

2 經營治理

新東陽 Hsin Tung Yang 創立迄今 53 年

全球販售點 30,000+

全台直營販售點 74

全球銷售國家數 15

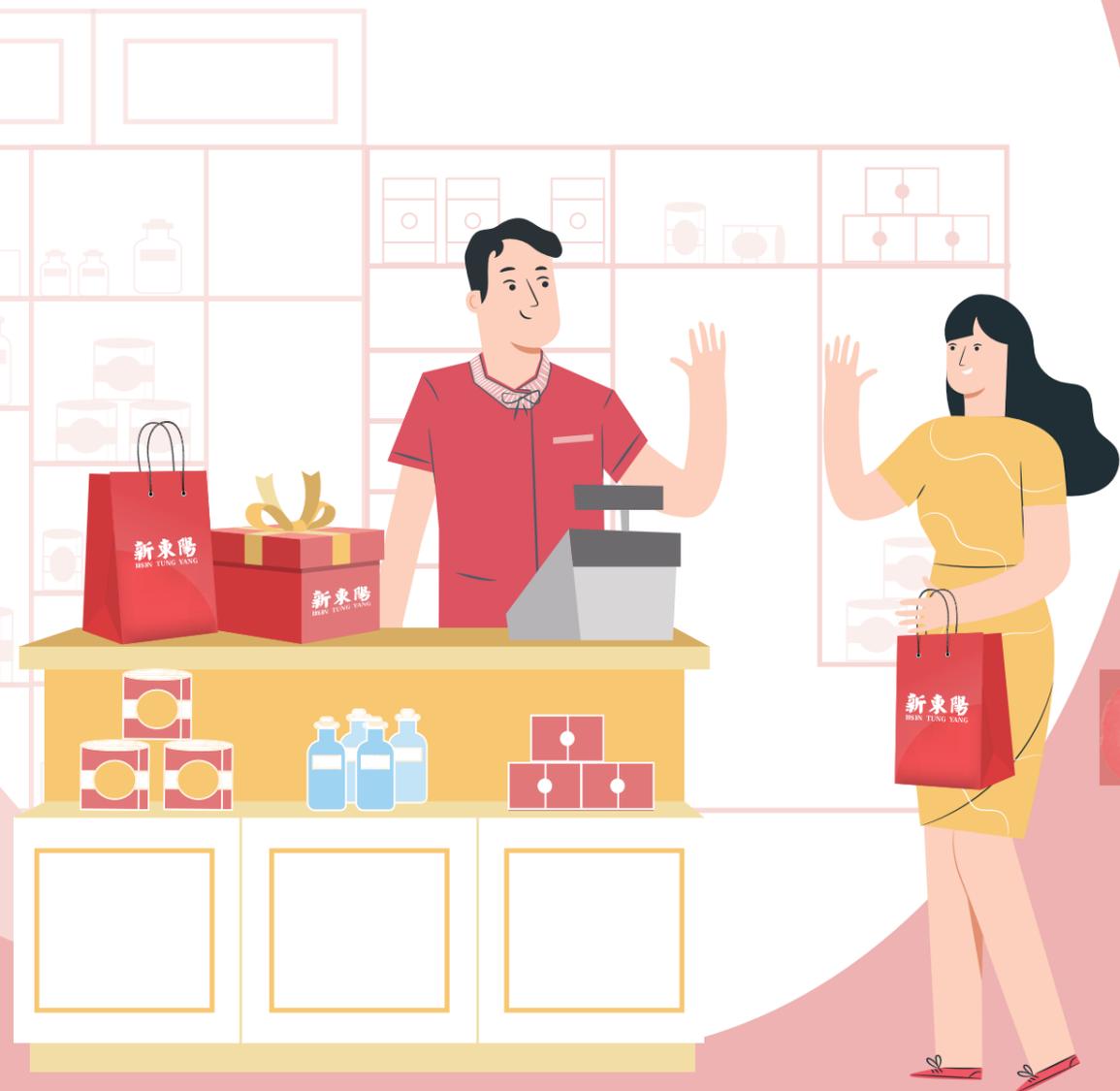
銷售商品支數 847



- 連續3年營收突破30億，近2年營收平均每年成長2%，2019年商品銷售數近1,901萬份
- 取得清水服務區經營權以來，連續11年營業額為全台灣國道服務區之冠
- 1979年進駐桃園國際機場(前身為中正國際機場)；1992年起跨足經營國道服務區，為全國唯一榮獲5次「金擘獎」特優的民間經營團隊
- 2019年鳳山門市榮獲第二十二屆台灣連鎖暨加盟協會「傑出店長」，台中中正門市榮獲第六屆台灣連鎖暨加盟協會「服務天使獎」
- 2019年成立CSR推動小組，自願編製發行第一本CSR報告書
- 紙箱採購100%使用環保標章認證之再生紙箱
- 新供應商100%經過ESG篩選

- 2.1 關於新東陽
- 2.2 產業趨勢與經營策略
- 2.3 公司治理
- 2.4 風險管理
- 2.5 客戶關係管理
- 2.6 供應鏈管理
- 2.7 永續供應鏈

2 經營治理



2.1 關於新東陽



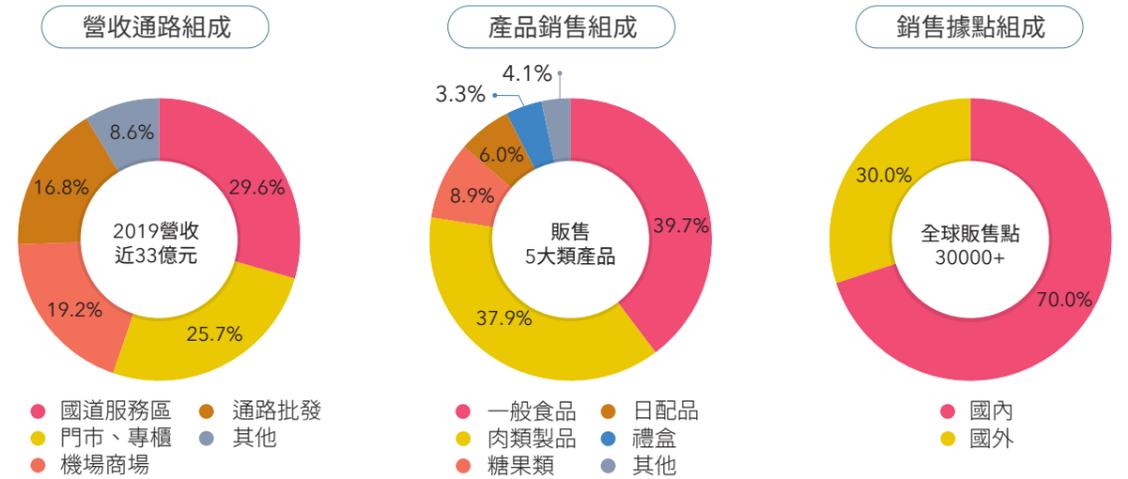
全球布局

新東陽總部位於台北市，創立至今已逾 50 年，自 1967 年於武昌街成立第一家自營門市以來，一步一腳印將販售點拓展至台灣各鄉鎮超市、便利商店及量販店，並跨足國道服務區及國際機場商場等特殊門市。新東陽以「中華美食文化的國際代言人」自許，行銷美國、加拿大、英國、西班牙、荷蘭、日本、香港、澳門、澳洲、中國、阿根廷、新加坡、馬來西亞、越南、柬埔寨等十餘國，共逾 30,000 個銷售點，逐步將美味帶到全球各角落。

數十年來，新東陽以「美味、品味、人情味」位居消費者心中第一品牌，除了經典商品如肉乾、肉鬆、魚鬆、罐頭等伴隨眾多消費者成長並成為社會大眾記憶中最懷念的味道外，更致力研發各類中式糕點及節慶禮品、禮盒等，販售商品逾 14 類、847 項；此外，新東陽更精選台灣地方名物與特產，以及國外進口特色食品，滿足民眾一站購足的需求，不僅成為海內外人士來台及出國必訪之處，更是台灣首屈一指的伴手禮暨特產專賣店。



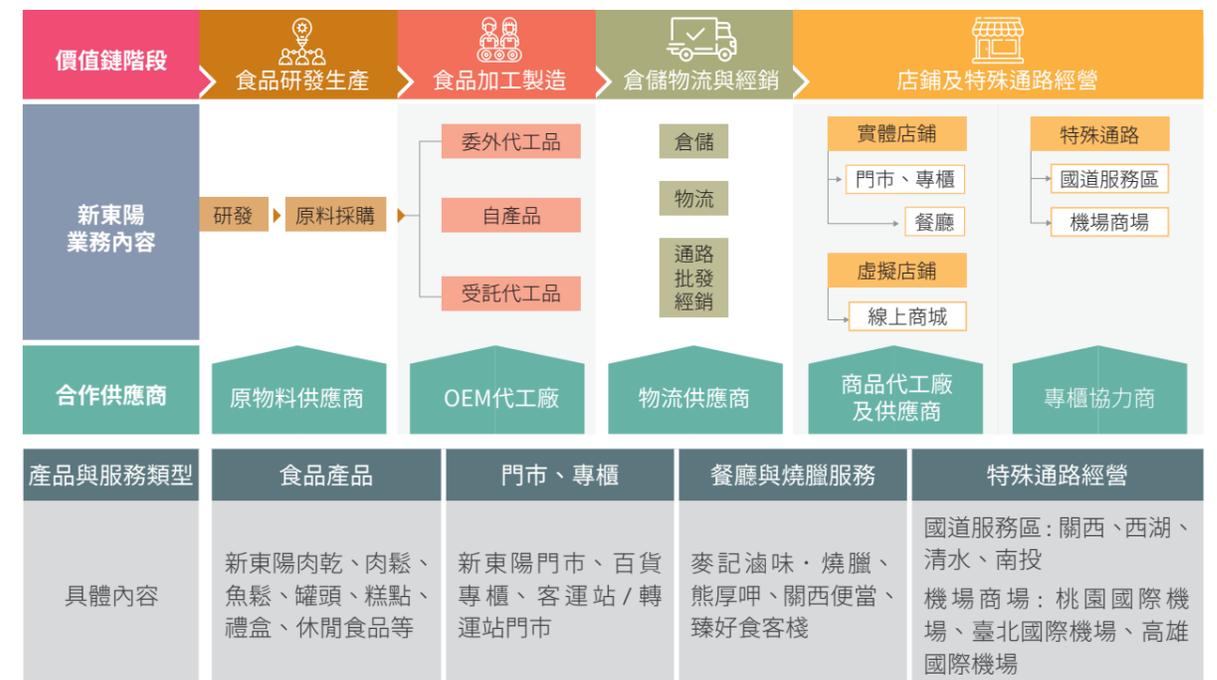
價值創造



新東陽創立五十多年來，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持續增長，2019 年總營收近 33 億，主要來自門市、專櫃、國道服務區及機場商場等，約佔 74.6%。

早在 1979 年桃園國際機場（前身為中正國際機場）開始啟用時，新東陽就進駐服務，並於 1992 年開始跨足國道服務區經營。截至 2019 年底，新東陽共進駐桃園、臺北、高雄國際機場，以及國道高速公路關西、西湖、清水、南投服務區之商場及美食街。

新東陽始終將消費者「食」的安全與品質放在最優先的位置，透過嚴謹、踏實的管理機制，在層出不窮的食安風暴及危機下，新東陽從未受到波及，始終屹立不搖，並持續於各種不同型態的營運據點，提供消費者最優質的商品及多元化的服務。



● 企業大事記

新東陽身為食品業龍頭，不僅從自身做起，率先導入 ISO 品質管理系統、食品產品履歷、加工食品流通履歷、清潔生產及綠色工廠等相關管理系統，為企業永續發展建立基礎，同時，亦積極引領價值鏈合作夥伴共同推動永續發展。

永續大事記	獲獎事蹟
<ul style="list-style-type: none"> ◆ 1967-創立第一家自營門市 ◆ 1976-建廠於新北市三重區 ● 1984-成立「麥氏新東陽基金會」 ▲ 1988-大園廠落成啟用，導入荷蘭污水處理系統 ● 1991-協助興建「幸夫愛兒園」 ◆ 1992-首度跨足國道服務區經營 ◆ 1994-取得農委會CAS優良食品認證 ◆ 1996-第一家國內食品業者取得ISO 9001認證 ◆ 2002-取得美國HACCP制度認證 	<p>▲ 環境面(Environmental) ● 社會面(Social) ◆ 經濟面(Governance)</p> <p>1967-2002</p>  <p>2004-2016</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲ 2004-綠色包裝設計榮獲「台灣包裝之星」與「綠色環保包裝」獎章 ◆ 2004-南投服務區榮獲金擘獎民間經營團隊獎「特優」 ◆ 2010-產品榮獲「iF設計大獎」與「金點設計標章」 ◆ 2011-榮獲經濟部國貿局頒贈「台灣百大品牌」殊榮 ◆ 2015-國道服務區於內政部評選友善建築中，獲得餐廳、遊憩場所雙類別「特優」 ● 2016-養生肉鬆產品榮獲行政院農委會「十大銀髮友善食品」 <p>2017</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 純雞肉鬆產品獲選行政院農業委員會「銀髮友善食品」 <p>2018</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲ 榮獲行政院環保署頒發第二十七屆中華民國「企業環保獎銅獎」 ▲ 經濟部能源局頒發一〇七年經濟部「節能標竿銀獎」 <p>2019</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 鳳山門市榮獲第22屆台灣連鎖加盟協會「傑出店長」，並至總統府接受表揚 ◆ 台中中正門市榮獲第6屆台灣連鎖暨加盟協會「服務天使獎」 ● 寶實健康純肉鬆、炙燒蜜汁豬肉條，獲選行政院農委會「銀髮友善食品」
<ul style="list-style-type: none"> ▲ 取得ISO 14064-1溫室氣體盤查認證 ▲ 取得綠建築標章 	
<ul style="list-style-type: none"> ▲ 取得清潔生產評估系統認證 ▲ 取得「綠色工廠」標章，為全台第一家取得該認證之食品業者 ▲ 通過ISO 50001能源管理系統認證 ● 通過TTQS人力發展品質管理系統認證 ◆ 關西服務區及桃園國際機場的臻好食客棧，榮獲台灣農業跨領域發展協會(AMOT)認證為溯源餐廳 	
<ul style="list-style-type: none"> ● 通過ISO 45001職業健康和安全管理系統認證 ● 通過TOSHMS / CNS 15506台灣職業安全衛生管理系統認證 ◆ 臻好食客棧榮獲台灣農業跨領域發展協會(AMOT)「溯源餐廳評鑑3星級」 ▲ 通過ISO 14001:2015環境管理系統認證 	



新東陽企業沿革

● 願景與核心價值

有華人的地方就有新東陽

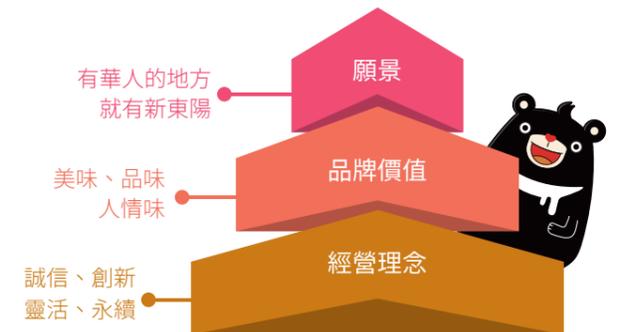
新東陽於創立之初即立下推動中國美食精緻化、國際化的精神標竿。首先從生產技術、經營管理、市場行銷等方向提升進步，確立優良食品產銷流程；接著透過全台門市、國道服務區等多元通路佈局，強化品牌價值與影響力，為台灣食品向國際發展奠定基石。進而致力開發台灣特色土特產品，滿足來台旅客或國民出國送禮偏好；結合機場出境商店等通路經營，成為旅客可便利取得的禮品選擇；並設立大陸事業部及海外分支事業，由東南亞、歐美等華人居住地區開始，加強推動產品海外銷售。新東陽希望透過優質產品，將中華文化之美傳遞至世界各地！

讓生活更有味

「美味」在美味的追尋上，新東陽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。

「品味」現今的人們對食物上的要求，不再只是品質，則是追求生活的精緻。品嚐出人生的好滋味，至臻至善是新東陽不變的精神。

「人情味」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。



「誠信」、「創新」、「靈活」、「永續」

新東陽秉持「誠信、創新、靈活、永續」的四大經營理念，透過優質、可信賴的產品與服務，將品牌核心價值傳達給每一位消費者。



新東陽企業簡介

2.2 產業趨勢及經營策略



食品業發展及市場趨勢分析



挑戰與機會

新東陽辨識外部挑戰並分析業務發展機會如下：



經營策略

新東陽每年召開經營管理會議，檢視各事業處經營概況，並分析總體經濟環境、食品產業現況與發展、市場供需狀況及成長性，釐清發展遠景之風險與機會，進而就各事業部制定因應策略及年度營運計畫，以確保企業永續經營。為因應前述外部趨勢及挑戰，新東陽針對通路及產品事業擬定長短期業務發展計畫，隨時檢討績效及研議策略，基於核心優勢，掌握機會，創造企業價值，並維持穩定的稅後淨利。



通路策略

- ◆ 持續擴展營業據點
- ◆ 依通路特性導入創新服務與差異化商品
- ◆ 推動幹部職能養成，提高服務人員品質及專業度

- I 洞悉消費者多元需求**
藉由自營通路及產業合作，掌握各通路消費動態、購買行為及趨勢變化。
- I 提升會員體驗與忠誠度**
優化行動APP，強化會員互動及提升顧客黏著度，透過客流系統分析，瞭解客群樣貌與消費歷程來發展新零售，並運用科技提高管理效能與精準行銷。
- I 善用社群媒體話題行銷**
運用新興媒體多元形式與消費者溝通，透過事件與話題行銷提高曝光。
- I 促進商品與服務創新**
依通路特性打造多元、有趣且有溫度的消費體驗，提升品牌價值。
- I 串聯在地小農打造永續價值鏈**
培育在地小農並建立小農與消費者之間的連結平台，將在地特色的農村好物、農產食材導入各通路場域，實現在地特色的永續供需體系，提升台灣綠色農業的整體價值。

產品策略

- ◆ 針對市場趨勢及目標客群進行商品開發
- ◆ 依通路及產品特性，提出最佳行銷方案
- ◆ 佈局各通路銷售上架計畫，提高市占率
- ◆ 運用採購及生產技術優勢，持續開發代工市場，提升生產效能與降低成本

- I 掌握目標消費者需求**
透過消費型態與市場趨勢分析，開發樂活、休閒、健康、銀髮友善等的美味產品，並藉由引進新技術、新素材等方式來提升產品品質與精進管理。
- I 結合在地特色強化差異**
藉由產地合作增加產品的話題性與豐富性，透過通路與多元行銷提升能見度，以強化品牌形象塑造與產品價值，增進消費者好感度與認同感。

2.3 公司治理



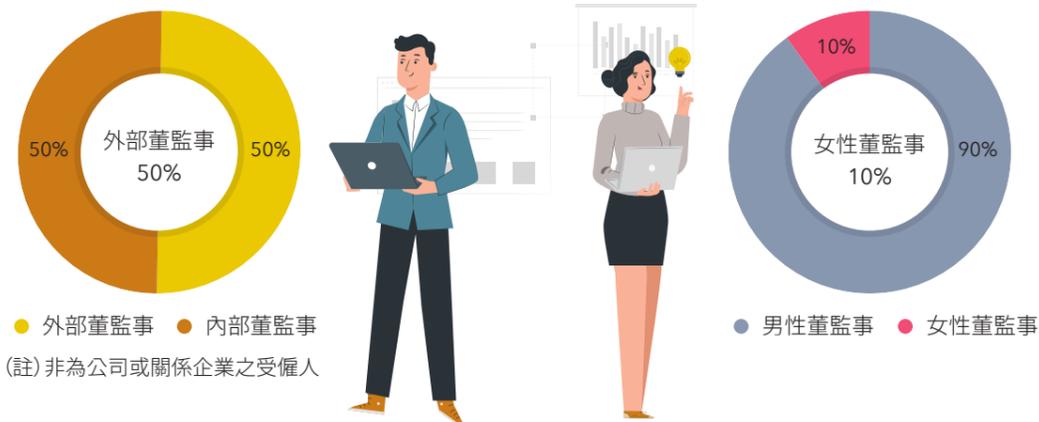
組織架構

新東陽致力透過建立良好的公司治理、健全監督機制、落實內部控制，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、通路經營等不同業務型態，新東陽設置「產品事業總處」、「通路事業總處」等相應部門進行管理。詳細組織架構、各部門主要業務執掌等資訊，可參閱 108 年年報。

董事會

新東陽為公開發行之有限公司，董事會為公司治理最高決策單位，包含董事 7 位（其中一位為女性董事）及監察人 3 位，成員背景多元，各成員之學經歷背景、專業知識、酬金、目前兼任職務等相關資訊，可參閱 108 年年報。

董事會每年至少召開 4 次，2019 年共召開 4 次董事會，全體董事出席率為 100%。依循「公開發行公司董事會議事辦法」，新東陽制定「董事會議事規範」作為議事程序指導原則。召開董事會時，對議案有自身或與所代表法人有利害相關之董事，均依規定說明需要迴避之理由，並於討論及表決時予以迴避，以避免利益衝突。董事會設置專任秘書處理董事會決議事項，並於每次董事會開會時進行成效評估與追蹤。董監薪酬給付標準主要參酌業界通常水準、貢獻價值及經營績效等。



企業社會責任推動小組

建立 ESG 長期策略與整合管理機制，新東陽於 2019 年正式成立企業社會責任 (CSR) 推動小組。企業社會責任推動小組由總經理擔任召集人，並設置副召集人及專責窗口，針對「公司治理」、「永續產品服務」、「環境永續」、「員工與社會關懷」主題由各項業務相關主管擔任負責人員。CSR 推動小組最高主管為總經理，對於公司 ESG 永續發展關鍵主題面向、永續發展目標 (SDGs) 相應執行策略，將由總經理送呈董事會核准。

永續發展相關議題之呈報流程，新東陽依公司現行組織權責架構，先由各事業部人員向副召集人呈報請示；彙整後向總經理報告；再由總經理呈報董事會。關於各面向 ESG 議題的方案推動與重大議題決策，則由高階主管及 CSR 主題小組共同分層或依權責處理；重大議題由總經理進行決策，並將決策及推動結果於董事會報告。

新東陽 CSR 推動小組於 2019 年 8 月舉辦首次會議，並於 10 月舉辦教育訓練工作坊，完成「利害關係人鑑別」及「重大主題鑑別」，並開始第一本 CSR 報告書的編製，進行 ESG 推動的系統性盤點，未來將持續規劃永續發展策略及行動方案，以公司治理、環境保護、社會參與為實踐方針，積極執行推動，持續實踐企業公民責任。



誠信經營

新東陽自創立以來，堅持誠信精神經營，同時回應外界趨勢與法規要求，貫徹核心理念，建立正直的企業文化。為了確保誠信經營，本公司依循相關典章制度，包含由董事會通過制定「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。

依據上述制度，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。董事會應盡善良管理人之注意義務，督促公司防止不誠信行為，並隨時檢討其實施成效及持續改進。

新東陽訂有明確的工作規則，具體說明職業倫理及服務守則，並訂有員工獎懲辦法 (包含反貪腐相關條款) 於公司內網公告，並透過定期與不定期的各部門會議，包含董事會、高階主管經營會議、每月通路經營會議等，進行實務的誠信經營宣導提醒，彰顯善的行為，引導員工遵行與效仿，並遏止不良行為以作為警惕。

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。本公司責各單位受理檢舉案件，並對檢舉人採取嚴格保密措施，以避免因檢舉而遭受不當處置。2019 年新東陽並未發生貪腐事件或因違反道德行為或誠信經營原則遭檢舉之情事發生。

公協會參與

新東陽積極參與產業相關協會組織，與同業及相關主管機關建立良好互動，透過交流學習，促進產業共好的合作夥伴關係。未來將評估參與永續發展議題推動之組織及簽署相關倡議，分享新東陽的推動經驗，並與各界永續標竿砥礪精進，共同創造永續價值。

參與之公協會組織名稱	參與身分	新東陽關注議題
台北市進出口商業同業公會	理事	企業永續
台灣冷凍肉品工業同業公會	理事	食品安全
台灣觀光協會	會員	企業永續
台北市糕餅商業同業公會	會員	企業永續
台北市百貨商業同業公會	會員	企業永續
中華民國商品條碼策進會	會員	企業永續
新北市商業會	會員	企業永續
台灣罐頭食品工業同業公會	會員	企業永續
TCFA 台灣連鎖暨加盟協會	會員	企業永續
台北市米穀商業同業公會	會員	企業永續
台灣食品發展協會	會員	食品安全
台灣國際生命科學會	會員	食品安全



2.4 風險管理



風險管理架構

對於新東陽企業經營面臨之潛在風險，組織依據各類型風險特性採取對應管理機制，確保能有效控制相關風險，同時達成營運策略目標。在風險管理方面，本公司由各相關職能單位自行訂定各項策略並執行，負責單位及執行方式如下：

風險類型	風險管理執行方式	權責單位
氣候變遷風險 氣候變遷可能影響供應鏈原物料穩定性，造成能資源及環境管理成本的提升，及市場需求的變動。	積極進行環境管理，如推動食品生產之「綠色工廠」導入ISO能源管理系統、盤查溫室氣體排放、建置再生能源，降低能資源使用與環境衝擊；打造永續供應鏈，如供應商ESG條件篩選、環境衝擊風險評鑑等；產品創新開發納入低碳蔬食、循環經濟等永續概念。	各事業單位
食品安全風險 政府及大眾對於食品安全的要求及規範日漸強化，法規持續更新；食品業者需確保合規之外，更積極保障顧客安全，方能確保銷量及收益，強化品牌聲譽，落實社會責任。	管理組織：各事業處透過食品安全決策小組等組織，定期召開會議，追蹤食安之落實現況 作業流程：制定食品安全監測計畫等作業程序文件，並確實落實於營運流程中，系統性管控相關風險 源頭把關：落實供應商篩選、評分、稽核、檢驗機制 產品溯源：建立產品溯源資訊串接機制，確保產品可追溯性，若食安緊急事件發生時能即時因應處理	食品安全決策小組、各事業單位
產品及市場風險 產業及市場供需變動，對於企業銷售收益及成本造成增減影響。	由各事業部門，依據職責範疇，分析相關法規及市場變動，評估並擬定因應策略。若遇緊急事件則由高階主管及相關部門主管組成小組，進行危機處理。	各事業單位
財務、流動性及信用風險 管控資本、非資本的財務風險，方能讓企業資金的調度及運用無虞，確保組織營運的穩定。	由財務部門進行現金流量及財務風險相關評估，於董事會授權範圍內執行相關業務；針對高風險之投資或財務決策，依據證交法規訂定相關作業處理程序；並針對關係企業風險控管建立防火牆等機制，由稽核室(不)定期監督、查核其執行情形。	財務會計部
資安風險 數位轉型使企業處理資訊量提升，資安及個資保護法規也趨嚴，企業需確保合規，以免資安危機影響企業營運、客戶權益，及其對品牌聲譽及銷量的衝擊。	與資訊系統等合作廠商明訂合約確保資安及個資保護；基於「隱私條款」取得個人資料，並確保流程符合法律規範。組織內部透過權限管理、分層管理，區分個人資料相關的使用權限，避免濫用；針對相關人員進行個資保護之教育訓練。	各相關部門
職業安全衛生風險 職業災害可能造成員工權益損失，並對組織人力資源與營運能力造成影響。	大園廠導入ISO 45001職業安全衛生管理系統，每四個月召開一次職業安全委員會，確保相關人員經職安訓練並取得證照；舉辦講座等活動進行宣導；鑑別工作場所職業安全風險，規劃緊急應變計畫，並持續加強總部、通路、工廠等據點現場巡檢及人因訪視，確保職業安全衛生的落實。	大園廠及總部相關管理部門

● 危機處理機制

為及時因應並妥善處理公司經營上之各類危機，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，並即向董事長及董事會報告。



● 法規遵循

新東陽公司業務類型多元，也因此需遵守各項相關法規；公司針對各項法規的不同領域及相關營運管理權責，建立多重管理機制，以強化法規遵循，降低風險。法規遵循重點項目如下：



2.5 客戶關係管理

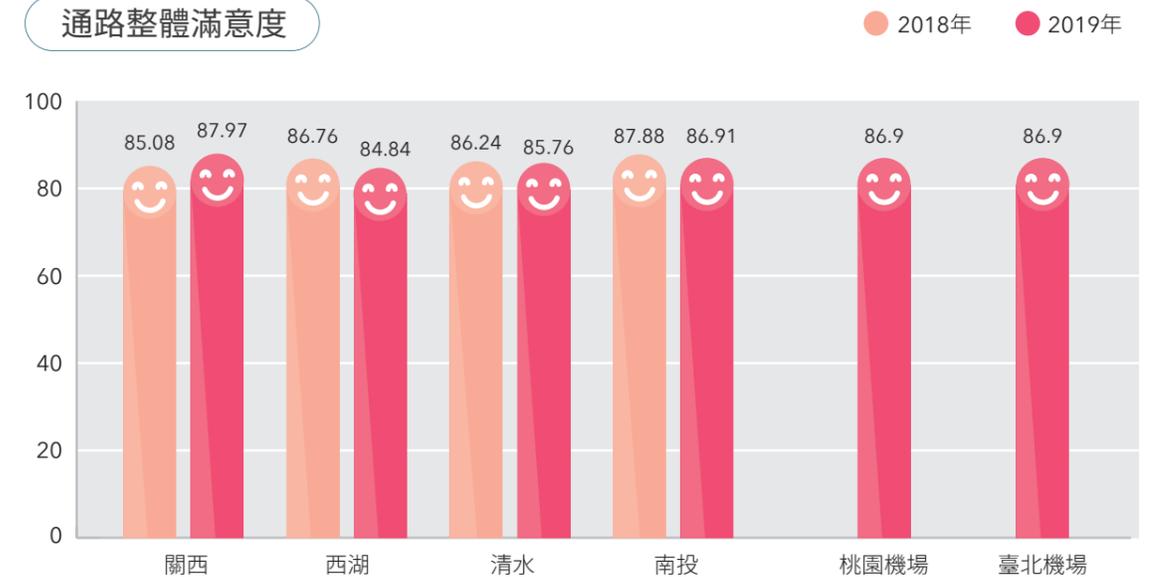
● 提升客戶滿意度

為了瞭解顧客需求，持續提升產品與服務品質，新東陽自 2018 年起，針對國道服務區及機場商場等，委託第三方單位進行顧客滿意度調查。透過調查與結果分析，瞭解用路人及旅客在使用之消費行為；對於國道服務區及機場商場各項設施、服務、活動、餐飲、空間等滿意評價；掌握旅客行程屬性及消費類型，做為未來規劃行銷策略方向的參考依據；彙整旅客關心議題與需求，作為事業未來因應服務改善之決策規劃。

國道服務區方面，針對 4 個服務區，2018 年、2019 年皆進行滿意度調查，面向包含：餐飲、超商、伴手禮專櫃、廁間、其他環境設施、整體滿意度等。

機場商場方面，2018 年起調查桃園國際機場第一航廈商場之顧客滿意度；2019 年新增進行台北國際機場（松山機場）商場之調查，面向包含：餐廳、伴手禮專櫃、便利商店、公共區域、無人商店等。國道服務區近年整體滿意度平均達 86.4 分，機場商場整體滿意度達 86.9 分。

通路整體滿意度



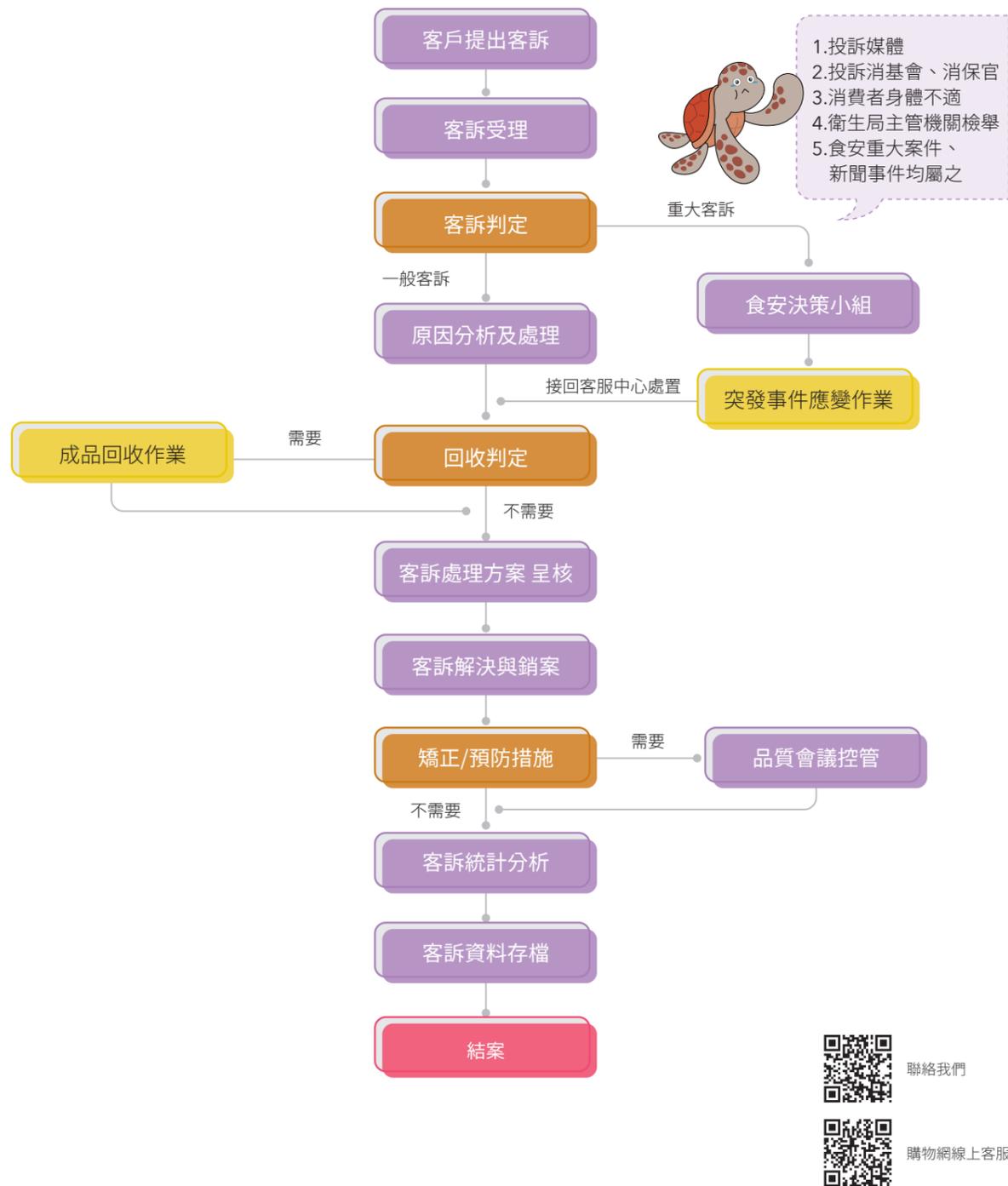
● 傾聽客戶意見

新東陽的客戶包含消費者及營業單位，為了即時掌握客戶對產品與服務的想法意見，新東陽透過多元管道進行溝通，包含：消費者的 0800 客服專線、通路意見箱、不定期的滿意度調查、及企業客戶的拜訪會面等。

當客戶發現產品或服務有瑕疵疑慮，都可透過暢通的客服專線及網站聯絡專區進行反映或申訴。客服中心依據商品、店鋪、商流、貿易等，四種產品與服務類型設置對應之窗口，進而與相關的營業、運送、生產等單位反映，必要時上呈單位主管，溝通釐清原因後進行處理，以確保客戶獲得滿意的解決與回覆，提升對新東陽的信賴。

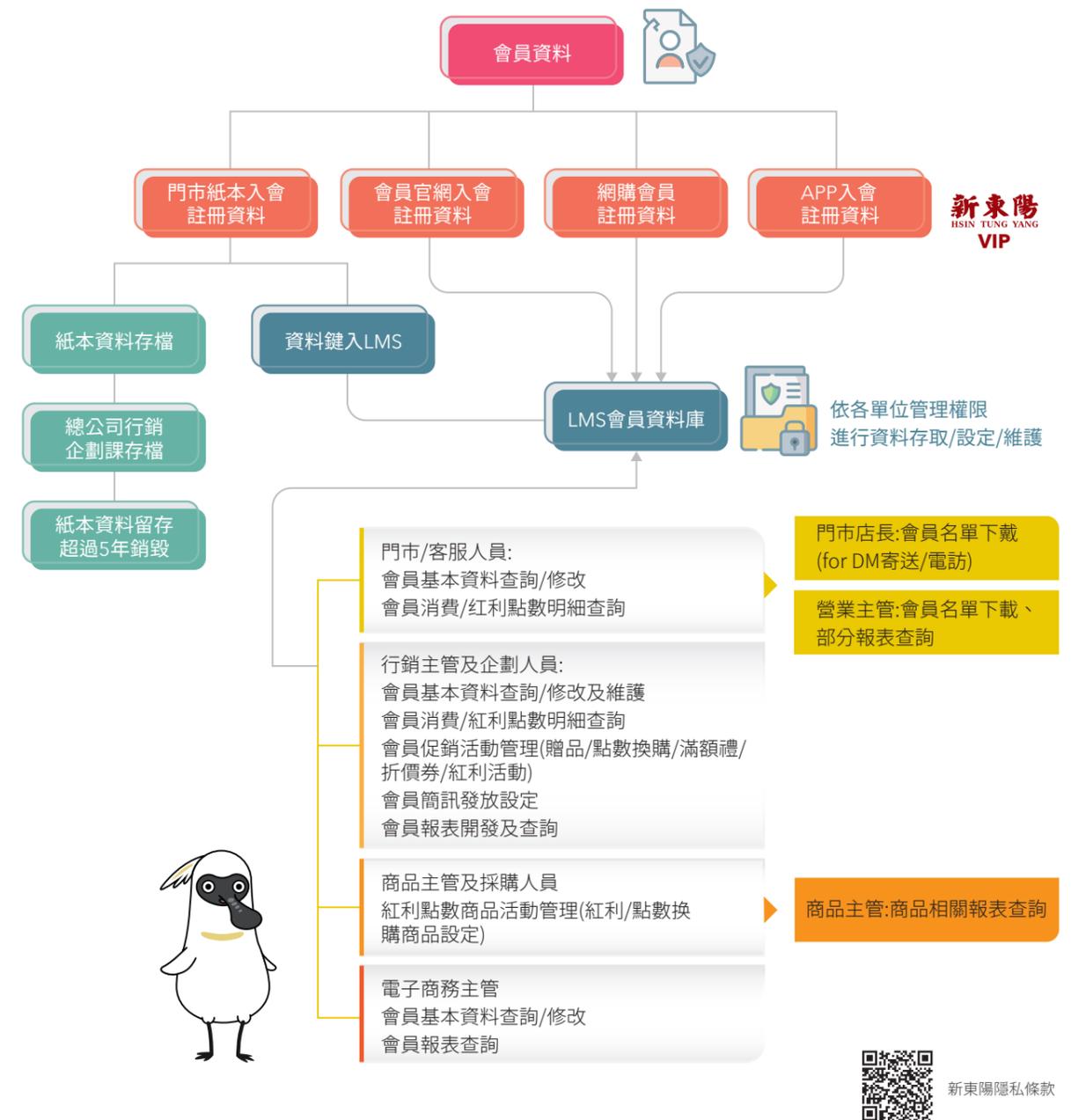
以新東陽自製產品之瑕疵為例，生產事業部於品質管理月會中，針對客訴案件彙整進行討論，分析發生原因、與前一個月及去年同期進行比較，追蹤客訴率變化，並制定矯正預防措施，以降低不良品的發生率。若為食安相關之重大客訴案件，則將第一時間由食安決策小組進行突發事件應變作業，有需要時進行產品回收等相關措施。

為了持續精進，每一年度新東陽均會進行客訴案件分析，再依三年度案件分析，依照客訴類型建立客訴處理單，並提供給品管單位分析統計，以追蹤跨年度品質提升的成效，並作為營運調整的參考。



保障客戶隱私

品牌信賴感與安心感是維繫、鞏固長期顧客關係的基石，因此，新東陽非常重視客戶隱私權管理，透過資料保護強化及權限控管等措施，達成安全保護會員隱私不外洩之承諾。新東陽透過「線上購物網」及「門市會員註冊」取得會員註冊資訊，蒐集資料前均先請消費者審閱「新東陽會員條款」之「隱私條款」並取得其同意，方進行會員資料蒐集、處理、利用與存取。透過權限管理及分層管理，區分與會員資料相關的使用權限，各部門僅能於業務之權限範圍使用相關資料，特定資料使用需由授權之主管進行；相關業務人員也皆需經過「個人資料保護法」必修課程之教育訓練，以加強資料的監控保管，避免外洩。新東陽與資訊系統廠商於合約中明訂客戶資料保護之規範，未來亦將與資料銷毀處理等廠商簽訂「保密切結書」並留存「文件銷毀妥善處理紀錄文件」，以確保隱私保護。



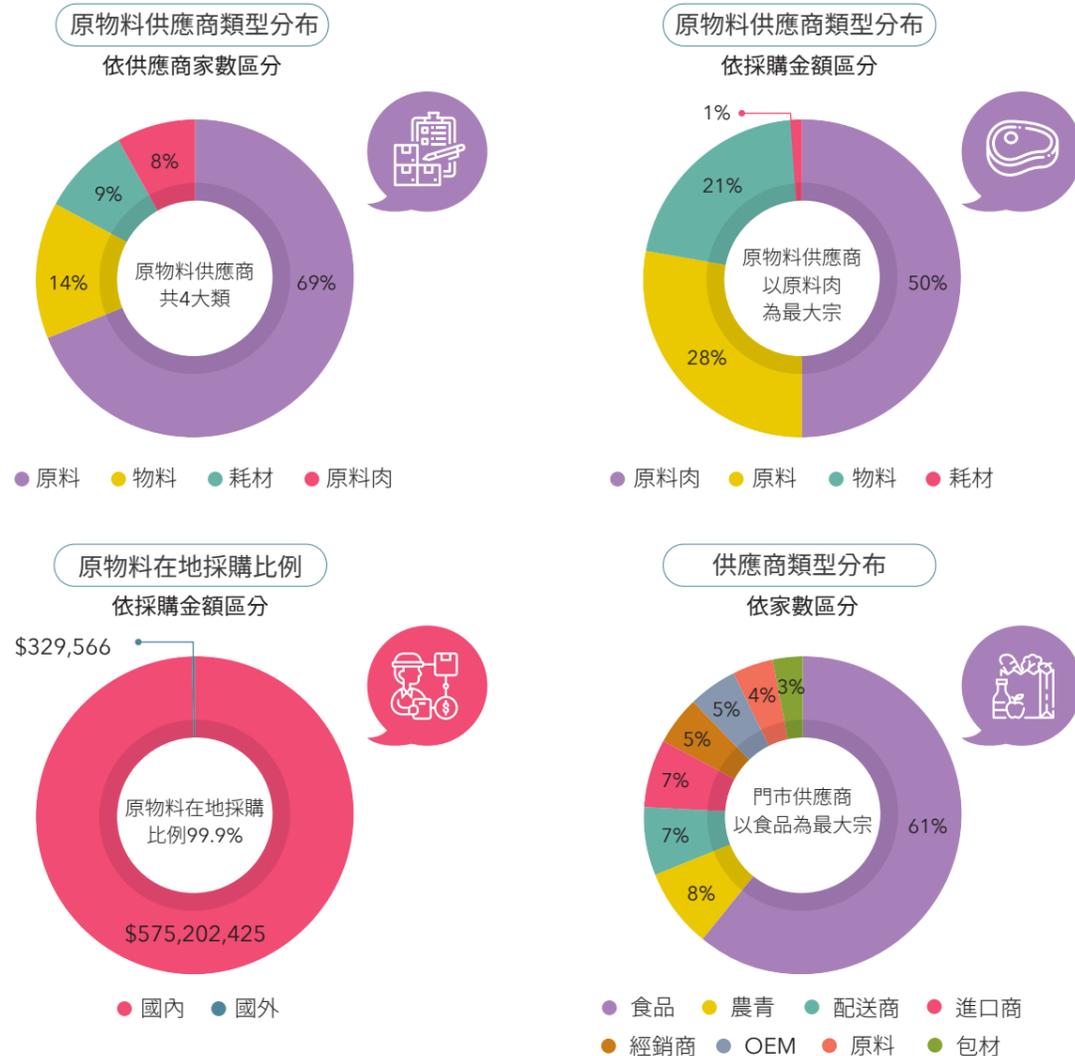
2.6 供應鏈管理



新東陽於食品價值鏈布局完整，每一個供應商、協力廠商都是新東陽的共同經營夥伴，彼此共存共榮新東陽藉由嚴謹的管理，確保食品安全無虞並落實永續，共同為提升品牌形象及產品與服務的品質而努力，提供消費者最好的體驗。

● 供應商類型

新東陽自有品牌產品之供應商包含原物料供應商、委託代工廠商。原物料供應商之類型包含原料肉、原料、物料、耗材類廠商，2019年共計224家，其中223家為台灣製造商及貿易商，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之比例達99.9%。委託代工方面，2019年與新東陽大園廠合作的OEM供應商共計9家，皆為台灣食品加工廠商。門市、專櫃等供應商共計524家，主要類型為食品、農青、原料、進口商、配送商、經銷商等。



● 永續採購

新東陽採購環保永續的原物料，確保提供產品與服務品質的同時，減緩對環境的衝擊，並支持綠色產品供應商，促進產業鏈轉型永續。

● RSPO 永續棕櫚油

2019年起，新東陽導入符合國際產品責任標準「棕櫚油永續發展圓桌組織」(Roundtable on Sustainable Palm Oil, RSPO) 驗證的油品，作為糕餅類水果餡等原料。RSPO 認證產品，需符合8大原則、39類144項指標，確保棕櫚油生產過程中符合法律、資訊透明、能保障當地環境、生物多樣性、社區農民權益等。

RSPO 認證採購金額統計

	採購金額 (元)	比例
RSPO 認證油品	4,134,976	14.29%
油品類採購總計	28,944,637	100%



● 環保標章之再生紙箱

為響應循環經濟，減少森林資源消耗，新東陽在瓦楞紙箱採購方面100%與取得政府「環保標章」之供應商合作，使用由再生紙製成的紙箱；2019年總採購量達842,492只，採購金額達781萬元。

● 大豆油墨之彩盒印刷

自2004年起，新東陽彩盒之印刷油墨，100%使用大豆油墨，以植物來源取代石油來源的油墨，以減少環境衝擊，促進環保。2019年使用大豆油墨印製彩盒數量為2,963,057只，採購總金額逾3,430萬元。

● 碳足跡商品

為響應永續消費，新東陽國道服務區及機場商場優先採購具備「碳足跡」認證之商品，2019年採購碳足跡品項包含：FIN 深海健康補給飲料、可口可樂、泰山純水、黑松沙士、黑松茶花綠茶、美粒果白葡萄汁等，採購總金額約470萬元，（除泰山純水僅在國道服務區、客運轉運站販售）各項認證商品於全通路皆有販售。

● TAP 農產品履歷商品

配合產品產銷履歷的系統建置，為了促進農產品供應鏈透明，並促進在地農業發展，新東陽也積極採購TAP農產品產銷履歷認證之產品；近三年每年採購金額皆達七百萬以上。

新東陽近3年TAP 認證農產品採購統計

	2017年	2018年	2019年
採購量 (公斤)	33,778	44,600	38,971
採購金額	7,205,949	9,033,818	7,990,549

● 產品供應商管理

新東陽品牌及門市產品之供應商，包含原物料供應商、委託代工廠商、門市商品供應商三大類，依據「供應商管理作業辦法」進行管理，以確保產品品質及符合食品安全衛生法規，維護品牌聲譽，保障消費者權益。



● Step1 新供應商篩選

針對新供應商篩選，新東陽透過以下流程管理：

- (1) 書面資料：確認廠商工廠登記證等基本資料，如肉品廠商需為主管機關認可之屠宰場，並經屠宰衛生檢查合格；食品供應商需有食品業者登錄字號。
- (2) 實地勘察：由品管單位實地查勘，進一步了解其產品品質，生產流程技術、服務等狀況，並確認廠商針對環境衝擊進行積極管理。
- (3) 樣品及安全性評估：將樣品供研發單位測試，評估其安全性及特性，確認安全無虞，並經設計單位、生產單位或研發單位，判定是否合格。
- (4) 廠商評估：彙整以上資訊，依據「供應商審核表」之文件審核、品質控管、服務品質等面向綜合評分，原物料／商品供應商總分達 70 分、OEM 代工廠商達 80 分以上為合格供應商。

● Step2 供應商檢驗與評分

食品標示及自主檢驗報告

為確保原物料品質及安全，供應商交貨時需檢附相關自主檢驗報告，各類產品要求舉例如下：



為確保供應商所原物料之品質、數量、交期符合標準，新東陽定期針對供應商進行評分，評價項目包含：產品品質水準、產品交期、供貨各方面配合度。各類供應商之評分頻率、分級、獎懲方式如下：

原物料供應商等級評鑑

新東陽每 2 個月進行一次原物料供應商等級評鑑，進而依據總分區分為以下 5 等級，並採取因應措施。2019 年評鑑家數共 224 家，佔原物料供應商家數之 100%。近年評鑑結果如下表，2019 年評鑑之供應商達 A 級以上比例為 97.8%。

2019 年原物料供應商評鑑結果

家數等級	2019	獎懲方式
AA	122	◆ 增加訂單數量 ◆ 有新商品 (或新物料) 預備發包生產時，得以優先考慮
A	97	維持現狀
B	5	◆ 考慮減少訂單 ◆ 要求廠商限期改善，並訪廠瞭解 ◆ 建議改善方法持續輔導觀察一個月
C	0	連續兩次評鑑，暫停交易三個月
D	0	一次評鑑，暫停交易五個月
評鑑家數	224	

| OEM 代工廠供應商等級評鑑

新東陽每 2 個月進行一次大園廠委外代工供應商等級評鑑，評價項目包含：產品品質水準、產品交期、供貨各方面配合度；進而依據總分區分為以下 5 等級，並採取因應措施。2019 年評鑑家數為 10 家，佔工廠 OEM 供應商家數之 100%。2019 年評鑑結果如下表，供應商達 A 級以上比例為 100%。

2019 年委外代工廠商評鑑結果

家數等級	2019	獎懲方式
AA	0	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 增加訂單數量 ◆ 有新商品 (或新物料) 預備發包生產時，得以優先考慮
A	10	維持現狀
B	0	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 考慮減少訂單 ◆ 要求廠商限期改善，並訪廠瞭解 ◆ 建議改善方法持續輔導觀察一個月
C	0	連續兩次評鑑，暫停交易三個月
D	0	一次評鑑，暫停交易五個月
評鑑家數	10	

• Step3 實地訪廠稽核

新東陽每年制定「年度稽核（訪廠）計畫」，稽核名冊由採購單位依年度交易金額、產品重要性、客訴事件及特殊狀況等作為考量因素。實地訪廠稽核項目類別涵蓋：工廠相關認證、原物料管理、製程及成品管理、工廠品管制度、現場人員／環境檢查等。以了解產品品質、生產技術，確保食品安全。

| 原物料廠商訪廠稽核

2019 年規劃並實際訪查稽核 24 家原物料供應商，佔（交易金額 20 萬以上）供應商總體比例 17.9%。2020 年預計平均每月稽核（或訪廠）2 家供應商，預計訪廠 24 家。

近三年原物料供應商稽核（訪廠）家數

年度	2017	2018	2019
交易廠商家數 (20 萬以上)	121	131	134
實際稽核 (訪廠) 家數	23	33	24
合格家數	21	33	21

| 供應商輔導改善

針對品質有疑慮之供應商，品管單位會共同進行訪廠稽核，並提出「供應商評鑑稽核報告」（內附稽核缺失及廠商回覆改善作業）針對新東陽訪廠觀察到的缺失，新東陽與廠商共同探討原因，並輔導供應商提供「評鑑缺失及改善回覆函」提出對策，於時限內完成改善；不合格廠商則考慮進行更換。相關稽核結果也提供給採購單位，作為繼續合作之參考。

● 通路協力商管理

新東陽公司將每一個國道服務區及機場商場等通路的協力廠商視為共同經營的夥伴，彼此共存共榮，透過各階段的輔導與管理，共同為提升形象及服務品質而努力。



• Step1 進駐前管理

協力廠商合作洽談時，新東陽總部開發課將先與廠商確認產品相關認證或合格檢驗，以確保顧客安全。契約簽訂方面，以高公局等政府所訂定之相關辦法為標準，並經法院公證，要求廠商恪遵契約內容。若廠商營運期間經營不善或重大違約，本公司將依合約規範，以公平誠信、最大善意原則協助退場。

確認簽約廠商進駐前，國道營業部事業處並會進行內部教育訓練，確保廠商理解相關規範及服務要求。

• Step2 日常營運管理稽核

新東陽訂定「專櫃賣場管理規章」，述明專櫃在「人員管理、商品管理、銷售管理、商場管理」之原則，針對違規情事訂有罰則。稽核機制涵蓋三大面向，負責單位包含：區站經理、值班主管、總部稽核室、顧客滿意小組、國道營業部、高公局等，透過定期檢討、不定期查核、神秘客等調查方式，確保協力商的服務品質、經營績效與營運品質。

通路稽核項目要點



此外，新東陽透過定期評分機制，確保專櫃整潔衛生與服務品質。評分項目包含「人員、櫃位區、器具及設備」之整潔與衛生項目，並針對缺失，追蹤改進時程，每月彙整交回總公司檢視留存。

2019 年國道服務區專櫃評分結果

(1-12 月每月評分結果之平均)

評等	關西服務區		西湖服務區		清水服務區		南投服務區	
	櫃數	比例	櫃數	比例	櫃數	比例	櫃數	比例
特優	4	23%	7	37%	13	39%	4	29%
優等	6	33%	3	13%	5	16%	6	38%
合格	8	45%	10	50%	15	45%	5	32%
合計	18	100%	20	100%	33	100%	15	100%

Step3 協力廠商專櫃評鑑與獎勵

為促進協力廠商提升服務品質，並確保食品安全，新東陽於 2009 年即實施「協力廠商專櫃評鑑制度」，分別就「日常營運」、「食安評核」、「專櫃業績百分比」給予相對應權重，評鑑成績在 70 分以上為合格、80 分以上為優等、85 分以上為特優，並製作標章貼於櫃位明顯處，建立協力廠商之優越感與榮譽心，未來優先續約。

評分項目	評核單位	評核方式	權重	評分結果
日常營運	值班主管	依專櫃檢核評分表表評分	30%	總分 70 分以上為合格，80 分以上為優等，85 分以上為特優
食安評核	第三方公正單位	每月不定期評核	40%	
專櫃業績成長百分比	區站經理	對比前一年業績	30%	

2.7 永續供應鏈



ESG 管理

為推動原物料供應商共同響應永續發展、清潔生產，新東陽將 ESG 要件納入「供應商審核表」篩選條件，所佔權重達 35%；若符合以下三項以上則屬於「綠色供應商」，合格廠商將優先考慮採購。2017-2019 年，新東陽的新供應商 100% 經過 ESG 篩選。



	2017	2018	2019
新供應商數量	11	23	17
採用 ESG 標準篩選的供應商數量	11	23	17
新供應商中經過 ESG 標準篩選的比例	100%	100%	100%
實地訪廠家數	9	9	2

供應商簽署環境永續聲明

新東陽明訂永續發展條文，邀請原物料供應商簽署響應，「採購契約書」中除了載明產品符合食品安全衛生管理法之規定外，亦有註明：為推動保護地球環境、減輕對生態系統影響以及永續利用資源再生概念，乙方應符合相關法令之規定並推動相關環保觀念，節能減碳、愛護地球。2019 年起，新東陽與合作之原物料供應商簽署本聲明，已簽署之廠商數達 165 家，佔全體原物料供應商近 74%。

● 環境衝擊風險評鑑

為了掌握供應鏈的環境衝擊風險，2019 年新東陽針對 49 家既有原物料供應商進行「製造以外階段環境考量面鑑別」，評估出 8 家高風險廠商；新東陽制定行動方案，將由採購針對高風險廠商進行稽核，預計 2020 完成稽核比例達 50%。

供應商環境風險管理流程



● 供應商認證及永續宣導

除了 ESG 篩選、永續聲明簽署、環境衝擊風險評鑑之外，新東陽針對原物料供應商每年定期普查，鼓勵合作廠商取得 ISO、HACCP、生產履歷、有機認證、環保標章…等食品安全及環保永續相關國際認證。

符合之認證標準	原物料供應商家數	佔比
HACCP 認證	73	54%
ISO 22000 認證	65	49%
新東陽綠色供應商	99	74%
總計交易廠商家數 *	134	100%

* 年度交易金額達 20 萬以上者

此外，為推動綠色供應鏈，新東陽於 2017 年舉辦「供應商永續論壇」，以「國際永續趨勢因應及綠色工廠推動策略」為主題，與台灣產業服務基金會共同針對相關議題提出討論及分享，共計 32 家廠商參與。新東陽將持續基於落實永續經驗，與供應商進行宣導與切磋，期許與上下游廠商共同打造綠色食品價值鏈。