

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

一階供應商

共計 **33家**

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 佔比達 **83%**



大園廠原物料在地採購

佔比達

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。

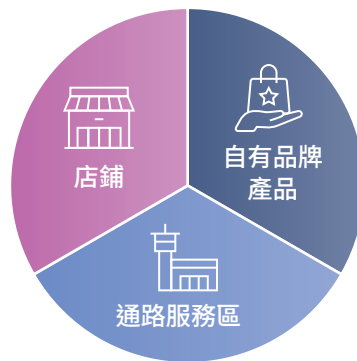
4.1.1 協力商類型

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

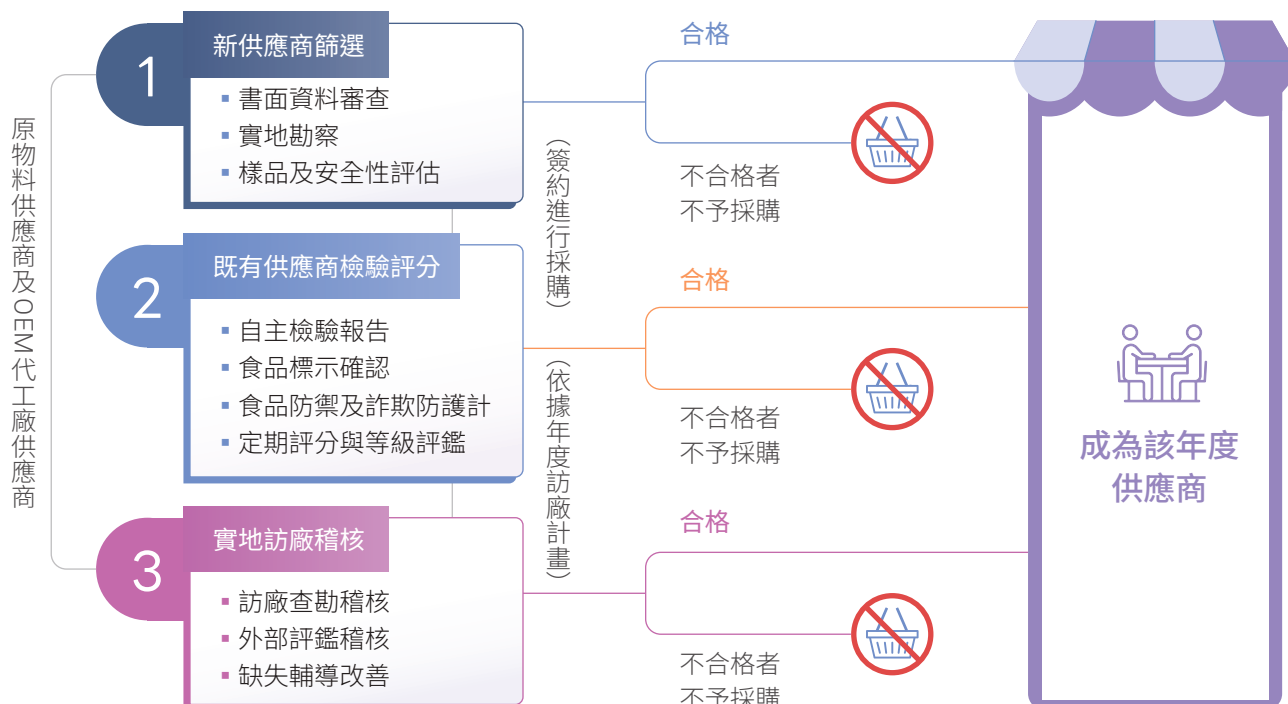
自有品牌產品						
年份	協力商類型	採購/服務類別	在地採購		非在地採購	
			家數	占比	家數	占比
2025	原物料供應商	原料肉、原料、物料、耗材等	242	87.05%	1家	0.36%
	OEM代工供應商	委託生產食品加工	16	5.75%	-	-
	門市成品供應商	休閒食品、茶葉、瓶裝水等	19	6.83%	-	-
總計			277	99.64%	1家	0.36%

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

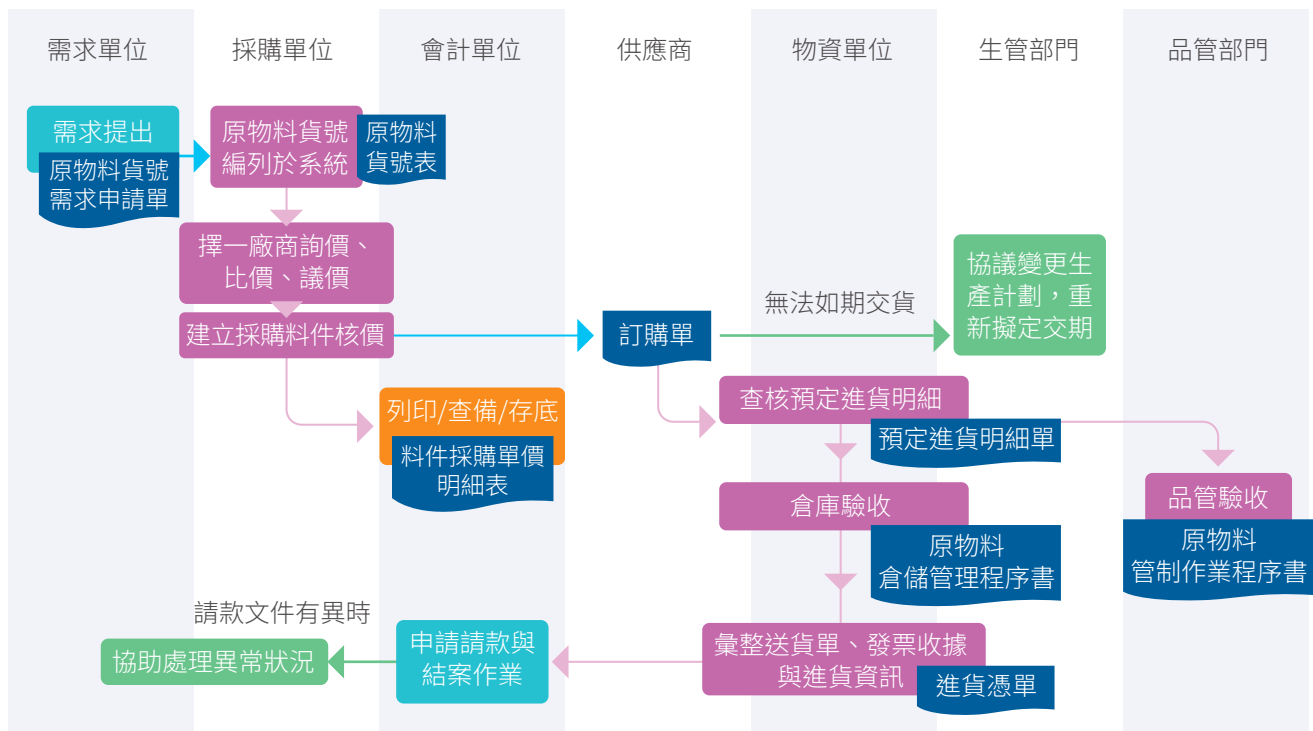


新進供應商接觸來源包含：供應商名錄、廠商自我推薦、同業介紹、透過政府機關取得資料、市場調查蒐集資訊等方式，後續進入審核階段時，供應商須提交新東陽所制定之「供應商審核表」，明定要求供應商應為環境永續採取積極管理措施，降低營運對環境所造成的衝擊，如：廢棄物、廢污水排放、空氣污染、噪音、危害物質及污染防治等，相關管理措施均須依照法令取得排放許可證明，並符合法定管制標準。

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%	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	商行（個體戶） 供應商審核表	
(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	▪ 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%	
(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	「供應商進料評比分數表」評分權重如下：										
OEM代工供應商評鑑	產品品質水準、產品交期、供貨配合度	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：	■ 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							
<table><tr><th>AA</th><th>A</th><th>B</th><th>C</th><th>D</th></tr><tr><td>90以上</td><td>70~89</td><td>60~69</td><td>40~59</td><td>39(含)以下</td></tr></table>	AA	A	B		C	D	90以上	70~89	60~69	40~59	39(含)以下
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。
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	啟動汰換機制： 針對不合格的供應商進行汰換。

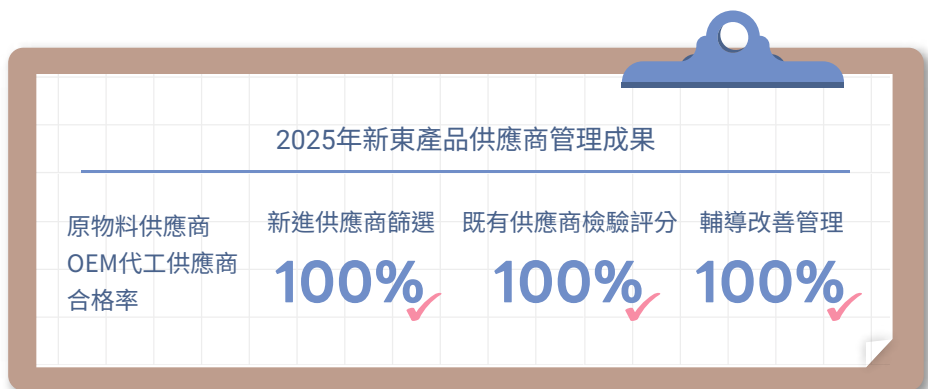
新東陽自2023年起逐年提升原物料及OEM代工供應商實地訪廠覆蓋率，2025年實地訪查與稽核共計29家，其實地訪廠稽核供應商進貨佔原物料總進貨金額的19.10%，預計於2030年平均每年稽核（或訪廠）24家供應商。

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

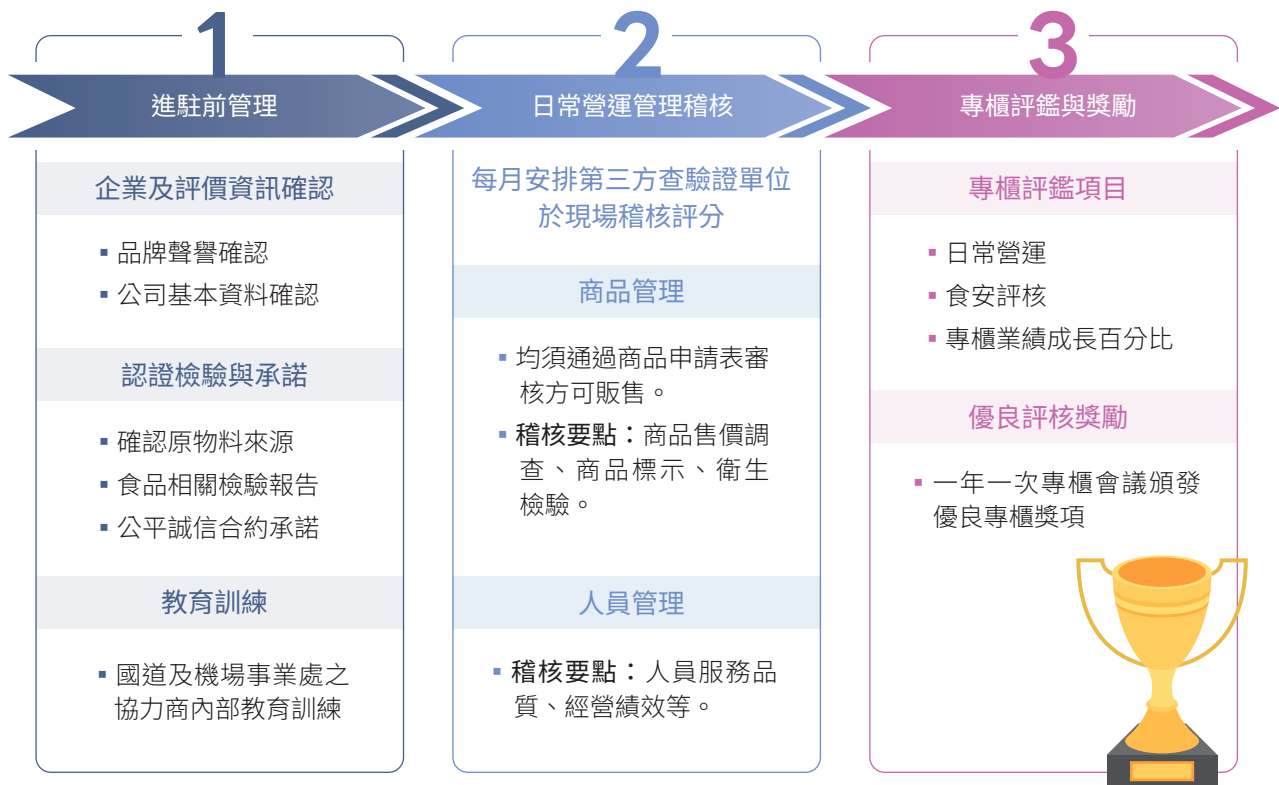
門市成品供應商 產品採購流程



4.1.3 通路協力商管理

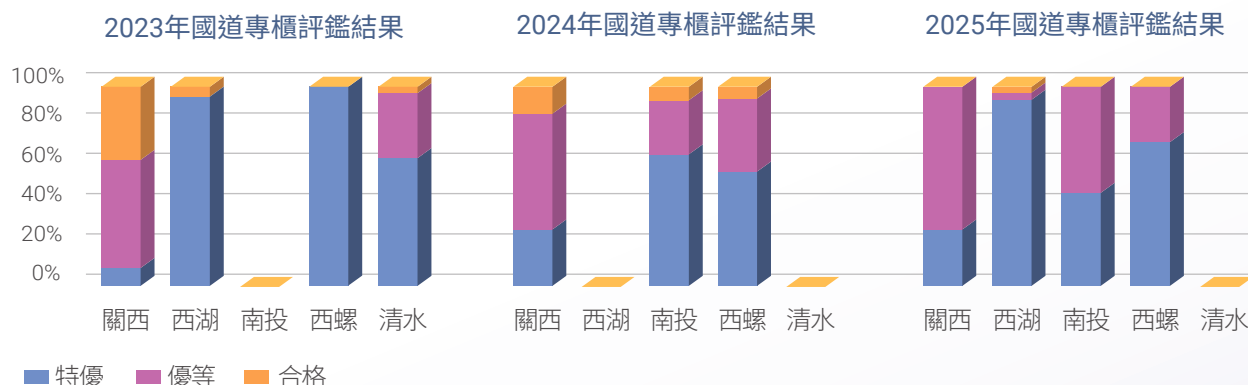
新東陽透過制度化輔導、評鑑與溝通機制，持續提升國道服務區、機場商場之營運形象與服務品質。自2009年起導入專櫃協力廠商評鑑制度，每月固定邀請 SGS查驗證單位至各服務區專櫃進行1次專櫃現場稽核，並依每年日常營運管理及營業之綜合績效評鑑，辦理一年1次優良專櫃獎勵會議，獎勵優良專櫃持續精進，共同為提升服務品質與品牌聲譽努力。

通路協力商管理流程



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%	

2023-2025 國道服務區專櫃評鑑結果



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

2025年新東陽國道服務區年度專櫃大會

總專櫃數	出席數	出席率(%)
97家	46家	47%

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



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

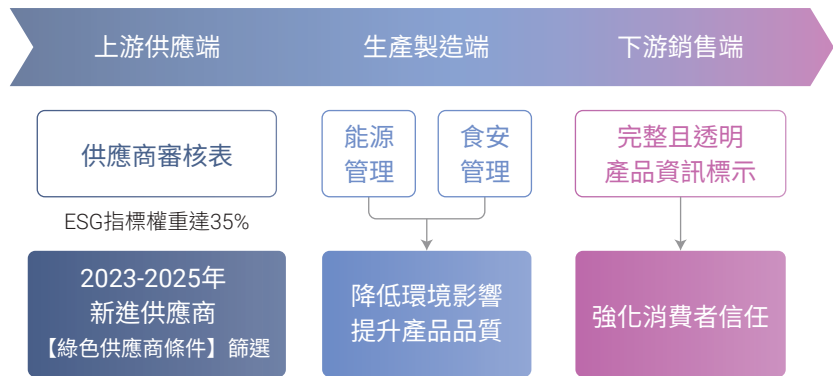
新東陽以西螺服務區為起點，成功輔導6家專櫃取得環境部「綠食飯桌」認證，未來亦計畫將綠色餐飲模式擴大至旗下所有國道服務區。

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

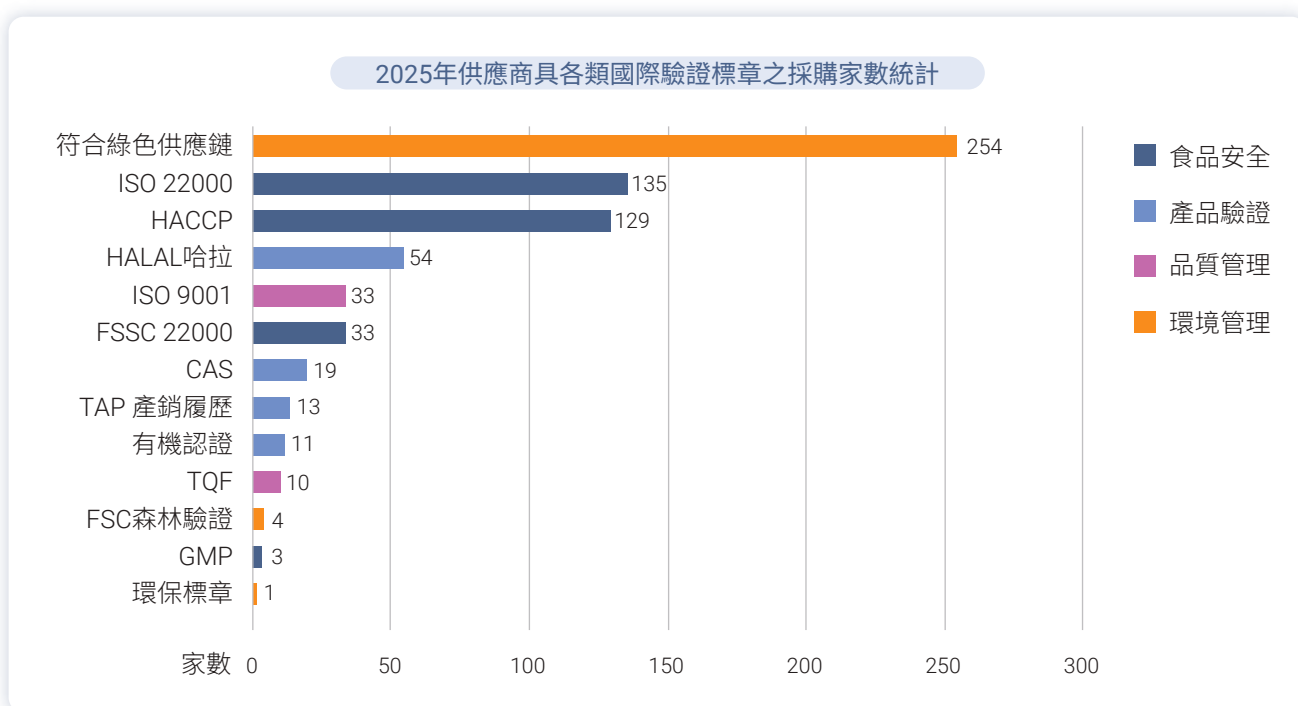


協力商簽署環境永續聲明

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、「2023-2025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。

環境永續
把關

合規畜養
與電宰

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。

屠宰
透明化

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

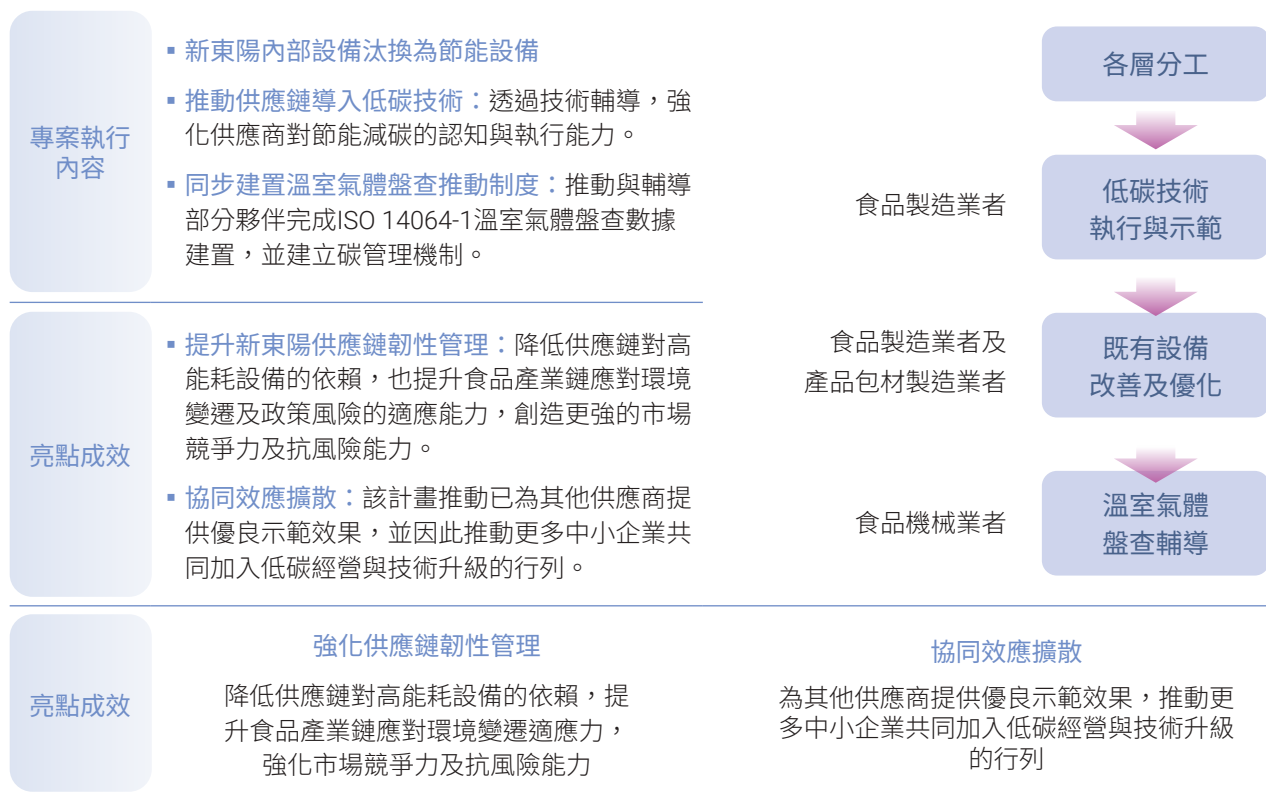
行動	執行成果	未來目標
以大帶小 協力商減碳行動	完成輔導10家推動供應鏈導入低碳技術 導入ISO 14064-1：2018輔導供應商完成碳管理機制建立 減量759.1公噸CO ₂ e 2024年完成供應商範疇二	響應相關政策 推廣協力商落實減碳
提升 〈環境永續聲明書〉 簽署率	2025簽署率進貨金額達83% (含OEM代工供應商) 完成簽署238家原物料合約書(含OEM代工供應商)	簽署承諾書家數達 60% 推動供應商永續經營承諾書

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



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



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。



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。



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。



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 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 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—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 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ——



—— 中部 ——



—— 南部 ——



綠色標章商品採購

食品與飲品

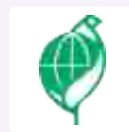


- 光泉系列飲品
- 波蜜果菜汁



- 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

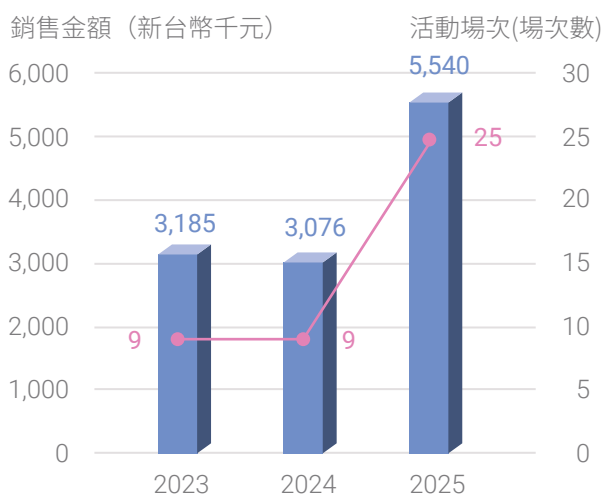


2025年在地農青市集活動成果

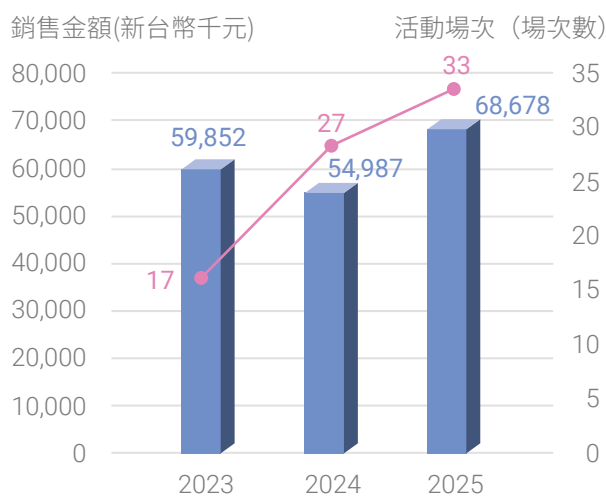
活動總場次	總銷售金額	整體成長率
58場次 ✓	7,421萬 ✓	75% ✓

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



■ 銷售金額 ● 場次

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」。

