-10、表5-11)	P.130 P.162	表5-10、職業傷害統計（總公司） 表5-11、職業傷害統計（大園廠）
	403-10 職業病	5.3.1職業安全衛生	P.130	-

ii.永續會計準則委員會（SASB）指標對照表

加工食品業

指標代號	揭露指標	對應揭露 2025	參考章節
揭露主題：能源管理			
FB-PF-130a.1	（1）總能源消耗量（單位：十億焦耳GJ）	營運能源消耗量106,380 GJ	2.3.2 能源使用概況
	（2）電網電力百分比（單位：%）	52%（54,963.65 GJ）	
	（3）再生能源百分比（單位：%）	0%，大園廠2025年綠電生產共1,743 GJ，全數躉售台電	
揭露主題：水管理			
FB-PF-140a.1	（1）總取水量（單位：1000立方公尺m^3/ %）	271.3	2.4.2 水資源使用概況
	於基線水壓力高或極高區域之取水百分比（單位：%）	0	
	（2）總耗水量（單位：1000立方公尺m^3）	19.92	
	於基線水壓力高或極高區域之耗水百分比（單位：%）	0	
註：大園廠及各營運據點均未於水資源壓力區取水及排水			
FB-PF-140a.2	與水質及用水量許可、標準和法規相關的違規事件數量 （單位：件數）	▪ 水體污染：0件。 ▪ 土壤與地下水污染：0件。	2.4.3 廢污水管理
FB-PF-140a.3	水管理之風險之描述，以及對降低該等風險之策略及實務之討論	水資源使用效率於TCFD機會衝擊評估為高度，因此新東陽2025年制定多元水資源回收計畫與系統，管理與回收雨水、筏基用水、廢水及放流水	2.2.1自然暨氣候風險評估 2.4 水資源管理
揭露主題：食品安全			
FB-PF-250a.1	全球食品安全倡議（GFSI）查核，就(a)重大不合格及(b)輕微不合格之(1)不合格比率及(2)相關改正行動比率	2025年大園廠針對全球食品安全倡議計畫進行查核，未有任何不合格之情事發生。	-
FB-PF-250a.2	來自一階供應商場所之原料經全球食品安全倡議(GFSI)認可之食品安全認證計畫認證之百分比（單位：%）	大園廠一階供應商通過GFSI認證（FSSC 22000）共33家，其食品原料採購金額佔比為12.6%。	4.2.2 永續承諾與評鑑 4.3.1 永續採購計畫
FB-PF-250a.3	(1)收到食品安全違規通知之總數量（單位：公噸）	2025年涉違反食品安全衛生管理法之件數共1件，為新樂激於臉書廣告不實問題，產品受影響下架總重量共0公噸。接收通知第一時間即立即改善與強化廣告文案，違反改正率達100%。	3.2.1 食品安全管理 3.2.1 食品安全管理
	(2)改正之百分比（單位：%）		
FB-PF-250a.4	(1)公布召回之次數（單位：次數）	2025年涉產品下架、召回之事件均為0件。	
	(2)召回食品產品之總重量（單位：公噸）		
揭露主題：健康與營養			
FB-PF-260a.1	以推廣健康與營養特性標示或行銷之產品收入（單位：仟元）	2025年銷售具健康與營養標示之自製產品總收入共48,931.46 仟元。	3.3.1 產品創新管理
FB-PF-260a.2	對辨認及管理與消費者營養與健康關注有關之產品與原料過程之討論	透過旗下品牌「活力生」，推動 Clean Label 無添加產品，回應市場對成分透明與健康意識的提升。	3.3.2 產品標示與行銷

指標代號	揭露指標	對應揭露 2025	參考章節
揭露主題：產品標示與行銷			
FB-PF-270a.1	（1）對兒童所作之廣告展示之百分比（單位：%）	2025年未有任何產品與文宣針對兒童進行廣告曝光，因此數據占比為0%。	-
	（2）對兒童所作之推廣符合國際、國家、地區或行業之兒童飲食指引產品之廣告展示之百分比（單位：%）		
FB-PF-270a.2	標示為（1）含基因改造生物(GMOs)之產品收入（單位：仟元）	新東陽（自製品及外購品）未販售含基因改造生物之產品。	-
	標示為（2）非基因改造生物之產品收入（單位：仟元）	新東陽（自製品及外購品）銷售非基因改造食品之收入共計974,794仟元。	
FB-PF-270a.3	未遵循行業或主管機關之標示或行銷規範之事件數量	2025年涉違反產品行銷與廣告資訊件數共1件，為新樂激產品於臉書行銷產生廣告不實之問題而違反「食品安全衛生管理法」第28條第1項，新東陽已於期限內改善完成並繳納70仟元罰金。	3.3.2產品標示與行銷
FB-PF-270a.4	與標示或行銷實務有關之法律程序導致之貨幣性損失總額（單位：仟元）		
揭露主題：包裝生命週期管理			
FB-PF-410a.1	(1)包裝之總重量（單位：公噸）	2025年新東陽包材採購（含紙箱、內襯、內袋）總重量為31,462.33公噸。	2.5 資源循環與管理
	(2)由再循環或再生材料製成之百分比（單位：%）	目前未導入相關措施，持續評估未來應用之可行性。	
	(3)可再循環、可重複使用或可堆肥之百分比（單位：%）		
FB-PF-410a.2	減少包裝在其生命週期內對環境影響之策略之討論	推動包裝減量措施，並採購100%具環保認證的再生紙箱。 大園廠推動包裝環境友善設計，改變製程減少PET內襯使用量，合計已減少4.72噸PET消耗量。	2.5.1 廢棄物管理策略 2.5.3 資源循環與成果
揭露主題：原料供應鏈之環境及社會影響			
FB-PF-430a.1	所取得經第三方環境或社會標準認證之食品原料之百分比，以及按標準別之百分比（單位：%）	2025年採購永續棕櫚油永續發展圓桌組織認證（RSPO）驗證之油品，採購金額約1,787仟元，佔大園廠原料採購佔比0.23%。	4.3.1 永續採購計畫
FB-PF-430a.2	供應商之社會及環境責任查核，就(a)重大不合格及(b)輕微不合格之（1）不合格比率及(2)相關改正行動比率	▪ 既有及新進之原物料、OEM代工廠供應商每2個月均會進行一次稽核評鑑，2025年原物料及代工廠供應商評鑑合格率達100%（評鑑分數達60分以上）。 ▪ 2025年原物料供應商現場訪廠共29家，合格率達100%。	4.1.2 產品供應商管理 4.2.2 永續承諾與評鑑
揭露主題： 原料取得			
FB-PF-440a.1	來自基線水壓力高或極高區域之食品原料之百分比（單位：%）	2025年新東陽原物料採購245家（99.9%）為台灣原物料在地採購，其 1 家為德國進口香料廠商。依據世界資源研究所（WRI）之輸水道水源風險地圖所示，臺灣全區及德國邊界內均為非高或極高水資源壓力區，因此2025年新東陽原料來源 0 %為來自基線水壓力高或及高地區。	4.1.1 協力商類型
FB-PF-440a.2	優先食品原料之清單，以及對與環境及社會考量有關之取得風險之討論	食品原料供應風險已於2.2.3 章節進行風險鑑別與管理對策，針對「原料與包材循環管理」、「低碳與永續飲食需求」、「供應鏈多元與在地化」提出行動方案與設定短、中、長期目標。	4.1.1 協力商類型 2.2.1自然暨氣候風險評估
活動指標			
FB-PF-000.A	已銷售產品之重量（單位：公噸）	2025年新東陽以ERP系統進行產品品項追溯，共計631項，下游食品追溯品項佔大園廠所有自製品品項達90.6%，出貨重量達3,139.8公噸。	3.1.1 產品溯源管理
FB-PF-000.B	生產場所之數量（單位：處）	1處，新東陽大園廠（桃園市大園區大工路11號）	1.2.1 組織架構

食品零售商與配銷商

指標代號	揭露指標	對應揭露 2025	參考章節
揭露主題：車隊燃料管理			
FB-FR-110a.1	車隊燃料消耗量（單位：十億焦耳GJ）	未有自有車隊	2.2.2溫室氣體管理策略
	再生百分比（單位：%）	0%	
揭露主題：來自製冷之空氣污染物排放			
FB-FR-110b.1	來自冷媒之範疇 1 排放之全球總排放量（單位：公噸t二氧化碳當量）	冷媒總排放量共70.1公噸CO2e。	2.2.2 溫室氣體管理策略
FB-FR-110b.2	臭氧層破壞潛勢為零之冷媒逸散百分比（單位：%）	100%	
FB-FR-110b.3	平均冷媒逸散率（單位：%）	5%	
揭露主題：能源管理			
FB-FR-130a.1	(1)營運能源消耗量（單位：十億焦耳GJ）	營運能源消耗量105,703.47 GJ	2.3.2能源使用概況
	(2)電網電力百分比（單位：%）	52%（54,963.65 GJ）	
	(3)再生百分比（單位：%）	0%，大園廠2025年綠電生產共1,743 GJ，全數躉售台電	
揭露主題：食品廢棄物管理			
FB-FR-150a.1	(1)所產生食品廢棄物之重量（單位：公噸）	2025年食品廢棄物總重量為735.89公噸。	2.5.2 廢棄物概況
	(2)食品廢棄物自廢棄物流中轉用之百分比（單位：%）	2025年經處置移轉的食品廢棄物總重量為552.18公噸，轉用佔比為75.04%。	
揭露主題：資料安全			
FB-FR-230a.1	(1)資料被侵害數量（單位：件數）	0件	1.4.2 資訊安全
	(2)屬於個人資料被侵害之百分比（單位：%）	0%	
	(3)受影響之客戶數量（單位：人次）	0人次	
FB-FR-230a.2	辨認及因應資料安全風險之作法之描述	新東陽依照ISO27001國際資訊安全管理制度，制定管理程序及落實行動方案。年度執行要點涵蓋網站弱點掃描、主機弱點掃描、社交工程演練等項目，並進行資安驗證。	
揭露主題：食品安全			
FB-FR-250a.1	高風險食品安全違反率（單位：%）	2025年涉違反食品安全衛生管理法共1件；期間發生產品下架、召回之事件共0件。	3.2.1 食品安全管理
FB-FR-250a.2	(1)召回之次數（單位：次數）		
	(2)所召回單位之數量（單位：件數）		
	(3)所召回單位中屬自有品牌產品之百分比（單位：%）		
揭露主題：產品健康與營養			
FB-FR-260a.1	來自為推廣健康與營養特性而標示或行銷之產品收入（單位：仟元）	新東陽2025年銷售具健康與營養標示之產品總收入共48,931.46仟元。	3.3.1 產品創新管理
FB-FR-260a.2	對辨認及管理與消費者營養與健康關注有關之產品與原料流程之討論	透過旗下品牌「活力生」，推動 Clean Label 無添加產品，回應市場對成分透明與健康意識的提升。	3.3.2 產品標示與行銷

指標代號	揭露指標	對應揭露 2025	參考章節
揭露主題： 產品標示與行銷			
FB-FR-270a.1	未遵循行業或主管機關之標示或行銷規範之事件數量（單位：件數）	2025年涉違反產品行銷與廣告資訊件數共1件，為新樂激產品於臉書行銷產生廣告不實之問題而違反「食品安全衛生管理法」第28條第1項，新東陽已於期限內改善完成並繳納70仟元罰金。	3.3.2產品標示與行銷
FB-FR-270a.2	與標示或行銷實務相關之法律程序導致之貨幣性損失總額（單位：仟元）		
FB-FR-270a.3	來自標示為(1)含基因改造生物(GMOs)（單位：仟元）	新東陽（自製品及外購品）未販售含基因改造生物之產品。	-
	來自標示為(2)非基因改造生物之產品收入（單位：仟元）	新東陽（自製品及外購品）銷售非基因改造食品之收入共計974,794仟元。	
揭露主題： 勞動實務			
FB-FR-310a.1	(1)平均時薪及(2)賺取最低工資之店內及配銷中心員工之百分比，按地區別	依照法規標準執行	5.2.2薪酬福利
FB-FR-310a.2	依團體協約聘僱之現職勞工百分比	目前未簽訂任何團體協約	5.1.1 人才招募與結構
FB-FR-310a.3	(1)停工次數及(2)總閒置天數	無	
FB-FR-310a.4	與違反勞動法規相關之法律程序導致之貨幣性損失總額	無	
揭露主題： 對供應鏈中環境及社會影響之管理			
FB-FR-430a.1	經第三方環境或社會永續取得標準認證之產品收入（單位：仟元）	2025年綠色營收為107,341仟元。	-
FB-FR-430a.2	來自(1)來自非籠飼環境之蛋品之收入百分比（單位：%）	新東陽未直接或間接銷售任何蛋品，因此蛋品總收入為0%。	-
	來自(2)未使用妊娠定位欄所生產之豬肉之收入百分比（單位：%）	新東陽未直接進行動物養殖與銷售，經原物料供應商採購及普查確認，2025採用未使用妊娠定位欄生產之豬肉所加工之豬肉自製品佔比為100%。	
FB-FR-430a.3	對管理供應鏈之環境及社會風險（包括動物福利）之策略之討論	供應鏈環境及社會風險已於2.2.1 章節進行風險鑑別與管理政策，針對「供應鏈多元與在地化」提出行動方案與設定短、中、長期目標。	2.2.1 自然暨氣候風險評估 4.2.2 永續承諾與評鑑
FB-FR-430a.4	對減少包裝之環境影響之策略之討論	推動包裝減量措施，並採購100%具環保認證的再生紙箱。 大園廠推動包裝環境友善設計，改變製程減少PET內襯使用量，合計已減少4.72噸PET消耗量。	2.5.1 廢棄物管理策略 2.5.3 資源循環與成果
活動指標			
FB-FR-000.A	(1)零售地點之數量（單位：處）	門市：25家 百貨專櫃：11家 客運轉運站：1家 機場商品館：17家 國道服務區：5家 餐飲街邊店：2家 餐飲專櫃：12家	1.2.1 組織架構
	(2)配銷中心之數量（單位：處）		
FB-FR-000.B	(1)零售空間之總面積(單位：平方公尺m^2)	8,622.21 平方公尺	-
	(2)配銷中心之總面積(單位：平方公尺m^2)	無	
FB-FR-000.C	商業車隊之車輛數量（單位：輛）	大園廠未有自有車隊，均與專業合格的外部物流公司配合。	-
FB-FR-000.D	行駛之延噸公里（單位：延噸公里）	2025年配銷及運輸車輛共行駛415,643.5延噸公里。	

iii.氣候相關財務揭露（Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD）對照表

揭露核心		參考章節
治理	（A）描述董事會對氣候相關風險與機會的監督	2.2.1 自然暨氣候風險評估
	（B）描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會方面的角色	
策略	（A）描述組織鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	
	（B）描述衝擊組織在業務、策略和財務規劃的氣候相關風險與機會	
	（C）描述組織在策略上的韌性，並考量不同氣候相關情境（包括2°C 或更嚴苛的情境）	
風險管理	（A）描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程	
	（B）描述組織在氣候相關風險的管理流程	
	（C）描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度	
指標與目標	（A）揭露組織依循其策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標	2.2.1 自然暨氣候風險評估
	（B）揭露範疇1、範疇2 和範疇3（如適用）溫室氣體排放和相關風險	2.2.2 溫室氣體管理策略
	（C）描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現	2.2.1 自然暨氣候風險評估

附錄三：臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」

永續揭露指標（食品工業及餐飲收入占其全部營業收入之比率達百分之五十以上者）

編號	揭露項目	單位	2025年對應內容	對應章節	頁碼
一	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。	比率(%)	新東陽於生產端及通路端設有「食品安全決策小組」及「食品安全小組」，透過年度審查會議及每月例會持續檢討食品安全管理機制、管理系統目標及相關法規要求。公司並制定《採購管理作業程序書》等管理規範，要求供應商提供產品檢驗報告，以強化原料、包材及成品之品質與安全管理。此外，2025年食品安全教育訓練（含內外部課程）總參與時數達1,335小時，參與人次共1,082人次，以提升從業人員食品安全意識與專業能力。2025年主要產品與服務類別健康與安全衝擊評估覆蓋率達100%。	3.2.1 食品安全管理 3.2.2 品質與檢驗 3.2.3 通路食品販售管理	P.73-P.77
二	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。	數量 公噸(t)	新東陽2025年涉違反食品安全衛生管理法、產品與服務資訊標示法規之事件共1件；產品下架、召回之事件為0件。	3.2.1 食品安全管理 3.3.3 品牌自製標示與審核流程	P.73 P.78

編號	揭露項目	單位	2025年對應內容	對應章節	頁碼
三	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。	比率(%)	新東陽大園廠採購採用符合RSPO驗證之永續棕櫚油達原物料採購金額之0.25%。 在綠色包材與印刷方面，新東陽優先採購符合FSC認證之紙材與包裝產品。其中，FSC認證包裝之外購品採購金額占整體外購商品採購金額0.14%；型錄印刷品則全面採用 FSC 認證紙材，採用率達 100%。	4.1.1 協力商類型 4.2.2 永續承諾與評鑑 4.3.1 永續採購計畫	P.99 P.107- P.109 P.110- P.112
四	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。	比率(%)	新東陽大園廠2025年經食安驗證項目(HACCP、ISO22000、FSSC22000)統計重量為3,140公噸佔產品生產總重量84.9%。	2.1.2 綠色工廠 3.1.2 產銷履歷	P.37-P.38 P.70-P.72
五	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	數量 比率(%)	新東陽依供應商管理制度，定期針對原物料及OEM代工供應商執行書面評鑑與實地訪廠稽核。2025年完成原物料供應商書面評鑑246家及OEM代工供應商書面評鑑16家，覆蓋率均達100%；其中原物料供應商評鑑結果達A級以上者占97.97%，OEM代工供應商A級以上占比達100%。另完成29家原物料及OEM供應商實地訪廠稽核，合格率達100%，其進貨金額占原物料總進貨金額 19.10%。	4.1.2 產品供應商管理	P.99-P.103
六	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。	比率(%)	新東陽透過ERP食品追溯追蹤系統進行管理。2025年納入系統管理之自製產品共計671項，占大園廠所有自製產品品項數95.45%；可追蹤追溯產品出貨總重量為3,521公噸，占總生產重量95.2%。	3.1.1 產品溯源管理	P.66-P.69
七	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。	報導貨幣 比率(%)	新東陽自1988年起依相關法規設置食品檢驗實驗室，並透過自有實驗室檢驗及委託第三方專業機構檢驗方式，執行產品品質與食品安全管理。2025年實驗室營運及委外檢驗相關支出占營業收入0.2%，檢驗項目及結果詳見「CH3 安心之源－3.2.2 品質與檢驗」。	3.2.2 品質與檢驗	P.76
八	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	十億焦耳(GJ)、百分比(%)	2025年新東陽消耗能源總量為106,380 GJ；外購電力消耗量為62,310 GJ，占總消耗能源百分比為58.57%。 2025年新東陽內外部均無再生能源消耗，再生能源使用率為0%。	2.3.2 能源使用概況	P.51
九	總取水量及總耗水量	千立方公尺(1,000m^3)	總取水量為271.30仟立方公尺（m^3） 總耗水量為218.10仟立方公尺（m^3）	2.4.2 水資源使用概況	P.55
十	售出產品重量、生產設施場所數量	公噸(t) 數量	台灣生產據點僅大園廠1處（桃園市大園區大工路11號） 2025年新東陽各零售通路及門市實際銷售予終端消費者之包裝商品銷售重量共計 7,228公噸。 餐飲服務營業據點：16處	1.2.1 組織架構	P.22

國富浩華聯合會計師事務所
Crowe (TW) CPAs
105405台北市松山區敦化北路122號7樓
7F., No. 122, Dunhua N. Rd., Songshan Dist., Taipei City 105405, Taiwan
Tel +886 2 87705181
Fax +886 2 87705191
www.crowe.tw

會計師有限確信報告

新東陽股份有限公司　公鑒:

新東陽股份有限公司民國 114 年度永續報告書，業經本會計師針對新東陽股份有限公司所選定之績效指標執行確信程序竣事，並出具有限確信報告。

確信標的資訊與適用基準

新東陽股份有限公司所選定之績效指標(以下簡稱確信標的資訊)與適用基準，請詳附件一「確信標的資訊彙總表」。

管理階層之責任

管理階層之責任係依照臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」及全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives，GRI)發布之通用準則、行業準則及主題準則編製確信標的資訊，且維持與確信標的資訊編製有關之必要內部控制，以確保確信標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

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，基於所執行之程序與所獲取之證據，對確信標的資訊是否未存有重大不實表達取得有限確信，並出具有限確信報告。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。

本會計師係基於專業判斷規劃及執行確信程序，以獲取相關確信標的資訊之有限確信證據，且任何內部控制均受有先天限制，因此未必能查出所有業已存在之重大不實表達。本會計師執行確信程序包括：

- 對參與編製確信標的資訊之管理階層及相關人員進行查詢，以瞭解編製確信標的資訊之政策、流程、內部控制及資訊系統，以辨認可能存有重大不實表達之領域；
- 對確信標的資訊選取樣本進行檢查、驗算、重新執行及分析性程序等程序，以取得有限確信之證據。

先天限制

由於諸多確信項目係屬非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天限制，故該等資訊之相關性、重大性與正確性之解釋可能涉及更多管理階層之重大判斷、假設與解釋，不同利害關係人對該等資訊亦可能有不同之解讀。

獨立性及品質管理規範

本會計師及所隸屬會計師事務所已遵循會計師職業道德規範中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。

本會計師所隸屬會計師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。

確信結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現確信標的資訊在所有重大方面有未依照適用基準編製而須作修正之情事。

Crowe

其他事項

本確信報告出具後，新東陽股份有限公司對任何確信標的資訊或適用基準之變更，本會計師不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

國富浩華聯合會計師事務所

會計師：

民國 115 年 8 月 10 日

編號	確信項目	指標敘述	對應章節	適用基準
五	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號五	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果	4.1.2 產品供應商管理	114 年供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果
六	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號六	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	3.1.1 產品溯源管理	114 年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
七	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號七	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	3.2.2 品質與檢驗	114 年度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
八	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號八	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	2.3.2 能源使用概況	114 年消耗能源總量、外購電力佔消耗能源百分比、再生能源佔消耗能源百分比
九	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號九	總取水量及總耗水量	2.4.2 水資源使用概況	114 年總取水量及總耗水量

Crowe

附件一

「確信標的資訊彙總表」

編號	確信項目	指標敘述	對應章節	適用基準
一	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號一	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	3.2.1 食品安全管理 3.2.2 品質與檢驗 3.2.3 通路食品販售管理	114 年針對其從業人員、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
二	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號二	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	3.3.3 品牌自製標示與審核流程	114 年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
三	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號三	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	4.3.1 永續採購計畫	114 年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
四	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號四	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。	2.1.2 綠色工廠 3.1.2 產銷履歷	114 年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

編號	確信項目	指標敘述	對應章節	適用基準
十	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一編號十	售出產品重量、生產設施場所數量	1.2.1 組織架構	114 年售出產品重量、生產設施場所數量

新東陽
HSIN TUNG YANG