

# TAI 2025

Sustainability Report

# YEN

永續報告書



臺鹽實業股份有限公司  
TAIYEN BIOTECH CO., LTD.

## 關於報告書 0 0 2

- |             |                   |                  |
|-------------|-------------------|------------------|
| 004 經營者的承諾  | 006 臺鹽的永續藍圖(SDGs) | 011 重大議題與利害關係人議合 |
| 006 全人健康新主義 | 008 2025亮點與績效     |                  |

### Chapter 精誠治理 0 1 8

- |                |              |
|----------------|--------------|
| 021 1.1 公司治理   | 039 1.4 風險管理 |
| 026 1.2 經營方針   |              |
| 035 1.3 策略發展規劃 |              |

### Chapter 環境永續 0 4 4

- |                 |                |
|-----------------|----------------|
| 045 2.1 環境管理    | 058 2.4 水資源管理  |
| 048 2.2 能源與溫室氣體 | 062 2.5 廢棄物管理  |
| 056 2.3 再生能源推動  | 064 2.6 氣候風險鑑別 |

### Chapter 價值延續 0 7 4

- |                   |               |
|-------------------|---------------|
| 074 3.1 顧客健康與安全   | 086 3.3 永續供應鏈 |
| 080 3.2 客戶服務與價值傳遞 |               |

### Chapter 幸福職場 0 9 0

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| 092 4.1 員工留才與培育 | 100 4.2 完善的員工照顧 |
|-----------------|-----------------|

### Chapter 社會共榮 1 1 0

- |                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 111 5.1 公衛教育 守護健康 | 118 5.3 鹽續幸福 在地關懷 |
| 113 5.2 地方創生 文化傳承 |                   |

## 附錄 1 2 2

- |                              |                      |
|------------------------------|----------------------|
| 122 附錄一：全球永續性報告指標GRI 準則內容索引  | 129 附錄四：永續揭露指標——食品工業 |
| 126 附錄二：永續會計準則委員會(SASB)指標對照表 | 130 附錄五：會計師獨立確信報告    |
| 附錄三：TCFD索引表                  |                      |

臺鹽實業股份有限公司（以下簡稱「臺鹽公司」、「臺鹽」、「本公司」、「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，履行企業應善盡之社會責任。近年來國內外連續多起食安風暴，讓臺鹽愈發堅定「吃得健康、用得安心」的核心理念，持續開發高性價比的安心鹽品和包裝水、響應政府政策提供消費市場可追溯履歷之優質商品，除自設TAF認證實驗室堅守產品品質之外，亦委託專業檢驗單位驗證，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，臺鹽堅信企業永續經營的重要性，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環境、經濟、社會面的重大性主題與改善措施。為因應國際趨勢與臺鹽永續藍圖深化策略，臺鹽於2021年發行「永續報告書」，致力展現於企業永續(Corporate Sustainability)領域的實務結果。

### 封面故事

本款設計以大眾能直覺理解的「雙手」與「飛鳥」為核心元素，具象化臺鹽在環境與企業治理上的深耕。主視覺圖像是由雙手交疊所組成的一隻展翅大鳥，其中一手化為洶湧翻騰、充滿動能的藍色海洋，象徵臺鹽深厚的企業根基；另一手則化為欣欣向榮的綠意陸地，兩者在畫面中和諧合作、彼此托舉，共同支撐起呵護於掌心中的綠色城市與自然環境。



這幅意象不僅暗示臺鹽力求環境與產業間的平衡，更隱喻臺鹽在永續之路上扮演著串聯海洋與陸地的關鍵橋樑，引領整座城市朝向更美好的未來飛去。在細節表現上，手指的色彩細膩融入了臺鹽五大產業的代表色，象徵將企業的多元實力化為養分注入城市之中。

### 報告書揭露期間、邊界

本報告書揭露期間為2025年度，涵蓋2025年1月1日至2025年12月31日之永續績效資訊，並與本公司財務報導期間一致。

本報告書永續資訊揭露邊界為臺鹽實業股份有限公司於臺灣之主要營運據點為範圍，包括台南總公司、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）、台北營業所（簡稱台北所）、台中營業所（簡稱台中所）、高雄營業所（簡稱高雄所），本報告書揭露上述據點於經濟、環境及社會面向之管理作為與績效數據，並回應利害關係人關注之重大議題。

本公司合併財務報表納入之關係企業包括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及臺鹽（廈門）進出口有限公司。前述關係企業於本報告書中主要係依合併財務報表範圍揭露財務資訊；除特別註明外，非財務永續績效數據係以臺鹽公司臺灣營運據點為主要統計範圍。關係企業財務資訊可參閱經會計師查核簽證之2025年度母子公司合併財務報表。

本報告書所揭露之統計數據主要來自本公司內部統計、調查及管理系統彙整結果；財務相關資訊部分採用經會計師查證後公開發表之資料，部分資訊則引用政府機關公開發布之資料。除特別註明外，本報告書之金額均以新臺幣表示，相關數據並以一般慣用之數值描述方式呈現。

## 撰寫標準依據

本報告書參照全球報告倡議組織(Global Reporting Initiative, GRI) 所發布之2021年 版GRI永續報導準則(GRI Standards)作為主要揭露架構，並依循永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, 簡稱 SASB)、氣候相關財務揭露建議 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 簡稱 TCFD) 進行揭露。

## 外部保證與確信

為提升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確信，符合《上市公司編製與申報永續報告書作業辦法》第四條第一項第一款第一目至第十目、GRI Standards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3000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，此為臺鹽公司所發行之第十二本報告書（2025年度）。

本年度發行時間為：2026年8月

下一版發行時間為：2027年8月

## 網站資訊



臺鹽 TAIYEN 全球資訊網



臺鹽永續專區

## 聯絡資訊

總公司地址：台南市南區健康路一段297號

發言人：洪雅萍

職稱：副總經理

電話：+886-6-2160688

電子郵件：tsi201@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：

<https://www.tybio.com.tw/taiyen/tw/csr/view/1/45/8>

免費服務專線：0800-230-990

## 經營者的承諾

身為深耕臺灣七十餘年的企業，臺鹽以鹽、水、生技三大核心事業為發展基礎，始終秉持「促進國民健康與幸福」之使命，在守護國人健康的同時，也積極回應環境與社會議題，串聯員工、股東、消費者、供應商及社區等利害關係人，將環境保護、社會共榮與公司治理融入營運決策，穩健推動永續發展。

在環境永續方面，臺鹽致力實踐「取之於海洋、回饋於環境」的永續理念，積極推動溫室氣體盤查、能源管理及製程改善，持續提升能源使用效率、降低碳排放。2025年依循ISO 14064-1：2018完成組織型溫室氣體盤查，並揭露範疇一至三排放情形；同時持續推動產品碳足跡盤查、包材減量、綠色採購及水資源循環利用，逐步建構低碳製造與循環經濟模式，穩健朝淨零轉型目標邁進。

在公司治理方面，臺鹽持續強化董事會及永續委員會之監督職能，將風險管理、法規遵循、資訊安全及誠信經營納入治理核心，並積極因應氣候變遷、供應鏈及法規等風險挑戰，持續提升治理透明度與營運韌性，為企業永續發展奠定穩固基礎。

身為長期陪伴國人的品牌，我們深信，企業的成長唯有與社會共好同行，方能創造長遠價值。臺鹽透過鹽品與營養衛教推廣、校園及社區合



作、志工服務、淨灘行動及地方文化活動，將企業資源轉化為社會正向影響力，促進地方共榮。同時，我們重視員工照護、人才培育、職業安全及勞資溝通，致力打造健康、安全且友善的職場環境，讓每一位同仁都能安心發揮專業，與企業共同成長。

在全方位的永續耕耘下，臺鹽於2025年再度榮獲TCSA台灣企業永續獎報告書類金獎，累計獲得8金1銀，展現臺鹽長期推動永續發展的成果與實踐。

永續不是短期競賽，而是一項需集結眾人力量共同實踐的長期承諾，每一步行動，都關乎未來世代的福祉。展望未來，臺鹽將持續深化責任生產、低碳營運與永續供應鏈管理，提升供應鏈韌性與碳管理能力，同時規劃接軌IFRS S1 / S2永續揭露準則。臺鹽將秉持守護國人健康的初心，以更堅定的步伐推動潔淨生產與透明治理，攜手利害關係人共創健康、安心且永續的未來。

董事長 丁彥哲

# 全人健康新主義

臺鹽成立至今已屆 74 載，其發展歷程與臺灣的經濟脈動緊密相連，本公司始終堅守創新卓越的核心價值，不僅在鹽品本業上肩負穩定民生用鹽供應及促進國家經濟發展的重責，更積極拓展事業版圖。如今，臺鹽的業務涵蓋包裝飲用水、美容保養品、清潔用品、保健食品，並經營七股與通霄觀光園區。憑藉優異的產品品質，臺鹽屢獲殊榮，成為一個讓企業、社會及消費者都安心信賴的國家級領導品牌。臺鹽亦以宏觀的視野，順應全球趨勢並積極配合政府政策，投入自有電廠經營與太陽光電事業，透過推廣乾淨、永續能源，臺鹽致力於回饋鄉里，推動環保能源新世代，用心守護這片寶貴的臺灣土地。

臺鹽歷經「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。面對快速變化的市場，臺鹽以既有的企業優勢為底蘊，致力透過創造價值、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。

## 臺鹽的發展歷程



## 臺鹽永續拼圖



## 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之下，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，臺鹽發揮企業影響力，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) 的目標。

## 環境友善

建置太陽光電及汽電共生，發展乾淨能源，落實資源循環及包材減量。

1. 取之於海，還之於海，減少對海洋的衝擊。
2. 導入ISO 50001能源管理系統。
3. 響應政府政策改善空污。
4. 進行節能減碳措施並使用低碳能源。
5. 革新包材使用，創造對環境友善的產品。
6. 推動組織型溫室氣體盤查。
7. 完成主要產品碳足跡盤查。



## 企業價值

結合營運策略，深耕品牌價值，落實永續企業文化，邁向永續經營。

1. 提升董事會運作效能。
2. 落實內部控制制度。
3. 公司治理評鑑持續改善。
4. 執行永續供應鏈管理。
5. 在地採購，創造經濟共榮。
6. 持續強化資訊安全與隱私保護，提升全體員工安意識。



## 永續經營

優良品質保證，實現全人類健康福祉，目標成為幸福企業。

1. 積極提供消費者產品溯源保障。
2. 持續強化產品品質，為消費者健康把關。
3. 多元產品創新，回應快速變化的消費者生活型態。
4. 攜手上下游廠商同步落實ESG，提升價值鏈的品質和效率。



## 社會公益

推廣衛教知識，回饋在地社區，提供物資捐助，積極扶助弱勢。

1. 積極與社區共同發展觀光作為，促進衛教與科普知識推廣。
2. 走入校園與新興媒體管道，提升衛教推廣效果。
3. 支持在地農業的精神，推廣台灣優質食材。
4. 專注回饋，參與慈善公益活動、落實睦鄰及文化傳承。



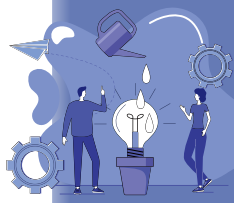
# 2025 亮點與績效

## 治理面



- **穩健營運績效**：2025 年本業每股稅後淨利（EPS）為 2 元，全年淨利約 4 億元。
- **持續投入研發創新**：2025 年研發費用達 5,477.7 萬元，占全公司營收約 1.66%。
- **強化資安管理**：2025 年無相關違反資安之情事。
- **產品履歷與溯源管理**：2025 年生產 287 項產品，100% 登錄「非追不可」平台。
- **供應鏈管理成效**：2025 年供應商受稽核合格率高達 100%。
- **營運韌性不中斷**：面對進口船期影響，透過安全庫存及長期供應商機制維持營運穩定。

## 環境面



- **推動產品碳足跡盤查**：臺鹽為首家對鹽品及保健食品進行碳足跡盤查的企業，並持續推動產品類別規則制定。
- **全面溫室氣體盤查**：2025 年依循 ISO 14064-1:2018 完成組織型溫室氣體盤查，揭露範疇一至三排放。
- **導入能源管理系統**：2025 年通霄精鹽廠透過 ISO 50001 推動節能專案，共節電 25 萬度。
- **溫室氣體排放減量**：2025 年總溫室氣體排放量減少 5,580 公噸，降低 6.58%。
- **環境管理持續改善**：2025 年總用水量降低 5.91%，空氣污染物總量降低 33.5%。

## 社會面



- **打造幸福職場**：2025 年獲 1111 人力銀行幸福企業獎，員工整體滿意度達 99.5%。
- **強化人才培育**：辦理臺鹽學院及多元訓練課程，2025 年平均每人受訓約 30.3 小時。
- **維持勞資和諧**：2025 年無勞動法規違規、裁罰或勞資糾紛，並連續 16 年無重大勞資爭議。
- **推動健康教育**：2025 年辦理校園碘鹽及偏鄉社區健康講座共 24 場。
- **擴大公衛教育觸及**：透過講座、繪本、社群影音及互動遊戲推廣鹽品與健康知識。
- **投入社會關懷**：參與後壁區長照送餐計畫，嘉惠學童約 750 人次、長者約 1,000 人次。
- **支持文化藝術發展**：2025 年投入約 310 萬元支持宗教文化、地方節慶及藝文活動。

## 獲獎榮耀



▲ 臺鹽在 ESG 三大績效表現亮眼，已於 TCSA 台灣企業永續獎累計獲得八金一銀。



▲ 台塩海洋鹼性離子水榮獲「Monde Selection」入圍獎及「ITI 國際風味品質評鑑」二星金獎。



▲ 台塩生技健康店榮獲「2025 台南市商業服務業 ESG 概念店」認證，成為製造業跨足永續零售的示範門市。



▲ 臺鹽獲頒 1111 人力銀行 2025 年幸福企業銀獎。



▲「綠迷雅奢逆時御膚雙萃精華」參加「2025 全球美容健康大獎 (Global Beauty & Wellness Awards)」，共獲得消費者最佳選擇優勝、最佳創新臉部保養品入圍、多功能臉部保養品入圍三項殊榮。



▲ 高純度未變性二型膠原蛋白 (CollaFix®) 製造方法，榮獲「第 39 屆日本東京創新天才國際發明展」金獎。



▲「好基力 EX 強健優勢蛋白」榮獲台灣保健食品學會「2025 年營養保健食品創新獎」。



▲ 2025 年本公司實驗室榮獲台美公司頒發「生技類組能力試驗表現傑出獎」。

# 重大議題與利害關係人議合

## 重大議題鑑別流程



## 利害關係人鑑別

臺鹽依循產業特性和 AccountAbility 組織發行的 AA1000 利害關係人議合標準 (AA1000SES) 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，以掌握 2025 年的重大主題。

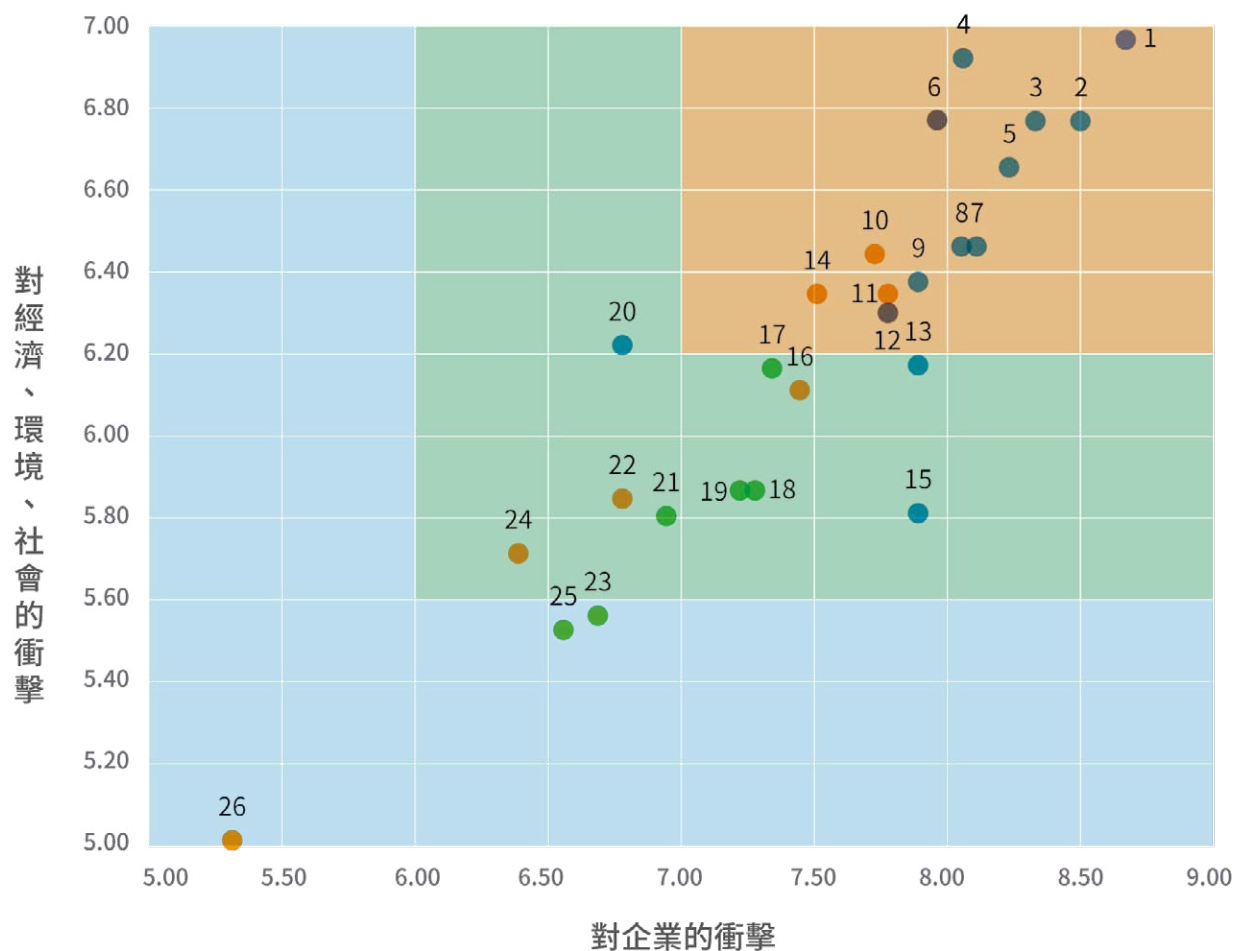


## 永續議題問卷發放

臺鹽蒐集國內外關注之永續相關議題，其內容涵蓋各類規範與標準（如全球風險報告、聯合國永續發展目標 SDGs、TCFD、SASB）、產業規範、企業標竿及組織目標等，以識別與永續發展相關的重要議題。本年度基於治理、社會、環境和產業四個面向，共列舉 26 項永續議題，並編製發放「重大主題衝擊程度問卷」。

## 重大議題衝擊矩陣

臺鹽考量各類衝擊面向，透過問卷調查內、外部七類利害關係人關注之議題，內外共計回收 49 份有效問卷，並經分析與排序後產製 2025 年之永續議題矩陣如下圖，數字為綜合分數的排序，愈靠近矩陣圖右上方者，表示對於本公司經濟、環境及社會衝擊程度及利害關係人之關注程度皆愈高。



| No. | 議題面向 | 衝擊名稱        | No. | 議題面向 | 衝擊名稱     |
|-----|------|-------------|-----|------|----------|
| 1   | 產業面  | 產品品質管理      | 14  | 社會面  | 勞資關係     |
| 2   | 治理面  | 誠信經營        | 15  | 治理面  | 通路商管理    |
| 3   | 治理面  | 法規遵循        | 16  | 社會面  | 員工發展與訓練  |
| 4   | 治理面  | 資訊安全與客戶隱私保護 | 17  | 環境面  | 能源管理     |
| 5   | 治理面  | 公司治理        | 18  | 環境面  | 水資源管理    |
| 6   | 產業面  | 產品責任評估與標示   | 19  | 環境面  | 循環經濟     |
| 7   | 治理面  | 經濟績效        | 20  | 治理面  | 供應商管理    |
| 8   | 治理面  | 營運不中斷       | 21  | 環境面  | 原物料管理    |
| 9   | 治理面  | 風險管理        | 22  | 社會面  | 職場多元與人權  |
| 10  | 社會面  | 職業安全與衛生     | 23  | 環境面  | 氣候變遷因應   |
| 11  | 社會面  | 人才吸引與留任     | 24  | 社會面  | 社會參與公共政策 |
| 12  | 產業面  | 提供創新服務與產品   | 25  | 環境面  | 溫室氣體排放   |
| 13  | 治理面  | 市場地位        | 26  | 社會面  | 體育支持     |

臺鹽依據利害關係人問卷之填答結果，將各項永續重大議題之正面衝擊影響與負面衝擊影響程度分別以 1 ～ 5 分表示，結果如下表所示。

另綜合考量實際營運情形，調整重大議題，將「法規遵循」及「誠信經營」、「營運不中斷」及「風險管理」各合併為同項重大議題進行揭露，另加入「人才吸引與留任」、「能源管理」兩項重大議題，使報告書重大議題符合本公司的營運情形。

| 排序 | 變動 | 重大議題        | 內部利害關係人 |      | 外部利害關係人 |      | 總和    |
|----|----|-------------|---------|------|---------|------|-------|
|    |    |             | 正面衝擊    | 負面衝擊 | 正面衝擊    | 負面衝擊 |       |
| 1  | ▲  | 產品品質管理      | 4.39    | 4.28 | 3.70    | 3.26 | 15.63 |
| 2  | -  | 誠信經營        | 4.22    | 4.28 | 3.67    | 3.11 | 15.28 |
| 3  | ▲  | 法規遵循        | 4.11    | 4.22 | 3.63    | 3.15 | 15.11 |
| 4  | -  | 資訊安全與客戶隱私保護 | 4.00    | 4.06 | 3.63    | 3.30 | 14.98 |
| 5  | -  | 公司治理        | 4.11    | 4.11 | 3.41    | 3.26 | 14.89 |
| 6  | ▼  | 產品責任評估與標示   | 3.89    | 4.06 | 3.63    | 3.15 | 14.72 |
| 7  | ▼  | 經濟績效        | 4.11    | 4.00 | 3.48    | 3.00 | 14.59 |
| 8  | ▲  | 營運不中斷       | 4.06    | 4.00 | 3.41    | 3.07 | 14.54 |
| 9  | ▲  | 風險管理        | 3.89    | 4.00 | 3.41    | 2.96 | 14.26 |
| 10 | ▼  | 職業安全與衛生     | 3.94    | 3.78 | 3.48    | 2.96 | 14.17 |
| 11 | -  | 人才吸引與留任     | 3.33    | 3.00 | 4.06    | 3.72 | 14.11 |
| 17 | ▲  | 能源管理        | 3.26    | 2.93 | 3.67    | 3.67 | 13.52 |

## 重大議題鑑別結果

臺鹽依循 GRI Standards 鑑別重大議題，根據利害關係人及問卷調查結果，再透過臺鹽各部門主管，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，涵蓋面向包含治理、社會、環境及產品進行分析，最後彙整出 10 項重大議題。



## 利害關係人溝通

臺鹽不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，其中又以產品品質管理、資訊安全與客戶隱私、誠信經營與法規遵循、產品責任評估與標示等產品面及治理面議題獲得高度的關注，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年度溝通成果在下表說明。

| 利害關係人                                                                                           | 對臺鹽之意義                                                        | 關注議題                                                                                                                                                                         | 溝通方式與頻率                                                                                                                                 | 年度溝通成果                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>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。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 公司治理</li> <li>• 法規遵循與誠信經營</li> <li>• 經濟績效</li> <li>• 風險管理</li> <li>• 營運不中斷</li> <li>• 市場地位</li> <li>• 產品品質管理</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 股東會及法說會 / 定期召開</li> <li>• 年報 / 每年</li> <li>• 永續報告書 / 每年</li> <li>• 公司網站 / 不定期</li> </ul>       | 本公司官網設有投資人專區，透過年報、股東會及法說會等多元管道，與利害關係人進行溝通並保障其權益。                                                                                                     |
| <br>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。               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 公司治理</li> <li>• 職業安全與衛生</li> <li>• 勞資關係</li> <li>• 人才吸引與留任</li> <li>• 員工發展與訓練</li> <li>• 職場多元與人權</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 投訴信箱與申訴檢舉專線 / 即時</li> <li>• 勞資會議 / 每季</li> <li>• 滿意度調查 / 每年</li> <li>• 公司政策宣導 / 不定期</li> </ul> | 提供完善的薪酬制度，給予同仁優於業界的薪資水平，並保障員工合法權益與職涯發展。                                                                                                              |
| <br>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。                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 產品品質管理</li> <li>• 產品責任評估與標示</li> <li>• 資訊安全與客戶隱私保護</li> <li>• 提供創新服務與產品</li> <li>• 通路商管理</li> <li>• 市場地位</li> <li>• 循環經濟</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 客戶滿意度調查 / 每年</li> <li>• 電話客戶及購物服務 / 即時</li> <li>• 客服專線 / 即時</li> <li>• 公司網站 / 不定期</li> </ul>   | 0800 客服專線、客服信箱、電話客戶服務、電話購物服務等。 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 統計 2025 年來電數 4,200 通、業績 1,784 仟元。</li> <li>• 客服信箱線上諮詢回覆件數共 125 件。</li> </ul> |

| 利害關係人                                                                                                       | 對臺鹽之意義                                                          | 關注議題                                                                                                                                                                            | 溝通方式與頻率                                                                                                                                                                      | 年度溝通成果                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br><b>供應商 / 承攬商 / 外包商</b> | <p>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。</p>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 供應商管理</li> <li>• 原物料管理</li> <li>• 循環經濟</li> <li>• 法規遵循與誠信經營</li> <li>• 營運不中斷</li> </ul>                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 投訴信箱 / 即時</li> <li>• 供應商管理系統 / 即時</li> <li>• 透過臺鹽事業處與各地加盟店聯繫 / 每週、不定期</li> <li>• 日常電話、電子信箱、面訪 / 不定期</li> <li>• 定期稽核 / 每年</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 與供應商討論物料規格相關事宜。</li> <li>• 與人力作業承攬商協助溝通。</li> <li>• 為參與外部展會，聯繫展場設計廠商。</li> <li>• 採購社群監測系統及通訊軟體通報服務。</li> </ul>             |
| <br><b>政府機關</b>            | <p>臺鹽與相關政府單位保持暢通且有效的溝通，第一時間掌握政府政策與法規動態，維持企業優良形象。</p>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 法規遵循與誠信經營</li> <li>• 公司治理</li> <li>• 職業安全與衛生</li> <li>• 氣候變遷因應與溫室氣體排放</li> <li>• 能源管理</li> <li>• 水資源管理</li> <li>• 產品責任評估與標示</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 政府部門來電來信函詢 / 每年</li> <li>• 經濟部通知回覆事項 / 定期報表及不定期報表</li> <li>• 食品產業「非登不可」 / 不定期</li> <li>• 正式函文 / 不定期</li> </ul>                      | <p>配合公部門大型活動，以贊助物資等方式提升企業形象；2025 年已執行 9 案。</p>                                                                                                                      |
| <br><b>社區社會</b>          | <p>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。</p>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 社會參與公共政策</li> <li>• 體育支持</li> <li>• 職場多元與人權</li> <li>• 水資源管理</li> <li>• 氣候變遷因應</li> <li>• 溫室氣體排放</li> <li>• 能源管理</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 公司網站 / 不定期</li> <li>• 外部溝通信箱 / 不定期</li> <li>• 說明會與公聽會 / 不定期</li> </ul>                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2025 年贊助大型公益活動共 4 件。</li> <li>• 贊助身障桌球國手程銘志 36 萬元整。</li> <li>• 補助地方睦鄰費用補助、社團物資捐贈、政府農產品專案採購 / 推廣、公益及公關贊助執行約 54 件</li> </ul> |
| <br><b>媒體</b>            | <p>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。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 法規遵循誠信經營</li> <li>• 產品責任評估與標示</li> <li>• 產品品質管理</li> <li>• 社會參與公共政策</li> </ul>                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 新品發表會 / 不定期</li> <li>• 公司網站 / 不定期</li> <li>• 召開會議 / 不定期</li> <li>• 電話及電子信件 / 不定期</li> </ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 發佈新聞稿及聲明稿 42 則。</li> <li>• 記者會發表及大型活動舉辦，年度已執行 19 件。</li> <li>• 全年度新聞效益統計約新台幣 8,100 萬元。</li> </ul>                          |



## 重大議題說明與價值鏈

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。

| 重大考量面           | 永續價值鏈   |                |    |                |                             |          |          |    | 對應指標                 | 對應章節            |
|-----------------|---------|----------------|----|----------------|-----------------------------|----------|----------|----|----------------------|-----------------|
|                 | 組織<br>內 | 組織外            |    |                |                             |          |          |    |                      |                 |
|                 |         | 股東<br>／<br>投資人 | 員工 | 客戶<br>／<br>消費者 | 供應商<br>／<br>承攬商<br>／<br>外包商 | 政府<br>機關 | 社區<br>社會 | 媒體 |                      |                 |
| 產品品質管理          | ✓       | ✓              | ✓  | ✓              | ✓                           | ✓        |          | ✓  | -                    | 3.2.3 產品溯源      |
| 法規遵循<br>與誠信經營   | ✓       | ✓              |    |                | ✓                           | ✓        |          | ✓  | 416、<br>419、<br>2-27 | 3.2 客戶服務與價值傳遞   |
| 資訊安全與客戶<br>隱私保護 | ✓       | ✓              | ✓  | ✓              | ✓                           | ✓        |          | ✓  | 418                  | 1.4.3 數位化與資訊安全  |
| 公司治理            | ✓       | ✓              |    |                |                             | ✓        |          | ✓  | 2-12、<br>2-13        | 1.1 公司治理        |
| 產品責任評估<br>與標示   | ✓       | ✓              |    | ✓              | ✓                           | ✓        | ✓        | ✓  | 417                  | 3.2.2 產品標示      |
| 經濟績效            | ✓       | ✓              | ✓  |                |                             |          |          | ✓  | 201                  | 1.2.2 營運績效與主要產品 |
| 風險管理            | ✓       | ✓              | ✓  |                | ✓                           | ✓        |          |    | -                    | 1.4 風險管理        |
| 職業安全與衛生         | ✓       |                | ✓  |                | ✓                           | ✓        | ✓        |    | 403                  | 4.2.3 安心職場      |
| 人才吸引與留任         | ✓       |                | ✓  |                |                             |          | ✓        |    | 401、<br>402          | 4.1 員工留才與培育     |
| 能源管理            | ✓       | ✓              | ✓  |                | ✓                           | ✓        | ✓        |    | 302、<br>305          | 2.2.1 能源使用管理    |

## 永續關鍵主題管理

臺鹽對於各項四大面向的重大議題設立相關目標，定期進行檢討與改進，期許不負各個利害關係人的期待，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                                                                                                                                                                                                         | 管理措施                                                                                                                       | 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>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。</li> <li>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>深化永續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>法規遵循與誠信經營</li> <li>公司治理</li> <li>經濟績效</li> <li>風險管理</li> </ul> |
| 環境   | 配合國家政策，落實節能減排等各項措施，降低公司生產的衝擊。                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>推動寶特瓶及各種包材減重，降低生產過程的碳足跡。</li> <li>持續落實能源管理系統檢討工廠排放熱點並改進。</li> <li>規劃強化管理供應商環境面議題落實情形。</li> </ul>                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>每年定期進行溫室氣體盤查，掌握各廠區排放情形。</li> <li>持續透過能源管理系統 ISO 50001 抓出工廠能源熱點並檢討。</li> </ul>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>能源管理</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與服務，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>產品品質管理</li> <li>資訊安全與客戶隱私保護</li> <li>產品責任評估與標示</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會員代表大會。</li> <li>關注員工申訴內容以及流動狀況。</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>職業安全與衛生</li> <li>人才吸引與留任</li> </ul>                            |

# 精誠治理

誠信治理是臺鹽永續經營的首要責任。公司透過董事會、永續委員會及各功能性委員會之運作，建立健全、透明且具問責性的治理架構，並持續關注股東、員工、客戶、供應商、社區及其他利害關係人之權益。臺鹽秉持誠信經營與永續發展理念，平衡公司營運、社會責任與環境保護，致力打造穩健治理與共榮共好的永續價值鏈。

- 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

## 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
- ✓ 社區社會

## 對應SDG



## 章節亮點摘要

2  
元

2025年本業每股稅後淨（EPS）為2元

4  
億

2025年淨利約為4億元

1.66  
%

2025年臺鹽公司研發費用54,777仟元，佔全公司營收約1.66%

0  
件

2025年無相關違反資安之情事

### 管理方針 - 法規遵循與誠信經營

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 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，臺鹽制定「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   | 短期                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 避免產品標示違反法規受罰   |
|      | 中期                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 提升資訊透明度與公司治理品質 |
|      | 長期                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 產品合法符合主管機關要求   |
| 資源   | 設立「產品國內海外法規資料庫」，並定期召開產品法規會議                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                |
| 申訴機制 | 相關主管機關                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                |
| 行動   | <ol style="list-style-type: none"> <li>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>每年落實董事會及功能性委員會績效評估，確保公司治理職能有效，並遵守相關法規</li> <li>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> <li>2025 年針對產品標示及經銷商宣傳話術進行檢視與修正，加強與經銷商之溝通與教育訓練，以降低誇大宣稱與商譽減損風險，確保產品安全、合法並合規</li> </ol> |                |
| 評量機制 | KPI 關鍵績效指標追蹤表                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                |

### 管理方針 - 資訊安全與客戶隱私保護

|      |                                                                                                                                                                                                     |  |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 政策   | 臺鹽為確保資訊資產安全、維護客戶隱私與營運資料之完整性、機密性與可用性，導入資訊安全管理及數位化作業措施，降低人為風險與資安威脅，並透過制度化管理與持續改善機制，提升整體營運效率與法規遵循能力                                                                                                    |  |
| 承諾   | 遵循資訊安全及個資保護相關法規，持續強化資安防護與內部管理，推動數位化作業，確保客戶、員工及合作夥伴之資訊與隱私安全                                                                                                                                          |  |
| 目標   | <ol style="list-style-type: none"> <li>自動化與數位化，減少人工作業、提升作業效率與正確性</li> <li>強化內外部資安防護，降低病毒、攻擊與異常行為風險</li> <li>建立可持續追蹤與查詢之資安監控與備份機制</li> </ol>                                                         |  |
| 資源   | 投入防火牆、防毒、SOC、MDR、備份與日誌管理等資訊安全系統，並結合內部人力及外部資安專業資源，共同維護資訊安全防護機制                                                                                                                                       |  |
| 申訴機制 | 設有資訊安全與隱私事件通報及申訴管道，由專責單位受理並依內部程序進行調查、改善與回覆處理結果                                                                                                                                                      |  |
| 申訴機制 | <ol style="list-style-type: none"> <li>委外導入 SOC、MDR、WAF、防毒及弱點掃描等，強化異常偵測與事件分析能力</li> <li>建置內部防火牆，區隔 PC 與伺服器並關閉非必要存取權限</li> <li>制定個人資料保護政策並於公司網站揭露內容及執行情形</li> <li>2025 年新增地端日誌系統與檔案存取軌跡記錄</li> </ol> |  |
| 評量機制 | 透過年度社交工程演練、弱點掃描、資安事件紀錄分析及備份演練結果，定期檢視資訊安全執行成效，滾動改善資安管理機制                                                                                                                                             |  |

### 管理方針・公司治理

|      |                                                                                                                                                                                                               |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 政策   | 董事會通過並落實本公司《公司治理實務守則》及《誠信經營守則》，建構良好公司治理與風險控管機制，確保公司永續經營發展                                                                                                                                                     |
| 承諾   | 本公司秉持誠信經營原則，於各項營運活動中落實廉潔、透明與負責之管理精神，維護股東及利害關係人權益，追求穩健經營與永續發展                                                                                                                                                  |
| 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. 落實誠信經營與反貪腐管理，建立值得信賴之企業形象</li> </ol>                                                                                |
| 資源   | 貫徹從政策面到執行面，臺鹽全體員工由上而下共同努力實踐                                                                                                                                                                                   |
| 申訴機制 | 訂有《臺鹽實業股份有限公司申訴／檢舉作業要點》，設置專責單位受理違反誠信經營行為之申訴與檢舉                                                                                                                                                                |
| 行動   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 依據本公司《公司治理實務守則》，董事會應盡善良管理人之注意義務，督導公司治理及誠信經營政策之執行與持續改善</li> <li>2. 全體員工應遵循相關規範，共同防止不誠信及不當行為之發生</li> <li>3. 強化公司治理，參考證交所之「ESG 評鑑指標」，做為公司治理改善依據，提升 ESG 評鑑得分</li> </ol> |
| 評量機制 | 參與台灣證券交易所 ESG 評鑑，並由稽核室每年進行查核，作為公司治理與誠信經營成效之檢視依據                                                                                                                                                               |

### 管理方針・經濟績效

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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的競爭優勢                                                                                                                                                                                    |
| 目標   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 持續深化包裝水事業成長動能，穩固市場競爭優勢</li> <li>2. 強化澳洲日曬海鹽品牌經營，推動全通路銷售穩定成長</li> <li>3. 佈局生技趨勢產品、積極拓展多元通路</li> <li>4. 品牌國際化，加速開拓海化市場</li> </ol>                                                                                                          |
| 資源   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 董事會指導公司經營策略</li> <li>2. 經營團隊規劃與訂定整體營運方針、目標及執行</li> <li>3. 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>1. 稽核內控制度稽查</li> <li>2. 董事會監督</li> </ol>                                                                                                                                                                                                    |
| 行動   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 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；在持續創新與堅持品質把關下，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>2. 持續執行「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」為公司經營方針</li> <li>3. 落實 ESG，配合國家政策及全球趨勢，遵循 GRI 準則，致力於節能減碳，開發低碳商品與服務，實踐永續策略與理念</li> </ol> |
| 評量機制 | 股東會年度營業報告                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## 管理方針・風險管理

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 政策   | 建立完善之風險管理與內部控制制度，針對策略、營運、財務、法遵、資訊安全、供應鏈、氣候變遷及突發事件等風險進行辨識、評估、監督與因應                                                                                                                                                                                                                             |
| 承諾   | 持續強化風險辨識、預防、控管與改善機制，落實內部控制、法規遵循與風險導向稽核，提升公司營運韌性                                                                                                                                                                                                                                               |
| 目標   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 降低營運中斷、法規違反、資安事件及突發事件之衝擊</li> <li>2. 強化各部門對重大風險與新興風險之應變能力</li> <li>3. 透過稽核與追蹤改善，提升公司治理品質</li> </ol>                                                                                                                                                 |
| 資源   | 透過內部控制制度、稽核計畫、法規追蹤、防災應變、資安防護、供應商管理、媒體監測、客戶溝通及內外部專業資源，強化風險管理能力                                                                                                                                                                                                                                 |
| 申訴機制 | 設有內部通報、申訴及檢舉機制，針對營運異常、違規事項、資安事件、商譽風險或其他重大事件，即時啟動調查與改善程序                                                                                                                                                                                                                                       |
| 行動   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 訂定《內部稽核實施細則》，稽核範圍涵蓋營運活動、交易循環、資訊系統及管理控制作業</li> <li>2. 稽核室依風險評估擬定年度稽核計畫，並追蹤缺失改善至完成</li> <li>3. 各單位分別管理策略、法律、職安、採購、人資、財務、資安、營運、商譽及研發等風險</li> <li>4. 透過法規小組掌握法規變動，已完成建置香精資料庫，符合歐盟香精禁用原物料相關法規要求</li> <li>5. 透過多元供應商、備案物流、防洪設備及安全庫存，降低供應鏈與氣候風險</li> </ol> |
| 評量機制 | 透過年度稽核執行情形、內控缺失改善進度、重大風險事件、法遵情形、資安事件、供應鏈異常及年度檢討會議，評估風險管理成效並持續改善                                                                                                                                                                                                                               |

## 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，臺鹽於 2014 年訂定《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，另訂有《公司股東會議事規則》、《董事會議事辦法》、《公司併購資訊揭露自律規範》、《公司誠信經營守則》、《董事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。臺鹽透過公司官網之投資人專區，以及公開



臺鹽官網之投資人專區查詢

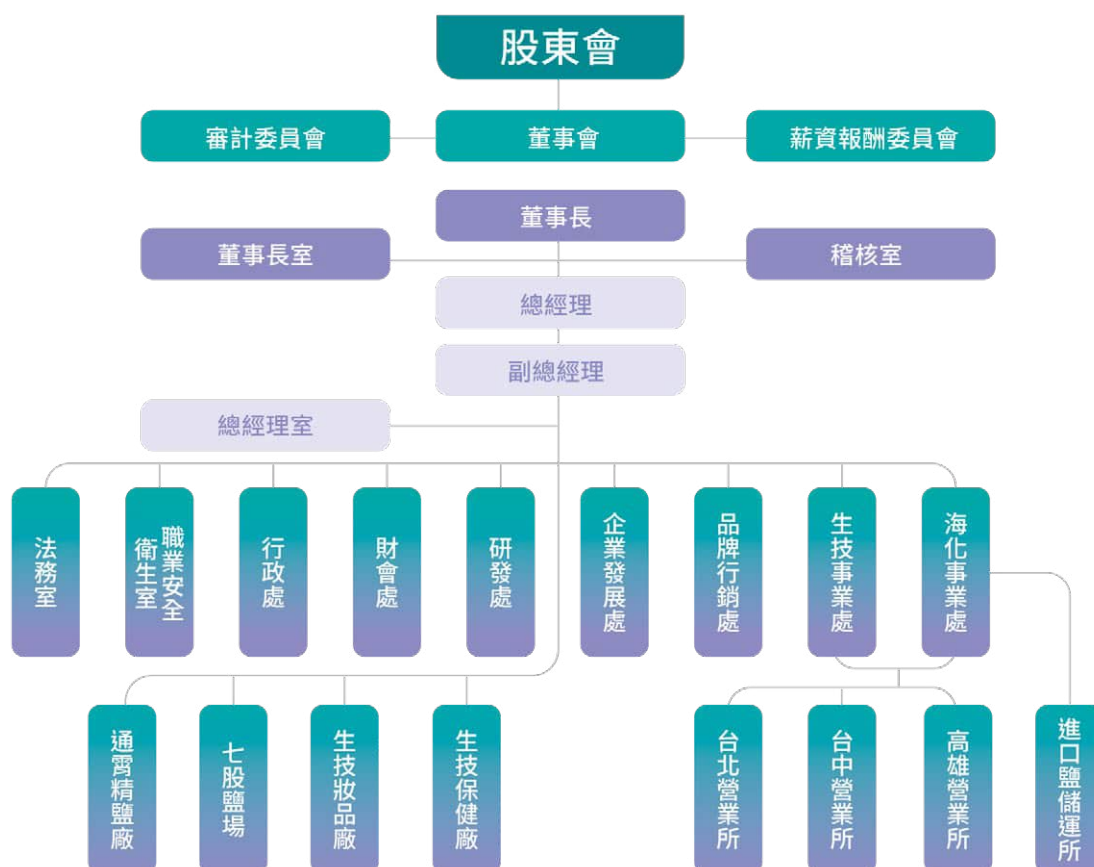
<http://www.tybio.com.tw/webc/html/is/07.aspx?kind=6>



資訊觀測站，持續揭露公司治理、財務業務及重大訊息等相關資訊，確保股東、投資人及利害關係人能即時取得完整且透明之資訊，強化雙向溝通機制，落實資訊透明與負責任經營。

臺鹽股東以政府機構為主，其次為個人及外國投資者，最大股東為經濟部，其餘主要股東名單請參閱臺鹽官網。

臺鹽組織架構圖



## 1.1.2 董事會

臺鹽董事會共計 9 席董事，其中獨立董事佔 3 席，女性董事佔 1 席，詳細成員請見官網董事選任資訊。董事會成員具備經營管理、法務、財務、永續治理等專業背景，並依循《公開發行公司董事會議事辦法》訂定《董事會議事辦法》，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 2025 年運作情形



董事會召開

9 次 會議



會議出席率為

99%



董事會女性席次佔

1 席

## 董事會績效評估

本公司定期辦理董事會績效評估，涵蓋董事會整體、個別董事成員及功能性委員會等範疇，並採多元評估機制，包括董事會內部自評、董事成員自評及同儕評估，必要時亦委由外部專業機構或專家協助辦理。透過系統化與多面向的評估方式，持續提升董事會運作效能與治理品質，強化公司永續發展之決策能力。已於 2025 年完成 2024 年之董事會外部績效評估，另於 2026 年完成 2025 年度之董事會績效自評，並於同年 3 月完成申報。評估結果滿分為 5 分，五大面向平均分數為 4.27，結果為「優良」，顯示董事會整體符合公司治理原則且運作成熟健全，董事會成員之間及公司經營團隊間溝通良好，各項經營資訊透明，可有效履行監督與決策職責。

### 績效評估面向



## 董事會利益迴避

董事會依據《董事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，2025 年討論薪資、董事長退職及撫卹金等內容，因相關議案涉及獨立董事或董事長自身利害關係，利害關係人依法迴避，未參與討論及表決。

## 董事會進修課程

為鼓勵董事進修，本公司不定期提供各項課程資訊予董事，2025 年度亦因應公司治理永續發展趨勢，安排相關的永續進修課程，如企業永續發展與 ESG、商機無限的淨零路徑 - 從產業視野解析策略方向、永續知識賦能宣導課程 - 非電子業等，2025 董事進修時數共計 78 小時，平均每人進修時數為 7.8 小時。



更多有關董事會資訊，  
請參閱臺鹽 2025 年報



### 1.1.3 永續委員會

為落實推動永續經營，臺鹽公司自 2016 年成立「企業社會責任委員會」，現已更名為「永續委員會」，下設「公司治理小組」、「社會關懷小組」及「環境永續小組」三大權責單位。各小組依據議題屬性，由相關部門人員組成，並由各單位一級主管擔任委員。

臺鹽持續深化永續治理機制，責成各小組針對重點永續議題進行研議，擬定具體行動方案、推動期程及績效目標，並定期向永續委員會報告執行情形，以強化永續管理效能，健全企業永續經營體系，落實企業社會責任。

臺鹽每半年召開一次永續委員會，由各工作小組針對不同面向提出次一年度之永續管理提案，並邀請外部顧問於會議中提供寶貴意見，以推動本公司永續經營發展。年初訂定各小組當年度擬達成之目標，並經委員會同意後，持續進行目標達成情形之追蹤與管理，並於年底委員會會議中進行目標成果之檢討。臺鹽永續委員會已於 2025 年 4 月 18 日、12 月 10 日各召開一次會議，討論本公司永續經營相關事宜。

臺鹽永續委員會組織架構



## 2025 臺鹽永續委員會年度目標及執行成果摘要

| 組別             | 2025 永續實績                                                                                                                                                                           | 2026 目標                                                                                              |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 公司<br>治理<br>小組 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 持續精進公司治理評鑑表現，依既有指標推動治理作為</li> <li>2. 強化員工培訓制度與員工發展計畫，提升專業與職能發展</li> <li>3. 建置並落實個人資料保護政策與申訴程序</li> <li>4. 規劃及推動身心平衡相關課程，促進職場健康</li> </ol> | 因應公司治理評鑑轉型為 ESG 評鑑，彙整公司治理、環境與社會相關作為，並統一揭露於「提升企業價值計畫專區」，提升資訊一致性與對外透明度                                 |
| 社會<br>關懷<br>小組 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 強化與社會連結，辦理校園活動、銀髮族關懷與淨灘活動，提升品牌認同與社會影響力</li> <li>2. 與 KOL 合作推廣正確鹽品知識與健康觀念</li> <li>3. 活化自有據點，辦理營隊並結合食農教育（如七股鹽海探索營）</li> </ol>              | 持續深化社會、校園參與行動，結合各單位推動生態關懷、公益活動、營養與食農教育推廣，並逐步整合公司公益推動機制，規劃制度化支持措施（如志工假），強化員工參與                        |
| 環境<br>永續<br>小組 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 申請產品碳足跡，提升產品環境資訊透明度</li> <li>2. 完成保健廠及妝品廠重大能耗盤點調查</li> <li>3. 推動間接能源排放減量措施</li> <li>4. 水資源管理政策及減量目標評估</li> </ol>                          | 配合 IFRS S1、S2 及組織型溫室氣體盤查邊界，自 2026 年度起規劃擴大環境會計資料蒐集至全公司，強化與溫盤資料之對接，補齊非生產單位之能源、水資源及排放等資訊，作為後續環境管理與揭露之基礎 |

### 1.1.4 功能性委員會

臺鹽董事會下設審計委員會及薪資報酬委員會，協助董事會監督財務報導、法令遵循、內部控制及董事、經理人薪酬制度。2025 年審計委員會召開 7 次會議，出席率 95%；薪資報酬委員會召開 3 次會議，出席率 100%。此外，公司內部亦設有產品品質安全委員會、職業安全衛生委員會及福利委員會等內部管理委員會，分別負責產品品質、安全衛生及員工福利等管理議題，強化公司營運穩定與永續治理效能。

#### 審計委員會

成立於 2019 年 6 月，由 3 位獨立董事組成，協助董事會監督公司確實遵循相關法令，並依規定忠實行使職權。



#### 重要 決議事項

- 會計師獨立性評估
- 合併及個體財務報表查核情形說明
- 年度稽核計畫

#### 薪資報酬委員會

成立於 2011 年，設有 3 名委員，訂定董事及經理人績效評估與薪資報酬並定期檢討。



#### 重要 決議事項

- 董事與員工酬勞案
- 修訂董事長退職及撫卹金核發辦法
- 伙食津貼調整



### 內部管理委員會

#### 產品品質 安全委員會

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。

#### 職業安全衛生 委員會

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。

#### 福利委員會

成立於 1956 年，辦理總公司、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。

## 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。臺鹽積極拓展海洋科學及生物科技領域，所製造的五大類產品貼近每人每日的生活，成功從製造業轉變為以消費者導向的服務業，深耕海洋生技和品牌經營，成為專業、創新、有效率的領導品牌，引領「全人健康新主義」，以純淨的海洋能量激發無限健康活力，為大家打造身心皆美好的新生活。

為拉近消費者的距離，臺鹽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區及觀光園區，提供民眾感性休閒與知性教育之場所。全台設有「台塩生技」連鎖實體門市，同步跨足 MOMO 購物網、ETMall 東森購物和臺鹽自營運的「台塩線上購」等電商平台，整合實體門市和電商提供消費者更直接、便利與貼心服務。

臺鹽以既有的企業磐石為底蘊，積極配合國家政策佈局東南亞市場，將包裝水、保養品、清潔用品和保健食品通路及代工業務拓展至東協市場，推動品牌國際化加速開拓海外市場，打造幸福永續的百年企業。

### 臺鹽基本資料

**臺鹽實業**  
**TAIYEN**

#### 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

#### 實收資本額

20 億元

#### 產業別

食品業

#### 員工人數

467

#### 2025 年營業收入

3,307,660 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 2025 年 12 月 31 日止）

## 臺鹽企業版圖



## 品牌故事與經營核心：

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一同與島嶼上的每個人成長，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，打造各種優質產品，期待為民眾打造更美好的生活。我們持續創新，以豐富消費者生活，積極分享，與您一起邁向健康的新生活。



### 臺鹽品牌故事

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



### 臺鹽公司沿革發展

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

## 品牌核心

1

### 價值主張

全人健康新主義  
From Salt to Wellness

2

### 顧客關係

24 小時安心生活夥伴  
365 天共創利益價值

3

### 品牌定位

國家級品牌  
守護國人健康

4

### 品牌表現

專業信賴  
屢獲歐美日韓國內外獎項

5

### 品牌核心

引領海洋生物科技  
從塩之初到新健康

6

### 品牌個性

純淨天然  
活力自信

7

### 品牌願景

以純淨的海洋能量  
激發無限健康活力

8

### 品牌文化

循環經濟  
永續經營

9

### 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，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，並多元發展功能鹽品、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。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 From Salt to Wellness」之價值主張邁進。

#### 每股盈餘及稅後純益表現



每股盈餘

**2元**



稅後純益約

**4.0** 億元

#### 經營績效表

單位：仟元

| 項目       | 2023 年    | 2024 年    | 2025 年    |
|----------|-----------|-----------|-----------|
| 營業收入     | 3,408,811 | 3,238,152 | 3,307,660 |
| 營業毛利     | 1,257,478 | 1,320,908 | 1,343,010 |
| 營業損益     | 313,428   | 354,539   | 476,141   |
| 稅前淨利（淨損） | 329,116   | 433,032   | 493,969   |
| 純益       | 217,296   | 317,452   | 399,867   |

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

單位：仟元

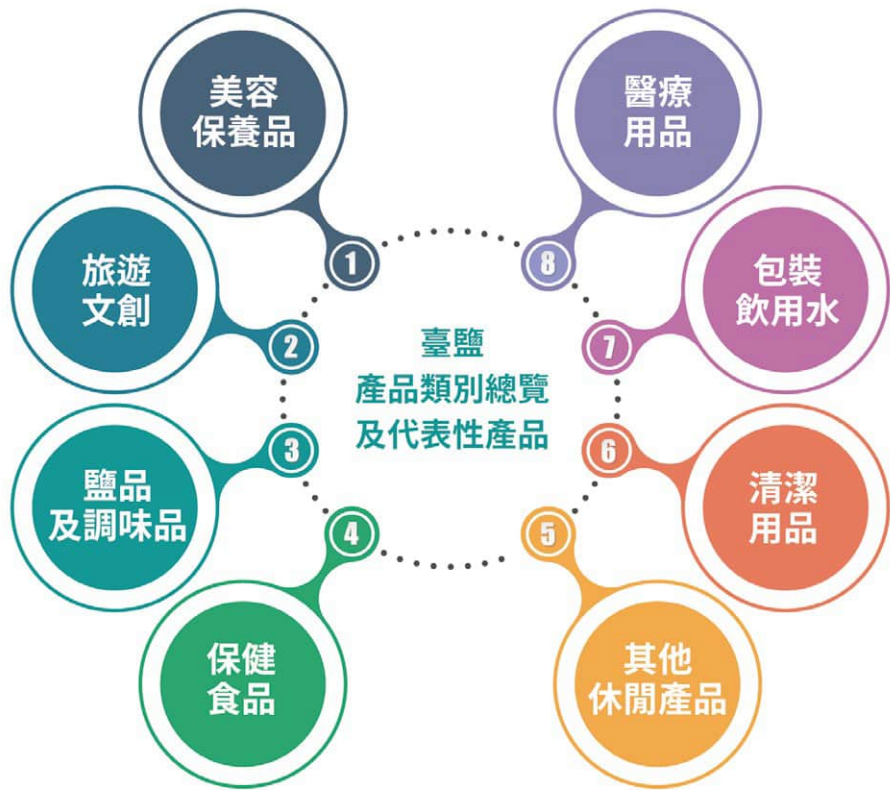
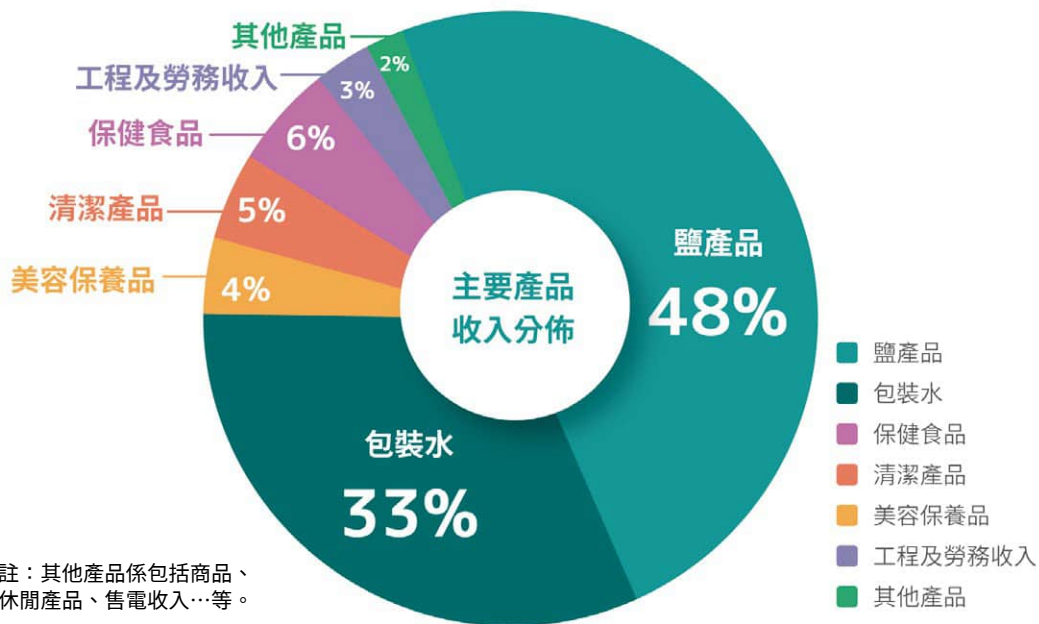
| 認列於損益之所得稅 [ 合併 ] |       | 2023    | 2024    | 2025    |
|------------------|-------|---------|---------|---------|
| 所得稅費用            | 當期所得稅 | 113,936 | 102,400 | 103,683 |
|                  | 遞延所得稅 | (2,116) | 13,180  | (3,400) |
| 支付所得稅            |       | 111,820 | 115,580 | 100,283 |

## 產品類別

臺鹽由海鹽出發，致力海洋生物科技研究，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，2025 年分別佔總營收 48%、33%，各售出 243,243 噸 93.1 及 102,904 噸。



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，臺鹽所生產的鹽在台灣市占率 75%，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，產出具特色性或附加價值鹽品，符合現代消費者對飲食口味多元的需求，並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。



### 含碘海鹽（加碘）

利用海水做為原料所產製的鹽。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。  
註：需限制鉀攝取的特定族群應謹慎使用。



### 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。氟碘鹽可補充食物中攝取不足之氟量。



### 「鹽の心」鹽滷

海水提鹽後，經高度濃縮的精華，含礦物質元素。

## 活力海洋 包裝飲用水

在包裝飲用水市場趨勢裡，安全、健康、透明的產品是消費者選購的主要依據，凸顯品質和食安已普遍是國民主要關注的議題。

臺鹽有「台塩海洋鹼性離子水」和「台塩海洋純水」兩大包裝飲用水系列產品。「台塩海洋鹼性離子水」為台灣機能水類市占率第一，消費者普及率與銷售量近年來屢創新高，歷年榮獲各大獎項的認證 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評鑒所 ITI 等大獎。而台塩海洋純水除榮獲上述多項大獎外，更響應環保，成為臺鹽第一款無標籤水，引領去標籤塑風潮。

2025 年台塩海洋鹼性離子水 420ml 的產品採用 25% rPET 再生聚酯回收材質並結合減重瓶（從 27g 減至 22g），合計導入 105 萬瓶水，將持續擴大規模並鼓勵客戶使用。

## 臺鹽包裝飲用水特色



・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。2025 年台鹽海洋鹼性離子水榮獲「健康品牌風雲賞飲品類（包裝水）」首獎、「Monde Selection」入圍獎及「ITI 國際風味品質評鑑」二星金獎。

## 亮麗自信 美容保養品

臺鹽以核心技術強化產品的競爭力，推出新品「綠迷雅頂級抗老奢逆時御膚淨白精華乳」，並持續聚焦強化「MÉDECURA 醫美系列」及「Taiyen Beauty 系列」產品線。「MÉDECURA 醫美系列」結合韓國濟州島繁縷星花、幼嫩酵母、水飛薊、羅氏榲果推出「高效煥白聚光精華」及「鑽白緊膚凝膜」；「Taiyen Beauty 系列」運用外泌體及雙重膠原推出「永恆之美膠原安瓶」，其為全水溶性劑型，不含香精；另推出「沁潤活膚霜」，具市場獨特性。明星產品「綠迷雅奢逆時御膚雙萃精華」亦於 2025 年 GBWA 全球美容健康大獎中表現亮眼，一舉榮獲三項國際獎項背書，持續展現品牌於高端保養與醫美級市場地位。



・綠迷雅奢逆時御膚雙萃精華  
（榮獲 2025 年 GBWA 大獎）



・原生煥白光波精華 PLUS  
（2025 年全新升級）



・MÉDECURA 99 活顏金奢精華  
（2025 年新上市）

## 健康元氣 保健食品

保健產品開發方面，臺鹽積極參與銀髮族市場，並拓展休閒食品融入使用便利或健康概念的訴求，例如瓶裝乳飲品，幫助長者蛋白質攝取維持肌肉並增加保健骨骼關節訴求，更易於長輩食用。這種設計考量了銀髮族的特殊需求和使用便利性，為他們的健康提供了更好的保障。公司自主研發之高純度未變性第二型膠原蛋白（CollaFix®）製造技術，於 2025 年榮獲「第 39 屆日本東京創新天才國際發明展」金獎肯定，不僅展現研發實力，也代表公司持續以創新技術提升產品功能，同時降低製程中可能造成的原料浪費。

同時以獨特核心競爭力結合市場需求，擴大投入自有原料及產品之深化研究，「好基力 EX 強健優勢蛋白」更榮獲台灣保健食品學會「2025 年營養保健食品創新獎」。除了延續自身行動保健專業，更與國內知名寵物食品公司合作拓展行動保健應用至寵物關節產品。

此外，秉持用鹽本業持續鑽研鹽品多元應用，運用鹽滷與鹽開發運動電解質沖泡粉，並納入恢復體能的維生素與麩醯胺酸素材，提升對於電解質流失或預防中暑與運動傷害的效能，並能隨時搭配消費者攜帶的水沖泡，使用更為便利。





臺鹽以二型膠原蛋白為臺鹽核心製程，已取得台灣及日本發明專利，深耕行動預防保健，是國內在二型膠原蛋白與行動保健領域中，極具代表性的領先企業。



· 好基力 EX 強健優勢蛋白



· 優青素植醇順暢飲



· 金膠原青春飲 EX

## 潔淨自然 清潔用品

在全球倡議天然、環保與地球共好的趨勢浪潮下，臺鹽致力於開發符合環保標準的家用與個人清潔用品，透過使用再生回收樹脂瓶，降低塑膠對環境的衝擊。「塩易潔」系列持續以實際行動回應永續理念。全系列共有六項產品皆採用 100% 再生塑料包材，並通過環保標章認證。除於 2024 年榮獲三項「英國全球綠色美容大獎（Global Green Beauty Awards）」肯定外，塩易潔系列於 2025 年再新增三項產品取得環保標章，分別為「台塩海洋環保禦膚洗手露」、「自然海洋調理洗髮精」及「自然森林柔潤沐浴乳」。因應消費者在疫情下養成強化個人清潔及重視居家生活品質的需求與變化，在口腔護理及清潔品方面，推出「台塩鹹淨雙抗蛀牙膏」、「台塩膠原草本雙蜂膠抗敏感護齦牙膏」及「台塩鹹淨沁涼薄荷牙膏」三款牙膏。

獲得英國全球綠色美容大獎之產品：



· 塩易潔自然森林柔潤沐浴乳



· 塩易潔自然海洋調理洗髮精



· 塩易潔海洋環保禦膚洗手露

## OEM/ODM 代工服務

因應消費市場通路多元化，臺鹽整合旗下生技保健廠、生技妝品廠及通霄精鹽廠之專業產製能量，發展多元 OEM / ODM 代工服務。涵蓋醫療器材、膠原蛋白、生技保健食品、微生物發酵原料、化妝保養品與清潔用品，以及包裝水等產品領域，提供從配方開發、原料供應、量產製造到成品包裝之一站式服務。各廠皆具備專業認證與成熟製程，並結合研發優勢與品質管理系統（如 GMP、ISO 等），協助客戶快速進入市場，提升產品競爭力。

## 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，2025 年臺鹽持續針對多項產品、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。以最好的技術，製造最好品質的產品來服務消費者，因此在生產設備及專業技術能力的強化上不遺餘力，歷年來亦獲得國內外無數獎項與肯定，並在新技術的創新和開發上更是取得多項專利，持續為國民的健康，追求更好的產品與服務，未來也將持續投入各領域的研發創新。

## 產品創新、精益求精

臺鹽近年來持續推動多元創新發展，不僅深耕鹽品本業，也拓展至保健、美容保養、清潔品及包裝飲用水等領域，從研發、調製、充填到包裝皆嚴格控管，並持續優化既有產品以符合市場需求。公司重視消費者回饋，透過銷售端意見與市場趨勢分析（如流行性與新興需求）啟發產品創新，研發與業務團隊積極交流並與外部單位合作，透過風味品評、質感評估、員工試用及學術驗證等方式，確保產品品質並推動新品上市。

臺鹽研發費用統計表

| 年度                | 2023      | 2024      | 2025      |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|
| 公司研發費用 (仟元)       | 60,495    | 54,707    | 54,777    |
| 公司營收 (仟元)         | 3,408,811 | 3,238,152 | 3,307,660 |
| 公司研發費用 / 公司營收 (%) | 1.77%     | 1.69%     | 1.66%     |



## 產品研發及技術改良成果

|       |                                                                |
|-------|----------------------------------------------------------------|
| 美容保養品 | MÉDECURA「99 活顏金奢精華」、TAIYEN BEAUTY「眼周煥活時空膠囊、膠原煥啟精純霜」            |
| 清潔產品  | 台塩護牙齦金蜂膠牙膏、優護全酵能漱口水、優護全酵能牙膏（口潤健齦、清新淨護）、皓齒超亮白牙膏、去味好清新牙膏、固齒抗酸蝕牙膏 |
| 保健食品  | 新開發優青素植酵順暢飲、金膠原青春飲 EX，並採用輕便化的液態鋁包材，降低運輸的碳足跡                    |
| 食品    | 菠蘿塩麴烏豆沙蛋黃酥、塩麴乾拌麵三杯雞風味、洛神蔓越莓膠原蛋白鳳梨酥、台灣鹽山濾掛咖啡（黃金曼巴）              |

## 重點產品研發績效說明

|                                                                                                                 |                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>聚焦膠原蛋白研發<br/>實踐循環經濟</p>    | 「奢逆時御膚雙萃精華」以獨特雙管設計，結合高濃度膠原蛋白與補骨脂酚，於使用前新鮮混合，確保每一滴皆維持最佳活性。透過雙效精華協同作用，深入肌底修護老化跡象，有效提升肌膚緊實度與彈性，淡化細紋與皺紋，使膚觸更為光滑細緻。質地輕盈好吸收，適合一般、乾燥及熟齡肌膚日夜保養使用，為肌膚注入持續抗老能量，喚回年輕健康的緊緻光采。 |
|  <p>綠色美容</p>                 | 塩易潔環保系列五項產品使用 100% 再生塑料且取得環保標章認證。                                                                                                                                |
|  <p>日常保健趨勢輕量化<br/>包裝飲品發展</p> | 順應市場趨勢與解決消費者最高的健康需求，運用輕便化液態鋁包新產線推出「優青素植酵順暢飲」及「金膠原青春飲 EX」2 品項上市，提昇產品在體態管理與膠原蛋白產品的競爭力，持續強化產品優勢，耕耘熟齡客群健康需求。                                                         |
|  <p>鹽品應用多樣化</p>              | 拓展鹽品應用性與多樣化產品，塩麴融入麵體與醬類的應用，創造 Q 彈口感與濃醇醬香，開發「塩麴乾拌麵三杯雞風味」新品上市。                                                                                                     |

## 亮點專欄：專利申請

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>2025 年持續取得「魚鱗製備的氫氧基磷灰石及其製備方法與用途」、「具調控內質網壓力效用之胜肽組成物及其用途」2 項中華民國發明專利；取得「風味鹽生產系統」、「化粧品成分評估系統及其平台」2 項中華民國新型專利。</p> <p>持續針對能有效提升產品競爭力與品牌價值之技術，進行智財保護。臺塩 2025 年持續維護之臺灣專利為 30 件，國外專利為 2 件。</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 1.3 策略發展規劃

### 1.3.1 近年重大投資

#### 1 漁電共生

臺鹽綠能於 2025 年以「漁電共生」為核心策略，結合智慧養殖與太陽光電，在維持漁業本質下打造「漁業為本、綠能加值」的土地複合利用模式，實現漁產與綠電雙重效益。公司同步推動智慧化養殖，協助在地養殖戶升級轉型，促成漁業與綠能雙贏，並積極布局台南、嘉義、屏東等光電案場，加速建置、擴大規模，穩健邁向 1GW 容量目標。面對能源政策由轉型走向淨零，臺鹽綠能定位為綠能整合技術提供者，持續提升綠電供給並降低環境衝擊，為能源多元化與淨零目標貢獻力量。

#### 2 GMP 認證之牙膏工廠

為提升製程品質與產品一致性，臺鹽牙膏稱重機已於 2025 年 7 月正式啟用，導入牙膏充填重量自動檢知及重量異常剔除系統，強化生產精準度與品質控管。臺鹽公司秉持「安心、安全、有效」的研發精神，全面遵循衛生福利部化粧品優良製造規範（GMP），並於 2024 年斥資近新臺幣一億元，在嘉義縣布袋鎮生技妝品廠區內建置全新 GMP 牙膏製造工廠。

臺鹽牙膏 GMP 新廠將提升溫溼度控管、製程品管監控、出廠實驗室測試等國際級作業流程，全面升級現有的台塩膠原草本系列、護牙齦系列和鹹淨系列三大產品線共 12 支牙膏，同時正開發專業級全效訴求的修護抗敏感牙膏及兒童牙膏，確保臺鹽出品的牙膏品質優良，堅定守護消費者健康。



#### 3 綠色能源



為開拓乾淨能源的發展潛力，臺鹽跨足綠色能源，在高雄路竹投資建設太陽能自有電廠，已於 2024 年完工，建置容量達 1938kW，2025 年減碳效益逾 1,300 公噸 CO<sub>2</sub>e。售電可挹注營收、實現乾淨能源政策，為環境、公司與股東創造三贏。

#### 4 節能減碳暨溫室氣體盤查推行小組

臺鹽近年致力於能源管理和減碳等永續指標，跨部門組成「節能減碳暨溫室氣體盤查推行小組」，以系統化方式推動相關工作。通霄精鹽廠「ISO 50001 能源管理系統」已於 2024 年取得合格認證，進行系統性的能源設備審查、重大能源使用設備使用狀況分析、訂定目標行動計畫及內部定期檢核與改善，以建立能源管理能力，提升能源使用效率。



## 臺鹽轉投資事業 2025 年規劃

| 企業名稱        | 主要營業或生產項目 | 持有股份 | 獲利或虧損之主要原因                                                                                                                 | 改善計畫                                                                                                                                                             |
|-------------|-----------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 臺鹽生技薩摩亞有限公司 | 轉投資業務     | 100% | 間接投資大陸，於 2010 年設立公司，歷經相關法規、產品規範與市場情勢變化，致有虧損情事。近年來調整營運模式，除積極推展包裝飲用水，更積極開發高毛利及品質具競爭力的供應商，增加出口代購品項（如包材及關鍵原料等）進而提升營收及獲利，已轉虧為盈。 | 間接投資之大陸公司，將積極開發高毛利及品質具競爭力的供應商，及增加出口代購品項（關鍵原料及包材等）進而提升營收及獲利。                                                                                                      |
| 臺鹽綠能股份有限公司  | 綠能相關業務    | 100% | 2025 年虧損 3,109 仟元，主係暫估工程案之追加工程款及提列合約資產與應收帳款之預期減損損失所致。與過往廠商間之合約執行爭議，以致諸多應收帳款逾期無法取得，並衍生諸多爭訟費用。                               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 針對有租約無電業商之案場（七股篤加二期、七股下三子寮三期及北門渡子頭），加速活化資產，增加營收。</li> <li>2. 針對履約爭議，以和解取代訟爭，回沖損失，增加現金流。</li> <li>3. 降低營運成本。</li> </ol> |

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，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。2025 年增設設備及改良製程如下表：

|           |                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 生技<br>妝品廠 | <ul style="list-style-type: none"> <li>建置 10Kg 軟水鹽生產設備：改良原 1Kg 軟水鹽生產設備設計，並增購新設備及優化製程，使日產能由 1,200 Kg 提升至 1,800 Kg。</li> </ul>                                                                                                                      |                                                                                                                                                                              |
| 生技<br>保健廠 | <ul style="list-style-type: none"> <li>增設雙錐真空迴轉乾燥機一台：取代原使用之傳統烘箱製程，有效縮短乾燥時間，並提升製程穩定度與產品品質之可控性，改善原製程耗時長且品質不易掌握之問題。</li> <li>氣動量杯式包裝機一台：新設備產製效率較原機台提升約 1.2 倍，可明顯縮短包裝作業時間，提升整體產線運作效率。</li> <li>導入 AI 膜衣瑕疵辨識系統：自動篩選膜衣缺陷，減少人工檢查工時，約可節省 4 小時。</li> </ul> |    |
| 通霄<br>鹽廠  | <ul style="list-style-type: none"> <li>製鹽工場空壓機汰舊換新：透過高效率設備取代既有老舊空壓機，年節省電量約 11,381 kWh，有效降低能源耗用。</li> <li>飲料工場南側空壓機汰換：更新既有空壓設備後，年節省電量約 15,305 kWh，提升用電效率並減少設備運轉成本。</li> </ul>                                                                      |                                                                                         |

## 1.3.2 異業合作

### 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。

### 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，更切磋交流創新技術。

| 合作單位                        | 具體合作實績                                                                           |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 中國醫藥大學                      | <b>自製萃取物皮膚光老化之修護與防護潛力研究</b><br>評估於光老化刺激下，自製萃取物對皮膚關鍵之膠原蛋白、彈力蛋白、發炎相關因子等蛋白表現特性評估    |
| 高雄醫學大學                      | <b>膠原蛋白包覆之經皮吸收效率評估</b><br>評估功效成分經膠原蛋白包覆後之經皮吸收效率提升效果                              |
| 財團法人<br>成大研究發展基金會           | <b>化粧品安全性評估</b><br>保養品通過皮膚刺激、敏感性測試                                               |
| 嘉藥學校財團法人<br>嘉南藥理大學          | <b>新防曬產品之防曬效能評估計畫</b><br>協助防曬產品開發過程中，可正確評估防曬產品的防曬效能                              |
| 振翔生物科技有限公司<br>(執行單位：國立體育大學) | <b>保健品調節血糖功能評估</b><br>以誘導糖尿病大鼠模式評估餵食臺鹽保健品配方及原料對改善血糖之影響                           |
| 臺南護理專科學校                    | <b>台鹽黑魔法強效健髮養髮液之人體功效評估</b><br>驗證台鹽黑魔法強效健髮養髮液使用前後之頭髮密度、黑色素含量、頭髮灰白度、灰白髮密度、頭髮強韌度等功效 |
| 嘉義大學（台灣機能性作物<br>綠色萃取產業技術聯盟） | <b>天然防曬劑量化萃取</b><br>天然防曬劑綠色萃取量產製程導入及萃取效率驗證                                       |



### 1.3.3 未來發展策略與年度計劃

臺鹽持續著力於營收健康成長、提升獲利、提高營運效能為經營策略主軸，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，主要包含業務、生產與管理三大面向。以創新求進的精神開發商品和耕耘海內外市場，尋求未來明星事業以及投資利基，創造新營收與獲利來源。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。

#### 生產面

1. 全面評估產品效益，汰弱存強，減少呆滯品，以提升存貨周轉。
2. 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。
3. 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。
4. 推動生產單位能耗效率提升措施，以降低碳排熱點排放量。

#### 管理面

1. 配合公司經營策略，以提升效能及效率為導向，活絡及有效運用人力。
2. 透過組織改造、人力調整，並持續推動各項管理革新專案，整合公司資源，提升營運績效。
3. 持續落實 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。
4. 臺鹽計畫導入碳足跡盤查與碳標籤，實踐碳排減量的承諾。
5. 跨部門組成「節能減碳暨溫室氣體盤查推行小組」，設定減碳目標，降低氣候變遷與碳費風險。

#### 業務面

##### 1. 鹽品

- 藉由食安議題及政府法令要求越趨嚴格之趨勢下，持續輔導各農漁產品加工、飼料及醃漬業者選用本公司食品加工用鹽或普通精鹽，擴大食品加工市場占有率。
- 另依消費者需求，發展「台塩嚴選」進口鹽系列，並持續開發新產品，拓展 GT、網購通路，提升食用鹽銷量，鞏固本公司品牌之市場領導者地位、提升品牌價值感。

##### 2. 包裝飲用水

- 「台塩海洋鹼性離子水」目前為國內機能性包裝水的市場龍頭，將產品規格多元化並強化品牌價值溝通及深化通路佈建、擴大市占率，深耕大賣場及網購市場，展開通路全面滲透鞏固利基，維持營收成長力道。
- 另亦持續發展客製化及多系列產品—「台塩海洋純水」、「台塩海洋生成水」，藉由現有本公司包裝水品牌力的加持拓展通路，擴大臺鹽包裝水市占版圖，以提升整體銷售業績。

##### 3. 保養品

綠迷雅運用新穎性次微米膠原蛋白載體包覆蝦紅素技術準備商品化多項測試，預計今年推出新一代淡斑新品。與 Taiyen Beauty 及 MÉDECURA 品牌客群分眾獨立發展，各品牌強化品牌核心與獨特性，採多通路發展策略，虛擬與實體通路整合拓展市場。

##### 4. 清潔產品

台塩牙膏產品廣宣以新設計 IP 人物及卡通化影片於全省牙醫診所投放，以更親民方式廣宣牙膏各系列產品，逐步建立口腔清潔新指標。另為落實 ESG 趨勢，已陸續取得 5 支產品環保標章，以再生塑料瓶器及友善環境的配方內料落實企業社會責任。

##### 5. 連鎖加盟通路

持續進行通路經營質變，藉由分級管理做為獎勵及輔導依據，並強化行銷活動發揮通路集客及品牌價值，提升競爭力。

##### 7. 資產活化

進行土地活化、降低閒置產能、積極辦理七股遊樂區興辦計畫，並提升人力資產。

##### 6. 外銷

聚焦特色產品並藉各經銷商與通路代理商之策略合作，共同拓展海外市場。

##### 8. 綠能發展

持續深耕「循環經濟」，興建自有太陽能電廠，積極推廣乾淨、永續的漁電共生太陽能光電服務平台。

## 1.4 風險管理

### 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。



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」，內容為報告前年度稽核工作、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 風險控管與機會

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如下：



| 策略性風險                                    | 法律風險                                                                                                            | 職業災害風險                                                                                         | 採購管理風險                                                                        | 人資風險                                                 |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>總經理室</b><br>統籌經營決策，督導各部門運作，確保營運成效與效率。 | <b>法務室</b><br>負責法律風險管理，並辦理各類契約事項及處理相關訴訟與爭議案件。                                                                   | <b>職業安全衛生室</b><br>制定安全衛生政策與督導執行，持續改善作業環境並加強風險管理及實施教育訓練，以確保勞工生命安全與健康。                           | <b>行政處</b><br>透過多元供應商布局、強化供應商與合約管理，避免過度依賴單一來源，並確保採購流程合規。                      | <b>行政處</b><br>負責人力資源管理及發展，包含人力規劃、制度建置及相關政策，促進組織穩健發展。 |
| 出納風險                                     | 財務風險                                                                                                            | 資產管理相關風險                                                                                       | 策略性投資風險                                                                       | 資訊安全風險                                               |
| <b>行政處</b><br>另負責出納業務，於風險控管監督機制下，重視安全性。  | <b>財會處</b><br>負責會計制度之經營效益分析，確保財務報導之可靠性。並風險控管監督機制下，重視安全性、流動性及收益性，俾建立避險機制。                                        | <b>財會處</b><br>負責資產活化作業之規劃與營運，以提升資產價值。                                                          | <b>企業發展處</b><br>負責經營決策規劃，評估中、長期投資效益。                                          | <b>企業發展處</b><br>負責網路資訊安全及防護措施。                       |
| 生產業務風險                                   | 營運風險                                                                                                            | 商譽減損風險                                                                                         | 研發風險                                                                          |                                                      |
| <b>企業發展處</b><br>負責生產技術、品質管制及產銷配合。        | <b>海化事業處、生技事業處</b><br>專責辦理本公司鹽、水產品銷售之營運計畫、拓展、銷售與管理；銷售資訊收集與商情分析；促銷規劃與執行；新產品提案及上市行銷規劃；國內外通路及客戶開發與管理等業務，力求營運目標之達成。 | <b>品牌行銷處</b><br>1. 透過客服、粉絲團、LINE 群組、企業形象廣宣、公關聲明稿等向客戶利害關係人溝通。<br>2. 透過媒體監測、公關聲明稿、專訪等向媒體利害關係人溝通。 | <b>研發處</b><br>負責各項研究計畫、提擬、執行與控管，新產品開發及量產前之試製，關鍵性原料開發及品質異常及顧客抱怨分析、追蹤、處理及矯正預防等。 |                                                      |

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。

### 臺鹽整體環境可能面臨的風險與因應

| 風險類型                                                                                               | 商譽減損                                         | 主管機關法規變動                                             | 氣候變遷影響供應鏈                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| <br><b>衝擊面向</b> | 未妥善回應市場或外界疑慮，可能影響品牌形象與利害關係人信任，進而對公司商譽造成不利影響。 | 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。 | 氣候變遷導致極端天氣事件（如颱風與豪雨）發生頻率與強度提高，影響原物料進貨與產品出貨時間且增加倉儲與品質風險。 |

| 風險類型                                                                                          | 商譽減損                                                                                            | 主管機關法規變動                                                                             | 氣候變遷影響供應鏈                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>因應作為</p> | 透過客服機制、粉絲專頁、LINE 群組、企業形象宣傳及公關聲明稿等管道，主動向客戶與相關利害關係人溝通；並運用媒體監測、公關聲明與專訪等方式，適時回應媒體關注議題，以維護公司商譽與品牌形象。 | 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，並定期召開產品法規會議，確保公司產品符合並即時跟進法令規範。 | <ol style="list-style-type: none"> <li>積極尋找多家來源供應商，當原物流路徑受阻時，啟動備案物流或替代承運商，降低交期延誤影響。</li> <li>關鍵設施設置擋水板等防洪設備，降低淹水風險。</li> </ol> |

### 臺鹽於營運供應鏈之風險與因應

| 風險類型                                                                                            | 包裝水                                                                                 | 鹽品                                                                                  | 外銷代工                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>衝擊面向</p>  | 受低溫天數增加及颱風災害影響，國內旅遊與運動等戶外活動明顯減少，導致 2025 年國內包裝水銷售較前一年下滑約 10%，顯示天候變化對銷售表現具高度不確定性與影響性。 | 2024 年外部風險（日本核廢水排放）延續影響至 2025 年，在整體市場環境與原物料價格結構未明顯改善下，相關風險對公司營運之影響持續存在，影響因素與前期大致相同。 | <ol style="list-style-type: none"> <li>受兩岸政治因素影響，產品通關受阻，限制大陸地區出貨成長。</li> <li>拓展東南亞等新市場時，須由當地製造商或經銷商申請產品銷售許可，相關官方文件及審查程序冗長，影響業務推進效率。</li> <li>新加坡推動包裝環保政策，加上新競品進入市場，影響外銷包裝水提貨量。</li> </ol> |
|  <p>產生商機</p> | 天然災害引發停水或賑災需求，可能帶動包裝水銷售；另因國際軍事衝突頻仍，民眾防災意識提升，防災備用水市場具潛在成長空間。                         | 家庭用鹽市場仍具成長潛力，特別於日常民生與水質改善相關產品，具持續開發價值。                                              | <ol style="list-style-type: none"> <li>主推優勢產品包裝水以台灣既有產品資源搶攻海外新區域市場。</li> <li>配合各主要市場銷售需求，協助適地化包裝與行銷所需產品型態突破當地銷售瓶頸。</li> </ol>                                                             |
|  <p>因應作為</p> | 依循長期銷售趨勢持續推動消費者活動並強化實體通路表現；同時因應塑料及能源成本上揚，持續推動包材減重與 ESG 相關措施，以降低成本衝擊並強化企業社會責任。       | 聚焦家庭用鹽產品開發與推廣，透過優化產品規格與組合、拓展銷售通路及提升市場滲透率，並藉由分散客群結構降低單一市場依賴，以強化營運韌性。                 | <ol style="list-style-type: none"> <li>透過參與國際展覽，拓展海外採購與代工合作機會。</li> <li>整合國內外既有經銷商之產品、通路與供應鏈資源，運用策略性合作機制，放大銷售與代工效益。</li> </ol>                                                            |



### 1.4.3 數位化與資訊安全

臺鹽於 2025 年在自動化與數位化方面有許多進展。透過自動化及數位化系統，大幅降低人力成本，一方面可減少同仁紙本作業與加速簽核流程。另一方面也提高生產效率與良率，增加管控品項的廣度，提升產銷的協作的自動化程度。

#### 數位化應用面向

| 2025 年應用與實績    | 效益                               |
|----------------|----------------------------------|
| 呆滯庫存表          | 減少人工計算作業                         |
| 庫存需求量總表        | 減少人工彙總整理作業                       |
| 研發處 PIF 毒物作業表單 | 資料數位化，由紙本改數位管理具一致性不易遺漏           |
| 全公司樣品贈送領用單     | 管理容易，易於查找，領用單不會遺失、延誤作業           |
| 總公司蓋用印鑑表       | 管理一致性，日後方便查找                     |
| 台中、台北所派車單      | 管理一致性，日後方便查找                     |
| 水品項配送平台專案      | 水品項產銷作業優化，加強掌握水庫存及出貨狀況           |
| 妝品廠固定資產請採購案    | 將人工作業數位化加速作業，管理具一致性降低紙本遺失風險      |
| 內部顧客委託測試申請單    | 申請資料數位化，由紙本改數位管理具一致性不易遺漏，可快速彙整資料 |

#### 落實資訊安全

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》、《個人資料保護緊急事故應變要點》、《個人資料盤點要點》等相關個資保護規定，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，代表同意授權個人資料使用。臺鹽也嚴格要求同仁恪守對消費者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。

## 資安維護的執行項目及成效

2025 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。臺鹽透過數位化轉型和創新技術的應用，不斷提升經營效率、產品品質和服務水平，並將繼續關注資訊安全，加強資料管理，持續推動自動化和數位化的措施，以實現永續經營。

| 資安項目             | 執行成效                                            | 未來目標                            |
|------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------|
| 內部防火牆            | 內部加強資安防護                                        | PC 及主機間增加一道防護，避免主機伺服器受到 PC 端的攻擊 |
| 社交工程             | 建立同仁資訊安全意識                                      | 建立每位同仁使用電子郵件的資訊安全意識             |
| 資通安全威脅偵測管理 [soc] | 掃描網路弱點，成功修繕有疑慮之設定                               | 建立地端 SOC 資料庫，日後有疑慮時可供查找         |
| 網站弱掃             | 將網站中有安全威脅的部份修正                                  | 提高網站安全及漏洞修補                     |
| 卡巴斯基防毒           | 有效防堵使用者端的病毒                                     | -                               |
| 端點偵測與回應系統 [mdr]  | 針對使用者端點異常偵測                                     | -                               |
| 外接式儲存設備禁用        | 持續全面禁用外接式儲存設備 [usb]，降低感染風險                      | -                               |
| 系統備份作業           | 導入 DP4400 BACKUP、BACKUP EXEC BACKUP 軟體，定期系統雲端備份 | -                               |

# 環境永續

臺鹽以全球視野擘劃未來，積極發展綠色與健康產業。產品強調安全與實效，製造重視資源高效與循環再利用，落實包材輕量化，營運則透過據點設置太陽能發電，推廣潔淨能源、回饋在地。未來，我們將持續守護環境，並以優質產品拓展國際市場，邁向全球。

- 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
- 2.6 氣候風險鑑別

## 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
- ☒ 社區社會

## 對應SDG



## 章節亮點摘要

### 能源管理系統導入

2025年通霄精鹽廠透過ISO 50001推動3項節能專案及需求反應相關措施，共節電25萬度

### 產品碳足跡盤查

臺鹽為首家對鹽品及保健食品進行碳足跡盤查的企業，2025年通過「鹽及其製品」、「錠劑、膠囊狀及粉包型態食品」的碳足跡產品類別規則基本資料表，鹽及其製品產品類別規則(PCR)草案第1版亦於2026年通過；保健食品方面「錠劑、膠囊狀及粉包型態食品」產品類別規則(PCR)草案第2版於2025年12月完成上傳，並於2026年5月獲環境部審核通過及公告。

### 全面進行組織型溫室氣體盤查

2025年依循ISO 14064-1:2018規範全面進行組織型溫室氣體盤查，並完整揭露範疇一至三排放

減少  
**2,387 t**  
CO<sub>2</sub>e

2025年臺鹽之太陽能發電專案減碳效益約2,387tCO<sub>2</sub>e

↓ **2.25**  
%

2025年能源總使用量較前一年度減少8,580GJ，降低2.25%

↓ **6.58**  
%

2025年總溫室氣體排放減少5,580公噸，降低6.58%

↓ **5.91**  
%

2025年總用水量較前一年度減少457千立方公尺，經濟用水密度較前一年度降低5.91%

↓ **33.5**  
%

2025年產生空氣污染物總量減少3,680公斤，降低33.5%

## 重大議題・能源管理

|      |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                              |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| 政策   | 提升能源效率，裝設高效率設備                                                                                                                                                                                                                          |                                                              |
| 承諾   | 恪遵法規，降低生產對環境的衝擊                                                                                                                                                                                                                         |                                                              |
| 目標   | 短期                                                                                                                                                                                                                                      | 完成共計 7 項產品之產品碳足跡盤查及碳標籤申請<br>持續落實能源管理系統                       |
|      | 中期                                                                                                                                                                                                                                      | 每年溫室氣體排放強度降低 1%，2030 年以前降至 8.435t CO <sub>2</sub> e/ 百萬元營收以下 |
|      | 長期                                                                                                                                                                                                                                      | 持續落實溫室氣體盤查，並與輔導單位合作，落實能源管理與減少排放<br>2050 年達成碳中和               |
| 資源   | ISO 50001 能源管理系統、溫室氣體自主減量計劃、外部顧問與廠商輔導                                                                                                                                                                                                   |                                                              |
| 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》向企發處處長進行申訴                                                                                                                                                                                                     |                                                              |
| 行動   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 建立減量計畫：通霄精鹽廠提出「溫室氣體自主減量計劃」，爭取適用碳費徵收之優惠費率；其餘單位申請「自願減量專案」，以取得減量額度</li> <li>2. 推動節能減碳：各單位自行辦理節能設備改善、運具電動化，另生產單位尋求外部資源進行製程改善整體評估</li> <li>3. 導入再生能源：除現有光電場外，盤點可用空間發展屋頂型光電場以自用（綠電憑證）或躉售</li> </ol> |                                                              |
| 評量機制 | 能源使用情形及能源使用密度、溫室氣體排放情形                                                                                                                                                                                                                  |                                                              |

## 2.1 環境管理

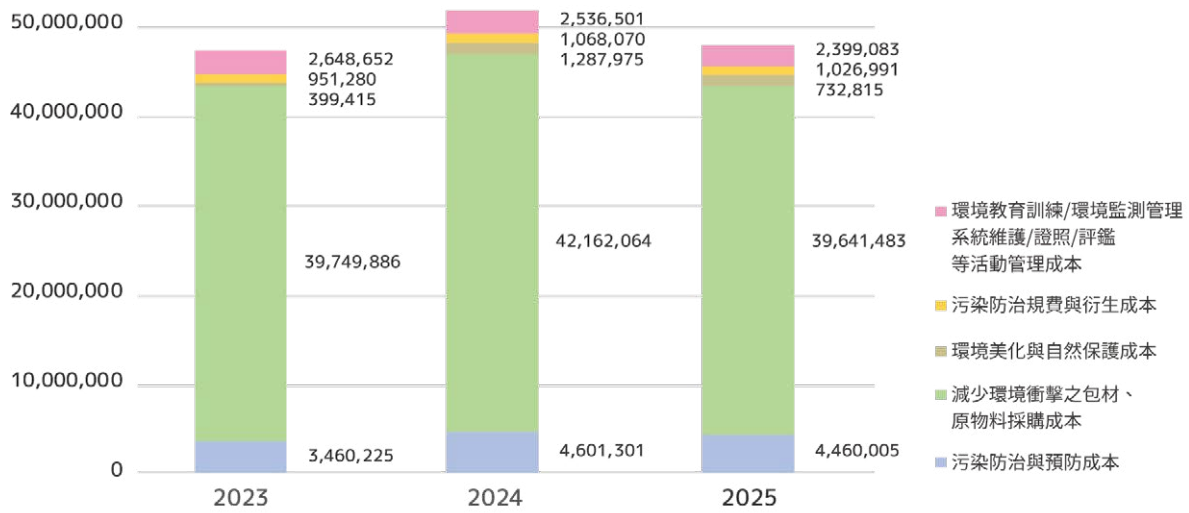
### 2.1.1 環境責任

臺鹽於環境管理方面，落實各項制度，包含使用環境會計系統統計環境支出、依據相關法令執行廢水、空污及廢棄物相關環保工作，另訂定《環境保護管理作業規定》，強化各廠（場、所）環境保護管理作業規定，並定期檢查和落實管理。各廠廢氣與廢水排放均符合主管機關排放標準，且依規定申報，事業廢棄物亦委由合格清除廠商處理。臺鹽因持續恪遵環境相關法規，近三年未有因違反相關法規受開罰之紀錄。

#### 臺鹽環境政策及行動

|    |                                                                                     |                                                                                                                                          |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 制度 |  | 環境保護管理作業規定、溫室氣體盤查（ISO 14064-1）、產品碳足跡盤查（ISO 14067）、能源管理系統（ISO 50001）、環境會計系統                                                               |
| 行動 |  | 辦理污染防制與預防<br>採購可降低環境衝擊之包裝材料，如可回收、可再利用或含再生材料之包材<br>環境美化與自然保護<br>污染防制規範與其他<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<br>環境會計系統精確掌握環境成本，降低營運風險，優化經營策略 |

環境支出金額（單位：元）



臺鹽環境足跡

投入能資源

|       |                |
|-------|----------------|
| 電力    | 7,927,737.15 度 |
| 自來水   | 40,018.09 度    |
| 地下水   | 153,655公噸      |
| 海水    | 11,394,000 公噸  |
| 天然氣   | 10,041,308 立方米 |
| 汽油    | 18,782.93公升    |
| 柴油    | 79,782.77公升    |
| 液化石油氣 | 52 公升          |

產出

|       |                        |
|-------|------------------------|
| 溫室氣體  | (範疇一、二)<br>25,117.13公噸 |
| 空氣污染物 | 7,313.14公斤             |
| 廢水    | 20,179.43立方米           |
| 事業廢棄物 | 767.52公噸               |



註：邊界為母公司個體，環境足跡資訊以溫室氣體盤查清冊為主；地下水、海水、空氣污染物、廢水等未直接與溫室排放相關之內容取自環境會計系統。

## 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，使產品於生命週期中具備更佳的資源使用效率

### 臺鹽包裝減量政策



### 臺鹽包裝水 PET 瓶改良

為朝零廢棄設計方向進行，2020 年起，通霄精鹽廠致力改良包裝水 PET 瓶，減少塑膠使用連帶降低成本，至今空瓶重量已可由 27g 減少為 22g。2024 年，通霄精鹽廠持續使用 22.2g r-PET 結合減重瓶進行販售，並鼓勵更多客戶支持使用。

而瓶體生產加入 25% 的 r-PET 可減少瓶體約 60% 的碳排放，研發單位將持續針對瓶器的安全性及是否產生異味進行測試，兼顧環保及消費者體驗。



· 2025 台塩海洋鹼性離子水（420ml）維持 22g 減重成果



年度導入使用 **105 萬** 支

### 開發環保包材及低運輸碳足跡產品

除了進行瓶裝水的包材減塑，臺鹽亦不遺餘力開發各式環保商品。針對美妝類保養品，將推出具永續概念的無水及省水配方的洗沐產品，如洗髮粉、香皂取代沐浴乳，透過減輕重量及體積降低運輸的碳排放；針對保健飲品，將以鋁箔包取代傳統玻璃瓶，不僅可減輕產品重量，亦減少高溫殺菌所消耗的能源。未來將持續導入輕量化包裝至不同的產品，例如將玻璃瓶裝的塩麴改為吸水袋等。

· 金膠原青春飲品改版，不僅強化成分，亦調整為鋁箔包裝，降低產品重量



### 2.1.3 綠色營運與綠色採購

於公司營運層面，臺鹽落實數位化作業，將多種表單進行線上簽核與管理，取代傳統紙本傳送，宣導節約用水與用電及紙張再利用，達成成本費用控制；供應商方面，臺鹽於設備汰換時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。

臺鹽持續推動綠色採購政策，於採購過程中優先選擇具有環保標章或能源效率標章之產品，並採用可回收、可再利用或含有再生材料的包材與商品，同時選購對環境友善、具永續效益之產品與服務，並將環境保護理念納入供應商管理機制。採購評估亦納入產品全生命週期的環境影響考量，並積極推動低污染、低碳排之供應鏈發展，以降低整體環境負擔。2025 年，臺鹽綠色採購主要品項為冷氣、租賃車（電動）、電腦、螢幕等，金額達新臺幣 400 萬元，展現公司將永續理念落實於營運與供應鏈管理中的具體成果。

| 2025 年綠色採購成效 |      |             |
|--------------|------|-------------|
| 採購品類         | 廠商據點 | 採購金額（新臺幣元）  |
| 影印紙          | 臺灣   | 56,667      |
| 矽酸鈣板         | 臺灣   | 1,674,009   |
| 環氧樹脂面漆       | 臺灣   | 289,000     |
| 其他品項         | 臺灣   | 約 2,000,000 |
| 總和           |      | 約 4,000,000 |

## 2.2 能源與溫室氣體

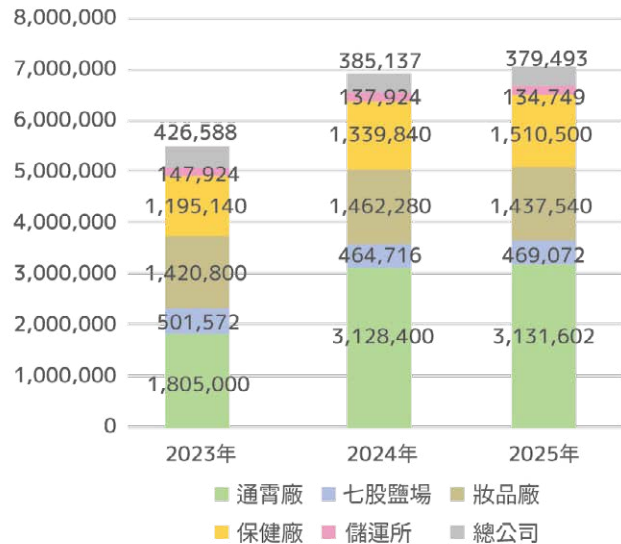
### 2.2.1 能源使用管理

臺鹽整體能源使用以通霄廠天然氣為主；除通霄廠外，其餘據點能源使用則多以外購電力為主。觀察各廠能源使用比例，以生產瓶裝水及精鹽的通霄精鹽廠的能源使用量占比最高，達到近 95%；而另外兩個產品生產據點，保健廠及妝品廠的能源使用占比為 1.5% 左右。在各項能源的使用上，雖然電力的使用逐年上升，但天然氣的總用量逐年下降，三年間能源總使用量逐步下降。

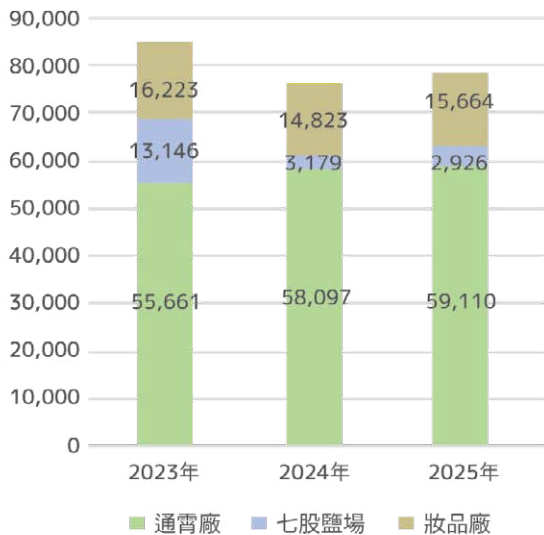
2025 年各廠能源使用占比

| 據點名稱 | 能源使用量 (GJ) | 使用占比 (%) |
|------|------------|----------|
| 通霄廠  | 354,052.17 | 94.93%   |
| 保健廠  | 5,816.76   | 1.56%    |
| 妝品廠  | 5,804.10   | 1.56%    |
| 研發處  | 2,444.57   | 0.66%    |
| 七股場  | 1,951.53   | 0.52%    |
| 總公司  | 1,468.56   | 0.39%    |
| 儲運所  | 512.95     | 0.14%    |
| 高雄所  | 454.98     | 0.12%    |
| 台北所  | 240.42     | 0.06%    |
| 台中所  | 206.09     | 0.06%    |

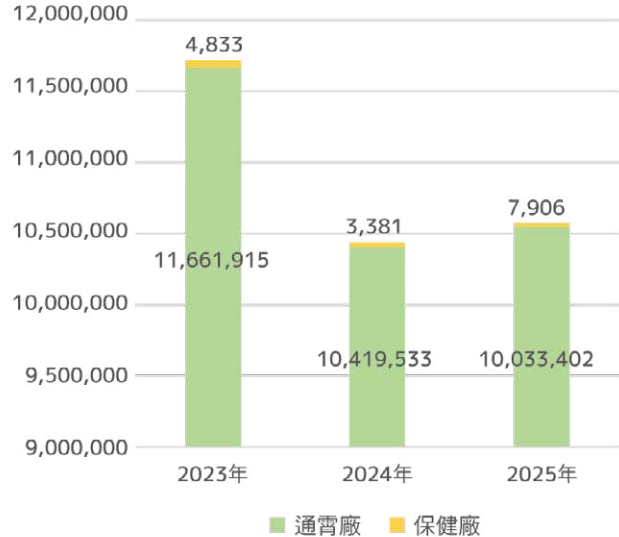
臺鹽近三年電力使用量（度）



妝品廠、通霄廠、七股鹽場  
近三年柴油使用量（公升）



通霄廠、保健廠近三年天然氣使用量  
（立方公尺）



下表呈現臺鹽近三年的能源使用熱值，並透過經濟產出計算能源密集度。以能源類別來看，以天然氣為能源使用之大宗，2025 年之占比達 91.4%。而近三年能源總使用量及能源密集度皆逐步下降，最近一年能源密集度下降幅度達 4.3%。輸電網路百分比則逐年升高，顯示臺鹽目前有能源使用轉換之趨勢，減少天然氣之使用，改使用外購電力。



| 項目                                         |            | 單位      | 2023          | 2024          | 2025          |
|--------------------------------------------|------------|---------|---------------|---------------|---------------|
| 非再生能源                                      | 外購電力<br>消耗 | 度       | 5,497,024.00  | 6,918,296.53  | 7,927,737.15  |
|                                            |            | (吉焦 GJ) | 19,793.79     | 24,911.54     | 28,546.35     |
|                                            | 汽油         | 公升      | 1,809.94      | 1,455.34      | 18,782.93     |
|                                            |            | (吉焦 GJ) | 59.11         | 46.37         | 598.40        |
|                                            | 柴油         | 公升      | 85,029.89     | 76,098.78     | 79,782.77     |
|                                            |            | (吉焦 GJ) | 2,990.57      | 2,753.56      | 2,886.86      |
|                                            | 天然氣        | 立方公尺    | 11,666,748.00 | 10,422,914.00 | 10,041,308.00 |
|                                            |            | (吉焦 GJ) | 396,016.20    | 353,795.49    | 340,842.25    |
|                                            | 液化石<br>油氣  | 公斤      | 52.00         | 56.00         | 52.96         |
|                                            |            | (吉焦 GJ) | 2.63          | 2.54          | 2.40          |
| 非再生能源總計                                    |            | (吉焦 GJ) | 418,862.30    | 381,509.49    | 372,876.27    |
| 再生能源                                       | 太陽能        | 度       | 25,000.00     | 31,000.00     | 28,516.00     |
|                                            |            | (吉焦 GJ) | 90.0205       | 111.6254      | 102.6810      |
| 能源使用量 = 總熱值 (GJ)                           |            |         | 418,952.32    | 381,621.12    | 372,978.95    |
| 輸電網路百分比 (外購電力 GJ / 總熱值 GJ)                 |            |         | 4.75%         | 6.56%         | 7.65%         |
| 再生能源使用百分比 (再生能源使用量 GJ ÷ 能源使用量總計 GJ × 100%) |            |         | 0.02%         | 0.03%         | 0.03%         |
| 營業收入 (百萬元新臺幣)                              |            |         | 3,408.81      | 3,238.15      | 3,307.66      |
| 能源密集度 = 總熱值 GJ / 營業收入 (百萬元新臺幣)             |            |         | 122.90        | 117.85        | 112.76        |

註：

1. 本表計算範圍為：七股鹽場、生技保健廠、進口鹽儲運所、生技妝品廠、通宵精鹽廠、臺鹽總公司、台北營業所、台中營業所及高雄營業所。
2. 本表數值來自溫室氣體盤查清冊為主，並以環境會計為輔。
3. 熱值係數：2023 年計算採用經濟部能源署 108 年版「能源產品單位熱值表」，其中柴油低位熱值為 8,400 kcal/L、汽油為 7,800 kcal/L、NG2 天然氣為 8,107 kcal/m<sup>3</sup>、液化石油氣為 6,635 kcal/L；液化石油氣重量與體積換算採 1 kg = 1.818 L。2024 年及 2025 年計算所採用之汽油及柴油熱值，依環境部公布之 113 年度車用汽、柴油低位熱值，分別為汽油 7,609 kcal/L 及柴油 8,642 kcal/L；NG2 天然氣及液化石油氣則採用經濟部能源署 113 年版「能源產品單位熱值表」，分別為 8,107 kcal/m<sup>3</sup> 及 5,958 kcal/L，液化石油氣重量與體積換算採 1 kg = 1.818 L。能源量換算採 1 kcal = 4.187 kJ。

## 通霄精鹽廠 - ISO 50001 能源管理系統

通霄精鹽廠於 2024 年 6 月取得 ISO 50001：2018 能源管理系統認證，透過 PDCA（規劃、執行、檢查、行動）循環機制，系統性盤點能源設備、分析重大耗能項目並訂定節能行動方案，持續提升能源使用效率，落實企業永續責任，並符合年平均節電率達 1% 以上之法規要求。2025 年推動 3 項節能專案，規劃 2026 年再推行 3 項，涵蓋空調、冰水主機及照明設備汰換，預估可節省電力 10 萬度，減碳約 50 噸 CO<sub>2</sub>e。



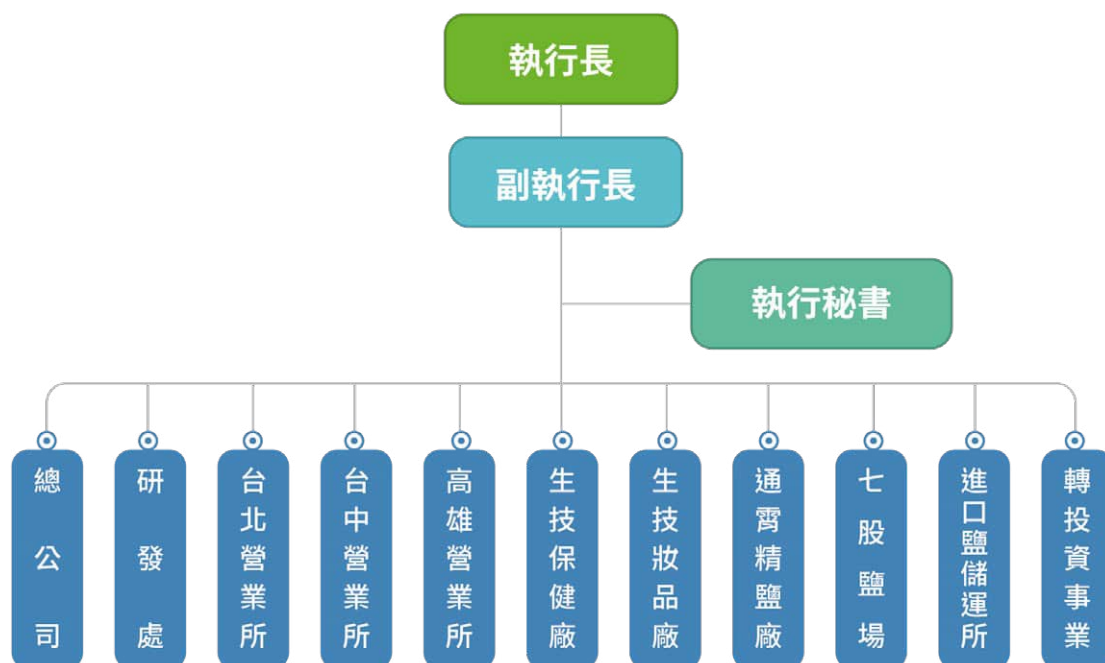
通霄精鹽廠導入智慧型電力品質補償系統（IPQC），即時監測並動態補償諧波、虛功與負載不平衡問題，有效改善高負載製程帶來的隱形耗能。實測顯示，諧波電流顯著降低、功率因數提升，線路損耗減少 33.4%，每年約節省 15 萬度用電，減碳約 70 噸 CO<sub>2</sub>e，同時延長設備壽命並提升供電穩定與作業安全。



## 2.2.2 溫室氣體排放管理

臺鹽於 2022 年較法規規定提前 5 年導入全公司組織型溫室氣體盤查及查驗，精準盤查出各工廠端碳排熱點，並投入人力、物力及製程改善，以落實減碳措施，推動臺鹽朝永續生產邁進。溫室氣體之盤查，透過「節能減碳暨溫室氣體盤查推行小組」執行，依循 ISO 14064-1:2018 進行全公司的組織型溫室氣體盤查，經過排放源鑑別、蒐集活動數據與排放係數等步驟，計算溫室氣體排放量，期望逐年達到減緩與減量的目標。

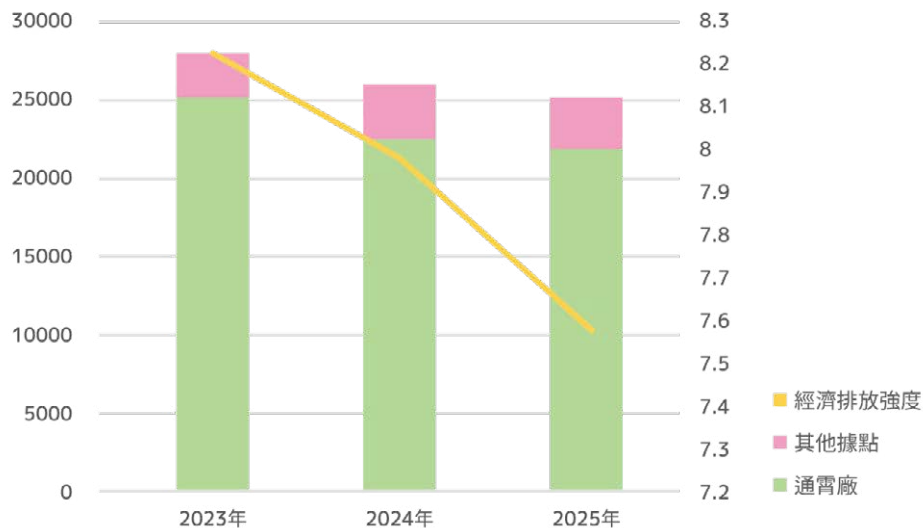
### 節能減碳暨溫室氣體盤查推行小組組織架構



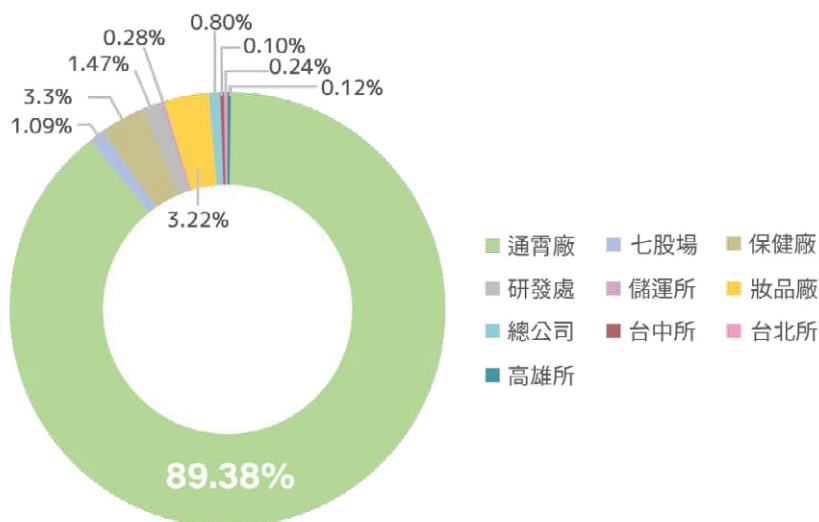
2025 年臺鹽範疇一、二溫室氣體排放與前一年幅減少約 700 噸，減少 2.8%。而加入範疇三後，總排放較前一年度減少約 5,000 噸，共減少 6.58% 的排放。以排放密度來看，近兩年的排放密度持續下降，2025 年較前一年度降低 3.62%，優於每年降低 1% 的自訂目標。範疇一、二排放量中以通霄廠佔比最高，佔整體排放量的 89.38%，係因通霄廠為全台唯一的製鹽工廠，鹽品生產過程需使用大量能源進行蒸發與乾燥，以致其排放量占比較高。其次為保健廠與妝品廠，比重分別佔 3.30% 與 3.22%，因此通霄廠為臺鹽推動節能減碳之重心。範疇三排放主要來自貨物運輸與配送活動。其中，貨物上游運輸與分配之排放依盤查邊界歸屬於總公司，因此總公司範疇三排放量相對較高；通霄精鹽廠則因鹽品及包裝水出貨量較大，運輸相關排放亦為主要來源。由於總公司承擔集中管理之運輸排放，且通霄廠具備較大出貨規模，使其他廠區合計與通霄廠之範疇三排放量呈現相近情形。

### 溫室氣體排放量與排放密集度

近三年範疇一、二溫室氣體排放量與排放密集度



2025 年各廠溫室氣體排放占比



註：通霄精鹽廠因應環境部規範，自 2015 年起登錄溫室氣體排放量清冊、溫室氣體盤查報告書、查驗總結報告、查驗聲明書於事業溫室氣體排放量資訊平台。

| 場別         | 項目  | 單位                         | 年度        |           |           |
|------------|-----|----------------------------|-----------|-----------|-----------|
|            |     |                            | 2023      | 2024      | 2025      |
| 通霄廠        | 範疇一 | tCO <sub>2</sub> e         | 24,573.69 | 21,800.01 | 20,966.33 |
|            | 範疇二 | tCO <sub>2</sub> e         | 893.48    | 1,482.86  | 1,484.38  |
|            | 範疇三 | tCO <sub>2</sub> e         | 31,780.51 | 30,369.15 | 28,885.77 |
|            | 總和  | tCO <sub>2</sub> e         | 57,247.67 | 53,652.03 | 51,336.48 |
| 其他所有據點     | 範疇一 | tCO <sub>2</sub> e         | 325.06    | 358.60    | 393.05    |
|            | 範疇二 | tCO <sub>2</sub> e         | 2,221.20  | 2,223.85  | 2,273.37  |
|            | 範疇三 | tCO <sub>2</sub> e         | 27,371.49 | 28,599.34 | 25,250.84 |
|            | 總和  | tCO <sub>2</sub> e         | 29,917.75 | 31,181.79 | 27,917.19 |
| 範疇一        |     | tCO <sub>2</sub> e         | 24,898.75 | 22,158.61 | 21,359.38 |
| 範疇二        |     | tCO <sub>2</sub> e         | 3,114.67  | 3,706.71  | 3,757.75  |
| 範疇一 + 範疇二  |     | tCO <sub>2</sub> e         | 28,013.43 | 25,865.32 | 25,117.13 |
| 範疇三        |     | tCO <sub>2</sub> e         | 59,152.00 | 58,968.50 | 54,136.61 |
| 總和         |     | tCO <sub>2</sub> e         | 87,165.42 | 84,833.82 | 79,253.67 |
| 排放量變化趨勢    |     | %                          |           | -2.67%    | -6.58%    |
| 營收（百萬新臺幣）  |     | 百萬元新臺幣                     | 3,408.811 | 3,238.152 | 3,307.66  |
| 經濟排放密度     |     | tCO <sub>2</sub> e / 百萬新臺幣 | 8.22      | 7.99      | 7.59      |
| 經濟排放密度變化趨勢 |     | %                          |           | -2.80%    | -5.00%    |

註：

1. 溫室氣體盤查範圍為母公司個體，其他所有據點包含：臺鹽總公司、七股鹽場、生技保健廠、生技妝品廠、進口鹽儲運所、台北營業所、台中營業所及高雄營業所。
2. 各年度所使用之電力排碳係數：2023 年為 0.494 公斤 CO<sub>2</sub>e / 度、2024 年為 0.474 公斤 CO<sub>2</sub>e / 度。
3. 本表為溫室氣體排放量因本公司實施溫室氣體盤查而有所更改，並將台北營業所、台中營業所、高雄營業所、進口鹽儲運所等據點均納入。
4. 範疇三排放包含：第 3 類由運輸產生之間接溫室氣體排放、第 4 類由組織使用產品所產生之間接氣體排放、第 5 類與組織的產品使用相關聯之間接溫室氣體排放。
5. 經濟排放密度 = ( 範疇一排放 + 範疇二排放 ) ÷ 營收



## 汽電共生，響應潔淨能源政策

臺鹽通霄廠自 2019 年完成汽電共生系統更新工程合約，投入工程設備總金額 6.25 億，期望透過汰換汽電共生廠的老舊生產設備，達到提高生產效能的需求之外，也響應政府使用潔淨能源的政策。

### 三大推展面向



### 汽電共生廠短中長期發展目標

| 短期 | 配合現場生產調配，維持設備妥善率及運轉效率，進而節省天然氣能源費用 | 中期 | 2026 年汽輪機組將進行年度大修，以維持設備穩定運轉 | 長期 | 持續優化空氣污染防治設備，朝向降低空氣污染排放量及潔淨能源方向進行 |
|----|-----------------------------------|----|-----------------------------|----|-----------------------------------|
|----|-----------------------------------|----|-----------------------------|----|-----------------------------------|

### 近兩年完全運轉後之節能成效數據

| 年份          | 2024 年     | 2025 年     | 差異     |
|-------------|------------|------------|--------|
| 天然氣採購量（立方米） | 10,419,533 | 10,033,402 | -3.71% |

近年能源費用上升對營運成本造成壓力，因此通霄精鹽廠持續優化汽電共生廠運作，作為推動節能減碳的重要核心。透過鍋爐效率提升與汽電共生系統整合，強化燃燒效率並降低能源浪費，同時配合定期設備保養、維護與汰換，減緩系統效能衰退，提升整體運轉穩定性。

在污染防治方面，透過設備效能調整及與設備商合作，精準控制製程操作與天數，並藉由鍋爐一氧化碳即時監測與混氣比調控，有效降低燃燒副產物排放，氮氧化物（NOx）排放量較法規標準降低約 34%，排放濃度穩定控制於 30ppm 以下。

此外，透過製程與排產最佳化，於排產後進行再精算，減少不必要的運轉天數，進一步提升能源使用效率。未來，臺鹽將持續深化汽電共生效益，朝向潔淨能源應用與低碳營運目標邁進，期許成為永續能源利用的產業典範。



## 碳足跡盤查專案

臺鹽自願性規畫多項產品碳足跡盤查專案，2025 年申請審核通過取得 850 ml、420 ml 鹼性離子水的產品碳足跡標籤證書，並持續進行鹽品、保養品、清潔品及維他命 C 咀嚼錠的碳足跡盤查。

較特別的是臺鹽為台灣首家進行「鹽及其製品」及「錠劑、膠囊狀、粉包型態食品」之碳足跡盤查的企業，透過自行建立 PCR，建立標準方法學進行碳足跡盤查。

| 通霄精鹽廠                                                                             |                                                                                   |                                                                                   |                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 850ml 鹼性離子水                                                                       | 420ml 鹼性離子水                                                                       | 特級碘鹽                                                                              | 高級碘鹽                                                                                |
|  |  |  |  |
| 已完成碳足跡盤查並取得碳標籤                                                                    |                                                                                   | 審核碳足跡產品類別規則中 (PCR)，預計於 2027 年取得碳標籤                                                |                                                                                     |

| 生技妝品廠                                                                               |                                                                                     | 生技保健廠                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 綠迷雅活膚露                                                                              | 絲易康洗髮精                                                                              | 維他命 C 咀嚼錠                                                                             |
|  |  |  |
| 碳足跡盤查中，預計 2027 年取得碳標籤                                                               | 碳足跡盤查中，預計 2027 年取得碳標籤                                                               | 審核碳足跡產品類別規則中 (PCR)，預計於 2026 年取得碳標籤                                                    |

## 節能減碳措施

因應國家 2050 淨零碳排政策，臺鹽積極響應，並以 2022 年為基準年，設定每年降低碳排放密度 1%，並於 2050 年達到碳中和，而 2025 年之實際碳排放密度為 7.70。目前臺鹽以使用天然氣及降低電力使用為落實減碳成效的主要作法，並持續列舉 2025 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。

| 臺鹽溫室氣體排放目標 |                                                                                                    |      |                                                                                             |      |                                                                 |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------|
| 短期目標       | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 每年降低排放強度 1%，2025 年降至 8.894 以下</li> <li>✓ (已達成)</li> </ul> | 中期目標 | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2030 年溫室氣體排放強度降至 8.435</li> <li>✓ (已達成)</li> </ul> | 長期目標 | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2050 年達成碳中和</li> </ul> |



| 廠區    | 節能減碳措施                                                                                                                                                                                                                             | 合計節電效益                                                                                                                                                   |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 總公司   | <ul style="list-style-type: none"> <li>取得環境部通過「臺鹽總公司辦公大樓汰換高效率燈具自願減量專案」註冊申請案，每年節電是 22,853 度，專案 10 年總減量 120 噸二氧化碳當量</li> <li>2025 汰舊換新冷氣設備與電腦，皆採用節電標章及變頻系統等以更加節省電。</li> <li>汰舊換新辦公大樓使用的 20 噸大型冷式冰水主機設備 2 台</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>每年約節電 22,853 度</li> </ul>                                                                                         |
| 通霄廠   | <ul style="list-style-type: none"> <li>落實需量反應負載管理相關措施及電力交易平台方案</li> <li>行政區傳統燈具改 LED 燈</li> <li>製鹽工場 V-801-1 空壓機汰換</li> <li>飲料工場南側空壓機汰換</li> </ul>                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>年節省電量 221,704 (kWh)</li> <li>年節省電量 4,652 (kWh)</li> <li>年節省電量 11,381 (kWh)</li> <li>年節省電量 15,305 (kWh)</li> </ul> |
| 生技妝品廠 | <ul style="list-style-type: none"> <li>保養品第一工場辦理節能調控：透過空調時段、壓差與除濕設備調整</li> </ul>                                                                                                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>2025 年 10 月至 12 月間，累計節電 113,839 度，節電達 75.84%</li> </ul>                                                           |
| 生技保健廠 | <ul style="list-style-type: none"> <li>新增購無風管空氣調節機（俗稱空調機）6 台 + 除濕機 1 台（能源效率標示為一級效率等級之產品）</li> <li>生技一廠水銀路燈換裝 LED 路燈 6 座</li> <li>生技一廠無塵室及新設包裝室更換為 32W 平板燈共計 45 座</li> <li>新購置雙錐真空迴轉乾燥機及氣動量杯粉體包裝機（第 4 季），縮短製程時間並提升品質的掌握度</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>約減少 23% 耗電</li> <li>約減少 70-80% 耗電</li> <li>約減少 40-50% 耗電</li> <li>2025 年 12 月約節省電量 347 (kWh)</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，深得民眾的喜愛與信任，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，臺鹽藉由太陽能板發電專案、持續推動再生能源之發展。2025 年臺鹽之太陽能發電專案發電之減碳效益達 2,387 噸 CO<sub>2</sub>e 並於同年度已通過 29 張再生能源憑證。

## 2.3.1 再生能源發展

### 太陽能發電專案

太陽能為環保及永續之再生能源，臺鹽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、新營倉庫等處裝設太陽能板，並利用自有閒置土地興建路竹電廠。

#### 一、臺鹽公司路竹電廠（地面型）

臺鹽公司於高雄市路竹區自有土地興建地面型太陽能電廠，並於 2023 年 9 月 2 日併聯送電，裝置容量達 1,938 KW。2025 年發電逾 280 萬度電，減碳效益逾達 1,300 噸 CO<sub>2</sub>e。



#### 二、通霄精鹽廠（RC 屋頂型）

臺鹽綠能於通霄精鹽廠屋頂裝設 RC 屋頂型太陽能板，並於 2019 年正式掛表，發電容量達 1,488.095 KW。2025 年發電近 180 萬度，減碳效益達 844 噸 CO<sub>2</sub>e。



#### 三、臺鹽公司新營倉庫（RC 屋頂型）

臺鹽綠能於臺鹽公司新營倉庫裝設 RC 屋頂型太陽能板，並於 2021 年 1 月 8 日正式掛表，發電容量達 334.75KW。2025 年發電 38.9 萬餘度電，減碳效益達 184 噸 CO<sub>2</sub>e。



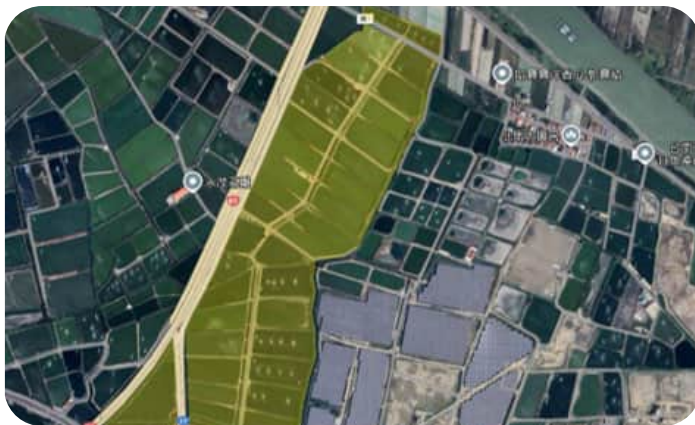
#### 四、臺鹽公司生技保健廠（RC 屋頂型）

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 22 日正式掛表，發電容量達 99.775 KW。2025 年發電逾 13 萬度電，減碳效益達 61 噸 CO<sub>2</sub>e。



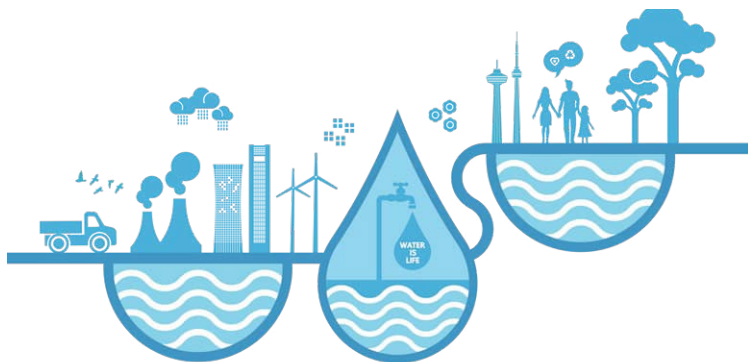
## 漁電共生推動

臺鹽綠能以「漁業為本、綠能加值」為核心，推動漁電共生發展，於台南市北門區渡子頭段（約 56.3 公頃）規劃建置太陽光電設施，在不影響原有養殖用途下，達成土地多元利用與永續經營。透過結合智慧養殖與能源管理技術，提升養殖效率並改善環境條件，促進漁業轉型升級。



本案預估設置容量約 25MW 至 45MW，預計於 2026 年至 2030 年完成建置。依能源局公告排放係數估算，再生能源每發電 1 度可減少約 0.389 公斤 CO<sub>2</sub> 排放，20 年累計最高可發電約 13.14 億度，減碳效益約達 51 萬噸 CO<sub>2</sub>。目前計畫已進入併網審查及可行性評估階段，未來完成掛表商轉後，將穩定提供綠電並創造長期減碳效益與再生能源收益，持續朝能源轉型與淨零目標邁進。

## 2.4 水資源管理



### 2.4.1 用水管理

2025 年臺鹽總用水量 11,587.68 千立方公尺，臺鹽皆無使用來自高水資源壓力之水源，並無違反相關法規。其中最大水來源為通霄廠使用之海水，主要用於全廠之食鹽生產，並回收冷凝水作為生產、冷卻及空調用水。另通霄廠為臺鹽唯一使用地下水之廠區，主要與自來水用作廠區之生活用水。臺鹽之其餘廠區均使用自來水為生產、生活用水，用途包含：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制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。

觀察用水趨勢，近三年總用水量及用水密度持續下降，主因為通霄廠近三年海水總用量持續減少，使得總用水量較上一年度降低 3.79%。

## 水資源使用量與用水密集度

| 場別         | 項目      | 單位            | 年度        |           |           |
|------------|---------|---------------|-----------|-----------|-----------|
|            |         |               | 2023      | 2024      | 2025      |
| 通霄廠        | 自來水     | 千立方公尺         | 2.81      | 2.72      | 2.38      |
|            | 井水（地下水） | 千立方公尺         | 144.42    | 131.99    | 153.66    |
|            | 海水      | 千立方公尺         | 13,014.00 | 11,880.00 | 11,394.00 |
|            | 總和      | 千立方公尺         | 13,161.22 | 12,014.70 | 11,550.04 |
| 其他<br>所有據點 | 自來水     | 千立方公尺         | 30.34     | 30.02     | 37.64     |
|            | 井水（地下水） | 千立方公尺         | 0         | 0         | 0         |
|            | 海水      | 千立方公尺         | 0         | 0         | 0         |
|            | 總和      | 千立方公尺         | 30.34     | 30.02     | 37.64     |
| 自來水總用水量    |         | 千立方公尺         | 33.15     | 32.74     | 40.02     |
| 總用水量       |         | 千立方公尺         | 13,191.56 | 12,044.73 | 11,587.68 |
| 變化趨勢       |         | %             |           | -8.69%    | -3.79%    |
| 營收         |         | 百萬元新臺幣        | 3,408.811 | 3,238.152 | 3,307.66  |
| 經濟用水密度     |         | 千立方公尺 / 百萬元營收 | 3.87      | 3.72      | 3.50      |
| 密度變化       |         | %             |           | -3.88%    | -5.91%    |

註：其他所有據點包含臺鹽總公司、七股鹽場、生技保健廠、生技妝品廠、進口鹽儲運所、台北營業所、台中營業所及高雄營業所。

### 2.4.2 廢污水管理

臺鹽妝品廠、保健廠及通霄廠屬廢（污）水列管事業。妝品廠配合法規設置處理酚、氨氮、硝酸鹽類及氟鹽等污染物，並依法每半年檢測放流水水質。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。

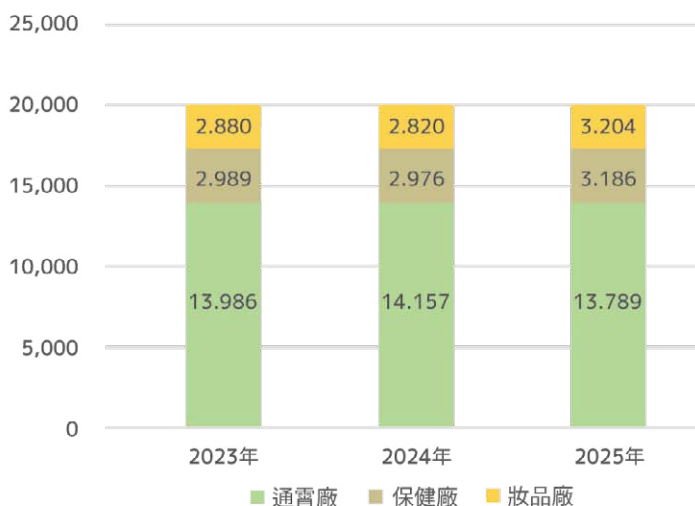
檢視近三年廢水排放量未有明顯變化，未來臺鹽各廠將持續透過提升製程效率、優化設備運轉及加強管理等多項措施，致力穩定控制及逐步減少廢水排放量，並持續依據各廠實際情況滾動檢討改善策略，強化環境管理作為。



近三年廢水排放量

|     | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|-----|--------|--------|--------|
| 通霄廠 | 13.986 | 14.157 | 13.789 |
| 保健廠 | 2.989  | 2.976  | 3.186  |
| 妝品廠 | 2.880  | 2.820  | 3.204  |
| 合計  | 19.855 | 19.953 | 20.179 |

單位：千立方公尺



## 2.4.3 水資源減量

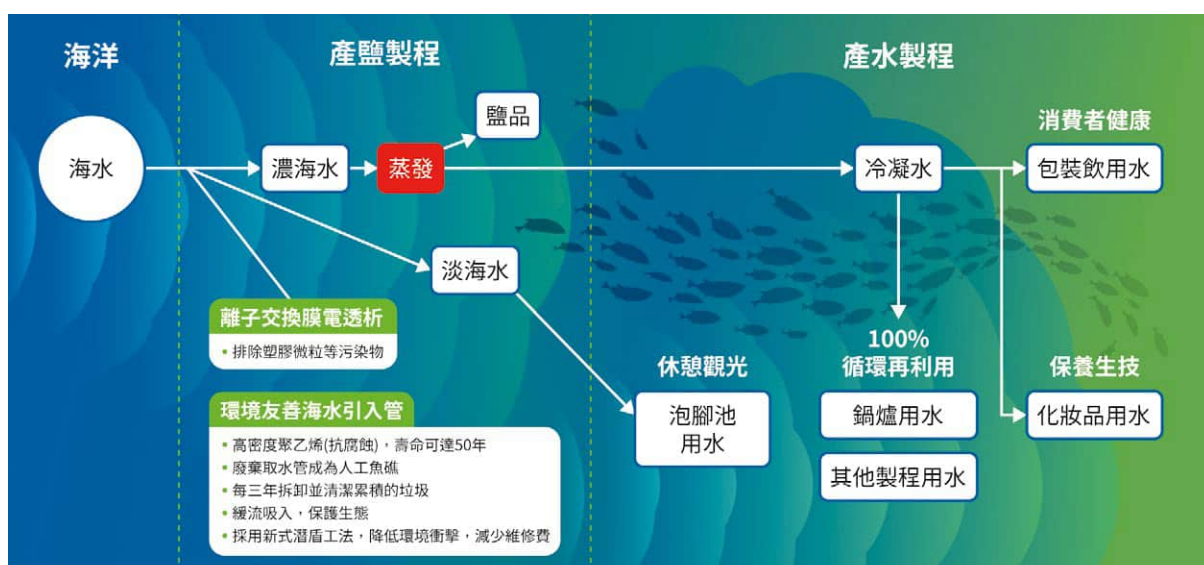
### 飲水思源，滴水不漏

對臺鹽來說，海洋不只是事業的起點，更是珍貴的水資源來源。透過國內獨有的離子交換膜電透析製鹽技術，海水中的塑膠微粒、農藥與重金屬等雜質被有效去除，轉化為製鹽所需的濃鹵水。在製鹽過程中，產生的淡海水與二、三效蒸發所回收的冷凝水，也一滴都不浪費，經處理後分別應用於包裝飲用水、化妝品用水及廠內製程，甚至延伸打造海洋溫泉，讓資源循環不只留在工廠，更走進生活體驗。

水的再利用，不只發生在製程之中。包裝水產線中的洗瓶、洗蓋用水，同樣回收再處理，搭配大型儲水槽系統，確保多的水都能被妥善保存與運用。除海水外，臺鹽也依實際需求靈活調度自來水、冷凝水與井水，並導入省水設備與氣冷式空調等措施，從源頭到使用端全面提升用水效率。

同時，臺鹽也將「節水」融入日常管理與員工生活中，透過宣導標語與即時應變機制，在限水期間迅速啟用備援水源與儲水設備，即使停水也能維持產線穩定運作。從完善的循環利用到日常節水行動，臺鹽持續讓每一滴水發揮最大的價值，朝向更有效率、也更永續的用水模式前進。

### 臺鹽水資源回收與應用



## 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。
- 依據內政部營建署海岸管理法專案核准，海水引入管工程遵守海洋生態保護、水下文化資產保護等海洋作業規範。
- 海水引入管線採高密度聚乙烯 (HDPE) 材質，強度高不易腐蝕，可避免地震、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。
- 面對海洋污染議題，考量取水深度，約 15 米深左右並高於海床 12 米，確保海水資源無污染，取水點距離河川出海口設有距離，確保海水鹽度。
- 海水經過濾降低濁度後，透過離子交換膜電透析產製濃鹵水，再經三效蒸發、結晶、離心脫水與乾燥製成鹽品，年產量最高可達 10 萬噸。
- 設置三座共 4,800 噸大型儲水槽，並回收包裝水洗瓶、洗蓋用水再利用，以減少水資源浪費。

## 2025 年節水措施

| 廠區  | 節水措施                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 總公司 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 使用具有省水標章的二段式省水馬桶、省水龍頭等配件、水龍頭也加裝節水器調節出水量以保護有限的水資源</li><li>• 用水應遵守節約原則，杜絕出現浪費水資源現象</li><li>• 每日定期巡檢設備及水池是否漏水以及時維修減少用水的浪費</li><li>• 庭園綠化選擇耐旱的植物降低澆水用水量及加裝灑水器避免大量用水</li><li>• 維護改善用水設備，包含管線、蓄水池、水塔等設備</li><li>• 廁所洗手台水量適度調小以免濺濕地板並節水</li></ul> |
| 妝品廠 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 安裝六個水錶並每週監控是否有異常用水，可即時發現並處理</li></ul>                                                                                                                                                                                                      |
| 通霄廠 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 加裝自來水取代使用地下水，避免過度耗用地下水資源</li><li>• 強化水資源回收用作生活用水</li></ul>                                                                                                                                                                                 |



## 2.5 廢棄物管理

### 2.5.1 空氣污染管理

臺鹽妝品廠、保健廠及通霄廠屬空氣固定污染源的管制對象，各廠區取得主管機關之核准固定污染源操作許可證，且確實在作業內容上都依照操作許可證之核可內容進行，並每季定期申報空污費與排放量。目前工廠產生之空氣污染物包含粒狀污染物、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污染防治設備。法定空污排放濃度為 40ppm，臺鹽主動將空污排放濃度目標降低為濃度 30ppm，優於法規。

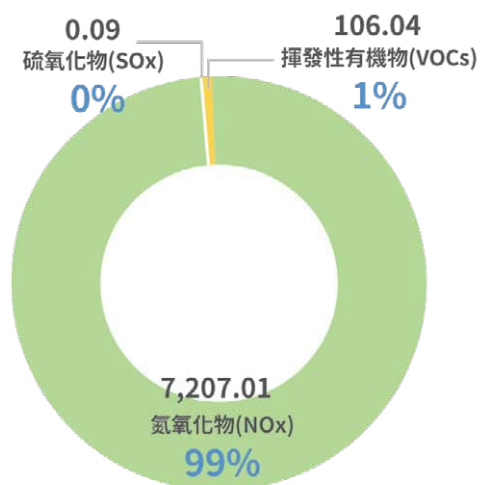
污染來源中以氮氧化物 (NO<sub>x</sub>) 佔比最高，主要來自於通霄廠。通霄廠以天然氣為鍋爐燃料，2025 年透過與廠商合作，精準調控混氣比例提升鍋爐燃燒效率，並配合市場需求最佳化生產排程，減少生產線運作天數，有效降低 NO<sub>x</sub> 等空氣污染物的濃度，使檢測值遠低於排放標準；妝品廠及保健廠之少量廢氣排放管理符合空氣污染管制標準。

#### 臺鹽空污防制設備



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

#### 2025 年空氣汙染物排放總量 (KG)



#### 近三年空氣污染總排放量 (kg)

| 空氣污染物                   | 2023 年    | 2024 年    | 2025 年   |
|-------------------------|-----------|-----------|----------|
| 氮氧化物 (NO <sub>x</sub> ) | 17,466.41 | 10,884.47 | 7,207.01 |
| 硫氧化物 (SO <sub>x</sub> ) | 0.22      | 0.19      | 0.09     |
| 揮發性有機物 (VOCs)           | 126.64    | 108.04    | 106.04   |
| 總計                      | 17,593.27 | 10,992.70 | 7,313.14 |

近三年空氣污染物產生量表

| 氮氧化物<br>(NOX)   | 年份   | 廠別    |       |           | 小計        |
|-----------------|------|-------|-------|-----------|-----------|
|                 |      | 妝品廠   | 保健廠   | 通霄廠       |           |
| 產生量<br>(公斤 / 年) | 2023 | 27.53 | 7.75  | 17,431.13 | 17,466.41 |
|                 | 2024 | 24.72 | 5.41  | 10,854.34 | 10,884.47 |
|                 | 2025 | 12.31 | 12.69 | 7,182.01  | 7,207.01  |

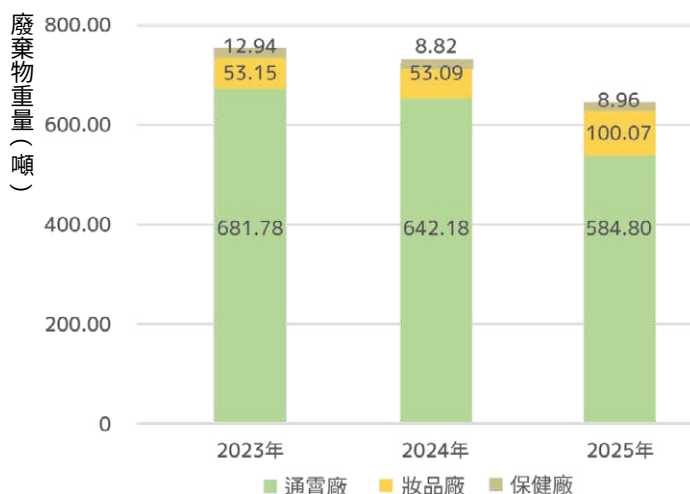
| 硫氧化物<br>(SOX)   | 年份   | 廠別   |     |     | 小計   |
|-----------------|------|------|-----|-----|------|
|                 |      | 妝品廠  | 保健廠 | 通霄廠 |      |
| 產生量<br>(公斤 / 年) | 2023 | 0.22 | 0   | 0   | 0.22 |
|                 | 2024 | 0.19 | 0   | 0   | 0.19 |
|                 | 2025 | 0.09 | 0   | 0   | 0.09 |

| 揮發性有機物<br>(VOCs) | 年份   | 廠別     |      |     | 小計     |
|------------------|------|--------|------|-----|--------|
|                  |      | 妝品廠    | 保健廠  | 通霄廠 |        |
| 產生量<br>(公斤 / 年)  | 2023 | 126.63 | 0.01 | 0   | 126.64 |
|                  | 2024 | 107.73 | 0.31 | 0   | 108.04 |
|                  | 2025 | 105.88 | 0.16 | 0   | 106.04 |

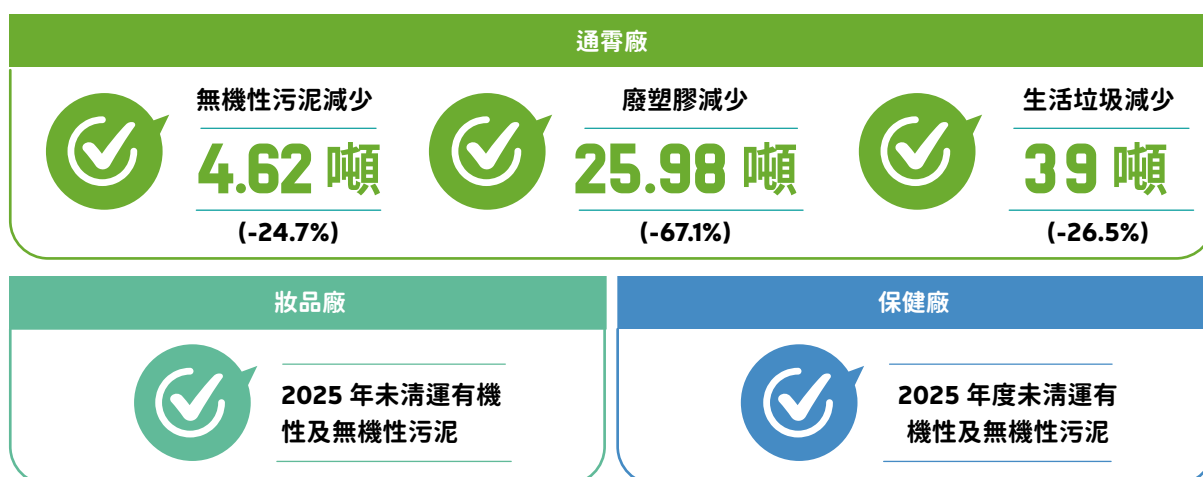
## 2.5.2 廢棄物產生管理

臺鹽近三年總廢棄物產生量逐年減少，其中妝品廠、保健廠和通霄廠皆屬廢棄物之列管事業，2025年僅產出一般事業廢棄物，未產生有害事業廢棄物。本公司最主要之廢棄物為生活垃圾、及可回收的廢紙、廢木材，並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、七股鹽場及各營業所僅產出一般生活垃圾，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的機構進行回收再利用。

臺鹽近三年列管據點廢棄物總產生量(單位：公噸)



## 臺鹽 2025 年各列管據點廢棄物減量亮點

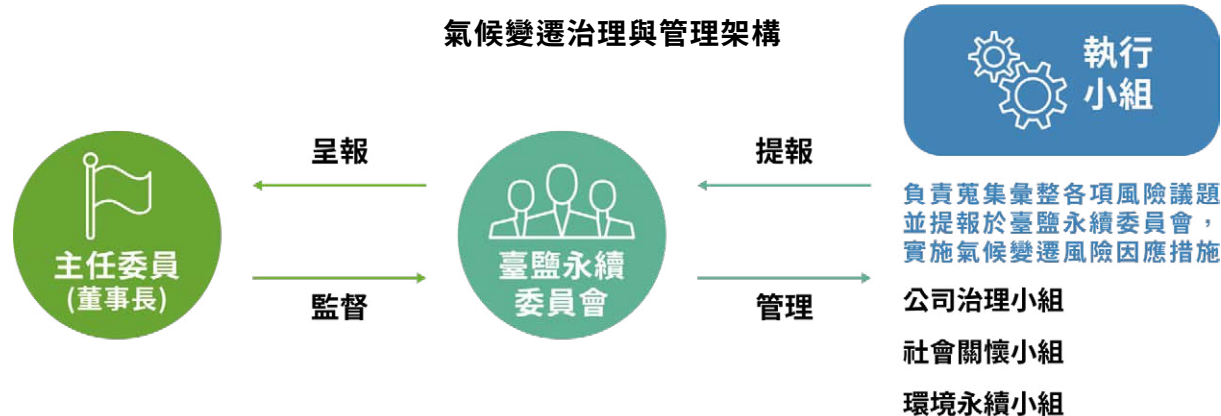


### 總廢棄物產生量（單位：公噸）

| 廢棄物類別   | 處理場址 | 處理方式   | 產生量（公噸 / 年） |        |        |
|---------|------|--------|-------------|--------|--------|
|         |      |        | 2023        | 2024   | 2025   |
| 有害事業廢棄物 | 離場   | 其他回收作業 | 0           | 0      | 0      |
| 一般事業廢棄物 | 現場   | 儲存申報   | 0.02        | 0.04   | 0      |
|         | 離場   | 再生利用   | 485.35      | 481.78 | 499.72 |
|         | 離場   | 焚化處理   | 280.15      | 237.67 | 253.72 |
|         | 離場   | 掩埋處理   | 4.43        | 0      | 0      |
|         | 離場   | 物理處理   | 19.62       | 23.40  | 14.08  |
| 合計      |      |        | 789.57      | 742.89 | 767.52 |

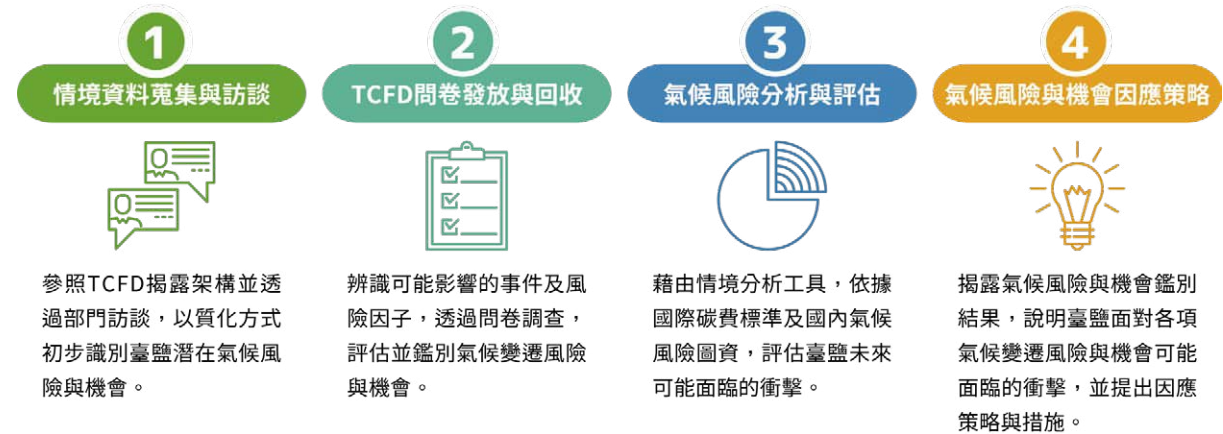
## 2.6 氣候風險鑑別

### 2.6.1 氣候變遷風險與機會



## 氣候變遷風險與機會鑑別流程

臺鹽氣候風險評估流程分為四個步驟，蒐集相關氣候風險資料、分析與評估，制定相應的策略，並定期檢視執行成效進行檢討，以做為未來精進之方向。



## 氣候變遷風險與機會因應策略



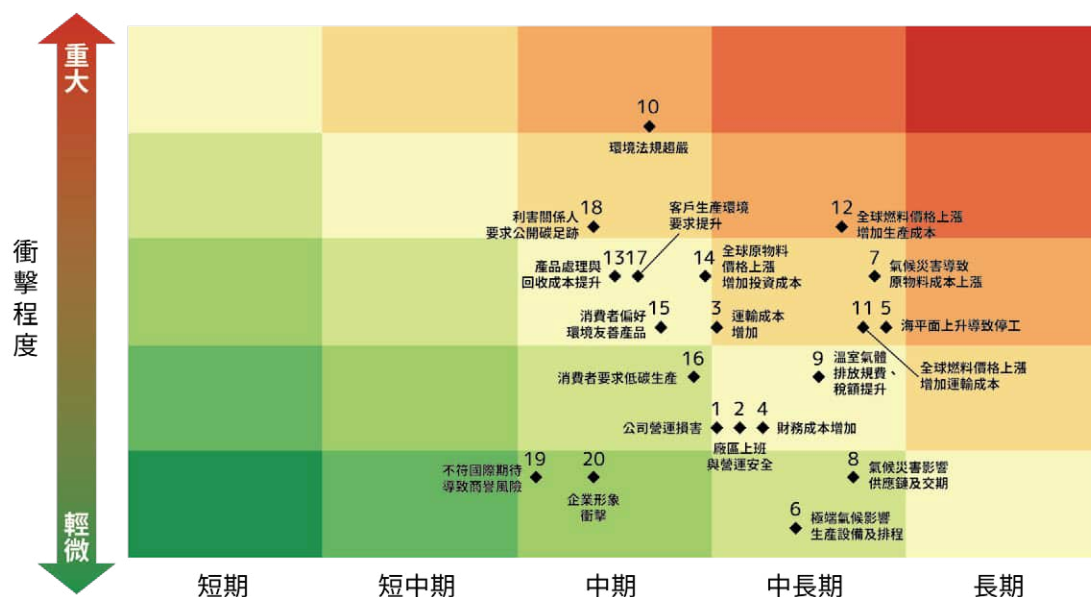
臺鹽將產業相關風險區分為轉型風險與實體風險，透過蒐集全球產業風險管理報告和台灣法規政策，建立風險與機會議題清單。另為掌握氣候變遷風險變化，每年重新檢視風險評估結果，調整氣候變遷策略，降低風險衝擊及掌握氣候機會。2025 年度因考量公司營運情形無重大變化，沿用 2024 年之辨別結果，自 20 項重大風險議題及 14 項氣候變遷機會辨識出重大氣候風險與機會，並基於結果為未



來風險提前作準備及預防，也思考潛在機會的市場發展方向，以支持臺鹽的永續發展。

未來為因應永續資訊逐步財務化，並依循金融監督管理委員會發布之「我國接軌 IFRS 永續準則藍圖」，臺鹽預計於 2026 年下半年展開導入計畫，成立「IFRS 永續揭露準則專案小組」，基於已辨識的氣候風險與機會，強化揭露永續財務相關資訊。

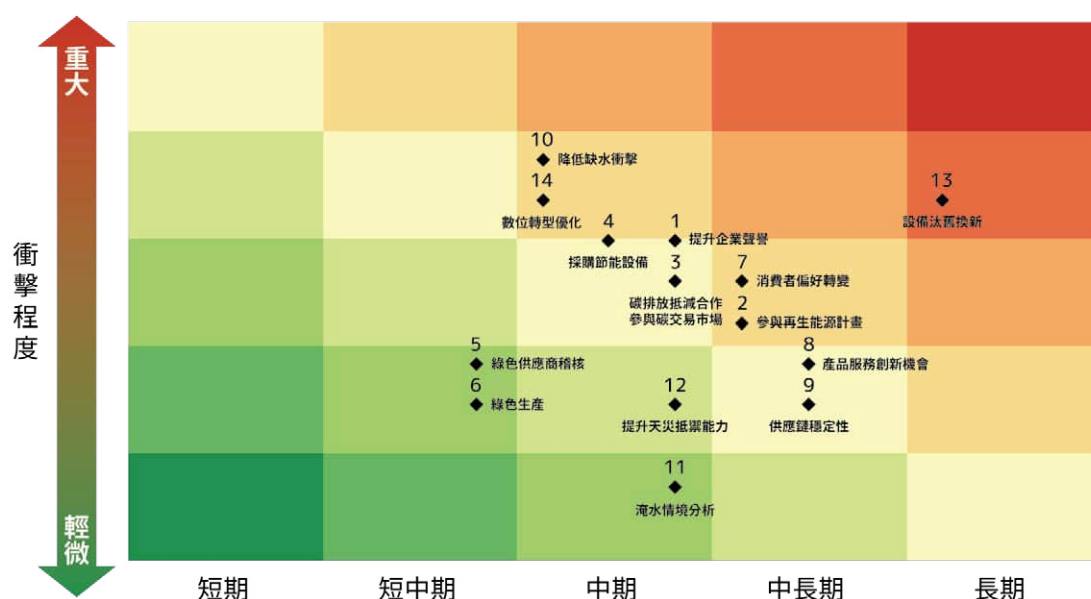
臺鹽 TCFD 氣候風險矩陣圖



|      |          |                                                          |
|------|----------|----------------------------------------------------------|
| 實體風險 | 極端天氣事件增強 | 颱風、暴風雨等天氣因素，可能導致公司行舍、營運及資訊設備、運輸設備損害，對公司各營運據點造成直接衝擊。      |
|      |          | 公司周圍因暴雨、淹水、強降雨等影響廠區同仁上下班以及營運安全性。                         |
|      |          | 針對極端天氣事件導致臨時產品運輸、調度等異動，可能將增加額外成本。                        |
|      |          | 針對極端天氣事件影響，如溫度上升、颱風、淹水等天氣因素可能導致貴公司因應氣候議題提高保險金額，導致財務成本上升。 |
|      |          | 針對極端天氣事件造成海平面上升，可能將導致部分廠區位址面臨停工或遷廠。                      |
|      |          | 極端氣候、颱風頻率 / 強度的增加導致生產設備損耗或生產排程耽誤。                        |
|      | 供應鏈中斷    | 針對立即突發的氣候災害，可能導致原物料供應不足或中斷，造成原物料成本上漲。                    |
|      |          | 針對立即突發的氣候災害，可能導致供應鏈中斷而影響產品交期。                            |

|      |                   |                                                             |
|------|-------------------|-------------------------------------------------------------|
| 轉型風險 | 政策法規要求            | 溫室氣體排放相關規費、稅額提升。                                            |
|      |                   | 國內外相關法規日趨嚴謹，相關裁罰或訴訟事件數增加。                                   |
|      | 全球燃料價格上漲          | 針對全球燃料價格上漲事件影響，可能導致增加原物料或產品運輸成本。                            |
|      |                   | 針對全球燃料價格上漲事件影響，可能導致增加生產成本。                                  |
|      | 創新技術生產之成本         | 針對全球燃料等原物料價格上漲影響，可能將增加額外產品處理與回收成本。                          |
|      |                   | 針對全球燃料等原物料價格上漲影響，可能影響設備購入、製程規劃或研發之投資費用上升。                   |
|      | 消費者行為改變           | 針對消費者的行為改變，可能因綠色趨勢導致傳統產品於市場的競爭力下降。                          |
|      |                   | 針對消費者的行為改變，可能增加品牌客戶對於低碳永續產品或製程的要求，造成營運成本上漲。                 |
|      | 利害關係人對低碳產品服務的關注提升 | 客戶對於生產過程中環境面（排放、採購、水、污染等）的相關要求，須納入考量排放設備、製程調整、生產規劃調整等面向的投資。 |
|      |                   | 針對利害關係人對低碳產品服務的關注提升，可能增加利害關係人公告所有碳足跡資訊並宣示減量之要求。             |
|      | 公司形象衝擊            | 針對氣候議題未符合利害關係人期待，可能導致商譽風險（如 TCSA、公司治理評鑑等評比）。                |
|      |                   | 針對氣候節能減碳消極或不彰的表現等，若沒有相關因應方案可能導致客戶或大眾觀感對於公司的品牌產生疑慮。          |

臺鹽 TCFD 氣候機會矩陣圖



|                                                      |                                    |                                                                         |
|------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| 氣候變遷機會                                               | 提升企業聲譽                             | 針對氣候議題符合國際期待，產生企業聲譽的正面影響（如參獎、CDP 等國際評比）進而增加利害關係人對公司的信任程度，建立穩定往來關係。      |
|                                                      | 參與再生能源計畫、碳交易市場                     | 設置太陽能光電系統發電設備，與再生能源發電設備，降低溫室氣體排放並符合法律規範以避免未來可能面臨之碳費或碳權成本。               |
|                                                      |                                    | 取得公部門獎勵、碳排放抵減合作、參與碳交易市場，累積取得未來排放抵減所需碳權，降低未來可能面臨之碳費或碳權成本，以提升經營績效，達到淨零排放。 |
|                                                      | 綠色生產                               | 廠房採購最新節能設備與建構更具效率之系統，提高能源使用效率、節省營運成本。                                   |
|                                                      |                                    | 制定供應商行為準則，落實考核機制，輔導供應商的永續發展規劃以降低未來面對法律規範所產生之法遵成本。                       |
|                                                      |                                    | 原物料回收再利用外，檢討生產原物料使用量的合理性與適切性，並簡化生產製程，降低生產成本並減少資源浪費。                     |
|                                                      | 產品服務創新機會                           | 針對消費者偏好的轉變，可能因此推出綠色產品、環境友善產品，產品更具競爭力，客戶訂單增加，進而提升公司獲利。                   |
|                                                      |                                    | 因應氣候變遷影響，消費者健康趨勢、體質的改變，可能因此推出更加符合消費者需求的新產品，產品更具競爭力，客戶訂單增加，進而提升公司獲利。     |
|                                                      | 供應鏈穩定性                             | 落實氣候風險鑑別，並定期稽核及輔導高風險供應商，確保風險的有效控制，降低為未來供應商面臨氣候風險變遷時所造成的斷鏈風險，提升供應鏈的穩定性。  |
|                                                      | 提升天災抵禦能力                           | 落實節水措施、提升水資源使用效率，降低生產成本，進而降低缺水時對營運的衝擊。                                  |
| 淹水的情境分析，管理廠內淹水風險與防水閘門建置，降低淹水發生時所產生之資本損失。             |                                    |                                                                         |
| 訂定危機管理程序，建置防災應變系統，包含員工防災演練、氣候風險的預防措施，以降低天災發生時所產生的損失。 |                                    |                                                                         |
| 能源效率                                                 | 進行設備汰舊換新，導入汽電共生專案提高能源使用效率，進而降低排放量。 |                                                                         |
|                                                      | 公司進行數位轉型優化，降低紙張使用量，推廣節能減碳。         |                                                                         |

臺鹽針對氣候變遷風險調查結果，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），並依據風險特性採取相應之因應作為。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，研擬下一階段的因應策略，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      | 氣候變遷使廠區災損，進而影響庫存及生產進度。                  | 基於《臺鹽實業股份有限公司超大豪雨、颱風與地震防災作業規定》，設立 24 小時搶救小組以維持廠區運轉。<br><br>因 2025 年工廠遭遇風災受損，加購風災相關保險，降低極端氣候受災損失。 |
| 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。                | 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。                                                            |
|               |             | 國際情勢使航線中斷，導致斷貨風險，無法供應國內工業用鹽需求。          | 平時維持庫存量超過一個月以上並保留備貨及生產的彈性，避免斷貨。                                                                  |
|               | 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 - 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，使用輕量化包材，降低產品碳足跡。                                                                          |
| 轉型風險 - 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 - 市場     | 消費者偏好改變     | 消費者的行為改變，增加品牌客戶對於低碳永續產品或製程的要求，造成營運成本上漲。 | 包材減重規劃，減少塑料使用，推動產品碳足跡盤查。                                                                         |

## 2.6.2 氣候變遷風險情境分析

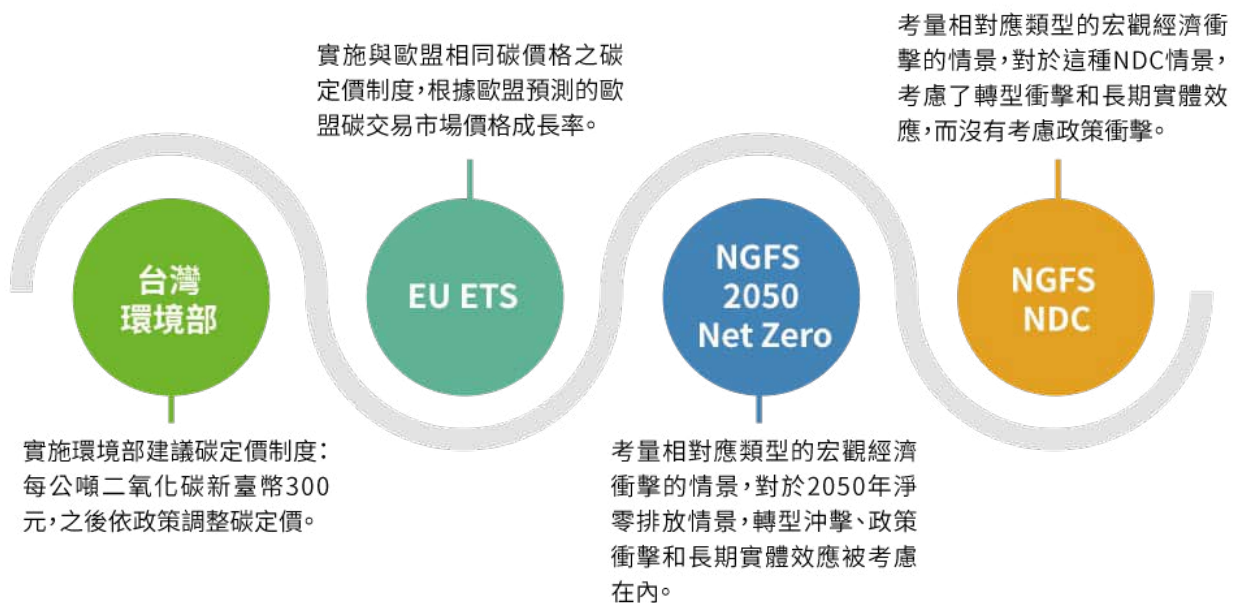
台灣政府於 2022 年 3 月正式公布「台灣 2050 淨零排放路徑及策略總說明」，提出至 2050 年淨零排放之發展軌跡與行動路徑，並於 2023 年 1 月三讀通過《氣候變遷因應法》，明確訂定 2050 年淨零排放目標，使企業須依相關法規逐步推動減碳行動，並於 2050 年前達成淨零排放。



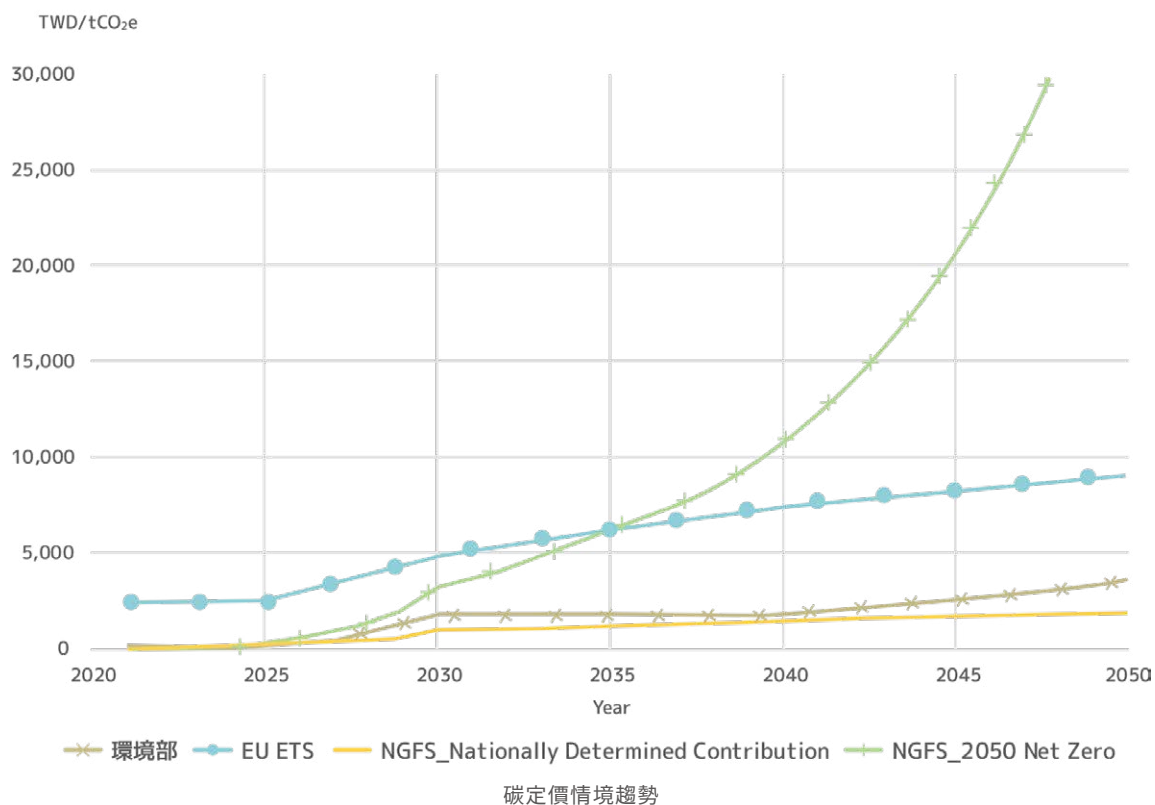
在情境分析方面，臺鹽採用國際能源署（IEA）所提出之三種情境，包括既有政策情境（Current Policies Scenario, CPS）、既定政策情境（Stated Policies Scenario, STEPS）以及 2050 淨零排放情境（Net Zero Emissions by 2050 Scenario, NZE），據以推估至 2050 年間之碳排放變化趨勢，並進一步評估潛在碳費機制對公司營運之衝擊。



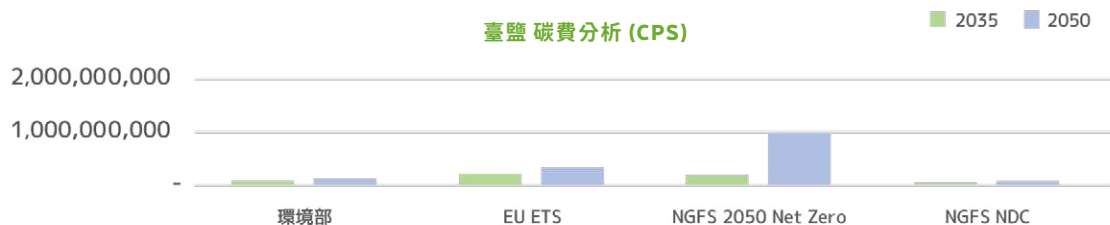
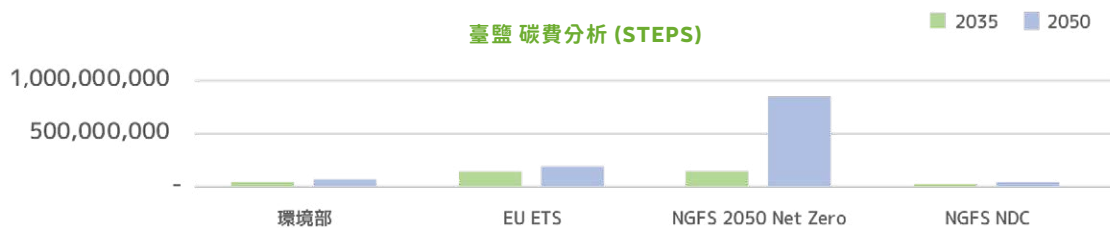
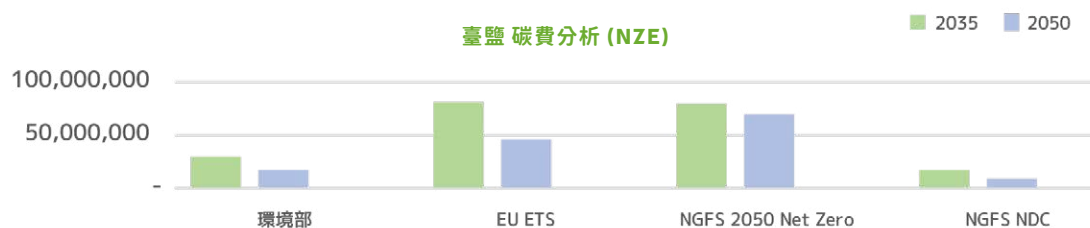
碳定價制度逐漸被各國家和地區政府評估與採行，臺鹽透過分析國內外四種碳定價組織之資訊，藉由氣候情境評估模型及財務模型，進一步歸納出至 2050 年間之碳價格趨勢。其中 2050 年時，將會以 NGFS 2050 Net Zero 情境之下，收取最高的碳費，每噸 CO<sub>2</sub>e 可能高達近 4 萬元新台幣。



## 國內外碳費估算



## 碳費情境分析





### CPS

在既有政策情境（CPS）下，僅納入目前已實施之政策措施，氣候政策強度較低，碳排放未大幅下降，導致未來碳費負擔相對較高。

經估算，臺鹽於 2035 年碳費支出約介於新台幣 3,084 萬元至 1.63 億元；至 2050 年則大幅提高至約 4,778 萬元至 9.96 億元，其中以 NGFS 2050 Net Zero 之高碳價情境下，碳費壓力最為明顯。

### STEPS

在既定政策情境（STEPS）下，假設政府已公布之減碳政策與承諾可有效落實，臺鹽亦維持既有淨零策略推動，碳排放趨勢逐步下降，使碳費壓力相對趨緩。

經估算，臺鹽於 2035 年碳費支出約為新台幣 2,901 萬元至 1.53 億元；至 2050 年約為 3,851 萬元至 8.03 億元，整體呈現隨碳價上升而增加，但幅度低於 CPS 情境。

### NZE

在 2050 淨零排放情境（NZE）下，假設全球與台灣均積極推動減碳措施，並於 2050 年達成淨零排放目標。臺鹽需大幅導入低碳技術、再生能源與碳抵換機制，使碳排放逐步趨近於零。

經估算，臺鹽於 2035 年碳費支出約為新台幣 1,625 萬元至 8,562 萬元；至 2040 年進一步下降至約 959 萬元至 6,605 萬元；並於 2050 年達成淨零排放，碳費成本降為 0。

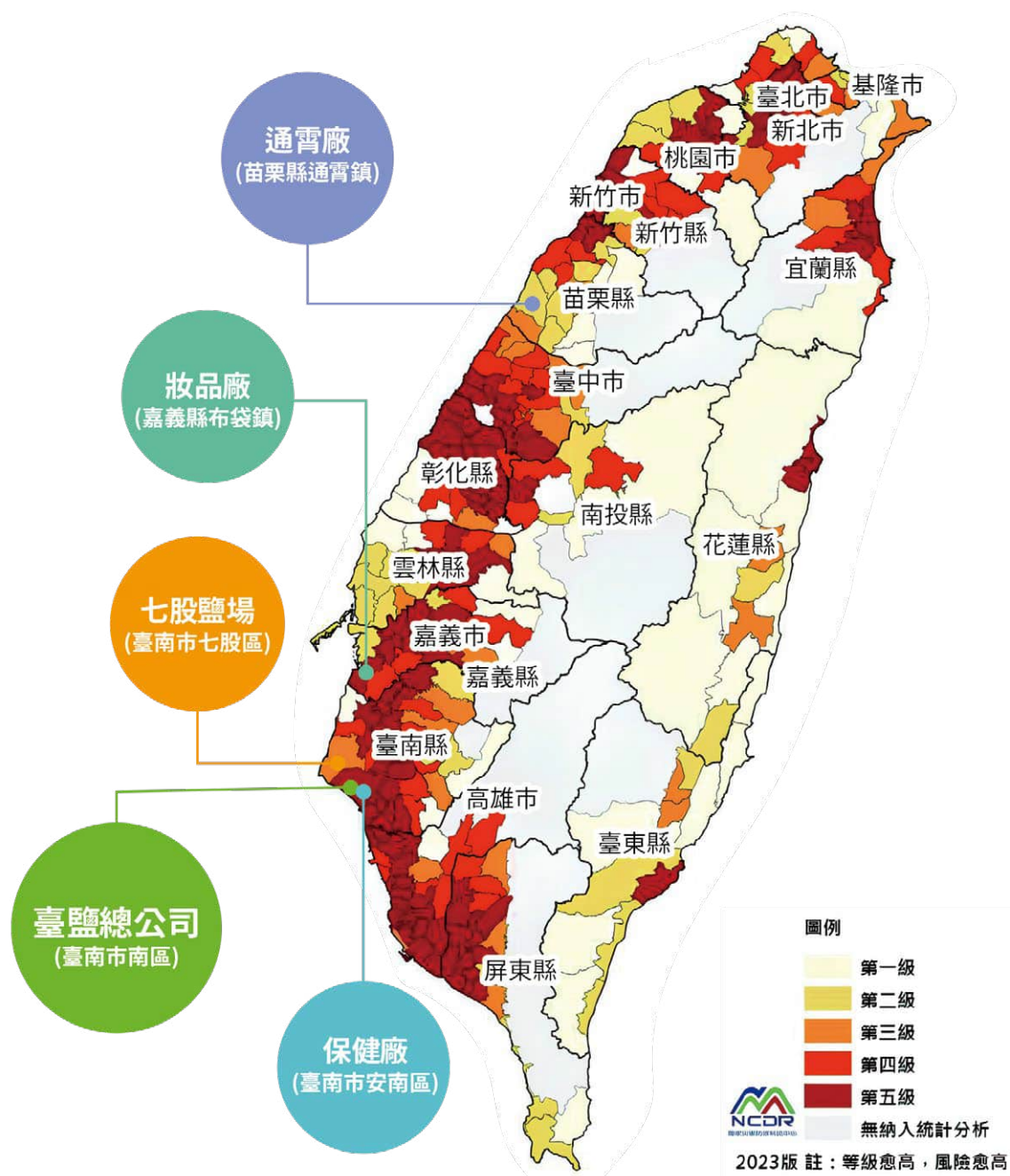
綜合情境分析之內容，發現若臺鹽未積極改善其溫室氣體排放，可能遭課徵高額的碳費，因此臺鹽近年透過導入 ISO 50001 能源管理系統及溫室氣體盤查，掌握自身能源耗用與溫室氣體排放情形，作為未來減排策略的依據。

## 淹水情境分析

臺灣位於颱風路徑要衝，每年夏天常遭受到強降雨影響。為掌握未來潛在的淹水風險，臺鹽採用代表濃度途徑（Representative Concentration Pathways, RCPs）並參考氣候變遷推估資訊與風險調適知識平臺（Taiwan Climate Change Projection Information, TCCIP）。選用未來升溫最多之 4°C 情境，推估臺鹽總公司、通霄廠、妝品廠、保健廠及七股鹽場面臨淹水災害之風險程度。

根據分析結果顯示，臺鹽總公司、妝品廠及保健廠位於第五級高風險區域；通霄廠及七股鹽場則分別位於第二級、第三級風險區域。2025 年因為因應上述風險，臺鹽在高風險廠址設置排水設施及防水閘門建置，降低淹水發生時所產生的損失。

臺鹽關鍵廠址淹水風險潛勢圖



# 價值延續

臺鹽以促進國民健康與幸福為己任，善用海洋生技研發與品質管理優勢，打造安全、可靠且具價值的產品與服務。公司持續推動產品知識教育、顧客服務優化及地方觀光體驗，透過參訪導覽、客服溝通、品牌活動與供應鏈合作，強化與消費者、員工、供應商及社區等利害關係人的互動，攜手建立共好、共生、共創的永續價值。

- 3.1 顧客健康與安全
- 3.2 客戶服務與價值傳遞
- 3.3 永續供應鏈

## 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
- ✓ 社區社會

## 對應SDG



## 章節亮點摘要

### 品牌行銷

2025年透過社區活動、七股鹽田體驗營、市府及地方活動合作，以及複合式加盟據點發展，讓品牌以更生活化方式接觸消費者，提升體驗與認同感

### 食品溯源

臺鹽生產之287項產品，100%登錄「非追不可」平台；臺鹽持續辦理環保標章產品續約，並盤點綠色產品品項，強化產品永續管理

### 100%合格

供應商受稽核合格率達100%

### 健康推廣

2025年辦理校園氟碘鹽講座及偏鄉社區講座，共 24 場，並新增心血管保養主題，作為健康推廣與品牌溝通的一環

### 營運不中斷

2025年雖受印巴衝突影響部分進口鹽船期，但因備有安全庫存及長期合作供應商機制，未對營運造成影響

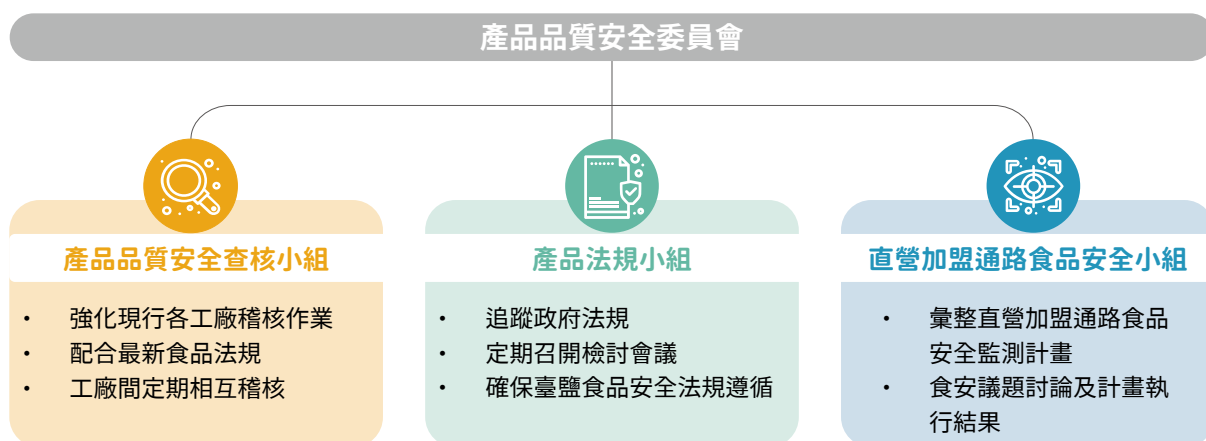
| 重大議題 - 產品品質管理 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |           |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 政策            | 品質第一、安全有效、卓越創新、客戶滿意                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |           |
| 承諾            | 以提供消費者優良的商品為核心價值，推行全面的品質管理系統，持續改善，確保產品安全、減少浪費、降低不良率，同時提升品質、生產力和顧客滿意度，臺鹽透過問題預防，建立有效的溝通機制，投入資源提升品質管理系統，以實現持續的品質改進和在市場中的領先地位                                                                                                                                                                                                                                                                                |           |
| 目標            | 短期                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 持續達成品質目標  |
|               | 中期                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |           |
|               | 長期                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 客戶滿意度持續提升 |
| 資源            | 實驗室檢驗系統維護、品質系統維護                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |           |
| 申訴機制          | 消費者服務專線 / 客服系統                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |           |
| 行動            | <ol style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>2. 各生產工廠均建置品管制度，透過 ISO 22000、ISO 9001、ISO 89001、ISO 22716、HACCP、TQF、醫材 QMS 等品質管理系統，並依品項符合相關品質管理規範辦理</li> <li>3. 因應歐盟化粧品法規趨勢，於 2025 年優先推動成分替代原料建置及香精資料庫建立，強化配方管理並降低法遵風險</li> <li>4. 於保健廠的膜衣製程導入 AI 瑕疵檢測與抽樣判定機制，依不良比例控管檢驗方式，以提升品質穩定度與生產效率</li> <li>5. 通霄廠自產鹽品依法每季送驗，進口曬鹽則依契約於裝船及到港後分別採樣檢驗，以確保品質安全</li> </ol> |           |
| 評量機制          | 品質系統驗證查核、客戶滿意度、客訴及改善情形                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |           |

| 重大議題 - 產品責任評估與標示 |                                                                                                                                                                                                                               |                                           |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 政策               | 以客為本、資訊透明、產品可溯、安全合規                                                                                                                                                                                                           |                                           |
| 承諾               | 臺鹽公司承諾於產品及包裝上完整揭露原料、成分、營養標示、有效期限、原產地、保存條件、使用方式及必要警語，並提供消費者服務管道，協助消費者正確選購與使用產品；同時建置完善的生產流程控管與產品追蹤追溯制度，透過批號管理、條碼系統與製造資訊，確保產品來源可查、流向可追、責任可溯，持續提升產品安全管理效能，提供消費者安心可靠的購買體驗                                                          |                                           |
| 目標               | 短期                                                                                                                                                                                                                            | 完善產品標示一致性並強化追溯系統數位化流程，確保產品資訊透明、可追溯且符合法規要求 |
|                  | 中期                                                                                                                                                                                                                            |                                           |
|                  | 長期                                                                                                                                                                                                                            | 建立穩定且具透明度的產品資訊與溯源管理體系，持續提升消費者信賴程度         |
| 資源               | 產品法規資料庫、標示審查機制、消費者服務系統、128 條碼批號管理系統及「非追不可」食品追溯平台                                                                                                                                                                              |                                           |
| 申訴機制             | 消費者服務專線 / 客服系統                                                                                                                                                                                                                |                                           |
| 行動               | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 依循健康食品標章之查驗登記與標示制度，配方及廣告宣稱皆符合衛生福利部相關法規要求</li> <li>2. 藉由導入「128 條碼系統」進行批次管理，可於發生消費爭議時迅速回溯產品來源，以利責任釐清</li> <li>3. 建置「非追不可」平台登錄機制，完整掌握產品批次流向，使食品從生產到消費各環節皆具可追蹤性，並能即時因應潛在食安風險</li> </ol> |                                           |

## 3.1 顧客健康與安全

臺鹽致力於守護消費者健康，強調品質與安全，從原料到成品嚴格檢驗，生產工廠符合相關規範，採取優於法規的高檢驗標準，確保消費者安心。臺鹽於 2014 年整合研發、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，以消費者健康為重，持續提升標準，確保產品安全品質。

在產品品質安全委員會的監督下，針對消費者意見反映，即時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，於直營加盟店產品教育訓練內容中，增加新法規的宣導，並定期進行執行狀況檢核。



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>清真產品認證<br>國家標準 CNS4056<br>國際食品法典委員會 (CODEX) 食用鹽標準 | 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>清真產品認證                | 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>衛生福利部化粧品優良製造證明書<br>經濟部標準檢驗局牙膏正字標記                 | 100%   |
| 清潔用品  | 妝品廠  | ISO 9001 品質管理系統驗證                                                                              | 100%   |
| 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                          | 100%   |
| 醫療器材  | 保健廠  | ISO 9001 品質管理系統驗證<br>醫療器材品質管理系統準則                                                              | 100%   |



· TQF 認證



· SNQ 認證



· ISO 22000 : 2018 認證



· ISO 9001 : 2015 認證



· HACCP 認證



· 清真認證



· 食品業者衛生安全管理系統驗證

## 臺鹽各廠品質相互稽核流程

### 3.1.1 相互稽核

為保障產品安全與健康，臺鹽依據《工廠品質相互稽核作業規定》辦理各廠品質相互稽核，檢視作業人員、生產環境、衛生設施管理及品保制度是否符合主管機關規範、食品良好衛生規範準則（GHP）及 ISO 品質系統要求。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。



## 2025 年臺鹽各廠品質相互稽核計畫執行成效



## 2025 年臺鹽各廠品質相互稽核總覽

| 受稽核工廠  | 稽核者    | 稽核重點                                                                                                                                                                                                                                                               | 因應措施                                                                                                    |
|--------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 進口鹽儲運所 | 保健廠研發處 | <ul style="list-style-type: none"> <li>食品產品包裝標示及效期噴印程序查核</li> <li>食品輸入管理</li> <li>原物料來源品質管理</li> <li>食品追蹤追溯系統及上傳非追不可資料查核</li> <li>食品強制檢驗 &amp; 安全監測計畫</li> <li>廠區衛生管理</li> <li>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>重大客訴改善進行確效查核</li> <li>新增或變更食品相關法規執行情形</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>依據食品安全衛生管理法、食品良好衛生規範準則 (GHP) 進行缺失改善</li> </ul>                   |
| 保健廠    | 通霄廠研發處 | <ul style="list-style-type: none"> <li>食品產品包裝標示</li> <li>食品添加物管理</li> <li>廠區衛生管理</li> <li>原物料來源品質管理</li> <li>食品追蹤追溯系統及上傳非追不可資料查核</li> <li>食品強制檢驗 &amp; 食品安全監測計畫</li> <li>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>重大客訴改善進行確效查核</li> <li>新增或變更食品相關法規執行情形</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>依據食品安全衛生管理法、食品良好衛生規範準則 (GHP) 及 ISO 22000 法規生產管理進行缺失改善</li> </ul> |
| 妝品廠    | 研發處企發處 | <ul style="list-style-type: none"> <li>化粧品產品包裝標示</li> <li>廠區衛生管理</li> <li>委外代工產品之品質安全管理</li> <li>原物料來源品質管理</li> <li>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>重大客訴改善進行確效查核</li> <li>新增或變更化粧品相關法規執行情形</li> <li>化粧品產品登錄查核</li> </ul>                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>依據化粧品衛生安全管理法及其相關法規及化粧品 GMP 進行缺失改善</li> </ul>                     |



・進口鹽儲運所稽核會議



・生技保健廠稽核會議



・生技妝品廠稽核會議

### 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，並於 2025 年 9 月取得認證更新，新增包裝飲用水 - 砷、鉛、鎘、汞、銻及保健食品 - 羥脯胺酸檢驗項目，有效期間至 2027 年 3 月，是國內唯一獲得「鹽品重金屬檢測」之認證實驗室，另取得食品及化粧品法規規範之主要檢驗項目認證。

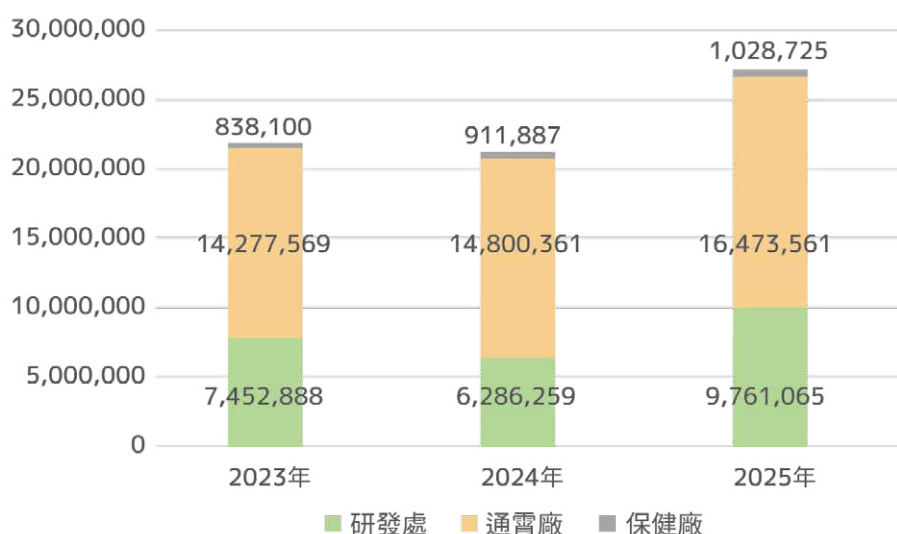
臺鹽研發實驗室成分檢驗項目

| 類別    | 檢驗項目                                             |
|-------|--------------------------------------------------|
| 指標成份  | 薑黃素                                              |
| 健康氣碘鹽 | 氟、碘                                              |
| 包裝飲用水 | * 重金屬（砷、鉛、鎘、汞、銻）、微生物（總生菌數）、礦物質                   |
| 食品    | * 重金屬（砷、鉛、銅、鎘、汞）、* 微生物（總生菌數、金黃色葡萄球菌、沙門氏菌）、* 羥脯胺酸 |
| 化粧品   | * 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       |
| 鹽品    | * 重金屬（砷、鉛、銅、鎘、汞）、氯化鈉含量、粒徑、水分、水不溶物、硫酸根            |

註：\* 為 TAF 認證之檢驗項目

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、汞分析技術 TAF 認證，檢測技術的公信力不斷持續提升，持續提升檢測技術之公信力與品質管理能力。

臺鹽近三年安全實驗室總支出（單位：元）



| 廠區              | 2023 年     | 2024 年     | 2025 年     |
|-----------------|------------|------------|------------|
| 研發處             | 7,452,888  | 6,286,259  | 9,761,065  |
| 通霄廠             | 14,277,569 | 14,800,361 | 16,473,561 |
| 保健廠             | 838,100    | 911,887    | 1,028,725  |
| 合計              | 22,568,557 | 21,998,507 | 27,263,351 |
| 實驗室支出公司營收占比 (%) | 0.66%      | 0.68%      | 0.82%      |

臺鹽近三年安全實驗室委外支出（單位：元）

| 廠區  | 2023 年    | 2024 年    | 2025 年    |
|-----|-----------|-----------|-----------|
| 研發處 | 2,012,795 | 2,322,230 | 4,678,779 |
| 通霄廠 | 752,410   | 511,614   | 627,354   |
| 保健廠 | 548,981   | 592,308   | 659,120   |
| 合計  | 3,314,186 | 3,426,152 | 5,965,253 |

## 3.2 客戶服務與價值傳遞

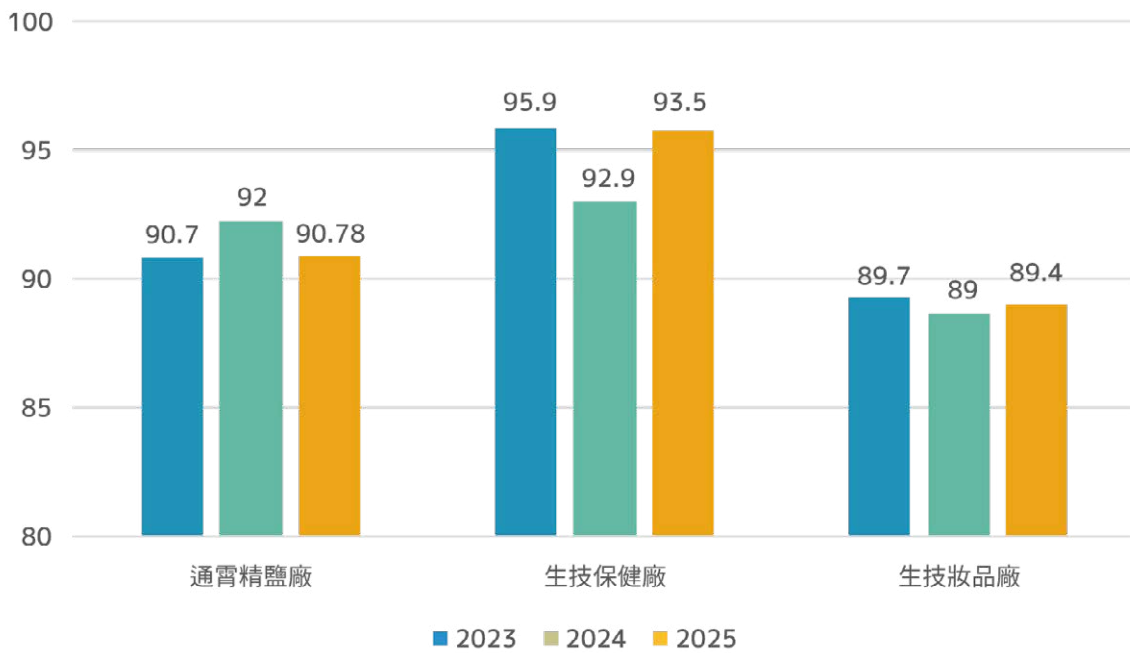
### 3.2.1 顧客服務與溝通

「以客為尊」為臺鹽消費服務之核心理念。公司設有 0800 客服專線、客服信箱、電話購物服務、加盟店反映機制及社群平台即時回覆服務，提供消費者多元且便利的溝通管道。面對民眾旅遊及產品相關問題，臺鹽秉持即時回應原則，持續強化與消費者之互動連結，並透過品質管理與客戶回饋機制，提升服務品質與品牌信任。

#### 顧客服務績效

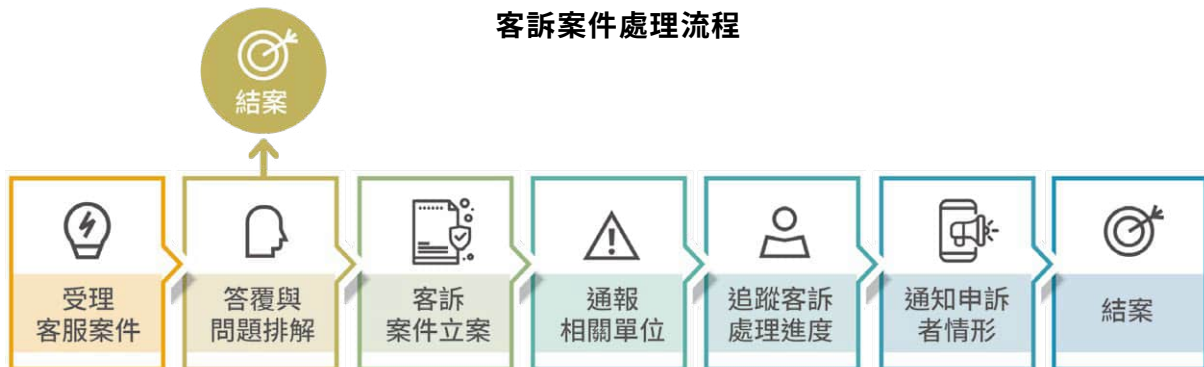


### 近三年顧客滿意度調查



臺鹽致力提供完善、精確的服務，除消費者體驗外，臺鹽同樣重視工廠 B2B 的互動關係，每年定期針對各廠產品品質、交期時程及綜合服務等面向進行滿意度調查，並以調查結果作為各廠業務精進與優化之依據。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。未來，臺鹽將持續提升服務品質，秉持客戶至上的理念，為消費者提供安心、滿意的產品、解決方案與服務。

### 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。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，最高彙報至總經理，透過系統化的方式，使消費者客訴處理流程更完善，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，同時對內執行檢討與修正之相關措施，以消除消費者疑慮。臺鹽將消費者致電回饋的重點製成電話週報，提供給相關單位作為未來業務改善之參考。臺鹽每年舉辦 2 至 3 場加盟店教育訓練，除更新產品知識與交流銷售經驗外，各區營業所亦與加盟店保持密切溝通，掌握產品銷售與顧客回饋情形，藉以強化臺鹽客戶服務品質。



## 2025 年臺鹽各廠接獲產品相關客訴案件數

| 通霄精鹽廠 | 生技妝品廠 | 生技保健廠 | 七股鹽場 |
|-------|-------|-------|------|
| 65 件  | 18 件  | 5 件   | 1 件  |

臺鹽公司 2025 年共受理 89 件產品相關客訴，涵蓋保養品、清潔用品、食品、鹽品及包裝水等品項，皆透過客服溝通等方式順利溝通並取得客戶的理解。臺鹽公司高度重視消費者使用體驗，除通路條件、消費者存放環境及個人口感等外在因素外，針對重大產品客訴案件，均由產品品質安全委員會成立專案小組進行調查、改善及後續追蹤，並要求相關單位持續檢討優化，確保提供消費者安全且優質之產品。

## 顧客體驗

本公司七股鹽山及通霄觀光園區均已取得環境教育設施場所認證，具備推動環境教育之合法條件。七股鹽山以鹽山地景、傳統鹽田文化與濕地生態為核心，透過土盤與瓦盤鹽田景觀、鹽雕展示及曬鹽體驗，重現早期製鹽風貌，並結合文化創意元素，發展以「鹽元素」為概念之 DIY 體驗與文創商品，引導遊客在參與中認識鹽業歷史與鹽田生態之美。通霄觀光園區則整合鹽來館導覽、現代化製鹽流程教育、親水空間及休閒設施，呈現高科技製鹽工法與企業經營理念，打造寓教於樂的觀光環境，深化消費者對鹽業專業、品質管理與品牌精神的理解。

公司整體課程規劃涵蓋「鹽業文化傳承」、「氣候變遷與永續省思」及「生態體驗與能源教育」等主題，內容兼具教育性、趣味性與在地特色，適合作為戶外教學與環境教育資源。另為推廣國內民生用鹽由臺鹽通霄精鹽廠產製之觀念，並深化鹽品教育向下扎根，特提供「神秘工廠大揭密—塩寶寶的奇幻冒險」繪本教材，供各級學校教學運用，全面強化鹽業文化與永續理念的傳承。

### 七股鹽山園區



### 通霄觀光園區





### 顧客體驗服務亮點小專欄

## 「風吹七 GO」七股鹽山風箏嘉年華

2025 年夏季，七股鹽山舉辦「風吹七 Go 七股鹽山風箏嘉年華」，由臺鹽公司與亞洲國際風箏聯合會共同主辦，串聯多個週末帶來大型風箏展演，打造南臺灣具代表性的親子戶外活動。

歷經丹娜絲颱風重創後，七股鹽山在臺鹽公司與各界攜手修復下重整開園，展現逆境重生的韌性。活動不僅象徵園區復甦，更透過風箏藝術與在地鹽文化結合，深化觀光內涵。園區結合鹽山景觀、展區導覽及「親子手作鹽 DIY」等體驗，並規劃健康保健講座，兼具娛樂與教育功能。透過多元活動規劃，七股鹽山持續提升觀光吸引力與文化價值，形塑具在地特色與永續精神的觀光亮點。



### 顧客體驗服務亮點小專欄

## 碘鹽成金抽獎活動

臺鹽公司深耕鹽業逾七十年，持續守護國人健康並滿足多元用鹽需求。通霄精鹽廠為全國唯一精製鹽製造工廠，採用離子交換膜電透析與三效真空蒸發技術，有效去除雜質，產品通過 ISO 9001 與 ISO 22000 驗證，並符合 CNS 4056 及國際食品典委員會 (CODEX) 食用鹽標準，品質深受市場信賴；同時開發多元配方，貼近國人飲食需求，提供健康用鹽選擇。

搭配「碘鹽成金！抽黃金！」活動，消費者於活動期間登錄發票即可參加抽獎，祭出黃金、現金及品牌鍋具等多項獎項，提升參與誘因。透過產品品質與行銷活動雙軌並進，強化品牌影響力並深化市場連結。



臺鹽持續積極拓展通路，整合實體生技門市和電子商務虛擬通路的策略，提供給客戶更多元與方便的服務管道。目前線上、線下通路包含：全省台塩生技門市、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。臺鹽更以雙品牌合作開發的方式進行客製商品，達成產品升級、服務加值的目標，和消費者一起打造更美好的生活。



## 3.2.2 產品標示

為使消費者能安心選購，臺鹽已針對每項產品與服務揭露必要性資訊，在所生產的產品、包裝及說明上，詳列各種原料、成分、有效日期、原產地、保存條件及使用說明等資訊，使消費者明瞭各項產品相關資訊，並列有消費者服務專線電話，提供疑問及解答。臺鹽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，註明產品與藥物之交互作用，或提醒特定族群的合適度，提供正確資訊予消費者進行購買決策與食用。

### 臺鹽榮獲 SNQ 國家品質標章之產品

台塩海洋鹼性離子水



國品字第 A00527 號

台塩鹹淨潔效牙膏



國品字第 A00516 號



SNQ 產品搜尋

[https://www.snq.org.tw/chinese/02\\_products/list.php](https://www.snq.org.tw/chinese/02_products/list.php)

### 健康食品標章產品

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

台塩大紅麴健康紅  
麴素食膠囊



衛署健食規字第  
000017 號

挺固錠



衛部健食字第  
A00390 號



食品藥物消費者專區

<https://consumer.fda.gov.tw/Food/InfoHealthFood.aspx?nodeID=162>

## 3.2.3 產品溯源

臺鹽公司建置完整生產流程控管與追溯制度，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

臺鹽公司建立 128 條碼進行產品追溯與控管，以及原物料和產品的批號管制。2025 年生技保健廠與生技妝品廠所生產之產品中分別有 21% 及 22% 採用 128 條碼追蹤進行追溯與控管。



產品品名

料號

生產工廠

出貨數量、日期

通路門市名稱

## 2025 年度臺鹽 128 條碼管理之產品項

| 生產情形           | 生技保健廠 | 生技妝品廠 |
|----------------|-------|-------|
| 生產總品項          | 114   | 289   |
| 128 條碼追蹤管理之總品項 | 24    | 64    |
| 占比 (%)         | 21%   | 22%   |

## 非追不可 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 2025 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「非追不可」登錄平台。



儘管目前國內法規對於工業用鹽和醫療器材等非食品產品的溯源和全國性上傳平台，並無強制要求，然而臺鹽生技妝品廠作為一個合格的 GMP 廠，自主要求廠商提供符合歐盟化粧品法規 EU/EC1223/2009 的 COA 報告，以確保生技產品成分原料的安全性，並作為成品安全評估的基礎。此外，臺鹽導入化粧品供應流向專案，建立產品流向來源的制度，在產品出貨時，檢附產品材質說明，以建立更安全、更放心的化粧品使用環境。

## 3.2.4 法規遵循

臺鹽成立產品法規小組，負責追蹤政府公報，收集最新法規資料，將這些法規資料分發給相關業務單位，以確保按照最新法令規定進行作業，並於每季召開會議，執行並檢討與食品安全法規相關的事項。透過產品法規小組的運作，臺鹽確保產品符合法規要求，提供安全、合規的產品給消費者。在未來，臺鹽將持續關注法規變化並及時調整作業流程，以確保臺鹽的產品安全、合法、合規。

### 2025 年法規遵循情形



## 3.3 永續供應鏈

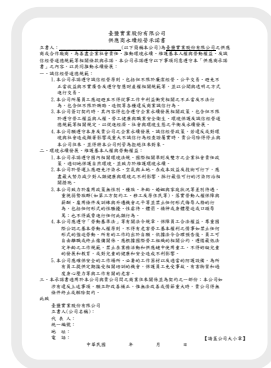
將企業永續精神納入供應商管理是臺鹽努力的方向，設有供應商管理須知，以針對供應商進行定期評鑑以及不定期地查廠，包含兩性工作平等、禁用童工、社會公益及環境保護、供應商工廠管理、生產環境、產品管理作業、原料、進料與水質檢驗及倉儲情形等經濟、社會、環境各式面向，並要求於採購契約內強調企業社會責任精神。

### 3.3.1 供應鏈永續經營與管理

臺鹽攜手供應商共同推動永續發展，依循「永續供應商管理」與「採購在地化、綠色化」策略，逐步推動供應鏈永續管理機制，於 2024 年訂定「供應商永續經營承諾書」並要求本公司供應商簽署，期望能夠發揮臺鹽的影響力，促使上下游供應鏈廠商跟進。

#### 供應商永續經營承諾書

臺鹽逐步將綠色採購原則引入供應商體系中，將環境、社會方面的表現納入採購決策過程中。透過問卷，要求供應商提供產品來源和相關佐證資料，以作為綠色採購評分機制的資料依據。評估供應商時，臺鹽除了考慮供應品質、服務面向和供應規模等等因素之外，供應商亦須符合綠色採購產品與服務，支持環境友善之設計產品。希望能夠發揮臺鹽的影響力，促使上下游供應鏈廠商跟進。在積極與供應商合作、深化品牌合作之同時，臺鹽也期待能落實 ESG 供應鏈體系之永續性。



### 3.3.2 供應鏈不中斷

臺鹽設有供應商多元化政策可避免依賴單一供應商所面臨重大的中斷風險，各生產工廠為避免斷貨風險，採購人員頻繁地與供應商進行討論並掌握原物料交期及各項細節。除此之外，臺鹽持續針對過去採購行為進行檢討與討論，強化符合企業永續精神之採購行為。行政單位在收支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。

#### 供應商採購與驗收程序

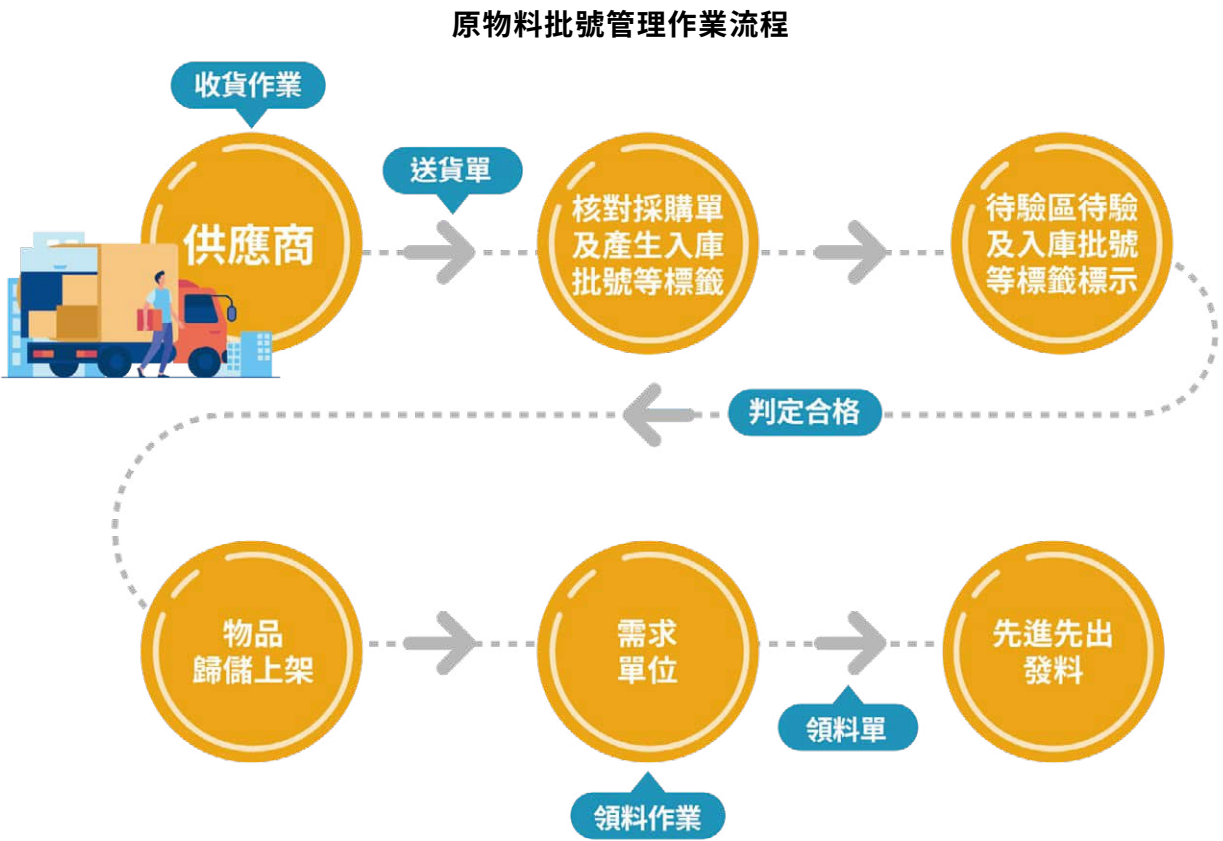


臺鹽採購決策主要考量因素分為「優勢分析」及「風險分析」，優勢項目如：考量價格、品質、交期，而風險項目如：交期延誤風險、斷料風險、漲價風險、國際政策（含戰爭因素）等。臺鹽通霄精鹽廠採購原物料政策採培養兩家以上供應商為原則，在逢不確定因素影響下，具備即時的應變處理能力，確保營運穩定。2025 年全球仍面臨原物料缺乏風險，臺鹽持續針對供應商管理作出營運不中斷之相關管理措施，降低原物料供貨短缺所造成的影響，各廠區相關作為如下：

| 單位    | 供應鏈不中斷作為                                                                                                                 |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 生技保健廠 | <ul style="list-style-type: none"><li>積極培養第二家以上的供應商以靈活調貨。</li><li>隨時掌握國際原物料趨勢，尋找替代料滿足生產需求。</li><li>提高原物料安全庫存量。</li></ul> |
| 生技妝品廠 | <ul style="list-style-type: none"><li>強化與供應商溝通與協調，分配產能以及時供應。</li><li>提高原物料安全庫存量至兩個月。</li></ul>                           |
| 通霄精鹽廠 | <ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>食品級曬鹽總庫存拉高至三個月。</li></ul>            |

### 原物料管理

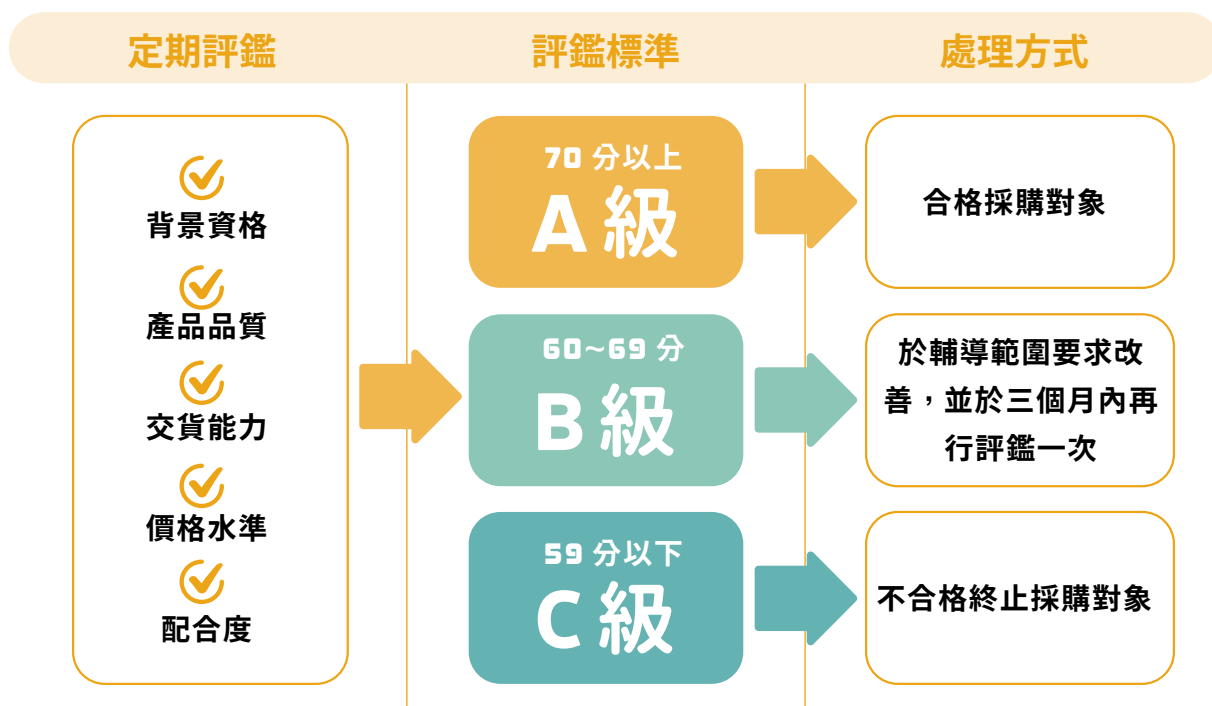
原物料品質管理對於生技產業是重要的議題，臺鹽設有原物料的溯源、追蹤、入庫、發料等作業規定與流程，嚴格把關製程，並根據製程狀況進行調整與改善，期許達到最佳原物料管理。



### 3.3.3 供應商評鑑

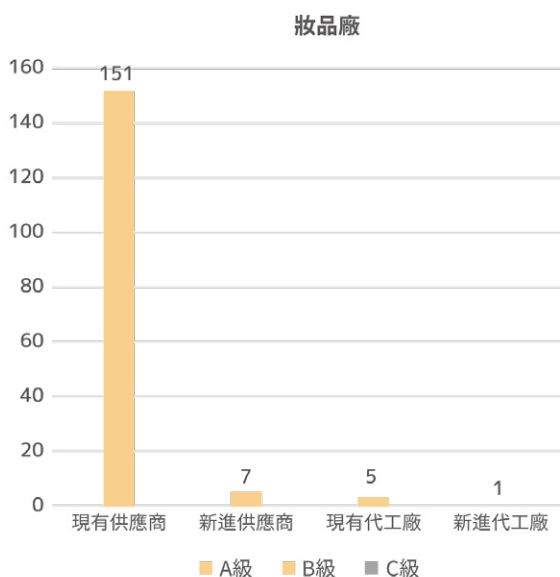
臺鹽公司設有供應商評鑑制度，定期根據背景資格、產品品質、交貨能力、價格水準與配合度等條件對生技保健廠、生技妝品廠、七股鹽場、進口鹽儲運所及總公司之供應商進行評鑑。其中評鑑合格 A 級列為合格採購對象，B 級則於輔導範圍要求改善，並於三個月內再行評鑑一次，C 級則列為不合格終止採購對象。

供應商評鑑標準

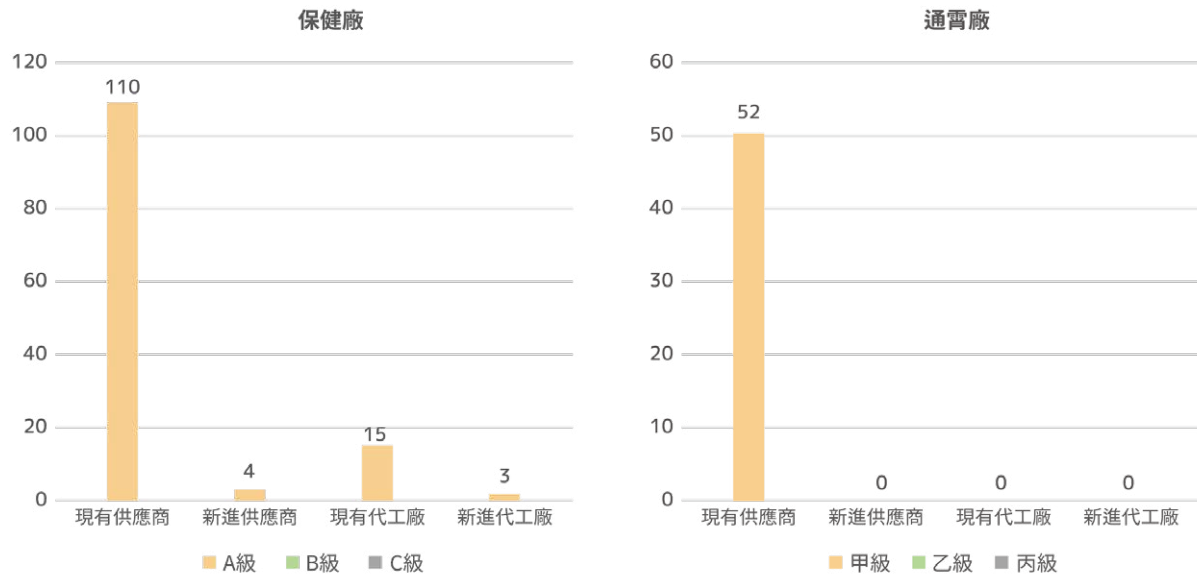


2025 年度各廠供應商評估等級

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。並將評分分為三類：A 級（甲級）、B 級（乙級）、C 級（丙級），而 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。2025 年，臺鹽所有供應商皆獲評為 A 級（甲級），顯示管理情形良好。



## 2025 年度各廠供應商評估等級



2025 年期間臺鹽進行供應商到廠稽核，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。

## 2025 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，占總供應商及代工廠占比 (%) (C+D) / (A+B) |
|-----|-----------|-----------|---------|---------|--------------------------------------------------|
|     |           |           | 供應商 (C) | 代工廠 (D) |                                                  |
| 妝品廠 | 158       | 6         | 0       | 4       | 2.44%                                            |
| 保健廠 | 114       | 18        | 2       | 9       | 8.33%                                            |
| 通霄廠 | 52        | 0         | 3       | 0       | 5.77%                                            |

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。



# 幸福職場

人才是臺鹽最重要的資產，臺鹽致力於為員工打造適才適所、安心工作的職場環境。臺鹽提供完善的薪酬福利制度、關心每一位同仁的身心健康，規劃完整的人才培訓制度，協助同仁在工作中發揮長才。臺鹽亦將維護工安視為基本要件，藉由塑造「安全優先」的企業文化，打造安心職場環境，並具備透明、暢通的勞資溝通機制，守護同仁權益與職場安全。

## 4.1 員工留才與培育

## 4.2 完善的員工照顧

### 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
- ☒ 社區社會

### 對應SDG



### 章節亮點摘要

#### 打造幸福職場

2025年獲得1111人力銀行幸福企業獎、員工整體滿意度（含無意見）達99.5%

#### 辦理臺鹽學院

提供多元的培訓管道，辦理臺鹽學院及多種訓練課程，2025年平均每人受訓時數約30.3小時

#### 連續16年 0糾紛 0勞動法規違規

臺鹽積極主動建立友善工作環境，獲衛福部職場認證，2025年臺鹽未發生勞動法規違規、裁罰或勞資糾紛事件，並已連續16年未發生重大勞資爭議，展現穩健的勞資溝通成效。未來也將積極與員工溝通，致力維護勞資和諧

## 人才吸引與留任

|      |                                                                                                                                                                                                   |                 |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 政策   | 以員工為公司核心資產，建構具市場競爭力之薪酬與福利體系，持續吸引優秀人才並促進長期留任                                                                                                                                                       |                 |
| 承諾   | 永續經營、幸福企業                                                                                                                                                                                         |                 |
| 目標   | 短期                                                                                                                                                                                                | 落實企業獲利分享員工      |
|      | 中期                                                                                                                                                                                                | 提升員工福利，增加員工生活保障 |
|      | 長期                                                                                                                                                                                                | 公司永續經營，建構幸福企業   |
| 責任   | 一級主管                                                                                                                                                                                              |                 |
| 資源   | 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，2025 年度平均調幅 3.3%，伙食津貼由 2,900 元調高為 3,000 元<br>2. 依公司經營績效核發獎金，2025 年度績效獎金平均達 3.5 個月以上<br>3. 依據公司章程每年提撥獲利 2.25%~5.0% 為員工酬勞，2025 年度依獲利狀況提撥 4.0% 為員工酬勞     |                 |
| 評量機制 | 每年定期勞資協商                                                                                                                                                                                          |                 |

## 職業安全與衛生

|      |                                                                                    |                           |
|------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 政策   | 建立安全健康職場，預防職業災害發生，確保全體員工生命安全與工作福祉                                                  |                           |
| 承諾   | 1. 落實安全衛生年度工作計畫，防止職業災害<br>2. 辦理勞工體檢，維護員工健康<br>3. 推動安全衛生教育訓練<br>4. 加強承攬商人員與設備安全衛生管理 |                           |
| 目標   | 短期                                                                                 | 員工健康檢查受檢率 95% 以上、推動勞工健康服務 |
|      | 中期                                                                                 | 強化高風險作業控管與承攬商安全管理制度       |
|      | 長期                                                                                 | 建構零災害文化，打造永續安全工作環境        |
| 責任   | 各單位職安人員主辦、全體員工配合辦理                                                                 |                           |
| 資源   | 職業安全衛生相關法規<br>本公司職業安全衛生相關要點                                                        |                           |
| 申訴機制 | 臺鹽「申訴／檢舉作業要點」、勞資會議                                                                 |                           |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 行動   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通霄精鹽廠 2025 年舉辦為期 24 週減重健走挑戰賽，參加人次達 60 人，健走步數達 66,054,876 步，共減重 51.8 公斤，進一步促進員工身體健康</li> <li>2. 通霄精鹽廠 2025 年獲得健康促進標章，彰顯其於職場健康推動上的積極成果</li> <li>3. 推動友善職場環境，實施每日下午 3:00 ~ 3:20 為下午茶時間</li> <li>4. 每年辦理員工健康檢查，優於法規規定健檢年限，為照顧同仁健康，自 2025 年起提高健康檢查費用，年度整體員工受檢率達 98.3%</li> <li>5. 不定期舉辦健康講座及安全衛生教育訓練；2025 年度內訓計 2,039 人次、職業安全衛生在職教育訓練計 270 人次</li> <li>6. 公司鼓勵運動，設置健身運動空間</li> <li>7. 2025 年輔導承攬商次數計 336 次、1,436 人次、查核 2,276 次，2025 年未發生任何承攬商職業安全傷害事件</li> </ol> |
| 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

## 4.1 員工留才與培育

### 4.1.1 人力資源發展

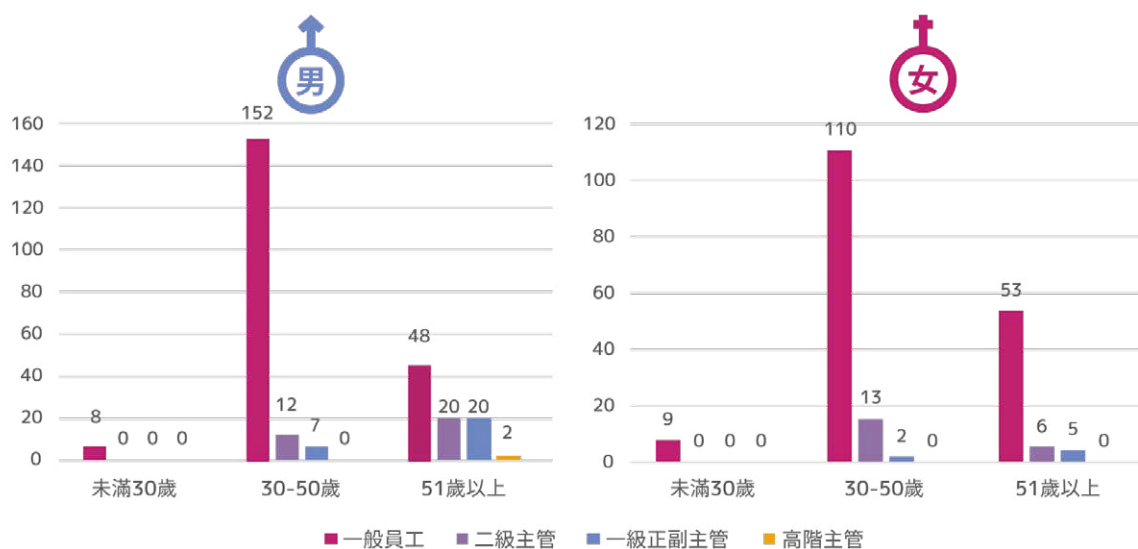
臺鹽鼓勵多元開放的職場文化，尊重每一位員工的獨特性。在招募員工時，以每個職位所需的專業能力作為選才的優先考量，不因種族、膚色、國籍、族裔或民族血統、性別、婚姻狀況、年齡、殘疾、家庭狀況、性取向、政治信仰等因素而有差別待遇。2025 年間，臺鹽任用 7 位身心障礙同仁，已優於法律要求進用數；另支持政府青年就業政策，提供產學合作機會，共錄取 5 人入廠實習與學習，使員工結構涵蓋年輕世代至中高世代族群，建立多元職場。臺鹽深信藉由多樣化的員工組成將帶來不同的觀點及進步的契機，透過建立包容友善的職場文化，有助於員工在工作上發揮所長，成為企業成長的關鍵。

臺鹽近三年人員組成

| 員工類型 |                          | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|------|--------------------------|--------|--------|--------|
| 員工總數 | 女性                       | 201    | 198    | 198    |
|      | 男性                       | 278    | 276    | 269    |
| 契約制  | 全職員工                     | 女性     | 200    | 196    |
|      |                          | 男性     | 278    | 276    |
|      | 兼職員工                     | 女性     | 1      | 2      |
|      |                          | 男性     | 0      | 0      |
| 非契約制 | 非員工工作者（保全、清潔工作、工程承攬商、勞務） | 209    | 213    | 215    |

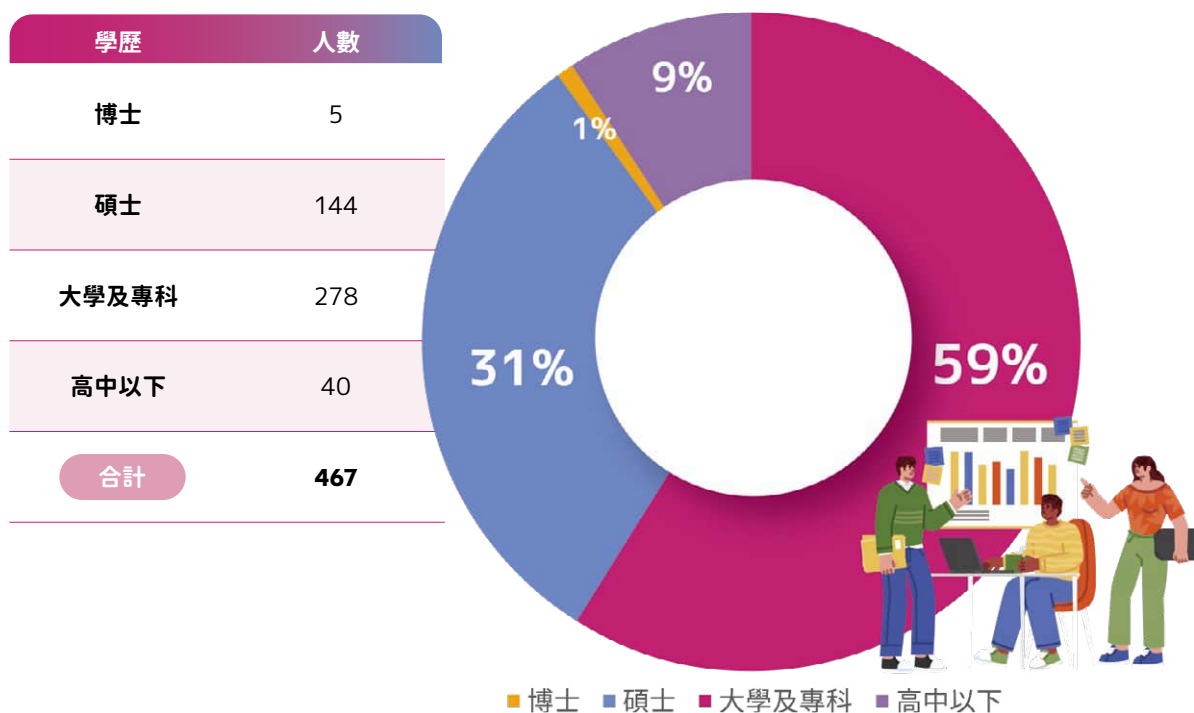
註：臺鹽無聘用臨時員工、無時數保證員工。

## 2025 臺鹽員工年齡分布情形



依學歷區分，臺鹽員工中大專院校占比約 59.5%，碩博士學歷占比約 30.8%，兩者合計共占比超過 90%，充分展現臺鹽致力成為標竿企業的決心，建立安全可靠、值得信賴的品牌形象。

## 2025 臺鹽員工學歷分布情形



## 4.1.2 人才流動

### 新進人員概況

為促進公司人才流動及發展，推動企業創新文化，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。2025 年新進正式員工中，男性員工整體新進率為 2.57%；女性員工整體新進率為 1.71%。臺鹽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，並鼓勵每一位學生畢業後留任，以提高青年就業率。考量傳統產業招募不易，除運用 104 人力銀行等高曝光、多元化招募管道外，亦規劃參加就業博覽會，並持續深化產學合作機制，透過各類實習機會（如暑期實習等），提前培育並延攬具發展潛力之人才，活絡組織、注入創新動能，並定期檢視招募成效，滾動調整相關策略。

### 人員流動

本公司嚴格遵循各項勞動法規，保障員工合法權益與職涯發展。我們不僅落實完善的退休保障與自主離退機制，更珍視每一位同仁的聲音。我們透過訪談傾聽同仁真實需求，未來我們將持續提升薪資競爭力、優化教育訓練及暢通升遷管道，全方位打造多元、公平且具包容性的永續友善職場。在 2025 年，臺鹽新進員工計 20 名（新進率 4.28%），同期離職員工為 27 名（離職率 5.78%）整體人員流動平穩，離職原因主要為員工個人生涯規劃或屆齡退休。

2025 年臺鹽員工新進及離職狀況

| 年齡      | 男    |      |      |       |       | 女    |      |      |       |       |
|---------|------|------|------|-------|-------|------|------|------|-------|-------|
|         | 離職人數 | 新進人數 | 在職人數 | 離職比率  | 新進比率  | 離職人數 | 新進人數 | 在職人數 | 離職比率  | 新進比率  |
| 未滿 30 歲 | 3    | 4    | 8    | 0.64% | 0.86% | 5    | 5    | 9    | 1.07% | 1.07% |
| 30-50 歲 | 7    | 8    | 171  | 1.50% | 1.71% | 3    | 2    | 125  | 0.64% | 0.43% |
| 51 歲以上  | 9    | 0    | 90   | 1.93% | 0.00% | 0    | 1    | 64   | 0.00% | 0.21% |
| 總計      | 19   | 12   | 269  | 4.07% | 2.57% | 8    | 8    | 198  | 1.71% | 1.71% |

註：比率計算之分母皆為「2025 年 12 月 31 日之全體員工數量」

## 4.1.3 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，因此臺鹽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，按公司營運績效及個人績效核發獎金，2025 年度薪資平均調幅 3.3%、績效獎金平均達 3.5 個月以上，臺鹽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              | 2024 年度    | 2025 年度    |
|-----------------|------------|------------|
| 非主管之全時員工人數      | 457 人      | 447 人      |
| 非主管之全時員工薪資總額    | 478,711 仟元 | 468,304 仟元 |
| 非主管之全時員工「薪資平均數」 | 1,048 仟元   | 1,048 仟元   |
| 非主管之全時員工「薪資中位數」 | 954 仟元     | 948 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，並凝聚員工對公司的向心力及認同感，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，更增加退休後的生活保障。



臺鹽為保障資深員工退休福利，定期舉辦退休聯誼會、餐會、座談會，維繫退休員工之間的感情，並建立留才制度，員工退休後可加入鹽業退休人員協會，公司每年補助退休人員旅遊，並設宴款待退休同仁。



• 退休金

• 持股信託

• 聯誼會

• 旅遊基金

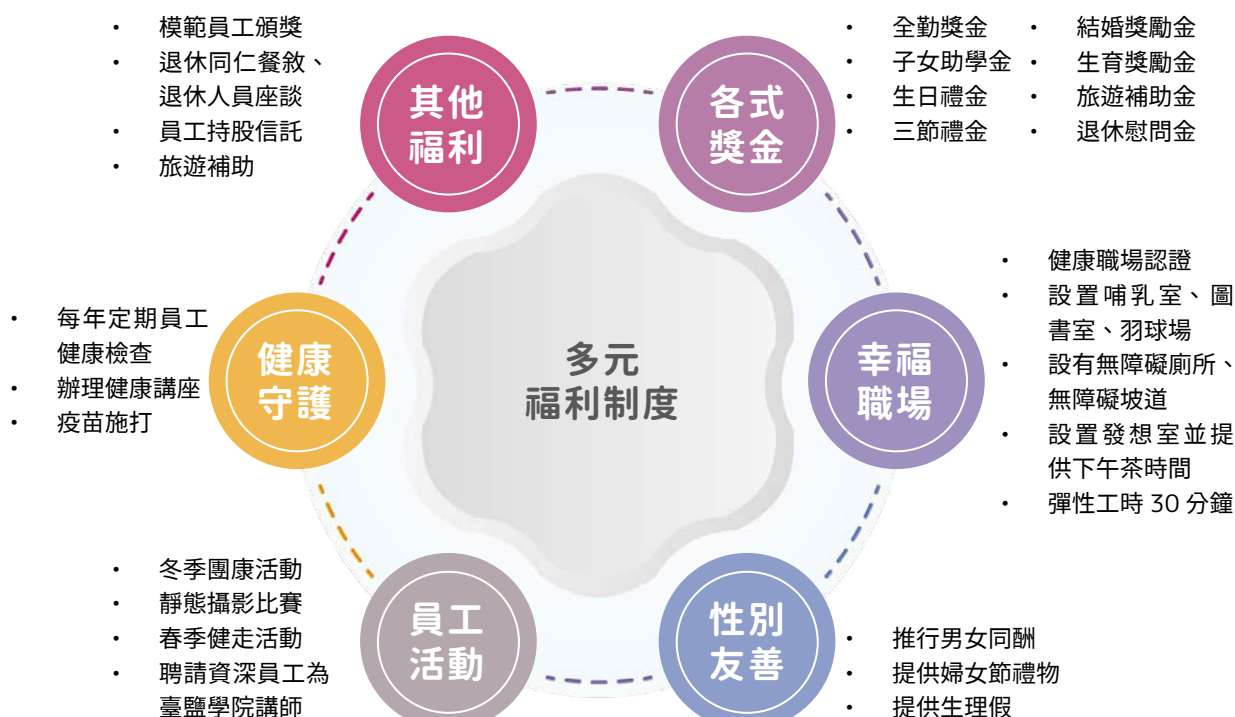
• 退休餐會

• 座談會



## 福利委員會

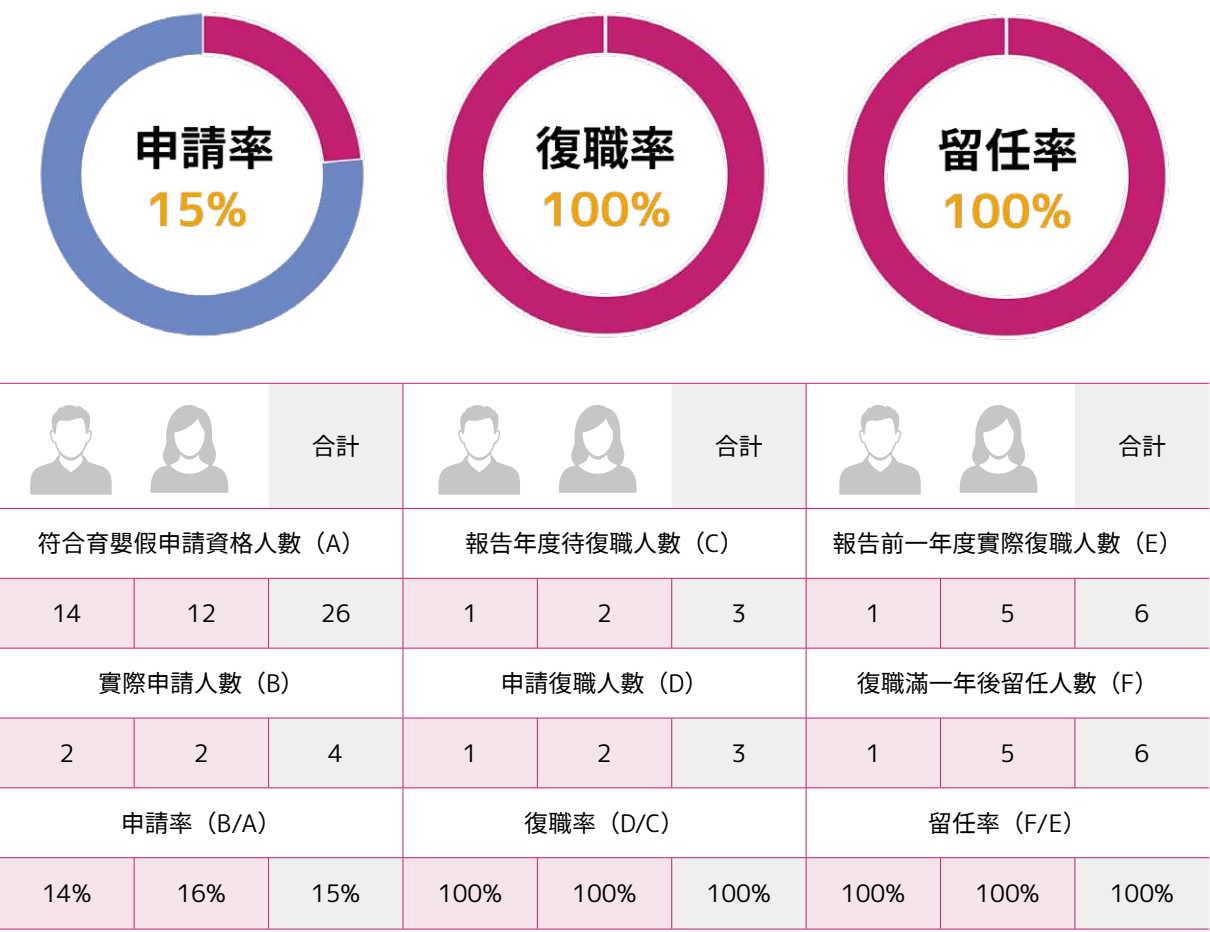
臺鹽致力於建置工作與生活平衡的職場氛圍，福利設計上提供全職員工完善且優於勞基法的福利規劃，如休假、保險、急難救助、結婚生育禮金、健康檢查等。為表達對同仁之關懷，主動提醒同仁進行休假規劃，並不定期舉辦各項活動紓解同仁壓力，提供育兒措施、哺乳環境及辦理豐富多樣的員工活動。此外，臺鹽成立「臺鹽公司職工福利委員會」，負責制定多元福利計劃，提供全方位照顧同仁需求。



## 育嬰留停情形

依台灣《性別平等工作法》及相關法規所賦予之權利，臺鹽同仁可申請育嬰留職停薪，給予同仁保障及協助，使員工兼顧工作與生活。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。2025 年預計育嬰留停結束復職人數計有 3 人，實際復職人數 3 人，人員復職率為 100%，除此之外，2025 年育嬰留停復職者滿一年留任率為 100%。近 9 年（2016 年 -2025 年）共計有 47 人申請育嬰留職停薪。

2025 年臺鹽職員育嬰假申請情形



(D/C)：復職率 = 育嬰假後實際復職的員工總數／育嬰假後應該復職的員工總數 \*100

(F/E)：留任率 = 休完育嬰假復職後十二個月仍在職的員工總數／上個報導期間內休完育嬰假後復職的員工總數 \*100

## 資深員工留才制度

臺鹽重視資深員工的經驗傳承與組織穩定性，特別規劃資深員工留才制度，透過創造正向工作環境、投資員工培訓與發展等措施，延續其專業價值與組織貢獻，藉此促進跨世代知識傳遞，形塑互信合作的職場氛圍。

## 4.1.4 員工培訓與發展

為強化人才培育，臺鹽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。

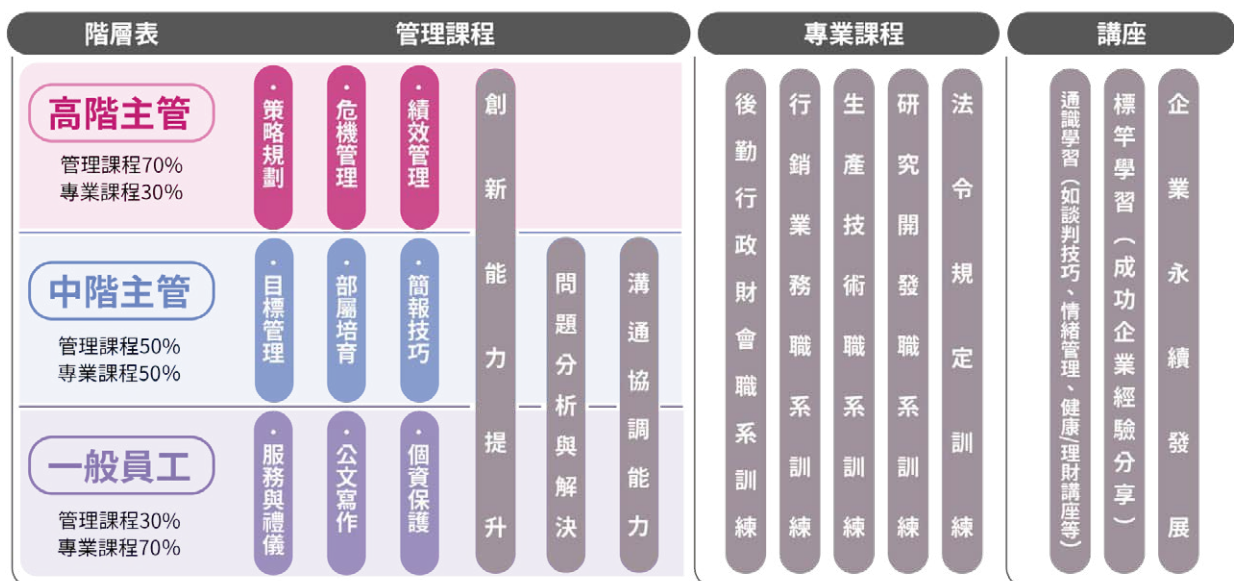


## 教育訓練體系

在人才培育與發展上，臺鹽對各層級主管皆規範應備的管理職能，針對一般同仁也有核心及專業能力的要求，同仁能清楚地了解每一層級職務必須具備的核心能力。在內部訓練課程架構的設計上，依據主管及員工的職能需求規劃相對應的發展課程，除了有專業訓練協助同仁展現工作績效外，同仁亦可依據個人的需求與未來發展規劃的考量，參與各項課程，提早為下一階段的職涯規劃與發展預先做好準備。

其他各類課程也依照公司組織之方針及營運計畫，持續進行人才培育與訓練，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管理課程及專業課程，並再依據不同的職務做出分層。

臺鹽訓練體系圖



臺鹽致力於通過訓練管理系統提升整體競爭力，並在規劃訓練時建立完整的訓練流程。臺鹽連續多年通過勞動部勞動力發展署的「人才發展品質管理系統」（TTQS）訓練評核，確保訓練管理系統的有效運作，從而提升員工的專業能力和整體競爭力，訓練系統完善，涵蓋各個層級和部門，透過明確的教育訓練規劃與多元學習管道，持續強化人力資產，支援公司營運目標與永續發展。

### 臺鹽人才發展品質管理（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，本公司於完成報到後，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。



· 2025 年度新進人員訓練



· ISO 14064-1 內部查證訓練



2025 年統計共計教育訓練班次 253 次，訓練 5,191 人次，訓練時數 14,149 小時，平均每人受訓時數 30 小時，員工訓練總投入費用共計 1,298,465 元。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。

近三年教育訓練時數及費用統計

| 訓練情形     | 2023 年    | 2024 年    | 2025 年    |
|----------|-----------|-----------|-----------|
| 訓練班次     | 249       | 246       | 253       |
| 訓練人次     | 4,403     | 4,989     | 5,191     |
| 總訓練人時    | 11,529    | 14,603    | 14,149    |
| 平均每人受訓時數 | 24        | 31        | 30        |
| 訓練費用 (元) | 1,354,098 | 1,112,956 | 1,298,465 |

## 臺鹽學院

臺鹽學院於 2025 年度積極推動多元專業訓練課程，涵蓋行政文書、稽核管理、品質檢驗、法規遵循、導覽解說、行銷實務及職業安全等面向。例如辦理「公文寫作與系統運用」、「稽核實務中常見缺失及應注意事項」、「實驗室檢驗品管介紹」及「網購七天鑑賞期的適用與例外」等課程，強化員工專業能力與法規認知；另透過「七股白金鹽憶導覽」與「廣告實務」課程提升品牌推廣與文化導覽能力，並以「職業安全現場危害辨識」落實安全意識。整體而言，臺鹽學院不僅提供多元課程，更著重於資深員工專業深化與經驗升級，促進知識傳承與跨領域整合，進而強化組織整體競爭力與永續發展基礎。

## 4.2 完善的員工照顧

### 4.2.1 推動友善環境

為守護員工身心健康，臺鹽致力於打造舒適及幸福的職場空間，降低危害與風險因子，避免工安意外與過勞事件，並促進員工生理與心理、內外俱全的健康狀態。本著員工為臺鹽重要資產之理念，發展員工職場全人照護，讓每一位臺鹽的同仁都能獲得完善的照顧。

### 友善職場

為使同仁安心工作、兼顧職涯與生活需求，臺鹽持續建構友善且包容的職場環境。公司於通霄廠、總公司、保健廠及七股鹽場設置哺乳空間，支持女性同仁於育兒階段獲得適切照顧；同時設有無障礙廁所與無障礙坡道，提升不同需求同仁於工作場所之便利性與安全性。此外，臺鹽亦規劃討論室與發想室，提供同仁舒適、開放的溝通與休憩空間，營造尊重、多元與安心的工作氛圍，協助員工在友善環境中穩定發揮所長。



· 討論室



· 發想室

## 用心推動健康職場

臺鹽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，目前於生技妝品廠及通宵精鹽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。

考量到通宵廠和七股鹽場皆屬於觀光園區，假日遊客較多，因此特別取得 AED 安心場所認證，確實實施相關教育訓練，以保障員工與遊客安全。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。

### 4.2.2 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，訂定多項相關政策與辦法，並建立系統化的制度管理，打造安全無虞的職場環境。2025 年臺鹽公司未有違反勞動相關法規之情形。

## 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。

### 職業安全衛生管理政策

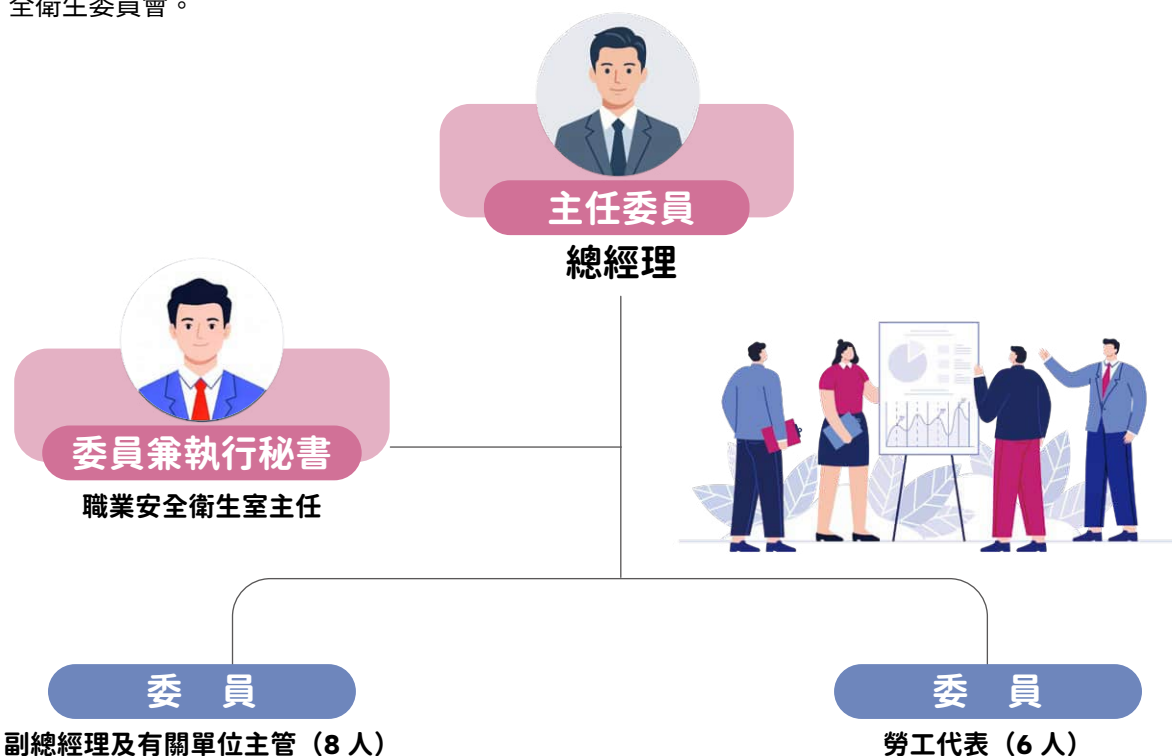


### 職業安全衛生委員會

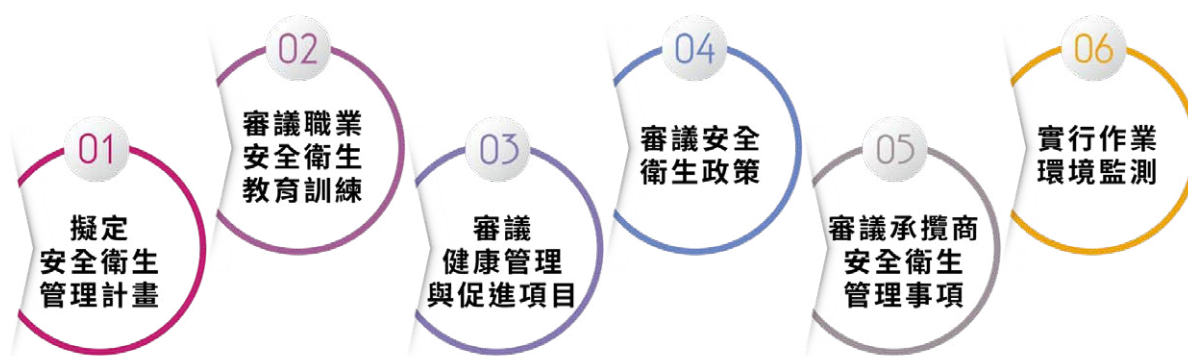
臺鹽重視員工安全，設有「職業安全衛生委員會」以審議、協調及建議職業安全衛生相關業務，由總經理擔任主任委員，勞方比例超過三分之一以上。此外，每季召開會議一次研討職業安全衛生相關

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，2025 共召開 4 次職業安全衛生委員會。

| 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 14 人，勞工代表 6 人<br>勞工代表佔委員人數比例約 43% |



## 職業安全衛生委員會作為



## 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。2025 年內訓計 2,039 人次、承攬商職業安全衛生訓練計 1,436 人次。

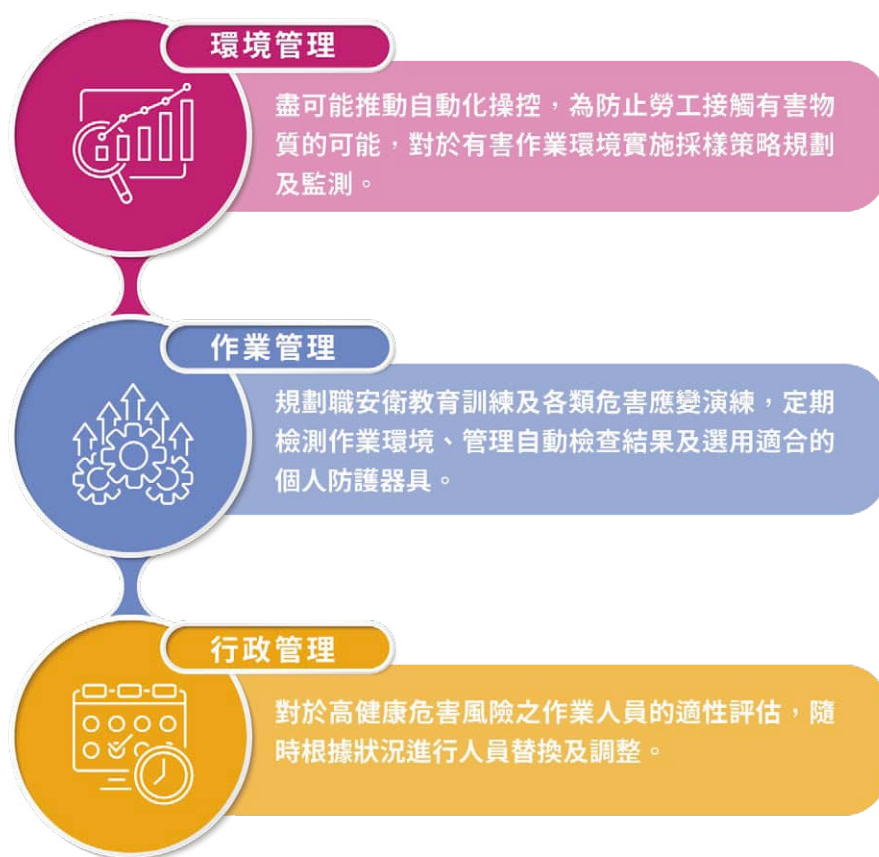


## 危害鑑別及預防

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燻煙檢測等項目，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



## 職業災害統計

臺鹽公司 2025 年發生 1 件作業場所職業災害。為避免職業災害發生，臺鹽於作業場所適當位置設置警示標語及注意事項，提醒作業人員遵守安全作業程序，以降低不安全行為發生機率，並加強職業安全教育訓練與宣導。同時告知同仁於執行職務時有立即發生危險之虞時，得立即停止作業退至安全處所，務必以自身安全為第一考量。

| 項目       | 單位     | 全體員工              |    | 承攬商 |   |
|----------|--------|-------------------|----|-----|---|
|          |        | 男                 | 女  | 男   | 女 |
| 因公死亡     | 件數     | 0                 | 0  | 0   | 0 |
|          | 比率 (%) | 0                 | 0  | 0   | 0 |
| 嚴重的職業傷害  | 件數     | 0                 | 0  | 0   | 0 |
|          | 比率 (%) | 0                 | 0  | 0   | 0 |
| 可記錄之職業傷害 | 傷害主要類別 | -                 | 挫傷 | -   | - |
|          | 件數     | 0                 | 1  | 0   | 0 |
|          | 比率 (%) | 0                 | 0  | 0   | 0 |
|          | 損失工時   | 0                 | 0  | 0   | 0 |
| 總歷經工時    | 工時     | 全公司總工時<br>894,546 |    | -   | - |

1. 工傷為在執行工作時受傷、因工作導致職業病、通勤途中發生事故，所造成的疾病、傷害、殘廢或是死亡。
2. 失能傷害頻率 (FR)：(失能傷害損失人次數 × 1,000,000) ÷ 總歷經工時
3. 失能傷害嚴重率 (SR)：(總計傷害損失日數 × 1,000,000) ÷ 總歷經工時
4. 年度之總合指數 (FSI)：√ ((FR × SR) ÷ 1000)

## 職業安全衛生管理系統驗證

臺鹽通霄精鹽廠除通過職業安全衛生管理系統 ISO 45001:2018 標準認證外，同時通過健康職場／健康啟動標章認證，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。



| 項目           | 員工    | 非員工 (承攬商) | 合計    |
|--------------|-------|-----------|-------|
| 納入職安衛生管理系統人數 | 150 人 | 92 人      | 242 人 |
| 內部稽核         | 150 人 | 92 人      | 242 人 |
| 外部稽核         | 150 人 | 92 人      | 242 人 |
| 涵蓋率          | 100%  | 100%      | 100%  |



## 承攬商管理

臺鹽將承攬商視為重要的工作夥伴，為確保承攬商的工作安全，本公司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《承攬作業安全衛生管理要點》，積極落實安全管理機制。臺鹽不定期對承攬商進行安全危害告知及輔導作業，並召開承攬商協議組織會議，協議施工安全規範、人員、機具管制措施及宣導職業安全相關法規等，以降低承攬商及其他利害關係人發生危害之可能性。2025 年輔導承攬商次數計 336 次、1,436 人次、查核 2,276 次，2025 年未發生任何承攬商職業安全傷害事件。

| 年度   | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|------|--------|--------|--------|
| 輔導次數 | 279    | 321    | 336    |
| 輔導人次 | 1,719  | 1,485  | 1,436  |
| 查核次數 | 1,310  | 1,464  | 2,276  |
| 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》，由特約醫護人員辦理勞工健康服務，藉以強化員工職場安全及健康；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。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。

### 2025 年健康照護成效





### 4.2.3 員工權益與溝通

#### 溝通管道與機制

臺鹽重視同仁意見，致力於保障員工權益，並營造安全、尊重且愉悅的工作環境。為維護員工權益並增進勞資關係，公司除設有申訴／檢舉專線，亦提供員工表達各項意見之管道外，可依據臺鹽所訂定之《申訴檢舉作業要點》，向行政處處長提出申訴，並由相關權責單位即時召開會議進行討論與檢討。此外，公司亦設置獨立董事溝通信箱，提供員工多元且具獨立性的反映管道，進一步促進勞資關係的良性溝通與和諧發展。

#### 暢通的溝通管道



針對性騷擾防治措施，臺鹽依據法令制定《工作場所性騷擾防治措施申訴及懲戒要點》，並設有性騷擾申訴管道，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，促進勞資雙向溝通成效，2025 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「臺鹽公司企業工會聯合會」，簡稱「鹽聯會」，每年定期召開會員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。



2025 年鹽聯會會員代表大會溝通事項主要為爭取員工權益與福祉，與資方協議提升員工薪酬待遇等各項勞動條件議題。2025 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。

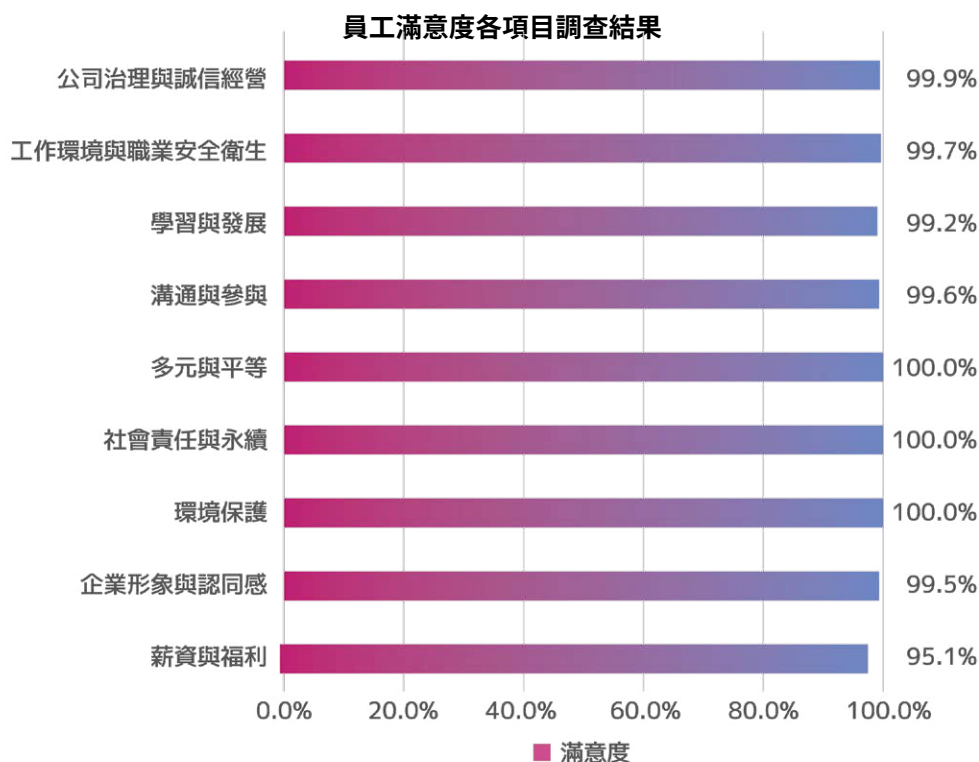
臺鹽與鹽聯會簽訂團體協約，內容涵蓋總則、受雇與解雇、工作時間與休息休假、工會活動、考核獎懲與升遷、薪資津貼與獎金、福利訓練與安全衛生、退休資遣與撫卹（含職業災害）、勞資會議及勞資爭議處理、附則等共十章，建立完善的勞動權益保障機制。

截至2025年12月底，本公司員工總數467人，其中工會會員455人，占全體員工97.4%。團體協約除適用於工會會員外，其主要條文亦已納入公司內部規章，相關勞動條件及福利措施適用全體員工，保障範圍涵蓋總員工數100%。對於非工會會員，亦依公司相關規章及管理制度提供一致的勞動條件與福利待遇，確保員工權益不因工會會員身分而有所差異，落實公平待遇及勞動權益保障原則。

## 員工滿意度

本公司於 2025 年度辦理員工滿意度調查，調查期間為 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日，調查人數 462 人，參與率為 56.5%。結果顯示，整體滿意度達 99.5%（含無意見），顯示員工對公司整體治理、工作環境及經營方向具高度認同。各調查指標中，大多數指標之滿意及無意見比例皆達 99% 以上，僅「薪資與福利」項目相對較低，仍達 95.1%。

針對員工意見回饋，公司已持續審視薪酬制度與福利措施，詳情請見本報告書 4.1.3 薪酬與多元福利，包含定期辦理調薪、績效及節慶獎金發放、員工旅遊補助及結婚與生育獎勵等，並將依公司營運狀況與產業水準，適時滾動檢討薪酬制度，以持續提升員工薪資與福利滿意度。



註：此為各項目之滿意及無意見合併計算後的比例



# 社會共榮

臺鹽整合內外部各式資源，積極參與社會公益活動，致力實踐「以人為本，與環境共生，與社會共榮的全球性友善生態新價值」之永續願景。透過環保、公益活動等多元合作與推動方式，臺鹽積極投入社會參與，推動社會共好之風氣，並運用自身的品牌影響力，為社會持續締造真善美的正向效益。

5.1 公衛教育 守護健康

5.2 地方創生 文化傳承

5.3 鹽續幸福 在地關懷

## 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
- ☒ 社區社會

## 對應SDG



## 章節亮點摘要

### 公衛教育普及與推廣

以實體及線上兩大路徑來推廣鹽品知識教育及宣導：

(1) 實體普及

繪本推廣超過百位學校營養師與教師參與深入擴及全國超過1萬位國小學童與家長，全國擴及10縣市舉辦近50場講座，深入推廣並觸及超過1,500名國人。

(2) 線上推廣

社群總觸及超過216萬次、短影音觀看數超過74萬次、媒體總報導數超過30則、網頁遊戲瀏覽次數超過1.6萬次。

### 社會關懷

2025 年臺鹽公司擴大參與環育文教發展協會「114 後壁區長照送餐計畫」。依高齡營養指引設計低鈉營養餐盒，以塩麴入菜方式配送至長者家中。本次活動結合臺鹽志工隊與環育送餐員共同關懷偏鄉，嘉惠學童約750人次、長者約1,000人次。

### 世界地球日健走

臺鹽公司響應臺南市環保局「114 年臺南市地球日清理活動」，辦理地球日暨員工健走活動，結合健行與環境維護，沿行徑路線撿拾廢棄物，實踐企業社會責任。

本次活動共 61 人次參與，人力投入 8 人，經費 10,000 元，展現持續落實永續理念的行動力。

### 文化藝術活動推廣

臺鹽2025年共投入3,099,240元支持文化藝術活動，包含大甲媽祖遶境活動、白沙屯媽祖進香活動等各種地方文藝活動。

## 5.1 公衛教育 守護健康

### 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臺鹽回饋社會的宗旨，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」及「在地關懷」等三大面向，在增進社會福祉的同時創造企業品牌與社會價值，並透過鹽品專業讓消費者吃得健康、用得美麗，打造「全人健康新主義」。

### 健康加點氟 口腔保健更到位

氟化物具保護牙齒的效果，被譽為 20 世紀重要的公共衛生發現之一，亦為世界衛生組織（WHO）公認最經濟、安全且有效的預防蛀牙措施。配合衛生福利部正式推動食鹽加氟政策，臺鹽公司率先推出「臺鹽健康氟碘鹽」積極響應，並攜手中華民國牙醫師公會全國聯合會，邀請社會各界共同參與，透過加氟食鹽並搭配正確刷牙習慣，守護全民口腔健康。

氟為人體必需的微量元素之一，一般飲食中含量偏低，透過加氟食鹽可補足攝取不足的氟，並經由人體代謝傳送至牙齒與唾液，在牙齒表面形成保護屏障，同時不影響料理風味，兼顧健康與美味。依據 WHO 建議，在食鹽中添加微量氟化鈉或氟化鉀（約 200-250 ppm），是一項安全、經濟且有效的防蛀方式。

#### 衛生福利部「食鹽加氟 牙齒加倍保護・預防蛀牙小撇步」

### 為什麼要加氟

根據我國衛生福利部統計，國內 5-6 歲兒童蛀牙盛行率約為六成，高於世界衛生組織 (WHO) 2010 年訂定兒童蛀牙盛行率低於 10% 的目標。氟化物是目前 WHO 公認最安全及有效的預防蛀牙措施，2007 年即建議各國優先考慮實施系統性加氟計畫預防蛀牙（包括食鹽或飲水加氟）。我國採用食鹽加氟。



最早在 1950 年代歐系國家開始使用食鹽加氟，目前全世界有 20 多個國家應用食鹽加氟預防蛀牙，包括瑞士、哥倫比亞、法國及德國等。

|                                                                                                     |                                                                                                    |                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>瑞士 1955 年    | <br>哥倫比亞 1964 年 | <br>法國 1966 年  |
| <br>哥斯大黎加 1987 年 | <br>牙買加 1987 年  | <br>德國 1991 年等 |



● 2 億 5 千萬人口使用含氟食鹽

### 含氟食鹽的效益

含氟食鹽可預防蛀牙，依據 WHO 建議及國外使用情況，食鹽添加微量氟化鈉或氟化鉀 (200-250 ppm)，是安全又便宜的預防蛀牙措施，可以有效降低約 **五成** 的蛀牙盛行率！

### 含氟食鹽怎麼用？

氟的應用以低濃度、高頻率為佳，使用方法與一般食鹽相同，用於烹飪時添加於食物中。

注意事項：若使用含氟較低，或用含氟食鹽前需諮詢牙醫師之意見。

圖片來源：衛生福利部口腔健康司

#### 蛀牙對兒童健康的影響

根據衛生福利部統計，國內 5-6 歲兒童蛀牙盛行率約六成，明顯高於 WHO 訂定之兒童蛀牙盛行率低於 10% 的目標。食鹽添加微量氟化鈉或氟化鉀 (200-250 ppm)，是安全又便宜的預防蛀牙措施，可以有效降低約五成的蛀牙盛行率。

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。



· 食鹽加碘公文

## 國人健康，把關研發

### 「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

#### 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。



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。

#### 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。



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。



#### 亮點專欄

### 台鹽生技 X 好食課，碘鹽衛教科普行動

#### 國人缺碘情形普遍導致相關病變成國民疾病

碘是人體必需營養素，然而台灣民眾普遍存在碘攝取不足的問題，導致與甲狀腺相關的健康風險，產生此一現象主因包括餐飲與加工食品廣泛使用無碘鹽、家庭用鹽趨向選擇進口無碘鹽，以及外食比例高導致難以攝取足量碘。為改善此情況，臺鹽作為臺灣碘鹽的先驅者與領導者，有責任提升民眾對碘與營養健康的認知，共同促進全民碘營養的均衡與充足。

台鹽生技於 2025 年攜手好食課推動鹽品與營養健康教育，以提升國人對碘鹽、減鈉鹽等產品之認知與健康意識為核心目標，透過「數位傳播」與「實體推廣」雙軌並行策略，全面擴大影響力。在數位推廣方面，結合健康專欄、媒體聯播、醫師及營養師 KOL 合作、短影音及社群內容等多元形式，成功提升消費者接觸頻率與信任度。在實體推廣部分，專案透過培訓種子營養師深入各地社區、醫療院所與公共場域，全年共舉辦 46 場衛教講座，參與人數達 1,646 人，有效強化不同族群對碘攝取、減鈉飲食等營養知識之理解。

整體而言，本次臺鹽與好食課之合作不僅成功整合專業內容、數位行銷與教育推廣資源，建立從學童到成人的多層次溝通機制，也有效提升消費者對鹽品選擇與營養知識的正確認知，進一步強化品牌形象與產品指名度，達到兼顧健康教育與品牌推廣之雙重成效。



Facebook 社群媒體碘鹽衛教



與好食課合作出版繪本，向下紮根促進碘鹽衛教



#### 重點成效

媒體總報導數逾 **30 則**、短影音觀看數逾 **74 萬** 人次

社群總觸及逾 **216 萬** 人次、繪本推廣超過 **100** 位學校營養師與教師參與

深入擴及全國超過 **1 萬** 位國小學童與家長

2025 年講座擴及 **10 個** 縣市，舉辦近 **50 場** 講座



## 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，2025 年度支持大甲鎮瀾宮媽祖遶境儀式，臺鹽捐贈台塩海洋鹼性離子水 1,250 箱作為活動用水外，同時捐贈 200 箱台塩海洋純水予鎮瀾兒童家園，以實際行動傳遞關懷與祝福。臺鹽為信眾提供健康優質的好水，傳遞平安與祈福的同時，也將持續以行動支持與延續台灣宗教的文化，延續傳統特色與價值。



臺鹽連續 12 年捐萬瓶台塩海洋鹼性離子水予大甲鎮瀾宮，支持台灣傳統宗教文化



此外，臺鹽已連續 10 年，力挺白沙屯拱天宮媽祖進香活動，2025 年贊助 1,250 箱台塩海洋鹼性離子水，誓以最純淨的海洋好水向全台媽祖信眾應援活力與健康，並長年力挺本土文化紮根，傳揚台灣宗教文化及良善正面的效益。



#### 大甲媽祖遶境贊助重點成效

贊助：**2.98 萬**瓶台塩海洋鹼性離子水及海洋純水  
 經費：約 **82.1 萬元**  
 參與人次：逾 **400 萬人**

#### 白沙屯媽祖進香贊助重點成效

贊助：**1,250 箱**台塩海洋鹼性離子水  
 經費：**67.5 萬元**  
 參與人次：報名人數近 **33 萬人**

### 2025 年贊助國內文化發展活動情形

| 活動名稱                 | 內容概要                                        | 投入情形                         | 活動經費            |
|----------------------|---------------------------------------------|------------------------------|-----------------|
| 大甲媽遶境指定用水            | 連續 12 年支持大甲媽祖遶境，提供活動補給用水及捐贈兒童家園飲用水，傳遞健康與關懷。 | 捐贈海洋鹼性離子水 1,250 箱及海洋純水 200 箱 | <b>82.1 萬元</b>  |
| 白沙屯媽祖進香贊助活動          | 連續 10 年支持白沙屯媽祖進香，提供活動用水並推出限定紀念包裝。           | 捐贈海洋鹼性離子水 1,250 箱            | <b>67.5 萬元</b>  |
| 鹽埕鹽文化季暨特色燈籠活動        | 支持地方鹽業文化傳承，結合挑鹽體驗及祈福活動，推廣臺灣鹽文化。             | 提供粗鹽 8 噸                     | <b>4 萬元</b>     |
| 第三屆布袋音樂節             | 支持地方藝文與文化發展，促進觀光與青年參與。                      | 現金贊助活動辦理                     | <b>20 萬元</b>    |
| 2025 褒忠花鼓文化節         | 響應地方文化活動並推廣優質飲用水。                           | 捐贈海洋鹼性離子水 60 箱               | <b>3.24 萬元</b>  |
| 臺南市美術館「鹽份地帶特展」       | 支持地方文化及鹽業歷史展示，贊助開幕活動禮品。                     | 提供禮盒及海洋鹼性離子水                 | <b>7.38 萬元</b>  |
| 高雄戲獅甲活動              | 支持國際性傳統藝陣文化活動，推廣在地文化特色。                     | 捐贈海洋鹼性離子水 180 箱              | <b>9.5 萬元</b>   |
| 2025 一見雙雕藝術季         | 支持鹽業文化推廣與藝術創作，促進文化創新及觀光發展。                  | 贊助特級天然鹽 200 噸                | <b>100 萬元</b>   |
| 《2026 WE ARE 我們的除夕夜》 | 支持國家級文化節目製作，促進文化傳承與全民參與。                    | 捐贈海洋鹼性離子水 300 箱              | <b>16.2 萬元</b>  |
| 經費合計                 |                                             |                              | 約 <b>310 萬元</b> |

## 七股鹽山園區

七股鹽山 2025 年推出以柴犬為主題的年度企劃，打造高達 6 公尺的巨型裝置「鹹 DOG DOG」，並結合柴犬氣球佈置，營造全園區療癒打卡氛圍，吸引遊客體驗尋「柴」樂趣。園區同步升級寵物友善服務，推出柴犬主題「寵物列車」，強化人寵共遊體驗，形塑濱海觀光新亮點。柴犬象徵忠誠與守護，呼應七股鹽山長年守護在地文化的精神。主題角色「鹹 DOG DOG」以鹽工造型呈現，傳遞溫暖陪伴與新年祝福，為園區注入嶄新意象。活動並結合搜救犬展示，透過專業演示與互動，展現守護與陪伴的雙重意涵，並與園區主題裝置共同呈現具象徵性的畫面。整體規劃結合裝置藝術、寵物友善設施與互動體驗，強化七股鹽山作為親子及人寵共遊之觀光場域定位。

延續園區主題活動，七股鹽山亦以館內策展深化鹽業文化內涵，推出以「鹽工」為主題之特展。透過「家、勞作、技藝」三大展區，呈現鹽工於鹽村生活與曬鹽工作的日常樣貌，並結合情境復刻與互動體驗設計，讓遊客在參與過程中理解曬鹽技術與產業歷史，進一步感受在地人文脈絡，豐富整體參觀體驗。



· 鹹 DOG DOG 巨型裝置



### 重點成效

2025 年遊客人數達 **362,548** 人次

2025 年碘鹽教育 DIY 體驗活動與導覽總人數達 **4,102** 人次

至 2025 年底，鹽工主題特展觀展人數累計 **780,695** 人次

2025 年七股鹽場來客滿意度調查，生技門市達 **90.36** 分，

咖啡部達 **90.71** 分



### 亮點專欄

## 七股鹽場創新活動「鹽」續美好休閒時光

臺鹽七股鹽山以推廣鹽業文化與落實環境教育為核心，規劃一系列親子休閒活動，打造兼具知識性、互動性與趣味性的遊憩體驗。活動內容緊扣臺鹽製鹽本業，設計融合鹽元素之節慶活動，如雪鹽祭、一箭雙雕藝術季及相關系列活動等，讓親子在輕鬆氛圍中深入了解鹽的特色與價值。

同時，特定活動規劃融入環境永續議題，如雪鹽祭的療癒雪人裝置藝術，以及為推動低碳旅遊，提供在地或偏鄉學校騎自行車者免費入園等優惠，引導民眾思考氣候變遷等全球關注的環境議題。

臺鹽期望透過此類多元且具文化底蘊的活動，強化社會大眾對鹽業文化的認同與珍視，並以寓教於樂的方式落實企業對永續發展的承諾，為家庭休閒生活創造富有教育意義與情感連結的美好時光。



| 活動項目           | 活動說明                                                              | 參與人次 (人) |
|----------------|-------------------------------------------------------------------|----------|
| 世界地球日－海洋的身世之謎  | 以海鹽為主題，結合曬鹽介紹、鹽滷豆花體驗與環境議題討論，引導親子認識鹽與生活的關聯，在互動過程中建立環境保護與永續意識。      | 58 人     |
| 2025 一見雙雕藝術季   | 以「鹽路去旅行」為主題，串聯鹽雕藝術、戲水活動與夜間光雕展，結合文化、藝術與美食，打造日夜皆精彩的濱海夏日藝術體驗。        | 44,314 人 |
| 2025 七股鹽山風箏嘉年華 | 連續三週展開海洋主題風箏展演，結合 DIY 體驗、鹽味美食與健康活動，並串聯藝術季，提供親子共遊的多元夏日旅遊體驗。        | 32,065 人 |
| 鹽山涼夏水市集樂園      | 教師節連假限定水樂園與市集活動，結合戲水設施、鹽雕展示與街頭表演，搭配消費回饋與互動體驗，營造輕鬆愉快的親子假期。         | 5,513 人  |
| 七股鹽山泡泡派對       | 雙十連假以泡泡秀與互動體驗為主軸，結合 DIY 與滿額贈活動，打造夢幻又療癒的親子同樂氛圍，增添節慶歡樂氣息。           | 4,038 人  |
| 鹽田走讀           | 體驗一日鹽工行程，從開工儀式到收鹽、搬鹽等任務，深入了解鹽業文化。活動兼具教育與趣味，讓參與者感受鹽工生活與歷史價值。       | 241 人    |
| 七股鹽山盃國際法式滾球賽   | 在特色鹽地場域舉辦國際法式滾球賽，結合競技與體驗活動，讓民眾感受優雅運動魅力，打造兼具觀賽與參與感的戶外活動。           | 231 人    |
| 柴犬裝置藝術－柴鹽滾滾鬧新春 | 打造 6 公尺柴犬裝置「鹹 DOG DOG」與主題列車，營造療癒打卡場景並升級寵物友善服務，結合任務活動與周邊商品，吸引人寵共遊。 | 20,320 人 |
| 雲嘉南濱海延續幸福演唱會   | 結合聖誕市集、泡泡秀與音樂演出，邀請多組藝人接力開唱，打造從白天到夜晚的節慶氛圍，融合音樂、觀光與濱海魅力。            | 2,695 人  |



・ 世界地球日



・ 一見雙雕藝術季



・ 七股鹽山風箏嘉年華



・ 鹽山涼夏水市集樂園



· 泡泡派對



· 鹽田走讀



· 法式滾球公開賽



· 雲嘉南濱海延續幸福演唱會

## 臺鹽通霄觀光園區



臺鹽通霄精鹽廠於 1975 年建廠，導入離子交換膜電透析製鹽技術，見證臺灣製鹽產業由傳統天日曬鹽邁向現代化科技製鹽的重要歷程。2011 年 12 月，通霄精鹽廠轉型為觀光工廠，設立全臺首座製鹽觀光工廠「鹽來館」，結合高科技精鹽生產、鹽業文化保存、鹽知識教育與觀光休閒體驗，成為兼具產業教育與地方觀光特色之場域。

園區以「鹽來館館內導覽」與「生產線導覽」為主軸，透過專業導覽、製程介紹及系統化鹽知識教學，帶領民眾認識食用鹽生產歷程、鹽品應用與加碘重要性，深化大眾對民生用鹽、營養健康及食品安全的正確認知；並結合 DIY 體驗、海洋溫泉泡腳溪及展售服務，打造寓教於樂的多元學習環境。

在環境教育推動方面，通霄精鹽廠以「鹽」與「水」為核心主題，推出「鹽來如此」、「妙 BOOK 鹽」等課程，從鹽的自然生成、人文歷史、臺灣早期天日曬鹽至現代科技製鹽脈絡，引導學員理解海洋資源、人類生活與產業發展間的關係，進而提升環境關懷與永續實踐意識。園區亦提供場地予鄰近國小辦理 DIY 體驗活動，將鹽業文化、食育及營養教育向下扎根，落實地方教育與社會共好。

此外，通霄精鹽廠於 2016 年 4 月獲苗栗縣政府授證為「苗栗縣產業故事館」成員，並於 2025 年 1 月正式加入「苗栗人文生態休閒聯盟」，透過串聯苗栗山海觀光、人文生態與地方產業資源，擴大鹽業文化推廣、環境教育及地方創生效益。



通霄精鹽廠亦積極營造友善且具公益性的園區空間，於各項活動期間開放場地供街頭藝人展演及弱勢團體使用，促進社會參與與文化交流；並設置自行車補給站、哺乳室等友善設施，提供單車族群、親子遊客安心便利的休憩環境。園區另於鹽來館配置 AED 自動體外心臟電擊器，強化緊急應變與遊客安全管理。每逢媽祖進香期間，亦主動開放場域供香客休息使用，展現臺鹽公司對在地文化、公共服務與社區關懷之重視，持續實踐企業社會責任。



· 鹽來館



· 無償提供場地予身心障礙街頭藝人使用

## 5.3 鹽續幸福 在地關懷

臺鹽秉持企業社會責任，持續推動環境永續與在地關懷行動，將利害關係人的幸福視為己任。2025 年我們整合北、中、南志工資源，透過淨灘、環境清理、地球日行動、捐血及賑災等多元公益作為，積極回應環境保護與社會需求；同時深化與社福團體合作，關懷弱勢族群，推動健康飲食與高齡照護服務，擴大社會影響力。臺鹽亦持續精進志工組織運作，串聯企業與在地資源，以實際行動落實永續發展，並為未來志工服務制度與公益平台奠定基礎，持續創造共享價值與正向循環。

### 永續愛地球，為海洋環境盡一份力



#### 2025 年臺鹽通霄志工隊淨灘活動

11 月 7 日，臺鹽通霄志工隊由通霄精鹽廠廠長劉鴻泉率領近 260 位志工，攜手中央與地方多個單位於通霄海岸辦理淨灘活動，共同清除颱風過後累積的海洋廢棄物，總計清出 185 公斤垃圾，讓海岸恢復潔淨樣貌。臺鹽長期投入公益行動，透過北中南志工大隊持續推動淨灘、捐血等活動，以實際行動落實環境永續與社會關懷。



#### 臺鹽生技妝品廠白水湖壽島淨灘活動

生技妝品廠志工隊前往嘉義白水湖壽島清理海岸，該地因長期地層下陷，漲潮時海水會淹沒道路，形成宛如「摩西分海」的奇景。觀光熱潮加重環境負荷，海水漲退更為清理工作增添難度，少有團體前往淨灘。臺鹽志工因地緣關係主動關注此區，當天雖遇積水未退，仍穿著雨鞋、腳綁垃圾袋，艱辛涉水而行，克服潮汐變化與地形挑戰，讓沿岸重現清新風貌。

重點成效

投入人力 **40** 人 | 投入經費達 **45,000** 元 | 參與人次約 **296** 人次

## 響應地球日

臺鹽公司響應臺南市環保局「114 年臺南市地球日清理活動」，辦理臺鹽地球日暨員工健走活動，由董事長丁彥哲號召志工隊成員參與，結合健行休閒與環境維護，沿途行經哈赫拿爾森林、竹溪寺及水交社等地，自發性撿拾菸蒂、塑膠袋與飲料杯等垃圾，實踐企業社會責任。丁彥哲董事長表示，臺鹽公司長期參與淨灘及環境維護行動，並持續響應地方政府相關活動，將永續理念落實於日常行動。此次活動由過往淨灘延伸至維護周邊環境，讓同仁在健行紓壓之餘，共同打造整潔宜居的生活環境。



重點成效

員工 **61** 人響應 | 投入經費達 **10,000** 元

## 伊甸基金會企業一日志工

臺鹽公司連續 13 年攜手伊甸基金會推動公益行動，由董事長丁彥哲、副總經理李杰翰帶領同仁擔任一日企業志工，陪伴身障青年進行創意杯墊 DIY 活動，並贊助 400 瓶台塩「鮮選我塩麴」作為伊甸「成人身障服務計畫」捐款人回饋禮，支持身障青年培養自立生活能力。



重點成效

投入人力 **10** 人 | 經費投入達 **100,000** 元 | 參與人次達 **25** 人次



## 臺鹽塩麩傳愛 暖心送餐

延續前一年度捐贈塩麩支持璞育文教發展協會課輔班之基礎，臺鹽公司於 2025 年進一步擴大參與「114 後壁區長照送餐計畫」，依高齡營養指引設計菜單，透過塩麩入菜設計低鈉營養餐盒，配送至長者家中，嘉惠偏鄉學童約 750 人次及長者約 1,000 人次。本次活動亦結合志工服務，由臺鹽志工隊與璞育送餐員共同將以塩麩製作之健康餐盒送達長者家中，透過實際關懷行動，將健康飲食與溫暖傳遞至偏鄉。



重點成效

投入人力 **9** 人 | 經費投入達 **100,000** 元 | 參與人次達 **20** 人次

## 賑災援助

2025 年 1 月，台南市楠西區連續發生多起規模 5 以上地震，造成多處房屋受損，災情持續擴大，影響當地居民的日常生活。臺鹽秉持企業社會責任，主動捐贈離子水及洗沐等生活物資，為災區提供即時支援，盼能協助居民度過難關，安心迎接新的一年。



## 「鹽」續熱血 捐血公益活動

臺鹽公司響應世界捐血人日，於台南公園中山捐血車辦理「鹽愛，延續你的愛」捐血活動，號召民眾挽袖捐血，共同支持血庫穩定供應。面對疫情期間血源壓力，臺鹽公司攜手捐血中心，鼓勵健康民眾踴躍參與，以實際行動回應社會需求。

為感謝捐血人善舉，活動提供多項臺鹽精選清潔產品及門市、線上購兌換券作為捐血禮，並加贈防疫相關用品，兼顧健康與防護；完成較高捐血量者亦獲加碼回饋，讓愛心持續延伸。

臺鹽公司董事長丁彥哲表示，公司長期推動捐血、淨灘及志工服務等公益行動，積極落實 ESG 社會責任，期盼透過品牌影響力拋磚引玉，擴大社會正向能量。臺鹽並持續辦理年度捐血活動，結合員工與社會大眾參與，透過多元方式推動公益，營造健康永續的共好環境。



重點成效

投入人力 **5** 人 | 經費投入達 **150,000** 元 | 參與人次達 **98** 人次



# 附錄

## 附錄一：全球永續性報告指標 GRI 準則內容索引

|              |                                                       |
|--------------|-------------------------------------------------------|
| 使用聲明         | 臺鹽已依循 GRI 準則報導 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期間的内容。 |
| 使用的 GRI 1    | GRI 1：基礎 2021                                         |
| 適用的 GRI 行業準則 | N/A                                                   |

### 一般揭露

| GRI 準則                 | 揭露項目                  | 對應章節            | 頁碼  | 備註 |
|------------------------|-----------------------|-----------------|-----|----|
| GRI 2：<br>一般揭露<br>2021 | 組織及報導實務               |                 |     |    |
|                        | 2-1 組織詳細資訊            | 1.2.1 沿革歷史      | 26  |    |
|                        | 2-2 組織永續報導中包含的實體      | 關於報告書           | 2   |    |
|                        | 2-3 報導期間、頻率及聯絡人       | 關於報告書           | 2   |    |
|                        | 2-4 資訊重編              | 本年度無資訊重編        | -   |    |
|                        | 2-5 外部保證 / 確信         | 附錄五：會計師獨立確信報告   | 130 |    |
|                        | 活動與工作者                |                 |     |    |
|                        | 2-6 活動、價值鏈和其他商業關係     | 1.2.2 營運績效與主要產品 | 28  |    |
|                        | 2-7 員工                | 4.1.1 人力資源發展    | 92  |    |
|                        | 2-8 非員工的工作者           | 4.1.1 人力資源發展    | 92  |    |
|                        | 治理                    |                 |     |    |
|                        | 2-9 治理結構及組成           | 1.1.2 董事會       | 22  |    |
|                        | 2-10 最高治理單位的提名與遴選     | 1.1.2 董事會       | 22  |    |
|                        | 2-11 最高治理單位的主席        | 1.1.1 臺鹽治理架構    | 21  |    |
|                        | 2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色 | 1.1.3 永續委員會     | 24  |    |
|                        | 2-13 衝擊管理的負責人         | 1.1.3 永續委員會     | 24  |    |
|                        | 2-14 最高治理單位於永續報導的角色   | 1.1.3 永續委員會     | 24  |    |
|                        | 2-15 利益衝突             | 1.1.2 董事會       | 22  |    |
|                        | 2-16 溝通關鍵重大事件         | 1.1.4 功能性委員會    | 24  |    |

| GRI 準則                  | 揭露項目              | 對應章節                  | 頁碼  | 備註 |
|-------------------------|-------------------|-----------------------|-----|----|
| GRI 2 :<br>一般揭露<br>2021 | 2-17 最高治理單位的群體智識  | 1.1.2 董事會             | 22  |    |
|                         | 2-18 最高治理單位的績效評估  | 1.1.2 董事會             | 22  |    |
|                         | 2-19 薪酬政策         | 1.1.4 功能性委員會          | 24  |    |
|                         | 2-20 薪酬決定流程       | 1.1.4 功能性委員會          | 24  |    |
|                         | 2-21 年度總薪酬比率      | 本公司董總薪酬為機敏資訊，故不揭露本項內容 | -   |    |
|                         | 策略、政策與實務          |                       |     |    |
|                         | 2-22 永續發展策略的聲明    | 經營者的承諾                | 4   |    |
|                         | 2-23 政策承諾         | 重大議題與利害關係人議合          | 11  |    |
|                         | 2-24 納入政策承諾       | 重大議題與利害關係人議合          | 11  |    |
|                         | 2-25 補救負面衝擊的程序    | 1.4.2 風險控管與機會         | 39  |    |
|                         | 2-26 尋求建議和提出疑慮的機制 | 重大議題與利害關係人議合          | 11  |    |
|                         | 2-27 法規遵循         | 3.2.4 法規遵循            | 85  |    |
|                         | 2-28 公協會的會員資格     | 1.3.2 異業合作            | 37  |    |
|                         | 利害關係人議合           |                       |     |    |
|                         | 2-29 利害關係人議合方針    | 利害關係人溝通               | 14  |    |
|                         | 2-30 團體協約         | 4.2.3 員工權益與溝通         | 107 |    |

## 重大主題揭露

| GRI 準則                  | 揭露項目 |           | 對應章節         | 頁碼 | 備註 |
|-------------------------|------|-----------|--------------|----|----|
| 重大主題                    |      |           |              |    |    |
| 1. 產品品質管理               |      |           |              |    |    |
| GRI 3 :<br>重大主題<br>2021 | 3-1  | 決定重大主題的流程 | 重大議題與利害關係人議合 | 11 |    |
|                         | 3-2  | 重大主題列表    |              |    |    |
| 2. 法規遵循與誠信經營            |      |           |              |    |    |
| GRI 3 :<br>重大主題<br>2021 | 3-1  | 決定重大主題的流程 | 重大議題與利害關係人議合 | 11 |    |
|                         | 3-2  | 重大主題列表    |              |    |    |

| GRI 準則                    |       | 揭露項目                 | 對應章節                     | 頁碼 | 備註 |
|---------------------------|-------|----------------------|--------------------------|----|----|
| 重大主題                      |       |                      |                          |    |    |
| GRI 416：<br>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 顧客健康與安全              | 76 |    |
|                           | 416-2 | 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件 | 3.2.4 法規遵循               | 85 |    |
| GRI 419：<br>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      | 3.2.4 法規遵循               | 85 |    |
| 3. 資訊安全與客戶隱私保護            |       |                      |                          |    |    |
| GRI 3：<br>重大主題 2021       | 3-1   | 決定重大主題的流程            | 重大議題與利害關係人議合             | 11 |    |
|                           | 3-2   | 重大主題列表               |                          |    |    |
| GRI 418<br>客戶隱私 2016      | 418-1 | 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴  | 1.4.3 數位化與資訊安全           | 42 |    |
| 4. 公司治理                   |       |                      |                          |    |    |
| GRI 3：<br>重大主題 2021       | 3-1   | 決定重大主題的流程            | 重大議題與利害關係人議合             | 11 |    |
|                           | 3-2   | 重大主題列表               |                          |    |    |
| 5. 產品責任評估與標示              |       |                      |                          |    |    |
| GRI 3：<br>重大主題 2021       | 3-1   | 決定重大主題的流程            | 重大議題與利害關係人議合             | 11 |    |
|                           | 3-2   | 重大主題列表               |                          |    |    |
| GRI 417：<br>行銷與標示 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 | 84 |    |
|                           | 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               | 85 |    |
| 6. 經營績效                   |       |                      |                          |    |    |
| GRI 3：<br>重大主題 2021       | 3-1   | 決定重大主題的流程            | 重大議題與利害關係人議合             | 11 |    |
|                           | 3-2   | 重大主題列表               |                          |    |    |
| GRI 201：<br>經濟績效 2016     | 201-1 | 組織所產生及分配的直接經濟價值      | 1.2.2 營運績效與主要產品          | 28 |    |
| 7. 風險管理                   |       |                      |                          |    |    |
| GRI 3：<br>重大主題 2021       | 3-1   | 決定重大主題的流程            | 重大議題與利害關係人議合             | 11 |    |
|                           | 3-2   | 重大主題列表               |                          |    |    |
| 8. 職業健康安全                 |       |                      |                          |    |    |
| GRI 3：<br>重大主題 2021       | 3-1   | 決定重大主題的流程            | 重大議題與利害關係人議合             | 11 |    |
|                           | 3-2   | 重大主題列表               |                          |    |    |

| GRI 準則                      | 揭露項目  |                               | 對應章節           | 頁碼  | 備註 |
|-----------------------------|-------|-------------------------------|----------------|-----|----|
| 重大主題                        |       |                               |                |     |    |
| GRI 403 :<br>職業安全衛生<br>2018 | 403-1 | 職業安全衛生管理系統                    | 4.2.2 安心職場     | 101 |    |
|                             | 403-2 | 危害辨識、風險評估、及事故調查               |                |     |    |
|                             | 403-3 | 職業健康服務                        |                |     |    |
|                             | 403-4 | 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通          |                |     |    |
|                             | 403-5 | 有關職業安全衛生之工作者訓練                |                |     |    |
|                             | 403-6 | 工作者健康促進                       |                |     |    |
|                             | 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     |                |     |    |
|                             | 403-8 | 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者             |                |     |    |
|                             | 403-9 | 職業傷害                          |                |     |    |
| 9. 人才吸引與留任                  |       |                               |                |     |    |
| GRI 3 :<br>重大主題<br>2021     | 3-1   | 決定重大主題的流程                     | 重大議題與利害關係人議合   | 11  |    |
|                             | 3-2   | 重大主題列表                        |                |     |    |
| GRI 401 :<br>勞僱關係<br>2016   | 401-1 | 新進員工和離職員工                     | 4.1.2 人才流動     | 94  |    |
|                             | 401-2 | 提供給全職員工<br>(不包含臨時或兼職員工) 的福利   | 4.1.3 薪酬與多元福利  | 94  |    |
|                             | 401-3 | 育嬰假                           | 4.1.3 薪酬與多元福利  | 94  |    |
| 10. 能源管理                    |       |                               |                |     |    |
| GRI 3 :<br>重大主題<br>2021     | 3-1   | 決定重大主題的流程                     | 重大議題與利害關係人議合   | 11  |    |
|                             | 3-2   | 重大主題列表                        |                |     |    |
| GRI 302 :<br>能源 2016        | 302-1 | 組織內部的能源消耗量                    | 2.2.1 能源使用管理   | 48  |    |
|                             | 302-3 | 能源密集度                         |                |     |    |
|                             | 302-4 | 減少能源消耗                        |                |     |    |
| GRI 305 :<br>排放 2016        | 305-1 | 直接（範疇一）溫室氣體排放                 | 2.2.2 溫室氣體排放管理 | 51  |    |
|                             | 305-2 | 能源間接（範疇二）溫室氣體排放               |                |     |    |
|                             | 305-3 | 其他間接（範疇三）溫室氣體排放               |                |     |    |
|                             | 305-4 | 溫室氣體排放強度                      |                |     |    |
|                             | 305-5 | 溫室氣體排放減量                      |                |     |    |
|                             | 305-7 | 氮氧化物（NOx）、硫氧化物（SOx），及其他顯著氣體排放 | 2.5.1 空氣汙染管理   | 62  |    |

## 附錄二：永續會計準則委員會 (SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD, SASB) 指標對照表

臺鹽根據 SASB 官方網站產業分類查詢結果，自永續會計準則 (SASB 準則) 之重大性地圖索引 (SASB Materiality Map) 內的 11 項產業別 (sector)、77 項行業別 (industry) 中，選出適用之二項指標進行揭露：

**產業類別 (SECTOR)：** 食物與飲品 (Food & Beverage)

**行業準則 (INDUSTRY)：** 食品加工 (Processed Foods)

| 揭露主題  | 指標代碼         | 揭露指標                                                                 | 性質 | 說明                                                                                     |
|-------|--------------|----------------------------------------------------------------------|----|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 | 1. 臺鹽 2025 年消耗的總能源為 372,978.95(十億焦耳)<br>2. 臺鹽電網用電量 7.65%<br>3. 臺鹽再生能源 0.03%            |
|       | 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 | 1. 11,587.68 千立方公尺<br>2. 11,567.50 千立方公尺<br>3. 無來自高水資源壓力地區之水資源                         |
| 水資源管理 | FB-PF-140a.2 | 相關的違規事件數量                                                            | 量化 | 2025 年無相關違規案件                                                                          |
|       | 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                                                                           |
| 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。 |
|       | 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 | 目前臺鹽公司未有供應商通過 GFSI 之認可                                                                 |
|       | FB-PF-250a.3 | 1. 食品安全違規的總數，<br>2. 修正百分比                                            | 量化 | 2025 年度無相關食品安全違規                                                                       |
|       | FB-PF-250a.4 | 1. 發出的召回次數和<br>2. 召回的食品總量                                            | 量化 | 2025 年度無商品召回之情事                                                                        |

| 揭露主題            | 指標代碼         | 揭露指標                                                            | 性質 | 說明                                                                                                                  |
|-----------------|--------------|-----------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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<br>保健食品收入占 6%                                                                                    |
|                 | 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 顧客服務與溝通                                                                                                    |
| 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，不撥放危害兒童之內容。                                                                           |
|                 | 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 | 臺鹽無販賣製造基因改造產品                                                                                                       |
|                 | 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 | 2025 年無相關違規案件                                                                                                       |
|                 | 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 | 2025 年無相關違規 / 訴訟案件                                                                                                  |
| 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 | 1. 初級包材 (PET 瓶、PE 袋管) : 4,453.62 噸<br>次級包材 (紙箱、牛皮紙袋) : 2,564.33 噸<br>2. rPET : 5.74 噸<br>3. 初級包材、次級包材皆可進行回收 (100%)。 |
|                 | 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                                                                                                    |
| 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 | 臺鹽公司之原物料未有通過第三方環境或社會標準認證。                                                                                           |

| 揭露主題            | 指標代碼         | 揭露指標                                                      | 性質 | 說明                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |
|-----------------|--------------|-----------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------------|------|---|-----|---|-----|---|-----|---|-----|---|
| 原物料供應鏈對環境和社會的影響 | 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 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |
|                 | 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。                                                                                                                                                                                                                                                                                        |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |
| 原物料採購           | 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 | <div>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。2025 年鑑別之主要食品原物料及環境及社會風險詳下表：</div> <table><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><tr><td>檸檬酸鈉</td><td>無</td></tr><tr><td>碘酸鉀</td><td>無</td></tr><tr><td>磷酸鈣</td><td>無</td></tr><tr><td>碳酸鎂</td><td>無</td></tr><tr><td>氯化鉀</td><td>無</td></tr></table> | 主要食品原物料 | 環境與社會相關採購風險說明 | 檸檬酸鈉 | 無 | 碘酸鉀 | 無 | 磷酸鈣 | 無 | 碳酸鎂 | 無 | 氯化鉀 | 無 |
|                 | 主要食品原物料      | 環境與社會相關採購風險說明                                             |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |
| 檸檬酸鈉            | 無            |                                                           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |
| 碘酸鉀             | 無            |                                                           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |
| 磷酸鈣             | 無            |                                                           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |
| 碳酸鎂             | 無            |                                                           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |
| 氯化鉀             | 無            |                                                           |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |
| 活動指標            | FB-PF-000.A  | 售出產品的重量                                                   | 量化 | 2025 年鹽產品銷售 243,243 噸、飲用水銷售 102,904 噸。                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |
|                 | FB-PF-000.B  | 生產設施數量                                                    | 量化 | 臺鹽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。                                                                                                                                                                                                                                                          |         |               |      |   |     |   |     |   |     |   |     |   |

重大性地圖索引（SASB Materiality Map）：<https://materiality.sasb.org/>  
SASB 官方網站，請參閱 <https://www.sasb.org>

## 附錄三：TCFD 索引表

| 面向    | 建議揭露項目                           | 頁碼 |
|-------|----------------------------------|----|
| 治理    | 董事會對氣候相關風險與機會的監督                 | 64 |
|       | 管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會方面的角色         | 64 |
| 策略    | 鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會               | 65 |
|       | 衝擊組織在業務、策略和財務規劃的氣候相關風險與機會        | 68 |
|       | 組織在策略上的韌性，考量不同氣候相關情境             | 69 |
| 風險管理  | 氣候相關風險的鑑別和評估流程                   | 65 |
|       | 氣候相關風險的管理流程                      | 65 |
|       | 氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程和整合在組織的整體風險管理制度 | 65 |
| 指標與目標 | 組織評估氣候相關風險與機會所使用的指標              | 65 |
|       | 範疇 1、範疇 2 和範疇 3（如適用）溫室氣體排放和相關風險  | 45 |
|       | 組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現  | 55 |

## 附錄四：永續揭露指標——食品工業

| 編號 | 指標                                                                      | 指標種類    | 年度揭露情形                            | 頁碼  |
|----|-------------------------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------|-----|
| 一  | 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 管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比。 | 量化、質化敘述 | 3.2 客戶服務與價值傳遞                     | 80  |
| 二  | 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、產品下架次數及下架產品總重量。             | 量化、質化敘述 | 未有違法相關法規及下架、回收等情事。<br>3.1 顧客健康與安全 | 76  |
| 三  | 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，並依標準區分                                        | 量化      | 3.3 永續供應鏈                         | 86  |
| 四  | 經獨立第三方驗證符合國際認證之品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。                                   | 量化      | 3.1 顧客健康與安全                       | 76  |
| 五  | 對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。                                                | 量化、質化敘述 | 3.3 永續供應鏈                         | 86  |
| 六  | 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。                                   | 量化、質化敘述 | 3.2 客戶服務與價值傳遞                     | 80  |
| 七  | 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。                       | 量化、質化敘述 | 3.1 顧客健康與安全                       | 76  |
| 八  | 消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率                                                  | 量化      | 2.2 能源與溫室氣體                       | 48  |
| 九  | 總取水量及總耗水量                                                               | 量化      | 2.4 水資源管理                         | 58  |
| 十  | 售出產品重量、生產設施場所數量                                                         | 量化      | 附錄二：永續會計準則 SASB 指標對照表             | 126 |

## 附錄五：會計師獨立確信報告



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

### 會計師有限確信報告

臺鹽實業股份有限公司 公鑒

#### 確信範圍

本會計師接受臺鹽實業股份有限公司(以下簡稱臺鹽公司)之委任，對2025年度永續報告書中所選定之永續績效資訊(以下稱「標的資訊」)，執行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所定義之「有限確信案件」並出具報告。

#### 標的資訊及其適用基準

有關臺鹽公司之標的資訊及其適用基準詳列於附件一。

#### 管理階層之責任

臺鹽公司管理階層之責任係依據臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」之規定，以及依照適當之基準編製標的資訊，包括依照全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)所發布之2021年GRI 準則(GRI Standards)，及依照永續會計準則委員會(Sustainability Accounting Standards Board, 簡稱SASB)針對食品加工業發布的揭露標準，臺鹽公司管理階層應選擇所適用之基準，並對標的資訊在所有重大方面是否依據該適用基準報導負責，此責任包括建立及維持與標的資訊編製有關之內部控制、維持適當之記錄並作成相關之估計，以確保標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

#### 本會計師之責任

本會計師之責任係依據所取得之證據對標的資訊作成結論。

本會計師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3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行確信工作，以發現標的資訊在所有重大方面是否有未依適用基準編製而須作修正之情事，並出具有限確信報告。本會計師依據專業判斷，包括對導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險之評估，以決定確信程序之性質、時間及範圍。

本會計師相信已取得足夠及適切之證據，以作為表示有限確信結論之基礎。

A member firm of Ernst & Young Global Limited

### 會計師之獨立性及品質管理

本會計師及所隸屬組織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、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行為。

本事務所遵循品質管理準則1號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定組織設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及適用之法令規範相關之政策或程序。

### 所執行程序之說明

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，因此，有限確信案件中取得之確信程度明顯低於合理確信案件中取得者。本會計師所設計之程序係為取得有限確信並據此作成結論，並不提供合理確信必要之所有證據。

儘管本會計師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，惟本確信案件並非對臺鹽公司內部控制之有效性表示意見。本會計師所執行之程序不包括測試控制或執行與檢查資訊科技(IT)系統內資料之彙總或計算相關之程序。

有限確信案件包括進行查詢，主要係對負責編製標的資訊及相關資訊之人員進行查詢，並應用分析及其他適當程序。

本會計師所執行之程序包括：

- 與臺鹽公司人員進行訪談，以瞭解臺鹽公司之業務與履行永續發展之整體情況，以及永續報導流程；
- 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；
- 與臺鹽公司攸關人員進行訪談，以瞭解用以蒐集、整理及報導標的資訊之相關流程；
- 檢查計算標準是否已依據適用基準中概述的方法正確應用；
- 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；
- 辨認及測試支持計算的假設；
- 針對來源資訊之相關文件，抽選樣本進行測試以檢查其正確性；
- 閱讀臺鹽公司之永續報告書，確認其與本會計師取得關於永續發展整體履行情況之瞭解一致；

因永續報告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，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。

### 結論

依據所執行之程序及所取得之證據，本會計師未發現標的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：洪國森



民國一五年八月二十五日

附件一：

| 編號 | 頁次          | 內文標題                               | 標的資訊                                                                                                                                                                                                                      | 適用基準                                                     | 其他說明                                                                                                   |
|----|-------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | 81          | 3.2<br>客戶服務與價值傳遞                   | 2025 年，臺鹽公司共受理 89 件客訴案件，涵蓋保養品、清潔用品、食品、鹽品及包裝水等品項。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。                                                                                                     | 臺鹽公司依據客訴案件處理作業、重大客訴處理作業及個人資料處理要點等內部作業辦法所統計之 2025 年度客訴事件。 | 「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一第一項-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等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比。 |
| 2  | 77-78<br>85 | 3.1<br>顧客健康與安全<br>3.2<br>客戶服務與價值傳遞 | 2025 年度違反食品安全法規 0 件；0 件食品召回事例；違反健康食品管理法 0 件之裁罰說明。<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> )。 | 臺鹽公司收受自衛生福利部及各地衛生局之來文，統計被裁罰紀錄。                           | 「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一第二項-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、產品下架次數及下架產品總重量。             |
| 3  | 89          | 3.3<br>永續供應鏈                       | 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。                                                                                                                                                                                               | 臺鹽公司符合國際認可產品責任標準之供應商及代工廠之名單。                             | 「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一第三項-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，並依標準區分。                                      |

| 編號 | 頁次       | 內文標題           | 標的資訊                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 適用基準                     | 其他說明                                                                   |
|----|----------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 4  | 76<br>84 | 3.1<br>顧客健康與安全 | <p>臺鹽公司 2025 年度取得認證資訊如下：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 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、清真產品認證。</li> <li>● 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 食品安全管理系統驗證、SNQ 認證、清真產品認證。</li> <li>● 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、經濟部標準檢驗局牙膏正字標記。</li> <li>● 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。</li> <li>● 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。</li> <li>● 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。</li> <li>● 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、製造業醫療器材許可執照。</li> </ul> | 臺鹽公司各產品類型所取得之認證及生產產品百分比。 | 「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一第四項-經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。 |

| 編號 | 頁次    | 內文標題             | 標的資訊                                                                                                                                                                                                    | 適用基準                                                  | 其他說明                                                                  |
|----|-------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 5  | 88~89 | 3.3<br>永續供應鏈     | <p>臺鹽公司 2025 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。</p> <p>【生技妝品廠】2025 年共查核 4 家代工廠，稽核比率為 2.44%。</p> <p>【生技保健廠】2025 年共查核 2 家供應商，9 家代工廠，稽核比率為 8.33%。</p> <p>【通霄精鹽廠】2025 年共查核 3 家供應商，稽核比率為 5.77%。</p> | 臺鹽公司依循供應商管理須知、供應商管理作業要點等內部作業辦法，每年定期進行供應商評鑑之評鑑結果及彙總資料。 | 「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一第五項-對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。              |
| 6  | 84~85 | 3.2<br>客戶服務與價值傳遞 | <p>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 2025 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「非追不可」登錄平台。</p> <p>通霄精鹽廠及生技保健廠生產總品項全數上傳「非追不可」登錄平台。</p>                                                    | 臺鹽公司依循食品藥物管理署規定，將食品製造及加工業、輸入業、餐飲業、販售業等資料登錄至相關平台。      | 「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一第六項-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。 |

| 編號 | 頁次    | 內文標題           | 標的資訊                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 適用基準                            | 其他說明                                                                              |
|----|-------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 7  | 79~80 | 3.1<br>顧客健康與安全 | <p>2025 年度臺鹽公司研發處分析檢驗組實驗室係通過 TAF 全國認證基金會認證之實驗室。</p> <p>2025 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、碘。</li> <li>● 食品--*重金屬(砷、鉛、銅、鎘、汞)、*微生物(總生菌數、金黃色葡萄球菌)、*煙酰胺。</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)、氯化鈉含量、粒徑、水分、水不溶物、硫酸根。</li> <li>● 包裝飲用水--*重金屬(砷、鉛、銅、鎘、汞、銻)、微生物(總生菌數)、礦物質。</li> </ul> <p>另臺鹽公司 2025 年度食品安全實驗室之總支出為 27,263,351 元，佔公司營收 0.82%。</p> <p>註:*為 TAF 認證之檢驗項目。</p> | 臺鹽公司依循相關衛生規範，協助檢驗各成分，合乎標準後方能上架。 | 「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一第七項-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。 |

| 編號 | 頁次           | 內文標題                                       | 標的資訊                                      | 適用基準                                                     | 其他說明                                                                                     |
|----|--------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8  | 50<br>126    | 2.2<br>能源與溫室氣體<br>附錄二：永續會計準則 SASB<br>指標對照表 | 2025 年度消耗能源(天然氣、汽油、柴油)總量、外購電力百分比、再生能源使用率。 | 臺鹽公司依據天然氣帳單及電費單等，統計各廠區消耗能源數據。                            | 「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一第八項-消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率。<br>參照 SASB 準則之 FB-PF-130a.1。     |
| 9  | 59-60<br>126 | 2.4<br>水資源管理<br>附錄二：永續會計準則 SASB<br>指標對照表   | 2025 年總取水量(自來水、井水、海水)、及總耗水量。              | 臺鹽公司依據水費單及生產日報表所彙總之各廠自來水、井水及海水總取水量，以及依汙水處理帳單，彙總各廠區排水量數據。 | 「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一第九項-總取水量及總耗水量。<br>參照 SASB 準則之 FB-PF-140a.1。                  |
| 10 | 128          | 附錄二：永續會計準則 SASB<br>指標對照表                   | 2025 年售出產品重量(鹽品)及生產設施場所數量。                | 臺鹽公司依據產品權重表所紀錄之產量噸數。                                     | 「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一第十項-售出產品重量、生產設施場所數量。<br>參照 SASB 準則之 FB-PF-000.A、FB-PF-000.B。 |



# TAIYEN

Sustainability Report

## 2025

