



聯發國際餐飲事業股份有限公司

LIAN FA INTERNATIONAL DINING BUSINESS CORPORATION

聯 手 共 創 · 蓄 力 全 發

2024 永續報告書

Sustainability Report

Sharetea®

UG
UNI GREEN

MAMAK檔
正宗馬來西亞風味



目錄 | Contents

1 綠色品牌價值

1.1 綠色創新與研發	19
1.2 供應鏈與採購管理	23
1.3 食品品質安全管理	32
1.4 顧客關係經營管理	43
1.5 資訊安全與個資保護	48

關於本報告書	02
經營者的話	04
2024年永續績效亮點	06
關於聯發國際	09
永續治理與發展	12
利害關係人議合	13
重大主題鑑別	15
重大主題說明與回應	17

2 多元健康職場

2.1 人才吸引與留任	53
2.2 人才培育與發展	64
2.3 職業安全與健康	68
2.4 人權維護與共融	75

3 環境社會友善

3.1 氣候變遷因應(TCFD)	80
3.2 能資源管理	84
3.3 廢棄物管理	88
3.4 社會共榮	88

4 誠信永續經營

4.1 公司治理	93
4.2 經營績效	99
4.3 風險管理	100
4.4 誠信經營	103

附錄

附錄一：GRI永續性報導準則(GRI準則)對照表	106
附錄二：永續會計準則SASB對照表	114
附錄三：上市上櫃公司氣候相關資訊	116
附錄四：會計師有限確信報告	119

關於本報告書 GRI 2-1、2-2、2-3、2-4、2-5

聯發國際餐飲事業股份有限公司（以下簡稱聯發國際、(本)公司或我們）於2025年8月首次出版永續報告書。本報告書依循全球永續性報告書協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布的永續性報導準則（GRI Standards 2021）之核心選項為撰寫原則。同時以利害關係人對重大性議題的關注程度進行分析，以持續規劃與調整本公司永續發展目標與策略。

本永續報告書內容以「綠色品牌價值」、「多元健康職場」、「環境社會友善」、「誠信永續經營」為報告書章節主軸，涵蓋聯發國際在環境、社會與治理三大面向的具體作為、績效表現及未來規劃。您可於本公司官方網站「永續發展」線上瀏覽及下載中文電子版。若您有任何關於本報告書內容之建議或意見回饋，誠摯歡迎您與我們聯絡。

報告書編制與揭露準則

全球永續性標準理事會
Global Sustainability Standards Board, GSSB

- GRI 2021年版核心選項
- GRI主題準則2016、2018 及2020年版

國際永續準則理事會
International Sustainability Standards Board, ISSB

- 美國永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board) SASB準則

國際金融穩定委員會
Financial Stability Board, FSB

- 氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)

臺灣證券交易所
Taiwan Stock Exchange Corporation

- 上市上櫃公司永續發展實務守則
- 上市公司編製與申報永續報告書作業辦法

英國Account Ability組織

- AA1000 當責性原則標準之重大性、包容性、回應性及衝擊性

聯合國
United Nations

- 聯合國全球永續發展目標 (UN Sustainable Development Goals, SDGs)

報告書資訊

資料揭露時間範圍	以2024年1月1日至2024年12月31日的資料為主，與2024年合併財報一致。部分章節資訊、數據統計至2025年6月30日。本公司於2025年8月首次出版永續報告書，並無資訊重編之情形。			
資料範疇/組織內	本報告書揭露之資料範圍包括聯發國際臺灣總部與臺灣9家直營門市，不包含合併財務報表中之子公司及海外據點（關係企業相關資料請參閱《113年度聯發國際年報》），若有涉及其它報告範疇則於報告書內文中特別註明。			
資料範疇/組織外	股東及投資人、員工、消費者、商業合作夥伴、政府及主管機關、社區與社會大眾、媒體			
數據品質管理	本報告書各項資料及統計數據來自於自行調查與統計的結果。營運績效引用經由勤業眾信聯合會計師事務所簽證之財務年報資料，依照國際財務報導準則 (International Financial Reporting Standard, 簡稱IFRS) 所揭露之財務報表彙總而來，所有金額以新臺幣為單位。	聯發國際 2024年度年報		
內部執行與審查	本報告書各項資料及統計數據由聯發國際各單位提供，由永續發展小組成員進行章節架構整體規劃後進行編撰。經由永續發展小組、各部門主管檢視各章節內容與資訊正確性。經過第三方查證，以確保報告書品質。本報告書呈永續發展小組複核相關內容後定稿，並於2025年8月提報董事會通過後發行。			
外部查核	本報告書委由國富浩華聯合會計師事務所依照依財團法人中華民國會計研究發展基金會發布之確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行會計師有限確信(limited assurance)，並取得會計師出具之確信報告，確信範圍及結論詳本報告書附錄之獨立確信報告。			
發行資訊	本版於2025年8月29日發行，下一版將於2026年8月發行。			
編製單位與 聯絡窗口	編製單位：聯發國際永續發展小組 電話：(02)2654-8585 E-mail： esg@1992sharetea.com	網站 資訊	聯發國際官網 	永續發展 



經營者的話 GRI 2-22

2024年是本公司的永續元年，在落實ESG方面持續推進。我們發表新茶飲品牌，打造第二條成長曲線，傳遞綠色品牌價值；同時積極培育人才，提升員工幸福感，並持續回饋社會，善盡企業社會責任。此外，透過優化公司治理結構，進一步強化治理能力，邁向永續發展企業，實現長遠價值與承諾。這一切的推進不僅需要管理者的決心，更需要同仁們的共同努力。

自1992年以珍珠奶茶品牌「Sharetea歇腳亭」起家，30多年來拓展超過十幾個國家，擁有數百家門市，致力於推廣台灣茶飲文化。在美國和香港成立子公司，並建立倉儲物流系統，以提供加盟主優質服務與支持，確保消費者享有最高品質的產品。UG在半年內成功拓展8家直營店，單店單日平均銷量突破1,300杯，展現本公司在創新品牌打造上的實力。未來，UG將進一步拓展海外市場，整合集團資源，邁向國際餐飲品牌的重要里程碑。我們透過UG推動品牌永續發展，攜手大眾共創永續未來。

隨著市場變遷與AI時代來臨，本公司於2024年發表全新茶飲品牌「UG樂己」，為全台首間全AI系統化的茶飲品牌。門市導入AI智能茶飲機，確保品質穩定，並透過數據化管理精準控制原料使用，避免資源浪費及有效控管成本。智慧化清洗功能可連結用水量控管，提升營運效率及供應鏈管理。我們亦深度經營會員關係，透過線上系統點餐、查閱取餐時間與累積點數，提升顧客滿意度。同時，公司加強投入數據科技人才、資源，強化資訊分析與資安管理。

在品牌經營上，我們秉持「食安第一」原則，嚴格把關食品安全。食品全部執行原物料及產品的自檢與委外送檢，並推動年度供應商及倉儲評鑑作業，確保食品品質與安全。針對國內製造廠供應商，開發檢核階段執行社會責任與環境管理評估，並定期巡檢門市，為消費者提供安心高品質的消費環境。

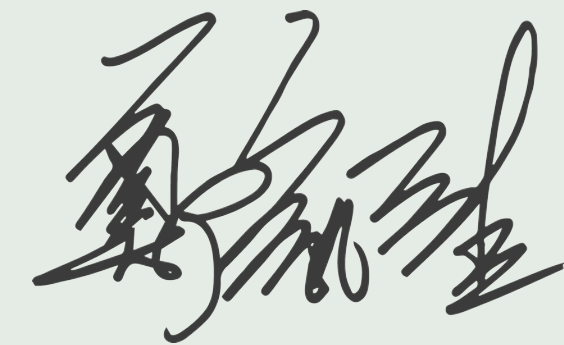
除了業務發展，我們亦積極推動環境友善行動。總部與直營門市導入節能設備，降低能源使用，並與合規公司合作完善廢棄物管理，以減少環境負擔。此外將依主管機關排程導入外部合作機構，於2025年逐步導入溫室氣體盤查計畫。

我們致力打造多元健康的職場環境，提供具競爭力的薪酬與培育計畫。2024年成立員工持股信託計畫，並通過庫藏股轉讓予員工辦法，持續優化員工激勵與留才計畫。

我們發展線上教育平台，提供進修機會與職涯發展，並推動性別平等教育課程，營造多元且平等的工作環境。此外，公司提供全面的職業安全保障，包括團保僱主意外責任險、僱主補償契約責任險及商務旅行團體傷害保險，確保員工工作無憂。透過贊助藝文活動、捐贈物資關懷弱勢族群，展現企業社會責任。2024年員工旅遊融入ESG精神，舉辦淨灘活動，提高環境意識；聖誕家庭日則邀請公益團體合作表演，讓員工親身參與公益。

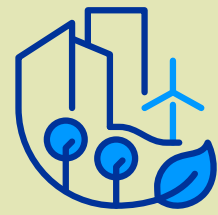
本公司自創立以來，致力於將台灣品牌與文化推向全球，秉持誠信治理方針，深耕海內外市場，提升營運績效，並穩健遵循法規，降低經營風險，持續打造讓消費者、股東、員工與合作夥伴都滿意的幸福企業。

聯發國際餐飲事業股份有限公司 董事長 鄭凱隆



2024年永續績效亮點

環境與品牌永續



總部人均用水量下降近

52.63%



總部人均用電量下降近

29.42%



前五大物料向生產場所設於台灣的供應商之在地採購比例為**21%**



2024年委由我們委託第三方公正單位執行**105**件檢驗，包括原物料51件、商通產品12件與門市抽驗42件



新品牌UG滿意度達**87.3%**
以上消費者滿意



2024年供應商評核完成率**100%**；
共評核22家



2024年投入研發費用**15,623**仟元



2024年舉辦內部食安宣導教育訓練共**3**場

2024年永續績效亮點

員工與社會共榮



總員工人數達224人，新進員工達232位，新進雇用率為**103.6%**，創造社會就業機會



2024年共舉辦**2**場職工福利活動



2024年共舉辦**4**場勞資會議



員工薪資與福利
165,511
千元



2024年舉辦1場記者會，1場媒體餐敘



員工教育訓練累計總時數達**1,593**小時



2024年員工薪資調幅上升**5%**



女性主管比例達**48.9%**



平均每位員工教育訓練時數達**7.11**小時



2024年社會參與投入經費**530,000**元



關懷員工身心健康，2024年共舉辦50場健康促進活動、盲人按摩服務12場，總計**360**人次參與。
健康諮詢服務，護理師37次，醫師3次，總計**84**人次參與。



非主管職之全時員工薪資平均數新臺幣**797**千元

2024年永續績效亮點

誠信與永續治理



合併營收**691,146**仟元，EPS **2.41**元



2024年無資安事件



持續舉行董事進修課程：2024年平均每位董事進修時數達**6**小時。



2024年舉辦1場法人說明會



2024年董事會共召開9次，
平均實際出席率**100%**，
績效評估結果為「良好」。



2024年度執行稽核計畫，
稽核結果無貪腐事件發生。



審計委員會共召開8次會議，實際出席率**100%**。



薪酬委員會共召開6次會議，實際出席率**100%**。

關於聯發國際 GRI 2-1、2-6、2-7、201-1；FB-RN-000

聯發國際手搖飲品牌「歇腳亭Sharetea」創立於1992年，現已發展成為一個致力於國際品牌發展的餐飲集團。公司不僅經營連鎖茶飲服務，更跨足南洋美食主題餐廳「MAMAK檔」星馬料理等多元餐飲品牌。2024年推出的全新時尚茶飲品牌「UG」。我們以「聯手共創、蓄力全發、永續國際」為經營理念，目標是打造一個讓消費者、加盟主、供應商、員工及股東都滿意且幸福的企業，並積極將台灣品牌推向國際。

本公司目前在全球四大洲、超過10個國家擁有數百家門市，尤其在美國市場表現亮眼。聯發國際注重國際視野人才的培育，並透過不斷創新餐飲經營模式和完善連鎖餐飲管理制度，朝向成為領軍全球的餐飲集團邁進。公司於2022年1月正式上櫃，並持續拓展其全球餐飲版圖。

主要業務與服務項目

本公司主要業務為經營連鎖餐飲服務業，提供包含飲料、餐食料理等餐飲之銷售與服務。董事長鄭凱隆先生於1992年創立「Sharetea歇腳亭」品牌，以外帶式茶飲的商業模式在飲品界嶄露頭角，屢次榮獲GSP優良認證，從此市場口碑「歇腳亭」與「好茶」畫上等號。30多年來，透過直營、加盟及區域代理等模式，將「Sharetea歇腳亭」發展成為全球知名茶飲品牌，並於2018年跨足經營連鎖餐廳，2024年開創新品牌「UG樂己」，台灣手搖飲市場上大放異彩，深獲消費者青睞。目前公司旗下主要品牌為歇腳亭「歇腳亭Sharetea」、「UG樂己」及「MAMAK檔」。

公司基本資料

公司名稱：聯發國際餐飲事業股份有限公司
股票代號：2756，簡稱：聯發國際
成立時間：2004年2月26日
總部位址：新北市汐止區新台五路一段95號18樓之7
實收資本額：新臺幣2.45億元
公司員工人數：224人（2024年12月31日）
全球總門市數：463家（2024年12月31日）
包含台灣直營門市9家、台灣加盟及海外代理門市454家
2024年合併營收：6.91億元
2024年每股盈餘ESP：2.41元

Sharetea®

Sharetea歇腳亭1992年創立於台北，以外帶紅茶與珍珠奶茶起家。憑藉對茶葉品質的堅持與持續創新，迅速成為廣受歡迎的台灣品牌。品牌所有飲品均選用來自台灣的高品質茶葉與原料製作，確保風味與新鮮度。目前在全球四大洲超過10個國家設有數百家門市，於北美市場表現尤為亮眼。

- 主要產品 | 茶、奶茶、冰沙、海鹽、凍飲
- 目標市場 | 一般消費大眾

UG UNI GREEN

UG是聯發國際於2024年推出的全新時尚茶飲品牌，主打「每一口都是綠意花香」，以AI智能製茶結合優質茶葉，與集團旗下的經典品牌歇腳亭（Sharetea）形成差異化定位。截至2024年底，UG已在台灣開設8家直營門市，並積極拓展加盟與海外市場，布局包括香港、美國、新加坡、馬來西亞及澳洲，成為聯發國際的成長新引擎。

- 主要產品 | 茶、奶茶
- 目標市場 | P世代年輕客群

MAMAK檔 正宗馬來西亞風味

MAMAK檔是聯發國際旗下的南洋美食主題餐廳品牌。其名稱 "MAMAK" 源自馬來西亞當地對淡米爾裔穆斯林族群的稱呼，而 "檔" 則是指常見的街邊小吃攤。MAMAK檔旨在將豐富且多元的馬來西亞街邊美食文化帶進台灣，品牌強調其料理的道地性，由來自皇室御廚第三代傳人親自料理，力求將如海南雞飯、辣死你媽椰漿飯、印度咖哩飯、叻沙麵等著名馬來西亞美食的原汁原味呈現給台灣消費者。

- 主要產品 | 海南雞飯、辣死你媽椰漿飯、印度咖哩飯、叻沙麵、海南雞麵
- 目標市場 | 主題餐廳、小型團體聚餐

全球營運佈局

全球年銷破億杯 Many Thanks!

Sharetea 歌腳亭與 UG 的國際版圖

More Than 100,000,000 Cups!

The Global Stores of Sharetea and UG



Sharetea®

14 countries and regions

UG
UNI GREEN

Taiwan, Hong Kong, Malaysia, USA...

永續治理與發展

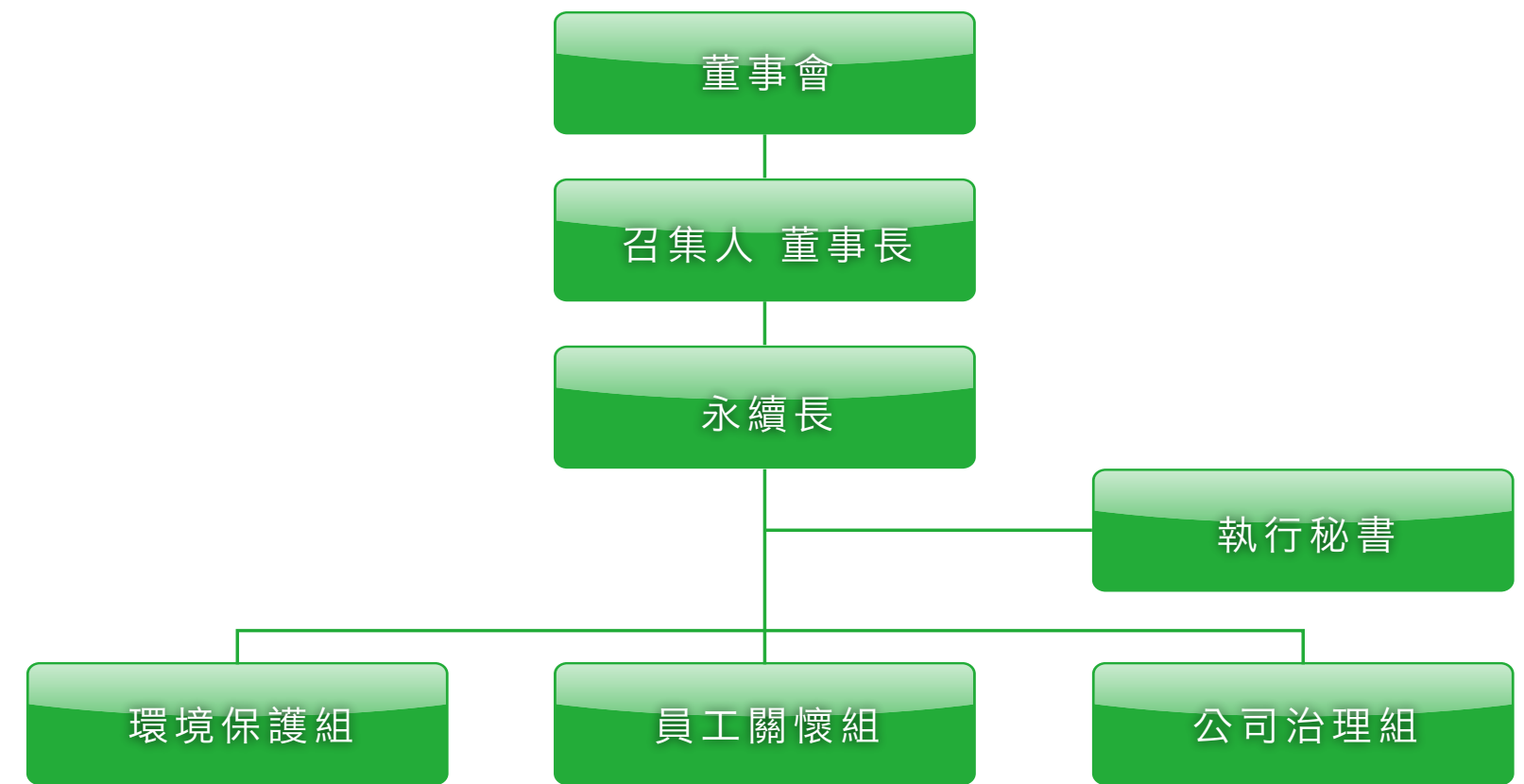
GRI 2-9、2-12、2-13、2-14、2-16、2-22、2-25

為兼顧企業經營與利害關係人權益，投入資源於環境與社會永續發展議題。聯發國際依循「誠信經營守則」、「永續發展實務守則」、「公司治理實務守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」等指導原則，於2024年正式成立「永續發展小組」，由董事長擔任召集人，以「環境保護」、「員工關懷」、「公司治理」三個面向設立專案編組，由各部門指派專員參與，負責規劃、推動、執行永續發展目標及策略，將企業經營策略與聯合國永續發展目標SDGs緊密結合，定期追蹤企業永續活動執行績效。透過小組定期開會討論，檢視短中長期目標落實情況，向董事會報告運作成效，並彙整董事建議提報於永續報告書。截至2025年6月30日止，共計召開8場工作會議，定期向董事會報告執行成果，並揭露於聯發國際永續發展。

聯發國際永續藍圖

聯發國際以聯合國永續發展目標(SDGs) 擬定「共榮共享，創建台灣品牌價值」為永續發展願景、「打造創新且永續經營的國際餐飲集團」為永續發展目標、「以環境永續、社會共榮、誠信治理為主要架構，鏈結重大性議題與SDGs」為永續發展策略，系統性訂定管理策略，並擬定行動方案，追蹤具體執行成果。

◆ 永續治理組織



執掌：

1. 制定永續發展願景、目標、策略、行動方案，追蹤執行進度與成效。
2. 整合各組執行成果，編撰年度ESG永續報告書。
3. 推展永續發展教育訓練，並定期向董事會呈報執行進度。



環境永續
創新綠色產品
提升環境永續力



社會共榮
實踐健康職場
發揮社會影響力



誠信治理
落實公司治理
累積集團品牌力

利害關係人議合

GRI 2-16、25、26、29、3-1、3-2、3-3

聯發國際重視利害關係人溝通，依據AA1000 SES利害關係人議合標準之五個面向，鑑別與營運密切相關之七大類別的利害關係人，分別為股東及投資人、員工、消費者、商業合作夥伴、政府及主管機關、社區及社會大眾、媒體，並建立多元溝通管道，即時揭露正確、客觀資訊，對利害關係人關切之議題進行蒐集、分析與溝通。目的在於協助利害關係人瞭解聯發國

際實踐企業永續發展過程中，納入利害關係人關切的議題，持續調整策略與行動方案，回應利害關係人之期待。2024年聯發國際與利害關係人之年度重大主題、日常營運中的議合方式與成果，彙整於年度永續報告書中，由永續發展小組呈報董事會。

利害關係人/ 對聯發國際重要性	對應 重大永續議題	議合方式及頻率	2024年議合成果	報告書 回應章節
股東及投資人 聯發國際秉持誠信與永續經營，資訊公開透明，維護股東長期價值。	<ul style="list-style-type: none"> 食品品質與管理 人才培育與發展 公司治理風險管理 經營績效 法規遵循與誠信經營 	<ul style="list-style-type: none"> 公告營業收入(每月) 公告財務報告(每季/年) 召開股東會、公告年報(每年) 召開法人說明會(不定期) 公開資訊觀測站與重大訊息(即時) 官網資訊揭露(即時) 透過發言人管道反應(不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年並未有因違反食品安全衛生管理相關法規被裁處罰鍰之情事 ✓ 即時於公開資訊觀測站及官網揭露公司重要財務業務資與重大訊息 ✓ 2024年5月27日召開股東常會 ✓ 2024年12月25日召開法人說明會 ✓ 適時更新官網 	1.2 供應鏈與採購管理 1.3 食品品質安全管理 2.2 人才培育與發展 4.1 公司治理 4.2 經營績效 4.3 風險管理 4.4 誠信經營
員工 員工是聯發國際最堅強的後盾。我們致力於打造多元平等、健康的工作環境，期與員工共同成長與發展。	<ul style="list-style-type: none"> 人才吸引與留任 人才培育與發展 職業安全與衛生 	<ul style="list-style-type: none"> 職工福利委員會(每季) 勞資會議(每季) 公司內部網站/電子郵件(不定期) 員工意見箱(不定期) 員工問卷調查(不定期) 教育訓練(不定期) 內部會議(每週/月) 臨場健康服務管理(不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年舉辦2場職工福利活動 ✓ 2024年舉辦4場勞資會議 ✓ 2024年平均每位員工教育訓練時數達7.95小時 ✓ 不定時提供盲人按摩服務，關懷員工身心健康 	2.1 人才吸引與留任 2.2 人才培育與發展 2.3 職業安全與健康

利害關係人/ 對聯發國際重要性	對應 重大永續議題	議合方式及頻率	2024年議合成果	報告書 回應章節
消費者 消費者是公司營收與獲得市場資訊的主要來源，是聯發國際持續成長與發展的動力。	<ul style="list-style-type: none"> 食品品質與管理 綠色創新與研發 顧客關係與健康管理 個資保護與資訊安全 法規遵循及誠信經營 	<ul style="list-style-type: none"> 服務專線、客服信箱(即時) 社群平台、通訊軟體(即時) 聯發國際生活誌(2024年Q3起，每季發行) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年並未有因違反食品安全衛生管理相關法規被裁處罰鍰之情事 ✓ 2024年新品牌UG消費者滿意達87.3%以上 ✓ UG會員人數突破10萬人 ✓ 2024年出版聯發國際生活誌 ✓ 2024年無發生資安事件 ✓ 2024年投入研發費用15,623仟元 	1.1 綠色創新與研發 1.2 供應鏈與採購管理 1.4 顧客關係經營管理 1.5 資訊安全與個資保護 4.4 誠信經營
商業合作夥伴 代理商與加盟者、供應商是支持聯發國際業務與營運發展的角色，我們期與商業合作夥伴建立永續夥伴關係，共同落實ESG。	<ul style="list-style-type: none"> 供應鏈管理及食品採購 食品品質與管理 人才培育與發展 法規遵循與誠信經營 	<ul style="list-style-type: none"> 電話、通訊軟體、Email(不定期) 業務拜訪、溝通會議、區域督導巡點(不定期) 加盟者大會(不定期) 客戶滿意度調查(不定期) 供應商評鑑(每年) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年供應商評核完成率100%；共評核22家 ✓ 委由第三方公正單位執行105件檢驗，包括原物料51件、商通產品12件與門市抽驗42件 ✓ 舉辦內部食安宣導教育訓練共3場 	1.2 供應鏈與採購管理 1.3 食品品質與安全管理 2.2 人才培育與發展 4.4 誠信經營
政府及主管機關 聯發國際主動掌握政府政策並遵循法規，以健全及強化公司治理。	<ul style="list-style-type: none"> 食品品質與管理 資訊安全管理 職業安全與衛生 人權維護與多元共融 公司治理與風險管理 法規遵循與誠信經營 	<ul style="list-style-type: none"> 法規查核(每年) 公司治理評鑑(每年) 公文往來、Email、電話溝通、問卷調查(不定期) 參加政府機關主辦之法規宣導會或課程(不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 遵循法令辦理相關資訊公告申報 	1.3 食品品質與安全管理 1.5 資訊安全與個資保護 2.3 職業安全與健康 2.4 人權維護與共融 4.1 公司治理 4.3 風險管理 4.4 誠信經營
社區及社會大眾 聯發國際與社區及公益團體保持良好互動關係，以專業核心能力回饋社會，確實履行企業社會責任。	<ul style="list-style-type: none"> 食品品質與管理 顧客關係與健康管理 職業安全與衛生 人權維護 社會共融 法規遵循及誠信經營 	<ul style="list-style-type: none"> 公益活動(不定期) 愛心捐贈(不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年門市通過台北市衛生局的現場稽查與物品抽驗高達1次。 ✓ 捐助樂山教養院並協助舉辦公益活動 ✓ 2024年捐贈公益團體共計530,000元 	1.3 食品品質與安全管理 1.4 顧客關係與經營管理 2.3 職業安全與健康 2.4 人權維護與共融 3.4 社會共榮 4.4 誠信經營
媒體 媒體／社群網路是現今社會的縮影，已成為聯發國際對外保持溝通的重要媒介。	<ul style="list-style-type: none"> 顧客關係與健康管理 公司治理與風險管理 法規遵循及誠信經營 	<ul style="list-style-type: none"> 記者會(視需求) 新聞稿(不定期) 電話、通訊軟體、Email(不定期) 官網最新消息揭露(不定期) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2024年舉辦1場記者會 ✓ 2024年舉辦1場媒體餐敘 ✓ 2024年並未發生重大違反法規事件 	1.4 顧客關係與經營管理 4.1 公司治理 4.3 風險管理 4.4 誠信經營

重大主題鑑別 GRI 3-1、3-2、3-3

聯發國際遵循GRI準則發展系統化分析方法，透過「外部環境分析」、「鑑別衝擊議題」及「確認與揭露」三大步驟進行重大主題分析，做為年度永續報告書資訊揭露與企業永續治理的基礎。

Step 1. 外部環境分析		Step 2. 鑑別衝擊議題		
鑑別利害關係人	<p>7大類利害關係人</p> <p>聯發國際依據AA1000 SES利害關係人議合標準，鑑別與營運密切相關之7大類別的利害關係人，分別為股東及投資人、員工、消費者、商業合作夥伴、政府及主管機關、社區及社會大眾、媒體。</p>	<p>5項 P品牌面議題</p> <ul style="list-style-type: none"> 綠色創新與研發 供應鏈與採購管理 食品品質安全管理 顧客關係經營管理 資訊安全與個資保護 <p>5項 S社會面議題</p> <ul style="list-style-type: none"> 人才吸引與留任 人才培育與發展 職業安全與衛生 人權維護與共融 社會共榮 	利害關係人關注程度	<p>143位利害關係人回饋</p> <p>針對與聯發國際互動頻繁、具影響力之利害關係人進行問卷調查，藉此分析利害關係人對聯發國際各永續議題之關注程度。2025年共回收143份有效問卷。</p>
評估永續議題	<p>16個議題</p> <p>依據國際永續標準與規範(GRI Standards、SDGs)、產業標竿、聯發國際永續發展目標及利害關係人回饋，彙整出永續議題，進一步鑑別重大程度。</p>	<p>4項 E環境面議題</p> <ul style="list-style-type: none"> 氣候變遷因應(TCFD) 能源管理 水資源管理 廢棄物管理 <p>2項 G治理面議題</p> <ul style="list-style-type: none"> 公司治理與風險管理 法規遵循及誠信經營 	對公司營運之衝擊	<p>19位中高階主管</p> <p>由聯發國際經營層（總經理、副總、協理及各部門副理級以上主管）評估每個永續議題對公司營運之衝擊影響程度，同時檢視公司長期發展的永續藍圖與策略。2025年共回收19份有效問卷。</p>

Step 3. 確認與揭露			
<p>確認重大主題</p>	<p>6個重大主題</p> <p>經由永續發展小組針對衝擊主題進行鑑別與討論，確認6個重大永續主題，並繪製重大性主題矩陣圖。</p> <p>合併揭露：考量主題內涵完整性，將部分重大主題合併揭露。</p>	<p style="text-align: center;">重大主題矩陣</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; width: 30%;"> <p>P 品牌面</p> <p>供應鏈與採購管理 食品品質安全管理 顧客關係經營管理 資訊安全與個資保護</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; width: 30%;"> <p>S 社會面</p> <p>人才吸引與留任 人權維護與共融</p> </div> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; width: 30%;"> <p>G 治理面</p> <p>公司治理與風險管理 法規遵循及誠信經營</p> </div> </div> <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">註：公司治理與風險管理、法規遵循及誠信經營，納入一般主題揭露。</p>	<p>6個短中長期目標</p> <p>聯發國際針對重大主題訂定2025年短期目標及2027年中長期目標，並由永續發展小組每年檢視目標達成狀況，做為各項ESG專案參考依據，並揭露於年度永續報告書中，向外界傳遞聯發國際ESG實際投入與具體作為。</p>
<p>審查揭露內容</p>	<p>8個GRI特定主題</p> <p>6個重大主題符合13個GRI準則特定主題，據此作為本報告書編撰基礎，依循蒐集及揭露內部資訊、數據與管理方針。</p>		<p>8場小組會議</p> <p>截至2025年6月30日止，共計召開8場工作會議，定期向董事會報告執行成果，並揭露於聯發國際永續發展。</p>

重大主題說明與回應 有關重大主題之說明與衝擊邊界、對應GRI/SASB準則與SDGs，以及本報告書之回應章節彙整如下。

ESG 面向	重大主題	重大主題說明	重大主題衝擊邊界(註)		對應 GRI/SASB準則	對應 SDGs	本報告書 回應章節
			組織內 公司本身	組織外 利害關係人			
品牌	供應鏈與採購管理	為確保食品安全與原料穩定供應，本公司重視供應鏈的風險控管與食品原料來源的透明性，落實供應商之永續管理機制，確保原料品質符合衛生與環保標準。	●	■	GRI 2、GRI 3 GRI 204 GRI 308 GRI 414 SASB FB-RN-430		1.2. 供應鏈與採購管理
品牌	食品品質安全管理	聚焦於產品品質的穩定與提升，強化品管制度、食品追溯機制及製程監控，確保最終產品符合食品衛生安全法規與顧客期待。	●	●	GRI 3 GRI 416、GRI 417 SASB FB-RN-250 SASB FB-RN-260		1.3 食品品質安全管理
品牌	顧客關係經營管理	本公司致力於提供健康、安全與創新的產品，並透過多元溝通管道了解顧客需求與回饋，強化顧客滿意度及品牌信任，實踐顧客健康與永續承諾。	●	●	GRI 3		1.4 顧客關係與經營管理
品牌	資訊安全與個資保護	因應餐飲服務業日益數位化趨勢，本公司持續強化資訊安全管理，確保消費者與員工個人資料保護，並維持系統機密性、完整性與可用性，以降低營運中斷與資安風險。	●	●	GRI 3 GRI 418		1.5 資訊安全與個資保護
社會	人才吸引與留任	匯聚熱血創新的夥伴，致力於建立具產業競爭力之職場環境，融合食品專業與創新思維，吸引優秀人才加入，並透過具發展性的職涯規劃與完善福利制度，強化員工留任意願。	●	▲	GRI 2 GRI 3 GRI 401、GRI 402、GRI 405 SASB FB-RN-310		2.1 人才吸引與留任
社會	人權維護與共融	主張每個人都應被尊重與保護，不分種族、性別、年齡、宗教、身心狀況或社會地位。進一步推動多元共融，促進不同文化、族群與群體之間的平等交流與共同成長，建構一個包容且具有韌性的社會。	●	▲	GRI 3 GRI 2-23 GRI 2-25		2.4 人權維護與共融

● 直接衝擊：重大主題「直接」對該利害關係人造成衝擊。

▲ 間接衝擊：重大主題對利害關係人來說雖然不會對他們造成直接影響，但若聯發國際在該議題上發生變動，仍是會牽動其權益。

■ 商業關係：重大主題可能會需要和利害關係人合作(如採購、委外等)。

1 Chapter

- 1.1 綠色創新與研發
- 1.2 供應鏈與採購管理
- 1.3 食品品質安全管理
- 1.4 顧客關係經營管理
- 1.5 資訊安全與個資保護

對應聯合國永續發展目標 SDGs



綠色品牌價值 Green Brand Value

聯發國際持續以「綠色創新」為核心，致力於產品研發、品質把關與顧客體驗三方並進，積極推動在地採購與高風險品項替代，以建構韌性供應鏈；並導入數據分析深化顧客關係經營，兼顧資訊安全與隱私保護。在研發策略上，透過全球總部研發中心整合資源，聚焦市場趨勢與健康導向產品開發，落實以消費者為本的品牌價值，展現企業以創新回應市場與環境挑戰的決心。



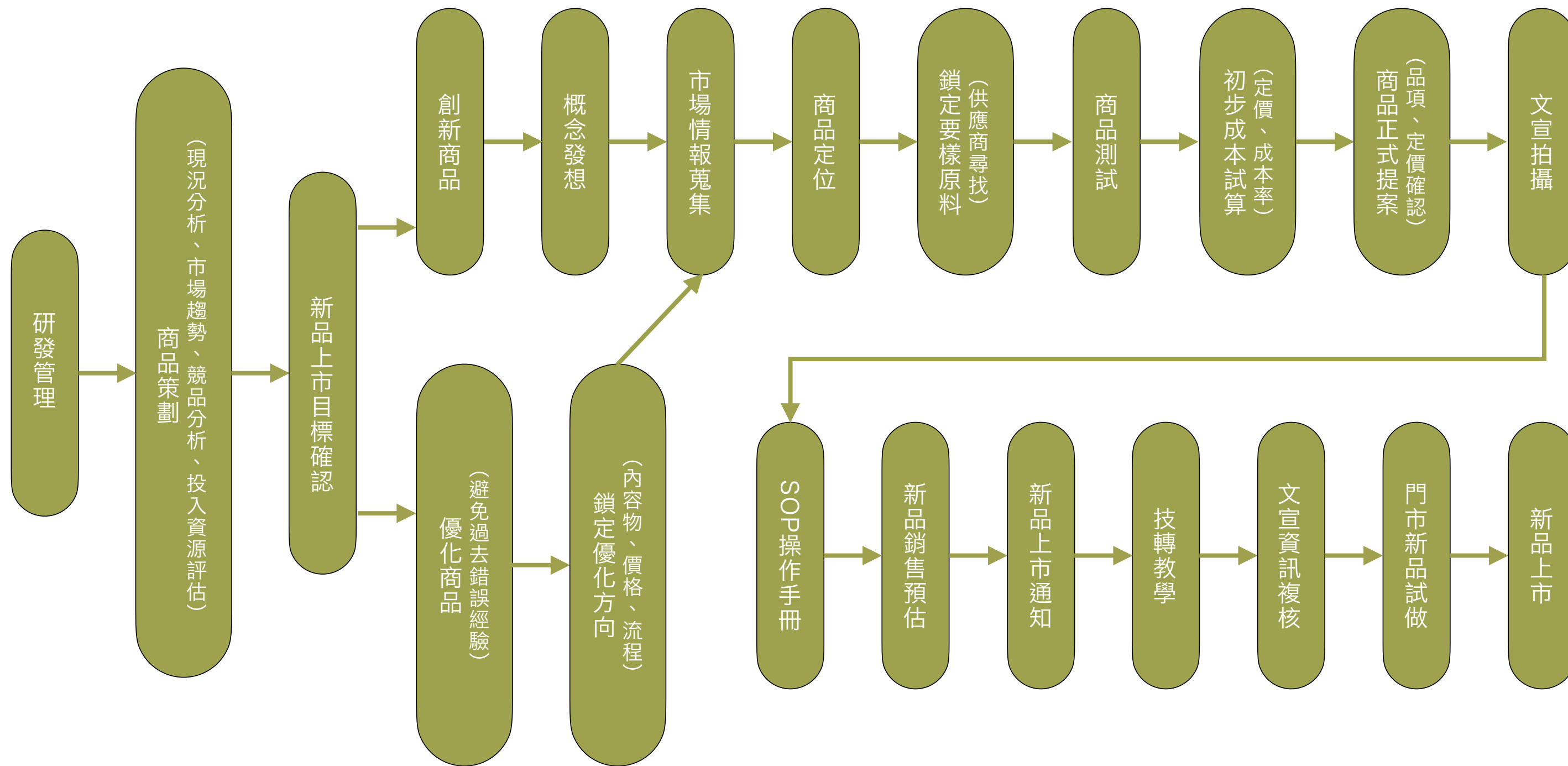
永續亮點

- ✓ 2024年投入研發之費用15,623仟元，佔年度營收比例2.3%
- ✓ 前五大物料向生產場所設於台灣的供應商之在地採購比例為21%
- ✓ 實地稽核供應商共22家，100%主要協力廠商通過合規審查
- ✓ 訂單準確率98%，交期準時率93%
- ✓ 供應商評核完成率100%、低績效供應商改善率100%
- ✓ 2024年新品牌UG滿意度結果調查：整體顧客滿意度達87.3%
- ✓ 2024年未發生重大資安事件

1.1 綠色創新與研發

1.1.1 研發策略

聯發國際長期深耕茶飲市場，秉持對品質的堅持與對市場趨勢的敏銳洞察，持續擴充研發量能，致力打造具備創新力與市場穿透力的產品。公司成立「全球總部研發中心」作為創新核心據點，負責推動國內外市場多元化產品的開發與導入，展現打造國際茶飲平台的企圖心。



研發策略核心在於「以茶為本、以市場為導向」，我們結合消費者偏好、生活型態與文化潮流，建立常態性情報整合機制，持續蒐集消費者回饋、社群趨勢與原物料展會資訊，轉化為產品開發的靈感來源。團隊成員來自門市、食品安全、茶學研究等領域，透過跨專業協作，將創意落實為具體商品，並建構商品資料庫與研發標準流程，提升開發效率與品質一致性。面對全球市場，我們重視在地風味調整與品牌一致性的雙重平衡，依據各地消費者的口味習慣，調整甜度與茶感，讓台灣的茶飲文化以創新形式走入世界。未來，聯發國際將持續優化研發流程、引進先進技術，挑戰更高標準，深化品牌國際競爭力。



◆ 研發費用佔營業收入比重

單位：新臺幣仟元

項目/金額	2022	2023	2024
研發費用	12,537	13,707	15,623
營業收入	789,597	739,192	691,146
佔營業收入比例(%)	1.6%	1.9%	2.3%

◆ 研發人員佔總員工人數比重

單位：位

項目/金額	2022	2023	2024
研發人員	5	5	5
總員工人數	111	109	224
佔總員工數比例(%)	4.5%	4.6%	2.2%

1.1.2 研發成果

2024年，聯發國際以全新品牌UG為平台，展現整合市場趨勢與技術創新的研發成果。UG以「健康輕負擔、潮流新口感」為定位，推出多款具功能性的創新商品，包括減糖配方、高蛋白果昔、低卡茶凍與燕麥粒等，回應全球消費者對「低糖、高蛋白、天然成分」的強烈訴求。根據內部CRM數據與國際食品趨勢報告，超過六成顧客期望更健康的飲品選項，UG的推出正是對此趨勢的積極回應。

在製程與設備層面，我們導入自動化萃茶技術與AI智能調飲機，精準控制出料比例與口感一致性，大幅提升生產穩定性與

效率。同時，全茶品採冷萃保存，並設立5小時內使用完畢的鮮度控管機制，確保每一杯飲品品質如一。UG品牌亦推出客製化開發的花香茶系列，包含「三窠茉莉綠茶」、「山茶花紅烏龍」等稀有品項，提升品牌獨特性與辨識度。在資訊透明面，我們主動於杯貼標示總熱量與咖啡因含量，公開全糖甜度資訊，建構消費者信賴的品牌形象。

這些成果體現聯發國際「科技導入 × 品質進化 × 健康友善」的核心理念，不僅強化我們在產品創新與技術研發上的領先地位，更為未來的國際擴張奠定堅實基礎。



1.1.3 機密資料保護

對商業機密的保護聯發國際採取多層次的管理措施。商業機密保護範圍涵蓋供應鏈資訊、研發資料、戰略規劃與風險評估，並透過與員工、供應商及合作夥伴簽訂保密協議、使用安全儲存系統，以及在報告中採取匿名化或聚合數據等方式，避免洩露敏感細節。

1.1.4 未來挑戰與因應作為

類別	延伸挑戰	因應策略
商業模式轉型壓力 面對數位轉型與營運效率要求，傳統以門市營運為主的模式已不敷使用。	<ul style="list-style-type: none"> 人才需快速適應新科技工具 供應鏈與製程的標準化壓力上升 	智慧化升級，優化商業模式 <ul style="list-style-type: none"> 導入人機協作機制：透過 AI 與自動化設備輔助研發與製程，提高一致性與效率。 數據驅動決策：建立跨部門數據平台，作為研發與營運依據。 人才數位轉型培訓：培養能整合數據與科技應用的複合型人才。
附加價值不足導致品牌同質化 市場品項趨同，消費者對飲品不再只看口味，而追求理念共鳴、健康概念與文化體驗。	<ul style="list-style-type: none"> 缺乏品牌獨特性易導致消費疲乏 商品難以在新市場建立品牌識別 	深化附加價值，強化品牌共鳴 <ul style="list-style-type: none"> 品牌文化創新：從飲品中延伸品牌理念，如「茶的溫度」、「飲的態度」，建立品牌哲學。 功能型飲品研發：強化健康、永續、情緒價值等特性，打造「不只好喝」的飲品。 五感體驗式行銷：融合視覺包裝、門市氛圍、故事行銷，打造可共鳴的消費體驗
產業變動快速、研發更新壓力大 市場趨勢變化快，若研發節奏無法跟上，很容易錯失商機。	<ul style="list-style-type: none"> 商品生命週期縮短 新品失敗成本增加 	「知行合一」精準研發策略，鞏固與開拓市場 <ul style="list-style-type: none"> 定期市場對焦：分析既有商品表現，調整品項結構與主打組合。 滾動更新年度研發計畫：每半年依市場變化調整開發重點與資源配置，維持研發敏捷性。 打造第二明星商品：透過新品試水溫與定向開發機制，塑造可代表品牌識別的新爆款，提高品牌聲量與消費黏著度。

1.2 供應鏈與採購管理 GRI 3-3

衝擊影響
<p>供應鏈管理在確保產品品質、控制成本及如期交貨方面扮演關鍵角色。若合作廠商未能達到標準，可能導致交貨延遲、品質不符或觸法風險，進而影響企業聲譽與營運穩定。面對極端氣候可能造成的供應與運輸中斷，須建立完整的應變計畫，以降低營運衝擊。因此，企業需建構一套前瞻且完善的供應鏈管理機制，不僅確保食品安全與品質控管，更能融入環保節能與永續採購理念，實踐ESG永續發展目標，實現企業與社會共榮的願景。</p>
政策承諾
<p>聯發國際致力於打造一個公開透明、具高度責任感的供應鏈體系，確保合作夥伴全面遵守食品安全、環境永續與社會責任等各項標準，並透過定期審查與評估，確保其持續達成合作要求。同時，我們積極與全球夥伴攜手合作，探索創新且具永續性的技術與策略，持續優化營運模式，朝向更節能減碳、環保友善的方向邁進。</p>
採取之行動
<ul style="list-style-type: none"> • 建立供應商審核機制：透過系統性的評估流程，針對供應商的產品品質、交貨履約能力及法規合規性進行審查與評估。 • 檢驗報告要求：明確規定供應商須提供經第三方檢驗之食品安全報告，以確保其產品符合相關法規與安全標準。 • 供應商能力輔導：對表現有待提升之供應商提供必要的技術輔導與管理建議，協助其提升生產流程與品質控管能力，以達到雙方長期穩定合作的目標
短期目標
<ul style="list-style-type: none"> • 2025年完成《聯發國際餐飲集團供應商企業社會責任行為準則》，40%主要供應商進行簽署；2026年將加入社會及環境衝擊第七大面向之實地稽核與自評問卷，完成主要供應商100%的評比。 • 導入風險應變流程，建立供應鏈風險地圖，針對高風險品項設定替代策略與應變計畫，完成10項高風險品項的替代方案與年度模擬演練。

中長期目標
<ul style="list-style-type: none"> • 深化供應商永續管理制度：納入 ESG 評估指標（如碳排放、社會責任、環境認證等），強化永續採購準則，導入 ESG 評估制度之供應商占比達 90%，高風險供應商改善或替換率達 100%。 • 建構綠色與在地化採購策略：增加使用具環保標章或低碳足跡產品，並逐年提升在地採購比例，綠色採購占整體採購比重達 10%，在地採購比例逐年提升 10%
評估機制
<p>由食安部門透過供應商管理辦法以及評鑑制度，定期審查供應商績效，包含品質、交期與合規性指標，嚴加把關供應商之品質，恪遵食品安全的相關法規；並建立稽核與回饋機制，由稽核結果評估交易金額，確保供應商持續改進。</p>
績效結果
<ul style="list-style-type: none"> • 主要協力廠商100%通過合規性審查，實地稽核廠商計22家。 • 訂單準確率98%、交期準時率93%。 • 供應商評核完成率100%、低績效供應商改善率100%。 • 導入風險預警與應變流程，完成12項高風險品項的替代方案。
利害關係人議合
<p>2024年共舉辦 15 場定期或不定期與供應商進行會議與實地訪查，確保雙方溝通順暢、增進彼此信任與合作默契。同時，供應鏈管理人員亦持續與法務部門合作，確保供應鏈策略符合法規要求並契合企業永續發展目標。</p>

1.2.1 供應鏈概況 GRI 2-6

聯發國際自創立至今已有三十餘年，致力於連鎖餐飲的經營與發展，主要提供手搖飲料與餐食料理。目前旗下擁有自有品牌包括「Sharetea」、「UG樂己」與「MAMAK檔」，深受國內外消費者喜愛。供應鏈方面，我們依產品類型主要區分為茶飲與餐食兩大類。為確保商品品質穩定與追溯即時性，供應商類型多以自有工廠其具備自有產能，並非傳統經紀商或批發商體系。透過這樣的模式，能強化從源頭到最終產品的全程品質控管。

截至2024年，聯發國際與全球（含台灣與海外）約181家供應商有交易往來，涵蓋不同層級的合作對象。針對前20至30項營業額較高的關鍵物料，我們設有第二甚至第三備援供應商，以確保供應穩定性及降低潛在風險。在供應商選擇過程中，由專業研發團隊與品質管理部門共同把關，每批物料皆須通過嚴格

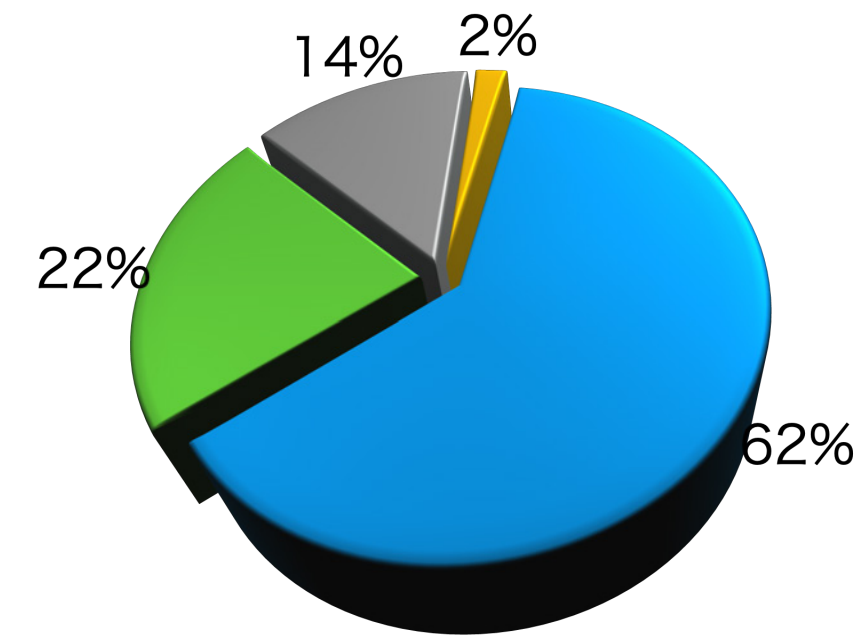
檢測，並符合各國法規規範。在供應商參與的業務範疇方面，整體供應鏈可分為上游、中游與下游三個主要階段：

<p>上游 涵蓋原物料</p>	<p>如香料、茶葉、糖與農產品等，通常由具備食品加工能力的工廠負責進口與尋找合規原料，並需符合當地法規與出口檢驗要求。</p>
<p>中游 聚焦於食品加工製造</p>	<p>主要服務包括原料調配、填充及包裝。合作工廠皆須取得如 SGS、ISO、HACCP 等國際認證；若涉及物流出口，還需提供 FDA、HALAL、FFR No.、DUNS No. 等文件。</p>
<p>下游 涵蓋通路與銷售</p>	<p>包括直營門市、量販、超市、百貨及其他零售通路，最終服務對象為消費者及通路合作夥伴。</p>



為掌握供應鏈組成與風險管理，我們與供應商的合作性質以長期穩定為主，皆簽訂正式採購契約，並以外銷標準進行比照管理，包括品質檢驗、工廠認證與成分規範等。除特殊聯名或一次性活動外，短期合作情形較少。長期合作帶來多重優勢，例如建立信任與默契、提升作業效率、降低成本、促進創新、分散風險、追求穩定收益，並共同強化品牌形象與市場口碑。聯發國際2024年採購項目分布以食材占比最大，達62%，反映於門市現場商品製作需求；其次為包材與周邊商品，占比22%；茶葉與農產品約占14%；委外加工服務比例則為2%。

飲料產業供應鏈亦具有其產業特性與挑戰，包括原料的多樣性與季節性、保質期短與儲存條件嚴格、生產與包裝流程複雜、分銷管道多樣化、市場需求波動快速、需面對各國食品法規的嚴格要求、全球化佈局與在地化適應兼具，以及環保與永續發展壓力的日益加重。我們秉持「分享、健康、幸福」的經營理念，持續強化供應鏈的彈性與韌性，並在永續發展與全球擴張中堅持優良品質與企業文化，邁向成為國際知名餐飲連鎖集團的目標，為消費者、加盟主、員工、供應商及股東創造多贏價值，也為台灣珍珠奶茶打開全球市場的大門。



● 食材 ● 包裝與周邊 ● 茶葉與農產品 ● 委外加工



1.2.2 供應商行為準則

聯發國際持續推動企業社會責任，與供應商共同實踐永續發展目標。遵守以下行為準則是維持合作的重要依據，若供應商違反且未配合改善，將可能終止合作。

類別	行為準則及規範
勞工人權	<ul style="list-style-type: none"> 遵守《聯合國世界人權宣言》、《全球盟約》等國際人權規範 禁止童工、強迫勞動 保證合理工時、薪資、福利條件
職場安全	<ul style="list-style-type: none"> 建立安全工作制度與應急準備計畫 營造安全衛生的工作環境 遵守當地職安法規並設有事故通報與改善機制
環境保護	<ul style="list-style-type: none"> 遵守各地環保法規，建立管理制度並定期稽核 取得必要環境許可證，並妥善管理與更新 妥善處理廢水、廢棄物、油污及廚餘，揭露環境違規紀錄與改善措施
道德誠信	<ul style="list-style-type: none"> 誠信經營、杜絕賄賂，遵守當地法律 避免抹黑競爭對手或進行誤導性行銷 保護公司資訊安全與隱私 避免利益衝突，與公司員工保持專業往來

1.2.3 供應商評鑑制度

GRI 308-1、308-2、414-2、FB-RN-430

為確保供應商的選擇、評估與管理符合公司需求，提升供應鏈效率，降低營運風險，並建立長期穩定的合作關係，聯發國際建置完整的供應商評鑑與分級管理制度，從資格審查、績效追蹤到現場稽核與改善機制，建立穩定且具風險控管能力的合作夥伴關係。

◆ 定期評鑑與分級管理

聯發國際每年定期針對主要合作廠商進行全面性書面評估與實地稽核，依據品質、交期、價格、技術、服務、合作態度等六大構面評分，依據結果進行供應商分級。依據供應商分級結果，公司對 C 級供應商進行定期輔導與改善，並持續開發新廠商，以提升供應彈性與品質穩定性。若供應商未達合作標準、不願改善或不續約，將依公司既定流程終止合作，以確保營運連續性。針對評鑑有缺失之廠商，品保單位將提出報告並通知其限期改善。

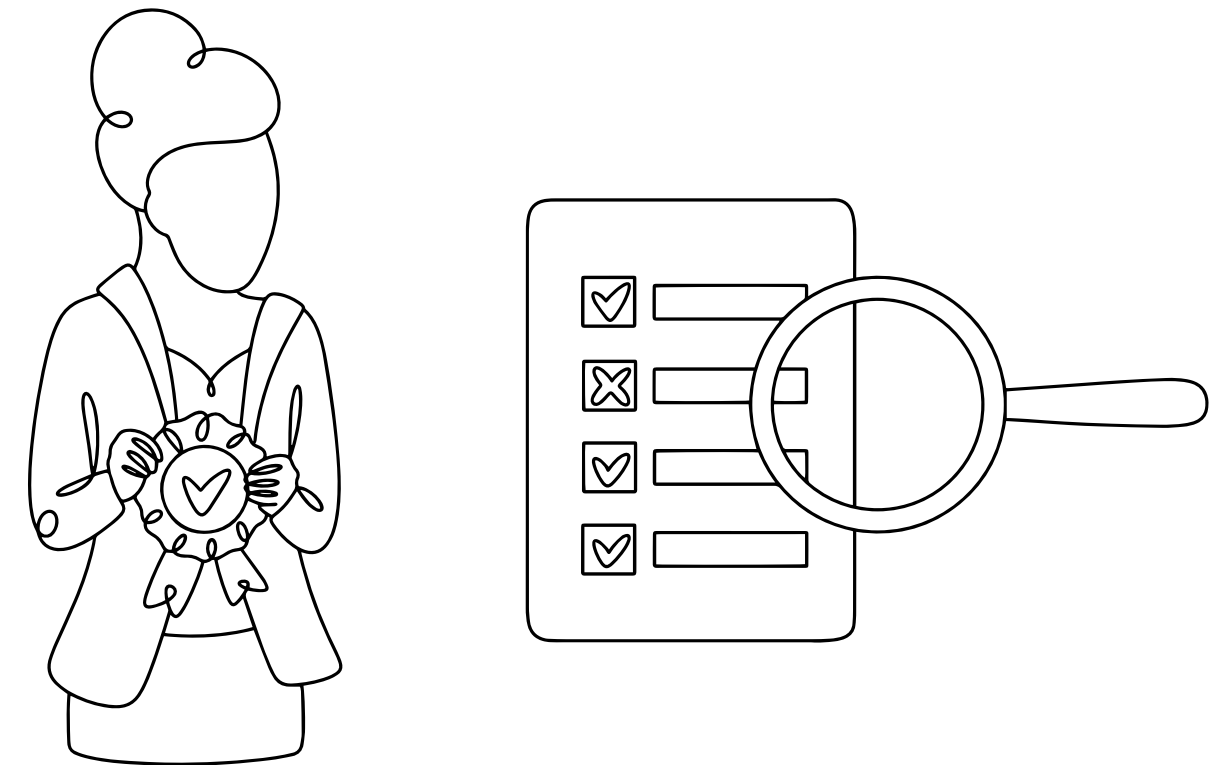
◆ ESG項目評比擴充

針對環境及社會標準評分於2024年尚未針對廠商進行檢核，我們已擬定相關評分權重，預計2026年完成主要供應商100%的評比，針對環境面與社會面評分權重區分為A~E級，C~E級供應廠商則針對各兩種面向進行改善：

- ◆ 環境方面：制定明確的減碳目標，加強資源管理，採用綠色技術。
- ◆ 社會方面：提升員工福利，加強社區參與，確保供應鏈符合ESG標準。

◆ 實地訪查

除書面評鑑外，聯發國際每年針對前20~30大供應商進行實地訪廠，檢視認證、品質、價格與交貨狀況，2024年之實地稽核皆為合格。而針對ESG擴充目標，聯發國際正在規劃供應商自評問卷制度，預計結合第三方查驗與內部稽核結果，建構更完善的多元評鑑架構。在2024年，本公司實地稽核共計22間供應商，合格比率100%。聯發國際持續監測供應商情形，針對不符合評核標準或有重大表現不佳的供應商，將隨時停止交易或減單，以時刻確保供應鏈的品質安全，並備有第二或第三供應商能做替換，於2024年供應商無發生重大品質與安全異常事件。



評分範圍	分級	說明	評級	家數
90-100分	A級	表現卓越，全面符合ESG標準	A級	5家
80-89分	B級	表現良好，大部分符合ESG標準	B級	12家
70-79分	C級	表現合格，基本符合ESG標準	C級	5家
60-69分	D級	需改進，部分不符合ESG標準	D級	0家
60分以下	E級	表現差，嚴重不符合ESG標準	D級	0家

1.2.4 新供應商評鑑流程 GRI 308-1、414-1

針對新供應商管理作業，2024年共計完成8家新供應商的實地訪查，作為審核程序中的第一道防線，重點聚焦於環境衛生與食品安全驗證，確保合作廠商具備相關安全衛生認證，方能進一步合作，以保障消費者的食品安全權益。上述8家新供應商皆通過訪查，通過率達100%。供應商永續發展行為準則亦已於2024年陸續推動簽署，目前已有3家新廠商完成簽署，未來將持續推動與其他供應商的簽訂作業。該行為準則旨在落實企業社會責任、維護基本人權與推動環境永續，內容涵蓋勞工人權、職場安全、環境保護及道德誠信等四大面向，期望與供應商共同實踐永續發展目標，攜手促進經濟、環境與社會的全面進步。

1.2.5 在地採購 GRI 204-1

我們與供應商為維持長久合作夥伴關係，共創穩定供應鏈，是共同連鎖品牌的嚮往之宗旨。我們根據品質、交期、合作態度等因素對供應商進行評估，同時希望廠商同樣擔負起永續發展、企業責任之理念，在拓展版圖與執行策略上的轉變過程，期望廠商都能與我們達成一致步調。因國際政治影響全球原物料供應量及價格波動，除現有供應商外，亦與同性質之供應商持續聯繫，減低成本劇烈波動或供給中斷的風險，持續向永續採購、綠色包裝的目標邁進。2024年聯發國際前五大物料向生產場所設於台灣的供應商之在地採購比例為21%。



1.2.6 聯發國際的後盾——商業合作夥伴稽核制度

在聯發國際，我們始終相信，與合作夥伴之間的關係，不只是建立在交易上的往來，更是一份長久信任與共同使命的連結。正因如此，我們制定了《商業合作夥伴行為準則》，希望與每一位加盟主、代理商與供應商攜手，朝著更負責任、更具永續性的方向邁進。這份準則，並不只是條文的列舉，而是我們共同信念的具體展現：

- ◆ 誠信經營：我們堅信，每一筆交易都必須建立在誠實與正直之上。我們拒絕任何形式的貪污、賄賂與不當競爭，也希望我們的夥伴同樣秉持公平與透明，讓每一份努力都值得被尊重。
- ◆ 食品安全：餐飲業的核心是「人與食物的信任」。我們期望所有合作夥伴嚴格遵守食品法規與安全標準，因為我們知道，每一道把關，都是為了守護消費者的健康與安心。
- ◆ 環境保護：這個地球是我們共同的家。我們鼓勵夥伴們一起實踐減碳、節能、減塑等永續作為，不只為了現在的營運順利，更是為了未來的世代擁有一片綠意。
- ◆ 勞工權益：人是企業最寶貴的資產。我們希望所有合作夥伴重視員工的權益，提供安全、友善的工作環境，讓每一位努力的工作者，都能感受到被尊重與被照顧。

我們知道，實踐這些準則不容易，但我們更知道，一起努力的過程，將會建立起比契約更深的信任基礎。我們期待與每一位合作夥伴，共同打造一個有溫度、有責任感的企業生態圈，讓品牌不只做出好產品，更成為社會與環境的良善力量。

1.2.7 聯發國際的後盾-商業合作夥伴管理機制

◆ 加盟管理

加盟申請人須於申請前完成財務背景調查與營運能力評估，確保其具備經營所需的資源與穩定性。在加盟契約中，亦明確訂定關於永續經營的承諾與品牌行為準則，包含不得使用不合規產品、不得從事不當勞動行為等，以保障整體營運品質與社會責任。公司每年會針對所有加盟門市進行至少一次的實地稽核與營運輔導，稽核重點包含食品安全、環境保護、員工權益等面向。對於查核中未達標者，會給予明確的改善期限，若經限期仍未改善或有重大違規行為，則將依契約規範終止合作關係。此外，公司也每年安排相關教育訓練課程，包含永續發展、食品安全與服務品質等主題，協助加盟主持續強化經營理念與實務能力，確保與公司共同邁向穩健且有責任感的成長之路。

◆ 代理商管理

公司對代理商的管理採取制度化且策略性的方式，藉由訂立代理合約，明確規範代理商的銷售產品範圍、品牌形象維護、以及合規銷售等要求，以確保代理行為與公司經營理念一致。此外，公司與代理商之間建立了定期會議與回報機制，透過每季一次的會議，雙方針對銷售實績、市場趨勢、客戶反饋進行深入交流。2024年中，一位北部區域的合作方在會議中反映市場對減塑包裝產品接受度提升，經討論後公司迅速調整包裝策略，於使用量最大的吸管推出環保系列，反而帶動該產品線銷量成長兩成，展現與代理商良好溝通所帶來的即時反應力與品牌協同。同時，公司也利用這些會議契機，與代理商同步推動品牌的永續目標，包括減碳政策的宣導、社區活動參與、以及倡導負責任的消費與生產。透過雙向溝通與長期互信，公司與代理商攜手打造不僅追求績效，更兼顧社會與環境責任的合作夥伴關係。

1.2.8 聯發國際的後盾-商業合作夥伴稽核制度

◆ 定期稽核：每一次檢視，都是為了走得更好

我們對所有合作夥伴進行年度稽核，不只是查核，更是一次深入交流的機會。從品牌標準到食安流程，稽核團隊細心檢視，也耐心傾聽，協助夥伴找出潛在的問題，並一起討論改善方向。因為我們相信，良好的營運不靠督促，而是來自彼此對品質的共同堅持。

◆ 突擊檢查：守護細節，是對顧客最基本的尊重

在高風險的營運環節，例如食品衛生與產品品質，我們會安排不定期抽查。這些突擊檢查不為刁難，而是為了確保每個環節都能真實體現我們對安全與誠信的重視。這不只是稽核，更是一種對顧客負責的態度。

◆ 第三方驗證：用專業，說服世界

有些事情，除了內部的用心，也需要外部的眼光來佐證。必要時，我們會委託具公信力的第三方機構，進行食品安全、社會責任及環境影響的獨立評估，讓我們的夥伴與品牌一樣，站在同樣的高度、接受同樣的檢視與信任。

◆ 改善計畫：我們不是要求完美，而是陪你一起成長

當合作夥伴出現不符標準的情況，我們不會一味責備，而是第一時間提供協助與改善期限，並建立追蹤機制，協助找出癥結點、實施解決方案。我們希望每一次挑戰，都是成長的轉機。然而，對於嚴重且未改善的情況，我們也會果斷終止合作，因為我們守護的是整體品牌的誠信與消費者的信任。



1.3 食品品質安全管理 GRI 3-3

衝擊影響

發生食品安全事件，可能會對顧客的健康造成影響，同時也會影響顧客對公司的信任，進而造成客源流失。相關的負面報導或社群媒體上的不良評價，也可能降低潛在顧客的消費意願，對公司營收造成一定程度的影響。此外，公司還可能面臨法律上的挑戰或罰則，甚至有被要求暫停營業的風險。

政策承諾

為了讓消費者更加安心的享用餐點，聯發國際針對食品安全進行層層把關，藉由健全的食品安全管理制度、產品與原物料的追溯與追蹤等制度，並積極提升食安管理標準，推動教育與訓練，確保我們員工與供應商都能遵循最嚴格的衛生標準。我們深知食品安全的最高宗旨在於保障消費者的健康與福祉，同時維護企業的聲譽與形象。

採取之行動

- 落實「食品安全與衛生環境標準作業管理程序」，採取嚴格的食安管理、持續的員工培訓和有效的應急措施。
- 委由SGS針對各原料分別進行其特性之「抽樣檢驗」與「逐批檢驗」。
- 食安管理部針對餐飲原料及手搖杯飲料的衛生安全進行檢驗，至全國門市及通路據點隨機抽驗原物料或飲品。
- 原料及產品透過定期的「緊急回收演練」，確認公司具備原物料追溯及產品追蹤的能力。

短期目標

- 原物料委外檢驗達80件，不合格率為0%；產品委外檢驗達40件，不合格率≤5%。
- 每店每年至少查核2次，不合格率≤10%。
- 落實員工食品安全每年培訓3場，確保所工作人員均了解並遵守最新的安全規範和程序。
- 精進實驗室檢測設備，成立微生物實驗室，因應變化多端之食品安全風險。

中長期目標

- 原物料委外檢驗達100件，不合格率為0%；產品委外檢驗達80件，不合格率≤5%。
- 落實員工食品安全每年培訓5場，確保所工作人員均了解並遵守最新的安全規範和程序。
- 微生物自主檢驗達100%，不合格率為0%；原物料自主檢驗達250件，不合格率為0%。

評估機制

藉由食安部每月召開食安會議，確保所有食品處理過程均符合國際與國內的法規標準且無違反食品安全衛生管理相關法規被裁處罰鍰之情事；同時，透過供應商年度評鑑結果、門店內部稽核及員工食品衛生安全教育訓練課程參與人次及人時，確保所有食品處理過程符合法規標準。

績效結果

- 2024年並未有因違反食品安全衛生管理相關法規被裁處罰鍰之情事。
- 2024年內檢檢驗結果，實驗室檢驗項目合格率96.6%。
- 2024年外檢檢驗結果，實驗室檢驗項目合格率98.6%。
- 員工食品安全培訓3場。

利害關係人議合

- 用「故事+專業」塑造品牌信任感，邀請品牌大使、KOL 分享飲品與原料故事，並用簡單圖文/短影片介紹茶葉來源與品質保證。
- 建立官方 IG、FB、LINE，即時發布公告聲明穩定輿論，並舉辦「品牌直播答疑」，由食安專家/內部人員說明食安流程。
- 推出專屬 Hashtag：#UG食安透明 #喝得安心，讓消費者快速查詢資訊

1.3.1 食安風險管理政策 GRI 416-1、FB-RN-250

聯發國際致力於建立安全、合規與可追溯的食品管理體系，並以誠信與資訊透明為原則，確保所有產品符合食品安全與法規標準。依據《食品安全衛生管理法》及相關法規，我們制定涵蓋九大面向的「食品安全管制系統」程序書，系統性管理從食材採購、驗收、製作、供應，到環境衛生控管、食材留樣、檢驗、人員訓練、文件管理及內部稽核等全流程，全面守護食品從源頭到顧客端的安全。

我們設立專責的食品安全部門，負責規劃與執行各項監測計畫，並依規定完成「非登不可」、「非追不可」等食品追溯與登錄作業。對於國內產品，依照法規揭露八大營養標示；國外出口商品則依據目的國要求進行標示管理，保障消費者的知情權。2024年，我們委託第三方公正單位執行105件檢驗，包括原物料51件、商通產品12件與門市抽驗42件，並定期辦理門市巡檢與風險評估，有效防堵製程異常、原料摻偽或其他蓄意危害事件。我們亦對供應商實施嚴格篩選與持續監控，確保其產品品質與安全性，實現全程透明與可追溯管理，強化供應鏈的穩定與韌性。未來，聯發國際將持續強化食品安全機制，推動創新與永續發展，朝向成為食品安全與健康管理的標竿企業邁進，為利害關係人創造更長遠的價值。

◆ 食安品質管理系統標準作業

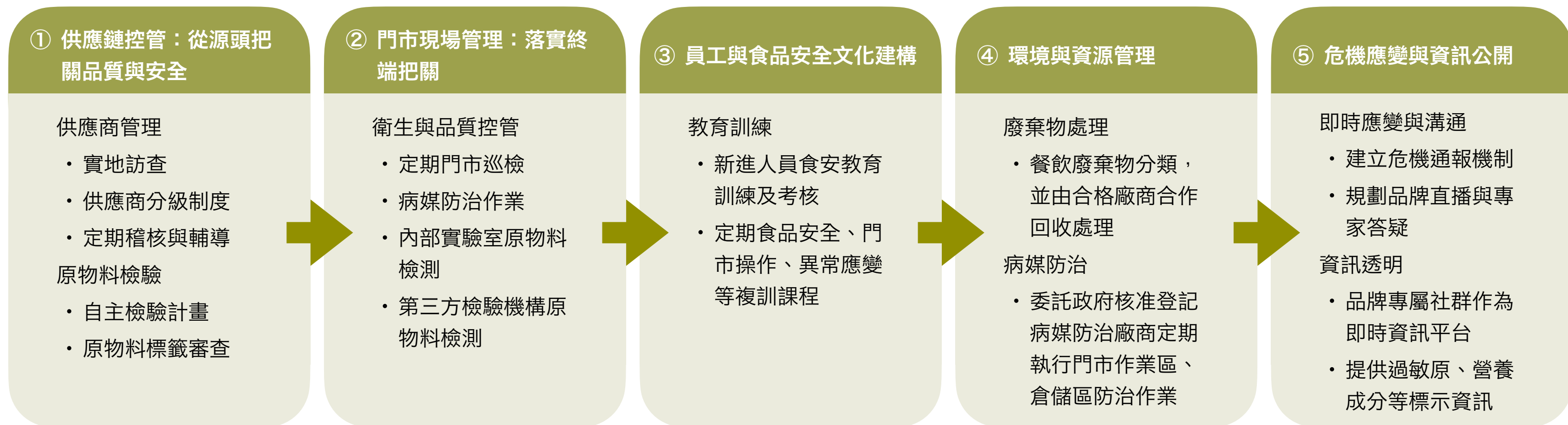
- | | |
|----------------|----------------|
| 1. 衛生管理標準作業 | 6. 客訴管制標準作業 |
| 2. 製作及品質管制標準作業 | 7. 文件管制標準作業 |
| 3. 倉儲管制標準作業 | 8. 檢驗與量測管制標準作業 |
| 4. 成品回收管制標準作業 | 9. 教育訓練標準作業 |
| 5. 運輸管制標準作業 | |



1.3.2 食安風險管理機制 GRI 416-1、FB-RN-250

我們從原料源頭到消費者手中，建立一套涵蓋「供應鏈管理」、「現場監控」、「人員教育」、「環境維護」及「資訊公開」的全流程食安與永續管理制度。公司設有專責的食安風險管理小組，由總經理親自負責領導，成員包含食安管理部專員、餐飲部主管及飲品營運部主管等，攜手監督食安風險管理工作。並依據食品良好衛生規範（GHP）及危害分析重要管制點系統（HACCP）之國際標準，制定「食品安全與衛生環境標準作業管理程序」，作為自主管理與內部稽核的食安衛生管控準則。

◆ 管理機制流程圖



1.3.3 原物料管理與檢驗

◆ 原物料重點管理措施

1. 原物料標示審查	<ul style="list-style-type: none"> 所有原物料標籤均進行審查，確保標示內容正確並符合法規規範。
2. 自主檢驗實驗室運作	<ul style="list-style-type: none"> 設有實驗室依據「食品安全監測計劃」運作。 檢測項目包括：pH值、糖度、農藥殘留、動物用藥殘留等。 持續精進設備，目標升級為具微生物檢測功能之實驗室，全面提升旗下品牌的食品安全維護能力。
3. 第三方檢驗合作	<ul style="list-style-type: none"> 委託第三方單位進行：微生物、防腐劑、重金屬、毒素、農藥殘留、八大營養素等項目之檢驗。
4. 年度與月度檢驗計畫（2024年執行狀況）	<ul style="list-style-type: none"> 供應商進貨商品：每月抽檢7件。 農藥殘留商品：每年檢驗15支。 出口商品：全年檢驗25次。 門市/加盟店原料及餐點：每月抽驗10件。 內外部檢驗合格率目標：100%。
5. 高風險產品抽驗機制	<ul style="list-style-type: none"> 各品牌依風險等級訂定抽驗項目：農藥殘留、動物用藥殘留、腸桿菌科、沙門氏菌、重金屬等。 每月召開食安會議，檢視抽驗結果。
6. 商品驗收時抽檢	<ul style="list-style-type: none"> 檢驗批次：每車次每品項為一批。 抽樣方式：依冷凍、冷藏、乾貨等類別隨機抽樣。 檢驗頻率：依商品風險分級（重點商品、其他商品、包材）調整。
7. 銷量分級抽驗計畫	<ul style="list-style-type: none"> 商品依銷售量分為：A類（Top 10）、B類（11 - 20名）等。 每月抽驗5項，檢驗微生物或農藥殘留。
8. 全品牌抽驗項目	<ul style="list-style-type: none"> 每月針對各品牌之原物料及商品餐點，抽驗動物用藥與農藥快篩共5項。 檢驗結果依據衛福部公告之微生物檢驗標準進行合格判定。

◆ 自主檢驗實驗室

聯發國際自2023年起設立食品安全實驗室，導入精密儀器進行多項檢驗，強化食品安全的自主管理與風險監控。我們依據《食品安全衛生管理法》、《食品良好衛生規範準則》及《食品業者設置實驗室企業指引》，制定「實驗室標準作業程序書」，全面遵循最高等級的食品安全規範。2025年我們計畫擴充微生物與品質檢測設備，以提升食品從原料到成品的安全管控能力。

實驗室作業涵蓋原物料抽樣、檢驗、數據分析與紀錄，每項操作皆依照嚴格標準執行，包含樣品處理、方法調整、結果確認及廢棄物安全處理。所有資料須保留至少五年，並由專責團隊管理，確保數據準確、不可任意修改，具備追溯能力。自主檢驗項目涵蓋pH值、糖度、農藥與動物用藥殘留、微生物等項目，不僅符合國家法規，也是預警產品衛生風險的重要依據。檢測設備皆依中央主管機關及國際標準進行校準與維護，確保檢驗結果的精準性與可信度。針對檢驗不符標準之成品，我們立即擬訂改善措施，例如微生物超標即進行流程修正、油脂極性物質異常則更換油品並修正換油頻率、農藥或二氧化硫不符者則立即退貨並要求供應商改善，並將結果納入供應商評鑑，作為後續合作的重要依據。除內部檢驗外，我們也與第三方認證實驗室合作，針對高風險項目進行外部驗證，建立雙重保障體系，全方位守護食品安全，實現對顧客健康的承諾。



2024年內檢檢驗結果		
項目	檢驗結果	內檢
食品微生物檢驗	合格項目數	337
手部塗抹檢測	不合格項目數	13
食品接觸面塗抹檢測	總檢驗項目數	350
水質餘氯檢驗	總檢驗次數	216次
pH 值	實驗室檢驗項目合格率	96.3%
糖度		
農藥殘留		
動物用藥殘留		

2024年外檢檢驗結果		
項目	檢驗結果	外檢
防腐劑	合格項目數	339
重金屬	不合格項目數	5
腸桿菌科 沙門氏菌	總檢驗項目數	344
金黃色葡萄球菌	總檢驗次數	105次
單核增多性李斯特菌(定性)	實驗室檢驗項目合格率	98.5%
農藥殘留		
動物用藥殘留		
八大營養素		

聯發國際實驗室相關檢驗		
檢測範圍	檢測項目	項目數
畜產品	動物用藥殘留、瘦肉精	48
農產品	農藥殘留	13
門市原料	pH值、糖度	288
門市水質	餘氯	1
合計		350

聯發國際實驗室相關費用	
項目	金額 新臺幣
委外檢驗費	900,000
實驗室耗材	15,000
資產設備	40,000
人事費用	30,000
合計	985,000

◆ 門市檢驗

除了上游之原物料的自主檢驗及例行委由第三方公正單位檢驗，下游端依照輪替檢驗規劃，內部由食安管理單位進行農動物用藥、飲品糖度、水質餘氯等項目自檢以及例行的門市衛生巡檢，外部則安排委託第三方公正單位檢驗例行至門市抽驗冰塊、餐飲品等，進行微生物及關鍵性風險項目檢驗。

1.3.4 認證與標示

◆ 原物料認證

為確保供應商的品質，我們要求原物料供應商必須取得ISO 22000、HACCP或FSSC 22000認證，並定期更新相關認證。

清真認證(Halal Certificate)為銷往伊斯蘭教國家(如東南亞)的重要證明，指一項產品從原料、生產線、加工處理、包裝等一切生產流程都符合伊斯蘭教的規定，可供給穆斯林(伊斯蘭教徒)食用，除符合教義，也要求食品衛生安全。聯發國際針對銷往相關國家如砂勞越、印尼、科威特、杜拜等的原物料，皆取得製造廠商的清真認證，並提供給相關需求單位。

◆ 食品標示 GRI 417-1、417-2、417-3

消費者對食品產地來源及糖量熱量等營養資訊的重視度逐漸上升，本公司依法於門市張貼提供相關茶葉及肉品產地以及飲品營養標示，我們嚴格管控原材料的進貨流程。所有食材均標示有效期限，並依照「先進先出」的原則進行管理，調味料則標註進貨日期，以便追蹤供應商及食材批次。使產品符合標示規範，亦主動配合市政府衛生局，進行台北市食材登錄平台「連鎖飲冰品」專區之產品食材、包材等資訊自主性揭露，為消費者把關食材來源及安全，資訊公開透明，讓消費者能安心享受美食。

旗下品牌UG更於杯貼上標註飲品風味並提供香氣資訊，這不僅是為了提升飲品的消費體驗，更是加強與顧客之間的溝通橋樑。透過清楚標示風味及香氣特徵，顧客能更快了解自己所選擇的飲品特色，並能帶來更符合其需求的享受感受。這樣的服務不僅提升顧客的滿意度，也能促進品牌形象的建立。我們的目標是通過這樣細緻的服務，讓顧客在品嚐的每一刻都能感受到我們對品質與細節的重視，進而提升消費者忠誠度與品牌的市場競爭力。



✓茶葉 | 本公司國產茶葉皆依法標示「溯源農糧產品」追溯條碼。茶葉產地、配方下之總熱量、糖量及咖啡因皆明確標示

✓餐飲類 | 肉品產地明確標示：牛肉-澳洲、美國；豬肉、豬內臟、雞肉、雞蛋-臺灣；豬油-臺灣、西班牙。

聯發國際為食藥署規範之食品業者(輸入業、販售業、餐飲業)，為落實HACCP及自主檢驗，防範隱身於食品中的潛在風險，建立食品安全監測計劃，並成立「食品安全小組」及「自主檢驗實驗室」，為每一位消費者把關食品安全。我們為改善健康和安全的衝擊而進行評估的主要產品和服務類別之百分比達100%，2024年無因重大食安事件影響類別待改善產品亦未發生違反產品與服務的健康和安全相關法規事件，聯發國際旗下各品牌多已建立官網、FB粉絲專業、IG、Line等社群溝通管道。2024年未發生產品與服務之資訊與標示相關法規的事件及違反行銷傳播相關法規事件，亦無違反自願性規約之事件

1.3.5 品質管理 KPI 指標

聯發國際透過內外部雙重檢驗，目標是達成100%合格率，做到每一件產品都合格。不斷持續改善的作為及借助外部專家為食安嚴格把關。針對抽樣檢驗結果不合格的項目，依法令相關規範及程序鑑別缺失原因或問題來源，由權責單位提出改善對策後，實行矯正預防措施，並由食品安全管理單位安排複檢，確認改善成果。

檢驗類別	檢驗項目	2024目標	2024達成情況	2025目標
原物料	微生物、農/動物用藥殘留、瘦肉精、重金屬、防腐劑、pH值、糖度、多重毒素、過氧化氫、咖啡因	內部檢驗：90% 委外檢驗：90%	內部檢驗：94% 委外檢驗：98%	內部檢驗：95% 委外檢驗：95%
半成品、飲品、餐點、產品	微生物、糖度、邦克列酸、8大營養素、咖啡因	內部檢驗：90% 委外檢驗：90%	內部檢驗：100% 委外檢驗：93%	內部檢驗：95% 委外檢驗：95%
冰塊、生飲水	微生物、餘氯	內部檢驗：100% 委外檢驗：100%	內部檢驗：100% 委外檢驗：100%	內部檢驗：100% 委外檢驗：100%
小計		內部檢驗：90% 委外檢驗：90%	內部檢驗：94% 委外檢驗：95%	內部檢驗：95% 委外檢驗：95%
門店內部稽核不合格率		10%	7%	10%
員工食品安全培訓		3場	3場	5場

1.3.6 食品安全事件因應流程

本公司針對可能存在之食品安全疑慮如「食源性疾病傳播」、「食品摻假」與「食品表面接觸汙染」等皆提出相應的預防措施，若確認供應商供貨品項有不合法規的項目，則依照「成品回收、成品銷毀及退貨處理流程圖」進行回收，並依據「食品及其相關產品回收銷毀處理辦法」進行處理。

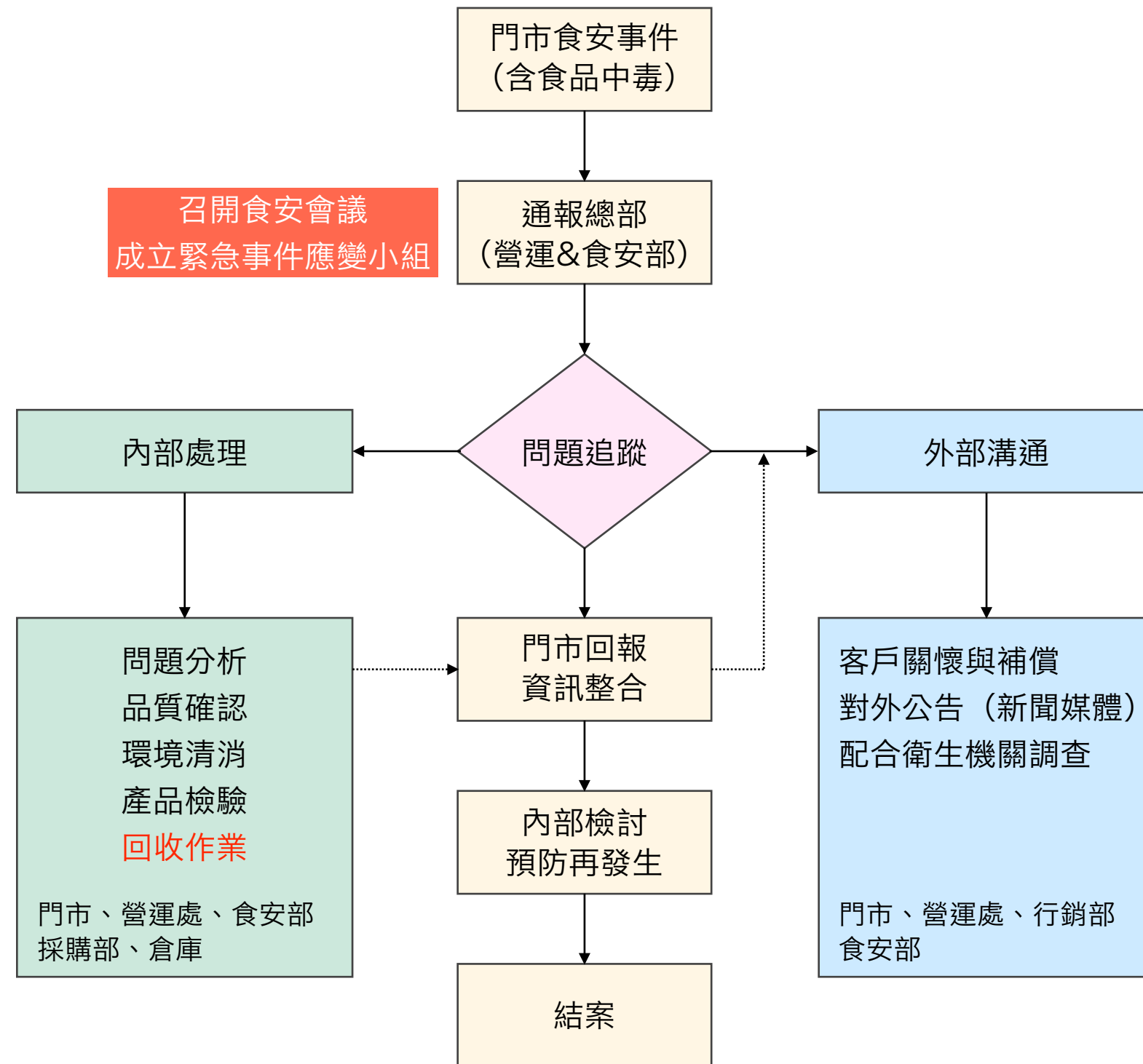
依照提報的資料由食品安全決策小組召開緊急小組會議決定是否進行回收，並於回收時判定回收等級及深度。遇到第一級回收的情況，應發布新聞稿公告周知；遇第二與第三級回收情況，並經縣市主管機關評估該物品確有危害民眾健康者，且回收深度達消費者層面時，亦應發布新聞稿公告周知。

2024年並未發生供應商違反食安法規回收食材之情形。為確保意外風險發生時產品回收效率，聯發國際定期針對各式產品所設定的議題進行「緊急回收演練」，以提升與檢視產品溯源的能力，落實消費者健康安全的保障。

◆ 緊急應變小組作業內容

部門	工作內容
總經理	1. 會議召開、工作任務分配及決策。 2. 必要時統一對外說明。
營運單位	1. 確認問題產品販售份數/客流量。 2. 確認食材新鮮度/效期/保存等各項衛生管控。 3. 問題產品餐點/物料留樣保存，配合品保委外送檢。 4. 即時門店衛生清潔消毒。 5. 即時確認員工健康狀態，有無相關潛在病史。 6. 即時關心消費者狀況，有無新案例發生、客戶補償。
食安管理部	1. 協助問題產品風險分析。 2. 門市衛生稽核與確認。 3. 工廠衛生稽核。 4. 餐點物料委外送檢(第三方公正單位)。 5. 確認食品業者登錄完整度。 6. 配合衛生機關調查及相關進度追蹤(衛生局/食藥署)。
總務採購部	1. 上游物料廠商追溯管理。 2. 相關物料進銷存資料是否完整可追溯。 3. 問題產品相關處理/銷毀/賠償/帳務作業。 4. 產品責任險效期確認，若產品造成消費者危害，確認理賠範圍/金額。
人資部	1. 員工體檢有效性(1次/年) 2. 外籍員工工作簽合規性(是否逾期)
行銷部	對外發布新聞稿、社群媒體通知
財務部	確認是否列入重大訊息評估作業(回覆櫃買中心)

食安事件通報機制流程圖



產品回收流程圖



1.3.7 教育訓練與發展

我們重視員工的持續學習與專業成長，因此每年都會規劃完整的教育訓練計畫，邀請專業講師或由內部主管授課，針對餐飲衛生與食品安全提供系統性的專業培訓。所有食安部門新進同仁在上任前，須完成如食品安全管制系統(HACCP)訓練課程、食品安全管理系統 - 內部稽核員訓練課程等基礎訓練，確保具備必要的知識與技能，2024年總計105小時，35人次參與。我們也積極鼓勵員工參與政府機關或認證單位所舉辦的食品安全訓練課程，與產業最新標準保持同步。



1.4 顧客關係經營管理 GRI 3-3

衝擊影響

若產品品質不一、資訊不透明或服務體驗不佳，將可能對顧客信任與品牌忠誠度造成負面衝擊。我們深刻理解消費者信任的重要性，主要原物料皆經相關SGS等公信單位檢驗，並定期訪廠，針對衛生環境等項目進行評估，確保每一杯飲料及餐點都安全無虞，讓顧客安心消費。

政策承諾

聯發國際秉持「以客為尊，服務至上」的原則，致力於提供顧客優質的消費體驗與服務，提供顧客多元的意見回饋管道，標準化的客訴處理流程，確保負面意見與突發事件能夠做出改善，以維護顧客權益。

採取之行動

- 面對顧客關切的議題，主動透過 IG、FB、LINE 等社群平台即時發聲，說明事件真相、回應顧客。
- 設計 IG 粉絲限定優惠，鼓勵使用 #loveinug 等 Hashtag 分享飲品體驗，讓顧客參與品牌內容共創。
- 運用圖文與短影音傳遞產品知識與品牌故事，提升互動溫度，打造年輕化、親切的品牌形象。
- 提供多元顧客意見管道與標準化客訴流程，依據客訴類型提供標準化解決方案，確保能有效回應與改善，維護顧客權益。

短期目標

- 客戶滿意度維持 90 分以上。(此目標涵蓋飲品品質、門市服務與點單體驗三大面向)

中長期目標

- 隨著品牌拓展與系統優化，期望中長期透過強化服務體驗與品牌形象，使整體滿意度穩定提升，維持客戶滿意度續維持92分以上。

評估機制

由稽核人員進行檢測 確認門市客訴狀況及後續追蹤

績效結果

2024年新品牌UG滿意度結果調查：飲品品質93%滿意度、門市服務88%滿意度、點單介面82%滿意度、品牌形象設計86%喜好度，整體顧客滿意度達 87.3%。

利害關係人議合

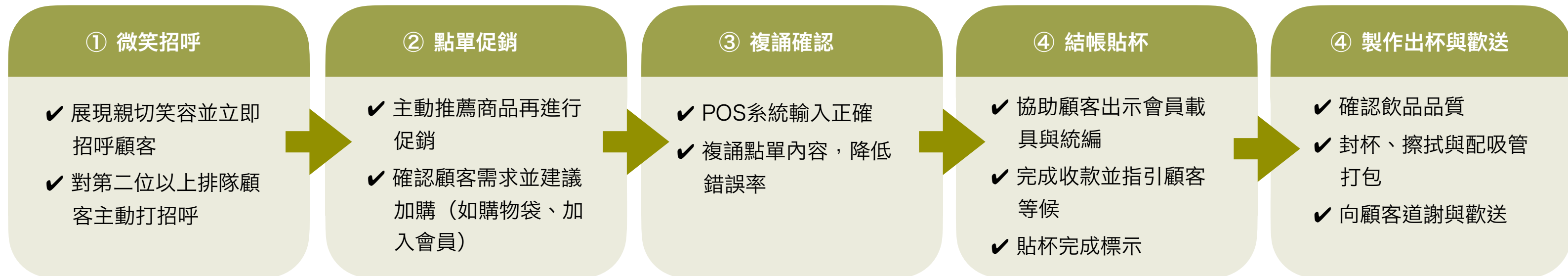
客戶可以不定期透過官方網站、電子郵件、服務專線等方式反映意見。2024 年無重大客訴抱怨，一般顧客反應或建議事項，經營運及業務同仁溝通協調下，已順利解決，後續將於落實員工教育訓練與後處理措施。

1.4.1 顧客關係管理

為持續優化顧客體驗與品牌服務品質，聯發國際從制度設計與現場執行雙軌並進，透過標準化流程與訓練機制，確保顧客在每個接觸點皆能獲得一致且有溫度的服務。公司以「服務五部曲」為核心，搭配 QSC 巡檢制度，鞏固門市營運一致性與服務品質，同時強化第一線夥伴應對顧客反饋與客訴處理能力，提升服務應變與關係修復力。此外，聯發國際亦致力打造具發展性的工作環境，透過清晰的晉升路徑與分級培訓體系，激勵門市夥伴持續成長，強化顧客服務的專業度與穩定性。以下為三大顧客關係管理策略的具體作法：

◆ 策略一：建立一致且有溫度的服務流程，強化顧客的正面體驗

服務五部曲



◆ 策略二：強化客訴應對力，提升應變能力與顧客關係修復力

贏回顧客4步驟

① 積極聆聽顧客問題與需求	② 表達同理心並致歉	③ 解決問題、糾正錯誤	④ 向顧客表達感謝，恢復信任
---------------	------------	-------------	----------------

◆ 策略三、打造具發展性的工作環境，激勵夥伴向上成長

員工培訓與職涯發展4大機制

① 晉升路徑清晰化 正式員工 → 組長 → 店長 → 督導	② 職責分層落實當責 依職級賦予不同責任與任務	③ 晉升標準化制度 完成培訓課程、通過測驗即具晉升資格	④ 分級教育訓練設計 正式員工：品牌文化、顧客滿意與服務五步曲 組長課程：值班管理、客訴處理、設備保養與風險預防
----------------------------------	----------------------------	--------------------------------	--

1.4.2 顧客意見管理

成立32年來，聯發國際始終堅持提供每一杯優質飲品，並致力於帶給顧客卓越的服務體驗。客服服務由總部專業團隊集中處理，確保每項需求皆獲即時且專責的關注。顧客的支持是品牌持續成長的核心動力，而每則回饋與抱怨皆被視為提升商品與服務品質的契機。為深化與顧客的互信關係，我們建構多元回饋管道，如客服信箱、官網與社群平台，並建立完善的回應處理流程。所有反映事項皆透過資訊系統記錄，並追查問題源頭與責任歸屬，要求相關單位即時改善，確保顧客權益獲得充分保障。此外，我們透過顧客滿意度調查、社交媒體監測和客戶回饋表單來進一步收集意見。這些回饋會由專人定期分析滿意度報告，制定相應的改善措施，並用於持續改進我們的產品和服務流程。

◆ 會員APP與社群互動

聯發國際於2024年7月正式啟用會員APP，象徵從紙本會員制邁向數位時代的全新里程碑，不僅提升環保效益，更重新定義與顧客的互動關係。藉由數位平台，顧客可輕鬆轉送飲品、接收專屬優惠與推薦，享受更便捷、有溫度的體驗。

在數據應用方面，透過大數據分析，我們即時掌握消費趨勢，優化新品開發與行銷策略，讓產品更貼近顧客日常。結合Line Pay與線上點餐功能，則進一步簡化結帳與取餐流程，實現更智慧的生活方式。同時，我們重視資訊安全，制定完善的個資保護規範，確保顧客資料安全無虞。數位轉型不僅是技術升級，更代表我們對顧客承諾的深化。當面對食安疑慮或品牌危機，我們即時透過IG、FB、LINE等社群平台溝通，主動說明真相，維護顧客信任。品牌經營也結合年輕世代語言，透過IG專屬優惠、#loveinug話題、輕鬆有趣的影音內容，鼓勵用戶參與與分享，打造雙向互動的品牌社群。

此外，我們秉持「以客為尊，服務至上」原則，推行「不滿意重做」服務，並建立標準化客訴處理流程與多元回饋管道，致力於提升服務品質，回應顧客期待，讓每一份信任都值得珍惜。



◆ 意見反映管道

- ✓ 客服信箱：ug-service@2024ug.com
- ✓ 官方社群 (Facebook / Instagram)
- ✓ 門市反映

1.4.3 顧客滿意度調查

為精準掌握市場脈動與顧客感受，UG於2024年針對四大核心面向進行顧客滿意度調查，涵蓋飲品品質、門市服務、點單介面與品牌形象設計。透過實際回饋數據的整合與分析，協助品牌進一步調整經營策略，強化市場競爭力與顧客黏著度。

◆ 飲品品質：高達 93% 顧客給予高度肯定

調查顯示，UG 飲品在口感與品質上的表現深獲肯定，其中有 49%的受訪者表示「非常滿意」、44% 表示「滿意」，僅不到 1% 顧客給予負面評價。此結果顯示，UG所強調的「好喝」品牌核心價值已成功傳遞，飲品品質不僅成為品牌優勢，更為口碑推廣提供強而有力的支撐。

◆ 門市服務：穩健表現，顧客體驗值得信賴

在門市服務面向，整體滿意度亦達 88%，其中「非常滿意」占 41%、「滿意」為 47%。大多數顧客肯定門市人員親切的服務態度與流暢的點單流程。然而仍有 4% 的顧客表示「尚可」或「不滿意」，顯示在部分門市服務的一致性與標準化執行方面，仍有提升空間，未來應持續強化員工教育訓練，以確保顧客體驗的一致性與專業性。

◆ 點單介面：功能到位，仍有使用者體驗可進步空間

在點單系統滿意度方面，雖仍維持 82% 的高滿意比例（37% 非常滿意，45% 滿意），但相較於其他三大面向略低，顯示在使用者介面的「直覺性」、「流程清晰度」及「視覺設計」方面尚有優化潛力。為提升消費者點餐效率與品牌數位互動品質，建議進行系統使用者體驗（UX）優化專案。

◆ 品牌形象設計：整體好感度高，年輕化與個性化仍可深化

品牌形象與視覺設計的喜好度也獲得高度認同，有86%的顧客表示「喜歡」或「很喜歡」，顯示UG的設計語言與品牌個性具吸引力。不過，仍有13%的顧客對品牌設計反應較為中性或無感，建議未來可持續透過包裝更新、社群視覺優化與門市風格升級，深化品牌獨特性與消費者的情感連結，特別是針對年輕族群的溝通與吸引。

根據四大面向調查結果，2024年UG整體顧客滿意度達 87.3%，其中飲品品質表現最為突出，顯示品牌在核心產品層面具備明顯優勢；相較之下，數位點單介面為相對弱項，應作為未來優化的重點。整體而言，UG在本次調查中，於產品與服務兩大核心面向皆獲得高度肯定，展現出穩健的品牌基礎與良好的顧客信任度。未來經營方向可聚焦三大重點：

1. 鞏固飲品品質與門市服務標準：持續強化產品品質與服務一致性，並透過口碑行銷與忠誠顧客見證，深化品牌信任感。
2. 優化點單系統與品牌視覺體驗：針對點單介面的直覺性、視覺設計及流程清晰度進行全面檢視與改善，提升數位互動品質與品牌識別度。
3. 強化社群互動與品牌活動連結：將顧客的滿意經驗轉化為行銷內容，透過社群參與與品牌活動提升顧客參與感，進一步增強品牌情感連結與市場擴散力。

1.4.4 客訴事件處理流程



1.5 資訊安全與個資保護 GRI 3-3

衝擊影響
聯發國際為跨國企業，若因資安事件導致服務中斷，不僅會造成業務停擺與營運損失，也可能損害公司形象與顧客信任。因此，我們持續強化資訊安全管理，建置明確的資安政策、風險控管機制與應變計畫，以維護營運穩定與資料安全。
政策承諾
為確保本公司資訊資產之機密性、完整性與可用性，並符合相關法規要求，本公司訂定《資訊安全政策暨管理辦法》，作為資訊安全管理之基本依據。透過制度化管機及持續性的投入與監督，降低資安風險、強化營運持續性，並守護顧客與企業利害關係人之資料安全。在個資保護執行層面，亦嚴選通過 ISO 27001 與 BS 10012 國際雙重認證之合作廠商，落實會員及顧客個人資料的保護。
採取之行動
<ul style="list-style-type: none"> 加入 TWCERT/CC 資安聯防體系，即時掌握國內外資安威脅趨勢。 定期辦理資安教育訓練與社交工程演練，強化員工資安意識與應變能力。 每年編列資安專項預算，用於系統建置、設備升級與人才培訓。 實施災難復原模擬演練，提升資安事件應對能力與營運持續性
短期目標
<ul style="list-style-type: none"> 成立資訊安全小組，建立《資訊安全政策暨管理辦法》，處理資安異常事件。 資通系統可用性達99.7% 以上(中斷時數/總運作時數≤ 0.3%) 無重大資安事件 社交工程演練合格率达80% 以上(點閱人員/測試人員≤ 20%)

中長期目標
<ul style="list-style-type: none"> 評估導入ISO 27001、ISO 27002等資訊安全管理系統標準，建立組織所需資訊管理制度。 資通系統可用性達99.8% 以上(中斷時數/總運作時數≤ 0.2%) 無重大資安事件 社交工程演練合格率达90% 以上(點閱人員/測試人員≤ 10%) 統一管理會員資料
評估機制
資訊安全政策由資安小組和資安專責主管，依循資訊管理辦法及相關內部控制作業規範，推動各項資訊安全管理業務，並檢視實施成效並向董事會報告。
績效結果
<ul style="list-style-type: none"> 2024年未發生任何重大資安事件並遭受損失，且未有侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴。 進行二次社交工程演練 2024年，聯發國際辦理一場關於內部重大資訊處理的實體教育訓練，共41位同仁參與，課程時長1小時，累計訓練時數達41人時；另同步發送訓練資料予全體224位員工，全面提升資訊保密與合規意識。 2024年2位資通安全專責人員完成總計16小時之資安專業教育訓練，持續強化其資安專業知能與風險應變能力。
利害關係人議合
聯發國際透過多元的溝通管道與顧客互動，運用大數據分析來檢視銷售狀況、第三方平台合作保護顧客資料，並維持長期的業務發展。我們透過資料保護管理制度及落實，確保這些活動符合最高的隱私標準和法規要求。

1.5.1 資訊安全管理架構

本公司資訊安全管理召集人為資訊部副總經理，資訊安全小組負責制定內部資訊安全政策、宣導資訊安全訊息、規劃資訊安全作業與資安政策推動及落實。資訊稽核單位包含公司內部稽核室及外部稽核，進行資訊安全稽核工作。

1.5.2 資訊安全管理政策

為確保本公司資訊資產之機密性、完整性與可用性，並符合相關法規要求，本公司訂定《資訊安全政策暨管理辦法》，作為全體資訊安全管理之基本依據。透過制度化的管理機制及持續性的投入與監督，降低資訊安全風險，確保營運持續性，並守護顧客與企業利害關係人之資料安全。此外，公司已配置資安專責主管與資安專責人員，負責推動、協調、監督與審查資通安全各項管理措施，確保制度落實並持續改善。

我們於2023年申請加入台灣電腦網路危機處理暨協調中心（TWCERT/CC）會員，藉由即時接收國內外資安威脅通報與資安情資，有效強化資安防護能力。我們亦定期進行資安宣導與社交工程演練，提升全體同仁對資訊安全的認知與警覺，降低人為疏失的風險。每年編列資安預算，投入必要資源以維護資訊防護基礎建設，並進行災難復原演練，強化系統人員於重大資安事件發生時的應變處理能力。聯發國際承諾持續強化資安管理，建構安全可信的資訊環境，以降低資安事件對營運之潛在衝擊，並保障所有利害關係人之權益。

1.5.3 資安防護控管措施

為實踐資訊安全管理目標，我們採取以下具體措施，落實資訊資產保護與資安風險控管：

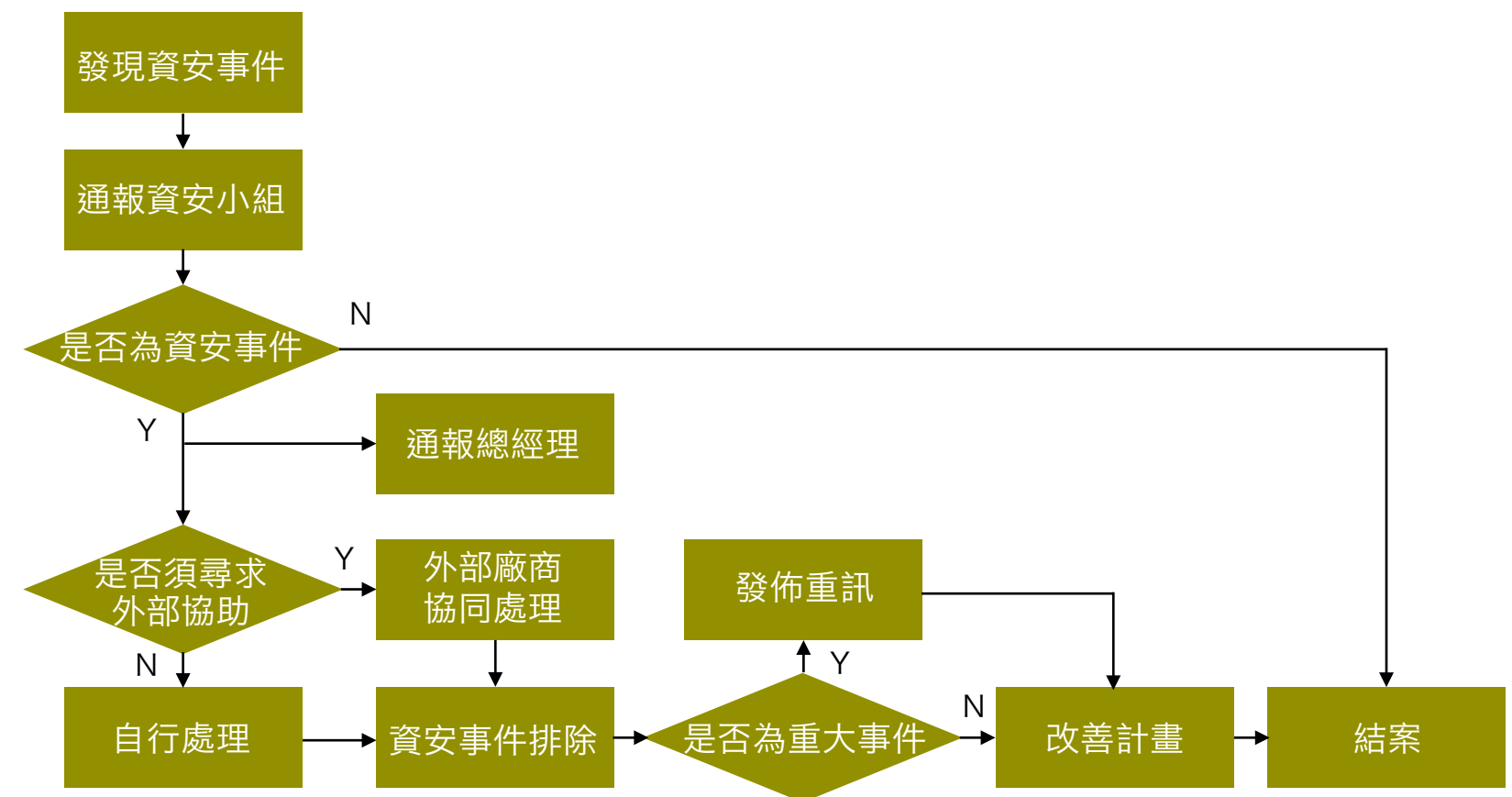
- ◆ 訂定資訊安全政策與管理辦法：建立制度化的資訊安全管理架構，確保公司資訊資產的機密性、完整性與可用性，並符合相關法律法規要求。
- ◆ 強化員工資安意識：定期辦理資安教育訓練、社交工程演練與宣導活動，培養全體員工對資訊安全的警覺與正確應對能力。
- ◆ 編列資安專項預算：每年持續編列資訊安全預算，用於資安系統建置、設備升級與人才培訓等，確保資安防護措施具備即時性與前瞻性。
- ◆ 實施災難復原演練：定期進行災難復原（DR）模擬演練，針對潛在資安事件情境測試系統與人員的應變處置能力，強化營運持續性規劃。

透過上述作為，公司持續提升資訊安全防護能量，確保顧客與營運資訊的安全，降低潛在風險對營運造成的影響，落實企業永續治理責任

1.5.4 資安事件處理通報

聯發國際高度重視資訊安全管理，並已建立明確且完善的資安事件應變與通報流程，確保能即時且有效地處理各類資安威脅。針對資安事件，公司設有完整的預防、通報與應變機制，內容涵蓋事件影響評估、損害分析、內外部通報流程、受影響單位的通知方式及指定通報窗口與聯絡方式。

若事件達到《臺灣證券交易所對上市公司重大訊息查證及公開處理程序》所規定的標準，公司將依規定進行必要的揭露與處理作業，確保資訊透明並降低風險衝擊。



1.5.5 資安訊息教育宣導

聯發國際積極投入資訊安全防護，不僅主動參與資安情報分享組織，及時掌握最新的威脅與系統弱點，強化防禦與應變能力，亦會不定期提供資安相關實例文件，作為內部參考學習資料。我們同時強化員工的資安意識與實務能力，要求資安專責人員每年完成至少8小時專業訓練，以維持高度應變與識別能力；對一般同仁也規劃年度至少1小時以上的資安通識教育，幫助全體員工掌握最新資安趨勢與防護要點，將資安意識融入日常營運中，落實全面防護。

1.5.6 客戶隱私保護

聯發國際已設立專責資訊管理小組，積極推動顧客個人資料保護制度的完善落實。除持續優化內部資訊安全控管機制外，亦定期辦理資安宣導及員工培訓課程，強化員工對資訊風險及個資法規的認知與處理能力。同時密切關注國內外隱私保護法規與資安技術的發展，據此即時更新防護對策，以提升整體資安韌性。

在個資保護執行層面，嚴選通過ISO27001和BS10012 雙重國際認證合作廠商，以落實保障會員資料安全，集團已落實一系列具體行動，包括發布清楚明確的隱私聲明、設立多元聯繫及申訴窗口、確保資料分析作業的合法性與合規性，並建立完備的資訊安全與隱私保護作業標準。我們透過資訊公開與權利揭示機制，使顧客清楚掌握其個人資料的蒐集、運用與刪除方式，保障其資料自主權。

此外，我們時常活躍於各個社群平台與網友保持互動，並藉由會員分級提供更多的會員福利、回饋等，進而累積會員數並有效提升回購率與顧客滿意度，持續結合大數據應用提升服務品質。所有相關作業皆依循個資保護制度進行，力求在創新與隱私保護間取得平衡，落實最高標準的隱私保障承諾。



2 Chapter

- 2.1 人才吸引與留任
- 2.2 人才培育與發展
- 2.3 職業安全與健康
- 2.4 人權維護與共融

對應聯合國永續發展目標 SDGs



多元健康職場 Healthy Workplace

聯發國際致力打造具成長機會、健康保障與共融文化的職場環境，從人才招聘、教育訓練、績效管理到職涯發展，建構完整的人力資源循環。透過健康促進計畫、醫師定期駐點與異常負荷預防機制，積極守護員工身心健康；同時推動人權教育與申訴機制，強化勞動尊嚴與性別平等，實踐企業對人本關懷的具體承諾，展現組織永續發展的核心價值。



永續亮點

- ✓ 員工人數達224人，新進員工達232位，新進雇用率為103.6%，創造社會就業機會
- ✓ 2024年員工薪資調幅上升5%
- ✓ 非主管職之全時員工薪資平均數新臺幣797仟元
- ✓ 員工薪資與福利165,511仟元
- ✓ 舉辦50場健康促進活動（包含心理諮詢、講座、報刊），每月安排臨床護理師駐點、每季由醫師進行一對一健康諮詢
- ✓ 針對5位員工進行人因性危害訪談，對4位孕期女性進行健康評估
- ✓ 2024年無接獲實質不法申訴案件

2.1 人才吸引與留任 GRI 3-3

衝擊影響
企業的成功發展，與人才的吸引和留任密切相關。隨著新一代員工對工作價值的期望日新月異，加上台灣少子化的挑戰，若企業未能有效吸引並留住關鍵人才，將可能面臨人力短缺、技術不足、效率下降等問題，進一步影響團隊凝聚力，並削弱競爭力，妨礙長期成長。若能夠有效的實行留任制度，並且增加員工的幸福感和正面感，將有效且正面的降低少子化帶來的挑戰，更能夠吸引外界人才的加入，更能夠完整企業組織架構，達到正面效益。
政策承諾
聯發國際餐飲致力於為員工提供具有競爭力的薪酬制度和全面的福利措施，營造安全健康的工作環境，並建立具發展性的人才培育系統，為員工的職業成長提供持續支持。此外，我們承諾實現性別平等，讓每位員工在平等的條件下成長與發展。
採取之行動
<ul style="list-style-type: none"> 與學校合作提供實習機會，並邀請表現優異的實習生加入公司。 參與市政府就業博覽會，讓求職者體驗工作內容並進行現場面試。 定期檢討薪資制度、福利措施，定期觀察市場薪資行情，並因應勞動法規修法，隨時彈性調整，保持薪資市場競爭力。 提供友善的安全工作環境，落實職業安全衛生管理，並提供「夥伴傾聽箱」，與員工維持暢通的溝通管道。 不定期透過訓練機制，打造持續向上並且強化團隊競爭力的組織環境。 強化留任機制，增加公司員工幸福感，包括持股信託、門市入股機制、生日假等，除強化留任，也吸引外界人才的加入！
短期目標
<ul style="list-style-type: none"> 離職率降低於5% 招募新進率達30%

中長期目標
<ul style="list-style-type: none"> 保持離職率低於7%
評估機制
每年由人資單位負責確認達成情形並透過集團人資中心最高主管持續追蹤執行情形及目標達成程度。
績效結果
<ul style="list-style-type: none"> 非主管職之全時員工薪資平均數新臺幣797仟元，為上市櫃觀光餐旅業者中排名第二。本公司善盡企業社會責任，持續重視及增進基層員工的薪資福利，以促進勞資雙贏。 開辦3場分享講座、4場茶葉專業知識課程，以及14場組織管理系列課程及研討會 配合門市拓展進行大規模招募，新進雇用率達103.6%。 離職率52.2%，主要受快速擴編下人員適應期短、零售業流動性高，以及短期工讀職缺比例偏高影響。
利害關係人議合
<ul style="list-style-type: none"> 2024年透過校園徵才，與學校師生溝通公司職缺、員工福利及薪資政策。 2024年透過就業博覽會徵才，與民眾直接溝通公司職缺、員工福利及薪資政策。 透過每季召開勞資會議與員工溝通各項改善計畫。 透過每季召開福利委員會了解員工福利需求，並設有溝通意見信箱。 每年公開透明公司各管理辦法之新增或修改，並存放於公司內部平台。並於年中考核時，實現升遷及調薪承諾，大幅調整聯發國際之薪資水準。

我們深信「人才是公司最寶貴的資產」，更是推動企業發展的核心動力。為了確保公司長期的永續發展，我們致力於提供全方位的員工體驗，從提高薪資待遇、員工持股機制到完善的福利政策，並且創造鼓勵創新與成長的文化氛圍。公司專注於培養員工的專業能力和領導潛力，打造一支具備未來發展潛力的團隊，並與聯發國際共同成長、共創未來。

2024年，聯發國際榮獲1111人力銀行「幸福企業金獎」，在餐飲服務業類別中脫穎而出，並且連續兩年獲此殊榮。企業的發展潛力成為吸引與留住人才的關鍵，聯發國際不斷完善人才培養計劃，優化教育訓練體系，並提供多樣化的學習機會，包括專業分享講座、茶葉知識課程及組織管理系列研討會等。我們的福利政策涵蓋法定及超過法定標準的年度健康檢查、新進員工的體檢補助，並提供員工信託持股會、職工福利委員會及門市入股等獨特福利，全面提升員工的工作滿意度與忠誠度。



2.1.1 人力結構

本報告涵蓋台灣總部及全台直營門市之營運據點。因應業務拓展，2024年新增百名以上人力支援營運，截至12月31日，台灣區員工總數達224人，其中男性佔35.3%、女性佔64.7%，女性主管比例為48.9%，展現公司對性別平等的持續重視。公司尊重多元與包容，2024年聘用1名身心障礙員工，並鼓勵二度就業與高齡族群加入，提供專業培訓與彈性工時，促進平等就業機會。整體員工平均年齡為31.66歲，高階主管（經理級以上）佔比20.1%，全數為當地人，主要集中於30至50歲；非主管職員以30歲以下為主（45.5%）。逾六成員工具有專科以上學歷，反映組織具備穩定的人才結構與培育基礎。

對於高齡員工(包括中高齡員工)，實施全職計時政策，配合員工給班時間，提供穩定工時及穩定薪資，讓員工在生活及工作都能相對穩定及雙贏。

◆ 台灣員工人數統計 GRI 2-7、405-1

類別	總部		直營分店		總計	
	男	女	男	女	男	女
高階主管	28	9	5	3	33	12
中階主管	13	20	1	13	14	33
一般員工	6	29	26	71	32	100
合計	47	58	32	87	79	145
永久聘雇員工(註1)	47	58	32	87	79	145
臨時員工(註2)	0	0	0	0	0	0
合計	47	58	32	87	79	145
全職員工(註3)	47	55	19	40	66	95
兼職員工(註4)	0	3	13	47	13	50
無時數保證員工(註5)	0	0	0	0	0	0
合計	47	58	32	87	79	145
年齡層						
小於30歲	6	16	21	59	27	75
30-50 歲 (含)	32	38	10	26	42	64
大於50歲	9	4	1	2	10	6
合計	47	58	32	87	79	145
多元化						
原住民身分	0	0	0	0	0	0
身心障人士	0	0	1	0	1	0
其他 (外籍)	0	1	2	1	2	2
合計	0	1	3	1	3	2

註1：永久聘雇員工：簽訂無固定期限（即無限期）合約的全職或兼職員工。

註2：臨時員工：簽訂有期限（即固定期限）合約的員工。該合約在指定的時間到期，或在具有評估時程的特定任務或事件完成時結束（如工作專案結束或原被代理職務的員工回任）。

註3：全職員工：每週、每月或每年之工作時數係根據國家有關工作時數的法律和實務定義之員工

註4：兼職員工：每週、每月或每年之工作時數少於全職員工之員工。

註5：無時數保證員工：沒有被保證每天、每週或每月的最低或固定工作時數的員工，但其可能需視要求而處於可工作狀態。

◆ 多元人力統計 GRI 405-1

多元類別	內容	比例(%)
女性多元	女性員工佔比	64.7%
	女性中階主管佔比	70.2%
	女性高階主管佔比	73.3%
年齡多元	30歲以下佔比	45.5%
	30-50歲佔比	47.3%
	50歲以上佔比	7.1%
其他多元	原住民身分	0%
	身障人士	0.5%
	外籍人士	1.8%

◆ 非員工的工作者 GRI 2-8

工作類型	契約關係	人數
顧問	委任	3
清潔人員	外包	1
計時人員	派遣	6

註1：非員工工作者之數據為聯發國際汐止總公司，直營門市無非員工之工作者。

註2：本表計算方式截至2024年12月31日當日人數。



2.1.2 新進員工和離職員工 GRI 401-1、FB-RN-310

為促進人才多元化，聯發國際積極在台灣及海外吸引優秀人才，每年參與市政府舉辦的就業博覽會與校園徵才活動，並與多所學校合作提供實習機會，邀請表現優異的實習生於畢業後加入公司。透過就業博覽會設置體驗攤位，讓求職者及準畢業生能親身了解實際工作內容並參與現場面試。2024年新進員工達232位，新進雇用率為103.6%，主因為因應門市拓展計畫，進行大規模招募，以支援營運需求。

而為穩定人力結構並降低離職率，公司持續強化關鍵職位的人才發展與留任機制，並自2024年起推動員工持股信託制度及發行限制員工權利新股，藉此提升員工對企業的認同感，並優化整體激勵與培育留才策略。2024年離職員工共117位，離職率為52.2%。離職率偏高與快速擴編期間人力適應、零售業特性以及部分短期工讀性質職缺有關，公司已著手檢視相關管理制度與工作支持措施，以提升整體留任穩定性。

項目	新進人員		離職人員	
	男性	女性	男性	女性
年齡				
小於30歲	32	101	14	39
30-50 歲 (含)	33	57	21	35
大於50歲	6	3	6	2
總計	71	161	41	76
合計新進/離職人數	232		117	
年度新進雇用率/離職率	103.6%		52.2%	

註1：年度統計基準日2024年12月31日

註2：年度新進員工雇用率=當年新進人數/當年年末員工總數

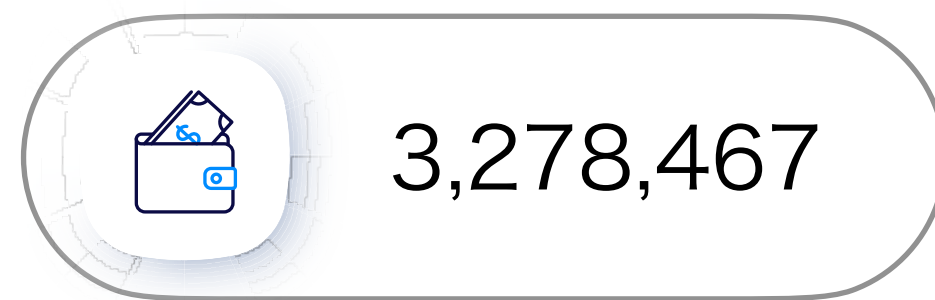
註3：年度離職員工離職率=當年離職人數/當年年末員工總數

2.1.3 員工權益與薪資

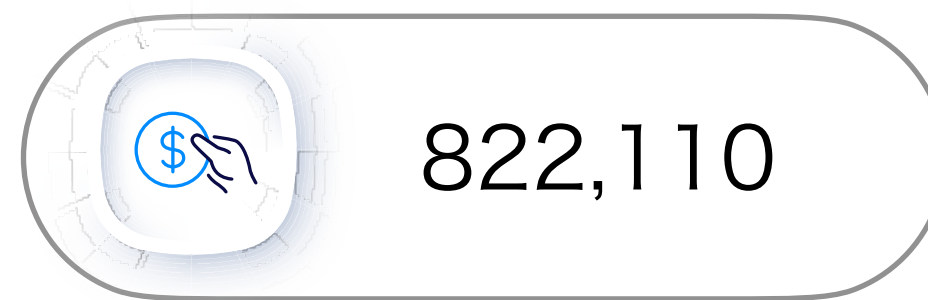
依循相關法規訂定人事管理規章，聯發國際致力於保障員工權益，以促進勞資和諧為目的。我們重視工作平等無歧視與安心職場，加強防範違法任用或任何形式的強制勞動，致力於維護員工平等、保障人身自由、拒絕任何在職場上可能發生的任何危害人身安全、歧視、騷擾、強迫或不平等的對待。對於員工的晉用、薪資、績效、教育訓練與福利等均一視同仁，致力打造和諧平等的勞雇關係，維護員工人權。

我們提供員工安心的工作環境以及除符合法令規定的工時外，具市場競爭力的薪酬辦法，並且重視性別平權，女性員工佔逾五成，以事實證明落實性別平權主張。集團反對性別歧視並確保男女同工同酬，創造友善女性員工環境並建立申訴機制，而不僅是在法規最低限定的範疇，確保合理的薪酬制度，以保障員工基本生活，讓員工看到自己工作的價值，與企業共同成長。

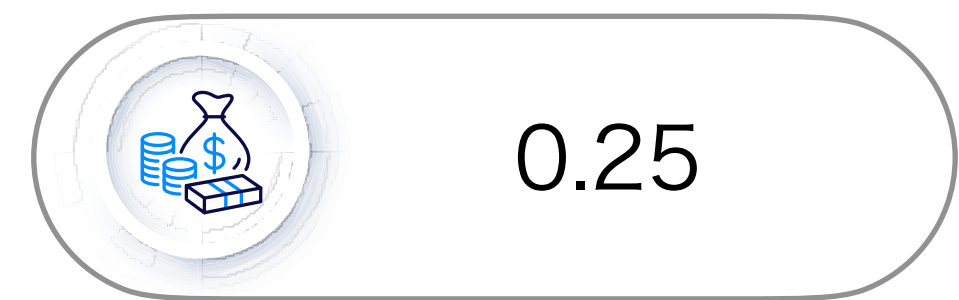
◆ 年度總薪酬比例 GRI 2-21



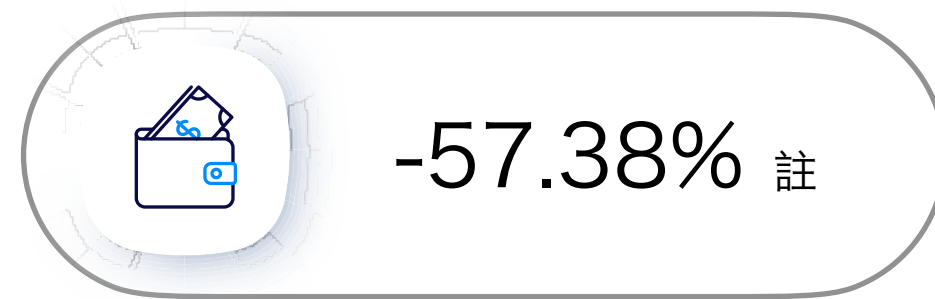
組織薪酬最高個人之年度總薪酬



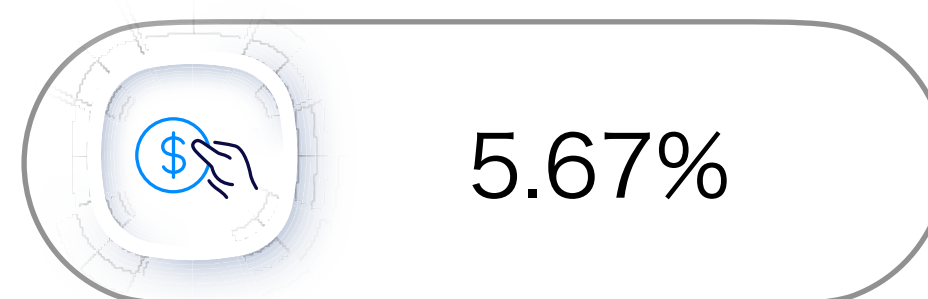
所有員工（不包括該薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數



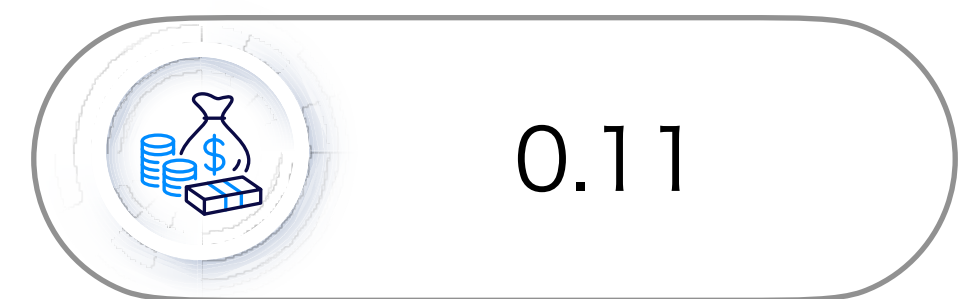
年度總薪酬比率



組織薪酬最高個人之年度總薪酬增加百分比



所有員工（不包括該薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數增加百分比



年度總薪資報酬變化比率

註：最高薪酬個人年度總薪資減少，係因內部營運規劃將高階經理人職責進行細部劃分與調整。

◆ 年度總薪酬比例 GRI 2-21

非擔任主管職全時員工	2023年	2024年	兩年差異	非主管職之全時員工薪資平均數新臺幣797仟元，為上市櫃觀光餐旅業者中排名第二。本公司善盡企業社會責任，持續重視及增進基層員工的薪資福利，以促進勞資雙贏。 註1：係依台灣證券交易所發布「非擔任主管職務之全時員工薪資資訊申報作業說明」規定計算，並經會計師檢視及核算。 註2：所稱「非擔任主管職務之全時員工」，係指企業全體受僱員工扣除擔任主管職務者及部分工時員工。
平均人數	82	92	12.20%	
薪資平均數(仟元)	778	797	2.44%	
薪資中位數(仟元)	674	609	-9.64%	

◆ 性別薪資與薪酬的比例 GRI 405-2

女性對男性的平均基本薪資 (女：男)			女性對男性的平均薪酬 (女：男)		
類別	女	男	類別	女	男
主管	1	1.1196	主管	1	1.1623
一般員工	1	0.9427	一般員工	1	0.9710
門市主管	1	1.0743	門市主管	1	0.9967
門市員工	1	1.0544	門市員工	1	0.9488

註1：主管：理級(包含)以上有管理職責之主管。

註2：一般員工：理級(不包含理級人員)以下；未具備管理職責之內部職能人員，依其所屬單位之專業職責執行日常業務與作業流程，如行政、會計、研發、業務、採購等職務。

註3：門市主管：店長級(包含)以上有管理職責之主管。負責門市營運管理、銷售績效達成、顧客服務品質與現場人員管理之主管，具備直接領導與管理門市員工之責任。

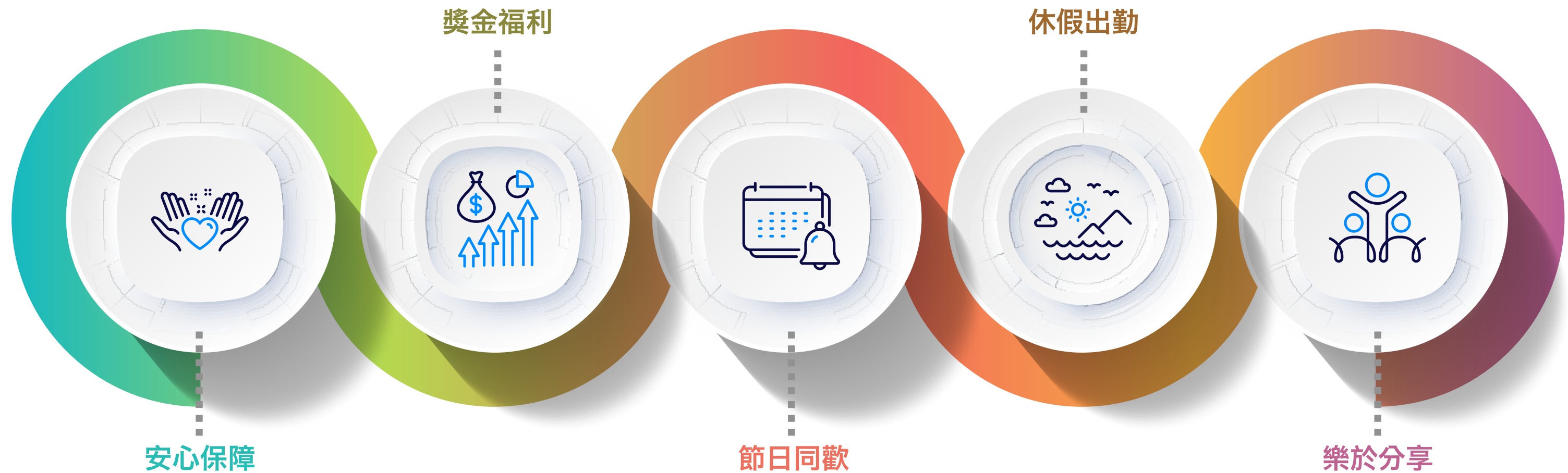
註4：門市員工：副店長級以下；於實體門市據點提供顧客服務、商品銷售、陳列補貨與日常營運支持等工作，執行門市主管所指派之任務，協助維持良好之顧客體驗與店務運作。

2.1.4 員工福利與包容 GRI 401-2

在聯發國際，我們注重每位員工的身心健康，除了法定保障（如勞健保、勞退提撥等），我們還提供全面的福利政策，涵蓋獎金福利、安心保障、節日同歡、休假出勤及樂於分享等五大項目之福利，致力於創造舒適的工作環境與員工福祉。

年終獎金、員工持股信託、股票選擇權、同儕協助獎金、全勤獎金、績效獎金、伙食津貼、職務津貼、績效調薪、推薦獎金、門市分紅制度、員工認股。

- 休假制度：依勞基法給假標準、特休假、生理假、員工陪產假、產檢假、國外員工旅遊有薪假。
- 出勤時間：(總公司) 彈性上下班時間，(門市) 依營運時間安排。



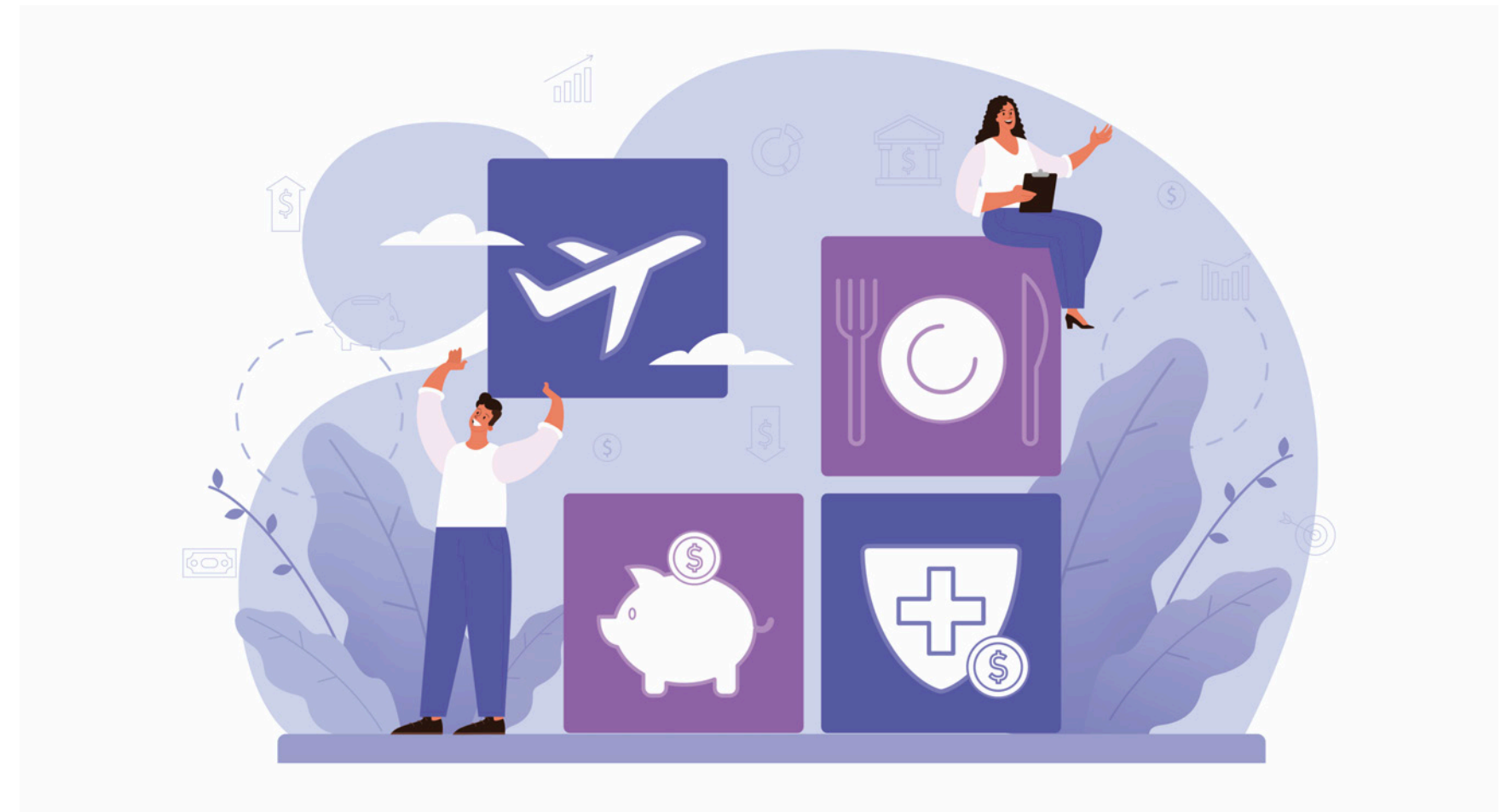
- 團保(涵蓋定期壽險、重大疾病險、傷害險、醫療險、職業災害險、癌症險、疾病門診險、海外旅遊平安保險等)
- 健康管理方案：年度健康檢查、流感疫苗接種補助，臨場醫護服務，為員工的健康把關。
- 婚慶及生育禮金喪葬奠儀、同仁重大傷病/住院慰問金(禮)。

生日禮金、節慶禮金、五一勞動慰問禮金。

- 獨享樂：免費供餐 (依各營運單位規定)
- 眾享樂：國內(外) 旅遊、尾牙(春酒)、每季聚餐同歡、飲料吧、咖啡吧、免費按摩、運動補助、健康補助、分享日、運動日、電影卷、社團活動、慶生(迎新) 會、員工優惠利率貸款。
- 分享樂：同仁及眷屬用餐優惠、同仁及子女教育獎學金、家庭日。

◆ 福委與員工持股

為持續推動友善職場環境，我們成立職工福利委員會，依法提撥福利金，由勞資雙方代表共同監督福利金運用與保管。職工福利委員會每年籌辦國內外旅遊、慶生會、電影欣賞、聚餐、社團活動補助以及每學期提供同仁及子女教育獎學金等促進員工身心靈平衡發展及跨部門情感聯誼。此外，為鼓勵員工成立員工持股信託計劃及通過庫藏股轉讓予員工辦法，以本公司之正式人事編制內員工-總部同仁與門市店長層級以上者，且服務期滿三個月以上以本公司之正式人事編制內員工-總部同仁與門市店長層級以上者，且服務期滿三個月以上即有資格加入。參加持股信託之員工每月從薪水中提存一定額度，由公司會提撥同比例的獎勵補助金與員工自提額成立信託基金，提供員工和股東同樣享有分紅的福利。2024年員工參與信託持股人數為49人。



2.1.5 員工關懷與保障

◆ 母性關懷 GRI 401-3

公司依「勞動基準法」及「性別工作平等法」提供男女員工申請產假與育嬰假，除考量員工之個人事務或家庭因素外，人力資源部也會與部門主管協商，提供適當假別讓員工申請。同時為保障孕婦的工作權益，給予懷孕同仁在工作上之禮遇與照顧，設有育嬰哺乳室，讓女性同仁得以安心工作。2024年符合育嬰留職停薪資格之員工中，男性員工有2位、女性員工1位，惟本年度無人提出申請。另有1名員工於2023年申請育嬰留停，並於2024年1月順利復職，復職率為100%。



類別	男性	女性
FY2024享有育嬰假的員工總數 (A)	2	1
FY2024實際使用育嬰假的員工總數 (B)	0	0
休完育嬰假後，應該在FY2024復職的員工總數 (C) (註3)	0	1
休完育嬰假後，實際在FY2024復職的員工總數 (D) (註4)	0	1
休完育嬰假後，在FY2023復職的員工總數 (E)	0	0
於FY2023復職後仍在職滿一年的員工總數 (F)	0	0
復職率 (註1)	100%	
留任率 (註2)	-	

註1：復職率=育嬰假後在2024實際復職員工/育嬰假後在2024應復職員工 (D/C)

註2：留任率=2023復職後12個月仍在職的員工/2023年育嬰假後實際復職員工 (F/E)

註3：休完育嬰假後，應該在FY2024復職之員工總數為1人，係因該員工於2023年申請育嬰假，並於2024年1月復職，屬跨年度復職之情形。

註4：休完育嬰假後，實際在FY2024復職之員工總數為1人，係因該員工於2023年申請育嬰假，並於2024年1月復職，屬跨年度復職之情形。

◆ 退休制度 GRI 201-3、404-2

我們的退休辦法適用於所有正式聘雇員工，依勞工退休金規定按月提供員工薪資的6%，存入勞工個人退休金專戶。工作15年以上且年滿55歲者、或工作24年以上者、或工作滿10年以上且年滿60歲者，均符合申請資格。新舊制退休金給付方式依勞動基準法勞退相關規範訂定，並對即將退休員工提供退休規劃建議。員工退休金給付標準如下：

1. 適用勞動基準法前之工作年資，其退休金給與標準，依其當時應適用之法令規定計算；當時無法令可資適用者，依本公司自訂之規定或勞雇雙方之協商計算之。
2. 適用勞動基準法退休金制度（勞退舊制）之工作年資，其退休金給與標準依勞動基準法第五十五條規定計給。但依第三十五條第一項第二款規定強制退休之員工，其身心障礙係因執行職務所致者，依勞動基準法第五十五條第一項第二款規定加給百分之二十。
3. 適用勞工退休金條例退休金制度（勞退新制）規定之員工，本公司按月提繳其工資6%之金額至勞工個人之退休金專戶。

◆ 團體協約與勞資溝通 GRI 2-30、403-4、407

為了保障員工的權益並維持穩定的勞資關係，我們採取多元機制進行保障，雖無簽訂團體協約但所有營運據點均簽署並執行勞動法規及相關管理辦法，每年定期召開勞資會議4次，促使勞資雙方代表進行充分的討論。我們積極聆聽員工的意見，致力於創建開放且透明的溝通環境，讓主管、員工及同事間保持良好的互動與理解。此外，公司尊重並支持員工的結社自由，絕不妨礙員工依法結成工會或參與各類員工團體。我們鼓勵員工依個人意願組織與參與，並確保在結社過程中享有完全的自由與平等，進一步促進員工的參與感與歸屬感。

◆ 營運變化的最短預告期 GRI 402

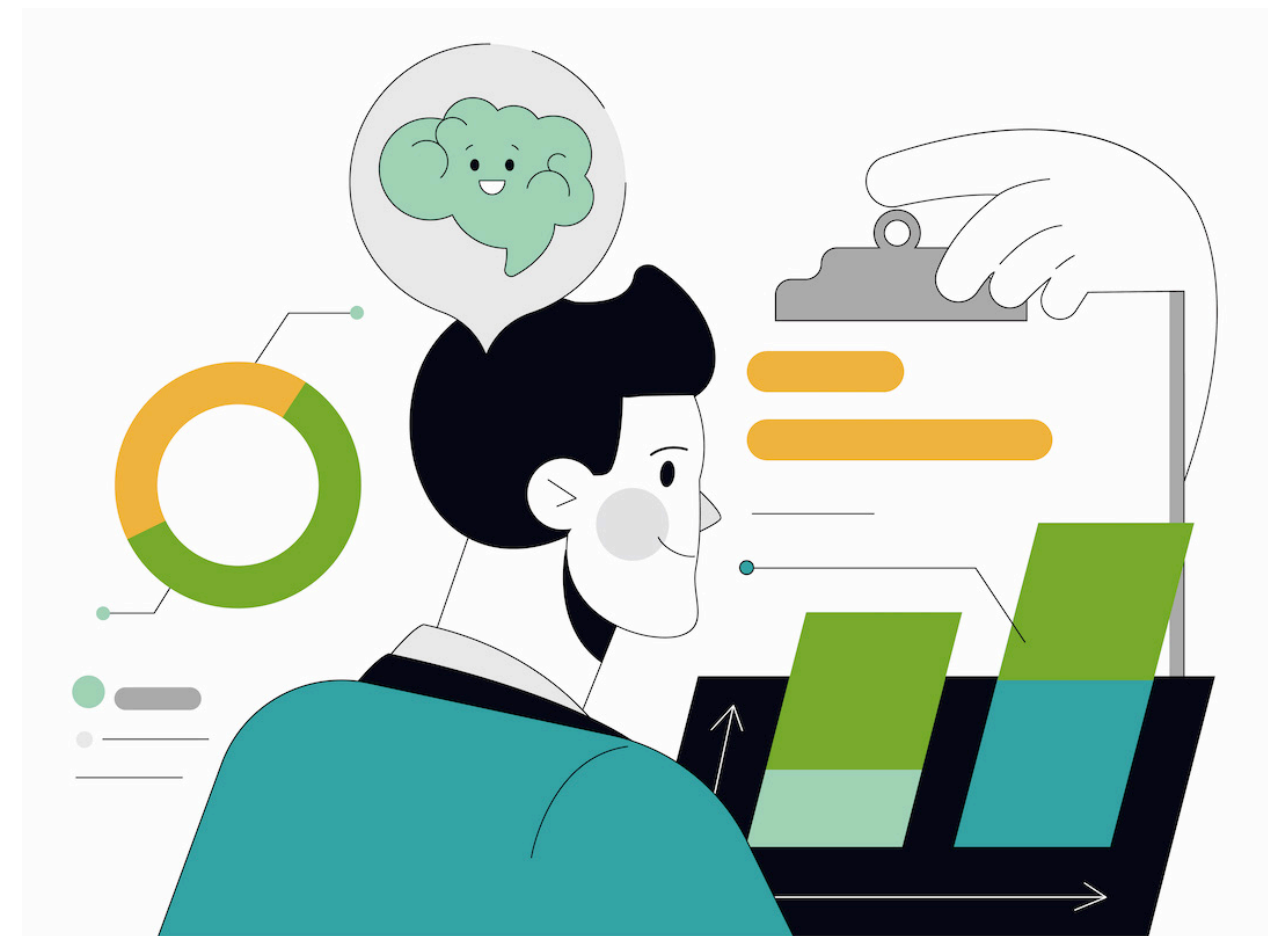
本公司遵循勞動基準法規定，保障員工的基本權益。若遇重大營運變動或需終止勞動契約等，影響員工權益之事故，將依照相關法規，處理與員工的勞僱關係。員工於接到前項預告後，可在預告期間內請假外出尋找新工作，每週請假不超過兩天，請假期間之工資照給。若公司未按規定提前通知終止勞動契約，則需支付預告期間工資。

2.2 人才培育與發展

在當前競爭激烈的市場環境中，企業的成功與永續發展離不開人才的支持與發展。為了保持領先地位並實現長期增長，我們始終將人才培育作為公司戰略的重要組成部分。我們深信，擁有具備潛力和技能的團隊是實現公司目標的核心動力。因此我們致力於打造一個支持員工成長、提升專業能力和領導力的培訓體系，並為每一位員工提供充分的學習機會，幫助他們發揮潛能並打造鼓勵創新與成長的文化氛圍。公司專注於培養員工的專業能力和領導潛力，並透過優化人才發展體系來支持其職業成長。我們提供多元的教育訓練機會，包括專業知識分享、茶葉專業課程和組織管理研討會等，建立具發展潛力的人才培育系統，幫助員工掌握所需技能，並能實際應用於工作中。此外，我們鼓勵員工積極分享所學，推動學習與經驗的傳承。

2.2.1 員工培訓發展

我們設有完善的培訓體系，對於新進員工，協助他們快速融入團隊。入職後，我們會立即進行新進教育訓練，並由用人部門指導，安排為期三個月的工作學習與培訓，讓新員工迅速了解公司的營運，並順利適應工作，縮短適應期。



◆ 員工培訓架構

培訓類別	適用對象	培訓內容	培訓方式
新進員工訓練	全體新進員工	企業文化、規章制度、福利介紹、EAP關懷	線上學習
基礎服務訓練	門市主管、門市人員	顧客服務技巧、POS機操作、飲品製作標準	實體訓練
形象與禮儀訓練	門市主管、門市人員	制服規範、儀容儀表、服務禮儀	實體訓練
客訴處理訓練	門市主管、門市人員	投訴分類、應對話術、實戰模擬	實體訓練
管理職培訓	門市主管職	團隊管理、業績分析、營運策略	實體訓練
食品安全與衛生訓練	門市主管、門市人員	衛生標準、食品處理規範	實體訓練

◆ 2024年培訓時數與人數統計 GRI 404-1

員工類別	男性		女性		合計		平均時數
	時數	人次	時數	人次	時數	人次	
管理層級	775	57	398	31	1,173	88	16.76
一般員工	39	8	123	19	162	27	1.23
門市主管	228	21	30	8	258	29	11.73
訓練總時數/人數	1,042	86	551	58	1,593	144	7.11

註1：管理層級：理級(包含)以上有管理職責之主管。一般員工：理級(不包含理級人員)以下；未具備管理職責之內部職能人員，依其所屬單位之專業職責執行日常業務與作業流程，如行政、會計、研發、業務、採購等職務。門市主管：店長級(包含)以上有管理職責之主管。負責門市營運管理、銷售績效達成、顧客服務品質與現場人員管理之主管，具備直接領導與管理門市員工之責任。

註2：各直營門市之基層員工培訓以現場實務訓練（OJT, On-the-Job Training）為主軸，核心培訓內容包含：餐點製備標準作業流程、門市環境清潔與衛生管控機制、收銀系統操作及顧客服務等營運關鍵職能。本公司將依據員工職能測評結果動態調整培訓計畫，相關訓練體系之完整資料現正進行系統性彙整，後續將依規劃時程揭露於永續發展報告書。

2.2.2 加盟主輔導方案

為協助每一位加盟夥伴穩健經營、長久發展，聯發國際提供全方位的輔導與支持，從開店前的評估準備，到營運中的管理優化，皆有專業團隊陪伴左右，與加盟夥伴一同打造成功的門市經營藍圖。

- 開發與管理：**我們從商圈評估到開店規劃，提供一站式加盟開設與營運訓練，協助加盟夥伴掌握市場脈動、做出明智選擇。課程涵蓋市場調查、營運管理、成本控制與問題處理等核心內容，確保每家門市在激烈競爭中站穩腳步，邁向穩定營收。
- 飲料調製技術與品質控制：**為了讓每一杯茶飲都能傳遞我們的用心，我們提供專業調製技術訓練，協助店員熟練掌握飲品製程與品質控管。無論是配方比例、食材選擇或是製作細節，都以高度一致性與穩定性為核心，讓顧客每次造訪都能喝到熟悉好味道。
- 品牌建立與行銷策略：**我們了解每個市場都有其獨特的節奏與需求，因此提供量身打造的行銷支援。從市場定位、社群經營到促銷活動，協助加盟主提升品牌在當地的能見度與顧客黏著度，打造具有溫度與記憶點的消費體驗。
- 店面設計與裝潢：**一間店，不只是販售飲品的空間，更是傳遞品牌精神的重要場域。我們提供店面選址、動線設計與裝潢風格的專業建議，讓門市在實用與美感之間取得平衡，打造出既符合品牌形象又令人駐足的溫馨空間。
- 員工訓練與管理：**每一位員工，都是品牌理念的實踐者。我們提供完整的教育訓練與標準化管理流程，從飲品製作、顧客服務到門市營運，協助建立穩定且充滿向心力的團隊，讓每一杯飲品、每一次互動，都傳遞出品牌的溫度與專業。



2.2.3 績效考核機制 GRI 404-3

聯發國際深信，每位員工的成長，都是公司前行的重要動力。我們致力於打造公平、公正且透明的考核與晉升制度，期望透過明確的績效機制，協助員工持續精進、邁向理想職涯。公司每年進行兩次績效考核，適用於所有在職員工與試用期結束之新進同仁。透過考核，主管與員工不僅能回顧目標執行成果，也能開啟坦誠對話，提出具體成長建議與未來發展方向，成為員工職涯路上的溫暖引導。2024年，所有具備考核資格之員工均已完成績效評估，展現公司對夥伴發展與成長承諾的持續實踐。

- 考核頻率：**每半年進行一次績效評估，全年共兩次，針對員工的工作表現、核心職能與團隊貢獻等面向進行全面檢視
- 考核標準：**評估內容涵蓋工作成果、專業知識、創新能力與團隊合作，兼顧量化指標與日常表現，務求公正並符合職務特性。
- 雙向溝通機制：**我們鼓勵主管與員工在考核過程中保持開放對話，不僅回顧過去，更一同規劃未來。透過面對面的回饋與交流，我們希望每位員工都能清楚了解自身優勢與待加強之處，在公司與個人願景中找到交集與動力。
- 晉升與獎勵制度：**根據績效考核結果，公司不吝提拔優秀員工，並提供明確的職涯發展路徑。對於表現優異者，公司提供加薪、績效獎金及額外培訓資源，以激勵員工持續進步。

◆ 2024年接受定期績效及職業發展檢視之員工統計

項目	男性	女性	合計	比例
總公司理級(包含)以上	25	11	36	51%
一般員工：理級(不包含理級人員)以下	5	34	39	111% (註2)
門市主管：店長級(包含)以上有管理職責之主管	11	10	21	95%
門市員工：副店長級以下	6	25	31	32%
接受定期績效及職業發展檢視的員工總數	47	80	127	57%
比例	37%	63%	100%	-
2024年接受績效考核之員工總數	127			

註1：員工考核人數差異，主因係部分員工於考核期間內尚在試用階段或於考核作業完成後才入職，故未納入績效考核範圍。

註2：比例出現異常，主因為部分員工於完成績效考核程序後離職。

2.3 職業安全與健康

我們相信，員工的健康與福祉是企業永續發展的基石。只有身心健康的員工，才能發揮最大的潛力，為企業創造持久且穩定的價值。因此，我們持續優化並強化職業安全衛生管理系統，這不僅是對員工的關懷，也是提升公司整體競爭力的重要策略。通過全面的安全衛生保障，我們確保每一位員工在安全、健康的工作環境中茁壯成長，進而促進企業與員工之間共同發展。最終，我們期望實現企業、員工和社會三者之間的共贏，為未來創造更佳且可持續的成長動能。

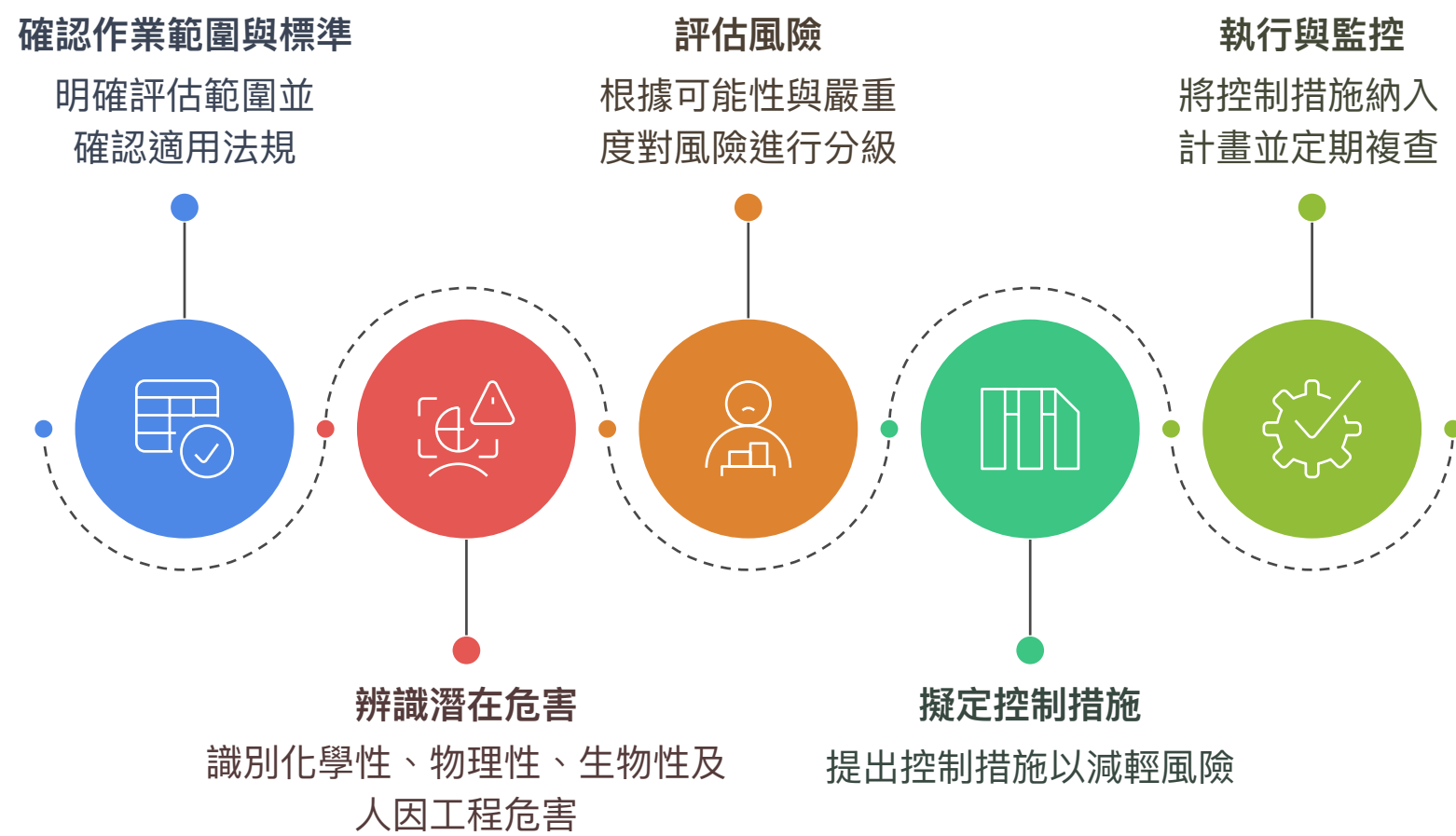
2.3.1 職業安全衛生政策 GRI 403-1、403-8

聯發國際以員工的健康與安全為首要考量，依據《職業安全衛生管理辦法》規定，建立實施職業安全衛生管理系統制定安全衛生工作守則、提供安全和健康的工作條件、遵守職安衛法令和相關要求、消除危害和降低職安衛風險、推動工作者職安衛諮商和參與。管理系統涵蓋適用於本公司全體員工及非本公司人員在本公司之工作場所從事工作者，涵蓋的工作者包含員工（224人，占比95.7%）、非員工工作者(仲介派遣)（10人，占比4.2%）等利害關係人。

2.3.2 職業安全衛生參與及溝通 GRI 403-2

公司為第二類事業，尚無需設立專門的職業安全衛生委員會，但我們已配置甲種職業安全衛生主管協助相關工作，並制定安全衛生工作守則。門市的安全衛生由店經理負責，並嚴格執行公司制定的相關規範。此外，我們透過教育訓練等方式，向全體員工及外部利害關係人宣導政策、目標、管理方案及相關法規，並定期整合內外部溝通意見，確保職安管理系統能即時適應內外部環境變化並作出調整。

◆ 風險評估流程圖與危害辨識 (職業安全衛生流程)



◆ 事故通報處理機制圖



為提升全體員工在職業安全衛生方面的意識與應變能力，聯發國際規劃一系列多元化的教育訓練課程，並依員工的工作性質，為總部及門市員工安排不同主題的專業訓練，確保每一位員工都能在安全的環境中工作，並具備應對各類職業風險的能力。

2.3.3 職業安全衛生教育訓練

◆ 總部同仁

為提高總部員工對辦公室常見職業安全衛生問題的認識，我們將針對人因性危害預防、辦公室環境安全、緊急應變措施等課題，進行詳細的講解。這些內容將幫助員工在日常工作中能夠識別潛在危險，並具備應對各種突發狀況的能力。此外，訓練中還會加強對相關職業安全衛生法規的宣導，確保員工了解並遵守各項法律法規，從而保障自身與他人的安全。2024年受訓人數28人每人1小時，共計28人時。

◆ 門市同仁

有鑑於餐飲業的特殊性，我們針對直營門市員工面對的職業安全衛生挑戰，如廚房安全、食品安全、顧客安全以及火災預防等方面，進行重點訓練。這些訓練將通過具體案例與实操演練的方式進行，讓員工能夠應對餐飲工作環境中的各類風險。我們提供詳細的作業指導書與安全檢查表，協助員工養成良好的安全操作習慣，從而最大限度減少潛在的安全隱患。2024年共辦理2場受訓人數10人，每人1小時，共計10人時。



◆ AED教育訓練

我們將定期舉辦心肺復甦術（CPR）與自動體外心臟除顫器（AED）的教育訓練，提升員工在緊急情況下的急救能力。這些訓練將由專業講師指導，通過理論講解與实操演練相結合的方式，確保每位員工都能熟練掌握AED操作，並在突發事故中能迅速做出反應。這樣的訓練將有助於提高整體應急救援能力，減少工作場所可能發生的生命危險。2024年共辦理1場，訓練時數共計1小時，30人。

除此之外本公司不定期進行職業安全宣導課程，提升人員安全意識，預防災害發生。總公司與各直營門市皆有配置滅火器，並已投保商業火災保險及公共意外險，藉此轉嫁風險，降低損失。



2.3.4 職業傷害統計 GRI 403-9、403-10

2024年職業災害統計顯示，主要工傷原因來自在執行業務過程中發生的各類事故（如切割燙傷、滑倒、砸傷等），同仁在上下班途中發生的交通意外為虛驚事件。其中，業務執行中發生事故共計0件（包括需住院治療的重大職災事故0件），總計職業傷害共0件，通勤事故共計5件。此外，職業病主要來源為長期吸入油煙引起的呼吸道疾病、肌肉骨骼傷害、皮膚接觸危害、高溫作業及聽力損失等問題。2024年內並未發生任何職業病事故。

此外，對於非本公司編制之承攬人員，聯發國際亦依相關法規實施必要的安全衛生管理。包括入場前之危害告知與安全教育宣導、派任安全督導人員進行現場管理，並透過不定期巡檢掌握實況，對於發現之潛在危害將即時通報發包單位或相關承辦人，督促限期改善，確保所有在場工作人員皆能處於安全健康的作業環境。

◆ 2024年職業傷害與職業病統計

類別		台灣總部	直營門市	總計
總經歷工時 (小時)		164,803	79,400	244,203
職業 傷害	一般職業傷害數量	0	0	0
	嚴重職業傷害數量	0	0	0
	可紀錄之職業傷害件數	0	0	0
	職業傷害死亡人數	0	0	0
	損工日數 (註1)	0	0	0
	嚴重的職業傷害比率 (註2)	0	0	0
	可記錄之職業傷害比率 (註3)	0	0	0
	職業傷害死亡比率 (註4)	0	0	0
職業病	職業病件數	0	0	0
	職業病死亡人數	0	0	0
	職業病死亡比率 (註5)	0	0	0
	可記錄之職業病件數	0	0	0

註1：數據涵蓋範疇為聯發國際台灣總部及9家直營門市（UG：8家，MAMAK：1家）。

註2：自傷亡日起算，單一個案所有傷害發生後之總損失日數。受傷害者暫時（或永久）不能恢復工作之日數，不包括受傷當日及恢復工作當日，但應含中間所經過之日數（包括星期天、休假日或事業單位停工日）及復工後因該災害導致之任何不能工作之日數。

註3：嚴重的職業傷害比率 = [嚴重職業傷害數量（排除死亡人數）× 20萬工時] / 總經歷工時。

註4：可記錄之職業傷害比率 = （可記錄之職業傷害件數 × 20萬工時） / 總經歷工時。

註5：職業傷害所造成的死亡比率 = （職業傷害所造成的死亡人數 × 20萬工時） / 總經歷工時。

註6：職業病所造成的死亡比率 = （職業病所造成的死亡人數 × 20萬工時） / 總經歷工時。

2.3.5 員工健康與保護 GRI 403-3、403-6、403-7

◆ 健康服務實踐

在聯發國際，我們始終相信一員工的健康，是企業永續發展最堅實的基石。我們以實際行動守護每一位夥伴的身心平安，透過「職場安全四大保護計畫」與定期健康檢查，建立起全方位的健康守護網，營造安全、友善且有溫度的工作環境。我們鼓勵員工放心工作、安心生活，讓每位同仁都能在無憂無慮的狀態下發揮潛力，一起為品牌的成長努力。未來，我們也將持續優化健康照護措施，攜手員工共同打造更健康、更美好的職場文化

1. 員工體格檢查

依據勞工健康保護規則第十七條雇主對在職勞工，我們為所有員工提供全面的健康檢查服務，從入職前的基本體檢到定期的一般健康檢查，針對新進人員及年度體檢報告由護理師進行管理分級，特別關注高風險職位的健康狀態，並持續追蹤管理。

2. 人因性危害預防計畫

針對人因性危害與母性健康設立專項管理計畫。人因性危害預防方面，我們每年定期進行全體員工的肌肉骨骼問卷調查，根據評分結果安排必要的醫護訪談，2024年共完成5位員工的個別訪談，以提早介入與預防職業傷害風險。在母性健康保護方

面，2024年共針對4位懷孕或哺乳期女性進行健康風險評估與專業訪談，並依據評估結果將其健康風險列為第一級，給予相應的健康關懷與職場協助措施，確保母性員工的健康與安全。

3. 異常工作負荷促發疾病預防計畫

為預防因異常工作負荷所引發之疾病，聯發國際每年針對全體員工實施相關調查與管理措施，2024年共計有136人參與問卷調查，結果顯示其中高風險24人、中風險42人、低風險70人。針對高風險員工，我們優先安排與醫護人員進行個別訪談，提供健康建議與追蹤關懷。此外，各部門進行的物理性危害評估結果多為第一級風險，為此公司亦安排包括眼睛紓壓講座與視障按摩等舒緩活動，以減輕員工的身心壓力，維護整體職場健康。

4. 預防職場侵害預防計畫

重視員工的職場安全，全面推動預防職場侵害計畫，服務對象涵蓋全體員工，並透過線上課程與專題講座進行教育訓練，提升同仁對職場侵害辨識與因應能力，營造尊重、友善的工作環境。

◆ 健康管理促進

聯發國際致力於打造健康職場文化，透過多元措施關懷員工的身心健康，提升整體福祉與工作滿意度。2024年共舉辦50場健康促進活動，內容涵蓋健康講座、心理諮詢服務、每月健康報刊發行等，讓員工在日常工作中持續感受到企業的關懷與支持。我們每月安排臨床護理師駐點總部，並定期至門市訪談員工，提供健康諮詢與追蹤服務；每季亦邀請專業醫師提供一對一諮詢，協助員工釐清健康異常狀況並提供後續建議與照護指引。為紓解工作壓力與提升專注力，公司定期舉辦「視障按摩服務」活動，協助員工放鬆身心、舒緩疲勞。

此外，我們亦積極推動主題式健康教育活動，舉辦「守護靈魂之窗」護眼講座暨紓壓精油製作教學，提供實用的護眼知識與簡易精油調製技巧，讓員工在舒緩壓力的同時也能關注視力保健。透過結合專業資源與互動體驗，聯發國際持續推動預防為主的健康管理思維，營造積極正向的職場氛圍。



2.4 人權維護與共融 GRI 3-3

衝擊影響

若未能建立有效的監督機制和相關政策，可能會侵犯員工、供應商及其他利害關係人的人權，從而影響企業聲譽和公眾信任，並引發法律糾紛和罰款。此外，員工的身心健康可能受到影響，導致高離職率，進一步增加經營風險和財務壓力，對長期發展造成不利影響。

政策承諾

我們重視勞工權益，遵守聯合國世界人權宣言、聯合國全球盟約、企業與人權指導原則、國際勞工組織公約等國際標準。我們承諾保障員工的合法權益，並確保公司不違反人權原則，尊重所有員工，維護他們的尊嚴與權益。

採取之行動

- 建立不法侵害申訴管道
- 訂立反歧視與反騷擾政策

短期目標

- 無發生涉及違反人權的事件
- 推動人權意識宣導及教育訓練，新進同仁教育訓練100%

中長期目標

- 無發生涉及違反人權的事
- 持續推動人權意識宣導及教育訓練，在職同仁教育訓練100%
- 加強合作夥伴管理，對於合作夥伴執行人權風險稽核

評估機制

永續發展委員會之社會參與小組，透過不同的盡職調查方式與提供申訴管道，了解利害關係人在意的人權議題，並進行溝通與議合，由永續發展委員會追蹤其執行情形及成效。

績效結果

- 晉用足額身心障礙人員1位。
- 2024年無違反人權議題而受政府法規處罰之事件。

利害關係人議合情形

我們定期檢視檢舉信箱之內容並於公司網站投資人專區及公開資訊觀測站發布相關資訊，且透過每年股東會及每季之法人說明會與利害關係人溝通。

2.4.1 人權政策 GRI 2-23

聯發國際應盡企業社會責任，保障員工之合法權益，並遵循《聯合國全球盟約》、《聯合國世界人權宣言》、《國際勞工組織工作基本原則與權利宣言》、《聯合國企業與人權指導原則》、《聯合國原住民權利宣言》及《國際勞工組織第169號有關在獨立國家中的原住民族和部落民族公約》等各項國際人權公約所揭櫫之人權保護精神與基本原則，制定不歧視、員工結社與團體協商的自由、禁聘童工、不強迫勞動等各項人權政策，絕不允許參與任何違反人權之行為。充分體現尊重與保護人權之責任，有尊嚴的對待及尊重一切員工，包含派遣人員及實習生等。

2.4.2 人權管理 GRI 2-23、406-1、408-1

本公司定期識別強迫勞動與童工風險，發現主要風險多集中於供應鏈上游，特別是勞動法規執行相對薄弱的國家。然而，門市與其他營運環節同樣被納入人權風險監控範疇。我們透過不定期稽查，積極防範與杜絕包含門市據點與供應鏈廠商在內的強迫勞動或童工情形，並每季舉辦社區座談，蒐集潛在人權風險意見，並即時採取應對行動。2024年聯發國際門市及上游供應鏈均未發生強迫勞動、使用童工或強迫勞動之情形。傳達聯發國際對全球人權的重視，期望透過與所有合作夥伴的努力，持續提升人權相關議題之管理，為國際人權盡一份心力。聯發國際關注的關鍵領域及相應具體措施如下：

人權議題	具體管理辦法/措施	2024年執行情形
職場多元化與平等	本公司晉用、晉升、調薪依其職務類別，學經歷專業知識等及個人績效表現而定，不因年齡、性別及種族而有所差異，同時會更強化多元包容的文化，而達到促進性別平等，方能做出更好的決策及創新。	2024年無任何歧視事件發生，並雇用身心障礙人員1位。
員工福利	本公司設有「職工福利委員會」，推行各項福利措施如國內外旅遊、年節禮金、家庭日活動等，另有福利補助金之申請，如婚喪喜慶、生育補助、獎助學金及疫苗施打等。 同時提供員工內部及外部教育訓練課程、為員工辦理團體保險、出差人員辦理旅遊平安險等措施，提供員工更好的職場的生活保障。	2024年共辦理2場活動，其中家庭日以及員工淨灘旅遊活動、參與人數共112人。 2024共8人施打流感疫苗、21人申請獎助學金、4人生育補助、4人婚喪喜慶等。 同時提供員工內部及外部教育訓練課程、長期配合管顧公司並聘請外部顧問培訓同仁提升管理職能。
長期配合	公司有多項社團活動鼓勵員工同仁參與，不僅增強團隊凝聚力與溝通，同時加強員工間的連結，進而提升整體的團隊合作能力。	聯發國際除無禁止自由結社外，每年規劃多元社團活動，包含桌球社、減脂社、自行車社，提供員工自行參加。
禁用童工及強迫勞動行為	本公司恪遵勞動基準法，不聘雇或不支持雇用未滿十六歲童工之行為，同時不強迫無意願之員工從事勞動行為。	2024年無雇用童工及無強迫、強制勞動。

2.4.3 人權盡職調查

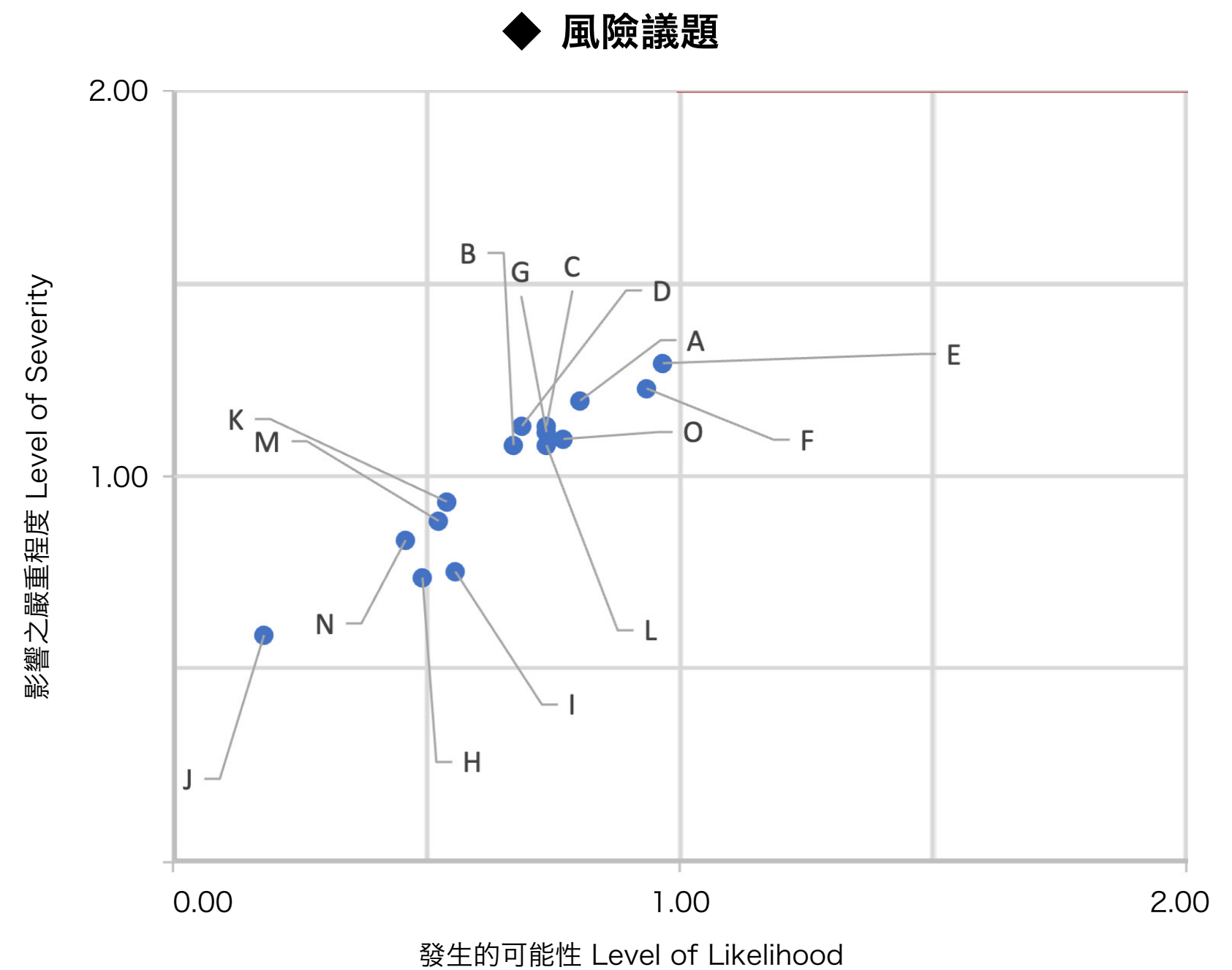
聯發國際依循國際人權公約、相關指引及業界標竿企業之人權盡職調查報告，彙整並評估價值鏈中可能出現的人權風險，並將其納入風險評估流程。本年度我們透過線上問卷調查內部員工，進行人權盡職調查，共計回收217份問卷。調查結果顯示，2024年未發現中度以上的風險議題，但我們將繼續加強預防與減緩措施，確保有效管理人權風險。問卷內容係評估各人權風險議題之「發生機率」及「嚴重程度」，發生機率分為0分=不會發生、1分=機率低（1% - 30%）、2分=有一定機率（31% - 60%）、3分=機率高（高於61%），嚴重程度分為0分=不會影響、1分=不嚴重、2分=嚴重、3分=非常嚴重），並依回收結果產出「人權風險矩陣」，並將人權風險依下列標準分為三個等級。2024年人權盡職調查結果如下：

		風險議題	排序
中風險	E	健康權 (2) - 保障健康措施	1
	F	言論與表達自由 (1) - 提供言論與表達管道	2
低風險	A	隱私保護	3
	O	家庭生活權 (2) - 不損害家庭生活權利	4
	C	工作與勞動條件保障	5
	G	言論與表達自由 (2) - 保障言論與表達自由	6
	L	不歧視 (2) - 升遷	7
	D	健康權 (1) - 職安教育訓練	8
	B	人身自由與安全	9
	K	不歧視 (1) - 招募	10
	M	強迫勞動	11
	I	集會與結社自由 (2) - 保障集會與結社自由	12
	N	家庭生活權 (1) - 提供育嬰支持與福利	13
	H	集會與結社自由 (1) - 設立集體協商機制	14
	J	孩童保護	15

高度風險：發生機率在1分以上且嚴重程度在2分以上

中度風險：發生機率在1分以上且嚴重程度未達2分

低度風險：發生機率未達1分



2.4.4 人權教育訓練

為提升所有同仁對人權保護的意識，我們每年辦理人權保護相關教育訓練，並擴及所有商業夥伴，以降低人權事件的發生頻率。2024年共32人次參與課程，總訓練時數達11小時，我們也將人權政策納入供應商管理及新進同仁簽署文件，以確保政策落實。

2.4.5 人權議題之申訴機制

聯發國際建置完善且透明的申訴機制，確保員工在權益受損或遭遇不公平對待時，能於公正、安全的環境中提出訴求並獲得妥善處理。公司提供簡便順暢的申訴管道，無論何時何地皆可反映問題，且全程嚴格保密，杜絕任何可識別申訴人身分的資訊外洩，避免報復行為，保障申訴人安全與權益。2024年並未接獲外部利害關係人提出實質不法之檢舉或申訴案件。

◆ 申訴管道

申訴專線：02-26548585#864

申訴電子信箱(職場不法侵害、性騷擾防治)：hr.service@1992sharetea.com

◆ 處理流程

1. 在接獲申訴並確認其屬實後，應撰寫調查報告，並將結果通知被檢舉人之直屬主管。根據情節嚴重性，依照法令及公司相關規定進行適當處理。
2. 檢舉的受理、調查過程及結果應進行書面或電子形式的歸檔保存，並保留三年以上。
3. 對於經確認屬實的檢舉案件，應要求相關部門分析事件發生的根本原因，並提交改進報告，提出預防措施，避免類似事件的再次發生。

3 Chapter

環境社會友善 Environmental and Social Friendliness

面對氣候變遷與全球永續趨勢，聯發國際依循TCFD架構，強化氣候治理與董事會識能，並推動能資源與溫室氣體管理制度，逐步邁向低碳營運。同時深耕社區參與，將環境教育與公益行動融入日常營運，積極回應社會期待。透過制度化的風險識別與正向回饋機制，持續建構對環境與社會友善的企業經營模式，實現與利害關係人共榮共好的長期目標。

3.1 氣候變遷因應(TCFD)

3.2 能資源管理

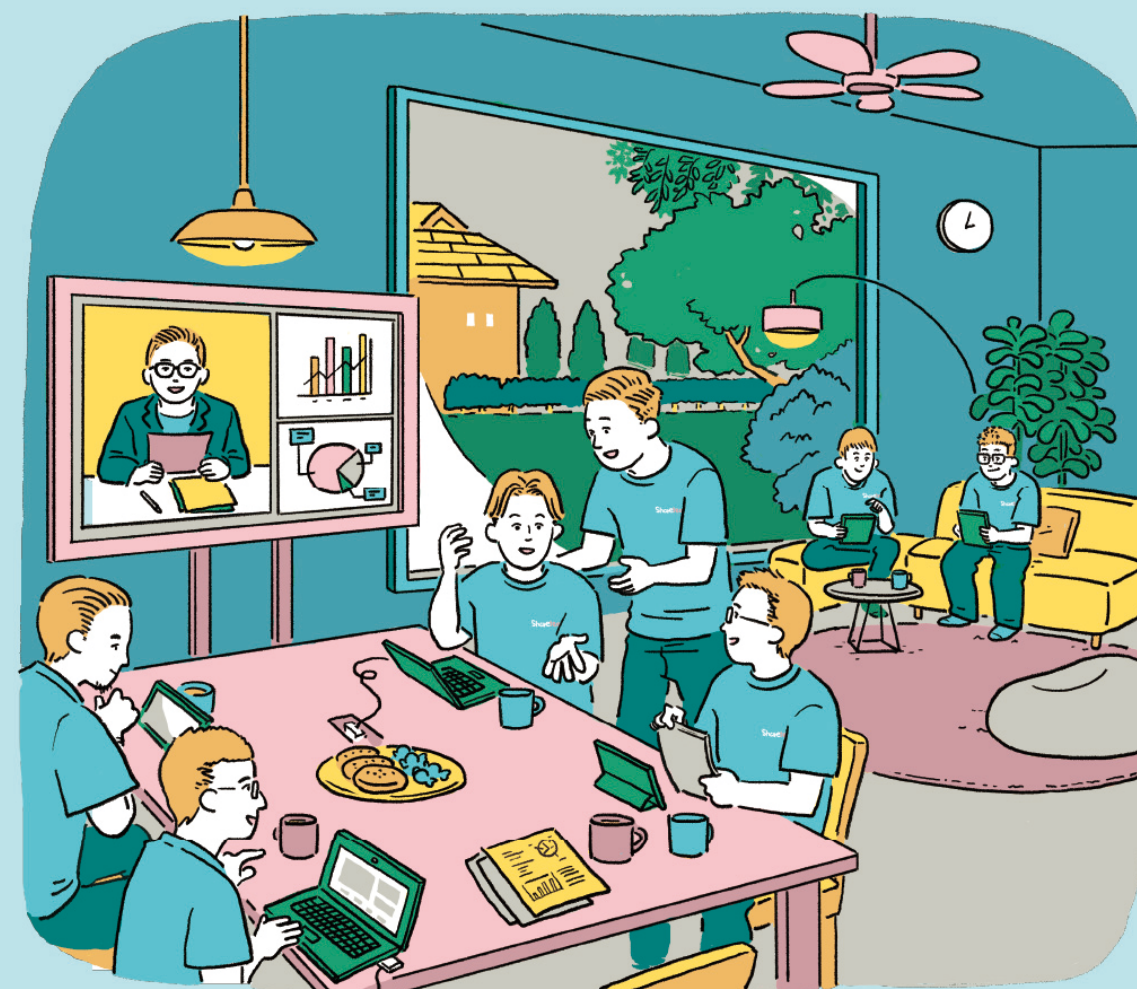
3.3 廢棄物管理

3.4 社會共榮

永續亮點

- ✓ 總部人均用電量下降近29.42%
- ✓ 總部人均用水量下降近52.63%
- ✓ 將ESG理念融入員工旅遊活動，如淨灘行動
- ✓ 舉辦聖誕家庭日，邀請公益團體演出

對應聯合國永續發展目標 SDGs



3.1 氣候變遷因應 (TCFD) GRI 201-2

聯發國際將氣候變遷納入企業永續經營重大議題與風險項目之一，從自身營運、核心專業能力及產業價值鏈開始思考，如何將氣候變遷對企業營運的衝擊降到最低，同時將市場機會與效益最大化，遵循由國際金融穩定委員會 (Financial Stability Board, FSB) 所建議之TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 架構，揭露氣候風險與機會之管理行動，以期建構完善的氣候變遷治理機制。

◆ 治理

聯發國際董事會成員高度關注氣候變遷議題，將持續參與氣候變遷相關進修課程，以提升董事會成員對於氣候議題之群體智識。本公司已成立永續發展小組，並依環境、社會、公司治理等三個面向設立專責小組，並由相關部門主管擔任組長，共同制定與推動公司永續發展政策、策略及短、中、長期永續發展目標。由永續發展小組之執行秘書滾動式檢視及蒐集氣候相關議題發展趨勢、和環境面專責小組進行氣候相關風險與機會之辨識與因應，並規劃執行本公司溫室氣體盤查及驗證事宜，同時每年至少一次向董事會呈報執行進度、實施成效及未來工作計畫。董事會將於永續發展小組提出相關工作報告後進行監督及治理，以確保各單位因應氣候相關風險與機會落實各項措施。

◆ 策略

本公司辨識氣候變遷可能對營運帶來的風險與機會，評估其對業務、營運策略及財務表現的潛在影響，並明確定義短期（3年內）、中期（3至5年）、長期（5年以上）等時間範疇，以規劃對應的氣候行動方案並提升組織韌性。針對極端氣候事件、轉型法規與淨零目標所產生之財務影響，本公司透過氣候風險與機會管理，強化從源頭節能減碳的作法，降低業務與策略層面的衝擊。聯發國際已設立永續發展小組，依據公司整體風險管理制度，與內部相關單位共同討論氣候相關風險與機會，完成辨識、評估、行動與檢討流程，強化氣候風險的管理機制與回應能力。

◆ 氣候風險與機會鑑別流程



◆ 氣候風險與機會鑑別流程

財務衝擊程度	風險與機會可能性				
	幾乎肯定(5分)	很有可能(4分)	有可能(3分)	不太可能(2分)	幾乎不會(1分)
	一定會發生	10年內可能發生多次	10年內可能發生一次以上	10年內沒發生過	從沒發生
高(5分)	③ ④				
中高(4分)					
中(3分)	⑤ ⑥				
中低(2分)					
低(1分)	⑦				① ②

風險面向		風險事件及描述	發生期間、可能性及財務衝擊程度	潛在財務影響	因應作為
轉型風險	① 政策與法規	環境法規政策遵循 聯發國際需要應對來自政府的碳排放、能源消耗、包裝減量等環境法規的變動。這些政策不僅增加了合規成本，還可能要求企業更新設備或調整產品生產流程，從而提高營運成本。	發生期間：中期 發生可能性：低 財務衝擊程度：低	<ul style="list-style-type: none"> 若未提前投入或預估法規變動的成本，可能面臨突如其來的營運成本增加壓力。 政府政策的不確定性會影響企業的未來投資計劃及長期競爭策略。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續關注並研究政策變動，做好法規預判與合規準備。 加強跨部門協作，推動內部的環境管理與節能減碳技術創新。 了解政策發展脈動，及時調整企業策略。
	② 市場	企業聲譽損害 若未能遵循相關法規（如碳排放、環境保護等），可能造成負面媒體報導，進而影響消費者對品牌的信任與忠誠度。	發生期間：中期 發生可能性：低 財務衝擊程度：低	<ul style="list-style-type: none"> 消費者與投資者信心下降，導致銷售額減少與市值下滑。 	<ul style="list-style-type: none"> 強化內部合規機制，確保所有法規遵循。 適時評估潛在風險，並於內部會議追蹤。 透過公司網站、永續報告書等，使利害關係人更了解聯發國際之具體作為。
實體風險	③ 立即性	極端氣候造成供應與營運中斷 近年極端氣候事件（如颱風、暴雨）頻率與強度增加。原物料產地遭逢災害導致產量減少與價格波動；同仁因天候無法出勤或交通受阻，增加人力調度與職災補償壓力；門市設備損壞、中斷供電與資訊系統失效。	發生期間：短期 發生可能性：高 財務衝擊程度：高	<ul style="list-style-type: none"> 導致原物料產量減少、價格上漲，對毛利和淨利潤產生直接影響。 同仁無法出門上班執勤或於上班途中受到損傷，可能導致後續職災補償或營運人力減少、增加人力成本，並可能需要負擔法律責任以及支付相應的賠償。同時造成對消費者與客戶服務中斷，產生營業損失。 設備損壞導致暫停營運之損失，如：設備損壞、庫存損失、客戶流失等。 供電不穩與中斷，導致資訊網路系統服務中斷對消費者與客戶服務。 	<ul style="list-style-type: none"> 評估產品與服務發展策略時，評估項目納入氣候變遷因素。 與供應商簽訂年度定價合約以控制原物料之成本穩定。 針對不同天災規劃預防措施與應變作為。 根據天災（如颱風假）情形提前發布提醒及應注意事項。實施定期的預防性維護計劃，包括定期的檢查、保養和修理。
	④ 長期性	海平面上升導致營運據點與物流設施風險增加 聯發國際若於沿海或易淹水區域設有門市、倉儲或物流中心，將可能面臨營運中斷與供應中斷風險。此外，原物料產地若位於受海平面上升影響的農業區域，亦可能導致產品種類減少、供應不穩。	發生期間：長期 發生可能性：高 財務衝擊程度：高	<ul style="list-style-type: none"> 門市與物流設施中斷營運，導致銷售損失與修復成本上升。 原物料供應不穩，導致產品種類減少，影響業務拓展與營收表現。 可開發與可販售品項受限，降低市場反應速度與競爭力。 長期影響公司獲利與品牌穩定性。 	<ul style="list-style-type: none"> 將氣候變遷納入產品與服務發展策略，提前評估氣候風險對原物料與營運地點之影響。 定期檢視並調整展店與倉儲布局，優先避開高風險區域。 強化倉儲與門市防災能力，例如防水設施與備援電力。 規劃跨地區的原物料供應來源與物流備援
機會	⑤ 韌性	強化食品安全管理 隨著氣候變遷導致農產品病蟲害增加，食品供應鏈安全與原料品質穩定性面臨挑戰，消費者對食品安全的要求與品牌信任度提升。	發生期間：短期 發生可能性：高 財務衝擊程度：中	<ul style="list-style-type: none"> 減少因食品安全問題導致的召回與罰款損失。 提升品牌價值，進一步提高市占率與客戶忠誠度。 降低法律訴訟風險與營運中斷成本。 	<ul style="list-style-type: none"> 加強原物料與門市食安檢驗及相關人員之教育訓練。 食安管理部依據現行法規和規定確保食品安全管理系統的有效性與適切性。
	⑥ 產品和服務	客戶行為轉變 消費者環保意識與健康導向消費行為加速，對低碳足跡產品需求成長，為食品產業創造創新產品與差異化定位的機會。	發生期間：中期 發生可能性：高 財務衝擊程度：中	<ul style="list-style-type: none"> 拓展新產品線帶動營收成長。 強化公司在永續與健康產品市場的品牌競爭力。 提高國內外市場對符合氣候與健康雙重需求的產品之接納度。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續推出低碳飲食及低糖產品系列。 擴大綠色原料的採購比率。
	⑦ 市場	企業永續管理合規與轉型 全球氣候資訊揭露與碳中和政策日益嚴格，企業需更積極建構低碳營運模式與碳揭露能力，此同時亦形成永續產品、綠色供應鏈與新商業模式的發	發生期間：中期 發生可能性：高 財務衝擊程度：低	<ul style="list-style-type: none"> 降低因氣候法規未遵循導致的合規風險與罰鍰。 增加國際永續採購標準接單機會。 創造永續產品新增收入來源。 	<ul style="list-style-type: none"> 依循TCFD架構建立氣候風險管理流程。 持續積極關注並因應氣候變遷相關議題，強化企業公益形象，增加客戶認同感，提升企業聲譽。

◆ 風險與管理

隨著氣候相關法規日益嚴格、社會關注度提升，聯發國際已將氣候變遷納入公司整體風險管理政策中的關鍵議題。我們依據風險事件的發生可能性與潛在衝擊程度，進行系統性鑑別與評估，據以判定風險等級，並評估其於預期期程內對公司營運與財務的影響程度。本公司透過風險矩陣分析機制與跨部門風險管理流程進行氣候風險管理，提升整體應變與調適能力。對於被認定為高風險的氣候議題，經營團隊將制定相應的應對策略或預防措施，並透過年度檢視與持續監控機制，確保風險控制成效。

◆ 指標與目標

因應氣候變遷所帶來的環境與營運風險，聯發國際自2025年起正式啟動溫室氣體盤查作業，並將碳管理納入企業永續發展策略。盤查作業將依循國際標準，涵蓋範疇一（直接排放）與範疇二（間接能源排放），並逐步拓展至範疇三（其他間接排放），以建立完整的碳排放數據基礎。預計於2026年完成母公司個體之溫室氣體盤查與第三方確信，藉此全面掌握碳排熱點，做為後續制定減量策略與導入排放管理機制的依據。

在碳管理策略方面，公司將著手推動節能改善與低碳營運轉型，涵蓋總部及台灣地區直營與加盟門市採用具省電標章之節能減碳之設備、汰換高耗能設備、進行智慧用電管理等措施。同時，於產品與包材設計階段導入碳足跡概念，優先選用環保材料與低碳原料，並攜手供應商強化供應鏈碳排控管，以擴大整體減碳效益。未來，聯發國際將透過跨部門合作，同時持續進行內部教育訓練與宣導溝通，逐步建立全體同仁氣候行動共識，並擬訂短、中、長期減碳目標，邁向2050年淨零排放的願景。公司亦將密切關注臺灣碳定價制度之發展，適時評估導入內部碳定價之可行性，作為推動永續營運與提升氣候韌性的重要依據。

3.2 能資源管理

3.2.1 能源管理政策

聯發國際致力於降低營運過程中的能資源消耗，積極推動多項節能與環保改善措施，從總部到直營門市日常營運，持續提升能資源管理效率，減少碳排放，落實綠色轉型。能源管理是聯發國際邁向永續營運的重要一環。面對全球氣候趨勢與在地能源挑戰，我們落實節能減碳，總公司陸續盤點主要耗能設備，並規劃汰換高耗能之設備；同時於門市導入智慧用電管理系統，提升能源使用透明度與效率。從總部到門市，降低能源損耗與碳排放。未來，聯發國際將持續透過內部教育訓練與跨部門合作，深化全員節能意識，共同實踐對環境永續的承諾。



3.2.2 總部能源管理成果

本公司2024年營業收入以外銷為主，占比83.77%。由總公司購入原物料，供貨予海外市場。統計總公司之用電度數及人數，2024年人均用電度數較2023年下降29.42%。2024年本公司的能源密集度為5.24 GJ/百萬新臺幣，全年總能源消耗達2,586.30GJ。其中，外購電力佔比為71.5%，為總公司及直營門市營運主要能源來源，汽油則用於公務車輛用途。聯發國際資本額未達50億元，依上市櫃公司永續發展路徑圖尚不需揭露溫室氣體盤查及確信情形。本公司將於2025年導入溫室氣體盤查系統，並於2025年ESG報告書揭露溫室氣體管理結果。

項目	2023年	2024年
用電度數	147,505	160,767
CO2e排放量(KG)	69,917.37	76,203.56
員工人數	68	105
人均用電度數	2,169	1,531

2024年能源管理成果

2024年用電量與CO2e排放量較去年增加，惟因員工人數年成長逾一倍，然而人均用電量由 2,169 度降至 1,531 度，下降近 29.42%。此顯示公司於擴編營運過程中成功提升能源使用效率，並有效控制單位人員碳排與用電負荷，展現能源管理具體成效。

註1：範疇邊界為聯發國際汐止總公司。因公司位於遠雄U-TOWN辦公大樓，水電皆藉由大樓供給，無法獨立使用或測量。

註2：2023、2024年其門市相關營運資料尚在整理與建置階段，故年度比較僅比較總部用電，門市不予揭露未來將陸續納入門市數據比較。

註3：電力排放係數引用經濟部能源局公告之電力排放係數0.474kgCO2e/kWh

註4：員工人數為當年度12月31日，工作地點在汐止總公司的人員總人數。

3.2.3 能源消耗量統計

GRI 302-1、302-2、302-3、FB-RN-130

能源種類		台灣總部	直營門市	能源合計	能源占比
非再生能源 (單位：GJ)	汽油	77.25	-	77.25	3.0%
	柴油	76.33	-	76.33	3.0%
	天然氣	-	582.53	582.53	22.5%
	外購電力	578.87	1,271.33	1,850.19	71.5%
非再生能源消耗總量		732.44	1,853.86	2,586.30	100%
能源消耗總量		732.44	1,853.86	2,586.30	
個體年營收 (新臺幣百萬元)		493.826			
能源密集度 (能源消耗總量/個體年營收(百萬))		5.24			

註1：能源消耗量數據為電費單用電度數，並無任何估算值。

註2：熱值轉換係數來源為自經濟部能源局出版之2016年能源統計年報(2017.6.30)。

註3：數據涵蓋範疇為聯發國際台灣總部及9家直營門市(UG：8家，MAMAK：1家)。

註4：本公司未購買再生能源，2024年之能源消耗類型包含：組織外購且消耗之能源。

3.2.4 節能行動與成果 GRI 302-4、302-5

聯發國際致力於降低營運過程中的能源消耗，積極推動多項節能改善措施，永續發展融入日常營運，以實際行動降低能源消耗與環境影響。以下為2024年採行的主要節能行動：

1. 照明設備全面汰換為LED燈具：全面更換傳統螢光燈管為高效能LED燈具，提升照明能源效率，並有效降低碳排放。
2. 招牌照明節能優化：採用節能省電裝置與變頻節能設備，並依據季節調整門店招牌亮燈時間，在確保品牌識別的同時，落實節能減碳承諾。
3. 冷藏設備節能優化與定期維護：針對門市冷藏設備（如冰箱與冷凍櫃）進行能效參數調整與排程控溫設定，同時落實壓縮機定期清潔保養。
4. 空調系統升級與節能調控：採用通過經濟部標準檢驗局(BSMI)認證、搭載R32高效率冷媒的空調設備，符合環保標準並具節能與減碳效益；同時選用能源效率第2級機型，結合區域控溫與定時開關策略，積極降低碳足跡。
5. AI智能製茶設備導入：門店導入AI智慧製茶系統，能即時監測原物料用量，有效降低製作報廢與耗損，同時優化用水與用電管理效能，提升整體營運資源使用效率。

製冰設備離峰運作管理：在條件允許情況下調整製冰機於離峰時段運轉，達成負載平衡與能源使用最佳化，朝向更智能且環保的門市營運模式邁進。

3.2.5 水資源管理 GRI 303-1、303-2

目前本公司營運據點位於臺灣，根據世界資源研究所（WRI）之水資源風險評估顯示，營運地區為中低水資源風險區，未涉及高風險水源地，水資源風險相對較低。基於保護水資源及企業永續經營，總公司自主盤點水資源，水源由第三方供水商（台灣自來水公司）直接供應，無地下水或其它方式之水源，用水僅提供員工及訪客使用，因此水源方對環境尚未有顯著影響，使用後污水則均由下水道經污水處理後排放至河川及海洋。

3.2.6 總部水資源使用情況 GRI 303-3、303-4、303-5、FB-RN-140

水資源在手搖飲及餐飲製作過程中占據重要地位。聯發國際致力於提高水資源使用的效率，盡可能減少浪費，從而降低環境影響。在UG手搖飲的製作過程中，我們採用AI智能化設備來精準控制茶葉沖泡與飲品處理，避免人為失誤導致的水資源浪費。我們將持續進行設備升級和維護，並根據水資源使用情況及政策變化適時調整目標與策略，持續推動水資源管理的完善。

為加強管理水資源減量，本公司將持續宣導及管理節約用水，鼓勵員工養成良好用水習慣，減少水資源之浪費，朝向企業營運與環境永續雙贏的方向發展。我們將以2025年為基準年，訂定至2027年人均用水量每年減少5%為階段目標。

項目	2023年	2024年	2024年水資源管理成果
自來水取水量(千立方公尺)	2.58	1.84	2024年，台灣總公司之總取水量為 1.84 千立方公尺，較2023年減少近29%。雖然員工人數增加至105人，但人均用水量下降至0.018千立方公尺，較2023年下降 52.63%，反映我們在用水效率管理上有顯著改善。
自來水排水量(千立方公尺)	2.58	1.84	
自來水耗水量(千立方公尺)	0	0	
員工人數(人)	68	105	
人均用水量(千立方公尺)	0.038	0.018	
個體年營收(新臺幣百萬元)	534.399	493.826	
用水密集度=取水量/個體年營收(百萬)	0.005	0.004	

註1：範疇邊界為聯發國際汐止總公司。因公司位於遠雄U-TOWN辦公大樓，水電皆藉由大樓供給，無法獨立使用或測量，取水量以水費/實際用水量單價推估。

註2：2023、2024年門市相關營運資料尚在整理與建置階段，故年度比較僅比較總部用水門市不予揭露，未來將陸續納入門市數據比較。

註3：因應金管會對食品業的要求，取水量、排水量、耗水量以千立方公尺為單位計算。

註4：總公司之排水納入所屬辦公大樓，未另行統計排水量。耗水量之計算方式為取水量等於排水量，並無耗水量產生。

註5：員工人數為當年度12月31日，工作地點在汐止總公司的人員總人數。

註6：組織特定度量值以個體營業收入仟元做計算。

3.3 廢棄物管理

3.3.1 廢棄物管理

聯發國際為餐飲服務業，總公司之廢棄物產生來源主要是同仁的日常生活產生，在廢棄物管理上主要為一般垃圾、資源回收與廚餘回收，並由辦公大樓管理委員會委託合格合法之業者全責處理，本公司持續倡導同仁落實垃圾分類與資源回收，自源頭做好垃圾減量。

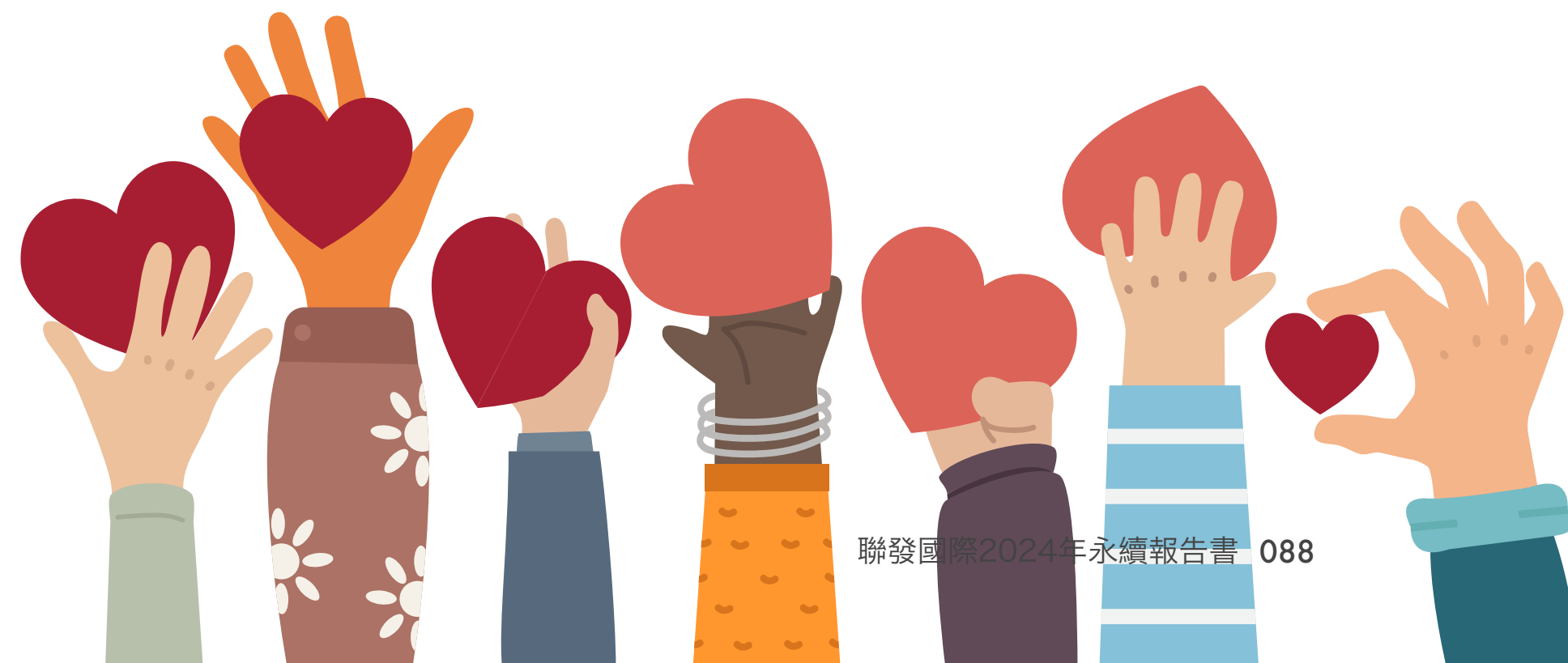
直營門市於營運過程主要產生之廢棄物有一般性廢棄物、廢水、廢食用油及廚餘，均非有毒廢棄物。營業現場庫存採用塑膠儲運籃、塑膠保鮮收納盒等可循環使用之器具，減少塑膠袋、保鮮膜、紙箱等一次性包材用量。並由門市同仁先行分類（一般垃圾、資源回收、廚餘、廢食用油）收集，以減少一般垃圾產出量，再由聯發國際委託專業合格廠商統一進行回收。

廢棄物類型	處理方式	說明
一般垃圾	生活垃圾等不可回收之廢棄物，由辦公大樓管理委員會委託合格廠商收集後進行焚燒或掩埋。	統一由同仁自行至大樓垃圾集中收集區丟棄，故未進行統計。
資源回收	如廢紙、廢塑膠罐/玻璃罐/鐵鋁罐、廢電池等，由辦公大樓管理委員會委託專業合格廠商統一進行回收。	
廚餘	由辦公大樓管理委員會委託專業合格的廠商統一回收堆肥使用。	

3.4 社會共榮 GRI 413-1、413-2

對聯發國際來說，永續企業代表的不僅是公司長期穩健經營，更要負起企業社會責任，提供社會和地方社區等單位持續的關懷與支持，因此本公司透過公益行動推廣、環境保護推動和支持藝文活動等方案，期待推進社會共榮發展，為永續社會盡一份心力，促進共好的理念。疫情期間結合社會愛心，推出「顧客買一杯，我們送一杯給醫護同仁」的活動，總共捐贈上萬杯愛心飲料給百餘間藥局、醫院、消防局。此外也不定期捐助家扶中心等弱勢團體，就是要將愛「分享」給需要幫助的人。

未來聯發國際也將持續努力讓「分享」的理念發揚光大，2024年共於社會公益支出約新臺幣 530,000元。



3.4.1 社會關懷

◆ 春酒活動邀請樂山教養院師生同樂

公司在春酒活動中為樂山教養院設置了專屬攤位，讓院生展示並販售他們的藝術作品，並邀請他們上台表演舞蹈，現場氛圍熱烈且充滿歡樂。作為對樂山教養院的支持和鼓勵，公司更在晚宴上特別捐贈獎金，希望透過這筆微薄的捐款能夠支持院生繼續發揮藝術才華，並鼓勵他們透過繪畫等創作，找到屬於自己的一片天，共捐贈新臺幣100,000元。

◆ 捐贈社區關懷協會和緬甸學生物資

公司除了穩健經營事業，也持續關懷社會，並給予社區最有力和實質的支持，公司特別捐贈旗下品牌的經典紅茶、康普茶（Kombucha）等物資，支持台北市歐伊寇斯社區關懷協會，藉此分享我們茶飲品牌的好味道。

此外，透過協會的傳遞力量，我們的捐贈也轉贈更多需要幫助的弱勢群體。例如該協會轉捐物資給在台的緬甸學生。今年，捐贈物資總值超過300,000元，這些物資覆蓋了台灣的北、中、南及離島等偏鄉地區，受益人數超過百人，讓更多人感受到社會的溫暖與關懷。



◆ 捐贈品牌禮包給遲緩兒童基金會

公司同樣重視兒童教育與發展，特別捐贈遲緩兒童基金會共150份大禮包，內容物為公司品牌商品，包含歇腳亭珍珠奶茶禮盒、Mamak檔的小書包和撲克牌，以及UG品牌扇子和口罩等。希望可以陪伴孩童健康成長茁壯，傳遞溫情給孩童。

◆ 攜手社區關懷協會舉辦聖誕家庭日

一年一度的聖誕佳節，公司攜手歐伊寇斯社區關懷協會，一個致力於社會福利、慈善援助及社會關懷的非營利組織，一起合作舉辦聖誕家庭日，邀請近百名同仁和家眷一起同歡，協會透過一連串的故事分享和藝人唱歌表演等活動，傳遞關懷社會的理念和價值，氣氛溫馨動人。活動現場，公司特別捐贈新臺幣30,000元給單位，給予最溫暖的支持。



3.4.2 環境保護推動

◆ 綠島員工旅遊結合淨灘行動

2024年8月的綠島員工旅遊活主題便是綠色環保旅遊。不僅讓同仁們自行攜帶環保餐具，也鼓勵同仁自行攜帶沐浴乳和洗髮乳等盥洗用品，降低一次性使用，落實減碳行動。此外，此次員工旅遊結合淨灘活動，邀請同仁和家眷們撿拾海廢垃圾。經過大家的共同努力，不僅維持海灘的原始樣貌，更讓環保意識深耕在每個人的心中。在離開時，大家將資源回收物帶回本島，減少離島的垃圾壓力及環境污染，實踐綠色旅遊的精神。整場活動共約40名員工及家屬參與，成功清理了30公斤的海廢垃圾。

3.4.3 支持藝文活動

為了表達對藝文界的支持，我們長期關注並積極參與各項藝文表演活動，並以實際行動支持電影產業。近期，我們包場支持寶島歌王文夏的第十二部電影《夏日的文化洋行》，以及電影《為我辦一場西式的葬禮》。除了包場費用，我們還提供了超過百杯飲品的贊助，並協助進行行銷合作與品牌曝光，為電影工作者提供實質支持。此次總金額超過新臺幣100,000元，藉此鼓勵及促進電影產業的發展，並推動藝文文化的傳播。



3.4.4 發揮社會影響力 GRI 2-28

聯發國際積極參與產業公協會組織，以凝聚產業共識、促進產業交流與跨界合作，並與其他企業攜手邁向共好，以回應外在的環境變化與產業變遷。

- 社團法人台灣連鎖暨加盟協會／理事
- 社團法人台北內湖科技園區發展協會／理事
- 台北市東區商圈發展協會／理事



3.4.5 社會肯定與榮耀

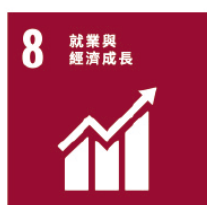
- ◆ 榮獲2024年TCFA台灣連鎖暨加盟協會／服務金賞認證
- ◆ 榮獲第二屆新北企業經典獎／寰宇國際企業大獎
- ◆ 榮獲2024年1111人力銀行／幸福企業獎



4 Chapter

- 4.1 公司治理
- 4.2 經營績效
- 4.3 風險管理
- 4.4 誠信經營

對應聯合國永續發展目標 SDGs



誠信永續經營 Sustainable Management

聯發國際秉持企業穩定成長及企業永續發展的理念，堅持公司治理透明，並持續強化董事會職能，以提升經營團隊領導管理，維護股東權益。同時透過完整的風險管理制度，推動組織持續精進，建構企業持續穩定營運與成長的能力，為全體利害關係人與公司創造共享價值。



永續亮點

- ✓ 2024年合併營收691,146仟元，EPS 2.41元。
- ✓ 2024年董事會共召開9次，平均實際出席率100%，績效評估結果為「良好」。審計委員會共召開8次會議，平均實際出席率100%。薪酬委員會共召開6次會議，平均實際出席率100%
- ✓ 持續舉行董事進修課程：2024年平均每位董事進修時數達6小時。
- ✓ 2024年舉辦1場法人說明會。
- ✓ 2024年執行稽核計畫，未有重大違反誠信經營風險事件。
- ✓ 2024年無貪腐事件。

4.1 公司治理

GRI 2-9、2-10、2-11、2-12、2-13、2-15、2-16、2-17、2-18、2-19、2-20、2-27、2-28、201、405-1

4.1.1 公司治理政策

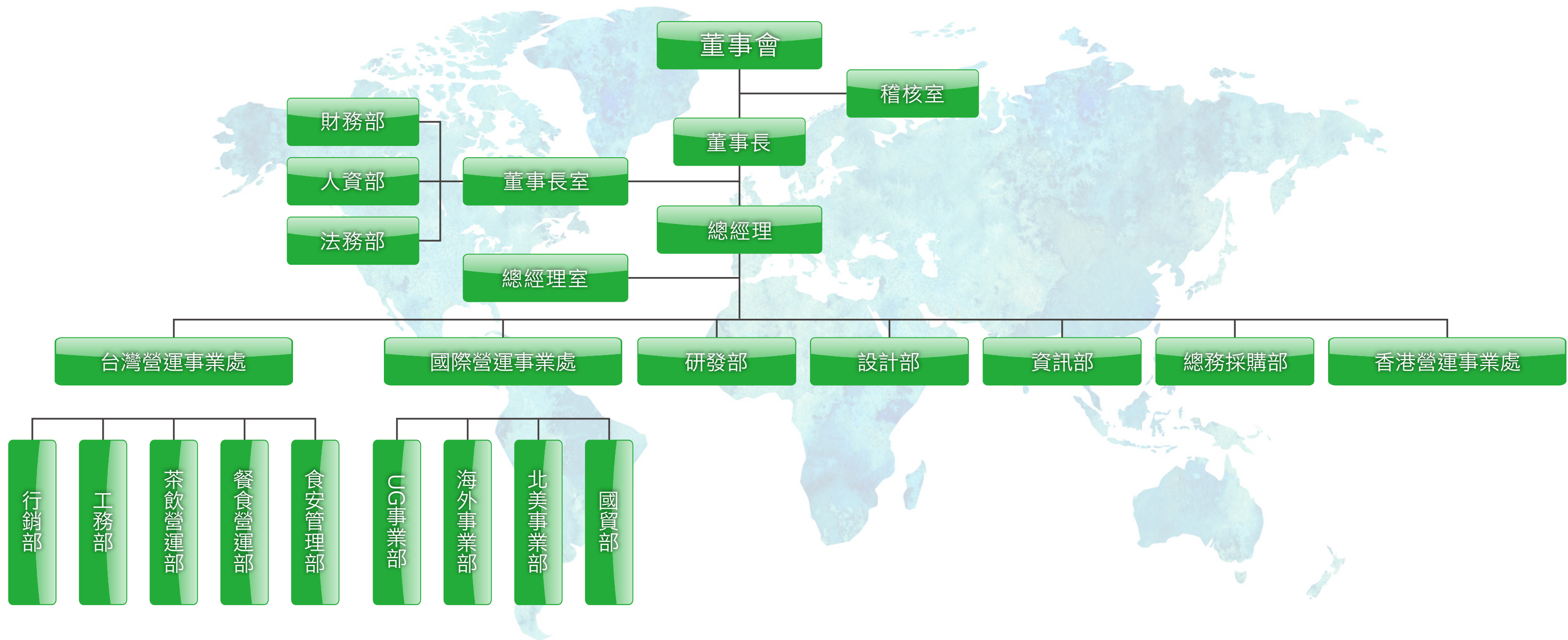
聯發國際依循「誠信經營守則」、「永續發展實務守則」、「公司治理實務守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」等指導原則，推動公司治理透明化，以提升企業經營競爭力，朝向永續發展。

- ✓ 提升資訊透明度：為提升資訊揭露透明度，本公司的年度合併及個體財務報告於年度終了75日內完成公告及申報、重大議案經董事會通過後均依相關法令及主管機關要求登載於公開資訊觀測站，主動向股東報告公司最新營運及財務狀況，以利投資人快速、透明了解公司運作情形。
- ✓ 平等對待股東：本公司訂有「內部重大資訊處理作業程序」及「防範內線交易管理辦法」規範本公司董事、經理人與員工，以及任何基於職業或控制關係而知悉本公司消息之人，禁止任何可能涉及內線交易之行為。
- ✓ 落實企業永續責任：聯發國際已設置永續發展小組整合相關資源與推動各項計畫，掌握國內外經濟、社會、環境的整體趨勢變化，調整永續發展策略，以保障利害關係人之權益與利益，落實企業永續發展之目標。



4.1.2 公司治理架構

為落實公司治理與呼應聯合國2030永續發展目標SDGs，本公司依據「上市上櫃公司治理實務守則」訂定「公司治理實務守則」，並提供董事最新法規趨勢及協助安排進修課程，促進董事會獨立性、透明度與法規遵循。



董事會 7位成員
 獨立董事3名，比例42.86%
 女性董事2名，比例28.57%

審計委員會
 3位成員；獨立董事比例100%

薪酬委員會
 3位成員；獨立董事比例100%

4.1.3 董事會運作情形

聯發國際董事會為公司最高決策機構，負責監督管理階層並強化公司治理功能，透過有效監督政策執行成果，致力於實現良善治理，為全體股東創造最大利益。本公司依據《公司治理實務守則》，董事會成員組成應考量多元化，除不設性別、種族、國籍及文化等限制外，亦應依公司業務特性與發展需求，具備履行職務所需之知識、技能與專業素養。董事會整體亦須兼具經營管理、產業經驗、財會、法務、風險控管等必要職能，並就實際運作與未來策略方向，擬定具體且適切的多元化發展方針，以提升公司整體治理效能。

董事職稱與姓名		基本組成				專業能力						
		國籍	性別	具有 員工身分	年齡	營運判斷	會計財務	經營管理	危機處理	產業知識	國際市場觀	領導決策
董事長	鄭凱隆	中華民國	男		51-60歲	√	√	√	√	√	√	√
董事	李淑芬		女	√	51-60歲	√	√	√	√	√	√	√
董事	賴柏宇		男	√	51-60歲	√	√	√	√	√	√	√
董事	祁瑄		女		51-60歲	√	√	√	√	√	√	√
獨立董事	蔡育盛		男		51-60歲	√		√	√	√	√	√
獨立董事	翁永裕		男		41-50歲	√	√	√	√	√	√	√
獨立董事	胡碩勻		男		41-50歲	√	√	√	√	√	√	√

本公司董事候選人之提名係遵照「公司章程」採用候選人提名制，評估各候選人學(經)歷資格、衡量專業背景、誠信度或相關專業資格等，經董事會決議通過後，送請股東會選任之。現任董事會（2023年5月30日改選，任期三年）由7席董事組成，包含4席董事及3席獨立董事。本公司注重董事會成員組成之性別平等，7位董事中有2席女性董事，女性董事佔比28.57%，未來將視狀況增加女性董事之席次。獨立董事3席，佔全體董事成員比例為42.86%，任期3年，3位獨立董事連續任期皆未超過三屆。符合金融監督管理委員會證券期貨局有關獨立董事之規範，且各董事及獨立董事間無證券交易法第26條之3規定第3及第4項之情事。7位董事中有2位具員工身份董事，占比為28.57%，符合金融監督管理委員會證券期貨局有關兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一之規範。本公司董事會成員均具備完整豐富之學經歷，多元性組合符合公司發展需求。本公司董事依據「上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點」進修證券法規等課程，並符合每年相關進修時數之規定。驅使本公司董事會得以發揮指導經營決策及督導經營團隊之機能。2024年共召開9次董事會，平均實際出席率100%。

4.1.4 功能性委員會運作情形

為有效發揮董事會職能，精進董事會決策品質，在董事會下依職權及功能分設「審計委員會」及「薪資報酬委員會」，均依「審計委員會組織規程」及「薪資報酬委員會組織規程」，確實監督公司內部控制之有效實施與財務報表之編製及協助董事會執行並評估公司整體薪酬與福利制度。為使功能性委員會之決策與建議具前瞻性、客觀性與周延性，「審計委員會」及「薪酬委員會」均由獨立董事組成，有效執行獨立監督及制衡之機制，確保各項決議與作為皆提經董事會報告及討論，如有涉及董事自身或其代表之法人有利害關係者應予迴避，部分議案亦提經股東會報告及討論，符合利害關係人之最大利益。

名稱	成員	執掌	2024年運作狀況
審計委員會	召集人 胡碩勻 委員 蔡育盛 委員 翁永裕	協助董事會就公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施進行審查，並針對公司遵循相關法令與規則及存在或潛在風險之管控。	<ul style="list-style-type: none"> ● 2024年共召開8次會議，平均實際出席率100%。 ● 獨立董事與內部稽核主管及簽證會計師皆有直接聯繫之管道，溝通情形良好。 ● 內部稽核主管根據年度稽核計劃定期向審計委員會提報稽核彙總報告。 ● 內部稽核主管於本公司定期所召開審計委員會列席，就內部控制相關議題進行溝通。 ● 查核財務報告時，簽證會計師在審計委員會開始前說明查核結果及其他相關事項，向獨立董事進行報告與溝通。
薪資報酬委員會	召集人 蔡育盛 委員 胡碩勻 委員 翁永裕	以專業客觀之地位，就本公司董事及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估，並向董事會提出建議，以供其決策之參考。	<ul style="list-style-type: none"> ● 2024年共召開6次會議，平均實際出席率100%。 ● 薪酬委員協助董事會評估與監督公司整體薪酬政策，並向董事會提出建議。

董事名單及學經歷、2024年公司董事會進修之情形、2024年審計委員會與薪資報酬委員會各期別與議案，請詳見聯發國際2024年年報



4.1.5 董事會利益迴避

為有效發揮董事會職能，精進董事會決策品質，在董事會下依職權及功能分設「審計委員會」及「薪酬委員會」，均依「審計委員會組織規程」及「薪資報酬委員會組織規程」，確實監督公司內部控制之有效實施與財務報表之編製及協助董事會執行並評估公司整體薪酬與福利制度。為使功能性委員會之決策與建議具前瞻性、客觀性與周延性，「審計委員會」及「薪酬委員會」均由獨立董事組成，有效執行獨立監督及制衡之機制，確保各項決議與作為皆提經董事會報告及討論，如有涉及董事自身或其代表之法人有利害關係者應予迴避，部分議案亦提經股東會報告及討論，符合利害關係人之最大利益。

4.1.6 董事會及功能性委員會績效評估

本公司已訂定「董事會績效評估辦法」，每年依規定定期進行績效評估，本次評估方式結合文件及問券，完成2024年度評估並提出評估結論及建議事項，於2025年3月7日提送第六屆第八次董事會報告，結果將作為遴選或提名董事(含獨立董事)、未來訂定其個別薪資報酬及提名續任之參考依據。

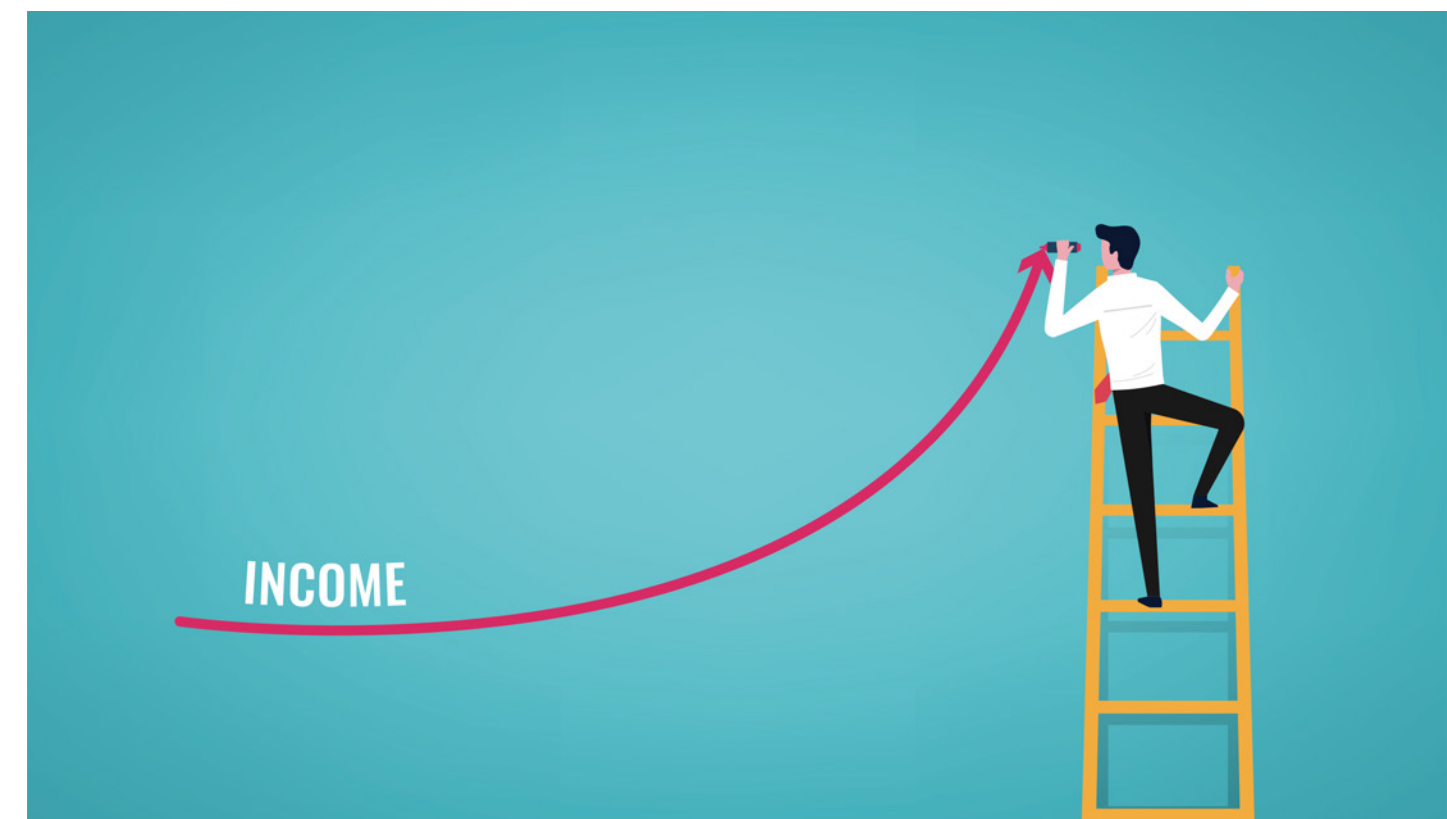
評估週期	評估期間	評估範圍	評估方式	評估內容
每年定期執行一次	2024.01.01-2024.12.31	董事會	自評	1. 對本公司營運之參與程度 2. 提升董事會決策品質 3. 董事會組成與結構 4. 董事的選任及持續進修 5. 內部控制
每年定期執行一次	2024.01.01-2024.12.31	個別董事會成員	自評	1. 本公司目標與任務之掌握 2. 董事職責認知 3. 對本公司營運之參與程度 4. 內部關係經營與溝通 5. 董事之專業及持續進修 6. 內部控制
每年定期執行一次	2024.01.01-2024.12.31	功能性委員會	自評	1. 對本公司營運之參與程度 2. 功能性委員會職責認知 3. 提升功能性委員會決策品質 4. 功能性委員會組成及成員選任 5. 內部控制

4.1.7 董事會及經理人薪酬政策

聯發國際董事及經理人之薪酬制度，依據公司章程及「董事及經理人薪資酬勞辦法」等規定訂定，核心目標在於建立具激勵性、公平性與永續導向的酬金機制。每年公司稅前淨利，應先提撥不低於1%作為員工酬勞，及不超過3%作為董事酬勞；如有累積虧損，則應先保留作為彌補。董事酬金之分配，係根據公司整體營運績效、未來發展計畫及同業水準進行評估，並視董事對公司貢獻程度與實際參與情形予以核定；獨立董事因其角色屬監督性質，採固定酬金制度。而經理人薪資，則依據其對公司營運的參與程度、目標達成率及專業貢獻，結合市場薪資水準決定，藉以吸引、激勵並留任優秀人才，強化公司競爭力。

公司設有薪資報酬委員會，定期審查董事及經理人之績效與報酬合理性，並綜合考量經營成果、風險因子、個人貢獻及未來策略等多項指標，審議結果報請董事會議決。2024年董事與經理人酬金發放，均依該程序審議與通過。為強化永續經營導向，聯發國際已規劃將ESG（環境、社會與公司治理）績效納入高階主管薪酬評估架構，強調企業治理與社會價值的實質連結，引導組織朝更具責任感與前瞻性的方向前進。

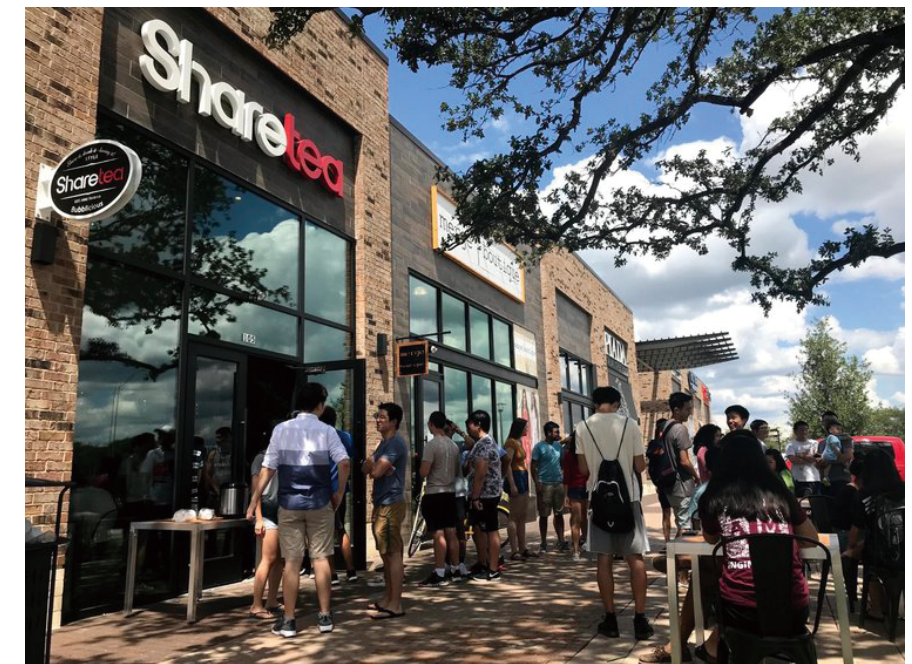
此外，聯發國際亦重視利害關係人對薪酬制度的理解與信任。公司制度設計以工作分析與職務評價為基礎，建立明確的薪資等級與構成項目，並持續蒐集員工意見作為制度優化參考。透過定期召開勞資會議，促進雙向溝通，強化制度透明度與內部共識。我們持續關注法令變動，針對主管機關公告的基本工資調整，即時反映於薪資機制中，以保障員工基本權益，落實企業責任。聯發國際持續透過完善的薪酬制度，聯結企業績效、風險管理與永續發展，確保人才與組織目標朝同一方向前進，攜手邁向穩健共好的未來。



4.2 經營績效 GRI 201-1、201-4

聯發國際以永續經營為核心，專注綠色品牌與產品研發，持續強化核心價值與市場競爭力，並透過開發潛力市場與明星商品，帶動營運正向循環，為員工打造優質職場，穩健前行、創造股東價值。公司積極推動在地化經營，結合當地資源與人才，提升餐飲服務品質，攜手商業夥伴共創商機，並將營運成果回饋利害關係人。2024年合併營收為新臺幣691,146仟元，稅後淨利59,099仟元，每股盈餘2.41元，展現穩健績效。面對市場變化與成長挑戰，公司每年透過策略會議凝聚共識，擬定營運方向，作為各部門行動與目標依據，並透過定期檢視與追蹤，確保年度目標落實。聯發國際將持續秉持「分享、健康、幸福」理念，深化國內外布局，邁向共榮共存的幸福企業。

推動雙品牌茶飲的國際化布局，打造「五大增長」策略計畫



◆ 年度經營績效

單位：新臺幣仟元

項目	2022年	2023年	2024年
營業收入	789,597	739,192	691,146
營業成本	338,734	293,638	267,400
營業毛利	450,863	445,554	423,746
營業費用	268,948	294,105	362,502
營業外收入及支出	25,028	9,069	26,465
稅前淨利 (損)	206,943	160,518	87,709
所得稅 (費用) 利益	(61,254)	(48,595)	(28,610)
稅後淨利 (損)	145,689	111,923	59,099

註1：收入包括銷售淨額加上自金融投資（利息收入及股利收入等）與資產銷售所得之收入。

註2：營運成本：購買原物料、產品零件、場地設施及服務而支付的現金支出（成本費用）。

註3：員工薪資和福利：包括員工薪資、代扣所得稅及勞健保及其他員工福利費用。

註4：支付出資人的款項：股利發放、利息費用。

註5：按國家別支付政府的款項：稅款及罰金（不包括遞延稅款）。

註6：社區投資：向慈善組織、非政府組織、研究單位（與組織自身的商業研發無關）的捐贈；舉辦社會活動的直接成本，如藝術和教育活動。

◆ 組織所產生及分配的直接經濟價值

單位：新臺幣仟元

項目	2022年	2023年	2024年
收入	794,696	752,416	711,100
營運成本	607,682	587,743	629,902
員工薪資與福利	138,833	137,726	165,511
支付出資人款項	70,094	93,863	91,330
支付政府款項	57,684	66,319	31,306
社區投資	1,712	380	438

4.3 風險管理 GRI 2-25

聯發國際將董事會定位為風險控管的最高決策單位，負責監督公司整體風險治理架構，確保風險管理制度的有效運作。為健全風險評估機制與強化管理功能，永續發展小組每年至少一次向董事會報告風險管理執行情形，監督並檢視經營團隊落實狀況，以持續強化企業體質。為建構完善的風險管理與危機應變機制，並提升全體員工對風險與危機處理的重視，聯發國際已訂定內部控制制度，由稽核室每年執行內部稽核作業，定期評估相關風險，據以擬訂年度稽核計畫。稽核工作亦涵蓋內控制度執行成效與缺失改善情形之查核與追蹤，並適時向董事會或審計委員會報告。透過制度性稽核與監督流程，有效掌握企業營運過程中潛在風險，降低風險發生的可能性與負面影響，落實企業永續經營目標。



4.3.1 風險類型鑑別

本公司根據年度營運策略、內/外部重要議題等，定義主要風險，並提出相關因應策略。

風險項目	風險類型	風險描述	管控策略
氣候變遷風險	立即性天然災害	因天然災害（如颱風、地震、缺水、氣候變遷、其他衝擊性天然災害等），造成總部、門市無法正常營運，供應鏈中斷等。	<ul style="list-style-type: none"> 規劃營運用水、用電備援機制。 設定安全庫存值，並規劃發展第二供應貨源機制，避免原物料供應狀況造成商品停售。
	中長期轉型風險	因自然環境改變，影響食材（如茶葉、鮮奶等）生產與供給量，或造成用水、用電之取得成本增加。	<ul style="list-style-type: none"> 因應食材供給面之變化，研發與調整商品及菜單。 持續宣導節約能資源，並設定量化目標，培養全員節約習慣。 配合政府節能設備補助專案，逐步規劃門市內可提升能源使用效能之營運設備。
市場風險	同業競爭風險	市場競爭情形對營運策略的影響。	<ul style="list-style-type: none"> 研發新商品，規劃行銷活動，提升品牌價值與消費者黏著度。 積極擴展海外市場，以提升公司整體營收與獲利。
經營風險	食安風險	因食材或商品品質不良、法定傳染病等因素所造成之風險，及食安事件所造成之風險損失。	<ul style="list-style-type: none"> 遵循門市食安事件SOP進行處理與追蹤程序。 依據採購管理與供應商評核等辦法，落實供應鏈管理。 強化溯源管理，要求供應商提供檢驗報告，除現行之抽檢項目之外，將依據政府邊境管制措施之食品、原物料項目進行自主隨機送檢。 持續進行教育訓練與衛生宣導，並加強員工自主健康管理及環境消毒，以提升全員食安風險意識。
	勞動力短缺	台灣少子化及就業市場改變，造成餐飲服務業勞動力短缺，影響商品與服務品質。	<ul style="list-style-type: none"> 善用智慧化生產設備，降低人力需求，並提高商品品質之穩定度。 透過多元管道掌握就業市場之人才來源，補充人力。同時提升員工福利，減少人員流動率，並吸引新人加入。
	加盟風險	因加盟主經營所產生之風險。	<ul style="list-style-type: none"> 透過持續的輔導與溝通，以維護穩定加盟秩序，並持續優化加盟制度，確保商品及服務合規及一致性。
	營運作業風險	因內部作業、人員不當或失誤所造成之損失。	<ul style="list-style-type: none"> 透過持續的員工教育訓練，以確保商品及服務合規及一致性。 內部控制制度定期稽核及追蹤缺失改善情形。
	子公司營運風險	因子公司營運風險而影響本公司營運狀況。	<ul style="list-style-type: none"> 總公司透過定期業務會議與財務相關資訊，檢視子公司經營狀況。 各子公司針對所屬業務訂定風險管理之作業規範及管理異常情形。
	財務風險	因稅務、利率、匯率變動影響公司損益。因財務操作（如投資、貸款）而帶來的風險。	<ul style="list-style-type: none"> 定期評估財務相關風險變化狀況，並採取適當的避險措施，提高公司收益。 落實財務操作之事前評估，以降低風險產生之可能性。
	法律風險	因營運地區相關法規或合約關係造成公司可能損失。	<ul style="list-style-type: none"> 定期進行最新法規鑑別，掌握最新法規變動資訊，並採取適當的因應措施，降低未來潛在經營風險。 各單位於簽約時應審慎查核各項契約，並由法務部門提供諮詢。

4.3.2 風險管理文化

為提升全體員工的風險管理意識，本公司採取多項具體行動，以建立全面的風險管理文化。主要策略與實際執行情況如下：

◆ 員工培訓與教育

公司定期舉辦風險管理相關課程，針對不同職能與階層設計內容，包括新進人員入職培訓、內部進階課程及高階主管策略性風險管理研討。透過案例分析、情境模擬與互動式工作坊，協助員工理解風險辨識、評估與應對方法，強化整體風險意識。

◆ 日常作業中的風險評估機制

在日常工作流程中，各部門需依據既定的標準作業程序（SOP）進行風險評估，例如在新產品開發、重大合約簽署或外部供應商合作前，皆須完成風險識別與評分。資訊系統亦設有自動提醒功能，協助員工於流程節點主動進行風險檢視與記錄，確保風險管理落實於每一個工作環節。

◆ 鼓勵主動通報與正向回饋制度

為促進員工主動回報潛在風險，公司建立匿名通報管道（如內部通報信箱），並對提出有效風險預警的員工給予表揚與獎勵。上述策略及實際執行情況均已融入公司日常管理體系，並透過內部稽核、績效指標與高層定期檢討會進行成效追蹤與優化。藉此，公司逐步建立一個風險敏感、反應迅速、全員參與的風險管理文化，強化整體營運韌性與永續競爭力。



4.4 誠信經營 GRI 2-23、2-24、2-25、2-26、2-27、205-2、206-1、406-1、406-2

聯發國際高度重視法規遵循與公司治理之落實，除持續關注國內外對營運及財務可能產生影響之政策與法規變動，亦積極建構完善之公司治理制度。藉由訂定各項治理規章與執行辦法，並由內部稽核單位定期查核法遵狀況，強化內部控制與合規管理，確保營運活動均符合相關規範與要求。在社會責任實踐方面，本公司承諾尊重並維護人權，依循《世界人權宣言》、《國際勞工公約》等國際人權標準，並遵守國內勞動相關法規與《性別工作平等法》等規定，致力於提供安全、健康、平等之職場環境，提升員工整體福祉與生活品質。此外，公司持續關注主管機關發布之最新規範，適時檢討並修訂內部制度與作業流程，並將相關法規與規範上架至內部網站，便利全體同仁查詢與遵循，進一步深化組織法遵文化，提升整體合規意識與執行力。



4.4.1 誠信經營政策與規範

聯發國際深知誠信為企業永續經營之根本，將誠信原則全面融入日常營運與組織文化。公司依據金管會《上市上櫃公司誠信經營守則》相關法令，訂定《公司治理實務守則》、《誠信經營守則》、《道德行為準則》與《永續發展實務守則》等規範，明確要求全體董事、高階主管及員工執行職務時，秉持誠信與公正原則，嚴格遵循法令，杜絕任何形式的不誠信行為。為強化制度落實，公司另訂《誠信經營作業程序及行為指南》，作為全體董事、經理人、受僱人及實質控制者於業務執行、決策及與利害關係人互動所應遵循之準則。該指南涵蓋利益衝突迴避、資訊透明、公平交易與反貪腐等面向，明文禁止索賄、收賄、回扣及其他不當利益。同時要求各部門於建立商業合作關係前，審慎評估交易對象誠信紀錄與合法性，確保合作關係公平、透明，共同維護良好商業道德與企業永續發展。此外，公司亦定期辦理誠信教育訓練，深化誠信理念的內化與落實。2024年針對中高階主管辦理誠信經營與道德行為準則宣導課程，共48人參與，課程涵蓋誠信相關法規、禁止事項、防範機制及實務應用，並由主管將課程內容向所屬團隊傳達，強化誠信文化於組織內部的全面實踐，進一步提升企業聲譽與治理效能。



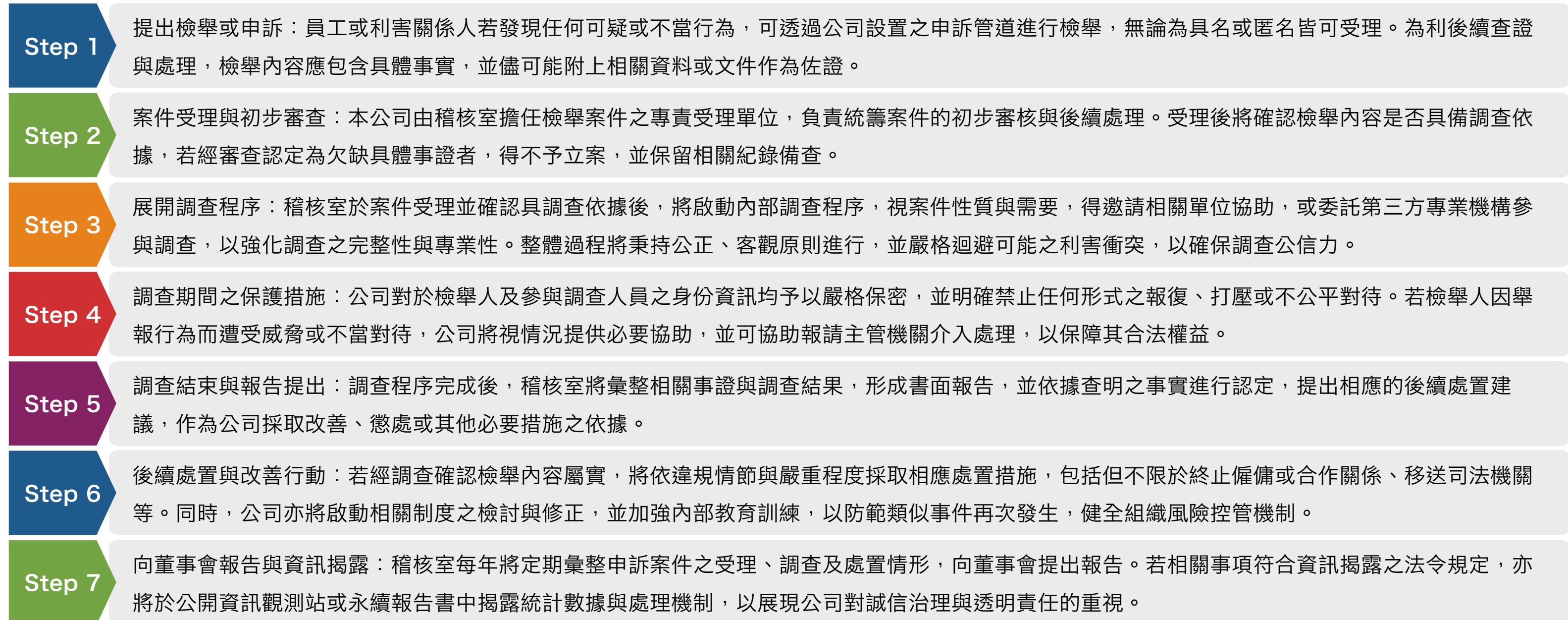
聯發國際「公司治理實務守則」、「誠信經營守則」、「道德行為準則」、「永續發展實務守則」等相關辦法請詳見官網

4.4.2 申訴機制

本公司設有多元化舉報與申訴管道，鼓勵員工及利害關係人主動通報任何違反、疑似違反或可能導致違反誠信經營及商業道德之情事。檢舉可採具名或匿名方式提出，並應附上具體事實及相關資料或佐證文件。公司接獲通報後，將依據內容啟動調查，並視情況採取必要的改善或懲處措施，以落實風險防範。為保障檢舉人及調查參與人員之權益，公司嚴格遵守個人資料保護原則，明確禁止任何形式之報復或不公平對待，確保舉報制度的公正性與可信度。此外，為促進勞資溝通並保障員工權益，亦設有人資部及總經理室管理之電子與實體申訴信箱，作為正式受理員工反映事項之窗口，提升溝通效率與職場公平。聯發國際已訂定「誠信經營作業程序及行為指南」，規範檢舉案件之調查程序及後續處理措施，並指定稽核室為專責受理單位，每年定期向董事會報告執行情形。截至2024年，公司未接獲任何涉及誠信經營（如貪腐、不正當交易或壟斷行為）之申訴案件，亦無員工提出其他正式申訴或檢舉紀錄，顯示誠信治理與內部溝通機制運作良好。未來將持續精進各項管理措施，強化企業誠信文化，實現永續治理目標。

外部利害關係人	檢舉信箱：IRR@1992sharetea.com 檢舉專線：(02)2654-8585 ext. 854
內部人員	檢舉信箱：davidchen@1992sharetea.com 檢舉專線：(02)2654-8585 ext. 864

◆ 申訴事件處理流程



4.4.3 重大違規標準與因應措施

若發生重大事件，本公司將成立專案小組進行事件調查，呈報至總經理並安排專案報告，包含因應處理、後續追蹤、改善策略等，本公司2024年並未發生重大違反法規事件。



- 1 違反食品衛生管理法遭裁罰。
- 2 單一事件遭主管機關裁罰新臺幣100萬元以上罰鍰；
勞動違規案件如遭罰鍰新臺幣100萬元。
- 3 涉及訴訟金額達新臺幣100萬元以上之重大訴訟。
- 4 公司經營發生重大變動及其他符合櫃買中心認定為重要訊息之事件，經本公司董事會決議認定對股東權益產生重大影響之事件。

附錄

附錄一：GRI永續性報導準則(GRI準則)對照表

使用聲明	本報告書已依循GRI準則報導2024年1月1日至2024年12月31日期間內GRI內容索引表中引述的資訊。
GRI 1使用	GRI 1：基礎 2021
適用的GRI 行業準則	於本報告書報導期間尚無適用之GRI 行業準則發布

GRI準則	揭露內容	對應章節	頁碼	省略/備註
GRI 2：一般揭露2021				
1. 組織及報導實務				
2-1	組織詳細資訊	關於聯發國際	9	
2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	2	
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	2	
2-4	資訊重編	關於本報告書	2	
2-5	外部保證/確信	關於本報告書	2	
2. 活動與工作者				
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	關於聯發國際	9	
2-7	員工	2.1人才吸引與留任	55	
2-8	非員工的工作者	2.1人才吸引與留任	56	
3. 治理				
2-9	治理結構及組成	永續治理與發展 4.1公司治理	12 93	
2-10	最高治理單的提名與遴選	4.1公司治理	93	
2-11	最高治理單位的主席	4.1公司治理	93	
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	永續治理與發展 4.1公司治理	12 93	
2-13	衝擊管理的負責人	永續治理與發展 4.1公司治理	12 93	

GRI準則	揭露內容	對應章節	頁碼	省略/備註
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	永續治理與發展	12	
2-15	利益衝突	4.1 公司治理	93	
2-16	溝通關鍵重大事件	永續治理與發展	12	
2-17	最高治理單位的群體智識	4.1 公司治理	93	
2-18	最高治理單位的績效評估	4.1 公司治理	93	
2-19	薪酬政策	4.1 公司治理	93	
2-20	薪酬決定流程	4.1 公司治理	93	
2-21	年度總薪酬比率	2.1 人才吸引與留任	58	
4. 策略、政策與實務				
2-22	永續發展策略的聲明	經營者的話	4	
2-23	政策承諾	2.4 人權維護與共融	76	
2-24	納入政策承諾	2.4 人權維護與共融	76	
2-25	補救負面衝擊的程序	4.3 風險管理 4.4 誠信經營	100 103	
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	4.4 誠信經營	103	
2-27	法規遵循	4.4 誠信經營	103	
2-28	公協會的會員資格	3.4 社會共榮	91	
5. 利害關係人議合				
2-29	利害關係人議合方針	利害關係人議合	13	
2-30	團體協約	2.1 人才吸引與留任	63	
特定主題準則：200系列（經濟的主題）				
GRI 201：經濟績效 2016				
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	4.2 經營績效	99	
201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	3.1 氣候變遷因應	80	
201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	2.1 人才吸引與留任	63	
201-4	取自政府之財務援助	本年度無接受政府補助之款項	-	

GRI準則	揭露內容	對應章節	頁碼	省略/備註
GRI 204：採購實務 2016				
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	1.2供應鏈與採購管理	28	
GRI 205：反貪腐2016				
205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	4.4誠信經營	103	本年度無貪腐事件發生
GRI 206：反競爭行為2016				
206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	4.4誠信經營	103	
特定主題準則：300系列（環境的主題）				
GRI 303：水與放流水 2018				
303-1	共享水資源之相互影響	3.2能資源管理	87	
303-2	與排水相關衝擊的管理	3.2能資源管理	87	
303-3	取水量	3.2能資源管理	87	
303-4	排水量	3.2能資源管理	87	
303-5	耗水量	3.2能資源管理	87	
GRI 308：供應商環境評估 2016				
308-1	使用環境標準篩選新供應商	1.2供應鏈與採購管理	28	
308-2	供應鏈中負面的環境衝擊以及所採取的行動	1.2供應鏈與採購管理	26	

特定主題準則：400系列(社會的主題)				
GRI準則	揭露內容	對應章節	頁碼	省略/備註
GRI 401：勞雇關係 2016				
401-1	新進員工和離職員工	2.1人才吸引與留任	57	
401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	2.1人才吸引與留任	60	
401-3	育嬰假	2.1人才吸引與留任	62	
GRI 402：勞/資關係 2016				
402-1	關於營運變化的最短預告期	2.1人才吸引與留任	63	
GRI 404：訓練與教育 2016				
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	2.1人才吸引與留任	65	
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	2.1人才吸引與留任	67	
GRI 405：員工多元化與平等機會2016				
405-1	治理單位與員工的多元化	2.1人才吸引與留任	56	
405-2	女性對男性基本薪資與薪酬的比率	2.1人才吸引與留任	59	
GRI 403：職業安全衛生 2018				
403-1	職業安全衛生管理系統	2.3 職業安全與健康	68	
403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	2.3 職業安全與健康	68	
403-3	職業健康服務	2.3 職業安全與健康	73	
403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	2.3 職業安全與健康	63	
403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	2.3 職業安全與健康	70	
403-6	工作者健康促進	2.3 職業安全與健康	73	
403-7	預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	2.3 職業安全與健康	73	
403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	2.3 職業安全與健康	68	
403-9	職業傷害	2.3 職業安全與健康	71	
403-10	職業病	2.3 職業安全與健康	71	

GRI準則	揭露內容	對應章節	頁碼	省略/備註
GRI 406：不歧視2016				
406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	2.4人權維護與共融	76	
GRI 414：供應商社會評估 2016				
414-1	使用社會標準篩選新供應商	1.2供應鏈與採購管理	28	
414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	1.2供應鏈與採購管理	26	
GRI 416：顧客健康與安全2016				
416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	1.3 食品品質安全管理	33	
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	1.3 食品品質安全管理	38	
GRI 417：行銷與標示2016				
417-1	產品和服務資訊與標示的要求	1.3 食品品質安全管理	38	
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	1.3 食品品質安全管理	38	
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	1.3 食品品質安全管理	38	
GRI 418：客戶隱私 2016				
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1.5資訊安全與個資保護	51	

GRI 重大主題列表

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	省略/備註
GRI3：重大主題2021				
3-1	決定重大主題的流程	重大主題鑑別	15	
3-2	重大主題列表	重大主題鑑別	15	
重大主題：供應鏈管理				
GRI3：重大主題2021				
3-3	重大主題管理	1.2 供應鏈與採購管理	23	
GRI 204：採購實務 2016				
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	1.2 供應鏈與採購管理	28	
GRI 308：供應商環境評估 2016				
308-1	使用環境標準篩選新供應商	1.2 供應鏈與採購管理	28	
308-2	供應鏈中負面的環境衝擊以及所採取的行動	1.2 供應鏈與採購管理	26	
GRI 414：供應商社會評估 2016				
414-1	使用社會標準篩選新供應商	1.2 供應鏈與採購管理	28	
414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	1.2 供應鏈與採購管理	26	
重大主題：食品品質與管理				
GRI 3：重大主題 2021				
3-3	重大主題管理	1.3 食品品質安全管理	32	
GRI 416：顧客健康與安全 2016				
416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	1.3 食品品質安全管理	33	
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	1.3 食品品質安全管理	32	
GRI 417：行銷與標示 2016				
417-1	產品和服務資訊與標示的要求	1.3 食品品質安全管理	38	
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	1.3 食品品質安全管理	38	
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	1.3 食品品質安全管理	38	

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	省略/備註
重大主題：顧客關係與健康管理				
GRI 3：重大主題 2021				
3-3	重大主題管理	1.4顧客關係經營管理	43	
重大主題：個資保護與資訊安全				
GRI 3：重大主題 2021				
3-3	重大主題管理	1.5資訊安全與個資保護	48	
GRI 418：客戶隱私 2016				
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1.5資訊安全與個資保護	51	
重大主題：人才吸引與留任				
GRI 3：重大主題 2021				
3-3	重大主題管理	2.1人才吸引與留任	53	
GRI 401：勞雇關係 2016				
401-1	新進員工和離職員工	2.1人才吸引與留任	57	
401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	2.1人才吸引與留任	60	
401-3	育嬰假	2.1人才吸引與留任	62	
GRI 402：勞/資關係 2016				
402-1	關於營運變化的最短預告期	2.1人才吸引與留任	63	
GRI 404：訓練與教育 2016				
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	2.1人才吸引與留任	65	
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	2.1人才吸引與留任	67	
GRI 405：員工多元化與平等機會2016				
405-1	治理單位與員工的多元化	2.1人才吸引與留任	59	
405-2	女性對男性基本薪資與薪酬的比率	2.1人才吸引與留任	59	

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	省略/備註
重大主題：人權維護與多元共融				
GRI 3：重大主題 2021				
3-3	重大主題管理	2.4人權維護與共融	75	
2-23	人權政策承諾	2.4人權維護與共融	76	
2-25	人權相關申訴機制	2.4人權維護與共融	78	

附錄二：永續會計準則SASB對照表

揭露主題	編號	對應指標	量測單位	回應內容或對應章節
能源管理	FB-RN-130a.1	(1) 能源消耗總量	千兆焦耳、百分比	能源消耗總量：2,586.30GJ
		(2) 來自電網的比例		來自電網的比例：71.5%
		(3) 來自再生百分比		0%
水管理	FB-RN-140a.1	(1) 總取水量	千立方公尺、百分比	台灣總公司之總取水量：1.84 千立方公尺
		(2) 總用水量以及在高度水資源壓力的區域中取水比例		0%
食品、包材與廚餘物管理	FB-RN-150a.1	(1) 廢棄物總量	公噸、百分比	2024年度尚未統計，未來將依公司整體營運發展方向進行規劃。
		(2) 食物廚餘比例		2024年度尚未統計，未來將依公司整體營運發展方向進行規劃。
		(3) 廢棄物再回收、處理比例		2024年度尚未統計，未來將依公司整體營運發展方向進行規劃。
	FB-RN-150a.2	(1) 包裝總量	公噸、百分比	2024年度尚未統計，未來將依公司整體營運發展方向進行規劃。
		(2) 由回收和/或可再生材料製成的比例		
		(3) 可回收、可重複使用和/或可堆肥的比例		
食品安全	FB-RN-250a.1	(1) 由食品安全監督機構檢查的餐廳百分比	百分比	本年度無此情形，相關主管機關之查核內容詳見 1.3 食品品質與安全管理章節
		(2) 受到嚴重違規事件的比例		本年度無此情形
	FB-RN-250a.2	(1) 產品回收事件的數量	次數、公噸	2024年產品回收事件的數量為0件，以及產品回收的總量為0個
		(2) 產品回收的總量		
	FB-RN-250a.3	確認的食源性疾病爆發事件數量，導致CDC的調查的百分比	百分比、次數	本年度無此情形
健康與營養	FB-RN-260a.1	(1) 符合國家膳食指南的餐點選擇百分比及不符者的收入	百分比、報導貨幣、次數	本公司當前產品屬性尚未完全符合該指標要求，惟對相關議題深切重視，未來將依據經營模式，研擬相應之產品開發方向。
	FB-RN-260a.2	(2) 符合兒童飲食指南的兒童餐點選擇百分比及不符者的收入	百分比、報導貨幣、次數	
	FB-RN-260a.3	(3) 對兒童的廣告曝光次數、符合廣告規範者比例	百分比、報導貨幣、次數	

揭露主題	編號	對應指標	量測單位	回應內容或對應章節
勞動實踐	FB-RN-310a.1	(1) 自願離職率	百分比	94%
		(2) 非自願離職率		6%
	FB-RN-310a.2	(1) 按地區劃分的平均時薪	報導貨幣	台灣地區：183元
		(2) 按地區劃分的門市員工賺取最低工資的百分比	百分比	台灣地區：0%
	FB-RN-310a.3	(1) 違反勞動相關法規的損失金額	報導貨幣	本年度無此情形
		(2) 違反就業歧視相關法規的損失金額		
供應鏈採購	FB-RN-430a.1	(1) 採購符合環境或社會標準的食材比例	百分比	0%
		(2) 採購符合第三方認證標章/或社會標準的食材比例		目前經營模式尚未完全符合該指標之要求，惟本公司深切重視相關議題，未來將持續強化相關作業機制，並逐步提升資訊揭露的完整性與透明度。
	FB-RN-430a.2	來自非籠飼環境的雞蛋和不使用妊娠性產的豬肉的百分比	百分比	0%
	FB-RN-430a.3	討論管理供應鏈有關環境和社會風險（包括動物福利）的策略	質化敘述	3.1 氣候變遷因應(第80頁)、4.3 風險管理(第100頁)
活動指標	FB-RN-000.A	(1) 公司自有之餐廳數量	數量	直營門市：9家
		(2) 特許經營的餐廳數量		加盟及代理門市：454家
	FB-RN-000.B	(1) 公司自有員工人數	數量	員工總數：224人
		(2) 特許經營的餐廳員工人數		本公司採特許經營模式，部分門市為加盟店，其員工人數由加盟業者自行管理與聘用，故整體人力數據難以全面統計與納入報告指標。雖然現階段經營架構尚未完全符合該項資訊揭露標準，未來將持續強化內部追蹤與管理機制，逐步提升人力相關資訊的透明度與完整性。

附錄三：上市上櫃公司氣候相關資訊

1. 氣候相關資訊執行情形

項目	執行情形/對應章節									
敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本公司董事會成員高度關注氣候變遷議題，將持續參與氣候變遷相關進修課程，以提升董事會成員對於氣候議題之群體智識。 2. 本公司已設立永續發展小組，並依環境、社會、公司治理等三個面向設立專責小組，並由相關部門主管擔任組長，共同制定與推動公司永續發展政策、策略及短、中、長期永續發展目標。 3. 由永續發展小組之執行秘書將滾動式檢視及蒐集氣候相關議題發展趨勢、與環境面專責小組進行氣候相關風險與機會之辨識與因應，並規劃執行本公司溫室氣體盤查及驗證事宜，同時每年至少一次向董事會呈報執行進度、實施成效及未來工作計畫。 4. 董事會將於永續發展小組提出相關工作報告後進行監督及治理，以確保各單位因應氣候相關風險與機會落實各項措施。 									
敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)。	請詳本報告書3.1氣候變遷因應(第80頁)									
敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	<p>針對極端氣候事件及轉型行動對財務之影響，本公司將持續透過氣候風險、機會、轉型風險等因子之管理，以降低其為本公司業務、策略及財務帶來的衝擊，同時順應全球淨零碳排發展趨勢，從源頭落實節能減碳，逐步加強氣候風險管理之具體作為。</p> <table border="1" data-bbox="1047 1381 2647 1854"> <thead> <tr> <th data-bbox="1047 1381 1409 1459">轉型風險因子</th> <th data-bbox="1409 1381 2478 1459">業務、策略及財務衝擊</th> <th data-bbox="2478 1381 2647 1459">期間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1047 1459 1409 1654">環境法規政策</td> <td data-bbox="1409 1459 2478 1654">順應全球淨零碳排發展趨勢，臺灣政府訂定溫室氣體減排及其他節能減碳的政策，企業合規成本的上升</td> <td data-bbox="2478 1459 2647 1654">中期</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1047 1654 1409 1854">商譽</td> <td data-bbox="1409 1654 2478 1854">若因氣候變遷之因應管理不當或執行不利，無法落實執行永續經營相關政策與具體作為，恐對公司商譽產生不利影響。</td> <td data-bbox="2478 1654 2647 1854">中期</td> </tr> </tbody> </table>	轉型風險因子	業務、策略及財務衝擊	期間	環境法規政策	順應全球淨零碳排發展趨勢，臺灣政府訂定溫室氣體減排及其他節能減碳的政策，企業合規成本的上升	中期	商譽	若因氣候變遷之因應管理不當或執行不利，無法落實執行永續經營相關政策與具體作為，恐對公司商譽產生不利影響。	中期
轉型風險因子	業務、策略及財務衝擊	期間								
環境法規政策	順應全球淨零碳排發展趨勢，臺灣政府訂定溫室氣體減排及其他節能減碳的政策，企業合規成本的上升	中期								
商譽	若因氣候變遷之因應管理不當或執行不利，無法落實執行永續經營相關政策與具體作為，恐對公司商譽產生不利影響。	中期								

項目	執行情形/對應章節
敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本公司已設立永續發展小組，依ESG三大面向，並參考TCFD架構指引，依循公司風險管控制度與程序，透過與相關單位溝通與討論，進行相關風險之辨識與評估，並訂定對策與檢討，以進行管理。 2. 董事會為本公司風險控管的最高決策單位，直接監督本公司之風險治理架構。為健全風險評估及強化管理機能，永續發展小組並將每年至少一次向董事會提出管理執行情形與風險控管報告，監督並追蹤檢討經營團隊風險管理執行情況，以期強化企業體質。
若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因數及主要財務影響。	本公司截至永續報告書刊印日止，尚未使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性。未來若有使用相關分析，將揭露於永續報告書。
若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。	本公司截至永續報告書刊印日止，尚未有管理氣候相關風險之轉型計畫。未來若有相關轉型計畫，將揭露於永續報告書。
若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	本公司計畫於2026年完成母公司個體溫室氣體盤查及確信，再依據碳盤查掌握排放源，導入減少排放源及降低排放量機制。目前將持續關注臺灣碳定價機制，以利未來評估推動內部碳定價效益，再行規劃實行方案
若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量。	本公司截至永續報告書刊印日止，尚未完成溫室氣體盤查及確信。未來若有設定氣候相關目標，將揭露於永續報告書。
溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫(另填於 1-1 及 1-2)。	聯發國際自2025年起正式啟動溫室氣體盤查作業，並將碳管理納入企業永續發展策略。盤查作業將依循國際標準，涵蓋範疇一（直接排放）與範疇二（間接能源排放），並逐步拓展至範疇三（其他間接排放），以建立完整的碳排放數據基礎。預計於2026年完成母公司個體之溫室氣體盤查與第三方確信，藉此全面掌握碳排放熱點，做為後續制定減量策略與導入排放管理機制的依據。

1-1-1 溫室氣體盤查資訊

項目	執行情形
敘明溫室氣體最近兩年度之排放量(公噸CO ₂ e)、密集度(公噸CO ₂ e/百萬元)及資料涵蓋範圍	聯發國際自2025年起正式啟動溫室氣體盤查作業，並將碳管理納入企業永續發展策略。盤查作業將依循國際標準，涵蓋範疇一（直接排放）與範疇二（間接能源排放），並逐步拓展至範疇三（其他間接排放），以建立完整的碳排放數據基礎。預計於2026年完成母公司個體之溫室氣體盤查與第三方確信，藉此全面掌握碳排熱點，做為後續制定減量策略與導入排放管理機制的依據。

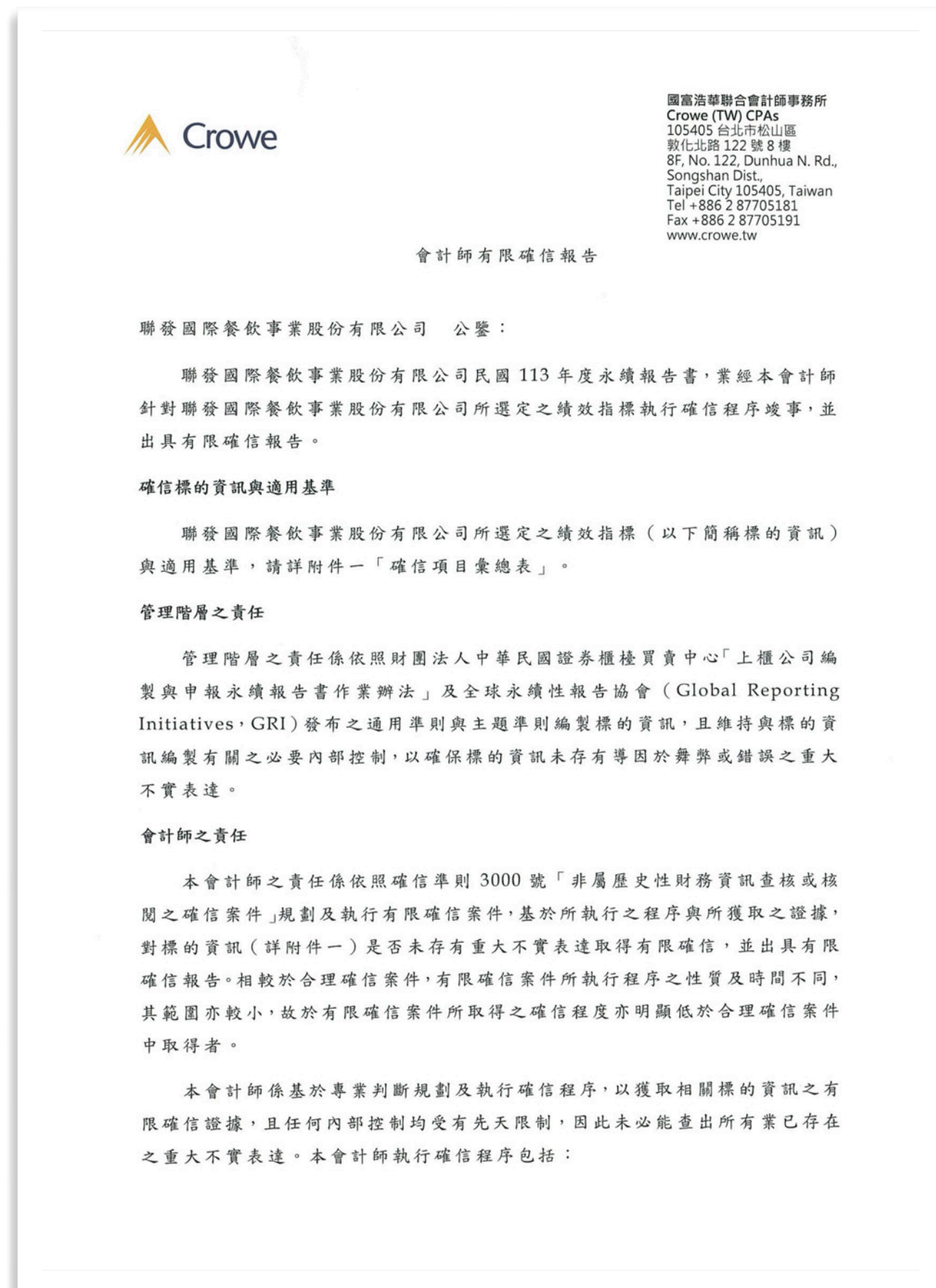
1-1-2 溫室氣體確信資訊

項目	執行情形
敘明最近兩年度確信情形說明,包括確信範圍、確信機構、確信準則及確信意見。	聯發國際自2025年起正式啟動溫室氣體盤查作業，並將碳管理納入企業永續發展策略。盤查作業將依循國際標準，涵蓋範疇一（直接排放）與範疇二（間接能源排放），並逐步拓展至範疇三（其他間接排放），以建立完整的碳排放數據基礎。預計於2026年完成母公司個體之溫室氣體盤查與第三方確信，藉此全面掌握碳排熱點，做為後續制定減量策略與導入排放管理機制的依據。


1-2 溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫

項目	執行情形
敘明溫室氣體減量基準年及其數據、減量目標、策略及具體行動計畫與減量目標達成情形。	聯發國際自2025年起正式啟動溫室氣體盤查作業，並將碳管理納入企業永續發展策略。盤查作業將依循國際標準，涵蓋範疇一（直接排放）與範疇二（間接能源排放），並逐步拓展至範疇三（其他間接排放），以建立完整的碳排放數據基礎。預計於2026年完成母公司個體之溫室氣體盤查與第三方確信，藉此全面掌握碳排熱點，做為後續制定減量策略與導入排放管理機制的依據。

附錄四：會計師有限確信報告



附錄四：會計師有限確信報告



國富浩華聯合會計師事務所
Crowe (TW) CPAs
105405 台北市松山區
敦化北路 122 號 8 樓
8F, No. 122, Dunhua N. Rd.,
Songshan Dist.,
Taipei City 105405, Taiwan
Tel +886 2 87705181
Fax +886 2 87705191
www.crowe.tw

附件一

確信項目彙總表

編號	標的資訊	對應章節	適用基準
一	2024 年投入研發之費用共新台幣 15,623 仟元。	1.1.1 研發策略	2024 年投入研發之費用總金額
二	2024 年對 22 家供應商進行實地稽核，其中 A 級 5 家、B 級 12 家、C 級 5 家，合格比率達 100%。D 級供應商數量為 0。	1.2.3 供應商評鑑制度	2024 年針對前 20~30 大之供應商進行實地訪廠之稽核結果
三	2024 年聯發國際前五大物料向生產場所設於台灣的供應商之在地採購比例為 21%。	1.2.5 在地採購	2024 年前五大物料來自生產場所設於臺灣之供應商的採購比例
四	2024 年實驗室內檢項目合格率 96.6%。	1.3.3 原物料管理與檢驗	2024 年實驗室內檢項目合格率
五	2024 年外檢檢驗 105 次，檢驗項目合格率 98.6%。	1.3.3 原物料管理與檢驗	2024 年外檢檢驗次數及檢驗項目合格率
六	2024 年員工薪資與福利總支出金額共新台幣 165,511 仟元。	2024 年永續績效亮點	2024 年員工薪資與福利總支出金額
七	2024 年員工培訓時數共 1,593 小時。	2.2.1 員工培訓發展	2024 年員工培訓總時數

編號	標的資訊	對應章節	適用基準
八	2024 年職業傷害人數 0 人、可記錄之職業傷害比率為 0。	2.3.4 職業傷害統計	2024 年職業傷害人數及職業傷害比率
九	2024 年消耗能源總量 2,586.30 GJ、來自電網百分比 71.5%及再生能源百分比 0%。	3.2.3 能源消耗量統計 SASB 指標	2024 年能源消耗總量、來自電網的比例及來自再生能源百分比
十	2024 年產品回收事件的數量為 0 件，以及產品回收的總量為 0 個。	SASB 指標	2024 年產品回收事件數量及產品回收總量



聯發國際餐飲事業股份有限公司

LIAN FA INTERNATIONAL DINING BUSINESS CORPORATION

聯手共創 · 蓄力全發

Sharetea®

UG
UNI GREEN

MAMAK檔
正宗馬來西亞風味

