

臺鹽實業股份有限公司

TAIYEN BIOTECH CO., LTD.

台 塩



貨真價實

2021 永續報告書

Sustainability Report

# 目錄

## 004 關於報告書

006 經營者的承諾

008 臺鹽七十 貨真價實

008 臺鹽的永續藍圖 (SDGs)

010 亮點與績效

011 臺鹽 2021 年獲獎榮耀

012 水資源循環管理

014 利害關係人鑑別與議和

019 永續關鍵主題管理

## CH1

### 020 精誠治理

023 1.1 公司治理

029 1.2 經營方針

039 1.3 策略發展規畫

045 1.4 風險管理

048 1.5 永續供應鏈

## CH2

### 052 綠色永恆 氣候因應

053 2.1 環境管理

056 2.2 能源與溫室氣體

061 2.3 再生能源推動

067 2.4 水資源管理

070 2.5 廢棄物管理

074 2.6 氣候變遷風險鑑別

## CH3

### 078 齊心共好

084 3.1 消費者 / 顧客健康與安全

089 3.2 客戶服務與溝通

098 3.3 員工留才與培育

108 3.4 完善的員工照顧

115 3.5 社會回饋

## 附錄

133 附錄一、GRI- 準則對應表

138 附錄二、永續會計準則 SASB 對應表

141 附錄三、臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」對照表 (第四條第一項)

141 附錄四、ISAE 3000 確信報告

## 關於報告書

臺鹽實業股份有限公司(以下簡稱「臺鹽公司」、「臺鹽」、「我們」)長期致力於建構完善食品安全、環境友善與職場安全衛生,倡議產業責任,多年來從經濟、環境、社會各項層面行動,履行企業應盡之社會責任。近年來國內外連續多起食安風暴,讓臺鹽愈發堅定讓消費者「吃得健康、用得安心」的核心理念,持續結合優質廠商開發高性價比的安心食品、響應政府政策提供消費市場可追溯履歷之優質商品,自設實驗室堅守產品品質之外,亦委託專業檢驗單位檢視,並提供消費者服務專線,受理各項諮詢。

有鑑於企業產品對社會及產業的廣泛影響,臺鹽堅信企業善盡企業永續的重要性,自 2015 年發行「企業社會責任報告書」,主動與廣大的利害關係人及社會大眾溝通重大性主題—我們在環境、經濟、社會面所做的全面檢討改善措施。為因應國際趨勢與臺鹽永續藍圖深化策略,我們於 2021 年發行「企業永續報告書」,致力展現於企業永續(Corporate Sustainability)領域的實務結果。

## 報告書揭露期間、邊界與範疇

本報告書揭露期間係以 2021 年度(2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日)為範圍,而報告揭露邊界與範疇為臺鹽公司臺灣廠區(含臺南總公司、通霄精鹽廠(簡稱通霄廠)、生技保健廠(簡稱保健廠)、生技妝品廠(簡稱妝品廠)、七股鹽場(簡稱七股場)、進口鹽儲運所(簡稱儲運所)及關係企業(臺鹽綠能股份有限公司、臺鹽生技薩摩亞有限公司、臺鹽生技香港有限公司,臺鹽(廈門)進出口有限公司)於本年度在經濟、社會、環境三個面向的資訊與數據,並呈現利害關係人所重視之重大主題的回應與作為。本次報告書關係企業報告資訊邊界,僅限於合併財務報表方面之揭露,相關關係企業之財報可參閱會計師 2021 年度查核簽證之母子公司合併報表。報告書中所揭露的統計數據係來自臺鹽自行統計與調查的結果,有關財務數據來源,部分採用會計師查證後所公開發表的資訊,部分數據則引用政府機關網站公開發布的資料,並以一般慣用之數值描述方式呈現,使用之幣值均為新台幣。

## 撰寫標準依據

本報告書之撰寫係參考國際標準及指引,參照全球永續性報告倡議組織(The Global Reporting Initiative, GRI)於 2016 年頒布之 GRI 永續性報告準則(GRI Standards),並依循永續會計準則委員會(Sustainability Accounting Standards Board, 簡稱 SASB)發布的揭露標準、聯合國金融穩定理事會(Financial Stability Board)發布之氣候相關財務資訊揭露建議架構(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 簡稱 TCFD)進行揭露。

## 外部查證

為增進報告書資訊品質與可信度,本報告書經安永聯合會計師事務所之確信,符合「上市公司編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第一目至第七目及財團法人中華民國會計研究發展基金會所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」有限確信等級。

### 發行週期

臺鹽公司自 2015 年起每年發行一次企業社會責任報告書,並於 2021 年更名為永續報告書。此為第八次發行之報告書(2021 年度)。

本年度發行時間為:2022 年 8 月  
下一版發行時間為:2023 年 8 月

### 聯絡資訊

總公司地址:台南市南區健康路一段 297 號  
聯絡人:陳世輝  
職稱:總經理  
電話:+886-6-2160688  
電子郵件:tsi150@tybio.com.tw

企業永續承辦人:陳美文  
職稱:品牌行銷處處長  
電話:+886-6-2160688  
電子郵件:castal@tybio.com.tw

公司網址:www.tybio.com.tw  
企業永續網址:www.tybio.com.tw/webc/html/social/index.aspx  
免費服務專線:0800-230-990

### 網頁資訊



臺鹽 TAIYEN  
全球資訊網



臺鹽  
永續專區

# 經營者的承諾

## 董事長

臺鹽 70，貨真價實！2022 臺鹽公司邁入七十週年，歷經國營奠基、生技創新、跨足國際等多次經營轉型，對內以「經營方針 4+1」強健企業體質，對外虛實整合拓展商機，同步接軌政府 2050 淨零轉型，發展汽電共生循環經濟，並規劃建置自有太陽能電廠，跨足綠能產業，臺鹽要在七十週年開創永續品牌價值，帶給消費者貨真價實的信賴與幸福。

疫情與戰爭交錯動盪，全球企業都因成本高漲及經營模式丕變，受到嚴峻挑戰。值此時刻，臺鹽仍在逆風中開創新局，「貨真價實」既是臺鹽創新研發和堅持品質的優勢，也是一貫堅持的核心價值。

臺鹽公司持續深耕鹽水核心商品，透過汽電共生能源升級工程，帶動環保、燃料、節能等三方面效益，創造循環經濟，保障台灣製鹽與包裝水的品質和供應。在生技產品方面，臺鹽投資近億元興建全新牙膏 GMP 廠，並與家樂福合作開發環保洗沐商品，成為第一個響應家樂福食物轉型計畫的企業，與國際大廠攜手並進，以優良的品質與服務實現永續理念。

臺鹽同時拓展綠電領域開發乾淨能源，接軌全球節能減碳趨勢，在汽電共生與綠能的兩大能源轉型策略下，臺鹽將奠定百年永續的契機。

臺鹽陪伴台灣經濟各階段的發展始終以「人」為初衷，無論是鹽水、生技產品、綠能產業到汽電能源轉型與「經營方針 4+1」中長期策略，致力打造品牌優質化、產品多元年輕化、虛實整合數位化、市場國際化、資產活化，成為民眾健康、美麗與幸福的後盾。未來臺鹽將秉持敦厚、誠信、踏實的信念，在動盪的時代創造安心、穩健、創新的核心價值，與世代民眾一起成長茁壯，開創永續幸福的百年企業！

董事長 吳容輝

## 總經理

2022 臺鹽七十週年，在後疫情時代陪伴民眾邁入全新生活型態，營造全人健康、預防保健、數位管理的創新理念，為台灣永續發展盡一份力量。

臺鹽七十是重要的轉型關鍵年，臺鹽致力於公司治理、社會責任與友善環境等三大構面，並於去 (2021) 年率先導入永續會計準則委員會 (SASB) 準則，成為國內食品業第一家參考 SASB 準則揭露的企業。今 (2022) 年臺鹽將同步採用氣候相關財務揭露建議 (TCFD) 指引，提升永續報告書揭露品質，並且籌劃碳管理專責小組，進行全公司碳排放控管，以實際行動穩步朝永續邁進。

在疫情影響下，臺鹽持續支持伊甸基金會身障就業計畫、扶植在地小農，並長期贊助身障桌球國手程銘志、捐贈護理師護士公會抗疫物資等作為，對外善盡企業社會責任，發揮穩定社會的力量。臺鹽對內照顧員工，堅持不減薪、零無薪假、維持加薪留才制度，在辦公環境全面量體溫、增設防疫消毒設備等，守護員工健康。

永續經營的策略與實務，將成為企業的核心競爭力。臺鹽將發揮七十年來不斷創新轉型的基因，在後疫情時代開創新局，與民眾一起打造健康、幸福的新生活！

總經理 陳世輝

## 臺鹽七十 貨真價實

臺鹽迎來 70 週年，見證了臺灣每一階段的經濟成長與挑戰，多年來無缺席地陪伴各個世代與家庭。回顧臺鹽的發展歷程，臺鹽的前身為台灣製鹽總廠，於 1952 年成立。當時的日曬食鹽猶如白金，是重要的管控物資，用來發展民生經濟和重大建設。除了肩負穩定民生用鹽的責任，社會大眾也對臺鹽民營與持續轉型創新寄予期待，實為臺鹽企業社會責任的體現。

臺鹽自成立以來，歷經「國營奠基」、「生技創新」、「跨足國際」到現今「幸福永續」的四大階段，每一階段都有重要的任務和轉型目標。隨著全球防疫與健康意識提升、政經貿易版圖異動與氣候變遷的萬變下，臺鹽經歷一次次的變革與轉型，我們持續致力於透過創造價值、永續治理、環境保護及公益參與等面向，落實臺鹽永續經營的願景，朝向百年企業邁進。我們從自身出發，致力成為幸福企業、創造更大商業機會的藍色經濟，同時繼續為國人與社會帶來健康與幸福。

### 臺鹽的發展歷程



### 臺鹽的永續藍圖 (SDGs)

聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs) 涵蓋 17 項願景指標，呼籲人類應與地球環境相依共存，在造成自然環境最小衝擊的前提下，讓每個人的經濟、社會與環境獲得應有的保障和資源。身為國際企業公民，臺鹽也藉此探究如何將全球永續議題的需求與目標轉化為企業的解答契機。延續健康與福祉 (SDG 3)、可負擔的能源 (SDG 7)、就業與經濟成長 (SDG 8) 及責任消費與生產 (SDG 12) 等面向的貢獻，我們更藉此以企業層級可盡力之處，進一步延伸教育品質 (SDG 4)、全球伙伴 (SDG 17)、氣候行動 (SDG 13)，以及海洋生態 (SDG 14) 的影響力。

| 外部環境  | 臺鹽實業股份有限公司永續發展目標   | 全人健康新主義  |
|---|--|--|
| <p><b>數位創新</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>數位變革帶來機會以及競爭者。</li> <li>資訊、產品、服務提供的模式多元化。</li> <li>AI 及 IoT 的加速使用。</li> </ul>                 | <p><b>永續經營</b></p> <p>結合營運策略，深耕品牌價值，落實 CSR 企業文化，邁向永續經營。</p> <p>呼應聯合國永續發展目標</p> | <p><b>臺鹽作為</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>提升董事會運作效能。</li> <li>落實內部控制制度。</li> <li>公司治理評鑑持續改善。</li> <li>使用潔淨能源。</li> <li>在地採購，創造經濟共榮。</li> </ol>     |
| <p><b>全球人口快速老化</b></p> <p>全球 65 歲以上人口比例</p> <p>2020 年      2050 年</p> <p><b>9.3% → 16%</b></p> <p>健康平均餘命的延長，提高了對於衛生保健的需求。</p>                           | <p><b>企業價值</b></p> <p>優良品質保證，實現全人類健康福祉，目標成為幸福企業。</p> <p>呼應聯合國永續發展目標</p>        | <ol style="list-style-type: none"> <li>積極提供消費者產品溯源保障。</li> <li>持續強化產品品質，為消費者健康把關。</li> <li>多元產品創新，回應快速變化的消費者生活型態。</li> <li>攜手上下游廠商同步落實 ESG，提升價值鏈的品質和效率。</li> </ol> |
| <p><b>全球人口數增加</b></p> <p>全球人口</p> <p>2020 年      2050 年</p> <p><b>78 億 → 97 億</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>提升對於食物、水、能源的需求。</li> </ul> | <p><b>社會公益</b></p> <p>推廣衛教知識，回饋在地社區，提供防疫捐助，進行弱勢扶助。</p> <p>呼應聯合國永續發展目標</p>      | <ol style="list-style-type: none"> <li>積極發展觀光作為，促進衛教知識。</li> <li>支持在地農業的精神，推廣台灣優質食材。</li> <li>專注回饋，參與慈善公益活動、落實睦鄰及文化傳承。</li> </ol>                                  |
| <p><b>氣候變遷</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全球暖化極端氣候衝擊加劇。</li> <li>導致原物料來源不穩定。</li> <li>造成自然災害。</li> <li>潛在供應鏈斷鏈的風險。</li> </ul>           | <p><b>友善環境</b></p> <p>源自汽電共生，發展乾淨能源，落實資源循環及包材減量。</p> <p>呼應聯合國永續發展目標</p>        | <ol style="list-style-type: none"> <li>取之於海，還之於海，減少對海洋的衝擊。</li> <li>響應政府政策改善空汙</li> <li>使用潔淨能源。</li> <li>進行節能減碳措施。</li> <li>減少包材使用，創造對環境友善的產品。</li> </ol>          |

亮點與績效



- 經營績效為營業利益 5.29 億元，較 2020 年成長 14.21%。
- 董事會出席率 100%，較 2020 年增加 10.5%。
- 女性董事佔比為 25%。
- 2021 年臺鹽公司研發費用 57,597 仟元，佔公司營收 1.4%。
- 供應商稽核合格率達 100%。
- 持續投資「臺鹽綠能公司」，發展太陽光電事業。
- 2021 年公司治理評鑑得分較 2020 年增加 12.44 分，名列前 21% 至 35% 之上市公司。
- 投入 6.25 億推動汽電共生新建工程，積極發展清潔能源。



- 國內鹽品、機能水領導品牌。
- 2021 年持續維護之臺灣專利為 26 件，國外專利為 12 件。
- 2021 Monde Selection 國際品質評鑑獎項中「台塩海洋鹼性離子水」榮獲金獎，並榮獲「早安健康 x Yahoo 奇摩 2021 健康品牌風雲賞」飲品類包裝水首獎。
- 2021 年「綠迷雅瑰瑛采美白乳液榮獲」榮獲 Monde Selection 銀獎。
- 「綠迷雅」系列保養品等 4 項產品升級。
- 迎向天然、環保與地球共好之永續趨勢，推出環保概念 3 項產品。



- 報告書 5 度蟬聯「TCSA 台灣企業永續獎」金獎。
- 與國教署和高雄醫學大學舉辦的學童口腔保健計畫，2018 至 2021 年共舉辦 19 場次，累計參加種子教師及學童家長共計 5,480 人，潛在受惠學童人數約 10 萬人以上，讓牙齒保健的觀念向下紮根。
- 七股鹽場及通霄廠已取得衛生福利部國民健康署健康職場認證 - 健康啟動標章，台南總公司亦同步延展此認證。
- 連續 12 年零職災、零違規、零勞資糾紛。
- 近四年捐贈費用合計逾 3 仟 1 佰萬元，2021 年捐贈較 2020 年增逾 270 萬元。
- 通霄觀光園區與七股鹽場員工達 9 成皆為雇用在地員工，致力支持與提供當地就業機會。



- 通霄精鹽廠榮獲 ISO45001 與 CNS45001 雙認證。
- 2021 年臺鹽總用水量較 2020 年下降 2.3%。
- 2021 年臺鹽產品用水密集度較 2020 年下降 14.7%。
- 2021 年臺鹽廢棄物總量減少約 31 公噸，約降低 5%。
- 2021 年通霄廠能源使用量較 2020 年下降 2.6%。
- 2021 年通霄廠電力使用量較 2020 年下降 12.2%。
- 2021 年妝品廠柴油使用量較 2020 年下降 24.7%。
- 取得農委會共六案養殖漁業經營結合綠能設施專案計畫核准，面積超過 60 公頃，創能 43MW，年發電量將達 5,400 萬度。
- 2021 年七股鹽山持續致力鹽地綠化，2021 年積極培育園區內各區塊綠化作業，栽種 1,558 棵植栽，其中欖李 493 棵，花旗木 397 棵，福木 200 棵，瓊涯海棠 110 棵，木麻黃 100 棵，杉欖李 100 棵等植物，並培育濕地紅樹林水鼻仔，維護濕地環境生態。

臺鹽 2021 年獲獎榮耀



兩項產品榮獲 Monde Selection 國際品質評鑑獎項：

- ★「台塩海洋鹼性離子水」榮獲金獎。
- ★「綠迷雅瑰瑛采美白乳液榮獲」榮獲銀獎。



「台塩膠原草本固根護理牙膏」榮獲 2021 第 29 屆台灣精品獎。



永續報告書 5 度蟬聯「TCSA 台灣企業永續獎」金獎。



「台塩海洋鹼性離子水」蟬連「早安健康 x Yahoo 奇摩 2021 健康品牌風雲賞」飲品類包裝水首獎。



關鍵錠通過衛福部健康食品骨質保健認證，本產品有助於延緩骨質流失。



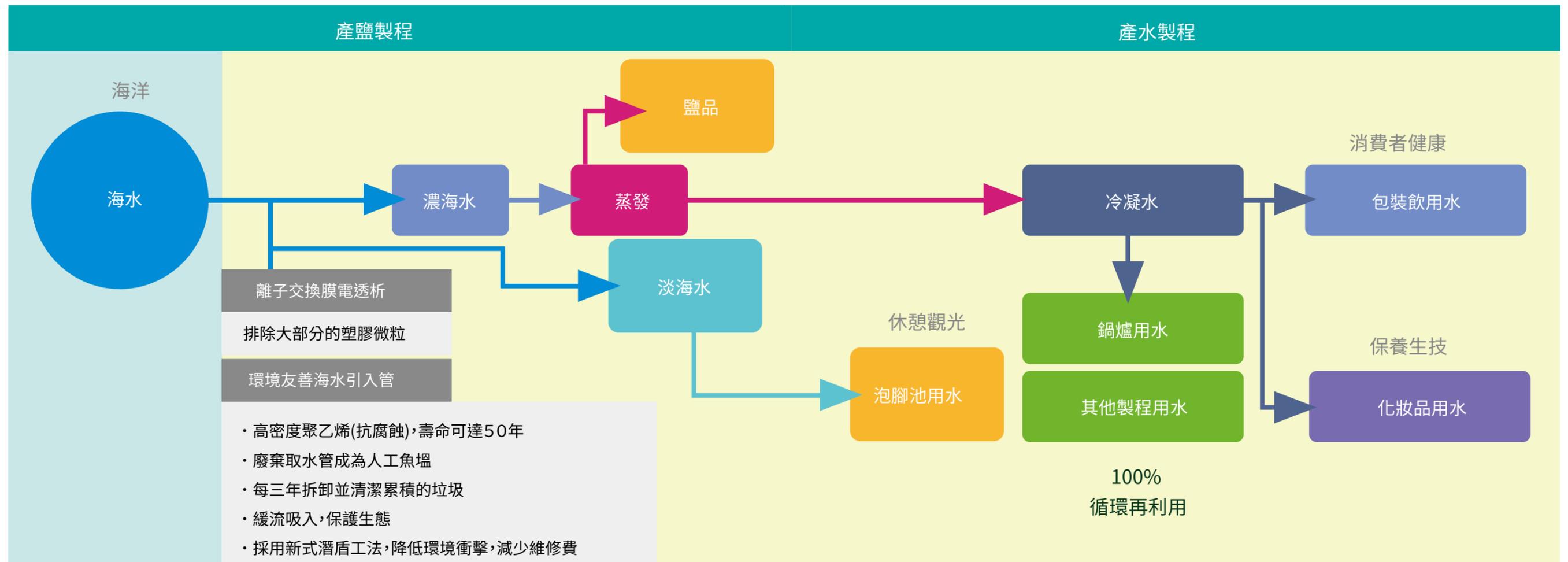
臺鹽公司榮獲 2021 年台南市五心職場認證。

## 水資源循環管理

「飲水思源，滴水不漏」，是我們的堅持。

大海乃是臺鹽的發跡地，運用國內唯一離子交換膜電透析製鹽法排除大部分的塑膠微粒，產製濃滷水，再藉由三效蒸發罐將濃滷水蒸發結晶後予以離心脫水、乾燥，製成各種鹽品，並利用透析出之淡水建造獨一無二之海洋溫泉，提供遊客免費享受海水溫泉溪泡腳的樂趣；製程中的二、三效冷凝水，因水質符合環保署公告之「飲用水水源水質標準」，經處理可製成包裝飲用水及化妝品用水，包裝水製程中之洗瓶、洗蓋用水也回收處理再重複利用，讓每日冷凝水充分運用而無浪費，生產過程一滴水都不浪費，100% 循環再利用。

我們水資源管理供給除有取自海水的水源外，尚有依據不同使用條件，取用自來水、冷凝水、井水等各種水源，並搭配節水措施所改裝的省水水龍頭及氣冷式空調等相關措施，以期開源節流。同時也設置大型儲存槽等相關設備，確保遇上停車期間，包裝水產線仍可繼續生產，獨立運作可長達 10-14 天。充分利用水資源，以提高供貨能力及維持鹽品產銷庫存調節，強化循環管理。



## 喝潔淨的水 更要取得安心

- 海水引入管工程全程採在地採購，提升產業產能。
- 海水引入管線更新完成，依據內政部營建署海岸管理法專案核准，並遵守海洋生態保護、水下文化資產保護等海洋作業規範。
- 新海水引入管線採高密度聚乙烯 (HDPE) 材質，强度高不易腐蝕，且具有避免地震、地形變異，而造成海水管斷裂之問題，壽命可達 50 年，保護海洋環境、確保包裝水品質。
- 新高度聚乙烯 (HDPE) 管內徑 1,062mm，引水量較舊管多出約 16%，可提供更多海水水源及汽電共生廠冷卻水源。
- 面對海洋汙染議題，考量取水深度，約 15 米深左右並高於海床 12 米，確保海水資源無汙染，取水點距離河川出海口設有距離，確保海水鹽度。
- 施工採新式潛盾工法，海水管深埋土層達 3~4m，及新推進工法，減少海水管維修巡檢次數，降低維修費，不需要破堤挖路，保護生態，降低環境衝擊。

### 利害關係人鑑別與議和

#### 利害關係人鑑別

臺鹽依循產業特性和 AccountAbility 組織發行的 AA1000 利害關係人議和標準 (AA1000SES, 2001) 的依賴性、責任性、影響力、多元觀點與張力，委由各部門代表鑑別出相關的利害關係人，包含員工、客戶、供應商、投資人、政府機關、媒體和社會社區，並納入權重考量以掌握 2021 年的重大主題。



#### 重大議題分析流程

註：2021 年度永續議題與重大議題沿用 2020 年度分析結果

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
| <p><b>Step 1</b><br/>利害關係人鑑別</p> <p>臺鹽依循產業特性和 AccountAbility 組織發行的 AA1000 利害關係人議和標準 (AA1000SES, 2001) 的依賴性、責任性、影響力、多元觀點與張力，委由各部門代表鑑別出相關的利害關係人，包含員工、客戶、供應商、投資人、政府機關、媒體和社會社區，並納入權重考量以掌握 2021 年的重大主題。</p> <p><b>7 類利害關係人</b></p> | <p><b>Step 2</b><br/>永續議題蒐集與分析</p> <p>藉由全球報告書協會 (GRI Standards) 之考量面及國內外同業關注議題，聚焦與臺鹽營運業務相關的永續議題。</p> <p><b>30 項永續議題</b></p> | <p><b>Step 3</b><br/>分析重大議題</p> <p>透過發送問卷詢問的方式，取得利害關係人對永續議題的關注程度，並透過臺鹽各部門討論，確認各項議題對組織營運的相關性及影響程度，作為重大主題的實質性 (materiality) 分析基礎與排序，並繪製矩陣圖。</p> <p><b>10 項重大議題</b></p> | <p><b>Step 4</b><br/>揭露審查內容</p> <p>針對重大主題納入臺鹽與利害關係人回應溝通要項，以及於本報告書說明。</p> <p>將 10 項重大議題與 14 個 GRI 準則作對照，並於報告書中揭露其管理方針與報導要求。</p> <p><b>14 項 GRI 準則</b></p> |
|---|---|--|--|

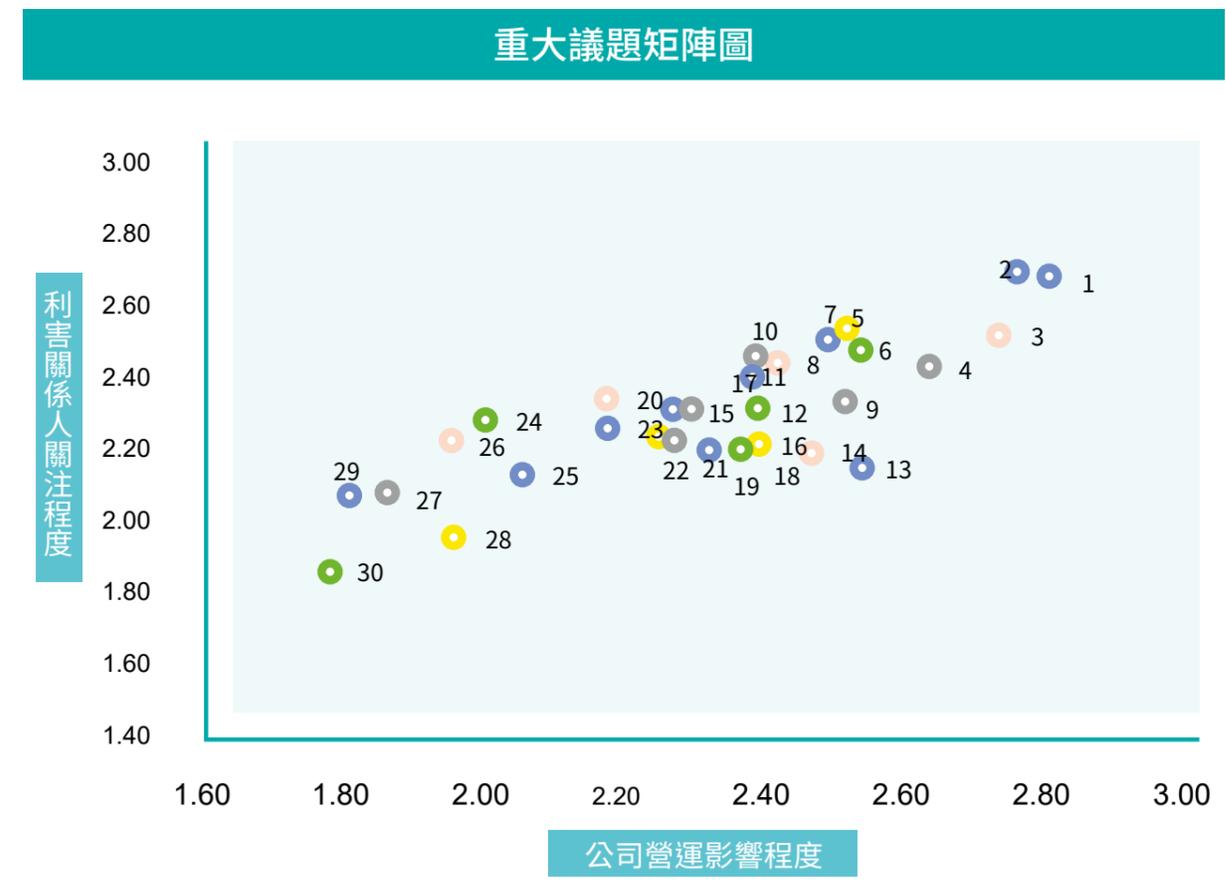
### 重大議題篩選與結果

2021 年臺鹽依循 GRI Standards 對於重大主題的實質性要求進行分析，根據利害關係人鑑別，以及問卷調查結果，再透過臺鹽各部門長官，從該議題對公司造成之短、中、長期財務及非財務的衝擊程度及風險進行評估，涵蓋面項包含經濟、社會、環境、產品與公司治理面五大面進行分析，最後彙整出 10 項重大議題。

臺鹽以促進食品安全為己任，重視供應商之社會及環境評估，雖供應鏈管理非本年度排序之十大議題，仍持續精進管理作為，詳見 1.5 永續供應鏈。



圖：臺鹽 10 項重大議題



| No. | 議題面向  | 衝擊名稱          | No. | 議題面向  | 衝擊名稱            |
|-----|-------|---------------|-----|-------|-----------------|
| 1   | 產品面議題 | 消費者 / 顧客健康與安全 | 16  | 社會面   | 消費者關係管理         |
| 2   | 產品面議題 | 品質管理          | 17  | 環境面議題 | 水資源管理           |
| 3   | 公司治理  | 公司治理與誠信       | 18  | 產品面議題 | 產品創新與研發         |
| 4   | 公司治理  | 政策與法規遵循       | 19  | 公司治理  | 供應鏈管理           |
| 5   | 公司治理  | 反貪腐           | 20  | 環境面議題 | 廢污水及廢棄物管理       |
| 6   | 社會面   | 職業健康安全        | 21  | 社會面   | 員工訓練與發展         |
| 7   | 社會面   | 員工待遇與福利       | 22  | 社會面   | 永續鹽業            |
| 8   | 經濟面議題 | 企業品牌形象        | 23  | 環境面議題 | 原物料使用管理         |
| 9   | 經濟面議題 | 經營績效          | 24  | 環境面議題 | 對環境友善與社會尊重之綠色採購 |
| 10  | 社會面   | 勞資溝通          | 25  | 環境面議題 | 能源管理            |
| 11  | 產品面議題 | 客戶服務          | 26  | 經濟面議題 | 採購政策            |
| 12  | 產品面議題 | 產品標示與銷售責任     | 27  | 經濟面議題 | 多元化經營           |
| 13  | 社會面   | 行銷與產品溝通       | 28  | 社會面   | 保健產品與永續教育推廣     |
| 14  | 公司治理  | 通路商管理         | 29  | 環境面議題 | 氣候變遷與調適         |
| 15  | 經濟面議題 | 營運持續管理        | 30  | 社會面   | 社區發展經營          |

### 利害關係人溝通

臺鹽定期向所有的利害關係人進行 ESG 問卷調查，另透過公司網站和外部溝通信箱作為即時回饋的管道，以掌握各個利害關係人關注的議題進行回應，其中又以品質管理、消費者 / 顧客健康與安全、公司治理與誠信、政策與法規遵循及反貪腐獲得高度的關注，透露利害關係人對於臺鹽所生產的產品與公司治理寄予厚望和信任，利害關係人的溝通方式與頻率則在下表說明。

| 利害關係人  | 對臺鹽之意義  | 關注議題   | 溝通方式                  | 溝通頻率               |
|--|---|--|-----------------------|--------------------|
|  股東 / 投資人 | 透過提供透明的公司治理策略及財務政策資訊給投資人，使投資人確實了解公司未來展望，使公司在積極發展的同時，能夠兼顧股東權益。 | 公司治理與誠信<br>供應鏈管理<br>消費者關係管理<br>廢污水及廢棄物管理<br>品質管理 | 股東會<br>公司網站<br>ESG 問卷 | 定期召開<br>不定期<br>不定期 |

| 利害關係人  | 對臺鹽之意義   | 關注議題   | 溝通方式  | 溝通頻率                                   |
|--|--|--|---|--|
|  員工               | 員工是公司最重要的資產之一，透過暢通的溝通管道，積極傾聽員工心聲，進一步創造高效率的工作環境。          | 品質管理<br>消費者 / 顧客健康與安全<br>公司治理與誠信<br>員工待遇與福利        | 投訴信箱<br>勞資會議<br>員工會議<br>ESG 問卷  | 即時<br>每三個月<br>不定期<br>不定期               |
|  客戶 / 消費者         | 我們透過持續溝通以了解消費者的需求，並貫徹實踐「客戶就是夥伴」的理念。                      | 消費者 / 顧客健康與安全<br>品質管理<br>勞資溝通                      | 客戶滿意度調查<br>客服專線<br>公司網站<br>ESG 問卷   | 每年<br>即時<br>不定期<br>不定期                 |
|  供應商 / 承攬商 / 外包商 | 供應商 / 承攬商 / 外包商是公司營運的重要夥伴，透過與各個夥伴的合作，以維持產品品質與服務之重要後援。    | 消費者 / 顧客健康與安全<br>反貪腐<br>公司治理與誠信<br>政策與法規遵循<br>品質管理 | 日常電話 / 電子信箱 / 面訪<br>投訴信箱<br>供應商管理系統<br>透過臺鹽事業處與各地加盟店電訪或書面溝通<br>定期稽核<br>ESG 問卷 | 不定期<br>即時<br>即時<br>不定期、每周<br>每年<br>不定期 |
|  政府機關           | 臺鹽與相關政府單位保持通且有效的溝通，第一時間掌握政府政策與法規動態，維持企業優良形象。             | 公司治理與誠信<br>消費者 / 顧客健康與安全<br>品質管理<br>反貪腐<br>職業健康安全  | 公司年報<br>電話 / 電子信箱 / 函詢<br>食品產業「非登不可」<br>正式函文<br>ESG 問卷                        | 每年<br>不定期<br>不定期<br>不定期<br>不定期         |
|  社區社會           | 為維護地球永續，同仁們積極投入社區發展，長期扶助弱勢族群，布局下一代人才培育，以多元化的具體行動回饋社會。    | 品質管理<br>員工待遇與福利<br>產品標示與銷售責任<br>水資源管理              | 公司網站<br>外部溝通信箱<br>說明會 / 公聽會<br>ESG 問卷   | 不定期<br>不定期<br>不定期<br>不定期               |
|  媒體             | 媒體單位為臺鹽對社會大眾的重要溝通管道，我們與媒體單位保持有效溝通，有效率地將訊息第一時間傳達給各個利害關係人。 | 品質管理<br>公司治理與誠信<br>政策與法規遵循                         | 新品發表會<br>公司網站<br>召開會議<br>電話及電子信件<br>ESG 問卷                                    | 不定期<br>不定期<br>不定期<br>不定期<br>不定期        |

## 重大議題說明與價值鏈

包含重大考量面與考量面邊界，臺鹽檢視重大主題的影響層面，以確保本報告書揭露的資訊呼應利害關係人關切的議題，藉以展現我們企業社會責任的承諾。

| 永續價值鏈         |     |           |    |           |                   |          |          |    |            |              |
|---------------|-----|-----------|----|-----------|-------------------|----------|----------|----|------------|--------------|
| 重大考量面         | 組織內 | 組織外       |    |           |                   |          |          |    | 對應指標       | 對應章節         |
|               |     | 股東<br>投資人 | 員工 | 客戶<br>消費者 | 供應商<br>承攬商<br>外包商 | 政府<br>機關 | 社區<br>社會 | 媒體 |            |              |
| 消費者 / 顧客健康與安全 | ■   | ■         |    | ■         | ■                 | ■        | ■        |    | 416        | 3.1 消費者健康與安全 |
| 品質管理          | ■   |           | ■  | ■         | ■                 |          |          |    | 無適用指標      | 3.1 消費者健康與安全 |
| 公司治理與誠信       | ■   | ■         | ■  |           |                   | ■        |          |    | 無適用指標      | 1.1 公司治理     |
| 政策與法規遵循       | ■   |           | ■  | ■         | ■                 | ■        |          |    | 417<br>419 | 3.2 客戶服務與溝通  |
| 反貪腐           | ■   | ■         |    |           |                   | ■        |          |    | 無適用指標      | 1.1 公司治理     |
| 職業健康安全        | ■   |           |    | ■         | ■                 |          |          |    | 403        | 3.4 完善的員工照護  |
| 員工待遇與福利       | ■   |           | ■  |           |                   |          |          |    | 401        | 3.3 員工留才與培育  |
| 企業品牌形象        | ■   |           | ■  |           |                   |          |          |    | 417        | 3.5 社會回饋     |
| 經營績效          | ■   | ■         | ■  |           |                   |          | ■        |    | 201        | 1.1 公司治理     |
| 勞資溝通          | ■   |           | ■  |           |                   |          |          |    | 402        | 3.3 員工留才與培育  |

## 永續關鍵主題管理

根據重大議題分析之結果，可將各項議題分成四大面項，我們對於各項關鍵主題設立相關目標，並且定期進行檢討與改進，以不負各個利害關係人給予之期待，亦透過設立管理方針，強化各項措施的實踐與發揚公司價值，積極實現企業永續發展。

| 面向   | 政策   | 推動重點  | 檢驗與改進  | 本年度對應之重大主題   |
|------|--|---|--|--|
| 公司治理 | 根據國家法規，制定多項內部章程，建立公平公正的公司制度，強化公司治理、成就正直、奉獻、傳承企業文化。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>「經營方針 4+1」：品牌優質化、產品多元年輕化、虛實整合數位化、市場國際化、資產活化。</li> <li>增加非財務資訊的透明度與優化，檢視資訊的記錄、蒐集、統計和報表生成的改善■增加風險鑑別與管理。</li> <li>強化董事會職能。</li> <li>加強與股東間之溝通。</li> <li>公司整體法規遵循。</li> <li>深化 ESG 委員會及工作小組運作，發展永續 KPI 指標與目標。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>每年度公司治理評鑑狀況。</li> <li>每一年年報中，對於風險管理之情形與管理說明。</li> <li>公司每一年度各面向違規之情形與狀況。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理與誠信。</li> <li>政策與法規遵循。</li> <li>反貪腐。</li> </ul> |
| 經濟   | 藉由產品的研發與創新，提高經濟績效，創造臺鹽、股東、社會三贏狀態，創造優良企業品牌形象。       | <ul style="list-style-type: none"> <li>開發多元業務可能。</li> <li>增加經營績效。</li> <li>塑造符合企業文化的品牌形象。</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>每年定期舉辦股東會，直接給予回饋。</li> <li>每年定期發行公司年報。</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>經營績效。</li> <li>企業品牌形象。</li> </ul>                   |
| 產品   | 積極投入產品研發，開發滿足市場需求的多元產品，並兼顧產品品質與消費者健康。              | <ul style="list-style-type: none"> <li>重視產品研發與創新。</li> <li>要求嚴格品質管理。</li> <li>完善供應商評鑑以及內外部稽核制度。</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>設有產品法規小組，每季開會檢討及決定食安法規事項。</li> <li>對於客戶滿意度進行檢討。</li> </ul>                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者 / 顧客健康與安全。</li> <li>品質管理。</li> </ul>            |
| 社會   | 遵守法律規範並定期檢討制度，提升整體員工福利與保障勞動權益。                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>提供優良薪酬與福利制度。</li> <li>保障員工之合法權益。</li> <li>提供員工多元教育訓練。</li> <li>建立產品申訴以及員工溝通管道。</li> <li>提供安心工作環境。</li> <li>重視員工健康，舉辦健康促進相關活動。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>定期舉行勞資溝通以及鹽聯會員工代表大會。</li> <li>關注員工投訴內容以及流動狀況。</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>員工待遇與福利。</li> <li>勞資溝通。</li> <li>職業健康安全。</li> </ul> |

# CH1 精誠治理

誠信治理是臺鹽經營的首要責任，透過董事會、永續委員會以及各個功能委員會的運作，致力於建立健全與透明的企業文化與價值鏈，並時刻關注利害關係人的權益，注重本公司、社會、環境三大方面的平衡，讓臺鹽能夠繼續陪伴員工與國人下一個甲子。

- 1.1 公司治理
- 1.2 經營方針
- 1.3 策略發展規劃
- 1.4 風險管理
- 1.5 永續供應鏈

- 員工
- 客戶
- 供應商 / 承攬商 / 外包商
- 股東 / 投資人
- 政府機關
- 媒體
- 社會社區

優先閱讀對象

## 章節亮點摘要

|           |   |
|-----------|---|
| 14.21%    | 經營績效為營業利益 5.29 億元，較 2020 年成長 14.21%。                |
| 6.25 億    | 投入 6.25 億推動汽電共生新建工程，積極發展清潔能源。                       |
| 100%      | 供應商稽核合格率達 100%。                                     |
| 25%       | 女性董事占比為 25%。  |
| 1.41%     | 2021 年臺鹽公司研發費用 57,597 千元，佔公司營收 1.41%。               |
| 7         | 與 7 個機構進行異業合作，驗證產品功效及交流創新技術。                        |
| 100%      | 董事會出席率 100%。  |
| 21% 至 35% | 110 年公司治理評鑑得分較 109 年增加 12.44 分，名列前 21% 至 35% 之上市公司。 |

## 對應 SDG



## 管理方針 - 公司治理與誠信

|      |  |
|------|--|
| 政策   | 董事會通過本公司「公司治理實務守則」、「誠信經營守則」，全體員工據此落實執行。  |
| 承諾   | 本於廉潔、透明及負責之誠信經營理念從事各項營運活動，追求最佳經營績效，以達企業永續發展。   |
| 目標   | <ol style="list-style-type: none"> <li>① 維護股東權益及平等對待股東。</li> <li>② 強化董事會結構與運作。</li> <li>③ 提升資訊透明度。</li> <li>④ 落實企業社會責任。</li> </ol> |
| 責任   | 董事會應盡善良管理人之注意義務，督促公司防止不誠信行為，並隨時檢討其實施成效及持續改進，確保公司治理及誠信經營政策之落實。  |
| 資源   | 健全公司制度，從政策面到執行面全面貫徹。臺鹽全體員工由上而下共同努力實踐。  |
| 申訴機制 | 為維護公司利益，訂有「臺鹽實業股份有限公司申訴 / 檢舉作業要點」，設有專責主管受理申訴或檢舉。   |
| 行動   | <ol style="list-style-type: none"> <li>① 依據本公司「公司治理實務守則」落實推動。</li> <li>② 強化公司治理，參考證交所之「公司治理評鑑指標」，做為公司治理改善依據，提昇公司治理評鑑得分。</li> </ol> |
| 評量機制 | 參與台灣證券交易所之公司治理評鑑。  |

## 管理方針 - 政策與法規遵循

|      |  |     |               |    |               |
|------|--|-----|---------------|----|---------------|
| 政策   | 遵守法規、安全可靠、落實執行。  |     |               |    |               |
| 承諾   | 為即時掌握產品各項法規更迭，我們訂有「產品法規執行及追蹤監督權責規定」，並由專人定期檢視新增或修訂的法令規章，以符合最新規範，同時定期召開「法規會議」檢視公司產品能夠符合法令要求。   |     |               |    |               |
| 目標   | <table border="1"> <tr> <td>短中期</td> <td>避免產品標示違反法規受罰。</td> </tr> <tr> <td>長期</td> <td>產品合法符合主管機關要求。</td> </tr> </table>   | 短中期 | 避免產品標示違反法規受罰。 | 長期 | 產品合法符合主管機關要求。 |
| 短中期  | 避免產品標示違反法規受罰。  |     |               |    |               |
| 長期   | 產品合法符合主管機關要求。  |     |               |    |               |
| 責任   | 各單位主管。   |     |               |    |               |
| 資源   | 設立「產品國內外法規資料庫」，並每季召開產品法規會議。  |     |               |    |               |
| 申訴機制 | 主管機關。  |     |               |    |               |
| 行動   | <p>以遵守法規為基礎原則</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 對於短中期目標，產品標示依照「產品國內外法規資料庫」中之最新國家法規為審核標準，邀集相關單位共同審查修訂。</li> <li>② 對於長期目標，設有專人定期檢視新增或修訂的法令規章，當主管機關發布新修訂食品法規或有重大影響之草案制訂時，即著手通知各相關單位準備因應，並上傳於「產品國內外法規資料庫」更新法規內容。</li> </ol> |     |               |    |               |
| 評量機制 | KPI 關鍵績效指標追蹤表。   |     |               |    |               |

管理方針 - 反貪腐

|      |   |             |
|------|---|-------------|
| 政策   | 本公司本於廉潔、透明及負責之經營理念，制定以誠信為基礎之政策，並建立良好之公司治理與風險控管機制，以創造永續發展之經營環境。  |             |
| 承諾   | 本於廉潔、透明及負責之誠信經營理念從事各項營運活動，追求最佳經營績效，以達企業永續發展。  |             |
| 目標   | 短期  | 採購案件之監督、稽核。 |
|      | 中期  | 商務往來業務。     |
|      | 長期  | 誠信經營之企業。    |
| 責任   | 公司全體員工。   |             |
| 資源   | 為落實前述經營理念及政策，訂定本公司「員工守則」、「誠信經營守則」，針對營業範圍內具較高不誠信行為風險之營業活動加以防範，全體員工應於執行業務時落實執行。   |             |
| 申訴機制 | 凡發現公司內有不誠信行為，得依本公司申訴 / 檢舉作業要點提出申訴或檢舉。   |             |
| 行動   | <ul style="list-style-type: none"> <li>採購金額逾 50 萬元，請財會處參與監辦採購作業。</li> <li>採購金額 500 萬 ( 含 ) 元以上，請稽核室參與監督採購作業。</li> </ul> |             |
| 評量機制 | 稽核室每年抽查。  |             |

管理方針 - 經營績效

|      |  |
|------|--|
| 政策   | 營收健康成長、提升獲利、提高營運效能。  |
| 承諾   | 從事企業經營的同時，積極實踐企業社會責任，以符合平衡環境、社會及公司治理發展之國際趨勢，並透過企業公民擔當，提升國家經濟貢獻，改善員工、社區、社會之生活品質，促進以企業社會責任為本之競爭優勢。   |
| 目標   | <ol style="list-style-type: none"> <li>持續鞏固鹽水市場領導地位。</li> <li>佈局生技趨勢產品、積極拓展多元通路。</li> <li>品牌國際化 - 加速開拓海化市場。</li> </ol>   |
| 責任   | 臺鹽擁有正直、奉獻、傳承的企業文化，秉持對消費者負責的態度，關懷民眾的美麗與健康，創造純淨、天然、幸福的環境，為股東創造最大利益。  |
| 資源   | <ol style="list-style-type: none"> <li>董事會指導公司經營策略。</li> <li>經營團隊規劃與訂定整體營運方針、目標及執行。</li> <li>全體員工由上而下共同努力實踐。</li> </ol>  |
| 申訴機制 | <ol style="list-style-type: none"> <li>稽核內控制度稽查。</li> <li>董事會監督。</li> </ol>  |
| 行動   | <ol style="list-style-type: none"> <li>持續以海洋生物科技為發展主軸，聚焦經營，使臺鹽成為該領域的領導者。</li> <li>持續創新與堅持品質，成為消費者在鹽品、包裝水與美容保健食品的健康守護者。</li> <li>因應後疫情時代，將積極推動數位轉型，透過電子商務及智慧工作流程，為公司創造利潤。</li> <li>轉投資成立「臺鹽綠能公司」，發展太陽能光電事業，積極推廣乾淨、永續的綠色太陽能回饋鄉里，推動環保能源新世代，用心守護台灣土地。</li> </ol> |
| 評量機制 | 股東會年度營業報告。   |

## 1.1 公司治理

臺鹽的公司治理核心係由一群專業管理人、明確規範的相關內部章程，以及經驗傳承的企業文化所構成，秉持永續與誠信的精神執行經營決策。同時，董事會也已於 2015 年 7 月董事會審議通過「臺鹽實業股份有限公司企業社會責任實務守則」，除在本業追求發展之外，更致力於公司治理，並且與各方利害關係人保持良好互動，善盡企業社會責任，追求臺鹽的永續未來。

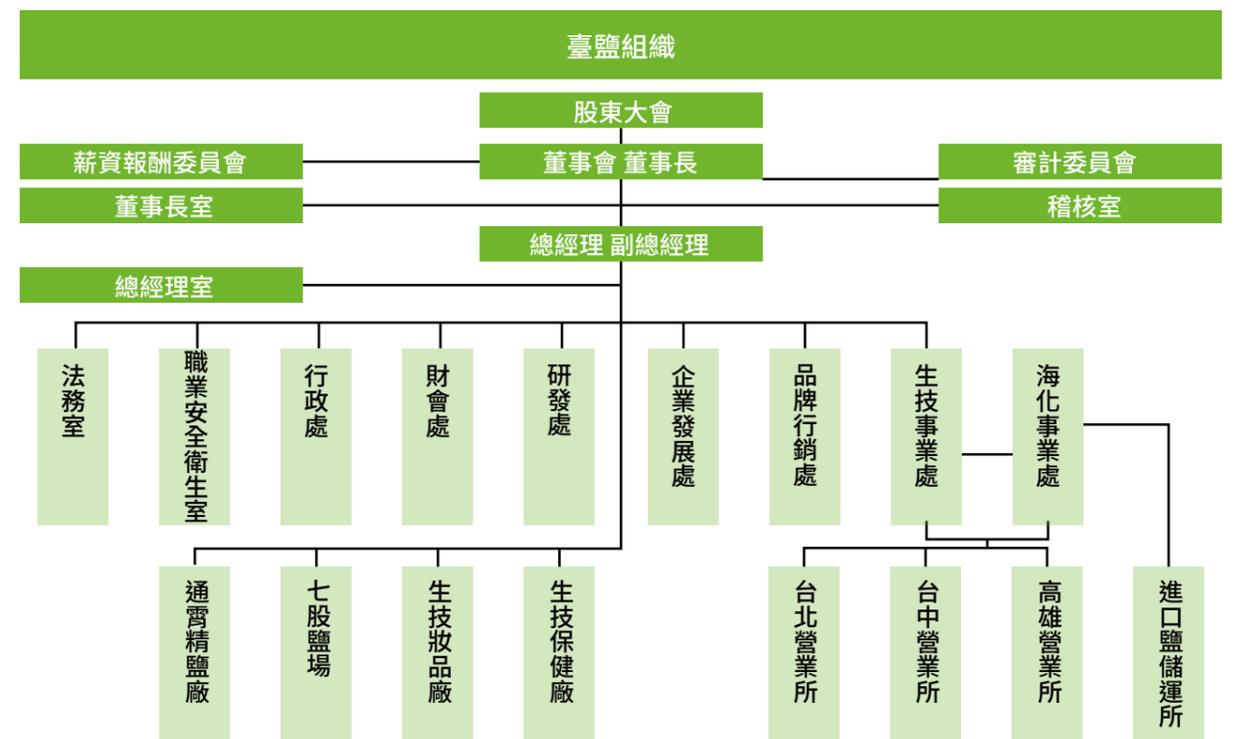
### 1.1.1 臺鹽治理架構

依循臺灣證券交易所 ( 以下簡稱證交所 ) 「上市上櫃公司治理實務守則」之規定，臺鹽在 2014 年 12 月 26 日訂定「臺鹽實業股份有限公司公司治理實務守則」。為了確保良好的公司治理制度，我們另訂有「公司股東會議事規則」、「董事會議事規則」、「公司併購資訊揭露自律規範」、「公司誠信經營守則」、「董事、監察人暨一級主管以上人員道德行為準則」、「審計委員會組織規程」及「薪資報酬委員會組織規程」等相關章程。臺鹽也在公司官網的投資人專區，以及經由證交所的公開資訊觀測站揭露相關資訊與最新訊息，保持與股東和消費者的良好溝通，達到負責任之經營。



臺鹽官網之投資人專區查詢：

<http://www.tybio.com.tw/webc/html/is/07.aspx?kind=6>



臺鹽股東以政府機構為主，其次為個人及外國投資者，詳細股東結構說明如下表。

| 臺鹽股東結構表 (單位：股) |             |           |            |            |            |     |             |
|----------------|-------------|-----------|------------|------------|------------|-----|-------------|
| 股東結構           | 政府機構        | 金融機構      | 其他法人       | 外國機構及外國人   | 個人         | 庫藏股 | 合計          |
| 數量             |             |           |            |            |            |     |             |
| 人數             | 1           | 8         | 188        | 104        | 46,726     | 0   | 47,027      |
| 股數             | 777,768,272 | 8,273,991 | 19,786,791 | 18,443,727 | 75,727,219 | 0   | 200,000,000 |
| 占比             | 38.88%      | 4.14%     | 9.89%      | 9.22%      | 37.86%     | 0%  | 100%        |

(基準日：2022年6月23日)

### 1.1.2 董事會

臺鹽董事委員會包含 5 席董事、3 席獨立董事共計 8 席，其中有 2 位董事由女性擔任，女性占比為 25%。董事會成員皆具備專業背景，並為善盡監督臺鹽經營的責任，乃依循「公開發行公司董事會議事辦法」訂定「董事會議事規則」，並且定期召開董事會監督公司治理運作情形，包含每月進行經營績效檢討、財務報告、稽核報告等內部控管機制。

董事會依據「董事、監察人暨一級主管以上人員道德行為準則」規範董事的利益迴避原則，依法確實執行，以力求健全治理機能的完善；為鼓勵董事進修，本公司不定期提供臺灣證券交易所、證券暨期貨市場發展基金會等機關團體所舉辦之課程資訊予董事，安排適合的進修課程，2021 董事參加時數共計 50 小時，平均每人進修時數為 6.25 小時。有關詳細的董事會成員進修資訊，敬請參閱臺鹽 2021 年度年報第 46 頁。

| 臺鹽董事成員 |    |      |
|--------|----|------|
| 董事長    | 董事 | 獨立董事 |
| 1      | 4  | 3    |



臺鹽 2021 年度公司年報：  
<https://www.tybio.com.tw/taiyen/tw/investors/shareholder/more2>

### 1.1.3 永續委員會

為落實推動企業社會責任相關事項，臺鹽公司自 2016 年成立企業社會責任委員會，現名為臺鹽企業永續委員會，由「公司治理小組」、「客戶關懷與社會公益小組」、「環境永續小組」、「員工照護小組」四大權責小組組成，各小組委員根據議題類別由不同部門所組成，並由公司各單位一級主管兼任。臺鹽持續精進永續治理的理念，進一步責成各小組研議相關之重點永續議題、行動期程與目標，並定期向永續委員會報告，健全臺鹽企業永續經營與落實社會責任。

臺鹽企業永續委員會每半年召開一次，邀請外部顧問與於會議上進行標竿學習，並由各工作小組針對各面向提出下一年度的永續管理提案，以推動本公司永續經營發展。於年初設定該年度各小組欲達成之目標並經過委員會同意後，持續追蹤管理達成所設定之目標，並於年底會議進行目標檢討。臺鹽企業永續委員會已於 2021 年 4 月 21 日、12 月 23 日各召開一次會議，討論本公司 ESG 相關事宜。



## 臺鹽永續委員會年度目標及執行成果摘要

### 1. 公司治理小組

|            | 2021 年目標  | 2021 年執行成效   | 達成情形   |
|------------|---|--|--------|
| 提升董事會運作效能  | <ul style="list-style-type: none"> <li>董事會出席率達 80% 以上。</li> <li>各委員會出席率達 80% 以上。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>董事會出席率 100%</li> <li>審計委員會與薪酬委員會出席率達 100%</li> </ul>  | ★<br>★ |
| 設置公司治理主管   | <ul style="list-style-type: none"> <li>預定於 2021 年上半年完成「公司治理主管」設置。</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>2021 年 4 月 30 日經第十二屆第十四次董事會通過由副總經理兼任本公司治理主管。</li> </ul>   | ○      |
| 提升公司治理評鑑得分 | <ul style="list-style-type: none"> <li>提升公司治理評鑑得分，並至少維持於 36% 至 50% 級距。</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>公司治理評鑑自評得分為 85.91 分，名列前 21% 至 35% 之上市公司，較前一屆得分增加 12.44 分。並持續針對政策或制度建立、資訊揭露、公司治理領域優良事蹟三大方面做檢討與改進。</li> </ul> | ★      |

★超過目標；○達成目標；X 未達成

## 2. 客戶關懷與社會公益小組

|                            | 2021 年目標   | 2021 年執行成效  | 達成情形        |
|----------------------------|--|---|-------------|
| 推出因應氣候變遷或疫病流行之產品，致力守護民眾健康。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>提升民眾對臺鹽產品與特定成分功效之科普知識。</li> <li>幫助消費者從內到外提升自身免疫力，致力防範疫病流行及守護全民健康。</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>公司藉由觀光工廠每年參觀人數眾多的優勢，安排導覽解說「碘鹽」、「氟碘鹽」及「減鈉鹽」等產品的科普知識，2021 年共接待 22 團，共計 1,023 人。</li> <li>創立「台鹽社區關懷行動車」，透過社區講座及其他活動，推廣功能性鹽品之科普知識及其他優質產品的介紹，形塑社區守護者之形象。後因疫情影響改由在「鹽品生活家粉絲團」線上推廣相關資訊。</li> <li>與國教署及高醫大合作舉辦學童口腔保健計劃，本公司贊助「健康氟碘鹽」之北中南國小校園口腔保健講座，宣導氟鹽護齒的好處！</li> <li>105-109 學年度參加研習的種籽教師近 2000 人，並在逾 10 個縣市舉辦 117 場次口腔保健講座，逾 6000 名學生家長參加，受惠學生逾萬名。</li> </ul> | ○<br>○<br>○ |
| 持續關懷社會弱勢族群                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>提供產品捐助物資平台，增加物資受贈對象，擴大社會回饋之公益參與。</li> <li>設立臺鹽員工自發性公益組織，招集志工成員，鼓勵員工加入志工行列。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>公司持續贊助社福團體及學校醫療社團，因受疫情影響許多活動停辦下，2021 年仍有 11 件捐贈案件且新聞露出 147 則，達拋磚引玉的效果。</li> <li>本公司「臺鹽公司公益志工服務隊」2021 年處於試辦期，該組織將透過社會參與方式(例如：環保志工、慈善活動、關懷慰問老人兒少、節慶送暖、偏鄉及弱勢團體關懷、捐血或募集捐贈物資..等)，落實企業志工及敦親睦鄰的目標，預計 2022 年將結合活動擴大辦理。</li> <li>落實志工計畫，並擬結合公司員工自主成立之「慈愛社」或市府、民間辦理之相關慈善活動等，積極安排參與活動，擴大大公司社會回饋公益參與，以實際行動成就善的循環。</li> </ul>                                       | ○<br>○      |

★超過目標；○達成目標；X 未達成

## 3. 環境永續小組

|        | 2021 年目標   | 2021 年執行成效  | 達成情形 |
|--------|--|---|------|
| 使用潔淨能源 | <ul style="list-style-type: none"> <li>汽電共生廠汰換更新工程持續進。</li> <li>綠電設置。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>汽電共生廠汰換更新工程，工程進度 91.48%。</li> <li>保健廠建置屋頂行太陽能 (99kW)。</li> </ul> | ○    |

## 3. 環境永續小組

|          |   |   |                  |
|----------|---|---|------------------|
| 進行節能減碳措施 | <ul style="list-style-type: none"> <li>使用高效率馬達。</li> <li>提升冰水主機效能。</li> <li>減少柴油使用。</li> <li>產品包裝減量。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>通霄廠廠區、生技保健廠與生技妝品廠照明燈管逐年汰換為 LED 燈管。</li> <li>通霄廠行政大樓水冷式中央空調改為獨立式變頻空調。</li> <li>鹼性水 420ml 空瓶減重測試持續進行中，進度 75%。</li> <li>生技保健廠物流出貨目前使用回收箱比例由 8% 提升到 10.5%。</li> <li>生技保健廠 2021 年 3 項新產品減少瓶器重量、減少使用氣泡袋與彩盒。</li> </ul> | ○<br>○<br>★<br>○ |
| 廠區環境綠化   | <ul style="list-style-type: none"> <li>持續進行七股鹽場區植栽綠化豐富景點，2021 預計栽種福木 200 棵，欖李 100 棵。</li> </ul>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>完成栽種欖李 493 棵，花旗木 397 棵，福木 200 棵，瓊涯海棠 110 棵，木麻黃 100 棵，杉欖李 100 棵等植物。</li> </ul>  | ★                |

★超過目標；○達成目標；X 未達成

## 4. 員工照護小組

|               | 2021 年目標   | 2021 年執行成效  | 達成情形 |
|---------------|--|---|------|
| 提高同仁福利與推動康樂活動 | <ul style="list-style-type: none"> <li>提升員工各項福利並鼓勵員工參與各種動靜態的活動。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>福利                             <ul style="list-style-type: none"> <li>生日禮金由 1,500 元提高至 1,800 元。</li> <li>退休人員慰問金 5,000 元 / 人。</li> <li>生育補助金 3,000 元。</li> <li>支薪疫苗接種假 2 天 / 劑，共計 4 天。</li> <li>支薪產檢假增加至 7 天。</li> </ul> </li> <li>康樂活動                             <ul style="list-style-type: none"> <li>舉辦戶外活動(如健走、旅遊)：計 9 場次，計 359 人參加。</li> <li>舉辦攝影活動，共計有 43 件作品參加。</li> </ul> </li> </ul> | ★    |
| 提升員工生活保障      | <ul style="list-style-type: none"> <li>加強團保保險。</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>針對意外傷害保險、傷害醫療險做加強，2021 年度共計 64 件理賠案。</li> <li>傷害醫療住院日額由 1,000 元提高至 1,300 元，提高同仁生活保障。</li> </ul>  | ○    |

#### 4. 員工照護小組

|                        |   |  |   |
|------------------------|---|--|---|
| <p>強化溝通平台</p>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>除現有例行性會議，並訂有申訴檢舉要點外增加與員工互動管道。</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>針對新進人員辦理新進人員座談會、新進人員訪談。</li> <li>設立董事長信箱，讓同仁踴躍表達心聲及提出興革建議。</li> <li>設置輪調平台，提供同仁另一個表達遷調意願之平台。</li> <li>利用 Google 問卷表單針對內部辦理活動或問卷調查，以利作為表達意見之平台。</li> </ul> | ○ |
| <p>提升員工健康意識與辦理相關活動</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>辦理重要疾病之宣導，包含防範與因應辦法。</li> <li>辦理篩檢與疫苗接種。</li> <li>提供醫護人員臨場服務。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>辦理 6 場健康講座，共計 361 人參加。</li> <li>辦理流感疫苗接種、B、C 肝篩檢。</li> <li>醫師臨場服務計 14 場次、32 小時；護理師臨場服務計 172 場次、352 小時。其他相關計畫諮詢，共計 138 人參加。</li> </ul>                     | ○ |

★超過目標；○達成目標；X 未達成

#### 1.1.4 功能性委員會

臺鹽另涵蓋其他功能性委員會，包含審計委員會、薪資報酬委員會、產品品質安全委員會、職業安全衛生委員會，以及福利委員會，針對賦予的責任進行規劃與管理，同時確保公司營運穩定性與員工照護福利等議題。

#### 臺鹽各項功能性委員會

| 審計委員會   | 薪資報酬委員會  | 產品品質安全委員會   | 職業安全衛生委員會                                       | 福利委員會  |
|---|--|---|---|--|
| <p>成立於2019年6月，由三位獨立董事組成，協助董事會監督公司在遵循相關法令之有效執行，並依相關法令規定忠實行使職權。</p> | <p>成立於2011年，設有3名委員，訂定並定期檢討高階公司治理人員績效與薪資報酬。</p> | <p>成立於2014年，整合研發、生產製造、法務及行銷等相關單位，以審議、執行及監督產品品質安全有關業務。</p> | <p>成立於2009年，定期召開職業安全衛生委員會，審議、協調及建議安全衛生相關事項。</p> | <p>成立於1956年，辦理臺灣、所屬總公司、各工廠及儲運所職工福利事項，並依職工福利金條例規定提撥福利金。</p> |

## 1.2 經營方針

### 1.2.1 沿革歷史

臺鹽公司起始於 1952 年 3 月成立之「臺灣製鹽總廠」，隨時空背景演進，於 1995 年 7 月正式改制為股份有限公司，並於 2003 年民營化。臺鹽從早期背負全國民生用鹽之責，更持續確保人人均可負擔得起的價格，至今以海洋科學及生物科技為重心，發展包裝飲用水、保健食品、美容保養品、清潔用品等多元產品，以及設立觀光園區留存臺鹽傳統製鹽知識、文化發展傳承與綠能發展。

為拉近消費者的距離，主要營運據點為臺灣，除保健廠、妝品廠、通霄廠等生產單位，並分別於七股鹽場、通霄廠成立鹽山遊憩園區及觀光園區，提供民眾感性休閒與知性教育之場所。設有「台塩生技」全台連鎖實體門市與「台塩線上購」網路銷售平台，同步跨足 MOMO 購物網、ETMall 東森購物，整合實體門市和電商提供消費者更直接、便利與貼心服務。

臺鹽成立以來陪伴台灣經濟各階段的發展，始終以「人」為初衷，無論是鹽水、生技產品、綠能產業到汽電能源轉型，都把消費者的「健康、美麗、幸福」列為優先。未來臺鹽將秉持敦厚、誠信、踏實的信念，要在動盪的時代創造安心、穩健、創新的核心價值，與世代民眾一起成長茁壯，開創永續幸福的百年企業！

#### 臺鹽基本資料

|                   |                         |   |
|-------------------|-------------------------|---|
| 公司名稱              | 臺鹽實業股份有限公司              |  |
| 成立日期              | 1952 年 3 月 <sup>註</sup> |   |
| 總部位置              | 臺南市南區健康路一段 297 號        |   |
| 資本額               | 20 億元                   |   |
| 產業別               | 食品業                     |   |
| 員工人數              | 492                     |   |
| 2021 年營業收入 ( 仟元 ) | 4,095,651 仟元            |   |

註：原成立之公司名稱為臺灣製鹽總廠，並於 1995 年 7 月正式改名為臺鹽實業股份有限公司。  
( 統計截至 2021 年 12 月 31 日止 )

#### 臺鹽企業版圖



臺鹽歷年里程碑



臺鹽公司沿革發展

<https://www.tybio.com.tw/taiyen/tw/about/history>

品牌核心



臺鹽品牌故事

<https://www.tybio.com.tw/taiyen/tw/about/about>

品牌與經營

品牌故事

臺鹽，傳承台灣人民對土地的認同與情感，陪伴我們永續立足於四面環海的福爾摩沙。我們保留海鹽的本質，以單純卻豐富的營養成分，與島嶼上的每個人一同成長，也串起了好幾代人共有的回憶。

從傳統海鹽起家，歷經超過 70 多年的淬煉，我們堅持純淨，追求進步，發掘海鹽更多的可能性，並善用海洋生技研發優勢，開發各種優質產品，期待為民眾打造更美好的生活。我們持續創新，豐富消費者生活，與您一起邁向健康的新生活。

臺鹽品牌核心

價值主張

全人健康新主義  
From Salt to wellness

顧客關係

24 小時安心生活夥伴  
365 天共創利益價值

品牌定位

國家級品牌  
守護國人健康

品牌表現

專業信賴  
屢獲歐美日韓國內外獎項

品牌核心

引領海洋生物科技  
從塩之初到新健康

品牌個性

純淨天然  
活力自信

品牌願景

以純淨的海洋能量  
激發無限健康活力

品牌文化

循環經濟  
永續經營

品牌優勢

垂直整合關鍵技術  
自主開發獨家原料  
國際 TAF 認證實驗室

1.2.2 營運績效與主要產品

經營績效

面對食安日趨嚴格的種種限制，以及進口鹽品開放後的競爭提升，臺鹽持續鞏固鹽水市場領導地位。我們秉持創新求進的精神不斷優化產品，兼顧產品品質及遵守食安法規多重考量，多元發展功能鹽品、包裝飲用水以及其他健康生技類產品關注國人健康，佈局生技趨勢產品，積極拓展多元通路，並推動品牌國際化加速開拓海外市場。臺鹽滿足消費者追求健康、美麗的需求，更以最嚴謹、前瞻的專業，提升民眾的生活品質與品味，朝向「全人健康新主義」之價值主張邁進。即便面對嚴峻的市場機制並遇到疫情狀況，臺鹽依舊維持每股盈餘以及稅後純益穩定上升，顯見金字招牌備受市場肯定。

| 經營績效                     |                           |
|--------------------------|---------------------------|
| 每股盈餘<br><b>1.97</b><br>元 | 稅後純益<br><b>4.12</b><br>億元 |

經營績效表

單位：仟元

| 項目            | 2017 年    | 2018 年    | 2019 年    | 2020 年    | 2021 年    |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 營業收入          | 2,757,075 | 3,001,462 | 2,906,615 | 3,130,347 | 4,095,651 |
| 營業毛利          | 1,138,857 | 1,201,073 | 1,210,316 | 1,307,592 | 1,373,236 |
| 營業損益          | 418,088   | 418,502   | 419,758   | 463,321   | 529,177   |
| 稅前淨利 (淨損)     | 426,478   | 531,590   | 428,547   | 464,039   | 509,918   |
| 純益            | 353,694   | 452,741   | 345,503   | 374,589   | 412,162   |
| 次年度發放給投資人現金股利 | 298,000   | 360,000   | 300,000   | 270,000   | 300,000   |

臺鹽重視稅務治理，相信依法納稅有助於促進經濟成長及區域均衡發展，因此致力遵循稅法規定，計算正確之稅賦並於法定期限內完成稅務申報及納稅，以善盡企業社會責任。

稅務表現

|          | 2020    | 2021     | 平均數        |
|----------|---------|----------|------------|
| 稅前淨利     | 464,039 | 509,918  | 486,978.5  |
| 所得稅費用    | 當期所得稅   | 122,301  | 105,906.5  |
|          | 遞延所得稅   | (24,545) | (12,303.5) |
| 有效稅率 (%) | 19.28%  | 19.17%   | 19.23%     |
| 支付所得稅    | 84,312  | 89,138   | 86,725     |

## 產品類別

臺鹽由鹽產品出發，致力海洋科學研究，並跨足生技事業，目前主要產品包括五大類：鹽產品系列、包裝飲用水系列、保健食品系列、美容保養品系列，以及清潔用品系列。且鹽產品系列與包裝飲用水系列為主要收入來源，2021 年約佔 57% 總營收。



臺鹽商品專區

<https://www.tybio.com.tw/taiyen/tw/product>



## 臺灣鹽品領導品牌

鹽產品為臺鹽之本業，也是主要營收來源，臺鹽所生產的鹽在臺灣市占率達 8 成，占 2021 年總營收的 34%，具品牌高知名度及領導地位。臺鹽獨家引進先進的「離子交換膜電透析」製程，從純淨海水採取到成品自動化操作，秉持高標準的品質與衛生安全，結合品牌創新設計的概念，與政府和專家學者攜手合作，參考國際趨勢開發高鉀低鈉減鈉鹽、加碘加氟等一系列專業鹽品，為消費者提供有益高血壓、心血管健康的飲食保健，也為台灣學童提供牙齒保養，同時保障民眾有充足的碘攝取量，維護國人高品質的生活與健康。



## 產品介紹

註：需限制鉀攝取的特定族群應謹慎使用



**含碘海鹽** 加碘  
利用海水做為原料所製的鹽。添加海水濃縮礦物質液，增加微量元素含量，提升料理之美味口感。



**減鈉含碘鹽** 加碘  
降低約 50% 鈉之攝取量，以鉀取代部份鈉，鉀鈉更平衡。



**美味含碘鹽** 加碘  
降低約 30% 鈉之攝取量，以鉀取代部份鈉，鉀鈉更平衡。



**無碘鹽**  
本產品未加碘，適合需求無碘或低碘飲食者選用，鈣、鎂添加可增加礦物質攝取，同時提升料理口感。



**氟碘鹽** 加碘  
添加氟，在牙齒表面形成保護，幫助牙齒健康。健康氟碘鹽可補充食物中攝取不足之氟量。

## 進口海鹽

臺鹽長期致力於提供國人各式健康美味鹽品，以符合不同族群需求，持續參酌健康飲食發展趨勢，提供國人更多樣化選擇。除了 Made in Taiwan 的海鹽外，臺鹽跨足進口鹽品，發揮鹽的核心專業，經過多重嚴格檢驗及產品溯源管理，精選喜馬拉雅山原始天然礦區，以 100% 純手工採收的喜馬拉雅山原始天然礦區的「喜馬拉雅手採玫瑰鹽」以及聯合國認定的西班牙生態保護區濕地所產的「地中海生態海鹽」，富含多種礦物元素，讓料理美味再升級。2021 年更新推出含多種礦物元素及微量元素、口感獨特有層次、料理美味回甘的「地中海頂級薄片鹽」，詳細內容見 1.2.3 研發創新章節。



喜馬拉雅手採玫瑰鹽



地中海生態海鹽

## 活力海洋 包裝飲用水

臺鹽有兩大包裝飲用水系列產品：「台鹽海洋鹼性離子水」與「台鹽小分子海洋活水」。觀察市場趨勢，安全、健康、透明的產品理念依舊為大眾購買的主要依據，顯示食安概念已普遍為國民主要關注的議題，針對「塑膠微粒」的風險，臺鹽在物料採購階段便要求廠商進行檢測，降低汙染瓶裝水的風險維護國人健康。

「台鹽海洋鹼性離子水」為台灣機能水類市佔率第一，歷年榮獲各大獎項的認證，如 SNQ 國家品質標章、讀者文摘信譽品牌白金獎、Yahoo 奇摩健康品牌風雲賞首獎、金炬獎年度十大績優商品、廣州國際品水大賽金獎、Monde Selection 國際品質評鑑獎，以及比利時國際風味暨品質評鑑所 ITQI 等大獎。2021 年「台鹽海洋鹼性離子水」榮獲 Monde Selection 國際品質評鑑金獎，並勇奪「早安健康 x Yahoo 奇摩 2021 健康品牌風雲賞」飲品類包裝水首獎。

## 臺鹽包裝飲用水特色

### 台鹽小分子海洋活水

取自海洋，經高溫蒸發、經 5 道過濾，嚴格除雜質、除菌處理，所精製而成優質的包裝飲用水，分子團小促進代謝，pH 在 6.5 左右，是國人安全熱水的最佳首選。



### 台鹽海洋鹼性離子水

採用海洋生成水添加電解質後加以電解，取鹼性水再加以除菌充填包裝，分子團比海洋生成水更小，而且含有微量之礦物質（鈣、鎂、鉀、鈉），pH 則在 8.0-9.0，是維持酸鹼平衡的健康好水

### 亮麗自信 美容保養品

臺鹽與美國 BioCore 公司技術合作，引進醫療級膠原蛋白產製技術，為國內第一座取得 GMP 認證之膠原蛋白生醫材料製造廠，生產醫療用膠原蛋白創傷覆蓋材料，臺鹽更以這項專業的醫療級膠原蛋白技術及研製製造能力，發展出綠迷雅膠原蛋白美容保養系列等優質產品，同時也是國人自創化妝保養品品牌成功的典範。面對國人生活型態的改變，為貼近消費者美容保養品需求與市場概況，未來臺鹽針對美容保養品專利配方開發及功效持續深耕，以滿足消費者所面臨的困擾及需求。2021 年「綠迷雅瑰瑛采美白乳液榮獲」榮獲 Monde Selection 銀獎。



### 健康元氣 保健食品

以提升消費者健康、安心、安全的產品為品牌核心理念，開發對應理念的保健產品，透過「行動保健」、「亮麗保健」、「三高保健」、「機能保健」、「體態管理」五大核心，促進消費者健康優質生活，並持續研究開發第二型膠原蛋白、葡萄糖胺、納豆素、藤黃果等關鍵原料，升級產品並增加產品多樣性。



### 產品介紹



臺鹽以二型膠原蛋白為臺鹽核心製程，除了為國內第一家膠原蛋白 GMP 廠，更是唯一投入自製二型膠原及關節預防保健的領先企業。

### 潔淨自然 清潔用品

臺鹽發展全方位產品系列，運用鹽的專業及核心膠原蛋白、海洋微量元素、海藻精華、專利草本等原料，發展出品鹽洗沐、植萃健髮、超效牙膏、黃金香氛皂等系列清潔保養品，榮獲台灣精品獎、Monde Selection 國際品質評鑑大賞等殊榮，贏得消費者信賴。為迎向天然、環保與地球共好之全球化趨勢，整合目標消費者族群需求及市場趨勢，臺鹽完成環保概念產品，持續永續理念。

|  |  |
|--|--|
|  | <h4>絲易康系列</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 關鍵成分「3 大國際健髮專利」</li> <li>● 60 植萃草本全方位養髮</li> <li>● 草本精華不含藥，安心健髮</li> <li>● 養髮液榮獲 2020 Monde Selection 金獎</li> </ul>    |
|  | <h4>蓓舒美洗沐系列</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 海洋生技獨特配方 (天然海鹽專利製程)</li> <li>● 歐盟認證有機海藻成分添加</li> <li>● 無添加防腐劑、SLS、色素、矽靈</li> <li>● 專利證書發明第 1310690 號</li> </ul>      |
|  | <h4>牙膏產品系列</h4> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 70 年製鹽技術和海洋生技研發專業、精製獨特海洋晶鹽配方，發展鹹淨牙膏系列，提升清潔、保健口腔功效。</li> <li>● 傳承古籍典藏名方，運用多種漢方草本精華，開發護牙齦牙膏系列，護齦顧齒兼具，提升口腔健康。</li> </ul> |

### 1.2.3 研發創新



臺鹽歷年累積鹽品製造實力與海洋生技競爭力，提供鹽品及調味品、包裝飲用水、美容保養品、清潔用品、保健食品等項目予消費者，2021 年度臺鹽持續對於多項產品、元素、技術進行研發創新，除投入研發費用、參與國內外研討會，與專業學術機構共同交流合作之外，同時邀請專家學者前來臺鹽講習授課，要以最好的技術，製造最好品質的產品來服務消費者。臺鹽在生產設備及專業技術能力的強化上均不遺餘力地投資與發展，歷年來獲得國內外無數獎項與肯定，並在新技術的創新和開發上取得多項專利，持續為國民的健康，追求更好的產品與服務。2021 年研發費用為新台幣 57,597 千元，佔全公司營收 1.41%，未來也將持續投入各領域的研發創新。

#### 產品創新、精益求精

我們永遠將消費者視為第一順位，以食品安全為優先考量，提供自然、健康、安全理念，堅持將最優質的產品給消費者，為大眾嚴格把關。近年來臺鹽發展成績卓越，各式產品與原料積極創新研發。除鹽品本業外，臺鹽在保健產品、美容保養品、清潔品、包裝飲用水皆持續發展與創新，以符合市場需求之產品，不論研發、調製、充填到包裝都嚴格控管製作過程的每一步驟，亦針對現有產品不斷更新與優化。

#### 臺鹽研發投資計畫

| 開發計畫                 | 規劃再投入經費 (仟元) | 影響研發成功關鍵                           |
|----------------------|--------------|------------------------------------|
| 美妝品開發暨產品安全性與功效性評估    | 3,015        | 配方之安全性及功效性符合預期標準以及新產品掌握市場動向與滿足通路需求 |
| 趨勢性劑型平台技術建構與新素材開發驗證  | 4,555        | 注重創新性、功效提升率並符合成本的管理與消費者需求的掌握       |
| 鹽品、保健食品、健康食品開發及功效性研究 | 3,520        | 符合飲食文化趨勢及製程及成本掌控度                  |

#### 臺鹽研發費用統計表

| 年度                | 2019      | 2020      | 2021      |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| 公司研發費用 (仟元)       | 68,618    | 73,984    | 57,597    |
| 公司營收 (仟元)         | 2,906,615 | 3,130,347 | 4,095,651 |
| 公司研發費用 / 公司營收 (%) | 2.36%     | 2.36%     | 1.41%     |

#### 產品研發及技術改良成果

臺鹽時時刻刻傾聽消費者的需求，產品開發與升級靈感來自於銷售端及消費者需求的回饋，我們積極參與研討會，透過了解市場趨勢的變化，如：趨勢遍話焦點、流行性與新穎需求等自主提案，與外部單位積極合作，依產品形式透過風味品評、質感評估、員工體感試用或是委託學術單位試驗等方式來佐證產品訴求，來達成新產品的推動。2021 年度產品開發與產品升級彙總如下：

|           |  |
|-----------|--|
| 美容保養及清潔產品 | 綠迷雅「金彈潤系列」等 4 項新產品開發上市。  |
|           | 「MÉDECURA 醫美系列」「24K 金箔花秘修護霜」等 2 項新產品開發上市。  |
|           | 「Taiyen Beauty 玫瑰活齡永生霜」新品上市。   |
| 清潔產品      | 絲易康植萃健髮洗髮精「柔順輕盈」、「控油抗屑」、「蓬鬆豐盈」3 款產品優化升級。   |
|           | 「台鹽生技海洋環保潔膚洗手露」新產品開發上市。  |
| 保健食品      | 「黑魔法植萃還原洗髮精」新產品開發上市。   |
|           | 完成保健 3 寶禮盒 (十益菌 + B 群 + 維他命 C)、「好基力強健優蛋白」、「UP 機能吸凍」、「激崩 S 膠囊」、「PB3X 益生菌」及「UHD 金盞花葉黃素膠囊」等新產品開發上市。 |
| 鹽品        | 自製二型膠原蛋白強化配方完成關節保健功效的前期研究。   |
|           | 「地中海頂級薄片鹽」及「鮮選我頂級黑豆鹽麵厚醬油」新產品開發上市。  |

|   |                                |   |
|---|--------------------------------|---|
|    | <p>綠迷雅<br/>金彈潤系列</p>           | <p>以頂級配方「膠原胜肽 3.0 (Kallo Tai III)」及高濃度「黃金胜肽精華」結合「黃金微粒導航科技」，舒緩外在環境壓力，喚醒肌膚循環力。「膠原胜肽 3.0 (Kallo Tai III)」可清除自由基，活化粒線體，促進 ATP 合成，提供細胞源源不絕的修護能量；另採用「黃金胜肽精華」具有重建防禦作用，藉由促進細胞外間質內的膠原蛋白再生和活化真皮層，重建第一型 &amp; 第三型的膠原蛋白再生，強化肌膚結構。</p> |
|    | <p>台塩生技<br/>海洋環保禦膚<br/>洗手露</p> | <p>以符合環保標章執行，瓶裝 - 採用 100% 再生回收塑料，降低對環境汙染。添加海洋微量元素，鹽滷取至台灣海峽純淨海域多元礦物，賦予微量元素溫和潔淨不傷手。繖花醇防疫抗菌，有效潔淨去除髒汙。減少包裝，降低汙染，最小浪費，符合綠色環保，永續經營。</p>   |
|    | <p>好基力<br/>強健優蛋白</p>           | <p>產品以國立大學增強肌力實驗為基礎配方，延伸熟齡族肌少症預防概念，透過優質植物蛋白與雙胜肽等保健素材，以沖泡粉罐方式取代牛奶或豆漿等，提供更好的蛋白攝取比例，有助肌肉生長、幫助骨骼正常發育，行動力更加分。有助肌肉生長、幫助骨骼正常發育，行動力更加分。</p>   |
|  | <p>激崩 S 膠囊</p>                 | <p>產品採用 2020 年葛花與生薑降體脂功效試驗與試用良好成果，提供解決國人愛好甜食所產生的肥胖問題之方案，產品於 2021 年推出獲取銷售好評。</p>   |
|  | <p>PB3X<br/>益生菌</p>            | <p>產品採用多元益生菌、長駐養菌素及乳酸益菌肽保健概念，倡導先打擊壞菌，補充好菌達到體內環保效果。</p>  |
|  | <p>UHD 金盞花<br/>葉黃素膠囊</p>       | <p>採用 10:2 游離葉黃素玉米黃素搭配專利咖啡鮮果薑黃、超級蝦紅素及維生素 A、E，有助抗氧化作用及維持在暗處的視覺，針對 3C 族及銀髮族視野保健提供完整方案，超高畫質清晰世界。</p>   |
|  | <p>鹽新品</p>                     | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 頂級地中海薄片鹽：嚴選「西班牙地中海生態保護區」頂級日曬工藝鹽之花，獨特鑽石片狀，口感清爽薄脆。</li> <li>2. 鮮選我頂級黑豆鹽麴厚醬油：臺鹽自製發酵鹽麴結合丸莊百年黑豆純釀醬油，創新濃厚醬油口感，榮獲台灣食品科技學會創新食品褒獎 - 創新製程類佳作。</li> </ol>                                  |

### 自製二型膠原蛋白複方產品

配合健康食品關節保健功能首度發布之新法規草案，預先完成自製二型膠原蛋白複方產品動物試驗評估，證實未來可應用於關節保健功能。

### 研發亮點 - 製程內資源循環

|   |                               |   |
|---|-------------------------------|---|
|  | <p>台塩<br/>膠原本草固根<br/>護理牙膏</p> | <p>從魚鱗中取得膠原蛋白與天然鈣磷化合物 ( 羥基磷灰石, Hydroxyapatite )，為國際間少有之天然來源羥基磷灰石。魚鱗膠原蛋白用於製造多種保養品，HAP 經國內知名學術單位驗證其具有促進牙齒珐瑯質再礦化功效，將此天然來源成份用於製造台塩膠原本草固根護理牙膏。</p> |
|---|-------------------------------|---|

### 專利申請

#### 2021 申請中專利

1. 「高純度未變性膠原蛋白及其製造方法」取得日本發明專利，中國、泰國發明專利申請中。
2. 「促進毛髮黑色素合成之組成物及其製造方法」、「淡斑次微米蝦紅素之包覆結構」、「魚鱗製備的氫氧基磷灰石及其製備方法與用途」等 3 項中華民國發明專利申請中。

2021 年持續維護之臺灣專利 ( 包含當年新取得 ) 為 26 件，國外專利為 12 件。

### 1.3 策略發展規劃

#### 1.3.1 近年重大投資

通霄廠汽電共生系統是臺鹽公司以特有電透析製程生產精鹽及包裝水之重要設備，若汽電共生設備發生故障無法供應全廠電力及蒸汽使用，致使鹽品及包裝水無法順利生產，將影響本公司營收高達 43%，並造成國內食用鹽短缺之虞。汽電共生廠專案為汰換老舊生產設備及提高生產效能，臺鹽投入工程設備總金額 6.25 億，推動汽電共生新建工程期自 2019 年 10 月至 2022 年下半年完工，以期滿足製程需求並響應政府使用潔淨能源政策。

此外，臺鹽順應全球趨勢深耕綠色、健康產業，自 2009 年起早已率先響應綠能政策，將自有土地活化，陸續在七股鹽山、台南總公司和嘉義縣布袋鎮妝品廠架設大面積太陽能板，創造可觀的乾淨能源，除持續深耕「循環經濟」外，臺鹽更於 2017 年轉投資綠能子公司持續與太陽光電廠合作推行「漁電共生」，以循序漸進的短、中、長期營運模式，從初期的扮演統籌規劃之角色朝向案場整合及維運，希冀落實企業社會責任並逐步經營綠能產業，專注於場域開發及規劃設計。

臺鹽綠能致力於專注推廣漁電共生計畫，秉持環境友善原則，協助中央部會、各地方政府與國內外投資商共同推動綠色能源。本公司推動國內第一場地面型漁電共生案動工，案場位於嘉義義竹，面積規模 60 公頃，創能 43MW，年發電量將達 5400 萬度。設置的綠能設施能在夏天發揮遮蔽效果，降低水溫及減少水分蒸發，冬天可以搭建防風棚，避免寒害損失；臺鹽綠能亦整建埕堤及農路，改善養殖場域及促進漁業升級加值效益。未來將持續推動漁電共生，秉持農漁為本、綠能加值之原則，協助能源及漁業轉型。

外交部於 2021 年 12 月 13 日參觀臺鹽綠能「智慧漁電共生溫室大棚」，由臺鹽綠能董事長吳容輝親自接待田政務次長夫婦及捷克經濟文化辦事處處長 Patrick Rumlar 等 27 個國家駐台使節及代表。田政務次長鼓勵各國駐台使節藉此行見聞，協助居間媒合台灣優質製造及服務業的國際合作，加速台灣企業與亞太區域及全球的連結。相信台灣企業在「六大核心戰略產業」的推動下，整合綠電及智慧農業、航空產業的多元一站式服務，可及時為全球疫後經濟復甦注入動能，並發展成為未來國際產業合作的趨勢。多位各國駐台使節也表示，本次參訪收穫良多，也切合雙邊合作的需要，希望外交部未來多多辦理類似活動，瞭解台灣產業的能量。

臺鹽轉投資事業與關係企業資訊 - 各關係企業基本資料

| 企業名稱          | 設立日期      | 地址  | 實收資本額       | 主要營業或生產項目      | 持有者        | 持有股份   |
|---------------|-----------|---|-------------|----------------|------------|--------|
| 臺鹽生技薩摩亞有限公司   | 98年7月28日  | Novasage Chambers, PO Box 3018, Level 2CCCS Building, Beach Road, Apia, Samoa | 美金 160萬元    | 轉投資業務          | 臺鹽實業股份有限公司 | 100%   |
| 臺鹽生技香港有限公司    | 98年9月24日  | Room 2701, 27/F, Tesbury Centre, 28 Queen's Road East, Wanchai, Hong Kong     | 美金 160萬元    | 轉投資業務          | 臺鹽實業股份有限公司 | 100%   |
| 臺鹽(廈門)進出口有限公司 | 99年3月9日   | 廈門市湖里區仙岳路860號台商會館大樓五層 A03 單元  | 美金 160萬元    | 經營各項商品買賣與進出口業務 | 臺鹽實業股份有限公司 | 100%   |
| 臺鹽綠能股份有限公司    | 106年3月13日 | 台南市歸仁區中正南路二段 48 號   | 新台幣 3.71 億元 | 綠能相關業務         | 臺鹽實業股份有限公司 | 66.75% |

註：臺鹽整體關係企業經營業務所涵蓋之行業，主要以銷售本公司產品為主

臺鹽聚焦於營運創新，不論是產品多角化的轉型，或是對綠能產業的投入，我們持續思考技術與製程革新的可能性，利用科技優化及提升生產力。2021 年增設設備及改良製程如下表：

|       |   |   |
|-------|---|---|
| 生技妝品廠 | <ul style="list-style-type: none"> <li>牙膏自動裝盒設備更新，搭配新充填機組，一年可生產 200 萬支。</li> <li>洗劑全自動充填封尾機設備更新，搭配新充填機組，一年約可生產 108 萬支。</li> </ul>                   |  |
| 生技保健廠 | <ul style="list-style-type: none"> <li>自動鎖蓋系統於 2020 年 5 月正式量產，依 2021 年產製保健食品約 44 萬瓶估算，每萬瓶減少 3 人天計算，共減少約 132 人天之人力。2021 年約節省人力成本約 726 仟元。</li> </ul> |   |
| 通霄精鹽廠 | <ul style="list-style-type: none"> <li>汽電共生設備採用日本的透平機與發電機，而鍋爐則為國內鍋爐大廠，使氮氧化物排放濃度降低至 30ppm 以下，並建立蔽屋以降低對機器設備的損害與腐蝕。</li> </ul>                         |   |

臺鹽 GMP 牙膏工廠規劃

隨著人們年齡增長，牙齦逐漸萎縮，而罹患牙周病與長期忽略口腔保健或潔牙方式不當息息相關，根據衛福部國健署調查，台灣 18 歲以上的成人 99.2% 患有牙周問題，高居亞洲第一。牙齒保健直接影響生活品質與全人身心發展，該如何做好基礎清潔及挑選有口碑的潔牙好物，更是預防保健的不二法門。

為因應訂單增加，臺鹽於 2020 年開始規劃 GMP 牙膏工廠的設置，已於 2022 年 6 月動工，並計畫於 2024 年 12 月完成擴建與通過衛生福利部 GMP 認證之任務細項順延。臺鹽秉持著在地化精神，從研發到製造，全程在地生產，並在廠區規劃時充分將環境衝擊評估結果納入考量，期許陪伴臺灣成長。



1.3.2 OEM/ODM 代工服務

因應消費市場通路多元化，臺鹽旗下生技廠發展多元業務線，以品牌及產品線為區隔，拓展新通路市場，並運用堅實研發能量與產製經驗提供代工服務。

臺鹽的代工服務項

| 生技保健一廠   | 生技保健二廠   |
|--|--|
| 國內第一座以膠原蛋白為主要原料並通過醫療器材 GMP 認證之生醫材料製造廠，另有化妝保養品及相關原料生產線。             | 為高科技微生物發酵廠外，另也是專業的食品生產工廠。  |
| <p>(1) 醫療器材代工產品類別</p> <p>J.5090(親水性創傷覆蓋材)及 I.4018(液體性繃帶)類醫療器材。</p> | <p>(1) 發酵量產代工</p> <p>發酵生產相關食品原料，可提供原料、半成品至成品設計包裝之服務。</p>           |
| <p>(2) 醫療器材之代工業務</p>   | <p>(2) 保健食品代工</p> <p>擁有硬膠囊、錠劑、造粒、粉劑等之生產線，可提供配方開發、生產至成品包裝等代工服務。</p> |
| <p>(3) 醫材產品查驗登記接託申請</p>  |  |

### 臺鹽的代工服務項

#### 生技妝品廠

為國內專業化妝保養（化妝品 GMP 工廠）、清潔品生產工廠，擁有各類劑型生產線，可提供配方開發、生產製程包裝等代工服務。

##### (1) 保養品代工

類劑型保養產品代工  
面膜、鋁箔試用包產品

##### (2) 清潔用品代工

洗髮、洗面及沐浴乳產品  
各類牙膏產品  
鹽皂、藻皂、黃金皂及香氛皂產品  
SPA 沐浴鹽產品

#### 通霄精鹽廠

為國內專業全自動鹽品製造工廠，取得 ISO 9001 品質管理系統及 ISO 22000 食品安全管理系統驗證合格。品質符合國家標準 CNS4056 及 WHO 食用鹽標準，製程先進且安全衛生。

##### (1) 各式機能性鹽品系列代工

##### (2) 調味品代工

##### (3) 包裝水量產代工

### 1.3.3 異業合作

臺鹽公司在產品技術研發上也與眾多不同單位進行異業合作，藉由資源合作的方式驗證產品功效，更切磋商交流創新技術

|               |  |
|---------------|--|
| 財團法人成大研究發展基金會 | <b>化妝品安全性評估</b><br>保養品通過皮膚刺激、敏感性測試。  |
| 台南護理專科學校      | <b>清潔品之人體功效試驗</b><br>驗證清潔品宣稱之保濕 / 抗痘等功效。   |
| 振翔生技公司及國立體育大學 | <b>關鍵錠系列產品對於關節保健功效評估之先導試驗</b><br>自製非變性二型膠原蛋白複方產品功效評估，證實可符合關節保健健康食品草案的正向保健效果。       |
| 靜宜大學          | <b>膠原包覆蝦紅素精華乳之肌膚有效性試驗</b><br>經人體試驗證實膠原包覆蝦紅素精華乳抗老、淡斑、抑敏功效顯著，遠優於市售著名競品。              |
| 國立中興大學        | <b>促進毛髮生長之活性篩選</b><br>以小鼠毛髮增生模式驗證天然生髮、烏髮功效成分之生髮功效。                                 |
| 工研院材化所        | <b>電透析排水以薄膜蒸餾技術脫鹽評估</b><br>以電透析排水淡水進行薄膜蒸餾脫鹽試驗，證實蒸餾水具包裝水水源之潛力，濃縮鹵水具提取高價半導體材料中礦物之潛力。 |

### 1.3.4 未來發展策略與年度計劃

臺鹽持續著力於海洋科學及生物科技為經營策略主軸，研究發展相關投入均以「確保產品安全，滿足消費者需求」為宗旨，並在引領國人朝向「全人健康新主義」同時，不斷地以創新求進的精神拓展和耕耘海內外市場，尋求未來明星事業的關聯或延伸的投資利基，以創造新營收與獲利來源。臺鹽不僅持續「營收健康成長、提升獲利、提高營運效能」，更規劃「產品多元年輕化、虛實整合數位化、品牌優質化、市場國際化及資產活化」，為未來經營方針。臺鹽也跟進全球永續能源趨勢，促進太陽能光電的發展，在能源永續的基礎下，貢獻家鄉，世代傳承。未來發展策略主要包含業務、生產與管理三大面向。

#### 臺鹽營業計劃

| 生產面   | 業務面   | 管理面   |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>運用水引入管升級設備及日本先進離子交換膜電透析製鹽法，產品品質優良以及完善配銷系統，穩定提供國內民生用鹽。</li> <li>持續執行汽電共生設備汰舊更新工程，提高生產效率。</li> </ul> | <b>鹽品</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>以優勢競爭價格及行銷服務推展「安心安全國產鹽」概念，維持既有市場及品牌忠誠度。</li> <li>持續推出多樣化產品，跨足進口鹽品，拓展 GT、網購通路，提升食用鹽品牌領導者地位。</li> <li>重點推廣高價鹽產品，持續配合節慶辦理通路促銷及行銷廣告活動。</li> <li>配合政府政策，遵守食安法規，展現全人健康、產品安全的專業形象。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>配合公司經營策略，以業務及提升效率為導向，活絡及有效運用人力。</li> <li>透過組織改造、人力調整，並持續推動各項管理革新專案，以整合公司資源，提升營運績效。</li> </ul>                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>以滿足市場需求，即時妥善供給為政策目標，依不同產品類別，區分為計畫式、庫存式及訂單式等方式生產，以兼顧滿足客戶及有效控制存貨成本。</li> </ul>                       | <b>包裝飲用水</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>開發客製化商品及持續與知名企業品牌及大型國際活動、賽事等合作（如台灣高鐵、台灣燈會、雙十國慶等），發揚品牌價值，鞏固機能性包裝水之領導品牌地位。</li> <li>強化台鹽海洋鹼性離子水領導品牌地位，積極經營網路社群，深耕線上線下市場，擴大市佔率。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>落實 KPI 及考核制度，結合調薪、獎金等激勵制度，強化薪酬與個人表現及與公司經營績效之關聯合理性，有效發揮人力。</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>實施各項品質管理政策，加強上游原料之品質控管，確保產品品質安全，並落實產品履歷制度。</li> </ul>  | <b>生技產品</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>善用核心能力及國際發明獎項實力，積極拓展新業務。推動品牌重整，調整既有產品線，汰弱存強，聚焦於核心產品。</li> <li>規劃保健產品分階段申請健康食品認證，藉由國家認證提升品牌認同度及顧客忠誠度。</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>因應新冠肺炎疫情，全力配合中央流行疫情指揮中心之政策與規定，限制員工國外出差及旅遊、暫緩室內大型聚會活動、落實各單位 / 場所之清潔消毒，並要求各單位加強體溫量測及戴口罩，作好防疫超前部署相關作業，確保企業能安全正常運作。</li> </ul> |

### 臺鹽營業計劃

| 生產面   | 業務面   | 管理面 |
|---|---|-----|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>研議利用線上偵測設備與 AI 等資訊工具增加工廠製程控管能力、加強現場製程效率、品質改善及增加代工接單等，並評估各工廠成本效益，提升品質與競爭力。</li> </ul> | <p><b>連鎖加盟通路</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>積極建構連鎖店與電商平台之美容保健專業能力，整合虛實通路健全服務網絡。</li> <li>進行品牌暨產品區隔管理，積極拓展各類產品之特販實體通路 (如家樂福、愛買、大潤發量販通路；屈臣氏、康是美、寶雅藥妝精品通路；全聯連鎖超市及 7-11CVS 通路等) 及電視購物等通路，以提高產品鋪貨率及能見度。</li> </ul> |     |
|   | <p><b>外銷</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>建構大陸市場供應鏈，將安心可靠的臺鹽優質產品推廣至大陸市場。</li> <li>以清真 HALAL 認證優勢，配合政府新南向政策優勢積極進入東南亞市場營運拓展，逐步推動市場國際化。</li> </ul>   |     |
|   | <p><b>綠能發展</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續深耕「循環經濟」推廣乾淨、永續的漁電共生太陽能光電服務平台。</li> </ul>   |     |

## 1.4 風險管理

臺鹽各項風險管理係依循相關業務性質，分別由各管理單位負責，並透過稽核室擬定實施風險導向的稽核計畫，再針對各作業存在或潛在風險予以覆核。臺鹽主要鑑別出風險多為經濟以及社會面向，各項風險管理方式與短期臺鹽可能面對的風險和因應措施。

### 風險管理組織架構圖 (經濟面向)



### 風險管理組織架構圖 (社會面向)



#### 臺鹽近年風險事項與因應

請見 110 年度臺鹽公司年報 第 113 頁  
<https://reurl.cc/NrNeVQ>

### 1.4.1 內部控制管理

臺鹽公司為有效控制企業風險、達成永續經營之理念，建立「內部控制」，並制訂「內部稽核實施細則」；稽核計畫涵蓋臺鹽公司所有營運活動，並以八大交易循環、電腦化資訊系統處理控制作業、管理控制作業及請託關說案件及經營績效管理，協助董事會及經理人檢查及覆核公司內控管理狀況，並適當提供改進建議。此外，臺鹽更進一步於 2022 年 3 月 18 日第十二屆第二十一次董事會通過「內部控制制度聲明書」。

| 稽核目的  | 稽核對象  | 稽核單位                                      |
|---|---|---|
| 公司有效控制企業風險、永續經營，並協助董事會及經理人檢查及覆核內控制度缺失及衡量營運之效率 | <ul style="list-style-type: none"> <li>●臺鹽公司各單位</li> <li>●臺鹽(廈門)進出口有限公司</li> <li>●臺鹽綠能股份有限公司</li> </ul> | 稽核室<br>(隸屬於董事會，協助董事、監察人及管理階層監督內部各項制度及流程。) |

稽核室協助執行稽核計畫，辦理業務實地查核。稽核報告以電子方式每月送交獨立董事及監察人並提報董事會，就查核發現之缺失持續追蹤直至相關單位業改善完畢。每年舉行一次「董事及監察人與內部稽核人員內部控制制度缺失檢討座談會」，2021 年於 4 月 30 日舉辦，內容為報告 2020 年度稽核工作、內控缺失及異常事項改善情形，落實公司治理制度。

產品安全風險方面，臺鹽就氯化鈉含量 95% 以上之鹽品，已於 2016 年 1 月 1 日開始上傳追溯完整相關資訊至行政院衛生福利部食品藥物管理署「食品追蹤追溯管理系統(非追不可)」平台。

密切關注國內法規之改動，臺鹽制定有「臺鹽實業股份有限公司產品法規執行及追蹤監督權責規定」及「臺鹽實業股份有限公司產品品質安全委員會組織規定」等規章，並依據「產品品質安全委員會組織規定」設置「法規小組」，除將新法規之收集更新列為日常作業外，每季開會一次，確保公司產品符合法令規範。

### 1.4.2 整體環境、危機與機會

因應瞬息萬變的全球趨勢，以及國內人口結構與法令規章等變化，臺鹽檢視整體環境，並聚焦三大主要危機和潛在的機會。

| 風險類型 | 產品品牌與消費者老化                   | 主管機關法規變動   | 氣候變遷影響原物料                      |
|------|------------------------------|--|--------------------------------|
| 衝擊面向 | 新客培養不易、加盟門市擴展艱辛、產品取代性高等皆為挑戰。 | 為符合政府最新修正之相關法律規範，導致原物料進口、供應商選用和產品標示等面向均須短時間內進行調整或替換。                             | 劇烈天氣頻率增加作物歉收導致價格波動，提高進料困難度和成本。 |
| 因應作為 | 重新整併產品、規畫產品研發、持續精進的品牌行銷策略。   | 積極透過公文函詢與主管機關釋疑澄清，減少事後採購程序更動。<br>設置「法規小組」，每日進行新法規收集更新，並每季召開會議，確保公司產品符合並即時跟進法令規範。 | 積極尋找多家來源供應商，並長期維繫良好互動關係。       |
| 對應章節 | Ch1.2 經營方針。                  | Ch1.4.1 內部控制管理。  | Ch1.5. 永續供應鏈。                  |

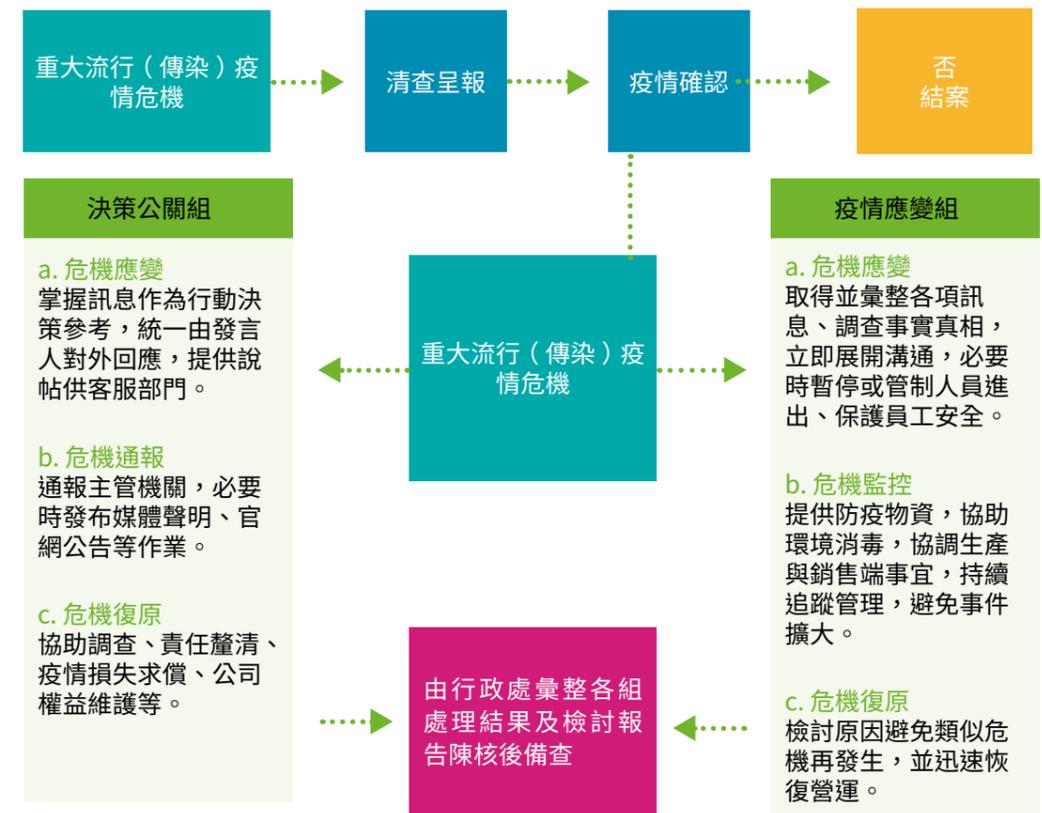
### 防疫措施

因應新冠肺炎疫情，臺鹽全力配合中央流行疫情指揮中心之政策與規定，並成立緊急應變小組，由總經理擔任召集人，指派相關各部門主管成立緊急應變小組定期召開防疫會議，進行防疫事務管理規劃、制定疫情緊急處理原則、規劃異地辦公措施等事項。我們也針對員工進行每周旅遊調查、訪客實名制及掌握國內外差旅紀錄等，做好防疫超前部署，確保企業能維持正常營運，達成永續經營之目標。

#### 臺鹽採取防疫措施如下：

1. 提供問卷調查員工旅遊史、接觸史
2. 增設視訊系統取代出差及實體會議
3. 暫緩室內大型聚會活動
4. 落實各單位 / 場所之清潔消毒，並要求各單位加強體溫量測及戴口罩
5. 各單位分流分層上班動線預先規劃
6. 防疫物資統整採購
7. 訪客實名制及增購熱影像儀測量體溫

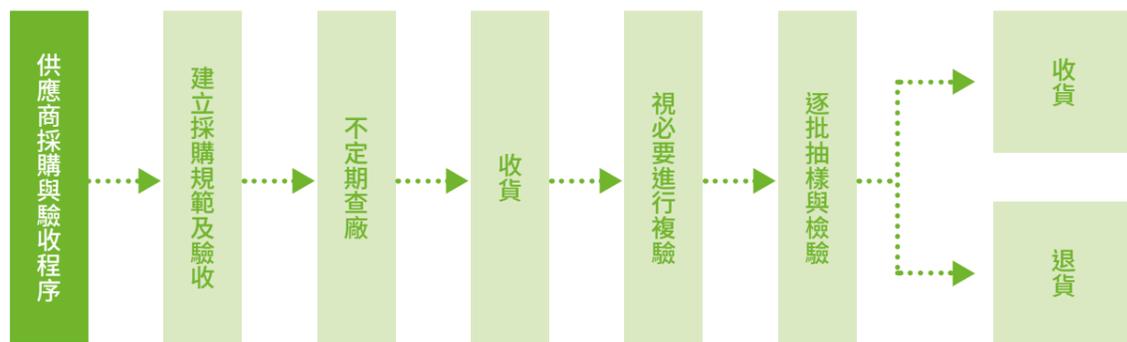
#### 重大流行(傳染)疫情處理程序 SOP



## 1.5 永續供應鏈

將企業永續精神納入供應商管理是臺鹽努力的方向，我們設有供應商管理須知，以針對供應商進行定期評鑑以及不定期地查廠，包含兩性工作平等、禁用童工、社會公益及環境保護、供應商工廠管理、生產環境、產品管理作業、原料、進料與水質檢驗及倉儲情形等經濟、社會、環境各式面向，並要求於採購契約內強調企業社會責任精神。

除此之外，臺鹽持續對於過去採購行為進行檢討與討論，目標將繼續增加符合企業永續精神之採購行為。行政單位以成本平衡情況下優先考量綠色採購；於原物料驗收過程中進行逐批的抽驗，倘若供應商查廠未達合格標準或遭退貨達三次時，臺鹽則與供應商取消合約關係。



2021年仍面臨新冠疫情與原物料缺乏等風險，臺鹽持續針對供應商管理作出營運不中斷之相關管理措施，已降低原物料供貨短缺所造成的影響，例如臺鹽生技保健廠面對原物料運輸延期，事先提高關鍵原料庫存量以面對交期可能延長之風險。除此之外，臺鹽持續對於過去採購行為進行檢討與討論，目標將繼續增加符合企業永續精神之採購行為。行政單位以成本平衡情況下優先考量綠色採購；於原物料驗收過程中進行逐批的抽驗，倘若供應商查廠未達合格標準或遭退貨達三次時，臺鹽則與供應商取消合約關係。

### 臺鹽供應鏈不中斷之相關措施

| 單位      | 營運不中斷作為  |
|---------|--|
| ▪ 生技保健廠 | ▪ 提高關鍵原料庫存量 1 倍。   |
| ▪ 生技妝品廠 | ▪ 因疫情影響導致供應商缺乏，採取替代原料生產。<br>▪ 強化與供應商溝通與協調，分配產能以及時供應。<br>▪ 提高原物料安全庫存量至兩個月。  |
| ▪ 通霄精鹽廠 | ▪ 進口原物料備有兩家以上供應商，並備足效期內使用最大量，以避免發生斷貨危機。<br>▪ 各廠區食品級曬鹽總庫存拉高至三個月。<br>▪ 員工職務代理人安排於不同辦公室工作，若有人員不慎染疫，仍有代理人維持工作業務持續正常運作。<br>▪ 觀光園區分三級限制遊客進入。 |

## 1.5.1 供應商評鑑

臺鹽公司定期根據背景資格、產品品質、交貨能力、價格水準與配合度等條件對生技保健廠、生技妝品廠、七股鹽場、進口鹽儲運所及總公司之供應商進行評鑑，現有供應商共計 273 家屬 A 級（低風險）、4 家屬 B 級（中風險），無 C 級供應商，而新進供應商部分共計 13 家為 A 級、1 家為 B 級列為合格採購對象，B 級則於輔導範圍要求改善，並於三個月內再行評鑑一次，C 級則列為不合格終止採購對象。

### 供應商評鑑標準



### 2021 年供應商評鑑等級

| 低風險<br><b>A 級</b> |           | 中風險<br><b>B 級</b> |          | 高風險<br><b>C 級</b> |          |
|-------------------|-----------|-------------------|----------|-------------------|----------|
| 現有供應商             | 新進供應商     | 現有供應商             | 新進供應商    | 現有供應商             | 新進供應商    |
| <b>273</b>        | <b>13</b> | <b>4</b>          | <b>1</b> | <b>0</b>          | <b>0</b> |

生技妝品廠、生技保健廠、通霄精鹽廠每年定期針對「技術與一般資格」、「品質異常」、「交貨異常」、「合作服務」等評分條件，進行公平、公正、公開的廠商評估，有效管理供應商供應狀況。並將評分分為A級（甲級）、B級（乙級）、C級（丙級）三個，A（甲）、B（乙）級列為下年度採購參考供應商，C（丙）級則將不列入考慮。

2021 年度供應商評鑑等級 ( 妝品廠 )

| A 級   |       | B 級   |       | C 級   |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 現有供應商 | 新進供應商 | 現有供應商 | 新進供應商 | 現有供應商 | 新進供應商 |
| 132   | 9     | 0     | 0     | 0     | 0     |

2021 年度供應商評鑑等級 ( 保健廠 )

| A 級   |       | B 級   |       | C 級   |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 現有供應商 | 新進供應商 | 現有供應商 | 新進供應商 | 現有供應商 | 新進供應商 |
| 107   | 4     | 4     | 1     | 0     | 0     |

2021 年度供應商評估等級 ( 通霄廠 )

| 甲級    |       | 乙級    |       | 丙級    |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 現有供應商 | 新進供應商 | 現有供應商 | 新進供應商 | 現有供應商 | 新進供應商 |
| 34    | 0     | 0     | 0     | 0     | 0     |

2021 年期間臺鹽進行供應商稽核，供應商合格率为 100%。經稽核認定不合格之廠商將由臺鹽輔導進行改善，改善後將複查確認；若不配合改善則列為拒絕往來。

2021 年度工廠供應商稽核結果

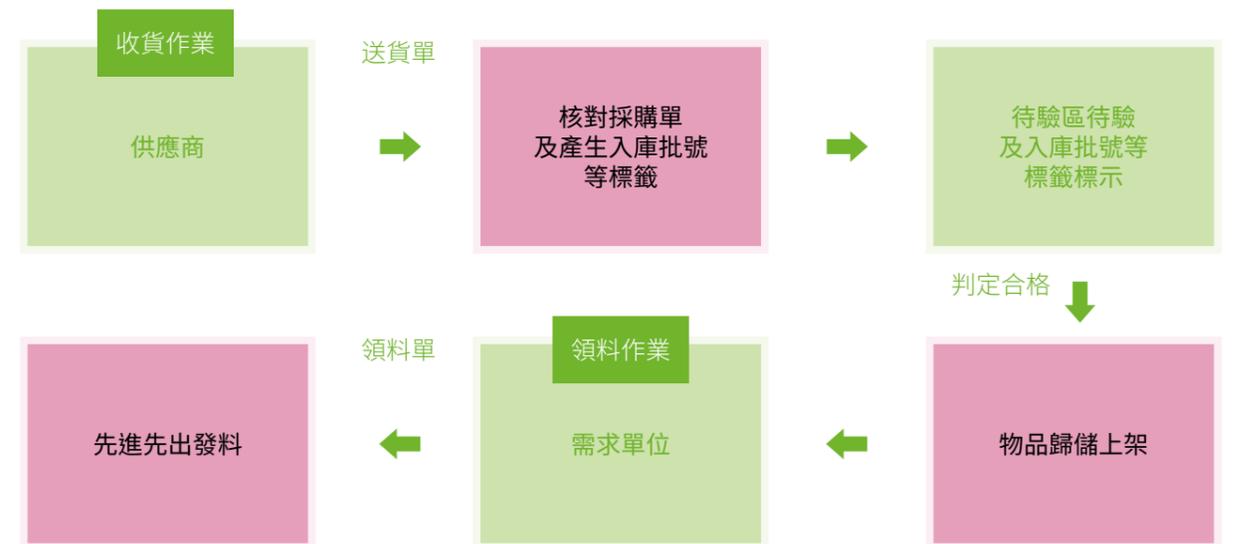
| 工廠  | 供應商家數 (A) | 代工廠家數 (B) | 稽核家數    |         | 受稽核且符合臺鹽採購原則與要求之廠商，<br>占總供應商及代工廠占比 (%)<br>(C+D)/(A+B) |
|-----|-----------|-----------|---------|---------|---|
|     |           |           | 供應商 (C) | 代工廠 (D) |   |
| 妝品廠 | 141       | 3         | 0       | 1       | 0.69%   |
| 保健廠 | 116       | 12        | 3       | 10      | 10.16%  |
| 通霄廠 | 34        | 0         | 4       | 0       | 11.76%  |

註：目前臺鹽公司尚無國際認可產品責任標準之供應商及代工廠。

1.5.2 原物料管理

原物料品質管理對於生技產業亦是普遍性重要的議題，臺鹽設有原物料的溯源、追蹤、入庫、發料等作業規定與流程，嚴格把關每一份作業，並根據流程狀況進行調整與改善，期許達到最佳原物料管理。

原物料批號管理作業流程



# CH2 綠色永恆 氣候因應

臺鹽秉持宏觀視野，順應全球趨勢，深耕綠色、健康產業。產品面首重安全有效，製造面重視資源效率與再生循環，營運面則將積極透過據點種電，推廣乾淨、永續的綠色太陽能回饋鄉里，推動環保能源新世代。未來臺鹽也會持續用心守護這塊土地，也期望藉優質產品揮軍海外，將臺鹽推向全球舞台。

## 2.1 環境管理

## 2.2 能源與溫室氣體

## 2.3 再生能源推動

## 2.4 水資源管理

## 2.5 廢棄物管理

- 員工
- 客戶
- 供應商 / 承攬商 / 外包商
- 股東 / 投資人
- 政府機關
- 媒體
- 社會社區

優先閱讀對象

對應 SDG



### 章節亮點摘要

|               |   |
|---------------|---|
| ↑ 9.7%        | 2021 年環保支出金額較 2020 年增加 9.7%，達 44,421 千元。                      |
| 0 違規          | 透過環境管理系統定期檢視績效，2020 年度無環保缺失及矯正措施發生。                           |
| ↓ 2.6%        | 2021 年通霄廠能源使用量較 2020 年下降 2.6%。                                |
| ↓ 12.2%       | 2021 年通霄廠電力使用量較 2020 年下降 12.2%。                               |
| 60 公頃<br>43MW | 取得農委會共六案養殖漁業經營結合綠能設施專案計畫核准，面積超過 60 公頃，創能 43MW，年發電量將達 5400 萬度。 |
| ↓ 2.3%        | 2021 年臺鹽總用水量較 2020 年下降 2.3%。                                  |
| ↓ 14.7%       | 2021 年臺鹽產品用水密集度較 2020 年下降 14.7%。                              |
| ↓ 5%          | 2021 年臺鹽廢棄物總量減少約 31 公噸，約降低 5%。                                |

## 2.1 環境管理

### 2.1.1 環境責任

臺鹽於環境管理方面，除依據相關法令執行廢水、空污及廢棄物相關環保工作外，另訂定「環境保護管理作業規定」，定期檢查和落實管理。對於廢氣、廢水皆符合排放標準，且依規定申報，事業廢棄物亦委由合格清除廠商處理。

### 臺鹽環境政策及行動

強化各廠(場、所)環境保護管理作業規定，並實施溫室氣體盤查與承諾致力達環境永續。

| 制度 | 環境保護管理作業規定、環境會計系統、環境管理系統 (ISO 14001)、溫室氣體盤查 (ISO 14064)                          |
|----|--|
| 行動 | 污染防治與預防<br>採購減少環境衝擊之包裝<br>環境美化與自然保護<br>污染防治規範與其他<br>環境教育訓練、環境監測管理系統維護、證照、評鑑等活動管理 |

為達成綠色經營及永續發展之承諾，自 2010 年開始建置完成各單位之環境會計制度，以更完整的綠色管理資訊作為環境保護議題規劃及推動基礎，達到資源使用之有效性。我們透過環境管理系統定期檢視績效，2021 年度無環保缺失及矯正措施發生。

### 環境管理評估架構

| 環境議題     | 對應指標                          | 管理策略                           | 對應章節                             |
|----------|-------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| 能源管理     | 柴油<br>汽油<br>電力<br>天然氣<br>太陽能  | 積極發展再生能源<br>耗能設備汰舊換新<br>提升能源效率 | 2.2.1<br>能源使用管理<br>2.3<br>再生能源推動 |
| 溫室氣體排放管理 | 排放量<br>排放密集度<br>排放佔比          | 溫室氣體盤查與自願減量                    | 2.2.2<br>溫室氣體排放管理                |
| 水資源管理    | 使用量<br>使用密集度<br>廢水排放          | 回收冷卻用水<br>檢測放流水水質<br>限水措施應變機制  | 2.4<br>水資源管理                     |
| 空氣污染管理   | 氮氧化物<br>硫氧化物<br>揮發性有機化合物      | 空氣汙染防制設備<br>排放濃度自願減量           | 2.5.1<br>空氣污染管理                  |
| 廢棄物管理    | 一般事業廢棄物<br>有害事業廢棄物<br>資源回收廢棄物 | 依規進行網路申報<br>委由合格廠商進行處理         | 2.5.2<br>廢棄物產生管理                 |

| 歷年環保支出金額 (單位：元) |            |            |            |
|-----------------|------------|------------|------------|
| 年度              | 2019年      | 2020年      | 2021年      |
| 金額              | 34,682,465 | 40,473,922 | 44,421,521 |

註：本報告書之環境績效即以公司整體環境會計分析紀錄呈現，並由各廠之細部資料彙編完成。

| 環境支出成本                               |            |      |            |      |            |      |
|--------------------------------------|------------|------|------------|------|------------|------|
| 支出項目                                 | 2019       |      | 2020       |      | 2021       |      |
|                                      | 金額         | 佔比   | 金額         | 佔比   | 金額         | 佔比   |
| 污染防治與預防成本                            | 2,349,544  | 7%   | 2,198,327  | 5%   | 2,893,695  | 7%   |
| 減少環境衝擊之包裝採購成本                        | 28,323,717 | 82%  | 34,404,718 | 85%  | 36,501,832 | 82%  |
| 環境美化與自然保護成本                          | 1,038,972  | 3%   | 390,130    | 1%   | 1,387,689  | 3%   |
| 污染防治規費與衍生成本                          | 853,198    | 2%   | 1,042,679  | 3%   | 1,002,180  | 2%   |
| 環境教育訓練 / 環境監測管理系統維護 / 證照 / 評鑑等活動管理成本 | 2,117,034  | 6%   | 2,438,068  | 6%   | 2,636,125  | 6%   |
| 總計                                   | 34,682,465 | 100% | 40,473,922 | 100% | 44,421,521 | 100% |

臺鹽逐年提高環保支出善盡環境永續與社會責任，環保支出成本面相較前一年度增加 9.8%，主要以環境美化與自然保護成本的資本投入，相較 2020 年增加近 3.5 倍。臺鹽不僅在環境管理符合標準，亦關注產品生產者責任，選擇對環境友善之包裝材料或設計，更針對海水管工程採用降低對環境影響的 HDPE 高密度聚乙烯材質，守護我們海洋生態，以及採用地底挖掘取代陸上道路截斷施工技術，確保鄰近社區居民生活品質。



## 2.1.2 資源利用及循環

臺鹽為創造永續價值，以循環經濟思維落實產品生命週期管理，致力於降低產品對於環境產生的衝擊，透過綠色設計與綠色採購，將可再利用之材料作為產品原料和減少廢棄物使用，使產品能更好的被使用。

### 臺鹽包裝減量政策

- (一) 提供易回收及低碳足跡之包材
- (二) 持續致力於包材減量及設計改良

#### 2020 臺鹽包裝水 PET 瓶身改良亮點




小分子水 620ml  
由 25g 減少至 21g

鹼性水 (1500ml)  
由 56g 減少至 52g、54g

減少使用 PET 塑料約 21 噸

通霄精鹽廠朝零廢棄設計方向進行，2020 年改良了包裝水 PET 瓶，除了減少塑料使用連帶降低成本以外，新款瓶身設計更不易變形，同時解決了消費者反應開瓶飲用過程中，因瓶身太軟導致瓶內水溢出的問題。

#### 2021 臺鹽包裝水 PET 瓶身改良亮點


➔


鹼性水 (420ml) 測試瓶：  
由 27g 減少至 23g

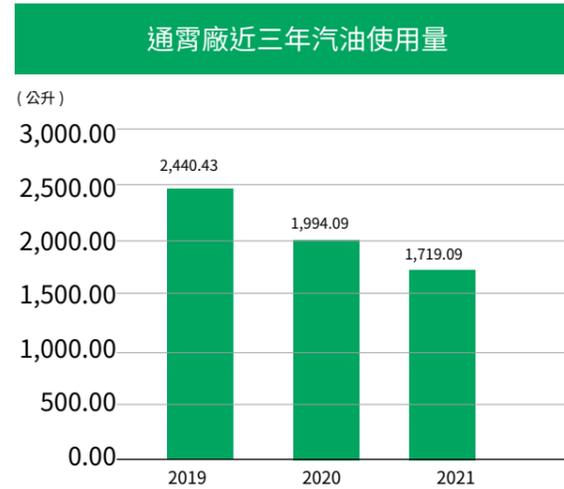
2021 年，通霄精鹽廠持續精進包裝減量，推動鹼性水 (420ml) 瓶身改良，並持續測試運輸及存放過程中的耐用度，測試進度已達 75%，未來預計可使包裝水重量由 27g 減到 23g。

於公司營運層面，臺鹽實施電子公文制度進行線上簽核，取代傳統紙本傳送，並宣導用水節電及紙張再利用，達成成本費用控制；供應商方面，臺鹽於設備汰換採用有環保標章或一級效能的建材跟產品，並優先採購使用電子發票的供應商，加強對供應商宣導使用電子發票系統。藉由相關作為，臺鹽減少能資源消耗，落實資源循環，以邁向永續經營。

## 2.2 能源與溫室氣體

### 2.2.1 能源使用管理

臺鹽能源使用之場所範疇為台南總公司、妝品廠、保健廠、通霄廠、儲運所、七股鹽場，各廠區使用之能源以電力為主，其他類別能源使用上略有差異，如下所示，電力主要用於一般建築物用電、空調系統及生產機台使用；柴油用於交通運輸；天然氣及低硫燃料油則是用於廠內蒸氣鍋爐作為燃料使用。



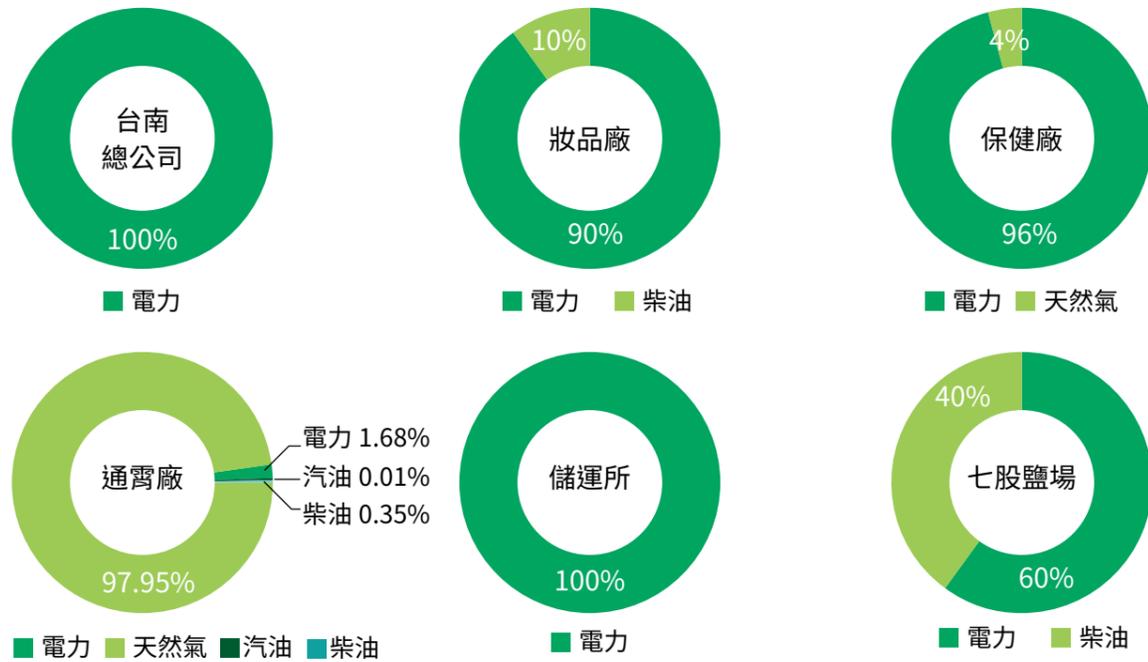
### 使用能源熱值與能源密集度

下表呈現臺鹽總公司與各廠能源使用熱值 (十億焦耳 / 年)，並透過產品數量 (如重量 / 瓶數)，計算出能源密集度，以利於更佳且更準確能源管理。

| 廠 / 場別 | 項目     | 單位                | 年度         |            |            |
|--------|--------|-------------------|------------|------------|------------|
|        |        |                   | 2019       | 2020       | 2021       |
| 總公司    | 能源使用熱值 | 十億焦耳 (GJ) / 年     | 1,585.53   | 1,639.93   | 1,686.40   |
|        | 能源使用熱值 | 十億焦耳 (GJ) / 年     | 5,479.38   | 5,848.54   | 5,502.21   |
| 妝品廠    | 產品數量   | 公噸                | 367.79     | 501.65     | 372.32     |
|        | 能源密集度  | 十億焦耳 (GJ) / 公噸    | 14.90      | 11.66      | 14.79      |
|        | 能源使用熱值 | 十億焦耳 (GJ) / 年     | 3,200.35   | 2,983.08   | 3,458.48   |
| 保健廠    | 產品數量   | 組 / 瓶             | 916,132.00 | 927,259.00 | 935,610.00 |
|        | 能源密集度  | 十億焦耳 (GJ) / 組 (瓶) | 0.0035     | 0.0032     | 0.0016     |
|        | 能源使用熱值 | 十億焦耳 (GJ) / 年     | 462,557.99 | 463,568.75 | 451,358.43 |
| 通霄廠    | 產品數量   | 公噸                | 472,409.60 | 518,560.00 | 512,045.41 |
|        | 能源密集度  | 十億焦耳 (GJ) / 公噸    | 0.98       | 0.89       | 0.88       |
|        | 能源使用熱值 | 十億焦耳 (GJ) / 年     | 596.85     | 526.41     | 543.60     |
| 儲運所    | 產品數量   | 公噸                | 179,036.62 | 173,635.29 | 172,034.20 |
|        | 能源密集度  | 十億焦耳 (GJ) / 公噸    | 0.0033     | 0.0030     | 0.0031     |
|        | 能源使用熱值 | 十億焦耳 (GJ) / 年     | 2,294.85   | 2,531.33   | 1,590.46   |
| 七股鹽場   | 產品數量   | 公噸                | 10,232.02  | 8,881.00   | 11,675.00  |
|        | 能源密集度  | 十億焦耳 (GJ) / 公噸    | 0.22       | 0.29       | 0.14       |
|        | 總計     | 十億焦耳 (GJ) / 年     | 475,714.95 | 477,098.05 | 464,139.58 |

註：熱值係數轉換主要係根據經濟部能源局 108 年能源統計手冊 - 能源產品單位熱值表，其中電力消費熱值自 2018 年起調整為物理熱值 860 千卡 / 度，故修正相關數據。

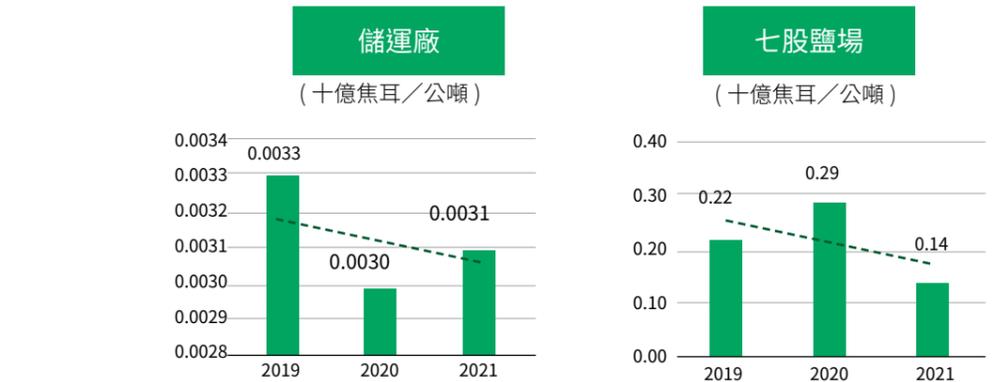
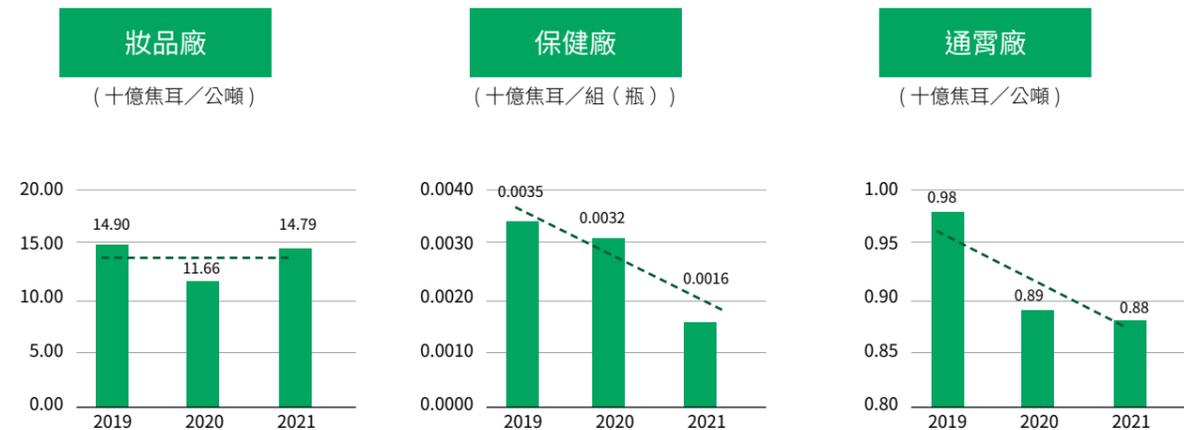
### 臺鹽各單位能源使用占比



耗能之統計分析則以熱值作為基礎，以利分析比較。各廠主要能源使用為電力，其中通霄廠自發電力為汽電共生廠，故天然氣使用佔最大宗。

### 能源密集度

能源密集度之計算，因為各廠區之產品計量方式不同，以各廠區之產品計量單位來計算單位產品產生之能耗。各廠區未來持續重視公司能源管理，透過各式方法與措施，提出並執行更多節約能源的作為。



### 2.2.2 溫室氣體排放管理

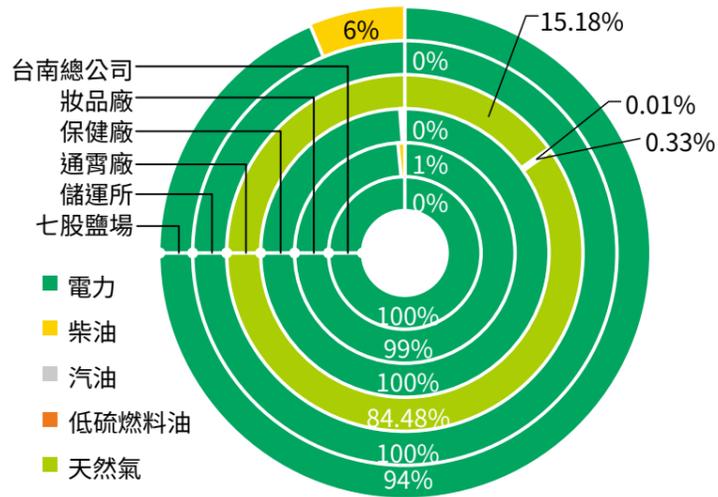
臺鹽已進行簡易組織溫室氣體盤查，由排放源鑑別、蒐集活動數據與排放係數等步驟，計算溫室氣體排放量。主要溫室氣體來源為範疇一之天然氣燃燒後直接溫室氣體排放及範疇二之電力間接溫室氣體排放。相關溫室氣體排放皆來自於組織擁有或控制的排放源，如工廠煙囪、製程、通風設備及固定燃燒源、製程及交通運輸工具的排放。

| 溫室氣體排放量與排放密集度 |           |                           |            |            |            |
|---------------|-----------|---------------------------|------------|------------|------------|
| 廠/場別          | 項目        | 單位                        | 年度         |            |            |
|               |           |                           | 2019       | 2020       | 2021       |
| 總公司           | 溫室氣體排放量   | 公噸 CO <sub>2</sub> e/年    | 224.29     | 231.98     | 235.3      |
|               | 溫室氣體排放量   | 公噸 CO <sub>2</sub> e/年    | 737.02     | 783.32     | 786.17     |
| 妝品廠           | 產品數量      | 公噸                        | 367.79     | 501.65     | 372.32     |
|               | 溫室氣體排放密集度 | 公噸 CO <sub>2</sub> e/公噸   | 2.003922   | 1.561495   | 2.111543   |
|               | 溫室氣體排放量   | 公噸 CO <sub>2</sub> e/年    | 452.71     | 421.98     | 495.63     |
| 保健廠           | 產品數量      | 組/瓶                       | 916,132.00 | 927,259.00 | 935,610.00 |
|               | 溫室氣體排放密集度 | 公噸 CO <sub>2</sub> e/組(瓶) | 0.000494   | 0.000455   | 0.000221   |
|               | 溫室氣體排放量   | 公噸 CO <sub>2</sub> e/年    | 24,203.95  | 24,276.31  | 24,357.165 |
| 通霄廠           | 產品數量      | 公噸                        | 472,409.60 | 518,560.00 | 512,045.41 |
|               | 溫室氣體排放密集度 | 公噸 CO <sub>2</sub> e/公噸   | 0.050389   | 0.046099   | 0.047568   |
|               | 溫室氣體排放量   | 公噸 CO <sub>2</sub> e/年    | 84.43      | 74.47      | 86.41      |
| 儲運所           | 產品數量      | 公噸                        | 179,036.62 | 173,635.29 | 172,034.20 |
|               | 溫室氣體排放密集度 | 公噸 CO <sub>2</sub> e/公噸   | 0.000472   | 0.000429   | 0.000502   |
|               | 溫室氣體排放量   | 公噸 CO <sub>2</sub> e/年    | 269.81     | 295.67     | 328.676    |
| 七股鹽場          | 產品數量      | 公噸                        | 10,232.02  | 8,881.00   | 11,675.00  |
|               | 溫室氣體排放密集度 | 公噸 CO <sub>2</sub> e/公噸   | 0.026369   | 0.033292   | 0.0281521  |
|               | 總計        | 公噸 CO <sub>2</sub> e      | 25,972.20  | 26,083.73  | 26,275.02  |

註：各年度所使用之電力排碳係數如下：2019年為0.509公斤CO<sub>2</sub>e/度，2020年為0.502公斤CO<sub>2</sub>e/度，2021年沿用2020年0.502公斤CO<sub>2</sub>e/度。

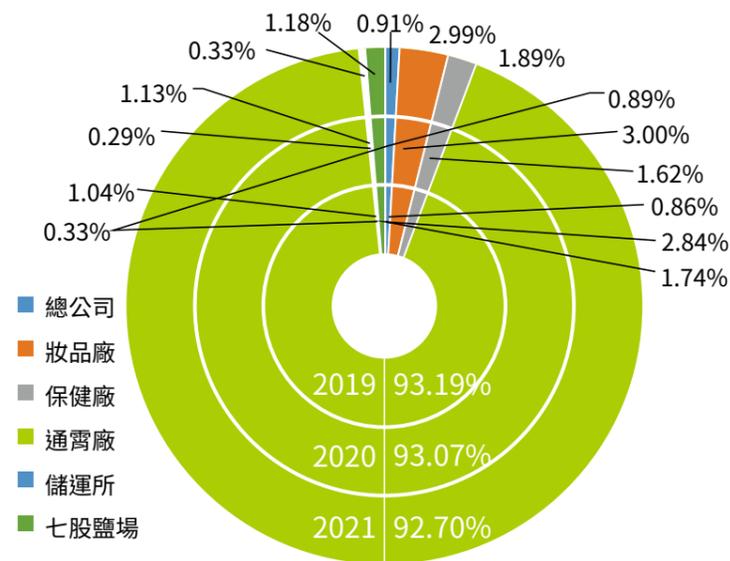
2021 年溫室氣體排放量為 26,275.02 公噸 CO<sub>2</sub>e，與 2020 年相比微幅上升，主要原因為產能提高，其中在排放集中度方面，生技保健場與七股鹽場的數據明顯的下降，間接表示近來投入的能源改善措施依然獲得正向成效，如冰水主機及空壓機採用節能變頻器運轉、高壓馬達運轉加裝變頻器達節能，而有明顯改善效益。整體而言，除通霄廠主要溫室氣體排放來自於天然氣 (84.48%)，其他廠區主要溫室氣體排放皆來自於電力使用，其中七股鹽場之柴油使用，其溫室氣體排放占 6%。

溫室氣體排放占比，以通霄廠排放量占整體 92.7%，係因通霄廠為全台唯一的製鹽工廠，鹽品生產過程需使用大量能源進行蒸發與乾燥，以致其排放量占比較高。其次為妝品廠與保健廠，比重僅約 3% 與 2%，其餘比重皆不高，因此通霄廠是臺鹽推動節能減碳重心。



2021 年各廠區能源別溫室氣體排放占比

通霄廠已於 2019 年 10 月完成汽電共生系統更新工程合約，汽電共生更新計畫是將原舊有發電工場更新，更新範圍包含鍋爐系統以及透平發電系統，計劃更新後可增加發電效率，並改善空污問題，氮氧化物排放濃度可降至 30ppm 以下。此外，廠房及設備並將環境腐蝕問題納入設計考量，減少腐蝕，增加使用壽命，減輕維護負擔，目前工程進度為 91.48%，將於近期投入生產作業。



近三年溫室氣體排放占比

## 節能減碳措施

透過使用天然氣及降低電力使用為臺鹽達到減碳成效的主要作法，並持續列舉 2021 年推動節能減碳方案，以及擬定未來行動計畫，以降低各生產活動可能造成環境衝擊。

| 2021 年推動節能減碳方案 |   |
|----------------|---|
| 總公司            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 規劃自發自用太陽能光電板 29.9KW 及雨水回收系統。</li> <li>● 汰舊換新時更新新型節源設備持續推動線上公文。</li> <li>● 全面更新水龍頭節水設備及水池過濾後噴水澆花，節省 2% 用水。</li> </ul>   |
| 通霄廠            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 完成汽電共生工程進度 91.48%。</li> <li>● 行政大樓水冷式中央空調改為獨立式變頻空調年節省電量 3,920KWH。</li> <li>● 廠區 T8 日光燈管逐年汰換為 LED 燈管，2021 年約節省 21,289KWH。</li> </ul>  |
| 生技保健廠          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 保健廠太陽光電於 2020 年 10 月開始建置於 2021 年 4 月完工，並於 5 月開始發電。</li> <li>● 太陽光電建置設 99KW。</li> <li>(1). 夏季發電一天約 5 小時 500 度。</li> <li>(2). 月平均為臺鹽綠能帶來收益約為 37800 元，年約 45 萬收入。</li> </ul>               |
| 生技妝品廠          | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 更換 LED 節能燈管，每月可節省 775 度。</li> </ul>  |
| 臺鹽綠能公司         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 執行公司營業宗旨，推動漁電共生，發展再生能源，戮力實現 2025 非核家園能源政策。</li> <li>● 午休時間關燈一小時，下班關閉電腦。</li> <li>● 辦公場所照明燈具一律採用 LED 平板燈，以降低能耗。</li> <li>● 辦公場所室內溫度設定 28 度，使用空調降溫。</li> <li>● 鼓勵同仁利用汽車共乘上下班。</li> </ul> |

## 2.3 再生能源推動

臺鹽過去從鹽品的研發到現今的多元化產品發展，深得民眾的喜歡與信任，建立起口耳相傳的好口碑，為了社會能夠永續發展以及因應政府的綠能政策，臺鹽以在地的歷史品牌積極推動綠能並扮演加速在地溝通的橋樑角色，陪伴民眾共同推動再生能源，達到三贏局面 ( 民眾、政府、臺鹽 )。未來將持續推動漁電共生，秉持農漁為本、綠能加值之原則，協助能源及漁業轉型。

### 2.3.1 再生能源開發

臺鹽支持國家政策，成立臺鹽綠能公司積極發展再生能源，藉由太陽能面板架設於養殖場魚池，推動「漁電共生合作模式」，定位為土地管理者，作為設備商、設備所有權人、養殖戶之間的溝通平台，整合各方資訊以利交流，並進行維運管理。

臺鹽綠能公司自 2018 年起投入漁電共生計畫之推動，即秉持「民眾參與和資訊公開」、「環境衝擊」及「社會影響」等三大面項進行自主檢核，積極溝通，弭平各界疑慮，確保漁業生產、漁民權益及環境共榮，符合環社檢核精神。

| 三大面項      | 內容   |
|-----------|--|
| 民眾參與和資訊公開 | 2021 年，臺鹽舉辦 4-5 場說明會，明確告知在地地主及養殖戶其中利弊，每個魚塭規劃均與在地養殖戶充分討論，並經過其同意方送案審查，亦與地方養殖及環保團體多方溝通協調。                           |
| 環境衝擊      | 自主進行兩季生態及水質調查，主動規避高度敏感物種棲息區域，並確認養殖可行性。在規劃過程中採取多樣友善環境作為。施工過程及後續案場營運時，亦承諾長期生態監測，滾動式評估對生態之影響。                       |
| 社會影響      | 維護原有漁民之養殖權，綠能設施與養殖規劃均與漁民充分討論過，並協調整塭固堤，將來擬引進新型養殖技術減少漁民成本或風險。漁業產量之計算亦以最保守方式評估，確認可達原有三年產量平均值之 70%，避免漁電共生計畫對原有產業之衝擊。 |

臺鹽綠能選址開發優先避開環境敏感地區，並與專業生態調查團隊進行開發地區環境背景調查、環境及生態監測調查，逐步紀錄養殖環境及生產資料庫與模式，歸納整合出合適當地的漁電共生模式與範圍，以守護環境永續及生物多樣性，兼顧產業與生態環境發展。漁電共生所架設的太陽能板，獲得漁民稱讚是「夏天的陽傘、冬天的棉被」，能減少炎夏和嚴冬對漁塭養殖的災害和損失，為魚塭建置太陽光電的合作立下良好的基礎。

兼具環境、經濟與社會永續三贏實例

臺鹽綠能以設計、技術及創新促成漁電共生太陽能案場，能將「能源轉型」與「產業轉型」同時並行推動，未來也將提供 Google 資料中心用電，除了充分利用土地空間和效率，更是讓養殖業者增加額外的收入，創造當地經濟效益。



臺鹽綠能

土地管理服務  
漁場管理服務

1. 協助漁電共生場域土地整合
2. 溝通協調、場域規劃設計
3. 提供優質土地管理、漁場管理服務

土地所有權人

1. 提供土地建立漁電共生場域。
2. 穩定收取租金 20 年。

投資電業商

1. 投資商建置良好之漁場環境予養殖戶使用。
2. 繳納不高於現有租金之 6 成之使用費。
3. 臺鹽綠能協助成立漁場管理組織、建立管理基金。

養殖經營者

1. 營運太陽能電場穩定售電 20 年。
2. 未來營運期間之設備維護作業。
3. 確保漁電共生，承諾農業經營產出。
4. 堅守農地農用，不變更土地使用。

2.3.2 再生能源發展

近年臺鹽致力於專注推廣漁電共生計畫，秉持環境友善原則，協助中央部會、各地方政府與國內外投資商共同推動綠色能源。臺鹽綠能公司推動國內第一場地面型漁電共生案動工，案場位於嘉義義竹，面積規模 60 公頃，創能 43MW，年發電量將達 5400 萬度。設置的綠能設施能在夏天發揮遮蔽效果，降低水溫及減少水分蒸發，冬天可以搭建防風棚，避免寒害損失；臺鹽綠能公司亦整建塭堤及農路，改善養殖場域及促進漁業升級加值效益。未來將持續推動漁電共生，秉持農漁為本、綠能加值之原則，協助能源及漁業轉型。

臺鹽推動綠能不僅對於自我要求外，並要求所有加入臺鹽綠能公司的合作廠商須遵守 ESG 相關規範，規範製造商須提出歐盟毒物檢測報告等物料無毒證明，須具備廠商的聲明、承諾書或檢測報告，避免其物料和工程設計對環境造成毒害，盡力對環境友善。

智慧漁電共生計畫

2019 年臺鹽綠能與資策會共同合作執行經濟部工業局智慧城市生活應用補助計畫「智慧漁電共生產業解決方案淬煉計畫」，2020 年偕同合作夥伴於台南北門區三寮灣建立「智慧漁電共生溫室大棚及養殖數位分身示範基地」，並打造如同漁民水中分身的「智慧水產雲」科技養殖系統，期望利用 AI 技術及大數據，促進傳統漁業轉型，共創「漁電雙贏」。

期許未來漁民只要拿起手機，即能輕鬆遠端控管。預期可降低漁民 30% 現場監控時間、增加逾 30% 的產量，並提升 50% 以上魚蝦的存活量。全程數據化的管理，能讓品質可析、產銷履歷可溯，建立符合國際工業通訊標準開放式 AIoT 系統架構，達成未來可經濟化複製擴散之便利性，提升傳統農漁業的生產力及水產價值外，更提升年輕人回鄉參與農漁業的誘因，以達永續經營。

2021 年，臺鹽綠能智慧漁電共生溫室大棚共舉辦 6 場參訪，約 135 人次參與，2021 年 12 月 13 日，外交部參觀臺鹽綠能「智慧漁電共生溫室大棚」，由臺鹽公司董事長吳容輝親自接待部門長官及捷克經濟文化辦事處處長等 27 個國家駐台使節及代表。

希冀藉由國內外參訪活動居間媒合台灣優質製造及服務業的國際合作，加速台灣企業與亞太區域及全球的連結。相信台灣企業在「六大核心戰略產業」的推動下，整合綠電及智慧農業、航空產業的多元一站式服務，可及時為全球疫後經濟復甦注入動能，並發展成為未來國際產業合作的趨勢。

### 北門漁電共生示範案場時間表



### 智慧漁電共生科技

#### 農業達人數位分身技術

在數位世界建立虛擬漁場，同步紀錄、反應模擬真實環境、漁民收成、水產狀況，結合 AI 人工智慧及人類智慧珍貴的經驗，運用感測器，數據模型把漁民的現場操作、決策行為建立為知識模型，提高漁民「智慧化監控、精準化生產」能力，將漁業專家職人的技術以數位化方式傳承。藉由數位分身技術，AI 動態學習漁民的經驗與知識，進而達到協同運作、大幅提升決策優化的效果。資策會「農業達人數位分身技術」是由經濟部技術處科專及農委會農業試驗所智慧農業計畫共同支持開發，榮獲 2019 全球百大科技研發獎 (R & D 100 Awards) 肯定。

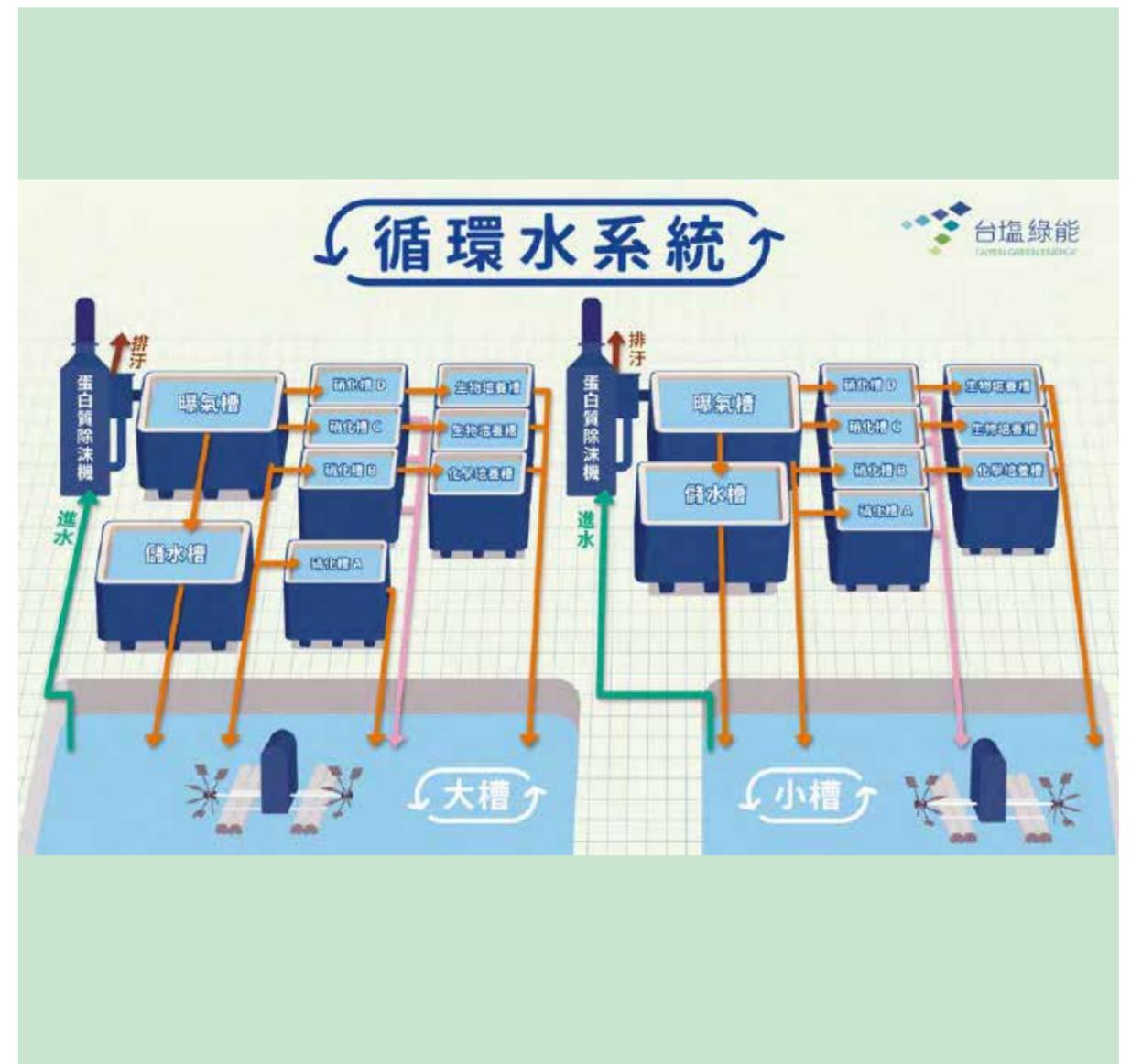
#### 智慧水產雲

融合漁民養殖經驗並串連現場感測裝置、透過 AIoT 偵測水產物種生長歷程，透過即時的數位監測及雲端運算，可準確又快速的判斷潛在風險，並模擬出最佳的養殖決策建議，有效協助漁民避免漁業損失，成效如下：

1. 數據管理，養殖翻倍。
2. 預警通知，降低風險。
3. 節省 30% 現場監控時間。
4. 漁產量增加 30%~40%。
5. 提升魚蝦存活率 50%~80%。

北門智慧漁電共生示範基地面積超過 2,200 平方公尺，為室內型光電養殖場域，室內設施型養殖能減少外部之干擾，更有效隔絕 (如鳥、蟹、螺、魚、蝦等) 帶原病毒，並且能減少氣候影響池水溫度變化，如降低冬季寒流帶來瞬間降溫之影響，達到有效控管養殖環境因素，減少因外在因素帶來之損失。

此外，引進附近大排作為進水來源，建置室內自動循環水系統，每日僅需更換約 1% 之新進水量，可節約用水，可以循環過濾汙染不潔之池水，經過過濾、除菌等桶槽產生再生之潔淨水導入養殖池，同時也可在循環水系統培養益生菌，目標透過無抗養殖搭配益生菌之養殖環境，確保漁場生產健康優質之水產。解決大量換水導致疾病傳入的問題，配合自動化整合監控系統及智慧水產雲平台，提高白蝦、石斑等高經濟產值的試驗養殖物存活率。而屋頂上的太陽能板年發電量可達 22 萬度，20 年可發電約 430 萬度，約可減碳 218.5 公噸。



### 太陽能發電專案

太陽能為環保及永續之再生能源，臺鹽公司啟動太陽能發電專案，積極推動使用綠色能源以減少溫室氣體排放與環境衝擊，現階段已於通霄精鹽廠、生技保健廠、新營鹽倉、七股鹽場、台南總公司及生技妝品廠裝設太陽能板，2021年新完成新營倉庫、生技保健廠、連盛皮革廠三項屋頂太陽能板架設專案。

#### 太陽能發電效益：

- 提供電力需求，減少環境衝擊。
- 屋頂設置太陽能板，可降低白天室內溫度，減少空調使用。
- 減少碳排放以及購買碳排放權之成本。
- 獲得政府電價補助。

#### 一、臺鹽實業公司新營倉庫 (RC 屋頂型)

臺鹽綠能於臺鹽實業公司新營倉庫裝設 RC 屋頂型太陽能板，並於 2021 年 1 月 8 日正式掛表，裝置容量可達 334.75KW，每小時可減少排放約 168 公斤二氧化碳。



#### 二、臺鹽實業公司生技保健廠 (RC 屋頂型)

臺鹽綠能亦於生技保健廠廠區頂樓裝設太陽能板，並於 2021 年 4 月 23 日正式掛表，裝置容量可達 99.775KW，每小時可減少排放約 50 公斤二氧化碳。



#### 三、連盛皮革廠 (鋼骨石綿瓦屋頂型)

除了臺鹽本身，臺鹽綠能同時受挺新能源股份有限公司之委託，完成連盛皮革廠鋼骨石綿瓦屋頂型太陽能板建置，於 2021 年 5 月 28 日正式掛表，裝置容量可達 456.72KW，每小時可減少排放約 230 公斤二氧化碳。



## 2.4 水資源管理

海水為通霄精鹽廠製鹽過程中主要原料，故臺鹽於 2019 年投入約 4 億元更新海水管，因取水量需求，海水管新管採 1200mm 之外徑，且長度為 1580 公尺長，為國內首度採用大管徑 HDPE 管且用於取海水用，工程之浩大及困難度為國內一大突破。

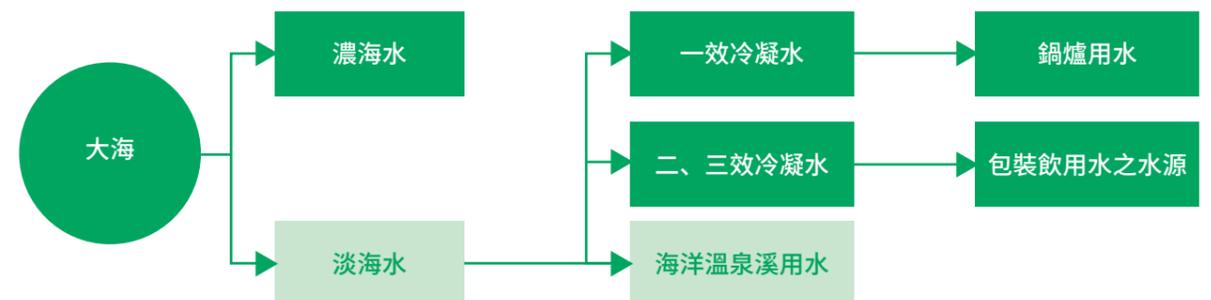
海水新管材質由原碳鋼管改為高密度聚乙烯管，因管材特性，具有高撓性且耐腐蝕之性質，可有效延長使用壽命；海水引入頭設計為緩流引入海水，可減少海生物被引入，降低對生態的衝擊。此外，面對海洋汙染議題，考量取水深度，約 15 米深左右並高於海床 12 米，確保海水資源無汙染。

經過濾降低海水濁度後，利用離子交換膜電透析產製濃滷水，再藉由三效蒸發罐將濃滷水蒸發結晶後予以離心脫水、乾燥，製成各種鹽品，其最高可達 10 萬噸 / 年產量。製程中的二、三效冷凝水，因水質符合環保署公告之「飲用水水源水質標準」且口感甘甜，在回收經過 1μm 過濾、逆滲透 (RO)、紫外線殺菌、添加海水濃縮礦物質液及電解多道處理階段，將進一步產生的鹼性水經 0.2μm 過濾後用於產製包裝飲用水，而具有收斂作用及殺菌效果的酸性水，則部分提供妝品廠產製化妝品，其餘回收作為本廠其他製程用水。包裝水製程中之洗瓶、洗蓋用水也重複回收處理再使用，減少製程排放之浪費。我們設置三個共可儲存 4,800 噸的大型儲水槽，可將每日多餘之冷凝水完全注入而無浪費。



#### 臺鹽水資源回收與應用

我們充分利用水資源來提高供貨能力及維持鹽品產銷庫存調節，不只是海水，透過多元的水資源來源如自來水、冷凝水、井水等並配合廠區內之節水措施如改裝省水水龍頭及水冷式空調改用氣冷式，停水期間包裝水產線仍可持續生產達 10-14 天，降低水資源管理風險，使營運不中斷，穩定生產。



### 2.4.1 用水管理

臺鹽除通霄廠區外皆使用臺灣自來水公司所供應之自來水，主要用途為製造程序使用，包含冷卻水塔水循環系統，RO 水系統的水源及直接製程水洗程序使用；非製程使用則用於污染防治設施的溼式洗滌塔及帶濾式污泥脫水機的沖洗，以及員工的生活用水，如員工餐廳洗滌及住宿人員和上班員工的浴廁。而通霄廠主要用水來源為海水及冷凝水，做為全廠生產冷卻及空調用水，而員工之一般生活用水則主要來自於井水及自來水，但為有效減少地下井水抽取量，故大量回收冷卻用水。2021 年臺鹽總用水量 12,125,453 公噸 (皆無來自於高水資源壓力之水源)，並無違反相關法規。

水資源使用量與用水密集度

| 場別   | 項目     | 單位         | 年度            |               |               |
|------|--------|------------|---------------|---------------|---------------|
|      |        |            | 2019          | 2020          | 2021          |
| 總公司  | 水資源使用量 | 公噸         | 4,004.00      | 4,218.00      | 4,212.00      |
| 妝品廠  | 水資源使用量 | 公噸         | 15,898.00     | 15,719.00     | 12,824.00     |
|      | 產品數量   | 公噸         | 367.79        | 501.65        | 372.32        |
|      | 用水密集度  | 公噸 / 公噸    | 43.23         | 31.33         | 34.44         |
| 保健廠  | 水資源使用量 | 公噸         | 3,108.00      | 3,128.00      | 3,307.00      |
|      | 產品數量   | 組 / 瓶      | 916,132.00    | 927,259.00    | 935,610.00    |
|      | 用水密集度  | 公噸 / 組 (瓶) | 0.003         | 0.003         | 0.003         |
| 通霄廠  | 水資源使用量 | 公噸         | 12,533,982.00 | 12,373,765.00 | 12,098,197.00 |
|      | 產品數量   | 公噸         | 472,409.60    | 518,560.00    | 512,045.41    |
|      | 用水密集度  | 公噸 / 公噸    | 26.532        | 23.862        | 23.627        |
| 儲運所  | 水資源使用量 | 度          | 1,915.00      | 551.00        | 506           |
|      | 產品數量   | 公噸         | 179,036.62    | 173,635.29    | 172,034.20    |
|      | 用水密集度  | 公噸 / 公噸    | 0.011         | 0.003         | 0.003         |
| 七股鹽場 | 水資源使用量 | 公噸         | 8,298.00      | 8,981.00      | 6,729.00      |
|      | 產品數量   | 公噸         | 10,232.02     | 8,881.00      | 11,675.00     |
|      | 用水密集度  | 公噸 / 公噸    | 0.811         | 1.011         | 0.576         |
| 總計   |        | 公噸         | 12,567,205    | 12,406,362    | 12,125,453    |

臺鹽公司全廠區單位於 2021 年皆能有效控制用水，並降低整體水資源使用量。其中由於 2021 年新冠疫情影響，保健廠相關產品產能因應市場需求有所提升，致使生產用水較 2020 年些微提高。在臺鹽全體同仁們努力下，產品用水密集度 2021 年相較 2020 年減少了 14.2%，總用水量下降 2.3%，充分展現節水措施的成果。

### 2.4.2 廢汙水管理

臺鹽妝品廠、保健廠及通霄廠屬廢 (污) 水列管事業。妝品廠 2020 年投入設備金額 690 萬，配合法規增加處理酚、氨氮、硝酸鹽類及氟鹽處理功能。除定期維護保養廢水處理設備以外，並依法每半年檢測放流水水質，經建置完成後，2021 年廢水處理廠處理後之放流水，檢測結果均符合放流水水質標準。

保健廠採雨、污水分流收集，並設有污水處理設施，放流水均處理至符合台南科技工業區管制標準後納入園區污水下水道系統；通霄廠廢 (污) 水處理區依法設置乙級廢水處理專責人員，負責廢 (污) 水處理設施之操作、保養及水污染防治許可證之更新展延，另每半年檢測放流水水質，其檢測結果均符合放流水水質標準，2020 年通霄廠生活汙水細篩機更新工程完工，新機較舊機可處理增加量為 30 公噸。台南總公司、儲運所及七股鹽場僅一般生活廢水。

在廢水排放方面，2021 年妝品廠較前一年度減少了 37% 的廢水排放量；而保健廠與通霄廠因應後疫情時期相關產品需求提升，生產用水增加致使廢水排放量隨之提升。

|     | 2019      | 2020      | 2021      |
|-----|-----------|-----------|-----------|
| 通霄廠 | 18,623.20 | 12,666.40 | 18,384.50 |
| 保健廠 | 2,235.00  | 2,232.00  | 2,370.00  |
| 妝品廠 | 1,721.83  | 2,735.43  | 2,000.55  |



### 2.4.3 水資源減量

水資源的使用效益評估一直是節水改善的重點，我們透過宣導海報、標語等多元方式宣導，讓節水觀念融入至辦公生活的每個細節。當宣佈執行限水措施時，能立即啟動應變機制，啟用貯水設備，擴大備儲量，持續節約用水。

2021 年推動節水措施方案

| 廠區    | 節水措施   |
|-------|--|
| 總公司   | <ul style="list-style-type: none"> <li>推動綠色生活概念張貼節約用水標語提醒節約用水。</li> <li>採購具有省水標章之水龍頭、馬桶等設備。</li> <li>馬桶水箱放置裝滿水之保特瓶以減少貯水量。</li> <li>庭園綠化選擇耐旱的植物降低澆水用水量。</li> <li>規劃辦公場所建立責任區，由專人加強用水場所日常巡檢。</li> </ul>  |
| 通霄廠   | <ul style="list-style-type: none"> <li>利用第一效之冷凝水作為鍋爐補充水，將電析後的淡海水做為敦親睦鄰的親水廣場與泡腳池用水。</li> </ul>  |
| 生技妝品廠 | <ul style="list-style-type: none"> <li>水龍頭加裝省水墊片或省水器。</li> <li>定期巡檢水管、冷卻水塔進水器設施是否有破裂或漏水。</li> <li>生產單位增設儲水設備及洗車水管控，在不影響品質下，避免浪費。</li> <li>3 月牙膏工場新增設 2 座 3 噸自來水塔。</li> <li>3 月檢討改善洗劑工場、牙膏工場等設備清洗及消毒流程，減少用水量。</li> <li>5 月起增設 6 個水錶監測各工場，每週記錄一次，掌控用水情形。</li> <li>2021 年度月平均用量 875 度。</li> </ul> |

## 2.5 廢棄物管理

### 2.5.1 空氣汙染管理

臺鹽妝品廠、保健廠及通霄廠屬空氣固定汙染源的管制對象，各廠區取得主管機關之核准固定汙染源操作許可證，且確實在作業內容上都依照操作許可證之核可內容進行，並每季定期申報空汙費與排放量。目前工廠產生之空氣汙染物包含粒狀汙染物、氮氧化物、硫氧化物及揮發性有機物，經由氣罩及導管收集至空氣汙染防制設備。法定空汙排放濃度為 40ppm，臺鹽主動將空汙排放濃度目標降低為濃度 30ppm，優於法規。

#### 臺鹽空汙防治設備

01

溼式洗滌塔

02

活性碳吸附塔

03

旋風分離器

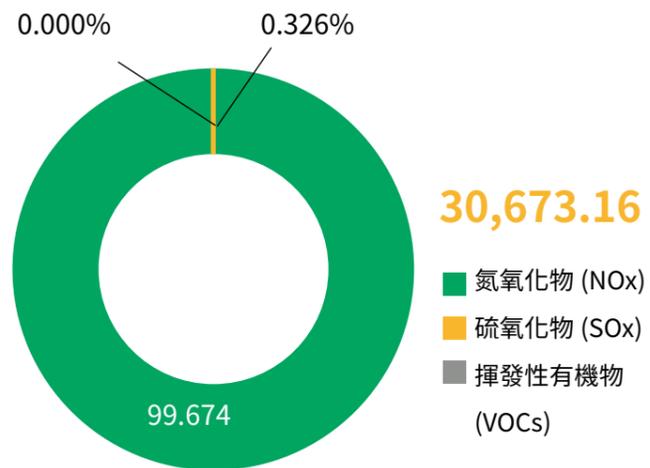
04

脈動式袋式集塵器

註：各項設備列入每日作業巡檢項目及每年度定期保養，確保各項防制設備皆保持正常運作

#### 2021 年空氣汙染物 排放總量 (Kg)

汙染來源中以氮氧化物 (NOx) 佔比最高，主要來自於通霄廠。通霄廠以天然氣為鍋爐燃料，每年依規定委託環保主管機關核可的檢測公司檢測鍋爐排放的廢氣 NOx 濃度，檢測值符合排放標準，且固定實施排放管道 (含煙囪) 的維修保養；妝品廠及保健廠之少量廢氣排放管理符合空氣汙染管制標準；七股鹽場無廢氣排放。臺鹽加強提升設備妥善率，以有效降低空氣汙染 (氮氧化物 NOx) 的排放。



在兩項固定汙染源，「SOx」、「NOx」排放量部分，我們已將「SOx」排放量降至趨近於 0 (2021 年共計 0.14 公斤)、「NOx」排放量大幅下降約 85% 以上。並在固定汙染源的空汙費，達到 0 繳費之顯著成效。

#### 生技保健廠更換為天然氣機組織固定汙染源之「排放量與空汙費」比較表

| 項目       | 鍋爐燃料                 | 低硫燃料油             | 天然氣               |
|----------|----------------------|-------------------|-------------------|
|          |                      | 2019 年第 1 季至第 4 季 | 2020 年第 1 季至第 4 季 |
| 固定汙染源排放量 | SO <sub>x</sub> (Kg) | 0                 | 0                 |
|          | NO <sub>x</sub> (Kg) | 12.03kg           | 4.33 kg           |

#### 近三年空氣汙染物產生量表

| 氮氧化物 (NOx) | 年份   | 廠別    |       |           | 小計        |
|------------|------|-------|-------|-----------|-----------|
|            |      | 妝品廠   | 保健廠   | 通霄廠       |           |
| 產生量 (公斤/年) | 2019 | 21.8  | 12.03 | 26,363.81 | 26,397.64 |
|            | 2020 | 22.91 | 7.55  | 30,532.58 | 30,563.04 |
|            | 2021 | 19.25 | 5.24  | 34850.59  | 34,869.84 |

| 硫氧化物 (SOx) | 年份   | 廠別   |     |     | 小計   |
|------------|------|------|-----|-----|------|
|            |      | 妝品廠  | 保健廠 | 通霄廠 |      |
| 產生量 (公斤/年) | 2019 | 0.16 | 0   | 0   | 0.16 |
|            | 2020 | 0.18 | 0   | 0   | 0.18 |
|            | 2021 | 0.14 | 0   | 0   | 0.14 |

| 揮發性有機物 (VOCs) | 年份   | 廠別     |        |     | 小計       |
|---------------|------|--------|--------|-----|----------|
|               |      | 妝品廠    | 保健廠    | 通霄廠 |          |
| 產生量 (公斤/年)    | 2019 | 90.33  | 0.0106 | 0   | 90.34    |
|               | 2020 | 109.91 | 0.0267 | 0   | 109.94   |
|               | 2021 | 108.21 | 0.0125 | 0   | 108.2225 |

#### 近三年空氣汙染總排放量

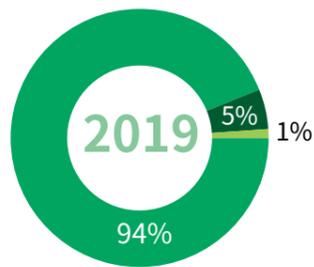
| 年份   | 2019      | 2020      | 2021      |
|------|-----------|-----------|-----------|
| 總排放量 | 26,488.14 | 30,673.16 | 34,978.20 |

### 2.5.2 廢棄物產生管理

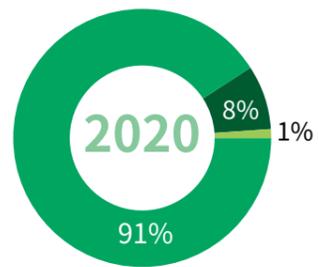
臺鹽妝品廠、保健廠和通霄廠皆屬廢棄物之列管事業，僅產出一般事業廢棄物，主要廢棄物為 (1) 生活垃圾 (2) 製程汙泥 (3) 廢塑膠，每月依規定進行網路申報廢棄物處理量及處理流向，所有廢棄物之清運處理均委由合格廠商進行。台南總公司、儲運所及七股鹽場僅產出一般生活垃圾，同委由合格廠商進行清理；為促進資源回收再利用，達到永續之目的，紙類、鐵類、塑膠類等廢棄物，皆依其性質分別存放於儲存區，不定期通知合格廠商清運至合格處理之機構進行回收再利用。

臺鹽近三年廢棄物總產生量

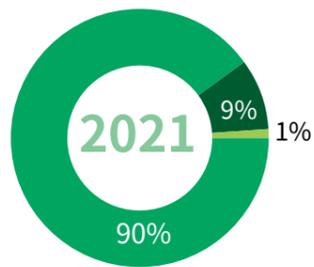
2019 廢棄物產生總量



2020 廢棄物產生總量



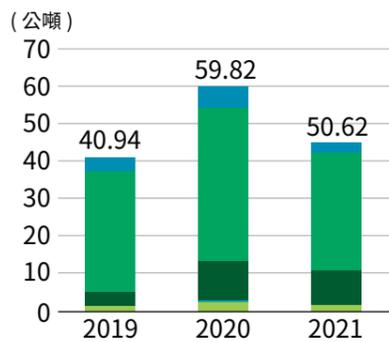
2021 廢棄物產生總量



■ 妝品廠 ■ 保健廠 ■ 通霄廠

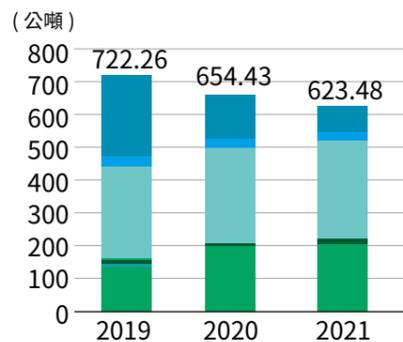
臺鹽 2021 年各廠廢棄物產生量

廢棄物產生量 - 妝品廠



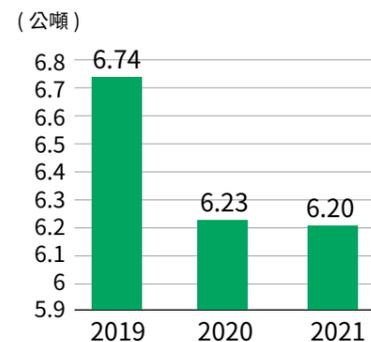
■ 無機性汙泥 ■ 廢活性碳  
■ 廢塑膠容器 (其他塑膠) ■ 廢塑膠混合物  
■ 廢紙 ■ 廢鐵

廢棄物產生量 - 通霄廠



■ 生活垃圾 ■ 無機性汙泥  
■ 廢紙 ■ 廢鐵 ■ 廢塑膠  
■ 其他廢玻璃、陶瓷、磚瓦及黏土等混合物  
■ 滅菌後之非感染性事業廢棄物

廢棄物產生量 - 保健廠



■ 生活垃圾

廢棄物產生量

| 廠別  | 編號 | 廢棄物類別 | 廢棄物名稱        | 產生量 (公噸 / 年) |       |       | 委外處理方式      |
|-----|----|-------|--------------|--------------|-------|-------|-------------|
|     |    |       |              | 2019         | 2020  | 2021  |             |
| 妝品廠 | 1  | 一般事業  | 無機性汙泥        | 1.42         | 2.6   | 7.64  | 物理處理        |
|     | 2  | 一般事業  | 廢活性碳         | 0.02         | 0.01  | 0.01  | 向環保局申報廠內累積量 |
|     | 3  | 一般事業  | 廢塑膠容器 (其他塑膠) | 3.85         | 11.05 | 8.75  | 回收轉賣        |
|     | 4  | 一般事業  | 廢塑膠混合物       | 31.95        | 40.71 | 31.72 | 委外入焚化爐      |
|     | 5  | 資源回收  | 廢紙           | 0.04         | 0.04  | 0.03  | 回收轉賣        |
|     | 6  | 資源回收  | 廢鐵           | 3.66         | 5.41  | 2.47  | 回收轉賣        |
| 小計  |    |       |              | 40.94        | 59.82 | 50.62 |             |

| 廠別  | 編號 | 廢棄物類別 | 廢棄物名稱  | 產生量 (公噸 / 年) |      |      | 委外處理方式 |
|-----|----|-------|--------|--------------|------|------|--------|
|     |    |       |        | 2019         | 2020 | 2021 |        |
| 保健廠 | 1  | 一般事業  | 生活垃圾   | 6.74         | 6.23 | 6.2  | 焚化     |
|     | 2  | 一般事業  | 廢塑膠混合物 | -            | -    | -    | 專業掩埋   |
|     | 3  | 一般事業  | 有機性汙泥  | -            | -    | -    | 專業掩埋   |
| 小計  |    |       |        | 6.74         | 6.23 | 6.2  |        |

| 廠別  | 編號   | 廢棄物類別     | 廢棄物名稱              | 產生量 (公噸 / 年) |        |           | 委外處理方式 |
|-----|------|-----------|--------------------|--------------|--------|-----------|--------|
|     |      |           |                    | 2019         | 2020   | 2021      |        |
| 通霄廠 | 1    | 一般事業      | 生活垃圾               | 132          | 195    | 201       | 焚化     |
|     | 2    | 一般事業      | 其他廢玻璃、陶瓷、磚瓦及黏土等混合物 | 6.36         | -      | 1.05      | 物理處理   |
|     | 3    | 一般事業      | 無機性汙泥              | 17.74        | 10.02  | 13.435    | 再利用    |
|     | 4    | 一般事業      | 滅菌後之非感染性事業廢棄物      | 0.50         | 0.22   | 0.2065    | 委外入焚化爐 |
| 5   | 有害事業 | 毒性化合物 - 汞 | -                  | -            | 0      | 環保署專案核准處理 |        |
| 6   | 資源回收 | 廢紙        | 284.73             | 295.16       | 303.51 | 再利用       |        |
| 7   | 資源回收 | 廢塑膠       | 28.01              | 22.61        | 25.98  | 再利用       |        |
| 8   | 資源回收 | 廢潤滑油      | -                  | -            | 0      | 再利用       |        |
| 9   | 資源回收 | 廢鐵        | 252.92             | 131.42       | 78.3   | 再利用       |        |
| 小計  |      |           |                    | 722.26       | 654.43 | 623.48    |        |

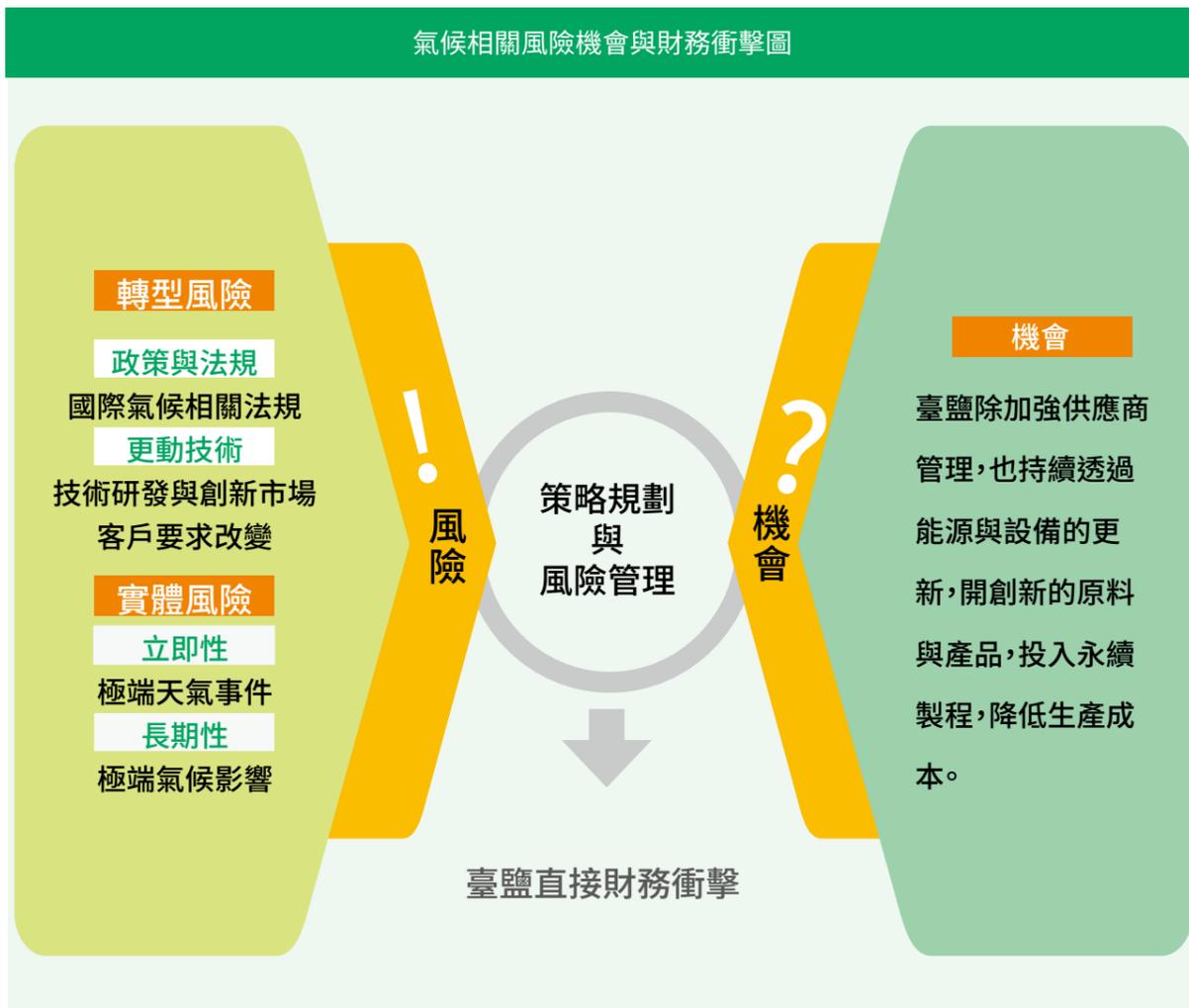
為減少對環境的衝擊，臺鹽積極推動垃圾分類及資源回收制度，並改善製程以降低事業廢棄物數量，2021 年廢棄物量減少約 31 公噸，約降低 5%。

## 2.6 氣候變遷風險鑑別

全球氣候變遷之衝擊已逐漸顯示為不可忽視的重要議題，聯合國 2015 年通過《巴黎協定》並提出全球的減碳目標，我國政府也推出相關政策積極響應全球減碳行動。臺鹽為食品及生技製造業，氣候變遷亦會對我們的營運過程產生重大影響。

臺鹽公司於 2021 年起導入聯合國金融穩定理事會（Financial Stability Board）發布之 TCFD（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）氣候相關財務資訊揭露建議架構。我們鑑別出氣候變遷在災害面、法規面及市場面所帶來的風險，並提出因應措施，藉此有效管理所面對的氣候變遷風險。例如：擬定溫室氣體排放減量措施，改善能源效率降低成本，並發展再生能源，降低溫室氣體排放對地球暖化之氣候衝擊。為響應國家減碳政策與全球因應氣候風險趨勢，臺鹽將持續審慎評估氣候變遷的風險與機會。

氣候相關風險機會與財務衝擊圖

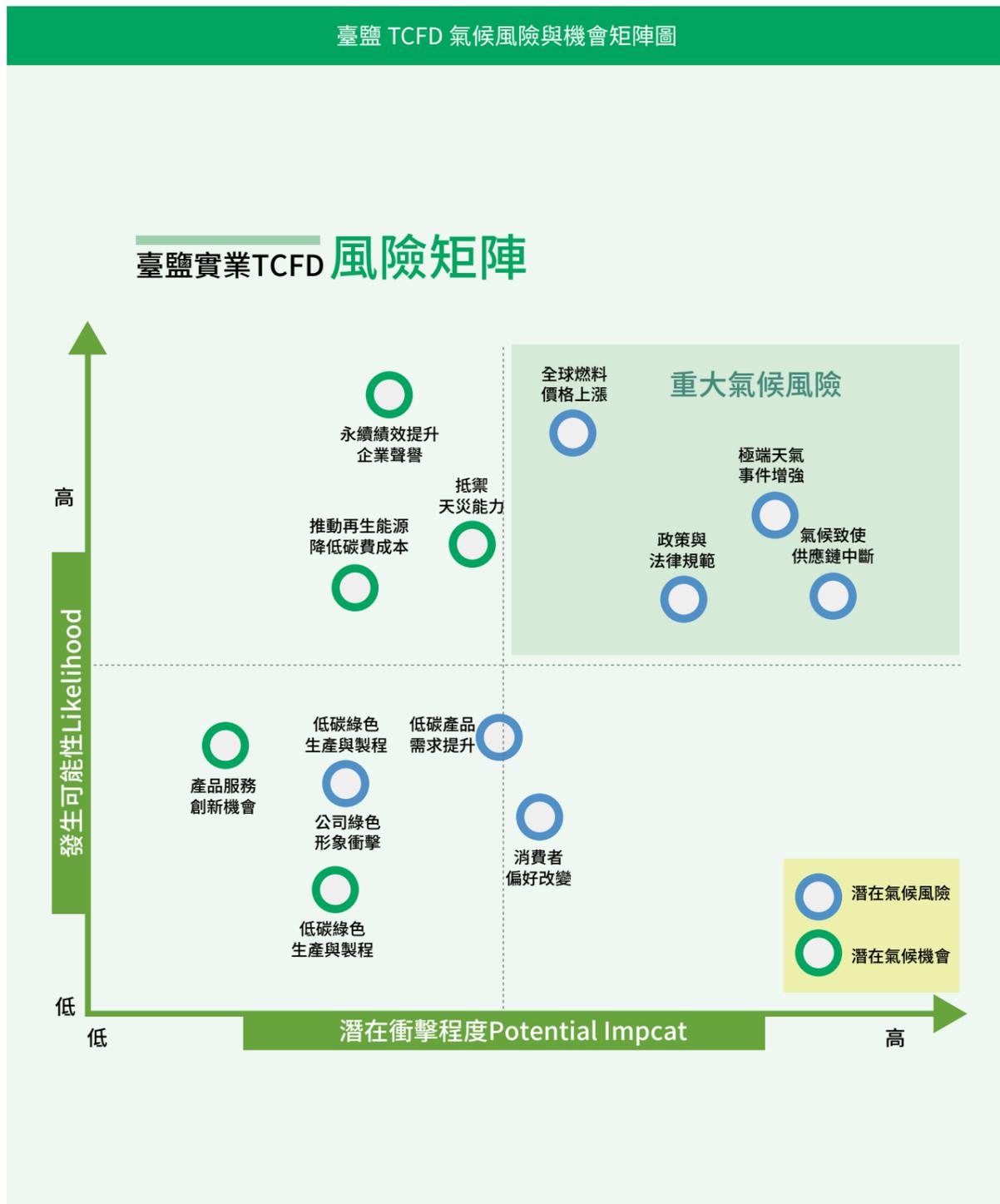


|                      |              |  |
|----------------------|--------------|--|
| 臺鹽實業<br>TCFD<br>揭露架構 | <b>治理</b>    | 臺鹽永續發展委員會由總經理擔任主任委員，每年定期開會進行永續發展規畫、執行與績效檢視。2021 年著重於主管階層對於氣候變遷風險因素的強化，透過教育訓練提高氣候變遷因應之認知。   |
|                      | <b>策略</b>    | 2021 年推動重點將在於內部對於氣候變遷風險與機會進行更深入探討與溝通，進而擬定短、中、長期策略，以因應組織營運、策略與對財務規畫的衝擊，強化臺鹽對於氣候風險的調適能力。   |
|                      | <b>風險管理</b>  | 依據 TCFD 建議之氣候相關風險類型，定期執行風險評估的程序，依據風險與機會發生之機率及其衝擊程度，作為營運規畫之策略依據，未來亦將每年持續進行風險評估。   |
|                      | <b>指標與目標</b> | 持續進行設備汰舊換新，並繼續推動 ISO14064-1 溫室氣體盤查，落實短、中、長期減碳目標。針對重大風險議題，臺鹽透過指標與目標的設定，檢視年度成果進行追蹤、檢討及管理，依此設立出未來的年度目標激勵本公司各單位遵循，落實氣候風險管理，亦同時達成對利害關係人以及環境影響的承諾。 |

臺鹽透過系統性的評估流程審視及評估氣候風險，透過質化訪談與量化分析完善氣候風險的管理機制，並透過整體的風險政策，將氣候風險整合至我們的風險管理框架之中。

|    |               |   |
|----|---------------|---|
| 辨識 | 主管訪談          | 透過訪談各單位中高階主管，以質化方式初步蒐集並鑑別臺鹽的潛在氣候風險與機會，並盤點各氣候風險對於臺鹽的影響。    |
| 衡量 | TCFD問卷發放及回收   | 透過量化氣候風險問卷調查，衡量並鑑別出臺鹽最重大的六項關鍵氣候風險因子。2021年度發放24份問卷，回收24份。  |
| 分析 | 氣候風險分析與評估     | 透過外部情境分析工具，並依據衝擊度與發生可能性兩項參數進行問卷結果彙整分析，評估產出臺鹽TCFD氣候風險矩陣。   |
| 管理 | 氣候風險機會因應策略與管理 | 揭露氣候風險鑑別結果，協助利害關係人知悉各項氣候變遷因子對臺鹽的可能影響與重大性，並提出因應的策略方針及管理方法。 |

臺鹽公司於 2021 年首次導入氣候變遷風險財務揭露架構，以量化問卷調查分析，鑑別出關鍵氣候風險因子形成重大性排序，並由衝擊度與可能性等二項參數之計算衡量 7 項氣候風險因子，透過氣候風險值量化分析繪製出風險與機會矩陣，鑑別出 4 項高度風險、3 項一般風險、及 5 項氣候變遷機會因子，其重大性分布請見下圖。



臺鹽針對氣候變遷風險再調查的結果，氣候相關風險主要可分為實體風險（極端天氣增強、氣候因素致使供應鏈中斷、全球燃料價格上漲）及轉型風險（政策與法律規範、低碳產品需求提升、公司綠色形象衝擊、消費者偏好改變），以強化氣候變遷之因應。臺鹽將於近年內針對各項風險與機會進行進一步的分析與探討，研擬下一階段的因策略，同時做更完整的資訊揭露，包含相關風險與機會對於營運、收入或支出可能影響之財務影響。

| 風險類別        | 氣候風險項目      | 衝擊面向  | 臺鹽因應作為   |
|-------------|-------------|---|--|
| 實體風險<br>立即性 | 極端天氣增強      | 氣候變遷造成廠區災損，產品製造品質不穩定造成退貨風險增加                                    | 訂定危機管理程序，設立 24 小時搶救小組以維持廠區運轉。  |
| 實體風險<br>長期性 | 氣候因素致使供應鏈中斷 | 氣候變遷造成原物料成本上升或導致產能減少或中斷<br>新冠肺炎疫情造成工廠停工或供應鏈中斷導致斷或風險，無法供應國內用鹽需求。 | 落實供應商考核機制，強化供應商品質與環境管理能力，並且強化備援供應商名單。<br>平時維持庫存量超過一個月以上，在疫情嚴峻期間要求庫存量達到三個月以上。 |
|             | 全球燃料價格上漲    | 全球燃料價格波動影響生產及營運成本   | 推動再生能源發展計畫及使用潔淨能源。   |
| 轉型風險        | 政策與法律規範     | 溫室氣體排放減量及管理規範   | 提高產品能源使用效率。  |
|             |             | 溫室氣體強制盤查申報  | 推動數據盤查，了解溫室氣體排放與能源使用現況。  |
|             |             | 總量管制與排放交易制度   | 推動再生能源發展計畫及使用潔淨能源。   |
| 轉型風險<br>技術  | 低碳產品需求提升    | 利害關係人對低碳產品服務的關注提升   | 推廣綠色生產、綠色包裝，確保服務品質、創造節能效益。   |
| 轉型風險<br>聲譽  | 公司綠色形象衝擊    | 影響公司聲譽、營收減少   | 對外倡議，與政府、同業共同推動氣候變遷相關倡議與計畫。  |
| 轉型風險<br>市場  | 消費者偏好改變     | 新客培養不易、加盟門市擴展艱辛、產品取代性高等皆為挑戰                                     | 重新整併產品、規畫產品研發、持續精進的品牌行銷策略。   |

# CH3 齊心共好

促進國民的健康與福祉，是臺鹽 70 年來的使命，以「共榮互利」經營理念，積極與這片土地互動。臺鹽致力於產品知識推廣、地方觀光發展，透過參訪導覽、公益活動、與社區互動，打造臺鹽優良品牌，贏得消費者的信任。2021 年臺鹽持續深耕與消費者、員工、供應商及在地社區社會間的互動，共同為這片土地帶來正面的影響力而努力。

## 3.1 消費者 / 顧客健康與安全

## 3.2 客戶服務與溝通

## 3.3 員工留才與培育

## 3.4 完善的員工照顧

## 3.5 社會回饋

優先閱讀對象

- 員工
- 客戶
- 供應商 / 承攬商 / 外包商
- 股東 / 投資人
- 政府機關
- 媒體
- 社會社區

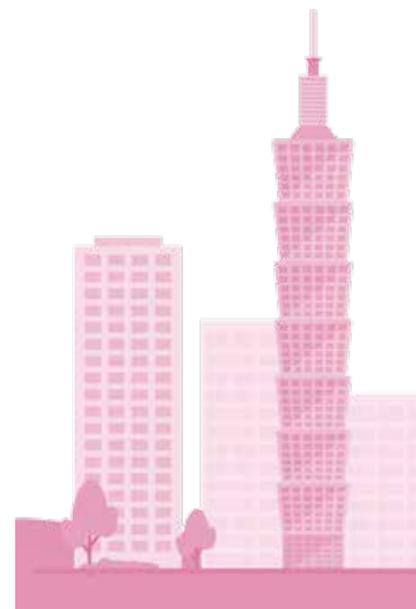
對應 SDG



### 章節亮點彙整

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>雙重認證</b>                  | 通過國內外職業安全衛生管理系統 ISO45001:2018 及 CNS 45001:2018 雙重標準認證。  |
| <b>902 小時</b>                | 2021 年臺鹽共開設 28 場針對員工及承攬商之職業安全衛生課程，參與人次共 297 人次，訓練時數總計 902 小時。   |
| <b>超額聘用身心障礙員工達 50%</b>       | 優於現行法規限制，臺鹽落實友善職場，超額聘用身心障礙員工達 50%，首獲 2021 年台南市五心職場認證，並獲頒榮獲台南市 110 年身心障礙者績優機關。                                   |
| <b>連續 12 年 0 糾紛 0 勞動法規違規</b> | 臺鹽積極主動建立友善工作環境，獲衛福部職場認證，2021 年未有勞動相關法規違規、受懲處罰緩勞資糾紛事件及勞資糾紛事件，臺鹽公司已連續 12 年未發生勞資爭議等影響企業形象之事件，未來也將積極與員工溝通，致力維護勞資和諧。 |
| <b>設置員工休息室</b>               | 臺鹽於 2021 年設置員工發想室，提供員工交流與休憩，促進同仁間交流。  |

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <b>建置員工輪調平台</b>          | 於 2021 年間，臺鹽建置員工輪調平台，提供員工多元職涯發展的機會。   |
| <b>捐贈費用增加超過 2 佰 7 拾萬</b> | 2019 年至 2021 年捐贈費用合計逾 3 仟 1 佰萬元，2021 年捐贈較 2020 年增加超過 2 佰 7 拾萬。  |
| <b>90.6% 在地僱員</b>        | 臺鹽通霄觀光園區與七股鹽場員工達 9 成皆為雇用在地員工，致力支持與提供當地就業機會。   |
| <b>攤商租金免收</b>            | 七股鹽場因 2021 年疫情三級警戒，5 至 9 月攤商租金水電 100% 免收，其餘時間租金正常，並減少專櫃 10% 抽成。   |
| <b>0 職災</b>              | 臺鹽遵守職業安全衛生法令，2021 年無死亡等重重大職業災害發生  |
| <b>84%</b>               | 2021 年每月進行來客滿意度問卷調查，取樣本數 12 份，每年合計 12 次。2021 年獲得 84% 高滿意度。  |
| <b>栽種 1558 棵樹</b>        | 2021 年七股鹽山持續致力鹽地綠化，2021 年積極培育園區內各區塊綠化作業，栽種 1558 棵植栽，其中欖李 493 棵，花旗木 397 棵，福木 200 棵，瓊涯海棠 110 棵，木麻黃 100 棵，杉欖李 100 棵等植物，並培育濕地紅樹林水鼻仔，維護濕地環境生態。 |
| <b>91.77 分</b>           | 2021 年臺鹽包裝水及鹽經銷商回饋滿意度達 91.77 分。   |



### 管理方針 - 消費者 / 顧客健康與安全

|             |   |
|-------------|---|
| <b>政策</b>   | 品質第一、安全有效、卓越創新、客戶滿意。                        |
| <b>承諾</b>   | 採取優於法規的高檢驗標準，讓消費者更為安心。                      |
| <b>目標</b>   | 短期 品質目標達成。                                  |
|             | 中期  |
|             | 長期 客戶滿意持續提升。                                |
| <b>責任</b>   | 各單位主管。                                      |
| <b>資源</b>   | 實驗室檢驗系統維護、品質系統維護。                           |
| <b>申訴機制</b> | 消費者服務專線 / 客服系統。                             |
| <b>行動</b>   | 1. 遵循各項食安相關法規，確認產品從內容物到包裝標示皆符合食安法規、保障消費者健康。 |
|             | 2. 設立品管實驗室、原物料入料經檢驗確認始可投產，成品經檢驗確認始可出貨。      |
|             | 3. 原物料、製程、成品皆批號管制連結，可進行追蹤追溯。                |
| <b>評量機制</b> | 1. 客戶滿意度情形。                                 |
|             | 2. 客訴情形。                                    |

### 管理方針 - 品質管理

|             |  |
|-------------|--|
| <b>政策</b>   | 品質第一、安全有效、卓越創新、客戶滿意。   |
| <b>承諾</b>   | 在訴求堅持品質的理念之下，我們全面推動「品質管理系統」活動，並追求持續改善及問題矯正與預防，以確保產品安全、減少浪費、降低不良率，同時提昇品質、生產力及顧客滿意水準。  |
| <b>目標</b>   | 短期 品質目標達成。<br>中期<br>長期 客戶滿意持續提升。   |
| <b>責任</b>   | 各單位主管。   |
| <b>資源</b>   | 實驗室檢驗系統維護、品質系統維護。  |
| <b>申訴機制</b> | 消費者服務專線 / 客服系統。  |
| <b>行動</b>   | 1. 以自有品管實驗室，進行原物料 / 半成品 / 成品自主品管、代工產品產製製程現場查核。<br>2. 目前已導入 ISO 9001/ISO 22000/HACCP/TQF/ 有機加工生產線 / 醫材 GMP 等品質管理系統，並通過相關驗證。<br>3. 產品品質認證：如 SNQ(國家品質標章)。 |
| <b>評量機制</b> | 1. 通過相關品質系統驗證查核。<br>2. 客戶滿意度情形。<br>3. 客訴情形。  |



### 管理方針 - 企業品牌形象

|           |   |
|-----------|---|
| <b>政策</b> | 運用臺鹽海洋生技和品牌行銷優勢，升級虛實服務提升購物環境，並鎖定目標對象投入公益，增進社會福祉，創造企業品牌與社會價值。  |
| <b>承諾</b> | 健康、美麗、永續的品牌理念。  |
| <b>目標</b> | 短期 2022 年為臺鹽公司 70 週年，規畫主題行銷企劃，與事業部門合作搭配銷售檔期規劃週年活動，凝聚員工向心力、回饋消費者的支持。<br>整合台鹽生技虛實通路，建立便利友善的購物環境，並扶植在地小農，為消費者提供品質優良的產品與服務。<br>中長期 1. 落實「經營方針 4+1」公司政策(品牌優質化、產品多元年輕化、市場國際化、虛實整合數位化、資產活化)中品牌行銷處專責的品牌形象、ESG 及廣宣年輕化項目。<br>2. 以商品結合公益活動之行銷方式，選擇協助對象長期投入公益，提升品牌和企業形象，落實 ESG 永續理念。<br>3. 帶入利害關係人與公部門、消費者、社區和社福團體合作，建立產品捐助物資平台，增加物資受贈對象，擴大社會回饋之公益參與，提升企業形象，實踐社會關懷。 |

|             |  |
|-------------|--|
| <b>責任</b>   | 品牌行銷處  |
| <b>資源</b>   | 1. 公司捐贈公益預算。<br>2. 公關媒體與政府社團關係。<br>3. 品牌行銷處、海化和生技業務相關人力資源。   |
| <b>申訴機制</b> | 1. 臺鹽全球資訊網、Facebook 粉絲團。<br>2. 台鹽線上購。<br>3. 0800 客服專線。<br>4. 消費者反饋。  |
| <b>行動</b>   | 1. 為行銷 70 週年，徵求同仁投稿票選出「臺鹽 70 貨真價實」作為指標、集合一級主管與同仁大合照、規劃母親節主題檔期、媒體專訪曝光等，對內凝聚共識、對外強化品牌形象。<br>2. 電商組與台鹽線上購平台成立，推出檔期活動銷售商品，並與全台台鹽生技實體門市合作，規劃到店取貨服務，便利消費者，也達到導購的效果。<br>3. 台鹽線上購推出小農直送專區，開發身障庇護有機紅藜農場 - 「糧萃庇護農場」、台南東山青農返鄉堅持柴燒龍眼古法的「家農場」作為第一批合作扶植對象，並訂定 KPI，每年開發 3 家以上作為目標。<br>4. 執行客戶關懷與社會公益小組於 2021 年委員會之提案，2022 年 2 月發佈臺鹽志工隊辦法，成功召集 41 位志願員工，將每年舉辦 1 次以上志工服務，實踐企業社會責任。<br>5. 長期捐贈伊甸、華山基金會等社福團體，和各大專院校偏鄉照護醫療團隊等所需物資。<br>6. 各類媒體廣宣效益評估與社群媒體操作，拋磚引玉刺激更多企業共襄盛舉。 |
| <b>評量機制</b> | 1. 媒體露出統計及廣宣效益。<br>2. 受贈團體意見回饋。  |



### 管理方針 - 員工待遇與福利

|           |  |
|-----------|--|
| <b>政策</b> | 秉持員工為公司核心及重要資產之理念，建立完善薪酬制度與福利政策。   |
| <b>承諾</b> | 永續經營、幸福企業。   |
| <b>目標</b> | 短期 落實企業獲利分享員工。<br>中期 提升員工福利，增加員工生活保障。<br>長期 公司永續經營，建構幸福企業。   |
| <b>責任</b> | 行政處長   |
| <b>資源</b> | 1. 本公司薪資報酬委員會。<br>2. 本公司福利委員會。<br>3. 本公司退休金監督委員會。<br>4. 本公司持股信託委員會。<br>5. 本公司團體協約。<br>6. 本公司章程。<br>7. 本公司調薪及升降等作業實施要點。<br>8. 本公司三節及績效獎金核發要點。<br>9. 本公司從業人員持股信託獎勵辦法。<br>10. 本公司員工酬勞分派要點。<br>11. 本公司退休撫恤及資遣辦法。 |

**申訴機制** 可向各級主管反應或依據臺鹽「申訴 / 檢舉作業要點」向行政處處長進行申訴。

- 行動**
1. 提供完善的薪酬制度，給予同仁優於業界的薪資水平，每年依公司營運狀況等因素辦理調薪，近三年平均調幅約 3%。
  2. 依公司經營績效核發獎金，110 年度績效獎金平均達 3.5 個月。
  3. 依據公司章程每年提撥獲利 2.25%-3.75% 為員工酬勞，110 年度依獲利狀況提撥 3.75% 為員工酬勞。
  4. 自強活動旅遊每人補助 7,000 元、發放三節福利金、子女助學金及提供特約商店等。
  5. 自 110 年度起調高生日禮金為 1,800 元、退休慰問金 5,000 元，另增加生育津貼 3000 元。
  6. 鼓勵同仁參加持股信託，公司提撥相對 20% 獎勵金。
  7. 為員工加保團體保險落實保障員工福利。
  8. 為照顧約雇人員，增加約雇人員三節慰勞金。
  9. 為提升疫苗接種率，110 年度提供同仁可支薪疫苗接種假。
  10. 設置發想室，提供悠閒的環境、舒適的環境讓同仁於工作閒暇之餘可以放鬆心情、整理思緒。

**評量機制** 每年定期勞資協商。

### 管理方針 - 勞資溝通

- 政策** 加強與工會及員工溝通，促進團結，建立和諧之勞資關係。
- 承諾** 永續經營、幸福企業。
- 目標**
- 短期 打造安全衛生勞動環境，維護員工身心健康。
  - 中期 強化職涯規劃，協助員工適性就業。
  - 長期 促進勞動力永續發展，打造幸福企業。
- 責任** 一級主管

- 資源**
1. 臺鹽公司企業工會聯合會。
  2. 臺鹽公司企業工會。
  3. 通霄精鹽廠企業工會。
  4. 生技廠企業工會。
  5. 生技三廠企業工會。
  6. 七股鹽場企業工會。
  7. 本公司職業安全委員會。
  8. 本公司「申訴 / 檢舉作業要點」。
  9. 本公司人權政策。

**申訴機制** 公司設有多樣溝通管道，員工可向各級主管反應或可透過本公司各工會組織定期召開之會員代表大會、理監事會議等適時發聲，公司都將以書面正式回覆員工意見。

**行動**

1. 每年定期勞資協商，決定年度調幅。
2. 簽訂團體協約，並定期協商修訂。
3. 推動康樂活動 (如春季健走、攝影比賽等) 及健康職場認證。
4. 設置哺乳室，鼓勵女性同仁哺餵母乳；另與優良托兒服務機構簽訂特約，解決員工托兒問題。
5. 設置無障礙廁所、坡道及車位。
6. 定期辦理消防訓練，其硬體設備如滅火器等也定期檢修。
7. 為打造舒適工作環境，有庭園造景、景觀魚池及環境綠化。
8. 進行人員關懷訪談，以了解並發現同仁問題，進而解決問題。
9. 成立「個人輪調意願調查平台」，截至目前共 21 人於輪調平台表達職務調整意願，其中約 20% 依其意願完成職務調整。
10. 設立董事長信箱，讓同仁能有窗口踴躍表達心聲及提出興革建議。

**評量機制** 定期勞資協商

### 管理方針 - 職業健康安全

- 政策** 遵循職安法要求，藉由醫護人員及醫師的臨場健康服務，達到健康管理、職業病預防及健康促進之目的。
- 承諾** 透過健康檢查結果及問卷，透過臨場醫師及護理人員進行健康管理。
- 目標**
- 短期 人數達 100 人以上的單位 (總公司、通霄精鹽廠、生技妝品廠)，於 109 年度起完成醫護人員及醫師臨場健康服務。
  - 中期 其他生產單位 (保健廠、七股鹽場、進口鹽儲運所) 納入臨場健康服務。
  - 長期 全公司 (北中南營業所) 納入臨場健康服務。
- 責任** 各單位職安人員主辦。
- 資源** 臨場醫護人員及醫師。
- 申訴機制** 員工投訴信箱與勞資會議。
- 行動**
1. 通霄精鹽廠於 107 年 7 月起執行臨場健康服務；總公司及生技妝品廠於 109 年 1 月起執行臨場健康服務。
  2. 提升員工健檢受檢率達 95% 以上。
- 評量機制** 透過健檢受檢率、臨場服務人次、異常比例改善情形評估成效性。

### 3.1 消費者 / 顧客健康與安全

臺鹽以守護消費者健康為要，著重品質與安全，為使消費者安心，從原料到成品，臺鹽均進行嚴格檢驗控管，要求生產工廠應符合主管機關相關規範與標準，更採取優於法規之高檢驗標準。2014年7月，臺鹽整合研發、生產製造、法務及行銷等相關單位，設置「臺鹽實業股份有限公司產品品質安全委員會」，依循 HACCP 架構設有食安小組機制，並每年定期由一級主管組成開會，審議、執行及監督產品品質安全等相關業務，使消費者更安心。

臺鹽以為消費者產品品質與安全把關為任，在產品品質安全委員會的監督下，為讓消費者更加放心使用臺鹽之產品，委員會於 2021 年針對異味水檢測等問題，向相關供應商與單位要求持續控管與追蹤，以降低消費者之疑慮。並配合最新食品法規，要求生技處於直營加盟店產品教育訓練內容增加新法規的宣導，並於年底回報執行狀況。



| 臺鹽各廠遵循之食品安全及品質管理 |      |   |        |
|------------------|------|---|--------|
| 產品類別             | 生產工廠 | 國內外相關食品安全及品質管理標準  | 生產產品占比 |
| 鹽品               | 通霄廠  | ISO 9001 品質管理系統驗證<br>ISO 22000 食品安全管理系統驗證<br>清真產業品質保證推廣協會清真認證                             | 100%   |
| 包裝飲用水            | 通霄廠  | TQF 臺灣優良食品驗證制度<br>ISO 9001 品質管理系統驗證<br>ISO 22000 食品安全管理系統驗證<br>SNQ 認證<br>清真產業品質保證推廣協會清真認證 | 100%   |
| 美容保養品            | 妝品廠  | ISO 9001 品質管理系統驗證<br>ISO 22716 化粧品 GMP 驗證<br>衛福部自願性化粧品優良製造證明書                             | 100%   |
| 清潔用品             | 妝品廠  | ISO 9001 品質管理系統驗證<br>經濟部標準檢驗局牙膏正字標記<br>SNQ 認證   | 100%   |

| 產品類別        | 生產工廠 | 國內外相關食品安全及品質管理標準   | 生產產品占比 |
|-------------|------|--|--------|
| 膠囊類<br>保健食品 | 保健廠  | ISO 9001 品質管理系統驗證<br>ISO 22000(含 HACCP) 食品安全管理系統驗證<br>TQF 臺灣優良食品驗證制度<br>SNQ 認證 | 100%   |
| 保健食品        | 保健廠  | ISO9001 品質管理系統驗證<br>SNQ 認證   | 100%   |
| 醫療器材        | 保健廠  | ISO9001 品質管理系統驗證<br>GMP 醫療器材優良製造規範   | 100%   |



2021 年臺鹽生技二廠  
膠囊狀、粉劑、錠劑產品通過 TQF 與 HACCP 認證

### 3.1.1 相互稽核

臺鹽注重產品對消費者健康的影響力，我們以「工廠品質相互稽核作業規定」為消費者把關，積極要求各個工廠須依規進行相互稽核，確保作業人員、生產環境、衛生設施管理及品保制度，均遵行主管機關規範、食品良好衛生規範 (GHP) 和 ISO 品質系統，透過各廠間相互稽核，增進品質技術交流，強化持續改善的精神，提升品質管理能力。2021 年，臺鹽無發生違規情形，完善的食品衛生安全 100% 管理所有廠區與其所生產之產品。

#### 臺鹽工廠品質相互稽核流程



#### 2021 年臺鹽各廠相互稽核總覽

| 稽核時間        | 受稽核工廠  | 稽核者         | 稽核重點  |
|-------------|--------|-------------|---|
| 2021 年 10 月 | 生技保健廠  | 通霄精鹽廠 & 研發處 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 食品產品包裝標示。</li> <li>2. 食品添加物管理。</li> <li>3. 廠區衛生管理。</li> <li>4. 原物料來源品質管理。</li> <li>5. 食品追蹤追溯系統及上傳非追不可資料查核。</li> <li>6. 食品強制檢驗 &amp; 食品安全監測計畫。</li> <li>7. 近三年來保健廠外部單位及內部相互稽核之缺失與建議。</li> <li>8. 重大客訴改善進行確效查核。</li> <li>9. 新增或變更食品相關法規執行情形。</li> </ol> |
| 2021 年 11 月 | 進口鹽儲運所 | 生技保健廠 & 研發處 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 食品產品包裝標示。</li> <li>2. 食品輸入管理。</li> <li>3. 原物料來源品質管理。</li> <li>4. 食品追蹤追溯系統及上傳非追不可資料查核。</li> <li>5. 食品強制檢驗 &amp; 安全監測計畫。</li> <li>6. 廠區衛生管理。</li> <li>7. 近三年來儲運所內部相互稽核之缺失與建議進行確效查核。</li> <li>8. 重大客訴改善進行確效查核。</li> <li>9. 新增或變更食品相關法規執行情形。</li> </ol>   |
| 2021 年 12 月 | 生技妝品廠  | 研發處 & 企發處   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 化妝品產品包裝標示。</li> <li>2. 廠區衛生管理。</li> <li>3. 委外代工產品之品質安全管理。</li> <li>4. 原物料來源品質管理。</li> <li>5. 近三年來妝品廠外部單位及內部相互稽核之缺失與建議。</li> <li>6. 重大客訴改善進行確效查核。</li> <li>7. 新增或變更化妝品相關法規執行情形。</li> <li>8. 化妝品產品登錄查核。</li> </ol>                                      |

2021 年通霄精鹽廠 & 研發處至生技保健廠進行相互稽核實地查核



2021 年保健廠與研發處前往台中儲運所進行相互稽核會議



2021 年研發處 & 企發處至生技妝品廠進行相互稽核實地查核



### 3.1.2 TAF 國際認證實驗室

臺鹽的研發處分析檢驗組實驗室通過 TAF (Taiwan Accreditation Foundation) 全國認證基金會的認證，是國內唯一獲得「鹽品重金屬檢測」之認證實驗室，另取得食品及化妝品法規規範之主要檢驗項目認證。



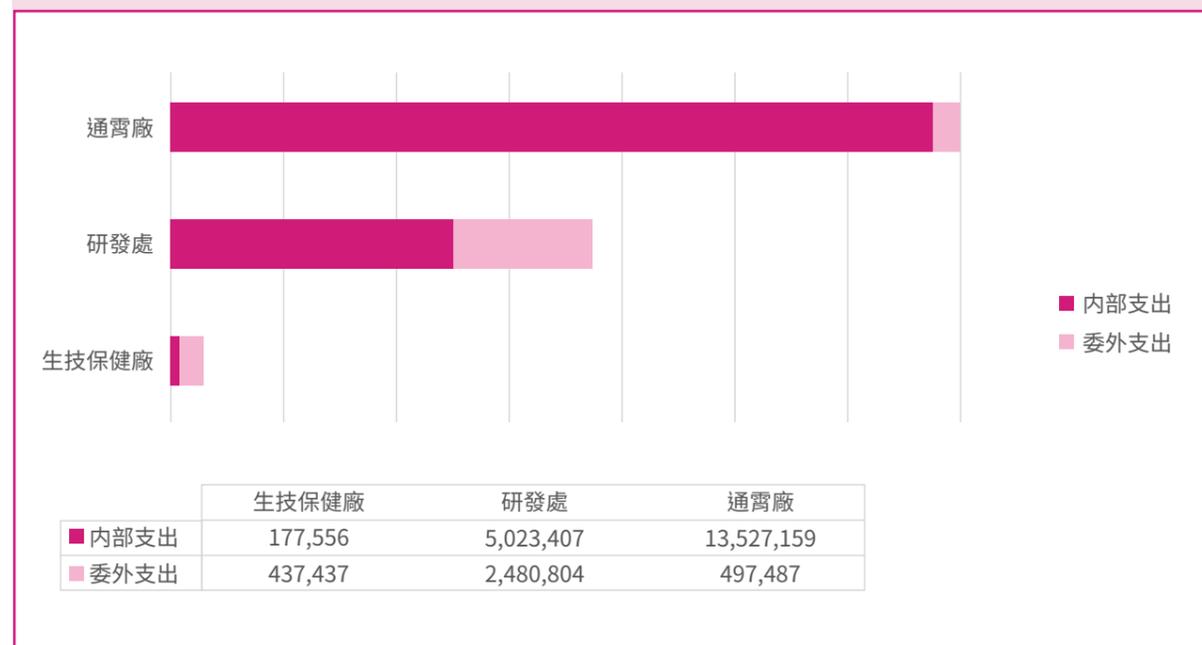
### 臺鹽研發實驗室成分檢驗項目

| 類別    | 檢驗項目  |
|-------|---|
| 指標成份  | 薑黃素   |
| 健康氟碘鹽 | 氟、碘   |
| 食品    | 重金屬(砷、鉛、銅、鎘、汞)、* 微生物(總生菌數、大腸桿菌、大腸桿菌群)、腸桿菌、金黃葡萄球菌、沙門氏菌 |
| 化妝品   | * 重金屬(砷、鉛、銅、鎘、汞)、* 微生物(總生菌數、總真菌)、防腐劑效能試驗、防腐劑          |
| 鹽品    | * 重金屬(砷、鉛、銅、鎘、汞、鐵)、氯化鈉含量、粒徑、水分、水不溶物、硫酸根               |
| 水     | 重金屬(砷、鉛、銅、鎘、汞、鋅)、微生物(總生菌數)、礦物質                        |

註：\* 為 TAF 認證之檢驗項目，臺鹽亦取得食品大腸桿菌及大腸桿菌群之認證項目。

在全球認證組織多邊相互承認的協議下 (ILAC)，臺鹽實驗室檢測鹽品重金屬含量之技術與品質能力獲得國際認可，臺鹽亦取得精鹽的砷、鉛、銅、鎘、汞、鐵分析技術 TAF 認證，檢測技術的公信力不斷持續提升，大幅度的拉開與其他競爭者的技術水平。

### 臺鹽 2021 年各廠食品安全實驗室內外部檢驗支出 (單位：新臺幣)



### 臺鹽近三年安全實驗室總支出 (單位：元)

| 支出廠區         | 2019 年     | 2020 年     | 2021 年     |
|--------------|------------|------------|------------|
| 研發處          | 9,940,773  | 9,738,684  | 7,504,211  |
| 通霄廠          | 12,017,625 | 12,307,510 | 14,024,646 |
| 保健廠          | 860,742    | 508,792    | 614,993    |
| 合計           | 22,819,140 | 22,554,986 | 22,143,850 |
| 支出公司營收占比 (%) | 0.79%      | 0.71%      | 0.54%      |

註：由於 2021 年臺鹽營收成長，故實驗室支出營收占比略為下降。

### 臺鹽近三年安全實驗室委外支出 (單位：元)

| 支出廠區 | 2019 年    | 2020 年    | 2021 年    |
|------|-----------|-----------|-----------|
| 研發處  | 4,613,769 | 4,736,261 | 2,480,804 |
| 通霄廠  | 534,236   | 746,988   | 497,487   |
| 保健廠  | 582,364   | 363,792   | 437,437   |
| 合計   | 5,730,369 | 5,847,041 | 3,415,728 |

## 3.2 客戶服務與溝通

### 3.2.1 聆聽客戶需求與解答

「以客為尊」是臺鹽消費服務的宗旨，因此設立客服專線、客戶滿意度調查、加盟店直接反應及 FB 粉絲團小編即時服務等，提供消費者多元客服管道；面對民眾相關問題，臺鹽秉持著 15 分鐘內給予回覆的原則，深耕臺鹽與消費者之間的連結。臺鹽透過為消費者嚴格把關產品品質，贏得消費者的信賴，並於市場樹立良好品牌形象與企業信譽。

為加強臺鹽的企業永續作為，我們曾向消費者蒐集對於臺鹽企業社會責任的看法，有三大發現：

(一) 環保產品

包裝輕量化等友善環境的產品，有利於提高購買意願。

(二) 溝通渠道

主要的產品諮詢管道，消費者傾向以門市櫃台、客服專線及官網意見箱。

(三) 最新消息

新聞媒體和臺鹽社群網站的追蹤是消費者主要了解臺鹽的企業活動與訊息之管道。

為保障消費者的個人資料，臺鹽訂有「個資保護管理組織要點」、「個人資料風險管理要點」、「個人資料處理要點」、「個人資料保護資訊安全管理要點」及相關個資保護規定，確保消費者個人資料不受不當的使用。消費者申辦臺鹽會員資料時，也會充分於會員申請書上向消費者告知，填寫申請書的同時，將代表同意授權個人資料使用之合法性，臺鹽也嚴格要求同仁恪守對消費者所提供個人資料保護之相關規定，嚴守消費者的個人資料保護，確實執行個人資料安全維護之責。

臺鹽公司與資策會科技法律研究所專案團隊合作，在會員資料作業流程全面導入符合歐盟一般資料保護規則 (General Data Protection Regulation, GDPR) 的「隱私設計 (Privacy By Design and Default)」概念。透過系統化的思考與作法，將隱私與個資保護原則融入作業流程中，確保會員個資更有效率地受到完善保護，落實企業社會責任精神，回應消費者對臺鹽的高度期待。

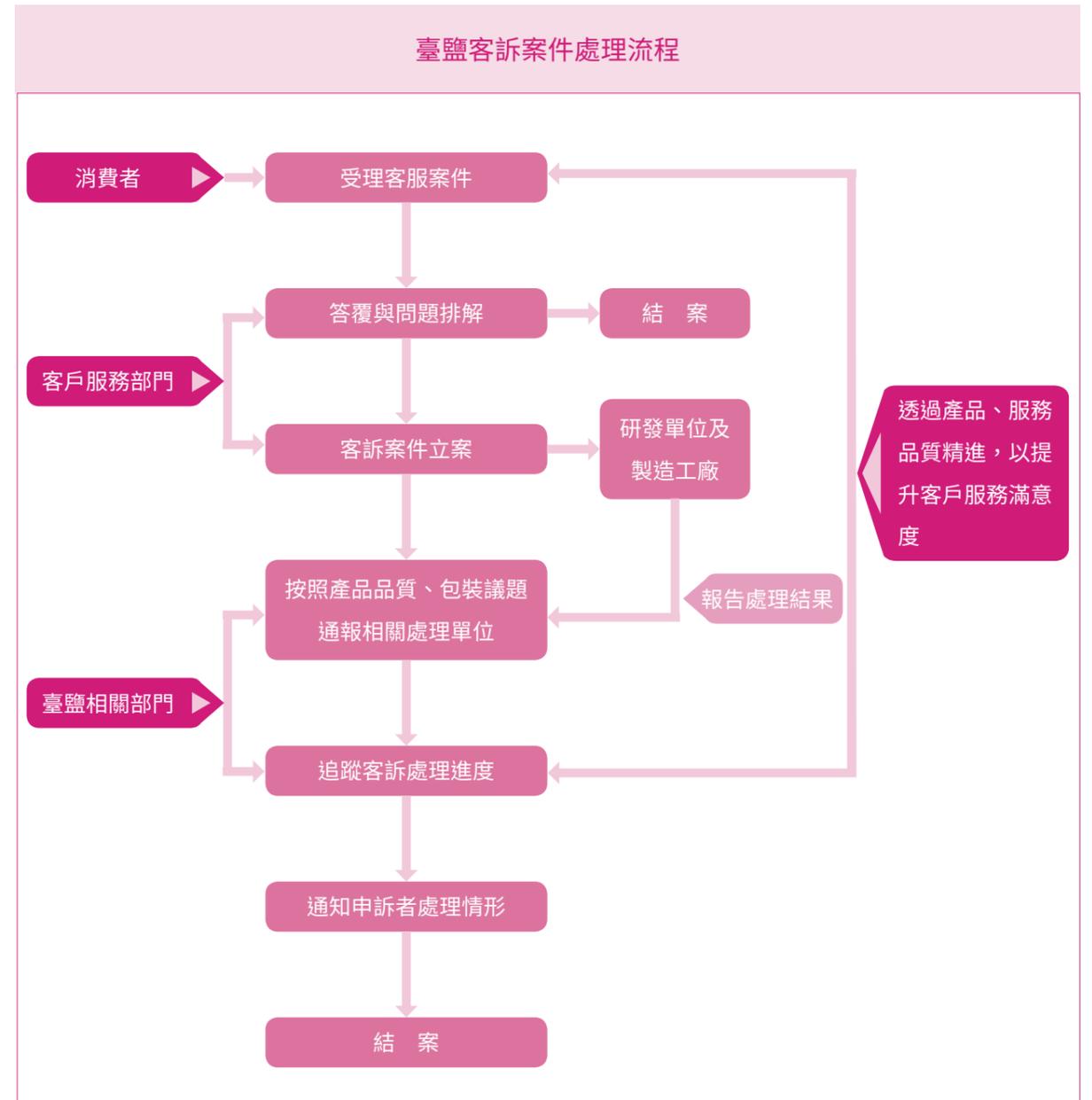
2021 年無相關違反法規情事，即客戶資料未被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏而致客戶權益受損事件之發生。

資策會專業顧問 (右) 輔導台塩生技門市人員 (左) 檢視消費者資料管理狀況，確保個資受到完善保護。



2021 年臺鹽在客戶服務上的經營  
客戶服務電話約 91 通 / 週

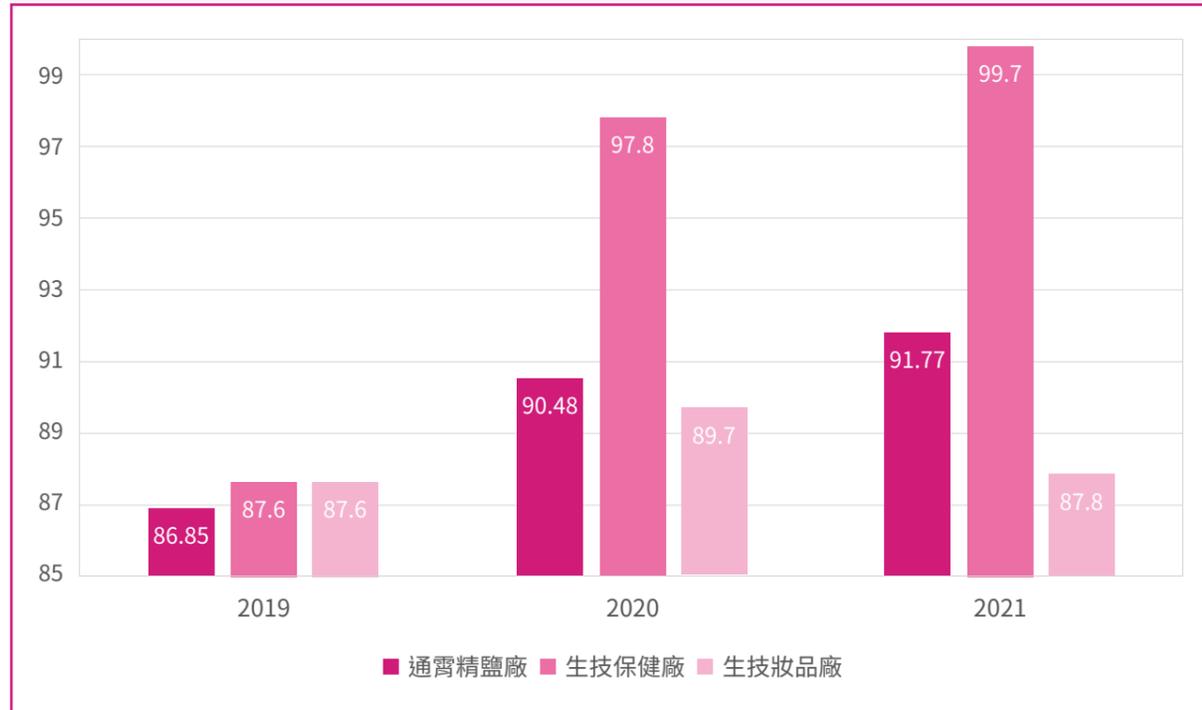
臺鹽客訴案件處理流程



臺鹽訂定「重大客訴處理作業規定」處理消費者提出之客訴事件。即依據作業規定，臺鹽分別成立客戶服務及生產技術兩大客訴處理小組，透過系統化的方式以完善對消費者客訴處理之作業流程，最高彙報至總經理。在接獲客訴案件時，即立案轉知相關單位進行妥善處理，確保客戶意見得到重視，並同時對內執行檢討與修正之相關措施，以消除消費者疑慮。

臺鹽也針對消費者致電回饋的重點製成電話週報，利於提供相關單位作為未來業務改善之參考。我們每年舉辦 2 至 3 場教育訓練，針對更新產品知識與交流銷售經驗，同時也透過各區營業所密切與加盟店溝通產品銷售問題，以強化臺鹽的客戶服務內容。

臺鹽 2021 年各廠 B to B 客戶滿意度



臺鹽同等重視工廠 B to B (business to business) 的意見，每年定期針對各廠的產品品質、交期及服務面向進行客戶滿意度調查，以此做為各廠各項業務內容精進與優化之依據，歷年各廠滿意度水準均超過標準，展現臺鹽在策進消費者滿意度方面之成效。

2021 年，臺鹽共接獲 169 件客訴案件，其中包含保養品、清潔品、食品、鹽品及包裝水客訴件數共 81 件、異味水客訴共 88 件。針對保養品、清潔品、食品及鹽品包裝水之品質、包裝、個人因素客訴，臺鹽持續要求相關單位進行改善。

除了通路及消費者存放環境和個人口感之不可控因素，針對異味水客訴事件，臺鹽透過產品品質安全委員會成立專案小組進行後續改善與問題追蹤，再與瓶器廠商多次溝通與討論，並與生產和研發單位進行包裝水試，再與各廠間相互交流後，臺鹽要求相關單位應持續觀察改善，以提供消費者優質商品。

臺鹽近年積極進行通路拓展，以提供客戶更多元與方便的服務管道，我們維持整合實體生技門市和電子商務虛擬通路的策略，持續進行線下實體通路之擴大。目前線上、線下通路包含：全省台鹽生技門市、台鹽線上購、屈臣氏店中店專櫃、楓康門市、愛買及家樂福大型量販店、MOMO 購物網和 Yahoo 超級商城等。為滿足消費者多元的購物習慣，臺鹽以雙品牌合作開發的方式進行客製商品、產品升級、服務增值，和消費者一起向更美好的生活邁進。

全台台鹽生技門市升級視覺設計換新裝，為消費者打造舒適、具現代與科技感的購物環境。



### 3.2.2 產品標示

臺鹽非常重視與消費者之間的溝通並提供透明化的資訊，產品包裝標示是臺鹽與消費者溝通最直接的方式，因此臺鹽要求產品應通過國家檢核所取得之標章，我們也更新保健食品全商品的包裝，在包裝標示上完整載明營養成分、建議消費者的食用量和警語，提醒產品對於藥物之交互作用或特定族群的合適度，提供正確資訊予消費者進行購買決策與食用。



SNQ 產品搜尋：  
[www.snq.org.tw/chinese/02\\_products/list.php](http://www.snq.org.tw/chinese/02_products/list.php)

#### 臺鹽榮獲 SNQ 國家品質標章之產品

|               |               |               |                 |                 |
|---------------|---------------|---------------|-----------------|-----------------|
|               |               |               |                 |                 |
| 台鹽海洋鹼性離子水     | 關鍵錠 PLUS      | 台鹽生技 - 納豆紅麴膠囊 | 台鹽生技 - 高單位納豆素膠囊 | 台鹽生技 - 膠原軟骨素關鍵錠 |
|               |               |               |                 |                 |
| 國品字第 A00527 號 | 國品字第 A02140 號 | 國品字第 A01875 號 | 國品字第 A00672 號   | 國品字第 A00509 號   |

|   |   |   |
|---|---|---|
|  |  |  |
| 優青素膠原藤黃果膠囊  | 優青素纖藻植酵菌順暢包   | 台塩鹹淨潔效牙膏  |
|  |  |  |
| 國品字第 A01755 號   | 國品字第 B00005 號   | 國品字第 A00516 號   |

健康食品標章產品



保健食品產業服務網：  
www.functionalfood.org.tw/  
hth/hel\_viewtopic.asp?id=407

|   |            |                  |   |
|---|------------|------------------|---|
|   | 優青素膠原藤黃果膠囊 | 衛部健食字第 A00274 號  |  |
|  | 樂活魚油軟膠囊    | 衛部健食規字第 000065 號 |  |

為了保障穆斯林消費權益，發展出清真認證的把關機制。清真認證取得的過程嚴謹，首先須使用清真協會 (HALAL) 申請使用認可之原料，同時須採用有專用於清真產品的製造設備，避免使用原料與其他非清真原物料混和。臺鹽將認可的原料、製造商和產地等資訊透明化，要求原物料供應商應具 HALAL 證書，且清真產品應依循生產區域管制，不可移至管制區外使用。目前臺鹽有 5 項包裝飲用水及 20 項鹽品，共計 25 項產品具有 HALAL 之認證。



臺鹽通霄精鹽廠觀光工廠鹽來館，從一滴海水的旅程，揭開台鹽通霄精鹽廠的高科技專業製鹽工法與企業經營文化。



3.2.3 產品溯源

臺鹽公司建置完整生產流程控管與追訴制度，從原料至生產製造上市，設有完整的檢驗程序。透過產品包裝上的原物料批號、物流序號、製造日期與有效日期，進行產品追蹤及追溯，提供消費者安心的溯源保障。臺鹽透過提升 Barcode 系統效能，加速系統作業便利性，讓追溯追蹤系統操作上更為方便、快速。

【128 條碼管理】

台鹽生技直營與加盟店主要保健及美容保養品藉由 128 條碼進行產品追溯與控管，原物料及產品進行批號管制。2021 年生技保健廠生產的 66 項產品，共有 26 項採用 128 條碼追蹤進行追溯與控管，而生技妝品廠生產的 58 項產品採用 128 條碼進行追蹤。

2021 年度臺鹽 128 條碼管理之產品項



FJI -00040-24-15F01-17F29

產品代號 批次箱數 裝瓶數 製造批號 產品效期

- 產品品名
- 料號
- 生產工廠
- 出貨數量、日期
- 通路門市名稱

|                | 生技保健廠 | 生技妝品廠 |
|----------------|-------|-------|
| 生產總品項          | 66    | 254   |
| 128 條碼追蹤管理之總品項 | 26    | 58    |
| 占比 (%)         | 39 %  | 23%   |

【非登不可 - 食品業者登錄平台】

臺鹽公司為加強自主管理，提升食品衛生安全品質，已依食品藥物管理署規定期程，於 2021 年 12 月底前將所屬各單位有關食品製造及加工業、輸入業、餐飲業、販售業等資料，登錄於食品業者「非登不可」登錄平台 (<https://fadenbook.fda.gov.tw/>)。2021 年通霄精鹽廠及進口鹽儲運所，生產總品項全數上傳「非登不可」登錄平台。

氯化鈉含量大於 95% 食鹽之原料、半成品或成品等相關追溯資訊上傳至食品追溯追蹤管理資訊系統「非登不可」。

2021 年臺鹽登錄上傳食品追溯追蹤管理資訊系統「非登不可」產品 / 原物料

「非登不可」登錄平台：  
<https://fadenbook.fda.gov.tw/>

|              | 通霄廠  | 儲運所  |
|--------------|------|------|
| 生產總品項        | 98   | 2    |
| 登錄上傳「非登不可」品項 | 98   | 2    |
| 占比 (%)       | 100% | 100% |

註：不包含受託代工產品及客製化產品

國內現行法規雖無強制要求工業用鹽及醫療器材等其他非食品之產品進行溯源，也無全國性上傳平台，但臺鹽生技妝品廠為檢驗合格 GMP 廠，已自主做到採購原物料時，就要求廠商提供 COA ( 歐盟化妝品法規 EU/EC1223/2009 要求 ) 報告，確保生技產品成分原料的安全性，作為成品安全評估的基礎。臺鹽也在去年導入化妝品供應流向專案，為產品流向來源建立制度，產品出貨時檢附產品材質說明，建立更安全、更安心的化妝品使用環境，使消費者「買得安心、用得放心」。

為縮短交期時長、增加業務單位接單之彈性，2021 年臺鹽透過辦理物料需求規劃 (Material Requirement Planning, MRP) 與主生產計劃 (Master Production Schedule, MPS) 功能優化之應用教育訓練課程，藉由了解物料設定，有效執行 MRP、MPS 系統，並縮短備料，以期提供給客戶最優質的服務。

3.2.4 法規遵循

臺鹽設有產品法規小組，以檢視政府公報蒐集相關法規資料，並將相關法規分發各業務相關單位，檢核是否有依照最新法令規定進行作業，並於每季至少召開一次會議檢討及決定食品安全法規相關事項，避免臺鹽產品違反法規與罰鍰。在臺鹽自我要求與政府規範下。相關應遵循之法令規範包含：

| 主管機關相關法規                     |                  |
|------------------------------|------------------|
| ● 食品安全衛生管理法                  | ● 產品追溯追蹤系統管理辦法   |
| ● 食品器具容器包裝衛生標準               | ● 市售包裝食品有效日期評估指引 |
| ● 化妝品衛生管理條例                  | ● 食品營養標示份量參考值指引表 |
| ● 包裝食品營養標示應遵行事項              | ● 食品過敏原標示規定      |
| ● 包裝維生素礦物質類之錠狀膠囊狀食品營養標示應遵行事項 |                  |

| 2021 年臺鹽法規遵循情形 |                            |           |                                    |             |
|----------------|----------------------------|-----------|------------------------------------|-------------|
| 類別             | 品項                         | 罰鍰情形      | 法規遵循情形                             | 處理情形        |
| 產品             | 1. 優青素膠原藤黃果膠囊<br>麴樂健紅麴素食膠囊 | 新台幣 3 萬元整 | 作業場所未符合健康食品良好作業規範，台南市衛生局依健康食品管理法開罰 | 已配合主管機關進行修正 |

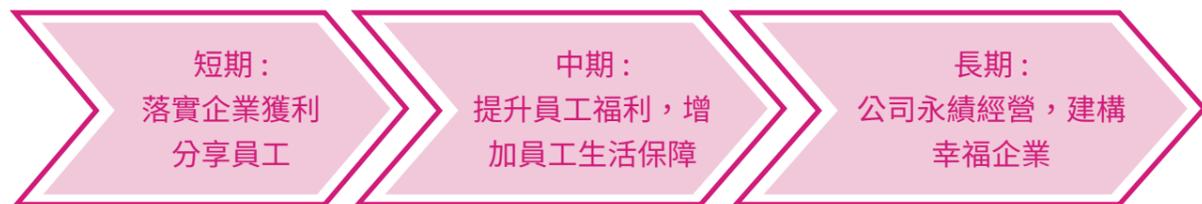
註：2021 年臺鹽於食品安全並無違規之事項，0 食品召回事例。

### 3.3 員工留才與培育

#### 人力資源及員工照顧的核心理念

臺鹽視員工為家人，並重視員工意見與回饋，為提供員工誠信、開放、平等的作業環境與氛圍，我們制定短、中、長期策略目標，依據目標朝向企業永續經營方向，致力強化公司內部的向心力，提昇臺鹽人的歸屬感、認同感及使命感，一同建立充滿幸福感的企業文化。而臺鹽也深信員工為企業奠定之基石，因此我們積極透過完善的薪酬制度、全面的福利政策、暢通的溝通管道、公平的考核制度，給予員工誠信、開放、公平的工作環境與氛圍。

#### 人力資源短中長期策略目標



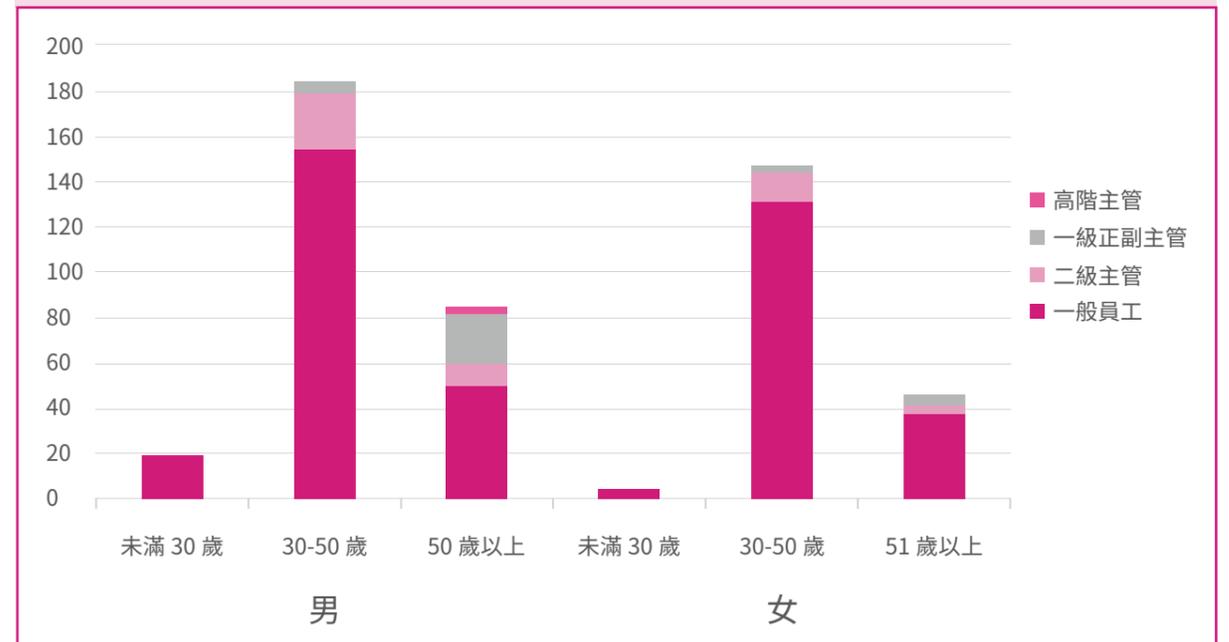
本年度利害關係人調查結果，員工待遇與福利及勞資溝通為臺鹽之重大性主題。本章節將詳述上述主題，臺鹽相關管理方針，包含員工組成結構、員工留才與培育、具競爭力的薪酬與福利制度、制訂申訴管道 / 檢舉制度、成立工會等，以實質回應各利害關係人。

#### 3.3.1 人才組成

臺鹽視員工為重要的資產，遵循多元且平等的僱用方針，不因種族、宗教、語言、黨派、年齡、婚姻、性別等因素而有差別待遇，皆一視同仁並享有相同福利。本公司謹守政府勞動相關法規，並未雇用童工。

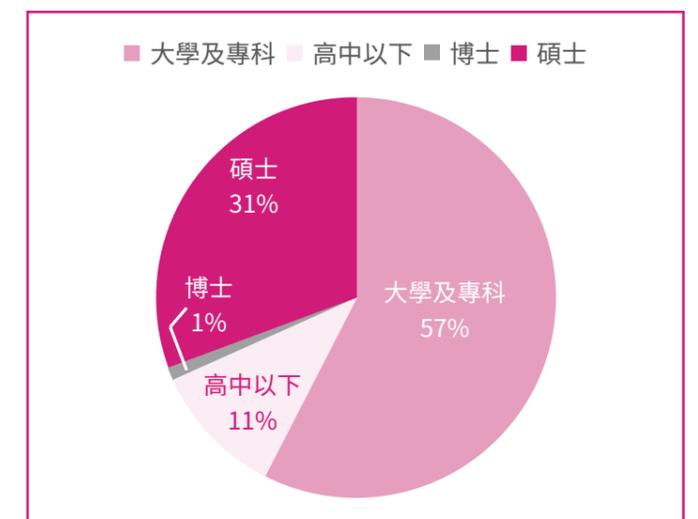
截至 2021 年底，臺鹽員工人數為 484 人，所有正式員工均聘用自臺灣地區。在員工組成上，因業態屬性，男性員工多於女性，員工性別組成男性約占 59.3%，女性占 40.7%，男女性員工比約為 1.46：1。其中主管職的男女比例約為 2.56：1。在年齡結構上，整體公司員工以 30-50 歲為主，約占比整體員工 68.4%，平均年齡約為 44 歲。

2021 臺鹽員工年齡分布情形



依學歷區分，臺鹽員工中大專院校約 57.2%，碩博士學歷約 31.6%，兩者合計共占比超過 88%，充分展現臺鹽邁向專業、創新、效率之標竿企業的決心及能力，落實我們的堅持，實現臺鹽是安全可靠、值得信賴、高端品質的優質品牌。

| 學歷    | 人數  | 百分比   |
|-------|-----|-------|
| 博士    | 5   | 1.0%  |
| 碩士    | 148 | 30.6% |
| 大學及專科 | 277 | 57.2% |
| 高中以下  | 54  | 11.2% |
| 合計    | 484 | 100%  |



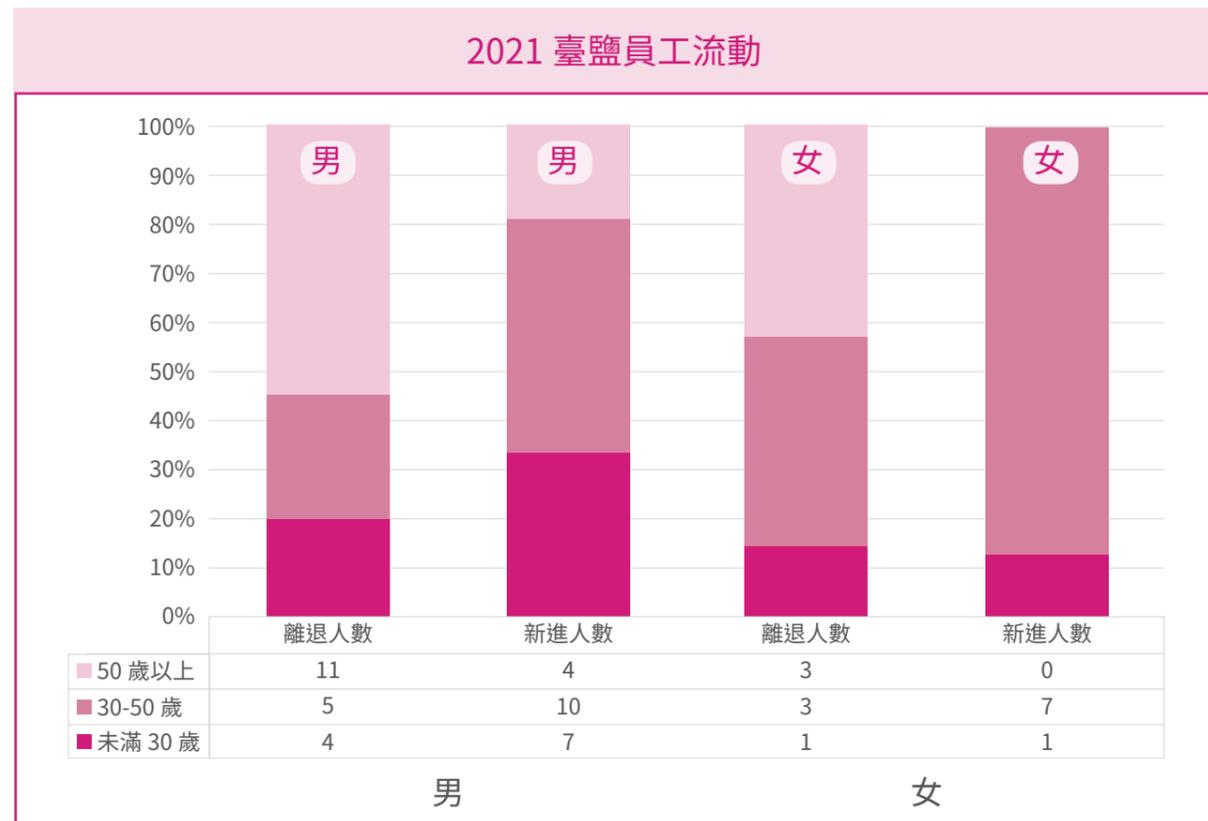
### 3.3.2 人才流動

#### 年輕活力的新進人員

為促進公司人才流動及發展需要，並推動企業目標創新文化，臺鹽認為適度的人員流動對於公司整體人才培育與發展是合宜的。2021 年度晉用 29 位正式員工，50 歲以下新進人員達 86.2%，男女的整體新進率皆為 5.9%。我們也支持政府青年就業政策，提供在學青年藉由職場實習體驗，提早熟悉實際的工作環境，並鼓勵每一位學生畢業後留任，以提高青年就業率。未來也將定期檢視新進率，持續活絡公司團隊的年齡層，以招募新血的加入帶來新氣象以及更多創新思維。

#### 人員流動

臺鹽職位異動及離、退職均按規定辦理，正式聘僱人員可依勞基法工作至 65 歲退休或依法提早自願離退。每當有員工提出離職申請時，主動由其主管及行政處瞭解員工離職的真正原因，並進而分析原因，研擬調整人才政策，透過薪資調整、落實教育訓練與員工升遷制度，建立合宜的就業環境。2021 年度正式員工有 27 人離職，整體離職率為 5.5%。新進員工比率則為 6%，兩年內的新進比率皆高於 5%，顯示臺鹽在人員培育上，公司持續穩健的發展。



### 員工流動與新進員工總數及比率

| 2021 年  | 男    |      |      |      |      | 女    |      |      |      |      |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|         | 離退人數 | 新進人數 | 在職人數 | 離退比率 | 新進比率 | 離退人數 | 新進人數 | 在職人數 | 離退比率 | 新進比率 |
| 未滿 30 歲 | 4    | 7    | 19   | 0.8% | 1.4% | 1    | 1    | 4    | 0.2% | 0.2% |
| 30-50 歲 | 5    | 10   | 184  | 1.0% | 2.1% | 3    | 7    | 147  | 0.6% | 1.4% |
| 51 歲以上  | 11   | 4    | 84   | 2.3% | 0.8% | 3    | 0    | 46   | 0.6% | 0.0% |
| 總計      | 20   | 21   | 287  | 4.1% | 4.3% | 7    | 8    | 197  | 1.4% | 1.7% |

### 3.3.3 具競爭力薪酬與多元福利

#### 薪酬制度

臺鹽視員工為企業經營之根本，為建立企業永續發展之基石，因此我們提供具競爭力的薪酬制度，其中主要包含薪資、主管加給、專業加給、伙食津貼、各項獎金及員工酬勞。依照個人績效、企業獲利程度作為獎金及員工酬勞之配發標準，期望透過完善的薪酬制度凝聚員工的向心力，發揮員工最大潛能，吸引優秀的人才加入臺鹽大家庭。



#### 績效評估與薪酬福利

為落實公平獎酬制度，臺鹽每年進行兩次績效考核作業，作為調薪及獎酬之依據。除提供優於業界的薪資獎酬水平，並依循公司章程及相關要點、勞資協商決定，按公司營運績效及個人績效核發獎金。2021 年員工酬勞提撥比率為 3.75%，平均薪酬調幅約為 3%，致力創造盈餘回饋員工，藉此激勵員工以達到股東、企業與員工三贏的局面。

| 項目              | 2020 年         | 2021 年         |
|-----------------|----------------|----------------|
| 非主管之全時員工人數      | 460 人          | 467 人          |
| 非主管之全時員工薪資總額    | 427,916( 仟 ) 元 | 443,839( 仟 ) 元 |
| 非主管之全時員工「薪資平均數」 | 930( 仟 ) 元     | 950( 仟 ) 元     |
| 非主管之全時員工「薪資中位數」 | 840( 仟 ) 元     | 872( 仟 ) 元     |

### 退休福利

針對退休金部分，依據「勞動基準法」及「勞工退休金條例」訂定退休辦法，並依規定提撥退休金額度。公司設有退休基金專戶妥善管理，定期提供員工退休金報告，保障同仁未來請領退休金的權益。

臺鹽根據「臺鹽實業股份有限公司從業人員持股信託獎勵辦法」，透過信託的方式分享公司盈餘，並凝聚員工對公司向心力及認同感，更能間接提升員工的工作效率與積極度。臺鹽鼓勵臺鹽員工長期持有公司股票，提撥 20% 獎勵金，養成員工是股東之經營夥伴意識，並期望員工工作績效與公司成長相結合。其股票可於退休時領回，更增加退休後生活的保障。

### 福利委員會

臺鹽為體恤每一位員工的工作辛勞，成立了「福利委員會」，負責推動與制定多元福利計畫，除優於法令的福利措施之外，也提供了不同層面的多元福利，期望能全方位照護到同仁各層面需求，感受到公司的用心，進而提升績效。

2021 年因應國內疫情升溫，臺鹽也訂出防疫差勤措施，若同仁有實行自主管理之需求，皆會提供工資與保障同仁就業權利，並在結束自主管理後順利回到工作崗位。我們同時也將政府的綠能政策落實於日常，提供綠能電動公務車供業務執行使用。

另員工退休後可加入鹽業退休人員協會，公司每年補助辦理退休人員旅遊，並於年中設宴款待退休同仁。

## 臺鹽多元福利制度

### 全方位保險計畫

勞保、健保、團體保險。

### 友善健康職場

獲衛生福利部國民健康署頒發健康職場認證。  
 設置哺乳室、圖書室、羽球場。  
 設有無障礙廁所、無障礙坡道。  
 設置發想室，提供悠閒的環境、舒適的環境讓同仁於工作閒暇之餘可以放鬆心情、整理思緒。

| 促進男女平權  | 員工健康守護   |
|---|--|
| 依據就業服務法，致力男女同酬。<br>生理假。<br>婦女節、母親節禮物。   | 每年辦理員工健康檢查。<br>辦理健康講座。<br>疫苗施打。<br>免費肝癌篩檢。<br>為提升疫苗接種率，110 年度提供同仁可支薪疫苗接種假。 |
| 平衡工作與生活   | 各式獎金   |
| 支持國旅，推出員工國內旅遊專案。<br>推行員工運動。<br>旅遊補助。<br>彈性工時 20 分鐘。<br>舉辦靜態攝影比賽。              | 全勤獎金<br>子女助學金<br>生日禮金<br>三節禮品<br>生育津貼<br>退休慰問金                             |
| 其他福利  | 員工認同感提升  |
| 福委會三節福利金與福利品。<br>辦理模範勞工出國旅遊、頒獎。<br>退休同仁座談及聯誼餐敘活動。<br>提供綠能電動公務車。<br>防疫隔離假給付工資。 | 公司制服。<br>員工持股信託公司提撥相對 20% 獎勵金。   |



靜態攝影比賽



同仁春季健走



發想室



吳容輝董事長致贈康乃馨祝福同仁們母親節快樂



2021 模範勞工表揚

### 育嬰留停情形

臺鹽遵循政府相關法規，實施育嬰留停制度給予保障以及協助，除保障申請育嬰留職停薪員工之權益，也使員工在工作之餘能夠兼顧家庭生活。2021 年預計育嬰留停結束復職人數計有 5 人，實際復職人數 5 人，人員復職率為 100%，除此之外，2021 年育嬰留停復職者滿一年留存率為 100%。近 6 年 (2016 年 -2021 年) 共計有 24 人申請育嬰留職停薪。

| 臺鹽近 3 年育嬰留職停薪情形  |        |     |     |        |      |      |        |      |      |
|------------------|--------|-----|-----|--------|------|------|--------|------|------|
| 年度               | 2019 年 |     |     | 2020 年 |      |      | 2021 年 |      |      |
| 項目               | 男性     | 女性  | 合計  | 男性     | 女性   | 合計   | 男性     | 女性   | 合計   |
| 當年度申請育嬰留停人數      | 1      | 3   | 4   | 0      | 5    | 5    | 0      | 3    | 3    |
| 預計育嬰留停結束復職人數 (A) | 0      | 5   | 5   | 1      | 3    | 4    | 0      | 5    | 5    |
| 育嬰留停結束復職人數 (B)   | 0      | 4   | 4   | 1      | 3    | 4    | 0      | 5    | 5    |
| 育嬰留停結束離職人數       | 0      | 1   | 1   | 0      | 0    | 0    | 0      | 0    | 0    |
| 復職率 (B/A)        | -*     | 80% | 80% | 100%   | 100% | 100% | 100%   | 100% | 100% |

\* 註：當年無育嬰留停結束復職情形。

### 3.3.4 訓練發展

臺鹽認為公司發展與員工是緊密相連的，我們高度重視人才培育，依據職務類別設計不同訓練課程與學習路徑，提供專業課程予相對職務的同仁，強化同仁專業技能與職涯發展，並進一步激發員工潛力，以適才適所為方針達到組織最佳化。

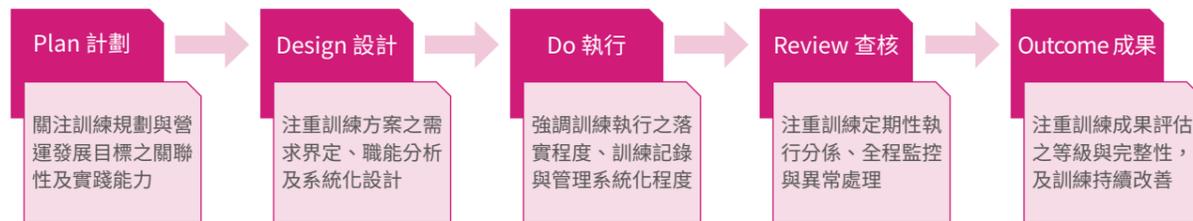
#### 教育訓練體系

臺鹽訓練體系完整，每年編列預算並由各部門擬定年度教育訓練計畫，制定出與公司目標及發展相結合之完整計畫資源提供給員工。從新進人員到各級主管，臺鹽均制定完整的訓練規劃，讓員工透過教育訓練擁有完整的學習發展架構，並積極擴增線上訓練課程以提升整體效率。臺鹽訓練體系主要分為共同性訓練及專業訓練，並再依據不同的職務做出分層如下：



臺鹽冀望透過訓練管理系統提升整體競爭力，規劃訓練時建立完整的訓練流程。已連續三年通過勞動部勞動力發展署「人才發展品質管理系統」(Talent Quality-management System, 簡稱 TTQS) 訓練評核，因高階主管長期對教育訓練的支持與鼓勵，使公司順利通過 TTQS 評核。透過明確的教育訓練規劃系統，提升人力資產，達成公司營運目標、永續發展。此外，臺鹽積極籌備退休人員之接班人計劃，製作職位說明書，透過選拔制度、職務輪調等形式，以培養及發掘高度潛力員工。

臺鹽公司人才發展品質管理 (TTQS) 訓練評核流程



多元訓練學習管道

臺鹽重視員工的職涯發展，透過在職訓練、派外訓練、演講、研討會、展覽參觀、工作輪調、專案指派等途徑獲得適當的培訓，提供充實且多元學習管道，針對不同領域及職務開設實體課程或提供數位線上學習以增加員工各方面技能與知識，進而提升臺鹽公司整體競爭力。

為協助新進同仁適應組織環境，我們於完成報到後，採線上學習課程輔助新人加強對公司之了解，並規劃針對新進 6 個月內同仁進行 1 對 1 訪談，以便了解新進同仁適應之情況、工作壓力調適及職場人際關係等問題處理，並將反饋之意見上報給相關單位主管進行評估改善，期望藉此能夠提升新進員工之認同感。



「110 年度新進人員訓練」



「電子商務行銷與虛實整合大補帖」訓練課程



「電子公文系統」訓練課程



「策略風險管理」訓練課程

2021 年統計共計教育訓練班次 165 次，訓練人次 1,920 人，訓練時數 6,069 小時，平均每人受訓時數 12 小時，平均每人訓練經費為 1,681 元，員工訓練總投入費用共計 813,863 元。2021 年因疫情加溫衝擊，導致許多實體課程無法如期舉辦，甚至是取消，臺鹽持續規劃加強擴增數位學習課程，促使同仁學習更具成效也提供同仁更多元的學習管道。

近 3 年教育訓練時數及費用統計

|                | 2019      | 2020<br>( 新冠疫情期間 ) | 2021<br>( 新冠疫情期間 ) |
|----------------|-----------|--------------------|--------------------|
| 訓練班次           | 239       | 216                | 165                |
| 訓練人次           | 2,183     | 1,715              | 1,920              |
| 訓練人時數          | 9,909     | 6,987              | 6,069              |
| 平均每人受訓時數       | 21        | 14                 | 12                 |
| 訓練費用 ( 元 )     | 1,498,451 | 806,603            | 813,863            |
| 平均每人訓練費用 ( 元 ) | 3,109     | 1,673              | 1681               |

職務輪調平台

為增加員工能力的廣度，又能提高對公司整體業務的了解，考量到個人的學習意願，臺鹽於 2021 年度成立「個人輪調意願調查平台」，讓有意願輪調同仁自由填寫，截至目前，共 21 人於輪調平台表達職務調整意願，其中約 20% 依其意願完成職務調整。

### 3.4 完善的員工照顧

#### 3.4.1 推動友善環境

衛生福利部國民健康署健康職場認證

臺鹽公司深耕幸福企業有成，並致力提供健康的工作環境。70 年來在友善職場、勞工平權、待遇福利等制度上優於法規，成為同業中公認的幸福企業！縱使在疫情之下，臺鹽仍堅持不減薪、零無薪假，維持加薪留才，保障員工的生活和成就感，也為社會的經濟發展善盡企業永續精神。

以自主管理且系統化方式推動職場菸害防制暨健康促進，設置「明顯禁菸標示」以及工作場所各式禁菸措施，2020 年七股鹽場及通霄廠已取得衛生福利部國民健康署健康職場認證 - 健康啟動標章，臺南總公司亦同步延展此認證。此外，臺鹽也恪守職業安全衛生法令且無死亡之重大職業災害發生，亦未發生重大勞資爭議及員工或社區居民抗爭等影響企業形象之事件。通霄廠和七股鹽場分別自 2015 年和 2017 年度取得 AED 安心場所認證，保障員工與遊客安全。通霄廠於 108 年 8 月更新認證完成。

此外，臺鹽榮獲 2021 年度台南市五心績優職場認證，體現友善職場、傾聽利害關係人聲音、薪資結構等表現皆體現臺鹽的包容與多元，獲得台南市長頒發認證獎章。

健康職場認證 - 健康啟動標章



自動體外心臟電擊去顫器 (AED) 安心場所



臺鹽首度榮獲 2021 年台南市五心職場認證



臺鹽榮獲 2021 年台南市政府身心障礙者績優單位

員工防疫設備升級與照護

自 2019 年底中國大陸武漢地區爆發新冠肺炎疫情 (COVID-19)，隨即擴散至中國全境及全球多個國家後，為因應未來疫情，避免對企業營運及同仁健康造成損失，因此臺鹽決定由上而下徹底落實防疫措施，為了給予員工安心工作環境，落實防疫設備升級，提供員工快篩試劑，並在員工餐廳增設手機充電櫃、用餐區增設二代防疫隔板、戶外用餐區增設防疫隔板、並引進 BGM Radio 商店環境公播音樂系統，落實員工工作以及用餐安心環境。

友善哺育環境

為建構安心懷孕及友善哺育環境，臺鹽於通霄廠、總公司、保健廠及七股鹽場皆提供良善的哺乳空間及設置哺乳室，鼓勵女性同仁哺餵母乳。我們也積極準備關於母性健康保護相關內容，針對孕婦及產後哺乳同仁提供專業醫療建議等，已於 2021 年陸續修訂完畢。此外，設有無障礙廁所、無障礙坡道，並針對員工生活福利，完成圖書室、發想室、羽球場等場地設置，期望打造更舒適及幸福的職場空間。

友善職場環境



哺乳室



羽球場



發想室

### 3.4.2 員工權益與溝通

#### 溝通管道與機制

臺鹽相當重視內部員工意見及想法，積極建立流暢且多元的溝通機制與管道。為維護員工權益並增進勞資關係，除可透過申訴 / 檢舉專線表達員工各項意見，也可依據臺鹽訂定之「申訴檢舉作業要點」向行政處處長進行申訴，並由相關權責單位即時召開會議進行討論與檢討。

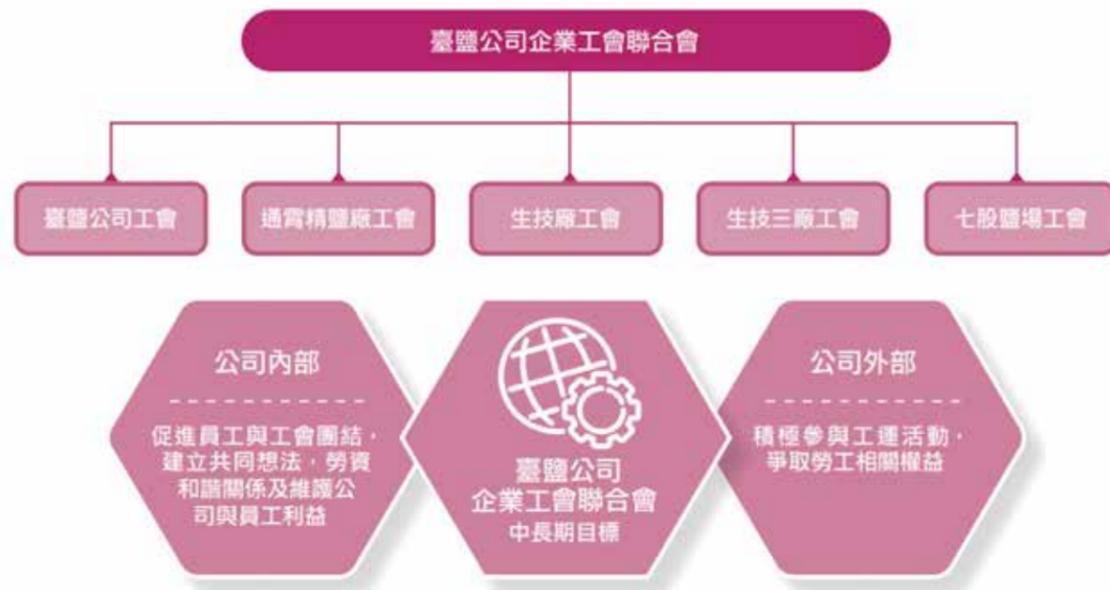
針對性騷擾防治措施，臺鹽依據法令制定並實施「工作場所性騷擾防治要點」，並設有性騷擾申訴處理委員會及性騷擾申訴信箱，提供員工及求職者免於性騷擾之工作環境，盼以多元化的溝通管道，促進勞資雙方溝通成效，2021 年度臺鹽未接獲性騷擾申訴案件。

#### 企業工會

臺鹽依法成立工會，目前依據不同地區共成立五個企業工會，並依據上述工會聯合組成「鹽聯會」，每年定期召開員工代表大會與理監事會議協商員工權益事宜，並由工會代表提出員工觀點建議，藉此凝聚勞資共識，保障員工權益。

2021 年鹽聯會員工代表大會溝通事項主要為爭取員工權益與福祉，與資方協議提昇員工薪酬待遇等各項勞動條件議題。2021 年並未發生勞資糾紛事件，未來也將積極與員工溝通，致力維護勞資和諧。

#### 臺鹽公司企業工會聯合會



### 3.4.3 安心職場

臺鹽致力於維護同仁權益，視工作場所的安全條件為維護操作人員安全的最基本要素，為貫徹員工照顧的宗旨，嚴謹落實國家職業安全衛生法規，並訂有多項相關政策與辦法，並建立系統化的制度管理，秉持打造安全無虞的職場環境。2021 年臺鹽公司未有勞動相關法規違規及受懲處罰緩之情形。

#### 職業安全衛生管理政策

為落實職業安全衛生，臺鹽制定年度工作計畫，持續遵守法規並改善作業環境之安全，除每年定期辦理勞工健檢，辨識出並加強風險管理及實施安全衛生教育訓練，提升全員參與，建構堅實之安全衛生體制，形塑企業之安全衛生文化。此外，我們致力改善員工及承攬商作業環境之安全，以達到永續企業之願景。



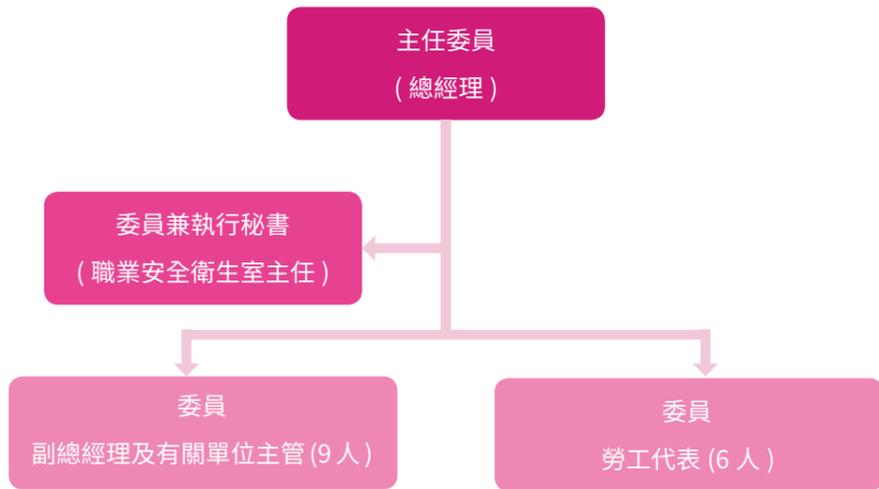
#### 職業安全衛生委員會

臺鹽設有「職業安全衛生委員會」，本公司審議、協調及建議職業安全衛生有關業務之組織，由總經理擔任主任委員，其中勞方比例超過三分之一以上。此外，每季召開會議一次研討職業安全衛生相關事項，並透過會議進行審議、協調與建議，宣導及強化同仁與各利害關係人之職業安全衛生管理意識，110 年度召開 4 次職業安全衛生委員會。

|               |               |                |
|---------------|---------------|----------------|
| 擬定安全衛生管理計畫    | 審議各項安全衛生政策    | 審議各項職業安全衛生教育訓練 |
| 審議承攬商安全衛生管理事項 | 審議健康管理與健康促進事項 | 實行作業環境監測       |

#### 職業安全衛生委員會

|      |                                     |
|------|-------------------------------------|
| 開會頻率 | 每三個月開會一次，必要時得召開臨時會議                 |
| 組成結構 | 委員共計 15 人，勞工代表 6 人。勞工代表佔委員人數比例約 40% |



### 職業安全衛生教育訓練

臺鹽為強化各廠區職業安全衛生意識，針對員工及承攬商辦理相關職業安全衛生課程，並依法參加在職教育訓練，以提升專業知識及加強自我安全意識。2021年臺鹽共開設 28 場課程，參與人次共 297 人次，訓練時數總計 902 小時。

| 課程名稱  | 訓練人次   | 總訓練時數  |
|---|--------|--------|
| 1. 新進人員教育訓練<br>2. 屋頂作業主管在職教育訓練<br>3. 職業安全衛生管理人員在職教育訓練<br>4. 第一種壓力容器操作人員訓練、甲鍋暨小鍋在職教育訓練、小型鍋爐在職教育訓練、鍋爐操作人員在職教育訓練<br>5. 廢水處理場各項設備作業標準訓練<br>6. 不法侵害教育訓練<br>7. 堆高機操作人員在職教育訓練、固定式起重機及吊掛作業人員在職教育訓練、裝載機操作訓練、坐式割草機操作教育訓練<br>8. 急救人員在職教育訓練<br>9. 特定化學物質主管在職教育訓練、有害作業主管在職訓練<br>10. 防火管理人員在職教育訓練<br>11. 園區春節上班人員安全教導 | 297 人次 | 902 小時 |

### 承攬商

| 課程名稱  | 訓練人次    | 輔導次數  | 查核次數   |
|---|---------|-------|--------|
| 1. 職業安全教育訓練<br>2. 承攬商施工前之現場安全衛生宣導及危害告知<br>3. 設備安全作業標準訓練<br>4. 職業安全衛生及健康管理訓練 | 1073 人次 | 233 次 | 1409 次 |

\* 註：由於承攬商教育訓練時數不易統計，故以輔導、查核次數代為揭露。

### 危害鑑別及預防

臺鹽為掌握員工作業環境實態與評估員工暴露狀況，依「勞工作業環境監測實施辦法」，每半年執行作業環境監測，監測項目包括噪音、二氧化碳濃度、有機溶劑丁酮及錳金屬煙塵檢測等項目，以鑑別出可能發生之危害並進行分級管理，並依監測結果進行作業環境改善，避免員工於作業場所發生任何危害生命的情形。

針對從事該作業之人員提供個人防護器具且規劃定期進行特殊健康檢查，並規劃定期接受特殊健康檢查，依據檢查結果進行分級管理，結果屬第三級管理以上之人員，進一步至職業醫學科專科門診，透過專科醫師的評估及建議，進行相關作業改善，以預防及避免相關危害。

### 針對高風險作業人員之分級管理

盡可能推動自動化操控，為防止勞工接觸有害物質的可能，對於有害作業環境實施採樣策略規劃及監測。

環境管理

規劃相關職安衛教育訓練及各類危害應變演練，定期檢測作業環境、管理自動檢查結果及選用適合的個人防護器具。

作業管理

對於高健康危害風險之作業人員的適性評估，隨時根據狀況進行人員替換及調整。

行政管理

### 職業災害統計

臺鹽公司 2021 年有 3 件職業災害事件，主要因為上班過程或中午休息時間外發生之交通事故，除提醒全體同仁注意交通安全，也將交通安全事件列為各廠 / 場教育訓練內容加強宣導，避免職業災害發生。同時告知員工於職業災害發生當下務必將自身安全為第一要務，不因嚴重危害發生時同仁自行離開職守崗位而給予任何處分。

| NO | 項目       | 單位     | 全體員工    |         | 承攬商  |      |
|----|----------|--------|---------|---------|------|------|
|    |          |        | 男       | 女       | 男    | 女    |
| 1  | 因公死亡     | 件數     | 0       | 0       | 0    | 0    |
| 2  |          | 比率 (%) | 0       | 0       | 0    | 0    |
| 3  | 嚴重的職業傷害  | 件數     | 0       | 0       | 0    | 0    |
| 4  |          | 比率 (%) | 0       | 0       | 0    | 0    |
| 5  |          | 傷害主要類別 | 交通事故    | ----    | ---- | ---- |
| 6  | 可記錄之職業傷害 | 件數     | 3       | 0       | 0    | 0    |
| 7  |          | 比率 (%) | 1.05    | 0       | 0    | 0    |
| 8  |          | 損失工時   | 4120    | 0       | 0    | 0    |
| 9  | 總歷經工時    | 工時     | 571,704 | 392,424 | 0    | 0    |

註 1: 因公死亡的所造成的死亡比率 = 職業傷害所造成的死亡人數 / 總歷經工時 X200,000

註 2: 嚴重的職業傷害比率 (排除死亡人數) = (嚴重的職業傷害數 (排除死亡人數)) / 總歷經工時 X200,000

註 3: 可記錄之職業傷害比率 = 可記錄之職業傷害件數 / 總歷經工時 X200,000

### 職業安全衛生管理系統驗證

臺鹽通霄精鹽廠通過國內外職業安全衛生管理系統 ISO45001:2018 及 CNS 45001: 2018 雙重標準認證，落實安全衛生管理機制，成為食品體系優良職業安全衛生管理之企業。

### 承攬商管理

臺鹽將承攬商視為重要的工作夥伴，為確保承攬商於作業環境之工作安全，我們以國家政策與法令規範為基本準則，訂有承攬商安全衛生管理相關規範，包含「承攬商職業安全衛生管理評鑑作業須知」，以及 2020 年新修訂第六版「承攬作業安全衛生管理要點」，積極落實安全管理機制。我們定期對承攬商進行安全相關教育訓練，並召開承攬商安全衛生管理會議，檢討施工安全規範、人員管理措施、宣導職業安全相關法規以及進行承攬商輔導作業，以降低供應商、承攬商及其他利害關係人的發生危害之可能性。2021 年輔導承攬商次數計 233 次、1073 人次、查核 1409 次，2021 年未發生任何承攬商職業安全傷害事件。

| 年度   | 2019 年 | 2020 年 | 2021 |
|------|--------|--------|------|
| 輔導次數 | 209    | 191    | 233  |
| 輔導人次 | 793    | 812    | 1073 |
| 查核次數 | 1259   | 1069   | 1409 |
| 職業災害 | 0      | 0      | 0    |

### 健康照護

臺鹽重視同仁的身心健康，訂定「人員健康檢查實施要點」及依據「勞工健康保護規則」，優於法規每年辦理員工健康檢查，並針對健康報告異常之員工進行健康指導分級管理，使同仁擁有完整健康照護。2021 年持續與衛生所辦理健康講座、施打免費流感疫苗、免費肝癌篩檢、健康檢查等，進一步使同仁獲得完善的健康保障。未來亦將秉持全人健康理念，持續對同仁付出關懷，建構永續發展的幸福職場。

|             |        |        |
|-------------|--------|--------|
| 優於法規規定健檢年限  | 臨廠健康服務 | 健康衛教講座 |
| 免費施打疫苗及肝炎篩檢 | 健康分級管理 | 異常健康追蹤 |



## 3.5 社會回饋

### 臺鹽社會回饋策略—從鹽品到幸福

臺鹽產品的核心元素「鹽」與「水」皆取自於大地，愛護這片鄉土、帶給不同族群美麗及健康是我們回饋社會的宗旨。臺鹽致力於運用核心資源善盡企業應負之社會責任，貢獻於「公衛教育」、「文化傳承」、「在地關懷」及「防疫支援」等四大面向，在增進社會福祉的同時創造企業品牌與社會價值，透過鹽品專業守護國人健康。



### 3.5.1 公衛教育

#### 健康多一碘 減鈉更健康

碘是人體必需營養素，臺鹽配合政府公共衛生政策於1960年代研發出加碘食鹽，大幅改善早期盛行的甲狀腺腫大疾病，奠定食鹽在民生公衛的重要角色。然而國人飲食習慣改變、外食人口增加導致居家使用碘鹽之頻率減少，國民健康署調查顯示台灣民眾尿碘濃度偏低比率高達51.9%，若無法由天然飲食獲得足夠的碘，將造成甲狀腺肥大及胎兒智能受損等健康問題。臺鹽更配合衛福部從2017年起，提高碘添加含量及鹽品碘標示政策，全系列包裝食用鹽品皆全面進行更名及加註「碘為必需營養素」標示，讓民眾能夠快速辨明所選用的鹽品是否加碘，保障民眾健康生活！

此外，臺鹽於民國七十八年應政府要求開發減鈉鹽品，因應現代急促的生活模式及不當飲食習慣，攝取過量的鈉容易增加高血壓等疾病的風險，在不影響鹽品的鹹度與風味的前提下，減少消費者每日的鈉攝取量，同時補充鉀的攝取。臺鹽為持續照護國人健康，以公共衛生為企業責任，多年來開發功能性鹽產品以增加身體健康平衡，符合各種類型民眾需求及選擇。

#### 衛生福利部「國人膳食營養素參考攝取量」

- 碘每日建議攝取量
- 學齡前兒童 (4-6 歲) 90 微克
- 國小兒童 100~110 微克
- 國中、高中生 120~130 微克
- 成人 140 微克
- 孕婦 200 微克
- 哺乳婦女 250 微克

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
|                                      |   |
| <p>臺鹽系列鹽品</p>                        | <p>餐餐選碘鹽 健康零缺碘<br/>資料來源：衛生福利部國民健康署</p>        |
|                                      |   |
| <p>鉀足夠 真健康廣宣<br/>資料來源：衛生福利部國民健康署</p> | <p>食鹽加氟，牙齒有福<br/>影片來源：中華民國衛生福利部 (YouTube)</p> |

#### 功能性鹽品推廣及教育

臺鹽積極於報章雜誌、網站、公益活動贊助等推廣功能性鹽品，守護國人食在安心，並於通霄精鹽廠及七股鹽山提供免費鹽業導覽，藉以推廣碘鹽及氟碘鹽公衛教育鹽品知識，未來將藉由鹽山及觀光工廠每年參觀人數眾多的優勢，主動安排導覽解說「碘鹽」、「氟碘鹽」及「減鈉鹽」等產品的科普知識，結合區域型社區講座活動，安排功能性鹽品及其他優質產品的介紹，讓眾人瞭解其重要性。

2016年至2021年七股鹽山碘鹽教育導覽預約累計17,075人次

2012年至2021年通霄觀光園區鹽品教育導覽預約累計268,907人次

註：2021通霄廠因受疫情因素，未開放預約導覽。

**三餐吃太鹹? 減納 比你想的更容易**

了解更多鹽品健康教育知識：  
作息正常還是感覺累，原來缺了它！

在家料理需求旺 機能性鹽品搶手

每天吃一碘 健康多一點！

國人健康，把關研發

| 產品   | 「碘鹽」與「氟碘鹽」   |
|------|--|
| 研發背景 | 由衛福部因應國人碘缺乏及氟（降低齲齒醫療支出）營養攝取問題所推動的公共衛生政策，而要達到營養素攝取普及化的目的，在國際間以飲用水及食用鹽為最常利用的載體。  |
| 外部合作 | <p>食鹽加碘 臺鹽委託台大生化科技系蕭寧馨教授執行「國人缺碘風險族群之碘營養改善監測計畫」結果呈現國民碘營養狀況仍處於缺乏。</p> <p>食鹽加氟 委託成功大學環境醫學研究所李俊璋教授執行「食鹽加氟風險評估」，進行氟添加於食鹽中的安全性與危害性劑量評估，建議出氟離子安全添加濃度。</p> |
| 食鹽加碘 | <p>碘是人體必需的礦物質營養素，但是人體無法自行合成，因此需要每天攝取足夠的碘，才能維持正常生理機能，例如：胎兒的腦神經系統發育、成長和成熟，以及能量代謝。</p>  |
| 食鹽加氟 | <p>以低濃度、高頻率使用為佳，使用方法與一般食鹽相同，用於烹飪時添加於食物中，可有效降低約五成的蛀牙盛行率。</p>  |

亮點專欄 - 產官學合作「氟碘鹽」守護國民健康

臺鹽與成功大學環境醫學研究所合作「食鹽加氟風險評估」，進行氟添加於食鹽中的安全性與危害性劑量評估，建議出氟離子安全添加濃度。

根據 2021 年最新統計，6-18 歲學童口腔齲齒率雖然已從 2006 年 2.58 顆下降到 2.01 顆，但與世界平均 1.67 顆仍有進步的空間，口腔保健成為全台家長最關切的議題。除了推動幼兒口腔保健衛教、加強口腔清潔之外，衛福部由 103 年起推動食鹽加氟計畫預防齲齒降低醫療成本，臺鹽於同年委託成功大學環境醫學研究所執行「食鹽加氟風險評估」，進行氟添加於食鹽中的安全性與危害性劑量評估，建議出氟離子安全添加濃度，配合加氟食鹽進入校園營養午餐政策，提升孩童牙齒防護力。

氟化物具保護牙齒的效果，是 WHO 公認最經濟、安全、有效之措施。而且氟是人體必需微量元素之一，一般食物的含氟量很低，透過臺鹽先進製鹽技術所開發出的「健康氟碘鹽」，以水為載體，可補充食物中攝取不足的氟量，再經由人體轉換在牙齒表面形成保護，不但提升料理風味還能守護牙齒，保障生活品質。臺鹽與衛福部合作開發的「健康氟碘鹽」護齒有力，熱銷 4 年來廣受全台學校歡迎，引領牙齒保健新趨勢。

2018 年起，我們加入國教署和高雄醫學大學舉辦的學童口腔保健計畫，贊助逾五千罐「健康氟碘鹽」到北中南國小校園口腔保健講座，向教師、家長和學童宣導使用「健康氟碘鹽」聰明護齒的好處，讓牙齒保健的觀念向下紮根。



針對碘鹽更多資訊亦可參考衛生福利署國民健康部網站：  
讓您聰明健康多一「碘」  
食用碘鹽重要性與選購

全民健康教育

臺鹽積極透過多元管道向全國民眾宣導正確保健觀念，守護全民身心健康。

與衛生福利部合作發佈衛教文宣



官方網站 Dr. Yen 保健專欄搭配時事與國人分享保健知識



廣告露出及商品陳列推廣



廣告露出及商品陳列推廣

2021 年新冠疫情持續延燒，臺鹽透過電視及燈箱廣告、客服人員及生技展陳列防疫專區等方式與消費者溝通防疫措施。此外，充分利用新聞稿露出及長官專訪機會向國人宣導正確保健及防疫觀念。

臺鹽未來更規劃創立「臺鹽社區關懷行動站」，前進地方鄉里與偏鄉地區透過社區講座及其他活動，推廣功能性鹽品之科普知識及其他優質產品的介紹，並結合員工志工服務機制並與外部社團團體共創影響效益，落實照顧國人健康安全，形塑社區守護者之形象。

臺鹽參加 2021 亞洲生技大展



3.5.2 地方創生 文化傳承

臺鹽善盡企業社會責任，支持台灣文化扎根本土、向國際延伸。臺鹽積極參與地方宮廟活動，2021 年度和大甲鎮瀾宮合作舉辦好水祈福儀式，由臺鹽總經理和鎮瀾宮董事長攜手將「台鹽海洋鹼性離子水」大甲媽祖授權祈福版過爐庇佑，並宣布捐贈 1500 箱作為活動用水，更加碼 200 箱「台鹽小分子」海洋活水贈予大甲鎮瀾宮兒童家園。

通霄精鹽廠是臺鹽公司產製台灣民生用鹽用水的重要據點。2021 年熱鬧盛大的苗栗通霄白沙屯拱天宮媽祖起駕出巡，臺鹽公司力挺歷史文化傳承守護民眾健康，贊助 1 千箱「台鹽海洋生成水」作為活動用水，為信眾奉茶補充體力、用好水傳遞健康與祝福。



臺鹽連續 8 年捐贈萬瓶海洋鹼性離子水予大甲鎮瀾宮兒童家園，傳遞平安與祈福，為信眾提供健康優質的好水，更以行動支持與延續臺灣宗教的文化價值。



臺鹽捐贈 1 千箱 100% 在台灣製造的好水，全力支持遼境文化活動，秉持全人健康新主義的核心精神，為疫後新生活傳遞平安與幸福。

七股鹽山園區

七股鹽山對每年約 70 萬遊客持續積極發展鹽品觀光作為，透過詳盡的免費曬鹽解說及實際體驗，讓遊客了解曬鹽傳統文化流程及推廣碘鹽及氟碘鹽公衛教育鹽品知識，延續傳統文化傳藝並配合在地主管機關合作辦理活動活絡在地觀光。2021 年七股鹽場每月進行來客滿意度問卷調查，生技門市滿意度年平均 82.8%、咖啡部門 86.8%，獲得高滿意度。

2021 年 DIY 體驗  
活動與導覽總人次

3,317 人次

鹽地綠化 水土保持植物栽種

自然景觀是觀光產業寶貴的資產。七股鹽場常面臨颱風、鹽害等氣候問題，造成積水和鹽山溶損等損失，故積極栽種抗鹽害和強風且達到水土保持之植物，降低氣候變遷帶來的影響，因此我們對環境保育特別重視，2021年積極培育園區內各區塊綠化作業，栽種 1558 棵植栽，包含：

| 種類 | 樹木花<br>旗木 | 千頭木<br>麻黃 | 木麻黃 | 欖李  | 水黃皮 | 杉欖李 | 福木  | 阿勃勒 | 瓊涯<br>海棠 | 孤挺花 | 百合花 | 苦楝 | 小葉<br>欖仁 |
|----|-----------|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----------|-----|-----|----|----------|
| 棵樹 | 397       | 9         | 100 | 493 | 3   | 100 | 200 | 20  | 110      | 97  | 20  | 4  | 5        |

同時，我們也運用老祖宗的智慧開始回收蒐集蚵殼與再利用，用於改善土壤的酸鹼值。努力強化濕地的復育，善用鹽地綠化優勢，平衡潮間帶生態，致力維護濕地環境生態，提供招潮蟹良好濕地環境，並積極復育園區內紅樹林水鼻仔，未來規劃將復育成功之紅樹林搭配環境生態導覽教育。園區目前建物屋頂設置約 2200 平方公尺太陽能板。



2016年  
紅樹林生態池植栽情形



2020年  
紅樹林生態池植栽情形



鹽山倉庫屋頂太陽能板

Discovery、日本 NHK 電視台、日本關西電視台、韓國 SBS2 電視台等國際媒體爭相報導曝光，近來臺鹽更有屢獲綜藝節目來訪拍攝取景，除了增加臺鹽知名度之外，亦藉機宣導鹽業教育，提升大眾生活知識，有助於國人健康補給。

七股鹽山歷年遊客數統計

| 年度  | 2013年   | 2014年   | 2015年   | 2016年   | 2017年   | 2018年   | 2019年   | 2020年<br>(新冠疫情期間) | 2021年<br>(三級警戒期間) |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------------|-------------------|
| 遊客數 | 736,918 | 704,328 | 679,594 | 590,204 | 846,614 | 623,699 | 630,777 | 525,385           | 448,351           |
| 合計  |         |         |         |         |         |         |         |                   | 5,785,870 人次      |

鹽山裝置藝術

臺鹽七股鹽場自 2013 年起，歷年皆設計一座巨型裝置藝術置於鹽山上廣受好評，2021 年臺鹽持續與台南市觀光局、雲嘉南濱海國家風景區管理處等政府機構合作，舉辦巨型裝置藝術活動，推出 Q 版「財神 YAYA」巨型公仔！財神爺佇立鹽山，象徵滿山金銀元寶「鹽鹽不絕」意象，為園區增添財運亨通好兆頭，祝福大家來年福虎昇財鹽廣進！

七股鹽山每年透過大型裝置藝術推廣豐富鹽業歷史與自然生態，是雲嘉南深具指標性活動之一！明年適逢臺鹽公司創立 70 周年，傳承經典的同時，也要締造品牌永續傳奇，猶如鹽田白金歲月，歷久彌堅！



**一見雙雕展覽**

一見雙雕是七股鹽山最重要的年度盛會，也是雲嘉南最具指標性的活動。臺鹽與雲嘉南風管處合作，贊助鹽雕用鹽、提供展覽空間及活動配合優惠，並協助宣傳，帶動七股區觀光。七股鹽山作為活動主場之一，成功從傳統鹽田轉型觀光景點，是雲嘉南白色觀光意象的代表地標，更串連 61 幸福公路的周邊觀光景點，展現鹽業文化的獨特魅力。



**七股海鮮節**

臺鹽配合發展七股區觀光與七股區公所合作，提供七股海鮮節場地舉辦海鮮節系列活動 - 健走活動，在地農特產市集，除免費入園外，另提供活動用水，齊心發展七股觀光活動。走訪魅力景點，亦讓參與民眾從中認識傳統產業與在地文化，感受七股人文特色，也是臺鹽為環境及產業永續貢獻心力之一。



七股海鮮節官網資訊  
[QR Code 連結]



**臺鹽通霄觀光園區**

2011 年 12 月通霄精鹽廠轉型為觀光工廠，結合高科技精鹽生產與鹽業教育，獲得苗栗縣產業故事館認證，是全台唯一整合公路、鐵路、海景和鹽水製程的獨特觀光景點。園區致力宣揚鹽業文化、導覽與設計鹽知識教學，推廣國人鹽品加碘的重要性及提供場地租借給鄰近國小 DIY 體驗活動等，結合「鹽來館館內導覽」及「生產線導覽」兩大區域。

由於 2021 年度受過內疫情影響重創觀光旅遊業，2021 年 5 月 16 日起至 7 月 26 日園區暫停對外開放，導致入園遊客較去年同期銳減約 8 成，營收較同期銳減約 3 成。

**疫情導致遊客數減少之臺鹽因應措施**

1. 通霄廠因負有生產鹽水之重責，為避免影響生產，自 2021/5/16 起暫停生產線導覽，疫情期間也有短暫不對外開放的情況及調整部分營運項目。
2. 配合政府振興五倍券期間消費熱潮，除總公司辦理的促銷活動，園區也自辦活動，推升營收。

**通霄觀光園區歷年遊客數統計**

| 年度  | 開館至 2012 年 | 2013 年  | 2014 年  | 2015 年  | 2016 年  | 2017 年  | 2018 年  | 2019 年  | 2020 年<br>( 新冠疫情期間 ) | 2021 年<br>( 新冠疫情期間 ) |
|-----|------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------|----------------------|
| 遊客數 | 264,611    | 291,249 | 328,276 | 362,226 | 395,456 | 382,739 | 328,267 | 331,628 | 275,519              | 193,171              |
| 合計  |            |         |         |         |         |         |         |         |                      | 3,153,142            |



**3.5.3 鹽續幸福 在地關懷**

臺鹽歷年積極參與慈善公益活動，落實敦親睦鄰，將利害關係人的幸福視為己任。我們長期與社福團體和學校偏鄉義診隊合作，贊助華山基金會舉辦銀髮扶助和伊甸基金會募款等相關活動，以及台北醫學大學和中國醫藥大學等義診隊義舉，將愛心散佈出去，擴大臺鹽對社會之影響力。未來臺鹽規劃推動志工服務制度及志工服務平台，結合社福團體與臺鹽社區關懷行動站進行社會關懷活動與科普知識推行，前往偏鄉地區宣導鹽品，也藉此創造自我的工作價值。

近四年捐贈費用合計逾 3 仟 1 百萬元，2018 至 2021 年期間臺鹽所屬各廠、場轄區睦鄰及辦理關懷弱勢團體參與公益活動情形以及禮品捐贈說明如下：

| 捐贈對象    | 2018 年    |     | 2019 年    |     | 2020 年    |     | 2021 年    |     |
|---------|-----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|-----------|-----|
|         | 金額        | 件數  | 金額        | 件數  | 金額        | 件數  | 金額        | 件數  |
| 公益團體    | 543,530   | 97  | 332,772   | 108 | 313,505   | 267 | 196,355   | 41  |
| 政府      | 3,741,941 | 44  | 2,967,888 | 59  | 2,994,914 | 172 | 2,941,825 | 31  |
| 社團 & 學校 | 4,442,402 | 15  | 3,970,188 | 27  | 4,268,952 | 70  | 4,714,019 | 27  |
| 合計      | 8,727,873 | 155 | 7,270,848 | 194 | 7,577,371 | 509 | 7,852,199 | 102 |

### 員工響應善的循環

臺鹽公司連續五年贊助伊甸社會福利基金會身障就業服務計畫「鹽續幸福，礙有溫度」公益活動！為幫助身障青年自立生活，臺鹽公司陪伴身障青年製作母親節幸福料理，更贊助 400 瓶美味健康的「鮮選我塩麵」當作伊甸年度捐款贈品，吸引民眾加入守護身障朋友行列。除此之外，為落實企業回饋社會理念，把愛送進孩子心中，由臺鹽總經理率領臺鹽同仁前往擔任一日企業志工，活動現場與數十名志工紛紛捲起衣袖巧扮料理師傅，教導他們用「鹽麵」製作熱騰騰的「幸福蒸蛋」，用「有健康概念的魔法調味料」料理媽媽的家常味、傳遞對家人的愛。

佐一匙鹽麵 「鹽續幸福 礙有溫度」

臺鹽透過 2021 年度母親節傳遞愛，贊助伊甸身障就業計畫：

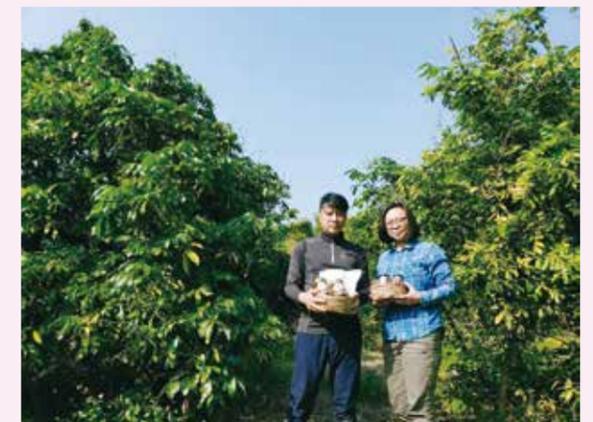
臺鹽期望藉實際行動號召多方資源守護弱勢，以「鮮選我塩麵」作為捐款贈禮，呼籲民眾用健康料理愛家人、做公益，支持每一位身障青年在充裕資源中茁壯。



### 支持在地小農

臺鹽從 2019 年以來持續支持永續農業的精神，分別已於雲林、嘉義、台南小農認購鳳梨、文旦及香蕉贈送全體員工，並發布分享農委會、市府、各地農會及漁會等單位推廣當令特產行銷專案，一同推廣台灣優質食材，以行動支持在地小農，展現愛惜土地，照顧員工的企業精神。

臺鹽線上購推出小農直送專區，開發身障庇護有機紅藜農場 - 「糧萃庇護農場」、台南東山青農返鄉堅持柴燒龍眼古法的「家農場」作為第一批合作扶植對象。



### 體壇賽事及大型活動

臺鹽長期支持國家體育賽事，不僅力挺桌球國手鄭怡靜，五年來也持續支持身障桌球國手程銘志，在體壇界的發展，不因身體的拘限，打出自己的一片天地，程國手曾於 2020 年於帕拉桌球 TT5 級世界排名躍登第一，成為身心障礙運動選手們的標竿。

臺鹽身障桌球國手程銘志以行動鼓舞台灣青年勇敢追夢，代表臺灣展現鋒芒。



### 專注回饋 社區再造

臺鹽通霄精鹽廠積極投入社會回饋，長期與地方政府及公益團體、社福機構合作，進行地方關懷活動，相關作為如下：

- 臺鹽通霄廠提供鄰近小學戶外教學導覽服務，與學子互動體驗彩鹽 DIY，認識鹽品的重要性；不定期出借場地舉辦研習。
- 臺鹽通霄廠積極邀請街頭藝人表演，增加社會公益的能量，進而幫助整體社會。2021 年辦理身心障礙街頭藝人表演 41 場。
- 全年免費開放「海洋溫泉泡腳溪」及「親水廣場戲水池」，供遊客親子同樂。
- 支持在地社區、學校及機關團體活動：通霄鎮內新埔國小、啟明國小、烏眉國小辦理 110 年度校慶運動會，如路跑、健走、趣味競賽、舞獅、獨輪車、國標舞、直排輪等，警消政令宣導，社區、社會團體公益及年節活動等等，臺鹽通霄觀光園區贊助本廠產製海洋生成水支持在地學校運動賽事與各界機關及團體活動。
- 維持在地良好關係：臺鹽通霄觀光園與在地連結，配合當地活動，客製化當地民間信仰媽祖遶境時的包裝飲用水，於拱天宮每年辦理往北港徒步進香時提供贊助。並也提供客製化鎮公所包裝飲用水，供應鎮內各里里民需求。



街頭藝人表演



支持在地社區、學校及機關團體活動

### 針對七股鄰近社區，2021 年公益及社區回饋相關作為如下：

免費贊助七股農會幼兒園入園參訪。

與華山基金會合作，將公告無人認領的遺失物、警察局公告期滿拾獲的現金、公告無人認領的遺失物...等物資捐給華山基金會，如有其他物資會七股鹽場也會不定期捐出。



台南市社會局，七股鹽山為補助景點，中低收入戶都會有補助，當日 250 元。

- 配合台南市府社會局「社福好玩家 - 相揪愛出發」補助中、低收入戶，增設七股鹽山為補助景點。
- 提供社會參與誘因，提升渠等參與之動機及機會，避免社會排除。
- 活動內容如下：  
台南市列冊低收入戶及中低收入戶者，至臺鹽觀光工廠、博物館、水庫風景區... 等著名觀光景點門票費、停車場費每人單日補助金額上限為新臺幣 250 元。

### 臺鹽對外參與公協會

臺鹽對外參與台灣生技產業聯盟、臺灣化粧品工業同業公會、中華民國健康食品協會、國家生技醫療產業策進會、台灣化粧品良好作業規範（GMP）產業發展協會、台灣優良食品發展協會、台灣連鎖暨加盟協會、台灣保健營養食品工業同業公會... 等公協會。

### 3.5.4 新冠防疫陣線

#### 防疫產品研發

臺鹽建有研發資料庫，定期維護龐大研究資料，故新冠疫情發生當下能關注大眾需求，立即運用平台之資料迅速研發出多款抗菌清潔產品。臺鹽在疫情延燒時推出防禦利器 - 「蓓舒美海鹽抗菌洗手露」與「蓓舒美海鹽淨膚皂、海藻潤澤皂」發揮天然海鹽清潔力，為民眾呵護雙手、守護健康，用最天然無添加的防護陣線，邀大家一起勤洗手、成功抗菌。

臺鹽「蓓舒美海鹽抗菌洗手露」提出清潔抗菌同時強化肌膚屏障、呵護雙手的理念，結合天然海鹽、IPMP 潔效抗菌配方、植萃護膚精華、無添加的溫和概念，以及 SGS 重金屬檢驗和 TAF 國際級實驗室自主檢驗等優勢，攜手天然成分的「蓓舒美海鹽淨膚皂、海藻潤澤皂」組成防護陣線。

| 產品名稱   | 開發背景  | 產品亮點   |
|--|---|--|
|  <p>蓓舒美海鹽抗菌洗手露</p>  | <p>在 COVID-19 疫情擴散前與通路端超前佈署研討品項開發，並於疫情爆發後因應消費者大量需求，快速調整配方以建立冷製製程技術提升產能。</p>                       | <p>不含皂鹼、無三氯沙，溫和洗淨肌膚，並添加雪絨花精萃提升肌膚修護力。</p>   |
|  <p>SUPER 防護乾洗手</p> | <p>從超過 900 項劑型與配方研究、600 項以上抑菌效能安全測試、200 項以上皮膚刺激敏感性評估及 1200 人次以上國內外人體有效性驗證的資料庫中，快速篩選出適用配方完成開發。</p> | <p>利用適當的抗菌劑減少酒精用量，不僅降低酒精造成的肌膚乾澀感又能得到良好的抗菌力，經 SGS 檢驗，針對金黃色葡萄球菌、大腸桿菌、綠膿桿菌、白色念珠菌等有害菌，作用時間 1 分鐘後，滅菌力達 99.9%。</p> |
|  <p>保健 3 寶</p>      | <p>因流感及新冠肺炎帶動民眾關注提升免疫力產品的需求。</p>  | <p>精選維他命 C 咀嚼錠、維他命 B 群膜衣錠及十益菌咀嚼錠，健康補給、樂活能量、守護體力。</p>   |

面臨嚴峻的新冠疫情，防疫成為臺鹽守護國人最重要的議題之一，臺鹽運用堅強的研發資料庫即時推出防疫產品，期望為國人健康成為強力的後盾。除了抗菌商品的開發，臺鹽捐贈防疫物資予在地學校及醫護人員，為了國民健康不餘遺力，有愛相挺。

防疫相關作為如下：

- 臺鹽門市設立防疫專區
- 捐贈桃園市政府「SUPER 防護乾洗手」
- 捐贈中華民國護理師護士公會全國聯合會「SUPER 防護乾洗手」



此外，國內疫情逐漸平穩，消費動能蓄勢待發，臺鹽響應政府振興券一同拚經濟，推出周年慶「振興 5 倍 臺鹽再加倍」和預購送好禮活動，以實際行動回饋消費者現金加值、振興券加碼，滿載而歸！



#### 臺鹽捐 3 萬瓶防護乾洗手，力挺台灣防疫前線

隨著國內疫情升溫，臺鹽公司感佩全體醫護英雄站在防疫第一線守護國人，宣布捐出 3 萬瓶「SUPER 防護乾洗手」贈予中華民國護理師護士公會全國聯合會，讓醫護人員隨時擁有滿滿的防護力，攜手為台灣築起防禦陣線。

防疫工作為台灣全民運動，對於守在疫情戰場上的醫護人員，更要給予關懷和支持。臺鹽透過捐贈防疫物資，呼籲國民保持戴口罩、勤洗手、保持社交距離等良好習慣，凝聚防疫共識，攜手與民眾及醫護一起抵禦疫病。



臺鹽守護偏鄉千名學童，對抗新冠肺炎，還要面臨流感、腸病毒、諾羅病毒蠢蠢欲動，校園防疫仍不能鬆懈。學童的學習發展不能受疫情影響，尤其物資較缺乏的偏鄉學校及全體師生，更須受到保護。捐贈「蓓舒美海鹽抗菌洗手露」、「SUPER 防護乾洗手」逾 4 千瓶，疊起來的高度超過一座 101 大樓，發揮臺鹽生技研發實力和企業社會責任精神，為孩子築起防疫陣線。



## 附錄一、GRI- 準則對應表

### 一、一般標準揭露

| 一般標準揭露 | 章節                                  | 頁碼            | 備註 |
|--------|-------------------------------------|---------------|----|
| 組織概況   |                                     |               |    |
| 102-1  | 關於報告書                               | 4             |    |
| 102-2  | 1.2.1 沿革歷史<br>1.2.2 主要產品與營運績效       | 29<br>31      |    |
| 102-3  | 關於報告書<br>1.2.1 沿革歷史                 | 4<br>29       |    |
| 102-4  | 關於報告書<br>1.2.1 沿革歷史                 | 4<br>29       |    |
| 102-5  | 1.2.1 沿革歷史                          | 29            |    |
| 102-6  | 1.2.1 沿革歷史                          | 29            |    |
| 102-7  | 1.2.2 主要產品與營運績效<br>3.3.1 人才組成       | 31<br>98      |    |
| 102-8  | 3.3.1 人才組成                          | 98            |    |
| 102-9  | 1.5 永續供應鏈                           | 48            |    |
| 102-10 | 關於報告書<br>1.2.1 沿革歷史<br>1.3.1 近年重大投資 | 4<br>29<br>39 |    |
| 102-11 | 1.4.1 內部控制管理<br>1.4.2 整體環境、危機與機會    | 46<br>46      |    |
| 102-12 | 3.4.1 推動友善環境                        | 108           |    |
| 102-13 | 3.5 社會回饋                            | 115           |    |
| 102-41 | 3.4.2 員工權益與溝通                       | 108           |    |
| 策略與分析  |                                     |               |    |
| 102-14 | 經營者的承諾                              | 6             |    |

| 一般標準揭露         | 章節                    | 頁碼  | 備註  |
|----------------|-----------------------|-----|---|
| <b>倫理與誠信</b>   |                       |     |   |
| 102-16         | 1-1 永續治理              | 23  |   |
| <b>治理</b>      |                       |     |   |
| 102-18         | 1-1 永續治理              | 23  |   |
| <b>利害關係人溝通</b> |                       |     |   |
| 102-40         | 臺鹽主要利害關係人、關注議題及臺鹽回應方式 | 16  |   |
| 102-42         | 利害關係人鑑別               | 14  |   |
| 102-43         | 臺鹽主要利害關係人、關注議題及臺鹽回應方式 | 16  |   |
| 102-44         | 利害關係人關注議題的回應          | 16  |   |
| <b>報導實務</b>    |                       |     |   |
| 102-45         | 1.2.2 主要產品與營運績效       | 31  |   |
| 102-46         | 利害關係人溝通               | 16  |   |
| 102-47         | 重大考量面邊界與回應            | 18  |   |
| 102-48         | 關於報告書                 | 4   |   |
| 102-49         | 附錄一、GRI 準則對應表         | 133 | 1. 電力消費熱值以 860 千卡 / 度重新計算近三年能源使用量<br>2. 引用經濟部能源局公告 2020 年電力排放係數 0.502 公斤 CO <sub>2</sub> e/ 度重新計算該年度溫室氣體排放量 |
| 102-50         | 關於報告書                 | 4   |   |
| 102-51         | 關於報告書                 | 4   |   |
| 102-52         | 關於報告書                 | 5   |   |
| 102-53         | 關於報告書                 | 5   |   |
| 102-55         | 附錄一、GRI 準則對應表         | 133 |   |
| 102-56         | ISAE3000 確信報告         | 141 |   |

## 二、重大主題揭露

| GRI 準則                  | 揭露項目  | 對應章節                 | 頁碼                          | 備註         |
|-------------------------|-------|----------------------|-----------------------------|------------|
| <b>重大主題</b>             |       |                      |                             |            |
| <b>1. 消費者 / 顧客健康與安全</b> |       |                      |                             |            |
| GRI 103 : 管理方針 2016     | 103-1 | 解釋重大主題及其邊界           | 管理方針 - 消費者 / 顧客健康與安全        | 79         |
|                         | 103-2 | 管理方針及其要素             |                             |            |
|                         | 103-3 | 管理方針的評估              |                             |            |
| 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影響   | 3.1 消費者 / 顧客健康與安全           | 79         |
|                         | 416-2 | 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件 | 3.1.1 相互稽核<br>3.2.4 法規遵循    | 84<br>89   |
| <b>2. 品質管理</b>          |       |                      |                             |            |
| GRI 103 : 管理方針 2016     | 103-1 | 解釋重大主題及其邊界           | 管理方針 - 品質管理                 | 80         |
|                         | 103-2 | 管理方針及其要素             |                             |            |
|                         | 103-3 | 管理方針的評估              |                             |            |
| <b>3. 無對應 GRI 指標</b>    |       |                      |                             |            |
| 公司治理與誠信                 |       |                      |                             |            |
| GRI 103 : 管理方針 2016     | 103-1 | 解釋重大主題及其邊界           | 管理方針 - 公司治理與誠信              | 23         |
|                         | 103-2 | 管理方針及其要素             |                             |            |
|                         | 103-3 | 管理方針的評估              |                             |            |
| 無對應 GRI 指標              |       |                      |                             |            |
| <b>4. 政策與法規遵循</b>       |       |                      |                             |            |
| GRI 103 : 管理方針          | 103-1 | 解釋重大主題及其邊界           | 管理方針 - 法規與遵循                | 23         |
|                         | 103-2 | 管理方針及其要素             |                             |            |
|                         | 103-3 | 管理方針的評估              |                             |            |
| GRI 419 : 社會經濟法規遵循 2016 | 419-1 | 違反社會與經濟領域之法律和規定      | 3.4.2 員工權益與溝通<br>3.4.3 安心職場 | 111<br>114 |

| 5. 反貪腐                      |       |                           |                   |     |               |
|-----------------------------|-------|---------------------------|-------------------|-----|---------------|
| GRI 103 :<br>管理方針<br>2016   | 103-1 | 解釋重大主題及其邊界                |                   |     |               |
|                             | 103-2 | 管理方針及其要素                  | 管理方針 - 反貪腐        | 22  |               |
|                             | 103-3 | 管理方針的評估                   |                   |     |               |
| GRI 205 :<br>反貪腐<br>2016    | 205-3 | 已確認的貪腐事件及採取的行動            | 管理方針 - 反貪腐        | 22  | 2021 年未發生貪腐事件 |
| 6. 職業健康安全                   |       |                           |                   |     |               |
| GRI 103 :<br>管理方針<br>2016   | 103-1 | 解釋重大主題及其邊界                |                   |     |               |
|                             | 103-2 | 管理方針及其要素                  | 管理方針 - 職業健康安全     | 83  |               |
|                             | 103-3 | 管理方針的評估                   |                   |     |               |
| GRI 403 :<br>職業安全衛生<br>2018 | 403-1 | 職業安全衛生管理系統                | 3.4.3 安心職場        | 114 |               |
|                             | 403-2 | 危害辨識、風險評估、及事故調查           | 3.4.3 安心職場        | 112 |               |
|                             | 403-3 | 職業健康服務                    | 3.4.3 安心職場        | 115 |               |
|                             | 403-4 | 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通      | 3.4.3 安心職場        | 115 |               |
|                             | 403-5 | 有關職業安全衛生之工作者訓練            | 3.4.3 安心職場        | 112 |               |
|                             | 403-6 | 工作者健康促進                   | 3.4.3 安心職場        | 115 |               |
|                             | 403-7 | 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊 | 3.4.3 安心職場        | 114 |               |
|                             | 403-9 | 職業傷害                      | 3.4.3 安心職場        | 114 |               |
| 7. 員工待遇與福利                  |       |                           |                   |     |               |
| GRI 103 :<br>管理方針<br>2016   | 103-1 | 解釋重大主題及其邊界                |                   |     |               |
|                             | 103-2 | 管理方針及其要素                  | 管理方針 - 員工待遇與福利    | 81  |               |
|                             | 103-3 | 管理方針的評估                   |                   |     |               |
| GRI 401 :<br>勞僱關係<br>2016   | 401-1 | 新進員工和離職員工                 | 3.3.2 人才流動        | 100 |               |
|                             | 401-2 | 提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利  | 3.3.3 具競爭力薪酬與多元福利 | 102 |               |
|                             | 401-3 | 育嬰假                       | 3.3.3 具競爭力薪酬與多元福利 | 104 |               |

| 8. 企業品牌形象                  |       |                     |                          |          |  |
|----------------------------|-------|---------------------|--------------------------|----------|--|
| GRI 103 :<br>管理方針<br>2016  | 103-1 | 解釋重大主題及其邊界          |                          |          |  |
|                            | 103-2 | 管理方針及其要素            | 管理方針 - 企業品牌形象            | 80       |  |
|                            | 103-3 | 管理方針的評估             |                          |          |  |
| GRI 202 :<br>市場地位<br>2016  | 202-2 | 雇用當地居民為高階管理階層的比例    | 3.3.1 人才組成               | 98       |  |
| GRI 417 :<br>行銷與標示<br>2016 | 417-1 | 產品和服務資訊與標示的要求       | 3.2.2 產品標示<br>3.2.3 產品溯源 | 93<br>95 |  |
|                            | 417-2 | 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件 | 3.2.4 法規遵循               | 97       |  |
| 9. 經營績效                    |       |                     |                          |          |  |
| GRI 103 :<br>管理方針<br>2016  | 103-1 | 解釋重大主題及其邊界          |                          |          |  |
|                            | 103-2 | 管理方針及其要素            | 管理方針 - 經營績效              | 29       |  |
|                            | 103-3 | 管理方針的評估             |                          |          |  |
| GRI 201 :<br>經濟績效<br>2016  | 201-1 | 組織所產生及分配的直接經濟價值     | 1.2.2 主要產品與服務            | 31       |  |
|                            | 201-3 | 定義福利計劃義務與其它退休計畫     | 3.3.3 具競爭力薪酬與多元福利        | 99       |  |
| 10. 勞資溝通                   |       |                     |                          |          |  |
| GRI 103 :<br>管理方針<br>2016  | 103-1 | 解釋重大主題及其邊界          |                          |          |  |
|                            | 103-2 | 管理方針及其要素            | 管理方針 - 勞資溝通              | 82       |  |
|                            | 103-3 | 管理方針的評估             |                          |          |  |
| GRI 402 :<br>勞資關係<br>2016  | 402-1 | 關於營運變化的最短預告期        | 3.4.2 員工權益與溝通            | 108      |  |

## 附錄二、永續會計準則 SASB 對應表

| 揭露主題    | 指標代碼         | 揭露指標   | 性質 | 說明   | 頁碼   |
|---------|--------------|--|----|--|------|
| 能源管理    | FB-PF-130a.1 | (1) 消耗的總能源；<br>(2) 電網用電量的百分比；<br>(3) 再生能源的百分比                          | 量化 | 臺鹽 2021 年消耗的總能源為 475,714.95 (十億焦耳)<br>臺鹽電網用電量 100%<br>臺鹽無使用再生能源                        | 參照左欄 |
| 水資源管理   | FB-PF-140a.1 | (1) 抽取的總水量，<br>(2) 消耗的總水量，在高水資源壓力的區域中每種水的百分比                           | 量化 | 無來自高水資源壓力地區之水資源  | 參照左欄 |
|         | FB-PF-140a.2 | 相關的違規事件數量  | 量化 | 2021 年無相關違規案件  | 參照左欄 |
|         | FB-PF-140a.3 | 描述水資源管理風險，並討論減輕這些風險的策略和實踐  | 質化 | 詳見 2.4 水資源管理   | 參照左欄 |
| 食品安全    | FB-PF-250a.1 | 全球食品安全倡議 (GFSI) 重大食安風險違反率<br>(1) 不合格率<br>(2) (a) 主要和 (b) 次要不合格的相關糾正措施率 | 量化 | 臺鹽公司遵從台灣食品安全衛生管理法，並鼓勵供應鏈取得及維持 ISO9001 及 ISO22000 認證。為響應國際食品安全倡議趨勢，未來也將朝向 GFSI 認可之認證前進。 | 參照左欄 |
|         | FB-PF-250a.2 | 來自一階 (Tier 1) 食品供應商設施的原物料通過了全球食品安全倡議 (GFSI) 認可的百分比                     | 量化 | 無揭露；說明請參照前項  | 參照左欄 |
|         | FB-PF-250a.3 | (1) 食品安全違規的總數，<br>(2) 修正百分比  | 量化 | 2021 年度無相關食品安全違規   | 參照左欄 |
|         | FB-PF-250a.4 | (1) 發出的召回次數和<br>(2) 召回的食品總量  | 量化 | 2021 年度無商品召回之情事  | 參照左欄 |
| 健康 & 營養 | FB-PF-260a.1 | 以促進健康和營養為標籤的產品收入   | 量化 | 詳見 1.2.2 營運績效與主要產品   | 參照左欄 |
|         | FB-PF-260a.2 | 描述於消費者中鑑別與管理健康與營養之相關產品與成分的過程   | 質化 | 詳見 3.2.1 聆聽客戶需求與解答   | 參照左欄 |

| 揭露主題       | 指標代碼         | 揭露指標   | 性質      | 說明  | 頁碼   |
|------------|--------------|--|---------|---|------|
| 產品標籤與行銷    | FB-PF-270a.1 | 廣告展示次數百分比<br>(1) 對兒童<br>(2) 對兒童且宣傳符合飲食準則的產品                        | 量化      | 12(含)以下青少年占比數據無揭露。臺鹽食品產品適合各族群，不播放危害兒童之內容。 | 參照左欄 |
|            | FB-PF-270a.2 | 產品收入<br>(1) 含有基因改造產品收入<br>(2) 非基因改造產品收入                            | 量化      | 臺鹽公司無販賣製造基因改造產品                           | 參照左欄 |
|            | FB-PF-270a.3 | 不遵守行業或法規標籤和 / 或 營銷法規的事件數   | 量化      | 2021 年無相關違規案件                             | 參照左欄 |
|            | FB-PF-270a.4 | 與標籤和 / 或 營銷有關的法律訴訟造成的金錢損失總額  | 量化      | 2021 年無相關違規 / 訴訟案件                        | 參照左欄 |
| 產品包裝生命週期管理 | FB-PF-410a.1 | (1) 包裝總重量，<br>(2) 由回收和 / 或可再生材料製成的百分比<br>(3) 可回收，可重複使用和 / 或可堆肥的百分比 | 量化      | 包裝總重量                                     | 參照左欄 |
|            |              |  |         | 初級包材                                      |      |
|            |              | 種類   | 重量 (公噸) |   |      |
|            |              | PET 瓶  | 305     |   |      |
|            |              | PE 袋管  | 17      |   |      |
|            |              | 普鹽袋  | 113     |   |      |
|            |              | 罐頭鹽罐   | 5       |   |      |
|            |              | 玻璃瓶  | 21      |   |      |
|            |              | PE 塑膠瓶   | 2.53    |   |      |
|            |              | 合計   | 463.53  |   |      |
|            |              | 次級包材   |         |   |      |
|            |              | 種類   | 重量 (公噸) |   |      |
|            |              | 紙箱   | 2.102   |   |      |
|            |              |  |         | 臺灣法規規範再生塑料與回收塑料不可用於食品包材。                  |      |
|            | FB-PF-410a.2 | 描述包裝在整個生命週期內減少對環境影響的策略   | 質化      | 詳見 2.1.2 資源利用及循環                          | 參照左欄 |

| 揭露主題            | 指標代碼  | 揭露指標  | 性質 | 說明   | 頁碼      |               |     |   |      |   |       |  |     |  |
|-----------------|---|---|----|--|---------|---------------|-----|---|------|---|-------|--|-----|--|
| 原物料供應鏈對環境和社會的影響 | FB-PF-430a.1  | 獲得第三方環境和 / 或社會標準認證的食品成分所佔百分比，以及按標準所佔百分比                     | 量化 | 詳見 1.5.2 原物料管理   | 參照左欄    |               |     |   |      |   |       |  |     |  |
|                 | FB-PF-430a.2  | 供應商的社會和環境責任審計<br>(1) 不合格率和<br>(2) (a) 主要和 (b) 次要不合格的相關糾正措施率 | 量化 | 詳見 1.5.1 供應商評鑑   | 參照左欄    |               |     |   |      |   |       |  |     |  |
| 原物料採購           | FB-PF-440a.1  | 來自高水資源壓力區域的食品原物料百分比   | 量化 | 無食品原物料來自於擁有水資源壓力的地區。   | 參照左欄    |               |     |   |      |   |       |  |     |  |
|                 | FB-PF-440a.2  | 表列主要採購食品原物料清單以及描述環境和社會因素而引起的採購風險                            | 質化 | <p>臺鹽主要食品生產原物料來自海洋，針對採購之食品原物料以交易金額及品項進行分級管況。2021 年鑑別之主要食品原物料及環境及社會風險詳下表：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>主要食品原物料</th> <th>環境與社會相關採購風險說明</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>玫瑰鹽</td> <td>進口鹽品可能因當地雨季等氣候變化、國家內戰、大型傳染疾病等因素造成供貨不穩定；目前針對各品項備有兩家以上供應商</td> </tr> <tr> <td>葡萄糖胺</td> <td>供應商如涉及違反臺鹽採購契約中企業社會責任政策相關條款時，臺鹽得隨時終止或解除契約</td> </tr> <tr> <td>牛膠原蛋白</td> <td></td> </tr> <tr> <td>軟骨素</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | 主要食品原物料 | 環境與社會相關採購風險說明 | 玫瑰鹽 | 進口鹽品可能因當地雨季等氣候變化、國家內戰、大型傳染疾病等因素造成供貨不穩定；目前針對各品項備有兩家以上供應商 | 葡萄糖胺 | 供應商如涉及違反臺鹽採購契約中企業社會責任政策相關條款時，臺鹽得隨時終止或解除契約 | 牛膠原蛋白 |  | 軟骨素 |  |
| 主要食品原物料         | 環境與社會相關採購風險說明   |   |    |  |         |               |     |   |      |   |       |  |     |  |
| 玫瑰鹽             | 進口鹽品可能因當地雨季等氣候變化、國家內戰、大型傳染疾病等因素造成供貨不穩定；目前針對各品項備有兩家以上供應商 |   |    |  |         |               |     |   |      |   |       |  |     |  |
| 葡萄糖胺            | 供應商如涉及違反臺鹽採購契約中企業社會責任政策相關條款時，臺鹽得隨時終止或解除契約               |   |    |  |         |               |     |   |      |   |       |  |     |  |
| 牛膠原蛋白           |   |   |    |  |         |               |     |   |      |   |       |  |     |  |
| 軟骨素             |   |   |    |  |         |               |     |   |      |   |       |  |     |  |
| 活動指標            | FB-PF-000.A   | 售出產品的重量   | 量化 | 臺鹽公司並未對於 2021 年所售出之產品總重量進行統計。  | 參照左欄    |               |     |   |      |   |       |  |     |  |
|                 | FB-PF-000.B   | 生產設施數量  | 量化 | 臺鹽公司旗下共有通霄精鹽廠 ( 簡稱通霄廠 )、生技保健廠 ( 簡稱保健廠 )、生技妝品廠 ( 簡稱妝品廠 ) 等三大廠區。   | 參照左欄    |               |     |   |      |   |       |  |     |  |

## 附錄三、臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」對照表 (第四條第一項)

| 編號   | 說明   | 相關章節  | 頁次             | 備註                                     |
|------|--|---|----------------|--|
| 食 -1 | 為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度方面進行之評估與改進及所影響之主要產品類別與百分比。 | 3.1 消費者 / 顧客健康與安全<br>3.1.1 相互稽核               | 84<br>86       |  |
| 食 -2 | 上市公司應遵循之食品安全衛生管理相關法規，及上市公司違反上述法規之事件類別與次數。                          | 3.1 消費者 / 顧客健康與安全<br>3.1.1 相互稽核<br>3.2.4 法規遵循 | 81<br>86<br>97 |  |
| 食 -3 | 上市公司採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比。                                     | 1.5 永續供應鏈                                     | 51             | 本公司採購之產品皆符合採購原則；現無須符合國際標準之相關規範之供應商及代工廠 |
| 食 -4 | 經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。                             | 3.1 消費者 / 顧客健康與安全                             | 81             |  |
| 食 -5 | 上市公司對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。                                       | 1.5 永續供應鏈                                     | 51             |  |
| 食 -6 | 上市公司依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比。                          | 1.5 永續供應鏈<br>3.2.3 產品溯源                       | 49<br>96       |  |
| 食 -7 | 上市公司依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比。              | 3.1.2 TAF 國際認證實驗室認證項目                         | 89             |  |

## 附錄四、ISAE 3000 確信報告



安永聯合會計師事務所

70051 台南市永福路一段189號11樓  
11F, No.189, Sec. 1, Yongfu Road  
Tainan City, Taiwan, R.O.C

Tel: 886 6 292 5888  
Fax: 886 6 200 6888  
www.ey.com/taiwan

### 會計師獨立確信報告

臺鹽實業股份有限公司 公鑒

#### 一、確信範圍

本事務所接受臺鹽實業股份有限公司（以下簡稱臺鹽公司）之委任，對2021年度永續報告書中所選定之永續績效資訊進行有限確信並出具報告。有關臺鹽公司所選定之標的資訊及其適用基準，詳附件一。

#### 管理階層責任

臺鹽公司管理階層應依據適當之基準編制2021年度永續報告書，參考全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative, 簡稱GRI）發布之GRI準則（GRI Standards），並應設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制，以蒐集並揭露報告書內容。

#### 本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所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」之要求規劃並執行有限確信工作。

#### 二、確信工作

有限確信案件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信，本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量臺鹽公司內部控制之有效性，但目的並非對臺鹽公司內部控制之有效性表示意見。為作成有限確信之結論，本事務所已執行下列工作：

- 與臺鹽公司之管理階層及員工進行訪談，以瞭解臺鹽公司履行企業永續之整體情況，以及報導流程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解臺鹽公司之主要利害關係人及利害關係人之期望與需求、雙方具體之溝通管道，以及臺鹽公司如何回應該等期望與需求；
- 針對報告中所選定之永續績效資訊進行分析性程序；蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明；如必要時，則抽選樣本進行測試；
- 閱讀臺鹽公司之永續報告書，瞭解其與本事務所取得關於企業永續整體履行情況一致。



#### 三、先天限制

因永續報告書中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響，選擇不同的衡量方式，可能導致績效衡量上之重大差異，且由於確信工作係採抽樣方式進行，且任何內部控制均受有先天限制，故未必能查出所有業已存在之重大不實表達，無論是導因於舞弊或錯誤。

#### 四、品質管制與獨立性

本事務所遵循審計準則公報第四十六號會計師事務所之品質管制之規範，建立並維護完備之品質管制制度，包含遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。本所亦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。

#### 五、結論

依據本事務所執行之程序及所獲取之證據，未發現臺鹽公司所選定之永續績效資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師：曾于哲



民國一一年八月九日

台灣

附件一：

| 編號 | 內文標題            | 頁次 | 標的資訊   | 適用基準   |
|----|-----------------|----|--|--|
| 1  | 3.2 客戶服務與溝通     | 92 | 2021年，臺鹽公司共接獲169件客訴案件，其中包含保養品、清潔品、食品、鹽品及包裝水客訴件數共81件、異味水客訴共88件。針對保養品、清潔品、食品及鹽品包裝水之品質、包裝、個人因素客訴，臺鹽持續要求相關單位進行改善，且相關改善範圍涵蓋100%臺鹽自有產品。  | 「上市公司所編制與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項第一款第一目之應加強揭露績效指標。<br>為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度方面進行之評估與改進及所影響之主要產品類別與百分比。 |
| 2  | 3.1 消費者/顧客健康與安全 | 97 | 臺鹽公司所有廠區及其所生產之產品均100%受到完善的食品衛生安全管理。<br>臺鹽公司設有產品法規小組，平日檢視政府公報蒐集法規，每季至少召開一次會議檢討及決定食品安全法規相關事項，避免臺鹽產品違反法規與罰鍰。產品品質安全查核小組，強化現行各工廠稽核作業，配合最新之食品相關法規，工廠定期進行一次品質相互稽核。<br>臺鹽適用的法規主要為衛生福利部食品藥物管理署公告食品安全衛生管理法及施行細則等法令，所遵循之食品安全衛生管理相關法規可參照( <a href="https://www.fda.gov.tw/TC/law.aspx?cid=62">https://www.fda.gov.tw/TC/law.aspx?cid=62</a> )。 | 「上市公司編制與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項第一款第二目應加強揭露績效指標。<br>上市公司違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數。                      |
| 3  | 1.5 永續供應鏈       | 51 | 目前臺鹽公司尚無國際認可產品責任標準之供應商及代工廠。  | 「上市公司所編制與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項第一款第三目之應加強揭露績效指標。<br>上市公司採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比。                                     |

| 編號 | 內文標題            | 頁次    | 標的資訊  | 適用基準   |
|----|-----------------|-------|---|--|
| 4  | 3.1 消費者/顧客健康與安全 | 84~85 | 臺鹽公司2021年度取得認證資訊如下：<br>鹽品：通霄精鹽廠生產產品100%符合ISO 9001品質管理系統驗證、ISO 22000食品安全管理系統驗證、清真產業品質保證推廣協會清真認證。<br>包裝飲用水：通霄精鹽廠生產產品100%符合TQF臺灣優良食品驗證制度、ISO 9001品質管理系統驗證、ISO 22000食品安全管理系統認證、SNQ認證、清真產業品質保證推廣協會清真認證。<br>美容保養品：生技妝品廠生產產品100%符合ISO 9001品質管理系統驗證、ISO 22716化粧品GMP驗證、衛福部自願性化粧品優良製造證明書。<br>清潔用品：生技妝品廠生產產品100%符合ISO 9001品質管理系統驗證、經濟部標準檢驗局牙膏正字標記、SNQ認證。<br>膠囊類保健食品：生技保健廠生產產品100%符合ISO 9001品質管理系統驗證、ISO 22000(含HACCP)食品安全管理系統驗證、TQF臺灣優良食品驗證制度、SNQ認證。<br>保健食品：生技保健廠生產產品100%符合ISO 9001品質管理系統驗證、SNQ認證。<br>醫療器材：生技保健廠生產產品100%符合ISO 9001品質管理系統驗證、GMP醫療器材優良製造規範。 | 「上市公司所編制與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項第一款第四目之應加強揭露績效指標。<br>經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。 |
| 5  | 1.5 永續供應鏈       | 51    | 臺鹽公司2021年間定期針對供應商背景資格、產品品質、交貨能力、價格水準與配合度等條件進行供應商評鑑。<br>【生技妝品廠】2021年共查核1家代工廠，稽核比率為0.69%。<br>【生技保健廠】2021年共查核3家供應商，10家代工廠，稽核比率為10.16%。<br>【通霄精鹽廠】2021年共查核4家供應商，稽核比率為11.76%。  | 「上市公司所編制與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項第一款第五目之應加強揭露績效指標。<br>上市公司對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。           |

| 編號 | 內文標題                   | 頁次        | 標的資訊  | 適用基準   |
|----|------------------------|-----------|---|--|
| 6  | 3.2<br>客戶服務與<br>溝通     | 96        | <p>臺鹽公司 2021 年度已依法規規範將氯化鈉含量大於 95%食鹽之原料、半成品或成品等相關追溯資訊上傳至食品追溯追蹤管理資訊系統「非追不可」。</p> <p>通霄精鹽廠及進口鹽儲運所生產總品項全數上傳「非追不可」登錄平台。</p>  | <p>「上市公司所編制與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項第一款第六目之應加強揭露績效指標。</p> <p>上市公司依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比。</p>             |
| 7  | 3.1<br>消費者/顧客<br>健康與安全 | 88~<br>89 | <p>2021 年度臺鹽公司擁有符合 TAF 全國認證基金會之實驗室。2021 年度檢測結果皆符合臺鹽公司及主管機關衛生規範。</p> <p>臺鹽公司研發實驗室協助各單位進行成分的檢驗項目包含：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 指標成份--薑黃素。</li> <li>✓ 健康碘鹽--碘。</li> <li>✓ 食品--*重金屬(砷、鉛、銅、鎘、汞)、*微生物(總生菌數)、腸桿菌、金黃葡萄球菌、沙門氏菌。</li> <li>✓ 化妝品--*重金屬(砷、鉛、鎘、汞)、*微生物(總生菌數、總真菌)、防腐劑效能試驗、防腐劑。</li> <li>✓ 鹽品--*重金屬(砷、鉛、銅、鎘、汞、鐵)、氯化鈉含量、粒徑、水分、水不溶物、硫酸根。</li> <li>✓ 水--重金屬(砷、鉛、銅、鎘、汞、鋅)、微生物(總生菌數)、礦物質。</li> </ul> <p>另臺鹽公司 2021 年度食品安全實驗室之品保支出佔公司營收 0.54%。</p> <p>註:*為 TAF 認證之檢驗項目，臺鹽亦取得食品大腸桿菌及大腸桿菌群之認證項目。</p> | <p>「上市公司所編制與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項第一款第七目之應加強揭露績效指標。</p> <p>上市公司依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比。</p> |