

新天地

NEW PALACE INTERNATIONAL CO.,LTD.

2015 企業社會責任報告書 Corporate Social Responsibility Report

幸福。新天地



新天地國際實業股份有限公司

目錄

CONTENTS

1	目錄
2	關於報告書
4	董事長的話
	第一章 新天地的故事
6	1.1 發展與概況
8	1.2 經營理念
9	1.3 服務與產品
10	1.4 營運績效
11	1.5 治理與風險
	第二章 利害關係人議合
17	2.1 利害關係人鑑別與溝通
19	2.2 重大議題識別與分析
23	2.3 管理方針揭露
	第三章 下一站。幸福新天地
24	3.1 美味與健康
29	3.2 顧客滿意與信賴
31	3.3 食材安全與供應商管理
32	3.4 人才培育
35	3.5 社區共融
	附錄
36	第三方確信聲明
39	全球永續性報告指標 GRI (Global Reporting Initiative) 對照表
43	GRI G4 食品加工產業行業補充指標
43	報告書作業辦法 - 食品業揭露準則對應指標

關於報告書

準則與依據

- 專業指引與原則 本報告書的內容架構依循全球報告倡議組織（GRI, Global Reporting Initiative）的永續性報告指南 G4 版之核心選項、食品加工行業類別補充指標（Food Processing Supplement）編製，並參酌臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」進行各面向的揭露。
- 數據來源與管理 本報告書之資料及數據係由總公司與台灣八家分店提供，由企業社會責任報告書編制小組彙整，並經行政程序審查確認符合本報告書之用途。其中，財務報告之會計資訊業經由勤業眾信聯合會計師事務所審查。
- 編輯覆核與定稿 本報告書由總經理室負責整體規劃，成立企業社會責任報告書編制小組彙整編輯初稿後，送交各相關單位依其業務與分工項目校閱及修訂，修訂後送各部門主管複核；複核後之修訂稿，再循行政審核程序送總經理與董事長核閱後定稿出版。

報告範疇

本報告書的內容涵蓋 2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日，新天地國際實業股份有限公司（以下簡稱：新天地）在台灣地區的總公司及八家分店之所有營運相關之活動與資料，不含台灣子公司及中國之轉投資公司。財務報表是依國際財務報導準則（International Financial Reporting Standards, IFRS）進行財務績效的揭露，財務報表數字以新台幣計算。

報告週期

本報告書是新天地於公司治理、經濟、環境及社會等永續面向，揭露其具體措施、績效表現以及未來規劃的展現；未來將每年定期發行並於官網中發佈。本報告書未有前期報告書所提供資訊進行重編與範圍出現顯著改變之情事。

- 現行發行版本：2016 年 12 月發行
- 下一發行版本：預定 2017 年 12 月發行

確信與查證

為展現新天地之營運資訊透明度，並提升與 GRI 永續性報告指南 G4 版之符合度，本報告書委任勤業眾信聯合會計師事務所依據確信準則公報第一號進行確信工作，以符合 GRI G4 核心選項 (core option) 及「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」之標準，並取得勤業眾信聯合會計師事務所出具確信聲明書。

聯絡資訊

您可於新天地官網 <http://www.newpalace.com.tw> 查詢本報告書相關資料，亦可下載本報告書，更歡迎您加入新天地粉絲團 <http://www.facebook.com/newpalace.com.tw>，隨時獲得最新訊息。

若您對本報告書有任何建議或疑問，竭誠歡迎您與我們連絡。聯絡方式如下：

新天地國際實業股份有限公司 總經理室
地址：台中市北屯區崇德五路 345 號 6 樓
電話：(04) 2247-5222
電子郵件：sharon@newpalace.com.tw
公司網址：<http://www.newpalace.com.tw>



董事長的話

致新天地餐飲集團的朋友們：

貨鮮、味美、價公道

七十年前，從五叉港梧棲小鎮四張竹桌的樸實小麵攤開始，創始人秉持「貨鮮、味美、價公道」的核心經營理念，堅持採用最新鮮的海鮮與食材，不斷學習與創新，端出一道道擲獲味蕾的美味料理，經歷海產店、海鮮餐廳階段，口碑相傳，如今發展為事業版圖擴及全台的多元宴會餐飲集團，新天地一步一腳印走來踏實且感恩，感謝一路上貴人的相助以及消費者的青睞與支持；尤其是新天地同仁夥伴的陪伴與貢獻，由於各位的努力付出與創意研發，新天地才有今日的成績，謝謝妳 / 你們！！

隨著消費者世代的轉換與外來飲食習慣的衝擊，未來新天地更努力朝向「料理精湛」、「服務親切」、「求新求變」、「全員共享」的四大理念，不斷地創意研發菜色與料理改良，以多元化的經營發展更加積極地回應各利害關係人對我們的期待，共創幸福的餐飲新天地，這也是新天地對社會的永續承諾及企業經營的存在價值。



健康與美味

隨著城市發展、飲食習慣與世代轉換的演進，餐飲業無不面臨消費者對用餐環境、多元口味與食安議題的挑戰，有鑒於此新天地從本業做起，扎實地實踐企業社會責任；首先，也是我們最重要的社會責任，就是為消費者的健康把關；新天地藉由供應鏈管理，嚴格要求食材新鮮與安全，且設有實驗室自主查驗與委外檢驗，雙管齊下為食安把關；在餐飲層面，以有形料理的創新及五星級服務水準與用餐氛圍，搭配無形「五覺」營運創意，經由歷代廚師的創意研發搭配在地食材將台灣美味演繹到精品料理的層次，讓享用美食昇華為生活的品味。

永續海洋

台灣四面環海，漁船婆娑，海洋資源豐富，然因全球氣候變遷的衝擊以及人為過度捕撈與海洋污染，漁業資源的枯萎是急迫的威脅，新天地發跡於海鮮餐飲事業，有感取之於環境，更應該回饋於環境的使命與責任，以海洋善治的觀點呼應聯合國「永續發展目標 (SDGs)」的海洋生態 (life below water) 項目，從本業做起，調整菜單逐年減量爭議性海鮮食材，如魚翅，以保育數量銳減的鯊魚，幫助牠們恢復至健康的數量；在健康與美味的料理以及取用海洋資源之間，取得均衡，替永續使用海洋資源盡一份心力，善盡企業公民責任，為我們的下一代留下更美好的環境與未來。

董事長

歐敏輝

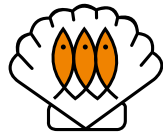


新天地的故事

1.1 發展與概況

新天地創始於 1945 年，從台中梧棲小鎮發跡，迄今已走過 70 個年頭，從一間只有四張竹桌賣麵、飯、小菜的小食堂，經日本著名觀光雜誌評選新天地為『全台十大美食餐廳』之一後，使得新天地名揚海內外，更於 2009 年成為兩岸三地第一家掛牌上市的餐飲集團，旗下擁有兩大品牌：新天地與雅悅會館。新天地自梧棲漁港發跡，創始人執著於海鮮品質、精緻料理及口味的改進，受到歷任總統蔣中正、蔣經國及各機關與政商大老的青睞，成為中部地區款待國賓與各界嘉賓的最佳場所，在業界「海鮮專家」之名也不脛而走，使其知名度由中部散佈到全台各地。目前新天地的營運據點散布北中南各大城市，包含台中梧棲創始店、台中東區店、台中崇德旗艦店、彰化員林店、雅悅松山館、雅悅南港館、雅悅台南館、雅悅高雄館等八家分店，為了提供消費者最舒適的宴會與用餐環境，各分店大手筆投資，其規模均達數千坪，在台灣餐飲界首屈一指。

公司簡介

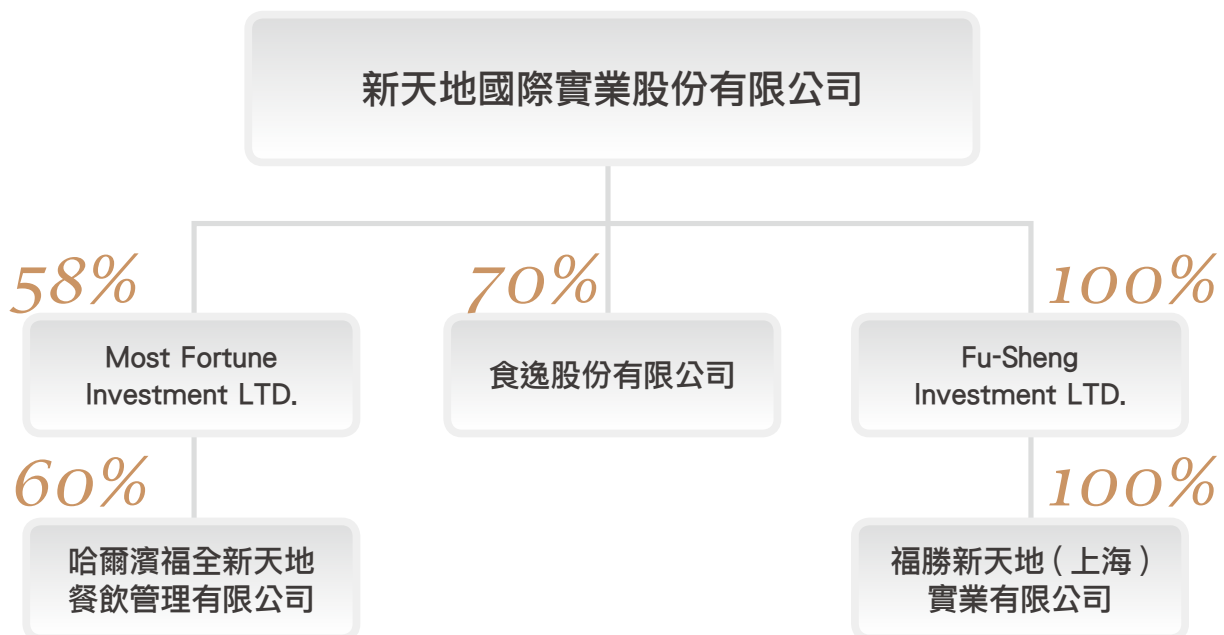


新天埤

NEW PALACE INTERNATIONAL CO.,LTD.

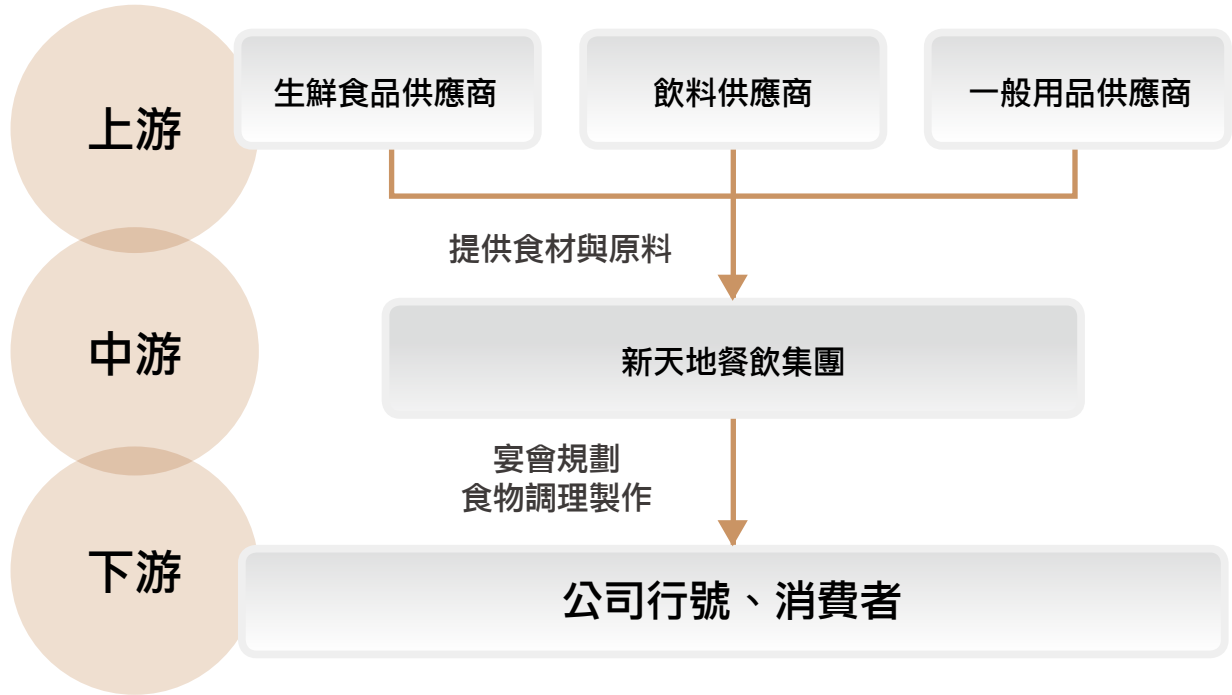
公司名稱	新天地國際實業股份有限公司
資本額	新台幣 6.75 億元
設立日期	1993/07/19
員工人數	494 名 (至 2015/12/31 止之員工人數)
董事長	歐敏輝
總部辦事處	台中市北屯區崇德五路 345 號 6 樓
營運據點	台北、台中、彰化、台南、高雄及中國共十家營業據點 (本次報告書範圍不含台灣子公司及中國之轉投資公司)
營業項目	婚宴會展、年終尾牙餐會及春酒宴會、商務與發表會議、外燴服務、海鮮小吃、自助百匯等餐飲項目

新天地集團的事業版圖，除了總公司在內的台灣八家分店以外，尚包含有轉投資食逸股份有限公司（台灣），以及於賽席爾投資 100% 股份設立 Fu-Sheng Investment LTD.，另轉投資福勝新天地（上海）實業有限公司 100%；香港地區則投資 Most Fortune Investment LTD. 58% 股份，再轉投資哈爾濱福全新天地餐飲管理有限公司 60% 股份。事業版圖與 2014 年度相同，未有異動，事業版圖，如下所示。



價值鏈

新天地主要經營項目為婚宴會展、商務會議 / 發表會、自助百匯等餐飲服務，以及冷凍商品外賣等，價值鏈的上游包括各項生鮮食蔬果食材、酒水飲料及一般用品的供應商，下游所販售與提供服務的對象則為公司行號與一般消費者。2015 年度採購交易對象逾 420 家供應商，交易品項超過千項，其中食材採購項目以海鮮肉類與蔬果為主占 89.46%，酒水飲料占 5.23%，一般用品耗材之供應占 5.31%：



1.2 經營理念

「貨鮮」、「味美」、「價公道」

新天地創始之初，創始人的經營理念單純而專一：「貨鮮」、「味美」、「價公道」，剛買回的海鮮立刻處理，不新鮮的海鮮食材一定丟棄，絕不心疼；創業過程中，在因緣際會之下，一位曾在日本留學的老主顧，傳授來自日本海鮮料理的方式，幾經料理研發與口味改良後，符合台灣人口味，深得人心。

核心價值觀：「料理精湛」、「服務親切」、「求新求變」、「全員共享」

使命：作為餐飲業界中，長期且值得信賴的料理與服務的提供者

願景：成為大中華地區第一餐飲集團

有鑑於消費者世代的轉換、外來飲食習慣的衝擊以及台灣人口結構的改變，餐飲市場與消費者口味劇烈變化，新天地不曾自滿於現狀，為了滿足各類型消費族群的期待與需求，不斷地創新研發菜色與口味改良，以滿足每一張挑剔的嘴，更朝多元化的經營型態發展，如歐 / 日式自助餐以及多國式精緻料理等美食領域，隨著營業規模的擴展，新天地採用企業化管理模式經營各分店，在此同時經營理念也與時俱進，如今已演進成「料理精湛」、「服務親切」、「求新求變」、「全員共享」等四大理念。經營理念一脈相承，一路走來新天地始終堅持給消費者最好的餐飲品質與美味料理，期盼以吸引更多餐飲業的各方菁英，共創屬於全員の餐飲幸福新天地。

1.3 服務與產品

新天地所營業務包含各類型餐飲宴席，主要商品（服務）項目包含：

- 宴會餐飲：提供宴會、筵席、套餐等餐飲料理。
- 自助餐飲：提供異國自助式餐飲料理。

年度 產品別	2013 年		2014 年		2015 年	
	營收淨額 (千元)	營業比重	營收淨額 (千元)	營業比重	營收淨額 (千元)	營業比重
宴會餐飲	925,537	94.14%	909,183	93.57%	1,056,959	95.65%
自助餐飲	57,580	5.86%	62,475	6.43%	48,078	4.35%
合計	983,117	100.00%	971,658	100.00%	1,105,037	100.00%

■ 新商品開發

- 多元化各國餐飲：中式宴會餐點、歐式百匯、日式和風料理、中西式外燴服務、海鮮小吃、精緻套餐等。
- 滿足節日喜慶美味料理：油飯。
- 有效活用營業週邊設施，以活動創造商機：推廣會議市場、產品發表會、經銷商會議、社團授證活動、畢業典禮、各類型教育訓練活動、工商協會集會，延伸創造出餐飲收入之外的商機。

新天地是兩岸三地第一家掛牌上市的餐飲公司，目前已發展為一大型連鎖餐廳集團，全台灣各地共有八處營業據點，分別位於台北市、台中市、彰化縣、台南市及高雄市等都會地區，總部位於餐飲競爭最為激烈的中部地區，主要之競爭對手為大型餐廳及五星級飯店之餐飲。營運上除承襲「貨鮮」、「味美」、「價公道」之精神外，更為因應步入新世代之市場生態、滿足消費者需求，經營模式已由原來傳統單純的海鮮餐廳，發展為中西合併之多元化大型餐飲服務事業，各分店除了提供美味餐飲之外，更擁有多功能的會議廳，提供商務會議與各項發表會議的市場需求；各分店內部佈置亦採取主題式設計並設置大型情境投影設施，提供各種宴會主題之情境投影，另設有海洋、貝類生物與歐洲文物的展示，以達寓教於樂之功效。

■ 服務與流程精進

除了開發餐飲產品與活用會所設備之外，新天地更積極針對宴會流程、餐飲料理及製作編撰標準作業程序書，強化組織功能、實施標準化、合理化，更全力培養專業人員，以期提升服務之專業水準。新天地無論是在菜色品質或人員之專業素養上，不斷提升改進，更主動瞭解消費者需求與市場結合，彈性訂定行銷策略滿足多變的市場，期望成為在餐飲業中的領頭羊。

1.4 營運績效

■ 財務績效

新天地過往三個會計年度的財務營運績效，平穩地維持在新台幣 10 億元的規模，2015 年度營收較 2014 年度成長新台幣 133,379 仟元，成長幅度達 13.72%，主要原因是新增雅悅南港館與雅悅台南館的貢獻。

年度	2013	2014	2015
雇用人數 (名)	474	478	494
淨營業額 (仟元)	983,117	971,658	1,105,037
依債務及權益細分之組織資本額 (仟元)	1,372,620	1,358,509	1,291,445
組織所提供之產品與服務數量 (人次)	1,106,562	1,072,715	1,113,227
台灣營運據點數量	7	8	8

其他財務績效數據，彙整如下表所示：

年度	2013		2014		2015	
	金額 (仟元)	比例	金額 (仟元)	比例	金額 (仟元)	比例
收入	983,117	100%	971,658	100%	1,105,037	100%
營運成本 (包含營業費用)	913,802	92.95%	935,643	96.29%	1,008,232	91.24%
員工薪資與福利	294,043	29.92%	316,908	32.62%	334,313	30.25%
支付投資人款項	67,491	6.87%	0	0	0	0.00%
支付政府的款項	49,324	5.02%	36,028	3.71%	39,273	3.55%
社區投資	443	0.05%	772	0.08%	613	0.06%

註一：上表中「支付政府的款項」之金額為財報中之所得稅、營業稅等支付數，「社區投資」之金額則為捐贈款帳列數。

註二：2015 年新天地申請中區職訓局雙軌訓練補助款 160,098 元。

註三：2014 年新天地財務資訊於 2015 年度適用新財務報告編製準則之規定重編，相關變動及規定請詳 2015 年度發布之財務報告書。

■ 經濟環境衝擊

因地球環境的變遷與人類對於海洋資源過度的捕撈，這幾年已明顯反應於原材料的價格上，成本提升勢必影響新天地之定價策略，自 2008 年結婚新制開始實施，成本提高而國民所得難以有效提升，且少子化之趨勢依舊持續，不可避免衝擊到婚宴的營收獲利。

新天地本於誠信原則與謹慎保守之行為準則，面對近年層出不窮的食安問題，仍保持如履薄冰之態度，對食材供應商擬定更嚴格要求，未來對採購部門之訓練亦將更要求其專業化之能力。

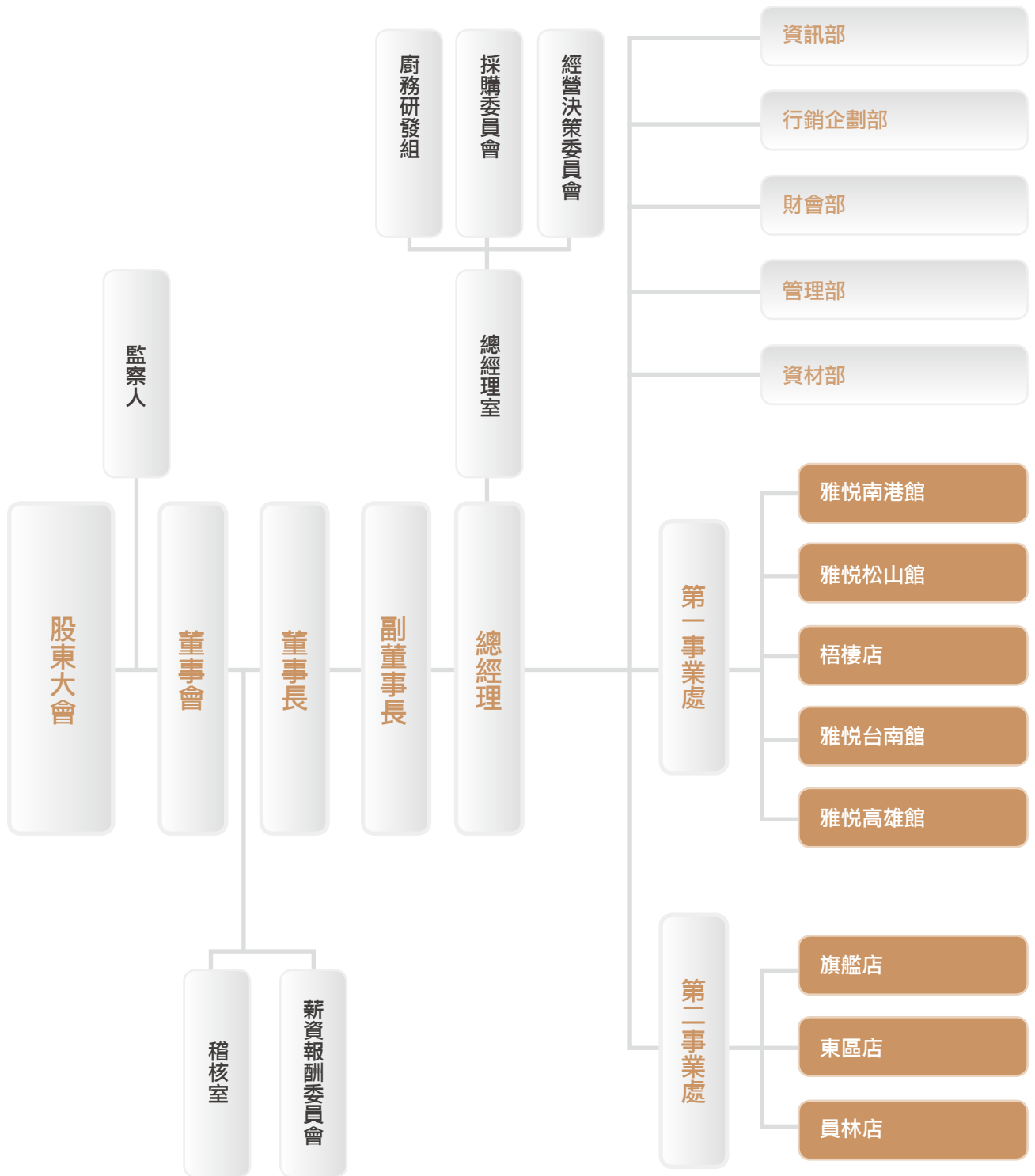
近年來服務業發展蓬勃，促使各大專院校紛紛成立相關科系因應經濟環境的變化，為培育人才新天地不但投入政府主導之雙軌教育訓練與產學合作計畫，且與周邊院校密切合作各項與市場相關之研究計畫，積極為餐飲服務業培育創新優異人才。其中，婚宴市場競爭日趨白熱，行銷服務則需更加專業化與多樣化，不再侷限於平面與媒體，傳統中式與各國婚宴儀式文化民俗的了解及運用，與掌握現場氛圍之宴會專業主持人，亦是未來銷售通路中不可缺少的角色。

1.5 治理與風險

■ 組織架構

新天地之股東會為公司最高權力機構，設有董事會為治理階層，負責治理公司經營與發展，董事會下有薪酬委員會與稽核室。總經理則為管理階層，其下共有兩個事業處及五個部級單位，均直接向總經理報告相關業務；此外，總經理室下設有廚務研發組、採購委員會及經營決策委員會，跨部門整合相關業務議題之討論與推動。

為了規劃與實踐新天地企業社會責任策略與相關作為，目前由總經理室負責整體規劃企業社會責任策略與行動方案，並建立企業社會責任報告書編制小組彙整編輯公司在經濟、環境及社會面等相關議題，每年定期編製企業社會責任報告書。



董事會與監察人

目前新天地董事會成員一共五人，分別是三位董事、兩位獨立董事與兩位監察人，股權結構中無政府之官方投資。董事會運作皆依據「董事會議事規則」辦理及執行，監察人亦會列席並參與意見討論，董事會議事內容、作業程序、議事錄、應載明事項、公告及其他應遵行事項，均依該規則規定辦理。另設有薪資報酬委員會，成員由兩位獨立董事曾杉源、黃翎芳及董豐榮先生擔任。董事會及監察人成員每年安排訓練課程持續進修，藉以增進最高治理單位對於公司治理、經濟、環境與社會相關議題的知識與最新議題，人員進修情形請參閱公司年報。

職稱	姓名	性別	主要學經歷
董事長	歐敏輝	男	東吳大學企管系畢 政治大學企業家班
副董事長	王玉雲	女	新天地資深副總
董事	歐氏投資(股)公司代表人 - 吳政和	男	台灣師範大學科技應用與人力資源發展學系博士班畢 靜宜大學觀光事業學系副教授
獨立董事	曾杉源	男	輔仁大學會計系畢 台灣銀行會計科科長
獨立董事	黃翎芳	男	政治大學法研所畢 欣揚法律事務所律師
監察人	喜沃投資(股)公司代表人 - 邱明媚	女	東海大學社會系畢 財訊快報社行銷企劃總經理
監察人	陳榮東	男	暨南大學財稅經濟所畢 東榮聯合會計師事務所所長 財政部稽核組稅務稽核

部門與工作職掌

新天地各部門之業務內容與工作職掌如下表所述；而宴會企劃部、廚務部及餐飲部則隸屬於各分店項下之獨立運作部門。

部門	所營業務
總經理室	<ol style="list-style-type: none"> 1. 協助訂定短中長期方針目標、與營運績效之分析 2. 市場資訊、經營環境投資機會之研究分析 3. 投資事業之研究分析及追蹤檢討 4. 國內外投資及展店業務拓展之立地調查及資料收集 5. 組織編制、人力資源發展策略 6. 菜色料理研發企劃之執行
稽核室	<ol style="list-style-type: none"> 1. 公司營運狀況之稽核、異常分析與改善建議 2. 提供管理當局改善意見等事宜
薪資報酬委員會	訂定並定期檢討董事、監察人及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構
資材部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 材料類採購之執行及分析 2. 市場資料之彙整分析 3. 價格管理與進度之跟催 4. 材料商品類驗收、領料作業之管理 5. 倉庫安全庫存之控制
管理部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 固定資產管理 2. 零星庶務、用品之管理和採購 3. 修繕與保養 4. 勞工安全衛生管理 5. 年度用人預算的會審 6. 人事招募任用考勤薪資作業 7. 教育訓練之規劃、執行與考核 8. 客訴處理追蹤與彙整 9. 顧客意見調查統計與分析
財會部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 財務規劃及管理 2. 股務作業 3. 工商稅務處理 4. 報表編制及帳務處理程序 5. 成本分析 6. 全公司預算作業之展開及彙編 7. 公司經營管理資訊之提供
行銷企劃部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 消費市場與同業競爭資料、收集與分析 2. 新事業體開發評估與規劃 3. 協助營業店之規劃佈置與執行 4. 經營型態之創新與銷售通路的研討 5. 新商品開發與銷售規劃 6. 異業結合之策略規劃與執行 7. 策略合作之代工廠商之開發與接洽 8. 企業網站及網購商品之管理 9. 網站行銷與會員經營
資訊部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 員工電腦化作業教育訓練 2. 資訊應用系統之建置發展及維護 (軟體面) 3. 資訊處理之規劃及管理 (硬體面)
宴會企劃部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 宴會訂席接洽處理 2. 婚宴流程規劃與安排 3. 婚禮司儀活動引導氣氛主持 4. 顧客滿意度調查追蹤
餐飲部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 營業場所安全、衛生之維護與管理 2. 顧客餐飲服務之提供 3. 行銷企劃之執行
廚務部	<ol style="list-style-type: none"> 1. 營業場所安全、衛生之維護與管理 2. 料理的製作與供應 3. 新料理之研發創新 4. 料理配方之維護

■ 風險管理

近年來國內餐飲產業的天際線起了重大變化，主要催化劑是公共交通建設與大型賣場。這些年來，高鐵、北宜高、捷運及快速道路等公共交通建設陸續啟用，微風廣場、京華城、101、新光三越 A8 館、新光三越天母店、京站、Bellavita、微風食尚、SOGO 復興館、天母 SOGO 及各量販店美食街也先後開幕，這些場所與週邊地區都給餐飲業者創造了全新舞台，對國內原有的店家生意自然產生了位移與稀釋效果。

未來餐飲業之發展，將朝著多元化的方向，結合觀光旅遊業，再配合地方性之觀光特點及節慶活動，才有足夠的生存空間。且隨著消費者多樣化的選擇和善變的特性，餐飲之走向，會朝複合式的經營或單項專業之經營來滿足市場之需求。除了料理特色外，營業場地之氣氛和服務之品質也是吸引消費大眾之重點之一。因此，連鎖餐廳或大型餐廳已經是明顯之企業化服務消費群趨勢，更是有資本密集之特性，至少在商圈店址之購置營業建築、餐飲設備、裝潢、資訊電腦之軟硬體均是耗費不貲，這是未來滿足消費服務不可避免之趨勢。

■ 有利因素

台灣國民生活品質及所得提高，且現代人忙於工作、家庭人口簡單，在追求高品質生活及方便性考量下，無暇烹調食物，至餐廳消費已成為都會生活的休閒模式；又工商企業活動日趨成熟，在富麗堂皇、音響燈光佈置優雅之場所舉行各類集會、產品發表、慶典活動蔚為潮流，新天地多功能宴會場所，適合各項需求，有利業績成長。

新天地良好的品牌形象，深獲消費者肯定，在中部地區已建立良好之商譽，且品牌形象深受消費者喜愛，在既有的品牌形象利基下，將有利於公司未來發展。

重大交通建設推動，加速中部地區經濟繁榮：自西濱快速道路（61 號快速道）延長至豐原及增建東西向快速道路通車（國道 4 號），將使「梧棲店」增加豐原、通宵、苑裡、和美、鹿港之來客數；另外中彰快速公路與台中外環 60 米大道連結完工後，「旗艦店」亦將擴大來自芬園、彰化、烏日地區之客源；「東區店」則在中二高通車後，可新增竹山、名間、南投之消費者。因此重大交通建設之開闢，不僅促進中部地區經濟繁榮，並且帶動當地觀光旅遊發展，對該各營業店餐飲服務之腹地範圍極具助益。

■ 不利因素及因應對策

隨著台灣經濟發展，社會價值觀念隨之改變，餐飲服務人員招募不易，使國內勞動成本逐年提高。新天地因應此一變化，重視員工自我成長，不定期舉辦專業技能訓練，以提昇人員素質，增進工作效率。建立標準化作業程序及職前教育訓練，以縮短學習曲線之時間及節省人力資源之浪費。規畫建立中央廚房制度，有效提昇餐飲提供速度、品質及倉儲管理績效，降低人力之生產成本，並設計主題式料理如御品宴鴨煲、御品土雞煲、XO 醬等，以料理包方式進行外賣，增加營業收入。健全員工福利制度與退休體制，推行員工認股分享公司營業利潤，派員參與出國考察，提昇員工視野，穩定優秀人才。

近年來大型業者紛紛投入市場，競爭日益激烈，有削價競爭之趨勢。新天地累積多年豐富料理經驗，素有「海鮮專家」美譽，未來將以領導品牌角色，加強與消費者間互動之機會和提供高附加價值之銷售服務，來營造良好之產業環境及形象，避免造成同業間惡性之削價競爭。隨著消費市場需求及流行趨勢，採用各項行銷企劃活動，以多元化的餐點服務為客群量身訂作，滿足不同消費市場的需求，以提高市場佔有率。

台灣社會生育率降低，結婚對數逐年減少，喜宴市場有萎縮之虞。因此拓展其他區域及中國都會區之新營業據點，將營業範圍擴大，可避免因單一地區喜宴市場過於飽和，且與同業削價惡性競爭，又可有效提升營收規模。另也著墨喜宴以外之筵席市場，爭取工商聚會、產品發表會、教育訓練、節慶活動等其他性質之餐飲訂單。

■ 氣候變遷之影響

新天地主要營業項目為海鮮料理，目前所提供餐飲服務均仰賴大自然提供的資源，故意識到氣候變遷對於環境帶來的衝擊。近幾年為符合國際趨勢及生態保育之觀念，較有爭議性之產品如魚翅均逐漸降低採購量，針對食材如蔬菜、肉品及海鮮類，新天地也會積極找尋替代供應商以因應供給量不足之情形。

■ 料理研發與技術提升

產品研發以健康、合乎消費者口味、滿足消費市場需求為主，配合潮流趨勢，由色（料理之外觀）、香（料理之味覺）、味（料理之口味）、器（料理之容器美感）、形（料理之裝飾、用餐之氣氛）著手吸引消費族群。同時定期對廚務人員進行料理教學，舉辦學、術科測驗，提升員工料理手藝及維持生產烹飪品質。另也不定期派遣可塑性高、表現優良之廚師參加國內外之料理食品展；或至市場調查消費趨勢；或調查同業料理品味，以供公司內部研發改善之參考。

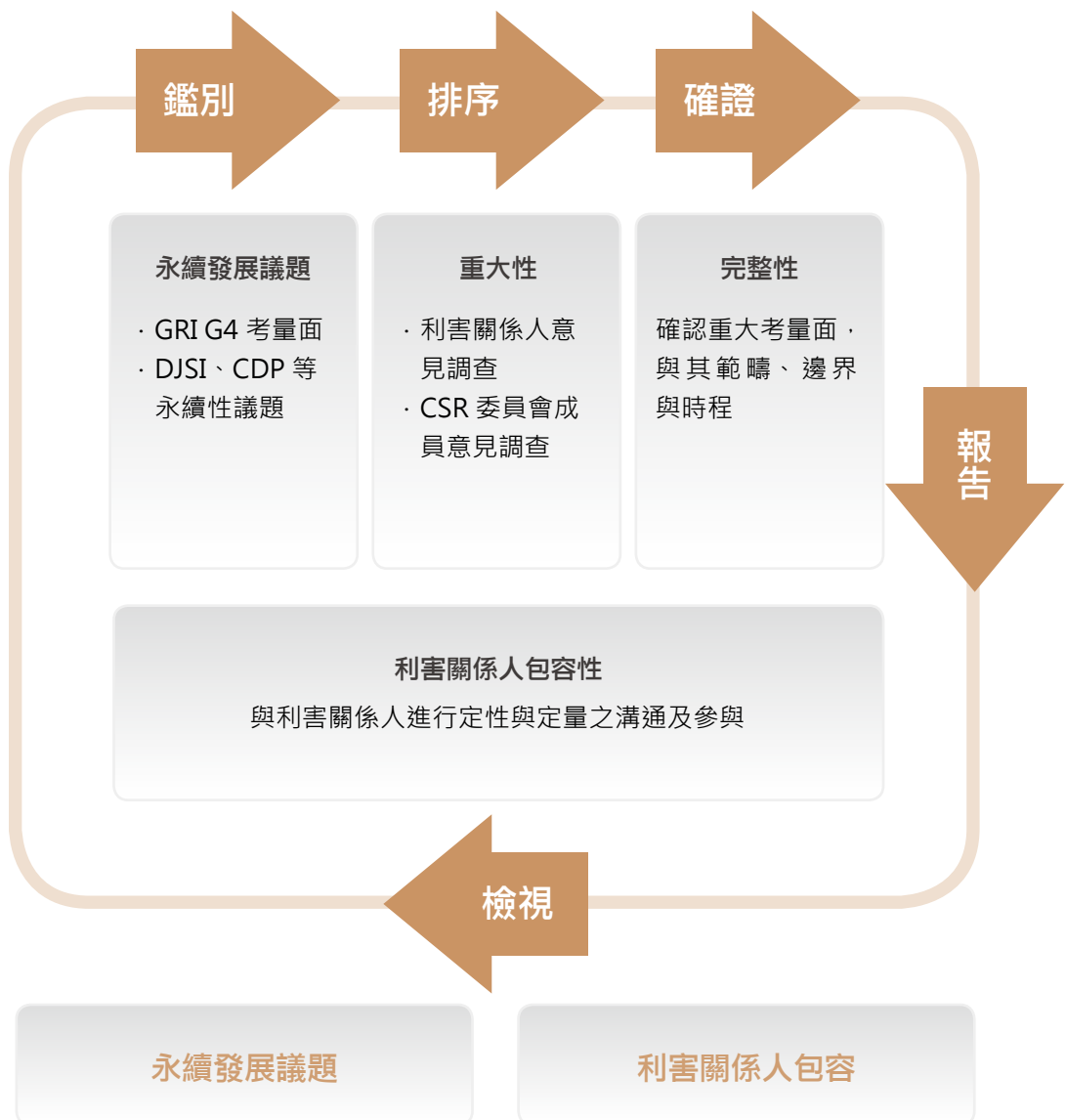
■ 長期策略發展目標

餐飲型態除繼續採「海鮮專家」定位外，另採「料理無國界」，積極研發料理與創意餐經營之新形態，以「精緻」、「健康」為訴求營造出吃得藝術和享受為目標，因此百匯與日式和風懷石料理朝多元化之各國精緻料理或機能性料理（如低糖、低熱量、低鹽有機材料之料理）開發。新天地秉持永續經營之理念，藉由不斷創新研發、擴展營業據點，使營運規模逐漸擴大，透過財務及大眾參與投資，以因應未來各項計畫。

2.1 利害關係人鑑別與溝通

新天地編製企業社會責任報告書之初是由各部門盤點各業務所對應之利害關係人，透過問卷統計調查進而鑑別出利害關係人，並發放關注議題問卷與之調查其關切之永續議題，作為確認報告書範圍、邊界及揭露考量面之依據，於內部審核程序完成且報告書編製完成後，將審核通過之內容交由外部第三方進行稽核，以確認報告書之編製係符合全球報告倡議組織（GRI, Global Reporting Initiative）的永續性報告指南 G4 版之報告書標準編製。

利害關係人鑑別與重大議題辨識流程，如下：



■ 利害關係人溝通

新天地除了透過年報、官網與 facebook 粉絲團，公開公司在公司治理與客戶服務的相關訊息之外，每年發行企業社會責任報告書，作為新天地在企業社會責任一項重要的溝通管道，除提供新天地在永續發展的相關資訊，亦希望藉由資訊流通的透明性、及時性、完整性，以回應利害關係人所關切的議題，作為意見回饋與持續改善的依據。

■ 利害關係人鑑別

2015 年企業社會責任報告書之起始，是經由透過問卷向各部門盤點與調查各業務內容所對應之利害關係人，再透過重大議題分析問卷，由各部門代表針對利害關係人與關注議題進行評分，確認利害關係人相關程度之優先順序以及所關注的議題順序。以下為經鑑別排序後之重大利害關係人與其關注議題、溝通方式與溝通頻率。

利害關係人	主要關注議題	溝通方式	溝通頻率
客戶	食品安全	官網客戶回饋服務	不定期
	服務品質及客戶滿意度	客戶滿意度調查	到店用餐時
	隱私保護及交易安全	電話及拜訪	不定期
員工	服務品質及客戶滿意度	員工大會 - 設立員工溝通管道	不定期
	薪酬福利及員工照顧	員工訓練 - 人事面談、約談	
	人才招聘與培育	績效考核 - 主管面談	定期
供應商	食品安全	舉行業務說明會及議價會議 進行現場稽核，確保符合新天地之要求	不定期 / 每年定期
	供應商管理		
	永續策略		
媒體	服務品質及客戶滿意度	活動需求宣傳 公開拜訪	不定期
	隱私保護及交易安全		
	營運績效		
非政府組織	食品安全	台中市烹飪商業同業公會 (參與公會的廚師持證衛生講習)	不定期
	服務品質及客戶滿意度		
	永續策略		
政府機關	食品安全	專案參與	不定期
	隱私保護及交易安全	配合主管機關監理及查核，提供相關資訊 配合遵循主管機關政策，參與相關會議	定期 / 不定期
	營運績效		
股東	食品安全	網路平台	每年定期 / 不定期
	服務品質及客戶滿意度	股東會	
	公司治理	董事會	
鄰近社區	食品安全	電話	不定期
	產品和服務	公園認養	
	環境保護及生態保育	公司網站	

2.2 重大議題識別與分析

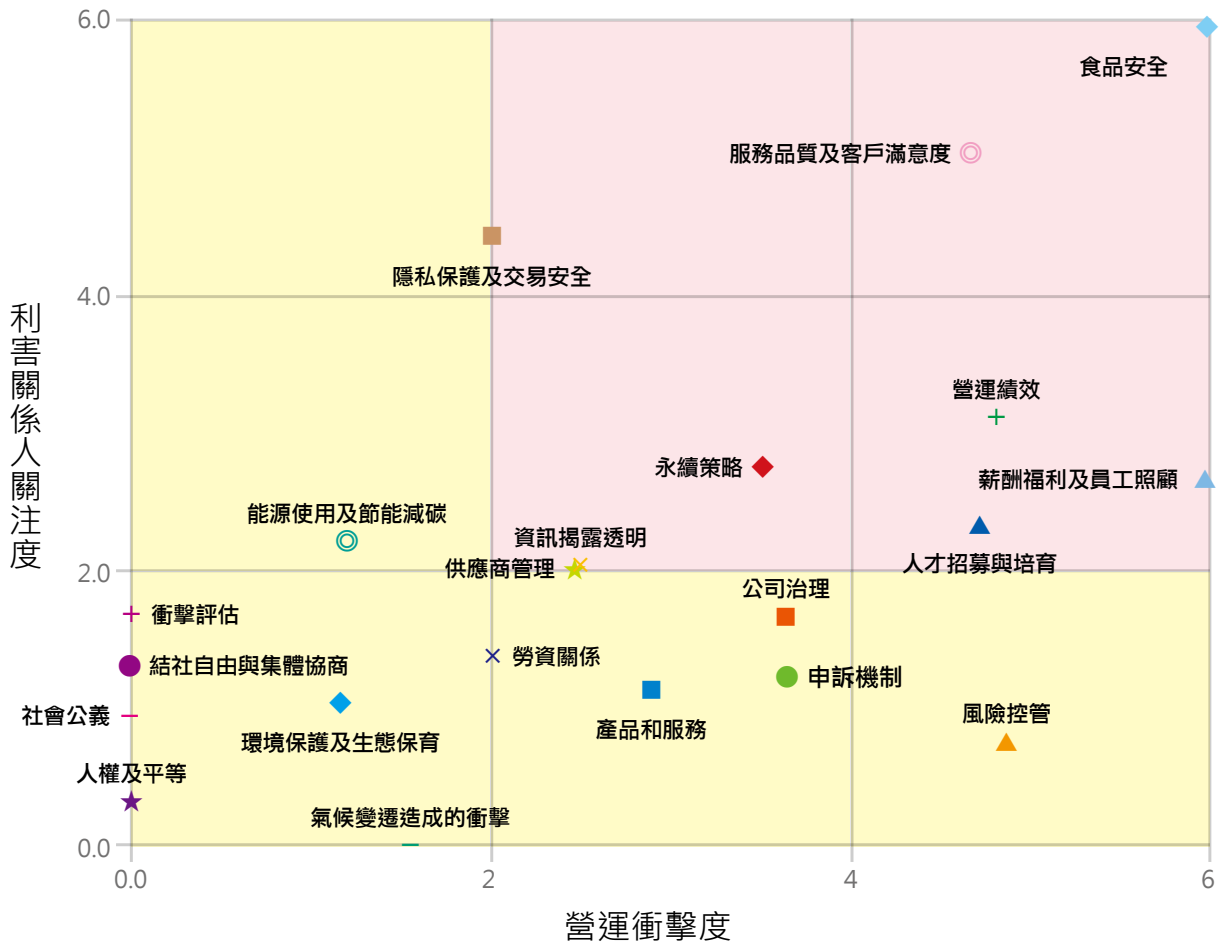
■ 利害關係人關注議題

針對前述之利害關係人鑑別結果，透過與利害關係人之問卷調查，蒐集了客戶、員工、政府機關、供應商、鄰近社區、媒體、非政府組織及股東等利害關係人有效問卷 167 份，進行後續之關注議題調查。根據問卷資料統計，利害關係人對於關注之議題如下：

利害關係人類別	重視議題
客戶	食品安全、服務品質及客戶滿意度、隱私保護及交易安全
員工	服務品質及客戶滿意度、薪酬福利及員工照顧、人才招募與培育
供應商	食品安全、供應商管理、永續策略
媒體	服務品質及客戶滿意度、營運績效、隱私保護及交易安全
非政府組織	食品安全、永續策略、服務品質及客戶滿意度
政府機關	食品安全、隱私保護及交易安全、營運績效
股東	公司治理、食品安全、服務品質及客戶滿意度
鄰近社區	食品安全、產品和服務、環境保護及生態保育

關注議題之重大性分析

新天地經由高階主管之衝擊議題評估與問卷調查結果，進行 GRI 差異分析和重大議題分析，彙總後提出 2015 年企業社會責任報告書之 10 項重大性議題。再依據新天地之營運衝擊程度與利害關係人關注程度，繪製出重大性矩陣圖。由矩陣圖得知，經濟面向的重大性議題為資訊揭露透明、營運績效、公司治理、隱私保護及交易安全、永續策略；社會面向的重大性議題為食品安全、服務品質及客戶滿意度、供應商管理、人才招募與培育、薪酬福利及員工照顧等。



- ◆ 永續策略
- 產品和服務
- 公司治理
- ▲ 人才招募與培育
- ▲ 風險控管
- ▲ 薪酬福利及員工照顧
- × 資訊揭露透明
- × 勞資關係
- ★ 供應商管理
- ★ 人權及平等
- 申訴機制
- 結社自由與集體協商
- + 營運績效
- + 衝擊評估
- 氣候變遷造成的營運衝擊
- 社會公義
- ◎ 能源使用及節能減碳
- ◎ 服務品質及客戶滿意度
- ◆ 環境保護及生態保育
- ◆ 食品安全
- 隱私保護及交易安全

重大性議題及其說明

議題	議題說明
食品安全	對於新天地在確保客戶健康與安全，相關產品風險與服務標示等的關心程度有多高。
服務品質及客戶滿意度	對於新天地在行銷溝通方式、服務品質提升、客戶關係維護的關心程度有多高。
薪酬福利及員工照顧	人員薪酬水準、福利與獎勵、關懷機制、機會平等與職業健康安全等。
營運績效	對於新天地營運經濟績效與投資盈虧、財務資訊、營運成本等資訊，以及營運過程中的間接經濟衝擊的關心程度有多高。
人才招募與培育	對於新天地所提供的就業機會、員工訓練、與職涯發展規劃協助等的關心程度有多高。
永續策略	對於新天地企業永續願景與策略發展，以及企業社會責任相關作為的關心程度有多高。
隱私保護及交易安全	對於新天地維護客戶隱私的方式與狀況，包括相關法規遵循狀況的關心程度有多高。
公司治理	對於新天地在股東權益、投資人關係、董事會職能、獨立性及專業度、行為準則之訂定及防弊、反貪瀆 規定與法令遵循等方面的關心程度有多高。
供應商管理	對於新天地在供應商與採購的政策與機制 (如供應商在地化、環境、社會、人權及申訴管道等) 的關心程度有多高。
資訊揭露透明	對於新天地資訊揭露之公開與透明化 (如公司營運概況、財務績效、業務策略之說明) 的關心程度有多高。

重大性考量面的邊界鑑別

新天地針對各項重大性議題，檢視其對公司內外部之衝擊，同時根據 GRI G4 指引、產業特性等考量因素，藉以界定其資訊揭露邊界，以回應利害關係人之關切。

2015 年報告書之資訊皆以台灣地區新天地總公司及台灣八家分店為基準，未包含中國之轉投資公司及台灣子公司食逸等與組織外之供應商、客戶或社區，下表為重大性議題與 GRI 考量面之對應，以及所選取之指標與對應章節。

GRI 構面	重大議題	重大議題說明	對應重大考量面	回應章節	組織外				
					新天地	客戶	供應商	媒體	股東
社會	食品安全	確保客戶之健康與安全，清楚之產品風險與服務標示等。	產品及服務標示 顧客的健康與安全	3.1 美味與健康 3.2 顧客滿意與信賴	●	●	●	●	●
社會	服務品質及客戶滿意度	行銷溝通方式、服務品質提升、客戶關係維護之狀況。	產品及服務標示 行銷溝通	3.1 美味與健康 3.2 顧客滿意與信賴	●	●	●	●	●
社會	薪酬福利及員工照顧	人員薪酬水準、福利與獎勵、關懷機制、機會平等與職業健康安全等。	勞雇關係 教育與訓練	3.4 人才培育	●	●	●	●	●
經濟	營運績效	營運經濟績效與投資盈虧、財務資訊、營運成本等資訊，以及營運過程中造成的間接經濟衝擊。	經濟績效	1.4 營運績效	●		●	●	●
社會	人才招募與培育	公司所提供的就業機會、員工訓練、與職涯發展規劃協助等。	勞雇關係 訓練與教育	3.4 人才培育	●	●	●	●	●
經濟環境	永續策略	企業永續願景與策略發展，與相關企業社會責任之作為及實踐。	策略與分析	1.1 發展與概況 1.3 服務與產品 1.5 治理與風險	●		●	●	●
社會	隱私保護及交易安全	公司維護客戶隱私與交易安全的方式與狀況，包括相關法規遵循狀況。	顧客隱私	附錄	●	●		●	●
經濟環境 社會	公司治理	股東權益、投資人關係、董事會職能、獨立性及專業度、行為準則之訂定及防弊、反貪瀆的規定、法令遵循等。	法規遵循 (社會) 法規遵循 (產品責任) 法規遵循 (環境)	3.1 美味與健康 附錄	●		●	●	●
環境 社會	供應商管理	供應商與採購的政策與機制，例如考量供應商的在地化、環境、社會、人權及申訴管道等。	採購實務	3.1 美味與健康	●		●	●	●
經濟	資訊揭露透明	公司資訊揭露之公開與透明化，如公司營運概況、財務績效、業務策略之說明。	鑑別重大考量面與邊界 利害關係人參與	2.1 利害關係人鑑別與溝通 2.2 重大議題識別與分析	●		●	●	●

2.3 管理方針揭露

利害關係人所關注一重大性議題與對應之 G4 考量面如下表所示，其所對應之管理方針 (DMA) 列示於後。

構面	重大性議題	考量面	管理方針
經濟	資訊揭露透明	鑑別重大考量面與邊界利害關係人參與	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期發佈財報與年報 ● 定期發佈企業社會責任報告書 ● 定期發佈最新消息於新天地官網及臉書粉絲頁「新天地餐飲集團」
	營運績效	經濟績效	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期將財務資訊於財報與年報中揭露，並置於官網及公開資訊觀測站
	公司治理	法規遵循 (社會) 法規遵循 (產品責任)	<ul style="list-style-type: none"> ● 一切相關行為皆遵循本國法規規定並實行之
	永續策略	策略與分析	<ul style="list-style-type: none"> ● 每年於策略會議中考量國內外市場趨勢及新天地競爭優勢，制定年度經濟績效目標
環境	公司治理	法規遵循 (環境)	<ul style="list-style-type: none"> ● 一切相關行為皆遵循本國法規規定並實行之
社會	食品安全	產品及服務標示 顧客的健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> ● 一切相關行為皆遵循相關食品安全衛生管理法規定並實行之 ● 新天地設有自主檢驗室，針對食材進行一般常規檢驗項目，讓顧客安心
	服務品質及客戶滿意度	產品及服務標示 行銷溝通	<ul style="list-style-type: none"> ● 顧客可透過多種如新天地官網之諮詢單、公司信箱和臉書提出意見回饋等管道與新天地聯繫，檢討並確保與客戶暨原廠間合作的順暢 ● 相關單位接獲客戶意見之後，會即時針對顧客之要求進行對應及研議後續處置措施
	薪酬福利及員工照顧	勞僱關係 教育與訓練	<ul style="list-style-type: none"> ● 遵循國內勞動相關法令與規範 ● 依據公司內控制度辦理訓練課程
	公司治理	法規遵循 (社會) 法規遵循 (產品責任)	<ul style="list-style-type: none"> ● 一切相關行為皆遵循本國法規規定並實行之
	供應商管理	採購實務	<ul style="list-style-type: none"> ● 遴選供應商必定要求其出具產品合法證明，針對各供應商採不定期稽核方式，同時特別針對供貨異常之供應商進行稽查
	人才招募與培育	勞僱關係 訓練與教育	<ul style="list-style-type: none"> ● 遵循國內勞動相關法令與規範 ● 依據公司內控制度辦理訓練課程
	隱私保護及交易安全	顧客隱私	<ul style="list-style-type: none"> ● 新天地回收的顧客意見調查表紙本上有顧客之聯絡資訊，因此新天地會將其放置於新天地內部倉儲空間 (需有專屬鑰匙才能進入)，視倉儲之空間再做統一銷毀動作。 ● 已建檔的顧客資料，行銷企劃部專人有存取權限統一保管。



下一站。 幸福新天地

3.1 美味與健康

■ 衛生與安全管理

新天地自 2012 年導入優良服務作業規範 (Good Service Practice, GSP)，GSP 是針對商業服務業關於經營管理、服務品質及顧客滿意等的認證制度。

本公司亦訂有作業場所及衛生稽核辦法，規範每日作業前之衛生自主檢查，區分為區域衛生環境、食材安全及人員管理等三大項目之 29 項檢核項目，以符合相關衛生法規所要求之檢核程序，確認環境與設備係符合衛生與安全標準。

2014 年因食安事件頻繁，管理階層要求，往後開始加強食品衛生安全稽核，每月衛生稽核表單繳回總公司彙整留存。各店主廚須指派衛生專責人員，偕同樓面主管每週進行作業場所之例行性衛生檢查，各項衛生稽核項目列入各店績效考核項目。

查核過程中，稽核單位對執行項目依項檢查是否符合，權責單位對所執行的項目，不符合者，納入當次改善事項，並追蹤當年度改善完成。針對從業人員、作業場所、設施衛生管理及品保制度之評估，百分百適用新天地所有提供之宴會餐飲與自助餐項目。

區域衛生維護管理	1	區域部門地面保持乾淨、無脫落積水	9	刀具、砧板、生熟時分類、標示顏色區分
	2	區域工作臺面、保持清潔	10	菜梯、貨梯、乾淨度
	3	區域置物層架、陳列整齊清潔	11	菜瓜布視污染清況汰換、禁用鐵球刷
	4	區域水槽、隨時清理	12	烹調區不得放置清潔用品、須標示儲放
	5	截油槽清理、水溝暢通不得有異味	13	垃圾桶一律須放垃圾袋、並覆蓋
	6	各樓層、油煙罩定期清洗	14	叉架車、板車、廚屬餐車、定期週清洗
	7	爐鼎調味區、陳列整齊、完膳後覆蓋	15	現場雜貨物料、擺放整齊、使用期限管控
	8	各部門附屬使用廚器、維護、清潔	16	各樓層現場碗盤維護清潔度
食材安全	1	部門冰箱每日檢查表	5	生鮮類處理過程 / 儲存方式
	2	區域冰箱、食材分類、清潔維護、管理	6	作業操作、原物料不得直接置放接觸地面
	3	食材保存套袋或加蓋、先進先出作業	7	乾倉物料、陳列標示、期限無過期
	4	大冷藏冷凍庫、分類陳列、物料存放標示	8	操作食材 配帶作業應屬手套
人員管理	1	個人服裝儀容整潔、符合規範	4	私人飲料、集中管理放置
	2	工作中嚴禁 抽菸、嚼檳榔、個人飲食	5	廚務作業人員不得配戴耳環手錶戒指等飾物
	3	個人物品不得帶入放置公共場所		

■ 廚房衛生管理

新天地各店皆設置廚房，提供最即時之料理以服務客戶。各店廚房環境定期接受各縣市政府衛生局嚴格檢驗，且設置衛生專責人員進行督導，一切生產過程以安全、衛生、整潔為主要原則。部分之半成品統一由中央廚房製作，經統計自行生產之品項約 20 項，製作、運送過程亦秉持高衛生標準要求。展望未來，期許廚房作業規範逐步規劃以符合 ISO 國際認證。而針對向貿易商進口之食材，不僅要求貿易商出示相關檢疫證明，更不定期進行自主檢驗確保消費者食的安全，2015 年度自主檢驗食材安全支出約 40,714 元。

■ 從業人員管理

新進從業人員應先經衛生醫療機構檢查合格後，始得聘僱。僱用後每年應主動辦理健康檢查乙次，從業人員應接受適當之教育訓練，使其執行能力符合生產、衛生及品質管理之要求。

新天地各分店從業人員皆須參與公司內部有關食品安全、衛生與品質管理之教育訓練課程，以改善食品衛生、職場安全與餐飲品質。除此之外，從業人員在從業期間也參與衛生主管機關或其認可之相關機構所辦的衛生講習或訓練，進而強化從業人員食品安全專業，提升本公司在食品安全制度執行效率及效果。

■ 食材之產品責任

新天地採購產品以政府 CAS (台灣優良農產品標示) 為採購標準，惟一般農產品難以立即獲得認證，但進口商品與冷凍商品皆要求廠商出示進口檢疫證明、屠宰證明或海關檢驗等相關證明文件，絕不採購來路不明的食材。新天地將鼓勵供應商取得相關認證或亦須於食藥署取得食品業登錄字號，抑或改向有認證之廠商進行交易。此外，進口食材部分，除了要求貿易商出示相關檢疫證明；新天地亦進行自主檢驗，確保消費者食的安全。目前新天地之採購產品符合 FSC 國際認可之產品責任標準，共計 458 仟元，佔總採購金額百分比為 0.13%。



■ 產品標示

新天地對外推出之冷凍年菜 (外賣商品)，均百分之百標示食用安全注意事項，以及營養成分標示。右表為冷凍年菜的營養標示範例。

營養標示		
每 100 公克	每 100 公克提供每日營養素攝取量基準質 * 之百分比	
熱量	127 大卡	6%
蛋白質	7 公克	12%
脂肪	10 公克	18%
飽和脂肪	6 公克	33%
反式脂肪酸	0 公克	0%
碳水化合物	1 公克	0%
鈉	153 毫克	6%

* 每日營養素攝取量之基準質：熱量 2000 大卡、蛋白質 60 公克、脂肪 55 公克、飽和脂肪 18 公克、碳水化合物 320 公克、鈉 2400 毫克

■ 在地採購

新天地秉持與在地共同發展為原則，同時也為減少食物碳足跡，生鮮產品均以各分館所在縣市之供應商作為採購優先選擇，部分冷凍商品與乾雜貨類則依循最佳品質原則進行採購。以新天地崇德旗艦店為例，該店 2015 年度交易對象共有 226 間，其中供應商所在地位於大台中地區達 134 間，約占該店整體採購金額 77%、外縣市供應商 92 間，占整體採購金額比例為 23%，新天地各分店皆秉持相同的採購原則進行採購。

■ 食材溯源

新天地目前尚未建立產品原料來源之追溯機制，但新天地採用 ERP 系統對於每一筆交易資料都有作紀錄，可即時找出當時進貨廠商與品項、數量，以作為品質異常時之追蹤處理。

經過食安事件之後，政府積極輔導食品業於食藥署網站登錄資料，新天地亦於 2015 年完成集團內旗下所有公司之登錄，以保障消費者食的安全，以下為部分登錄字號。

食品業登陸字號	餐飲場所規模	餐飲場所地址	電話號碼
A-184435578-00007-9	21-50 人	台北市南港區經貿二路 166 號 A 棟 3 樓	02-27887222
A-184435578-00006-8	6-20 人	台北市松山區八德路四段 138 號 10F、11F	02-37622222
B-184435578-00002-5	51-100 人	台中市北屯區崇德五路 345 號	04-22438222
B-184435578-00001-4	51-100 人	台中市東區旱溪東路 1 段 456 號 1 樓之 1、1 樓之 2、2、3 樓及地下一層	04-22475222
B-184435578-00003-6	21-50 人	台中市梧棲區大智路二段 400 號	04-26562222
N-184435578-00004-9	21-50 人	彰化縣員林鎮大同路一段 285 巷 18 號	04-8353822
D-184435578-00010-6	21-50 人	台南市東區中華東路 1 段 366 號 5 樓	06-2755222
E-184435578-00005-1	6-20 人	高雄市前鎮區中華五路 789 號 9 樓	07-9703222

■ 魚翅採購減量

依據 IUCN 國際組織（評估生物絕種危機的研究組織）的研究顯示發現近 30% 的鯊魚瀕臨絕種的危機，被捕撈的鯊魚物種中更有 80% 是滅絕的狀態。因此政府公告禁止違法採購之保育類動、植物，如爭議性產品之魚翅等，新天地為響應維護生物多樣性的呼應，逐年降低魚翅採購量，魚翅之採購金額自 2011 年達 2,123 萬（約佔年度總採購金額 5.47%），逐年調整菜單之設計，至 2015 年為止採購金額已降至 1,462 萬（約佔年度總採購金額 4.02%），五年內已減少約 31.13% 之採購金額，新天地將持續致力在菜單設計上減少魚翅類商品出現，同時尋求其他高品質食材替代魚翅類商品。

年度	魚翅採購總金額 (千元)	佔當年總採購金額比例
2011	21,230	5.47%
2012	18,300	5.75%
2013	13,760	3.98%
2014	13,050	3.59%
2015	14,621	4.02%

註：2014 年度魚翅採購量係統計自崇德旗艦店；自 2015 年起將總公司與全台八家分店之魚翅採購量納入統計，並同時更新過往五年度的魚翅採購統計量。

品保制度

新天地歷年來均積極參與官方、學術、民間團體等單位所舉辦之食安活動，同時彙集相關食品安全之資訊，未來將於適時評估導入建置食品安全平台，以及於內部發行食品安全資訊公告。採購之原物料除要求供應商需提供產品檢驗證明之外，新天地亦會不定期送交 SGS 檢驗，以及由內部實驗室做自主之管理檢驗。

自主檢查項目	週期
有毒或化學物質管理	不定期
器皿塗抹檢驗	每週一次
半成品 成品微生物檢驗	月 / 週
落菌數檢驗	月

檢驗實驗室

總公司設有自主檢驗室，負責檢測項目之藥劑及器材管理（器材包含殺菌釜、殺菌箱、培養箱）以及一般常規檢驗項目，檢驗項目包含：大腸桿菌、大腸桿菌群、生菌數等。2015 年之實驗室運作經費新台幣 82 仟元，約佔營收淨額之 0.01%。原物料之檢驗是委託給外部公正單位進行檢驗，委外檢驗項目包含：重金屬、藥物殘留等項目，2015 年度委外檢驗結果均合格，並取得檢驗證書，如下圖。此外，原料供應商另須出具檢驗證明及蔬果農藥殘留證明，供本公司查驗。



食安法規遵循

新天地應遵循食品安全衛生管理法及其子法，2015 年度台北雅悅違反食品安全衛生管理法第 15 條第 1 項第 8 款有效日期標示，罰款新台幣 6 萬，除此之外無其他違反食品安全衛生管理法及其子法之事件，亦無違反有關產品和服務的健康與安全法規和自願性準則的事件。

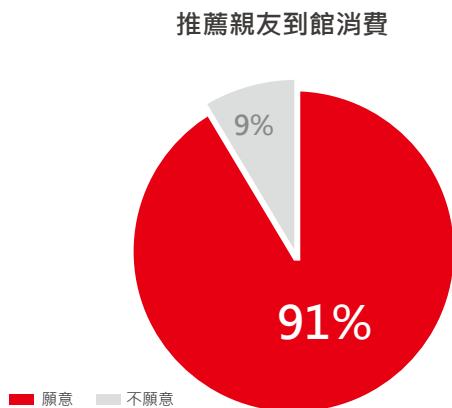
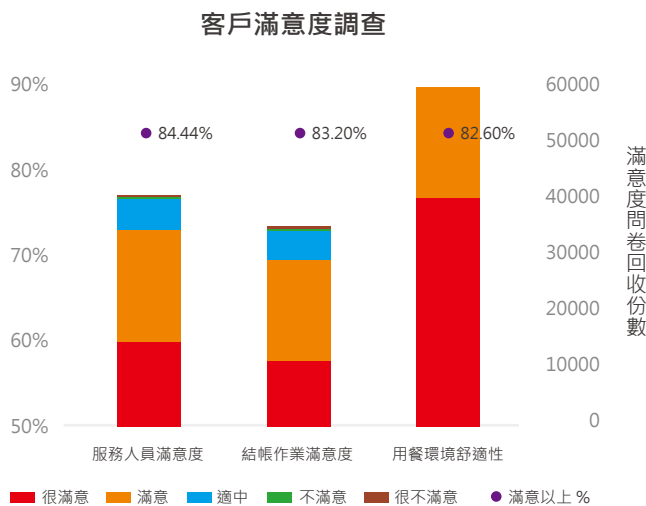
3.2 顧客滿意與信賴

新天地目前在台灣各館皆有進行顧客問卷調查之程序，主要調查項目以百匯自助餐之顧客為主，因喜宴及小吃類會因消費之餐廳不同，客群不同，而使調查結果有所差異。另考量店別、餐別之間卷內容有其特別之需求，所以由行銷企劃部建置「問卷系統」，以印製相關之顧客意見調查表，提供現場服務人員發送給顧客。

■ 客戶滿意度

各店之現場服務人員將已填好之問卷調查表統一寄回行銷企劃部，由行銷企劃部專人以系統讀卡功能進行分析與統計，最後再將客戶滿意度調查結果寄回各店，提供現場服務之改善依據。

2015 年之自助餐顧客問卷調查共回收 197,467 份問卷，經後續統計與分析之結果，對於服務人員、結帳作業與用餐環境之滿意度，皆高於 80%，其中又以服務人員之滿意度 84% 為最高，且雙雙高於 2014 年度滿意度，顯示新天地的服務持續獲得消費者信賴。而問卷中提問之是否願意推薦親友到館消費，願意之比例亦高達 91%，亦高於 2014 年度的比例。



新天地 顧客意見調查表

親愛且負責任的，我們十分重視您寶貴的意見，您的支持與協助是推動新天地的原動力。

基本情資

消費日期：____年____月____日 午餐 晚餐

1. 請問您對今日整體餐食的滿意度？

冷食沙拉類 特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

日式海鮮類 特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

現煮湯品類 特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

鐵板油炸類 特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

熱食現炒類 特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

清蒸鮮魚類 特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

甜點水果類 特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

滷水飲料類 特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

2. 請問您對用餐中服務人員整體表現滿意度？

特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

3. 請問您對於結帳作業整體表現滿意度？

特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

4. 請問您對今日用餐期間環境舒適性的滿意程度？

特優 佳等 適中 不滿意 很不滿意

5. 值得您讚美的服務專員是：_____

原因：_____

6. 您認為本館最吸引人的兩項特色是？(複選兩項)

餐點品質 料理變化 服務態度

氣氛聲造 價位合理 裝潢格局

交通便利

7. 請問今日用餐後，您會主動建議親友來本館嗎？

會 不會

您的寶貴意見是：_____

8. 請問您是否同意接到新天地寄發的活動訊息？

是 否

基本資料

姓名：_____ 男 女

年齡： 19歲以下 20-24歲 25-29歲

30-34歲 35-39歲 40-44歲

45-49歲 50歲以上

生日：____月____日 手機：_____

住址：_____

E-mail：_____

您同意本店以您所提供的個人資料作為相關業務推廣及資訊，與其並閱隱私權保護政策規範之使用方式

《誠謝店》



■ 個資保護

因應個資法之議題，已回收的顧客意見調查表上有顧客之聯絡資訊，因此進行統計分析完之紙本統一放置於新天地內部倉儲空間（需有專屬鑰匙才能進入），視倉儲之空間再做統一銷毀動作。此外，已建檔的顧客資料由行銷企劃部專人才有存取權限統一保管，紙本內勾選願意收到公司相關電子訊息者，新天地才會傳送活動電子訊息給該名顧客。

新天地 2015 年無相關因產品與服務的提供與使用、商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件而受罰，且包含廣告、促銷活動等相關事宜，亦無相關之違規事件產生。

■ 客戶意見回饋

新天地以服務消費者滿意為宗旨，故消費者的意見與回饋，是我們很大的進步來源，因此新天地透過下列管道與消費者進行溝通，傾聽消費者聲音

服務專線：0800-622 222

官網諮詢單：<http://www.newpalace.com.tw/reservation.asp>

專人服務信箱：newpalace1945@gmail.com

臉書社群：<http://www.facebook.com/newpalace.com.tw>

分店聯繫：各分店相關人員

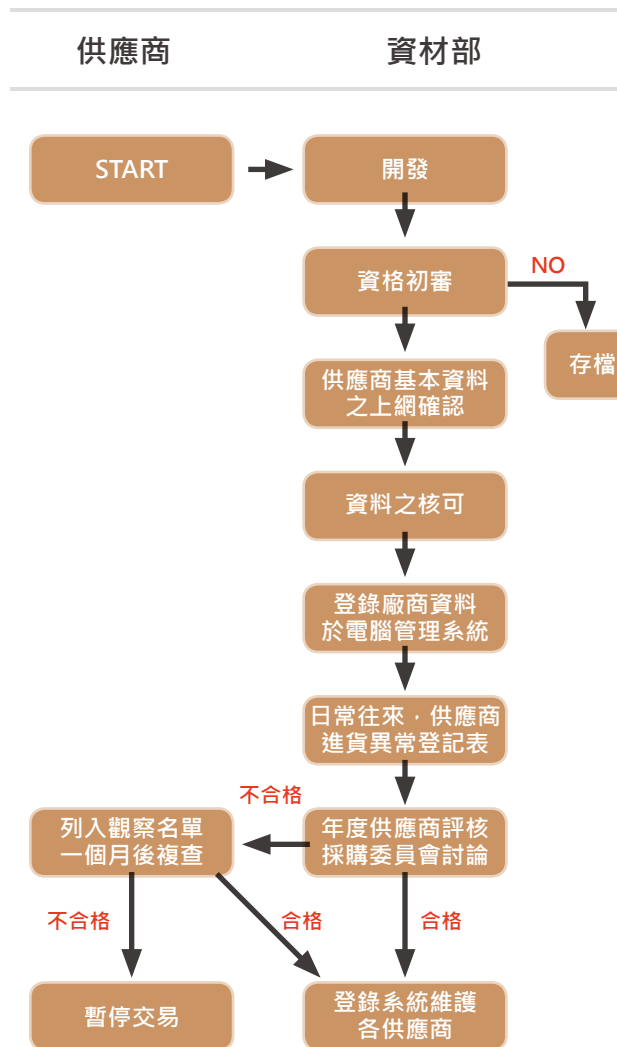
3.3 食材安全與供應商管理

■ 供應商評選及稽核

新天地採購政策以品質信譽、衛生安全、合法經營優先考量，遴選供應商必定要求其出具產品合法證明，針對各供應商採不定期稽核方式，同時特別針對供貨異常之供應商進行稽查動作，新天地設計兩種針對食品廠與一般食材供應商之評鑑表，並逐年更新稽核項目以符合顧客對食品安全的期盼。

供應商稽核紀錄表格，實施三等級的供應商評鑑制度，將供應商細分為合格、保留、不合格三個階級，以主要供應商為評鑑目標，2015 年度往來供應商共計 422 家，完成稽核家數 8 家，稽核比例 1.90%，稽核結果全數及格。

合格廠商評核流程圖



進一步統計 2015 年新天地交易對象達 422 家，通過 HACCP 或國際 ISO 認證達 22 家，交易金額達新台幣 4,520 餘萬，約佔全年度採購交易金額 12%。新天地選擇交易對象一向以產品之品質水準為主要考量依據，並符合本公司採購規定，擁有與新天地公司相同的正派經營理念，此外針對新供應商資格審查，遵循內部所制定之「供應商管理辦法」執行，審核通過後才會登錄於本公司電腦系統，本公司未來針對新供應商的資格審查也將納入是否通過國際認證作為優先選擇依據。惟行業特性，新天地往來對象多為貿易商或代理商，故未取得相關國際認證。

3.4 人才培育

■ 人力概況

截至 2015 年 12 月底為止，新天地正式員工總數共計 494 人，與過往三年正式員工總數相去不多，約莫 500 人的規模；其中，女性正式員工總數為 208 人（佔 42%），男性正式員工總數則為 286 人（佔 58%）；年齡方面，以 31~50 歲層級之員工比例最高，共有 223 人（45%）；主管性別比，女性主管之比例為 7%，男性主管之比例為 7%。

正式員工（依年齡別）

類別	女	男	小計
30 歲以下	86 (17%)	103 (21%)	189 (38%)
31~50 歲	83 (17%)	140 (28%)	223 (45%)
51 歲以上	39 (8%)	43 (9%)	82 (17%)
小計	208 (42%)	286 (58%)	494 (100%)

正式員工（依職級別）

類別	女	男	小計
主管	33 (7%)	35 (7%)	68 (14%)
非主管	175 (35%)	251 (51%)	426 (86%)
小計	208 (42%)	286 (58%)	494 (100%)

註：副理級以上為主管職。

各店之訂桌規模會因宴會內容浮動且有季節性差異，因應訂單需求，輔以臨時人力；此外，新天地亦參與政府的「雙軌訓練旗艦計畫」與「產學合作計畫」，整合新天地及大專院校與高職技職體系之人力資源，培訓學生在業界實習中積累工作經驗，實踐理論課程所學知識與技能，技術生每週至少實習 3 日、學校上課 2~3 日，降低學校教育之理論課程與職場實務技能的落差。另外，技術生除可享有學費之優惠補助外，每月由新天地提供生活津貼，以減輕經濟負擔。技術生於訓練期滿且成績合格者，除了，公司協助培育考取餐飲相關證照外，另可取得教育部授予之日間部畢業證書與勞動部勞動力發展署及事業單位共同核發之結訓證書。新天地於 2015 年度參與「雙軌訓練旗艦計畫」與「產學合作計畫」，約培訓 63 名技術生。

■ 新進與離職人力

新天地 2015 年新進正式人員共 193 人，其中女性人員 79 人（佔 41%）；男性人員 114 人（佔 59%），年齡則以 30 歲以下之 118 人（佔 61%）為主。2015 年之離職人員為 203 人，女性離職人員較低於男性，年齡方面則以 30 歲以下為離職多數。

新進員工

類別	女	男	小計
30 歲以下	54 (28%)	64 (33%)	118 (61%)
31~50 歲	20 (10%)	43 (22%)	63 (33%)
51 歲以上	5 (3%)	7 (4%)	12 (6%)
小計	79 (41%)	114 (59%)	193 (100%)

離職員工

類別	女	男	小計
30 歲以下	50 (25%)	63 (31%)	113 (56%)
31~50 歲	20 (10%)	50 (25%)	70 (34%)
51 歲以上	5 (2%)	15 (7%)	20 (10%)
小計	75 (37%)	128 (63%)	203 (100%)

員工福利

新天地所有人事行政恪遵勞動法令，各項人力資源規章制度皆以勞基法為基礎而訂定，依照法令修改而調整相關制度，除相關法令所保障之員工福利外，尚有其他如團體保險（含職業災害保險）、員購優惠、年度旅遊等福利，相關福利措施請詳見下表。

福利項目	福利內容	使用對象		
		正職員工	產學合作	雙軌合作技術生
基本福利	勞保、健保、勞退、團保、產假、育嬰留停、勞基法休假及特休	●	●	●
補助措施	三節禮品、免費制服、結婚、生育、購屋、子女結婚、奠儀、住院、入伍等職工福利各項補助津貼	●		
講座與課程	新進人員等各專業課程	●	●	●
健康檢查	員工健檢	●	●	●
其他優惠補助	員工本人用餐及婚宴享員工價、不定期發放餐券	●	●	●



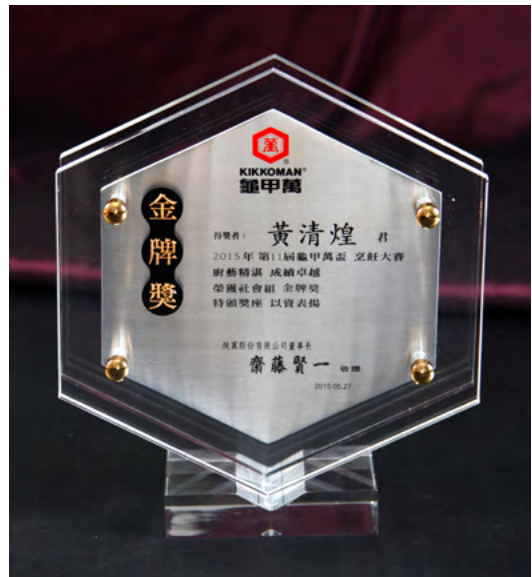
育嬰留停

2015 年申請育嬰留停的同仁較前一年多 50%，且已復職人員留存率為 75%。

年度	2013 年		2014 年		2015 年	
	女	男	女	男	女	男
申請人數	1	0	4	0	5	1
應復職人數 [A]	1	0	4	0	4	-
留停延續人數 [B]	-	-	-	-	-	-
已復職人數 [C]	0	0	1	-	3	-
復職率 [C/(A-B)]	0%	-	25%	-	75%	-
滿一年 [D]	-	-	1	-	-	-
留存率 [D/C]	-	-	100%	-	0%	-

教育訓練

新天地每年安排管理面之必修課程，規劃各館人員接受相關訓練，新進人員到職後，亦必須先進行新人訓練。2015 年已導入企業人才發展品質管理系統 (Taiwan Training Quality System, TTQS)，並取得證書，以目標導向之教育訓練機制，強化整體之專業技能及管理涵量。日後新天地將持續朝著公司內部專業人才的養成、持續推動 TTQS、提升訓練品質推動職能導向課程為目標。



績效考核

為達成公司營運計劃，與設定部門與個人目標，透過績效考核制度瞭解同仁整體工作績效，作為人員升遷、訓練發展、薪酬發放之依據，公司於每年定期進行全公司同仁之績效考核作業。此外，參酌客戶填寫之意見調查表，作為外部第三方之意見，更可獲得具體且客觀之資訊來源。

新天地依據各部門權責工作之差異性，設定不同之評核項目與評分比重，再搭配財務指標與主管加權評核部分，作為績效考核之最終成果，除副總以上之高階主管，以及新進未滿一個月之同仁外，皆須接受考核，2015 年之績效考核成果之人員數為 456 人。

3.5 社區共融

■ 認養公園

新天地自 2014 年開始認養台中市北屯區「三分埔公園」，三分埔公園座落於崇德旗艦店前，別名叫「公兼兒二公園」，占地 1.75 公頃，是一座都會空氣品質淨化公園，園內區分兒童遊憩區、大草地區、林木區與一般休憩區，種植阿勃勒、大花紫薇等樹種與花卉，公園中鋪設鐵軌枕木步道、兒童遊憩與戶外健身設備，兼顧不同年齡層的使用需求，是為鄰近社區居民闔家休閒娛樂的重要場所；新天地每週由崇德旗艦店的同仁至公園進行清掃工作，維持公園環境整潔，讓鄰近社區居民可以使用有乾淨、舒適的設備，為了所在社區的環境清潔與衛生，盡一份心力。



■ 社會關懷

新天地於 2015 年參加第五屆「台灣廚師節暨身心障礙者關懷園遊會」，結合全國大專院校青年廚師們的參與，現場新天地並設置攤位，提供美味佳餚服務，吸引身心障礙朋友們參與活動，得到社區關懷與溫暖，進一步扶助我們社會中弱勢朋友們的關係互動，使我們的社會凝聚愛與希望。



Deloitte.

勤業眾信

勤業眾信聯合會計師事務所
10596 台北市民生東路三段156號12樓

Deloitte & Touche
12th Floor, Hung Tai Financial Plaza
156 Min Sheng East Road, Sec. 3
Taipei 10596, Taiwan

Tel :+886 (2) 2545-9988
Fax:+886 (2) 4051-6888
www.deloitte.com.tw

會計師有限確信報告

新天地國際實業股份有限公司 公鑒：

新天地國際實業股份有限公司民國 104 年度企業社會責任報告書，業經本會計師針對所選定之標的資訊執行確信程序竣事，並出具有限確信報告。本次執行確信程序之標的資訊請詳附件一「確信項目彙總表」。

管理階層對企業社會責任報告書之責任

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企業社會責任報告書作業辦法」及全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布之第四代永續性報告指南、行業補充指南及依行業特性參採其他適用之準則編製企業社會責任報告書，且維持與編製企業社會責任報告書有關之必要控制，以確保企業社會責任報告書所列標的資訊未存有重大不實表達。

會計師對企業社會責任報告書執行確信程序之責任

本會計師係依照確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」，對上開企業社會責任報告書所選定之標的資訊（詳附件一）在所有重大方面是否依照第二段所述準則編製表示意見，並提出有限確信報告。相較於合理確信，有限確信案件所執行程序之性質及時間與適用合理確信案件不同，其範圍亦較小，因是取得之確信程度明顯低於合理確信。

本會計師係基於專業判斷規劃及執行確信程序，以獲取相關標的資訊之有限確信證據，且任何內部控制均受有先天限制，因此未必能查出所有業已存在之重大不實表達。本會計師執行確信程序包括：

- 取得及閱讀企業社會責任報告書；
- 訪談管理階層及相關人員，以瞭解公司編製企業社會責任報告書有關政策

及程序；

- 訪談相關人員了解所選定標的資訊產生之流程、內部控制及資訊系統；
- 分析及以抽查方式測試標的資訊相關文件及紀錄。

獨立性及品質管制遵循聲明

本會計師及所隸屬會計師事務所遵循會計師執業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。此外，本會計師所隸屬會計師事務所遵循審計準則公報第四十六號「會計師事務所之品質管制」，以維持完備之品質管制制度，包含與遵循執業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

確信結論

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現所選定之標的資訊在所有重大方面有未遵循其衡量基準暨臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」及全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）發布之第四代永續性報告指南、行業補充指南及依行業特性參採其他適用之準則之情事。

勤業眾信聯合會計師事務所
會計師 吳 世 宗

吳世宗



金融監督管理委員會核准文號
金管證審字第 1010028123 號

中 華 民 國 1 0 5 年 1 2 月 2 3 日

確信項目彙總表

編號	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」	指標敘述	對應章節	衡量基準
1.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第一目	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度方面進行之評估與改進及所影響之主要產品類別與百分比	美味與健康	針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度進行之評估與改進所影響之主要產品類別及百分比
2.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第二目	上市公司應遵循之食品安全衛生管理相關法規，及上市公司違反上述法規之事件類別與次數	美味與健康	違反食品安全衛生管理相關法規之裁罰次數及金額
3.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第三目	上市公司採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比	美味與健康	產品採購金額符合國際認可之產品責任標準者占整體採購金額百分比
4.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第四目	經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品百分比	未取得由第三方公正單位依國際食品安全標準驗證	經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比
5.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第五目	上市公司對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果	食材安全與供應商管理	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果
6.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第六目	上市公司依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有之百分比	美味與健康	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
7.	臺灣證券交易所「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第七目	上市公司依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果相關支出及其占營業收入淨額之百分比	美味與健康	食品安全實驗室及食品安全相關支出金額及其占自製產品銷售淨額之百分比

■ 全球永續性報告指標 GRI (Global Reporting Initiative) 對照表

一般標準揭露指標

V 完全揭露 △ 部分揭露

指標	說明	揭露情況	章節 / 說明	頁碼	備註
策略與分析					
G4-1	最高決策者對永續性議題與策略的聲明	V	董事長的話	4	
G4-2	組織的關鍵衝擊、風險及機會	V	1.5 治理與風險	11	
組織概述					
G4-3	組織名稱	V	1.1 發展與概況	6	
G4-4	主要品牌、產品與服務	V	1.3 服務與產品	9	
G4-5	組織總部所在位置	V	1.1 發展與概況	6	
G4-6	營運所在的國家數量及國家名	V	1.1 發展與概況	6	
G4-7	所有權的性質與法律形式	V	1.1 發展與概況	6	
G4-8	所提供服務的市場	V	1.3 服務與產品	9	
G4-9	組織規模	V	1.1 發展與概況	6	
G4-10	員工總數	V	1.1 發展與概況 3.4 人才培育	6 32	
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	V			104 年未成立工會
G4-12	組織的供應鏈	V	1.1 發展與概況	6	
G4-13	組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化	V			104 年未發生組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化
G4-14	組織是否具有因應之預警方針或原則	V	1.5 治理與風險	11	
G4-15	經組織簽署認可，而由外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	V			104 年未簽署外部所制定的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議
G4-16	參與的公協會和國家或國際性倡議組織的會員資格	V	2.1 利害關係人鑑別與溝通	17	
鑑別重大考量面與邊界					
G4-17	a. 組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體	V	關於報告書	2	
	b. 是否有在組織合併財務報表或等同文件中的實體未包含在此報告書	V	關於報告書	2	
G4-18	a. 界定報告內容和考量面邊界的流程	V	2.2 重大議題識別與分析	19	
	b. 組織如何依循「界定報告內容的原則」	V	2.2 重大議題識別與分析	19	

G4-19	所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	V	2.2 重大議題識別與分析	19	
G4-20	針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界	V	2.2 重大議題識別與分析	19	
G4-21	針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界	V	2.2 重大議題識別與分析	19	
G4-22	對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	V	關於報告書	2	
G4-23	和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	V	關於報告書	2	
利害關係人參與					
G4-24	進行議合的利害關係人群體	V	2.1 利害關係人鑑別與溝通	17	
G4-25	就所議合的利害關係人，說明鑑別與選擇的方法	V	2.1 利害關係人鑑別與溝通	17	
G4-26	與利害關係人議合的方式	V	2.1 利害關係人鑑別與溝通	17	
G4-27	經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應	V	2.1 利害關係人鑑別與溝通	17	
報告概況					
G4-28	所提供資訊的報告期間	V	關於報告書	2	
G4-29	上一次報告的日期	V	關於報告書	2	
G4-30	報告週期	V	關於報告書	2	
G4-31	可回答報告或內容相關問題的聯絡人	V	關於報告書	2	
G4-32	a. 選擇的「依循」選項	V	關於報告書	2	
	b. 針對所擇選項的 GRI 內容索引	V	關於報告書	2	
	c. 引述外部保證 / 確信報告	V	關於報告書	2	
G4-33	a. 尋求外部保證 / 確信的政策與現行做法	V	關於報告書	2	
	b. 若未在永續報告書附帶保證 / 確信報告，則需說明已提供的任何外部保證 / 確信的根據及範圍	V	關於報告書	2	
	c. 組織與保證 / 確信雙方之間的關係	V	關於報告書	2	
	d. 最高治理機構與管理階層是否參與尋求永續報告書外部認證的程序	V	關於報告書	2	
治理					
G4-34	組織的治理結構，包括最高治理機構的委員會	V	1.5 治理與風險	11	
道德與誠信					
G4-56	組織之價值、原則、標準和行為規範	V	1.5 治理與風險	11	

■ 特定標準揭露指標

經濟績效指標					
指標	說明	揭露情況	章節 / 說明	頁碼	備註
經濟績效					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	
G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	V	1.4 營運績效	10	
G4-EC3	組織確定福利計畫義務的涵蓋範圍	V	1.4 營運績效	10	
G4-EC4	自政府取得之財務補助	V	1.4 營運績效	10	
採購實務					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	
G4-EC9	於重要營運據點，採購支來自當地供應商之的比例	V	3.1 美味與健康	24	
環境績效指標					
指標	說明	揭露情況	章節 / 說明	頁碼	備註
經濟績效					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	
G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	V			104 年並未有因違反環境法律和法規被處巨額罰款之事件
社會績效指標					
指標	說明	揭露情況	章節 / 說明	頁碼	備註
勞動條件與尊嚴勞動					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	
G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工總數及比例	V	3.4 人才培育	32	
G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工的福利	V	3.4 人才培育	32	
G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	V	3.4 人才培育	32	
訓練與教育					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	

G4-LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職業發展檢視的員工比例	V	3.4 人才培育	32	
法規遵循 (社會)					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	
G4-SO8	違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	V	3.1 美味與健康	24	
顧客的健康與安全					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	
G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	V	3.1 美味與健康	24	
產品及服務標示					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	
G4-PR3	依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別百分比	V	3.1 美味與健康	24	
G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範的事件數量	V	3.1 美味與健康	24	
G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	V	3.2 顧客滿意與信賴	29	
行銷溝通					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	
G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	V	3.1 美味與健康	24	
G4-PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣 (包括廣告、推銷及贊助) 的法規及自願性準則的事件總數	V			104 年未有違反有關行銷推廣 (包括廣告、推銷及贊助) 的法規及自願性準則的事件
顧客隱私					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	
G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	V			104 年未有因顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴
法規遵循 (產品責任)					
G4-DMA	管理方針揭露	V	2.3 管理方針揭露	23	
G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	V			104 年未有因產品與服務的提供與使用而違反法律的事件

GRI G4 食品加工業之行業補充指標

V 完全揭露 △ 部分揭露

指標	說明	揭露情況	章節 / 說明	頁碼	備註
FP01	遵循公司採購政策之供應商的採購量比例。	V			104 年所有供應商皆遵循公司採購政策與內控制度
FP02	依據標準別，說明採購具可信度或國際標準認證之產品採購量百分比。	V	3.1 美味與健康	24	
FP03	依據營運據點國家別，說明歸因於勞資糾紛、罷工或停工之工時損失的百分比。	V			104 年新天地並未發生勞資糾紛、罷工或停工等事件
FP05	全公司生產量中，經由第三方公正單位依國際食品安全標準驗證的生產量佔比	V			本公司未取得由第三方公正單位依國際食品安全標準驗證

報告書作業辦法 - 食品業補充揭露對應指標

V 完全揭露 △ 部分揭露

指標	說明	揭露情況	章節 / 說明	頁碼	備註
食 -1	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度方面進行之評估與改進及所影響之主要產品類別與百分比。	V	3.1 美味與健康	24	
食 -2	上市公司應遵循之食品安全衛生管理相關法規，及上市公司違反上述法規之事件類別與次數。	V	3.1 美味與健康	24	
食 -3	上市公司採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比。	V	3.1 美味與健康	24	
食 -4	經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。	V			本公司未取得由第三方公正單位依國際食品安全標準驗證
食 -5	上市公司對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	V	3.3 食材安全與供應商管理	31	
食 -6	上市公司依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品占所有產品之百分比。	V	3.1 美味與健康	24	
食 -7	上市公司依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試項目、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比。	V	3.1 美味與健康	24	

幸福。新天地

<http://www.newpalace.com.tw/>