

ch1

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



新東陽
HSIN TUNG YANG





亮點績效



西螺服務區 交通部金路獎
站場環境維護類

榮獲 **第1名**



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 關西店
三星級 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	

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。	顧客樣貌分析與銷售預測輔助系統導入，提升內外顧客體驗	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	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。	破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。

台灣

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。

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



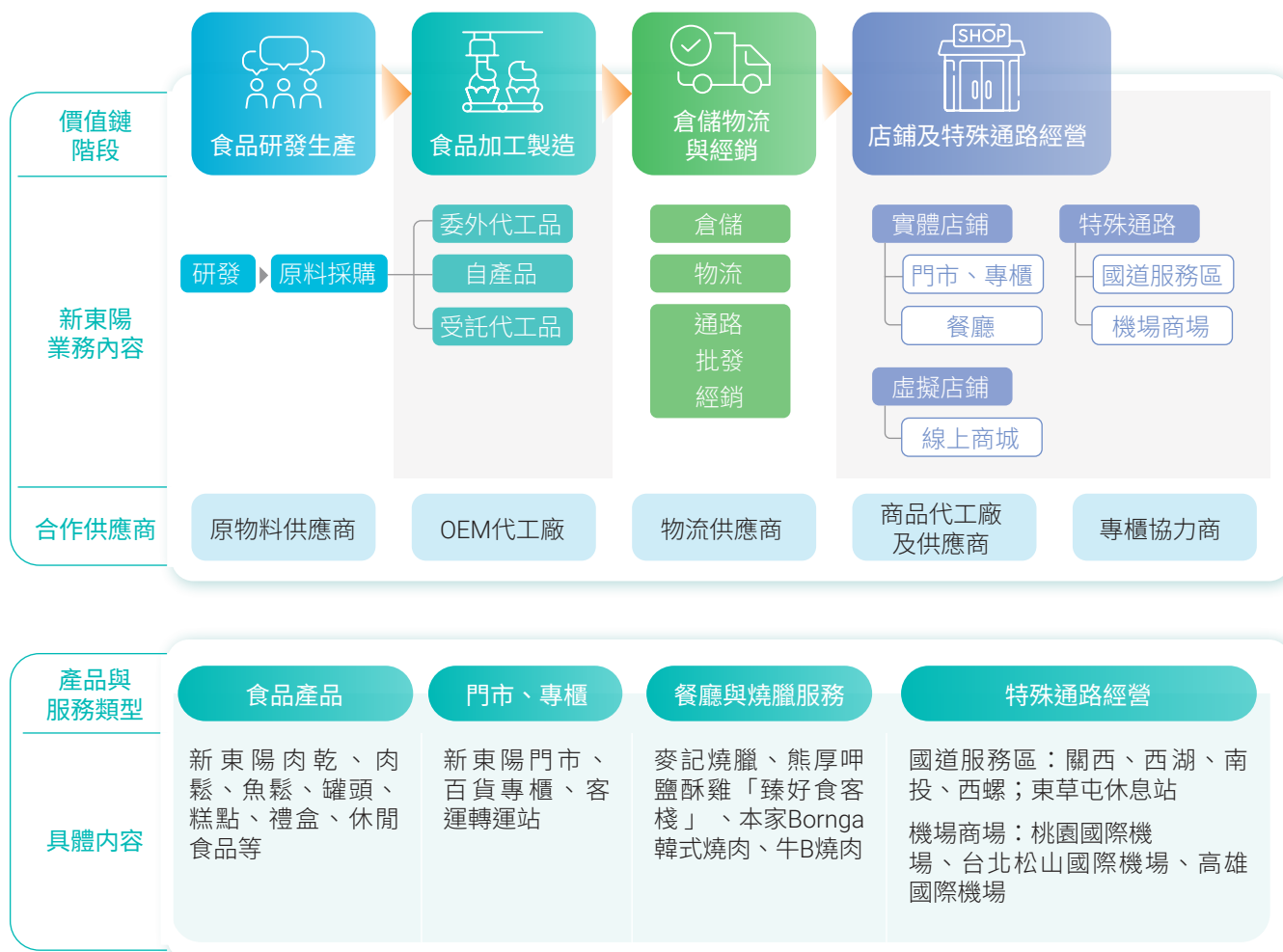
餐飲專櫃 14 家



1.1.2 價值創造 GRI 2-6

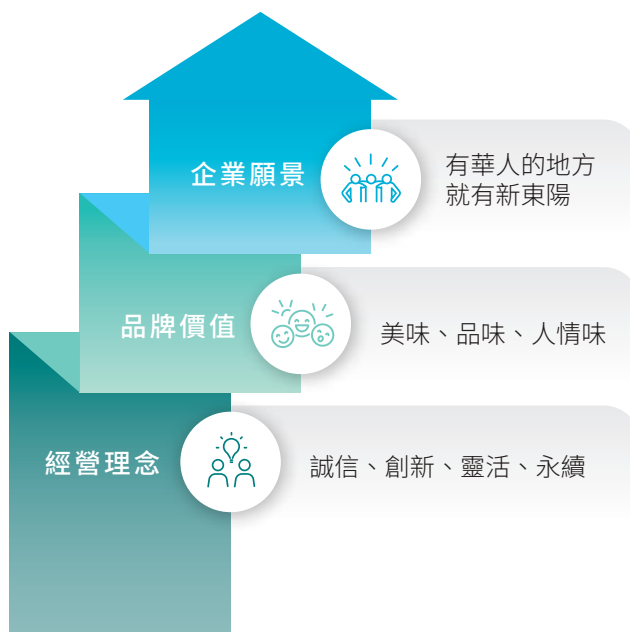
食安始終是新東陽不變的堅持，為此新東陽攜手價值鏈上、中、下游夥伴，於研發、生產、製造、配送及銷售等環節，共同致力於食品安全的守護。透過完善的溯源系統及嚴謹的管理機制，持續提供消費者最安心的產品及多元化的服務。持續提供消費者最安心的產品及多元化的服務。

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。

SUNNY



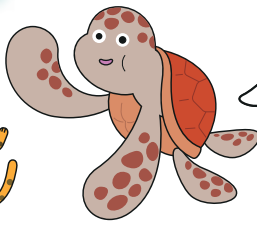
黑熊

點點



石虎

洋洋



赤蠵龜

皮皮



黑面琵鷺

斑斑



寬尾鳳蝶

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

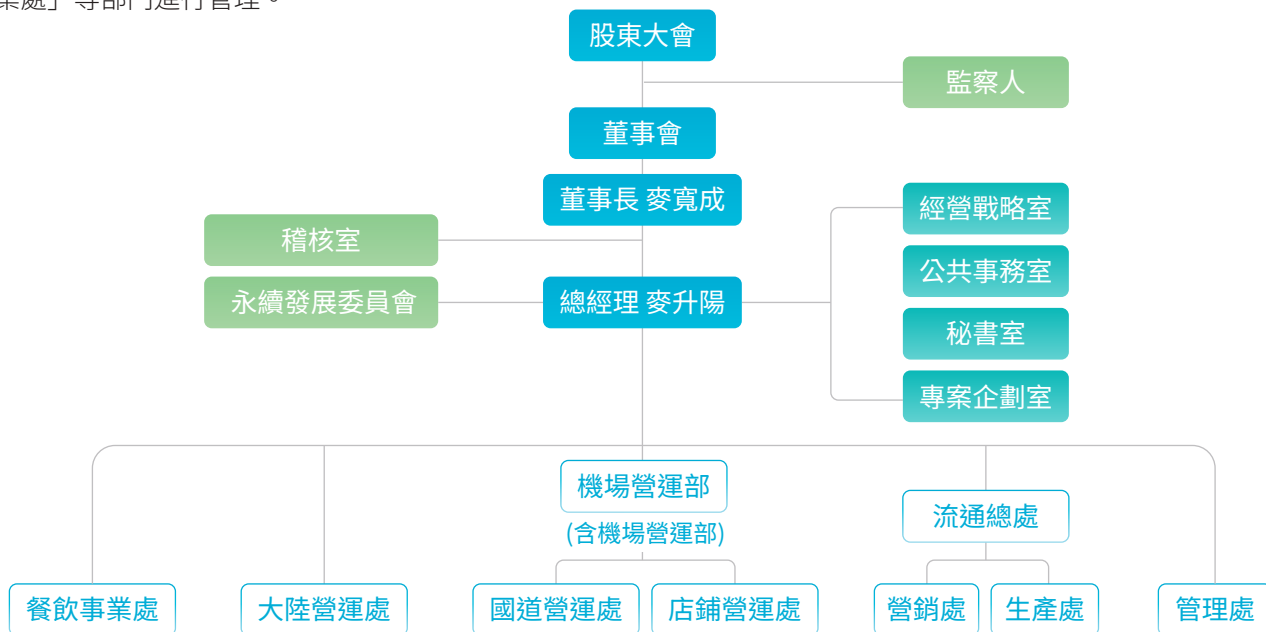
1.2 公司治理

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



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。

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

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。



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				兼任 本公司職務
			41~50	51-60	61-70	71-80	
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：麥修璋	男	◆				
董事	興陽投資（股）公司	-					
	代表人：鄭理明(註)	男			◆		副總經理
董事	代表人：麥修仁(註)	男	◆				
	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 麥修璋

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，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

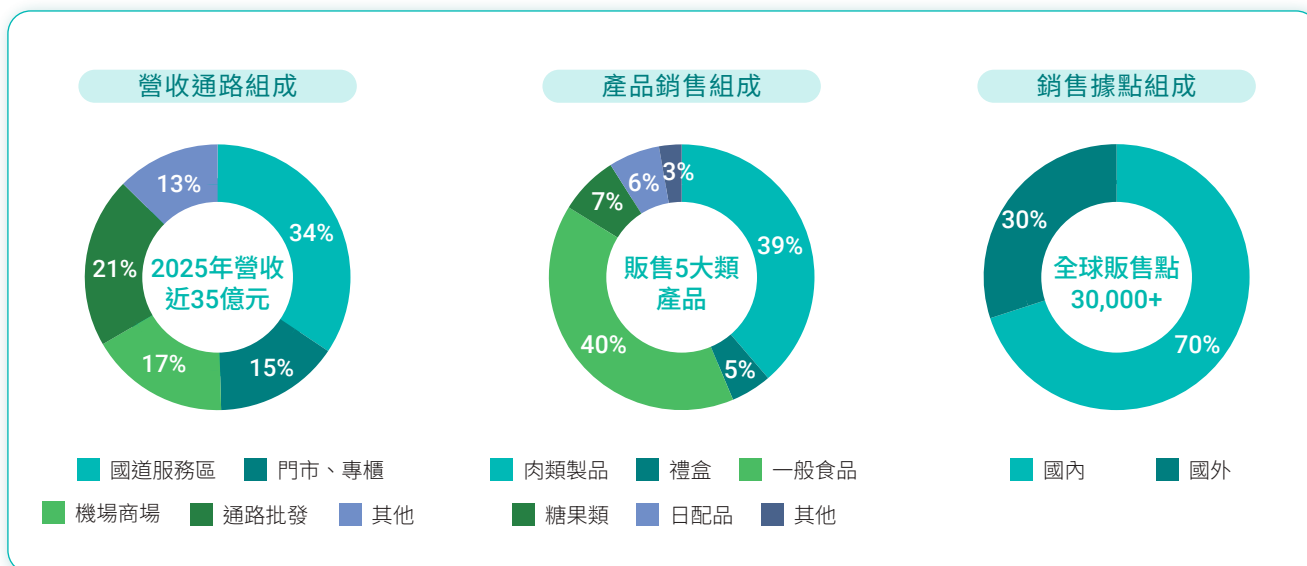
1.3.1 經營策略

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。



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。

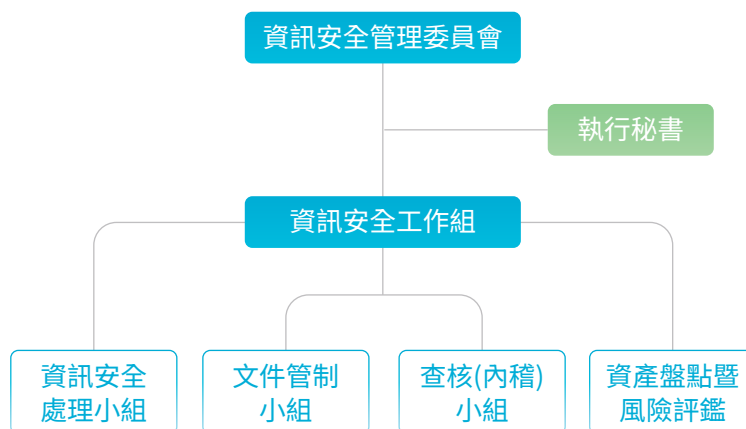
1.4.2 資訊安全

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、內稽稽核、資產盤點與風險評鑑。



資訊安全政策要點



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	客戶隱私安全防護	供應鏈安全防範
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	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	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