



2025

金色三麥餐飲集團

永續報告書

Sustainability Report

金色三麥
7757

CONTENTS

目錄

關於報告書 — 2

報告書涵蓋期間與邊界
報告書編撰依據
報告書內部審查
報告書外部驗證
報告書資訊重編

經營者的話 — 4

CH1. 公司簡介 — 5

- 1.1 關於金色三麥 6
- 1.2 永續里程碑 11

CH2. 永續管理 — 14

- 2.1 穩健的公司治理與內控機制 15
- 2.2 永續發展政策與願景 18
- 2.3 利害關係人議合與價值鏈 19
- 2.4 重大主題鑑別與管理方針 23

CH3. 穩健治理與永續韌性 33

- 3.1 永續治理與多元董事會 34
- 3.2 財務結構與永續價值分配 40
- 3.3 合規防線與環境應變韌性 43
- 3.4 誠信文化與獨立檢舉機制 46
- 3.5 功能性委員會運作與風險整合 48

CH4. 食安管理與顧客經營 54

- 4.1 食品安全、環境管理與產品品質管理 55
- 4.2 產品創新與顧客價值 76
- 4.3 供應商管理 88

CH5. 人才發展與人本關懷 — 92

- 5.1 多元平等與人權保障 93
- 5.2 人才招聘、全方位培育與留才策略 98
- 5.3 職業健康與同仁安全 107
- 5.4 社會關懷與公益活動 117

CH6. 環境友善 — 119

- 6.1 能源管理 120
- 6.2 氣候變遷與溫室氣體管理 126
- 6.3 水資源與廢棄物管理 133

附錄 — 138

- GRI準則索引表 139
- SASB永續會計準則索引表 146
- 「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」 148
- 附表一之一永續揭露指標索引表
- 「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」 152
- 附表二上櫃公司氣候相關資訊
- 會計師確信報告 154
- 中／英文專有名詞對照表 158

關於本報告書 (GRI 2-2、2-3、2-4、2-5)

報告書涵蓋期間與邊界

金色三麥餐飲股份有限公司於2026年8月首次發行永續報告書(未來每年度將定期發行)，揭露2025年度(2025年1月1日至2025年12月31日)之財務與非財務資訊，包含：重大主題、管理方針、績效表現、價值鏈管理及環境與社會相關作為；為求報導資訊之完整性，部分章節內容會涵蓋2026年1月1日以後之資訊，將於該章節附註說明。

本報告書報導邊界以臺灣營運地區為主，報導範疇涵蓋編列於合併財務報表之所有子公司，包含如下：

	公司名稱	公司地址	主要營業項目
母 公 司	金色三麥 餐飲股份有限公司	新北市三重區新北大道2段260號	餐飲銷售
子 公 司	龍昇釀造 股份有限公司	新北市三重區重光街1號	啤酒製造及銷售
	睿欣餐飲 股份有限公司	新北市三重區新北大道2段260號	餐飲銷售
	柏睿餐飲 股份有限公司	新北市三重區新北大道2段260號	餐飲銷售

本報告書提及之「金色三麥」即代表涵蓋上述報導範疇之業務實體；如個別議題僅適用特定子公司，將於內文明確註明。

報告書編撰依據

本報告書依據「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」、2021版GRI 準則(GRI Standards)進行編撰，並於附錄提供GRI內容索引。書中亦另揭露美國永續會計準則委員會(SASB)所發布之餐飲業、含酒精飲料永續會計準則指標，以及國際金融穩定委員會(FSB)氣候相關財務揭露建議(TCFD)資訊。另外，亦依循「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第4條之1附表二說明氣候相關資訊，詳請參閱附錄。

報告書內部審查

金色三麥永續發展推動小組作為主要執行單位，負責永續報告書之資料彙整與編撰，統籌環境保護、社會責任及公司治理三大面向，並由各部門主管共同檢視各章節內容之完整性與正確性。

執行單位聯絡方式

如您對本報告書內容有任何建議，歡迎與金色三麥永續發展推動小組聯繫。

聯絡單位：永續發展推動小組

總部地址：新北市三重區新北大道2段260號

聯絡電話：(02) 7716-7757

電子郵件：ir@lebledor.com

公司網址：<https://www.sunmaigroup.com/>

本報告書以董事會作為最高監督單位，負責審視永續發展策略、ESG績效目標及年度執行成果，並於2026年8月13日第六屆第十二次董事會經討論後審議通過。

報告書外部驗證

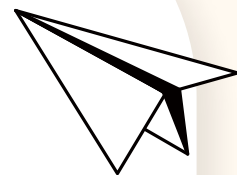
本報告書委託獨立第三方之國富浩華聯合會計師事務所(Crowe)按照中華民國會計研究發展基金會所發布確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」針對選定指標執行有限確信(limited assurance)確信報告請參見附錄。

報告書資訊重編

本報告書為首次發行，故無過往報導期間資訊重編之情事。

經營者的話 (GRI 2-22)

喝見台灣，釀出更好的未來

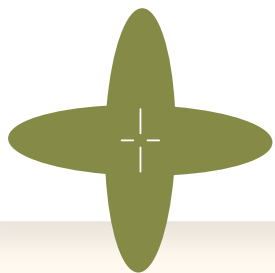


2025年，金色三麥餐飲股份有限公司正式上櫃，立下台灣精釀啤酒里程碑，也是我們承先啟後的重要年份。這是資本市場對金色三麥自2004年經營至今的肯定，然而面對全球淨零轉型、消費型態改變、餐飲產業缺工挑戰，以及市場對企業永續治理的高度期待，也代表我們在公司治理、資訊透明、風險管理與永續經營，必須邁向更高標準；對我們而言，上櫃是承擔更多責任的開始。

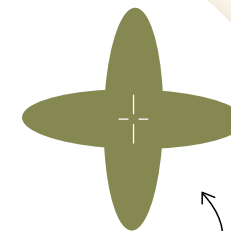
金色三麥以「餐、酒雙引擎」作為發展核心策略，從精釀啤酒出發，延伸至餐飲服務、品牌空間與生活體驗，讓酒與餐不只是餐桌與酒杯上的享受，更是人與人之間交流連結的重要媒介。

我們以「喝見台灣」為主張，將台灣的風土、農產特色與職人精神，轉化為能被世界理解的風味語言，讓每一次舉杯、用餐，都成為看見台灣的方式；多年來持續以在地農產、水果、茶葉與特色原料進行產品創新，獲得全球前五大國際啤酒賽事冠軍。從以茶釀酒、無酒精飲品，到「永續吐司啤酒」、支持花蓮果農的「阿強西瓜調酒」、「石虎友善柑橘啤酒」等 ESG 產品開發。同時，也從「餐」的角度深化永續與文化連結；推出「蔬食之友」資格，研發蔬食餐點比例提升至整體菜單約三分之一，倡議蔬食、呼應永續生活；與兩大超商7-11、全家合作，將金色三麥餐廳的經典菜色轉化為日常即食商品，擴大品牌影響力；結合展店與地方文化，開發具有城市記憶的限定料理，例如台南地區結合棺材板與美式秋葵濃湯、蝦仁飯以西式燉飯的形式推出，讓餐點成為地方文化的延續。「餐酒雙引擎」持續創新的實踐，將市場趨勢、在地共好與循環經濟真正融入研發核心。

在品牌布局上，我們持續拓展不同生活場景中的歡聚體驗，並逐步拓展進軍中南部餐飲市場。金色三麥酒窖店重新開幕，導入「AI侍酒師」感受科技同步的飲酒樂趣；台南誠品店正式開幕，貫徹「連鎖不複製」的品牌DNA，全新「太空艙」概念打造沉浸式宇宙感體驗；SPORTS NATION 小北門店開幕，則以「運動 × 娛樂 × 餐飲 × 科技」為台南地區重新定義新世代的社交場域。我們持續推動數位轉型，從智慧取酒牆到全台首創的電子酒精交易所，透過科技優化服務流程與營運效率，實踐「Less servers, better experience」的經營思維。這項創新模式不僅有專利登記，今年也榮獲《食力》雜誌「食創獎」肯定，成為餐飲產業數位轉型的重要代表。2025年集團會員數突破85萬人，並持續朝全通路 OMO整合邁進，透過數據驅動營運效率與顧客體驗升級。



經營者的話



在環境面 (Environmental) 上，我們持續從產地到餐桌，建構完整的永續價值鏈。食材供應透過在地採購、友善農業合作、永續食材導入與麥芽粕循環再利用，降低資源浪費並延伸產品價值，連續兩年獲頒經濟部Buying Power採購獎；中央廚房、生鮮鏈中心與酒廠則透過製程優化與食品安全管理，提升效率並降低環境負荷，金色三麥餐廳依舊自我要求持續維持HACCP的檢核。

在社會面 (Social) 上，我們相信企業成長必須與員工、消費者及社會共同前進。2025 年持續推動多元、平等與共融的職場文化，女性高階經理人占比達 82 %、身心障礙者聘用比例超過法定人數的4倍，獲新北勞工局頒發「新北暖心楷模」獎項。透過「高發展、高關懷」的人才培育目標，建立更具吸引力與成長性的職場環境。從人才培育、職業安全衛生，到公益合作、弱勢關懷，我們持續將企業影響力轉化為社會正向循環。

在治理面 (Governance) 上，我們持續強化董事會治理機制與風險管理制度，將食品安全、職業安全、供應鏈管理與法規遵循納入日常營運核心。從 ISO22000、HACCP管理系統，到酒類標示、責任飲酒行銷與顧客溝通機制，我們相信，唯有制度化管理，才能真正建立企業長期穩健發展的基礎。

展望未來，金色三麥將持續以穩健治理為基礎，以創新驅動成長，以永續深化品牌價值，朝向亞洲具代表性的餐酒生活品牌邁進。我們相信，企業存在的價值，不只是創造營收，更是透過每一次選擇，為產業、為社會，也為下一個世代，釀出更好的未來。



金色三麥餐飲集團
董事長 葉冠廷



Chapter

01

公司簡介



1.1 關於金色三麥

1.2 永續里程碑

1.1 關於金色三麥

多元品牌之永續實踐(GRI 2-1)

金色三麥餐飲股份有限公司(TPEX:7757)創立於2004年，為台灣民營精釀啤酒與連鎖餐飲經營之先驅。秉持「誠實、利他、分享」之核心企業價值以「餐、酒雙引擎」為營運核心策略，全面接軌國際標準。旗下擁有兩座啤酒生產基地，以及生鮮鏈中心、烘焙廠各一座，皆通過ISO 22000與HACCP國際驗證，建構產銷整合之完整永續價值鏈。

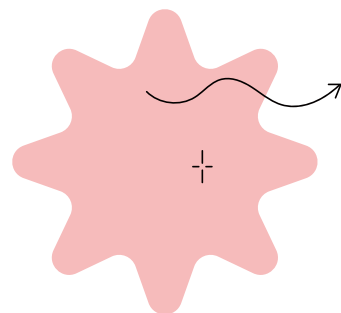
金色三麥為台灣自有品牌，旗下皆為自創品牌，有6個餐廳品牌、2個酒類品牌、1個糕點品牌，全品牌總共35家餐酒門市、4家甜點專賣店，餐廳類型囊括美式、西式、中式與日式美食街等；酒類銷售囊括餐廳、超商、量販店、百貨超市等，類型多元且產品豐富並占據各大銷售通路優勢。

股票上櫃日期：2025年10月20日

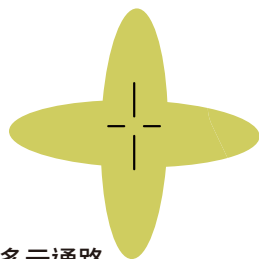
實收資本額：241,000,000元

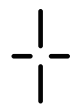
總部位置：新北市三重區頂坎里新北大道二段260號

營運據點：全品牌35家餐酒門市、4家甜點專賣店，計39家多元通路



7757





金色三麥 大事紀



從精釀初心出發，持續升級，突破與創新
每一步，都是成長的印記



「金色三麥」全系列啤酒堅持 100% 全麥釀造。所有產品皆嚴格遵循其適用之法規(包含但不限於食品安全衛生管理法、食品良好衛生規範準則(GHP)、危害分析重要管制點(HACCP)、菸酒管理法與酒類標示管理辦法, 2025 年度無任何違反產品與服務資訊標示之事件。

旗下生鮮鏈中心設有一座通過 ISO 22000 及 HACCP 驗證之中央廚房, 透過原物料驗收、製程衛生管控、品質檢驗及產品追溯等機制, 管理供應各品牌餐飲門市之餐點及半成品, 落實從原料、生產至門市供應之食品安全管理。

經典料理「西班牙海鮮燉飯」、「椒麻雞」等皆結合嚴格的食安品管; 並結合地方展店深化在地共好, 在地採購與文化延續: 如台南門市結合在地傳統研發「棺材板美式秋葵濃湯」與西式「蝦仁飯燉飯」, 將在地農產特色轉化為能被看見的風味語言。

2025 年再度榮獲網路溫度計「餐廳／西式連鎖」人氣標章, 展現品牌在消費者心中的穩定信任度與永續經營實力。



擁有兩座啤酒生產基地, 具國際驗證與綠色製程, 為囊括全球五大賽事金牌大獎殊榮之精釀啤酒廠。生產線承襲德國工藝設計, 全面通過國際「ISO 22000」及「HACCP」認證, 接軌國際標準。

結合在地原料, 永續原料與在地契作: 將麥芽、啤酒花、酵母和水注入環境思考。透過參與林業及自然保育署「自然碳匯與生物多樣性專案」, 推出「石虎友善柑橘啤酒」, 並與在地小農契作, 重新定義精釀啤酒的多元與生態價值。



旗下精釀啤酒產品多次榮獲國際主要啤酒賽事金牌肯定, 展現釀造技術與品質實力, 落實 100% 全麥釀造與在地綠色採購



專為現代女性打造「微小幸福、兜在一起」的精緻餐酒體驗。

低碳水與健康飲食，全面結合優質食材搭配無負擔低碳水飲食，選用大量時蔬、優質蛋白質、低GI食材創作出低負擔之健康料理，回應消費者對健康風險管理的需求。

門市裝潢沿襲金色三麥展店「連鎖不複製」的精神，結合優雅舒適的氛圍，提供兼顧心理健康與生理低負擔的多元餐飲場域。

專為現代女性打造
推廣低負擔之健康低碳水飲食



設立通過國際 ISO 22000 及 HACCP 驗證之高標準自有烘焙廠，嚴格為消費者的食品安全把關。

秉持對巧克力的熱忱與執著，潔淨配方生產，採用頂級高濃度比利時巧克力與新鮮原料，堅持不添加防腐劑等人工輔料，並實施精準訂單式生產模式，從源頭減少食材庫存與廚餘浪費，讓消費者吃得健康且安心。

設置通過 ISO 22000 驗證之自有烘焙廠
堅持無防腐劑之安全食品承諾



以大樹為造景特色，打造讓用餐同時感受大自然氛圍的環境。

咖哩料理結合研發團隊精心調製的辛香料，並堅持選用地天然果泥慢熬 72 小時而成。綠色採購支持低碳減碳，透過大量採用台灣在地蔬果、縮短食材運輸的碳足跡，實踐支持在地農業發展的減碳精神。

堅持天然食材與在地果泥熬煮
實踐產地到餐桌的永續精神



全面導入國內首創、獲專利認證之「自助智慧打酒牆系統」，數位轉型與智慧門店，並於 SPORTS NATION 打造「電子酒精交易所」，榮獲《食力》雜誌食創獎「餐飲創新服務最高三星等級」殊榮。

透過科技將飲用量、選擇權及控量權完全交還給消費者，自主控量與精準零浪費 (Zero Waste)。
此模式不僅提升了第一線營運效率、落實「Less servers, better experience」的精實管理模式，更從源頭落實餐飲零浪費 (按量計費、喝多少倒多少) 與「責任飲酒 (Responsible Drinking)」之永續理念。

配合智慧轉型，品牌同時開發出低碳水飲食者設計的「BIG Q 麥漢堡」及各式運動概念低碳餐點，滿足全通路顧客在不同社交場景中的多元永續生活選擇。

全面導入專利「智慧打酒牆系統」與首創「電子酒精交易所」
透過數位科技實踐精準減量、引領新世代責任飲酒文化



1.2 永續里程碑

金色三麥餐飲股份有限公司於 2025 年正式掛牌上櫃 (TPEX: 7757)，這不僅是台灣精釀啤酒產業的重要里程碑，更是我們長期將永續核心理念落實於日常營運的豐碩成果。

在三大面向深度耕耘，戮力將餐酒雙引擎轉化為推動台灣永續發展的關鍵力量：



E | 環境生態

綠色製程、永續採購與完全循環經濟



國家級綠色採購肯定

連續兩年榮獲 經濟部 Buying Power獎項

金色三麥積極實踐責任採購，透過綠色採購策略支持台灣在地農業發展、偏鄉經濟與生態永續。以實際行動支持綠色供應鏈，實績深受國家級獎項肯定連續於 2024 年及 2025 年榮獲經濟部「Buying Power 社會企業產品採購」首獎與特別獎殊榮。

深耕在地契作

支持阿強西瓜 與友善生態小農

金色三麥將在地風土融入產品研發，推動「產地到餐桌」的減碳價值鏈。長期與花蓮在地「阿強西瓜」等優質農產建立契作與採購連結，縮短食材運輸的碳足跡；同時積極參與林業及自然保育署之「自然碳匯與生物多樣性專案」，採購南投「友善石虎柑橘」、支持偏鄉原住民栽種之「有機黃梅」，將環境保護、生態棲地保育與餐飲採購深度結合。

完全循環經濟

開發永續商品 與麥芽粕 高值化再利用

金色三麥積極探索製酒與餐飲廢棄物減量之多元路徑。透過跨界通路合作攜手全家便利商店共同開發「永續吐司啤酒」，將剩餘麵包邊物資成功轉化為綠色商品；同時推進循環經濟實踐，將製酒後的「啤酒麥芽粕(麥渣)」進行高值化循環再利用，研發製成餐廳門市之自製麵包原料，落實零廢棄目標。

低碳飲食倡議

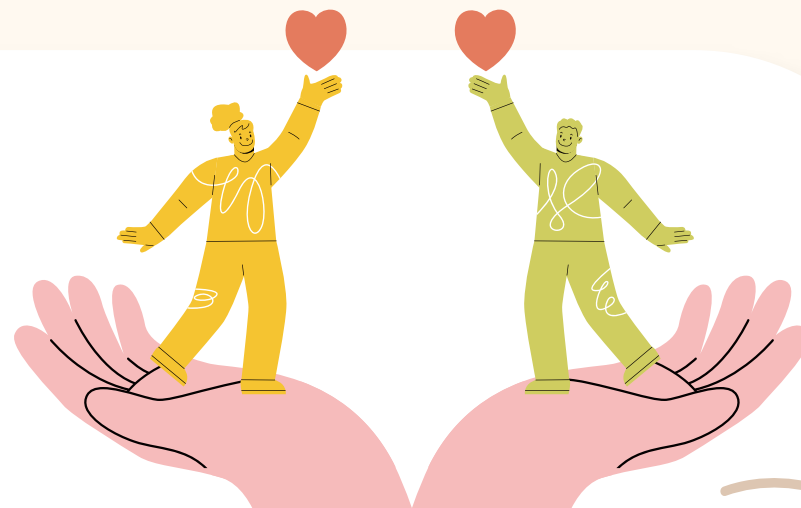
推廣蔬食之友活動 與提升綠色菜單比例

旗下餐廳門市持續提升低碳飲食之開發比重，目前金色三麥餐廳蔬食餐點已達菜單整體的 1/3。更連續多年發起世界地球日「蔬食之友」低碳飲食推廣活動，積極透過餐飲影響力，攜手大眾與廣大消費者在日常消費中共同響應減碳生活。



S | 社會共榮

幸福職場、多元共融與幸福人才培育



落實多元包容

超額進用身心障礙 同仁高達 4 倍以上

金色三麥積極保障弱勢族群就業，打造友善、無障礙且充滿歸屬感的職場環境與心路基金會等專業機構深度合作身心障礙同仁聘用比例超額達法定人數 4 倍以上，以實際行動實踐社會共融，展現企業溫暖，並榮獲新北市勞工局頒發「新北暖心楷模」獎之肯定。

頂尖人才永續實踐

榮獲天下人才永續獎 之標竿企業

金色三麥視員工為公司最寶貴的資產，以高發展、高關懷為人才培育目標。推動友善身心平衡的「一頭班」健康工時制度健全的輔導員培育體系，全方位優化同仁之職涯發展與職場幸福感，卓越成效榮獲「2025年度天下人才永續獎-特別獎」。

幸福企業雙重肯定

蟬聯 1111 幸福企業 金獎榮耀

金色三麥戮力建構安全、健康且具向心力的共榮職場，提供具備競爭力的薪酬福利與暢通的晉升管道。在勞動環境上的用心深獲各界肯定，連續榮獲「1111 幸福企業金獎」，成為台灣餐飲產業深耕人才留任與員工關愛的最佳標竿。



G | 誠信治理

卓越食安把關、專利損耗減量科技與正式掛牌



產銷垂直整合

台灣民營精釀啤酒 正式掛牌上櫃首例

金色三麥餐飲股份有限公司秉持誠實經營原則，積極對接資本市場，於 2025 年 10 月 20 日正式掛牌上櫃 (TPEX: 7757)。金色三麥建構產銷整合之完整永續價值鏈，依據高標準完善資訊揭露、健全內部控制與風險管理體制，為利害關係人創造長遠價值。

7757

食品安全 100% 守護

國際雙驗證與全鏈 嚴格溯源

金色三麥建置嚴謹的食安溯源系統，旗下中央廚房、烘焙廠及兩座啤酒生產基地，均全面通過 ISO 22000 與 HACCP 國際驗證；金色三麥品牌門市 (含新展店) 亦持續導入 HACCP 管理。

2025 年未有因違反食安相關法規事件而遭主管機關裁罰之情形。

數位轉型與綠色科技

榮獲食創獎 最高榮譽三星肯定



金色三麥以科技力賦予餐廳全新的永續靈魂。全面導入國內首創之「自助智慧打酒牆系統」，並於 SPORTS NATION 打造全台首創的「電子酒精交易所」，精準從源頭減量耗損與新世代責任飲酒文化。此專利數位服務榮獲《食力》雜誌食創獎「餐飲創新服務最高三星等級」最高榮譽全通路 OMO 整合會員更成功突破 85 萬人，展現強大的數位營運實績。



Chapter

02

永續管理



2.1 穩健的公司治理與內控機制

2.2 永續發展政策與願景

2.3 利害關係人議合與價值鏈

2.4 重大主題鑑別與管理方針

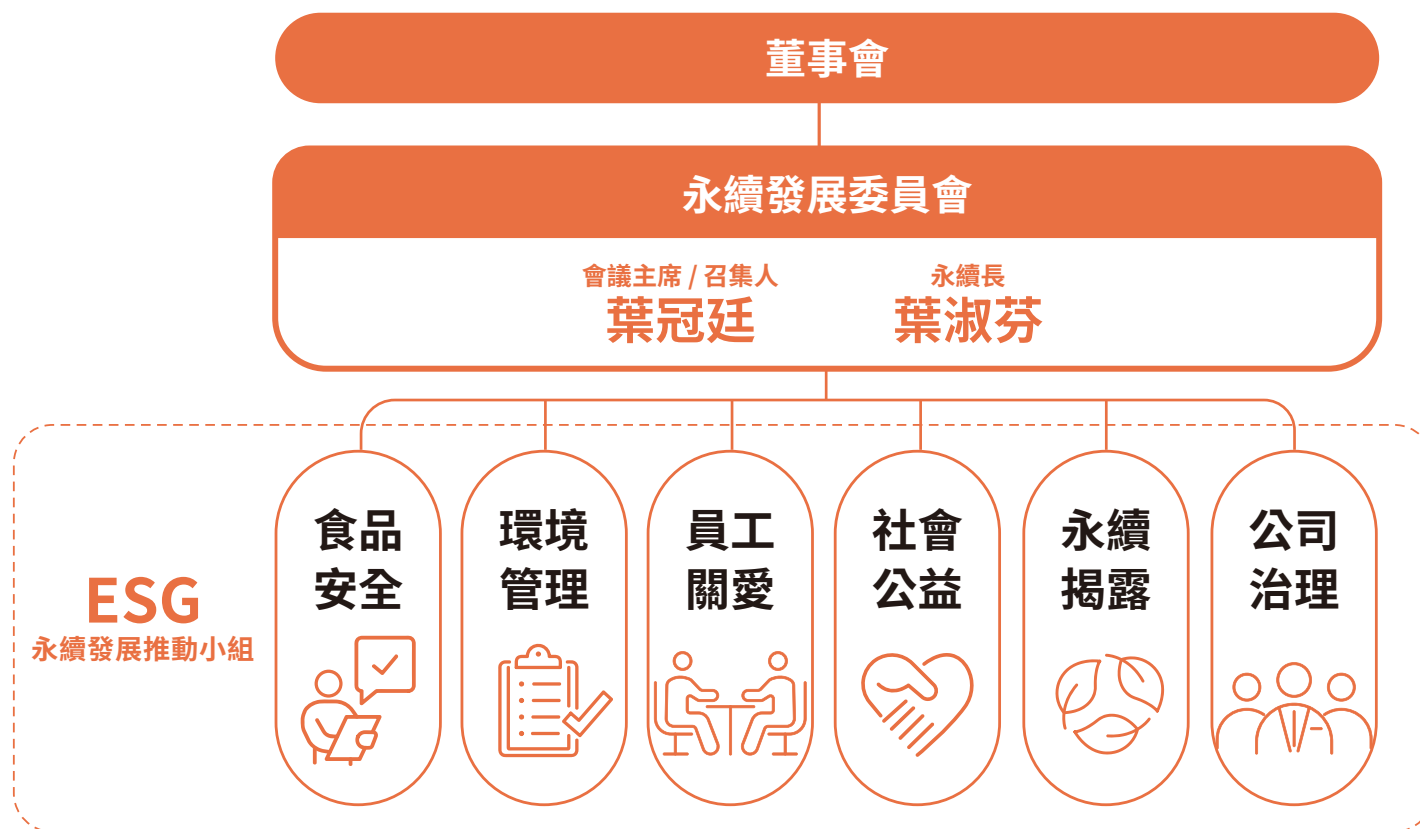
2.1 穩健的公司治理與內控機制

2.1.1 永續發展委員會

金色三麥為實踐企業社會責任，強化公司永續治理機制以達永續發展之目標，爰依據「公司治理實務守則」、「永續發展實務守則」、「永續資訊管理作業辦法」等相關規定，2026年3月6日經董事會決議成立永續發展委員會，委員會委員由3位董事組成，任期與現任之董事會屆期相同，由董事長葉冠廷先生擔任主任委員，董事會指派董事兼總經理葉淑芬小姐擔任永續長。

永續發展委員會轄下設立6個ESG永續工作小組，分別為「食品安全」、「環境管理」、「員工關愛」、「社會公益」、「永續揭露」及「公司治理」。各工作小組皆由相關功能單位一級主管負責推動及回應各面向議題，期能透過各小組運作將永續發展觀念納入公司各機制運作中，以落實公司治理、發展永續環境、維護社會公益和提升資訊透明度這四大層面體現企業社會責任。

永續發展 組織架構圖



永續發展委員會主要職權

1

永續發展目標及策略擬定

針對永續發展策略與重大永續議題(包含永續治理、誠信經營、環境與社會面議題)訂定相關之目標、政策、執行方案與管理指標。

2

永續發展執行情形檢視

公司永續發展執行情形與成效進行追蹤、檢討與修訂，並定期向董事會報告。

3

其他永續事項辦理

辦理其他永續發展相關事項或經董事會決議由本委員會辦理之事項。

4

子公司資訊管理與品質

監督子公司永續資訊管理執行情形，確保合併永續報告書資料品質。

5

報告書編制與第三方確信

審議永續報告書編制及第三方確信作業程序之執行成效。

永續發展委員會運作情形

為推動永續發展並強化相關議題之治理與執行，永續發展委員會每年至少召開1次會議，定期討論永續發展重要趨勢、執行成果，以及短、中、長期目標規劃。金色三麥永續發展委員會於2026年3月6日成立，截至2026年7月底已召開1次會議。委員會並於2026年3月6日向董事會報告運作規劃與推動方向，並在董事會督導下持續提升小組之運作效率及目標達成情形，以推動全體員工落實永續營運。

會議日期	主要報告 / 討論內容	
2026年 5月11日	▶ 2025 年母公司溫室氣體盤查作業情形與結果 ▶ 上櫃公司導入 IFRS 永續揭露準則之時程與要求 ▶ 2025 年永續報告書重大主題鑑別流程與結果	對應永續議題或管理重點 • 溫室氣體盤查 • 法規遵循與導入計畫 • 重大主題鑑別與利害關係人溝通



2.1.2 穩健的公司治理與內控機制 (GRI 2-14)

永續資訊內部控制制度

金色三麥遵循金管會《公開發行公司建立內部控制制度處理準則》之最新規範，已正式將「永續資訊之管理」納入公司整體內部控制架構。相關流程皆經董事會通過後嚴謹施行，並依據公司「永續資訊管理作業辦法」等規章落實執行。為確保非財務數據之準確性，公司推動跨部門範疇之內控機制由各權責單位依職掌落實永續資料之日常填報、複核與確認。同時持續優化永續數據之資訊治理流程，積極為未來對接 IFRS 永續揭露準則奠定高標準、具可追溯性的數據防線，以切實提升永續報告書之揭露品質與數據可靠性。

永續資訊內部稽核制度

金色三麥依相關法令建立內部控制制度，經董事會通過後施行，並由隸屬董事會之內部稽核單位，依年度稽核計畫查核各單位作業執行情形，協助董事會及管理階層評估內部控制制度之有效性。

永續資訊之管理已納入既有內部控制架構，由各權責單位依職掌辦理資料蒐集、紀錄、覆核、編製、核准及揭露作業，並依相關規範執行，以確保永續資訊之完整性、準確性與可靠性。

如發現永續資訊相關內部控制缺失，則依內部程序由權責單位辦理原因分析及改善措施，必要時納入追蹤管理。

公司亦透過內部控制自評及內部稽核機制，定期檢視永續資訊管理作業之執行情形，持續強化內部控制制度有效性。2025年度稽核結果未發現重大缺失，相關結果並定期提報董事會。

永續資訊治理三道防線



2.2 永續發展政策與願景

永續發展願景與未來方針

金色三麥秉持「落實公司治理、發展永續環境、維護社會公益和提升資訊透明度」之核心原則，將 ESG 精神內化於「餐酒雙引擎」的日常營運中。為展現對永續經營之承諾，金色三麥現階段以「落實日常合規、深化在地連結、培育永續人才」為核心方針。

各永續推動小組正持續盤點與健全各項營運數據之蒐集機制，現階段依據本年度利害關係人關注焦點，訂定質化發展目標與承諾如下；未來將依據實際執行成效與國際標準趨勢，滾動式研擬兼具挑戰性與可行性之量化中長期目標。



食品安全 與全鏈整合

(食品安全小組)

承諾與方針：

- ✓ 維持旗下所有生產工廠 (啤酒、調酒、甜點、冷凍餐點) ISO 22000 與 HACCP 國際驗證之有效性。
- ✓ 持續強化從工廠自檢、原料驗收至門市營運的全鏈管理。
- ✓ 擴大餐廳第一線服務團隊之食品衛生安全教育訓練守護消費者健康。



循環經濟與 環境管理

(環境管理、社會公益小組)

承諾與方針：

- ✓ 深化與社會企業、在地小農之採購連結，擴大綠色採購綜效。
- ✓ 持續研發多元之麥芽粕 (麥渣) 循環經濟創新產品與服務積極探索製酒與餐飲廢棄物減量之多元路徑，致力於製程副產物減量與高值化再利用。



人才永續 與職場共榮

(員工關愛小組)

承諾與方針：

- ✓ 透過「金色三麥學院」持續健全管理梯隊培訓。
- ✓ 優化多元包容與性別平等職場，積極維持身障友善之進用機制，打造具備同工同酬與安全健康的共榮職場環境。



溫室氣體 與永續揭露

(環境管理、永續揭露小組)

承諾與方針：

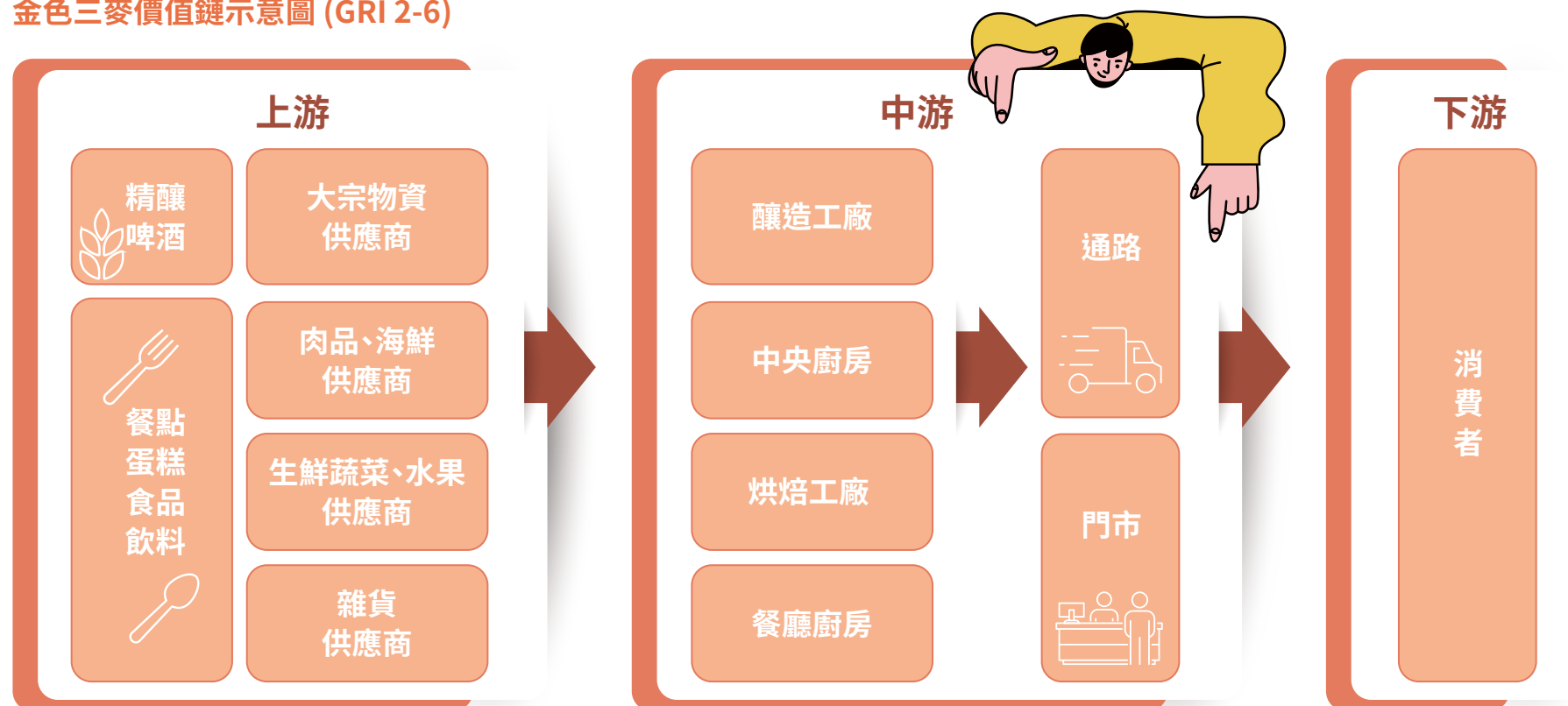
- ✓ 持續健全母公司溫室氣體盤查 (範疇一與範疇二) 之數據蒐集機制。
- ✓ 密切追蹤主管機關規範，積極規劃導入 IFRS 永續揭露準則，逐步完善永續資訊之內部控制與內部稽核制度提升資訊透明度。

2.3 利害關係人議合與價值鏈

2.3.1 利害關係人鑑別

金色三麥橫跨「精釀啤酒與飲料製造」及「餐飲連鎖門市經營」，涵蓋食品製造業與餐飲服務業。為落實企業永續經營，永續發展推動小組依循 AA1000 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard SES) 的五大原則：依賴性、責任性、影響力、多元觀點、關注張力，全面檢視涵蓋啤酒釀造工廠、烘焙工廠、中央廚房至終端餐飲門市之完整上、中、下游價值鏈。

金色三麥價值鏈示意圖 (GRI 2-6)





2.3.2 利害關係人溝通管道與關注議題 (GRI 2-29)

金色三麥依循 AA1000 SES 五大原則，鑑別與金色三麥營運最具關聯性之 7 大類重要利害關係人。透過多元且透明的溝通管道，定期調查並積極回應各方利害關係所關注的永續議題，期能透過完整價值鏈管理以將關注議題確實融入日常營運方針。

利害關係人	溝通議合與回應	
顧客與消費者	對金色三麥之意義 作為營收主要來源，其消費體驗、食品安全與飲食選擇直接影響品牌聲譽與經營績效。	溝通管道與頻率  日常管道 門市第一線服務、官方網站/行動 APP、社群媒體互動 (FB/Instagram/Dcard/Threads) 客服專線與客訴處理機制。  定期管道 不定期滿意度問卷調查、會員專屬行銷活動。
	2025年關注永續議題 1. 食品安全與產品品質管理 2. 員工多元、平等與共榮 3. 門市環境管理	2025年溝通績效 1. 金色三麥APP正式整合旗下所有品牌，提供數位會員意見回饋管道。 2. 顧客反應門店綁定APP流程繁瑣而影響用餐體驗，透過優化系統介面，簡化步驟以縮短現場等待時間。 3. 建立跨部門「滿意度優化專案小組」，針對客訴進行即時通報與每季成因分析，從源頭調整門店服務SOP。 4. 新門店導入智慧取酒等新科技，初訪顧客需花時間適應，已優化現場標示並培訓同仁為數位體驗引導員。
員工	對金色三麥之意義 身為營運服務核心，保障其職場安全、職涯發展與多元包容環境為維持競爭力與永續經營之關鍵。	溝通管道與頻率  日常管道 跨部門專案會議、日常業務輔導、內部意見投訴信箱。  定期管道 「金色三麥學院」教育訓練 (定期)、績效考核與面談 (每年)、勞資會議 (定期)。
	2025年關注永續議題 1. 顧客健康與營養促進 2. 門市環境管理 3. 員工多元、平等與共融	2025年溝通績效 1. 員工教育訓練共分為四大專業課程類別，參訓總計達367人次、總受訓時數達4,080小時。 2. 舉辦36場勞資會議，相關業務主管皆有列席。 3. 同仁滿意度調查結果顯示多數員工對公司整體氛圍、教育制度與團隊人際互動給予高度肯定。

利害關係人	溝通議合與回應	
房東 與供應商	對金色三麥之意義 作為提供營運場所與食材、酒品原料之合作夥伴，其食安品管影響營業穩定與產品品質。	溝通管道與頻率  日常管道 日常採購聯繫與品質合約議定、技術與研發交流。  定期管道 供應商定期大會、年度在地農業採購契作評估、不定期現場品管稽核。
	2025年關注永續議題 1. 食品安全與產品品質管理 2. 員工多元、平等與共融 3. 門市環境管理 4. 法規遵循	2025年溝通績效 2025年針對21家重點供應商進行評鑑，其中18家符合A級合格供應商資格(85.71%)，另外3家則為經限期改善可維持合作關係之B級供應商(14.29%)。
股東 與投資機構	對金色三麥之意義 作為資金供給與資本市場監督者，關心財務績效、風險控管能力與長期商業價值之提升。	溝通管道與頻率  日常管道 公開資訊觀測站即時重大訊息發布、投資人關係電子信箱與專線。  定期管道 股東常會(每年)、定期財務報告與年報公告、董事會與審計委員會監督(定期)。
	2025年關注永續議題 1. 食品安全與產品品質管理 2. 誠信經營與反貪腐 3. 法規遵循 4. 門市環境管理	2025年溝通績效 1. 5月召開股東常會、發布113年度年報。 2. 9月舉辦上櫃前業績發表會，由經營團隊說明產業發展、財務業務狀況與未來營運展望。 3. 每季發布財務報告(詳見金色三麥餐飲事業群官網-投資人關係/財務業務資訊/財務資訊)。
政府主管機關	對金色三麥之意義 作為營運監理機關，主要關心食品安全勞動條件與環境保護等法規之遵循情形。	溝通管道與頻率  日常管道 公文往返、例行性申報與查核、法規政策追蹤。  定期管道 主管機關政令宣導說明會(不定期)、法規遵循自我評估與外部稽核(每年)。
	2025年關注永續議題 1. 食品安全與產品品質管理 2. 門市環境管理 3. 重大風險與企業形象管理	2025年溝通績效 1. 因產銷存及稅額申報書申報錯誤，遭裁處新台幣10,000元罰鍰，後續已加強申報前內部驗證流程。 2. 因廠區作業廢水因未採取適當防治措施，由場內排放至廠外雨水溝，遭環保局要求限期改善；已於規定限期內完成全數改善項目，經實地複查後確認合格通過。

利害關係人	溝通議合與回應	
產品通路商	對金色三麥之意義 作為將酒類或其他飲品推廣至終端消費者之合作夥伴，對拓展營收來源與品牌市占具重大影響。	溝通管道與頻率  日常管道 業務拜訪、電話/電子郵件聯繫、商品上架及庫存管理、聯名商品開發與行銷合作、客訴處理。  定期管道 通路採購會議(定期)、新品及聯名商品提案(不定期)、促銷檔期規劃會議(定期)、年度業績檢討及合作交流(定期)。
	2025年關注永續議題 1. 食品安全與產品品質管理 2. 誠信經營與反貪腐 3. 員工多元、平等與共融 4. 法規遵循	2025年溝通績效 1. 與全家便利商店合作，推出8款特色餐酒聯名商品，針對熱門口味進行商品化調整以提升通路適應性，代表產品含：剝皮辣椒雞奶油細扁麵、椒麻香雞排、德腸烤飯糰雙拼餐盒等。 2. 新增美國合作夥伴與通路，並掌握國際旅運成長及航班增加所帶動之空廚飲品需求，持續拓展海外市場布局，加速國際市場發展。
媒體 與網路社群平台	對金色三麥之意義 作為品牌形象傳播與大眾溝通之重要平台，將影響外界對產品行銷、社會聲譽與永續作為之認知。	溝通管道與頻率  日常管道 官方網站、Facebook／Instagram／Threads／LINE等社群媒體、新聞稿發布、媒體採訪、客服信箱及社群留言互動。  定期管道 品牌行銷及新品上市宣傳(不定期)、媒體記者會(不定期)、社群經營及品牌活動宣傳(不定期)、新聞稿發布(不定期)。
	2025年關注永續議題 1. 食品安全與產品品質管理 2. 門市環境管理 3. 誠信經營與反貪腐 4. 能源管理 5. 顧客健康與營養促進 6. 產品與服務創新	2025年溝通績效 1. 2月刊登於經理人月刊：「金色三麥：主管要用能力說服人！以實戰經驗、手把手教學留才」 2. 3月刊登於商業周刊：「賣一杯啤酒的AI轉型妙方，金色三麥4年「自我盤點」馬拉松」 3. 5月刊登於今周刊：「微醺之外 潮飲品搭餐術（玩顛覆 一口飲進混釀啤酒、葡萄酒）」 4. 6月刊登於天下學習Cheers快樂工作人：「不只是為「糊口」，他們也想要有職涯！金色三麥聘用超過50位身心障礙員工，關鍵來自她的家庭經驗」 5. 10月刊登於中時新聞網：「餐酒雙引擎布局 金色三麥上櫃掛牌首日大漲35%」

[查看詳細內容](#)

2.4 重大主題鑑別與管理方針

2.4.1 2025年重大主題鑑別流程 (GRI 3-1、3-2)

STEP 1: 瞭解組織脈絡與歸納永續議題

金色三麥檢視自身經濟活動、商業合作關係，並參考國際永續準則（如GRI、SASB餐飲與酒精飲料產業等）、我國餐飲業永續揭露指標、同業標竿範例等，依所屬產業發展趨勢廣泛蒐集各利害關係人群體之關注議題，歸納出自身營運所涉及之25項永續議題。



永續面向	永續議題	永續面向	永續議題
 環境保護	• 能源管理 • 水資源管理 • 空氣品質與噪音管理 • 循環經濟與原物料管理 • 廢棄物管理 • 氣候變遷與溫室氣體管理 • 自然與生物多樣性保育	 社會責任	• 勞資關係與溝通 • 職業健康與安全 • 員工關懷與勞動人權保障 • 人才招募、培育與留任 • 員工多元、平等與共融 • 社會關懷與公益活動
 公司治理	• 經營績效與營運策略 • 資訊安全與隱私保護 • 供應商管理 • 法規遵循 • 誠信經營與反貪腐 • 重大風險與企業形象管理	 顧客體驗	• 食品安全與產品品質管理 • 門市環境管理 • 產品行銷與服務標示 • 顧客健康與營養促進 • 顧客關係經營與溝通 • 產品與服務創新

STEP 2: 評估永續議題之正、負衝擊與關注度



永續議題衝擊評估問卷

金色三麥為評估上述永續議題對企業整體營運活動於外部經濟、環境、人群（包含其人權）之正面及負面衝擊程度，共向內部10位高階主管發放衝擊評估問卷，並請其根據個人專業判斷、過往業務經驗、企業發展規畫，分別就各項永續議題之「發生可能性」（正面與負面衝擊發生之機率）及「衝擊程度」（正面衝擊所生效益／負面衝擊嚴重性）進行評分（1~5分、由低至高）。



永續議題關注度問卷

同時，金色三麥亦向鑑別之7大類重要利害關係人（① 員工／② 顧客與消費者／③ 房東與供應商／④ 產品通路商／⑤ 股東與投資機構／⑥ 政府主管機關／⑦ 媒體與網路社群平台）發放問卷，以瞭解其對各項永續議題之關注程度，共計回收134份有效問卷。

利害關係人類型	回收份數
 員工	72
 顧客與消費者	26
 房東與供應商	14
 產品通路商	10
 股東與投資機構	4
 政府主管機關	4
 媒體與網路社群平台	4
總計	134

STEP 3: 排序衝擊程度、關注度並鑑別重大主題

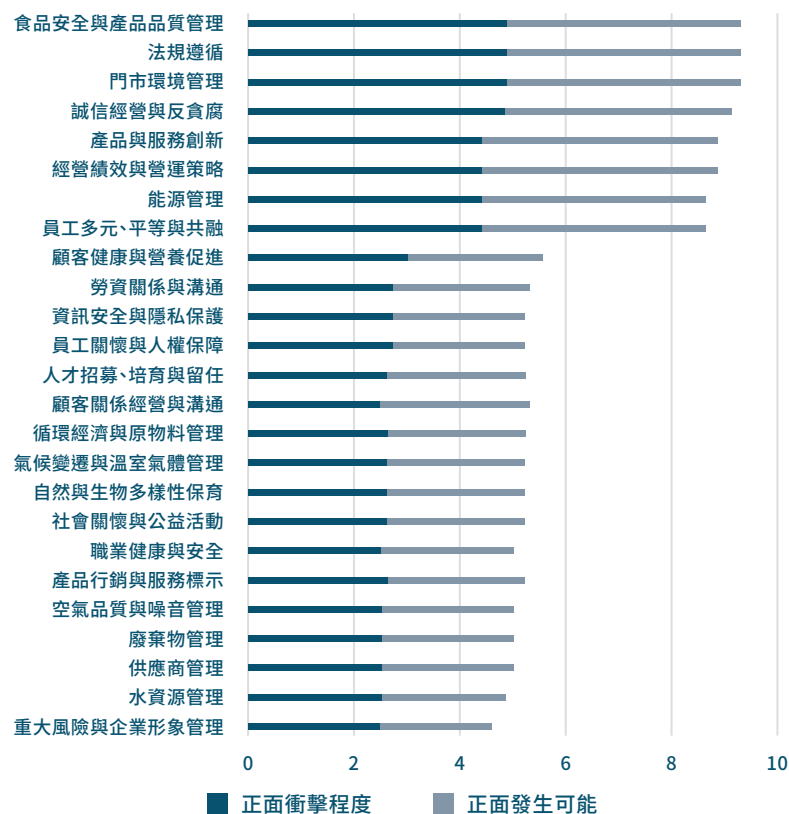


分析衝擊評估問卷統計結果

金色三麥永續發展推動小組負責彙整高階主管衝擊評估問卷之統計結果，分別各項永續議題其正面、負面發生可能性與衝擊程度之平均值，加總後並予以排序如下。

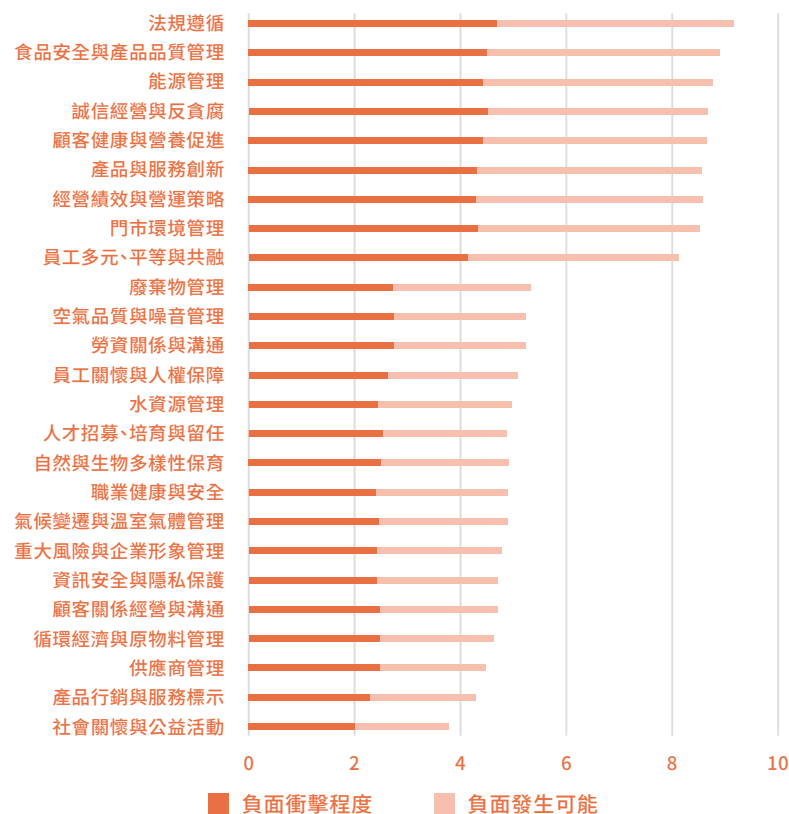
2025年正面衝擊評估結果

永續議題正面衝擊排序



2025年負面衝擊評估結果

永續議題負面衝擊排序



設定衝擊重大性門檻

金色三麥永續發展推動小組綜合考量上述發生可能性與衝擊程度排序結果，認定永續議題之正面、負面發生可能性與衝擊程度平均值均大於4分者（顯著衝擊），即評估為具備重大性。



經評估共有9項永續議題符合所設定門檻值，而可被認定為重大主題包含：

- | | | | | |
|------------------|----------------|----------------|-----------------|-----------|
| 1
食品安全與產品品質管理 | 2
門市環境管理 | 3
顧客健康與營養促進 | 4
產品與服務創新 | 5
法規遵循 |
| 6
誠信經營與反貪腐 | 7
經營績效與營運策略 | 8
能源管理 | 9
員工多元、平等與共融 | |

考量利害關係人觀點

金色三麥重視利害關係人對於各永續議題之關注程度，以確保重大性評估結果之完整性。

永續發展推動小組彙整永續議題關注度問卷之統計結果，首先針對不同類型之利害關係人進行個別平均數排序（避免因樣本數差異造成分析結果偏誤），得出各類利害關係人對於永續議題關注程度之分析結果，接著綜合平均各類利害關係人對於永續議題之關注程度，並依序進行排序。

排序結果如下，永續議題關注程度之綜合平均值均大於4分者，即評估為具備重大性，包含：

- | | | | | |
|---------------|-------------|--------------|-----------|------------|
| 1 食品安全與產品品質管理 | 2 門市環境管理 | 3 員工多元、平等與共融 | 4 法規遵循 | 5 誠信經營與反貪腐 |
| 6 經營績效與營運策略 | 7 顧客健康與營養促進 | 8 能源管理 | 9 產品與服務創新 | |

2025年永續議題關注度評估結果

永續議題關注程度排序



確定2025年9項重大主題

經完成上述重大性分析之完整流程，金色三麥永續發展推動小組整併各項永續議題之衝擊顯著程度、利害關係人關注程度評估結果，綜合歸納出金色三麥2025年度共計9項重大主題，請參閱下方列表。

2025年重大主題列表(首次報導，故變動情形不適用)

2025年 重大主題 (9項)	永續面向	重大主題	對應章節
	 顧客體驗 (4 項)	食品安全與產品品質管理	4.1 食品安全、環境管理與產品品質管理
		門市環境管理	4.1 食品安全、環境管理與產品品質管理
		產品與服務創新	4.2 產品創新與顧客價值
		顧客健康與營養促進	4.2 產品創新與顧客價值
	 公司治理 (3 項)	法規遵循	3.3 合規防線與環境應變韌性
		經營績效與營運策略	3.2 財務結構與永續價值分配
		誠信經營與反貪腐	3.4 誠信文化與獨立檢舉制度
	 社會責任 (1 項)	員工多元、平等與共融	5.1 多元平等與人權保障
	 環境保護 (1 項)	能源管理	6.1 能源管理

重大主題審議與核可

金色三麥2025年永續報告書重大主題鑑別流程與結果已於2026年5月11日第一屆第一次永續發展委員會完成審議與核可，並提報董事會備查。永續發展推動小組後續依據GRI 3：重大主題準則之要求，撰擬各項重大主題之管理方針，並對應GRI主題準則之揭露項目以進行相關量化、質化資料之蒐集。



2.4.2 2025年重大主題所涉價值鏈與利害關係人

●：直接衝擊（直接對利害關係人造成正面或負面影響） ○：間接衝擊（透過價值鏈間接對利害關係人造成影響）

重大主題	價值鏈						
	上游	中游	下游				
	房東與供應商	員工	產品通路商	顧客與消費者	政府主管機關	股東與投資機構	媒體與網路社群平台
 食品安全與產品品質管理	●	●	●	●	●	○	○
 門市環境管理	●	●	○	●	●	○	○
 產品與服務創新	●	●	●	●	○	○	○
 顧客健康與營養促進	○	●	●	●	○	○	○
 法規遵循	●	●	●	●	●	○	○
 經營績效與營運策略	●	●	●	●	○	○	○
 誠信經營與反貪腐	●	●	●	○	●	○	○
 員工多元、平等與共融	○	●	○	○	●	○	○
 能源管理	●	○	○	○	○	○	○

2.4.3 2025年重大主題管理方針 (GRI 3-3)



G | 治理

重大主題	潛在或實際衝擊		政策／承諾	管理指標與目標	申訴／評量機制	2025年管理成果	GRI 準則
	正面衝擊	負面衝擊					
 食品安全 與產品品質管理	保障消費者權益 降低食材原料 報廢支出，從而 穩固市占率並 取得供應鏈夥伴 優先合作機會	面臨產線停工 產品回收之財務 負擔，並可能遭遇 訴訟或裁處罰鍰 使消費者與通路 排斥該品牌	訂有食安政策與 相關作業程序 文件	短期(2026~2027) 各廠通過ISO 22000 及HACCP第三方 驗證單位續評查核 中期(2028~2030) 金色三麥品牌門市 皆持續依HACCP 相關規範落實衛生 管理，並接受相關 衛生評鑑	1. 客服部門每月整理 顧客評論，涉及食安 缺失將啟動跨單位 調查與改善機制，主動 聯繫顧客並提供補救 措施 2. 完成各生產過程 危害評估，訂定重要 危害管制點(CCP) 持續監控、記錄與 審視，另每年由第三方 驗證單位續評查核	1. 光復酒廠通過ISO 22000 及HACCP第三方驗證 2. 金色三麥品牌門市完成 HACCP衛生評鑑作業如下： 新申請3間、展延7間 3. 自主及委外檢驗結果 合併計算，檢驗合格率为 99.38%，不合格項目皆 已進行調整及預防再發 機制	416 顧客健康與安全
 門市環境管理							
 產品與服務創新	研發蔬食餐點與 低酒精／無酒精 飲品，有助開拓 健康取向客群並 提升營收，引導 大眾建立健康 餐飲生活型態	餐點研發未迎合 健康趨勢、酒品 標示不透明、缺乏 倡導理性飲酒，可能 加劇消費者過度 攝取酒精與高熱量 之健康風險	秉持「從產地到 餐桌，把安心端 上桌」之理念，將 食安、原料來源 與永續價值納入 產品開發	短期(2026~2027) 1. 提升研發費用 2. 與跨品牌通路 研發特色聯名商品 中期(2028~2030) &長期(2031~) 1. 提升蔬食餐點於 整體菜單之比例 2. 於既有或新拓展 餐飲門店落實各 類型數位科技應用	透過客服部門、訂位 服務、顧客評論與其他 多元管道，持續蒐集顧客 意見，以精進各品牌門市 服務體驗	1. 投入研發費用為6,464 仟元，較前年成長122 % 2. 金色三麥與全家便利商店 推出8款餐酒聯名商品 1款聯名零食；微兜與全家 便利商店推出「冰湖野米 輕盈碗」系列餐點，回應 低澱粉與高營養需求 3. SPORTS NATION運動 餐廳酒精交易所互動服務 取得設計專利認證，榮獲 第7屆食創獎餐飲創新 服務類組三星等級最高 榮耀	417 行銷與標示
 顧客健康 與營養促進							



G | 治理

重大主題	潛在或實際衝擊		政策／承諾	管理指標與目標	申訴／評量機制	2025年管理成果	GRI 準則
	正面衝擊	負面衝擊					
 法規遵循	完善法規遵循可確保永續經營提升投資者與利害關係人信賴	違反法規將導致罰鍰並影響品牌聲譽嚴重時或將影響股價與財務穩定	遵守國內外相關法令，重要資訊均諮詢專業人士意見，以便及時調整營運策略	短期(2026~2027) 1. 確保未發生重大違反法規事件，及未因違反食安法規，而遭主管機關裁罰 2. 定期檢視內控制度與流程，落實法令規章遵循稽核 3. 定期追蹤法規更新與變動，公告員工週知或轉知相關單位評估影響 中期(2028~2030) 每年至少辦理1場法規遵循相關教育訓練，逐年提升主管與員工受訓人數	已建置獨立檢舉管道如發現員工或相關人士涉及違法行為，得透過投資人信箱(ir@lebledor.com)舉報	1. 未發生重大違反法規事件 2. 未因違反食安法規而遭主管機關裁罰	2-27 法規遵循
 經營績效與營運策略	穩健獲利與精確展店、外銷策略能吸引長期投資人並提供充足研發資金	策略失誤或獲利下滑將導致融資成本上升，長期影響品牌門店或工廠營運	專注本業及務實原則經營事業確保財務、業務與相關營運資訊公開透明	短期(2026~2027) 拓展中南部地區門店，穩固主要餐飲品牌市占率 中期(2028~2030) 1. 擴張精釀啤酒海外市場銷售通路 2. 研發並拓展非酒精飲料產品市場 長期(2031~) 建立結合觀光啤酒廠、飲品工廠、辦公空間及央廚與物流中心之多功能營運基地	1. 設置發言人制度，並提供E-mail與電話等聯繫方式，投資人可隨時反映意見 2. 每年依法召集股東會，並提供股東發問與提案機會	1. 於10月正式掛牌上櫃交易，為臺灣精釀啤酒產業首例 2. 合併營收逾新台幣22億元(年增逾4%)，創歷年新高 3. 金色三麥台南誠品店於5月新開幕、7月台北酒窖店重新開幕、SPORTS NATION台南小北門店於8月新開幕	201 經濟績效
 誠信經營與反貪腐	強化職業道德意識並形塑企業自律文化，與商業夥伴建立長期且透明之互信關係，進而提升品牌聲譽	未能杜絕貪腐賄賂等不誠信行為，可能導致管理失靈、股東權益與商譽受損嚴重將影響品牌市值並動搖永續經營根基	訂有誠信經營守則、誠信經營作業程序及行為指南等內規	短期(2026~2027) 確保未發生貪腐事件 中期(2028~2030) 完善反貪腐檢舉制度與檢舉人保護措施評估制定獎勵及保護內部揭弊者之內規 長期(2031~) 評估導入ISO 37001反賄賂管理系統	已建置獨立檢舉管道如發現員工或相關人士涉及違反誠信經營規章之不當行為得透過投資人信箱(ir@lebledor.com)舉報	1. 無董事、經理人或員工因違反誠信經營或貪腐而遭處分 2. 無違反反競爭行為、反托拉斯及壟斷法規之訴訟案件	205 反貪腐 206 反競爭行為



S | 社會

重大主題

潛在或實際衝擊

正面衝擊

負面衝擊

政策／承諾

管理指標與目標

落實多元招聘、同工同酬與無歧視職場，能激發員工歸屬感、降低人才流動率，同時建立尊重人權之優質企業形象、吸引跨世代優秀人才加入

未落實職場平等或忽視多元族群權益，恐導致員工向心力下降、發生職場歧視爭議或勞資糾紛，甚至可能面臨裁罰、勞動檢查缺失及聲譽受損

認同並遵循國際公認人權標準，以保障員工合法權益

短期(2026~2027)

每年至少辦理2場人權與反歧視教育訓練

中期(2028~2030)

1. 持續提升女性主管、原住民族與身心障礙員工占比
2. 評估將勞動人權落實情形納入供應商評鑑稽核項目

長期(2031~)

執行盡職調查並揭露高風險人權議題與因應措施



員工多元、平等與共融

申訴／評量機制

2025年管理成果

GRI 準則

1. 員工可透過電話專線(02-7716-6111)或電子郵件(karen@lebledor.com)申訴性騷擾勞動權益與人權侵害事件
2. 人資暨行政處每年彙整職級、年齡區間、教育程度、多元族群等員工組成統計資料，同時定期進行員工滿意度與意見調查

1. 未發生涉及歧視或勞動人權侵害之申訴案件
2. 辦理9場人權保障相關訓練與宣導，共158位員工參與
3. 僱用53位身心障礙員工(超額進用45人)
4. 女性主管佔所有管理職人數比例達54.93 %

405
員工 多元化與平等機會

406
不歧視



E | 環境

重大主題

潛在或實際衝擊

正面衝擊

負面衝擊

政策／承諾

管理指標與目標

能源管理



落實能源統計、節能措施，能提升廠房與門市能源使用效率並降低支出，同時減少溫室氣體排放

過度使用燃料將增加溫室氣體排放；極端氣候導致電價調漲或供電不穩，將面臨營運成本上升風險

將能源管理落實於日常營運，以「不浪費、落實關燈與溫控、優先採購高能效設備」為三大核心原則

短期(2026~2027)

1. 每年定期蒐集與統計能源資料
2. 針對工廠高耗能製程，於不影響品質前提下，安排於用電離峰時段進行
3. 於未擴展新門市前提下，以總能耗不超過前一年為原則
4. 營運能源密集度目標為較前一年持平或微幅下降

中期(2028~2030)

1. 門市、廠房汰換老舊耗能設備時，優先選擇採購具節能與能效標章認證之器材
2. 評估導入ISO 50001能源管理系統與數位技術控管

申訴／評量機制

2025年管理成果

GRI 準則

1. 財務部透過水電費與瓦斯帳單進行追蹤，每月提供各廠區與門市之能耗費用與度數，並由廠長及營運督導進行異常波動分析
2. 將根據能源使用統計，訂定能源消耗減量基準與目標，並持續追蹤達成情形

首次完成全年度所有營運與生產據點之各類型能源使用統計

302
能源



Chapter

03

穩健治理 與永續韌性



3.1 永續治理與多元董事會

3.4 誠信文化與獨立檢舉機制

3.2 財務結構與永續價值分配

3.5 功能性委員會運作與風險整合

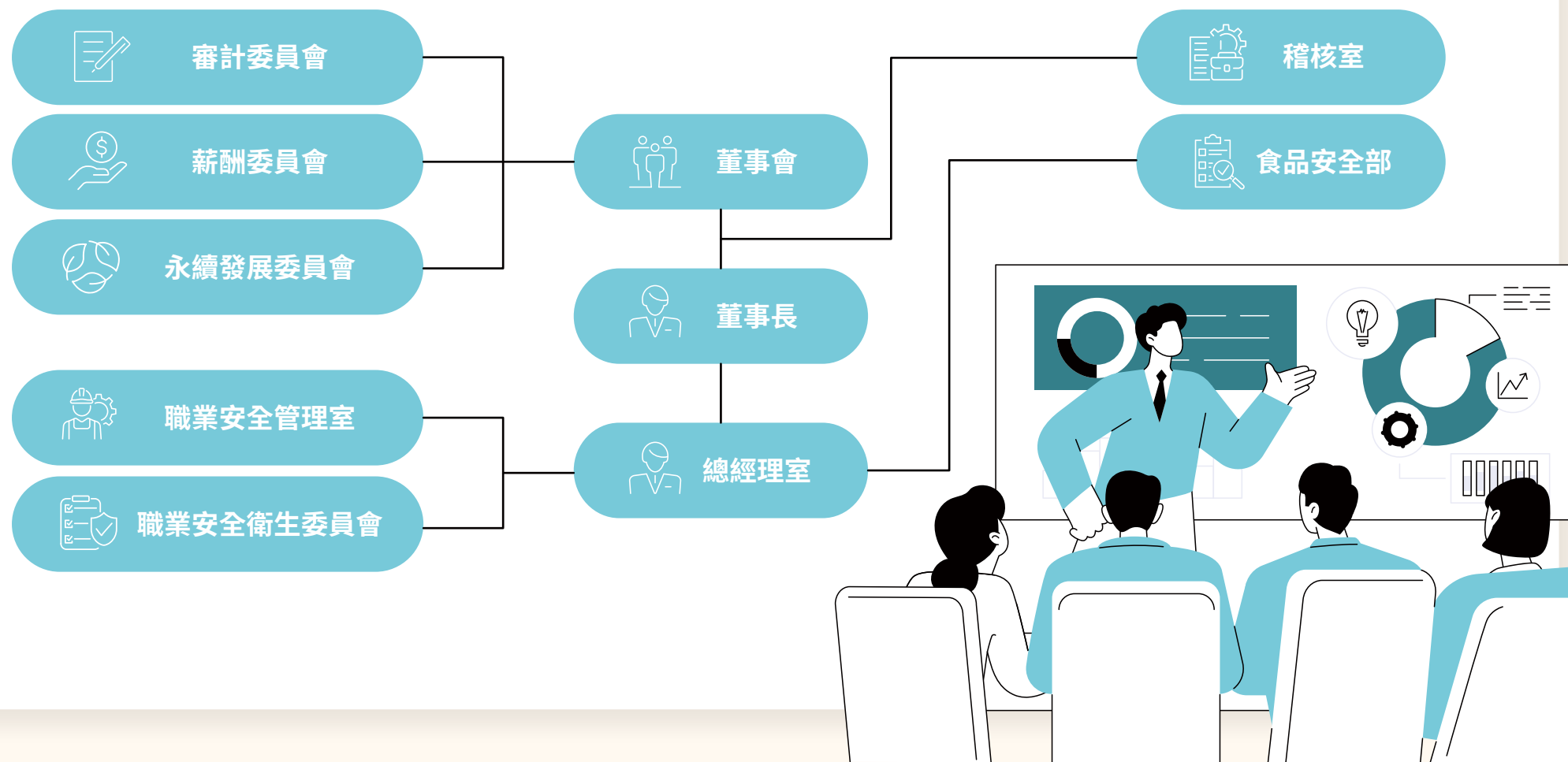
3.3 合規防線與環境應變韌性

3.1 永續治理與多元董事會

3.1.1 永續治理核心架構與推動組織 (GRI 2-11)

永續治理是企業永續發展的根基。金色三麥嚴格遵循「證券交易法」、「公司法」、「上市櫃公司永續發展行動方案」及證交所/櫃買中心之相關治理準則。透過健全的董事會架構、功能性委員會、嚴密的內部稽核制度及誠信經營文化，將法令規範轉化為日常管理機制，落實經營透明化，以保障股東及所有利害關係人之權益。

董事會為金色三麥最高治理機構，負責指導公司經營策略、監督管理階層、管控重大風險，並在追求營運成長之同時，兼顧環境、社會及治理面向之責任與影響。



3.1.2 董事會多元化與獨立性績效 (GRI 2-9)

金色三麥董事之遴選，綜合考量專業能力、產業經驗、治理視野與誠信標準，並執行多元化政策，以維持決策品質與治理獨立性。



8 席董事

董事會共設有 8 席



3 席獨立董事

(佔比 37.5%)



2 席女性董事

(佔比 25%)

2025 年度董事會多元化目標達成率對照表

為落實公司「公司治理實務守則」之多元化政策，金色三麥針對董事會成員之性別、年齡及核心職能設定階段性目標，2025 年度整體達成率良好，具體對照如下：

多元化面向	設定之具體目標	2025 年度實際達成現況	目標達成率	永續精進方向 / 備註
性別多元化	女性董事席次至少 1 席以上 且佔比達 20% 以上。	2 席女性董事 佔比 25%	✓ 100%	已達成現階段目標，未來改選將持續維持或提升女性決策參與度。
獨立性結構	獨立董事席次達 3 席 (含) 以上 且佔比達三分之一以上。	3 席獨立董事 佔比 37.5%	✓ 100%	獨董席次及比例均符合並優於法規基本要求。
年齡層分布	董事會成員年齡層涵蓋中生代與資深世代，避免單一年齡層壟斷。	41-50歲：2 席 (25%) 51-60歲：4 席 (50%) 61歲以上：2 席 (25%)	✓ 100%	成員年齡分布具備階梯式傳承與多元思考架構。
經營階層迴避	兼任經理人之董事席次不得超過三分之一。	僅有 1 席董事兼任經理人 (總經理) 佔比 12.5%	✓ 100%	符合法規，確保經營權與監督權之實質分離。
產業核心職能	全體成員必須互補，全面覆蓋餐飲營運、財務法律、永續管理等核心職能。	具餐飲營運背景：5 席 具財務分析/會計背景：2 席 具法律/風險合規背景：1 席	✓ 100%	2025 年度董事均具備多元核心能力，策略決策品質完善。



治理透明度揭露

公開揭露董事專業背景、成員結構、出席情形及功能性委員會之設置與運作資訊，作為展現治理透明度之重要基礎。

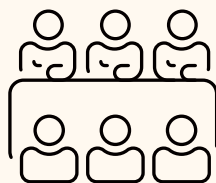


金色三麥持續精進董事會結構與治理機制，強化監督職能以實踐公司永續經營與長期價值創造

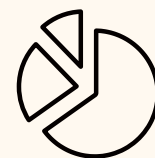
3.1.3 董事遴選與精進學習 (GRI 2-10、2-16、2-17)



8 位
董事成員



7 場
董事會召開



85.71%

董事平均出席率

95.24%

獨立董事平均出席率



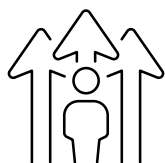
董事遴選

依「公司法」第192條之1規定，全面採候選人提名制度，由持有金色三麥已發行股份總數百分之一以上股東，得以書面向公司提出董事候選人名單。最終於股東會中就候選人名單進行投票選任董事，並推選1人為董事長



重大議案審議

於年度內持續透過董事會及其功能性委員會審議財務報表、盈餘分配、內部控制制度修訂、風險管理政策、公司治理評鑑自評、財務預測、資金貸與及永續報告書編製相關制度等議案，反映董事會對財務健全、治理制度完善及永續資訊揭露之重視



職能精進與進修

惟因金色三麥於2025年10月始興櫃市場轉掛牌上櫃，當年度內適逢企業身分轉換，報告書與評鑑所參照之自願性進修建議標準相對拉高



2025 年度董事進修成果

職稱	姓名	進修日期	主辦單位	課程名稱	進修時數 (小時)	總計
董事長	葉冠廷	2025/12/18	證券暨期貨市場發展基金會	董監事暨公司治理主管系列課程—【董監如何監督公司建立並推動完善之風險管理制度】	3	12
		2025/12/10	海峽兩岸商務發展基金會	公司治理與證券法規	3	
		2025/11/21	台灣投資人關係協會	家族傳承稅務新觀念	3	
		2025/04/18	中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3	
董事	葉榮發	2025/12/18	證券暨期貨市場發展基金會	董監事暨公司治理主管系列課程—【董監如何監督公司建立並推動完善之風險管理制度】	3	12
		2025/12/10	海峽兩岸商務發展基金會	公司治理與證券法規	3	
		2025/11/21	台灣投資人關係協會	家族傳承稅務新觀念	3	
		2025/04/18	中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3	
董事	秦家騏	2025/10/28	中華經濟研究院	產業數位轉型與案例研析	3	6
		2025/04/18	中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3	
董事	葉淑芬	2025/12/19	中華公司治理協會	公司誠信經營與高階當責制度國際趨勢與經驗分享	3	12
		2025/12/03	中華公司治理協會	全球趨勢分析-風險與機會	3	
		2025/11/13	中華公司治理協會	ESG風險與機會對財務衝擊之影響	3	
		2025/04/18	中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3	
董事	許麒麟	2025/04/18	中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3	3
獨立董事	黃家齊	2025/12/26	證券暨期貨市場發展基金會	董監事暨公司治理主管系列課程- 地緣政治風險下台灣產業2026上半年營運策略與展望	3	12
		2025/12/23	中華公司治理協會	上市櫃公司董事及高管人員對於主管機關監理的認識	3	
		2025/12/19	中華公司治理協會	公司誠信經營與高階當責制度國際趨勢與經驗分享	3	
		2025/04/18	中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3	
獨立董事	徐政義	2025/04/18	中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3	3
獨立董事	吳佳蓉	2025/10/18	證券暨期貨市場發展基金會	穩定幣的原理與區塊鏈虛擬資產的發展趨勢	3	9
		2025/10/18	證券暨期貨市場發展基金會	公司治理與管理-BI&OKR	3	
		2025/04/18	中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3	

(註:2025 年度金色三麥共計有 9 位董事成員,其中 1 位董事成員已於 2026 年 1 月初因個人生涯規劃辭任,故本年度進修統計及後續優化措施均以現任 8 位董事為主。)

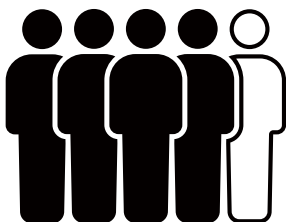
董事進修完成情況

面對 2025 年 10 月轉上櫃後所適用之較高標準進修建議（新任 12 小時、續任 6 小時），全體董事積極落實自我精進，並呈現階段性優異成果：

新任董事(共 5 位)

已提早滿額跨越 12 小時(含)以上
之上櫃建議標準

4位

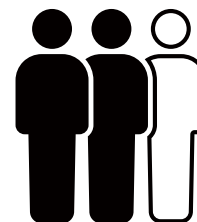


全體董事均達上櫃法定進修時數。
針對上櫃後適用之進修建議準(續任12小時/新任
6小時)，個別董事因公務行程調配未及於當年度
完成者，以規劃於次年度接續完成。

續任董事(共 3 位)

已順利跨越 6 小時(含)以上
之年度建議標準

2位



僅 1 位成員受限於第四季公務差旅時程
調配，當年度已完成基本法定時數，其餘
建議時數正配合公司規劃接續完成中。

3.1.4 董事會績效評估 (GRI 2-18)

金色三麥於2024年12月17日經董事會通過訂定「董事及經理人績效評估辦法」，每年至少執行一次內部績效自評，並至少每三年由外部專業獨立機構或專家團隊執行評估一次。

2025 年度的董事會內部績效評估已於2026年3月6日向董事會報告，評分結果皆為「優」，顯示董事會整體善盡職責與督導公司策略之成效。評估指標與結果如下：

董事會整體績效評估



總得分

97.78分



5大構面



45題

對公司營運之參與程度、提升董事會決策品質、董事會組成與結構、董事之選任及持續進修、內部控制。

個別董事成員績效評估



總得分

99.19分



6大構面



各23項指標

公司目標與任務之掌握、董事職責認知、對公司營運之參與程度、內部關係經營與溝通、董事之專業及持續進修、內部控制。

3.2 財務結構與永續價值分配



3.2.1 財務績效表現 (GRI 201-1)

金色三麥憑藉「餐+酒雙引擎」與多角化布局，展現「多品牌分眾」特色，2025 年度合併營收創歷史新高，展現「自有工廠製造」的全鏈整合優勢，成功吸收通膨及展店造成之固定營業成本增加壓力，保持穩定獲利水準。

單位：新臺幣仟元

項目	2025年度	年增減率 / 績效表現
營業收入	2,296,648	成長 4.20% 創歷史新高
營業成本	1,038,989	因應展店、人才吸引及通膨固定成本增加
毛利率	54.76%	
淨利率	8.79%	
稅後淨利	201,865	
每股盈餘	8.97	
股東權益報酬率	17.95%	
股東股利率	86.40%	配發現金股利 7.75 元

如欲瞭解其它詳細財務績效說明與分析，敬請詳閱金色三麥2025年度股東會年報



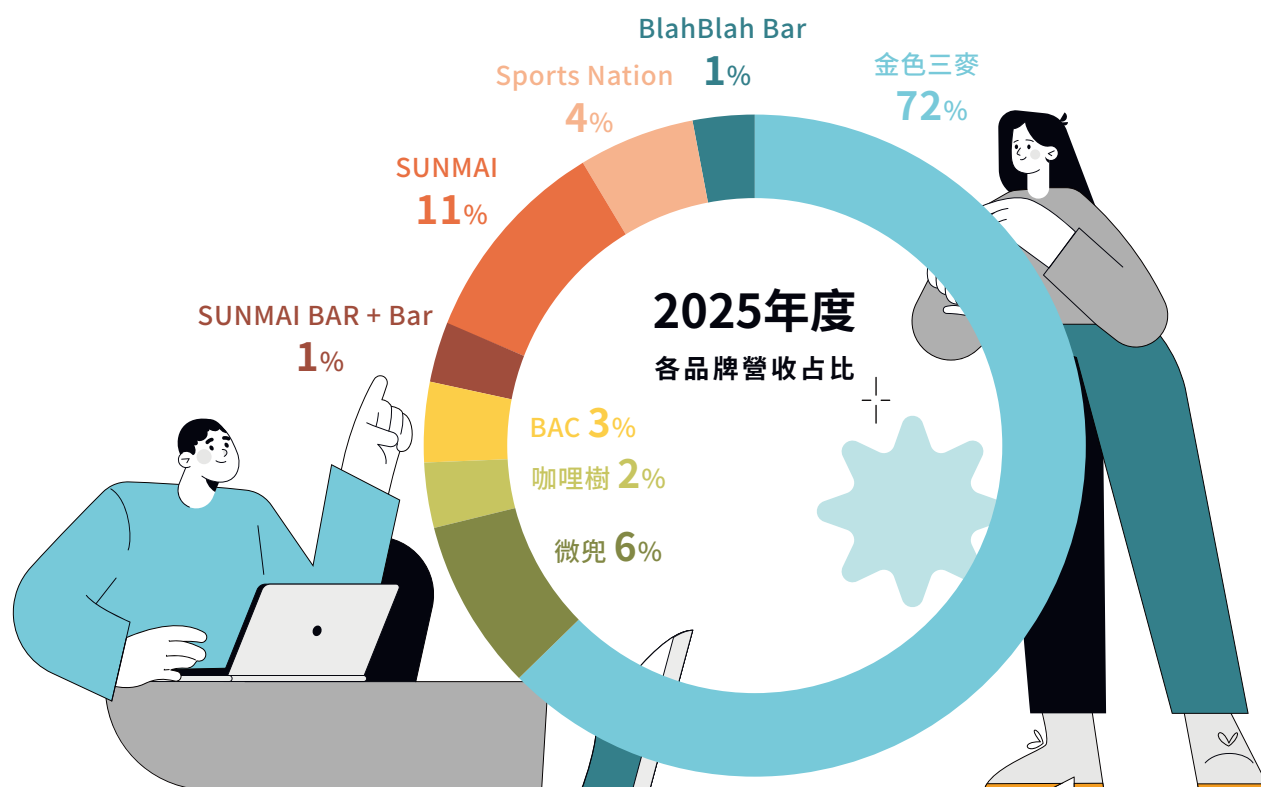
股東回報與價值分配（經濟價值分配）

金色三麥2021年至2025年平均盈餘發放率高達 85.88%。

2025年度每股盈餘為 8.97元，配發現金股利 7.75元，配發率達 86.40%，展現穩定的現金流與對長期投資人的責任。

多角化經營以提升營運韌性、降低營運風險

金色三麥以金色三麥品牌為主要獲利來源，但經營策略積極，透過多品牌多角化模式分散財務衝擊，旗下各品牌各有特色及市場，獨立的銷售通路及客群健全的品牌矩陣使整體營收具備高度抗風險能力。



3.2.2 經濟價值產生及分配實績

單位：新臺幣仟元

項目	2025年度
營業收入	2,296,648
扣除薪資福利之營業成本	774,545
員工薪資與福利支出	685,156
支付出資人款項	186,978
支付政府款項	70,989
社區投資與社會參與支出	546
留存經濟價值	578,434

3.2.3 中長期品牌永續營運目標

金色三麥透過精準的品牌矩陣與低碳智慧轉型，擬定明確的中長期經營目標，在深化品牌影響力的同時，降低對環境的衝擊：

分眾品牌佈局與轉型

金色三麥



核心品牌

金色三麥

持續維持 HACCP 認證的
食安高標準



綠色與低碳品牌

微兜 petit doux

深化蔬食與植物性蛋白質餐點研發
鎖定精緻蔬食與低碳飲食市場



運動潮流

Sports Nation

結合數位科技引進智慧自助取酒牆
降低人力與耗損，打造數位永續體驗

營運中長期目標



低碳智慧生產基地

加速推進集「釀酒、研發、冷鏈、倉儲、中央廚房」五合一之低碳智慧營運基地，預期投產後將大幅降低物流與生產碳排。

3.3 合規防線與環境應變韌性

3.3.1 全面性日常合規監控



法規追蹤

金色三麥不僅密切追蹤國內外各項環境保護、食品安全、勞動人權與證券交易法規之修訂，更建立跨部門的日常合規監控機制，確保從釀酒廠、中央廚房到全台零售門市，皆落實最高標準的法規合規。



經濟治理

金色三麥落實資訊揭露義務，遵循證券櫃檯買賣中心「對有價證券上櫃公司資訊申報作業辦法」、「上市上櫃公司治理實務守則」，指定專人負責公開資訊網路申報作業系統，並於規定期限內揭露重要財務業務資訊、公司網站建置投資人專區列示財務業務重大訊息，同時建立發言人制度以利股東與利害關係人即時充分瞭解公司財務業務狀況及公司治理實施情形；公開發行迄今未曾因違反資訊揭露相關法規而受證券主管機關處分。



資安與個資

金色三麥遵循「個人資料保護法」、「上市上櫃公司資通安全管控指引」，已建構完善資訊安全與個資保護體系，同時搭配相關內控稽核機制，確保個人資料安全與法遵合規。



職業安全衛生

金色三麥遵循「職業安全衛生法」並訂定「職業安全衛生工作守則」，同時依據「職業安全衛生管理辦法」制定檢查計畫，要求轄下各事業單位依規定辦理自主檢查及定期檢查；另外，為確保員工皆能熟知職業安全衛生法規，每年安排相關教育訓練計畫。



勞動權利保障

金色三麥為避免勞資爭議事件影響信譽，除依據「勞動基準法」與相關法規訂定「工作規則」、制定勞動條件及各項薪資福利措施以保障員工法定權益，更著重於強化與員工間之溝通，包含設有完善申訴管道；同時針對全體主管、員工實施人權保障教育訓練與宣導以降低違規風險。



2025年法規遵循與裁罰案件統計 (GRI 2-27、416-2)

金色三麥全年度於食品安全、環境保護等面向，除下列罰鍰繳納事件外，並無重大違法情事。

範疇領域	法規依據	違反條文 / 事由	繳納件數 / 金額 (NT\$)	改善措施
 食品安全與衛生	「食品安全衛生管理法」等	無	0 件	-
 環境保護	「水污染防治法」、「廢棄物清理法」等	無	0 件	-
 勞動人權與職業安全	「勞動基準法」、「職業安全衛生法」等	無	0 件	-
 商業誠信與證券交易	「證券交易法」、「商業會計法」等	無	0 件	-
 資訊安全與個人資料	「個人資料保護法」等	無	0 件	-
 納稅申報	「所得稅法」、「菸酒稅法」、「稅捐稽徵法」等	菸酒稅法第16條第2款 /產銷存及稅額申報書 申報錯誤	1 件 / 10,000元	加強申報驗證流程

註：參照《對有價證券上櫃公司重大訊息之查證暨公開處理程序》有關重大訊息定義，重大違法情事係指單一事件受裁罰金額達新台幣 100 萬元，或經命令停工、停業、歇業等。

3.3.2 環境應變與綠色改進作為

金色三麥秉持 ESG 誠信坦率之揭露原則，針對 2025 年 3 月發生之環境保護改善通知，立即啟動緊急應變 SOP，於最短時間內完成全面性優化調整，展現企業之應變韌性。

事件歷程時間軸



綠色後續改進作為

為徹底杜絕類似事件再次發生，已將該次經驗內化為常態性的廠區與門市環境管理規範：



3.4 誠信文化與獨立檢舉機制

金色三麥秉持「誠信、透明、負責」之經營理念，建立嚴格的內部控制與誠信經營文化。嚴禁任何形式之貪腐、賄賂、敲詐勒索或捏造事實等不誠信行為，並將誠信要求延伸至外部供應商與合作夥伴，建立良善且永續的商業生態系。



3.4.1 誠信經營推動與政策 (GRI 2-23、2-24、205-2、205-3、206-1)

金色三麥企業精神之一為「誠實」，誠信經營為金色三麥不可妥協的企業文化與營運根基，以金管會「上市櫃公司誠信經營守則」為指導原則，經董事會通過訂定「誠信經營守則」、「道德行為準則」、「防範內線交易管理辦法」及「誠信經營作業程序及行為指南」，將誠信納入日常管理。



盡職調查

金色三麥透過內部控制與教育訓練，主動防範不誠信行為之發生，並在商業往來中落實盡職調查。



員工誠信教育訓練

金色三麥定期針對全體同仁、管理階層及海外儲備人才辦理誠信經營、反貪腐、個人資料保護及內線交易防範之法令宣導與教育訓練，落實合規意識。



商業往來之誠信評估

金色三麥於與供應商、代理商、合資夥伴或其他商業往來對象，均會評估其誠信紀錄。倘若交易對象涉及不誠信行為或貪腐情事，將不再往來。



誠信查核實績

將採購、採購發包、門市營運資金管理列為高風險查核流程，定期執行專案稽核。2025 年度，無任何董事、經理人或員工因違反誠信經營或涉貪腐而遭受處分。

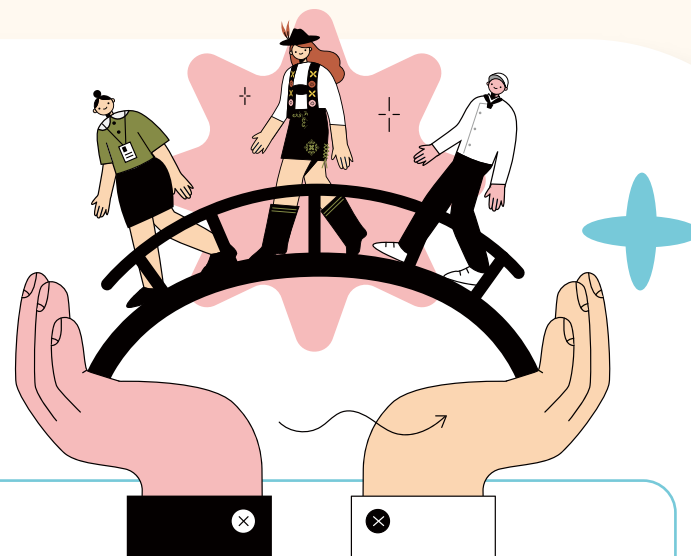


法律訴訟情形

2025 年度，無任何因違反反競爭行為、反托拉斯及壟斷法規而面臨之法律訴訟案件。



請參見官網「重要規章」



3.4.2 獨立檢舉管道與利害關係人保護 (GRI 2-26)

金色三麥建立公開、透明且具備實質保護機制的檢舉管道，鼓勵內部與外部利害關係人共同監督：



多元化檢舉通路

無論是公司員工、消費者、供應商或任何第三方，凡發現有違反誠信經營或不法情事皆可透過投資人信箱(ir@lebledor.com)提出檢舉。



嚴格的保密與調查程序

受理與交辦 所有檢舉案件均由直屬董事會之「稽核處」單位獨立受理，並依案件性質啟動專案調查。

保密義務 參與調查之人員對檢舉人身分及檢舉內容負有絕對保密之法律責任，調查過程採隔離且非公開方式進行。



檢舉人保護機制

金色三麥承諾不因檢舉行為而對檢舉人進行解雇、降職、減薪、強迫轉調或任何形式的不當處分與報復，切實保障檢舉人之合法權益。

3.5 功能性委員會運作與風險整合 (GRI 2-9)



3.5.1 審計委員會

金色三麥審計委員會於2024年10月23日成立，委員由所有獨立董事組成。協助董事會履行其監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度。本屆任期3年，2024年10月23日至2027年10月22日。



2025年總計召開**7次**
委員平均出席率為**95.24%**

2025年度審計委員會主要聚焦於財務報導品質提升、內控制度與公司治理強化、集團資金管理、上櫃前資本規劃，以及永續治理制度建置等事項。

審議的事項主要包括

-  財務報表、盈餘分配及財務預測案
-  上櫃規劃及資本市場相關作業
-  子公司資金貸與及背書保證案
-  內部控制、風險管理及公司治理事項
-  各項管理制度與作業程序之訂定及修訂
-  年度稽核計畫及永續治理相關事項

註：2025 年度金色三麥審計委員會共計有 4 位委員，其中 1 位委員已於 2026 年 1 月初因個人生涯規劃辭任，故本年度平均出席率以現任 3 位委員為主。

績效
評估

評估 5 大構面（對公司營運參與度、職責認知、提升決策品質、組成及成員選任、內部控制）

共 22 項指標，總得分為 **97.27 分**



3.5.2 薪資報酬委員會 (GRI 2-20)

金色三麥薪資報酬委員會於2024年10月31日成立，委員由所有獨立董事組成。協助董事會辦理董事及經理人薪資報酬相關事項之專業審議，並強化薪酬決策之獨立性與合理性。本屆任期3年，2024年10月31日至2027年10月22日。



2025年總計召開**5次**
委員平均出席率為 **100.00%**

薪資報酬委員會主要職掌為定期檢討董事及經理人之薪資報酬政策、制度、標準與結構，並就個別薪資報酬內容提出建議，以作為董事會決策之參考。委員會於審議相關事項時，綜合考量個人績效表現、專業能力、職責貢獻、公司經營成果及產業水準，致力使薪酬制度兼具合理性、競爭力與激勵效果，並強化薪酬決策之獨立性與透明度。

績效 評估

評估 5 大構面 (對公司營運參與程度、職責認知、提升決策品質、組成及成員選任、內部控制)

共 20 項指標，總得分為 **98 分**

審議的事項主要包括



董事及經理人薪酬政策與給付事項



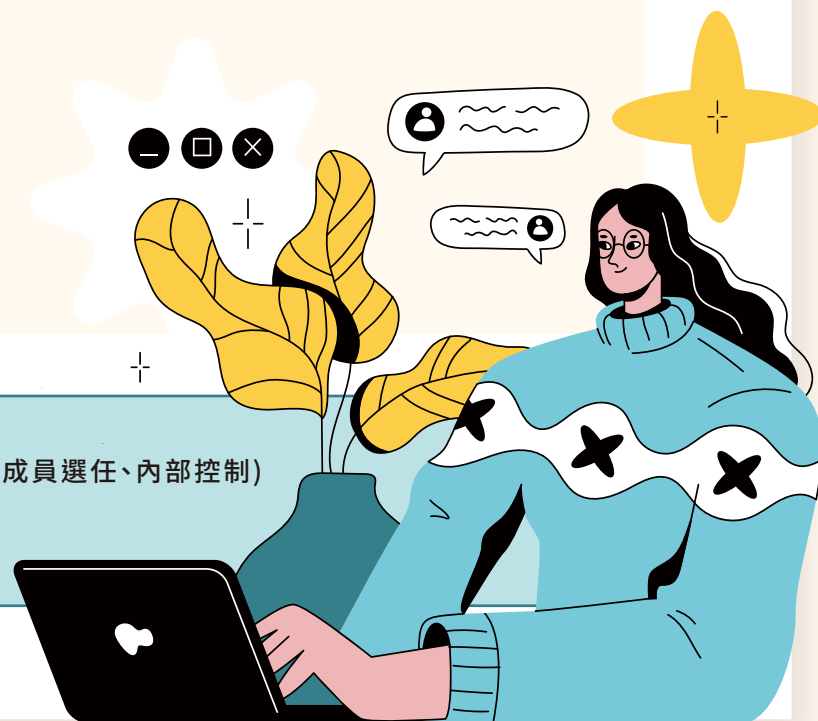
董事及經理人績效評估制度修訂



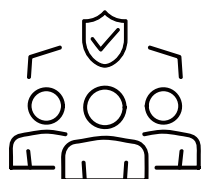
高階經理人任免及薪資報酬審議



基層員工範圍認定事項



3.5.3 利益迴避制度 (GRI 2-15)



董事利益迴避原則

金色三麥設有獨立董事，獨立董事於客觀公正立場上，以其專業與經驗提出建議，董事會討論任何議案時，亦充份考量獨立董事意見，如獨立董事對議案有反對或保留意見時須於會議紀錄載明，確保獨立董事於善盡職責的同時亦兼顧利益迴避原則，有效保護公司之利益及增益董事會運作。



委員會利益迴避原則

金色三麥董事會、審計委員會、薪酬委員會及永續委員會皆有利益迴避原則，對於會議之事項，與委員自身或其代表之法人有利害關係者，於有害於公司利益之虞時應予迴避，不得加入討論及表決，亦不得代理其他董事行使其表決權。



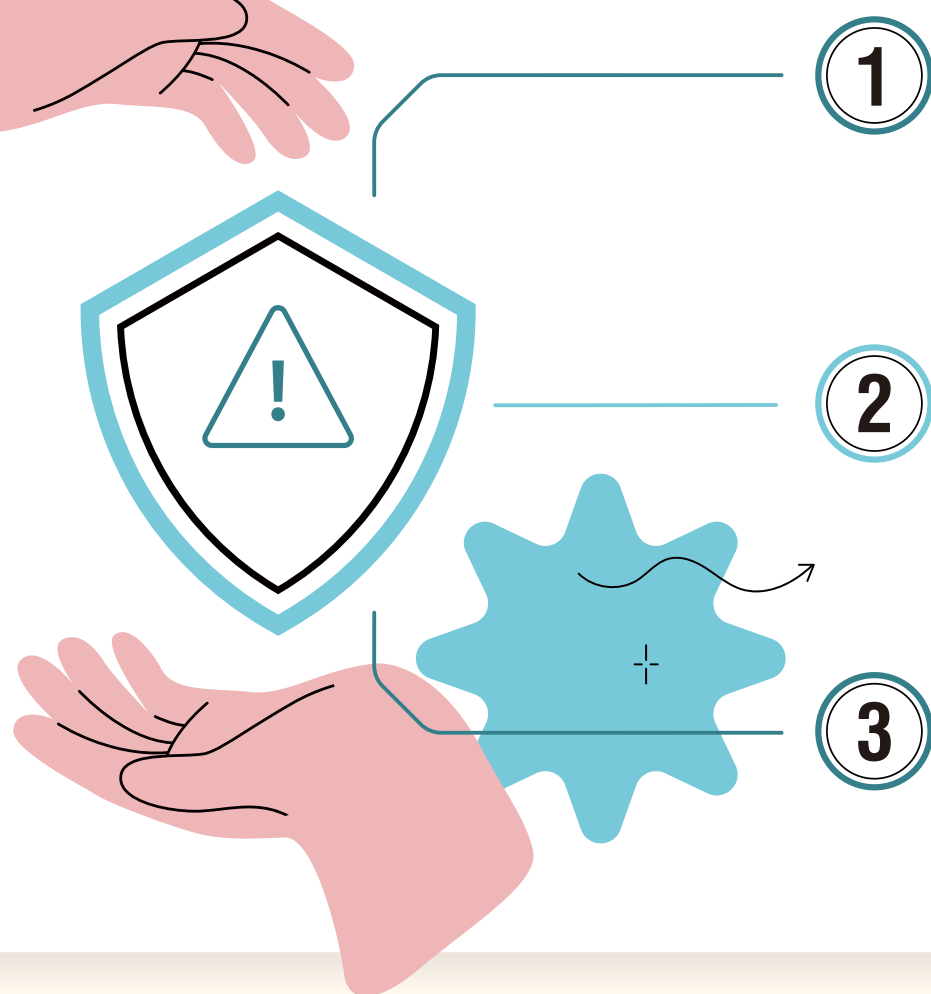
執行情形揭露

金色三麥2025年度召開董事會及委員會會議時，對於利害關係議案皆依法進行迴避，相關利益迴避執行情形詳見「金色三麥2025年度年報」。



3.5.4 全面性風險管理範疇與三道防線 (GRI 2-12、2-13)

金色三麥深信健全的公司治理與前瞻性的風險管理，是企業永續經營與維護利害關係人價值的基石；已於2025年3月10日訂立「風險管理政策與程序」，並經董事會核定後實施，旨在強化上櫃後公司治理、建立健全的風險管理作業。日常營運決策與中長期發展策略中納入環境(E)、社會(S)與治理(G)之風險因子。透過嚴謹的治理組織與三道防線風險控管機制，主動識別並積極回應各項實質性風險，以確保企業在多元品牌擴張與全球化進程中，具備高度的營運韌性與誠信經營文化。



第一道防線 執行層面

各直營門市長、釀酒廠廠長及各部門主管，負責日常業務中風險之第一線識別與自主管理。

第二道防線 管理層面

總部專業功能部門（如品保、財務、人資、法務、總經理室），負責制定控管流程、合規監督與跨部門協調。

第三道防線 稽核層面

直屬董事會之稽核處，負責獨立評估內部控制與風險管理機制之有效性，並定期向董事會與審計委員會報告。



金色三麥將風險管理區分為「營運與食安風險」、「市場與財務韌性風險」、「誠信與資訊安全風險」三大核心範疇，並透過制度化作為降低非財務重大風險。

營運、供應鏈與食品安全風險控管

餐飲及飲料製造業最核心的實質性風險為「食品安全事件」與「供應鏈斷鏈/品質異常」，一旦發生，將對營收及品牌商譽造成不可逆的巨大財務損失。



因應策略與治理實績



100% 直營管理模式：為確保服務品質與食安標準高度一致，金色三麥全台門市100%直營，減少品牌治理漏洞。



全台唯一首創食安防線：金色三麥為全台首家自主要求主要品牌門市導入HACCP認證為基本政策之連鎖餐飲業。



工廠端國際雙證認證：旗下四大工廠（中央廚房、烘焙廠及兩座啤酒廠）100%通過 ISO22000 與 HACCP 國際食品安全雙重標準，透過嚴密的原物料追溯與出廠檢驗，將系統性食安風險降至趨近於零。

誠信與資訊安全風險管理



實質風險

隨著線上訂位系統與會員經濟等數位化深化，個人資料外洩與資安駭客攻擊風險提高。



因應策略

全面升級門市與總部之資安防火牆、定期進行社交工程演練與系統漏洞掃描，嚴格加密客戶資料與交易資訊。

市場波動與財務韌性風險管理



面臨餐飲業景氣循環、單一品類市場飽和，或是進口原物料(大麥、啤酒花)在地食材受極端氣候影響價格暴漲之轉型與實體風險。



因應策略與治理實績：



「餐酒雙引擎」多元品牌矩陣

透過分眾類別(如多品牌：金色三麥、微兜、Sports Nation、咖哩樹、BAC)切入不同價值客群，有效分散單一品牌或單一產品市場低迷之經營風險。



全鏈整合與綠色產品線機會

具備自有工廠與跨品類全鏈整合研發能力，成功開發多達40多款「非啤酒新產品」(如康普茶、無酒精蜂蜜啤酒)。並大量採購台灣在地格外品(醃水果)進行小批次精釀，將國際供應鏈波動風險轉化為在地低碳產品的財務機會。



Chapter

04

食安管理 與顧客經營



4.1 食品安全、環境管理與產品品質管理

4.2 產品創新與顧客價值

4.3 供應商管理

4.1 食品安全、環境管理與產品品質管理



4.1.1 食安管理政策 (GRI 2-23、2-24)

※ 食安管理不只是靜態的證書，更是動態的日常實踐

金色三麥以「誠實、利他、分享」為核心經營理念，將食品安全視為企業營運之首要責任，秉持「安全、美味、透明」之原則，建構從原料採購、生產製程到終端供應之全流程食品安全管理機制，導入風險導向之食品安全管理思維，定期辨識、評估並控管各營運環節之潛在風險，確保產品品質與消費者安全。



管理機制

金色三麥不僅遵循「食品安全衛生管理法」與「食品良好衛生規範準則」(GHP)的最低基本法定門檻，更秉持「從合規走向卓越 (Excellence beyond Compliance)」的精神，導入ISO 22000國際食品安全管理系統標準及HACCP餐飲業食品安全管制系統管理機制，持續通過第三方專業認證機構的審查，獲得肯定並取得合格認證證書。此外，落實「持續改善 (PDCA)」的永續經營精神，將對食品安全重視，轉化為消費者、投資人與社會大眾最堅實的信賴價值。



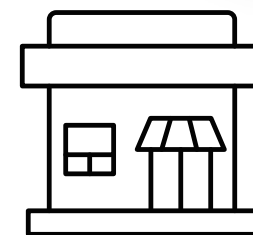
於實際管理執行層面，金色三麥遵循上述法規、管制標準，訂有食品安全政策、作業程序文件與保存相關紀錄文件，建構完整食品安全衛生管理機制，憑藉各驗證範圍生產過程中之危害評估、預防管控，訂定「重要危害管制點」(CCP)，持續進行監控、記錄與審視。

生產源頭



中央廚房、烘焙廠及兩座釀酒廠，全數通過ISO 22000及HACCP的嚴格驗證。透過建立標準管理架構，進行嚴格品質管理與風險預防。

終端門市



餐飲門市除全面落實台灣「食品良好衛生規範準則」(GHP)外，旗下核心品牌「金色三麥」更率先業界導入及通過 HACCP驗證。將工廠級科學化製程動線、關鍵溫度控管與生熟食分區概念成功延伸至消費第一線，確保每一道餐點與飲品皆具備最高標準的衛生安全。

「金色三麥」品牌所屬門市多數通過HACCP認證



全台第一家榮獲HACCP 評鑑通過連鎖餐廳



台灣「食品安全衛生管理法」第 8 條目前強制要求符合「食品安全管制系統準則(HACCP)」之對象，主要為水產、乳品、肉類加工業及旅館業附設餐廳等，連鎖餐廳尚未納入法規強制管轄範圍。

然而，金色三麥秉持「從合規走向卓越(Excellence beyond Compliance)」的永續治理精神，深知核心餐廳品牌「金色三麥」營收占比高、供餐類型多元。為積極展現對消費者健康的社會責任(S)並全面降低重大食安事件對集團營運帶來的財務與聲譽衝擊，我們自願將工廠級的科學化製程防線延伸至餐飲第一線，成為台灣首家自願於連鎖門市導入 HACCP 驗證之餐飲品牌。





門市驗證覆蓋率

現況摘要 (截至 2025 年 12 月底)

- ★ 全台 20 家金色三麥品牌門市中，已有 17 家順利取得 HACCP 證書
- ★ 門市自主驗證率達 85%
- ★ 其餘新展店門市亦已全面比照 HACCP 嚴格標準進行環境衛生管理
- ★ 依序配合主管機關進行階段性審查評鑑



可追溯性風險管理

管理重點

- ★ 凡通過驗證之門市，皆針對食材類型與供膳流程，精準設定「重要危害管制點 (CCP)」(如：中心烹調溫度控制) 並實施動態監測
- ★ 全數原物料及製程單據均可依生產批次進行追溯
- ★ 用高標防線守護消費者「從源頭到餐桌」的安心信賴





4.1.2 食安小組與教育訓練

金色三麥建構全面性的食品安全管理架構，由總經理親自督導，並設立跨部門「食品安全與品質管理小組」，負責落實全公司食品安全與品質管理政策，隨時做好應變準備。

食安品管小組成員與職責

食安品管小組負責食品安全政策制定、風險管理及重大事件決策，不定期召開會議，針對食品安全相關法規變動及潛在風險進行檢討與因應。



總經理

決定食品安全管理策略



餐飲管理主管

餐飲門市、集團後勤統籌管理



酒廠釀造主管

釀造生產端統籌管理



人資行政主管

負責人員教育安排與招募資格訂定



食品安全主管

餐飲相關食安議題統整



品質管理主管

酒廠相關品質議題統整



採購主管

統整原料採買規劃與安排

食安品管小組應變機制

緊急應變機制



若餐飲門市或工廠生產發生重大食安事件，將立即啟動緊急應變機制，由決策小組統籌處理，立即停止供應與使用可疑之原料，並進行問題產品之隔離與追蹤，同時展開事件調查、釐清原因與影響範圍。

內部通報機制



事件處理依據內部通報機制進行跨部門協調，並視情況依主管機關規定進行通報與資訊揭露，確保相關利害關係人能即時掌握資訊。

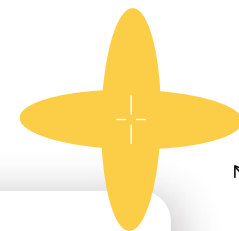
原因分析與檢討改善措施



事件處理結束後，將進行原因分析與檢討改善措施，包含：製程優化、供應商管理強化及內部教育訓練等，並持續追蹤改善成效，以防止類似事件再次發生。



金色三麥截至2025年12月止，皆未曾發生重大食安事件

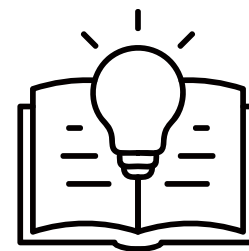


HACCP 食安管制小組成員



主要由餐廳管理、釀酒生產、食品安全、品質管理及採購人員擔任維持原料至成品過程之各環節得以確實管理。以店為單位組成獨立管制小組，正職人員晉升至內、外場最高主管，需經過內部不同階段之食安相關課程，同時接受HACCP基礎或進階訓練，而具備相當程度之食安衛生知識。

新人、在職員工食安教育訓練



針對新進人員，以每月為周期開設新進人員教育訓練，內容即包含基礎食品衛生安全，以提供作業必要之基本食安知識。另外，亦提供在職人員或幹部進階食品衛生安全相關課程，內容除一般食品安全法規外，亦有包含食物中毒、食品過敏原、食品防護等進階專業知識，旨在提升人員食品安全觀念與程度，以確保全體人員皆具備必要之食品安全知識並依規範執行相關作業；同時員工於作業過程中如有食安疑義，亦可向主管或相關單位尋求即時指導與回報。

4.1.3 食安管理成效評估

金色三麥以「從源頭到餐桌的全面覆蓋」為核心，針對從業人員、作業場所、設施衛生、品保制度四大面向建立嚴格的評估與持續改進機制 (PDCA)，並透過落實及通過國際認證，確保旗下主要產品與服務之最高品質，同時以內部稽核、外部驗證複查評估管理成效。

評估與持續改進機制 (PDCA)



從業人員管理

全體同仁 (包含中央廚房、烘焙廠及釀酒廠與門市一線人員) 入職前與在職期間，皆實施法定健康檢查。公司設有「食安督導小組」，針對手部衛生、工作衣帽配戴與製程動線進行每日動態稽核。



作業場所 與設施衛生管理

旗下所有場域嚴格執行生熟食分區器具顏色管理與冷鏈溫度控制，並裝設截油槽及高效排煙設施。各餐廳與工廠皆委託專業病媒防治機構進行每月定期施作與潛在風險評估。



品保制度落實

金色三麥將品保機制提升至國際供應鏈規格。生產源頭與核心物流實施 ISO 22000 國際食品安全管理系統；消費第一線餐飲門市則導入 HACCP 驗證，針對關鍵管制點 (CCP 如發酵溫度、中心烹調溫度) 實施全天動態監測與導正。



依據ISO-22000及HACCP規範，每年需進行1次內部稽核，以確保管理系統之有效性。ISO-22000驗證有效期限為3年，每年度需進行評核；而台灣衛福部食藥署核發之餐飲業HACCP證書效期同為3年，期間亦有不事先通知之追蹤查核。

生產工廠證書有效性



金色三麥中央廚房、烘焙廠及釀酒廠所生產之產品全部供應自身營業使用，每年由第三方認證單位續評查核，而每3年效期屆滿前須重新取得認證以更新證書，分別已於2024年8月29日、2025年5月12日、2024年4月19日取得ISO 22000及HACCP證書。

主要餐廳品牌證書有效性



「金色三麥」品牌自主導入HACCP規範目前皆屬有效。



不定期巡檢

金色三麥不定期至店內採突襲不事前通知巡檢。以「金色三麥」品牌為例，2025全年度共進行182次巡檢，主要檢視GHP與HACCP各項之執行落實度。



主動監控與稽核

檢視項目包含環境、設備、人員與作業之衛生，並於現場抽驗餐廳使用之油炸油品質是否符合規範，另確認GHP與HACCP相關紀錄文件之執行及填寫確實度。



溝通與改善機制

現場人員如對食品安全相關作業有建議、回饋或需進一步釐清之處，亦可立即提出，以利雙向溝通與共同精進。另每月進行用水用冰及餐點之檢驗。



缺失改善

若巡檢或抽驗發現異常情形，將依缺失程度啟動改善機制，包括限期改善、複查追蹤及現場教育輔導，必要時採取停止使用相關設備或暫停販售產品等措施，以降低對消費者之影響。



內部通報機制

門市人員如於日常營運中發現衛生或食品安全疑慮，亦可透過內部通報機制即時回報，由食品安全部進行評估與後續處理。



4.1.4 作業環境、設施衛生管理 (GRI 416-1)

廠房與門市環境衛生管理

金色三麥旗下釀酒廠、中央廚房、烘焙廠每日皆由衛生管理專責人員，針對各項GHP、ISO-22000及HACCP規範執行衛生狀況檢查，餐廳各門市不論是否有取得HACCP證書，全部皆比照 HACCP 標準進行環境衛生管理。如發現環境衛生異常，將有影響食品安全疑慮時，將立即執行矯正措施，包含清潔消毒、原料隔離或報廢、暫停人員作業等，並由主管進行複核，以降低潛在風險；員工亦可即時回報現場衛生疑慮，將由管理單位進行評估與處理。

GHP

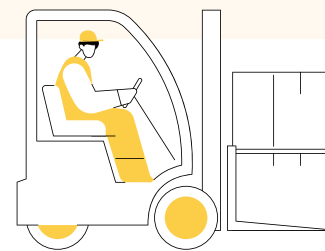
ISO
22000

HACCP



除作業環境外，亦時常留意工作出勤員工之健康狀況、衣著與作業衛生，員工每年須接受食品從業人員健康檢查。





倉儲運輸環境衛生管理



金色三麥自行設有常溫庫、冷凍庫、冷藏庫以進行儲存作業，並有溫度、溼度管制，按照原料溫層需求區分儲位放置。原料於進貨時由驗收人員確認品項、數量、效期、包裝完整性、目視無異常、產品表面溫度等合格後，轉由倉儲管理單位辦理入庫作業，後續供生產使用。



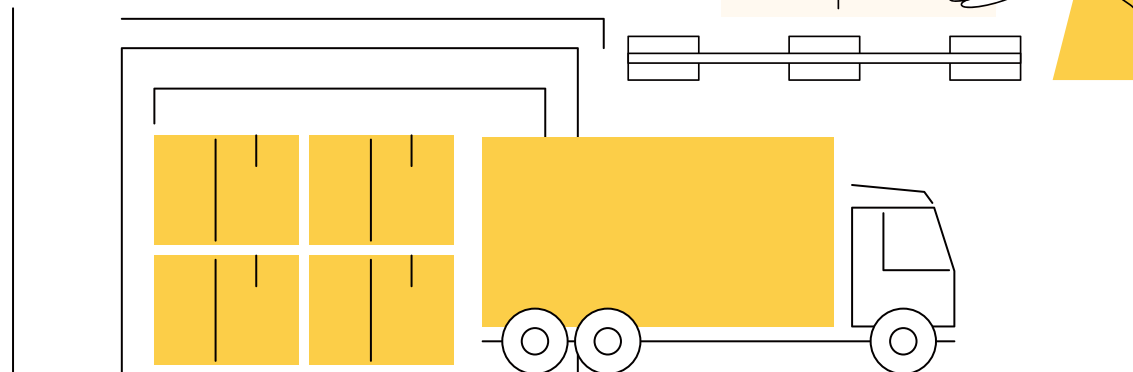
運輸則由內部物流貨車負責配送，或由簽約配合委外物流業者協助，並由總公司負責統籌與監督管理；物流貨車按不同溫層需求（冷凍廂體＜-12℃、冷藏廂體＜7℃），各自安排行程出車發貨，並確保廂體內保持清潔、適時安排車輛維護保養，以確保運途穩定與安全。

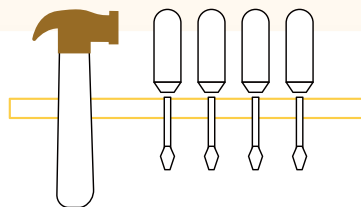


設備器具安全與定期維護



金色三麥針對門市設備建立異常通報與維修管理機制，當設備異常可能影響食品安全或作業品質時，門市將立即停止使用，並即時通報相關單位進行維修處理，必要時同步評估產品隔離或停止供應，以降低風險影響、確保設備運作安全與食品品質。2025年度設備異常案件均已納入管理與追蹤，未發生重大影響食品安全之事件；「未完成維修件數」多屬「非關食安與環境衛生之雜項修繕（如桌椅、電話、話機）」，而不影響食品安全。





2025年金色三麥集團門市設備異常處理情形

設備類型	已完成維修件數	未完成維修件數	設備異常通報件數	維修完成率
大型設備	311	157	468	66%
中型設備	278	158	436	64%
小型設備	137	86	223	61%
其他	963	386	1349	71%
合計	1689	787	2476	68%

註1:「大型設備」包含:冰箱、冷氣、靜電機、風管。

註2:「中型設備」包含:霜淇淋機、蒸烤箱、脫菜機、瓦斯煮飯鍋、炒爐、咖啡機、瓦斯炸鍋、油炸機、電磁爐、電視、洗碗機。

註3:「小型設備」包含:榨汁機、調理機、麥克風、推板車、投影機、飲水機、電子秤。

註4:「其他」包含:工務修繕、電燈、椅子、桌子、話機、濾水器、濾心、監視器等其它雜項。

金色三麥針對高風險設備(直接接觸水源與食材,如未定期清潔維護極易滋生細菌而引發食安問題)

亦建立預防性維護機制:

門市吧檯設備(酒嘴/打酒管線):每月定期保養,執行率達**100%**

製冰機:由工務部每2個月進行管路清洗與保養,**2025年皆依計畫完成**



4.1.5 精準製程與風險管理

精釀啤酒工廠

金色三麥深知「產品品質是永續經營的基石」。旗下釀酒廠不僅全數通過 ISO 22000 與 HACCP 驗證，更將食安思維內化於工藝流程。

我們建立「一條龍低溫嚴控制程」，從源頭麥芽篩選、製程關鍵控制點 (CCP) 數位化動態監測，到出廠前的無菌充填，透過全流程溫控與嚴格環境隔離，構築全方位食安防線。

這不僅是對產品風味的極致追求，更是守護消費者「從麥芽到酒杯」每一口健康安全的堅實承諾。

一條龍低溫嚴控制程

01



麥芽精準碾碎

源頭把關 麥芽精準碾碎與物理篩選

精確控制碎裂度，除完整保留麥芽天然風味外，同步落實源頭異物物理篩選，確保原料純淨。

02



天然糖化過程

精準控制 天然糖化與數位化監測

嚴格監控天然糖化之溫度與時間曲線，以自動化系統減少人為誤差，奠定精釀啤酒高標準的核心基底。

03



關鍵煮沸控制

風險防禦【CCP 1】 關鍵高溫煮沸與全面滅菌

列為製程關鍵控制點，實施高溫煮沸與定時抽驗，達成徹底滅菌與酒花定型，有效降低微生物污染風險。

04



急速冷卻隔絕

環境隔離 封閉式急速冷卻與雜菌防護

導入高效率封閉式熱交換系統進行急速降溫，全程與外部環境完全隔離，嚴防冷卻階段之任何雜菌入侵。

05



密閉低溫發酵

動態管理 密閉低溫發酵與活性追蹤

透過數位化中央控制系統，即時追蹤與調節酵母活性與發酵溫度，確保批次品質恆定與生產韌性。

06



全時低溫熟成

品質淬鍊 全時恆溫熟成

密閉恆溫環境長期熟成，促使雜質自然沉澱，在無添加防腐劑的前提下，淬鍊出最純淨的酒質。

07



遠心分離技術

終端防線 控制菌數與風味平衡

運用高效能物理性精密過濾系統汰除殘渣與酵母，在不破壞風味的前提下提升純淨度，確保出廠品質符合標準。

08



充填殺菌完整流程

承諾交付【CCP 2】 高速無菌自動充填與安心密封

列為終端關鍵控制點，於萬級潔淨度環境下進行自動化密封包裝留存新鮮完美交付安心與承諾。

生鮮鏈中心(含中央廚房與烘焙廠)

金色三麥為全面提升食品安全標準與餐點品質，自 2018 年起斥資打造專屬「生鮮鏈中心」，落實「從產地到餐桌」的全程安全防線。廠區設計採取業界領先的「生產透明化觀景窗」，參觀者無需換裝即可直觀所有作業流程，展現對品牌透明度的最高承諾。

廠房導入 HACCP 與 ISO 22000 雙重國際驗證管理架構，除嚴格落實的「人流、物流、氣流、水流」之實體交叉污染防護動線外，更獨立設置專用清洗室以杜絕病原菌，並斥資建立「食品檢驗實驗室」以進行微生物與品質自主監測，透過科學數據構築安心防線。

中央廚房(食品廠)作業



前處理區

投產食材專區執行清洗與前處理，於製程起點隔絕汙染源。



冷醬處理區

冷食食材於恆溫潔淨環境下加工攪拌並即時包裝，鎖住凱薩醬等核心醬料之新鮮度與風味一致性。



肉品處理區

低溫隔離

肉品醃漬調理全程維持在低溫獨立空間作業。



烹煮區

嚴格依比例進行熬煮、蒸烤、與高壓燉煮，並監控中心溫度落實危害控管。



包裝區

以自動包裝機進行快速充填包裝，縮短於室溫下暴露時間，並減少人工接觸的汙染風險。



急速冷凍區

包裝後成品立即送入急速冷凍庫，快速進行凍結，減少在危險溫度帶停留時間維護食品安全。



成品金屬 檢測區

產品經過金屬檢測機探測，排除金屬異物混入風險。

★ 關鍵控制點CCP

★ 關鍵控制點CCP

烘焙廠作業區域介紹

01

原料與粉類精準調配 (源頭把關)



生產原料依據 SOP 標準作業程序進行精確分裝與秤重；門市專用粉類經嚴格混合與篩分過篩，包裝成固定比例以確保品質穩定

02

翻糖與烘焙區 (無添加核心製造)



甜點手工裝飾與翻糖於獨立專區製作；蛋糕胚體與核心醬料經調配與烘烤熬煮，在無多餘人工添加物的前提下呈現最純粹風味

03

低溫切割與水果處理 (嚴防交叉污染)

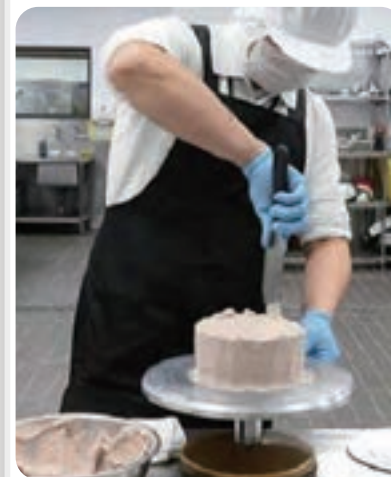


胚體於降溫區靜置切割，維持完美口感；新鮮水果進行獨立前處理後，立即移入冷藏冰箱專區，全面杜絕環境與生物

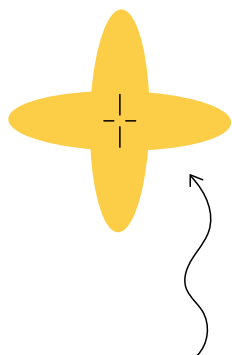
污染

04

蛋糕裝飾與入庫儲存 (終端完美交付)



原醬料、鮮奶油與水果等半成品於高潔淨度專區進行組裝與手工裝飾，完成後迅速裝盒並移入數位溫控倉儲，完美銜接後續配送冷鏈，最後產品經過金屬檢測機探測，排除金屬異物混入風險



中央廚房(食品廠)／烘焙廠共用區域介紹

用品清洗區

(實體防護、阻絕交叉污染)

烘焙用模具與生產器具於使用完畢後，集中至專用區域進行深度清潔與高溫消毒，清潔完成後限定於非生產時間內逆向送回各廠區待用，確保物流動線完全單向不交叉。

食品檢驗實驗室與留樣區

(科學實證、追溯韌性)

所有廠區生產之成品與半成品實施批次留樣機制。透過實驗室進行動態微生物監測與產品質量穩定性分析，以科學數據為基礎，強化食品安全追溯管理與供應鏈韌性。





4.1.6 產品品質管理

設置食品安全實驗室

金色三麥嚴格遵循台灣「食品安全衛生管理法」第 7 條（設置食安實驗室、訂定監測計畫與辦理產品檢驗）規定，實施企業自主管理並訂定「食品安全監測計畫」自行設置兩座實驗室。生產過程之原料、半成品或成品送交衛生福利部認證之第三方檢驗機構或自有實驗室檢驗。

金色三麥參考食藥署「食品業者設置實驗室之企業指引」，積極延攬具備專業國家證照之菁英。目前食品全部實驗室成員中，具備「丙級食品檢驗分析技術士證照」之比例為 33.33%（6名中占2名）；針對酒廠實驗室尚未取得證照之既有人員，已納入日後持續進修計畫，並將專業認證列為未來招募之優先考量，期能透過專業人才強化品保量能。

另為落實執行 ISO 22000 與 HACCP 食品安全管制系統標準之要求，廠區與實驗室之量測儀器每年至少進行 1 次強制校正，而委外單位皆嚴格限制為具備國際認證之合格校正實驗室，確保所有檢驗資料之數據有效性。

金色三麥於2025年投入新台幣1,415仟元於食安實驗室相關事務，費用涵蓋實驗室租金、精密儀器購置與維護、試劑耗材、年度合格校正及委外檢驗等，其支出費用占年度合併財報營業收入淨額（2,296,648 仟元）之0.06 %。

2025年食品安全實驗室支出情形

支出項目	自主檢驗	委外檢驗	總計
支出費用(新台幣仟元)	899	516	1,415
合併財報營收淨額(新台幣仟元)	2,296,648		
合併財報營收淨額占比(%)	0.04%	0.02%	0.06%



金色三麥2025年除執行日常例行性用水用冰、餐點與成品、人員手部、環境等衛生相關之微生物自主檢驗外，針對原料執行重金屬、防腐劑、農藥殘留、動物用藥殘留、真菌毒素、組織胺等項目進行委外檢驗，以確保營運使用之原料安全無虞。2025年自主及委外檢驗結果合併計算，檢驗合格率为99.38%；不合格項目皆已進行調整並預防再度發生。

2025年食品安全實驗室檢驗項目

檢驗形式	檢驗對象	檢驗項目	檢驗頻率
自主檢驗	工廠、餐廳之自來水、飲用水 門市製冰機之冰塊	總生菌數、大腸桿菌群、pH 值、有效餘氯 沙門氏桿菌、腸桿菌科	每月 1 次
	現場作業人員手部、環境落菌	總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌 金黃色葡萄球菌	每月 1 次
	工廠半成品、餐廳門市成品	大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、單核球增多性李斯特菌、沙門氏桿菌、腸桿菌科	工廠每季 1 次 門市每半年 1 次
	精釀啤酒成品	大腸桿菌、自來水質、pH 值、殘糖值 酒精度、二氧化碳濃度	每批 1 次
委外檢驗	八大類食材原料（肉、水產、乾雜貨、蛋乳、蔬果、澱粉、糖漿）	動物用藥殘留、食品重金屬、真菌毒素 非法添加物、農藥殘留、順丁烯二酸（酐）	依供應商來源與用量 每季至每半年定期輪替抽驗
	釀酒大宗原料（麥芽、啤酒花）	農藥殘留、真菌毒素、食品中重金屬	每年定期抽驗 1 次
	酒類成品（常態與季節性產品）	甲醇、乙醇、重金屬（鉛）、二氧化硫	常態：每年檢驗 季節：每次檢驗

2025年食品安全實驗室檢驗結果

檢驗形式	檢驗件數	合格件數	合格率
自主檢驗	6010	5973	99.38%
委外檢驗	101	100	99.01%
總計	6111	6073	99.38%



餐廳門市油品 品質管理

針對餐廳門市之油炸油需求，金色三麥採取高於業界的雙重監控策略，導入「總極性化合物測定儀」與「油脂酸價試紙」。

一旦檢測數值達到總極性化合物含量 25 % 或油脂酸價達 2.0 mg KOH/g 臨界點時，門市必須採取強制換油。

另外，若因食材特性導致油色變深、可能影響消費者用餐體驗時，即使數值未達法規上限，門市亦會主動調高換油頻率，以最高標準守護顧客健康。



產品與公共意外 責任保險

為顧客與消費者提供最高安全保障，金色三麥旗下所有生產工廠與品牌餐飲門市，均足額投保「產品責任保險」及「公共意外責任保險」。

產品責任險條款全面涵蓋食品中毒（含酒類）致傷亡保障，各點保單總金額介於 10,000 ~ 33,700 仟元之間，而高於「食品安全衛生管理法」第 13 條規定之法定下限（10,000 仟元）。

公共意外責任險最高賠償總金額則為 33,700 ~ 96,000 仟元，其保障範圍除硬體天災與火災外，更主動將「食品中毒責任」納入承保，展現企業對顧客與消費者之全方位責任。



4.1.7 產品溯源與回收應變

金色三麥為設有中央廚房之食品業者，依循《食品安全衛生管理法》第9條、衛生福利部《食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法》之規定，保存產品原材料、半成品及成品之來源相關文件，並建立供應來源及流向之追溯或追蹤系統，且食品安全部每月將原料進貨、生產、產品出貨資訊上傳登錄至食品藥物管理署之「食品追溯追蹤系統（非追不可）」平台。

同時，透過導入先進SAP、SRM數位化系統，全面建構「從產地到餐桌」的雙向追溯機制，落實供應商關係管理與產品自願追溯。

另外，跨部門「食品安全與品質管理小組」針對生鮮鏈中心與釀酒廠，制定嚴格的回收與瑕疵處理流程，並每年定期執行模擬回收演練，確保於面臨任何品質異常時，皆能於最短時限內達成精準匡列與實體隔離。

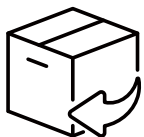


落實產品自願追溯管理

金色三麥2025年導入「供應商關係管理」(SRM)系統以精進採購流程，同時強化供應商管理作業；各類原料交易往來紀錄皆有紀錄可循，品質驗證管理、檢驗相關佐證文件亦可同步進行管理，藉以掌握源頭生產與品質衛生安全。

全面落實食品相關原物料之數位化履歷管理，涵蓋酒品、水產品、禽畜肉品、蛋品、蔬果、乾雜貨、冷凍食材等交易品項。

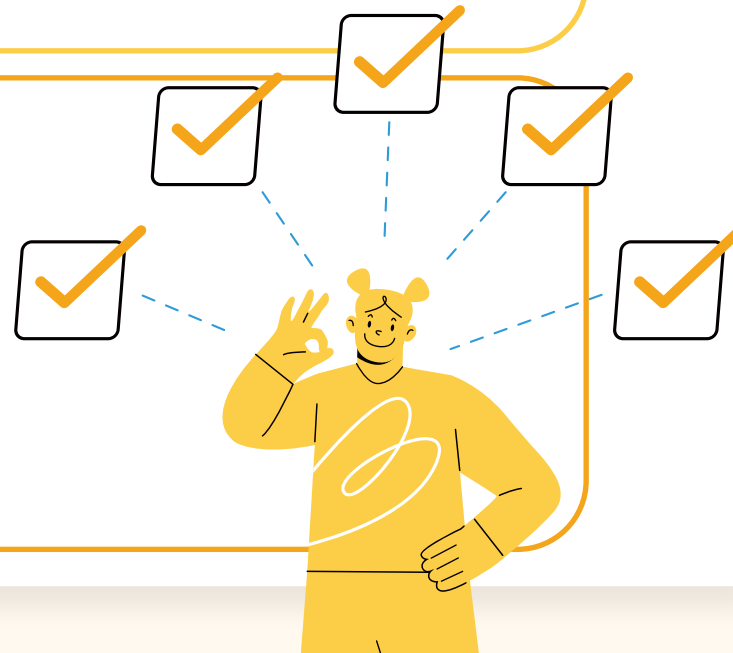
透過內部 SAP 與 SRM系統 進行全時電子化紀錄，任何一筆原料皆可即時追溯其進貨日期、品項數量、產製批號與有效日期；直送門市之生鮮蔬果等食材採購的單據亦繳回總公司歸存，確保產品追溯不中斷。



主動執行模擬回收演練

為確保遭遇緊急食安事件時具備快速應變能力，金色三麥訂有「回收管理辦法」，依據此辦法針對旗下生鮮鏈中心（中央廚房、烘焙廠）及釀酒廠，定期進行年度緊急產品召回模擬演練，以測試計畫之有效性並留存相關紀錄。

於嚴格製程把關與自主檢驗下，2025 年度中央廚房、烘焙廠及兩座釀酒廠之產品實際回收紀錄皆為0次，展現嚴謹之品質管理成效。



危機應變與產品回收標準流程

01

觸發警報 (回收訊息)



內部抽驗、品管巡檢、產線異常
或外部經銷商客訴反映
啟動通報機制

02

權責發起 (啟動回收)



當酒品/食品違反法令、存在
潛在品質瑕疵，或接獲主管
機關命令時，立即發起回收

03

科學分級 (決定等級與層面)



依危害程度精準分級：
* 第一級：具重大健康危害風險者
* 第二級：具一般健康危害之虞者
依通路深度劃分三個層面：
批發商層面 ▶ 零售商層面 ▶ 消費者層面

04

制定計畫 (完整產銷紀錄對齊)



迅速制定回收計畫書，精確臚列
品牌名稱、容量規格、產製批號
配銷資料與通路總量等12項核心
識別資料，確保資訊透明

05

實體執行 (通路回收行動)



食品安全決策小組下達「停止銷售指示」
全力依計畫時限展開各通路產品回收

06

風險閉環 (回收後續處理)



區分處置路徑：可改製改正者送回酒廠/食品廠修正
無法改正者，100% 於監督下予以強制銷毀
嚴禁轉送或他用，並完整記錄於「產品回收紀錄表」

07

結案歸檔 (PDCA 可追溯憑證)



相關紀錄與銷毀憑證完整存查歸檔
供第三方確信與內部稽核
完成 PDCA 管理閉環

雙軌瑕疵處理流程：製程與售後端

A 流程 A：製程瑕疵處理（啤酒充填產線即時發現）

1 即時判定



生產線依產品外觀與標準動態進行即時判定，不符標準者立即歸類為不合格品。

2 實體隔離



【核心控管】迅速將不良品移至特定「報廢/異常專區」存放，並進行顯眼之定位標示。

3 文件紀錄



由生產部負責清點並詳細記錄不良品數量，確保實物與帳務相符。

4 檢討改善



通報品質保證部進行根本原因分析(RCA)，即時調整產線參數，啟動預防措施。

5 報廢處置



呈報管理部核准，依合規程序進行最終報廢與銷毀嚴防流出。

B 流程 B：售後瑕疵處理（經銷商與客戶端退換貨）

1 外部客訴



接獲經銷商或通路端成品品質異常反饋，啟動退換貨與扣款處理機制。

2 實體隔離



【核心控管】收到退回貨品時，第一時間張貼「不合格品標籤」，進行實體存放隔離。

3 文件紀錄



依據「客訴與資料分析與改善管理辦法」，開立「品質異常處理暨溝通紀錄表」，留存查核軌跡。

4 檢討改善



品質保證部介入，對客訴樣品進行檢驗與因果分析檢視物流或儲存環境是否存在風險。

5 報廢處置



確認需報廢之貨物，一律取得經銷商證明或由品保人員自行拍照、錄影存查方可進行銷毀，防止不合規品流入市場。

4.2 產品創新與顧客價值



4.2.1 負責任行銷與飲酒安全守則 (GRI 417-1、417-2、417-3)

金色三麥致力於提供最高品質的產品與餐飲體驗，同時深信企業在品牌推廣中肩負重要的社會責任，同時嚴格遵循國家法規，建構「負責任行銷」與「理性飲酒」之管理方針。透過透明的產品資訊標示、多元的低酒精與無酒精產品研發，以及宣導反酒駕等社會安全倡議，全面降低有害飲酒風險，積極守護消費者與社會公眾之身心健康。



2025 年負責任行銷與法規遵循績效如下：



行銷法規遵循率

違反產品與服務資訊、行銷傳播
相關法規事件為

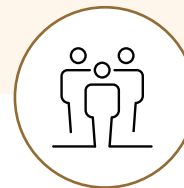
0 件



負責任標示達成率

全系列量產酒品之警語
與成分標示合規率達

100%



社會倡議行動力

積極開發多元低酒精/無酒精系列
提供市場負責任之永續消費選擇。

負責任行銷與理性飲酒三大行動策略



嚴格落實法規遵循與資訊透明標示

金色三麥嚴格遵守《菸酒管理法》、《菸酒稅法》及《消費者保護法》等行銷傳播與產品標示法規。所有產品文宣、社交媒體廣告與實體門市行銷，皆確保內容真實且絕不誇大。全系列量產酒品之瓶身皆完整標示產品成分、原產地、酒精濃度、過敏原提示，並依法清晰標註「禁止酒駕」、「未滿十八歲禁止飲酒」等健康警語。2025 年度，集團未發生任何因產品資訊、標示或行銷傳播違規而遭受主管機關罰鍰或警告之事件



開發多元低/無酒精產品，引導健康永續消費

為回應現代消費者對健康與理性的追求，研發團隊積極投入低酒精 (Low-alcohol) 與無酒精 (No-alcohol) 機能性飲品的創新。2025 年我們擴大研發範疇，推出多元風味的氣泡水與機能性無酒精飲品。透過豐富的非酒類與輕度酒精產品線，滿足彈性社交需求，主動降低過度飲酒之社會風險，向市場傳遞更具包容性與健康意識的品牌價值。



實體場域科技賦能，積極倡議理性飲酒

金色三麥將「負責任飲酒」理念融入實體門店的科技營運中。透過新型態場域 (如 SPORTS NATION) 的「智慧取酒牆」與「儲值酒卡」系統，顧客可依個人需求精準控制單次汲飲量 (小量試飲、以量計價) 打破傳統整瓶或整杯強迫消費的模式。此模式運用科技工具引導顧客實踐自主克制的理性飲酒。同時，全台門店同仁皆落實拒絕販售酒品予未成年人之查核，並積極推動代客叫車與同行指定駕駛宣導，攜手社會防範酒駕風險。

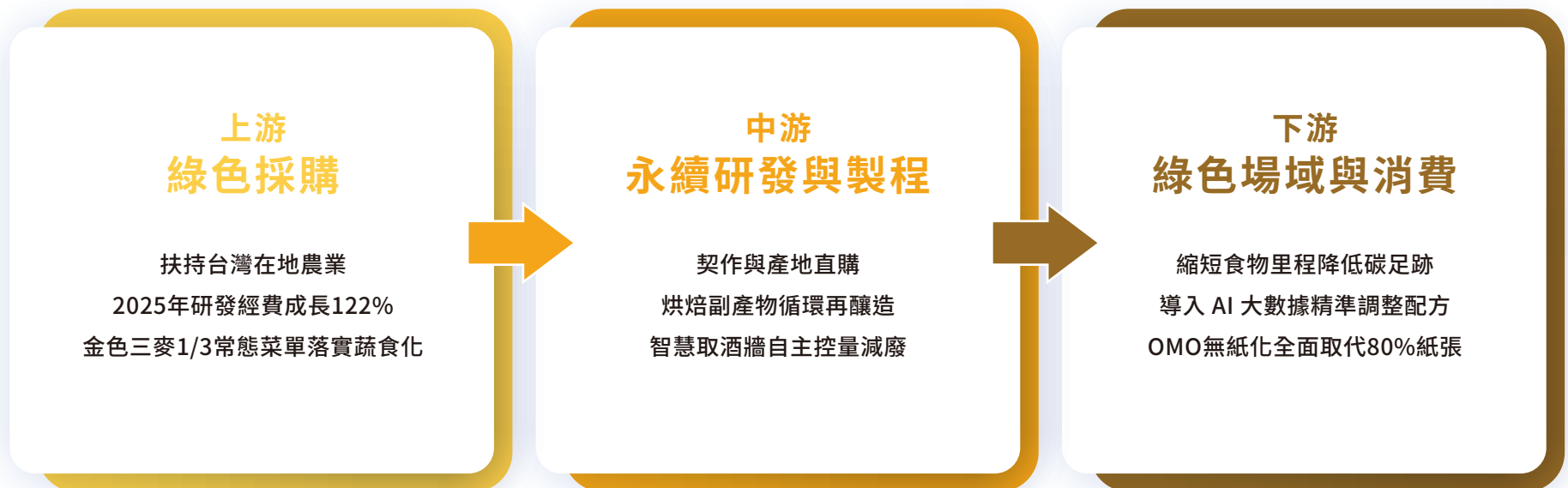


4.2.2 永續研發投資與綠色產品鏈

金色三麥因應全球氣候變遷與綠色消費轉型趨勢，積極將永續發展(ESG)精神納入核心研發制度，並透過逐年提高綠色研發投資，落實產品全生命週期管理。從環境友善原物料之綠色採購、製程節能減廢，到多元化永續產品線開發，致力建構具備永續韌性的綠色產品價值鏈，實現環境共榮的承諾。



金色三麥「綠色產品價值鏈」管理架構



4.2.3 永續研發與價值鏈升級三大行動策略

持續擴大永續研發投資，驅動產品綠色轉型

為加速綠色產品線的佈局，金色三麥在 2025 年度大幅調高研發預算至 646.4 萬元。這筆資金重點配置於「減碳、減廢、循環經濟、健康營養」四大永續主軸用以支持永續吐司啤酒、低碳蔬食餐點以及在地水果系列產品的技術升級與製程研發。

透過穩健的財務資本投入，2025 年成功將綠色研發成果轉化為商業動能，不僅為消費者帶來兼具美味與環保的多元選擇，更向投資人展現企業將永續DNA與核心營運深度連結的治理實績。



優化餐點配方

推廣多元健康與機能性飲食

研發團隊積極響應健康飲食趨勢，打破傳統餐飲偏向高能耗高油脂的研發思維。2025 年金色三麥致力於餐點配方的綠色優化，開發多元化的機能型非酒精飲品，並在各品牌門店（如微兜）推出主打低精緻澱粉、營養均衡的「野米輕盈碗」系列。透過降低產品的精緻度與碳足跡，滿足現代消費者對健康與理性的多元期待。目前金色三麥常態菜單中，蔬食與健康概念產品之比例已達約為 1/3，透過產品線的本質轉型，具體引導大眾邁向低碳、健康的綠色消費生活。



數據智能賦能製程

落實源頭減廢與精準供給

我們將科技研發應用於供應鏈管理與產銷協同中。透過 CDP 客戶數據平台與大數據演算法，精準預測各門店與銷售通路之產品需求，並將消費市場對在地特色食材的偏好，即時回饋給研發與採購端。

大數據的精準導引，有效降低了供應鏈源頭原物料之囤積與過期浪費，提升庫存周轉率。同時，藉由與花蓮「阿強西瓜」及台灣優質茶青農人的穩定合作，成功穩定地方農民營收，並縮短運輸食物里程，創造經濟、社會與環境的三贏價值。



禁止酒駕 未滿十八歲禁止飲酒



4.2.4 在地物產共榮 與循環經濟實踐

金色三麥秉持永續農業與循環經濟 (Circular Economy) 的核心理念，積極將「支持在地供應鏈」與「食品廢棄物減量」納入產品研發核心，透過跨界創新與製程升級，賦予廢餘資源全新價值，並攜手台灣在地農職人，將間接經濟衝擊轉化為地方共榮的永續推力。

2025 年在地共榮
與循環經濟關鍵績效



資源再利用率：烘焙廢餘資源 (麵包邊) 100% 轉化為釀造原料，成功降低食品浪費。

循環經濟與地方共榮兩大核心行動



剩餘資源價值再造：烘焙副產物之循環經濟

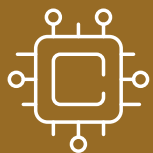
為落實源頭減廢，金色三麥研發團隊打破傳統線性生產模式，與同業及異業建立綠色循環生態圈。我們回收集團旗下烘焙品牌及在地友善店家的「剩餘吐司邊與麵包去皮副產物」，將其取代部分麥芽原料，成功研發出台灣首款符合循環經濟精神的「永續吐司啤酒」。



在地物產跨界共榮：深化本土低碳供應鏈

金色三麥深耕台灣在地農業，透過精準大數據洞察，將本土特色作物融入產品創新。2025 年我們與花蓮玉里鄉在地職人合作，穩定採購具友善農法背景的「阿強西瓜」開發季節限定調酒；同時，研發團隊廣泛採用阿里山烏龍茶、木柵鐵觀音等台灣特產原物料，推出多元化機能型與無酒精飲品。





4.2.5 智慧科技賦能 與低碳營運模式

金色三麥因應餐飲產業數位化趨勢與大環境人力結構轉變，積極推動門店營運模式升級。以「科技賦能・體驗升級」為核心，落實數位會員經營與 OMO 全通路整合，並榮獲「食創獎」餐飲創新服務類三星最高榮譽肯定。透過智慧設備與數據去識別化演算法，成功打造低碳、無紙化且友善職場的智慧餐飲場域。



無紙化低碳營運

80% 以上

全面推動行動支付與數位憑證
取代 80% 以上 傳統紙本票券與文宣



低碳飲食行為導引

+200% 餐點點購與回訪率

透過「蔬食之友」系統標籤，精準提升綠色餐點點購率與回訪率 +200%



永續數位生態圈

85 萬 APP 會員

APP 正式上線整合旗下品牌
數位會員數突破 85 萬人

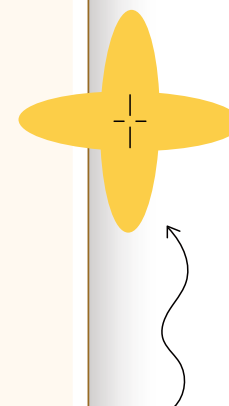


多元顧客經濟貢獻

50% 以上

跨品牌點數循環與精準行銷活化
數位會員營收貢獻度超越 50%

2025 年智慧營運
與永續轉型關鍵績效



01



互動式飲酒與 低碳減廢

SPORTS NATION「酒精交易所」
與智慧取酒牆系統
導入專利互動服務，依取酒量動態計價。
顧客可透過儲值酒卡自由汲飲、個人化
少量試飲。

對應永續效益

1. 突破傳統整杯倒酒模式：
顧客依需求控量，有效降低傳統
剩餘酒液之浪費。
2. 優化職場勞務：
大幅減少傳統點酒、倒酒及人工
控量流程，朝向「更少人力負擔、更佳
服務體驗」前進，舒緩餐飲缺工壓力
並提升留存率。

02



AI智慧選酒與 永續產品倡議

AI智慧辨識選酒系統與CDP數據中台
於酒窖店導入AI影像與大數據演算法
精準推薦個人化情境酒款。
運用數據洞察在地食材需求。

對應永續效益

1. 個人化低碳引導：
透過系統推薦，將高風味低酒精
飲品與機能型氣泡水精準推播給
目標族群。
2. 在地農業共榮：
大數據洞察帶動「阿強西瓜」等永續
產品研發，數位推播產地故事，直接
協助農民消化過剩農產並縮短食物
里程。

03



OMO全通路 無紙化轉型

金色三麥APP與行動數位生態圈
串聯品牌官網、APP系統、社群媒體
與實體門市
推動全通路顧客關係管理(OMO)。

對應永續效益

1. 綠色減碳營運：
全面改用電子優惠券、數位會員卡
與行動支付，減少紙張印刷及物流
碳足跡。
2. 精準資源配置：
透過數位化精準掌控優惠券核銷率
避免傳統實體文宣造成的資源浪費。

04



數據去識別化與 隱私權捍衛

顧客關係管理(CRM)與隱私保護政策
運用大數據進行分級權益設計
與自動化分群行銷
並設置「蔬食之友」綠色標籤。

對應永續效益

1. 嚴格隱私防護：
大數據分析前嚴格執行「數據去
識別化」處理，確保所有行銷活動與
客群分析皆不侵害客戶隱私。
2. 2025年未發生任何客戶個資外洩
或資安申訴事件。

4.2.6 數位會員經營模式

發展里程碑時間軸



永續導向的行動策略

策略一

全通路整合 與低碳營運 (環境面)



行動實踐

以金色三麥行動 APP 為核心，串聯官網、社群、電商及實體門市，建構 OMO 全通路整合架構。



永續成效

全面推行電子優惠券、數位會員卡與行動支付，成功取代 80% 以上傳統紙本文宣，顯著降低印刷與物流碳足跡，並透過數位化精準管理核銷率、避免資源浪費。

策略二

數位分級標籤 與永續產品驅動 (環境與經濟面)



行動實踐

導入 CDP 客戶數據平台執行精準分級與標籤化管理，活化集團 85 萬會員之點數經濟循環。



永續成效

低碳飲食導引：針對具環境覺醒特質之會員增設「蔬食之友」標籤成功帶動低碳飲食點購率與回訪率提升 200%。
支持在地農業：透過數據洞察消費者對在地物產的偏好，開發「阿強西瓜」等永續商品，縮短食物里程。

策略三

智能行銷互動 與數據隱私防護 (治理與社會面)



行動實踐

運用標籤系統進行自動化分群行銷與數位故事推播，將花蓮職人堅持等永續理念轉化為社群雙向價值。



永續成效

大數據分析與行銷推播皆嚴格執行數據「去識別化」處理，在深化顧客聚會情感連結、提升會員營收貢獻度超過 50% 的同時，全面捍衛客戶個資與隱私安全。

4.2.7 資訊安全防護與隱私權保障

金色三麥視「客戶個資安全」與「資訊安全防護」為企業永續治理(G)之核心基石。我們嚴格遵循國家法規，建構完善的資安管理體系，將防護機制內化於全通路(OMO)數位營運流程中。透過大數據分析之「資料去識別化」技術、嚴密防範惡意攻擊與持續的內部演練，全面捍衛消費者、員工及合作夥伴之數位隱私，實現誠信經營之永續承諾。



為確保資安政策由上而下落實，集團建立權責分明之資安治理防線：

決策與監督：董事會



定期聽取資安治理報告。



審查年度資安策略目標與重大投資。



規劃與執行：資通安全維護小組(由副總經理層級擔任召集人)



負責資安管理制度(ISMS)之推動、修正及落實。



協調跨部門資源，應對潛在資訊安全風險與通報。



日常應變與防護：資安小組、法務部門與第三方外部顧問



進行即時系統監控、資安威脅情資分析。



針對內部員工進行社交工程演練與法規遵循查核。

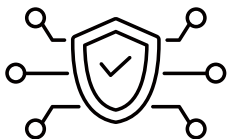


資訊安全與隱私保護三大行動策略



01

系統端：主動式防禦與合規稽核

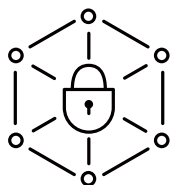


資安防護建置：全面導入新世代防火牆、入侵偵測系統 (IDS/IPS) 與端點防護機制 (EDR)，精準阻絕惡意網路攻擊、勒索軟體與非法存取。

定期合規稽核：每年委託具信譽之第三方外部顧問團隊，進行嚴格的資訊安全健檢與弱點掃描，針對發現之潛在風險立即啟動專案修補，確保核心營運系統與APP服務具備最高規格之防禦力。

02

流程端：嚴格數據去識別化與隱私捍衛

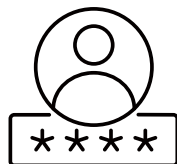


核心去識別化技術：於CDP客戶數據平台及CRM會員系統中，針對消費者之行為標籤、點數經濟分析等大數據運算，全面採取「數據去識別化」技術，確保行銷活動與客群畫像皆無法逆向還原出特定個人資料。

資料權限最小化原則：落實人員權限分級管制，非必要不留存、不調閱敏感性個資，從營運流程根源杜絕內部個資外洩之任何可能。

03

人員端：深化資安意識與社交工程演練



全體員工教育訓練：將資訊安全與個人資料保護法 (個資法) 列為新進員工與在職員工之常態必修訓練，強化日常營運之資安警覺。

社交工程防範演練：定期執行不預告之惡意郵件社交工程演練，對同仁之點擊行為進行追蹤與再教育，將防護意識轉化為內部組織文化。

顧客體驗優化與服務流程精進實績

金色三麥秉持「以客為尊」的核心價值，建立完善的客訴處理機制與跨部門溝通管道。2025 年度，我們針對各門店與數位通路之顧客反饋，落實服務流程檢討並透過四大精進實績亮點，全面提升顧客滿意度與品牌信任度。

2025年服務流程精進四大亮點



系統效率優化：APP 綁定與核銷流程簡化

問題檢討

過往顧客反應門店核銷數位券及綁定APP流程較為繁瑣，影響現場用餐體驗

精進實績

優化前端OMO系統介面，簡化點數與優惠券綁定步驟，縮短現場核銷等待時間



客訴溝通升級：跨部門即時聯防與成因分析

問題檢討

傳統客訴單向傳遞效率不足，缺乏跨單位的改善機制

精進實績

建立跨部門「滿意度優化專案小組」，針對客訴進行即時通報與每季成因分析，從源頭調整門店服務SOP



場域體驗翻新：智慧導引與多元社交空間

問題檢討

新型態門店（如SPORTS NATION）導入智慧取酒等新科技，部分初訪顧客需花時間適應

精進實績

全面優化現場數位導引標示，並培訓現場同仁轉型為「數位體驗引導員」，將科技摩擦轉化為沉浸式社交樂趣



誠信行銷落實：透明化消費申訴管道

問題檢討

確保消費者權益與行銷溝通無落差

精進實績

於官網、APP 及實體門店全面公開透明之申訴與意見回饋管道



2025年未發生任何違反行銷傳播、產品與服務標示之法規事件

4.3 供應商管理

金色三麥原物料以向台灣供應商採購當地食材為主，為確保供貨來源穩定無虞，針對主要原物料項目多有2家以上供應商同時供貨以降低營運風險。因屬於連鎖餐飲業者，保持與供應商建立穩固良好且長期合作之夥伴關係，故可透過大量進貨方式降低原物料成本，並可隨時掌握各地原料來源以因應採購價格季節性變化。



原物料採購項目

金色三麥向供應商採購之項目，包含品牌門店營運、中央廚房生產作業所需之生鮮蔬菜、水果、肉品與海鮮等食材原料以及工廠進行酒品釀造、包裝所需之啤酒花、麥芽、蜂蜜、玻璃瓶與鋁罐等原物料。

供應商遴選與採購配送管理

為維護各門市口味品質一致性與食材品質，原則上皆係由總公司負責供應商遴選與管理，考量存貨安全存量、中央廚房生產所需之原物料後，依生產排程統一下單採購；食材無需先行加工者係由總公司直接配送至各門市，如需先進行加工者則係由中央廚房統一進行加工後再配送至門市。

生鮮蔬果採購與配送

生鮮蔬果因考量運送時間及確保新鮮度，經總公司權責主管授權後，則係由個別門市每日依需求向經總公司評鑑之合格供應商採購，再由供應商直接配送至各門市。

4.3.1 供應商管理政策 (GRI 2-23、2-24)

金色三麥因應國際供應鏈管理發展趨勢、客戶要求及相關法令規定，已制定包含「供應商評鑑標準作業說明」等在內之供應商管理相關政策文件，並透過落實供應商定期評鑑、定期與不定期取具供應商檢驗報告以加強控管原物料來源與品質。



供應商與通路商合作關係

為落實供應商管理，除自我要求於餐飲經營及飲品零售等業務領域持續精進，加強與上、下游供應商、通路商之合作關係外，未來推動重點將為持續促進供應商及通路商關注於ESG各面向之改善。



ESG永續標準與評鑑機制

逐步明確定義集團商業夥伴應遵循之相關環境保護標準、職業安全衛生或勞動人權等社會標準，並將廠商落實情形納入年度評鑑稽核項目。



夥伴交流與永續價值創造

透過管理階層間之定期交流、自主評鑑管理稽核與經驗分享，期盼能與主要供應商、通路商攜手合作，強化夥伴關係，推出更多優質產品與服務，共同創造亮眼永續價值。

另外，金色三麥於2025年度尚未確認有採購符合國際認可產品責任標準（如取得FSC森林管理委員會、MSC海洋管理委員會等認證）之原物料品項，後續將考量於新進供應商資料登錄或既有供應商年度評鑑時，進行完整統計以確保向消費者提供原料來源與生產過程皆符合環境永續、社會公平及經濟可行性之優質餐點或飲品。

4.3.2 供應商評鑑

金色三麥為確保食材品質安全性，對供應商進行定期評鑑、不定期稽核，並依據上年度交易紀錄，針對進貨金額較高或供應食材較易變質之供應商，安排實地訪查以確認作業環境、產品儲存環境及品質是否符合「食品良好衛生規範」。



供應商管理與食品安全

為強化供應商管理以穩定進貨品質、確認原料安全，已由餐飲業食品安全管制小組針對各原料、雜貨、半成品供應商制定「供應商評鑑標準作業說明」之程序文件。



供應商評鑑制度

由總公司食品安全部會同採購部依規範內容對供應商實施書面審查或實地訪廠之年度評鑑。





新進供應商評估

金色三麥對於新供應商提供樣品須經過測試，採購前再經食品安全部會同採購部按「供應商書面審查評核表」進行評鑑（評分面向、內容與比重請參見下方既有供應商稽核之說明），如交易金額較為龐大或交易標的屬高風險原料類型，亦可能安排實地訪廠。

採購部將依廠商提供之資訊填寫於「供應商基本資料表」進行建檔，並要求廠商檢附公司商業或工廠登記文件、食品業者登錄字號、產品責任險投保證明、產品最新之品質驗證證書（如HACCP餐飲業食品安全管制系統、GMP良好作業規範、CAS臺灣優良農產品標章、ISO 22000食品安全管理系統、ISO 9001品質管理系統等）、第三方成分分析檢驗報告，以及屠宰證明、海關檢疫與輸入許可等其他相關證明文件；另外，食品安全部亦將要求新進供應商提供所購商品之包裝並針對外觀狀態、包裝方式與標示內容加以檢視。



供應商實地評鑑稽核項目

既有供應商執行實地評鑑之稽核項目涵蓋「法規遵循與資格審查」、「品質保證與檢驗管控」、「生產環境與衛生管理」、「人員組織與行政管理」、「倉儲物流與追溯管理」、「價格」、「配合情形及意願」、「產品測試」等8大面向。

共計
35項



供應商書面審查稽核項目

既有供應商執行書面審查之稽核項目涵蓋「法規遵循與資格審查」、「品質保證與檢驗管控」、「生產環境與衛生管理」、「人員組織與行政管理」、「價格」、「配合情形及意願」、「產品測試」等7大面向。

共計
24項



既有供應商稽核實績



稽核家數及百分比

2025年金色三麥餐飲事業納入供應商評鑑管理之原物料供應商共48家，其中年度交易金額達新台幣500萬元以上、列為年度重點評鑑對象者共25家；2025年完成其中21家評鑑，評鑑完成率為84%。



稽核項目

供應商評鑑項目包括法規遵循及資格條件、ISO 22000或HACCP等食品安全相關驗證、法定專業人員配置、品質穩定性與檢驗合規情形、生產環境及衛生管理、倉儲物流與追溯管理、產品測試、交貨時效及履約配合情形等，並依供應商類型及評鑑方式進行查核。

稽核結果

供應商	判定標準	等級資格	家數	占比	因應措施
A級	總分70分以上	合格	18	85.71 %	維持合作關係
B級	總分60~70分	限期改善	3	14.29 %	待補件或進行現場環境改善後再行評估是否繼續合作
C級	總分60分以下	不合格	0	0 %	取消供應商資格並不予合作
總計			21	100 %	

Chapter

05

人才發展 與人本關懷



5.1 多元平等與人權保障

5.2 人才招募、全方位培育與留才策略

5.3 職業健康與同仁安全

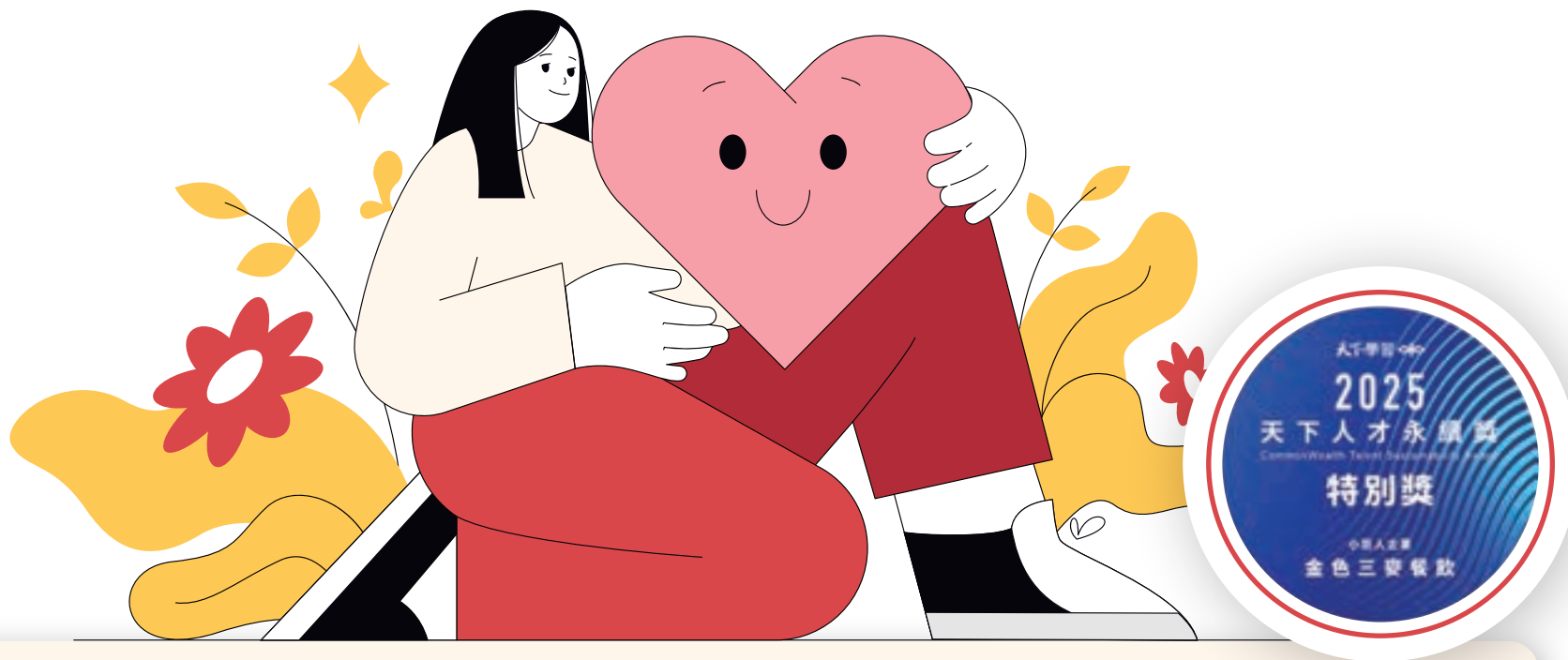
5.4 社會關懷與公益活動

5.1 多元平等與人權保障

5.1.1 多元平等與人權保障

金色三麥深知，完善的人才招募、培育與留任制度，是維持良好顧客體驗、流暢作業流程及優質服務品質之核心。

金色三麥強調同仁對自身工作之責任感，以及對消費者提供熱忱服務之態度；同時重視引導同仁挑戰自我、累積成就感，培養同仁對集團之認同感與向心力，以實現與集團穩定成長、共同創造未來價值之永續經營目標。



憑藉於多元人才培育之深耕，金色三麥於 2025 年榮獲「天下人才永續獎」特別獎，標誌著金色三麥推動企業社會責任與職場平等的重要里程碑。

核心政策與人權保障機制主文 (GRI 2-23)



國際人權標準認同

金色三麥認同並遵循「聯合國世界人權宣言」(Universal Declaration of Human Rights, UDHR)、「聯合國全球盟約」(UN Global Compact, UNGC)、「聯合國工商企業與人權指導原則」(UN Guiding Principles on Business and Human Rights, UNGPs)、「國際勞工組織工作基本原則與權利宣言」(ILO Declaration on the Fundamental Principles and Rights at Work)等國際公認之人權標準，以保障員工合法權益。

金色三麥人權管理政策



提供安全與健康之工作環境，協助員工維持身心健康及工作生活平衡



落實高發展、高關懷人力培育目標



禁止強迫勞動，並恪遵當地政府勞動法令



尊重不同性別、年齡與文化，建構人人皆能發揮所長之友善職場環境



為確保遵守企業社會責任及道德規範，金色三麥自招募階段即明定禁用童工



權責部門與利害關係人溝通機制 (GRI 2-25)



金色三麥由「人資暨行政處」負責擬定人權管理政策與執行具體保障措施，以及辦理人權相關訓練與宣導，確保從人才招募到職涯發展之各環節皆具備公平與包容性。金色三麥透過定期辦理內、外部教育訓練、不定期宣導及公告聲明，使全體主管與員工瞭解其於執行職務過程中，有責任協助確保職場未發生不法侵害事件，以共同營造友善工作環境。



員工可透過金色三麥電話專線 (02-7716-6111) 或電子郵件 (karen@lebledor.com) 申訴性騷擾、勞動權益與人權侵害等事件；人資暨行政處於收到申訴後，將立即成立專案小組處理，並嚴格保密申訴人身份與內容，同時提供必要關懷保護措施與協助安排心理諮商。

追蹤行動有效性之流程 (GRI 406-1)

2025 年辦理 9 場次人權保障相關訓練與宣導，共 158 位員工參與

1 彙整資料



人資暨行政處每年彙整當年度職級、年齡區間教育程度、多元族群等員工組成統計資料



2 定期調查



定期進行年度員工滿意度與意見調查（內容涵蓋薪資福利、工作環境、職涯發展、企業文化、永續經營等五大構面）



3 評估分析



評估金色三麥人權管理政策、人權教育訓練、員工多元組成等相關推動措施之執行情形



4 改善規劃



依評估結果規劃次年度改善方案



5 追蹤落實

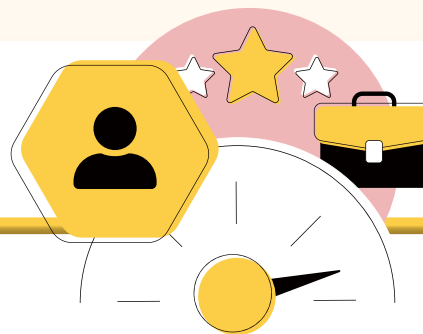


持續追蹤改善成效，落實人權保障



金色三麥 2025 年未發生任何涉及歧視或勞動人權侵害之申訴案件

5.1.2 員工結構與工作者多元組成數據 (GRI 2-7、2-8、202-2、405-1)



01



在地人才與管理團隊

金色三麥以臺灣作為主要營運據點，致力於營造在地共榮共好之企業精神。金色三麥於 2025 年共任用 11 位高階管理人員（經理人），包含總經理、3 位副總經理、人資暨行政處處長、4 位協理（稽核室、財務部、會計部、資管處）及 2 位研發主管；上述人員皆為臺灣本地居民，僱用當地社區居民為高階管理階層之占比達 100%，顯示金色三麥持續落實本地人才培育與晉升制度，以支持地方經濟與社會永續。

02



員工規模與成長

截至 2025 年底，金色三麥旗下公司全體員工總數為 921 人，較前一年度增加 92 人，主要係因金色三麥餐飲品牌營運規模擴大與積極展店（金色三麥台南誠品店於 2025 年 5 月開幕、台北酒窖店同年 7 月重新開幕），而增聘門市內、外場服務人員所致。



2025 年底
全體員工總數

921人

較前一年度增加 92 人

03



多元工作者組成

金色三麥旗下公司部分事務係委由外部承攬商所指派之人員負責執行，截至 2025 年底，金色三麥共包含 29 名非員工工作者，主要從事外場環境清潔及內場備料等工作。



2025 年底
非員工工作者總數

29人

主要業務：環境清潔、內場備料等

金色三麥近兩年員工人數與非員工統計 (GRI 2-7 / 2-8)

員工與工作者分類(單位:人數)	2024年 男性	2024年 女性	2024年 總數	2025年 男性	2025年 女性	2025年 總數
契約類型:永久聘雇員工 (不定期契約)	401	428	829	489	432	921
契約類型:臨時約聘員工 (定期契約)	0	0	0	0	0	0
工時類型:全時員工 (全職)	331	321	652	343	351	694
工時類型:部分工時員工 (兼職)	70	107	177	146	81	227
工時類型:無時數保證員工 (臨時工)	0	0	0	0	0	0
非員工工作者:承攬商人員(廠商間接僱用)						
外場人員	0	0	0	2	0	2
內場人員	2	6	8	7	20	27
非員工總人數	2	6	8	9	20	29
全體工作者總計	403	434	837	498	452	950

註 1:各類型人數統計皆係以報導期間結束日(2025 年 12 月 31 日)當天之數值為主。直接員工人數增加 92 人,變化率為 11.10%。

註 2:「永久聘雇員工」為簽訂無固定期限(即無限期)契約之全職員工。依臺灣《勞動基準法》定義全時員工為每週工時 40 小時之員工。工時未滿每週 40 小時者為部分工時員工。

註 3:「非員工工作者」係指非由金色三麥直接聘雇,但其工作實際受金色三麥控制之勞工總數,包含人力仲介公司之派遣人員、外部承攬商之指派駐點人員等。

2025年金色三麥員工組成多元化指標 (GRI 405-1)

年度多元化指標 (分母為921人)	男性 人數	男性員工 占比	女性 人數	女性員工 占比	合計 人數
依職級分布					
高階主管(經理人)	2	0.22%	9	0.98%	11
中階主管(部門主管)	12	1.30%	9	0.98%	21
基層主管(門市主管)	18	1.95%	21	2.28%	39
非主管	455	49.40%	395	42.88%	850
依年齡區間分布					
30歲以下	256	27.79%	210	22.80%	466
30-50歲	213	23.13%	191	20.74%	404
50歲以上	18	1.95%	33	3.58%	51
依教育程度分布					
碩士	5	0.54%	7	0.76%	12
大學(大專)	220	23.89%	228	24.76%	448
高中職以下	210	22.80%	251	27.25%	461
少數與多元族群					
外籍同仁	0	0%	17	1.85%	17
身心障礙	24	2.61%	29	3.15%	53
原住民族	8	0.87%	8	0.87%	16

註 1:金色三麥 2025 年員工平均年齡為 31.26 歲。金色三麥 2025 年女性主管佔所有管理職員工人數之比例達 54.93%;女性非主管佔所有非管理職員工人數之比例約為 46.47%。

註 2:弱勢與少數族群方面,金色三麥依我國《身心障礙者權益保障法》第 38 條規定之要求(進用身心障礙者人數不得低於員工總人數 1%)應雇用 8 位身心障礙員工,而於 2025 年共計雇用 53 位身心障礙員工(占員工總人數 5.75%),超額進用達 45 人;原住民族員工則雇用 16 位(占員工總人數 1.74%)。

5.2 人才招募、全方位培育與留才策略

5.2.1 多元招募與產學合作(GRI 401-1)

餐飲業屬於勞力密集型產業，往往因營業時間較長、輪班及輪休機制造成生活步調不固定，進而導致留任意願降低與較高人員流動率，因此金色三麥深知完善人才招募、培育與留任制度為維持良好顧客體驗、流暢作業流程及服務品質之核心。



多元公開之招募管道

金色三麥以多元且公開之招募管道徵選各方適任人才，除主要透過人力銀行外，亦透過刊登人力招募廣告、在職同仁推薦，以及積極參與校園徵才與就業博覽會、政府中高齡實習計畫等多元方式進行人才招募。

01



產學深度合作與向下紮根

金色三麥重視產學合作，致力於培育對餐飲內、外場服務工作具熱忱之年輕人才，為大專院校餐飲觀光相關科系之在學同學提供門店相關實習與培訓機會，透過現場實作與資深人員之經驗分享，以增加學生畢業後投入意願與縮短適應學習時間。

02



新進與變動結構

金色三麥於 2025 年共計僱用 718 位新進員工，以滿足旗下餐飲品牌營運規模擴大之人力需求；其中，新進男性員工為 354 位、新進女性員工為 364 位，並以 30 歲以下員工占 51.68% 為最多。

03



產業特性與流動率挑戰分析

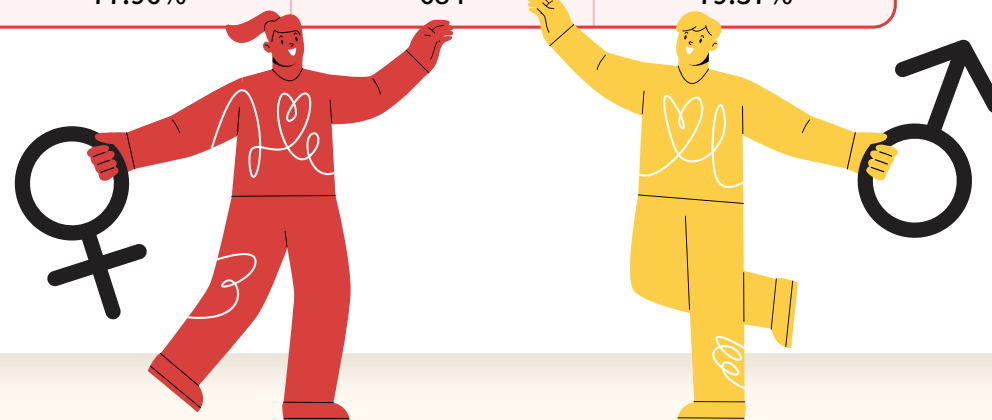
金色三麥 2025 年離職員工共為 684 位，離職率約為 74.26%，包含男性 368 位、女性 316 位，並以 30 歲以下員工占 63% 最多。金色三麥 2025 年員工平均服務年資為 3.11 年，主要離職員工為正職門市人員與兼職計時人員，而工作性質以門市內、外場服務為主。離職率偏高主因係餐飲業之行業特性，由於部分員工無法適應環境、或有學業課程安排及個人生涯規劃等因素影響而產生人員異動。另外，遇有熱門節慶活動時，金色三麥亦會增加招募計時兼職人員因應，致門市計時人員流動率亦較高。金色三麥設有離職交接制度，並依營運發展目標及職責需求遞補或新聘適任員工，且門市亦透過持續招募人力、訂定升遷與教育培訓制度以適時彌補人力，故人員離職異動尚不致對營運產生不利影響。

2025年金色三麥新進與離職員工性別與年齡分布統計表 (GRI 401-1)

人員變動指標分類		新進同仁人數	新進率 (%)	離職同仁人數	離職率 (%)
依年齡區間分布					
	30歲以下	476	51.68%	431	46.80%
	31 ~ 50歲	210	22.80%	220	23.88%
	51歲以上	32	3.47%	33	3.58%
依性別分布					
	男性同仁小計	354	38.44%	368	42.13%
	女性同仁小計	364	39.52%	316	37.24%
	年度總計	718	77.96%	684	79.37%

註 1：新進／離職員工定義包含自願或因解僱、資遣、退休而離開或加入公司之正式到職員工。

註 2：新進率與離職率之計算分母皆為 2025 年12月31日直接員工人數總計 921 人。



5.2.2 人本管理：四項核心留才創新方案 (GRI 401-2)

因應潛在人力短缺與流動風險，金色三麥持續透過制度創新與人本管理，實施以下四項優化工作環境與留才之具體因應措施：

01



實施「一頭班」
排班制度

提升同仁生活品質

捨棄餐飲業普遍採用之「兩頭班」制度，以避免中間空班時間，工作與私人時間界線分明，讓員工享有完整休息與私人生活，能保留完整的下班時段，減少長工時之工作壓力與疲勞感，提供規律之工作作息，協助同仁維持工作與生活平衡。

02



推動數位轉型

優化流程並減輕現場負擔

各門市透過增設線上訂位與點餐系統、部分門市採用自助打酒牆讓顧客可自助完成點餐流程同時導入智能服務型機器人輔助收餐服務，從而降低現場人力需求大幅減輕現場一線同仁之勞務負擔。

03



推動「輔導員
制度」

強化新進融入與文化傳承

新人到職前三個月由專屬輔導員帶領，協助新進同仁熟悉工作環境與團隊運作，並提供即時技術指導與心理支持，以縮短適應期、強化企業文化傳承，進而提升歸屬感與留任率。

04



重視專業能力之
多元晉升管道

激發新世代潛力

金色三麥重視員工潛力與績效打破年資限制，依能力晉升幹部保障透明且暢通之升遷管道，曾有同仁 25 歲即因表現優異晉升店長；店長並可自行訂定年度目標，讓員工共同參與門市決策，滿足新世代對於社會影響力與工作成就感之期許。

薪酬政策與全方位幸福福利

金色三麥公司章程已制定員工酬勞提撥政策，並訂有公平合理之薪酬辦法，保障求職者與受僱者不因性別等因素受到差別待遇，落實同工同酬，適度將經營績效及獲利成果反映於員工薪酬。

非擔任主管職務之 全時員工薪資平均數、中位數



薪資統計指標項目	2025年
非擔任主管職之全時員工「平均年薪」	627,720 元
非擔任主管職之全時員工「年薪中位數」	615,755 元

全方位「八大面向」完善員工福利與照護機制

金色三麥已依《職工福利金條例》設立職工福利委員會、提撥職工福利金以推動各項福利，具體推行範疇涵蓋以下八大面向：



食：餐飲事業群各品牌門市內用餐同仁/親友優惠、新進同仁門市用餐體驗、值班提供美味員工餐、新款精釀啤酒優先試飲、公司產品同仁優惠價。



育：定期實施各項在職教育訓練（詳見5.2.3小節）。



衣：免費提供門市員工制服、免費提供門市員工制服送洗。



樂：年度春酒午宴與員工抽獎（百萬汽車、現金獎等）、不定期員工聚餐及電影欣賞。



住：免費提供外派員工宿舍。



禮金：職福會提供端午與中秋節禮金、生日禮券、結婚禮金、彌月禮；每月正職同仁全勤儲值金、外派補助金、人才推薦高額獎金；培訓幹部/輔導員/主管職每月職務加給。



行：提供員工機車停車位、提供主管汽車停車位。



健康：年度供膳與定期健康體檢補助（特約健檢機構），親友並得自費同享優惠方案。

5.2.3 職涯培育發展與全體績效檢核

金色三麥定期對內、外場員工實施教育訓練。職前訓練含公司簡介、行政組織、同仁紀律與規章；在職訓練由主管或主廚授課，外部訓練委由專業機構協助。

2025 年金色三麥員工教育訓練共分為四大專業課程類別，**參訓總計達 367 人次、總受訓時數達 4,080 小時**



2025年金色三麥同仁教育訓練課程分類統計

課程大類分類	課程項目具體內容範疇	參與總人次	訓練總時數 (小時)
晉升課程	新人教育訓練、輔導員培訓班、培訓幹部養成班 主管先修/特訓班等	198人	2,962 小時
技能課程	餐飲服務/領檯/吧檯技能、衛生安全管理 庫存現場物料與 HACCP 表單管理、專業餐酒搭配等	49人	342 小時
通識課程	職場溝通、壓力管理、時間管理 銷售力提升、問題解決能力等	88人	264 小時
領導培訓	魅力領導學、超級團隊學 跨世代主管學、卡內基領導力訓練等	32人	512 小時
年度總計	全範疇職涯教育訓練課程	367 人	4,080 小時

5.2.4 健全勞動保障與育嬰留停實績 (GRI 2-30、201-3、401-3、402-1)



法定工時與退休制度保障

金色三麥每日正常工作時間不超過 8 小時、每週不超過 40 小時，每日工時上限 12 小時、每月加班時數上限為 46 小時，依法給予加班費且不得強迫配合加班。依據《勞工退休金條例》(確定提撥計畫) 規定，每月按員工薪資之 6% 提繳退休金至勞保局同仁個人專戶，2025 年依法足額提撥。



預告重大營運變化

2025 年金色三麥未發生重大營運變動情事。未來如發生因重大營運變化需終止契約，將依《大量解僱勞工保護法》及勞基法第16條提前預告(繼續工作3個月以上1年未滿於10日前、1年以上3年未滿於20日前、3年以上於30日前預告)並依法給予資遣費及謀職假。



雙向溝通機制

人資暨行政處作為互動窗口，不定期召開勞資會議；金色三麥 2025 年共舉辦 36 場勞資會議，相關業務主管皆有列席。金色三麥尚未成立工會，故未簽訂團體協約，但於勞資會議反應之事項公司皆重視並承諾改善。

育嬰留職停薪友善實績

金色三麥依據《育嬰留職停薪實施辦法》規定，凡同仁任職滿 6 個月，於每一子女滿 3 歲前皆可申請育嬰留職停薪。



金色三麥2025年育嬰留職停薪情形統計表 (GRI 401-3)

育嬰留停各項績效指標	男性同仁	女性同仁	年度總計
符合育嬰留職停薪資格人數 (A)	9	7	16
實際申請育嬰留職停薪人數 (B)	3	3	6
2025年預計復職人數 (C)	4	1	5
2025年實際復職人數 (D)	4	1	5
2024年復職後滿一年 (2025) 仍在職人 數 (E)	1	2	3
2024年實際復職人數 (F)	1	2	3
 育嬰留職停薪申請率 (B/A)	33.33%	42.85%	37.50%
 育嬰留職停薪期滿復職率 (D/C)	100.00%	100.00%	100.00%
 育嬰留停復職週年留任率 (E/F)	100.00%	100.00%	100.00%

註：金色三麥於工作場所設有哺乳室並額外提供有薪親職假等措施。





5.2.5 同仁傾聽：年度同仁滿意度調查與提升方案

本公司高度重視員工的意見與需求，人力資源暨行政處每月定期進行員工意見調查與溝通交流。調查與對談內容涵蓋薪資福利、工作環境、職涯發展、企業文化及永續經營五大面向。調查與訪談結果均即時提供管理處主管進行審視與討論，據此推動公司內部優化與持續改進。



針對重點議題與同仁工作狀況，公司則由董事長親自主持每月實體座談會，透過面對面深度溝通，傾聽基層同仁心聲與實務工作反饋，落實具體行動方案，進一步健全公司管理體制與企業文化深耕。



本公司深知全面性的員工滿意度溝通對組織發展至關重要，未來將持續傾聽員工聲音，將回饋融入管理決策與員工關懷，打造具凝聚力與幸福感的職場環境。





2025年同仁滿意度調查結果與持續提升方案



抽樣對象

在職員工
(包含正職同仁與門市兼職計時人員)



調查內容

薪資福利、工作環境、職涯發展、企業文化及永續經營



調查期間

2025年1月1日至
2025年12月31日



調查結果

1



企業文化與團隊氛圍高度肯定

門市同仁普遍反映團隊氣氛歡樂、友善，且具備強烈互助的「夥伴精神」（如京站店夥伴之「戰士精神」備受讚賞）；資深同仁樂於傳授經驗，建立起極具吸引力與凝聚力之良好職場。

2



公司上市櫃帶來認同感與安全感

同仁對公司順利興櫃並通過財務、會計、食安、資安及人資等第三方嚴謹認證感到認同，健全的治理體制顯著提升同仁與家屬對企業永續營運的信任與安全感。

3



雙向溝通管道發揮實質效益

同仁高度肯定公司定期辦理溝通交流活動，能直接與經營高層面對面互動；多元暢通的管道讓基層意見與想法得以實質融入管理決策。



提升方案

1



優化多元招募與人才推薦獎勵

擴大實施「人才推薦獎金制度」，鼓勵內部同仁推薦優秀親友加入；並持續經營多元徵才管道（就業博覽會、社群媒體、大專院校平台及就服機構），提升雇主品牌吸引力。

2



優化門市營運支援與高效率工作環境

針對營運高強度門市，導入派遣人力或短期人力協助內、外場基本庶務工作，以緩解同仁繁瑣基本工作；同時針對營運中強度門市推動「調整與備戰」跨店支援機制，平衡區域人力負擔，並維持出餐品質與服務標準。

3



優質工作環境管理

管理層指派專人專責定期巡視檢查與維護門市硬體設備，確保同仁在安全、舒適且設備完善的環境中工作，內容涵蓋職業安全衛生、食品安全及職場健康照護等面向。

4



深化雙向溝通與高階主管面對面關懷

持續辦理董事長/高階主管與新進同仁溝通座談，並由管理部門及區域主管主動進行基層走訪門市在職同仁，建立透明、無障礙的溝通管道。

5.3 職業健康與同仁安全



5.3.1 職業安全衛生政策 與法規管理架構

(GRI 2-23、2-24、403-1)

- ✓ 金色三麥依循《職業安全衛生法》及相關團體之規範以訂定自身管理政策，重視相關利害關係人對於職業安全衛生之要求，旨在建構健康幸福職場、創造零災害環境。
- ✓ 金色三麥以防止災害為核心理念，使用適當管理工具及整合各部門資源，評估營運據點內各項作業對於職業安全衛生之危害風險，進而提出有效因應對策，同時亦持續加強作業人員防護管理、投入資源強化職業病預防與訂定量化指標，期能提升整體職安衛管理績效並有效控制風險。



「職業安全管理室」 甲級法規編制

- ✓ 金色三麥作為連鎖餐飲企業，以及設有中央廚房與烘焙廠之食品製造業者，屬於勞動部《職業安全衛生管理辦法》所定義具顯著危害風險之第一類事業，且為規模（勞工人數）500人以上、未滿1,000人並設有總機構之事業單位。
- ✓ 為確保安全衛生管理事項之擬訂、規劃、推動及督導，金色三麥陳報新北市勞動檢查處審查並恪遵法規，於總經理室下設置專職「職業安全管理室」。現行專職管理人員包含 2 位甲種職業安全衛生業務主管、1 位甲級職業安全管理師及 3 位乙級職業安全衛生管理員，同時依據《勞工健康保護規則》僱用護理人員 1 位及特約從事勞工健康服務之醫師 1 位，已確實符合並優於法規之人員配置要求。

金色三麥職業安全管理室四大業務職掌



政策規劃與組織協調

擬訂、規劃、督導與推動安全衛生管理事項，指導有關部門實施；不定期召開安全衛生檢討會議，及定期協助召開職業安全衛生委員會；處理與其他單位有關勞工安全衛生協調、聯繫事項。



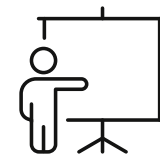
現場稽核與事故應變

實施走動式管理以瞭解現場安全衛生狀況，並糾正不合規範之作業情形；辦理職災事故之調查、分析與製作紀錄，並依規定通報勞動檢查機構。



員工健康與危害預防

會同人資暨行政處、職護人員辦理「職場不法侵害」、「母性健康保護」、「異常工作負荷」、「聽力保護」、「呼吸防護」及「人因性危害預防」等六大計畫之推動與調查。



證照管理與教育訓練

執行職業安全衛生相關法令規定之人員證照管理，以及培訓、送訓管制；負責安全衛生相關教育訓練之執行定期或不定期辦理新進、在職同仁教育訓練，並製作紀錄以供備查。



職安衛主管依法配置

啤酒廠



屬《職業安全衛生管理辦法》定義之**第一類事業**，規模 20 人以上、未滿 100 人之事業單位，應設置**乙種職業安全衛生業務主管 1 人**；基於自主工作環境風險管理，自願於兩座啤酒廠分別配置 1 位乙種職業安全衛生業務主管。

餐飲門市



屬具中度危害風險之**第二類事業單位**（飲食業），按各門市員工人數分別依法設置丙種及乙種職業安全衛生業務主管。依勞動部職業安全衛生署民國 114 年 01 月 16 日勞職綜 1 字第 1140000487 號函示及與各品牌門市所在縣市勞檢單位聯繫，目前中部及南部各門市之最高主管（店長）皆已 **100% 完成受訓**測驗並取得職業安全衛生業務主管證書；北部（含桃園及新竹）各門市將於今年或明年視營運狀況予以培訓。



5.3.2 委員會健全運作與全工作者權益保障 (GRI 403-4、403-7、403-8)

- ✓ 金色三麥落實職業安全衛生管理之對象涵蓋所有工作者，包含直接員工、以及非員工但其工作或工作場所受組織所管控之工作者，承攬商或因工作需要，而進出相關生產或服務據點者，皆應適用金色三麥所制定之職安衛相關內部管理規章。
- ✓ 金色三麥依法針對員工制定管理計畫(如「化學品危害通識計畫」、「自動檢查計畫」、「職業災害防止計畫」、「緊急應變計畫」等)及管理規章(如「職業安全衛生工作守則」、「採購安全管理辦法」、「作業環境監測辦法」、「員工健康管理辦法」、「危害鑑別風險評估執行辦法」等)，明確規範安全作業程序。

依據職安法規為承攬商制定嚴謹之三道防線安全衛生管理辦法：



1 承攬商進場作業時

當班主管需核對進場施工人員身份並全程監督。



2 承攬商進場施工前

須簽署危害告知單與切結書、承攬商協議組織會議紀錄等相關資料。



3 如承攬商拒不依循規定作業

應立即錄影、拍照與通報職業安全管理室，職業安全管理室將會同展店工務部進行後續處理。

2025年職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者統計 (GRI 403-8)

職安衛系統涵蓋與稽核分類項目	員工同仁人數	員工占比	非員工工作者	非員工占比	總計工作者人數	總計占比
管理系統涵蓋之工作者總數	921	100%	29	100%	950	100%
經內部稽核之工作者總數	921	100%	29	100%	950	100%
經外部稽核之工作者總數	0	0%	0	0%	0	0%

註 1：員工人數與非員工人數統計皆以 2025年12月31日之數值為主。非員工工作者主要為門店之外場環境清潔及內場備料承攬人員。

註 2：金色三麥以稽核室作為管理計畫與相關規章之內部稽核單位。

註 3：金色三麥未來擬規劃導入符合 ISO 45001 標準要求之職業安全衛生管理系統，並以通過外部第三方驗證作為核心目標，今年已全面啟動風險評估前置作業。

職業安全衛生委員會高規格治理 (GRI 403-4)



職業安全衛生委員會設置與運作

金色三麥依據《職業安全衛生管理辦法》規定，訂定自身之「職業安全衛生委員會設置辦法」，於 2025 年 1 月正式設置職業安全衛生委員會，並於同年4月召開第1次會議。本年度依法每三個月至少開會一次，共召開4次會議，任期2年，會議紀錄保存3年，落實履行12項法定審議職責（包含政策建議、管理計畫協調、教育訓練實施計畫、作業環境監測、健康管理、職災調查報告、承攬業務安全衛生等審議事項）。



職業安全衛生委員會組織與成員

金色三麥設置之職業安全衛生委員會，做為推動職場安全、健康管理與勞資溝通的重要治理機制。委員會由9位委員組成，董事長擔任主任委員，並授權總經理擔任代理主任委員；成員涵蓋職業安全衛生人員1位、從事勞工健康服務之醫護人員1位、職業安全相關專業人員1位、主管與監督指揮人員2位，以及勞工代表3位。



勞工代表人數符合依法應占委員總數 **1/3 以上**

並由勞資會議勞方代表推選產生，以強化員工參與及職業安全衛生議題之溝通與落實。



5.3.3 危害辨識、風險分級與火災案例事故改善 (GRI 403-2)

金色三麥訂有「危害鑑別風險評估執行辦法」、「作業環境監測辦法」等內部規章，由職業安全管理室會同人資暨行政處每年定期執行危害鑑別與風險評估，並每季實施作業環境監測，以持續進行追蹤評估。



2025年金色三麥全體生產與營運據點皆 100% 遵循法令與內規要求執行風險評估流程，各據點皆依法定期召開會議，並透過稽核室執行內部稽核以檢討妥適性，適時修正以實現零災害目標。



常見危害風險類型包含火災、切割傷、燙傷、滑倒、物體倒塌、被夾(捲)及其他意外事故，已針對各據點之高風險作業進行重點分級管控與改善。

2025年職業危害鑑別真實事故分析與改善措施實績



鑑別危害類型

火災事故(風險分級:高)

真實事故概述

2025年發生1件門店內場廚房因小油炸機不當操作引發之小型火災事故；因內場廚房自主設有簡易自動滅火裝置、防火毯及滅火器三道緊急因應機制，現場迅速將火勢撲滅，故無任何人員傷亡，僅有局部財產損失。

落地具體改善措施



明文嚴格規定員工應於油炸機插電加熱後15分鐘內，密切留意加熱燈是否熄滅。



操作油炸機時，應注意相關燈號及操作時間，如有任何異常狀況應立即予以斷電(拔除插頭)並通報主管，依主管指示辦理後續事項。



全面針對全台各門店店長、主管及內外場全體同仁，重新再教育滅火器之正確使用操作流程。



同仁「停止作業權」與轉調機制保障

金色三麥恪守《職業安全衛生法》第 18 條規定，保障員工「停止作業權」，並於新進教育訓練時即強調員工遵守職安衛規章之義務與自我保護之重要性。明確告知員工於執行職務時如發現有立即發生危險之虞，得自行停止作業、退避至安全場所並立即向直屬主管報告，且不會因此遭遇解僱、調職、不給付工資等不利處分（2025 年未有同仁因通報安全疑慮或自行退避而受到懲處之紀錄）。另外，同仁如認為自身作業環境可能導致職業傷害或相關疾病，亦可主動向直屬主管申請轉調他職。

職業災害通報「黃金時效」處理流程

金色三麥建立完善之職業災害通報機制，各單位員工如遭遇事故：



3小時內



除通報直屬主管外，現場人員應於發生事故後 3 小時內，先簡單口頭或電話回報職業安全管理室與人資暨行政處（含人、時、地及發生原因概述）。

24小時內



須以電子郵件詳細回報事故發生時間、員工姓名與工號、發生詳細原因、傷勢與就醫狀況（說明為自行就醫或由主管、代理人陪同）。

3日內



填寫職業災害通報單並正式回傳職業安全管理室與人資暨行政處（含員工與主管簽名如需住院則可待出院後再填寫回傳）。



重大職災通報

如屬於經醫院判定需留院或住院之重大職業災害，現場需將此情事即刻回報，職業安全管理室並應於 8 小時內依法通報所屬單位轄區之勞動檢查機構。後續由職安室會同勞工代表執行完整事故調查，受傷同仁由人資處持續提供公傷假申請與公傷保險理賠審核協助。

5.3.4 職安衛教育訓練課程與職業傷害統計 (GRI 403-5)

金色三麥遵循法規，依法為全體員工辦理從事工作及預防災變所必要之安全衛生教育訓練，參訓對象涵蓋新進人員、在職員工、業務主管，並包含法規、交通安全、防火管理、急救訓練等多類型主題，**2025 年度受訓總時數共計為 3,606 小時。**

年度受訓總時數	
 新進人員教育訓練： 職業安全衛生相關基本法令宣導、工作場所相關設備及環境介紹、工作場所可能發生事故及防範作為宣導、其他安全衛生事項宣導 (如上下班交通安全、簡易急救措施等)。每人受訓3小時。	477 小時
 一般安全衛生教育訓練(在職員工)： 依勞動部與自製教材規劃餐飲服務業訓練課程。另為強化在職員工安全認知，每月實施重點課題宣導，加深同仁對環境職災、性騷擾及職場霸凌防治之瞭解。	1,291 小時
 交通安全宣導教育訓練： 為提升在職員工上、下班交通安全意識，降低交通意外頻率，每週定期實施交通意外重點案例宣導課程。	724 小時
 業務主管教育訓練 金色三麥直營門店之正、副主管自2025年起逐年分批送訓取得證照。2025年共計21人取得業務主管證照 (包含甲種10人、乙種4人、丙種7人)。	707 小時
 專業技術人員教育訓練： 1. 缺氧作業主管訓練：共計 12 小時 (2人回訓、各受訓6小時)。 2. 乙級鍋爐操作人員：共計 50 小時 (1人新訓)。 3. 0.5~3T固定式起重機：共計 36 小時 (2人新訓、各受訓18小時)。 4. 5T以上固定式起重機：共計 3 小時 (1人回訓)。 5. 操作人員輻射安全：共計 3 小時 (1人回訓)。 6. 小型鍋爐操作人員：共計 18 小時 (1人新訓)。	122 小時
 防火管理人訓練： 防火管理人員專業訓練課程 (2025年共計 3 人新取得防火管理人證照、各受訓12小時)。	36 小時
 急救人員訓練： 目標為全台每家直營門店皆需完成至少 1 人之急救訓練 (2025年度北部直營門店已全數達成，陸續安排中南部)。2025年共計15人新取得急救證照 (各受訓16小時)、3人參與複訓 (各受訓3小時)。	249 小時



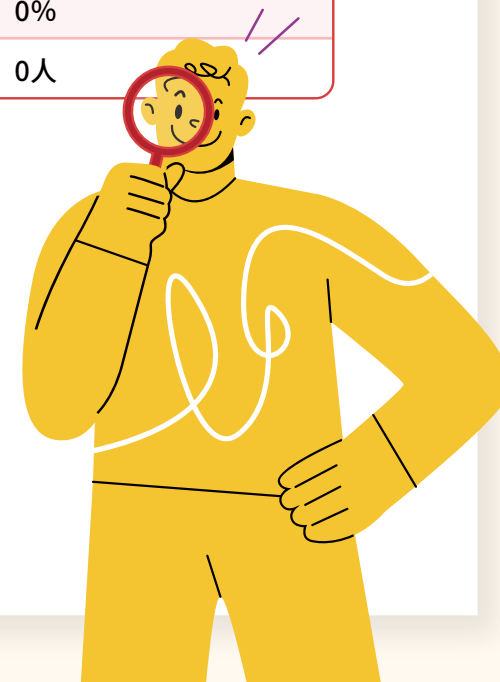
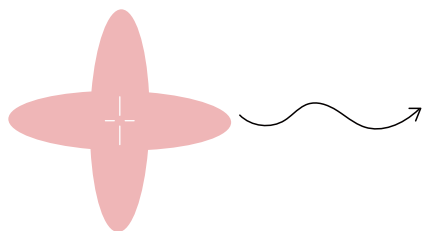
2025 年度直接員工職業傷害績效統計

- ✓ 金色三麥每月定期上網申報職業災害內容及統計分析，2025年直接員工與非員工工作者皆達成「零因公死亡人數」與「零嚴重職業傷害人數」之優異指標。
- ✓ 2025 年全年度僅發生 1 起輕微之可記錄職業傷害事件，為門店內場同仁於作業過程中造成手部割傷，未來仍將持續致力於達成零職業災害之終極管理目標。

2025年金色三麥工作者職業傷害統計指標

職業傷害統計績效指標(不含通勤災害)	直接員工數據實績	非員工工作者數據實績
職業傷害致死人數	0人	0人
職業傷害致死率	0%	0%
嚴重職業傷害人數(不含死亡)	0人	0人
嚴重職業傷害率	0%	0%
可記錄職業傷害人數	1人	0人

註 1：「嚴重職業傷害」定義為因職業傷害導致失能或無法於 6 個月內恢復至受傷前健康狀態之傷害。「可記錄職業傷害」統計範圍嚴格扣除上、下班「通勤災害」，純以工作場域內發生之意外傷害為主。





5.3.5 職業病預防與同仁巡迴體檢 (GRI 403-3、403-6、403-10)

- ✓ 金色三麥新進同仁於報到時，須完成一般勞工體格健康檢查；品牌門店同仁須依法全面取得餐飲從業人員之體檢合格證明，落實適性選配工，以避免作業過程影響員工健康。



免費定期在職健康巡迴體檢：

為使同仁安心工作並進行自我健康管理，金色三麥每年依法為在職同仁提供定期免費健康檢查；2025 年度共計順利完成 89 人次之巡迴體檢，而檢查結果 100% 皆未發現任何職業病或疑似職業病之情形。



主動式同仁健康促進管理：

金色三麥由人資暨行政處辦理同仁健康管理與職業疾病預防業務，負責健檢名冊彙整、檢查項目確認、與特約醫療院所聯繫安排、健檢結果資料整理與建檔管理。

人資暨行政處主動編製並發放肌肉骨骼不適預防、血壓血糖管理等專業衛教單張；針對個別健檢結果出現異常項目之同仁，由專職職護與護理同仁進行初步的主動關懷與個別衛教說明，同時視情形協助轉介金色三麥特約從事勞工健康服務之專業醫師進行現場評估，或給予具體回診追蹤建議，全方位守護「三麥人」的全人健康。



5.4 社會關懷與公益活動



社會關懷與公益活動

金色三麥深信企業成長應與社會共榮，從原料採購到公益合作，持續建構公平、多元且友善的價值鏈，致力發揮企業影響力並實現正向循環。金色三麥秉持企業公民責任，積極投入公益行動與弱勢關懷，整合品牌資源推動價值認同，讓善意落地，與社會共好同行。



公司簡介

永續管理

穩健治理與永續動性

食安管理與顧客經營

人才發展與本關懷

環境友善



永續供應鏈與社會企業合作

持續串連社會企業與理念品牌，將永續實踐落實於供應鏈：

金色三麥長期與B型企业「鮮乳坊」及重視動物福利的「究好豬」合作，優先採購具永續理念之食材，透過採購行動支持聯合國SDGs永續發展目標之供應鏈。金色三麥因此於2025年榮獲經濟部中小及新創企業署「Buying Power 採購獎－共創價值獎」。



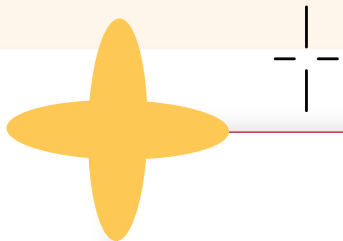
在地農業支持與社會共好

結合產品開發，促進地方產業與弱勢族群發展：

金色三麥與社會企業「老梅的家」合作，釀造有機黃梅啤酒，支持偏鄉原住民農作，讓農產品不僅被看見，也能轉化為具市場價值的商品。

金色三麥參與林業及自然保育署「自然碳匯與生物多樣性專案」，並與台中東勢取得「友善石虎農作標章」之食柑農場合作，使用100%有機栽種柑橘釀酒。該農場亦為石虎、穿山甲與藍腹鵲等野生動物的重要棲地，金色三麥透過採購支持實際參與生態保育，落實人、生產與環境之間的共好關係。





地方振興與災後支持

面對重大社會議題與地方產業挑戰，金色三麥積極運用品牌影響力回應在地需求，透過產品、行銷與消費串聯，支持地方復甦與社區共好。2024年花蓮地震重創觀光產業，金色三麥以品牌行動支持花東地區復甦，透過使用在地農產開發新菜單、規劃專屬行銷活動與設計「花東城市杯」贈品，串聯在地二十家店家，引導消費者重新走入花東並參與消費。此計畫延續至2025年暑假，讓消費成為支持地方的具體力量。



藝術公益與弱勢支持

金色三麥長期支持育成基金會，將其庇護之智能障礙者創作轉化為紅包設計，於餐廳進行慈善販售，並將所得全數捐贈。透過此合作，金色三麥不僅支持藝術治療與創作發展，也讓更多人看見創作者價值，建立更具包容力的社會連結。



永續釀造與循環經濟實踐

金色三麥長期與自然派葡萄酒展合作，開發具永續概念的Winebeer產品，將葡萄酒釀造後的葡萄皮與酒泥再利用，透過共同泡皮發酵創造全新風味。此作法不僅降低資源浪費，也拓展釀造工藝邊界，讓循環經濟落實於產品之中。

金色三麥以「共好」為核心，從供應鏈、產品開發到公益行動，持續串聯企業、農業、社會與環境，建立具永續價值的商業模式。透過實際行動，金色三麥將企業影響力轉化為社會正向循環，朝向人與環境共存共榮的未來邁進。



Chapter

06

環境友善



6.1 能源管理

6.2 氣候變遷與溫室氣體管理

6.3 水資源與廢棄物管理

6.1 能源管理

6.1.1 永續能源的重視

金色三麥擁有「餐」與「酒」雙引擎核心業務的企業，深知能源不僅是維持日常營運的必要資源，更是落實永續發展的核心關鍵，「在滿足當下營運需求的同時，絕不犧牲後代子孫滿足其需求的能力」為金色三麥的永續願景，因此，金色三麥將這份對下一代的責任，轉化為對每一度電、每一滴資源的審慎與珍惜。

金色三麥的能源管理核心，緊扣這份世代承諾，落實於兩個高度重視的營運現場：



精釀工藝與生產的資源珍惜

金色三麥雖不具備大型商業啤酒廠的規模，但對於自釀精釀啤酒工藝品質與傳承有極高堅持。製程中的麥汁煮沸、冷卻發酵皆需消耗能源，對於能源的重視，體現在「精準生產排程」與「熱能循環利用」上，力求讓當下生產所需的能源發揮最大化價值，將碳排放與資源消耗降到最低，為後代保留更潔淨的環境。



門市的綠色餐飲實踐

金色三麥餐廳經營多數進駐於各大百貨商場，雖然門市空調與大宗電力受限於商場的基礎設施，但我們高度重視自身營運範疇內的能源使用，透過落實日常一線員工的節電行為、配合百貨商場的低碳營運規範，並在設備自然汰換時優先採購高能效產品，將「珍惜當下、不留浪費給未來」的減碳精神轉化為門市的日常習慣。

面對未來的能源價格波動與環境挑戰，金色三麥秉持精準管理、務實節能之原則，優先透過改善日常營運行為與製程排程優化，並配合設備自然汰換逐步導入高效能節能系統穩健降低能源消耗。將透過靈活的營運彈性與行為改變，在維持當下顧客完美用餐體驗的同時，也善盡守護未來的企業責任，與合作的百貨商場、農民夥伴及消費者，共同邁向更務實、更具世代共榮意義的低碳未來。

1



管理政策：日常營運節能化

金色三麥將能源管理落實於日常營運。政策以「不浪費、落實關燈與溫控、優先採購高能效設備」為三大核心原則。當門市或廠區需要自然汰換老舊電器時，優先採購具「經濟部節能標章」或「一級能效」之商用與家用設備，從源頭落實節能，不另設複雜的管理辦法。連鎖餐廳門市逐步導入節能燈具、高效能空調，並透過門市營運端控管，落實離峰時段的能源調配，降低整體營業用電強度。

2



核心承諾：務實減量與行為改變

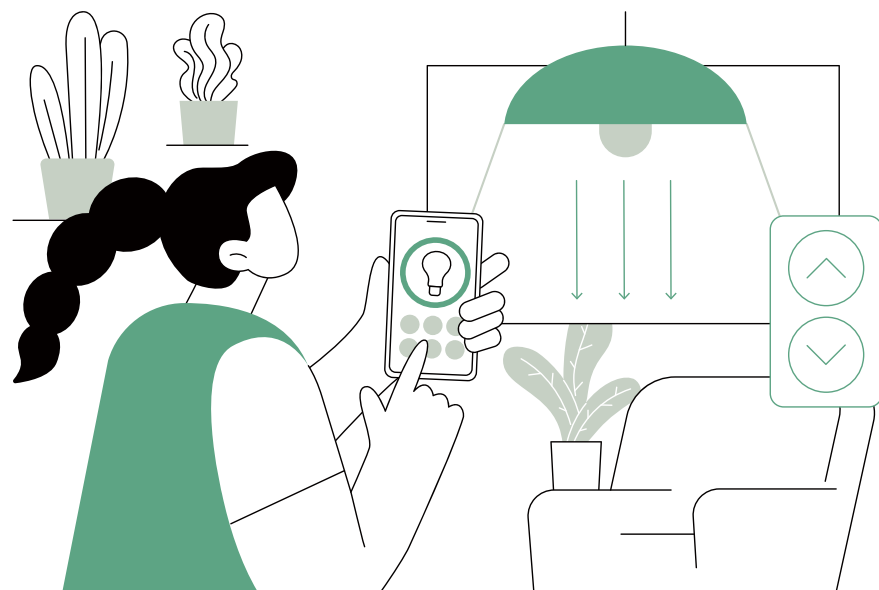
承諾在確保出酒品質與顧客用餐體驗的前提下，以「行為改變」與「無痛節能」為核心，力求每年整體能源密集度（如：每萬元營收用電量）維持持平或微幅下降。

3



遵循標準：符合法規與通路規範

因餐廳多設立於百貨公司內，金色三麥承諾全面嚴格遵守各大百貨商場的能源與減碳管理規範，如百貨設定之空調溫度、營業後關燈時間等。





權責單位與資源

由「總經理室」統籌永續申報，並將執行職責融入日常營運中。中央廚房、烘焙廠與兩座釀酒廠由廠長及各現場主管負責生產排程優化；餐廳門市則由營運部各區督導與店長負責日常節電巡檢。

中央廚房 / 烘焙廠與釀酒廠：排程優化與自主維護



生產排程最佳化：

調整釀酒煮沸、央廚大宗烹調與烘焙烤箱的排程，盡可能「集中批量生產」，減少設備重複預熱與空轉的電力及瓦斯浪費。



自主落實設備維護：

由廠內人員定期清洗冷卻發酵槽、冷凍庫的散熱鰭片，並檢查蒸汽/熱水管路之保溫包材是否破損，以最基礎的保養維持最佳能源效率。

餐廳門市：日常營運節能管理



門店日常節電巡檢：

各門市落實《開店與打烊節能檢查表》（如：非營業時間關閉不必要之招牌燈及後場照明、廚房離峰時間關閉部分烤台/爐具）。



配合百貨商場營運：

嚴格遵守進駐百貨之空調溫度設定，維持於26-28度之間，並配合百貨深夜封場時間，確實關閉門市內大宗用電設備。

6.1.2 能源使用情形 (GRI 302-1、302-3)



金色三麥2025全年度能源總消耗量為70,259.8111 GJ、能源密集度為30.59 (GJ／每百萬元合併營收)，統計範疇涵蓋總部、生鮮鏈中心(中央廚房與烘焙廠)、2座釀酒廠、所屬品牌旗下全體直營門店(2025年實際營運者共39間)以及8間員工宿舍。

金色三麥於2025年並未使用再生能源，各項能源使用類型、主要用途與總使用量分別說明如下：



外購電力 (工廠生產、門店營運與員工宿舍)

總計使用量為 **13762.2384** 千度 (MWh)



天然氣 (工廠生產與多數門店烹煮程序)

總計使用量為 **570634.6962** 立方公尺 (M³)



液化石油氣 (僅部分員工宿舍有使用)

總計使用量為 **428.0000** 公斤 (KG)



車用汽油 (主要供公務車輛使用)

總計使用量為 **6,933.3500** 公升 (L)



柴油 (主要供物流貨車使用)

總計使用量為 **33,264.2500** 公升 (L)

金色三麥2025年能源消耗以外購電力占比最高(70.52%)，其次則為天然氣(27.43%)，剩餘部分則由柴油(1.71%)及少量車用汽油、液化石油氣(皆<1%)所構成，詳請參見下表：

2025年能源消耗量統計表(能源單位：十億焦耳GJ)

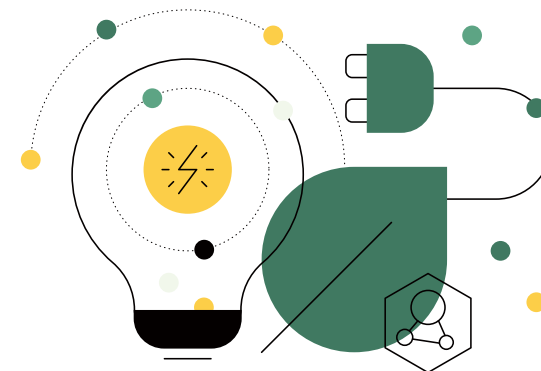
能源類型	能源消耗總量	能源消耗占比
非再生能源	外購電力	49,544.0582
	天然氣	19,273.1387
	柴油	1,202.7423
	車用汽油	220.2106
	液化石油氣	19.6613
	總計	70,259.8111
再生能源	總計	0
能源消耗總量		70,259.8111
2025年集團合併營收(新台幣百萬元)		2,296.65
能源密集度(GJ／合併營收-百萬元)		30.59

註1：外購電力換算方式係參照環境部「能源資訊平台」有關能源單位轉換之說明，1千度(MWh) = 3.6 GJ。

註2：天然氣、柴油、車用汽油、液化石油氣換算方式係依據環境部2026年2月發布「2025年度車用汽油、柴油、液化石油氣及天然氣之熱值」，天然氣低位熱值為8,067 kcal / m³、柴油低位熱值為8,636kcal / L、車用汽油低位熱值為7,586 kcal / L、液化石油氣低位熱值為10,972 kcal / kg；另參照環境部2024年2月5日公告「溫室氣體排放係數」表，1千卡(kcal) = 4.1868 × 10⁻⁶ GJ。

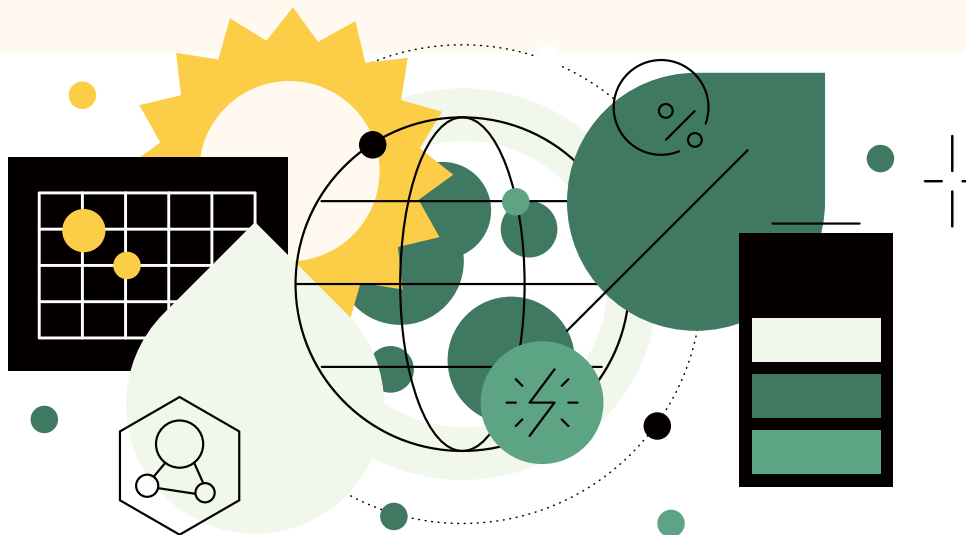
註3：本集團各項能源使用資料之蒐集與計算方式說明如下：

- (1) 外購電力：統計彙整台灣電力公司電費單或百貨商場電費分攤明細內所記載之度數，部分百貨商場餐飲門店因無法統計用電資料，故係以集團內相同或主要品牌餐飲門店可取得資料者之每坪平均用電量進行推估。
- (2) 天然氣：統計彙整各地區天然氣供應商繳費帳單內所記載之度數，部分百貨商場餐飲門店因無法統計天然氣使用資料，故係以集團內相同或主要品牌餐飲門店可取得資料者之單位來客平均天然氣消耗量進行推估。
- (3) 柴油、車用汽油：統計彙整2025全年度車隊加油卡明細所記載之採購公升數量。
- (4) 液化石油氣：統計彙整各桶裝瓦斯廠商出貨單據所記載之採購公斤重量。



6.1.3 成效評估機制與績效指標

利用「現有的每月水電費與瓦斯帳單」進行追蹤。由財務部每月提供各廠區與門市之能耗費用與度數，交由廠長及營運督導進行異常波動分析（例如：某門市用電突然暴增，即派員檢查是否為冰箱膠條老化或冷氣漏冷媒）。



總能源消耗量

- ★ 統計公司全年度總用電度數(kWh)與瓦斯/天然氣使用量，作為排碳量計算之基礎。
- ★ 在未擴展新門市的前提下，以整體總能耗不超過前一年為原則。



營運能源密集度

- ★ 酒廠/中央廚房/烘焙廠：以「每萬元產值用電量」為指標，目標維持持平。
- ★ 餐廳門市：以「每萬元營業額用電度數(度/萬元)」為指標。由於全台多家餐廳進駐在百貨內，此指標最能排除百貨冷氣集中供電的干擾，真實反映門市廚房與照明的用電效率，目標為較前一年持平或微幅下降。

6.2 氣候變遷與溫室氣體管理

6.2.1 氣候行動

金色三麥密切關注全球氣候變遷對全球餐飲及農業供應鏈帶來的實體風險與轉型風險。將減碳意識深度融入營運，透過「在地綠色供應鏈建置」、「永續低碳餐桌推廣」及「溫室氣體自主盤查」三軌並進，積極調適氣候風險，減緩企業營運對環境造成的碳衝擊。



在地採購與綠色供應鏈

精釀啤酒與餐飲產業仰賴原物料（如麥芽、啤酒花、水果、肉品與蔬菜）的穩定供應。面對全球氣候變遷引發的產地極端氣候、價格波動與國際情勢變化，金色三麥積極推動在地採購，以實質行動降低全球運輸產生的間接溫室氣體排放。



金色三麥積極參與農業部林業及自然保育署生物多樣性專案，提出「Brew for Biodiversity - 友善石虎柑橘啤酒計畫」，採購具備「友善石虎農作標章」的在地有機桶柑進行釀製，不僅支持在地生態保育，也縮短原料碳足跡；更長年與花蓮玉里瓜農「阿強西瓜」聯名生產「這瓶有瓜」調酒，其能透過「在地生產、在地消費」以建立低碳飲食網路。



蔬食推廣與產品低碳轉型

金色三麥積極掌握世界飲酒與飲食的綠色趨勢（RTD 即飲與低酒精/無酒精），透過菜單結構調整與多元產品開發，引導消費者參與綠色消費：



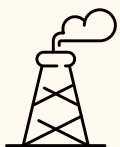
旗下門市（如金色三麥餐廳、微兜等）導入永續餐桌概念，推出蔬食椒麻雞、小農溫沙拉、純蔬彈力蝦肉餅等多款「蔬食餐點」，並持續串聯 B 型企業「鮮乳坊」與動物福利認證之「究好豬」作為核心供應鏈，降低傳統畜牧業供應鏈的高碳排風險。



運用精釀釀造專業，靈活開拓無酒精新品牌、0度蜂蜜啤酒、康普茶與無酒精氣泡飲等多款健康潮流飲品，降低傳統高溫釀造工序的溫室氣體產生量。

6.2.2 溫室氣體排放管理 (GRI 305-1、305-2、305-4)

金色三麥除遵循金管會「上市櫃公司永續發展路徑圖」、櫃買中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」之時程要求，於2026年首次執行母公司2025全年度之溫室氣體盤查，同時亦自主完成合併財報子公司之盤查，而較規定時程提前辦理。未來將每年定期完成盤查，於當年度年報及永續報告書完整揭露。



金色三麥(合併財報母子公司)2025年溫室氣體排放量為7,655.385噸CO₂e，排放密集度為3.3333噸CO₂e／百萬元營業額。範疇二外購電力間接排放為主要排放源，占總排放量83.79%；範疇一直接排放則占總排放量16.21%，其中以固定燃燒排放源為主(占範疇一排放量87.29%)。詳請參見下頁盤查情形表。



溫室氣體減量行動

金色三麥溫室氣體減量行動將優先落實於能源管理，如釀酒廠集中生產、冷卻水熱能再利用等，餐廳門市則配合百貨空調溫控與深夜封場關燈以降低耗能，透過改變日常營運行為，於降低營運成本的同時，有效減少溫室氣體排放。



氣候政策與綠色展店規劃

因金色三麥多數餐廳皆進駐百貨商場，將積極響應其所制定的氣候政策或轉型計畫。未來規劃新展店或門市裝潢時，亦將在資源有限條件下，優先評估具環保標章的建材與節能設備，攜手通路夥伴逐步降低餐飲消費過程服務碳足跡。

01

02

2025年溫室氣體盤查情形

盤查邊界	溫室氣體排放範疇	排放型式	排放量(噸CO ₂ e)	排放占比
母公司個體	範疇一 直接溫室氣體排放	固定燃燒	744.1374	12.10%
		移動燃燒	93.2129	1.52%
		逸散	48.6335	0.79%
	小計		885.9838	14.41%
	範疇二 間接溫室氣體排放	外購電力	5,264.4606	85.59%
	總計		6,150.444	100%



排放密集度

3.1978

(噸CO₂e/
營業額-新台幣百萬元)

盤查邊界	溫室氣體排放範疇	排放型式	排放量(噸CO ₂ e)	排放占比
合併財報 母子公司	範疇一 直接溫室氣體排放	固定燃燒	1,083.5113	14.15%
		移動燃燒	106.4206	1.39%
		逸散	51.3709	0.67%
	小計		1,241.3028	16.21%
	範疇二 間接溫室氣體排放	外購電力	6,414.0823	83.79%
	總計		7,655.385	100%



排放密集度

3.3333

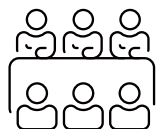
(噸CO₂e/
營業額-新台幣百萬元)

- 註1：金色三麥2025年僅盤查範疇一直接溫室氣體排放（即直接來自公司所擁有或控制之排放源）、範疇二電力之間接溫室氣體排放（即來自外購電力所造成之間接排放），而未包含屬於範疇三之其他間接溫室氣體排放。
- 註2：金色三麥首次辦理2025年溫室氣體盤查，上表直接及間接排放量之資料涵蓋範圍涵蓋母公司-金色三麥餐飲股份有限公司，及合併財報子公司-龍昇釀造股份有限公司、睿欣餐飲股份有限公司、柏睿餐飲股份有限公司。
- 註3：金色三麥參考「溫室氣體盤查議定書」（GHG Protocol）標準之建議，組織邊界設定係採用營運控制法，對所有管理或營運控制下之設施造成之排放量進行盤查，而包含總部、生鮮鏈中心（中央廚房與烘焙廠）、2座釀酒廠、所屬品牌旗下全體直營門店（2025年實際營運者共41間）以及8間員工宿舍。
- 註4：盤查溫室氣體類型包含：二氧化碳（CO₂）、甲烷（CH₄）、氧化亞氮（N₂O）、氫氟碳化物（HFCs）、全氟碳化物（PFCs）、六氟化硫（SF₆）、三氟化氮（NF₃）。
- 註5：溫室氣體排放量計算所採用之排放係數，主要引用自環境部2024年2月5日公告之「溫室氣體排放係數」表，以及經濟部能源署於2026年6月2日公布之「114年度公用售電業電力排碳係數」（產業電力排碳係數為0.466公斤CO₂e/度、民生住宅電力排碳係數為0.471公斤CO₂e/度）。
- 註6：各類型溫室氣體之全球暖化潛勢值（GWP）皆係選用聯合國政府間氣候變化專門委員會第六次評估報告（IPCC AR6）所發布之數值。
- 註7：金色三麥2025年個體財報營業收入為新台幣1,923,327仟元、合併財報營業收入為新台幣2,296,648仟元。
- 註8：說明與114年度年報溫室氣體盤查情形（僅母公司個體）之差異原因：（1）因截至年報申報日，能源署未公告114年電力排碳係數，故係以113年電力排碳係數計算範疇二間接溫室氣體排放量；（2）按確意見調整能源使用量（天然氣與部分外購電力）之推估基礎，故重新計算範疇一直接排放、範疇二間接排放量。

6.2.3 氣候相關財務揭露 (TCFD)



氣候治理



董事會對於氣候相關風險與機會之監督及治理

金色三麥董事會為監督及治理氣候相關風險與機會之最高治理單位，旗下設有「永續發展委員會」（2026年3月6日董事會決議設置），由葉淑芬總經理（兼任董事）擔任永續長，以推動企業永續發展及監督氣候變遷等環境面向風險管理之整體落實情形，並每年不定期（至少一次）向董事會報告執行情形。



管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理

金色三麥為落實環境保護、社會責任及公司治理等永續發展目標，於永續發展委員會旗下設置「永續發展推動小組」，由各部門主管擔任小組成員。本推動小組負責擬定公司永續發展政策、制度及具體推動計畫，包含落實重大氣候相關風險與機會之鑑別、潛在財務影響之評估及具體因應措施之研議。



氣候策略

辨識之氣候風險與機會如何影響企業業務、策略及財務(GRI 201-2)

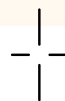
金色三麥參考TCFD氣候相關財務揭露建議所例示之氣候相關風險與機會，以及IFRS S2氣候相關揭露之餐飲與酒精飲料行業基礎施行指引，評估可能對營運構成重大影響之氣候議題。下表說明金色三麥辨識之氣候相關風險與機會、潛在業務及財務影響，以及相關因應措施：

氣候相關風險

氣候風險議題	風險類型	可能影響期間	潛在業務及財務影響	因應措施
乾旱與水資源短缺	實體風險	長期	營運停擺風險 長期乾旱若導致分區限水，可能引發啤酒廠被迫減產/停產及門店營運受阻。 成本與品質衝擊 枯水期水質波動會增加水處理過濾成本；水費調漲或購買外調水車亦會推升支出，並嚴重影響釀酒品質。	評估推動用水改善措施，盤點與統計各營運據點之用水量並鑑別與汰換舊型高耗水設備。
氣候異常導致食材供應中斷與品質風險	實體風險	中長期	原物料減產與變質 極端氣候引發旱澇與病蟲害，導致關鍵原物料（大麥、小麥、生鮮食材、水果）產量縮減與品質劣變。 財務與品牌衝擊 採購價格劇烈波動，且食材品質不穩將直接影響餐點風味與品牌商譽。	- 在地化供應鏈，深耕與臺灣在地小農契作，縮短運輸碳足跡並提升供貨優先權。 - 建立多樣化供應體系與安全庫存水位，降低單一地區氣候事件引發之斷鏈風險。 - 本土化採購與格外品（醃水果）利用：大量採購台灣在地格外品水果，不僅支持在地農業，更能有效平抑國際進口原物料之價格波動風險。
能源市場結構性變動與電價調整	轉型風險	短中期	用電成本大幅激增 能源轉型政策與國際局勢推升發電成本，中央廚房、冷鏈中心與門店用電支出調漲，直接侵蝕營業毛利。 能源供應不確定性 發電結構改變造成能源供應不穩，影響整體營運穩定度。	- 優先替換門市老舊能效空調、釀酒廠變頻壓縮機及高效烤爐。 - 針對高耗能製程（如釀酒之煮沸、冷卻或大量烘焙程序），在不影響品質前提下，盡量排在台電「離峰時段」進行，直接節省流動電費。 - 同步推動「低成本營運優化」，包含強化門市節能行為管理 SOP、優化廠區高耗能排程以避開電力尖峰，並精準調整用電契約容量，透過軟體與管理手段降低不必要之能源浪費。
利害關係人要求綠色產品及服務	轉型風險	短期	訂單與市佔流失 若未達客戶具體環保要求，可能面臨產品下架或失去採購資格，減少銷量與營收。 品牌競爭力下滑 若永續推進無成效，將影響公司形象，導致具環保意識之客群流失。	- 持續編列研發預算以開發符合低碳循環理念之品牌餐點與酒品飲料。 - 持續執行市場分析以掌握顧客與消費者之需求變化與市場趨勢發展。 - 推動門市外帶減塑計畫，避免未來限塑法規趨嚴可能產生的違規罰金或信譽損失。



氣候相關機會



氣候風險議題	風險類型	可能影響期間	潛在業務及財務影響	因應措施
提升能源與水資源使用效率	資源效率	短期	降低營運成本 節電、節水措施將直接減少水電費支出，實現營運降本並提升營業毛利。 增強營運韌性 降低對外部資源依賴，展現優於同業之抗風險與廠房防護能力。	1. 金色三麥長期規劃打造結合觀光啤酒廠、飲品生產工廠、辦公空間及中央廚房與物流中心之多功能營運基地，整體設計將導入節能減碳設備與資源循環系統。 2. 評估導入ISO 50001能源管理系統以精準監測能源使用情形，提升公司整體能源效率。
綠色採購與供應商環境管理	韌性	中期	提升 ESG 評等與聲譽 強化供應商環境管理，可爭取重視永續價值之通路合作與投資人評價。 平抑物料波動風險 精選具氣候調適能力之夥伴，降低因極端氣候導致之斷鏈風險與採購成本。	1. 評估制定「供應商永續行為準則」，要求合作夥伴遵循並逐步納入減碳轉型要求；同時向新進與既有供應商實施「永續自評問卷」，以初步掌握其碳排放等環境管理現況，並將相關環境指標納入後續採購評分項目。 2. 評估於未來採購優先選擇節能、省水等取得國內外環保認證之原物料。 3. 金色三麥原物料採購係以國內供應商為主，將持續落實在地採購以減少運輸之溫室氣體排放。
副產品加值與資源利用優化	產品與服務	中長期	創造新營收來源 研發循環經濟產品（如麥芽粕高值化衍生品），吸引重視 ESG 之年輕客群與通路夥伴。 降低廢棄物處理費 減少廢棄物處置成本，實現資源循環最大化之財務效益。	1. 金色三麥產品研發已朝向食材循環利用，如匠吐司啤酒即使用麵包生產之餘料副產品，同時亦利用釀酒剩餘小麥粕做成麵包。未來將持續研發麥芽粕（麥渣）減廢與再利用技術，以轉化為更具特色之循環商品。 2. 金色三麥並將減廢循環應用延伸至店內餐具，如以釀酒麥渣製作店內使用之環保托盤，其為植物性材料而能透過生物循環系統分解回歸自然，形成工藝釀造之綠色循環。
低碳飲食潮流與品牌轉型商機	產品與服務	短期	開創差異化市場門檻 開發在地有機/低碳餐點，提升品牌吸引力與客單價，於競爭激烈的餐飲市場建立差異化。 帶動營收雙向成長 順應永續消費意識抬頭，帶動來客數與整體營業收入增加。	1. 金色三麥旗下餐飲品牌「微兜petit doux」定位為蔬食低碳餐廳，將持續研發以使用植物性蛋白質為主之相關餐點。 2. 產品開發將優先考量使用當季在地農特產品，有助減少食材運輸過程之碳足跡。



氣候風險管理



氣候風險之辨識、評估及管理流程

金色三麥為強化治理、健全風險管理作業，已於2025年3月10日之董事會決議通過訂立「風險管理政策與程序」並實施。金色三麥風險管理最高責任單位為董事會，審計委員會旗下設有風險管理小組以協助董事會執行風險管理職責，並由總經理擔任召集人。風險管理小組由各單位最高主管擔任風險管理成員，負責營運與新興風險之綜合評估，每年至少一次向審計委員會及董事會提出風險管理運作情形報告。



氣候風險管理如何整合於企業整體風險管理制度

金色三麥「風險管理政策與程序」已將氣候變遷、天然災害等列為經辨識之環境面向主要風險來源，風險管理小組將與董事會旗下永續發展推動小組共同定期評估該年度各項氣候相關潛在風險議題之影響程度與發生可能性，而將依重大性排序結果研議因應措施，並出具風險管理報告予審計委員會及董事會審查，審查結束後即依照審查結果進行風險管理之執行。同時，將於網站、年報或永續報告書揭露並持續更新相關資訊，以供外部利害關係人參考。



氣候指標與目標

金色三麥已進行首次溫室氣體盤查，並於永續報告書分別揭露母公司個體、合併報表母子公司之2025年度範疇一直接排放、範疇二能源間接排放量及總排放量（詳請參見上述6.2.2 溫室氣體排放管理）。

金色三麥未來將依金管會「上市櫃公司永續發展行動方案」所定時程，每年定期盤查母公司個體及合併財務報告子公司之溫室氣體排放量，以完整掌握排放情形，並據此制定減量目標、策略及行動計畫。

6.3 水資源與廢棄物管理

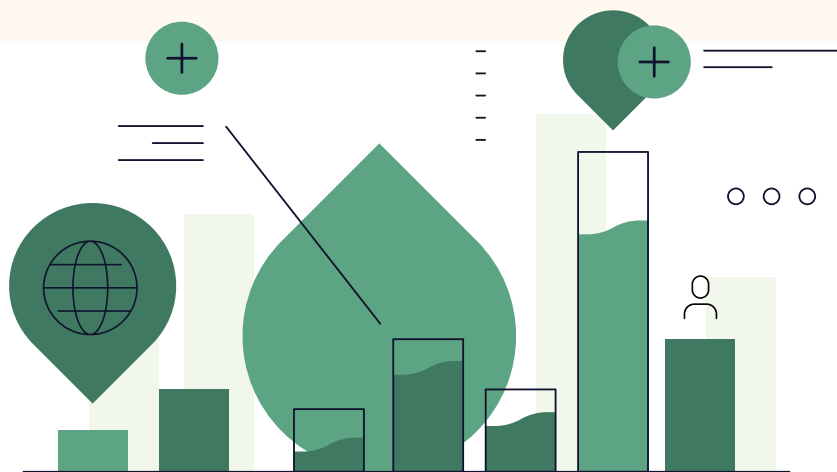
金色三麥以「零廢棄循環經濟」與「資源永續利用」為環境治理的核心目標。針對工廠端與門市端所產生的水資源耗用、釀酒副產物、食物餘料及營業廢棄物建立回收與加值循環系統，讓企業成長與社會共榮，體現綠色餐飲的循環經濟價值。

6.3.1 水資源政策與放流水優化管理 (GRI 303-2、303-3、303-5)



- ★ 金色三麥之水資源主要使用於精釀啤酒廠的釀造、清洗 (CIP系統)、中央廚房之餐點調理，以及全台所有餐廳門市之日常洗滌。廠區與中央廚房則以符合國家環境保護放流水標準為基本底線；餐廳門市全面配合並使用百貨商場之污水處理系統。
- ★ 所有營運據點之水源 100% 來自各地自來水廠，水質均為淡水，無抽取地下水或其他敏感水源之情勢，對當地水體生態無顯著影響，金色三麥透過自主節約用水行為來落實管理。

- | | | | |
|---|--|----------------------|---|
| 1 | | 釀酒廠與中央廚房 | 製程水回收與自主維護 |
| 2 | | 製程用水效率優化 | 旗下自有兩座釀酒廠引入德國精準釀造工藝，透過充填設備與全自動化製程控制，精準計算清洗循環 (CIP) 與釀製配方之用水量，避免製程水資源浪費，且皆通過國際 ISO 22000 與 HACCP 雙重驗證。 |
| 3 | | 水資源循環優化 | 兩座通過 ISO 22000 與 HACCP 國際認證的自有釀酒廠，廠內廢水皆經過嚴格符合國家法規的污水處理系統後才進行排放，嚴格落實酸鹼值 (pH)、化學需氧量 (COD) 與懸浮固體 (SS) 之內部監測，確保所有放流水達國家法規標準後方進行排放，積極保護周邊水體環境。 |
| 4 | | 餐廳門市 | 日常節水與配合百貨基礎設施 |
| 5 | | 廚房自主節水行為 | 解凍食材時禁止使用「流水解凍」，改採「冷藏提早解凍」或「盆浸解凍」；清洗餐具採取蓄水洗滌，不開連續流水。 |
| 6 | | 善用商場節水設施與污水處理 | 多數門市皆進駐在百貨公司內，全面配合百貨裝設之節水龍頭。門市廚房廢水皆經過裝設之專用油脂截留器 (除油截流器) 進行初步過濾，再排入百貨商場的統一污水處理系統，確保放流水質完全符合商場與環保局規範。 |



數據監督機制

金色三麥暫無裝設數位流量計聯網系統，直接採用現有的水費帳單進行數據追蹤。每月統計各廠區與門市的水費與用水噸數及營運部與廠長每季審查用水數據，若發現某門市用水量異常暴增，立即派員或請百貨工程組協助排查是否發生馬桶漏水或地下管線破裂。



由總經理室統籌監督中央廚房、烘焙廠與兩座釀酒廠之用水效率，由廠長及現場主管負責廢水監測，餐廳門市則由店長與廚房領班落實日常節水與排水管路維護。

水資源績效指標



自來水取用量管理

金色三麥透過水費帳單定期統計自來水取水情形。



營運用水

經統計2025年度總取水量262.33千立方公尺。鑑於啤酒製程具有高度水密集性，基於保守性原則，金色三麥將全年度啤酒銷量36.37千立方公尺視為當年度總耗水量。

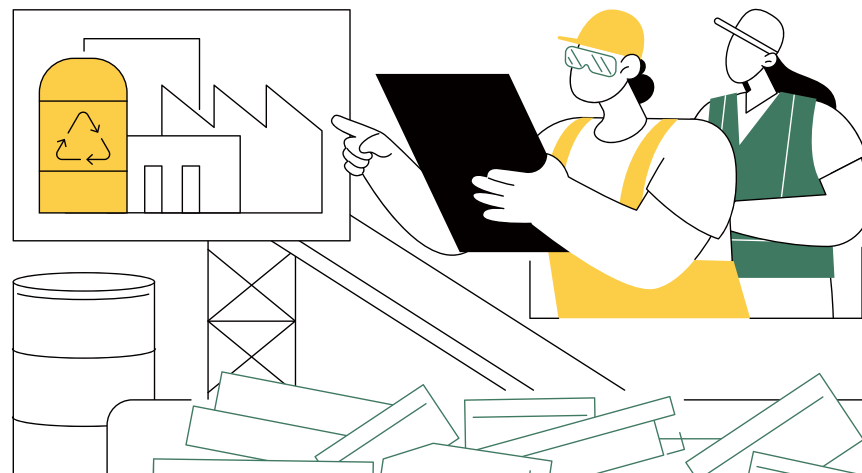


放流水合規性

金色三麥各廠區與餐廳門市之放流水排放，未因超標、未經處理排放或違反相關水污染防治法規而遭受政府機關處罰之情事。

6.3.2 廢棄物循環與減量政策 (GRI 306-1、306-2)

金色三麥針對廢棄物以「源頭減量、嚴格分類、資源循環」為精神融入日常營運，努力減少廢棄物對後代子孫帶來的環境負擔。此外，針對廢棄物管理核心，以日常管理落實綠色循環為策略，高度結合既有的百貨清運體系與在地農業合作夥伴，用最務實、省力且合法的方式實踐循環經濟，落實於資源的再利用與源頭控管。



酒糟資源化(建立麥芽粕與麥渣固體副產物之循環再利用機制)

金色三麥珍惜精釀造酒製程中的每一項產物，針對精釀啤酒最大宗的固體副產物「麥芽粕與麥渣」，發展出全台獨創的資源循環體系，並榮獲經濟部「Buying Power」環境永續組特別獎肯定。



轉廢為寶的食品再製

與超商龍頭跨界合作，將福比麵包廠的「匠土司」邊料取代部分釀酒麥芽製成「永續啤酒」；同時將金色三麥釀酒後的「麥芽粕」回收提供給超商，研發製成永續滿餡麵包與小土司，達成生產端物料的資源全循環。



低碳環保餐具與副產品

將釀酒後的麥芽粕與麥渣進行綠色再生，回收再利用製成店內使用的「環保托盤」等餐具，降低塑膠器具的使用率；此外亦將其添加於全新品牌「麥漢堡」的麵包體中，並曾研發出純天然「麥皂」與寵物餅乾。



此減廢循環創新更榮獲經濟部中小及新創企業署
Buying Power 環境永續組特別獎肯定。

中央廚房、烘焙廠與餐廳門市：精準減量與配合商場分類



食材源頭管理(中央廚房與烘焙廠)

中央廚房採取標準化採購與集中前處理，精準控管食材庫存與出貨量，從源頭減少因過期、腐壞或分切浪費產生的廢棄物。

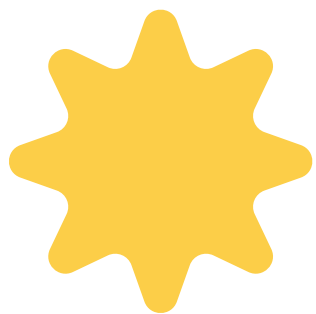


門市廚餘與一般垃圾分類

金色三麥餐廳門市多設立在百貨內，統一配合商場的廚餘清運。
一般垃圾不隨意堆放且配合百貨分類與集中管理之規定。



為關心在地農業並解決盛期滯銷問題，金色三麥發起「醃水果行動」，關心在地農業，出資收購因外觀不佳無法上架但品質無虞的「格外品(醃水果)」，如拉拉山水蜜桃、高雄紅心芭樂、苗栗桶柑等，進行小批次釀造。此舉不僅解決農產滯銷與浪費，更將原本將做成堆肥的廢棄物創造出高價值的精釀啤酒，將環境議題與社會責任深度連結。





廢棄物績效指標與流向

透過與合格清運廠商或回收廠商之清運聯單，定期盤點數據，降低對環境衛生與食品安全之影響，並確保各類廢棄物依相關法規及內部管理規範妥善處理。



一般垃圾： 委由合格清運公司依廢棄物清理相關規範清運處理。



廚餘： 以加蓋容器集中暫存，依百貨商場規定配合清運或回收後，廚餘桶需徹底清洗，以維持作業環境衛生。



廢食用油： 集中收集於專用廢油桶，定期由合格廠商回收進行後續資源化處理，2025年廢油數量為40,452公斤。



本年度金色三麥無任何因廢棄物未妥善處理、非法傾倒或違反《廢棄物清理法》而遭受政府機關處罰之情事

附錄

- GRI準則索引表
- SASB永續會計準則索引表
- 「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」
附表一之一永續揭露指標索引表
- 「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」
附表二上櫃公司氣候相關資訊
- 會計師確信報告
- 中／英文專有名詞對照表



附錄1、GRI準則索引表

金色三麥依2021年新版GRI通用準則揭露以下指標，涵蓋旗下營運據點於2025年1月1日至2025年12月31日間之資訊，因產業屬性而無適用之GRI行業準則。

一般揭露



GRI 2：一般揭露2021			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 2-1	組織詳細資訊	多元品牌之永續實踐	
GRI 2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	
GRI 2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	
GRI 2-4	資訊重編	關於本報告書	
GRI 2-5	外部保證／確信	關於本報告書	
GRI 2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	2.3.1利害關係人鑑別	
GRI 2-7	員工	5.1.2員工結構與工作者多元組成數據	
GRI 2-8	非員工	5.1.2員工結構與工作者多元組成數據	
GRI 2-9	治理結構及組成	3.1.2董事會多元化與獨立性績效 3.5功能性委員會運作與風險整合	
GRI 2-10	最高治理單位的提名與遴選	3.1.3董事遴選與精進學習	
GRI 2-11	最高治理單位的主席	3.1.1永續治理核心架構與推動組織	
GRI 2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	3.5.4全面性風險管理範疇與三道防線	
GRI 2-13	衝擊管理的負責人	3.5.4全面性風險管理範疇與三道防線	
GRI 2-14	最高治理單位於永續報導的角色	2.1.2穩健的公司治理與內控機制	
GRI 2-15	利益衝突	3.5.3利益迴避制度	

GRI 2:一般揭露2021

GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 2-16	溝通關鍵重大事件	3.1.3董事遴選與精進學習	
GRI 2-17	最高治理單位的群體智識	3.1.3董事遴選與精進學習	
GRI 2-18	最高治理單位的績效評估	3.1.4董事會績效評估	
GRI 2-19	薪酬政策	3.5.2 薪資報酬委員會	
GRI 2-20	薪酬決定流程	3.5.2 薪資報酬委員會	
GRI 2-21	年度總薪酬比率	-	薪資涉敏感資訊 基於保密原則，不予公開
GRI 2-22	永續發展策略的聲明	經營者的話	
GRI 2-23	政策承諾	3.4.1 誠信經營推動與政策 4.1.1 食安管理政策 4.3.1 供應商管理政策 5.1.1 多元平等與人權保障 5.3.1 職業安全衛生政策與法規管理架構	
GRI 2-24	納入政策承諾	3.4.1 誠信經營推動與政策 4.1.1 食安管理政策 4.3.1 供應商管理政策 5.3.1 職業安全衛生政策與法規管理架構	
GRI 2-25	補救負面衝擊的程序	5.1.1 多元平等與人權保障	
GRI 2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	3.4.2 獨立檢舉管道與利害關係人保護	
GRI 2-27	法規遵循	3.3.1 全面性日常合規監控	
GRI 2-28	公協會的會員資格	-	未參與公協會
GRI 2-29	利害關係人議合方針	2.3.2 利害關係人溝通管道與關注議題	
GRI 2-30	團體協約	5.2.4 健全勞動保障與育嬰留停實績	

重大主題揭露

GRI 3:重大主題 2021			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 3-1	決定重大主題的流程	2.4.1 2025年重大主題鑑別流程	
GRI 3-2	重大主題列表	2.4.1 2025年重大主題鑑別流程	
GRI 3-3	重大主題管理	2.4.3 2025年重大主題管理方針	

GRI 201:經濟績效 2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	3.2.1 財務績效表現	

GRI 202:市場地位 2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	5.1.2員工結構與工作者多元組成數據	

GRI 205:反貪腐2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	3.4.1誠信經營推動與政策	
GRI 205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	3.4.1 誠信經營推動與政策	

GRI 206:反競爭行為 2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	3.4.1 誠信經營推動與政策	

GRI 302:能源 2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 302-1	組織內部的能源消耗量	6.1.2能源使用情形	
GRI 302-3	能源密集度	6.1.2能源使用情形	

GRI 405:員工多元化與平等機會 2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 405-1	治理單位與員工的多元化	5.1.2 員工結構與工作者多元組成數據	

GRI 406:不歧視 2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	5.1.1 多元平等與人權保障	

GRI 416:顧客健康與安全 2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	4.1.4作業環境、設施衛生管理	
GRI 416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.3.1全面性日常合規監控	

GRI 417:行銷與標示 2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 417-1	產品和服務資訊與標示的要求	4.2.1負責任行銷與飲酒安全守則	
GRI 417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	4.2.1負責任行銷與飲酒安全守則	
GRI 417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	4.2.1負責任行銷與飲酒安全守則	

其他自願揭露

GRI 201:經濟績效 2016

GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	6.2.3 氣候相關財務揭露	
GRI 201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	5.2.4 健全勞動保障與育嬰留停實績	

GRI 303:水與放流水 2018

GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 303-2	與排水相關衝擊的管理	6.3.1水資源政策與放流水優化管理	
GRI 303-3	取水量	6.3.1水資源政策與放流水優化管理	
GRI 303-5	耗水量	6.3.1水資源政策與放流水優化管理	

GRI 305:排放 2016

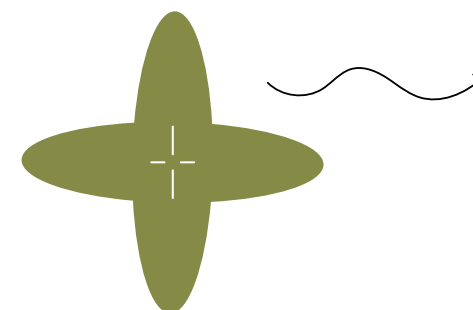
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	6.3.1水資源政策與放流水優化管理	
GRI 305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	6.3.1水資源政策與放流水優化管理	
GRI 305-4	溫室氣體排放強度	6.3.1水資源政策與放流水優化管理	



GRI 306:廢棄物 2020			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	6.3.2 廢棄物循環與減量政策	
GRI 306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	6.3.2 廢棄物循環與減量政策	

GRI 401:勞雇關係 2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 401-1	新進員工和離職員工	5.2.1 多元招募與產學合作	
GRI 401-2	提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工)的福利	5.2.2 人本管理:四項核心留才創新方案	
GRI 401-3	育嬰假	5.2.4 健全勞動保障與育嬰留停實績	

GRI 402:勞/資關係 2016			
GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 402-1	關於營運變化的最短預告期	5.2.1 多元招募與產學合作	



GRI 403:職業安全衛生2018

GRI編碼	揭露項目	對應章節	說明
GRI 403-1	職業安全衛生管理系統	5.3.1職業安全衛生政策與法規管理架構	
GRI 403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	5.3.3危害辨識、風險分級與火災案例事故改善	
GRI 403-3	職業健康服務	5.3.5職業病預防與同仁巡迴體檢	
GRI 403-4	有關職業安全衛生之工作者 參與、諮詢 與溝通	5.3.2委員會健全運作與全工作者權益保障	
GRI 403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	5.3.4職安衛教育訓練課程與職業傷害統計	
GRI 403-6	工作者健康促進	5.3.5職業病預防與同仁巡迴體檢	
GRI 403-7	預防和減緩與業務關係直接相關聯 之職 業安全衛生的衝擊	5.3.2委員會健全運作與全工作者權益保障	
GRI 403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	5.3.2委員會健全運作與全工作者權益保障	
GRI 403-10	職業病	5.3.5職業病預防與同仁巡迴體檢	

附錄2、SASB永續會計準則索引表

餐飲業永續會計準則

揭露主題	指標代碼	揭露指標	對應章節	揭露說明
能源管理	FB-RN-130a.1	(1)總能源消耗量 (2)電網電力百分比及 (3)再生百分比	6.1.2能源使用情形	1. 總能源消耗量:70,259.8111 GJ 2. 電網電力百分比:70.52 % 3. 再生百分比:0 %
水管理	FB-RN-140a.1	(1)總取水量,於基線水壓力高 或極高區域之百分比 (2)總耗水量,於基線水壓力高 或極高區域之百分比	6.3.1水資源政策 與放流水優化管理	1. 總取水量:262.33千立方公尺 2. 總耗水量:36.37千立方公尺 3. 高壓力區域比例:0 %;營運據點皆位於臺灣,根據世界 資源研究所(WRI)「渡槽水風險地圖」(Aqueduct Water Risk Atlas)顯示,並無自高水資源壓力地區取水之情形(低至中等)
食品安全	FB-RN-250a.2	(1)公布召回之次數及 (2)召回之食品產品總重量		1. 召回次數:0次 2. 召回重量:0公噸
	FB-RN-250a.3	經確認之食媒性疾病爆發之數量 導致公共健康機關調查之百分比		1. 食媒性疾病爆發數量:0件; 未發生食媒性疾病(食物中毒)事件 2. 公共健康機關調查百分比:0%
勞動實務	FB-RN-310a.3	與(1)違反勞工法律及 (2)就業歧視有關之法律程序 所造成之貨幣性損失總額	3.3.1全面性日常 合規監控 5.1.1多元平等 與人權保障	1. 違反勞工法律:新台幣0元 2. 就業歧視:新台幣0元
活動指標	FB-RN-000.A	(1)個體直營之餐廳數量及 (2)加盟之餐廳數量	1.1關於金色三麥	1. 直營餐廳數量:35間(金色三麥20間/微兜5間/ 咖哩樹4間/麥漢堡1間/SPORTS NATION 2間/ BLAH BLAH Bar 1間/SUNMAI Bar 2間) 2. 加盟餐廳數量:1間(SUNMAI Bar機場門市)

含酒精飲料永續會計準則

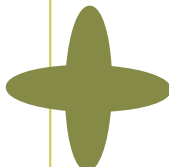
揭露主題	指標代碼	揭露指標	對應章節	揭露說明
能源管理	FB-RN-130a.1	(1)總能源消耗量 (2)電網電力百分比及 (3)再生百分比	6.1.2能源使用情形	1. 總能源消耗量:70,259.8111 GJ 2. 電網電力百分比:70.52 % 3. 再生百分比:0 %
水管理	FB-RN-140a.1	(1)總取水量,於基線水壓力高 或極高區域之百分比 (2)總耗水量,於基線水壓力高 或極高區域之百分比	6.3.1水資源政策 與放流水優化管理	1. 總取水量:262.33千立方公尺 2. 總耗水量:36.37千立方公尺 3. 高壓力區域比例:0 %;營運據點皆位於臺灣,根據世界 資源研究所(WRI)「渡槽水風險地圖」(Aqueduct Water Risk Atlas)顯示,並無自高水資源壓力地區取水之情形(低至中等)
	FB-RN-140a.2	水管理之風險之描述,以及對降 低該等風險之策略及實務之討論	6.3.1水資源政策與 放流水優化管理	水資源主要使用於酒廠釀造與清洗(CIP系統)、中央廚房 餐點調理,以及餐廳門市日常洗滌。廠區以符合國家環境 保護放流水標準為基本底線;餐廳門市配合並使用百貨 商場之污水處理系統。所有營運據點水源皆來自各地自 來水廠,水質均為淡水,無抽取地下水或其他敏感水源之 情勢,對當地水體生態無顯著影響,並透過自主節約用水 行為來落實管理。
負責任飲 酒及行銷	FB-AB-270a.2	未遵循產業或監管標示或行銷規 範之事件數量	4.2.1負責任行銷與 飲酒安全守則	0件;未發生違反標示或行銷相關法規之事件
	FB-AB-270a.3	與行銷或標示實務相關之法律程 序所造成之貨幣性損失總額	3.3.1全面性日常合 規監控 4.2.1負責任行銷與 飲酒安全守則	新台幣0元;未發生違反標示或行銷相關法規之事件
	FB-AB-270a.4	對促進負責任飲酒所作之努力之 描述	4.2.1負責任行銷與 飲酒安全守則	嚴格遵守《菸酒管理法》、《消費者保護法》等行銷傳播與 產品標示法規;全系列量產酒品瓶身皆完整標示產品成 分、原產地、酒精濃度、過敏原提示,並依法清晰標註「禁 止酒駕」、「未滿十八歲禁止飲酒」等健康警語。
勞動實務	FB-AB-000.B	生產場所之數量	1.1關於金色三麥	2座精釀啤酒工廠:重光一廠/光復二廠

附錄3、「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」 附表一之一永續揭露指標索引表

編號	揭露項目	揭露說明	對應章節
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。	金色三麥餐飲股份有限公司依據衛生福利部「食品良好衛生規範準則」(GHP)「食品安全管制系統準則」(HACCP)等法規，針對生鮮鏈中心(含中央廚房與烘焙廠)、釀酒廠及直營門市訂有環境、設備、設施與人員等之衛生管理標準，其適用範圍涵蓋餐飲產品製造與服務。 2025年依規定檢查頻率，由專責人員執行衛生巡檢，並留存查核紀錄；同時，持續管理從業人員健康、服儀及作業衛生，依法辦理年度健檢並保存相關紀錄，以確保產品製造與服務符合食安管制與衛生管理標準。 上開衛生管理標準遍及100 %主要產品類別。	4.1.4作業環境、設施衛生管理
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。	金色三麥餐飲股份有限公司2025 年度並無違反食品安全相關法規或因產品或服務資訊標示事件而遭主管機關裁罰之情事，且亦未發生食媒性疾病(食物中毒)及產品下架事件。	3.3.1全面性日常合規監控
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。	金色三麥餐飲股份有限公司2025 年度無採購符合國際認可產品責任標準之品項，其占整體採購之百分比為 0 %。	4.3供應商管理
四	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。	金色三麥餐飲股份有限公司中央廚房、烘焙廠及兩座釀酒廠，均導入ISO 22000 與 HACCP 食品安全管制系統，同時全數取得第三方驗證，占金色三麥餐飲股份有限公司主要生產產品的100 %，其產品供應各品牌門市，並透過經銷、零售等通路銷售。 各生產基地每年由第三方認證單位續評查核，每三年重新取得認證及證書換發。	4.1.3食安管理成效評估

編號	揭露項目	揭露說明	對應章節																														
五	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	・稽核家數及百分比： 2025年度金色三麥餐飲股份有限公司列為年度重點評鑑對象者共25家；2025年度完成其中21家評鑑，評鑑完成率為84%。 ・稽核項目： 供應商評鑑項目包括法規遵循及資格條件、ISO 22000或HACCP等食品安全相關驗證、法定專業人員配置、品質穩定性與檢驗合規情形、生產環境及衛生管理、倉儲物流與追溯管理、產品測試、交貨時效及履約配合情形等，並依供應商類型及評鑑方式進行查核。 ・稽核結果： <table><tr><th>供應商</th><th>判定標準</th><th>等級資格</th><th>家數</th><th>占比</th><th>因應措施</th></tr><tr><td>A級</td><td>總分70分以上</td><td>合格</td><td>18</td><td>85.71 %</td><td>維持合作關係</td></tr><tr><td>B級</td><td>總分60~70分</td><td>限期改善</td><td>3</td><td>14.29 %</td><td>待補件或進行現場環境改善後再行評估是否繼續合作</td></tr><tr><td>C級</td><td>總分60分以下</td><td>不合格</td><td>0</td><td>0 %</td><td>取消供應商資格並不予合作</td></tr><tr><td colspan="3">總計</td><td>21</td><td>100 %</td><td></td></tr></table>	供應商	判定標準	等級資格	家數	占比	因應措施	A級	總分70分以上	合格	18	85.71 %	維持合作關係	B級	總分60~70分	限期改善	3	14.29 %	待補件或進行現場環境改善後再行評估是否繼續合作	C級	總分60分以下	不合格	0	0 %	取消供應商資格並不予合作	總計			21	100 %		4.3.2供應商評鑑
供應商	判定標準	等級資格	家數	占比	因應措施																												
A級	總分70分以上	合格	18	85.71 %	維持合作關係																												
B級	總分60~70分	限期改善	3	14.29 %	待補件或進行現場環境改善後再行評估是否繼續合作																												
C級	總分60分以下	不合格	0	0 %	取消供應商資格並不予合作																												
總計			21	100 %																													
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。	・金色三麥餐飲股份有限公司使用之原物料，透過SAP、SRM數位化系統，結合ISO 22000及HACCP食品安全管理、品保檢驗與生產製造紀錄，管理批號、進貨日期、投料日期，以及原物料、半成品與成品之有效日期等資訊，並可依生產批次進行順向或逆向追溯，掌握原物料之供應來源、投入批次及產品流向。若有供應商直接配送至各門市之生鮮蔬果，仍透過門市驗收及進貨單據留存相關品項、數量、進貨日期與供應商等資訊，相關單據送回總公司統整及歸檔，作為交易及溯源依據。全面建構「從產地到餐桌」的雙向追蹤機制。 ・金色三麥餐飲股份有限公司2025年度所有產品皆納入上述系統或文件溯源管理，故相關產品占所有產品之百分比為100 %。	4.1.7產品溯源與回收應變																														



編號	揭露項目	揭露說明	對應章節
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。	依法規要求設置食品安全實驗室： 金色三麥餐飲股份有限公司為設有中央廚房、烘焙廠及2座釀酒工廠，依《食品安全衛生管理法》及相關規定設有兩座自主檢驗實驗室。內部實驗室依其檢驗量能，辦理製程環境、水質、原物料、半成品及成品之例行性檢驗；涉及專業設備、特殊檢驗方法或需由第三方出具檢驗結果之項目，則委託具資格之第三方檢驗機構辦理。各項自主及委外檢驗均依食品安全監測計畫所訂項目及頻率執行，並留存檢驗紀錄。 食品安全實驗室測試項目與結果： 金色三麥餐飲股份有限公司實驗室相關檢驗主要涵蓋中央廚房、烘焙廠及餐飲門市之製程環境、人員手部、自來水與冰塊，以及原物料、半成品與餐點成品之微生物檢驗；酒品相關檢驗則涵蓋釀酒工廠之製程環境、人員手部、水質、釀酒原料、食品接觸包材及酒類成品，檢驗項目包括微生物、農藥殘留、真菌毒素、重金屬、包材材質與溶出試驗，以及酒類成品之乙醇、甲醇、鉛及二氧化硫等。各項檢驗由金色三麥餐飲股份有限公司實驗室自主辦理或委託第三方檢驗機構執行。2025年度自主及委外檢驗結果合併計算，檢驗合格率为99.38%，不合格項目皆已進行調整及預防再發機制。 食品安全實驗室相關支出及其占營業收入淨額之百分比： 金色三麥餐飲股份有限公司實驗室2025年度支出計新台幣1,415仟元，占營業收入淨額0.06%。	4.1.6產品品質管理
八	消耗能源總量、外購電力百分比 再生能源使用率。	消耗能源總量：金色三麥餐飲股份有限公司2025年度能源總消耗量為70,259.8111 GJ。 外購電力百分比：金色三麥餐飲股份有限公司2025年度能源消耗以外購電力占比最高(70.52%)。 再生能源使用率：金色三麥餐飲股份有限公司於2025年度並未使用再生能源(0%)。	6.1.2能源使用情形

編號	揭露項目	揭露說明	對應章節
九	總取水量及總耗水量。	總取水量：金色三麥餐飲股份有限公司2025年度總計取用262.33千立方公尺之自來水。 總耗水量： 金色三麥餐飲股份有限公司主要經營餐飲與釀酒業務，鑑於啤酒製程具有高度水密集性，基於保守性原則，故將2025年度啤酒銷量（36.37千立方公尺）視為當年度總耗水量；因旗下各營運與生產據點之排水均納入所屬百貨商場或公共污水系統，而未另行獨立計量，故現階段尚無法取得精確排水資料以計算最終耗水量（取水量減排水量）。	6.3.1水資源政策與放流水優化管理
十	售出產品重量、生產設施場所數量。	金色三麥餐飲股份有限公司2025年度工廠與餐飲門市數量： 2座工廠：重光一廠（生鮮鏈中心（中央廚房與烘焙廠）與釀酒廠）／光復二廠（釀酒廠） 35間餐飲門市：金色三麥20間／微兜5間／咖哩樹4間／麥漢堡1間／SPORTS NATION 2間／BLAH BLAH Bar 1間／SUNMAI Bar 2間 4間非餐廳形式，為外帶專門店：BAC 4間	1.1關於金色三麥

附錄4、「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」 附表二上櫃公司氣候相關資訊



項目	執行情形
1 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	請參閱「6.2.3氣候相關財務揭露(TCFD)」章節-氣候治理。
2 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)。	請參閱「6.2.3氣候相關財務揭露(TCFD)」章節-氣候策略。
3 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	請參閱「6.2.3氣候相關財務揭露(TCFD)」章節-氣候風險管理。
4 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	請參閱「6.2.3氣候相關財務揭露(TCFD)」章節-氣候風險管理。
5 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。	金色三麥目前尚未採納情境分析以評估氣候變遷風險。
6 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。	金色三麥目前尚未制定因應管理氣候相關風險之轉型計畫。
7 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	金色三麥目前尚未建立內部碳定價制度之相關規畫。

8

若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證 (RECs) 以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證 (RECs) 數量。

金色三麥已進行首次盤查並於本報告書揭露母公司個體、合併報表母子公司之2025年度溫室氣體範疇一直接排放、範疇二能源間接排放量及總排放量，未來將依據盤查結果制定減量目標。
金色三麥目前尚無購買國內、外減量額度 (碳權) 或再生能源憑證之相關規畫。

9

溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫。

溫室氣體盤查資訊 (詳請參閱「6.2.2溫室氣體排放管理-2025年溫室氣體盤查情形」)：

金色三麥 (合併財報母子公司) 2025年溫室氣體總排放量 (含範疇一直接排放、範疇二能源間接排放) 為7,655.385公噸CO₂e，排放密集度為3.3333公噸CO₂e／營業額-新台幣百萬元。

溫室氣體確信資訊：

2025年度為金色三麥首次辦理溫室氣體盤查，尚未執行本年度盤查排放量結果之確信；後續將依金管會《公開發行公司年報應行記載事項準則》第10條第2項規定之令所定時程，辦理前一年度溫室氣體盤查資訊之確信，並於當年度年報完整揭露。

溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫：

依金管會「上市櫃公司永續發展行動方案」、《公開發行公司年報應行記載事項準則》第10條第2項規定之令所定時程，實收資本額50億元以下之上櫃公司，應於2027年度揭露以完成合併財務報告公司盤查資訊為基準年 (2026年)，所設定之次一年度減碳目標、策略及具體行動計畫。金色三麥將按上述時程規定，完成2026年度合併財務報告公司之溫室氣體盤查，且以當年度作為減量基準年，排放減量目標、策略及行動計畫。

附錄5、會計師確信報告





確信結論

根據所執行之程序而所獲取之證據，本會計師並未發現確信根據的資訊在所有重大方面有未依照適用基準編製而須作修正之情形。

其他事項

本確信報告出具後，金邑三參藥股份有限公司對任何確信根據的資訊或適用基準之變更，本會計師不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

國富浩華聯合會計師事務所

會計師：陳謙慧

陳謙慧

中 華 民 國 1 1 5 年 8 月 1 3 日

附 件 一

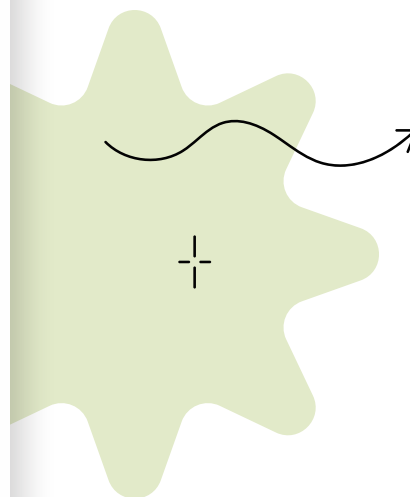
「確信根據的資訊查驗表」

編號	確信根據的資訊	對應章節	驗證基準	其他說明
一	金邑三參藥股份有限公司依據衛生福利部「食品良好衛生規範準則」(GHP)、「食品安全管制系統準則」(HACCP)等法規，針對生鮮鮮中心(含中央廚房與批發廠)、罐頭廠及直營門市訂有環境、健康、設施與人員等之衛生管理標準，其適用範圍涵蓋餐飲產品製造與服務。 2025 年依規定檢查頻率，由專責人員執行衛生巡檢，並留存查核紀錄；同時，持續管理從業人員健康、服裝及作業衛生，依法辦理年度健康及疫苗相關紀錄，以確保產品製造與服務符合食品安全管制與衛生管理標準。	4.1.4 作業環境、設施衛生管理	為改善食品衛生、安全與品質，而對於其從業人員、作業場所、設備衛生管理及其品質制度等方面進行之評估與改進其所影響之主要產品與服務類別與百分比。	「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一編號一
二	金邑三參藥股份有限公司 2025 年度並無違反食品安全相關法規或所產品及服務曾出現不事件而遭主管機關裁罰之情事，且亦未發生食安相關函(含檢中查)及產品下架事件。	3.3「食品安全」管合規範	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管合與標準法規之事件類別與次數、產品下架次數及下架產品總重量。	「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一編號二
三	金邑三參藥股份有限公司 2025 年度無採購符合國際認可產品賣場標準者占整體採購之百分比為 0%。	4.3 供應商管理	採購符合國際認可之產品賣場標準者占整體採購之百分比，並依標準區分。	「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一編號三
四	金邑三參藥股份有限公司中央廚房、批發廠及直營罐頭廠，均導入 ISO 22000 與 HACCP 食品安全管制系統，同時全數取得第三方驗證，占金邑三參藥股份有限公司主要生產產品的 100%，其產品供應各批發門市，並透過經銷、零售等通路銷售，各生產基地每年由第三方認證單位稽核，每三年重新取得認證及證書換證。	4.1.3 食品安全管理或控制	依據第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠商所生產產品之百分比。	「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一編號四

編號	描述性的資訊	對應章節	報導基準	其他說明																														
五	• 稽核家數及百分比： 2025 年度金色三麥餐飲股份有限公司對各年度重點供應商共計 25 家，2025 年度完成其中 21 家稽核，稽核完成率为 84%。 • 稽核項目： 供應商稽核項目包括法規遵遵或資格條件、ISO 22000 或 HACCP 等食品安全相關驗證、法定專業人員配置、品質穩定性與檢驗合格情形、生產環境及衛生管理、倉儲物流與追溯管理、產品測試、定資時社及履約配合情形等。並於供應商類型及評鑑方式進行彙報。 • 稽核結果： <table><tr><th>供應商</th><th>評定標準</th><th>稽核項目</th><th>家數</th><th>占比</th><th>改善情形</th></tr><tr><td>A 類</td><td>總分 70 分以上</td><td>合格</td><td>18</td><td>85.71%</td><td>維持良好關係</td></tr><tr><td>B 類</td><td>總分 60-70 分</td><td>限期改善</td><td>2</td><td>9.52%</td><td>將條件或進行現場環境改善後，再行評鑑或重驗合格</td></tr><tr><td>C 類</td><td>總分 60 分以下</td><td>不合格</td><td>5</td><td>25%</td><td>取消供應商資格或重新評估</td></tr><tr><td colspan="3">總計</td><td>25</td><td>100%</td><td></td></tr></table>	供應商	評定標準	稽核項目	家數	占比	改善情形	A 類	總分 70 分以上	合格	18	85.71%	維持良好關係	B 類	總分 60-70 分	限期改善	2	9.52%	將條件或進行現場環境改善後，再行評鑑或重驗合格	C 類	總分 60 分以下	不合格	5	25%	取消供應商資格或重新評估	總計			25	100%		4.3.3 供應商稽核	對供應商進行稽核之次數及百分比、稽核項目及結果。	「上標公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一編號五
供應商	評定標準	稽核項目	家數	占比	改善情形																													
A 類	總分 70 分以上	合格	18	85.71%	維持良好關係																													
B 類	總分 60-70 分	限期改善	2	9.52%	將條件或進行現場環境改善後，再行評鑑或重驗合格																													
C 類	總分 60 分以下	不合格	5	25%	取消供應商資格或重新評估																													
總計			25	100%																														
六	• 金色三麥餐飲股份有限公司使用之原物料，透過 SAP、SRM 數位化系統，結合 ISO 22000 及 HACCP 食品安全管理、品質檢驗與生產製造紀錄、管理執照、進貨日期、效期日期，以及原物料、半成品與成品之有效日期等資訊，並可從生產批次進行順向或逆向追溯，掌握原物料之供應來源、投入批次或產品流向，即可從供應商追溯配送至各門市之生鮮蔬果、肉品海鮮等產品，以及速食單據留存相關品保、數量、進貨日期與供應處等資訊，相關單據送回總公司統整為稽核，作為交易及溯源依據，全面建構「從產地到餐桌」的雙向追溯機制。 • 金色三麥餐飲股份有限公司 2025 年度所有產品皆納入上述系統或文件溯源管理，經追溯產品占所有產品之百分比為 100%。	4.3.7 產品溯源與追溯	依法規要求或自願進行產品追溯與追溯管理之情形及相關產品占所有產品之百分比。	「上標公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一編號六																														

編號	描述性的資訊	對應章節	報導基準	其他說明
七	• 依法規要求設置食品安全實驗室： 金色三麥餐飲股份有限公司為符合中央廚房、烘焙廠及工廠總工廠，依《食品安全衛生管理法》及相關規定設有兩座自主檢驗實驗室。內部實驗室包括檢驗室、調製製程環境、水質、原物料、半成品及成品之例行性檢驗；涉及專業設備、特殊檢驗方法或需由第三方出具檢驗結果之項目，則委託具資格之第三方檢驗機構辦理（各端自主及委外檢驗的食品安全監測計畫所訂項目及標準執行，並留存檢驗紀錄）。 • 食品安全實驗室測試項目與結果： 金色三麥餐飲股份有限公司實驗室檢驗檢驗主要涵蓋中央廚房、烘焙廠及餐館門市之製程環境、人員手部、自來水與冰塊、以及原物料、半成品與餐廚成品之微生物檢驗；酒品相關檢驗則涵蓋啤酒工廠之製程環境、人員手部、水質、釀造原料、食品接觸包材及酒類成品、檢驗項目包括微生物、農藥殘留、重金屬、黃麴素、包材材質與溶出試驗、以及酒類成品之乙醇、甲醇、鉛及二氧乙硫等。各項檢驗由金色三麥餐飲股份有限公司實驗室自主辦理或委託第三方檢驗機構執行。2025 年度自主及委外檢驗結果合計計算，檢驗合格率为 99.38%，不合格項目皆已進行調整及預防再發機制。 • 食品安全實驗室相關支出及其占營業收入淨額之百分比： 金色三麥餐飲股份有限公司實驗室 2025 年度支出計新台幣 1,415 仟元，占營業收入淨額 0.06 %。	4.1.6 產品品質管理	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。	「上標公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一編號七
八	• 消耗能源總量：金色三麥餐飲股份有限公司 2025 年度能源消耗總量為 78,258,811 GJ。 • 外購電力百分比：金色三麥餐飲股份有限公司 2025 年度能源消耗以外購電力占比最高 (78.52 %)。 • 再生能源使用率：金色三麥餐飲股份有限公司於 2025 年度並未使用再生能源 (0 %)。	4.1.2 能源使用情形	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率。	「上標公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條第一項附表一之一編號八

編號	確信度的資訊	相應章節	報導基準	其他說明
九	• 總用水量：金色三麥餐飲股份有限公司 2025 年度總計取得 202.32 千立方公尺之自來水。 • 總耗水量： 金色三麥餐飲股份有限公司主要經營餐飲內飲酒業務，鑑於啤酒製程具有高度水質特性，基於保守性原則，故將 2025 年度啤酒總量 (20.37 千立方公尺) 視為當年總耗水量；因旗下各營運與生產據點之排水均排入所屬百貨商場或公共污水系統，而未有自備水用量，故將該項而無法取得確切水量資料計算廠外耗水量(取水量減排水量)。	5.3 水資源政策與環境永續性管理	總耗水量及耗水率。 註：無法取得用水資訊之營業場所係以有用水資訊之營業場所之平均值計算。	「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第 10 條第一項附表一之一編號九
十	金色三麥餐飲股份有限公司 2025 年度工廠與營業門市數量： • 工廠工廠：臺北一廠 (生輝糖中心(中央廚房與烘焙廠)與糖廠) / 光復二廠 (糖廠)。 • 35 間餐飲門市：金色三麥 20 間 / 微光 5 間 / 咖啡樹 4 間 / 麥達堂 1 間 / SPORTS NATION 2 間 / BLISS BEACH Bar 1 間 / SUMMIT Bar 2 間。 • 4 間非營業形式，為非營業門市：B&C 4 間。	5.1 關於金色三麥	工廠及營業門市數量。	「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」第 10 條第一項附表一之一編號十



附錄6、中／英文專有名詞對照表

編號	中文名稱	英文名稱
1	AA1000利害關係人議合標準	AA1000 Stakeholder Engagement Standard, SES
2	酸價	Acid Value
3	生物多樣性	Biodiversity
4	臺灣優良農產品標章	Certified Agricultural Standards, CAS
5	化學需氧量	Chemical Oxygen Demand, COD
6	原位清洗	Cleaning in Place, CIP
7	客戶資料平台	Customer Data Platform, CDP
8	客戶關係管理	Customer Relationship Management, CRM
9	ISO 50001能源管理系統	Energy Management Systems, ISO 50001
10	端點偵測及應變機制	Endpoint Detection and Response, EDR
11	國際金融穩定委員會	Financial Stability Board, FSB
12	ISO 22000食品安全管理系統	Food Safety Management Systems, ISO 22000
13	全球報導倡議	Global Reporting Initiative, GRI
14	良好作業規範	Good Manufacturing Practice, GMP
15	溫室氣體盤查議定書	Greenhouse Gas Protocol, GHG Protocol
16	全球暖化潛勢	Global Warming Potential, GWP
17	危害分析重要危害管制點	Hazard Analysis and Critical Control Point, HACCP
18	資訊安全管理系統	Information Security Management System, ISMS
19	入侵偵測系統	Intrusion Detection System, IDS

編號	中文名稱	英文名稱
20	入侵防禦系統	Intrusion Prevention System, IPS
21	國際財務報導準則永續揭露準則	IFRS Sustainability Disclosure Standards
22	國際勞工組織工作基本原則與權利宣言	ILO Declaration on the Fundamental Principles and Rights at Work
23	政府間氣候變遷專門委員會	Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC
24	IPCC氣候變遷第六次評估報告	IPCC Sixth Assessment Report, AR6
25	有限確信	Limited Assurance
26	低升糖指數 (GI) 食材	Low Glycemic Index Foods
27	ISO 45001職業安全衛生管理系統	Occupational Health and Safety Management Systems, ISO 45001
28	線上與線下虛實整合系統	Online Merge Offline System, OMO
29	計畫-執行-檢核-行動	Plan-Do-Check-Act, PDCA
30	ISO 9001品質管理系統	Quality Management Systems, ISO 9001
31	食品良好衛生規範準則	Regulations on Good Hygiene Practice for Food, GHP
32	懸浮固體	Suspended Solids, SS
33	供應商關係管理	Supplier Relationship Management, SRM
34	永續會計準則委員會	Sustainability Accounting Standards Board, SASB
35	氣候相關財務揭露	Task Force on Climate-related Financial Disclosures,TCFD
36	總極性化合物	Total Polar Compounds, TPC
37	聯合國世界人權宣言	Universal Declaration of Human Rights, UDHR
38	聯合國全球盟約	UN Global Compact, UNGC
39	聯合國工商企業與人權指導原則	UN Guiding Principles on Business and Human Rights, UNGPs