



2017 KPI

- 年度商品安全管理投入費用超過**40,000**仟元

2016 KPI

達成情形

- 年度商品檢驗投入費用超過**39,000**仟元

超標(**42,300**仟元)

SDGs



永續商品與服務

統一超商為連鎖通路商，以好鄰居的角色自居，全台超過 5,100 家門市提供消費者快速及便利的管道取得食品飲料及日常用品。除了販售國內外知名品牌的商品外，為了提供民眾更高價性比的商品，統一超商於 2007 年成立自有品牌，初期以低價的訴求切入市場，符合當時金融海嘯消費緊縮的需求，讓消費者開始信任超商自有品牌，從超市走進超商買日用品與小包裝食品。到了 2015 年，M 型化消費趨勢上升，消費者渴望優質的「價值型」商品，而非過去「價格型」商品。這個「從價格到價值」的市場變化也反映在銷售上，讓統一超商更篤信自有品牌要加速轉型。

如今，統一超商主打健康飲品食品的 iseLect，以及強調高品質生活日用品的 UNIDESIGN 都成為消費者心目中的優質品牌。



統一超商的永續企業



統一超商的優質商品與服務



統一超商支持永續環境




統一超商的幸福社區



統一超商的友善職場

成立自有品牌後，統一超商身兼通路與製造兩種角色，承擔較以往單純通路更多風險，為消費者健康安全把關的責任更為重大。

聯合國永續發展目標消除飢餓所設定的細項目標中，提到 (2.1) 確保弱勢族群得以取得足夠的糧食以及 (2.c) 確保商品市場發揮正常功能，減少糧食價格波動，統一超商全台超過 5,100 家門市，以透明合理的價格及便利的管道，提供消費者日常需要的商品及食品，完全符合此目標的期待。

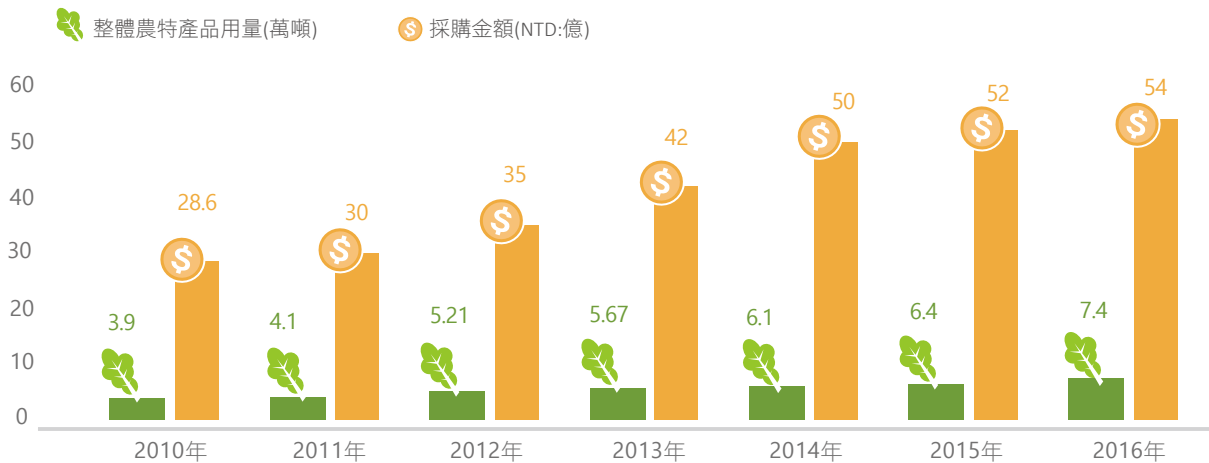
SDGs	細項目標	
 消除飢餓	2.1	在西元 2030 年前，消除飢餓，確保所有的人，尤其是貧窮與弱勢族群（包括嬰兒），都能夠終年取得安全、營養且足夠的糧食
	2.c	採取措施，以確保食品與他們的衍生產品的商業市場發揮正常的功能，並如期取得市場資訊，包括儲糧，以減少極端的糧食價格波動

2.1 供應商合作與管理

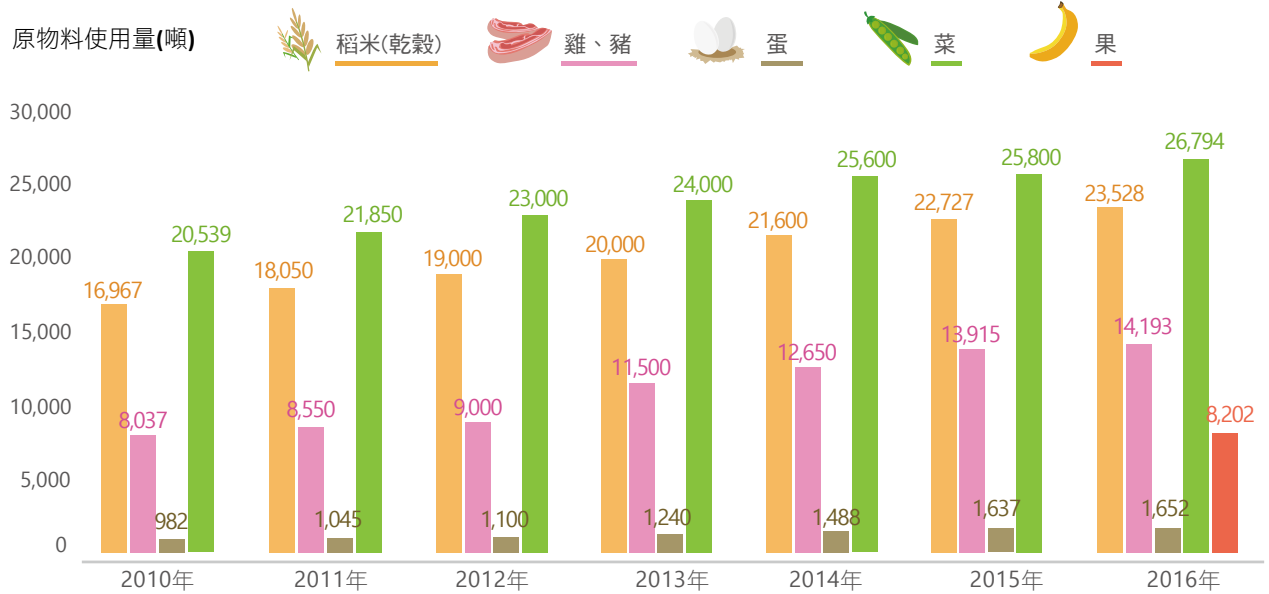
統一超商的供應商分成非自有商品供應，自有商品代工（包括自有品牌 PB 及自有標籤 PL）以及其他三個類別。透過供應商的合作與管理，確保消費者生活的健康及安全。

2.1.1 供應商合作

統一超商鮮食系列強調健康新鮮，嚴選台灣當地新鮮農產品製作，透過農民契作的方式，2016 年採購量達 7.4 萬噸，金額達 54 億元。

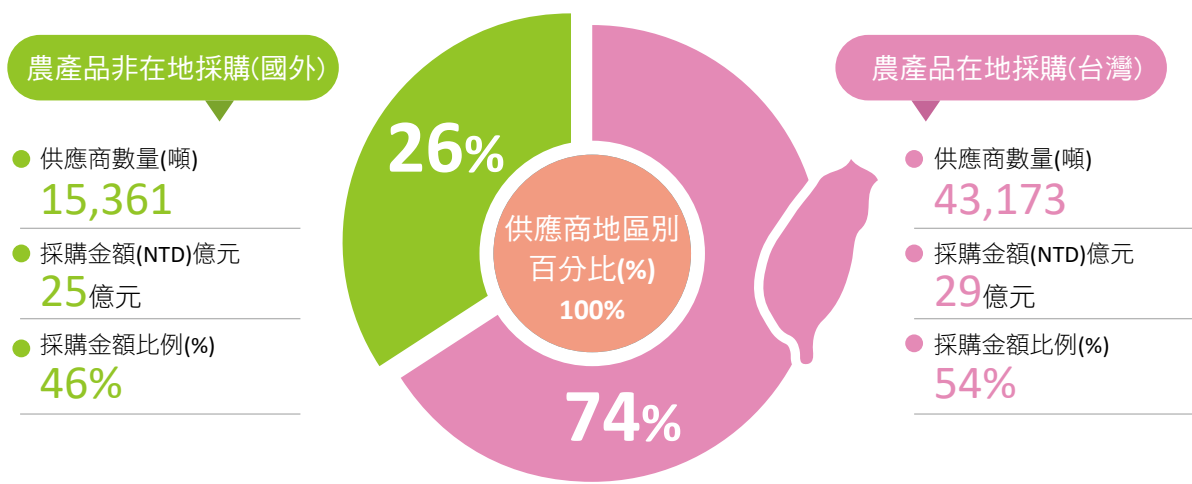


歷年原物料使用量 (噸)



為了鼓勵當地農業發展、降低整體環境足跡，持續提升在地採購是統一超商努力的方向。2016年，台灣地區供應商佔 74%，採購金額為 29 億元 (採購金額佔整體金額 54%)。

2016 年農產品在地化採購金額比率



合計：供應商數量(噸)58,534 採購金額(NTD)億元54億元 採購金額比例(%)100%

2.1.2 供應商管理

統一超商本身無製造廠房，自有商品委託代工廠直接製造，對於代工廠統一超商訂定「自有商品委外代工廠實地評鑑管理辦法」，對於直接交易原物料供應商訂定「原物料供應商及原物料管理辦法」，對於蛋品供應商訂定「業務用蛋品原料之管理作業辦法」進行定期評鑑管理；自有商品評鑑包含新供應商與既有供應商，評鑑的項目如下表「供應商評鑑項目及配分」，透過完整項目的檢視，確保商品的安全以及組織運作的良好管理。評鑑的結果依照分數分成 A、B、C、D 四個評級，食品類代工廠合格標準為 B 級以上，直接交易原物料、蛋品供應商合格標準為 C 級以上，自有商品供應商評鑑的評級如下表所示。

■ 供應商評鑑項目及配分

1. 代工廠

項次	評鑑項目	配分	項次	評鑑項目	配分
1	管理及法規	7.1%	7	設施及設備	18.8%
2	危害分析重要管制點食品安全系統	4.5%	8	病媒管制	5.4%
3	流程產品管制	19.6%	9	食品安全緊急狀況處理	7.1%
4	不符合產品管制與追溯	3.6%	10	檢驗與量測	6.3%
5	環境衛生	8.9%	11	倉儲與運輸	9.8%
6	工作人員健康與衛生	8.9%	12	社會責任	必要條件，不計分

2. 直接交易原物料供應商

(1) 工廠型

項次	評鑑項目	配分
1	廠房設施與環境衛生管理	19.0%
2	作業人員衛生管理	8.0%
3	製程管制	15.0%
4	品質管制	27.0%
5	原物料管制	14.0%
6	儲存與運輸管制	7.0%
7	客訴及持續改善	5.0%
8	建立環保防治相關規範	5.0%
9	供貨能力評估	不計分

(2) 貿易商型

項次	評鑑項目	配分
1	廠區環境衛生管理	18.0%
2	作業人員衛生管理	5.0%
3	製程管制	6.0%
4	品質管制	29.0%
5	原物料(產品)管制	17.0%
6	產品之儲存與運輸管制	12.0%
7	客訴	8.0%
8	環保	5.0%
9	品質與供貨能力	不計分

(3) 原物料初級農畜產

項次	評鑑項目	配分
1	原物料管制	30.0%
2	品質與供貨能力	10.0%
3	工廠清潔衛生	30.0%
4	製程管制	30.0%

(4) 蛋品供應商

項次	評鑑項目	配分
1	廠區環境	2.2%
2	廠房設施	33.2%
3	設備及包裝材料	13.3%
4	製程管理	8.9%
5	品質管理	6.6%
6	衛生管理	6.6%
7	運輸管理	4.4%
8	產品抽樣結果	2.2%
9	原料及產品查核	8.9%
10	風險管理	13.7%



■ 供應商評鑑結果分級標準

評級	分級說明
A	90分(含)以上
B	80-89分
C	70-79分
D	69分(含)以下

新供應商除了參與供應商評鑑外，還必須符合下列要求

1. 代工廠

- 合法條件：持有合法之公司登記、工廠登記、商業登記、變更事項登記等（如屬主管機關認可免登記證者，須提供相關證明文件佐證），登記證中所載產業類別須含有委外加工的產品品類；海外代工廠設立應符合該國之相關法令。
- 有 CAS、TQF、HACCP 或 ISO 22000 等品質認證為優先考量。
- 健全管理體制，良好品質管理、自主品檢能力、生產管理及衛生管理。
- 可追溯原料來源，確保產品符合我國農藥、動物用藥殘留、重金屬等食品衛生標準及符合進口等相關法令規定。

2. 直接交易原物料供應商

- 合法供應商條件：商業登記證、工廠登記證等合法文件。
- 有 CAS、TQF、HACCP 或 ISO 22000... 等認證為佳。
- 新原物料引進應提供原物料溯源文件及風險評估。

3. 蛋品供應商

- 洗選廠原料蛋來源應由台灣優良農產品協會（以下簡稱 CAS）認可契約牧場提供，其洗選廠亦須通過 CAS 評鑑合格並具備資格（如該產品證書）。
- 蛋品包裝標示應符合國家法規及 CAS 優良農產品蛋品項目驗證基準，如品名、製造業者與經銷商的名號、地址及電話等。
- 蛋品經國家公告方法檢驗合格，檢驗項目為沙門氏菌、動物用藥 48 項、抗生素類 - 四環黴素、抗生素及其代謝物、氯黴素類。

代工廠食品生產流程管理優劣直接影響產品品質與安全，統一超商要求自有商品的代工廠導入國際食品安全管理系統並取得第三方認證，於 2016 年期間，自有商品食品類供應商（含代工廠，直接交易原料供應商及蛋品供應商）家數為 46 家，以供應商之工廠統計，共有 85 個工廠；自有商品食品類國內代工廠數為 58 個代工廠，其中 56 個代工廠取得國際食品安全管理系統認證 (ISO22000 或 FSSC22000)。另外二廠其中一廠於 2016 年 12 月取得 ISO9001 認證、另一廠於 2016 年 1 月已停止交易。

截至 2016 年底統一超商供自有商品食品類供應商（含代工廠，直接交易原料供應商及蛋品供應商）共計 46 家，稽核完成百分比為 100%（註）；針對這 46 家供應商共執行 206 次稽核，稽核結果合格共計 203 次，合格百分比為 98.5%。針對不合格的廠商除依商品品質合約進行罰款外，已要求供應商進行改善，並完成複評，皆已達合格標準。

註：台南蛋品一牧場及成偉一委託代工廠均已依供應商前期評鑑等級對應之評鑑頻率期限內結束交易及代工，故 2016 年依對應之管理辦法要求不需進行稽核。



2.1.3 供應商大會

2016 年「展望 2017 年鮮食供應鏈大會」，邀請支援商品開發的上游鮮食廠及原物料供應商，包括統一超商、聯華、高雄空廚、新湖農場、如記食品等，共 72 家廠商、超過 180 人參與。目前統一超商和 25 家鮮食廠、162 家原物料供應商合作新商品開發。

為鼓勵優質廠商並提振管理績效，統一超商舉辦「優良供應商」及「金牌鮮食廠」兩大競賽，激勵表現優良的合作夥伴。「優良供應商」競賽分為供應商評鑑、工廠衛生稽核、品質異常、原物料抽驗及重大事件等 5 大評比，「金牌鮮食廠」競賽針對重量、微生物、客訴案件、評鑑稽核、供貨量等 5 大評比，分為「最佳商品研發」及「最佳工廠管理」獎項。

2.2 商品安全管理

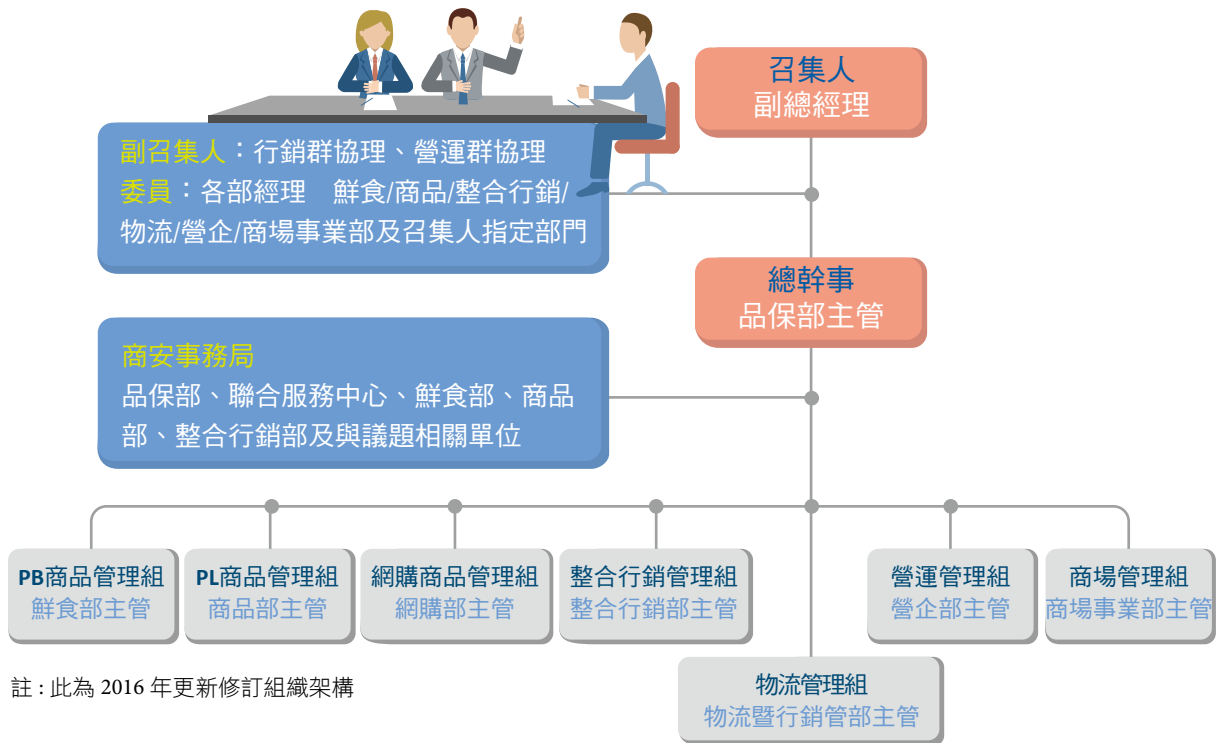
統一超商極度重視食安問題，為達到食品安全全面把關，陸續成立商品安全委員會、建立商品安全內部監督機制、提升品檢實驗室檢測能力等。統計 2016 年為提升商品安全管理，整年度累積投入經費高達 113,000 仟元。

2.2.1 商品安全委員會

「商品安全委員會」由副總經理擔任召集人，行銷群協理、營運群協理擔任副召集人，品保部主管擔任總幹事，另設商安事務局負責整合彙集商品安全相關議題，底下設七個執行小組，由各部門主管擔任小組長。

「商品安全委員會」從安全與品質角度出發，針對統一超商自有商品建立系統性管理制度，管理範圍涵蓋 100% 自有商品。2016 年共召開三次會議，討論內容包括政府法規鑑別、代工廠與供應商評鑑缺失、商品安全訊息、食品安全監測計畫及其執行進度等。





2.2.2 商品安全訊息

統一超商為管理商品風險，確保上架安全無虞，制定「商品安全訊息蒐集及盤查追蹤作業標準」，持續蒐集超商架上產品安全相關訊息，並建立追蹤程序，該制度影響統一超商所有的自有商品，佔統一超商自有商品的 100%。2016 年商品安全訊息收集 735 件，包括 A 級 6 件、B 級 524 件及 C 級 205 件。

● 訊息等級 — 分級說明



2.2.3 溯源管理

統一超商非屬食品安全衛生管理法第 9 條所規範應建立追蹤追溯系統之業者。但統一超商仍與中華鮮食發展協會合作，建立自有商品食品類產品原物料及品保管理資料庫（原物料共購資料庫，MAS 系統）。透過 MAS 系統資料庫，我們將符合標準的原物料與供應商建置於 MAS 資料庫，進行溯源管理，確保自有商品食品類產品之原物料與供應商來源清楚。

2.2.4 品檢實驗室

統一超商 2012 年成立品檢實驗室，於商品上架前，進行商品及原物料的抽驗，抽驗的項目包含動物用藥殘留、農藥殘留、食品添加物、生物毒素、重金屬、黴菌毒素、微生物與摻假等項目，確保商品安全無虞後始可上架。我們的品檢實驗室針對財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目取得 ISO/IEC17025:2005 證書，該證書於 2013 年首度取得，並於 2016 年 8 月獲得展延評鑑通過有效期限至 2019 年，截至 2016 年底品檢實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等機關公告、建議所建立之檢驗項數為 552 項。而非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目為 101 項。



財團法人全國認證基金會 (TAF) 認證項目

ISO/IEC 17025:2005 驗證範圍微生物 3 項

衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 認證項目

硝基呋喃代謝物 4 項

氯黴素類抗生素 4 項

多重殘留分析 (二) 48 項

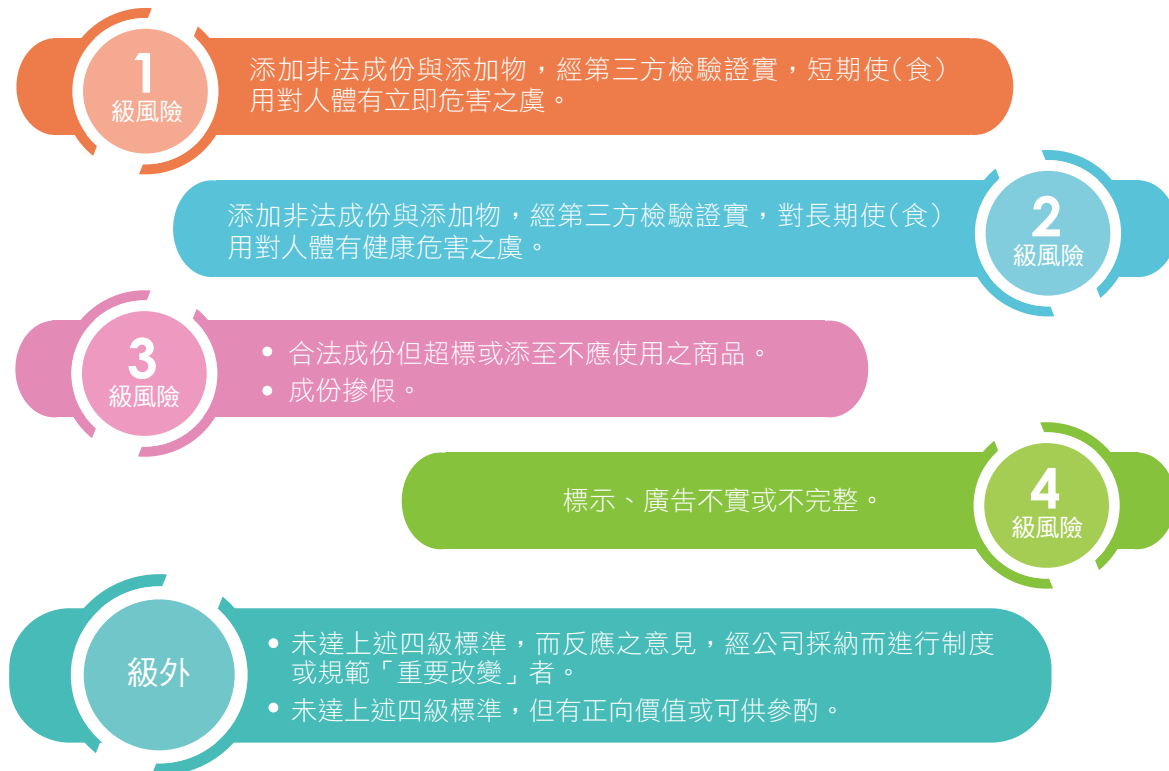
微生物類 4 項

2016 年商品與原物料共檢測 1,009 項，通過檢驗合格為 999 項，合格率 99.0%。不合格之原物料或商品，均要求供應商限期改善，針對不合格商品也採取預防性下架，待確認商品安全無虞後再行販售。品檢實驗室產生費用總計新台幣 26,679 千元，包括委外檢驗費用新台幣 5,955 千元 (註)，佔個體營業收入 0.02 %。年度商品檢驗投入費用為 42,300 千元，超過 2016 年 KPI 設定 39,000 千元。

註：品檢實驗室產生費用包含：檢驗、薪資、折舊、租金、設備修理、雜項購置等費用。

2.2.5 內部舉報制度

「自有商品安全維護辦法」，主要目的為建立商品內部監督機制，透過後勤、直營店門市人員與加盟主，反應統一超商自有品牌商品廣告、標示、成份上任何疑慮，反映之問題經商品安全委員會確認屬實，依商品安全事件風險分級，給予不同額度獎金。2016 年內部反映事件共計 2 件，核發獎金 1,000 元。



2.3 商品及服務品質控管

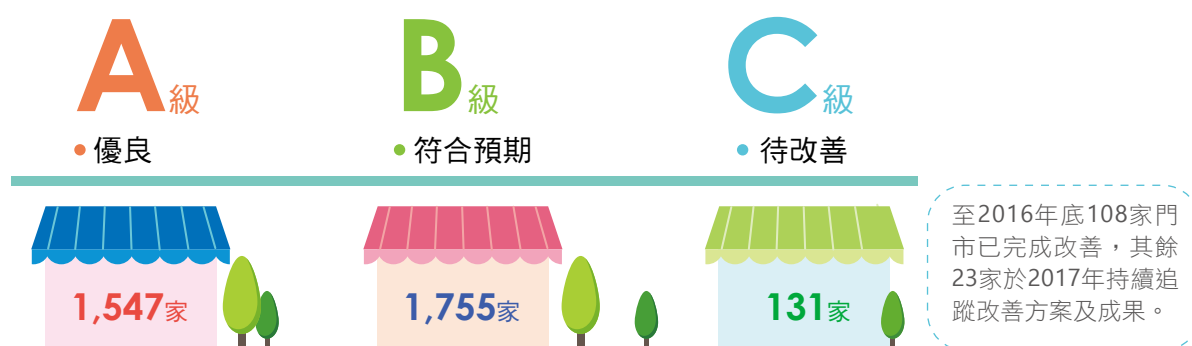
除商品本身安全，商品運送、儲存及展示的過程中，確保商品保持高品質同等重要。為達到商品從上到下的完整控管，統一超商與物流公司共同合作，導入初次物流及門市商品管理與服務查核，讓消費者在超商門市買的放心，用的安心。

2.3.1 初次物流

物流過程中，溫度、人員、衛生會直接影響到商品的品質。初次物流管理透過運輸整合，將品質控管流程由門市配送向上游推到供應商接貨端，建立全流程品質控管。2014 年導入初次運輸之產品類別，包括有速食、米飯、調理麵包類之所有產品項已 100% 導入，而水果、熱狗 / 沙拉配菜與熟食類別產品則部份導入。2015 年更增加生鮮超市類包括香蕉、蔬菜等導入比例分別達 59% 及 57%。2016 年香蕉初次運輸導入已達 100%，生鮮蔬菜(除玉米棒與涼筍)也達 100%。

2.3.2 門市查核

為確保統一超商門市提供消費者優質的消費經驗，統一超商每年針對直營及加盟主門市進行優質服務評核，從基本服務、專業服務、環境舒適及應對合宜四個面向，評核結果分成 A, B, C 三個評等。2016 年共稽查 3,433 家門市，獲得 A 級共 1,547 家門市，評核結果 C 級的門市，由營運幹部到店進行輔導，並召開門市會議研擬改善方案及成果追蹤。



此外亦透過管理顧問公司，針對門市商品效期管理品保作業查核，2016 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.3%(註)。2016 年共計查核 21,925 店次，共 21,335 次通過檢查，合格率 97.3%。

除上述門市查核外，為提升整體人員品保素質，統一超商持續對於新進及既有門市人員進行品保教育訓練，2016 年共 10,830 人次參加訓練。自 2016 年 7 月起，統一超商亦委託管理顧問公司對門市品保訓練認證情形做稽核，2016 年受稽核的門市占全台所有門市的 99.3%(註)。

註：少數門市係因 2016 年初關店或 2016 年末開店，故未於 2016 年受稽核。

2.4 消費者權益

統一超商重視消費者權益，從商品包裝提供完整的商品資訊供消費者商品選擇時的參考，到商品售出後給予消費者提出建議及反應相關問題的管道。此外對於銷售行為中可能取得消費者的個人資料，也加以保護。

2.4.1 商品標示

商品透明標示是統一超商對消費者負責的第一項承諾，透過要求合作的供應商簽署切結，保證商品成分、製造、標示及廣告皆符合法規要求。統一超商亦依照「自有商品標示與廣告內容檢核」對自有商品進行把關。

2.4.2 申訴機制

統一超商設立「聯合服務中心」作為內外部反應產品及服務問題的申訴管道。「聯合服務中心」提供了電話專線及電子郵件信箱。針對消費者提出訴求及意見，受理後成立案件，並追蹤後續處理情形，給予消費者滿意的答覆後始得銷案。2016 年線上處理率為 80.05%。

2.4.3 個資保護

配合消費大眾消費習慣的轉型及生活便利性的需求，統一超商提供多元的服務：線上商店、ibon 購票取票、包裹收發寄送等。隨著服務方式的多元化，接觸消費者個資的機會也隨之增加。為提供消費者個資保障，「個人資料保護專案小組」定期進行個資盤點、執行風險分析，同時提供教育訓練培育各部門種子人員。2016 年並未發生個資相關投訴或違規事件；相關同仁線上課程完成度 100%。

統一超商自 2012 年起導入外部驗證，繼 2014 年通過「台灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS)」認證，2016 年更新驗證也順利通過並取得證書。



2.5 法規遵循

統一超商自有商品之製造販售，包括原物料來源、內容成份、產品標示、產品行銷等，皆依照相關法規要求管理；非自有商品，亦與供應商合作，透過溝通、檢驗、稽核機制，確保法令規章的符合性。2016 年統一超商所販售之產品，並無違反顧客安全健康、產品標示、行銷溝通等相關法規，亦未銷售任何禁止或爭議性產品。統一超商針對門市販售之食用商品受食品安全衛生管理法及其子法所規範，其中之子法包含食品良好衛生規範準則及食品衛生標準等衛生福利部公告之法令函釋。2016 年度統一超商未因違反前述法令規範遭處罰鍰。