

鮮活連續三年獲得天下雜誌公民獎



鮮活控股股份有限公司

Sunjuice Holdings Co., Limited

本公司網址: <http://www.myfreshjuice.com>

鮮活昆山總公司

廠址: 江蘇省昆山市張浦鎮俱進路10號(源浦路500號)

電話: 0512-57515501

傳真: 0512-57515503

鮮活果汁工業(天津)有限公司

廠址: 天津市經濟技術開發區西區新南路98號

電話: 022-58532966

傳真: 022-58532988

鮮活上海分公司

地址: 上海市閔行區七莘路3599弄華商時代廣場9號樓508室

電話: 021-54934755

傳真: 021-54934766

廣東鮮活果汁生物科技有限公司

廠址: 廣東省肇慶市高新區興隆一街3號(東門)

電話: 0758-3981780

傳真: 0758-3981788

股票代碼: 1256



2016年度

鮮活企業社會責任報告書

FRESH JUICE REPORT ON CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY

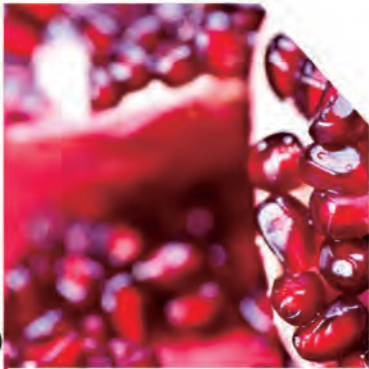
CONTENTS

目錄

壹

關於鮮活

- 1.1 公司規模與背景 P5
 - 1.1.1 公司簡介 P5
 - 1.1.2 重要裏程與榮譽記事 P6
 - 1.1.3 鮮活產品 P9
 - 1.1.4 財務績效 P10
 - 1.1.5 政府補助 P11
- 1.2 經營策略與風險管理 P11
 - 1.2.1 經營策略 P11
 - 1.2.2 風險管理 P12
- 1.3 公司治理 P14
 - 1.3.1 誠信經營 P17
- 1.4 利害關係人溝通與重大議題 P20
 - 1.4.1 利害關係人辨識 P20
 - 1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大考量面 P21



活力職場

- 2.1 落實員工關懷 P22
 - 2.1.1 鮮活夥伴 P22
 - 2.1.2 薪酬與福利 P25
- 2.2 人才培訓與升遷獎勵 P31
 - 2.2.1 教育訓練與職涯 P31
 - 2.2.2 儲備幹部 P32
 - 2.2.3 資深員工頒獎 P34
 - 2.2.4 績效管理 P34
 - 2.2.5 改善項目管理 P34
- 2.3 勞工安全衛生 P35
 - 2.3.1 安全生產委員會 P35
 - 2.3.2 職場安全與健康 P36
- 2.4 促進勞資和諧 P38
 - 2.4.1 工會組織 P38
 - 2.4.2 勞資溝通無障礙 P38

貳



參

深耕社會

- 3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏 P39
 - 3.1.1 經濟層面 P40
 - 3.1.2 環境層面 P40
 - 3.1.3 社會層面 P39
- 3.2 社區互動與關懷救助 P42
 - 3.2.1 草莓鮮果收購 P43
 - 3.2.2 胡柚鮮果收購 P43
 - 3.2.3 大學生實習計劃 P45
 - 3.2.4 劍道推廣 P46
 - 3.2.5 慈善捐助 P47



安心產品

- 4.1 系統性的安全評估 P49
 - 4.1.1 嚴謹把關產品安全 P49
 - 4.1.2 品質保證檢驗 P51
 - 4.1.3 產品追溯與召回管理 P54
 - 4.1.4 法令合規 P55
 - 4.1.5 品保ERP系統 P57
- 4.2 負責任的供應鏈 P57
 - 4.2.1 供應商採購原則 P57
 - 4.2.2 符合認證標準之採購 P59
 - 4.2.3 供應商評鑑 P59
 - 4.2.4 供應商分享 P60
 - 4.2.5 就近採購 P61
 - 4.2.6 綠色採購 P61
- 4.3 品質持續進化 P62
 - 4.3.1 改善產品品質 P62
 - 4.3.2 萬級無塵室及實驗型設備資本投入 P63
 - 4.3.3 產品標示 P64
 - 4.3.4 健康提升 P64

肆

伍

客戶互動

- 5.1 客制化服務與關係培養 P65
 - 5.1.1 經銷商 P66
 - 5.1.2 連鎖餐飲 P70
- 5.2 客戶滿意度 P71
 - 5.2.1 竭誠提供滿意服務 P71
 - 5.2.2 客戶滿意度調查 P74
 - 5.2.3 市場調研 P74
 - 5.2.4 客訴 P75



永續環境

- 6.1 永續環境政策 P76
 - 6.1.1 環境政策 P76
 - 6.1.2 環保投資支出 P77
 - 6.1.3 法規遵循 P78
- 6.2 能資源管理 P78
 - 6.2.1 能源 P78
 - 6.2.2 水資源管理 P81
 - 6.2.3 產品碳足跡 P82
- 6.3 污泥防治與排放 P82
 - 6.3.1 廢水 P82
 - 6.3.2 廢棄物 P84

陸

柒

附錄

- 7.1 GRI 4.0 指標索引 P85
- 7.2 依臺灣證交所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項（以下簡稱“作業辦法”）加強揭露資訊與確信項目彙總表 P91
- 7.3 會計師有限確信報告 P93



關於本報告書

報告書期間

本報告書為鮮活控股股份有限公司（鮮活控股）所發行之第四本企業社會責任（Corporate Social Responsibility, CSR）報告書，所揭露數據及內容以2016年度（2016年1月1日至12月31日）的資料為主，部分績效數據將會追溯2016年前資訊或延伸至2017年最近資訊。鮮活控股將自2014年起，每年發行一本CSR報告書。

報告書邊界與範疇

本個報告書所揭露資訊以鮮活控股股份有限公司旗下主要營運所在地之鮮活果汁工業（昆山）有限公司、鮮活食品（昆山）有限公司、鮮活果汁工業（天津）有限公司和廣東鮮活果汁生物科技有限公司（並稱『本公司』）為主，財務績效等指標則涵蓋整個合併集團。

資料計算基礎

本報告書之各項資訊及統計數據來自於自行統計與調查的結果，財務數據係採用經會計師簽證後之公開資訊，以新臺幣為計算單位；其他數據皆來自自行統計與調查的結果。各項統計數據以公制單位表示。

參考指南

本報告書參照全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative, GRI）於2013年新頒布之GRI 4.0版指引及架構，依循核心揭露選項進行鑑別、執行與揭露本公司履行CSR的相關資料，並包含GRI 4.0指標索引，以供快速檢索及查詢。本報告書為本公司依GRI 4.0版編製之CSR報告書。

報告書確信

本報告書係委任資誠聯合會計師事務所(PwC)按照中華民國會計研究發展基金會發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」執行有限確信，確信報告附於本報告書附錄。

聯絡單位

聯絡單位：鮮活控股股份有限公司 總經理室 企業社會責任小組

地址：中國江蘇省昆山市張浦鎮俱進路10號 郵編：215321

電話：86-512-5751-5501

傳真：86-512-5751-5503

E-mail: CSR@sunjuice.com.cn

網站: www.myfreshjuice.com



匠心之道 — 傳承、突破、超越

董事長的話

① 傳承

在我們的企業裏面形成對行業的專注，這種敬業的精神在國外稱為“匠心之道”

② 突破

當日常規律駕輕就熟後，開始推陳出新，別開生面，琢磨精進，就稱為“破”

③ 超越

每一次嘗試並不一定成功，我們懂得嘗試、失敗和探索，厚積薄發。所以當你的溫度夠了它就沸騰，沸騰後就爆發，爆發後我們就稱為離



鮮活最早的企業文化由劍道說起。我在初中的時候就開始練劍道，明白祇有持續不斷的練習，在競賽中才能夠脫穎而出。要練得好，需要投入大量時間，練習量要比別人多，是意志力的堅持。我的劍道老師獲得過世界冠軍，是魅力型選手。在念大學的時期，我很清楚知道自己不能變成世界級選手，因此在有生之年繼續練劍道，能不能走出不一樣的路。如果能夠以企業的力量，與劍道結合起來，那就能夠長期獲得一個支撐的支點，變成一個企業文化的來源，二者相輔相成，形成一個新的高點。也就是說原先你能夠專注老師教給你的東

西，並堅持把它做好，變成行業內的基本功，就稱為“守”；然後克服過程中遇到的障礙和瓶頸，避免步入前人的窠臼，即所謂的“破”；如能夠自成一家，那就稱為“離”，這就是“劍道”中“守破離”的精髓。

再舉個例子，鮮活在2017年10月被通知成為江蘇省農業龍頭企業，公司規模不大，在農業琢磨不多，為什麼能夠獲得這個榮譽？八年前公司搬遷至張浦鎮，政府希望我們以農業企業的理念經營。我認為“農業”的前提是首先從改良土地入手，我們對土表以上的植被和土表以下的生物都是友善的，當地

農民看到這樣的態度，認同並支持我們，讓種植藍莓變成他們的本事。在藍莓園青黃不接下，農民們可以到公司幫忙做許許多多的綠化及農活，將富餘的勞動力轉化為公司的生產力。開放藍莓園，讓孩子們在假日可以看到非常自然的景象，這裏有幹淨的空氣和水，有許多的野鳥、青蛙、水生植物和小昆蟲。周邊的行道樹種植各種差異化的水果，在不同時節有不一樣的水果呈現，讓大家更喜歡到這裡來。我們也讓每個家庭去農場認養一塊土地，原先是為了鼓勵小朋友準備的活動，但需要大人看護，後來連爺爺奶奶都開始關注，引起大家感受這片土地和體會人與人之間的信賴感。從另一角度來看，如果這些行為做得對做得好，並且有意義，這簡直是在人生當中把這類事情變成美好的事物呈現出來，不枉費此生，這不就是我們的工作之道嗎？

進一步談我們的本業珍珠奶茶，是將果汁跟口感顆粒與糖漿結合。但如何才能制作出一杯好的果汁？裡面的香氣怎樣產生？它的新鮮度如何確保？如何提高產品的性價比？如何滿足客戶對“差異化”產品的需求？如何在眾多食品企業中脫穎而出？……在很早期，我們就注意到這些新增長點的需求，並準備好迎接挑戰。對我們來說，將客戶的需求和鮮活的強項結合在一

起，專注在流行的飲品行業及前面所講的每一件事，持續深入地去實踐它，創造出人意料的好飲品。後來，我們就成為這個行業的先行者。慢慢地，和客戶的共同努力，鮮活就從目前所從事日益增長的餐飲行業脫穎而出，受到大家的關注。回歸到“守破離”，從最傳統的部分進行突破，捕捉新的行業在啓蒙過程中的契機，並持續貫徹這件事，讓它變成一種自我突破，形成自我獨特的部分。

“守破離”是我們最早期對劍道的理解，繼而在我們的企業裡面形成對行業的專注，這種敬業的精神在國外稱為“匠心之道”。當日常規律駕輕就熟後，開始推陳出新，別開生面，琢磨精進，就稱為“破”。每一次嘗試並不一定成功，我們懂得嘗試、失敗和探索，厚積薄發。所以當你的溫度夠了它就沸騰，沸騰後就爆發，爆發後我們就稱為離，這就是我們認為的“成功之道”。



壹. 關於鮮活

營業收入淨額

26.79 億元 ↑11%

營業收入淨額達新臺幣26.79億元,較2015年度增加11%。

呆賬比率

0

呆賬比率為0, 連續五年為0。

交貨達成率

97.47 %

交貨達成率*達97.47%。

稅後淨利

2.28 億元 ↑9%

稅後淨利達新臺幣2.28億元, 較2015年度增加9%。

*註: 交貨達成率(%)=廠務交期末達成筆數/訂單總筆數*100

壹. 關於鮮活

1.1 公司規模與背景

1.1.1 公司簡介

鮮活控股股份有限公司係於2010年1月12日設立於開曼群島, 為第一上市之主體, 並透過境外投資控股公司Power Keen Limited (Samoa) 及Sunjuice (Hong Kong) Limited, 分別轉投資中國大陸鮮活果汁工業(昆山)有限公司、鮮活食品(昆山)有限公司、鮮活果汁工業(天津)有限公司、廣東鮮活果汁生物科技有限公司Sense International Limited及上海光裕堂飲料有限公司; 而本公司主要營運據點係鮮活果汁工業(昆山)有限公司、鮮活果汁工業(天津)有限公司及廣東鮮活果汁生物科技有限公司。

本公司為一多元化果汁飲品原料供應商, 主要產品包含有濃縮果汁、果粉及果粒等果汁飲品調製材料, 主要係用以作為各式果汁飲品之基底及口感食材。產品銷售範圍自各式連鎖餐飲業至食品加工廠, 並同時透過地區經銷商作為通路的方式, 將產品推廣至中國大陸各地區。另本公司藉由引進全球各產區優質果汁原漿及水果物料, 以嚴謹之製程、多年開發之技術、先進殺菌系統及潔淨冷灌裝加工生產, 提供客戶安全及多樣化之產品選擇, 作為餐飲業及外賣飲料店調配果汁飲品之材料, 或食品工廠用於生產水果風味食品使用之添加原料。



鮮活控股股份有限公司
公司名稱

黃國晃
董事長



果汁 果粒 果粉類等產品之生產與銷售
主要營運項目



鮮活食品(昆山)有限公司
設立日期: 1998年2月 江蘇省昆山市

鮮活果汁工業(昆山)有限公司
設立日期: 2009年9月 江蘇省昆山市

鮮活果汁工業(天津)有限公司
設立日期: 2014年5月 天津市

廣東鮮活果汁生物科技有限公司
設立日期: 2014年10月 廣東省肇慶市

公司及營運地



498人

員工總數(截至2016.12.31)

成立日期(2010/01/12)



271,656 仟元

新臺幣

實收資本額



昆山廠(2011年3月開始營運)



天津廠(2015年1月開始營運)



廣東廠(2015年6月開始營運)

1.1.2 重要里程碑與榮譽記事

1998-2016年

<p>02月 於江蘇省昆山市成立鮮活實業(昆山)食品工業有限公司</p> <p>05月 於香港成立Sunjuice (Hong Kong) Limited</p> <p>09月 於江蘇省昆山市成立鮮活果汁工業(昆山)有限公司</p> <p>12月 正式導入ERP管理系統</p> <p>12月 於薩摩亞成立Power Keen Limited (Samoa)</p>	1998	
<p>03月 正式遷廠至中國大陸江蘇省昆山市張浦鎮俱進路</p> <p>04月 新增現調果汁機業務項目推廣</p> <p>07月 中試車間(小型實驗工廠)設立</p> <p>09月 鮮活果汁(昆山)被認定為蘇州市農業產業化龍頭企業</p>	2002	<p>10月 於上海成立鮮活實業(昆山)食品工業有限公司上海分公司</p>
<p>02月 鮮活果汁(昆山)被江蘇省蘇州質量技術監督局認定為“2012年蘇州名牌產品”</p> <p>03月 鮮活果汁(昆山)獲昆山市政府表彰為“2012年環境保護工作先進企業”</p> <p>03月 鮮活果汁(昆山)中試車間(小型實驗工廠)引入先進實驗型無菌灌裝設備</p> <p>11月 鮮活果汁(昆山)高潔淨安全生產車間竣工投產</p> <p>12月 鮮活果汁(昆山)被評定為蘇州市外資研發機構</p> <p>12月 遴選100位優秀員工赴臺灣旅遊</p> <p>12月 鮮活果汁(昆山)被評定為江蘇省農業科技型企業</p>	2009	<p>01月 於開曼群島成立鮮活控股股份有限公司</p> <p>05月 提供世博會園區多家餐飲企業特製飲料產品</p> <p>12月 與昆山市張浦鎮姜杭村經濟合作社於張浦鎮合資成立昆山姜杭生態農業科技開發有限公司</p>
<p>01月 鮮活果汁(天津)舉辦開工典禮</p> <p>02月 於上海成立鮮活果汁工業(昆山)有限公司上海分公司</p> <p>04月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市全民健康生活方式行動健康單位證書</p> <p>05月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市信用管理示範企業證書</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市知名商標證書</p> <p>06月 廣東鮮活果汁舉辦開工典禮</p> <p>08月 榮獲臺灣天下雜誌頒發2015年度CSR企業公民獎首創「小巨人」獎</p>	2010	<p>03月 鮮活果汁(昆山)正式取得中國質量認證中心之食品安全管理體系認證證書</p> <p>08月 鮮活實業(昆山)食品工業有限公司更名為鮮活食品(昆山)有限公司</p> <p>09月 本公司正式於證券櫃檯買賣中心掛牌上櫃</p> <p>11月 鮮活果汁(昆山)通過蘇州市安全生產監督管理局之安全生產標準化評審</p> <p>12月 鮮活果汁(昆山)獲江蘇省昆山市政府給予優良企業回臺上市獎勵金</p>
<p>03月 本公司正式于臺灣證券交易所櫃轉市掛牌</p> <p>8月 再次榮獲臺灣天下雜誌頒發2016年度CSR企業公民獎之「小巨人」獎</p> <p>11月 獲中國食品工業協會及中國食品報聯合表彰為「中國食品企業社會責任百強企業」獎及「關愛員工」獎</p> <p>2月 鮮活果汁(昆山)榮獲江蘇省著名商標證書</p>	2011	<p>01月 鮮活果汁(昆山)獲江蘇省企業信用管理貫標證書</p> <p>05月 於天津市成立鮮活果汁工業(天津)有限公司</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度昆山市科學技術進步獎二等獎</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度重合同守信用企業</p> <p>10月 於廣東省成立廣東鮮活果汁生物科技有限公司</p> <p>12月 鮮活果汁(昆山)獲中國質量認證中心(CQC)產品碳足跡證書</p>
<p>01月 鮮活果汁(天津)舉辦開工典禮</p> <p>02月 於上海成立鮮活果汁工業(昆山)有限公司上海分公司</p> <p>04月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市全民健康生活方式行動健康單位證書</p> <p>05月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市信用管理示範企業證書</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市知名商標證書</p> <p>06月 廣東鮮活果汁舉辦開工典禮</p> <p>08月 榮獲臺灣天下雜誌頒發2015年度CSR企業公民獎首創「小巨人」獎</p>	2012	<p>01月 鮮活果汁(昆山)獲江蘇省著名商標證書</p> <p>05月 於天津市成立鮮活果汁工業(天津)有限公司</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度昆山市科學技術進步獎二等獎</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度重合同守信用企業</p> <p>10月 於廣東省成立廣東鮮活果汁生物科技有限公司</p> <p>12月 鮮活果汁(昆山)獲中國質量認證中心(CQC)產品碳足跡證書</p>
<p>01月 鮮活果汁(天津)舉辦開工典禮</p> <p>02月 於上海成立鮮活果汁工業(昆山)有限公司上海分公司</p> <p>04月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市全民健康生活方式行動健康單位證書</p> <p>05月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市信用管理示範企業證書</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市知名商標證書</p> <p>06月 廣東鮮活果汁舉辦開工典禮</p> <p>08月 榮獲臺灣天下雜誌頒發2015年度CSR企業公民獎首創「小巨人」獎</p>	2013	<p>01月 鮮活果汁(昆山)獲江蘇省著名商標證書</p> <p>05月 於天津市成立鮮活果汁工業(天津)有限公司</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度昆山市科學技術進步獎二等獎</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度重合同守信用企業</p> <p>10月 於廣東省成立廣東鮮活果汁生物科技有限公司</p> <p>12月 鮮活果汁(昆山)獲中國質量認證中心(CQC)產品碳足跡證書</p>
<p>01月 鮮活果汁(天津)舉辦開工典禮</p> <p>02月 於上海成立鮮活果汁工業(昆山)有限公司上海分公司</p> <p>04月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市全民健康生活方式行動健康單位證書</p> <p>05月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市信用管理示範企業證書</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市知名商標證書</p> <p>06月 廣東鮮活果汁舉辦開工典禮</p> <p>08月 榮獲臺灣天下雜誌頒發2015年度CSR企業公民獎首創「小巨人」獎</p>	2014	<p>01月 鮮活果汁(昆山)獲江蘇省著名商標證書</p> <p>05月 於天津市成立鮮活果汁工業(天津)有限公司</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度昆山市科學技術進步獎二等獎</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度重合同守信用企業</p> <p>10月 於廣東省成立廣東鮮活果汁生物科技有限公司</p> <p>12月 鮮活果汁(昆山)獲中國質量認證中心(CQC)產品碳足跡證書</p>
<p>01月 鮮活果汁(天津)舉辦開工典禮</p> <p>02月 於上海成立鮮活果汁工業(昆山)有限公司上海分公司</p> <p>04月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市全民健康生活方式行動健康單位證書</p> <p>05月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市信用管理示範企業證書</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市知名商標證書</p> <p>06月 廣東鮮活果汁舉辦開工典禮</p> <p>08月 榮獲臺灣天下雜誌頒發2015年度CSR企業公民獎首創「小巨人」獎</p>	2015	<p>01月 鮮活果汁(昆山)獲江蘇省著名商標證書</p> <p>05月 於天津市成立鮮活果汁工業(天津)有限公司</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度昆山市科學技術進步獎二等獎</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度重合同守信用企業</p> <p>10月 於廣東省成立廣東鮮活果汁生物科技有限公司</p> <p>12月 鮮活果汁(昆山)獲中國質量認證中心(CQC)產品碳足跡證書</p>
<p>01月 鮮活果汁(天津)舉辦開工典禮</p> <p>02月 於上海成立鮮活果汁工業(昆山)有限公司上海分公司</p> <p>04月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市全民健康生活方式行動健康單位證書</p> <p>05月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市信用管理示範企業證書</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲蘇州市知名商標證書</p> <p>06月 廣東鮮活果汁舉辦開工典禮</p> <p>08月 榮獲臺灣天下雜誌頒發2015年度CSR企業公民獎首創「小巨人」獎</p>	2016	<p>01月 鮮活果汁(昆山)獲江蘇省著名商標證書</p> <p>05月 於天津市成立鮮活果汁工業(天津)有限公司</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度昆山市科學技術進步獎二等獎</p> <p>06月 鮮活果汁(昆山)獲2013年度重合同守信用企業</p> <p>10月 於廣東省成立廣東鮮活果汁生物科技有限公司</p> <p>12月 鮮活果汁(昆山)獲中國質量認證中心(CQC)產品碳足跡證書</p>

1.1 公司規模與背景

榮譽與證書



2016年08月

鮮活控股連續第二年榮獲臺灣天下雜誌頒發CSR企業公民獎首創「小巨人」獎。



2016年11月

鮮活果汁(昆山)獲中國食品工業協會及中國食品報聯合表彰為「中國食品企業社會責任百強企業」獎及「關愛員工」獎。



2016年12月

鮮活果汁(昆山)榮獲江蘇省著名商標證書。



2016年7月

鮮活果汁(昆山)榮獲第四屆傑出大陸臺商獎-內銷典範獎



1.1 公司規模與背景

榮譽與證書



2011年09月

鮮活果汁（昆山）獲選蘇州市
農業產業化龍頭企業



2012年03月

鮮活果汁（昆山）取得食品安全
管理體系認證（ISO22000）



2012年05月

鮮活果汁（昆山）通過清潔生產審核



2012年12月

鮮活果汁（昆山）獲得昆山市
政府政策獎勵之上櫃臺資企業



2013年02月

鮮活果汁（昆山）被江蘇省蘇州品質
技術監督局認定為2012年蘇州名牌產品



2013年03月

鮮活果汁（昆山）獲昆山市政府表彰
為2012年環境保護工作先進企業



2013年06月

鮮活果汁（昆山）成為蘇州市
上市公司協會會員



2013年12月

鮮活果汁（昆山）被評定為
江蘇省農業科技型企業



2013年12月

鮮活果汁（昆山）被評定為
蘇州市外資研發機構



2014年12月

鮮活果汁（昆山）獲得中國品質
認證中心頒發的產品碳足跡證書



2015年04月

鮮活果汁（昆山）獲蘇州市
全民健康生活方式行動健康單位證書



2015年05月

鮮活果汁（昆山）獲蘇州市
信用管理示範企業證書



2015年06月

鮮活果汁（昆山）
獲蘇州市知名商標證書



2015年08月

鮮活控股榮獲臺灣天下雜誌頒發
2015年度CSR企業公民獎首創「小巨人」獎



2016年08月

鮮活控股榮獲臺灣天下雜誌頒發
2016年度CSR企業公民獎之「小巨人」獎



2016年11月

鮮活果汁（昆山）獲中國食品工業協
會及中國食品報聯合表彰為「中國食
品企業社會責任百強企業」獎及「關
愛員工」獎



2016年12月

鮮活果汁（昆山）榮獲江蘇省著名商標證書

1.1.3 鮮活產品

本公司一直關注餐飲市場的潮流趨勢與飲料行業的蓬勃發展，持續不斷研發新品，為客戶提供量身定做的專屬客製化產品與服務。目前的產品主要是專供中國大陸連鎖餐飲系統及食品加工廠的濃縮果汁、風味糖漿或相關果醬、天然果粉等，作為現調果汁風味飲品之原料。因應市場變化，加強維護客戶關係，貼近服務市場，推出新系列糖漿、高果肉原汁、口感顆粒物等新產品，以及更好服務於當地連鎖系統客戶的客製化產品。消費者對果汁飲品之口感要求將更加挑剔，原汁含量高及含有果肉等新鮮口感的果汁飲品將會較受消費者喜愛，複合口味的果汁、果泥、冷凍果汁等產品逐漸受到連鎖品牌的歡迎。



中國大陸餐飲產業及市場概況：

在傳統通路的飲品，市面上已經持續有長達百年的傳承，隨著餐飲業的興起，年輕人需求多樣化，他們的口味需求不再受到局限。餐飲市場的崛起，普遍使用到茶、果汁、咖啡、口感顆粒的流行趨勢。近年來象徵新鮮與健康的果汁及飲品，更受到重視且市場逐漸擴大。居民收入增長帶來享受型消費增加，外出就餐代替家庭做飯是趨勢，即消費升級趨勢。城鎮化將帶來居民收入的提升、消費觀念的轉變，推動行業的發展。



壹. 關於鮮活

1.1 公司規模與背景

1.1.4 財務績效

本公司多年來所建立的經營團隊、獲利模式與風險控管機制，均能妥善因應市場景氣變動所帶來的系統性風險，以穩健的步伐推動業務。2016年本公司稅後淨利達新臺幣2.28億元，與中國大陸的餐飲業共同成長。公司從2014年到2016年果汁、果粒、果粉的銷量與銷值持續增加，並且隨著大陸城鎮化發展，交通體系擴展越來越廣，高鐵站結合城市地鐵進駐，形成商業中心，吸引優質餐飲業者進駐。從廣大的中國大陸內需市場來看，餐飲市場行情較為樂觀，期盼未來能帶動公司更高的成長空間。

	2014年銷量	2014年銷值	2015年銷量	2015年銷值	2016年銷量	2016年銷值
果汁	34,447	1,295,779	38,810	1,524,052	40,810	1,553,018
果粒	8,637	522,055	10,172	626,073	14,380	868,265
果粉	2,797	219,741	2,915	239,049	3,166	248,835
其他	228	15,997	288	16,285	37	9,176
合計	46,109	2,053,572	52,185	2,405,459	58,393	2,679,294

單位：公噸



單位：新臺幣仟元



單位：元新臺幣

呆帳率

公司有效的應收帳款管控制度及完善的經銷商管理制度，使最近五年度的呆帳比率趨近於零。

項目	2014年	2015年	2016年
營收金額	2,053,572	2,405,459	2,679,294
呆帳比率	0.01%	0.00%	0.00%

單位：新臺幣仟元

產量

單位：公噸 新臺幣仟元

	2014年產量		2015年產量		2016年產量	
果汁	29,767	813,790	30,023	872,769	872,769	872,769
果粒	8,608	334,195	11,348	470,355	470,355	470,355
果粉	2,775	156,984	2,934	164,717	164,717	164,717
合計	41,150	1,304,969	44,305	1,507,841	1,507,841	1,507,841

交貨達成率

	2014年度 (平均值)	2015年度 (平均值)	2016年度 (平均值)
交貨達成率	98.39%	97.3%	97.47%
每日生產品項	61	62	55

交貨達成率(%) = 廠務交期達成筆數 / 訂單總筆數 * 100

1.1.5 政府補助

本公司2012年以來得到政府部門的大力支持與肯定，2012年鮮活果汁上市獲得上市補助11,921仟元，獲節能專項補助資金469仟元，2013年獲省市認定名牌產品獎勵經費96仟元，臺企轉型升級科技補助965仟元，2014年獲研發機構獎勵經費、科學技術獎勵經費、財政局轉專利資助資金等共計391仟元。2015年專項補助資金、工業經濟專項資金補助、速凍草莓專項技術資助金等共計527仟元，2016年取得政府補助總計9,465仟元，分別為天津鮮活取得租金補貼1,599仟元、買地補貼當年度認列522仟元（買地補貼總計16,500仟元），及昆山科技局補助4,362仟元，主系引進高端人才專項補助及為鼓勵發展生態農業補助。

1.2 經營策略與風險管理

1.2.1 經營策略

發展以水果制品研發為核心，創建公司成為專業的餐飲行業供應鏈，致力研究市場流行趨勢，推出更具時尚特色的新產品，為引領產品朝更加天然、健康、營養、美味的方向而努力。同時秉持為客戶解決問題的經營理念，不斷提升經營效率和質量水平，以追求營收及獲利的成長，也創造出更多的股東價值。

經營理念	信守安全品質讓健康100分——餐飲業的供應鏈
鮮活果汁定義	新鮮、天然飲品的供應者
核心產品	濃縮果汁、果粒、果粉
工作任務	將美味果汁送到全國每一個角落
品質政策、方針	用創新打造客戶滿意品質，以卓越品質打造全員福祉

1.2 經營策略與風險管理

1.2.2 風險管理

本公司有關重大營運政策、投資案、背書保證、資金貸與及銀行融資等重大議案，皆經適當權責部門評估分析及依董事會決議執行。董事會稽核室亦參考風險評估結果及公司營運需要擬定年度稽核計劃，對各單位及各項內部控制作業加以稽查，並形成稽核報告提供董、監事及高階主管進行決策參考，以落實公司治理精神，強化董事會監督管理機制，有效降低公司經營風險。此外，本公司業已建立各項有效之內部控制制度，並經董事會決議通過，由公司管理階層及各職能部門不定期進行檢討改善及執行各項風險評估工作。

1.2.2.1 食品安全

鮮活設有食品安全小組，由公司客服品保部執掌，各部門指定人員組成，負責公司食品安全體系的建立及推動。發生食品安全之危機時，由食品安全小組依權責分工立即召開會議，第一時間負責協調及指揮各相關部門及人員，隨時彙整處理進度，將發生的食品安全問題及可能導致食品安全問題的風險及時向相關管理層進行彙報，迅速因應及採取適當因應措施，妥善處理公司經營上的食品安全危機。

鮮活加強食品安全管控措施，將食品安全方面的內部控制制度納入相關的內控文件。稽核室在對採購、生產、研發、銷售等作業進行內部稽核時，將食品安全的作業情況列入重點查核項目，評估食品安全管控可能存在的風險。擬定稽核結論時，將食品安全的查核情況做專門說明。鮮活採購、品保、研發及廠務等部門從原物料、生產製程至成品檢驗的品質層層把關，成品定期外送第三方檢驗，每年定期對產品進行模擬召回。同時鮮活要求供應商提供原物料之檢測報告及說明書，並定期進行供應商評鑑及訪廠安排。另外，鮮活加強與監管部門溝通並通報資訊，並配合法令法規修訂並及時採取相應措施。最後，鮮活主動向客戶提供產品安全聲明書，對外披露食品安全事件對公司造成影響之訊息。

1.2.2.2 呆帳

公司對財務風險也有一定的管控措施，主要由財務部負責對公司呆帳風險的管控，加強對應收帳款的回收，降低客訴件數，提升產品品質，並將應收帳款回收率、客訴件數、品質異常件數、呆料、庫存量列入全廠季度考核獎金制度。公司擬定危機處理方式，遇有各類型之危機時，依權責分工立即處理，於第一時間負責協調及指揮相關部門及人員，並隨時彙報處理進度，有效處理危機。

1.2.2.3 工傷事故

在工傷事故方面，由公司管理部和人資中心負責管控，公司依據危機處理原則，及時地通報並採取適當因應措施。針對工傷，查明事故原因、確定事故性質與責任人，給出處理意見與防範措施，並進行安全生產培訓宣導，同時將工傷列入相關部門獎金考核中，以零工傷為指標。落實工傷事故處理“四個不放過”原則：事故原因不查清楚不放過、事故責任者和群眾未受到教育不放過、沒有落實防範措施不放過、事故責任者沒有受到處理不放過。將事故降低到最小限度，落實事故風險管控，保護員工的人身與財產的安全，防範於未然。

1.2.2.4 庫存風險（生產管理、倉庫）

秉承庫存風險管理理念，繼續和供貨商通力合作，對原物料實行JIT供料模式；成品實行零庫存管理。在物流方面實施兩項措施：

- (1) 成品開發揀貨系統，引入儲位批次管理，提升出貨準確性和可追溯性。
- (2) 原物料分鍋供料管理，確保用料的準確性及無多餘之物料，物料脫包在專設預處理空間進行。

1.2.2.5 原物料採購

公司面對原物料隨着氣候變化和業務銷量變化的影響，供應鏈管理部採購課對原物料採購以一定價格風險管控措施。首先對於成本占比較高的原料如果糖，為避免價格波動太大，公司會通過中國玉米市場網站和鄭州期貨盤面適時了解其原料玉米澱粉遠近期價格走勢，在適合時鎖定季度或半年的價格，簽訂定量採購合同。另外對於原汁或水果類的原料，與加工廠商、貿易商或親赴產地了解狀況，以第一時間掌握產量及未來價格趨勢；然後對內每周匯報重要原物料訊息，以利內部相關部門採取相應措施；對外令客戶了解主要關連原物料市場行情，以利新品報價及調整產品結構需求。

受全球白砂糖求大於供影響，白砂糖價格持續上漲，公司以果糖替代白砂糖降低價格波動的影響，成功研發出可以果糖替代白砂糖的配方，對主要原物料避險、成本管控及風險管理。

1.2.2.6 信息網絡安全

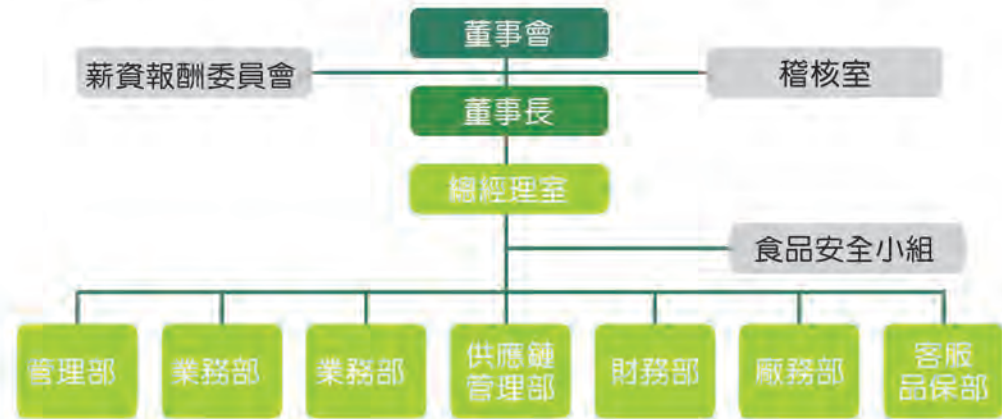
信息安全由信息中心負責，自建機房擁有規範的供電、防雷、空調、應急電源系統。本公司採用功能先進的防火牆和三層網絡設備，通過虛擬網、防火牆和防毒系統，設置嚴謹的訪問策略，防止黑客侵入及病毒感染，確保網絡訪問行為可控，數據訪問安全。重要數據設置自動備份并同步至異地備份主機，信息中心安排專人定期檢查數據備份狀態，并詳細記錄備份結果。制定《災難復原計劃》，不定期安排實際演練，模擬主機故障等情形，根預案快速恢復，檢驗信息人員的實際應變能力。公司高階主管非常重視網絡安全管理。



壹. 關於鮮活

1.3 公司治理

在公司治理方面，鮮活一直秉持誠信經營之理念，積極推動營運透明化，透過健全公司治理機制，使公司營運能夠獲得有效管理及監控，以維護各利害關係人權益為原則，使經營更有效率及績效，落實公司治理機制。鮮活公司組織結構如下：

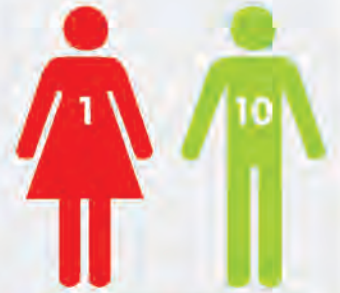


各主要部門所營業務

部門	主要業務內容
董事會	公司經營方針、目標、策略的制訂，督導各項作業的落實與執行，對未達預期目標者進行檢討、改善，並擬定對策。
稽核室	內控制度的研討、稽核、維護並協助各單位解決問題，改善作業流程及提高工作效率。
董事長	對公司經營業務做成政策性指示及目標方針之訂定，並任命主要經理人對業務之執行推展。
總經理室	執行『董事會』之決議，綜理公司一切事務。
食品安全小組	依據ISO22000食品安全管理系統之要求，建立書面食品安全體系(含食品安全手冊、程序、標準(操作標準、作業指導書、規範等)、記錄)。
管理部	負責人事、總務、安全、運輸管理、資訊及對外的公共關係維護。
業務部	負責年度業務預算的擬定並有效達成，客戶管理、維持及產品運用技術指導，市場調查、開發，帳款回收。
財務部	負責公司資金規劃、管理及調度；成本計算、各項管理報表的產出及稅務規劃。
廠務部	負責公司產品的生產並配合公司達成產銷一致，將庫存降到合理範圍。
研發部	負責公司產品研發及技術，並協助品保部門制定相關檢測標準。
客服品保部	負責公司產品從原料到成品的一系列管控，客訴處理及品質體系的建立及維護。
供應鏈管理部	負責公司採購、倉儲管理。

本公司本屆董事會設董事8人(含獨立董事3人)，監察人3人，擁有財會、法律、餐飲等專業背景，其中獲得博士學位者3人。獨立董事採候選人提名制度，由股東就候選人名單中選任之。董事會成員平均年齡為51歲，並有一位女性董事。公司設置獨立董事之情形，本公司設有三位獨立董事且依照「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」規定辦理。董事會每季召開一次，2016年度共召開8次董事會，董事(除獨立董事)與監察人出席率達到100%，獨立董事候選人必須具備五年以上工作經驗且滿足下列專業資格條件之一，如商務、法務、財務、會計或公司業務所需相關科系之公私立大專院校講師以上；法官、檢察官、律師、會計師或其他與公司業務所需之國家考試及格領有證書之專門職業及技術人員；具有商務、法務、財務、會計或公司業務所需之工作經驗。

本公司定期於公司網站更新董事會架構，請詳：<http://www.myfreshjuice.com/>



董事會成員

薪資報酬委員會

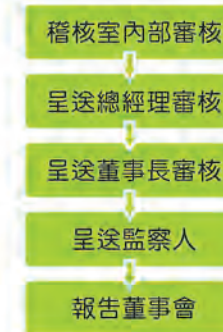
董事會下設立薪酬委員會(2011年11月)。依本公司之經營績效，評核最高治理成員與高階經理人薪酬，力求健全治理機能的完善，規範董事的利益回避原則，依法確實執行。目前三席委員，均為公司獨立董事，每年至少召開2次會議。薪酬委員會之職權範圍為擬訂下列各款事項之建議案，並將所提建議提交董事會討論議決。包括訂定董事、監察人之薪資報酬；訂定董事長、總經理暨經理人之薪資報酬；其他由董事會交議之案件。

薪酬會成員	數量/人
博士學歷	2
大學學歷	1
合計	3

董事會稽核室

稽核室為直接隸屬於董事會之內部稽核單位，內部稽核主管之任免經由董事會通過，並由稽核室協助監察人監督公司內部控制執行的有效性。稽核室每年皆擬定年度稽核計劃呈報董事會通過，於計劃期間內每月定期對公司各項作業進行查核，並協助評估公司各項作業的風險。

針對相關作業查核的稽核報告出具流程



稽核室依相關法令及公司現有作業情況制定年度稽核計劃，2015年重要稽核項目如下。經過稽核，未發現有重大應改善事項。

序號	稽核項目	稽核頻率
1	取得或處分資產作業 衍生商品交易作業	每月稽核一次
2	背書保證、資金貸與、關係人交易以及國際會計準則作業	每季度稽核一次
3	採購及付款循環、銷售及收款循環	每半年稽核一次
4	各項作業之法令規章遵循事項	每年度稽核一次
5	公司其他內部作業項目	每年度稽核一次
6	相關作業項目之食品安全管控	每季度稽核一次

壹. 關於鮮活

1.4 利害關係人溝通與重大議題

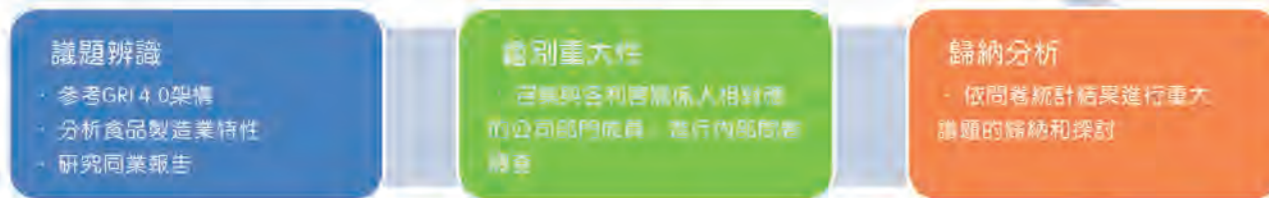
在追求永續經營的目標下，本公司瞭解我們與利害關係人間的關係是共存共榮、休戚與共的。因此，我們對於與利害關係人間的溝通極為重視，我們希冀能與其建立透明有效的多元溝通，以作為瞭解利害關係人需求及其對本公司期許的管道，藉以擬定未來企業社會責任政策與相關方針計劃的重要參考。「企業社會責任小組」是本公司企業社會責任相關事務的責任單位，由總經理及各部門主管組成，定期召開會議，並形成記錄，負責將企業社會責任的概念推展至各單位和部門間的溝通協調，收集企業社會責任報告書的相關資訊，積極推動企業社會責任實務的落實執行。



1.4.1 利害關係人辨識

為了能與利害關係人進行更有效的溝通，首要工作是辨別本公司的利害關係人，即是受本公司活動、產品與服務顯著影響的實體或個人，或是其行動會影響本公司執行策略和達成目標能力者。我們透過內部討論鑑別出：股東、主管機關、客戶、供應商、員工、社區居民和媒體等七大族群的利害關係人。

1.4.2 利害關係人議合與鑑別重大考量面



為了辨識利害關係人關注議題，我們透過公司內部討論和外部專家的協助，參考GRI 4.0之架構、分析食品製造產業特性及研究同業報告，依經濟、環境與社會等不同面向，篩選出各利害關係人可能關注的議題。然後，我們以這些議題為基礎，召集與各利害關係人息息相關的部門代表，以內部問卷方式進行評估調查，統計並分析利害關係人對該等議題之可能關注程度，共58份問卷回收納入分析。未來也計劃隨著每年度CSR報告書的發行，逐年擴大問卷調查範圍和樣本量，以達到與利害關係人間更有效的溝通。我們歸納彙總各利害關係人所關心議題，並經由日常營運中不同管道與各利害關係人進行議和溝通，希望透過這本企業社會責任報告書，回應各利害關係人所關注的議題。

1.4 利害關係人溝通與重大議題

利害關係人	關注議題	議合方式
主管機關	永續發展策略 公司治理與誠信經營 經營績效 環境保護法規遵循與申訴機制 產品責任	1.配合主管機關監理及查核，提供相關資訊。 2.配合遵循主管機關政策，適時安排知識教育。
員工	經營績效 勞雇關係 勞資關係 員工職涯發展與健康安全 人權議題 產品責任	1.建立各部門定期會議制度，瞭解員工對公司的建議及改善方向。 2.內部電子信箱及員工信箱設置，瞭解員工需求與建議，進而採納與貼近員工心聲。 3.依工會法成立工會組織，建立內部溝通平臺。 4.各項管理辦法、獎懲異動公告。 5.公司內部徵才及員工輪調。
客戶	風險管理 採購政策與供應鏈管理 產品責任 顧客關係與營銷溝通	1.制定拜訪計劃，與客戶保持密切聯繫。 2.每年舉辦經銷商大會，邀請餐飲業品牌資深業者暢享經驗。 3.每年夏、冬兩季舉辦新品推廣會，為一線客戶進行新品現場推廣。 4.以客戶為中心，及時、迅速協調訂單、樣品、出貨、貨款等跟蹤，及時回復客戶詢問。 5.年度客戶滿意度調查表。 6.微信平臺及網站留言。
供應商	採購政策與供應鏈管理 原物料、能源與水 勞雇關係 產品責任 顧客關係與營銷溝通	1.通過電話、郵件、QQ等方式及時溝通。 2.定期與不定期接待供應商拜訪。 3.透過供應商定期評估制度，瞭解供應狀況，及時給予輔導。 4.不定期組織雙方技術人員溝通交流及當地訪廠安排。
股東	永續發展策略 風險管理 公司治理與誠信經營 經營績效 交通運輸 產品責任	1.設有發言人、代理發言人及在公訴訟、非訟代理人，代表公司對外發言或處理與利害關係者各項事宜。 2.每年召開股東會及每年至少一次召開法人說明會。 3.依主管機關規定公告重大訊息，財務報表及年報等資訊。 4.公司網站訊息揭露。
社區居民	永續發展策略 經營績效 氣體、廢棄物及廢水排放 勞雇關係 員工職涯發展與健康安全 社區參與與關懷 產品責任	1.公司為昆山市臺灣同胞投資企業協會的會員單位，透過該會發布刊物及電郵，瞭解社區周邊消息。 2.網站設有企業社會責任小組之電子信箱及聯繫方式，及時獲取社會群眾之回饋意見。 3.發行年度企業社會責任報告書。 4.參與產業研討會及講座。
媒體	產品責任 顧客關係與營銷溝通	1.官網訊息揭露。 2.社會媒體採訪。

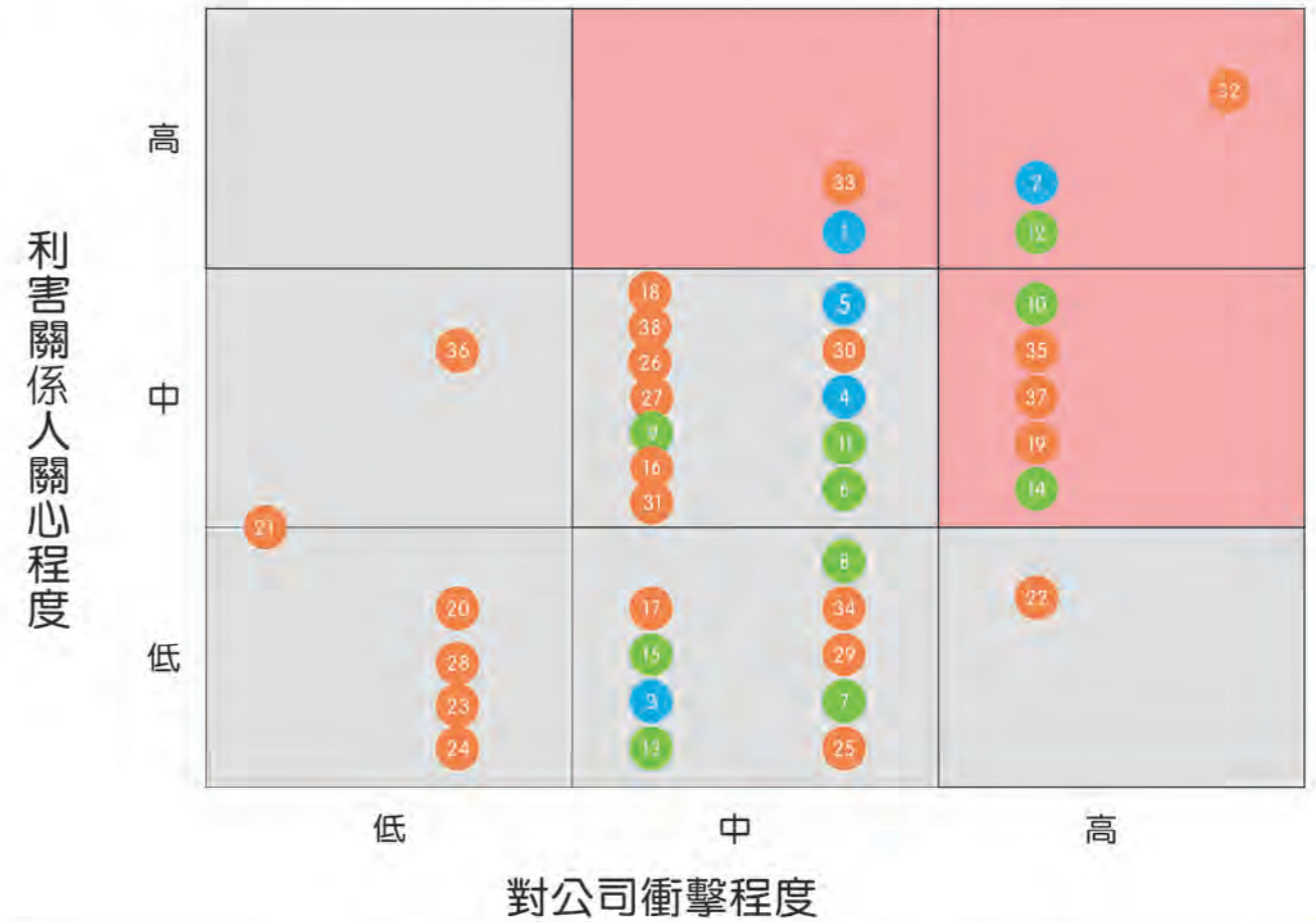
1.4 利害關係人溝通與重大議題

矩陣圖中「對公司衝擊程度」及「利害關係人關注程度」同時為中度以上者，列為重大議題，本年度的重大議題有10項，分別為：風險管理、環境法規遵循、消費者的健康與安全、永續發展策略、廢污水和廢棄物、整體情況、訓練與教育、產品標示、顧客隱私、供應商管理。對於上述各大重大議題之對應內容，請參見本報告各章節。

編號	重大議題標題	重大議題內容	對應章節	報告邊界	
				組織內	組織外 (注)
1	永續發展策略	最高決策者推動的永續策略與未來目標	經營者的話	●	
2	風險管理	對於各類風險之預警方針或原則	1.2.2風險管理	●	
10	廢污水和廢棄物	污水排放污染程度及流向終點、廢棄物總量、重大洩漏；具危險性的運輸或處理廢棄物總量；污水排放影響相關棲息地的特徵或規模是否被其他組織再利用	6.3.1廢水 6.3.2廢棄物	●	
12	環境法規遵循	重大違反環境法規事件及處罰總金額或非金錢方法處罰事件數量	6.1.3法規遵循	●	
14	環保支出	廢棄物處置、廢氣排放處理、整治成本 預防和環境管理成本	6.1.2環保投資支出	●	
19	訓練與教育	員工職涯發展制度、教育訓練內容	2.2人才培訓與升遷獎勵	●	
32	消費者的健康與安全	顧客健康與安全； 產品與服務標示	4.1系統性的安全評估 4.3品質持續進化	●	●
33	產品標示	標示產品內容、成份提供者及對環境社會可能之影響	4.3.3產品標示	●	●
35	顧客隱私	客戶滿意度調查的結果； 顧客隱私權或顧客資料保全	5.2客服滿意度	●	●
37	供應商管理	供應商所在地、供應鏈結構，或與供應商之關係(選用和中止)的改變	4.2負責任的供應鏈	●	●

注：組織外報告邊界涵蓋客戶、供應商和社區居民等三大族群之利害關係人。

我們透過平時與利害關係人之溝通，以及問卷調查之統計結果，歸納出利害關係人最關心之議題；同時經由與外部顧問交流議題及CSR議題、內部舉行CSR工作會議及研討會，辨認對營運衝擊程度之影響。經過前述的鑑別程序，本公司共歸納出38個議題，並繪製出重大議題矩陣圖如下：



公司治理與經濟層面	環境層面	社會層面
1. 永續發展策略 2. 風險管理 3. 董事會運作 4. 倫理與誠信、反貪腐 5. 經濟績效	6. 原物料 7. 能源 8. 水資源管理 9. 排放 10. 廢污水及廢棄物 11. 綠色產品 12. 環境保護法規遵循 13. 交通運輸 14. 整體情況 15. 環境問題申訴機制	16. 勞雇關係 17. 勞資關係 18. 職業健康與安全 19. 訓練與教育 20. 員工多元化與平等機會 21. 女男同酬 22. 勞工實務問題申訴機制 23. 投資評估 24. 不歧視 25. 結社自由與集體協商 26. 童工 27. 強迫與強制勞動 28. 人權問題申訴機制 29. 社區參與發展 30. 法規遵循 (社會相關法規) 31. 社會衝擊問題申訴機制 32. 消費者的健康與安全 33. 產品標示 34. 營銷溝通 35. 顧客隱私 36. 法規遵循 (產品與服務相關法規) 37. 供應商管理 38. 食安推廣教育

貳. 活力職場

離職率

19%

離職率為19%，連續五年較市場平均水平低。

安全生產委員會勞方代表比率

77.7%

安全生產委員會勞方代表比率達77.7%

依法設立工會

100%

依法設立工會，員工參加工會比率100%

*註：數據源於韜睿惠悅2014年全行業人力資源趨勢調研

貳. 活力職場

鮮活是一個大家庭，“家”的感受體現在公司制度、員工關懷、職場氛圍與企業文化上，鮮活將每一位員工都視為自己的家人，為員工設計多項保護與福利制度。在員工關懷方面，鮮活為員工子女提供了免費的英語與劍道教學課程，同時豐富員工的健康娛樂生活。職場氛圍更是鮮活的一大特色，每天進入公司大門各位同仁都會互問早安，在員工滿意度調查上顯示與員工關係此項評價較高，也是鮮活留職率高於其他公司的原因。“家”的概念是鮮活特色的企業文化，鮮活秉持著對家人的關心，落實對員工、對客戶的關懷。

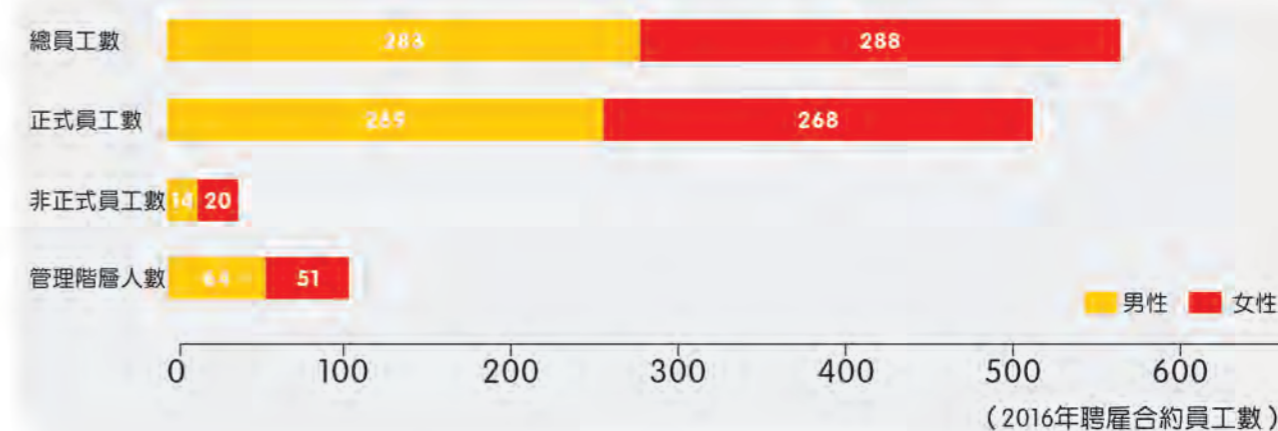
2.1 落實員工關懷

2.1.1 鮮活夥伴

員工是公司最寶貴的資產，公司一直秉持著“以人為本”的理念，讓員工充分享受企業經營的成果，不斷完善員工薪酬及福利制度，讓同仁以身在幸福企業工作為榮。各部門主管定期安排員工家訪，瞭解同仁家庭生活情況，讓員工感受公司就像一個大家庭，增進彼此的歸屬感。同時員工不因身分(男女、種族、信仰等)而有所差別，另外提供所有員工更好的工作環境及條件，是本公司多年來不變的堅持，而這項堅持也實現在：

- 1、落實員工關懷、提供平等友善的工作環境；
- 2、透過完善的員工教育訓練與職涯發展，使員工與公司一起成長；
- 3、以員工健康與安全為最優先考量；
- 4、促進和諧及雙贏的勞資關係等四個面向。

依聘雇合約及性別分析員工總數



- 備註：1.正式員工包含截止2016年12月底試用轉正員工；
2.非正式員工指試用期內員工及臨時員工；
3.管理層包含副組長及以上人員。

2.1 落實員工關懷

2014年總員工人數達到363人，2015年總員工人數合計達到423人，2016年總員工人數達到571人，正式員工537人，公司員工增長幅度大，男女比例協調。2016年12月底，本公司共有員工571人，其中男性職工283人，女性職工288人，正式員工537人，非正式員工34人，管理階層115人(其中男性64人，女性51人)，實現了男女平等的原則。

員工分析

2016	項目	人數	百分比
全體員工年齡	20以下	1	0.175
	20-30	225	39.40
	30-40	243	42.56
	40-50	86	15.06
	50-60	15	2.63
	60歲以上	1	0.175
全體員工性別	男	283	49.56
	女	288	50.44

(1) 依職級、性別、年齡組別等多元化指標分析員工總數

鮮活的員工男女比例相當，年齡主要分布在30-50歲較年輕化，領導層的男女比例也較為合理。

2016.12.31

員工類別	<30歲			30-50歲			>50歲			合計
	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計	
副經理及以上員工人數	0	0	0	11	2	13	5	1	6	19
課長、副課長人數	1	9	10	23	15	38	1	0	1	49
組長、副組長人數	6	8	14	15	13	28	1	0	1	43
一般員工人數	86	115	201	130	124	254	4	1	5	460
總員工人數	93	132	225	179	154	333	11	2	13	571

(2) 離職和新進員工分析

鮮活員工留職率也較高，新進員工有經驗者多以青年到中年為主，公司的新進員工主要以年輕人為主，同時離職的員工也以年輕人為主，總體上公司的離職率低於市場平均離職率。法定退休年齡為男60歲，女50歲，人資關注員工退休時間，提前一個月以“人事異動單”通知公司及員工本人，按照普通離職流程辦理相關離職手續，解除/終止勞動關係；人資協助員工辦理退休手續，員工按需準備相關證件及資料。若因部門崗位需求，部門可與即將退休之員工協商是否可返聘，若員工同意返聘，繼續任職，公司維持該員工現有薪酬待遇，並予其辦理雇主責任險，簽訂返聘協議。

新進年齡:

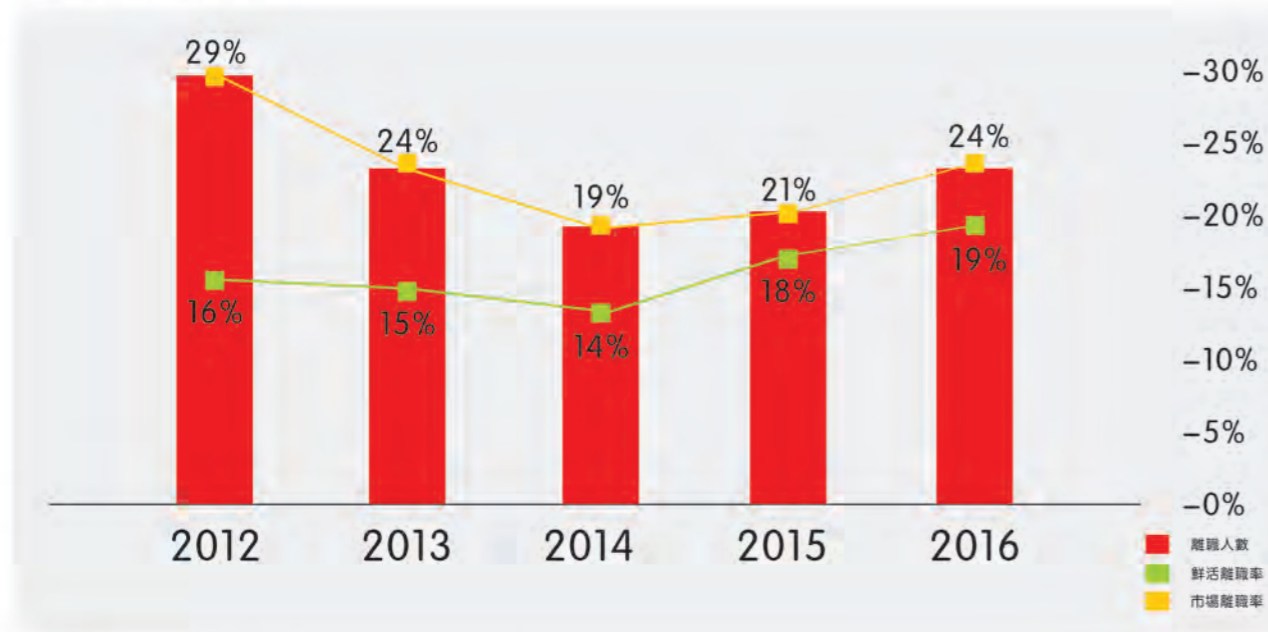
新進員工總數及比例							
性別	年齡	2014		2015		2016	
		應屆生	有經驗者	應屆生	有經驗者	應屆生	有經驗者
男	<30歲	23	17	24	77	26	68
	30-50歲	0	27	0	79	0	63
	>50歲	0	1	0	1	0	5
	合計	23	45	24	157	26	136
女	<30歲	21	17	34	62	26	59
	30-50歲	0	25	0	67	0	46
	>50歲	0	0	0	0	0	0
	合計	21	42	34	129	26	105
合計		44	87	58	286	52	241

離職年齡:

性別	年齡	2016
男	<30歲	82
	30-50歲	47
	>50歲	1
	合計	130
女	<30歲	60
	30-50歲	45
	>50歲	37
	合計	142
合計		272

2.1 落實員工關懷

市場平均離職率



鮮活員工離職率（正式員工）：

年度離職率 = 年離職員工總數 / (本年度期初人數 + 年期末人數) / 2 * 100%

市場平均離職率：前程無憂《2017離職與調薪調研報告》

2.1.2 薪酬與福利

鮮活的員工起薪優於法定基本薪資，員工同時享有共同薪資與福利，不會因身分（男女、種族、信仰等）而有所差別。本公司制定了考核獎金、季度獎金、年終獎金的福利制度，依公司業績與員工個人的績效考核，為公司員工帶來更穩定的收入，提高員工滿意度。公司為員工購買國家規定的各項保險，包括養老、醫療、工傷、失業、生育。保險費用的承擔按照國家相關規定執行，並且公司為試用轉正的員工繳納住房公積金，員工在進入公司後領取結婚證，公司給予員工結婚福利十三天。每年為員工準備結合中國傳統民俗的三節禮物：端午節發粽子、中秋節發月餅、春節發年終獎，建構完善的福利制度，讓員工安心在工作崗位服務。

每月舉辦員工生日會，贈送生日禮物，部門主管親自書寫員工生日賀卡，送上賀語，共享生日的快樂氛圍及祝福，讓同仁切身感受在大家庭的暖意。



▲ 生日賀卡

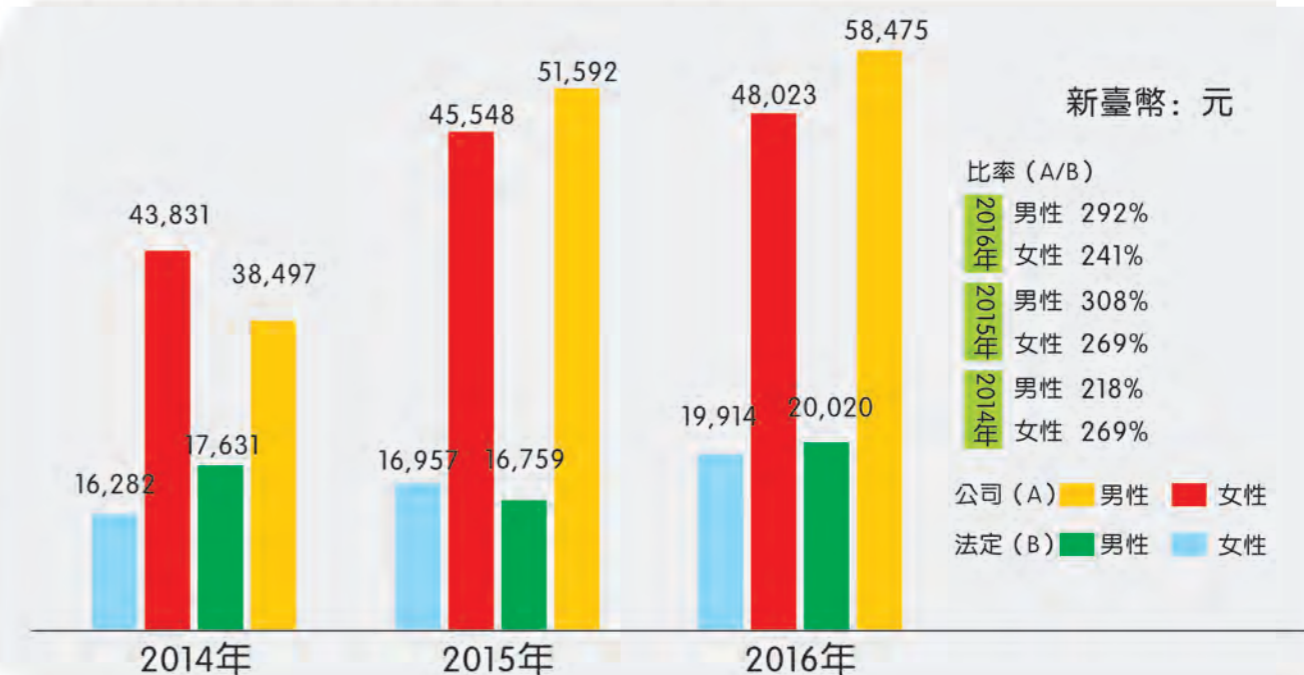


▲ 員工生日餐



▲ 生日員工

2.1.2.1 依性別分析公司起薪優於法定基本工資%



備註：

- 1) 公司每月基本薪資是指員工每月所獲薪資包含獎金部分
- 2) 法定基本薪資來源於昆山市人力資源與社會保障局

2.1.2.2 員工所享有的其他福利待遇

(1) 鮮活員工比賽項目：

為培養員工團結友愛精神，公司每年舉辦各項比賽如乒乓球、羽毛球、釣魚和廚藝比賽。伴隨著比賽辛勞的汗水及激烈的競爭，培養同仁堅強和努力不懈的意志。



▲ 2016年員工羽毛球比賽 ▲ 2016年員工廚藝比賽 ▲ 2016年員工乒乓球比賽 ▲ 2016年員工釣魚比賽

◀ 員工慶生現場

貳. 活力職場

2.1 落實員工關懷

(2) 員工旅遊

2016年鮮活的員工旅遊目的地為浙江舟山的嵎泗列島，員工通過此次旅遊體驗到離島的自然風光，同時也在旅途中得到了放鬆。促進了同事間、家人間的交流，舒緩了平日工作的緊張情緒。2016年10月公司組織員工進行臺灣旅遊，共計20人參與此次的旅遊。

(3) 節慶晚會活動

公司每年組織各項節慶晚會，如中秋晚會、春節聯歡晚會，豐富員工生活，同仁們積極參與活動主持及節目表演，更主動邀請員工眷屬參加，讓同仁的眷屬也能瞭解公司，增強員工的歸屬感及向心力。

(4) 員工戶外拓展訓練

為提升公司成員的團隊意識及團隊凝聚力所組織舉辦的全員戶外拓展訓練。把空洞的“團隊精神”四個字化為現實，拉近員工間距離，同時促進員工間的交流。通過精心設計的拓展活動達到“磨練意志、陶冶情操、完善人格、熔煉團隊”的培訓目的。

(5) 員工粵語班

因南方地緣關係，鮮活廣東廠有很多本地人員，為了促進本地與外地員工間的深入溝通交流，特設立粵語班，由廣東籍員工做培訓老師。通過上課的形式教學員一些基本的廣東話發音和日常用語，讓非廣東籍員工更好的融入到本地生活中。主要課程包括：粵語基本發音與會話；“蓋鬼”趣味粵語；廣東生活百科介紹；場景模擬比賽；粵語歌曲比賽及口語考核。學員除學習基本粵語發音外，還會學唱粵語歌曲，提高學習興趣。



- ① 2016年員工春季旅遊
- ② 2016年員工臺灣旅遊
- ③④ 2016年春酒晚會
- ⑤ 粵語班同學春酒節目表演
- ▼ ⑥⑦ 員工戶外拓展訓練



(6) 員工子女關懷

員工是企業永葆發展的基礎力量，完善員工福利，健全企業福利體系，是公司義不容辭的責任。公司以員工子女為主體，積極開展多樣化活動、組建英語班、董事長個人出資設立獎學金，給員工子女帶來親切關懷，並鼓勵他們努力成為社會有用之才。

卡內基青少年暑假培訓營

公司在員工子女暑假期間，贊助在老家的員工子女參加卡內基青少年暑期訓練，幫助他們建立信心，提升溝通能力並培養其更好的性格，具備正面積極的態度、有說服力、能從挫折中再站起來等特質才是關鍵的競爭優勢。代表員工送給孩子們一份有價值、有意義的禮物。自2014年起已有九名員工子女獲得結業證書。

兒童節禮物發放

公司每年為員工子女準備兒童節禮物。由公司代表父母發放到留守在老家的員工子女手中，為孩子們送上一份節日問候，感受到父母對其濃濃的愛。

鮮活英語班

由公司同仁自發組建，每週固定舉辦，自2012年開辦至今，已有超過50名員工子女參與相關課程，為員工子女營造良好的英語學習氛圍。

鮮活員工子女獎學金

為鼓勵員工子女積極向學，公司開設多項員工子女獎學金。在2016年度，鮮活員工子女獎學金共計發放新臺幣31040元，升讀高中3人、升讀大學11人，於2017年1月進行發放並分享勵志圖書。



▲ 鮮活英語班上課情形 ▲ 英語班小朋友生日會



◀ 英語班小朋友與家長駐蹕園參觀



◀ 獎學金發放現場，與員工溝通

2.1 落實員工關懷

(7) 產假、哺乳假、護理假

本公司遵循國家法律規定，給予女性職工特殊的照顧，讓員工能夠將工作順心，生活和諧。中國大陸法令規定的產假和哺乳假相當優渥，2012年至2016年共有73名女性員工符合資格並申請產假和哺乳假，放棄率為零，2016年共有12名男性員工申請護理假。

產假：依法令產假一百二十八天，難產增加產假十五天，多胞胎生育每多生一個嬰兒增加產假15天。

護理假：依法令晚育者給予男方護理假十五天，須在生育後的一個月內憑出生證明進行呈核。

哺乳假：依法令工作滿一年的正式員工產假期滿後可申請每天中午一小時照顧性哺乳假直至嬰兒一周歲。

(8) 空氣淨化器安裝

天津市環境監測局報告“2016年全年，天津市環境空氣品質綜合指數6.65，為員工創造更好的環境，公司為每個辦公室購置空氣淨化器，形成工作環境良好的小生態。同時，為了減少污染，節約能源，在樓梯等間歇使用的地方將照明設備更新為觸控裝置，辦公室垃圾號召使用車間的回收包裝袋收集。

2.1 落實員工關懷

(9) 員工餐廳

為了保障公司每日之伙食能夠準時供應，保證食品品質與營養安全，本公司實行規範的伙食制度，設立員工餐廳伙委制度有助於透明化管理落實，保證員工自主參與及評分，除了能夠降低成本外，更能保證員工享用美味健康安全新鮮的食材。伙委制度是由相關部門申報用餐人數，總務準備次日菜金並驗收食材，伙委主買當日公司用餐的食材--四菜一湯，伙委跟買負責協助主買做好菜品的清點帳目核算，並進行用餐現場管理，由評委根據當日伙食品質進行打分，公司給予每個伙委一定的獎勵措施，餐廳根據用餐人數，劃分為4至5梯次用餐時間，保證每位員工都能享用到新鮮的菜品。

公司宣導員工用餐時遵循儉省節約的原則，不浪費糧食並定時檢查各種煤氣、電源開關做好安全工作。良好的員工餐廳管理制度，不僅給員工提供了可口的菜肴，更展現了公司對員工身體健康的重視程度。



員工小故事分享



鮮活交予我的第一項專案工作，就是160畝的農場管理。公司給我傳達的農場管理理念是：要將農業作為慈善事業做，保護環境、致富小區居民、種出真正“不用一滴除草劑”的水果！“不用一滴除草劑”，起初我也很懷疑，國內有些“有機認證”的農場都做不到，我們能做到嘛，能堅持多久？！“不用一滴除草劑”，這一理念，一堅持就是七年，農場除草全部採用人工方式。七年後的農場變化，可以說是震撼：溝渠裡有了泥鰍和黃鱔，田間有了刺蝟和野兔，河裡有了野鴨和白鷺，土壤中有了蚯蚓，各種野草在農場裡和諧生長。農場種出來的藍莓、水蜜桃、黃桃等水果的糖度和香氣遠遠優於周邊的其他農場，遊客紛至沓來，水果供不應求。

入職鮮活七年，公司沒有讓我有“七年之癢”之感，而讓我逐步體會了“里仁為美”、“十年磨一劍”之道。

2010年10月，剛到鮮活公司報到，那時的工廠還在昆山市鹿城路201號。工廠小而緊湊，人忙碌有序。培訓的老師都謙遜有禮，臉上時刻洋溢着燦爛幸福的笑容。工廠雖說有些老舊，但整個廠區衛生極好，圍牆內外綠樹成蔭。鮮活給我的初體驗是：環境優美、員工謙遜有禮，工作在如此地方，與如此的員工共事，豈不樂哉！

過去的七年，我是幸福的，剛好趕上了鮮活公司的美好時代：2011年公司搬至新廠，2012年公司在臺灣掛牌上櫃，2015年天津和廣東兩廠投產，2016年公司在臺灣上櫃轉上市，2017年昆山、天津和廣東三廠二期順利開工。過去的七年，鮮活教會我太多：著裝注重細節、談吐注重語氣、行為注重修養、做事注重流程。

與一群注重自身修養的同事工作，時刻修正著自己的行為，原來真的是件幸福的事！十年如一日，堅持自己的信念，日日磨練自己，原來真的是件美好的事！

2.2 人才培訓與升遷獎勵

人才是企業成長的基石，公司向來秉持著「終身學習、職涯發展、全人教育」等教育訓練理念，致力於提高企業人力素質，儲訓未來經營管理人才，塑造經營風格及良好的企業文化，以創造公司更高的經營績效。

2.2.1 教育訓練及職涯

人才培育是一項長期、有系統且專業的工作，本公司重視全體同仁終身學習，依員工的學習經歷、潛能、專業技能與管理層級，擬定長期而有系統的年度培訓計劃，包括公司內部培訓與外部培訓，舉辦各項培訓課程，施以不同層次的教育與訓練，為員工架構一展長才的環境。

項目	培訓內容
新進員工崗前培訓	為新員工安排培訓老師，讓員工瞭解公司沿革、目標與使命、參觀工廠，熟悉工作環境與相關規章制度，讓新進員工加快瞭解工作環境及自身權益，使其加快融入群體。透過培訓老師制度，給予新進員工適切關懷與照顧，凝聚向心力，塑造和樂的工作環境。
在職培訓	結合公司發展策略，組織內部及外部培訓，提升員工專業能力。重點培養員工的職業技能，包括特殊職業人員的專業技能如叉車司機、倉管人員等；同時公司提供財務部門修習會計原則相關課程，業務部門則有行銷溝通的課程等，並且鼓勵員工考取職能證照，依各部門需求不定期派員外訓。每年不定期邀請行業專家顧問到公司進行技術交流指導培訓，理論與實踐並重，充實員工應用技能。
培訓老師培訓	透過組織公司內部的培訓老師分享會及外訓後同仁在部門內的交流分享，不斷完善及組建內部培訓老師隊伍，促進由外而內的學習交流。
圖書閱覽室	為鼓勵員工利用閒暇時間進修，公司設有圖書專區讓同仁們借閱圖書雜誌。
管理文章分享	定期內部傳閱管理文章，分享知識與經驗，促進學習成長。

2016年在職員工教育訓練平均時數

性別	男性			女性		
	總受訓時數 (小時)	總人數 (人)	平均受訓時數 (小時/人)	總受訓時數 (小時)	總人數 (人)	平均受訓時數 (小時/人)
副經理及以上	281	14	20.1	139.5	3	34.875
課長、副課長	817.5	19	43.0	716.5	20	35.825
組長、副組長	518	19	27.26	474.5	17	27.9
一般員工	2,442	156	16.17	2,090	162	12.5
合計	4,058.5	208	19.51	3,420.5	203	16.85

教育訓練分成崗前培訓和在職訓練兩大類，2016年在職員工每人平均訓練時數達到18.2小時，另外2016年崗前培訓學時共計11,136小時。



部門輪調

為了開發員工多種能力及考察員工的適應性，發展有潛力的年輕之才，提供人才之新的挑戰與歷練機會，開發不同崗位之技能，以儲備公司未來之管理職位需求。公司計劃於2017年開始主管層級的輪調制度，不僅是昆山廠區各部門的輪調，輪調的範圍涵蓋天津及廣東兩廠，從而達到考察員工的適應性和開發員工多種能力的目的，活化公司人事結構。

員工晨操、晨劍練習

員工每天上班前定時的晨操、晨劍練習，區別於大眾的廣播體操鍛煉，起到鍛煉身體、沉澱心緒的作用，讓身體機能迅速甦醒，更快進入工作狀態，讓員工平常忽視的身體部位得到鍛煉運動，活動筋骨。公司為鼓勵全員運動的精神，採用健康積分制度，參與晨操與劍道練習，記健康積分，制定健康積分獎勵制度。

公司為員工建立活動中心，設立羽毛球和乒乓球等運動場地，讓員工在運動娛樂的同時強身健體。鼓勵員工參與劍道練習，藉由劍道練習修煉自省能力，進而淬煉員工堅定的意志與強健的體魄，每年組織國際認可的劍道升級考試，建立員工努力向上的觀念。



▲ 劍道升考級審查考試

2.2.2 儲備幹部

管理培訓生培訓

人才是企業發展的關鍵，關鍵人才是企業競爭的制高點，本公司為了實現企業超常規、跨越式發展的需求，進一步地加強後備幹部隊伍建設，實現本公司戰略發展的目標。公司於2014年開啓管理培訓生項目，項目涉及輪崗、管理輔導、評估和反饋等豐富內容。公司於2016年通過校園招聘選聘管理培訓生，實施人才儲備計劃，通過為期3個月的培訓，進行部門輪調學習，瞭解整個公司運作流程，每次輪崗期間，相關部門的負責人會與管培生面對面交流，一起評估其表現和學習能力並給予指導。同時根據需求安排集訓計劃，包括溝通能力、企業文化培訓等內容，讓管理培訓生得到足夠的鍛煉，打造儲備人才制度。另外，本公司招募了各高校優秀學生來我司實習，提供高校人才的交流與鍛煉，給予在校學生參與校外實踐的機會，並根據其學習能力等綜合素質在其畢業後考量與之簽訂勞動合同。



▲ 管培生溝通交流現場

2.2 人才培訓與升遷獎勵

儲備幹部培訓

公司于2016年篩選十七位表現優異的員工組成了儲備幹部培訓班，旨在培養出公司發展所需的中層管理幹部，提升員工的積極性，實現公司可持續發展。培訓計劃涵蓋溝通能力、企業文化和學習能力等。通過為期六個月的培訓，儲備幹部培訓班培訓圓滿結束。

理級幹部培訓

公司于2016年篩選二十二位副課長及課長級的員工組成理級幹部培訓班，旨在培養出公司發展所需的高層管理幹部，加強公司高階管理人才隊伍的建設。培訓計劃不僅涵蓋企業管理、領導力、商務禮儀等課程，同時也組織受訓同仁去各大企業進行參訪學習。通過參訪的標竿學習與經驗交流，應用實踐到各自的領域。



▲ 正葳電子參訪現場



▲ 嘉吉參訪合影



▲ 杭州丘比參訪



▲ 蘇州誠品書店觀光學習

2.2.3 資深員工頒獎

舉辦資深員工的頒獎儀式，受頒對象為工作滿十年的員工。以此鼓勵我們的資深員工，感謝同仁們在十年間為公司付出的點點滴滴。



▲ 董事長與資深員工交流現場



▲ 10年資深員工合影

2.2.4 績效管理

公司為提升管理效益，充分調動員工積極性，實現各項目標良好達成，特設立公司目標考核專案，包括公司目標考核、部門KPI(關鍵績效指標)考核及個人考核。同時啟動並建立了改善項目活動，確保公司各項KPI得以持續改善和提高，實現「力創高績效」之目標。同時為讓員工感受與公司一起成長，設立了季度獎金與年終獎金，以公司業績成長及獲利狀況而定。

員工個人考核

為加強員工的績效管理和績效考核工作，激勵員工更好的履行工作職責，建立不同崗位及不同職務的量化考核表。公司每年二次為員工晉升時間，晉升選拔標準來源於個人前六個月的考核積分。通過個人績效考核的過程管理，使員工不斷改善及進步，實現績效提升和強化。

2.2.5 改善項目管理

為解決部門間存在的共性問題，可跨部門跨級別運用突破性思考與跨功能團隊之建立方式，各部門在日常管理基礎上圍繞KPI開展所有提高性活動，活動形式包括品質、銷售、效率、材料、人力、安全、環境、設備、預防、經費方面的改善項目。

2.3 勞工安全衛生

2.3.1 安全生產委員會

為保障全體員工能在安全與衛生無虞的環境下安心工作，公司遵循勞動安全衛生法成立了「安全生產委員會」，只要與安全有關的都屬其管理範圍，主要有來自環安部和廠務部的兩名固定成員，另每個部門推派一名安全委員代表，目前共有7名推派安全委員代表，安全委員勞方代表比率達到77.7%，委員會成員主要由特定職級或職掌的員工擔任，而這些員工一直都沒有轉職或離職，安全委員代表每月到各個部門檢查環境安全狀況，並向安全辦公室匯報。

鮮活為協助員工關於嚴重疾病之教育訓練、諮詢、預防及風險控制計劃，每月針對公司全體員工開展安全生產培訓，並在崗前培訓中積極宣導安全生產的重要性，國家規定每位在職員工的安全生產培訓學時達到每年8學時，新進員工崗前安全生產培訓達到24學時。公司按照法律規定並嚴格執行，每月針對特殊工種加強安全培訓，安全生產的培訓主要內容包括人身與財產安全方面、生產安全方面、生活安全等方面。安全促進生產，生產必須安全，本公司致力於提高每個員工的安全意識，確保員工工作與生活安全，樹立安全意識，防患於未然。

公司積極導入安全生產標準化，通過審核及獲領三級安全生產標準化證書，落實安全生產教育，消除生產流程、設施設備的安全隱患，保障同仁職業健康，將安全事故發生概率降至最小。標竿車間的推行提升車間作業人員的生產品質及意識。同時，公司組織安全員參加安全辦組織的安全員培訓，並獲得了安全員證書，本公司落實安全生產基礎工作和安全生產責任制，將安全生產責任落實到車間、班組和個人，建立起自我約束、持續改進的安全生產長效機制，自覺開展企業安全生產大檢查，將安全檢查貫穿於日常安全管理工作中，及時徹底消除安全隱患，環安部每個月定期檢查車間生產安全狀況，透過檢查降低車間安全生產隱患，將“本質安全”理念貫穿安全生產全過程，狠抓各項安全生產全過程，狠抓各項安全措施的落實，全面提高安全防護能力，切實防範安全生產事故發生，保障公司員工人身與財產安全。

2016年全年，公司工傷次數11次，社保承擔醫療費用2.34萬元，公司承擔醫療費用1.52萬元。

2016年11月公司順利通過省安科院現場審核，2016年12月28日，我司獲得“安全生產標準化二級企業證書”。



▲ 安全生產標準化證書



▲ 安全生產會議

2.3.2 職場安全與健康

促進職業健康與工作安全是企業永續發展不可或缺的關鍵之一，我們深知制定正確的政策、完善的流程以及執行支援計劃的重要，才能將員工職業災害的風險降至最低。隨著公司人員的擴充，所有人的總工作時數有所增加，同時公司加強了對員工生產安全的宣導與培訓，沒有員工因公死亡的狀況，受災害的次數也為零。

2016年	失能傷害頻率	職業病發生率	失能嚴重率	因公死亡事故數	缺勤率
昆山鮮活	13.43	0	371.9	0	6.62
廣東鮮活	22.44	0	167.25	0	6.98
天津鮮活	20.85	0	149.4	0	4.45

- 1、失能傷害頻率=傷亡人數合計*1000000/經歷工時；
- 2、失能傷害嚴重率=損失日數*1000000/經歷工時；
- 3、職業病發生率=職業病總數*1000000/經歷工時
- 4、缺勤率=(事假天數+病假天數+工傷假天數)/總工作天數*100%



2.3 勞工安全衛生

員工健康檢查

為符合職業健康與工業安全需求，每年定期辦理換發健康證，在公司就職滿一年的員工會進行一年一次的健康檢查，涵蓋一般健康檢查、特殊健康檢查等項目，另外特殊健康檢查包括駕駛員入職崗位體檢、特殊工種規定需要體檢的專案等等，公司承擔所有員工檢查與健康證換發的費用，並且不定期邀請醫師到公司為員工進行專題健康講座。



▲ 2016員工年度健康體檢

消防演習

為增強員工的安全防火意識，公司每年內部組織與外聘專業消防培訓人員對員工進行消防培訓與演習，增強員工在火災中互救與自救的意識，學習保護自己和家人的生命財產安全。



▶ 員工消防演習現場

危化品管控

公司重視對危化品的管控，指派具有危化品管控資格的專人負責危化品管理，對危化品購買及出入庫進行嚴格管理。

防治蟲鼠害

在廠區佈置三道防線防治蟲鼠害，由專業防治蟲害機構定期監控及向公司同仁宣導防治工作，達到有效防治目的維護工作環境清潔衛生。據統計，2015年度我司共設置53個粘鼠板，25臺滅蠅燈，共捕獲老鼠14次。

響應政府健康宣導

本公司積極響應江蘇省昆山市衛生局宣導的全民健康生活方式行動示範創建活動，推動員工的健康生活方式的開展，積極號召員工進行身體健康活動，包括晨操與劍道的練習，開展爬山、體育比賽等群體性健身活動，積極組織與社區的健康教育活動，為員工開展健康知識講座進行健康知識的宣導，讓員工時刻關注自身身體狀況，積極推進全民健身，創建健康活力的示範單位。

2.4 促進勞資和諧

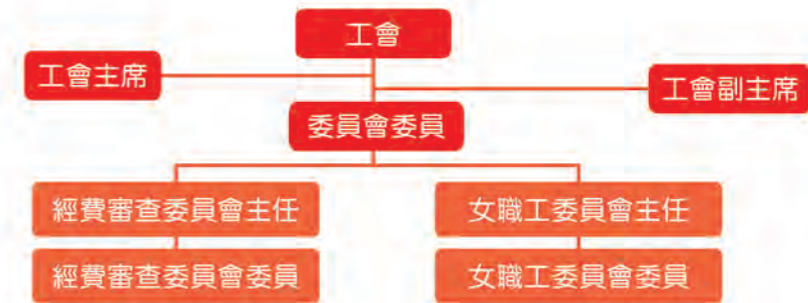
本公司自創建以來，一直維持良好及和諧的勞資關係，並且在此基礎上，持續成長茁壯。良好及和諧的勞資關係維持的真正原因在於勞資雙方互相信任、尊重，工會組織的有效領導，勞資溝通管道暢通等原因。

2.4.1 工會組織

本公司依照《中華人民共和國工會法》設立工會，公司所有員工在進入公司工作的當下，自動成為工會的成員。工會以迅速解決員工所遭遇的問題及滿足其需求，本公司工會組織致力於員工福利措施的改善，定期舉行員工娛樂休閒活動，並每年年初協商調薪。在公司、工會組織的攜手努力下，我們不斷改善員工的衣、食、住、行、育、樂等軟、硬體設施之品質，包括為員工提供舒適的員工宿舍、物美價廉的餐飲、員工健康檢查輔助及給予福利分享等，建構這些完善的福利制度，使員工能安心的在工作崗位貢獻心力。

工會成立緊急救難金項目，旨在為部分家中困難且突然急需用錢的員工提供救助。該項目的成立，解決了部分家庭較困難的員工的一些緊急需求，讓員工感受到了鮮活這個大家庭的溫暖。

工會組織架構



2.4.2 勞資溝通無障礙

為鼓勵員工與管理階層直接進行溝通，公司除設立員工意見箱及食堂交流園地等管道外，並實施員工抽樣調查與員工家訪活動，進行有效的整理與及時的回饋，以確保溝通及時性及有效性。我們視員工為公司最大資產。常年以來，勞資雙方互動良好及和諧，員工若對公司有任何建議或自認權益受到損害，皆可透過上述管道進行投訴。讓員工更多的參與公司建設與發展當中。



▲ 各部門人員家訪

同時，公司高層領導高度關注員工工作與生活狀況，定期對試用員工及正式員工進行家訪，2016年度支出160.5千元。

有關公司重大營運變化最短預告期，不論員工職級，鮮活符合中國大陸勞動法相關通知程序，皆於勞動合同中載明為一個月。有關工作變動最短通知時間，鮮活符合中國勞動法相關通知程序，提供同仁緩衝時間，如繼續工作三個月以上一年未滿者，於十日前預告之；繼續工作一年以上三年未滿者，於二十日前預告之；而繼續工作三年以上者，於三十日前預告之。

叁. 深耕社會

雇用農民薪資發放

6870 仟元/新臺幣 ↑ 7%

藍莓種植基地2015年度雇用農民人數為22人，發放薪資達新臺幣6870仟元（較2016年度增加7%）。

藍莓園採摘旅遊

18200 人次/累計

藍莓園第三年對當地市民開放觀光採摘旅遊，當年累計接待18200人次

向草莓種植戶採購草莓

150 萬/人民幣

向趙屯鎮農民收購草莓473噸，支付貨款150萬元，惠及750個草莓種植戶

提供劍道教學

100 人/平均每週

公司員工為鄰近社區居民提供劍道教學，平均每週培訓達100人次

叁. 深耕社會

2016年度 鮮活控股企業社會責任報告書

鮮活注重與社區互動及居民生活水準的提升，以期與社區雙贏。公司與當地社區共同投資建立的160畝藍莓種植基地，帶動社區農民直接就業；基地經過多年的努力，已經實現盈利，2016年第3次分紅予社區農民新臺幣354仟元，較2015年增加30.71%。

3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏

鮮活在昆山市張浦鎮投資建立160畝的藍莓園，豐富當地的農業觀光市場，解決附近村落的富餘勞動力，給當地農民增收、創收，引導本地區農業的綠色生態種植模式，創造鮮活與社區雙贏。

藍莓園導覽圖



3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏

3.1.1 經濟層面

鮮活每年租用社區農民土地，並向農民繳納土地租金，每年繳納的土地租金為新臺幣4千元/畝（依據當地政府指導標準而定）。另外鮮活將農場盈餘分配給農民，與社區農村土地股份合作社合作，每年將藍莓園盈餘的20%分配給合作社農民，2016年藍莓園長期就業的農民工為22人，年度發放農民工（含臨時工）工資新臺幣6,870千元，人均年工資收入為新臺幣160千元（較2015年增長7%），高於蘇州市農村居民人均純收入的新臺幣138千元。

注：農村居民人均純收入數據來源於2017年3月10日蘇州日報。

2014-2016年藍莓園帶動社區農民就業情況表

年份	帶動社區農民工就業數(人)	農民工人均工資收入(新臺幣仟元)	農民工人均工資增長率	年發放農民工工資(新臺幣仟元, 含臨時工工資)
2014	20	141	9%	5576
2015	22	150	4%	5985
2016	22	160	7%	6870

3.1.2 環境層面

推廣綠色農產品種植標準，藍莓園的各種水果，按照綠色食品標準種植，遵循自然界生態規律，除草全部採用人工方式，病蟲害採取物理防治或生物防治，施肥盡量用自製有機肥。藍莓園的綠色生態種植模式，推廣至附近南港、錦溪、花橋等3個城鎮，種植果桑、水蜜桃和藍莓近300畝。

藍莓園內的20,000平方米的池塘，保持著原生態模式，吸引著幾百隻白鷺和野鴨前來棲息安家。

對於水資源於的管理鮮活一直在努力做到更好，增加污水處理池、污泥的回收利用。截止2016年12月，累計回收利用發酵池污泥286噸，添加當地綠化公司廢棄的碎樹皮143噸，制成有機肥200噸。有機肥經過協力廠商檢測機構的營養成分檢測、重金屬含量檢測，結果符合農業部《有機肥料標準NY525-2012》。污泥有機肥的制作，不僅減少了鮮活固體廢棄物的產生量，還減少了藍莓園肥料的購買量，既經濟又環保。

為降低成本，2016年度成立污泥有機肥的改善專案，規範化污泥有機肥的生產，藍莓園每個月會處理20噸以上的污泥，不僅達到預期的效果，污泥有機肥更促進紅蚯蚓的養殖，進一步改善藍莓園的土壤。

藍莓園環境



藍莓園環境





公司污水發酵池內的活性污泥



樹皮、樹枝粉碎而成



碎樹皮和污泥按2:1(體積比)混合，噴灑一定比例發酵液，再用白色薄膜覆蓋發酵。



等到冬季時施在植物根部



等有機肥堆中間溫度降到40℃以下，有白色菌絲產生，無臭味時，發酵完成。



污泥堆肥中間溫度達到60℃，開始翻堆，進行二次發酵。



土壤處理池與



改良後土壤

工人正在調配污泥和碎樹皮，發酵製成有機肥。

3.1 基地農場創造鮮活與社區雙贏

3.1.3 社會層面

鮮活帶動老齡農民的二次就業，在藍莓園工作的農民工，來自於張浦鎮下屬的3個村落（姜杭村、趙陵村、新涇村），年齡在55歲-70歲之間，為退休工人或農民，既減輕社會負擔，又穩定當地社會秩序。

另外藍莓園開放市民觀光採摘，藍莓園內種植有藍莓、黑莓、桑葚、水蜜桃、黃桃等8種水果，鋪設有6,000平方米的硬質路面，涵蓋20,000平方米的湖面。節假日，社區居民可以帶小孩到藍莓園採摘觀光休閒，拓展各種水果種植知識。2016年，藍莓園第三年對當地市民開放觀光採摘旅遊，當年累計接待18,200人次，較2015年增長30%。

公司每年在藍莓園舉辦員工釣魚比賽，藍莓園內湖達30畝，處於純天然狀態，野生水鳥成群，野生魚蝦頗多。公司每年秋季舉辦釣魚比賽。2012-2016年，公司在藍莓園已成功舉辦五次釣魚比賽。



市民們在觀光採摘



當地農民工作情景



2016年，第五屆“鮮活果汁”杯員工釣魚比賽集體合影



當地人在我工作

3.2 社區互助與關懷救助

利用人才優勢，輔導鄰近社區農民種植優質安全草莓，惠及農戶750個；指導社區居民子女劍道學習，推廣劍道運動，平均每周培訓達100人次；建設“鮮活果汁”微信公眾平臺，推送果汁健康、科普等知識，2016年關注人數1.23萬人，較2015年增長52%。

3.2.1 水果基地管理

3.2.1.1 草莓鮮果收購

2016年，上海市青浦區趙屯鎮草莓種植面積已達8,000畝，公司每年組織到採收草莓，給當地的農戶帶來商機。2016年在趙屯鎮收購草莓473噸，惠及草莓種植戶750個。在草莓收購的過程中，公司安排技術員到草莓種植田間及收購現場進行品質宣導；輔導農民進行草莓施肥打藥記錄；自費幫助農民進行草莓農殘檢測，以此倡導草莓生態種植模式，普及食品安全知識。



▲ 收購草莓現場品質管控

3.2.1.2 胡柚鮮果收購

公司對於粵北及浙北二處胡柚基地進行收購。占地為1200畝及600畝，兩處胡柚基地周圍環境優良，水份充足，氣候適宜，胡柚鮮果個大味美。公司對胡柚實行基地管理，對胡柚基地的環境進行管控、農藥肥料使用進行追蹤，胡柚採購期間進行採摘現場管控，派遣基地管控專員全程監督胡柚的採收運輸入庫驗收全過程管控，採摘現場管控確保了我司胡柚全部為基地果、保證新鮮胡柚的採摘、保證胡柚採摘過程不受戳傷而導致腐爛情況；運輸入庫管控嚴格保證胡柚來源為基地果；清洗、裝箱、驗收管控確保採購入庫的胡柚鮮果的清潔及品質達到標準要求；對胡柚鮮果進行農殘檢測確保果實農殘在國家標準範圍內。

2016年收購200噸。在胡柚收購過程中，公司安排了技術員到胡柚種植田間及收購現場推行品質倡導。

3.2.1.3 金桔鮮果收購

2016年金桔鮮果於廣西的桔基地收購。基地位於桂林市，合作基地5000多畝。陽朔縣水質清澈無污染，素有桂林山水甲天下，陽朔山水甲桂林的美稱種植的金桔色香味俱全。

公司對金桔基地的環境進行管控；農藥肥料的使用及時追蹤和把控；金桔收貨時再次嚴格挑選、清洗，保證金桔的品質達到標準要求。2016年共收購該基地金桔鮮果25噸。



基地全貌

3.2 社區互助與關懷救助

金桔採收管控



金桔挑選裝箱



機器清洗

3.2.1.4 芋頭基地管控

芋頭基地位於廣西，是“桂芋2號”標準化生產示範基地，由當地村民負責管理，廣西區農業廳和農科院負責技術支援。該基地共有200畝，為保持芋頭品質，實行芋頭與荸薺輪種方式。芋頭水田裏水質清澈，並有螺絲，小魚等水生生物活動，水泥溝渠內是流動的清水。表明芋頭基地沒有使用高毒農藥，且不經常使用有毒農藥。



芋頭基地詳情介紹圖



芋頭基地全貌



芋頭基地細節圖



芋頭基地水泥溝渠

3.2.3 大學生實習計劃

公司每年定期至江南大學、江蘇大學、江蘇食品藥品職業技術學院、合肥工業大學等食品類院校進行專業人才招聘。制定大學生實習培訓計劃，使在讀學生能夠提前踏入社會，接觸社會，為以後的職業生涯做好鋪墊，也能協助學校培養企業需求人才。2016年公司共錄用大學實習生43名，提供學生認知企業文化、管理制度及鍛煉自身的機會，也成為讓企業更理解新鮮人對職場規劃的雙向渠道。

實習生培訓計劃

2016年度的客服品保部實習生培訓計劃涵蓋部門所有培訓，包括品控課、品保課、檢驗課和文管課；也有現場品控的工作學習，全面的輪崗培訓計劃使得實習生了解全面的食品質量管控知識。



實習生實驗室工作



3.2 社區互助與關懷救助

3.2.4 劍道推廣

劍道是公司企業文化的組成要素之一，多年來發展，培養了諸多劍道好手。“十年磨一劍”的劍道精神在於信念、堅持、不屈不撓的韌性。劍道是培養心志之道，每個人都必須持續不斷地進步，不進則退，企業也是一樣。要以“毅力與堅持”為核心，同時也是企業的命脈。

玉山會是由董事長及幾位劍道同好共同創立，為鄰近社區居民提供劍道教學，推廣劍道持之以恆的精神，藉此培養學員禮節修養、強健體魄與學習做人的道理，至今擁有國際劍道聯盟認可的劍道升級審查資格及超過百名的會員，向社會貢獻一批又一批熱愛劍道的人才。周日開設青少年劍道班，重點培養孩子們對劍道的愛好，舉辦如五一親子營活動、劍道教室課等活動。2016年度劍道升級及升段審查通過人數120人，劍道成員人數（含員工及員工子女、社區居民）：兒童70人，成人180人。

不定期邀請臺灣的高段位劍道老師蒞臨指導，使學員能獲得與劍道好手交流的機會，從而不斷提高劍道水準和技巧。正是這種開放包容的態度使得活水不斷注入，並回流到社會，加大企業的社會影響力，這是我們對劍道的傳承與發展。



2016.5 北京大學劍道社進行劍道交流

2016.12 由老師扮演的聖誕老人在聖誕節劍道練習結束後發放禮物

3.2.5 慈善捐助：彩虹雨活動

上海彩虹雨兒童智慧訓練中心，是一家非營利性組織。為自閉症兒童提供身心智慧康復訓練。機構為鍛煉自閉症孩子的社會交往能力開設一家小水吧，讓孩子們在調試產品進行義賣，公司贊助冷凍果汁產品及安排技術人員現場指導，配合吧臺飲品調試，為彩虹雨的吧臺提供飲品的原物料及技術指導。



彩虹雨果汁教學現場



彩虹雨榮譽證書

3.3 外部參與行業協會活動

公司參與的行業公協會和組織的會員資格如下：

台灣區飲料工業同業公會榮譽會員	2016.8參加台灣飲料工業工會會員大會
傑出大陸台商會員會員	參與台協會舉辦活動及會員大會
昆山台商協會會員	參與台協會舉辦活動及會員大會



肆. 安心產品

ISO22000認證體系內審

2 次/年

2016年度所生產產品68.27%通過 ISO22000認證，一年兩次定期進行體系內審

產品追溯與召回管理

100 %

產品可於2小時內完成追溯與召回管理

原物料採購

79.3 %

原物料採購79.30%自中國境內

符合國際認證標準之原物料採購金額

85.9 %

符合ISO22000、HACCP、FSSC22000等國際認證標準之採購，占原輔料採購金額的85.9%

4.1 系統性的安全評估

4.1.1 嚴謹把關產品安全

公司對於產品可能產生食品安全危害的風險，從原物料管控、生產過程管控，食品安全管理體系運作，風險評估小組組織風險評估會議對食品安全問題進行風險評估，與會人員為公司各部門管理階層人員，有效管控產品食品安全。讓本公司能夠把食品安全風險掌握在一個可控的程度之內，有效的防範和避免食品安全風險。本公司生產廠房業經取得中國大陸食品企業生產許可QS認證並完成SC認證的轉版，取得ISO-22000食品安全管理體系認證及FSSC-22000食品安全管理體系認證。

鮮活FSSC-22000食品安全管理體系認證是2015年經過公司全體人員的努力，通過專業的輔導培訓及對體系的建立和成功運行，在2016年初開始廠房認證相應的資質準備，于2015/12/07取得證書，自2016年起落實依FSSC-22000認證體系生產產品。FSSC-22000係為食品製造商創建，並整合了ISO22000:2005食品安全標準及食品安全公共可用規範ISO/TS22002-1:2009，它由基於荷蘭的基金會為食品安全認證而發展起來並獲歐盟食品及飲料產業聯盟的支持，FSSC22000已獲全球食品安全倡議組織的批准並鼓勵大力推廣實施。其內容被全球食品安全倡議(GFSI)認可。為組織提供完整的食品安全管理體系。

本公司2016年度所生產產品68.27%由經過食品安全管理體系ISO22000認證之廠房所生產。

2016年國家頒布了食品安全法及與食品安全相關標準，公司對國家發布的法律法規在公司內部進行宣導和組織培訓，讓食品安全意識深入每個員工內心，並指導相應工作，公司在2016-2017年計劃修訂企業標準及申請生產許可證(SC)證書時都將嚴格按照新頒布的法律法規執行。

認證項目	取得日期	有效期
果醬生產許可證轉版(QS轉SC)	2016/11/28	2021/11/27
ISO22000食品安全管理體系	首次發證2012/03/06 本次發證2015/02/04	2018/02/03
FSSC22000食品安全管理體系	2015/12/07	2018/12/06
果醬生產許可證	2015/04/21	2018/04/20
飲料生產許可證	2015/04/21	2018/04/20
ISO22000食品安全管理體系	首次發證2017/05/17	2020/05/16
生產許可證轉版(QS轉SC)	2016/10/17	2021/10/16

產品自農場至餐桌的生產製程依照食品安全管控及嚴謹審核制度落實執行，從食品安全防控至確保產品品質持續改進，致力於建立完善的流程評估及系統。

① 食品安全防控：

品質安全管理制度，原料檢驗標準中規定水果供應商每年至少一次提供農藥殘留、污染物限量的第三方檢驗報告，執行結果為100%。對於生產使用的添加劑，每日對使用量、庫存量進行盤點，嚴格規範添加劑的使用。

成品的企業標準，如產品出廠檢驗項目、型式檢驗項目，對成品進行外檢，包含物理指標、微生物、重金屬、農藥殘留以及色素等指標。

每天對車間空氣落菌、工器具、出料口、人員手部菌落總數進行抽檢，留存原始記錄；每年五次送外檢測生活飲用水。

② 廠區、車間環境管理：

建立《衛生清洗SOP》，對車間環境清洗，人員、設備清洗消毒進行規範。制度要求每天生產前使用酒精對混合機、包裝機進行消毒，每天生產結束後使用消毒液對混合機、包裝機進行擦洗，每月最後一周對磨糖機拆卸，使用消毒液擦洗，留存相關記錄。

③ 採購品質管理：

建立完善的採購管理規定，制定《採購控制管理程序》、《供應商評鑑控制管理程序》，對採購流程、供應商引入、劃分及評價工作進行明確規定。

每半年對供應商供貨質量、到貨及時率、服務質量等方面進行一次評價，制定有評分標準，留存評價記錄。

對供應商開展現場評鑑工作，制定《供應商質量安全評估標準》及《年度供應商評鑑計劃》，定期開展現場評鑑工作，留存記錄，對現場評鑑問題整改情況留存整改記錄。

依照制度建立《合格供應商名單》，評估人員對合格供應商名單中供應商的有效文件進行抽查。

④ 原輔材料品質把控：

建立各類原輔材料檢驗標準，對每個入廠原料的檢驗項目、第三方檢測報告驗證項目進行明確規定。要求水果供應商對原料水果的農藥殘留、污染物限量送第三方進行檢測。制定《檢驗SOP》，對各個檢驗項目檢驗操作方法進行詳細說明。

⑤ 生產過程品質管控：

對產品生產工藝進行危害分析，其中添加劑配料、殺菌、金屬探測、灌裝四個工序被確定為關鍵控制點並進行監控，建立相應關鍵控制點監控計劃。生產使用《生產計劃單》包含配方資訊、生產參數以及工藝流程，明確產品生產加工步驟及相關參數。

⑥ 產品出廠品質管控：

建立成品質量檢驗管理相關制度，制定產品的內控品質標準，產品出廠每批進行感官、糖度、PH值、大腸菌群、細菌總數、黴菌等項目檢測，抽查不同生產日期的檢驗記錄。

⑦ 倉儲管理：

建立白糖庫、添加劑庫、冷凍庫、冷藏庫、成品庫等存儲庫房，建立《倉儲管理規定》對物料的裝卸、存放、帳目管理等工作進行規範要求，制定倉儲環境控制相關制度文件，對庫房溫度、監控頻次進行明確，留存相應記錄。

⑧ 產品品質持續改進：

每週召開品質會議，對產品品質問題進行專項溝通、研究，成立專門的落實小組，專人對會議制定的舉措的實施進行跟蹤，留存相關記錄。

公司規範所有供應商物料提供出廠檢驗報告以及檢驗所提供的第三方檢驗報告，並形成相應的果汁及果醬HACCP計劃，因應不同製程建立標準作業流程(SOP)，確保食品安全管理系統之有效運行。

對所有生產成品進行食品安全的檢測，必須在全部檢驗合格後才進行銷售，在產品銷售時隨貨提供檢驗報告予客戶。

4.1 系統性的安全評估

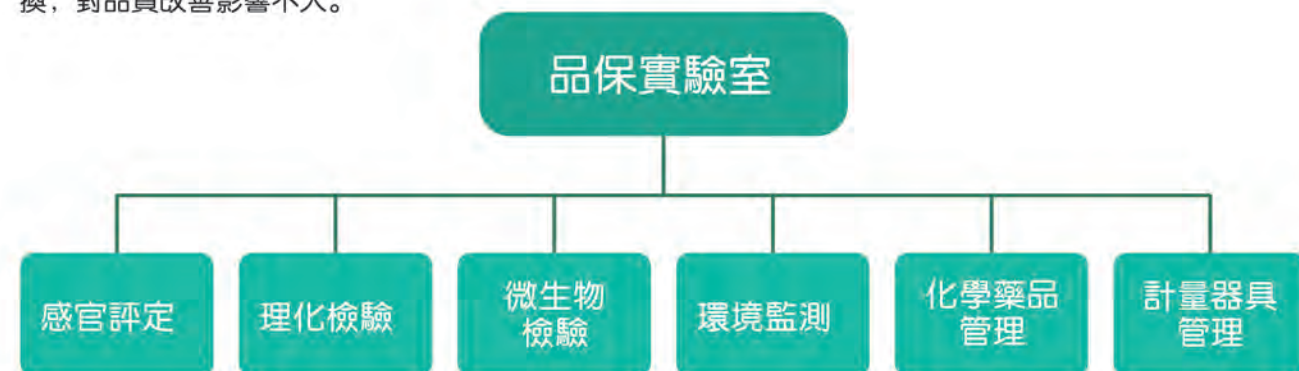
灌裝車間及設備



4.1.2 品質保證檢驗

公司建立品質安全管理制度，制定相關產品內控質量標準，產品出廠每批次感官評定、理化指標、水質等項目檢測，委請外部機構完成產品安全檢驗機制。

- 一、供應商管控：對於原物料供應商資質及檢驗報告認定。
- 二、原物料檢驗：品保部門要求供應商提供出廠檢驗紀錄，品保人員對物料到貨進行來料檢驗並記錄。
- 三、產品生產過程管控：按HACCP進行關鍵控制點(CCP)管控及記錄。
- 四、內部實驗室檢驗：公司品保部下設實驗室，符合國家品保標準，加強對食品安全的自主檢驗能力，依危害分析與重要管制精神及風險控管原則等，持續完善實驗室設備及規模，主要設備儀器有：折光率儀、粒徑分布儀、紫外分光光度計、pH計、多參數快速測定儀、氣相色譜質譜聯用儀、水分活度檢測儀、可見分光光度計、精密分析天平、環形反射率測量儀器、影響測量儀。新增檢驗儀器除影響測量儀用於檢測瓶桶等包材尺寸，改善因包材尺寸問題而造成的產品品質問題外，其餘皆為舊儀器設備更換，對品質改善影響不大。



提供給客戶的出廠檢驗包含感官評定、物理檢驗、微生物檢驗。2016年每個項目檢驗合格率皆較2015年進步，主要是持續落實對產品食品安全的各項檢驗、對供應商原物料的標準建立及品質要求。

各項檢驗方法、檢測目的，及按照對應國家衛生標準和企標符合法令法規要求判斷合格標準，說明如下：2016年度三廠依國家標準規定所執行之檢驗項目（可溶性固形物、菌落總數、大腸菌群、黴菌、水分、外觀與風味）未發現有異常（不符合國家標準限值）之情形。

2016年成品檢驗資料統計分析：

檢驗結果 (Note)	理化檢測 可溶性固形物	微生物檢測			水分	感官要求	
		菌落總數	大腸菌群	黴菌		外觀	風味
國標匯總 總檢測次數 (項數)	876	2,754	2,754	2,754	1,815	2,754	2,754
異常匯總 (項數)	0	0	0	0	0	0	0

注：本表所揭露之檢測結果係國家標準之限值判定，檢測所依據之國標包含GB/T 22474、GB/T 21732、GB/T29602與GB/T31121-2014。

4.1 系統性的安全評估

2016年度品保實驗室的支出金額約新臺幣14,239仟元，占全年度合併營收淨額0.53%。主要支出項目包括：1.產品委外檢驗費用、2.儀器設備購置費用、3.年度設備儀器校正費、4.檢驗室藥品耗材費用、5.外訓課程培訓費用、6.勞保、辦公用品、修繕費、7.實驗室人員薪資。

保證出廠產品的安全性，是品保實驗室首要任務，2016年度購入的（1）影響測量儀，用於測量瓶桶、蓋子等包材尺寸，確保公司到貨之包材尺寸符合標準要求，降低到貨包材尺寸不符合的品質問題，從產品源頭上進行品質管控，為公司產品的品質提供保證。對包材的供應商有一定的提醒作用，避免不合格的包材流入到生產環節。（2）環形反射率量測儀器，對公司現有產品進行色值檢測，管控產品色值在一定範圍內，進而保證產品品質的穩定性；（3）水分活度檢測儀，用於檢測原料及成品水分活度，從而在產品開發過程中管控產品水分活度在一定範圍內，進而保證產品品質的穩定性；（4）小型均質機，使研發人員在做新品或品質改良方面均可以使物料能更均勻的相互混合，從而使整個產品體系更加穩定，均質後的產品以其顆粒極度細化、品質穩定的特點得到客戶認可。

五、外部檢驗：因應客戶特殊要求提供成品出廠之重金屬、農藥殘留以及色素之第三方檢驗報告，確保無生物及物理性危害，公司產品每年送交第三方檢驗。昆山廠委外檢驗單位為蘇州質檢所、昆山質監所、蘇州信義檢測、諾安、譜尼、天祥、SGS、肇慶質量計量監督管理、金城檢驗、天津市產品質量監督檢測技術研究院、國家輕工業食品質量監督檢測天津站，均為國家認證檢驗機構，並接受主管機關定期抽檢及國家質量監督單位的稽核。



2016年昆山廠委外成品檢驗資料統計	
委外檢驗	成品檢驗
產品品項	飲料濃漿系列、風味飲料系列、食品工業用濃縮液（汁、漿）、果汁（漿）及其飲料系列、果蔬汁類及其飲料、含乳飲料、果醬、速凍果漿系列、固體飲料、麥香味奶茶粉（固體飲料）、麥片類
主要執行標準	Q/WXXH 00035-2014、Q/WXXH 00045-2013、GB/T 31121-2014、GB/T 22474-2008、GB/T 29602-2013、GB 17325-2005、GB/T 21732-2008、Q/WXXH 00055-2013、Q/WXXH 00095-2015、Q/WXXH 00085-2014、GB 19640-2005
昆山廠2016年檢驗結果	2016年總計檢測成品311次，其中發生1件淨含量不足情事。

六、食品安全管理體系審核：公司定期進行體系內審為每年2次，確認質量安全體系正常運行，並每年接受四次外部審核，三次管理評審。

七、積極培養品保實驗室人員：實驗室人員要求具有食品工藝及檢驗、生物化學、儀器分析、資料統計分析等方面的知識，並具有食品檢驗檢疫資格。透過培訓不斷熟悉有關食品檢驗標準，及時瞭解行業動態和資訊，以提高食品檢測技術水準。



4.1.3 產品追溯與召回管理

公司100%果汁、果粒、果粉類產品皆可進行追溯與追蹤管理，已建立自上一階供應商到下一階產品出貨客戶之表單或電子文件，並依循ISO22000之7.9可追溯性系統執行產品撤回執行計劃，以確保能夠識別由最終成品查到該批次原物料批次使用、生產和交付記錄的關係，以及直接供方的進料和終產品首次分銷途徑，完成從原料至成品的關鍵過程與用料追溯。2016年成功模擬9次產品追溯及5次產品召回，作為當潜在不安全產品發生撤回時能夠及時處置的能力建置訓練。規定相關部門在兩個小時內追溯完成，使潜在不安全產品和如果發生撤回時能夠進行處置，模擬結果回收率為96.7%，未回收部分為客戶已經銷售產品，客戶出具了已銷售完畢說明。

4.1 系統性的安全評估

4.1.3 產品追溯與召回管理

產品追溯流程

自調閱銷貨單的出貨數量開始，追蹤生產安排單及日報表統計入庫量是否相符，查核品控檢測記錄（產品製程及灌裝巡檢記錄、生產車間及灌裝車間的品控表），核對產品的檢測指標是否合格，進一步調查生產作業過程的連續性及記錄，核對領料記錄與生產計劃數量是否一致，以驗證《標識和可追溯性實施辦法》的有效性。

- (1) 查客服品保部對成品理化檢測狀況、微生物檢測狀況，確定產品檢測指標是否合格（外觀、風味、固形物、總酸、PH值、菌落總數、大腸菌群、黴菌、酵母菌）；
- (2) 查廠務部生產計劃之投料、調配、殺菌、設備清洗、灌裝過程等過程依規定作業的連續性和管控記錄的完整性；
- (3) 查供應鏈管理部領料記錄，核其物料編號和重量是否與生產配方之物料編號和重量相符；
- (4) 查主要物料的原材料檢驗報告單，是否在進料時經品保依規定檢驗合格並記錄。

建立以產品條碼追溯化試行，成品採用二維條碼進行可追溯管理



1. 產品條碼標籤貼標 2. 產品線上掃描出庫管理 3. 自動生成「產品追溯管理系統」 4. 網路查詢進行產品追溯管理資料庫

4.1.4 法令合規

公司品保部門定時收集與食品安全相關最新的法規、檔案及其他重要資訊，制訂「法律法規及標準清單」，法令包括產品標準、衛生標準、實驗方法標準、罐頭及容器國家標準、食品添加劑使用標準、國家衛生部、質量監督檢驗檢疫總局公告等，及時回饋予相關人員。確認有關食品安全的政策、作業規範及時有效傳達於相關人員，內容發生變化時及時利用郵件、會議、培訓等方式告知，向從事食品安全的關鍵職位員工進行定期專業培訓。

鮮活為食品工業，所遵循之食品安全衛生管理相關法律法規可參照國家食品藥品監督管理總局 (<http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0001/>)，以及地方江蘇食品藥品監督局 (<http://www.jsfda.gov.cn/>)、肇慶食品藥品監督管理局 (<http://zq.gdda.gov.cn/>)、天津市市場和質量監督管理委員會 (<http://www.tjaic.gov.cn/>) 所公告有關食品製造業類別之法令規章。

於2016年度間，本公司之子公司天津鮮活果汁因誤用精製工業鹽，於2016/06/24遭天津市濱海新區市場和質量監督管理局依《中華人民共和國食品安全法》（2009年版）第八十五條第一項的規定裁處罰款新臺幣約929萬元。

2016年發布重大法律法規

序號	文件名	文件編號	發文單位	發布日期	實施日期
1	食品召回管理辦法	國家食品藥品監督管理總局令第12號	國家食品藥品監督管理總局	2015/3/11	2015/9/1
2	中華人民共和國食品安全法	主席令第21號	全國人民代表大會常務委員會	2015/4/24	2015/10/1
3	食品生產許可管理辦法	國家食品藥品監督管理總局令第16號	國家食品藥品監督管理總局	2015/8/31	2015/10/1
4	食品經營許可管理辦法	國家食品藥品監督管理總局令第17號	國家食品藥品監督管理總局	2015/8/31	2015/10/1
5	食用鹽國家標準	GB/T 5461-2016	國家衛生和計劃生育委員會/食藥監總局	2016/06/14	2017/01/01
6	飲料生產衛生規範	GB 12695-2016	國家衛生和計劃生育委員會	2016/12/23	2017/12/23
7	食品安全國家標準 食品接觸用金屬材料及制品	GB 4806.9-2016	國家衛生和計劃生育委員會	2016/10/19	2017/4/19
8	食品安全國家標準 食品接觸材料及制品用添加劑使用標準	GB 9685-2016	國家食品藥品監督管理局	2016/10/19	2017/10/19
9	保健食品註冊與備案管理辦法	總局令第22號	廣東省食品藥品監督管理局	2016-2-27	2016-7-1
10	廣東省食品安全條例	/	全國人民代表大會常務委員會	2016-5-26	2016-9-1
11	中華人民共和國節約能源法	/	全國人民代表大會常務委員會	2016-7-2	2016-9-1
12	中華人民共和國環境保護稅法	/	國家質量監督檢驗檢疫總局/國家標準化管理委員會	2016-12-27	2018-1-1
13	食品生產經營日常監督檢查管理辦法	國家食品藥品監督管理總局令第23號	食品藥品監督總局	2016.03.04	2016.05.01
14	食品生產許可審查通則	國家食品藥品監督管理總局令第103號	食品藥品監督總局	2016.08.10	2016.10.01
15	食品生產經營風險分級管理辦法（試行）	國家食品藥品監督管理總局令第115號	食品藥品監督總局	2016.09.09	2016.12.01
16	食品生產企業證後核查審計工作規範（試行）	津市場監管食產〔2016〕12號	天津市市場和質量監督管理委員會	2016.02.14	2016.02.14
17	天津市濱海新區食品生產企業落實食品安全主體責任自查報告規定	津濱市場監管食〔2016〕22號	天津市濱海新區市場和質量監督管理局	2016.05.05	2016.06.01
18	關於開展食品藥品安全大檢查工作方案	津黨發〔2016〕13號	中共天津市委	2016.05.08	2016.05.08
19	天津市濱海新區食品生產企業食品安全風險量化分級管理辦法（試行）	津濱市場監管〔2016〕25號	天津市濱海新區市場和質量監督管理局	2016.05.23	2016.06.01
20	天津市濱海新區食品生產企業飛行檢查工作規程	津濱市場監管〔2016〕30號	天津市濱海新區市場和質量監督管理局	2016.05.23	2016.06.01
21	食品安全國家標準 飲料	/	中華人民共和國國家衛生和計劃生育委員會	2015.11.13	2016.11.13

4.1 系統性的安全評估

4.1.5 品保ERP系統

為優化品保作業流程，規範品保檢驗管理工作，便於食品安全監控和管理。鮮活從2015年開始導入品保ERP系統，系統中包含進料檢驗、製程檢驗、成品檢驗、客訴處理等18個模組，來料檢驗、供應商管理的應用更有利於產品的追溯，經過前期測試及試運行驗證，可用於實際作業，品保ERP系統製程檢驗模組的工藝流程驗證控管功能，有助於生產工藝的掌握和流程優化，為產品製造及品質保證提供一個全面及客觀的數據分析平臺。2016年正式運行。優化了現有作業流程，食品安全監控和管理更簡便快捷和有效。



製程人員使用品保ERP系統

4.2 負責任的供應鏈

4.2.1 供應商採購原則

公司建立完善的採購管理規定，如《採購控制管理程序》、《供應商評鑑控制管理程序》，對採購流程、供應商引入、供應商劃分、供應商評價工作進行明確。每半年對供應商供貨品質、到貨及時率、服務質量等進行評價，制定評分標準，留存評價記錄，只向通過國家生產許可證認證的供應商採購。定期對《合格供貨商名單》進行更新評估，呈部門主管及總經理簽核確認後實施採購。

《合格供應商名單》的條件如下，經評估人員對合格供應商名單中供應商的資質檔進行供應商評鑑的抽查制度：

- 1、規範供應商須具備有效證件（如營業執照、稅務登記證、組織機構代碼證、食品生產許可證或食品流通許可證、食品經營許可證等）；
- 2、送樣產品品質經我司品保及研發部門判斷合格並符合我司要求；
- 3、供應商初選評分結果為C級或以上：對新供應商進行供應商準入評估，從規模、生產能力、生產設備、檢驗能力、儲存能力及配送能力等多方面形成“供應商評分表”及“供應商評分標準”書面調查記錄。權責單位由客服品保部、供應鏈管理部組成，通過電話調查或現場評鑑方式對其進行評分，依據評分結果經供應鏈主管審核通過方可列入公司的《合格供應商名單》，運用ERP資訊管理系統管控，只向合格供應商下單實施採購。

評分級別如下：

分數	級別	評分結果
80分以上	A級	納入合格供應商，列為優先合作對象
70-79分	B級	納入合格供應商，同意合作
60-69分	C級	改善後可納入合格供應商
50-59分	D級	不列入合格供應商，不予合作

依“供應商評分標準”，統計各評分成員評分比值，計算供應商等級。評定為C級供應商，可繼續進行採購和合作，但需減少採購量，並向供應商發出“供應商考核改善通知書”，經客服品保部、採購課糾正輔導，供應商改善後進行糾正措施驗證，如連續兩次審查不合格，則不能成為合格供應商使用；評定為D級的供應商，不列入合格供應商，不予合作。

公司在當地採購原物料的比例為79.3%，在中國境內以各區域水果產地優勢採購原物料(如下圖)，配合產地農民採收季節，提供合理價格，提高農戶收入，與當地水果生產基地建立良好互動和合作，瞭解各地水果原物料的優勢，縮短原物料運送里程，保證水果原料新鮮度。



公司研發部建立各類原輔材料的檢驗標準，供應商進貨依公司“驗收標準”進行驗收，對每項入廠原料的檢驗項目、第三方檢測報告驗證項目進行明確規定（若屬進口產品，則須提供衛生證及原廠檢驗報告），要求水果供應商對於原料果的農藥殘留、污染物限量送第三方進行檢測，對農藥殘留、污染物限量的檢測合格標準揭露，主張原物料品質安全無虞。內部制定有《檢驗SOP》，對各個檢驗項目的檢驗操作方法進行詳細說明。

4.2 負責任的供應鏈

4.2.2 符合認證標準之採購

2016年公司（含昆山廠、天津廠、廣東廠）採購原輔料供應商中通過如ISO22000、HACCP、FSSC22000等國際認證的共計176家，採購金額約28,808萬元，占原輔料採購金額的85.9%。

為支持負責任的永續森林管理，且確實執行對環境保護的參與，公司要求紙箱供應商向有“森林管理委員會(FSC)”認證的原紙生產商採購紙板製作我司紙箱，並適當提升通過森林管理委員會(FSC)認證的紙箱供應商的採購金額，2016年度向生產原紙之紙箱供應商採購經FSC認證之紙箱金額占全年度紙箱採購總金額為7.4%。公司積極與有“森林管理委員會(FSC)”認證的原紙生產商採購紙板製作紙箱。

4.2.3 供應商評鑑

誠信、正直是選擇供應商的首要條件，供應商的素質更是原物料管理的關鍵，公司積極建立與供應商溝通管道之順暢及保持良好夥伴關係。由供應商評鑑小組按照計劃執行「年度供應商評鑑計劃」及「供應商質量安全評估通用標準」實施及記錄，確保評鑑過程的客觀與真實。

供貨商評鑑計劃的制定原則，主要從七大方面進行管控：

評鑑原則	評鑑頻率
1.年度交易金額前10大之供應商	每年一次
2.JIT及時供貨之供應商	
3.評鑑結果（同供應商評分級別）為A級的供應商	三年一次
4.供應商有取得ISO22000、FSSC22000等相關資質認證	
5.供應商屬於行業類知名企業	
6.其他部門指定需評鑑的供應商	特殊指定
7.所供物料不直接接觸產品之供應商（如標籤供應商等）及貿易商	不需評鑑



對於供應商評鑑，主要從六大方面進行到廠評鑑：1.基礎管理 2.源頭管理 3.過程控制 4.出口端管理 5.檢驗檢測能力 6.可追溯與應急管理。並於評鑑中確認從事食品生產的人員全部有健康證、工人要有健康證、特定工作性質工人要有上崗證等。對於評鑑結果反饋供應商進行改善措施並由評鑑人員確認改善結果，作為供應商考核記錄存檔。現階段未進行勞工實務評估，未來將依實際情況納入CSR(環境、勞動人權、社會等衝擊評估)稽核之計劃。

本公司供貨商分散全國各地，故平時除透過進貨檢測確保產品品質外，每年度會依據評鑑控制管理程序考慮供應商之交易金額、交易異常頻率或有其他部門指定需評鑑等因素，選取供應商執行年度定期評鑑或進行不定期評鑑。

2016年公司完成供應商到廠評鑑共34家，評鑑結果為A級供應商13家，B級供應商21家，占2016年度有交易原物料及包材供應商家數的10.53%。

公司每半年(1月及7月)針對上半年有交易之供應商進行評分，評分較低或異常頻率高的供應商，公司安排品保、技術人員前往工廠進行現況評鑑考核，對不符合項向供應商發出《供應商考核改善通知書》，協助並輔導供應商及時改善。經由確實的評鑑管理制度進行更新評估，以期逐年提升供應商的營運品質，創造與供應商共存、共榮、共贏的夥伴關係。2016年公司通過新開發供應商、現有供應商異常改善、供應商整合替換(如產品停用)，付款帳期延長、單價優惠等方式，使2016年A級供應商比例同比提升3%以上。



2016年度公司評分結果如下：

級別	供應商類別	A級		B級	
		數量	比例	數量	比例
2016年（上半年）	原料、輔料及包材	284	58%	203	42%
2016年（下半年）	原料、輔料及包材	298	63%	177	37%

4.2.4 供應商分享

為提升產品市場競爭力，定期向供應商收集行業資訊及國內外市場新品資訊供內部關聯部門參考，如“爽凱剪報”、法國曼氏食品月刊等；結合公司各部門需求定期邀請優質供應商夥伴前來分享專業知識及行業資訊，內容包括但不限於：國內外行業發展及潮流趨勢、新品推廣和應用、產品技術分享及應用，2016年度共計有17家廠商來公司做分享和交流。通過廠商來公司做分享和交流，2016年採用天然來源、健康、溶解性好的抗性糊精（水溶性膳食纖維），採用天然、健康、綠色的維生素E（天然）代替合成抗氧化劑，另因廠商提供的行業資訊促使研發創意及推出產品。

4.2 負責任的供應鏈



4.2.5 就近採購

結合南北方水果種植的差異，本公司在天津就近開發選擇雪梨、哈密瓜、水蜜桃等凍果的供應商，節約運輸與原料成本以降低採購價格。

與近距離的瓶桶供應商協商備貨，實行JIT到貨方式，降低庫存。我們將應用這種採購方式至紙箱到貨。為應對遠距離的添加劑供應運輸問題，建立備用供應商，以防冬季天氣原因造成添加劑臨時短缺。

4.2.6 綠色採購

本公司的檸檬、胡柚、贛南臍橙等新鮮水果都是直接從農戶手中購買，以確保水果的風味與品質。選取風味最佳的生產基地，從基地樹苗的種植到鮮果收穫的不同時節，到基地實際勘察，對每一環節把關，把最好的原料帶到工廠，生產新鮮美味的果汁。與農戶之間互助合作，指導農戶的種植與土壤培養，不使用化學肥料污染環境，手工除草方式使土壤得到好的保養與改善，維護良好生態平衡。同時為產品安全與食品健康，採購的凍果、原汁要求供應商不添加任何添加劑與防腐劑。

在水果收穫季節集中購買年度預計用量，應季議定採購價格，降低採購成本。本公司藍莓凍果供應商擁有自己的生態種植園，人工種植、除草，有機肥料確保了原料的安全，改善土壤生態環境，維護環境生態平衡。



4.3 品質持續進化

4.3.1 改善產品品質

ISO22000食品安全管理系統的持續改善

每年組織二次的審核計劃，檢討食品安全管理體系ISO22000在內部運作的符合性、有效性，審核項目包含：食品安全管控、研發開發設計流程、供應商評鑑流程、原材料管控、倉儲管理流程、生產管控流程、產品品質過程管控、產品檢驗及產品銷售流程。公司2016年度第一次內審結果，檢查共385項，不符合項141項。第二次內審結果，檢查共346項，不符合項72項。二次審核範圍與結果涵蓋所有生產產品類別100%。食品安全管理體系ISO22000年審未出現不符合情況。

因客訴同批什錦果粒漿產品色澤不一致的現象導致品質不穩定問題，通過改變堆碼擺放方式改善產品降溫進而改善狀態不穩定的問題。此專案於2016年8月完成結案。通過目前調整的堆碼方式進行降溫，同批產品色澤不一致的現象得到改善，什錦果粒漿品質穩定。什錦果粒漿占果粒類產品的百分比為0.36%。

改善後未出現同批產品色澤不一致的品質問題，對品質改善的影響達到100%。

食品加工工廠客戶認證稽核

公司自2011年搬遷新廠後，每年接受食品工廠客戶的認證與稽核。進行現場評估檢查，從食品安全防範、廠區及車間環境管理、採購品質評鑑、原輔材料品質把關、生產製程至出廠的品質管控、倉儲管理、產品品質持續改進等。每月召開品質會議，對產品品質議題進行專項溝通及調查，留有會議記錄，成立專責小組對會議制定的措施落實，追蹤結果並記錄留存。通過大廠認證稽核，依據要求檢討改善，進一步推動各類產品品質優化及升級。

2011-2016 食品加工工廠客戶認證稽核

2016年針對杭州丘比客戶認證稽核所提出 3 個缺失項召開品質會議，並對缺失項進行溝通和調查，制定出改善措施：

1. 委外殺蟲公司服務人員的資格證書已經過期。原因分析：資格證過期的人員係往年服務人員，2016年度現有服務人員資格證件齊全。改善措施：清理非現服務人員相關資質證件資料，保持資質證件與實際相符。
2. 車間內部有紙箱直接放置在地面。原因分析：實際作業未按要求放置在棧板上。改善措施：後續要求車間使用紙箱、瓶桶等不允許直接放置地面，需放置於規定的棧板上，車間主管每天檢查。
3. 設備維修保養計劃中2016年1月有對高壓均質泵進行保養，實際完成時間是2月18日。原因分析：因車間排產原因，推遲保養。改善措施：嚴格按照維修保養計劃進行保養，對需要延遲保養的設備要提前提交推遲保養計劃申請，待核准後推遲保養計劃。

公司對客戶整改落實進度情況進行追蹤，執行結果如下且影響所有產品類別(100%)：

1. 已清理非現服務人員相關資質證件資料；
2. 車間使用紙箱、瓶桶等放置於規定的棧板上，車間主管每天實施了檢查。
3. 已對需要延遲保養的設備提交推遲保養計劃申請。

4.3 品質持續進化

4.3.2 萬級無塵室及實驗型設備資本投入

4.3.2.1 萬級無塵室生產車間投產

公司採用一萬級無塵室的生產車間，室內牆壁為不銹鋼牆壁，室內溫度大於30℃時，以打開空調系統進行降溫，控制車間環境對溫、濕度的要求。每天生產前開啓車間空氣淨化系統，經過系統處理得到符合規格之潔淨空氣，即空氣中(每立方米)微粒的最大濃度限值。對作業人員的手部消毒、著裝及風淋室進出等嚴格要求，達到控制低污染水準的環境如灰塵污染、空氣傳播的微生物等，提供高潔淨安全的車間環境。



萬級無塵室生產車間

4.3.2.2 實驗型無菌灌裝設備

實驗工廠引進義大利最先進BIB (Bag In Box) 盒中袋無菌灌裝設備，BIB包裝以其新穎、方便、美觀的特點得到客戶認可，成為公司新品開發和產品升級的墊腳石，在常溫狀態下進行灌裝，最大限度減少飲料的受熱時間，產品維生素損失很少，營養更豐富，保持了飲料產品的原味。在不使用防腐劑的情況下，能夠讓產品有更好的保鮮度。



中試車間無菌灌裝設備

4.3.2.3 冷凍速凍技術的產品應用

每年公司研發人員積極投入核心技術的開發，從微乳技術、實驗工廠、果糖複配技術、無菌冷灌裝技術等，引領產品應用技術的不斷優化及品質的提升。

2016年新增兩台板式置換器使柑橘類及果糖類產品快速降溫。柑橘類及冰糖糖漿系列開發源起是滿足客戶飲食需求，提供新鮮、健康、綠色無添加產品，廣泛用於水果茶製作、各種飲品的風味調試，已開發品項如冰糖糖漿及客製風味糖漿等產品。

速凍果蓉系列開發源起是滿足客戶飲食需求，提供新鮮、健康、綠色無添加產品，適用於製作霜淇淋、慕斯、飲品、冰沙等，已開發品項為紅火龍果、樹莓、芒果、草莓、藍莓等。每項產品在開發過程中以不同產地的原料優勢，分析風味、色澤、粘度、口感等，一一對比，在此基礎上進行複配調試，確保調試出產品以最佳風味及狀態呈現給客戶。產品生產採用無菌冷灌裝技術，更大程度保留其風味、色澤和營養，將灌裝的產品迅速通過冷凍隧道，跨越產品結晶區，控制其結晶顆粒大小，使其口感更好。

4.3.3 產品標示

公司業務的成長帶動產品在各地快速流通及能見度提升，產品標籤加入「二維碼」及「客戶服務電話」，有助於市場秩序及產品流通管理，提供及時溝通方式。100%產品遵循產品標示相關法令，標籤上標明產品飲用方式、營養成分及營養素參考值(NRV)，提供真實、客觀的營養資訊和產品特性。對固體飲料類及含乳飲料類產品標籤標註過敏原資訊。

2014年12月29日，公司獲得“中國質量認證中心”發布的“產品碳足跡”證書，產品以果汁系列產品獲得碳足跡盤查，因生產工藝相似，所以碳耗用量皆可統計。2016年增加碳足跡標籤的產品(優果C系列、特級果汁系列、歡果頌系列、1L糖漿系列、840ml鮮綠系列、980ml中餐新瓶系列、現調機系列)，向客戶提供公司在“原材料獲取、產品生產”過程中堅持減少物質、能源消耗及減少有害物質排放的產品理念，並為環境保護做出貢獻。



4.3.4 健康提升

反式脂肪酸對人體健康的危害引起高度重視，中國大陸法規GB 28050-2011《食品安全國家標準預包裝食品營養標籤通則》中規定“食品配料含有或生產過程中使用了氫化或部分氫化油脂時，在營養成分表中還應標示出反式脂肪酸的含量。”公司自2012年起對使用含有反式脂肪酸植脂末產品及所有粉體飲料系列進行升級，替換成不含反式脂肪酸的植脂末。截至2016年產品年銷量達到6,207噸(其中2016年一整年銷售量達1,903噸)，共計消耗1,763噸(其中2016年一整年消耗量達692噸)零反奶精。使用公司產品的客戶品嘗到健康、安全的飲品。

隨著健康食品越來越受廣大消費者的喜愛，本公司對新產品開發上趨於天然健康的方向。對於防腐這方面，公司投入研發天然防腐劑和不添加防腐劑的產品；對於抗氧化盡量使用天然或物理的方法進行，目前使用一款高阻隔氧瓶，對於果汁含量比較高的產品，使用瓶子灌裝抗氧化效果明顯改善。

隨著人們對健康及產品的品質的追求提升。對產品進行生產工藝優化，延長風味保持期限。客戶品嘗到健康、安全的飲品。

4.3.5 《果粒生產物料動線平衡》改善項目

為使生產車間與物流供料作業更順暢，降低因斷料與供料異常造成的工時浪費增多，廠務部組織成立果粒生產物料動線平衡改善，通過增加標識、令牌傳輸、分裝等材料，建立規範的物料周轉與現場環境，與物流人員共同努力達到了規範物料擺放，供需平衡的視覺化，並設定及達成斷料次數目標0次。

伍. 客戶互動

客戶銷量

58,000 噸 **↑23%**

經銷商客戶銷量達58,000噸，較2015年度增加23%。

連鎖餐飲客戶

83 個品牌 **30,000** 家門店

連鎖餐飲客戶總計83個品牌，30,000多家門店。

產品推廣會

69 場

舉辦夏季推廣會 53場和冬季推廣會 16場。

客戶滿意度

90.97 分

客戶滿意度達90.97分

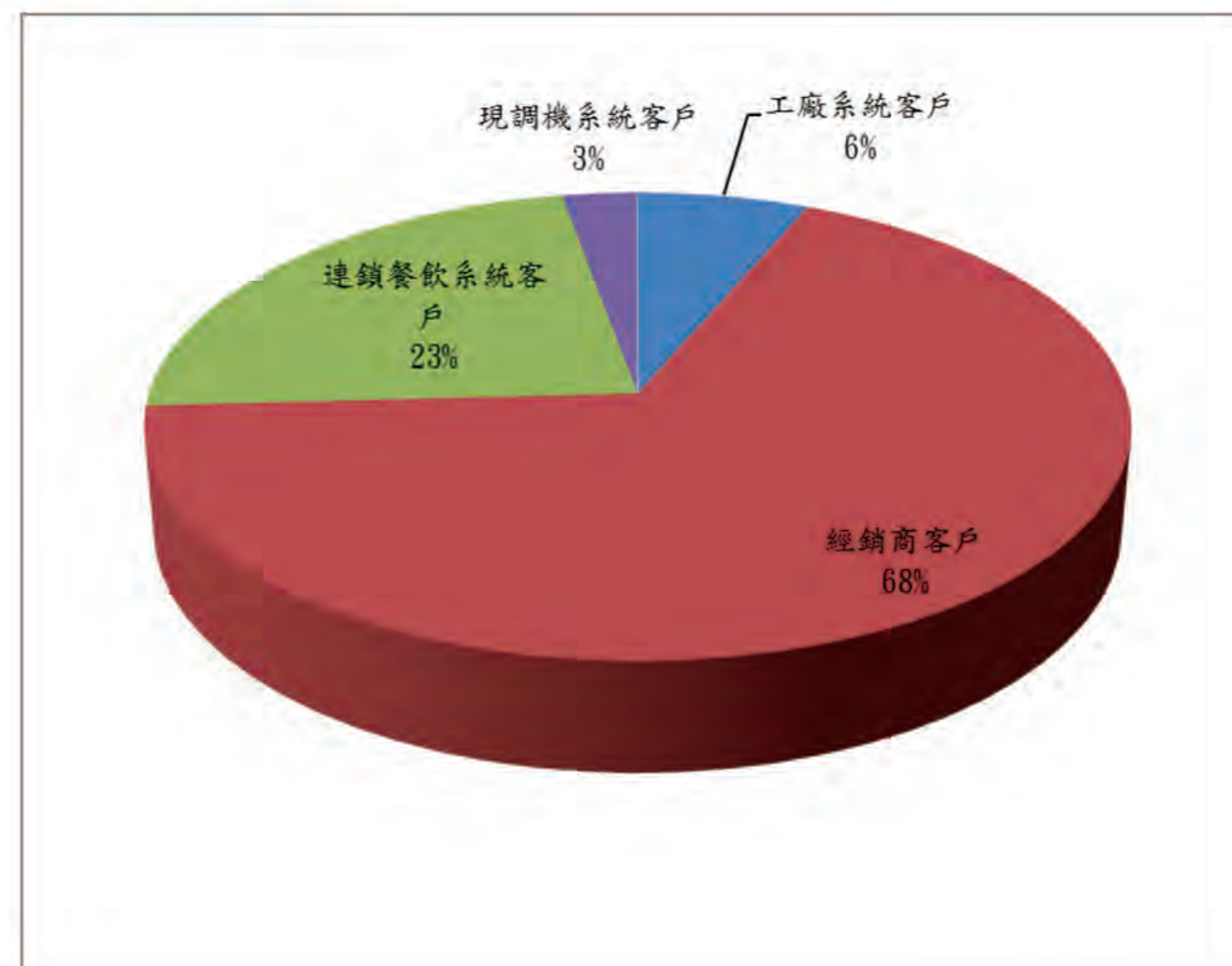
伍. 客戶互動

5.1 客製化服務與關係培養

果汁逐漸成為人們生活中時尚與流行的必不可少的元素，為了讓客戶能夠有更愉悅的用戶體驗，鮮活不斷地提出創新服務，帶領著果汁行業朝著更加天然、健康、時尚的方向發展。鮮活的經銷商、連鎖餐飲系統、工廠以及現調機都在持續蓬勃發展，與鮮活簽約的客戶也不斷的增加，鮮活為客戶特製精緻的服務，與客戶形成良性的有效互動。未來，鮮活也將持續努力，不斷提出更優質的服務，以滿足客戶的需求。

鮮活的客戶按通路主要分為經銷商、連鎖餐飲和工廠，其中2016年經銷商客戶的營收占到68%，連鎖餐飲系統客戶營收占23%，工廠系統客戶和現調機系統客戶營收各占到6%和3%，鮮活秉持著“用創新打造客戶滿意品質，以卓越品質打造全員福祉”的品質政策和方針，致力於服務客戶與關係的培養，提升客戶滿意度。

客戶型態營收占比分析



5.1 客製化服務與關係培養

5.1.1 經銷商

5.1.1.1 各區域經銷商合作時間穩定久長

鮮活在各個區域有著長期合作且關係良好的客戶，例如在北京區域有共同成長的北京漫水謠公司合作近9年，廣東地區有南寧正島，合作近8年，捷名洋合作近17年之久，鮮活與這些客戶一直都保持著互利共贏，相互協助的長期穩定的合作關係。



2016年公司客戶總數約六百三十六家，生產噸數有明顯的增加，達到了五萬八千多噸。鮮活與這些經銷商客戶一直保持著良好的關係，合作的經銷商客戶也在互利共贏的合作關係中，與鮮活持續共同發展。



5.1.1.2 關係培養與管理

良好的客戶關係是本公司生存與發展的重要資源，通過改善、維持和發展我們的客戶關係，提高企業在市場的核心競爭力，達到競爭致勝，快速成長的目的。我們以“一對一”的服務模式，滿足不同價值客戶的個性化需求，提高客戶的忠誠度和滿意度，實現客戶價值的持續性貢獻，從而提高企業的整體優勢。

2016年經銷商銷量占比分布



1、協助客戶開發市場

鮮活協助客戶開發市場，本公司市場課的專業技術人員協助業務人員進行市場開發，專業技術人員在產品使用和搭配上，為客戶與消費者作指導、培訓，推廣新產品；公司和客戶一直保持著長期的合作關係，這源自於感情和利益的相互綁定，鮮活一貫自我培養經銷商，從起步逐步培養成熟，彼此相互瞭解，並建立了深厚的情感，鮮活初期開始從資金、物料、人員培訓等方面支援經銷商的起步，鮮活持續不斷的傳輸經營經驗、技術經驗、品管經驗等專業知識，定期帶領客戶參觀學習先進製造技術、產線，不斷促進客戶的整體發展。鮮活正是這樣不斷保持自我發展進步，向經銷商客戶提供行業內的高品質產品、服務、技術配合，繼續為其帶來進步，創造利潤，實現共贏。

2、經銷商大會、推廣會、培訓與技術交流會

鮮活召開的年度經銷商大會，為經銷商客戶提供專業技術交流平臺，並邀請業內菁英對市場最新行情與動態交流，與客戶現場進行新品的應用講解與實際操作。同時聘請相關行業資深講師進行課程培訓，提升客戶能力，並規劃企業未來方向、政策發展的說明及新品發布。另外根據所有客戶前一年的整體表現狀況，評選出優秀的客戶進行獎勵。

5.1 客製化服務與關係培養

鮮活在全國召開多場夏季與冬季的新品推廣會，在人力、物料、資金等方面支援下屬經銷商向其客戶開展新產品推廣，公司的專業市場技術團隊展示新品配方，提供推廣方案，為客戶打開當地市場，把握飲品發展趨勢，提升客戶實作能力。2016年執行夏季推廣會共計53場，冬季推廣會共計16場，2016年推廣費資金支持費用達新臺幣939仟元，2017年度預計舉辦80場推廣會。

鮮活通過各種各樣的形式為客戶提供服務，包括經銷商客戶來我司培訓並獲得培訓證書。同時，業務人員制定客戶拜訪計劃，協助當地客戶發展合適的新品配方與推廣方案，在整體宣傳設計、布局上，協助客戶進行形象美化，鮮活每年度推出企業畫冊，每半年推出產品的菜單畫冊，並針對新品特製說明畫冊，以此提升企業與客戶之間的溝通、認可，並提升客戶的專業能力，協助經銷商開發終端消費客戶群，為技術人員進行專業飲料調配培訓。



2016年經銷商大會合影



獲獎經銷商頒獎



2016年夏季推廣會



鮮活果汁鮮活學院2016“知·行”一期培訓



3、華北及華南生產基地

為了能讓南、北方的客戶能獲得更即時的協助，公司於2015年在廣東肇慶和天津開設分廠，為區域的客戶提供更加快捷有效的服務與協助，因地制宜，就近瞭解當地的飲品特色，並在過去的一年中，提高服務的品質，不斷滿足區域客戶的需求。

針對華南市場眾多大型連鎖客戶，採用客製產品定製路線。工廠研發同餐飲管理公司研發直接對接，工廠研發共享於餐飲管理公司，對外開放。一同探討產品開發方向及路線，保護客製化產品。



天津總結會

廣東總結會

4、市場價格保護政策與措施

鮮活一直以區域秩序穩定作為市場管理的重要指標，隨著全國市場的配銷通路的競爭，為進一步強化區域及價格秩序穩定，特別在產品標籤上加入二維碼，以追溯產品的流通源頭，加大對經銷商市場秩序管控制度的宣導。同時為全國管制網路平臺產品的銷售秩序，特成立了網路維護小組，主要是對產品進行統一零售定價，規範淘寶店家的經營行為，以此穩定整體價格秩序。鮮活與專業的網路維護公司簽訂合同，委託其對本公司的產品在網路上的低價銷售情況進行管制。

2016年關於商標侵權共投訴賣家282起，處理侵權連結1,155個。


編號: 4506109-04

桂圆红枣

飲料
LONGAN DATES

保質期: 12个月
产地: 江苏 苏州

品名: 桂圆红枣飲料
 配料: 白砂糖, 生活飲用水, 麥芽糖漿, 桂圆, 红枣, 赤砂糖, 葡萄糖酸-δ-內酯, 果胶, 苯甲酸钠, ε-羧賴氨酸鹽, 焦糖色, 食用香精。 6倍稀釋後使用
 儲存條件: 密封、避光、阴凉處儲存
 產品執行標準: GB/T 31121
 生產許可證編號: SC11732058300978
 製造商: 鮮活果汁工業(昆山)有限公司
 地址: 江苏省苏州市昆山市张浦镇俱进路10号
 电话: 0512-50165666 传真: 0512-57515503

营养成分表		
项目	每100克	NRV%
能量	1224千焦	15%
蛋白质	0克	0%
脂肪	0克	0%
碳水化合物	72.0克	24%
钠	8毫克	0%

(原)果汁(浆)总含量: 9% (其中果粒添加量为: 9%)
 生产日期:



净含量: 1.2kg

上圖為鮮活桂圆紅棗茶的標籤，特別加入了二維碼，追溯產品的流通源頭，加強對經銷商的管控。隨著二維碼行業的逐漸成熟，以及手機的發展，二維碼技術已廣泛地被現代企業所採用。鮮活為維護全國各區域市場秩序，特別在產品標籤添加二維碼，增加產品的可追溯性，加強對經銷商市場的管控。二維碼的添加，促進了鮮活產品在經銷、分銷管道中的有序流動，提高鮮活產品的管道管理水準，也為保證整個銷售體系的和諧運作奠定一定基礎。

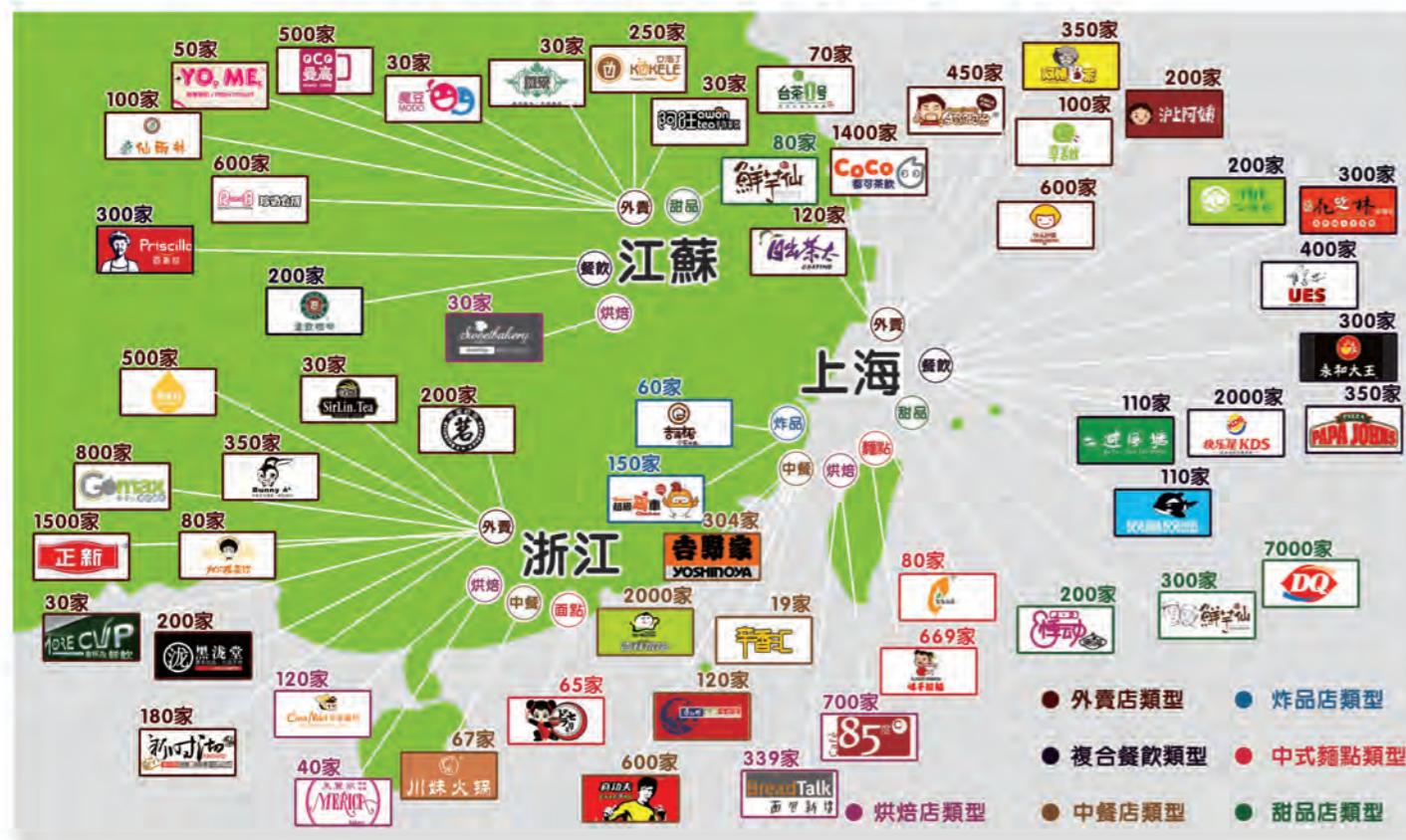
5.1 客製化服務與關係培養

5.1.2 連鎖餐飲

5.1.2.1 關係培養與管理

鮮活的連鎖餐飲客戶遍布全國各地，其中全國性餐飲連鎖系統客戶鮮活品牌滲透率約六成，共有83個品牌，30,000多家門店，如圖2016年連鎖餐飲店華東地區的分布圖，帶動著各個區域的連鎖餐飲店的發展與擴大，在有序經營的基礎上，提升鮮活的知名度與品牌形象，與鮮活共同進步。

2016年連鎖餐飲店華東地區的分布圖
2016年連鎖餐飲店華東地區的分布圖



1、協助客戶開發產品

公司的區域業務負責人直接服務客戶，對連鎖餐飲客戶實行點對點服務，保持客戶服務的快速反應機制，針對新品研發，公司要求十個工作日內完成並將樣品送至客戶；針對客訴，公司要求2個工作日內完成處理，並給與客戶滿意的答覆與處理意見。同時公司為連鎖餐飲客戶提供客製化的特色服務，根據各類客戶的特色、定位，定期提供產品應用的技術指導，包括專屬產品即客製化產品、標籤及專屬包裝，公司在2016年加強對產品品質的重視，進行精品工程建設，對現有產品進行品質升級，著重加強對主流品項的相關原料的深入瞭解，完善其工藝製程，提升內在品質；另外對於產品的包裝進行優化，從

瓶桶、紙箱、標籤著手提升包材的質感，加強對一線作業人員提高包裝品質的宣導，從生產源頭提升品質意識；最後面對公司內部研發的新品，加強對新品品質的監管，促使其更符合市場發展的趨勢需要，也更加體現鮮活市場形象的品質定位，通過這一系列的給與客戶有保障的、精美的產品與服務。

2、設立實驗型的中試車間

公司設立實驗型的中試車間，通過中試車間完成產品研發創意、成本分析到產品製程的一貫化過程。客戶可以從產品生產製程更快地瞭解鮮活產品並給予回饋意見，亦可協助客戶培養品管人員，促進客戶與公司的協調發展。



實驗室小樣製作

實驗型OIT設備進行製樣

實驗工廠試生產及生產參數確認

實驗工廠無菌灌裝

5.2 客戶滿意度

5.2.1 竭誠提供滿意服務

5.2.1.1 創新產品研發

隨著客戶對產品品質越來越重視，以及市場上多元化產品的需求，公司以過去優勢技術為基礎，並進行更進一步的研究，藉以提升產品品質與增加產品特色及附加價值，公司致力於產品研發，收到188項客戶對新品需求，每年大約有30個新產品的開發，不斷的滿足客戶對產品多樣化的需要，公司擁有自行研發之果汁乳化核心技術等發明專利申請超過二十項，未來在專利布局的方向將著重於將獨特技術應用的產品進行專利申請保護，強化本公司競爭力，延續優勢，維護公司的最大利益。

5.1 客製化服務與關係培養

5.2.1.2 客製化製程與產線

公司設有果汁及果粒兩種客製化製程與產線，滿足客戶多品項大訂單量及單品項小訂單量，加快生產週期。

5.2.1.3 品牌推廣增加客源

公司積極參與各類大型食品、餐飲等專業的行業展會，現場建立品牌形象店，進行產品展示、新品推廣、客戶溝通、現場體驗，展示研發能力並冠名業內賽事如咖啡師比賽，並獲得不錯的成績。

2013年至2016年公司共參加FIC展（中國食品添加劑和配料展覽會）4次，上海酒店展4次，北京咖啡展3次，廣東酒店用品展4次，上海烘焙展4次以及昆山進口展3次、中國餐飲展1次，提高鮮活果汁品牌知名度、增加客源，實現了與客戶全方位的溝通交流與共同發展。



2016年廣州酒店展



2016年北京咖啡展

5.2.1.4 重視客戶資料的保護

公司重視對客戶資料的保護，在前端設有ERP管控系統進行保護，針對客戶獨有的產品及配方，鮮活特別為其客製化，產品上印有客戶的LOGO或專屬標示，所以不會賣給其他客戶針對此類產品，同時ERP系統設置為特定的客戶才可以發貨，以此進行保護。在後端，研發部設有嚴格的保密管理制度，嚴防資料的外洩。雙管齊下，公司在遺失顧客資料而遭投訴的次數為零，贏得了公司所有客戶的一致好評。

5.2.1.5 微信與客戶互動

2016年發布微信45條；微信關注人數12,353人。微信後臺留言及微信評論，增加與客戶互動。

5.2.1.6 組織年度客戶旅遊

2016年10月，公司組織優秀客戶赴臺灣進行了為期八天的旅遊度假。享受臺北，品味臺南，領略高雄，漫步墾丁。每一處，都散發著不同風情，讓人流連。阿里山看日出、沙灘晚宴、歡暢遊輪、舒緩放鬆溫泉……愜意歡樂的臺灣遊，不僅愉悅了心靈，更是增強了客戶的凝聚力、榮譽感，讓客戶對公司有了更深一層的瞭解與認識，增進了彼此的友誼。旅遊圓滿結束，留給所有人的是一段美好的回憶，也讓客戶更加堅定與鮮活攜手，共創未來的信心。



客戶臺灣遊

5.2.1.7 客戶體驗

為客戶提供更好的產品體驗與交流的現調機體驗中心。在此，客戶能全面了解到各系列果汁的特性及體驗各款現調機的使用方式，經由現調機的一鍵打杯客戶能夠快捷地品嚐到另一種餐飲行業的飲品解決方案。



5.2 客戶滿意度

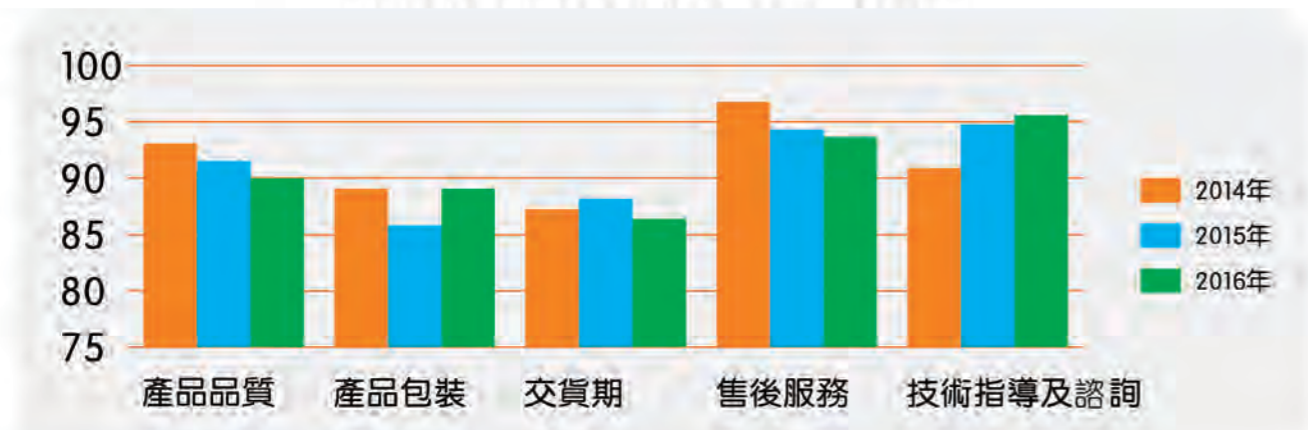
5.2.2 客戶滿意度調查

5.2.2.1 調查的對象、方式、頻率

公司每年執行的客戶滿意度調查問卷，每月業務部向顧客發送顧客滿意度調查表，調查表送對象主要以發生客訴的客戶和上月出貨的客戶為主。就公司產品品質、產品包裝、交貨期、售後服務、技術指導、諮詢回覆等多方面收集客戶回饋意見，調查對象為經銷商、連鎖餐飲和工廠，每月調查一次，每次發出的客戶滿意度調查表需至少收回10份的回饋，每年至少需要回收120份客戶滿意度調查表。2014年至2016年度根據上述五大塊客戶評分匯總得出本年度客戶滿意度總體評分。

2014年度評分為92.45，2015年度評分為91.13，2016年度評分為90.97，整體相對平穩，滿意度評分均在90以上。因此能透過滿意度調查表向客戶瞭解並挖掘影響客戶滿意度的關鍵因素，更有效改善公司產品及服務品質，為能達到客戶的滿意提供更好的創造力量。

2014年度-2016年度滿意度調查表對比圖



5.2.2.2 調查結果與後續處理

客戶對問卷中的產品品質、產品包裝、交貨期、售後服務及客戶對技術指導及諮詢進行評分。評分標準分為四個等級：很滿意10分，滿意9分，一般6分，不滿意0分。

鮮活針對客戶的回饋由總經理審核分析報告，業務部將滿意度報告和明細發給權責部門，低於目標分數值85分的，需權責部門進行確定糾正及預防措施。最後針對公司實際情況，或客戶要求對單一或特殊情況予以回覆客戶。

5.2.3 市場調研

2016年，鮮活分別在客戶行銷年會、上海FIC展、上海酒店展、上海焙烤展、北京咖啡展、廣州酒店展等展會，對當季新品等展開調研活動，搜集問卷643份。通過調研，及時瞭解市場動態及客戶需求，為後續產品開發、通路發展等，提供市場發展的參考方向。



市場調研現場

5.2.4 客訴

5.2.4.1 客訴標準處理流程



5.2.4.2 客訴件數、處理結果

針對客戶的投訴，公司業務部市場課負責人員根據開立的客戶異常回饋受理單，於工作日的4個小時內轉至客服品保部。客訴專員針對客訴產品的成品留樣狀況、成品庫存狀況、成品製程狀況、原料狀況、出貨狀況及物流狀況做排查，於工作日的16個小時內完成初步調查，依業務或客戶要求給予書面說明函件。另外公司將異常設立專案處理的客訴以品質專案處理，形成專案報告，給客戶以滿意答覆。

2016年共計回饋562起客訴，客服品保部於第一時間立案處理，並全部已結案。針對2016年客訴狀況，主要原因為感官及包裝問題。客服品保部針對客訴情況，召集權責部門進行分析和改進，每週召開品質會議進行追蹤和檢討，並定期進行統計分析，追蹤改善進度，驗證管控方案，以期降低客訴率及防止再發。

透過客訴機制，不斷完善和提升產品品質，為客戶提供天然、健康、美味、安全的產品。

陸. 永續環境

產品耗電量

53.48 度/單位萬元產值 ↓14.2%

產品耗電量為53.48度，比2012年下降14.2%。

柴油使用量

11.67 公斤/單位萬元產值 ↓28.6%

產品之柴油使用量為11.67公斤，比2012年下降28.6%。

產品碳足跡證書

0.38 公斤/碳排放量

取得“產品碳足跡證書”，每公斤產品碳排放量為0.38公斤。

減少二氧化碳排放

0.34 噸

推出電力員工通勤車，每年減少0.34噸之二氧化碳排放。

陸. 永續環境

6.1 永續環境政策

6.1.1 環境政策

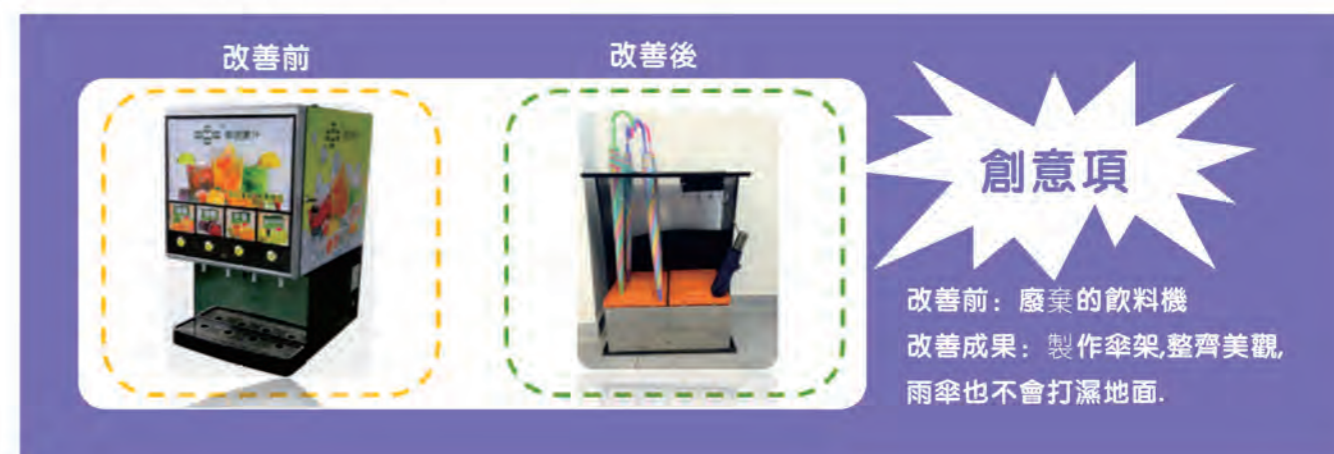
7S活動

鮮活在企業發展的同時，認識到“發展永續環境”為企業所必須面對的挑戰。我們堅持保護和改善環境，以落實對保護這片土地的社會責任。

公司內部推動全員7S運動及標竿車間管理，養成員工良好的生活與工作習慣，共建整齊清潔環境，減少浪費，提升工作效率。



2011年，鮮活正式成立6S工作小組。2016年年初將6S活動升級為7S，增加節約，以減少浪費，創造高效的工作環境。2013年-2016年，公司每天7S管理2次，每月抽查評分2次，每月舉辦7S發布會1次，每年舉辦1次7S年度總結及表彰大會。



6.1 永續環境政策

標竿車間活動介紹

轉眼，標竿車間活動已推行8年，從起步時的車間定位、標示，再深入到設備優化，作業流程規範化等，我們努力讓所有人了解標竿車間活動推行的目的，將活動改善內容與大家探討，並達成共識，最終將結論變成體制規範加以落實執行。我們積極推行標竿車間活動以此來展現鮮活人精益求精的精神面貌以及獨特的企業文化。也正如鮮活一直致力於將安全，美味的果汁送到客戶手上一樣。



標竿活動分享

標竿活動就是不斷改善的過程。參與標竿活動以來，常常會發現部分現場主管認為標竿活動是一種負擔。這種負擔不僅僅來自工作量的增加，更是來自對這種不斷改善的狀態的不適。在整個標竿活動中，不僅僅是提出改善項，更是通過這樣的活動改變我們一成不變的工作方式。標竿活動推行的目的就是通過不斷優化、改進來提高企業競爭力。

標竿活動既要著眼於細節打牢基礎，也要有開拓的視野，新奇的想法。在參加這一年標竿活動中我發現最多的提案類型是標識定位、設備操作教程。這些細節的改善可能不會有立竿見影的效果，但持之以恆的堅持讓我真真切切的感受到車間的變化。或許距離我們理想的生產現場還有很大的距離，但相信通過這樣點點滴滴的改變會不斷提高我們的製程能力。除基礎的改善外，我們也有新意，在成本節約，環境改善，工作簡化方面有立竿見影效果的改善。這些改善的提出需要的不僅僅需要對車間情況的深入了解，還要有解決問題的態度和能力。相對於基礎性的標竿活動來說，此類活動需要完整地解決方案，直觀的改善效果，資料化的分析等等。而這些正是我們主管需要不斷學習的能力。標竿活動的每一個提案，都是一個不斷學習進步的過程。祇有這樣的學習才能讓大家和公司一起進步成長。

標竿活動沒有止境，今天的點點滴滴，都是會成為我們未來更加完美的基石。

鮮活員工-衡碩

6.1.2 環保投資支出

年份	環保成本項目	金額
2014	空氣改善和製程改良	3,436
2015	節約能源，減少污水排放	5,239
2016	污水處理及污水線上監測	9,463

單位:新臺幣仟元

2016年，公司新增一套污水處理厭氧塔，支出5,000,000仟元新臺幣；新增一套污水排放在線上監測設備，支出1,500,000仟元新臺幣。此兩項措施的完成，響應了昆山市環保局倡導的企業污水線上即時監測工作。

6.1.3 法規遵循

公司生產經營嚴格遵循《中華人民共和國環境保護法》，2014-2016年，污水及廢棄物排放無被政府警告或懲罰事件。



6.2 能資源管理

6.2.1 能源

在節能管理方面，我們透過能源節約改善，建立標準生產效率，制定合理生產安排，穩定生產效率，減少生產後管路設備清洗系統能源（水、電、蒸汽）的耗用。定期向車間生產人員倡導，節約用電，午休時間段關閉設備電源。推動辦公室節能，嚴格規定空調溫度的設定（夏天室內溫度在33℃以上，冬天室內溫度在7℃以下才使用空調）。持續規劃與執行生產廢材回收再利用，對已報廢的舊機器或設備由工務再次拆解重組做最大的利用。

6.2.1.1 纏繞帶改善

原纏繞膜為一次性纏繞膜，無法重複使用，造成成本過高，後替換為可回收使用的纏繞帶，降低成本，年度節約成本約人民幣10494元，又減少了“白色污染”。



6.2.1.2 運輸成本節約

兩廠建立之前，全國各地由昆山廠直接出貨。距離華北、東北、西北較遠，2015年度天津建立分廠，2016年度天津廠負責華北、東北、西北客戶出貨，較之前昆山距離縮短，間接的節省了燃油的使用，保護了環境。相應運輸時效由原來2-5天，縮短為1-3天。

6.1 永續環境政策

6.2.1.3 原物料及包材使用量

伴隨著年產值的增長，鮮活使用的原物料保持穩中有降：2013年，原物料使用33,678,554公斤；2014年，原物料使用34,424,520公斤；2015年，原物料使用31,946,707公斤，2016年，原物料使用28,298,636公斤。得益於公司產品轉型策略，產品等級從中端慢慢轉向中高端，產品的單位價值逐步提升，使得原物料使用強度逐步降低，見下圖：

2014-2016年鮮活公司原物料使用強度

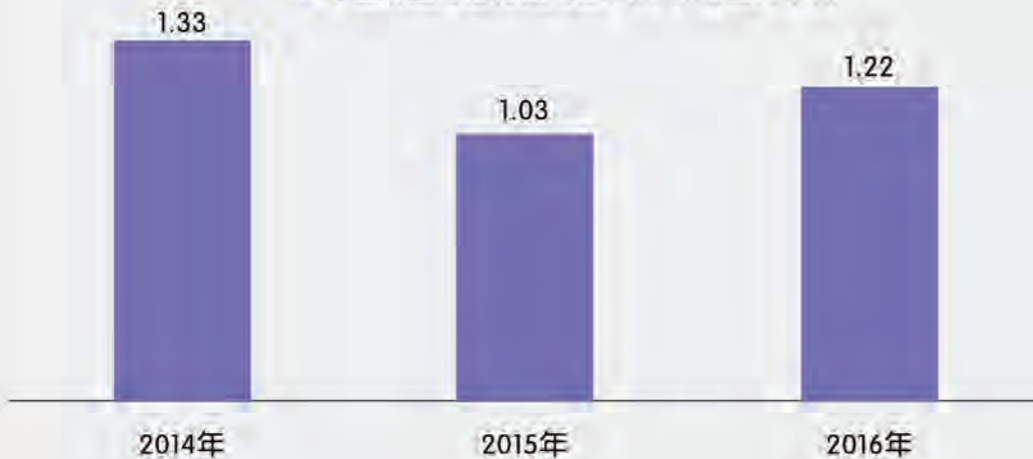
■ 單位銷值之原料使用量：公斤/新臺幣千元



2013年，產品包材使用2,464,805公斤；2014年，產品包材使用2,725,375公斤；2015年，產品包材使用2,488,110公斤。2016年，產品包材使用2,386,657公斤。2015年，公司產品轉型升級，附加值逐步提升，使得包材使用密集度下降明顯，見下圖：

2013-2015年鮮活公司包材使用密度

■ 單位銷值之包材使用量：公斤/新臺幣千元



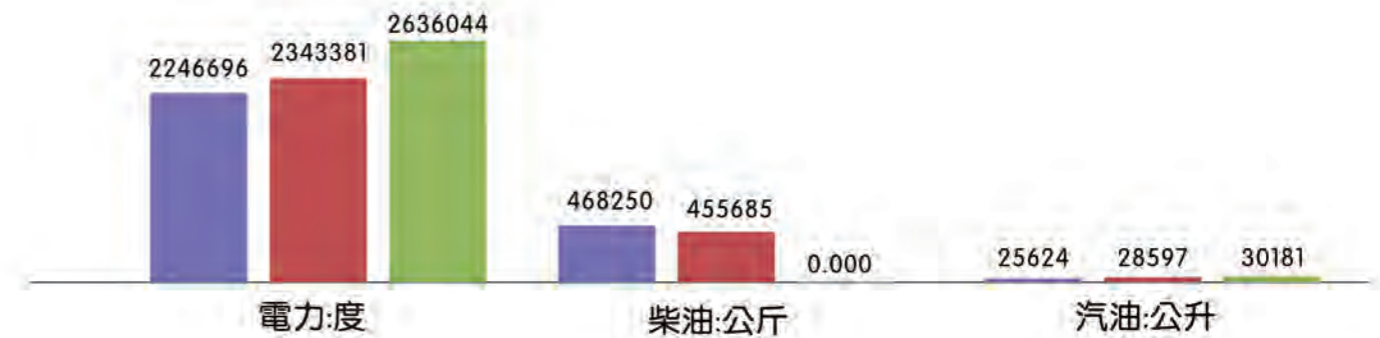
6.2 能資源管理

6.2.1.4 能源使用量及產品能源強度

鮮活能源使用主要有三種：①電力，主要用於辦公設備、照明和機器設備；②柴油，主要用於鍋爐和應急發電；③汽油，主要用於公務車輛。2014-2016年，能源使用情況如下：

2014-2016年鮮活公司能源使用量

■ 2014年 ■ 2015年 ■ 2016年

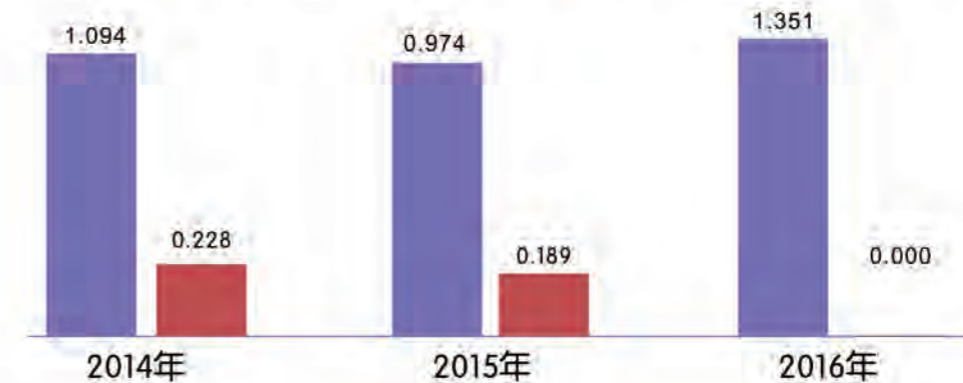


2016年，公司單位銷值之電力使用量為1.351度/新臺幣千元，用電強度上升的主要原因：為改善車間工人的工作環境，提高產品品質，公司新購置一批空調，夏季車間溫度維持在28℃左右，使得用電量上升。

2016年，公司柴油使用量為零。

2014年-2016年鮮活公司能源使用強度

■ 單位銷值之電力使用量：度/新臺幣千元 ■ 單位銷值之柴油使用量：公斤/新臺幣千元

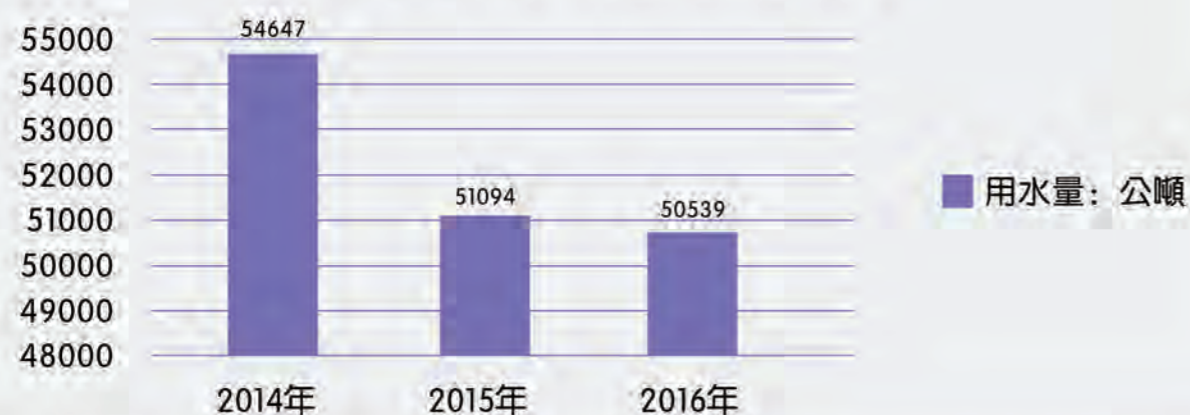


6.1 永續環境政策

6.2.2 水資源管理

水是我們珍貴的資源,不論產品的生產與設備清洗,均需要大量用水:2014年公司年度用水量為54,647噸,2015年公司年度用水量為51,094噸,2016年公司年度用水量為50,539噸。因此,調整對水資源的管理方式,力行用水減量與循環利用,降低廢水排放對環境的影響,是營運中重要的環節。

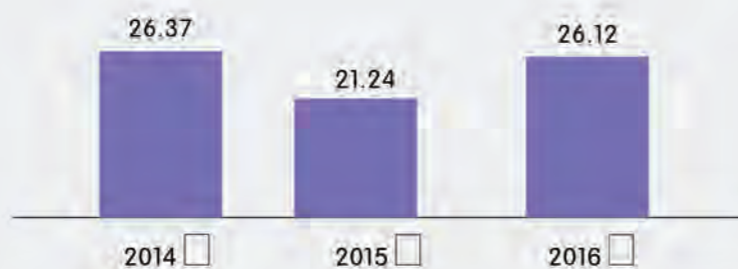
2014-2016年鮮活公司自來水量



2015年,公司中試車間改造節水管道,所有物料走管路,減少清洗用水,使得清洗無衛生死角,節省用水量。通過以上節水措施,公司用水密度從2014年的26.37公斤/新臺幣千元;降低至2015年的21.24公斤/新臺幣千元;2016年公司用水密度為26.12公斤/新臺幣千元。

2014-2016年鮮活公司用水密集度

■ 單位銷值之用水量:公斤/新臺幣千元



2018年,鮮活二期工廠工程,規劃建設中水回收系統,設計水質符合《城市雜用水水質標準》GB/T18920-2002,用於洗車、沖廁及綠化澆水。中水回用設計量5立方米每小時,預計每天可以節約用水40噸。

2016年度,公司自購置印表機,針對客製化少量標籤的品項進行排版列印,當標籤數量少於1000張時,且標籤無特殊工藝要求,公司內部列印標籤。減少購買標籤的採購時間,提高應急的效率,用多少列印多少,減少批量購買標籤的余量、報廢、變更標籤帶來的成本增加。

6.2.3 產品碳足跡

2016年,每天廢水排放量118噸。

2015年到2016年,公司廢水排放量和廢水COD濃度有所增加,主要分析如下:①車間在生產線總數維持不變的前提下,滿足客戶產品多元化需求,公司每年新品增加近20%,使得每條生產線每日生產的品項同比例增多,清洗頻率增高,導致廢水中糖分增多,COD濃度也相應增高。②落實公司用水控管措施,生產線每次清洗用的水量逐步減少,利用率提高,也會導致廢水中糖分增多,COD濃度增高。

2017年,鮮活計劃採取以下2項措施降低廢水排放量和廢水COD濃度:①增加厭氧塔個數和體積,使車間流出的廢水指標能夠均勻及排放水指標穩定;②定期更換厭氧塔中的污泥顆粒,提高污泥活性,提升廢水處理能力,降低排放廢水的COD濃度。



6.3 污泥防治與排放

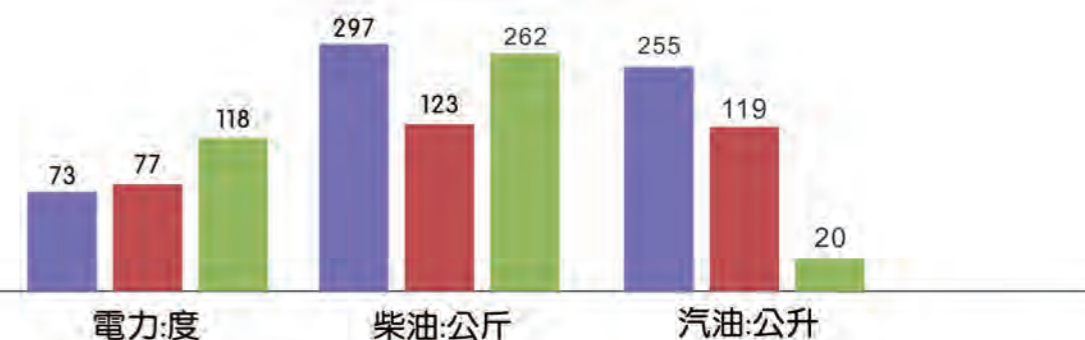
6.3.1 廢水

鮮活生產所排放的廢水,委由專業廢水處理公司執行完整的廢水處理程式,利用厭氧塔經厭氧處理後,確保水質達到國家規定的放流標準,排放至當地市政指定的污水管網,降低對環境造成的污染。

2016年,鮮活二期工程,規劃建設中水回收系統,設計水質符合《城市雜用水水質標準》GB/T18920-2002,用於洗車、沖廁及綠化澆水。中水回用設計量5立方米每小時,預計每天可以節約用水40噸。

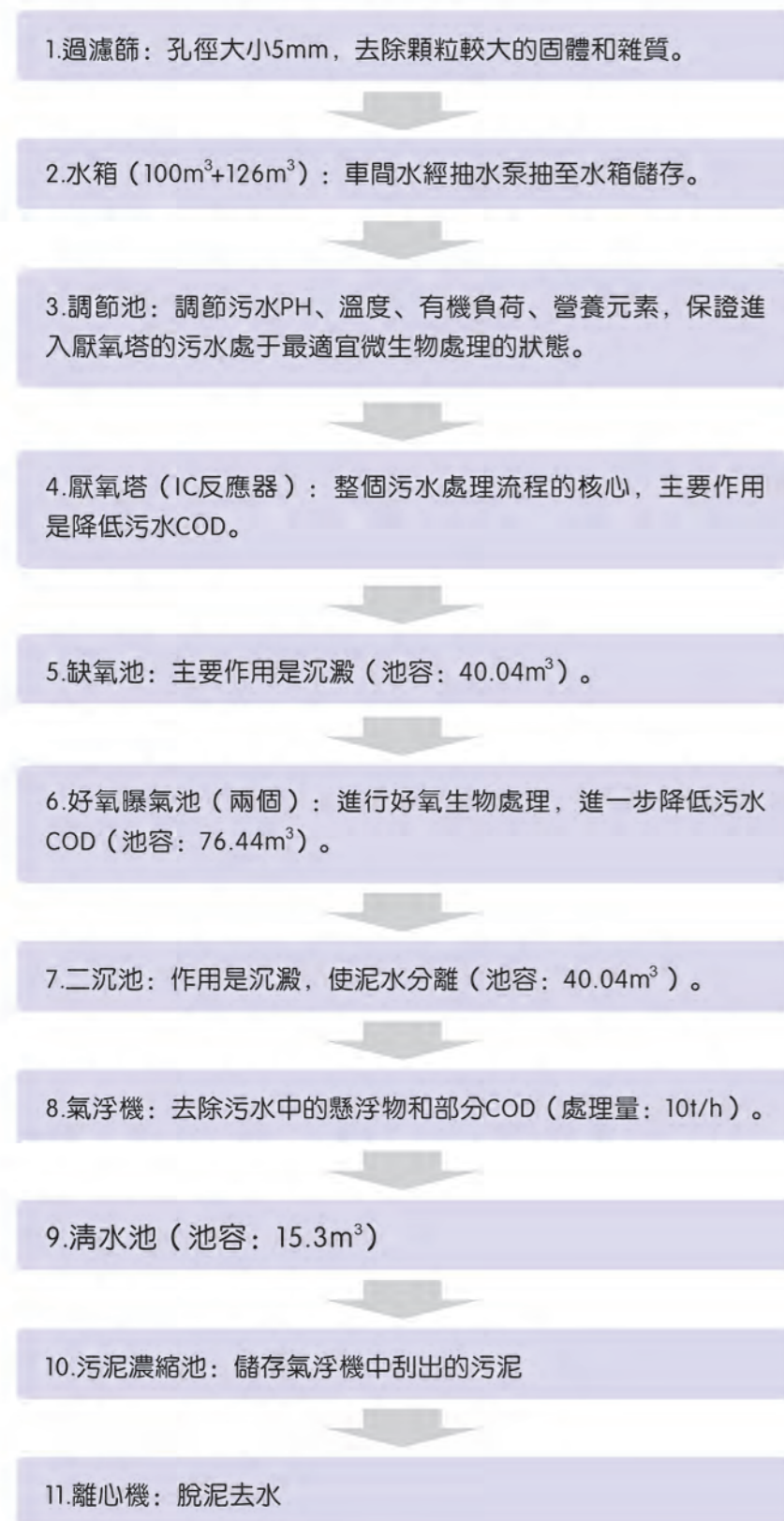
2014-2016年鮮活公司廢水指標

■ 2014年 ■ 2015年 ■ 2016年



6.3 污泥防治與排放

鮮活果汁公司污水處理流程圖



原水過濾篩



原水水箱



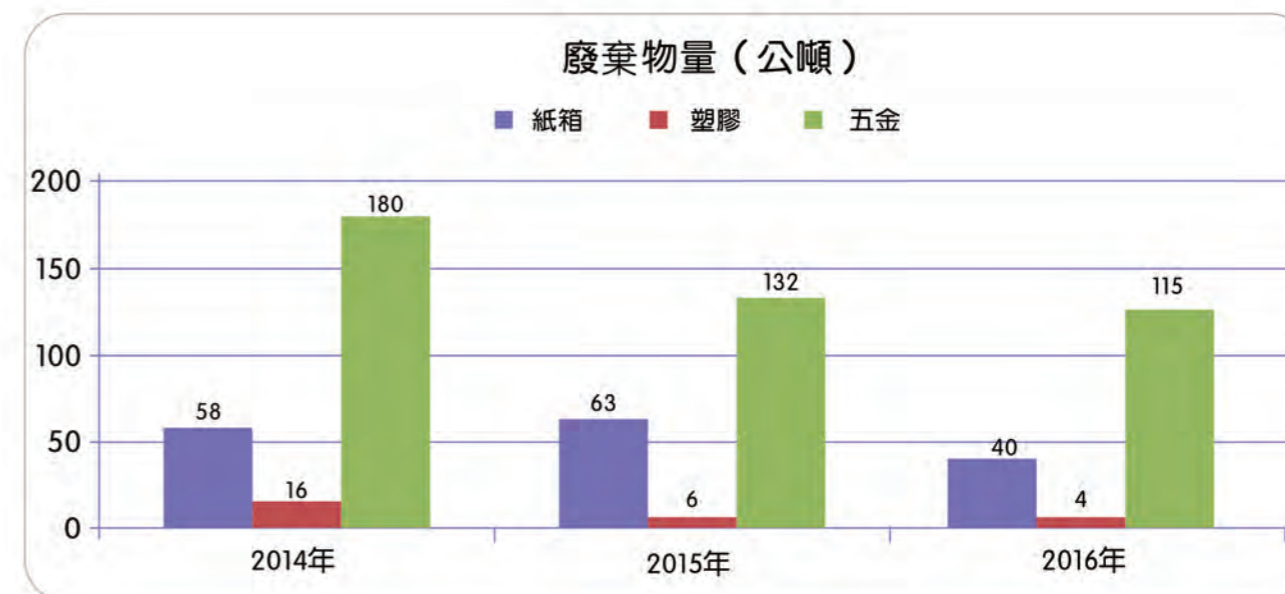
厭氧塔



氣浮機

6.3.2 廢棄物

公司產生的廢棄物主要有三類：塑膠製品-PE袋、塑膠原汁桶、果汁塑膠瓶等；紙製品-原料紙箱、辦公廢紙等；五金廢品-報廢設備、原鐵桶等。2015年，廢棄物總量201噸，其中五金占比66%、紙箱占比31%、塑膠占比3%。公司廢棄物主要交由昆山市張浦鎮環衛所處理，其處理方式主要有兩種：焚化和回收，其中焚化占比5%，回收利用占比95%。



2016年，公司採取多項措施減少廢棄物的排放量：原料白塑桶清洗後重複使用，用于車間備料，此項措施減少33%的塑膠廢品；要求供應商在保證紙箱品質前提下，降低紙箱的單位體積重量，此項措施減少36%的紙箱報廢量；拆卸報廢設備和管道，選擇可用零部件二次使用，此項措施減少13%的五金廢品。



GRI 4.0 指標索引

一、一般標準揭露			
指標	頁碼	對應章節及補充說明	外部確信
策略與分析			
G4-1	P3-4	經營者的話	
組織概況			
G4-3	P5	1.1.1公司簡介	
G4-4	P9	1.1.3鮮活產品	
G4-5	P5	1.1.1公司簡介	
G4-6	P5	1.1.1公司簡介	
G4-7	P5	1.1.1公司簡介	
G4-8	P9 P65-71	1.1.3鮮活產品 5.1客制化服務與關係培養	
G4-9	P5 P10-11	1.1.1公司簡介 1.1.4財務績效	
G4-10	P22-24	2.1.1鮮活夥伴	
G4-11	P38	2.4.1工會組織	
G4-12	P57-61	4.2 負責任的供應鏈	
G4-13		報告期間內無重大變化	
G4-14	P12-13	1.2.2風險管理	
G4-15		未簽署有相關規章、原則或其他倡議	
G4-16		昆山市臺灣同胞投資企業協會會員、蘇州市上市公司協會會員	
鑒別重大考慮面與邊界			
G4-17		合併財務報表所包含個體請詳本公司2016年度股東會年報；本報告書所揭露資訊以鮮活控股股份有限公司旗下主要營運所在地之鮮活果汁工業（昆山）有限公司、鮮活食品（昆山）有限公司、鮮活果汁工業（天津）有限公司和廣東鮮活果汁生物科技有限公司（並稱「本公司」）為主，財務績效等指標則涵蓋整個合併集團。	
G4-18	P18-21	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考慮面	
G4-19	P18-21	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考慮面	
G4-20	P18-21	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考慮面	

GRI 4.0 指標索引

一、一般標準揭露			
指標	頁碼	對應章節及補充說明	外部確信
G4-21	P18-21	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考慮面	
G4-22		無此情形	
G4-23			
利害關係人議合			
G4-24	P18	1.4.1利害關係人辨識	
G4-25	P18	1.4.1利害關係人辨識	
G4-26	P18-21	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考慮面	
G4-27	P18-21	1.4.2利害關係人議合與鑒別重大考慮面	
報告書基本資料			
G4-28	P1	關於本報告書	
G4-29		2015年1月1日至2016年12月31日	
G4-30	P1	關於本報告書	
G4-31	P1	關於本報告書	
G4-32	P1 P94-95	關於本報告書 附錄會計師確信報告	
保證/確信			
G4-33	P1	關於本報告書	
治理			
G4-34	P14-17	1.3公司治理	
G4-38	P14-17	1.3公司治理	
倫理與誠信			
G4-56	P15	1.3.1誠信經營	

GRI 4.0 指標索引

二、特定標準揭露

考慮面	指標	頁碼	對應章節及補充說明	外部確信	
類別：經濟					
經濟績效	DMA	P10-11	1.1.4財務績效		
	G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	P10-11	1.1.4財務績效	
	G4-EC4	自政府取得之財務補助	P11	1.1.5政府補助	
市場形象	DMA	P25-30	2.1.2薪酬與福利		
	G4-EC5	在重要營運據點，不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例	P25-30	2.1.2薪酬與福利	
間接經濟衝擊	DMA	P39-47	3深耕社會		
	G4-EC7	基礎設備的投資與支持服務的發展及衝擊	P45	3.2.3大學生實習計劃	
採購實務	DMA	P57-58	4.2.1供貨商採購原則		
	G4-EC9	于重要營運據點，採購支出來自當地供貨商之比例	P57-58	4.2.1供貨商採購原則	
類別：環境					
原物料	DMA	P78-80	6.2.1能源		
	G4-EN1	所用原物料的重量或體積	P79	6.2.1.3原物料及包材使用量	
能源	DMA	P78-80	6.2.1能源		
	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	P80	6.2.1.4能源使用量及產品能源強度	
	G4-EN5	能源密集度	P80	6.2.1.4能源使用量及產品能源強度	
	G4-EN6	減少能源的消耗	P78-80	6.2.1能源	
水	DMA	P81	6.2.2水資源管理		
	G4-EN8	依來源劃分的總取水量	P81	6.2.2水資源管理	
	G4-EN10	水資源回收及再利用的百分比及總量	P81	6.2.2水資源管理	
排放	DMA	P78-80	6.2.1能源		
	G4-EN19	減少溫室氣體的排放量	P75	6.2.1.1照明燈汰換 6.2.1.2公交車管控及通勤車更新	

GRI 4.0 指標索引

二、特定標準揭露

考慮面	指標	頁碼	對應章節及補充說明	外部確信	
廢污水和廢棄物	DMA	P80-82	6.3污泥防治與排放		
	G4-EN22	依水質及排放目的地所劃分的總排水量	P82-83	6.3.1廢水	
	G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	P84	6.3.2廢棄物	
產品與服務	DMA	P82	6.2.3產品碳足跡		
	G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	P82	6.2.3產品碳足跡	
法規遵循	DMA	P76-77	6.1.1環境政策		
	G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	P78	6.1.3法規遵循	
交通運輸	DMA	P78-80	6.2.1能源		
	G4-EN30	為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊	P75	6.2.1.2運輸成本節約	
整體情況	DMA	P76-77	6.1.1環境政策		
	G4-EN31	按類別說明總環保支出及投資	P77	6.1.2環保投資支出	
類別：社會					
子類別：勞工實務與尊嚴勞動					
勞雇關係	DMA	P22-30	2.1落實員工關懷		
	G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	P22-25	2.1.1鮮活夥伴	
	G4-LA2	按重要營運據點劃分，提供給全職員工的福利	P25-30	2.1.2薪酬與福利	
	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	P25-30	2.1.2薪酬與福利	
勞資關係	DMA	P38	2.4促進勞資和諧		
	G4-LA4	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	P38	2.4.2勞資溝通無障礙	

GRI 4.0 指標索引

二、特定標準揭露				
考慮面	指標	頁碼	對應章節及補充說明	外部確信
職業健康與安全	DMA	P35-37	2.3勞工安全衛生	
	G4-LA5	P35	2.3.1安全生產委員會	
	G4-LA6	P36-37	2.3.2職場安全與健康	
訓練與教育	DMA	P31-34	2.2人才培訓與升遷獎勵	
	G4-LA9	P31-32	2.2.1教育訓練及職涯	
	G4-LA10	P31-32	2.2.1教育訓練及職涯	
	G4-LA11	P34	2.2.3績效管理辦法	
員工多元化與平等機會	DMA	P22-30	2.1落實員工關懷	
	G4-LA12	P22-25 P14-17	2.1.1鮮活夥伴 1.3公司治理	
女男同酬	DMA	P22-30	2.1落實員工關懷	
	G4-LA13	P25-30	2.1.2薪酬與福利	
勞工實務申訴機制	DMA	P38	2.4促進勞資和諧	
	G4-LA16	P38	2.4.2勞資溝通無障礙	
子類別：社會				
當地小區	DMA	P39-47	3深耕社會	
	G4-SO1	P39-44	3.1基地農場創造鮮活與小區雙贏 3.2小區互助與關懷救助	
反貪腐	DMA	P14-17	1.3公司治理	
	G4-SO4	P15	1.3.1誠信經營	
	G4-SO5	P15	1.3.1誠信經營	

GRI 4.0 指標索引

二、特定標準揭露				
考慮面	指標	頁碼	對應章節及補充說明	外部確信
子類別：產品責任				
顧客的健康與安全	DMA	P49-57	4.1系統性的安全評估	
	G4-PR1	P49-54 P62	為改善健康和安全而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	4.1.1嚴謹把關產品安全 4.1.2質量保證檢驗 4.3.1改善產品品質
	G4-PR2	P55-56	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	4.1.4法令合規
產品及服務標示	DMA	P64 P71-73	4.3.3產品標示 5.2.1竭誠提供滿意服務	
	G4-PR3	P64	依組織信息與標示程序所劃分的產品與服務信息種類，以及需要符合此種信息規定的重要產品及服務類別的百分比	4.3.3產品標示
	G4-PR5	P74	客戶滿意度調查的結果	5.2.2客戶滿意度調查 5.2.3市場調研
顧客隱私	DMA	P49-64	4安心產品	
	G4-PR8	P72	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	5.2.1.4重視客戶資料的保護
食品加工業補充指標				
供應商管理	DMA	P57-61	4.2負責任的供應鏈	
	G4-FP1	P57-58	向符合公司採購政策的供貨商購買的採購比率	4.2.1供應商採購原則
	G4-FP2	P59	購買符合國際認證責任產品標準的採購比率	4.2.2符合認證標準之採購
營養且可負擔之食品	DMA	P42-47	3.2社區互助與關懷救助	
	G4-FP4	P46-47	舉行推廣健康生活方式、預防心血管疾病、營養且可負擔之食品及改善小區之活動，這些活動之性質、範圍及有效性	3.2.4劍道推廣 3.2.5慈善捐助
產品安全	DMA	P49-57	4.1系統性的安全評估	
	G4-FP5	P49-54	製造產品經獨立第三方依國際認可食品安全標準進行認證的比率	4.1.1嚴謹把關產品安全
	G4-FP6	P64	依產品類別，已銷售之產品中已降低飽和脂肪、反式脂肪、鹽及糖之比率	4.3.4健康提升
產品標示	DMA	P64	4.3.3產品標示	
	G4-FP8	P64	除了法令規定之外，公司對於成份及營養信息與消費者溝通之政策及處理	4.3.3產品標示

依台灣證券交易所「上市公司編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項(以下簡稱「作業辦法」)加強揭露信息與確信項目彙總表

確信項目彙總表

編號	目標信息	頁碼	報道基準	對應作業辦法																																																						
1	每年組織二次的審核計劃，檢討食品安全管理體系ISO22000在內部運作的符合性、有效性，審核項目包含：食品安全管控、研發開發設計流程、供應商評鑑流程、原材料管控、倉儲管理流程、生產管控流程、產品品質過程管控、產品檢驗及產品銷售流程。公司2016年度第一次內審結果，檢查共385項，不符合項141項。第二次內審結果，檢查共346項，不符合項72項。二次審核範圍與結果涵蓋所有生產產品類別100%。	62	依據內部審核管理程序所制定的審核規範、次數及結果，及上述程序適用產品類別之涵蓋百分比。	第一款第一目																																																						
2	鮮活為食品工業，所遵循之食品安全衛生管理相關法律法規可參照國家食品藥品監督管理總局(http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0001/)，以及地方江蘇食品藥品監督管理總局(http://www.jsfda.gov.cn/)、肇慶食品藥品監督管理總局(http://zq.gdda.gov.cn/)、天津市市場和質量監督管理委員會(http://www.tjajc.gov.cn/)所公告有關食品製造業類別之法令規章。於2016年度間，本公司之子公司天津鮮活果汁因誤用精製工業鹽，於2016/06/24遭天津市濱海新區市場和質量監督管理局依《中華人民共和國食品安全法》(2009年版)第八十五條第一項的規定裁處罰款新臺幣約929萬元。	55	因違反中國大陸地區國家食品藥品監督管理總局及地方食品藥品監督管理局所公告之法律法規暨相關施行細則、辦法及準則，主管機關來函罰款總數及違反類別。	第一款第二目																																																						
3	2016年度向生產原紙之紙箱供應商採購經FSC認證之紙箱金額占全年度紙箱採購總金額為7.4%	59	當年度FSC認證紙箱採購金額除以紙箱總採購金額之百分比。	第一款第三目																																																						
4	本公司2016年度所生產產品68.27%由經過食品安全管理體系ISO22000認證之廠房所生產。	49	取得ISO 22000認證之廠房之中國審計報告營業收入淨額，除以生產廠房之中國審計報告營業收入淨額加總之百分比。	第一款第四目																																																						
5	對於供應商評鑑，主要從六大方面進行到廠評鑑：1.基礎管理 2.源頭管理 3.過程控制 4.出口端管理 5.檢驗檢測能力 6.可追溯與應急管理。2016年公司完成供應商到廠評鑑共34家，評鑑結果為A級供應商13家，B級供應商21家，占2016年度有交易原物料及包材供應商家數的10.53%。	60	依據供應商定期評鑑計畫執行各類別供應商適用之評鑑項目後所彙整之供應商評鑑家數、結果、及占有原物料及包材供應商家數之百分比。	第一款第五目																																																						
6	公司100%果汁、果粒、果粉類產品皆可進行追溯與追蹤管理，已建立自上一階供應商到下一階產品出貨客戶之表單或電子文件，並依循ISO22000之7.9可追溯性系統執行產品撤回執行計劃，以確保能夠識別由最終成品查到該批次原物料批次使用、生產和交付記錄的關係，以及直接供方的進料和終產品首次分銷途徑，完成從原料至成品的關鍵過程與用料追溯。	54	依據ISO22000建置食品追溯追蹤系統之產品品項數除以全部自行生產品項數之百分比。	第一款第六目																																																						
7	2016年度三廠依國家標準規定所執行之檢驗項目(可溶性固形物、菌落總數、大腸菌群、黴菌、水分、外觀與風味)未發現有異常(不符合國家標準限值)之情形。2016年成品檢驗數據統計分析 <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">檢驗結果 (Note)</th> <th colspan="4">理化檢測</th> <th colspan="4">微生物檢測</th> <th colspan="2">水分</th> <th colspan="2">感官要求</th> </tr> <tr> <th>可溶性固形物</th> <th>菌落總數</th> <th>大腸菌群</th> <th>黴菌</th> <th>水分</th> <th>外觀</th> <th>風味</th> <th>水分</th> <th>外觀</th> <th>風味</th> <th>水分</th> <th>外觀</th> <th>風味</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>國標標準總檢測次數 (項數)</td> <td>876</td> <td>2,754</td> <td>2,754</td> <td>2,754</td> <td>1,815</td> <td>2,754</td> <td>2,754</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>異常量總 (項數)</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>注：本表所揭露之檢測結果係國家標準之限值判定，檢測所依據之國標包含GB/T 22474、GB/T 21732、GB/T29602與GB/T31121-2014。</p>	檢驗結果 (Note)	理化檢測				微生物檢測				水分		感官要求		可溶性固形物	菌落總數	大腸菌群	黴菌	水分	外觀	風味	水分	外觀	風味	水分	外觀	風味	國標標準總檢測次數 (項數)	876	2,754	2,754	2,754	1,815	2,754	2,754							異常量總 (項數)	0	0	0	0	0	0	0							52	2016年度品保實驗室成品依標準實施檢驗之項目類別總數(已排除委託外部驗證機構檢驗之檢測項目數)。	第一款第七目
檢驗結果 (Note)	理化檢測				微生物檢測				水分		感官要求																																															
	可溶性固形物	菌落總數	大腸菌群	黴菌	水分	外觀	風味	水分	外觀	風味	水分	外觀	風味																																													
國標標準總檢測次數 (項數)	876	2,754	2,754	2,754	1,815	2,754	2,754																																																			
異常量總 (項數)	0	0	0	0	0	0	0																																																			

確信項目彙總表

編號	目標信息	頁碼	報道基準	對應作業辦法								
8	2016年度品保實驗室的支出金額約新臺幣14,239千元，占全年度合併營收淨額0.53%。主要支出項目包括：1.產品委外檢驗費用、2.儀器設備購置費用、3.年度設備儀器校正費、4.檢驗室藥品耗材費用、5.外訓課程培訓費用、6.勞保、辦公用品、修繕費、7.實驗室人員薪資。	53	年度品保實驗室支出除以經會計師查核之合併財務報表營業收入淨額之比率。	第一款第七目								
9	食品安全管理體系ISO220002016年年審未出現不符合情況。	62	外部獨立驗證機構頒發ISO22000證書食品安全管理系統審核結果。	公司自願揭露項目								
10	2016年成功模擬9次產品追溯及5次產品召回，作為當潛在不安全產品發生撤回時能夠及時處置的能力建置訓練。	54	模擬追溯召回次數。	公司自願揭露項目								
11	2016年昆山廠委外成品檢驗資料統計 <table border="1"> <thead> <tr> <th>委外檢驗</th> <th>成品檢驗</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>產品品項</td> <td>飲料濃漿系列、風味飲料系列、食品工業用濃漿液(汁、漿)、果汁(漿)及其飲料系列、果糖系列及其飲料、含乳飲料、果醬、速凍果漿系列、固體飲料、麥香味奶茶粉(固體飲料)、麥片類</td> </tr> <tr> <td>主要執行標準</td> <td>Q/WXXH 00035-2014、Q/WXXH 00045-2013、GB/T 31121-2014、GB/T 22474-2008、GB/T 29602-2013、GB 17325-2005、GB/T 21732-2008、Q/WXXH 00055-2013、Q/WXXH 00095-2015、Q/WXXH 00085-2014、GB 19640-2005</td> </tr> <tr> <td>昆山廠2016年檢驗結果</td> <td>2016年總計檢測成品311次，其中發生1件淨含量不足情事。</td> </tr> </tbody> </table>	委外檢驗	成品檢驗	產品品項	飲料濃漿系列、風味飲料系列、食品工業用濃漿液(汁、漿)、果汁(漿)及其飲料系列、果糖系列及其飲料、含乳飲料、果醬、速凍果漿系列、固體飲料、麥香味奶茶粉(固體飲料)、麥片類	主要執行標準	Q/WXXH 00035-2014、Q/WXXH 00045-2013、GB/T 31121-2014、GB/T 22474-2008、GB/T 29602-2013、GB 17325-2005、GB/T 21732-2008、Q/WXXH 00055-2013、Q/WXXH 00095-2015、Q/WXXH 00085-2014、GB 19640-2005	昆山廠2016年檢驗結果	2016年總計檢測成品311次，其中發生1件淨含量不足情事。	54	年度品保實驗室成品依標準委託外部驗證機構檢驗之檢測項目數。	公司自願揭露項目
委外檢驗	成品檢驗											
產品品項	飲料濃漿系列、風味飲料系列、食品工業用濃漿液(汁、漿)、果汁(漿)及其飲料系列、果糖系列及其飲料、含乳飲料、果醬、速凍果漿系列、固體飲料、麥香味奶茶粉(固體飲料)、麥片類											
主要執行標準	Q/WXXH 00035-2014、Q/WXXH 00045-2013、GB/T 31121-2014、GB/T 22474-2008、GB/T 29602-2013、GB 17325-2005、GB/T 21732-2008、Q/WXXH 00055-2013、Q/WXXH 00095-2015、Q/WXXH 00085-2014、GB 19640-2005											
昆山廠2016年檢驗結果	2016年總計檢測成品311次，其中發生1件淨含量不足情事。											



會計師有限確信報告

資會綜字第 17005558 號

鮮活控股股份有限公司 公鑒：

本所受鮮活控股股份有限公司（以下稱「貴公司」）之委任，就選定 2016 年度企業社會責任報告書（以下稱「社會責任報告書」）所報導之績效指標執行確信程序。本會計師業已確信竣事，並依據結果出具有限確信報告。

確信標的資訊與報導基準

有關 貴公司所選定 2016 年度社會責任報告書所報導之績效指標（以下稱「確信標的資訊」）及其報導基準詳列於 貴公司 2016 年度社會責任報告書第 91 至 92 頁之「確信項目彙總表」。

管理階層之責任

貴公司管理階層應依據適當報導基準編製及報導 2016 年度社會責任報告書及其績效指標，並應建置相關流程、資訊系統及內部控制以防範 2016 年度社會責任報告書及績效指標有重大不實表達之情事。

執業人員之責任

本執業人員依據確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，對確信標的資訊執行確信工作，以發現前述資訊是否在所有重大方面有未依報導基準評估而須作重大修正之情事，並出具有限確信報告。此報告不對 2016 年度社會責任報告書整體及其相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信。

執業人員之獨立性及品質管制規範

本執業人員及本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、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

本所適用審計準則公報第四十六號「會計師事務所之品質管制」，因此維持完備之品質管制制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

所執行確信工作之彙總說明

本次確信工作依確信標的資訊，以 貴公司為工作執行範圍，執行之程序包括：

- 閱讀企業社會責任報告書
- 對參與提供績效指標的相關人員進行訪談，以瞭解並評估編製前述資訊之流程、內部控制與資訊系統；
- 基於上述瞭解與評估，對績效指標進行分析性程序，如必要時，則選取樣本進行測試，以取得有限確信之證據。

上述執行程序之選擇係基於本執業人員之專業判斷，包括辨認確信標的資訊可能發生重大不實表達之領域，以及針對前述領域設計及執行程序，以取得有限確信並作出執業人員之結論。有限確信所執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小。有限確信所取得之確信程度明顯低於合理確信案件所取得者。

先天限制

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

有限確信結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本執業人員並未發現確信標的資訊在所有重大方面有未依報導基準評估而須作重大修正之情事。

其它事項

貴公司網站之維護係 貴公司管理階層之責任，對於確信報告於 貴公司網站公告後任何確信標的資訊或報導基準之變更，本執業人員將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

資誠聯合會計師事務所

會計師 李宜樺



2017年12月12日