



JIU ZHEN NAN
SINCE 1890

JIU ZEN NAN CORPORATE SUSTAINABILITY REPORT

舊振南永續報告書

食的安心、值得信任
Taste Local · Link Global





百年真情 · 厚禮相待

Rich Flavor Rich Tradition

目錄

Chapter 0

01 前言

- 02 董事長的話
- 03 關於本報告書
- 05 舊振南永續藍圖
- 06 永續焦點
- 08 從心出發，打造員工最安心的依靠
- 09 喜悅與榮光
- 10 重大性分析與利害關係人溝通

Chapter 1

16 關於舊振南

- 17 從漢餅說起！
百年的飲食文化記憶與生活美學
- 18 食光軌跡
- 19 餅香新藝的厚禮數
- 20 主要產品與服務
- 25 據點分布
- 26 永續大事記
- 27 產品服務創新

Chapter 2

30 公司治理

- 31 治理有道，永續有本
- 33 專業董事會成員及進修情形
- 35 舊振南 ESG 小組組織層級
- 36 風險管理
- 37 舊振南風險策略
- 39 誠信經營

Chapter 3

42 漢餅文化與推廣

- 44 從有聲故事到親子體驗，
讓漢餅文化走進家庭
- 45 以空間為載體——
舊振南漢餅文化的現代轉譯
- 48 漢餅文化體驗與傳承

Chapter 4

52 食在安心

- 54 食品安全管理績效
- 55 食品安全持續精進
- 63 顧客幸福
- 66 責任行銷與標示
- 67 提升顧客體驗
- 69 資訊安全與風險防護作為

Chapter 5

70 永續供應鏈

- 72 永續供應鏈
- 74 供應商管理政策

Chapter 6

77 環境永續

- 78 氣候變遷的風險及機會（TCFD）
- 81 舊振南減碳計畫
- 82 以建築為本，實踐綠色永續
- 85 環保友善包裝
- 86 環境數據總覽

Chapter 7

89 幸福企業

- 92 多元年輕的活力職場
- 94 薪酬水準
- 96 穩健優化人才結構，
打造具歸屬感的職場文化
- 97 福利保障完善
- 100 深化員工與品牌認同
- 101 母性健康保護計畫
- 102 勞資關係
- 103 多元培訓管道
- 107 卓越服務的背後，
是人才培育的長期深耕
- 108 績效與職涯發展
- 109 職業安全衛生

Chapter 8

115 社會參與

- 116 舊振南社會參與綜覽
- 117 2025 年主要社會參與活動
- 121 服務・傳承與創生

Appendix

122 附錄

- 122 公協會的會員資格
- 123 GRI Standards 索引表



董事長的話

百年傳承，永續綻放——舊振南的守護與創新

舊振南自 1890 年創立以來，跨越了三個世紀，我們始終堅信「厚禮數」不僅是對客人的敬意，更是對土地與社會的承諾。正如我常提到的：「經典不是守舊，而是將優良的傳統賦予當代的靈魂。」面對氣候變遷與全球減碳趨勢，我們將永續視為品牌的核心引擎，聚焦於「商業永續、人才永續、漢餅文化永續」三大航向。在過去的一年裡，我們致力於「零食安」的嚴格把關，透過供應鏈優化減少生產浪費，並持續透過漢餅文化學院推廣飲食美學。我們不只在製作一塊餅，更是在經營一個關於共好、環保與文化傳承的綠色夢想，確保這份喜悅能跨越世代，持續在每個人心中閃耀。

治理有道是企業長青的本錢。在 2024 至 2025 年度的經營中，舊振南持續深化 ESG 治理架構，建立跨部門的永續小組，將風險管理提升至戰略層面，確保財務透明與誠信經營。在經濟績效上，我們不追求盲目的擴張，而是透過「供應商管理政策」與「責任行銷」建立品牌護城河。我們落實了完善的資訊安全防護與風險控管，確保每一筆消費數據與經營決策皆受嚴密守護。這份對治理的堅持，讓我們在多變的市場環境中，依然

能維持穩健的營收表現，並將利潤回饋於供應鏈的轉型升級。對我們而言，透明的治理不僅是對股東負責，更是對所有認同舊振南價值的消費者，最深沉的信任回饋。

面對氣候危機，舊振南採取了積極的「氣候變遷風險及機會（TCFD）」評估，並將「以建築為本，實踐綠色永續」落實在實體空間中。我們的漢餅文化館不僅是文化基地，更是綠色建築的具體實踐。在過去一年，我們全面盤查環境數據，並在製造事業部推動「環保友善包裝」，大幅降低一次性塑料的使用，轉而採用具備 FSC 認證的永續紙材。我們深知食品製造對資源的依賴，因此持續優化製程減廢，提升能源使用效率。透過環境數據的總覽與檢討，我們正逐步縮小碳足跡，力求在推廣美味漢餅的同時，不給地球留下額外的負擔。這份綠色轉型，是我們對這片孕育我們百年的土地，最真摯的謝禮。

「食在安心」是舊振南不變的底線，透過食品安全管理績效的持續精進，我們在 2025 年度達成了零食安事故的卓越目標。然而，社會績效不只限於產品，更在於對人的關懷。身為「幸福企業」，我們重視人才結構的優化與多元培訓管道，建立具歸屬感的職場文化，並實施母性健康保護計畫與完善的福利方案。同時，我們深耕「社會參與」，

透過品牌營運的力量，服務、傳承並創生。無論是傳遞人情味的漢餅手作體驗，或是對公益 & 藝文團體的長期資助，舊振南始終走在社會責任的前線。我們相信，只有員工感到幸福、社會感到溫暖，漢餅所傳遞的喜悅與榮光，才具有真正的生命力。

展望 2026 年，舊振南將邁入更具活力的品牌新階段。我們將繼續以「漢餅文化」為靈魂，以「數位轉型」為雙翼，探索永續供應鏈的更多可能。未來一年，我們預計深化全通路客戶體驗，讓漢餅美學融入當代年輕人的日常。我們深知永續之路沒有終點，唯有不斷挑戰自我、持續創新，才能讓這份傳承百年的餅香，在現代社會中持續發散香氣。誠摯邀請所有利害關係人，與舊振南攜手前行。我們將持續秉持誠信、專業與對卓越的追求，實踐「Taste Local, Link Global」的目標。讓每一份厚禮，都盛裝著對未來最美好的祝福，與世界分享這份屬於台灣的喜悅與文化榮耀。

李雄慶 董事長



關於本報告書

報告書概況與發行頻率

歡迎閱讀舊振南食品股份有限公司第 11 次公開發行的永續報告書，我們每年發行此報告，定期向外界揭露財務績效以外的營運成果，並以行動實踐永續經營之企業願景。

上一次報告書發行於 2025 年 10 月，已公開發表於本公司官網的企業社會責任專區，供利害關係人下載閱覽。此次報告書於 2026 年 8 月發行。本年度報告書對先前報告書中所賦予之任何資訊無進行重編。

報告邊界與範疇

本次報告書揭露之資訊涵蓋自 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期間，範圍包含總部、前鎮區工廠及 18 個營運據點為揭露範疇。經濟面之績效統計數據來源為舊振南 2025 年度年報的個體財務報表；環境面之資訊邊界，以總部、前鎮區工廠為揭露範疇，各章節若因涉及議題相異、資料收集而影響資訊涵蓋邊界，將於內文標註說明。本報告期間內之組織規模、架構、所有權及供應鏈皆無重大改變。

編撰指南

本報告書依據全球報告倡議組織之最新版 GRI 準則（GRI Standards）進行編撰，即通用準則採用 2021 年版，主題準則之 GRI 303、GRI 403 是對照 2018 年版，其餘主題準則則為 2016 年版；並於附錄提供 GRI 內容索引。舊振南為更符合法遵，數據蒐集方式及管理於今年 2025 年有進行調整。此外，我們亦依循財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心《上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法》，針對食品業之永續揭露指標要求進行說明，詳細內容請參閱附錄。而本報告書 2025 年度所揭露之相關財務數據，來自勤業眾信聯合會計師事務所，依據國際財務報導準則（International Financial Reporting Standards, IFRS）查核簽證之個體財務報告，並以新臺幣為計算單位。

外部倡議

舊振南除依循 GRI 永續性原則發行永續報告書之外，另倡議聯合國 17 項永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）推行永續企業經營；支持使用 FSC

認證包材、持續通過全球食品安全倡議 (GFSI) 認可的 FSSC 22000、環境部碳足跡產品驗證、中華穀類食品工業技術研究所潔淨標章認證。

報告書主要負責單位及品質管理方式

為加強舊振南永續報導的完整性和可信度，本公司依循「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」，建立編製永續報告書之流程與執行內部查核或外部驗證之程序，並納入公司《內部控制制度》中，亦將此程序呈報與董事會檢視與核准制度適當性。



作業程序	作法	負責單位（或職位）
報告彙編	本報告書係由 ESG 小組執行委員負責統籌規劃，書中所揭露之數據資料、策略目標、績效指標等則由各權責單位負責提供，再由 ESG 小組整合編撰、校對修訂。	ESG 小組、相關權責部門
內部審閱	編製完成之報告書經各單位再次確認其內容完整性與正確性後，由相關單位最高主管負責核定。	相關權責部門及其最高主管
外部保證	為提升本報告書資訊的準確性及可信度，財務數據則經勤業眾信聯合會計師事務所依據《國際財務報導準則》（IFRS）查核簽證，並統一以新臺幣為計算單位。	勤業眾信聯合會計師事務所
核准定稿	本報告書尚未經第三方查證，惟公司已規劃於 2028 年後導入第三方查證機制，以提升資訊揭露之可靠性。 最終版完整稿件由 ESG 小組呈報董事會，經董事會審閱、核定後方公開發行。	董事會 / 董事長

聯絡資訊

如果您對《舊振南永續報告書》有任何建議或疑問，歡迎您透過以下方式聯繫我們。為善盡企業資訊揭露之責，我們亦同步將此報告書公布於官網以利查詢。

舊振南食品股份有限公司
地址：高雄市大寮區捷西路 298 號
聯絡人：企業永續發展部 吳德復 執行副總
電話：(07)701-5697
電子郵件信箱：service_jzn@jzn.com.tw

舊振南官網
<https://www.jzn.com.tw>
舊振南 ESG 專區
https://www.jzn.com.tw/tw/csr_index
舊振南 FB 粉絲頁
<https://www.facebook.com/jiuzhennan>
舊振南購物平台
<https://shop.jzn.com.tw>

舊振南永續藍圖

願景 (Vision)	使命 (Mission)	核心價值 (Value)
百年餅藝為根，實踐漢餅文化與在地精神的現代永續轉譯，成為引領食品產業 ESG 的文化品牌典範，期許成為華人伴手禮首選品牌。	融合精緻製餅手藝與創新思維，堅持良心製餅、友善環境、厚禮待人，透過食物傳遞情感與永續價值，陪伴每一份人生節慶時光。將漢餅所承載的精神價值，加以演進與保存，並融入每一代人的生活當中。	文化傳承：保留、推廣並教育大眾認識台灣傳統禮俗與飲食文化。 社會共好：關懷偏鄉、育才教育、回饋在地，與社會共融共生。 環境友善：減少浪費、落實永續採購與潔淨生產，打造可持續供應鏈。



永續焦點

守護食品安全，實踐安心承諾

為兌現對顧客的承諾，舊振南嚴格把關每個製作階段，透過嚴謹的標準、與食品風險相對應的管理制度及措施，層層把關，確保每一份送達顧客的產品安全無虞。舊振南生產工廠繼通過 FSSC 22000、ISO22000、HACCP 以及潔淨標章認證，確保產品製造過程無污染、少添加、資訊真實，經驗證廠房生產之產品比例達 100%。此外，舊振南決心貼近顧客的食品安全需求，米食新創品牌「EATMI」達成「無麩質添加」、「高標準的生產過程」、「檢測合格」三個條

件，2023 年通過 GFCO 無麩質標章認證，獲得「GLUTEN FREE 無麩質飲食標章」，成為全台首家無麩質認證烘焙廠，為麩質過敏者、無麩質飲食者帶來既美味多元又能夠安心信任的食品選擇。2025 年亦將持續落實日常管理作業，維持穩定與高品質的食品安全表現，提供消費者安心且值得信賴的食品選擇。



ISO22000 證書



HACCP 證書



FSSC 22000 證書



舊振南共 31 項產品通過潔淨標章認證



GLUTEN FREE 無麩質飲食標章

強化資安防護，守護顧客信任

隨著科技快速發展與網路應用普及，資安風險日益嚴峻，駭客掃描與攻擊事件頻傳，根據統計，台灣每月平均遭受高達三億次駭客掃描與三千萬次攻擊，資訊安全已成為企業營運不可忽視的關鍵風險。

舊振南深知資訊安全對企業與客戶信任的重要性，全面參考 ISO

27001 資訊安全管理系統標準，制定《資訊管理辦法》，強化機密性（Confidentiality）、完整性（Integrity）與可用性（Availability）之維護，已於 2025 年完成 ISO/IEC 27001:2022 及 BS 10012:2017（個人資料管理）雙認證，提升整體資安治理與個資保護能量。



BS10012:2017 證書



ISO/IEC 27001:2022 證書



從心出發，打造員工最安心的依靠

為打造安心、具支持性且能持續成長的職場環境，舊振南持續從人才培育、多元共融、員工體驗與制度溝通等面向投入。2025 年，舊振南再次榮獲「TALENT in Taiwan 台灣人才永續行動聯盟」肯定，並已連續三年獲此殊榮，展現公司對人才永續與幸福職場的長期承諾。

過去一年，舊振南聚焦於四大面向精進：首先，透過員工家庭日、漢餅文化導覽、田園體驗及公益關懷行動，強化同仁對品牌文化與永續理念的認同；其次，持續推動家庭支持、誠信合規、

食安、資安、個資保護、性騷擾防治與反貪腐等訓練，打造安全、尊重且公平的工作環境；第三，導入 AI 工具培訓與天下學習平台課程，完善主管養成與人才發展機制；第四，透過線上測驗與年度必修訓練，確保制度標準能落實於日常工作中。

這份肯定屬於每一位共同努力的同仁。未來，舊振南將持續以人為本，推動人才培育與永續行動，與員工攜手打造值得信賴、具成就感的幸福職場。



喜悅與榮光



永續發展

2017	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
榮獲第 26 屆「國家磐石獎」	榮獲「2019 天下 CSR 企業公民獎 - 小巨人組新秀獎」	榮獲「2020 遠見企業社會責任獎 - 中小企業特別獎」 榮獲「2020 資誠 CSR 影響力獎 - 文化保存影響力獎」	榮獲第 26 屆「國家品質獎 - 地方經營典範獎」 榮獲「2021 天下永續公民獎 -100 強」 榮獲「2021 資誠影響力獎 - 入圍」	榮獲 TCSA 台灣企業永續獎 企業報告 - 銀級 榮獲勤業眾信評選「台灣卓越管理企業」	漢餅文化館獲「綠建築黃金級標章續認證」 榮獲第 16 屆「文馨獎常設獎」銅獎	榮獲 1111 人力銀行第 5 屆幸福企業票選「製造業 - 金獎」 取得鄧白氏 D-U-N-S Registered™ 企業認證	榮獲《遠見》ESG 企業永續獎「教育推廣組」肯定 蟬聯三年獲得「TALENT in Taiwan 台灣人才永續行動聯盟」肯定



產品品質

2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
通過 ISO22000、HACCP	榮獲「2019 Monde Selection 銀質獎」(杏香酥) 榮獲「2019 Monde Selection 銀質獎」(鳳梨酥) 通過 FSSC 22000 認證	榮獲「2020 第一屆南台灣大餅節」傳承組、創新組入選	榮獲「2021 臺灣餅甄選活動」傳承組、創新組入選 累計 19 項產品通過『潔淨標章 (Clean Label)』認證 (2021)	取得英國素食社會認證 Vegetarian Society	通過 GFCO 無麩質標章認證，獲得 Gluten Free 標章 35g 鳳梨酥、18g 杏香酥、綠豆椪獲得碳足跡認證	32 項產品獲得潔淨標章認證	31 項產品獲得潔淨標章認證



創新設計

2011	2019
榮獲「2011 紅點傳達設計大獎」 2 度榮獲「2011 金點設計獎」(2011、2010)	5 度榮獲「iF 設計獎 - 包裝設計類」獎項 (2019、2017、2012、2010、2009)
 reddot design award	



重大性分析與利害關係人溝通

舊振南主要參考 GRI 準則，並依 AA1000 當責性原則（AA1000 AccountAbility Principle, 2018），透過包容性、重大性、回應性、影響性等 4 大原則鑑別重大主題，再依循 GRI 通用準則 2021 版之要求將其排序，並逐一揭露各重大主題的衝擊情形、管理策略及實務狀況；亦據此結果校準舊振南的永續發展目標及策略，強化外部溝通的有效性。

重大性分析流程

Step1



永續議題蒐集及鑑別

依國家政策趨勢及各種國際準則、評比及倡議，蒐集與舊振南營運活動高度相關之永續議題。

Step2



利害關係人鑑別

審視 17 項永續議題，對環境、經濟、社會的實際與潛在衝擊。

Step3



評估實際與潛在衝擊

舊振南各部門中高階主管，針對每項永續議題進行衝擊度評估。

Step4



鑑別重大主題

根據評估結果，以及企業實際狀況，進行重大主題排序。

Step5



檢驗重大主題

- 委請外部顧問共同檢視、檢驗相關程序、標準之合適性。
- 確認重大主題的完整、包容性。

Step6



確立重大主題

9 項重大主題呈報 ESG 小組主席（本公司董事長）後確立。



利害關係人溝通

舊振南依營運活動特性及產業屬性，參考 AA1000 利害關係人議合標準（Stakeholder Engagement Standard, SES）2015 年版之 5 大原則，評估利害關係人與本公司的依賴度、責任、關注度、影響力、多元觀點等構面，鑑別出 8 大關鍵利害關係人，包括（1）員工、（2）投資人 / 股東 / 金融機構、（3）政府與主管機關、（4）客戶 / 消費者、（5）供應商 / 原料商、（6）分銷商 / 通路商、（7）社區 / 在地居民 / 地方團體、（8）媒體。為全面了解利害關係人

所關注，且對其造成實際或潛在衝擊之議題，並確認其衝擊程度，於日常實務中便藉由各式雙向、持續的管道，與各類利害關係人積極溝通，同時蒐集並回應其所關注之議題。為促進良好互動並提升資訊透明度，舊振南設置官網 ESG 專區，並定期發布永續報告書，清楚揭示永續策略與具體行動，展現對利害關係人關注議題的重視與回應承諾。

利害關係人關切議題和溝通方式、頻率與特定程序表

利害關係人	對舊振南的重要性	首要關切議題	溝通管道與頻率	對應章節
 員工	是企業穩定營運的基石，也是實踐品牌精神與延續技藝文化的核心夥伴。獨特的技術、經驗和創新能力，並且積極參與和貢獻能推動企業不斷創新和進步的最佳動能。	漢餅文化與推廣 食品安全與品質管理 風險管理 資訊安全與個資保護	共識營（一年一次） 業務會議（一週一次） 職工福利委員會會議（一年四次） 內部申訴電子信箱（即時） 績效考核面談暨職涯發展回饋（一年一次） 內部教育訓練（不定期） 企業內部刊物（一月一期） 法令遵循、反貪腐、職安衛與資安保護宣導（一季一次）	Chapter 7 幸福企業
 投資人 / 股東 / 金融機構	提供穩定的資金後盾與治理支持，是實現永續成長與風險管理的重要關鍵。	漢餅文化與推廣 食品安全與品質管理	董事會（一年四次） 公布財務報告（每年） 公布營運績效（每月）	Chapter 2 公司治理

利害關係人	對舊振南的重要性	首要關切議題	溝通管道與頻率	對應章節
 政府與主管機關	引領企業符合法規與政策趨勢，協助落實合規治理與產業共榮。	永續原料採購 漢餅文化與推廣 食品安全與品質管理 資訊安全與個資保護	參與政府研討會、公聽會、座談會 (不定期) 公文往來、電子郵件及電話溝通 (不定期)	Chapter 2 公司治理 Chapter 4 食在安心 Chapter 5 永續供應鏈
 客戶 / 消費者	代表市場需求與價值認同，是產品優化與服務創新的重要依據。	漢餅文化與推廣 顧客關係管理 責任行銷與標示 食品安全與品質管理 資訊安全與個資保護	官網客服信箱 (即時) 客戶服務專線 (即時) 行銷宣傳及行銷活動 (不定期) 官網利害關係人問卷 (即時) 社群平台 (即時) 顧客滿意度調查 (不定期)	Chapter 1 關於舊振南 Chapter 3 漢餅文化與推廣 Chapter 4 食在安心
 供應商 / 原料商	舊振南重視食材、服務及其它合作夥伴提供的品質，攜手確保品質穩定與產線順暢，共同建構有韌性的永續供應網絡。	漢餅文化與推廣 責任行銷與標示 食品安全與品質管理 資訊安全與個資保護	專人拜訪、電話、會議及電子郵件 (不定期) 座談會 / 教育訓練 (不定期) 供應商輔導及稽核 (不定期) 供應商訪查 (不定期)	Chapter 3 漢餅文化與推廣 Chapter 4 食在安心

利害關係人	對舊振南的重要性	首要關切議題	溝通管道與頻率	對應章節
 分銷商 / 通路商	連結品牌推廣價值與終端市場的重要橋樑，擴展觸角、強化消費者接觸體驗。	漢餅文化與推廣 責任行銷與標示 風險管理 食品安全與品質管理 資訊安全與個資保護	定期業務會議（每季） 通路經理日常聯繫（不定期） 年度策略合作會議（每年）	Chapter 3 漢餅文化與推廣 Chapter 4 食在安心
 社區 / 在地居民 / 地方團體	敦睦鄰里，深耕經營社區關係，亦是舊振南深耕的在地土壤，是實踐共好價值與社會參與的關鍵對象。	永續原料採購 人才發展管理 漢餅文化與推廣 顧客關係管理 責任行銷與標示 食品安全與品質管理	贊助藝文展演（不定期） 舉辦在地親子教育活動（定期） 舉辦公益活動（不定期） 志工活動（不定期） 地方創生計畫（不定期）	Chapter 8 社會參與
 媒體	協助傳遞品牌理念與社會價值，促進資訊公開與公信力的建立。	漢餅文化與推廣 責任行銷與標示 食品安全與品質管理	採訪活動及記者會（不定期） 新聞稿（不定期） 專責單位專線及電子郵件（不定期） 社群平台（即時）	Chapter 1 關於舊振南 Chapter 4 食在安心 Chapter 8 社會參與

重大主題排序及衝擊範圍鑑別

完成利害關係人議合後，便進入評估營運衝擊，及鑑別、檢驗、確立重大主題等階段；我們透過《永續議題之重大性評估問卷》評估造成或促成的實際、潛在的正負面衝擊，進行標準化、量化的內部評估作業，及《利害關係人關注議題問卷》對重大議題之關注程度，鑑別及經內部團隊廣泛蒐集意見並評估，排序本報告書應優先揭露之 9 項重大主題，包含環境面主題 1 項、

經濟面主題 2 項以及社會面主題 6 項，其中「漢餅文化與推廣」為舊振南獨有的重大主題，體現企業核心價值與文化傳承，亦回應利害關係人對品牌未來的期許；重大主題經 ESG 小組與外部顧問共同檢視鑑別流程與評估標準之適切性後，提報董事會進行討論與確認，最終定案作為本報告書揭露架構之依據，並據以展開報告書後續編製作業。

重大主題及衝擊範圍與涉入程度

排序	重大主題	GRI 主題 / 自訂主題	對營運的重要性	衝擊範圍								回應章節
				員工	投資人 / 股東	政府與主管機關	客戶 / 消費者	供應商 / 原料商	分銷商 / 通路商	社區 / 在地居民 / 地方團體	媒體	
1	漢餅文化與推廣	自訂主題	漢餅是為每一代人生活儀式記憶與節慶情感的載體。推廣漢餅文化，是舊振南傳遞世代祝福的方式是為延續百年情意，多元飲食教育責任。	✓	✓		✓			✓	✓	Chapter 3
2	食品安全與品質管理	自訂主題	每一口糕餅，都承載著顧客對家的信任與期待。堅持食安與品質，是對顧客的誠信，更是對土地與食材的尊重。從原料到產品，層層為消費者嚴格把關，保存傳統糕餅優點、融合現代化的專業技術。	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Chapter 4
3	顧客關係管理	自訂主題	舊振南重視每位顧客的連結與互動關係，嚴謹建構和維護良好顧客關係的策略、實務和技術，提供最佳的體驗與服務。	✓	✓		✓	✓	✓			Chapter 4

排序	重大主題	GRI 主題 / 自訂主題	對營運的重要性	衝擊範圍								回應章節
				員工	投資人 / 股東	政府與主管機關	客戶 / 消費者	供應商 / 原料商	分銷商 / 通路商	社區 / 在地居民 / 地方團體	媒體	
4	職業健康與安全	GRI 403	每一位員工，都是共同傳承漢餅的重要角色。提供安全、健康的工作環境，是為舊振南永續發展重點指標，並積極投入資源，提升員工健康及企業競爭力	✓	✓	✓	✓	✓	✓			Chapter 7
5	責任行銷與標示	GRI 417	為維護消費者食品安全，廠區及其所生產食品均 100% 受到完善食品衛生安全評估與管理，如實進行食品標示、不誇大承諾，有責任對外行銷，明確提供產品訊息。	✓	✓		✓	✓	✓		✓	Chapter 4
6	人才發展管理	GRI 404	融合 CSR 與 USR 理念，推動產業創新人才的栽培與發展，結合產學資源，以培育出兼具傳統技藝與創新能力的專業人才，期許為台灣糕餅業注入新生力量。	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	Chapter 7
7	資訊安全與個資保護	GRI 418-1	顧客的信任如同交付心意，我們珍視每筆資料，以資訊安全守住情誼與誠信。	✓	✓	✓	✓				✓	Chapter 4
8	風險管理	自訂主題	品牌管理需預先管理風險議題、建立良好危機處理及因應機制，為企業留下穩健的成長運營空間。	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	Chapter 2
9	永續原料採購	GRI 204-1 GRI 308-2 GRI 414-2	在經營理念、製程、品質管制信守對顧客的承諾，選擇對環境及社會較為友善的原料進行採購，並確保供應商符合舊振南對原物料的高度要求。		✓	✓	✓	✓		✓	✓	Chapter 5



1

Chapter

關於舊振南

About JIU ZHEN NAN



1.1 從漢餅說起！百年的飲食文化記憶
與生活美學

1.2 食光軌跡

1.3 餅香新藝的厚禮數

1.4 主要產品與服務

1.5 據點分布

1.6 永續大事記

1.7 產品服務創新

- 員工
- 股東 / 投資人 / 金融機構
- 政府與主管機關
- 客戶 / 消費者
- 供應商 / 原料商
- 分銷商 / 通路商
- 社區 / 在地居民 / 地方團體
- 媒體

1.1 從漢餅說起！百年的飲食文化記憶與生活美學

「百年真情．厚禮相待 Rich Flavor. Rich Tradition」

創立於 1890 年的舊振南餅店，百年來將傳統手工漢餅技藝與送禮文化細膩傳承。從經典綠豆椪到節慶禮盒，每一口漢餅都蘊含職人精神與世代心意，成為台灣人情禮俗中不可或缺的記憶。

在時代變遷中，舊振南不僅守住食的本質，也積極創新，推廣漢餅美學至日常生活與國際市場。透過設計、出版與跨界合作，讓「食」不只是味道，更是文化的延伸與分享的橋樑，打造值得信任且富情感的生活品味。



1.2 食光軌跡

當代台灣街頭飄散的漢餅香氣，源自 135 年前舊振南在晚清台南的一間小餅舖。經歷家族傳承、時代動盪與財務低谷，這塊百年漢餅不曾退場，反而在轉型中重拾信心，以一種更溫柔卻堅定的方式，與時代對話。舊振南深知，唯有守護手工製餅的本質，才能在市場更迭中穩住文化的根。

舊振南將經典的綠豆椪、鳳梨酥等人氣糕餅、還有祝福儀式滿分的喜餅皆融入現代品味與寓意。2016 年，於高雄設立舊振南漢餅文化館，推廣文化五感體驗、更於 2024 年推出品牌常設展「漢餅．展」，讓人們從手作體驗、展覽教育到品嚐糕餅滋味，感知漢餅的生活價值與情感厚度。我們以品牌重塑為契機，賦予傳統中式糕餅嶄新意義，走出大街小巷，走向世界舞台，持續以漢餅講述屬於台灣的文化故事。



1.3 餅香新藝的厚禮數

一塊漢餅，連結世代情感與城市記憶

創立於 1890 年的舊振南，自台南府城起家，歷經興衰起伏，卻始終堅守手工製餅的信念與對禮數的敬重。以現代語彙重新詮釋漢餅的文化精神，讓漢餅成為情感的媒介、時代的記憶。從歲食節氣開展出更多文化創意，舊振南在不斷變化的市場中穩健前行。

2025 年，以清代宮廷御用多寶格為設計靈感，延續品牌精神「喜悅、信任」，轉化為創意靈感轉譯歷史文化，為春節加入不一樣的祝福與儀式，推出文化永續意涵豐沛的「百福多寶盒」，特選有 FSC 環保標章認證的紐西蘭松木製成，保留松木原始細膩紋理與柔和色調，自然又不失質感，雙層結構更能讓甜點錯落陳列，具備多重收納功能，外盒採用柔和的紅金色調，呼應年節的溫馨氛圍，並融入象徵福氣、平安的吉祥紋樣，寓意美好的古典文化，排列整齊的糕點，則如同寶石般嵌在盒裡，每一件都蘊含獨特的祝福寓意。



1.4 主要產品與服務

舊振南以中式傳統糕餅為核心，產品涵蓋喜餅、節慶禮盒、伴手禮與日常點心，包含綠豆椪、鳳梨酥、杏香酥等經典品項，融合古法工藝與現代美學，傳遞濃厚人情與儀式感。除實體門市銷售外，亦設有電商通路與客製化服務，滿足不同世代的送禮需求。舊振南並延伸至漢餅文化體驗、文化展覽與教育推廣，深化品牌的文化內涵與永續價值，讓傳統糕點在當代生活中繼續發光發熱。

伴手禮	喜餅	節慶商品	文化體驗
			
• 招牌綠豆椪每年銷售 140 萬顆 • 鳳梨酥熱銷兩岸三地及亞洲觀光客，每年超過 1400 萬顆，也是機場免稅店銷售 NO.1	• 每年超過 15 萬個家庭吃過舊振南喜餅 • 名人指定喜餅：許孟哲 & 趙孟姿夫婦、Ella、老虎牙子董事長、潘逸安、凱渥名模等	• 持續傳遞漢餅所承載的精神價值，盼以蘊含心意的節令之禮，傳遞重要節日的溫暖祝福 • 人氣商品蛋黃酥是僅限中秋販售的限定商品	於高雄漢餅文化館、台南旗艦店、台北晶華門市提供手作體驗、下午茶服務、古禮抓周活動推廣漢餅文化

純粹．烘焙新滋味

在台灣飲食文化的脈絡中，伴手禮不僅傳遞心意，更承載著節慶儀式與人情往來的深厚情感。隨著生活風格與飲食觀念的演進，糕餅從傳統節慶延伸至日常分享，融合了健康意識與永續價值。舊振南以百年漢餅工藝為根基，持續創新，推出兼具文化底蘊與現代風格的伴手禮品項——從選用台灣在地食材、推動通過碳足跡與潔淨標章認證的鳳梨酥與綠豆椪等商品，到以台灣米為基底、滿足多元飲食需求的無麩質烘焙產品，皆展現對品質、環境與健康的高標準承諾。每一份伴手禮，都是對土地的尊重、對味覺的堅持，也是對送禮人與收禮人最真摯的心意。



鳳梨酥



核桃杏香酥



綠豆椪



太陽餅



蛋黃酥



豆沙 Q 餅



平安糕



米香餅



柚子酥



茂谷酥



草莓桑葚酥



橙香可可酥



伯爵芒果酥



米包



米福堡



米餅乾



米檸檬蛋糕



巴斯克乳酪米蛋糕

囍事．好緣禮

從訂婚到結婚，婚嫁禮俗承載著豐富的文化意涵，在看似繁複的儀式中，蘊含著長輩們對新人滿滿的祝福和期盼，舊振南延續百年漢餅精神，結合經典婚嫁禮俗與當代美學，為新人打造充滿儀式感的幸福祝福。多款中式漢餅的創新口味組合，皆堅持手工製作與嚴選食材，象徵誠意與祝福的交織。



滿緣禮盒



良緣禮盒



喜緣禮盒



雙囍禮盒



經典緣禮盒



緣禮盒



紅喜鐵盒



福滿堂提盒

春慶．賀禮

賀歲迎春，傳遞的是祝福，也是情感的延續。舊振南以「哩賀」作為設計主軸，將台灣語言裡最親切的問候，化為新春最暖心的祝福；「攏賀」寓意一切都好，願平安即是萬事如意。年節限定禮盒以「七巧板」為靈感，結合不同形式與色彩，拼湊出象徵祥瑞的「龍賀」意象，不僅

承載美味點心，也引發一家團圓共樂的趣味互動。舊振南推廣的節氣禮盒盛載的不只是糕餅，更是舊振南百年來對節慶文化的延續與創新。從設計巧思到語言情感，皆體現品牌深厚的文化底蘊與對生活美學的關照。讓一份禮，不只是年味的表現，更成為承載祝福與記憶的橋梁。



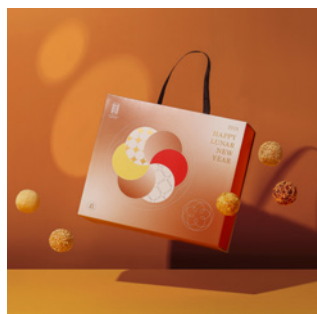
百福多寶盒



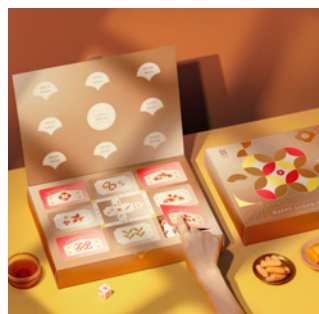
金玉滿堂禮盒



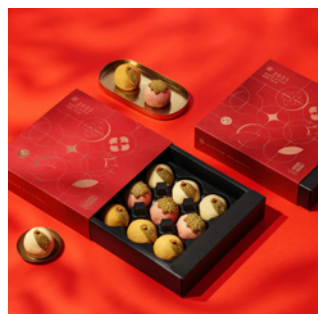
吉好運禮盒



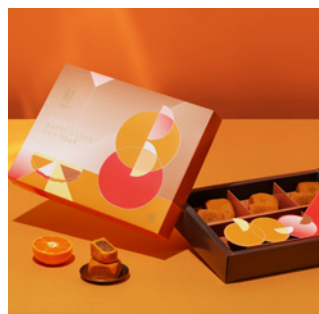
福氣丸 (茗類) 甜品禮盒



戳戳樂禮盒



吉利果菓禮盒



果菓禮盒 - 茂谷柑酥

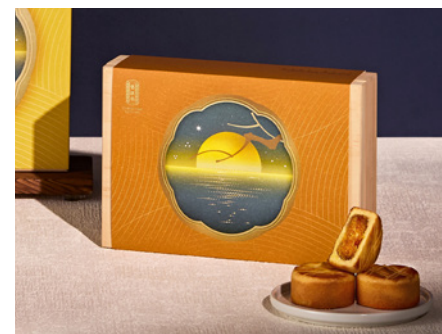


團圓 · 臻禮

以「美好中秋」為題，將人月團圓的祝福幻化為節慶裡最雅緻的美景。以經典綠豆椪、廣式月餅與創新鳳梨鹹蛋黃餅款共譜「人和慶豐年」的美意。從餅皮的千層工藝到內餡的細緻調配，每一口都蘊藏對中秋團圓的深情期許。願收禮之人感受到的不只是香氣與滋味，更是節日裡那份不言而喻的溫暖與祝福。



映月禮盒



映月禮盒 (六入款)



花好月圓禮盒 (月餅款)



6入禮盒



9入禮盒



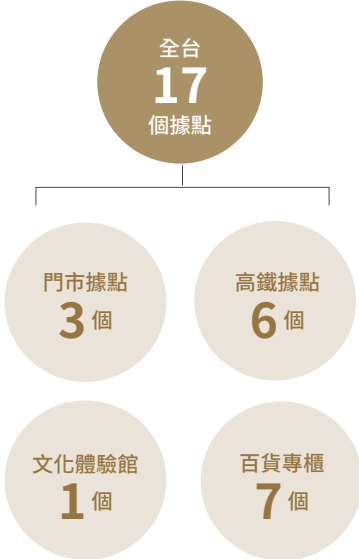
柚子酥禮盒



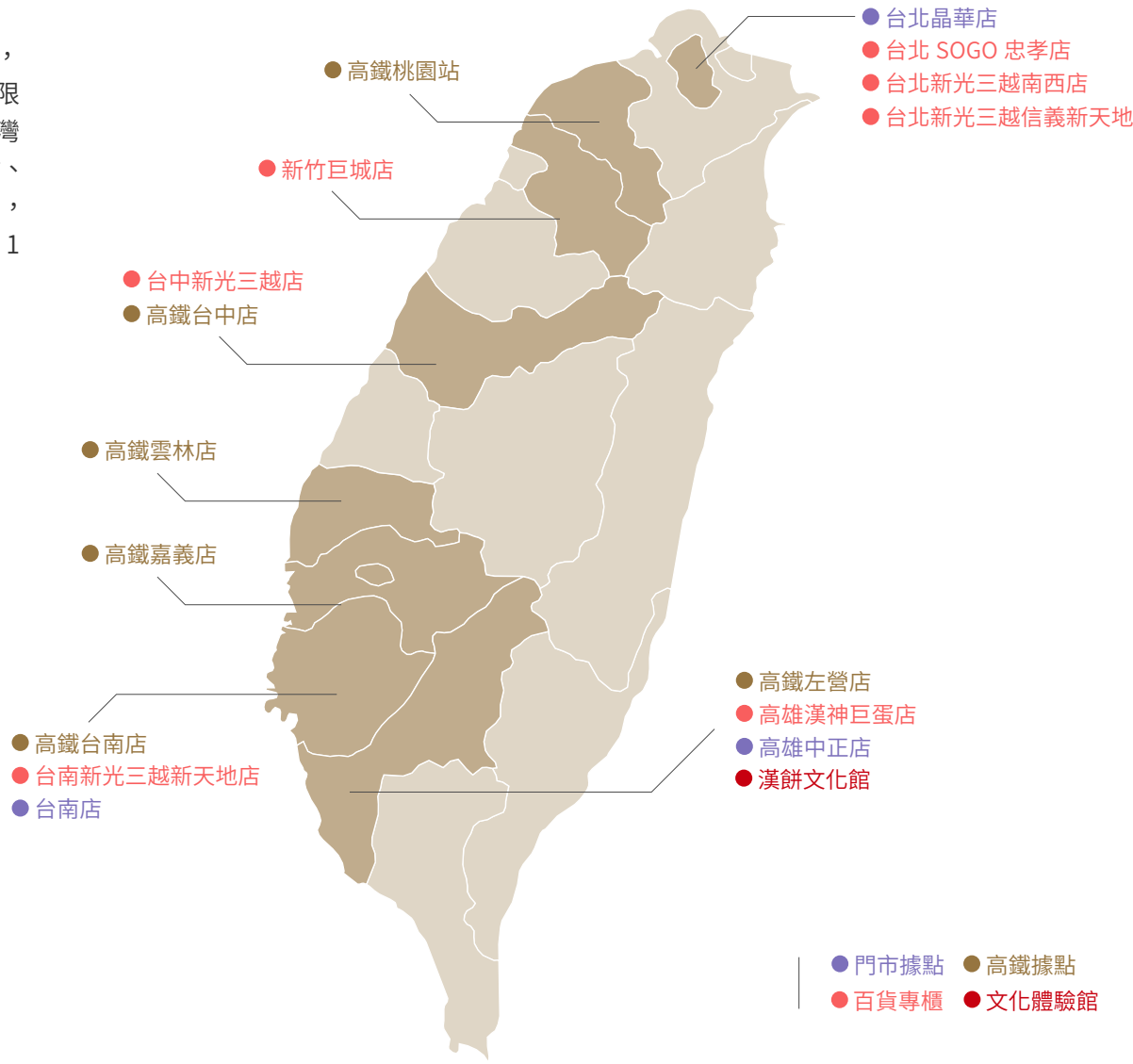
1.5 據點分布

舊振南公司所有權屬於全體股東共同擁有，係依據中華民國公司法登記設立之股份有限公司。舊振南總部設立於高雄大寮，以台灣為主要營運據點，分布於台北、桃園、新竹、台中、雲林、嘉義、台南及高雄等八個縣市，於 2025 年底共計擁有 17 個營業據點及 1 個文化體驗館。

營業據點聯繫方式
<https://www.jzn.com.tw/tw/store>



2025 年舊振南營運據點



1.6 永續大事記



1.7 產品服務創新

新米食文化 | 友善土地共生共好

舊振南不僅保存經營、也放眼未來，以「永續善食計畫」為起點，正式啟動全台首家無麩質認證烘焙廠，為台灣飲食文化注入創新能量。這個由在地米農、烘焙師、營養師與食品科學專家共同打造的米食品牌 -EATMI，以「零麩理念，米食風味」為核心精神，致力於推廣 100% 台灣米製的健康產品，為麩質過敏者與重視飲食品質的現代人提供更友善的選擇。

2025 年積極推動的「巴斯克乳酪米蛋糕」，EATMI 以米代麥，不僅創造無麩新美味，更實踐對土地與農業的責任。這款米蛋糕選用榮獲日本金獎的高雄 147 號冠軍米製成米穀粉，結合澳洲乳酪與屏東優利卡黃檸檬提味，口感綿密如冰淇淋，外表則呈現迷人的琥珀焦香，已取得 GFCO 無麩質認證與潔淨標章。

同時，更推出多款口味「米餅乾」以 100% 台灣米製成、完全不含麵粉，讓麩質敏感、腸胃容易不適的族群終於能安心享受酥脆口感；原料天然透明，也是家長為孩子把關飲食的放心之選；細緻口感、負擔感較低，更適合注重健康與體態管理的消費者，作為日常午茶替代點心。

EATMI 透過友善契作，2025 年成功去化近 3,065 公斤稻穀，累計去化超過 11,896 公斤，提升台灣稻米自給率，並藉由產品推廣串聯消費端與農業端，實踐 SDG 12「責任消費與生產」。

對舊振南而言，EATMI 不只是產品創新，更是一場從源頭到餐桌的米食革命。我們相信，每一口美味的米製品，都是與土地共生的承諾，在當代飲食中重獲新生。



專欄 與高餐攜手 共育漢餅新世代

漢餅承載的不只是滋味，更是文化的延續與祝福的傳遞。舊振南自創立以來，始終以傳承與創新並行的信念，深耕百年糕餅技藝。2024 年，我們與高雄餐旅大學簽署產學合作備忘錄，開啟漢餅文化教育新篇章。2025 年延續首屆「學用合一」成果，舊振南亦持續推動人才回流與培育機制，首屆表現優異學員已受邀進入舊振南「JZN Cooking Lab」漢餅大使擔任教學講師。

透過系統化課程設計與實務參訪機會，學生不僅學習傳統製餅技術，更能理解市場趨勢、培養創新思維，為台灣中式糕餅產業注入新能量。此合作亦結合企業社會責任（CSR）與大學社會責任（USR）的理念，為產業永續與人才培育建立更深連結。除邀請學生參加也挑選舊振南 4 位員工參與發展，企業內部學員參與後，產品研發提案數提升 30%，展現即學即用成效。



培育兼具傳統技藝與創新能力的未來新星

專欄 食育計畫推廣，拉近學童在地連結

在地學校的師生造訪舊振南漢餅文化館，體驗鳳梨酥手作課程，並在導覽中了解漢餅與漢人禮俗的文化連結。學童們對漢人節慶習俗感到新鮮好奇，也透過互動開啟文化理解與交流的契機。舊振南持續推動漢餅文化的傳承與教育，透過食育行動，讓文化不僅被看見，更被親手感受與真心理解。



食育同行，文化共饗，深入體驗當地產業

專欄 《禮俗臺灣・百年時光》——以繪本傳遞文化記憶，點亮食育永續

由藝術家徐丹語創作、舊振南出版的文化繪本《禮俗臺灣・百年時光》，以七尺長工筆畫細膩描繪百年來臺灣的飲食文化與民間禮俗，從春節、婚禮、滿月禮到廟會酬神，呈現人際倫理與社會情感的深厚連結。書中每一景，不僅描寫了歲時節慶與傳統美食，更展現日常生活中蘊含的價值倫理與人文精神，讓讀者得以在圖像中看見自己，從回憶中感受啟發。這本承載文化記憶的繪本，亦是舊振南推動文化永續與教育永續的重要實踐。2024 年首度於台北國際書展展出後，旋即前進義大利波隆納、韓國首爾等國際書展，廣受藝文界與國際書迷好評，透過繪本的語言，讓全球看見台灣漢餅文化的魅力。秉持「文化推廣也能成就公益」的理念，舊振南承諾每售出一本繪本，即捐出 50% 收益作為支持偏鄉學童食育教育之用，為落實 SDG 4「優質教育」注入企業的力量。繪本不僅是知識的載體，也是文化傳承與社會共好的橋梁，象徵舊振南將文化轉譯成永續行動的真誠初心。舊振南期待透過教育力的擴散，培育一代又一代兼具匠心技藝與創新眼界的漢餅新星，讓台灣的糕餅文化持續閃耀國際舞台。



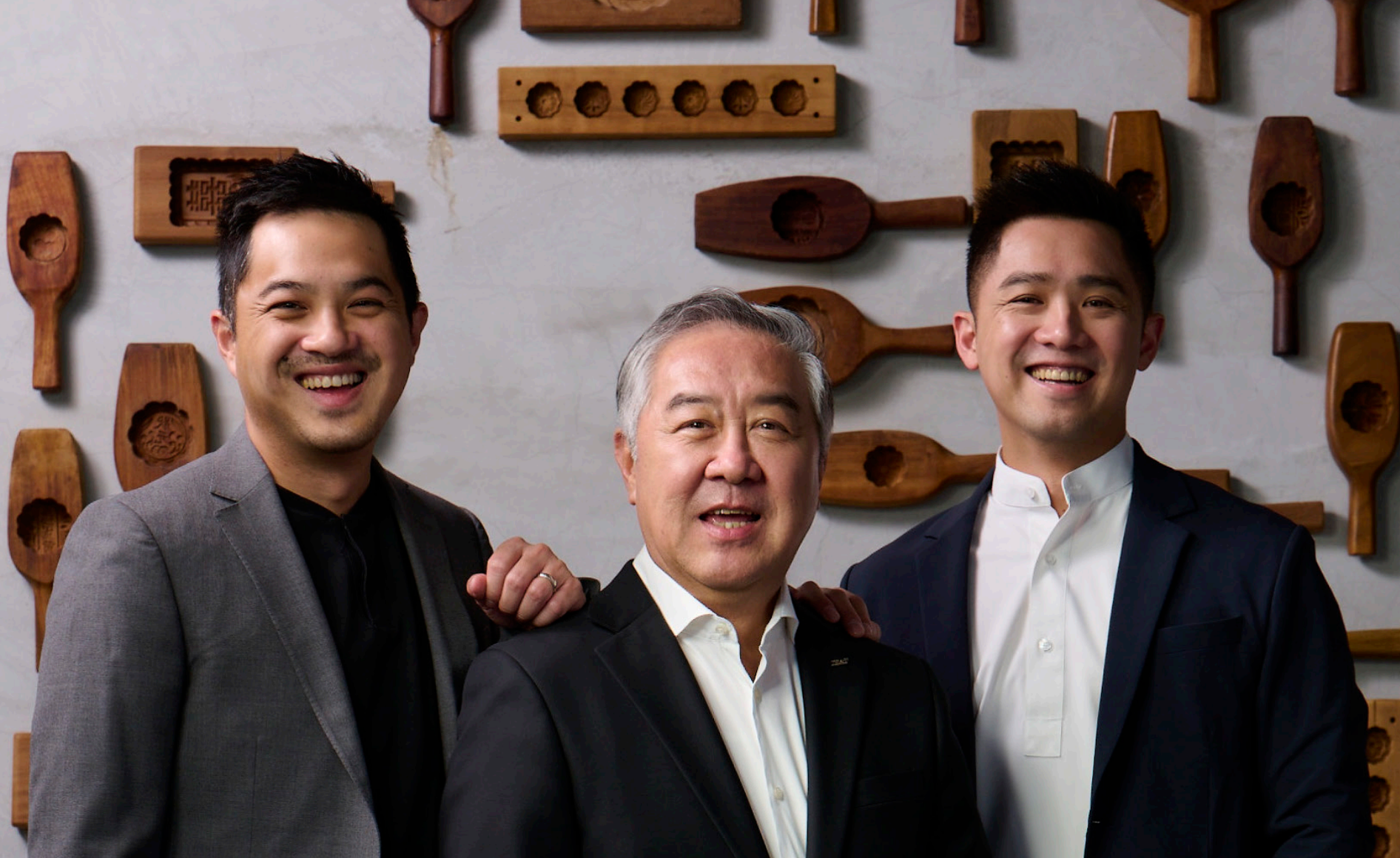
繪本參展多國書展，推廣台灣漢餅文化魅力

專欄 胖叔叔 × 舊振南，節慶裡的童趣與傳承

高雄市立兒童美術館與舊振南自 2012 合作以來，為大小朋友們創造一段溫暖又難忘的回憶。2025 年，我們再次與「最會說故事的人」——胖叔叔攜手合作春節時分，胖叔叔來到高雄市立兒童美術館，帶來龍年限定故事《抓龍老爸》與《望娘灘》。在他生動的肢體語言與幽默互動中，龍的傳說不再只是神秘想像，而成為孩子們腦海裡會動、會笑、會飛的故事角色。聽完故事後，現場的孩子們還能獲得舊振南準備的可愛「平安龜」，象徵新年平安如意。到了中秋，我們再度邀請胖叔叔說故事，這次帶來月亮與森林的奇幻冒險。從公主的摘月秘笈到森林小分隊的保衛任務，現場氣氛歡樂又熱鬧。結束後，小朋友們還能把舊振南精心準備的鳳梨酥帶回家，將節慶的甜與溫暖一同收藏。說故事的魔力，讓傳統文化不再只是課本裡的知識，而成為親子間一段段共享的記憶。在舊振南，我們相信節慶不只是儀式，更是文化與情感的延續——一起聽故事、吃好餅、過好節，讓每一年的團圓時光都更有滋味。



透過節慶活動與故事分享，舊振南把文化傳承延續到下一代



公司治理

Corporate Governance



- 2.1 治理有道，永續有本
- 2.2 專業董事會成員及進修情形
- 2.3 舊振南 ESG 小組組織層級
- 2.4 風險管理
- 2.5 舊振南風險策略
- 2.6 誠信經營

- 員工
- 股東 / 投資人 / 金融機構
- 政府與主管機關
- 客戶 / 消費者
- 供應商 / 原料商
- 分銷商 / 通路商
- 社區 / 在地居民 / 地方團體
- 媒體

2.1 治理有道，永續有本

舊振南深信，穩健的公司治理是企業永續與百年品牌持續進化的關鍵。我們持續強化治理架構與資訊揭露透明度，確保高階決策層在經濟、環境與社會各面向的行動，皆與企業宗旨一致，並能回應利害關係人的期待與需求。

為提升風險管理效能，由董事長領軍攜手經營團隊，制定《風險管理政策》，針對食安、資安、氣候變遷等潛在風險進行系統性評估與預警機制建構，並定期向董事會彙報，確保治理行動具備前瞻性與應變力。自 2023 年啟動「公司治理三年計畫」以來，我們系統性推動內部治理制度升級。

2025 年聚焦四大目標：一、符合公開發行公司內控制度要求；二、建置專屬內控制度；三、強化管理階層的監督與控管機制；四、提升全體人員的內控意識與執行力。藉由全面盤點與改善制度弱點，我們持續降低營運風險，邁向制度化與現代化的治理架構。

近年來，舊振南積極實踐 ESG 精神，取得企業總部黃金級綠建築標章、產品碳足跡認證、鄧白氏 D-U-N-S Registered™ 企業認證與 ESG 永續標章，更於 2025 年榮獲第 21

屆《遠見》ESG 企業永續獎，展現高度國際競爭力。這些治理成果亦獲國內外多項獎項肯定，包括國家品質獎、資誠影響力獎之文化保存類等，彰顯我們在治理、文化與永續整合上的卓越表現。

我們深信，誠信治理是企業與社會共榮的根基，而永續思維，則是驅動百年品牌持續前行的重要力量。

政策承諾

本公司為致力實現永續發展，並在符合 ESG 發展的方向上，持續展現對經濟治理、人權與人文、環境保育的關懷。

在執行永續政策承諾時，為求合理融入公司內控制度中，我們將相關內容制定為公司章程等內部文件，整合納入至本公司的營運政策及程序當中，並以行政管理部門做為監督及執行此政策承諾的最高層級，且由稽核部門定期稽核。

優良治理典範

以誠信治理為本，以永續願景前行

舊振南一貫秉持誠信經營與優良公司治理原則，致力於將 ESG 理念融入企業營運核心，董事長李雄慶為食品產業樹立積極正向的永續典範，以卓越的企業治理與品牌國際化成果，將傳統漢餅推向國際舞台的深遠影響。在推動公司治理之外，李董事長亦以實際行動落實社會責任與環境承諾。舊振南發揮企業影響力，積極參與公益與教育推廣，深化產學合作、促進教育資源均質化；並每年編列盈餘，長期投入弱勢關懷與在地公益行動。

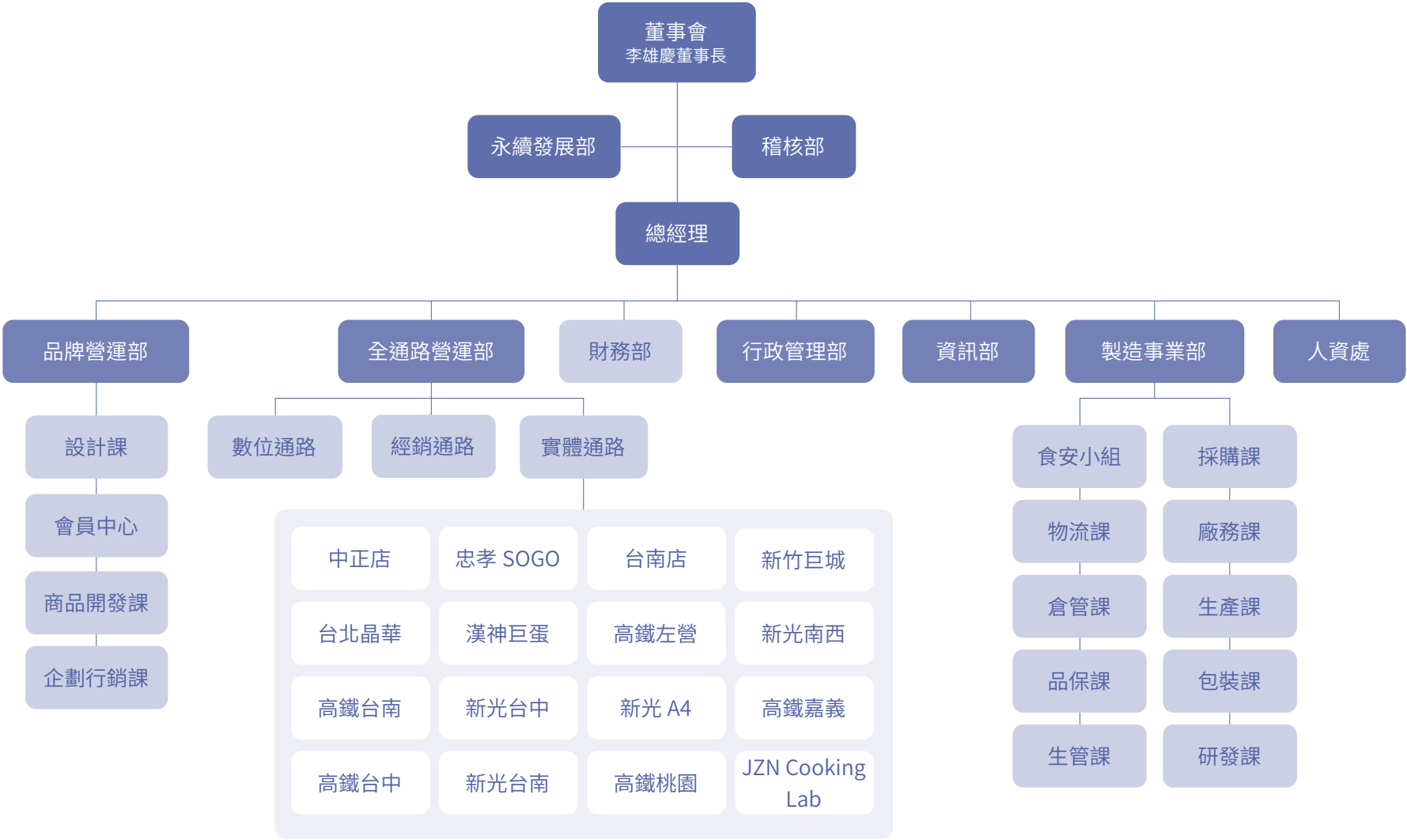
在環境面向，舊振南也不遺餘力實踐綠色理念，率先導入產品碳足跡認證，並以企業總部獲得「黃金級綠建築」認證為標竿，持續降低營運對環境的衝擊。

李雄慶董事長始終堅持企業經營不僅止於追求財務成果，更應與社會共榮共好。他以實際作為詮釋「企業存在的價值，在於為利害關係人創造最大福祉」的信念，讓百年漢餅品牌不僅傳承文化，也承載著永續的未來願景。



鄧白氏 D-U-N-S Registered™ 企業認證與 ESG 永續標章

舊振南結構組織圖



2.2 專業董事會成員及進修情形

舊振南最高治理單位為董事會，負責決策、監督，以及管理本公司對經濟、環境、人權（群）/ 社會的衝擊，董事會共有 4 名董事，其中 1 席為獨立董事，席次占比 25%。本公司董事擁有

深厚的營運判斷力、專業背景與治理經驗，並透過持續進修掌握永續發展與風險管理趨勢，對公司發展及長期戰略具有重要貢獻。

舊振南董事會成員

職稱	姓名	性別	年齡	董事專業背景	董事會議出席次數 / 出席率	有無擔任其他董事職務
董事長	李雄慶	男	68	商務及公司業務	3/100%	有
總經理	李立元	男	39	行銷及公司業務	3/100%	無
董事	李博元	男	36	製造及公司業務	3/100%	有
獨立董事	龔俊吉	男	65	公司治理及財務	3/100%	有

2025 年舊振南董事會共計召開 3 次董事會議，平均至少每 4 個月召開一次，年度全體董事平均出席率達 100%。董事會議以審核企業經營績效、討論重點 ESG 策略及關鍵重大事件（如食安議題、資安議題、人才培育、氣候變遷衝擊等）為主，同時指派、確認相關事項之權責單位，並於後續會議持續追蹤、監督實際進度與處理情形。2025 年，董事會共計針對食安議題及資安議題各 1 件、公司治理 2 件、氣候衝擊 1 件、人才培育 1 件，議題包含監督經營績效、公司治理及確保公司遵循各種法令等關鍵重大事件進行溝通。

利益迴避

舊振南最高治理單位主席為董事長李雄慶，本公司董事會所有成員均採提名制辦理，並規範董事之利益迴避原則。目前本公司具有以下利益衝突風險包括：(1) 董事於其他董事會任職、(2) 公司存在具控制力的股東。為避免及減緩利益衝突，本公司透過完善的利益迴避原則，以及要求董事會成員以高度自律及審慎態度善盡管理人道德義務、忠實執行業務與職權，同時規範，討論議案如有涉及董事個人、配偶及二親等內血親或與董事具有控制從屬關係之公司之利害關係時，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。

2025 年董事會進修課程

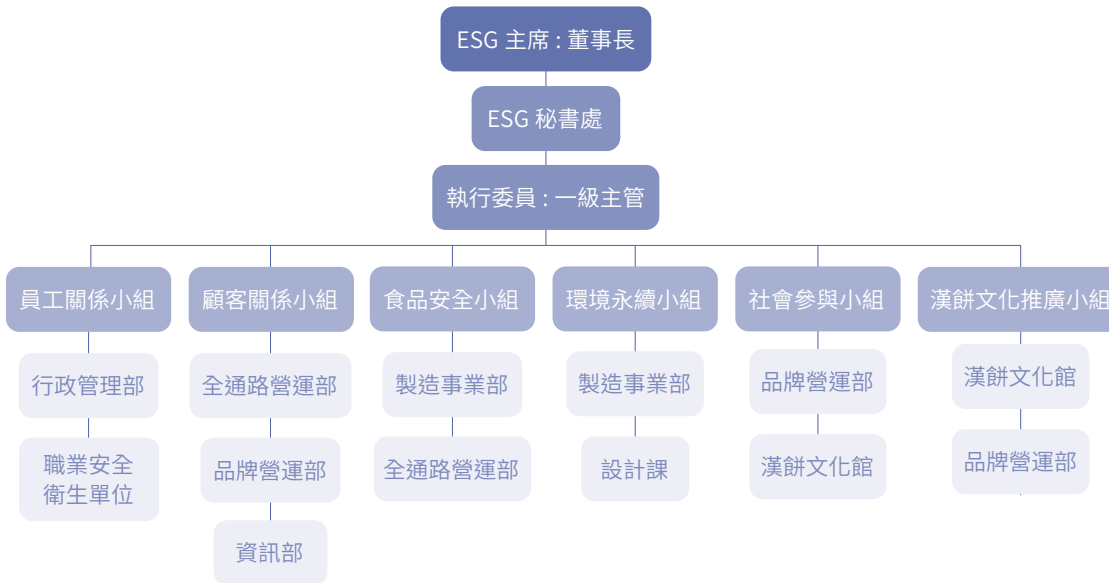
	課程名稱	課程時數
環境類	「2025 台新新光淨零高峰論壇」	3
	【國際食品龍頭 150+ 年智慧：雀巢創造共享價值】 董事進修研習課程	3
經濟 / 治理類	【共治年代下的標竿作為】	3

2.3 舊振南 ESG 小組組織層級

為有效執行營運風險衝擊管理，並落實鑑別公司對於經濟、環境與人群之衝擊及監督其程序，舊振南透過業務溝通管道、內部會議、各式問卷 / 意見調查與文件簽署，及既有申訴機制執行盡職調查，蒐集利害關係人對於公司因營運所衍生正、負面風險衝擊之重大事件或建議反饋後，負責發展、核准與更新各項衝擊之相關策略與政策，並由董事會負責管理程序及其結果，且每年至少一次於結果彙報會議上一併檢視程序有效性。

為健全永續發展之管理，並建立與推動永續發展之治理架構，舊振南由跨部門人員組成 ESG 工作小組，負責永續發展政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行、追蹤各小組執行成果，並定期向董事會報告執行績效，董事會視需要提出必要的指導並敦促調整，以確保符合公司永續發展策略之實踐。定期發布 ESG 報告於企業官網 ESG 專區。

ESG 工作小組之組織圖



永續活動參與及訓練時數統計

舊振南以行動支持永續發展，參與內外部永續相關課程及活動，以豐富的永續活動讓舊振南全體上下人員凝聚永續意識，推動屬於舊振南的永續發展路徑

永續活動參與及訓練時數統計

項目	活動內容	場次	總時數	影響力 (參與人數)
員工永續發展課程	內部課程	14	212.6	112
永續專責人員精進	ESG 小組精進 研討會 / 論壇	6	31.6	14

2.4 風險管理

面對多變的經營環境與風險挑戰，舊振南以打造企業韌性為核心，落實系統性的風險管理流程，從源頭辨識潛在風險、深入分析可能性與影響程度，到規劃具體對策並持續監控，確保營運不中斷、品牌價值不打折。特別是在食品產業中，我們深知食品安全與供應鏈穩定對消費者信賴至關重要，因此針對原物料品質控管、供應鏈異常及極端氣候導致的原料短缺等風險，皆預先

建立應變機制與替代方案，提升抗風險能力。我們相信，穩健的風險管理不僅是企業自我保護的基礎，更是對利害關係人的責任承諾。舊振南將持續以謹慎與前瞻的態度迎戰不確定性，確保每一項營運行動都穩健可持、創造長遠價值。

風險管理方針

舊振南 2025 年重大主題「風險管理」之因應管理方針及其評估

重大主題	風險管理
對應 GRI 指標	自訂主題
連結之 SDGs	SDG 8 就業與經濟成長、SDG 12 責任消費與生產、SDG 13 氣候行動
政策或承諾	建立風險管理制度，涵蓋「辨識－評估－應對－監督」流程，針對氣候、食安、供應、人力與資訊進行風險盤點與改善。由董事會與高階主管定期檢討重要風險議題與改善進度。
指標及目標	短期目標 (1~2 年)： 整合公司全營運流程之風險辨識與 KRI 監控機制，涵蓋至少六大構面（農產不穩、食安事件、法規變動、物流中斷、資訊安全以及品牌信任），100% 關鍵部門完成風險訓練。 中期目標 (2~5 年)： 導入 TCFD 架構，建立舊振南食品氣候風險與營運管理整合報告流程，並定期與氣象資料連動預警供應異常。 長期目標 (5 年以上)： 發展具前瞻預警能力之風險管理體系，成為具韌性與應變能力的食品品牌，在永續與風險治理上對標國際標竿企業。
有效性追蹤機制	透過異常率、稽核通過率、供應商評鑑與消費者回報件數等 KRI 監控風險成效，並定期向董事會報告審視。
年度行動及措施	完成跨部門風險會議，並將風險評估報告提報董事會。

2.5 舊振南風險策略

風險類型	風險成因描述	策略擬定與實施	權責單位
食品安全風險	未嚴格把關原物料品質或生產製程受到有害物質污染，導致消費者食物中毒之情事發生，嚴重影響企業聲譽。	- 強化食安管理防護網，導入 ISO22000 食品安全衛生管理系統驗證及 HACCP 危害分析重要管制點。2019 年通過 FSSC 22000 食品安全管理系統驗證 - 成立「食品安全小組」，確保食品安全管理系統順利運作。每週一固定會議，且根據各大檔期加開會議。 - 成立「食安實驗室」，聘用具專業能力之檢驗人員，並加強各項原物料及食品品質之檢驗措施，確保出貨品質 - 為穩定控制產品原物料品質，要求供應商提供原物料檢驗合格證明，並選擇符合 SQF（食品安全品質標準）、ISO22000（食品安全衛生管理系統）、HACCP（危害分析重要管制點）、FSSC 22000（食品安全系統驗證標準）、GMP（優良製造標準）、TQF（台灣優良食品驗證制度）等國際認證之廠商	製造事業部
供應鏈管理風險	- 原料供應商突遇重大意外，造成生產原料供應短缺 - 供應鏈違反政府相關法規可能造成的風險	- 不倚賴單一供應商以分散風險，強化供應鏈管理彈性 - 如供應商有違反相關法令或倡議的情形，即刻派人啟動風險調查與評估，並決定是否續與該供應商合作	製造事業部
財務風險	因貸款而產生的利率風險	模擬多方案改善並分析利率風險，包含考量再融資、其他可採用之融資等，以計算特定利率之變動對損益之影響。	財務部

氣候變遷風險	- 因氣候變遷導致原物料價格波動 - 政府限制碳排放相關法令與國際倡議可能造成的法規與聲譽風險	- 供應商多元分布於各地區，以降低地域性極端氣候對原物料價格的衝擊影響。 - 於總部或工廠架設太陽能板，提高再生能源使用比例，減低電力採購成本。 - 於辦公區域更換節能省水設備及宣導減低碳排放守則。
資安風險	- 營運中斷風險（如系統異常、人員異動、知識斷層） - 駭客可能攻擊外部網站或內部系統竊取機密資訊 - 個人資料與機敏資訊管理風險（如未依法保護顧客或員工個資） - 社交工程與員工資安意識不足風險 - 內部系統程式設計弱點與開發風險	- 委請外部資安公司進行資訊服務的弱點掃描與資安健檢。 - 內部導入、經過外部單位驗證通過 ISO 27001、BS 10012。 - 完善資訊系統與文書作業之知識傳承指引，提升人員異動或資安事件下的營運韌性。 - 定期開辦資安課程內部及社交工程演練以提升資安意識宣導。 - 對內部開發程式碼進行掃描與安全審查（如 SonarQube、Nessus Professional）。 - 評估員工自備裝置（BYOD）之風險，設計終端裝置防護政策。

資訊部



2.6 誠信經營

反貪腐政策和程序的溝通及訓練

舊振南由行政管理部負責誠信經營政策與制度的執行與督導，每年定期向董事會報告成果。2025 年度，我們將持續推進誠信治理制度化與內化，落實企業責任，強化員工與供應鏈的倫理共識，共同維護企業透明、公正的經營環境。具體執行情形如下：

政策宣導	《員工從業道德守則》與《同仁廉潔守則》以電子郵件公告全體員工，並同步揭露於內部員工網站，確保每位員工皆能理解並遵守相關規範。
教育訓練	辦理涵蓋營業秘密、智慧財產權、顧客隱私與資訊安全等主題之誠信教育課程，課程內容包含宣導影片、公司道德規範說明。
新人報到宣導	自 2018 年起，全面納入新進人員報到流程中，於報到當日即進行誠信經營與從業道德政策宣導，強化新員工價值共識。
檢舉制度與監督	設有檢舉信箱，並由行政管理部每月向董事會彙報相關情形。2025 年度未接獲任何檢舉案件，亦無貪腐或其他不誠信事件發生。
高階管理階層承諾	高階主管均簽署《誠信行為聲明書》，以具體行動展現對誠信經營政策的支持與遵循。



法令遵循，打造穩健營運基礎

舊振南視法規遵循為企業永續經營的基石，透過制度化機制與主動管理，強化全體同仁對法令議題的敏感度與應變能力。我們不僅為員工提供法規相關教育訓練與宣導資源，建立全員合規意識，更由法務單位統籌設置法遵作業程序，定期盤點並檢視各部門執行情況，確保制度落實。

同時，經營團隊密切關注國內外政策趨勢與法規變動，評估可能對公司財務或營運產生之影響，以維持風險在可控範圍內。2025 年度，舊振南在經濟、環境與社會等永續面向，皆無發生因違反法規而受重大罰鍰或非金錢處分之情形，展現公司對法遵治理的承諾與執行力。

環境類別法規遵循	針對環保相關法規，2025 年無違反環境法律和法規被處罰款或處罰，也無發生正式申訴機制立案、處理和解決的環境衝擊申訴。
社會類別法規遵循	針對工作場所歧視或貪腐等相關法規，2025 年無違反法規被處罰款或處罰，也無發生正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴。
經濟類別法規遵循	針對產品銷售過程，2025 年無發生因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款之情事，並且遵守《公平交易法》，無涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟。 • 2025 年內，無發生因違反有關產品與服務的健康和安全法規及自願性規約而導致罰款或警告的事件。 • 2025 年內，無發生因違反產品與服務之資訊與標示相關法規而導致罰款或警告的事件。 • 2025 年內，無發生因違反行銷傳播（包括廣告、推銷及贊助）相關法規而導致罰款或警告的事件。 • 2025 年內，無發生侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴。
食品安全及其延伸之相關法規遵循	為確保產品自銷售、標示到對外溝通皆符合相關規範，本公司於日常營運中持續關注食品安全、產品資訊揭露及廣告宣傳等法規要求，並於產品推出、標示調整或行銷素材發布前，進行必要之內部確認。2025 年，本公司在產品健康與安全、產品資訊與標示，以及產品行銷宣傳等面向，均未發生經主管機關認定違反法規之案件，亦無因此產生裁罰、警告、產品下架或回收情形。

申訴及建議管道

誠信與責任商業行為是企業永續經營之基礎，因此，我們設立各式申訴舉報及建議管道，鼓勵利害關係人針對不誠信、不道德行為，或任何營運活動對環境、經濟、社會及人權層面造成衝擊之情事，進行檢舉、申訴，或提供相關建議。

舊振南於官網公告檢舉管道，內、外部人員皆可透過公開檢舉信箱 service_jzn@jzn.com.tw 直接向本公司舉報不法，我們亦提供匿名舉報的選項，受理單位須對檢舉人身分及事件保密，非調查必要，不提供予與調查不相關之第三人，以避免其遭受不公平及不利對待，並於《工作場所性騷擾防治措施申訴及懲戒辦法》中明定相關保護制度、案件受理流程及違規情事之處置標準。2025年，舊振南未收到申訴案件，且無發生違反商業道德相關檢舉事件。

檢舉、申訴案件之受理流程



補充說明

案件原則上於 2 個月內結案，必要時得延長 1 個月，處理過程採保密原則，避免報復或不利對待，當事人如不服結果，得依法向主管機關提起申訴

製餅。 製造喜悅 日常感

PRODUCTION:
BRINGING JOY TO
EVERYDAY LIVING

從生活裡出發，探尋您與漢餅的日常距離。每一口漢餅，都是製餅師承襲歷史與文化的成品，也是揉合人情味的代表。這份喜悅就是台式生活的日常。

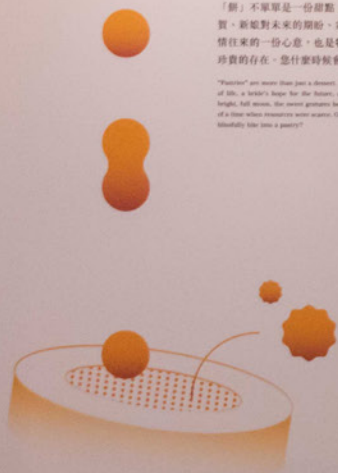
Join us to see an exhibition to explore the different genres. Han Pastries add to our everyday happiness. History and culture are blended into every bite of pastry you take. These pastries also represent a Taiwan-based lifestyle.

餅，令人滿足的象徵

Pastries – Where Dreams Take a Delectable Turn

「餅」不單是一份甜點，它是生命延續的神聖慶賀，象徵對未來的期盼、家人團圓賞月的念想、人情往來的一份心意，也是物質缺乏的過去，最彌足珍貴的存在。您什麼時候會吃漢餅呢？

"Pastries" are more than just a dessert. They're a sacred acknowledgment of life, a family's hope for the future, a beautiful family gathering under a bright, full moon, the sweet gestures between loved ones, a memorable part of a time when resources were scarce. On what occasions do you find yourself indulging in a pastry?



生命裡的餅

Han Pastry during Life's Milestones



漢餅文化推廣

Chinese Pastry Culture Promotion



3.1 從有聲故事到親子體驗，讓漢餅文化走進家庭

3.2 以空間為載體—舊振南漢餅文化的現代轉譯

3.3 漢餅文化體驗與傳承

- 員工
- 股東 / 投資人 / 金融機構
- 政府與主管機關
- 客戶 / 消費者
- 供應商 / 原料商
- 分銷商 / 通路商
- 社區 / 在地居民 / 地方團體
- 媒體

漢餅文化推廣管理方針

舊振南 2025 年重大主題「漢餅文化推廣」之因應管理方針及其評估

重大主題	漢餅文化推廣		
對應 GRI 指標	自訂主題		
連結之 SDGs	SDG 4 優質教育、SDG 11 永續城鄉、SDG 12 責任消費與生產、SDG 17 永續發展夥伴關係		
政策或承諾	舊振南致力成為漢餅文化的推廣者與教育者，透過文化館平台、與學校及文創與地方創生合作，文創產品開發，讓傳統漢餅深入現代生活、薪火相傳。		
指標及目標	短期目標 (1~2 年)： - 文化推廣活動觸及人數累積達 20,000 人次 - 每年至少新增 1 項文創產品 - 文化館導覽員培訓系統化、內部培訓通過率達 90%	中期目標 (2~5 年)： - 文化推廣活動觸及人數累積達 30,000 人次 - 每年至少新增 1 項文創產品 - 文化館導覽員培訓系統化、內部培訓通過率達 90% 及建構考核制度 - 將舊振南文化館申請為「高雄市文化資產導覽據點」 - 戶外教學基地團推廣至全台中小學，年度場次超過 30 場	長期目標 (5 年以上)： - 文化推廣活動觸及人數累積達 40,000 人次 - 每年至少新增 1 項文創產品 - 文化館導覽員培訓系統化、內部培訓通過率達 90% 及建構考核制度 - 將舊振南文化館申請為「高雄市文化資產導覽據點」 - 戶外教學基地團推廣至全台中小學，年度場次超過 30 場 - 成為推動「漢餅文化教育」的指標品牌，影響力拓展至海外市場（如華人僑校） - 漢餅文化正式納入食農教育或文化教材指標案例
有效性追蹤機制	- 每季活動滿意度調查，預期達成率 85% 以上 - 活動參與人次統計與教育觸及率追蹤 - 與各級學校、文化單位之合作案簽訂數量 - 企業永續報告書揭露成果與社會影響力分析		
年度行動及措施	- 舉辦 14 場以上文化導覽／教學活動 - 學校校外教學場次合作至少 9 所學校 - 舊振南文化館參觀人次近 5,000 人次		

3.1 從有聲故事到親子體驗，讓漢餅文化走進家庭

為延續漢餅文化的教育推廣，舊振南漢餅文化館攜手有聲書品牌「媽爹講故事」推出文化合作專案，將漢餅典故轉化為兒童易於理解的有聲小知識內容，並搭配實體親子活動，建立從線上聆聽到線下體驗的文化學習路徑。本專案共規劃 5 則漢餅文化小知識，透過 Podcast 與 App 平台推播，總收聽數皆達 6 萬次以上，讓親子族群能以輕鬆、有趣的方式認識節慶飲食背後的文化意涵。2025 年舊振南於社群推廣展現良好擴散力，相關 Facebook 內容總觀看次數超過 10 萬次、觸及人數逾 6 萬人。透過多元管道曝光，舊振南有效擴大漢餅文化於親子族群中的能見

度，實踐以文化內容創新推動永續教育的理念。

除線上內容推廣外，同時規劃員工親子故事營與「小漢餅大故事」夏令營，結合故事互動、手作漢餅體驗、迷你餅席與文化故事體驗，讓孩子與家長在實際參與中認識漢餅文化。透過線上有聲故事擴散與實體活動體驗並行，舊振南持續以親子教育與文化共學的方式，擴大漢餅文化的觸及與影響力。





3.2 以空間為載體－舊振南漢餅文化的現代轉譯

對舊振南而言，永續不僅是營運策略，更是空間設計與文化經營的核心思維。位於高雄的綠建築總部，結合企業總部、品牌故事館、漢餅門市與手作體驗空間於一體，占地 4,421 平方公尺，承載的不只是企業機能，更是一處向內扎根、向外溝通永續理念的平台。

在漢餅文化館的營運中，我們以 ESG 三大構面為策展主軸，規劃各式結合節氣與人生禮俗的體驗活動，如抓周、節慶活動、手作體驗製餅等，邀請民眾走進傳統、參與儀式，重新認識漢餅背後蘊藏的文化脈絡。2024 年更設置了專屬「漢餅」的品牌常設展覽由餅道出歷史文化軌跡與生命禮俗的內容與感受，傳遞漢餅與人文生活緊密關係，為文化思考與教育傳遞種下啟發的根。

除總部外，我們亦於台南與台北晶華設立文化體驗據點，自 2016 年起三地累計參訪人次已逾 10 萬人次。透過這些具文化溫度的空間，舊振南以「讓永續變得有感」為目標，將傳統文化、在地連結與 ESG 理念落實於日常中，讓永續不止於理念，而是可觸可感的生活風景。

舊振南漢餅文化館歷年參訪人次

	2023 年	2024 年	2025 年
企業包場	94 場 / 2,448 人	45 場 / 1,146 人	46 場 / 1,377 人
社會公益	33 場 / 908 人	11 場 / 217 人	9 場 / 275 人
節慶活動	1 場 / 17 人	7 場 / 73 人	5 場 / 48 人
散客	556 人	266 人	315 人
抓周趣	563 場 / 2,815 人	472 場 / 2,360 人	566 場 / 2,830 人
總參訪人次	6,744 人	4,062 人	4,845 人

註：以上參訪數據，為經活動報名程序之來訪人數，不含自由參觀之人數。



舊振南綠建築總部



城南戲院



喜事臨門大廳



JZN Cooking Lab



時光書塔



JZN Cooking Lab

舊振南漢餅文化館以 ESG 及 SDGs 概念做為活動設計發想

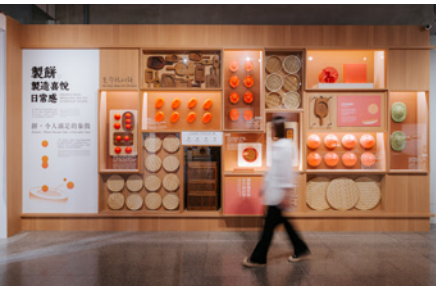
永續發展內涵	主要活動系列	重點活動介紹	關注之 SDGs
E 環境永續	- 榮獲「2018 黃金級綠建築」、「2019 綠建築榮譽獎」 2020 成為綠建築示範基地 2023 年黃金級綠建築續認證	綠建築示範基地導覽 - 配合國內於綠建築發展的推廣需求，無償將漢餅文化館提供綠建築發展協會作為綠建築示範基地 - 建築師石昭永來館說明設計理念及手法，讓一般民眾及建築相關產業之專業人士將綠建築理念融入建築設計藍圖中 - 綠建築推廣志工之訓練活動，由綠建築發展協會專業志工領導，訓練民眾及場館員工成為綠建築專業導覽講師，將綠建築知識更加普及化	
S 推廣漢餅文化與美學	- 生命禮俗活動，如：抓周趣 - 歲時節慶活動，如：搖元宵、端午立蛋、寫春聯等 - 其它社會參與活動：企業永續旅遊、食農教育內容推廣	歲時節慶活動 - 在場館及鄰近圖書館舉辦，根據節慶設計唱跳活動，融入漢餅知識與文化習俗，編纂出輕鬆朗朗上口的唱跳歌曲，傳承漢餅文化與節慶 - 透過 Podcast 的形式，以全新的風貌來呈現節氣故事，並推廣文化教育。喚醒社會對傳統的認識及重視，延續歷史記憶，為文化永續作出貢獻。 企業永續旅遊 舊振南漢餅文化館以百年漢餅文化為核心，推出結合永續旅遊、企業員工照顧與團隊凝聚的文化體驗活動。遊程透過漢餅手作、互動導覽、場域迷走與 Team Building 遊戲，帶領企業員工從五感體驗中認識台灣節慶禮俗與漢餅文化，並在分組任務與協作過程中促進溝通、強化團隊連結。	
G 食品安全與食品道德	在漢餅手作體驗課程中，以科普方式介紹食品衛生、食品加工、食品保存、HACCP 等食品安全相關知識，以及分享食品安全相關重大事件；設置「漢餅．展」透過互動展覽推廣中式糕餅文化儀式寓意、產品演進、職人精神及歷史發展脈絡	漢餅手作體驗 由漢餅文化大使細心詳細講解，從食材、漢餅種類、製餅技法到文化小故事逐點說明，手把手帶著大家了解漢餅技法及相關知識，更於活動中強調食品安全的重要性（如：油品、雞蛋、製餅餅模的清洗方式及材質、包材等）透過親眼可見的食材引導旅客了解食品溯源在食安議題上的重要性 漢餅．展 為復甦漢餅在臺灣人生活中的記憶與祝福語彙，進而感動更多海內外的朋友。以永續思維去執行規劃，實踐聯合國 SDGs 指標中第四項責任目標：以尊重文化多樣性，以及文化對永續發展的貢獻。展覽內容由漢餅娓娓道出自生命禮俗的連繫、糕餅歷史與產業發展、以至溝通漢餅與日常生活結合的重要性	



舊振南志工為來訪團體與民眾說明綠建築推廣理念。



運用故事影響力與新世代孩子溝通節慶儀式與文化。



以 SDG 4 指標規劃品牌常設展，溝通漢餅文化永續性。

3.3 漢餅文化體驗與傳承

手作課程與下午茶服務

舊振南深信，文化的延續不僅止於傳承，更需創造與現代生活接軌的體驗。從品牌創立以來，舊振南即以推廣漢餅文化為己任，透過多元場域與創意形式，讓更多人走近、認識並喜愛漢餅之美。在高雄大寮的漢餅文化館、台南旗艦店，以及位於台北晶華酒店的門市，南北三地均設有烘焙互動空間與雅緻的下午茶座席，讓民眾在品味點心之際，感受漢餅文化蘊含的情感與儀式感。此外，舊振南更開設「JZN Cooking Lab」，定期舉辦手作課程，邀請大眾親手製作漢餅，從食材、工法到意涵，一步步深入漢餅文化的脈絡與美學。截至 2024 年，漢餅文化推廣活動已吸引超過 10 萬人次參與，參訪團體橫跨企業、校園與各類社會組織，其中更不乏知名企業、國際賓客及政府機關代表。多年來，舊振南也成為外交部接待海外貴賓的文化交流據點之一，展現本土品牌在推動文化外交上的軟實力。舊振南將持續深化體驗內容與文化意涵，讓漢餅不僅是美味的傳統點心，更是連結人與人情感、認識文化根脈的媒介。



舊振南於南北三館提供手作體驗及下午茶座席區，讓民眾享用精緻美味糕點，度過美好悠閒的時光。



漢餅手作體驗讓全家大小一同學習漢餅製作技法，也認識舊振南在食材上的嚴格要求。



漢餅文化大使親切耐心的教學，誰都可以親手做出美味的漢餅。

歲時節慶體驗活動

歲時節慶無論是節日由來、儀式與應景飲食，均是長久以來文化的積累。為讓傳統禮俗能夠流傳，舊振南會依據節慶，舉辦相應的體驗活動。讓社會大眾、員工同仁，都能夠了解節日背後的文化底蘊、風俗由來。透過節慶活動與故事分享，舊振南把文化傳承延續到下一代，讓親子

在共度節日的同時，也能深入了解傳統文化的內涵。一場場的活動為新的年輕世代帶來歡笑和與親人同樂的寶貴回憶，更讓他們在漢餅故事、特別的生活儀式活動，豐富人生閱歷。



母親節——母親節特別活動



中秋——中秋節活動



春節——舊振南新春特別活動

生命喜悅 禮俗體驗活動

在台灣傳統文化中，漢餅不只是美食，更是人生重要時刻的見證者。從新生嬰兒的收涎、彌月，到成人後的婚禮與長輩的壽慶，糕餅始終是傳遞祝福與分享喜悅的重要媒介。其中，「抓周」作為寶寶滿週歲的傳統儀式，承載著家庭對孩子未來的期許與祝福。這天不僅是寶寶人生中的第一個生日，更象徵著他們開始擁有選擇的能力——透過抓取不同的物品，象徵對未來職業的

預示與祝願。舊振南延續這項珍貴的文化傳統，提供同仁子女免費參加抓周體驗活動，讓企業內部也能感受到中式禮俗的溫度與文化的傳承。我們相信，每一次生命的里程碑，都值得以儀式慶賀，並以真誠的糕餅共享這份喜悅與祝福。



滿周歲——舊振南古禮抓周趣

企業永續旅遊

舊振南漢餅文化館以百年漢餅文化為核心，結合五感互動、文化探索與團隊任務，帶領參與者深入認識節慶食俗與漢餅文化，讓旅遊不只是參觀，更成為理解在地文化與永續價值的體驗。

透過企業體驗活動，參與者能在互動過程中培養團隊默契與創意思考，也進一步感受文化傳承、

地方連結與永續旅遊的重要性。舊振南期望以漢餅文化館為平台，讓百年文化持續發酵，實踐文化深度與永續價值同行。



24 節氣線上教育故事讓新世代透過故事解說感受歲時文化。



運用漢餅展內容為企業員工設計導覽互動遊戲，讓參與者對於漢餅文化內容更加有記憶度。



食在安心

Food Safety



- 4.1 食品安全管理績效
- 4.2 食品安全持續精進
- 4.3 顧客幸福
- 4.4 責任行銷與標示
- 4.5 提升顧客體驗
- 4.6 資訊安全與風險防護作為

- 員工
- 股東 / 投資人 / 金融機構
- 政府與主管機關
- 客戶 / 消費者
- 供應商 / 原料商
- 分銷商 / 通路商
- 社區 / 在地居民 / 地方團體
- 媒體

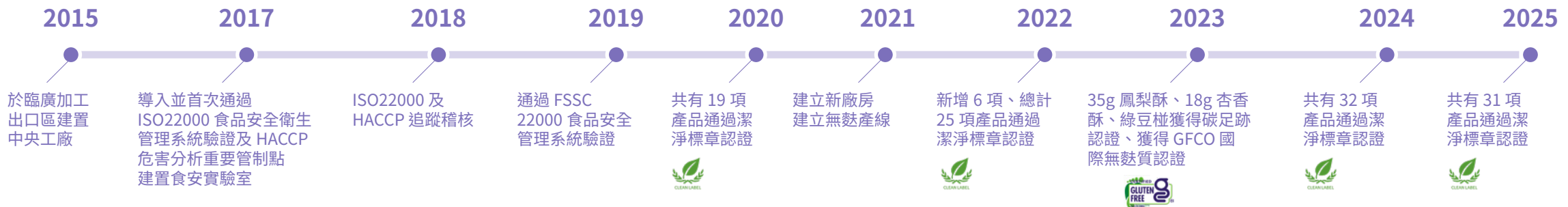
食品安全與品質管理方針

舊振南 2025 年重大主題「食品安全與品質管理」之因應管理方針及其評估

重大主題	食品安全與品質管理
對應 GRI 指標	自訂主題
連結之 SDGs	SDG 2 終結飢餓、SDG 3 健康與福祉、SDG 12 責任消費與生產
政策或承諾	我們致力於嚴格遵守相關法令與規範，專注於每個生產環節，提供顧客安全放心的產品，並確實執行品質管理的各項要求
指標及目標	短期目標 (1~2 年)： 持續維護食品安全管理系統之有效性，並進一步降低客訴率與異常個案發生頻率。 中期目標 (2~5 年)： 全面提升品質管理體系成熟度，導入數據化監控，強化跨部門品質協作效率。 長期目標 (5 年以上)： 建構智慧化品質管理體系，結合 AI 與自動化分析，實現預防性品質管理與全球認證整合，強化品牌國際信賴度。
有效性追蹤機制	透過定期之內外部稽核，全面監控麩質塗抹、環境塗抹及異物事件等食品安全指標，並持續強化品質管理系統的執行成效，確保符合各項稽核與驗證要求。
年度行動及措施	成功通過年度稽核各項目，產品合格率提升至 98.00% 以上，品質穩定度持續強化。

4.1 食品安全管理績效

「實在信任、食在安心」是舊振南對顧客信守的承諾，我們嚴格執行食品安全管理辦法，落實生產過程中每一道檢驗程序，透過內、外部稽核作業詳實控管生產品質，依循國際食品安全驗證的要求，舊振南陸續通過 ISO22000、HACCP、FSSC 22000、潔淨標章（Clean Label）等國際認證，確保顧客手中的每一塊漢餅，都來自最安心的原料，經過最嚴謹的程序以及最嚴格的標準下產製。



4.2 食品安全持續精進

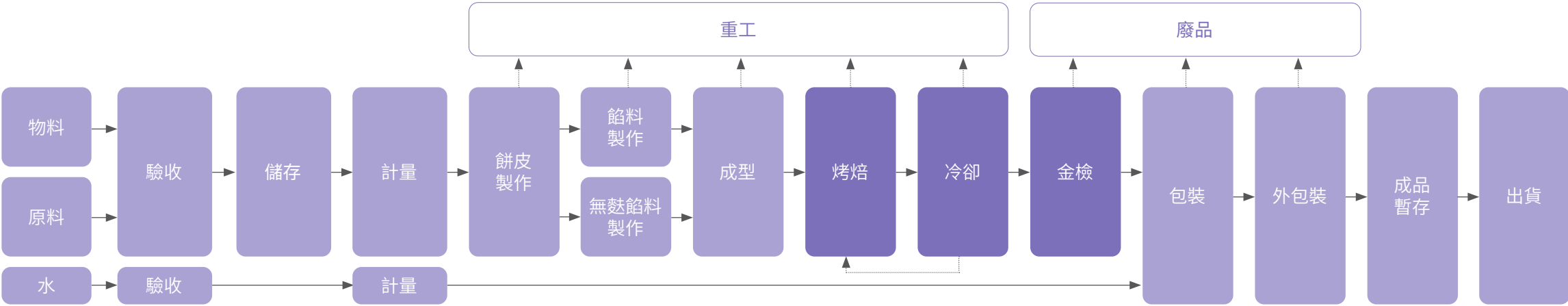
研發驅動創新

為推動產品創新與強化市場競爭力，舊振南持續投入研發資源，研發支出涵蓋產品試作、配方優化及學研合作等層面。在人力投入方面，舊振南亦編列專責人員的人事成本，包括研發人員的薪資、獎金與勞健保等費用，全面支持研發工作推展。

舊振南近 3 年研發投資情形（單位：新臺幣仟元）

年度	2023	2024	2025
投資金額	1,664	1,550	2,120
佔營收比例	0.35%	0.29%	0.38%
年增減率	140.46%	-6.85%	36.76%

製造流程圖



舊振南針對產品進行 HACCP 管理，並訂定重要管制點，以有效預防及控制危害發生。

■ 重要管制點



食品安全小組

舊振南廠區及其生產之食品 100% 受到全面性的食品衛生安全評估與管理，以確實維護消費者食安權益；透過系統化的食品安全管理制度，建置「食品安全小組」，實施相關食安管理：執行危害分析、決定重要管制點、實行矯正措施；食品安全小組不定期召開會議，於各大年節、活動檔期等生產高峰，提高會議頻次進行有效監管掌控，確保食品品質與食安管理系統的運作順暢。

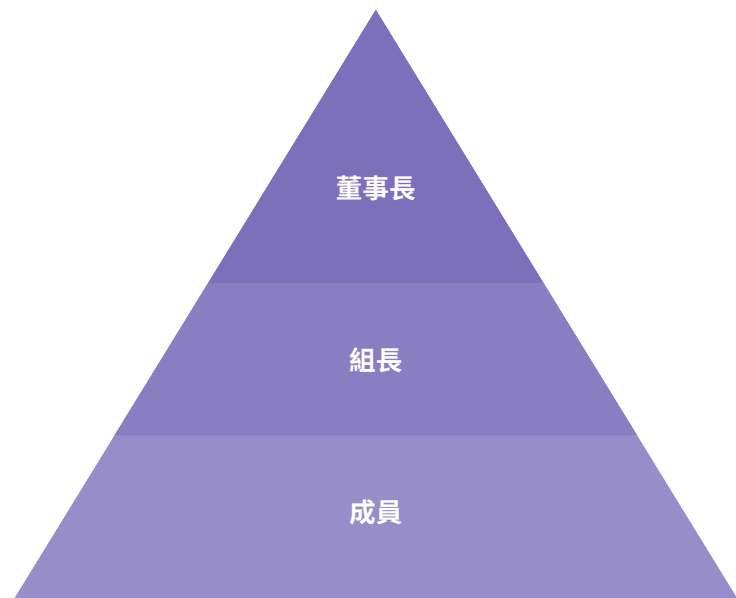
舊振南食品安全小組成員除本職的專業外，均受過食品衛生管理相關專業課程，如食品法規合規性鑑別、衛生管理、HACCP 計畫書擬定及審查、廠內衛生宣導、食品檢驗、客訴分析等，透過小組成員間的高效協作，讓舊振南的食安品質始終維持高標準的表現。

食安小組組長由董事長派任，主要負責組織食品安全小組並管理其運作：

- 確保食品安全小組成員有關之教育訓練
- 確保食品安全管理系統的建立、實施、維持與更新
- 向管理階層報告食品安全管理系統的有效性與適切性
- 與外部團體聯繫食品安全管理系統的相關事宜

食品安全小組主責公告董事長核准之食品安全政策，使全體同仁全面理解整體目標，準確執行相關作業；要求同仁提報食安管理系統相關問題，以完善舊振南食安管理系統之運作及成效。每年 12 月底前，食安小組將共同檢討目標達成情況，以改善並精進食安品質，並綜合未來展望及外部環境因素訂定次年目標。

另外，遵照 HACCP 自主管制精神，也針對食安小組成員設立缺席職務代理人，以完善系統有效性及食安小組之運作順暢。



舊振南食品安全小組組織架構

安心製程

舊振南合計共 1 個生產設施場所，為用心製作、嚴實把關每份產品的製程，從進貨驗收到裝箱出貨共 9 個階段，各階段皆設有檢驗機制，控管溫度、糖度、鹹度、水分等品質標準，現場人員逐關檢查異物、包裝封口、日期標示等細節，即時剔除未達標準的不良品，並採取自主性檢驗，確保產品經過加工、包裝出貨後均維持高品質狀態。2025 年舊振南統計共售出 627.4275 公噸之產品。



① 源頭把關

依原物料規格表進行驗收（進貨溫層、包裝、產品標示、色澤、糖度、鹹度...等多項指標進行驗收）



② 半成品製成

- 餡料製成
- 餅皮製成



③ 半成品檢驗

- 糖度 & 鹹度檢驗
- 微生物檢驗



④ 半成品成型

- 依產品規格進行成型
- 重量比例標準化



⑤ 烘焙

- 依產品規格進行標準化烘烤
- 監控烘烤溫度和時間穩定產品品質



⑥ 產品冷卻 & 抽樣確認

- 監控冷卻溫度和時間確保產品符合安全條件
- 檢查產品烘焙後的外觀與色澤是否符合出貨標準



⑦ 包裝 / 金檢測試

- 透過金檢機探測金屬異物
- 檢視包裝封口密合度
- 檢視產品效期



⑧ 成品留樣檢驗

- 實驗室成品抽樣監控（生物、水活性）
- 檢查產品烘焙後的水分
- 依照比例進行產品留樣（用於產品客訴時回溯判定，以及產品保存期限測試與驗證）



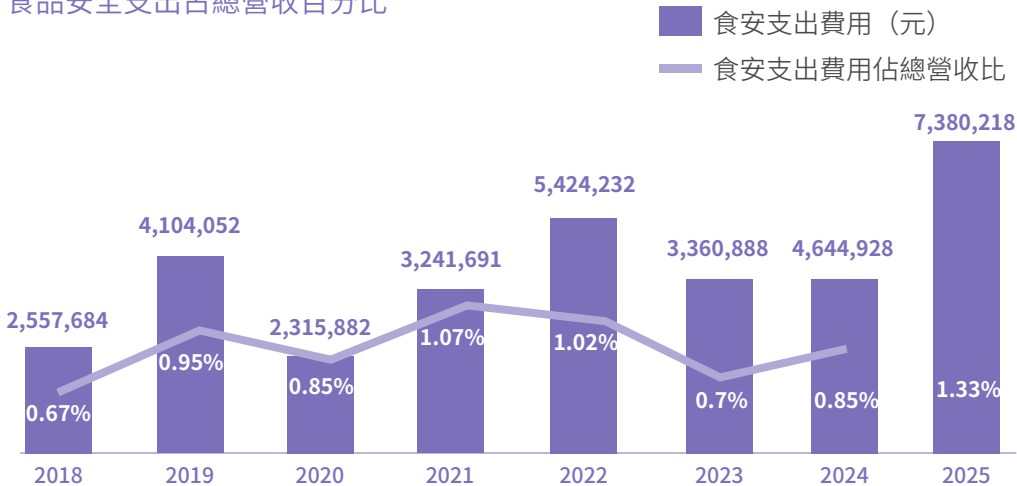
⑨ 裝箱出貨

- 日期標示確認
- 人員雙重確認出貨數量

食安實驗室

舊振南依據食品安全衛生管理法相關規定，擔負自主管理責任。於 2017 年自主成立品質管控實驗室，依循 ISO17025 進行實驗室能力評估，聘用具專業能力之食品檢驗、分析人員，且實驗室主管均進行 TAF (Taiwan Accreditation Foundation，財團法人全國認證基金會) 相關訓練課程，加強原物料、半成品以及成品的品質檢驗作業，將舊振南食品檢驗能力推向國際級水準。

食品安全支出占總營收百分比



食品安全支出費用

項目	2023	2024	2025
外檢衍生相關費用	979,835	1,545,028	3,756,055
實驗室耗材	314,475	720,538	223,129
資產設備	0	0	86,400
實驗室人員費用	1,820,250	2,119,945	2,672,422
其它 (EX: 保全費、拆遷費、施工費、器具維修校正費)	246,328	259,417	642,212
總計	3,360,888	4,644,928	7,380,218
費用佔總營收比例	0.7%	0.85%	1.33%

註：2017 成立食安實驗室，主要支出實驗室建置與購置設備費用；2019 年為開拓好市多通路，請 SGS 輔導進行食安升級，並於該年通過 FSSC 22000 認證。

品質檢驗

舊振南以傳承百年的製餅工藝為本，秉持「食品品質與產業道德」的核心原則，全面落實食品安全管理。自原料（如肉品、餡料、油品）、半成品、成品至人員設備、水質與作業環境，皆依據高標準進行品質檢驗與監控。

為確保產品符合最高安全水準，除內部嚴格把關並定期執行高頻率抽檢外，亦依產品風險特性委託第三方單位 SGS 進行檢驗，提升檢測客觀性與公信力。相關檢驗報告同步上架於 [SGS 安心平台](#)，供消費者查詢詳細檢驗資訊，實踐透明溝通，讓每一口都吃得安心無虞。

舊振南 SGS 安心平台
https://msn.sgs.com/VIP_zone.aspx?cstno=WTF0cktqZmkyR2F3U2tmZlhzVkZsZz09#bg

檢驗流程

舊振南遵循國內食品法規及國際食品管理系統之規範，建立標準檢驗流程，維護其結果之準確性與可比較性，以有效掌控本公司之產品品質。

檢驗前	• 危害分析：依據產品製程逐一鑑別危害風險、重要管制點（CCP），與應執行之有效控制措施 • 評估風險等級：根據危害風險評估其發生的可能性與影響性，交互出該風險之重大程度 • 檢驗計畫：針對重大危害風險規劃該產品之應驗項目、抽樣計畫、檢驗方法、合規標準等
檢驗時	• 抽樣與標示：按抽樣計畫之抽樣比例、抽樣方法進行抽樣，並適當標示樣品資訊，如系統編號、抽樣日期、時間、批次、人員等相關識別，亦將樣品外觀稍加描述確認是否有任何可觀察之異狀 • 執行檢驗：按檢驗計畫執行相關檢驗、製作檢驗過程之技術紀錄（含原始數據）
檢驗後	• 紀錄與樣品留存：所有製程、品質檢驗相關之管制作業均須製成紀錄、留存備查；檢驗報告應至少保存 5 年以上，抽樣品則須留存至所標示之有效日期



檢驗品項

舊振南針對原料、成品、外購品與水質，透過內部抽驗及第三方公正單位檢驗；微生物相關檢驗及自由有效餘氯、pH 值檢測等均屬內部實驗室抽驗項目，另關於農藥、動物用藥、重金屬

與其他化學性物質檢測，則委由外部單位執行；原料階段檢驗均屬外檢項目，成品部分含 8 項微生物檢測，外購品共有 7 項微生物檢測，水質共計有 5 項檢測。

舊振南食安檢驗項目表

	原料	成品	外購品	水質	檢測結果
法規強制項目	用藥殘留 • 農藥殘留 • 動物用藥殘留 污染物 • 黃麴毒素 • 蘇丹紅 • 苯駢芘 添加物 • 防腐劑 - 酸類 重金屬 • 砷、鉛、鎘、汞、銅	• 沙門氏菌 • 李斯特菌 • 金黃色葡萄球菌 • 腸桿菌科	• 沙門氏菌 • 李斯特菌 • 金黃色葡萄球菌	• 總生菌數 • 大腸桿菌 • 大腸桿菌群 • 自由有效餘氯 • pH 值	2025 年檢驗範圍涵蓋原料、成品、外購品及水質，檢驗結果皆依食品安全衛生相關法規及公司內部品質標準判定。若有異常，將啟動批次隔離、複驗、原因調查、供應商改善及退貨／下架程序。年度成品檢驗異常率為 0%，原物料檢驗異常率為 0.7%。
自主監測	微生物 • 李斯特菌 • 金黃色葡萄球菌 • 沙門氏菌	• 沙門氏菌 • 李斯特菌 • 金黃色葡萄球菌 • 腸桿菌科 • 總生菌數 • 大腸桿菌 • 大腸桿菌群 • 黴菌及酵母菌	• 沙門氏菌 • 李斯特菌 • 金黃色葡萄球菌 • 總生菌數 • 大腸桿菌 • 大腸桿菌群 • 黴菌及酵母菌	• 總生菌數 • 大腸桿菌 • 大腸桿菌群 • 有效餘氯 • pH 值	-

作業現場管控

深知產線環境、操作人員與各類器具在生產食品的製程中，重要程度並不亞於原物料及成品的品質，因此舊振南也實施高標準的現場監測管控。舊振南每週實施作業人員及現場環境的檢驗，在內包裝機械塗抹、環境落菌數的檢驗上均達成 100% 的年度目標；人員手部塗抹未通過者，則由品保人員開立矯正單，加以督導，並列管成為重點抽查對象，務求使顧客的食品安全獲得最大保障。

現場作業人員	要求現場作業人員徹底清潔手部與消毒，並實施手部塗抹的微生物檢查作業，以確認人員清潔程度；每年度辦理員工健康檢查，並積極宣導如確診傳染性疾病時，應主動通報，並在帶菌期間暫停從事與食品接觸之工作。
機械與器具	作業前，與食品接觸之各項機械、器具均須以消毒酒精擦拭消毒；作業後，無法水洗之機械則再次以消毒酒精擦拭消毒，可以水洗的器具，則先進行徹底清洗，再經過高溫殺菌設備進行二次處理並烘乾；此外，品管人員將以 ATP 冷光儀抽驗上述機具的清潔度，確認操作是否詳實。
廠區環境	針對各場域屬性，如：原物料倉儲區、生產製餅區、冷卻室、內包裝區，我們設有不同的環境標準、相對應的檢測項目與檢測頻率；如置放培養皿以監測環境落菌數、設置溫濕度測量儀以確認空調系統設定的妥適度，並自主性定期檢測水質狀態；另每年委請第三方公正單位至廠內採樣送驗，確認用水符合飲用水水質標準等。

倉儲管理

攸關產品品質，舊振南針對原料、成品倉庫及半成品儲放空間皆設有良好的綜合管理措施，並遵循以下原則管理倉儲作業：

區隔與動線	妥善區隔、標示原物料與成品倉庫，規劃順向動線以降低跨區往返之污染風險，所有通道隨時保持足夠空間以順暢搬運作業。
衛生措施	所有物品均以棧板與地面間隔後再行存放，以避免髒汙污染；另定期派員檢查儲備貨品之包裝完整度，慎防洩漏污染之風險。
出入管制	原料倉庫及成品倉庫均有詳實之入、出庫紀錄，並以先進先出之原則管理儲備品。
環境管理	依循 HACCP 及相關規定，監測、管制倉庫之溫、濕度，並定期清潔消毒，保持良好儲存環境，維護產品品質。
污染處置	建立原料、半成品、成品之物品或材料避免交叉污染之防護措施，如仍不能有效保護者，則另規劃專屬貯存空間；對於已遭受污染之貨品，即刻處理，如未能即時作業，將另外置放、區隔，避免污染擴大。

食安訓練

食品安全是重要的民生議題，然而食安爭議屢見不鮮，不僅嚴重影響店家商譽，降低民眾對品牌的信任感，更直接地對人體健康造成傷害。舊振南秉持「食品道德」最高經營信念，體認食品衛生安全在管理制度上面的重要性，正視內外部的食安風險與挑戰。面對挑戰，舊振南提供內部主管及員工豐富多元的內、外訓課程，訓練內容囊括危害分析、物料檢驗、食品溯源等相關議題，加強有效之食安管理，減少製程中的危害因子，建立舊振南堅實的食安文化。

2025 年，舊振南參與食安教育訓練之總計 782 人次，課程總堂數為 22 堂，課程總時數為 132.3 小時。未來，舊振南也會提供更多食安相關的外部訓練課程，以掌握國內外食安法規、國際趨勢、重大食安事件相關食安知識之汲取學習，強化人員自身食安防護意識。

食安法規遵循

國內食安相關法規的變動快速，即時掌握與因應法規變遷動態，是食安風險管控的基礎。舊振南遵循國內有關產品安全、衛生、品質、檢驗方法等相關法令規範，確保舊振南所有產品能符合法令規章，也避免損及消費者健康及公司商譽。舊振南遵循之重大食安相關法規命令如下：

- 食品安全衛生管理法
- 食品良好衛生規範準則（GHP）
- 食品及其相關產品追溯追蹤系統管理辦法
- 食品安全管制系統準則
- 飲用水水質標準
- 食品添加物規格檢驗方法
- 重金屬檢驗方法總則
- 動物用藥殘留標準
- 食品中動物用藥殘留檢驗方法
- 食品中農藥檢驗方法
- 食品器具、容器、包裝檢驗方法
- 食品製造工廠衛生管理人員設置辦法

食品溯源管理

舊振南重視食品安全與產品責任，透過供應商管理、原物料驗收及製程紀錄，強化源頭管控。公司要求主要供應商提供出廠檢驗報告（COA）及相關品質文件，作為原料進貨與品質管理依據。

舊振南運用資源規劃系統（ERP）串接原物料進貨、領用、投料、分裝、製程及出貨紀錄，建立批號管理與產品追溯追蹤機制，可即時掌握產品自原料進廠、生產製造至出貨流向之完整資訊。

同時，本公司依政府食品追溯追蹤管理資訊系統（簡稱「非追不可」）規定，定期維護及登錄相關產品之原物料、製程與流向資訊，落實源頭登錄、自主管理及追蹤追溯要求，以降低食品安全風險並提升應變效率。

2025 年，舊振南所有生產產品皆已納入產品追溯與追蹤管理範圍，相關產品占所有產品比例達 100%。



4.3 顧客幸福

責任行銷與標示管理方針

舊振南 2025 年重大主題「責任行銷與標示」之因應管理方針及其評估

重大主題	責任行銷與標示
對應 GRI 指標	自訂主題
連結之 SDGs	SDG 3 健康與福祉、SDG 12 責任消費與生產
政策或承諾	確保產品包裝與宣傳資料，均詳實揭露原料來源、成分比例、有效期限、保存方式與過敏原資訊。廣告與促銷資訊皆經內部行銷稽核流程審查，確保無誇大或誤導情節。
指標及目標	短期目標 (1~2 年)： - 推行商品標示自我稽核流程，不定期抽驗檢查，確保標示合法且正確 - 電商平台商品資訊全數上線，包含成分、產地、保存期限與過敏原 - 舉辦標示與責任行銷主題教育訓練，每年至少 1 場；培訓完成率達 100% 中期目標 (2~5 年)： - 消費者標示意見納入 CRM 系統，自動分類與追蹤處理進度 - 每季透過 FB / LINE 官方帳號發佈 1 篇「食安責任小知識」教育貼文 長期目標 (5 年以上)： - 所有商品標示設計達成「清楚易懂」，建立品牌安心形象 - 積極參與產業協會與標示制度討論，提出實務端建議，擔任業界推手 - 讓「標示透明」成為品牌溝通主軸之一，提升消費者對品牌的認同與信賴
有效性追蹤機制	監控責任行銷與標示違規事件數量，定期進行內部審查與修正。
年度行動及措施	無行銷與標示違規事件，員工培訓完成率為 100%，達成年度目標。

顧客關係管理方針

舊振南 2025 年重大主題「顧客關係管理」之因應管理方針及其評估

重大主題	顧客關係管理
對應 GRI 指標	自訂主題
連結之 SDGs	SDG 9 永續工業與基礎建設、SDG 12 責任消費與生產
政策或承諾	以顧客為核心，深化數據導向的顧客行為分析與服務個人化，同時以永續經營精神，建立更具韌性的顧客關係系統，以提升整體社會價值與企業競爭力
指標及目標	短期目標 (1~2 年)： 強化 AI 客服系統與服務效能，即時解決客戶問題、以及更加精準推薦服務內容，客訴回應時間平均為 12 小時，達成年度目標 中期目標 (2~5 年)： 完整運用顧客關係管理 CRM 搭配 CDP 數據整合、AI 消費行為預測推播為決策系統一環，跨部門以顧客為核心進行策略佈局（如新品研發、包裝設計、市場策略皆由顧客洞察出發） 長期目標 (5 年以上)： 成為消費者心中「最值得信任的漢餅品牌」，特別是在食品安心、回應效率、環保實踐方面表現領先。
有效性追蹤機制	透過良好的顧客服務體驗，讓客戶主動在 Google 留下具參考價值的評論，以此掌握顧客滿意度；針對客訴個案，建立即時處理機制迅速回應，並同步登入總部個案系統，進行週檢討與改善措施。
年度行動及措施	• 建立會員忠誠計畫，推廣專屬會員活動，提高回購率 25%。 • 重要檔期針對 VIP 會員進行專屬活動權益、且願意回兌該會員權益之回兌率達 65% • Google 商家評論 17 家門市平均為 4.8 顆星

資訊安全與個資保護管理方針

舊振南 2025 年重大主題「資訊安全與個資保護」之因應管理方針及其評估

重大主題	資訊安全與個資保護
對應 GRI 指標	GRI 418-1 經證實侵犯顧客隱私或遺失顧客資料的投訴
連結之 SDGs	SDG 9 永續工業與基礎建設、SDG 16 和平、正義及健全制度
政策或承諾	遵循《個人資料保護法》與資安管理規範，建置並維運資訊安全政策、存取管控制度與資安應變程序。定期盤點個資項目、評估風險、實施教育訓練。
指標及目標	短期目標 (1~2 年)： - 將高風險部門納入優先監控，確保個資管理訓練涵蓋率達 100% - 導入 ISO 27001、BS10012 並完成外部驗證，並落實導入至全公司。 中期目標 (2~5 年)： - 持續 ISO 27001、BS10012 年度驗證，並擴大到全組織。 - 持續優化資安事件通報流程與演練 SOP。 長期目標 (5 年以上)： - 逐步導入符合 NIST 與 CISA 零信任架構標準之身分鑑別、設備驗證與信任推斷等核心機制。 - 建立與品牌信賴連結的資安治理文化，發展數位服務與會員系統同時兼顧個資與資安韌性，對標同業資安最佳實務。
有效性追蹤機制	每季辦理至少一次資安演練與個資教育訓練；追蹤外部通報數量、異常事件回報次數及系統異常修復時效；無重大個資外洩事件。
年度行動及措施	逐步建置更完整的資安管理辦法。 取得 ISMS/PIMS 證書。 無涉及個資誤用之客訴。

4.4 責任行銷與標示

電商與資訊系統升級

為因應數位消費趨勢與優化顧客體驗，舊振南持續推動電商平台升級與資訊系統整合。2024 年起全面優化後台庫存管理、訂單處理與客戶服務系統，提升營運效率與資料即時性，並導入智慧數據分析工具，協助洞察消費行為、回應市場需求，作為產品開發與責任行銷的重要依據。

同時，我們也積極落實數位端的責任行銷原則，將官方網站後台進行 CMS 升級，整合前台與後台的網站管理，讓消費者能清楚查詢企業品牌經營內容，且後台使用者能夠輕鬆建立、編輯和

發布內容。不僅提升管理效率，也有效提升 SEO 排名。同時，官網與購物商城於產品頁面與購物流程中清楚標示食材來源、過敏原資訊、保存方式與認證標章（如 GFCO 無麩質認證、潔淨標章），協助消費者做出更安心、透明的選擇，實踐品牌對消費者健康與知情權的重視。透過電商與資訊系統的全面升級，舊振南不僅打造更友善便利的線上購物體驗，更深化品牌與顧客之間的信任連結，朝向智慧零售與永續經營雙軸推進。

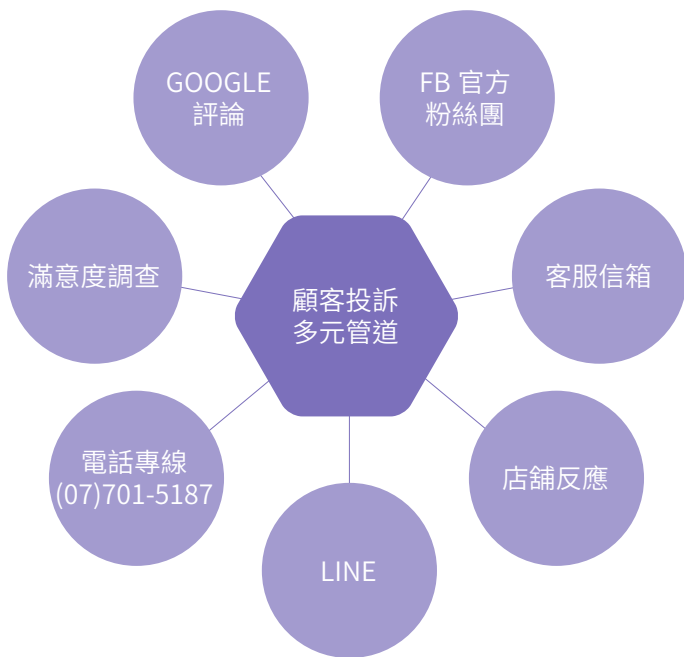


4.5 提升顧客體驗

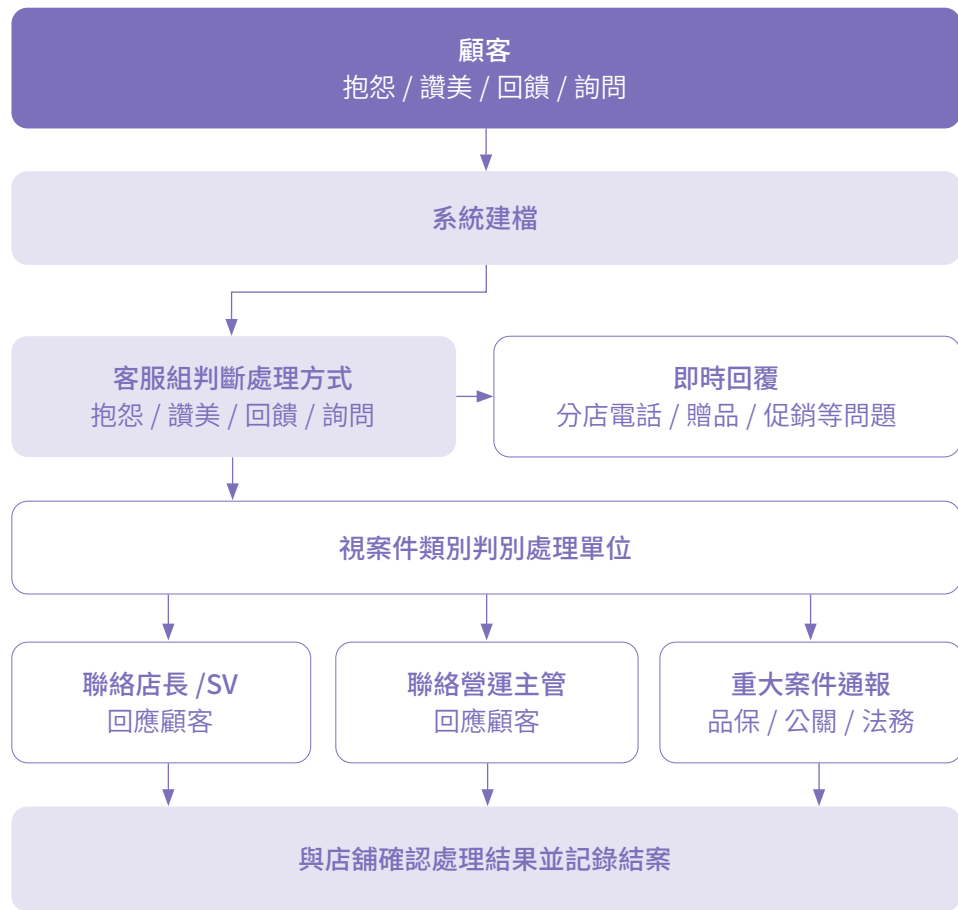
客戶滿意度維繫

舊振南持續實踐對客戶的承諾與經營的初衷，提供健康、安全、美味的產品的同時，也提供最佳的服務品質，讓顧客擁有安心、愉快的消費體驗。顧客可以透過多元化的意見回饋管道，例如：客服信箱、電話專線、FB 粉絲專頁、售後服務問卷調查等，與我們交流關於產品及服務的感受與意見；面對來自顧客的各項指教與建議，舊振南建立消費者客訴處理機制，發生客戶申訴事件時，由承辦人員建立個案，進行申訴內容調查，通報主管，並在時效內提供解決方案。如該案件需轉派相關單位，承辦人員須持續追蹤回覆進度及處理結果，最後做結案檢討記錄。另外為強化服務效能，2024 年起啟動客服 AI，為提升客服回覆準確度與整體效率，投入訓練企業營運知識 / 產品服務相關問答集內容，更具有系統化將銷售面對實戰經驗導入客服機器人協助企業加速打造「有溫度」智能客服。全通路營運據點也全面導入各門市各自運營 LINE OA 帳號，有效經營客戶關係管理，建置熟客名單，此目的期望達成顧客終身價值（LTV，Lifetime Value）的核心精神：延長顧客關係、提高平均購買金額以及增加購買次數。

多元暢通的顧客意見回饋管道



顧客意見處理程序



客戶正向回饋

舊振南始終將顧客的回饋視為深化服務、強化品牌信任的重要依據。為了更精準掌握顧客需求，我們透過多元管道蒐集意見，並自2020年起正式導入CRM系統，針對每筆成交訂單進行顧客滿意度調查。透過數據分析與回饋彙整，團隊據以擬定改善計畫，形成一套系統性的顧客需求回應處理程序。

在服務品質面向，我們重新檢視內部客訴處理流程，舉辦「打造當責團隊」訓練課程，邀請第一線同仁集思廣益，共同擬定「客訴處理」與「優質服務流程」的SOP，讓每一次服務都能更及時、貼心且一致。這些作為不僅提升了顧客服務品質，也強化團隊的服務意識與責任感。

我們深信，顧客的聲音是驅動成長的最佳動力。未來，舊振南將持續定期執行滿意度調查與行為分析，積極傾聽、真誠回應，以更細緻的服務體驗滿足顧客所需，實踐以顧客為本的經營理念。

以下是我們的顧客給予舊振南的正向回饋：

2025 年客戶回饋

跟先生來中正旗艦店預約試吃及訂購結婚的中式喜餅，整體感受真的是非常推薦給所有準備結婚的新人！！不僅喜餅好吃（鹹口味推薦香菇滷肉，甜口味推薦鴛鴦）、服務人員的服務品質超好，大推我的服務人員，用心解說口味及優惠方案，連先生都對這次的整體體驗讚不絕口！

跟老公一起來參加鳳梨酥的手作課程，很簡單也好玩！小貓老師也很細心地講解，幫我們紀錄了這特別的一刻！有機會一定要來試試喔

喜歡傳統餅的我們，在結婚喜餅選擇舊振南，最喜歡香菇魯肉口味♡試吃、取貨、寄貨，門市人員都很細心的幫我們完成，真的很謝謝他們～

今天去體驗手作鳳梨酥，Yoyo老師的細心指導讓體驗生動有趣～招待的下午茶也好好吃 很棒的體驗時光。

初次來旗艦店試吃喜餅，服務態度好，整體上讓人很舒服～服務人員專業，值得推薦！

LINE 客戶滿意度回饋



12:35

謝謝您替我轉達，還有這麼有耐心地看完，和謝謝您用心的回覆～



12:35

Thank You



2025-09-17 18:51

今天下午收到了，數量口味都正確
這段期間非常感謝您們一直協助我加單、改口味，又寄了其他地址，非常謝謝您們，服務優質又細心！

各服人員 JZN 電問

舊振南

以後如有需求，歡迎可以在官網上下單，讓我們為您服務喔^^



4.6 資訊安全與風險防護作為

舊振南在制度設計上，將資訊安全的最高責任交由總經理統籌，資訊部則負責日常的制度規劃、設備維運及風險控管，並定期向董事會報告資訊系統之發展進度與方向，強化資安治理。同時，制定《資訊管理辦法》以涵蓋系統開發與維護、權限與密碼管理、硬體與軟體控管、備份與系統復原計畫、網路

安全、機房管理及環境防護等多面向措施，降低人為與非人為風險所造成的資訊損害。為提升整體資安防護能量，舊振南採行以下具體行動：

強化員工資安意識：透過每季寄送資安資訊及定期教育訓練，深化員工對資安威脅的認

知與防範能力，形塑資安文化。

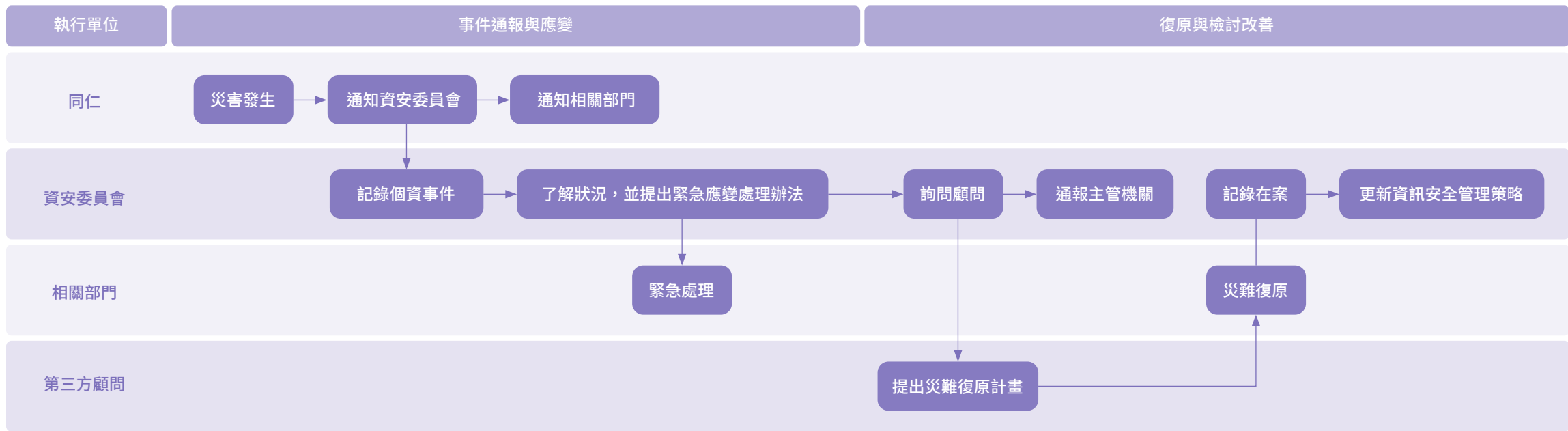
設置資訊防護機制：部署防火牆與防毒軟體，主動監控與防範潛在惡意程式或異常行為，維護系統穩定性。

權限與資產管理控管：針對資訊資產實施層級授權與存取控管，確保資訊使用與變更流

程之安全性與合規性。

未來，舊振南將持續強化資安韌性，並配合法規與技術發展趨勢，擴充資安防護層級，打造更穩健的營運基礎與客戶信賴環境。

資安事件處理流程圖



Chapter 5

永續供應鏈

Sustainable Supply Chain



5.1 永續供應鏈

5.2 供應商管理政策

- 員工
- 股東 / 投資人 / 金融機構
- 政府與主管機關
- 客戶 / 消費者
- 供應商 / 原料商
- 分銷商 / 通路商
- 社區 / 在地居民 / 地方團體
- 媒體

永續原料採購管理方針

舊振南 2025 年重大主題「永續原料採購」之因應管理方針及其評估

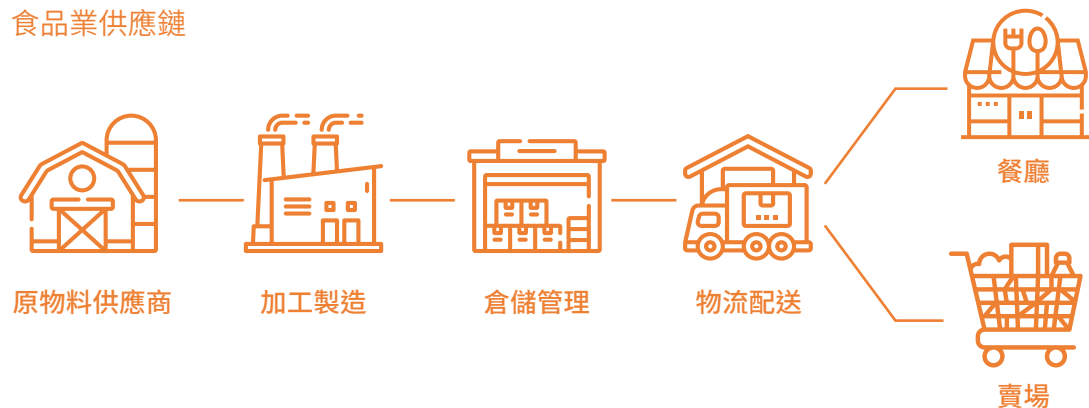
重大主題	永續原料採購
對應 GRI 指標	GRI 204-1 來自當地供應商的採購支出比例 GRI 308-2 供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動 GRI 414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動
連結之 SDGs	SDG 8 就業與經濟成長、SDG 12 責任消費與生產、SDG 17 永續發展夥伴關係
政策或承諾	為落實企業社會責任與環境永續目標，本公司承諾推動永續採購，透過導入環保、在地、合規與倫理採購原則，建立兼顧品質、社會責任與環境保護的供應鏈體系。
指標及目標	短期目標 (1~2 年)： 導入供應商管理平台，將第三方驗證單位的稽核資料數位化整合至系統中，透過數據化呈現各供應商之稽核缺失，並建立定期追蹤與評估機制，以提升管理效率與透明度。同時，逐步將環境保護與社會責任等議題納入稽核項目，強化永續採購實質內涵。 中期目標 (2~5 年)： 完成所有原物料供應商之備援供應機制建立（含特殊規格品），強化供應鏈彈性與風險應對能力，降低對單一供應來源的依賴，確保營運穩定性。 長期目標 (5 年以上)： 建構全面且前瞻性的永續供應鏈管理體系，與供應商協力推動碳排減量、友善生產、社會責任等目標，並導入智慧化分析與風險預警機制，提升對潛在供應風險的辨識與因應能力
有效性追蹤機制	透過《供應商管理政策》進行績效評估，涵蓋年度評鑑成績、改善追蹤紀錄、原料退貨率等指標，全面評核所有原物料供應商，並確實執行對不合格供應商的汰換機制，以提升整體供應鏈品質與穩定性。
年度行動及措施	本年度實地稽核達成率 83%，並成功新增 37 家新選及備用供應商，有效分散採購風險並提升原物料供應的彈性與穩定性。

5.1 永續供應鏈

舊振南公司著重於精緻中式糕點的研發設計與食品製造，在食品加工產業鏈中屬於中游製造商，採購來自於上游的麵粉、砂糖等關鍵原物料，以及蛋品、奶油等其他輔助性食材，透過自有工廠的生產設備加工製造成綠豆椪、鳳梨酥等多元糕餅產品，出貨給下游的自營通路、實體經銷門市及電商平台等客戶。2025 年本公司供應鏈及與上下游廠商和客戶間的商業關係無重大顯著改變。

另外，本公司禁止僱用未滿 15 歲者、禁止強迫勞動、及任何不當的聘雇歧視，並要求供應商同樣遵循國際標準及其營業據點之勞工聘僱相關法律。2025 年，本公司及供應商皆無發生使用童工或強迫勞動事件之重大風險或情事。

食品業供應鏈



舊振南涵蓋加工製造業與工商服務業，在食品業供應鏈中位於中游，非常注重原物料之來源及其品質。



永續採購

舊振南優先選擇向在地供應商採購原物料，惟品項有國內產量不足、品質未達舊振南食品標準或未生產，才選擇由國外進口。在地採購除享有食材新鮮的優勢外，亦能獲得即時且完善的售後服務，同時可以扶植在地供應商以帶動當地經濟；以友善環境的角度來說，在地採購也能大幅降低運輸物流成本，達到節能減碳目的。

為落實環境友善原則與實踐永續採購理念，舊振南針對包裝設計與採購過程中，持續導入符合永續標準之品項，採購項目涵蓋：❶ FSC 認證紙材（永續林業標章），採購金額占紙類包材採購比率 6.44%，應用於 10 項產品 ❷符合 ISO 22000、FSSC 22000 或 HACCP 食品安全驗證之麵粉原料，採購金額占麵粉類原料採購比率為 100%，應用於 120 項產品，透過選用低環境負荷之原料及材料，強化資源循環利用外，進一步降低企業營運對環境的整體衝擊。

舊振南近 3 年在地採購支出比例

（單位：新臺幣元）

年度	2023	2024	2025
在地採購金額	134,584,999	159,525,751	169,925,345
採購總金額	134,584,999	159,525,751	172,645,035
在地採購金額比例	100.00%	100.00%	98.42%

舊振南近 3 年包材永續採購支出比例

（單位：新臺幣元）

年度	2023	2024	2025
包材永續採購金額	11,993,692	13,800,442	16,989,412
包材永續採購金額比例	8.91%	8.65%	9.84%
綠色採購總金額	3,848,350	4,075,415	4,406,415
採購總金額	134,584,999	159,525,751	172,645,035

註：在地採購包含來自台灣本地供應商的原料、加工材料、包裝設計與物流服務等項目；包材永續採購則涵蓋具 FSC 認證紙材，以及採用單一材質設計、具回收標誌之紙盒、提袋與外箱等可回收包裝；綠色採購之項目包括國內之第一類環保標章產品、第二類環保標章產品、第三類綠色標章產品（包含節能標章、省水標章、綠建材標章）、減碳標籤產品、台灣木材標章產品、產銷履歷農產品標章、有機農產品標章及依經濟部能源署之能源效率標示為一級與二級效率等級之產品。

5.2 供應商管理政策

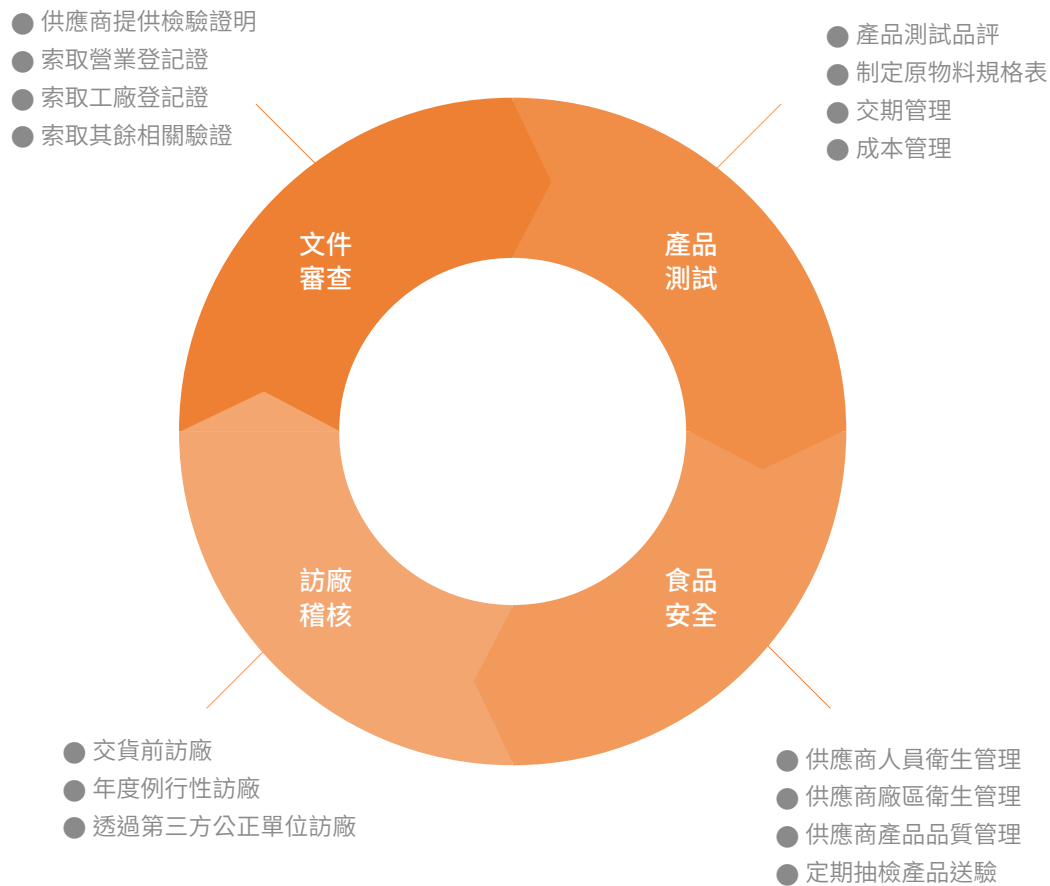
舊振南以「品質為本、責任為先」為供應鏈管理核心，建構一套制度化、可追溯的供應商審核與管理機制。由採購與品管單位共同執行資格審查，從經營理念、製程控管、品質管制、財務穩定、供貨能力，到勞動權益、環境責任與商業道德，全面評估合作夥伴的永續經營能力，確保其企業價值觀與我們一致。

為確保供應穩定與食品安全，我們要求所有合作供應商提供合格檢驗證明，並優先選擇通過 FSSC 22000（食品安全系統驗證標準）、ISO22000（食品安全衛生管理系統）、HACCP（危害分析重要管制點）、TQF（台灣優良食品驗證制度）等國際驗證。

每年亦定期依據《供應商管理政策》進行稽核與績效評比，包含價格穩定性、交貨準時率、品質一致性及廠區整潔等面向，持續優化供應鏈風險控管。

在選擇原物料上，舊振南秉持嚴格標準進行樣品多次測試，以改善至符合舊振南在供應商選用的嚴格標準，使得我們得以實現 100% 原物料來自經評核合格之廠商，持續以高標準守護消費者的每一口安心。

舊振南供應商管理方針及具體措施



供應商評估流程圖

為確保產品品質與原料安全，舊振南建立一套完整的供應商管理流程，涵蓋新供應商導入及既有供應商的持續評估。新供應商需提交基本資料並經內部專責單位審查與評估，確認營運資格與供應能力後，進行試樣供貨，通過品質測試後方可合作。既有供應商則透過定期稽核與績效評量機制，確保其持續符合品質與永續要求。整體流程搭配標準化文件作業，強化風險控管與決策依據，打造穩定、透明且具責任意識的供應鏈體系。

供應商評估流程圖



供應商評鑑

舊振南以價格、品質、交期、配合度、企業標準、道德規範、勞工權益、環境保護等項目，以實地評鑑方式進行供應商之每年評核，依總分可分為 A、B、C、D 四個等級，並將供應商稽核成績與採購決策連結，優先採購 A 級之廠商，針對 C 或 D 級的廠商，則要求其限期改善，倘無法在限期內改善，將終止合作關係。截至目前 2025 年，針對評鑑未達標（C 級）供應商，舊振南要求其於 7 天內提交矯正措施報告並落實改善，2025 年缺失項目（如倉儲管理與人員訓練）經品保及相關單位落實複查，皆已 100% 改善結案，本年度無因改善無效而終止合作之案例。舊振南積極落實供應商輔導，2024 年評鑑未達合格標準之廠商，經實施輔導矯正與追蹤管理後，2025 年全數符合 A、B 級合格標準。既有效提升供應商品質，亦達成持續穩定合作，攜手共創永續供應鏈。2025 年，舊振南共有 75 家供應商，依據以上評核流程與項目篩選之供應商共 75 家，占比 100%。

除對供應商 / 原料商進行實地評鑑外，我們也依據原物料風險特性，定期送至 SGS、台美檢驗等第三方公正單位進行檢驗。凡是舊振南送往 SGS 檢驗的原物料或產品，其檢驗報告均上傳至 SGS 安心平台。

邁向永續經營的路上，舊振南持續與供應商分享永續趨勢、願景及政策，增進產業中的永續智識，讓供應商更了解我們的永續管理重點，攜手共行。

以下是舊振南的供應商永續政策：

- 符合國際標準與政府法規
- 將企業社會責任實踐列入供應商管理機制
- 實踐企業社會責任之在地採購、綠色採購
- 透過各種資訊與實務作業之交流，互相合作，提升供應商能力

舊振南供應商評鑑標準

等級	得分	處置
A	90 分 (含) 以上	列入優良廠商 (優先詢價採購的對象)
B	70-89 分	合格廠商
C	60-69 分	要求限期改善，可行時並請其附矯正報告
D	60 分以下	取消配合資格

舊振南近 3 年供應商評鑑結果

廠商	級別	2023	2024	2025
供應商	A 級	70	79	73
	B 級	10	15	2
	C 級	0	3	0
	D 級	1	1	0

註：

1. 評鑑範疇說明：供應商評鑑僅針對當年度有實質交易 / 採購作業之廠商進行年度評核。
2. 異動說明：2025 年評鑑廠商共 75 家。2024 年至 2025 年間因無實際交易而未納入當期評鑑（汰換）之廠商共 22 家；當年度另開發並新增 37 家新選及備用供應商。

舊振南近 3 年供應商稽核執行情況

稽核方式		2023	2024	2025
實地稽核	預計實地稽核家數	30	31	24
	實際完成稽核家數	23	25	20
	達成率	77%	81%	83%



環境永續

Environmental Protection



6.1 氣候變遷的風險及機會 (TCFD)

6.2 舊振南減碳計畫

6.3 以建築為本，實踐綠色永續

6.4 環境友善包裝

6.5 環境數據總覽

- 員工
- 股東 / 投資人 / 金融機構
- 政府與主管機關
- 客戶 / 消費者
- 供應商 / 原料商
- 分銷商 / 通路商
- 社區 / 在地居民 / 地方團體
- 媒體

6.1 氣候變遷的風險及機會（TCFD）

世界經濟論壇 (World Economic Forum, WEF) 在《2026 年全球風險報告》(The Global Risks Report 2026) 中，揭露當年度全球各面向風險評估結果，而 2022 年前 10 大風險中，有 5 項是環境議題：「氣候行動失敗」、「極端氣候」、「生物多樣性喪失」、「人類環境破壞」及「自然資源危機」，由此可見環境議題對全球的影響程度。

為因應氣候變遷帶給產業的經營風險，舊振南由 ESG 小組負責召集相關單位，並參照「氣候相關財務揭露工作小組」(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 架構，透過「治理」、「策略」、「風險管理」、「指標與目標」等 4 項核心要素，辨識潛在氣候變遷風險與機會，掌握對本公司營運的衝擊與影響，並擬訂相關因應策略與措施，預防氣候變遷所帶來的風險與傷害。

TCFD 核心要素

核心要素	行動方案
治理	舊振南由 ESG 小組統籌召集相關單位，每年定期進行風險盤點與評估，全面檢視各項議題對企業內外部可能造成的影響，並依據重大性原則擬定對應的管理與因應措施。自 2021 年起，舊振南首次依循《ISO 14064-1：2018》標準，自主展開溫室氣體盤查作業，將氣候變遷風險正式納入風險評估架構，持續關注其對營運所帶來的潛在衝擊與轉型契機。透過每年召開永續發展議題工作會議，舊振南釐定企業永續優先倡議方向，其中亦將氣候變遷列為核心關注項目之一，並逐步展開具體行動方案與目標設定。所有執行成果定期彙整並向董事會報告，藉此強化決策階層對氣候議題的參與與監督，落實企業永續發展策略。
策略	舊振南依據 TCFD 框架，分析營運範疇與上下游的氣候風險與機會。為了因應全球氣候變遷與溫室效應對環境的影響，於總部、工廠均裝設太陽能板，除自發自用外，也售予台電，力行能源轉型政策；訂定節能減碳措施，推廣辦公室及公共區域節能管理、廢棄物減量及實施綠色採購，購買具節能環保標章的產品。
風險管理	2021 年，ESG 小組進行組織轉型風險評估，首次納入氣候變遷議題，評估結果如下：已導入 TCFD 建議之風險評估機制，以了解具體的潛在財務影響，並採取相關因應策略。
指標與目標	為響應減少氣候變遷造成的影響與風險，並達成綠能與減碳相關目標，使用指標管理氣候變遷相關之風險與機會： 節能減碳：長期推動「節能減碳措施」，主要措施如下： • 能源管理：照明設備選用省電環保標章產品，無人開會之會議室關閉空調及照明；午休時，辦公室及公共區域僅留必要照明。使用再生能源，於總部、廠區增設太陽能板。 • 水資源：宣導節約用水，設備老舊汰換優先選用具有「省水標章」的水龍頭及馬桶。並定期巡檢抽水馬達、水塔、水龍頭或其他水管接頭以及牆壁或地下管路有無漏水。 • 廢棄物：企業總部進行數位轉型，減少紙本目錄與日常紙本表單，例如：公文及紙張盡量採雙面列印或反面重複利用，並 100% 使用公文線上簽核系統，減少紙本公文列印。 • 製程效率與廚餘減量：優化製作流程，提升效率，降低原物料損耗與剩餘食材產生量，同時強化廚餘分類與回收機制，落實源頭減量與資源再利用，有效減少碳排放與廢棄物處理成本。

氣候相關風險及財務影響

類型	氣候相關風險	潛在財務影響	因應作為
轉型風險	政策和法律法規	❶ 用電成本上升，增加營運成本 ❷ 產品外銷被課徵碳關稅，增加財務支出	• 目前工廠、企業總部皆已架設太陽能系統，大幅降低碳排量。 • 力行辦公室場所節能措施。
	技術	增加綠色產品之研發投資，增加營運成本。	禮盒設計綠色包裝，降低內部襯紙及塑料使用。
	市場	消費者對產品之碳足跡有所要求，衝擊既有產品，導致營收下降。	因應市場趨勢，將產型縮小、減量，避免浪費，減少產品碳足跡。
	名譽	因颱風影響出貨，需緊急公告物流延遲與營業異動，不僅加重行政作業負擔，也提高客訴與營收損失風險。	建立應變 SOP 與統一對外溝通素材。
實體風險	立即性風險 (如暴雨、颱風)	• 專案進度與結帳流程延遲，增加行政成本。 • 物流遞延造成客訴與退貨，影響客戶滿意度並提高營運成本。 • 營運設施損壞（如玻璃門破裂、植栽倒塌），需額外修繕維護。	• 建立彈性工作流程與緊急應變計畫 • 建立備援物流系統與加強出貨預測能力 • 加強設施設計與保險配置、定期修繕預算編列
	長期性風險（如極端氣候、均溫上升、海平面上升）	• 高溫導致產品變質與報廢風險，增加保鮮困難度。 • 產品報廢增加、儲運成本提高。 • 採購與倉儲成本上升、品質風險控管成本增加。	加強原物料倉儲及冷鏈物流運輸之管控、改善包材防潮性。
	因應風災之備貨期程	• 行政作業負擔增加、客訴與營收損失風險提升 • 臨時居家辦公的需求增加	• 提升內部應變效率與團隊協力力，能有效減少臨時負荷，建立長遠韌性體系。 • 設定明確管理辦法、安裝資安相關控制軟體、VPN

氣候相關機會及財務影響

類型	氣候相關機會	潛在財務影響	因應作為
資源效率	啟用綠建築	減少用電量，降低營運成本。	綠建築企業總部的全年用電密集度 (EUI)，每平方公尺耗電量介於 45-50 度電，相較於台灣一般低層辦公建築，節能效益達 60%。
能源來源	使用再生能源	投資再生能源之回報，增加收入。	目前工廠、企業總部皆已架設太陽能系統，總部為自發自用，僅供緊急用電、工廠則是販售給台灣電力公司。
產品服務	增加低碳產品	低碳產品受到消費者青睞，提高收入。	已陸續累積取得鳳梨酥、綠豆椪、杏香酥等 3 類產品碳標籤證書。
韌性	使用可再生能源並採用節能措施	增強持續營運能力，對利害關係人之長期利益有所助益。	企業總部與工廠皆已架設太陽能板，面對突發事件 (如缺電)，能夠迅速應變且持續營運，企業承受風險能力大大提升。

6.2 舊振南減碳計畫

氣候變遷造成的全球災害日益嚴重，對舊振南所需的農作物也影響巨大，身為食品製造業，重視環境保護議題及加強管理，是我們不應迴避的責任與義務。舊振南除配合政府環保政策，更把環境永續觀念納入企業經營策略中，具體推動節能減碳措施，由供應鏈層面綜合考慮對環境的影響，產品從原料採購、設計包裝、製造銷售、營運管理，皆注重對環境的保護，朝向低碳企業方向不斷努力。

舊振南減碳計畫分為 5 大面向，包裝輕量化及避免產品浪費的「綠色研發」、廠區裝設能有效吸附揮發性有機物的活性碳設備落實「綠色生產」、產品通過碳足跡認證的「綠色產品」；在企業營運面上，也有採購環保電動車做為公務車使用的「綠色運輸」，以及以數位轉型達到少紙化的「綠色營運」，在產品研發、生產加工等製程上皆有節能減碳具體規劃及作為

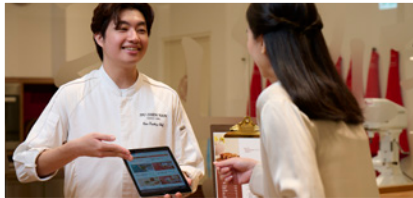
項目	計畫方針	具體措施及績效
綠色研發	禮盒包裝輕量化	・依環境部「限制產品過度包裝」法規執行，禮盒縮減必要空間係數，力求包裝輕量化，避免產生過度廢棄物 ・力行綠色包材設計，降低內部襯紙及塑料使用
	減少產品重量	因應市場趨勢，將產品尺寸縮小、減量，避免浪費
綠色生產	節能改善	2025 年導入空調系統變頻節能措施，針對冰水泵、冷卻水泵等中央空調相關設備進行智慧變頻管理。以未變頻基準耗電估算，合計節省電量約 5,146 度。
綠色產品	碳足跡認證	舊振南於 2017 年起接受經濟部加工出口區管理處輔導，參與「產品環境資訊揭露輔導計畫」，陸續累積取得鳳梨酥、綠豆椪、杏香酥等 3 類產品之碳標籤證書
綠色運輸	綠色出行	・採用環保公務車：配置電動機車（如 GOGORO）等環保車款作為公務出行工具，減少車輛行駛過程中的碳排放 ・因總部位於捷運腹地，鼓勵員工搭乘大眾交通工具
綠色營運	推動無紙化	・2025 年持續進行數位轉型，導入企業流程管理（Business Process Management，BPM）數位簽核，大幅降低紙張用量，並優化內部作業流程。相較於 2024 年紙張用量，約減少 18.1% ・職工福利方面，2025 年春節禮券全面改用舊振南官方 LINE 發送電子禮券，減少同仁包裝及紙張的使用，同仁大多持正面迴響。
	企業形象	提供水墨印刷環保袋



從 2013 年迄今，舊振南每年均舉辦開燈一小時活動，以具體行動響應環保。



應經濟部能源署推動節能減碳運動，夏季辦公場所室內溫控 26~28°C。



推動無紙化措施，導入數位簽核及電子禮券。



執行空調系統變頻節能措施，降低非必要滿載運轉。

6.3 以建築為本，實踐綠色永續

舊振南綠建築企業總部

深信企業發展與環境友善可並行不悖，於是選址高雄捷運用地打造「舊振南綠建築企業總部」，不僅承載營運與文化推廣功能，更是公司實踐 ESG 願景的重要基地。本建築自設計之初即依循台灣「綠建築九大評估指標系統（EEWH）」，在節能、減碳、生態、健康等面向均做出具體實踐，至今已累積多項肯定：

2018 年：獲頒「台灣 EEWH 綠建築黃金級認證」

2019 年：榮獲「內政部綠建築榮譽獎」

2020 年：獲選為「內政部綠建築示範基地」，並設有 AR 互動導覽

2023 年：完成「台灣 EEWH 綠建築黃金級認證」續證





舊振南綠建築企業總部 | EEWB 九大指標實踐亮點表

舊振南漢餅文化館暨企業總部遵照「綠建築九大評估指標系統（EEWB）」之規範，在迴廊設計、塗料改善、環境綠化等面向下足功夫，滿足綠建築其中 8 大指標，以具備生態、節能、減廢與健康等建築特性。

指標類別	實踐亮點摘要
生態綠化指標	- 保留 26% 綠地，降低建蔽率，廣植原生種喬灌木 - 採用複層植栽，營造多樣棲地 - 維持基地高度綠地歧異生態特性
基地保水指標	- 全區採用透水鋪面（如植草磚、透水磚）與滲透溝設計 - 增強基地雨水涵養與地下水補注功能
日常節能指標	- 採用深凹陽台與外廊道設計，有效降低建築日照熱輻射 - 規劃自然通風導向，使用可開啟窗戶與立面通風設計 - 屋頂設置光電板發電系統，提升建築再生能源自給能力
二氧化碳減量指標	- 結構材料使用高爐水泥（含 20% 爐石粉），可減少 15.7% 的二氧化碳排放量 - 採明管設計與懸空屋頂設備支撐，便於維修且減少未來裝修浪費
廢棄物減量指標	- 實施土方平衡：部分土方回填成景觀丘，部分支援周邊學校 - 施工期間設有防塵網、防汙水設備、灑水減塵機制等環保措施
室內環境品質指標	- 使用高隔音氣密門窗與結構體隔音設計，提升室內安靜品質 - 裝修採用綠建材與健康建材，降低揮發性有機物（VOCs） - 規劃中央空調系統，具外氣引入功能，確保良好室內空氣品質
水資源指標	- 安裝節水型水栓、省水馬桶等節水設備 - 汙水與生活雜排水系統分流處理，確保環保排放標準
垃圾與汙水處理指標	- 設有專用垃圾儲集空間，設置分類回收桶與通風採光設計 - 回收區搭配綠化設計，強化資源回收區的環境美學

註：EEWB 九大指標實踐亮點表（本案符合 8 項）

綠建築示範場域共學

2025 年舊振南綠建築企業總部持續發揮綠建築示範基地功能，透過對外參訪與現場導覽，將節能減碳、生態保育、基地保水與健康環境等建築實踐，轉化為可被理解與學習的永續經驗，使參與者能實地認識舊振南如何將 EEWB 綠建築指標融入營運場域，並看見傳統產業在文化傳承、觀光服務與環境永續之間取得平衡的具體作法。

透過開放場域、專人導覽與知識交流，舊振南持續擴大綠建築理念的社會溝通效益。未來，舊振南將持續以示範基地作為永續溝通窗口，推動大眾對低碳建築、環境教育與永續生活的理解，進一步提升企業在地方永續推廣上的正向影響力。



6.4 環境友善包裝

當我們談一份好禮，在乎它的美，更在乎它是否會為地球留下負擔。舊振南關注環保減塑議題，從設計初衷重新思考包裝的必要性，在禮盒上持續做減法，實踐「一多三少」原則——份量多、包裝材料少、種類少、印刷少，以實際行動從源頭減塑。

在禮盒設計中融入永續思維，全面採用 FSC 認證紙材與無毒水性環保油墨，讓包裝不再只是一次性的華麗，而是具備實用與延續價值的存在。其中，禮盒用的大平放袋已從過往的不織布袋優化為更易回收、環境負擔更小的牛皮紙袋；而常態伴手禮的提袋也全面升級為使用 FSC 紙材及無毒水墨印刷的環保材質，讓包裝成為日常可再利用、與環境共好的好物。

過往禮盒包裝



現在禮盒包裝



透過產品禮盒結構設計，以及環保包材選用，兼顧美觀與環保減塑



以清代宮廷御用多寶格為設計靈感的「百福多寶盒」，特選有 FSC 環保標章認證的紐西蘭松木製成



6.5 環境數據總覽

溫室氣體管理

2021 年起，為了更精確衡量及管理溫室氣體，舊振南依據 ISO 14064-1：2018 進行組織自主溫室氣體盤查，將結果進行統計及歸納，以供日後規劃及制定相關改善方案。本公司盤查組織邊界採營運控制法，邊界設定除舊振南前鎮區工廠外，2025 年範疇二部分加入總部及各營業據點為揭露範疇，故整體溫室氣體排放強度較 2024 年呈現上升趨勢。

舊振南近 3 年溫室氣體排放量及溫室氣體排放強度

總排放量			2023	2024	2025
前鎮區 工廠	範疇一	公務車用 - 柴油	8.7621	5.6315	7.3230
		天然氣	88.2535	89.4846	112.0870
	範疇二	外購電力	634.711	625.8791	794.113
溫室氣體排放總量 (公噸 CO ₂ e)			731.7266	720.9952	913.5230
總產量 (公噸)			539.6577	614.1275	627.4275
溫室氣體排放強度 (公噸 CO ₂ e/ 總產量 (公噸))			1.356	1.174	1.456

註：

- 轉換係數的來源為環境部 2024 年 2 月 5 日公告之最新溫室氣體排放係數表。
- 彙整溫室氣體量之方法為營運控制法。
- 各類溫室氣體之全球暖化潛勢 (GWP) 估值：選用 IPCC 第六次評估報告。
- 2023 年電力排碳係數 0.494 公斤 CO₂e/ 度；2024 年電力排碳係數為 0.474 公斤 CO₂e/ 度；2025 年 0.474 公斤 CO₂e/ 度。
- 強度計算公式：溫室氣體排放總量公噸 CO₂e/ 公噸產品。
- 2025 年範疇二揭露邊界包含：製造事業部、大寮營業據點、中正店、台南店及高鐵門市；2023~2024 年範疇二僅包含製造事業部
- 溫室氣體排放基準年為 2021 年，選擇該年度為基準年之理由為首度自主進行溫室氣體盤查及數據搜集統計之年份，該年度溫室氣體碳排放量為 749.781 公噸 CO₂e。

能源管理

舊振南關注氣候變遷帶來的公共衛生風險，持續降低能源消耗並提升再生能源使用。總部通過綠建築認證，採用退縮式迴廊、遮陽板等被動式設計，以及變頻與熱交換空調系統，節能效益高達 60%。廠房導入智慧工廠管理系統與 IoT 技術，提高能源與資源使用效率，並每年響應關燈一小時活動。2025 年外購電力百分比為 75.23%，外購電力仍為主要能源來源。

舊振南組織內部能源使用情形

能源類型		2023	2024	2025
非再生能源	柴油	117.84	75.74	101.41
	天然氣	1,571.61	1,593.53	1,853.44
	外購電力	4,625.42	4,753.51	5,937.89
再生能源	太陽能光電	0	0	0
能源消耗總量 (十億焦耳 GJ)		6,314.88	6,422.79	7,892.75
總產量 (公噸)		539.6577	614.1275	627.4275
能源密集度 (十億焦耳 GJ / 總產量 (公噸))		11.702	10.458	12.580
能源密集度年增減率		-	-10.63%	20.29%

- 註：
1. 能源轉換係數的來源為環境部公告溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版。
 2. 外購電力之計算公式：1 kWh=3.6 百萬焦耳（MegaJoule, MJ）；十億焦耳 1 GJ=1,000 MJ。
 3. 近 3 年電力排碳係數：2023 年 0.494 kgCO₂e/ 度；2024 年 0.474 kgCO₂e/ 度；2025 年 0.474 kgCO₂e/ 度。
 4. 能源密集度 = 能源消耗量 / 總產量 (公噸)。
 5. 太陽能發電全數售予台電，自用量極微故填報 0。

水資源管理

面對全球水資源日益匱乏的危機，根據世界資源研究所（WRI）於 2023 年發布的報告，全球已有 25 個國家、占全球約四分之一人口正處於極高水資源壓力風險之下。舊振南深刻意識到企業在水資源管理上的責任，持續以具體行動減少用水負擔，邁向永續用水的營運模式。

舊振南取水來源 100% 來自第三方供水系統，我們積極推動節水政策，導入感應式水龍頭、具省水標章之馬桶設施，並將冷卻水轉作鍋爐補水使用，有效提升水資源的使用效率。

舊振南近 3 年取水量

取水量（單位：千立方公尺）

場域	2023	2024	2025
工廠	5.341	5.751	5.420
總部	4.180	4.724	4.152
總計	9.521	10.475	9.572

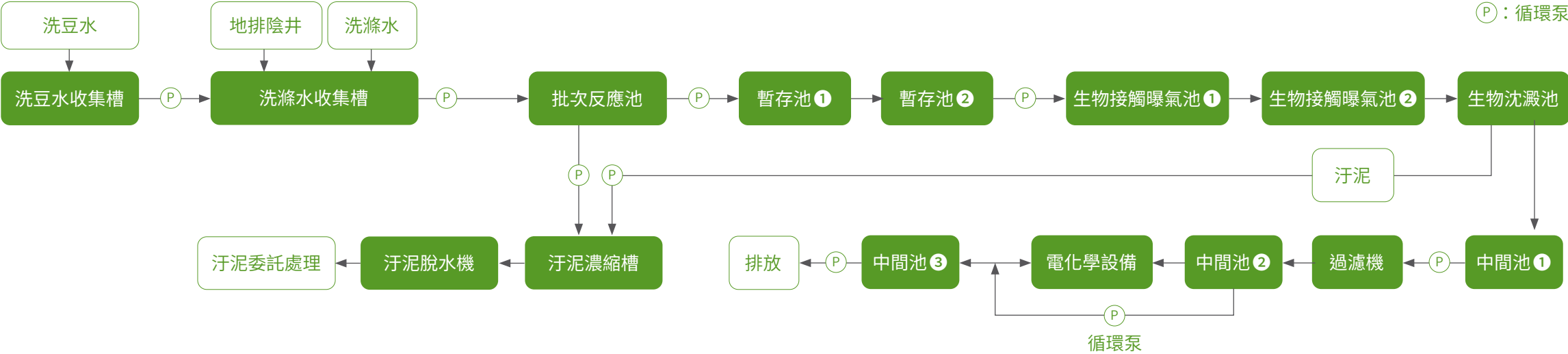
舊振南近 3 年排水量及耗水量

排水量及耗水量（單位：千立方公尺）

項目	2023	2024	2025
總排水量	2.556	2.784	2.283
總耗水量	6.965	7.691	7.289

- 註：
1. 上述水量皆以水錶紀錄為值
 2. 耗水量 = 總取水量 - 總排水量

舊振南工廠廢汙水處理系統



幸福企業

Happy Enterprise



7.1 多元年輕的活力職場

7.2 薪酬水準

7.3 穩健優化人才結構，打造具歸屬感的職場文化

7.4 福利保障完善

7.5 深化員工與品牌認同

7.6 母性健康保護計畫

7.7 勞資關係

7.8 多元培訓管道

7.9 卓越服務的背後，是人才培育的長期深耕

7.10 績效與職涯發展

7.11 職業安全衛生

■ 員工

■ 股東 / 投資人 / 金融機構

■ 政府與主管機關

■ 客戶 / 消費者

■ 供應商 / 原料商

□ 分銷商 / 通路商

■ 社區 / 在地居民 / 地方團體

■ 媒體

人才發展管理方針

舊振南 2025 年重大主題「人才發展管理」之因應管理方針及其評估

重大主題	人才發展管理
對應 GRI 指標	GRI 404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數 GRI 404-2 提升員工職能及過渡協助方案 GRI 404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比
連結之 SDGs	SDG 4 優質教育、SDG 5 性別平等、SDG 8 就業與經濟成長、SDG 10 消弭不平等
政策或承諾	建立「員工培育制度」與「人才發展計畫」，提供新人完整的學習內容，在職則定期進修食安 / 資安及法定必修課程。建立考核機制，透過各項辦法與資源，使人才有更多發展與晉升空間，包含文化內訓、外部課程、儲備幹部計畫。
指標及目標	短期目標 (1~2 年) : 完成各部門專業學程，建立職能對應訓練課程；優化新人通識課程內容，完成率達 100%。加入「數位工具應用能力」指標，以應對未來智慧生產或數位行銷的需求。 中期目標 (2~5 年) : 建立各單位職能對照表，並導入個人學習地圖，依據所需技能客製化教育訓練課程。將儲備幹部留任率與內部晉升比例納入指標，確保文化與技術的薪火相傳，打造完整的人才發展路徑。 長期目標 (5 年以上) : 形成具傳承力、文化素養與創新能力兼備的人才體系，成為台灣推動漢餅文化品牌的人才典範。
有效性追蹤機制	建立年度訓練紀錄與回饋問卷，追蹤平均訓練時數、內外訓完成率、課程滿意度。
年度行動及措施	平均訓練時數達 34.30 小時／人，辦理 248 場內部訓練課程、2 場工廠見習及 2 廠品牌展導覽，必修課程完成度達 87.5%。

職業健康與安全管理方針

舊振南 2025 年重大主題「職業健康與安全」之因應管理方針及其評估

重大主題	職業健康與安全		
對應 GRI 指標	GRI 403：職業安全衛生 2018（GRI 403-1~GRI 403-10）		
連結之 SDGs	SDG 3 健康與福祉、SDG 8 就業與經濟成長		
政策或承諾	建立職業健康與安全管理系統（參照 ISO 45001 架構）、定期執行風險評估與全員健康檢查，並持續優化工作動線與安全教育制度，以建構「安全、安心、安定」的職場文化		
指標及目標	短期目標 (1~2 年)： 導入智慧化職安監控系統（如環境感測器、異常警報機制） 每位員工每年至少完成 2 小時職安訓練課程 職災發生率持續控制於 0.5% 以下	中期目標 (2~5 年)： 將智慧職安系統整合，實現即時預警與後台追蹤分析 建立年度「安全文化月」與職安創意提案制度，提高參與度達 80% 以上 職災發生率控制於 0.3% 以下	長期目標 (5 年以上)： 打造數據驅動的智慧安全管理文化，實現零事故（Zero Accident）願景 建構職安知識內部傳承制度， 成為食品製造業中職場安全推廣的標竿企業 爭取國家級職安獎項或獲得健康職場認證
有效性追蹤機制	• 每季內部設備安全巡檢報告 • 每年職災發生率記錄與通報 • 內部回報機制回應率追蹤 • 2025 年完成安全設施檢查（達 100%）		
年度行動及措施	• 職業災害發生率為 0%，已低於年度目標 • 員工健康檢查達 100% 覆蓋 • 已完成安全訓練時數平均 2 小時 / 人 • 執行 2 場次工廠及總部消防模擬演練，並獲地方消防單位肯定		

7.1 多元年輕的活力職場

舊振南致力打造一個能帶給員工幸福生活的友善職場，讓來自不同領域、背景的夥伴皆能在此發揮長才、持續進步、找到工作與生活的熱忱與平衡。截至 2025 年底，舊振南員工為 236 人，工作者合計 261 人男性佔 23%，女性約佔 77%；員工年齡層以 31 歲至 50 歲為多數，佔 56%，反映團隊具備穩定經驗與活力兼具的人才結構，提供了舊振南不斷前進的原動力。

舊振南 2025 年各地區聘僱之員工類型

員工分類 (單位：人數)		高雄總公司		工廠		營業據點		總計		
		男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	總數
依工時	全時員工 ¹ (全職)	12	33	36	74	3	45	51	152	203
	部分工時員工 ² (兼職)	0	3	2	6	1	21	3	30	33
	無時數保證員工 ³ (臨時工)	0	2	5	13	0	5	5	20	25
各地區性別總計		12	38	43	93	4	71	59	202	261

- 註：
1. 全時員工：依照台灣勞基法定義，每週工時 40 小時之員工。（或根據各國家法律定義之說明調修）
 2. 部分工時員工：工時未滿每週 40 小時之員工。
 3. 無時數保證員工：未規定最低或固定工時之員工，如：臨時工、待命員工。

舊振南近 3 年工作者人數變化情形

工作者類別	2023	2024	2025
員工	202	224	236
非員工	24	26	25
總計	226	250	261

- 註：
1. 以 2025 年 12 月 31 日當天的數值
 2. 非員工的工作者：非由公司直接聘雇，但其工作是由公司控制的勞工總數，包括人力仲介之派遣工、承包商之承攬工（保全人員、清潔人員、綠化人員、廚師等），主要工作類型為環境清潔、膳食供應等；其中也包含未有勞雇關係的實習生、志工。

2025 年人力結構分析

職務類別\多元類別		性別		年齡			其他		
		男性	女性	30 歲以下	31-50 歲	51 歲以上	原住民	外籍移工	身心障礙者
高階管理階層 (總計 10 位)	人數	5	5	0	7	3	0	0	0
	比例	50%	50%	0%	70%	30%	0%	0%	0%
中階管理階層 (總計 33 位)	人數	3	30	2	29	2	0	2	0
	比例	9%	91%	6%	88%	6%	0%	6%	0%
基層人員 (總計 218 位)	人數	51	167	82	110	26	1	36	2
	比例	23%	77%	38%	50%	12%	0%	17%	1%
各多元類別人數		59	202	84	146	31	1	38	2
占全員工人數比例		23%	77%	32%	56%	12%	0%	15%	1%



7.2 薪酬水準

舊振南致力於建立具競爭力且公平合理的薪酬制度，作為吸引與留任優秀人才的基礎，也支持企業穩健成長與永續經營的關鍵。公司重視同工同酬，薪資給付不因性別而有所差異，體現對平等價值的落實。

我們的薪資組成包括固定與變動兩類，前者參考產業水準與勞動市場資料，並依據職位、專業能力與工作內容進行調整；後者則

透過年終獎金、員工紅利與績效獎金等項目，反映個人表現與公司營運成果的連動關係。藉此，不僅激勵員工全力以赴，也讓組織與成員共享成長果實。

為保障制度透明，公司制定《薪資管理辦法》及《績效獎金辦法》，並透過新進人員教育訓練及內部公告等方式，協助員工充分理解相關制度與權益。舊振南相信，唯有在公平、

透明與激勵並重的薪酬機制下，才能打造出一個有溫度的職場文化。

2025 年，舊振南非擔任主管員工總體薪酬的平均數約為新臺幣 36,000 元；非擔任主管職務之全時員工薪資中位數為新臺幣 34,836 元。

近 3 年舊振南員工平均薪資

(單位：元)

年度	基層人員平均標準薪資		基層人員平均標準薪資／當地最低薪資	
	男性	女性	男性	女性
2023	32,000	31,000	1.21	1.17
2024	34,000	34,000	1.24	1.24
2025	37,955	34,048	1.33	1.19

註：

1. 本公司定義之「重要營運據點」為本報告書揭露之營運邊界。
2. 本公司參考該年度勞動部基本工資公告制定員工及其他工作者薪資，確保不低於基本工資。
3. 2023 年~2025 年當地最低薪資分別為 26,400 元、27,470 元及 28,590 元。
4. 差異主要源自職務結構與年資組成，而非同工不同酬。

舊振南近 3 年非擔任主管職務之全時員工年薪平均數及中位數 (單位：元)

年度	薪資平均數	薪資中位數
2023	32,000	31,000
2024	34,561	34,000
2025	36,000	34,836

註：月薪平均數及中位數。

舊振南近 3 年各員工類別女男薪酬比率

年度	2024		2025	
	男性	女性	男性	女性
高階管理階層	1	0.56	1	0.62
中階管理階層	1	0.84	1	0.85
基層人員	1	0.91	1	0.9

- 註：
1. 計算方式：各類別女性平均薪酬 / 各類別男性平均薪酬。
 2. 薪酬：即年薪資，含本薪、伙食津貼、年終獎金、績效獎金、加班費等。

7.3 穩健優化人才結構，打造具歸屬感的職場文化

公司持續以「工作與生活平衡」、「主管理力提升」及「職涯發展支持」為核心策略，強化員工的留任動力與職場認同。

面對多變的人才市場與世代價值觀的轉變，舊振南深知，企業唯有持續優化職場環境、提升制度彈性與人性關懷，方能吸引並留住優秀人才。未來，我們將持續朝「具吸引力、可長期發展、富有歸屬感的職場文化」邁進，讓每位夥伴都能安心投入、看見未來。

此外，舊振南也致力於推動多元共融，積極提供身心障礙者就業機會，2025 年度已任用 2 名身心障礙員工，未來亦將持續擴大共融就業的實踐，打造更具包容力的職場。

新進員工和離職員工總數及比例統計

主要類別	次要類別	男性		女性		小計	
		人數	百分比 (%)	人數	百分比 (%)	人數	百分比 (%)
新進員工	30 歲以下	15	66.67%	31	45.59%	45	50.56%
	31-40 歲	3	14.29%	21	30.88%	24	26.97%
	40-50 歲	1	4.76%	13	19.12%	0	0.00%
	51 歲以上	3	14.29%	3	4.41%	6	6.74%
新進員工小計		21	100%	68	100%	89	84%
離職員工	30 歲以下	5	38.46%	33	51.56%	38	49.35%
	31-40 歲	4	30.77%	15	23.44%	19	24.68%
	40-50 歲	0	0.00%	11	17.19%	11	14.29%
	51 歲以上	4	30.77%	5	7.81%	9	11.69%
離職員工小計		13	100%	64	100%	77	100%

註：

1. 新進員工人數百分比計算公式為各類別新進員工人數 / 新進員工總數；離職員工人數百分比計算公式為各類別離職員工人數 / 離職員工總數
2. 離職員工包括自願或因解僱、退休或工作殉職而離開組織的員工。

7.4 福利保障完善

舊振南始終相信，唯有打造友善且溫暖的工作環境，才能讓員工安心投入、凝聚向心力，與公司一同穩健前行。因此，我們為全體正職同仁規劃了完善且具人情味的福利制度，除法定的勞健保、特休假、產假、育嬰假等基本保障外，更延伸出一系列涵蓋身心健康、生活照顧與家庭支持的多元福利。

從年節獎金、人壽與醫療保險、傷殘保險、退休金制度，到急難救助、婚喪禮金、家庭照顧假與男性陪產假等，皆以實際行動支持同仁在人生不同階段的需求。此外，公司也提供員工宿舍與免費膳食，並採彈性休假制度，讓育嬰與照護責任得以兼顧。

我們也重視員工的身心平衡與生活儀式感，舉辦健康檢查、運動活動與藝文體驗，並設有購物

優惠與各式補助。同時，我們也珍惜每一個人生的重要時刻，不論是收涎、抓周、DIY手作漢餅、節慶體驗，或是入職與生日的驚喜禮物，都讓員工在工作之餘，也能感受到被看見與被重視的幸福。

在舊振南，「福利」不只是制度，更是我們對彼此長遠陪伴的承諾。本公司規劃 2026 年將以申請勞動部「工作生活平衡獎」為目標，持續盤點並優化公司在彈性工作、友善家庭與員工關懷等面向的具體作為，讓既有福利不僅落實於日常，也能透過外部肯定展現舊振南打造友善職場的決心。



舊振南員工獨享福利措施

基本福利	保險	提供基本勞健保、團體壽險與重大疾病保險（含壽險、醫療、意外險、因公出差之旅平險）。
	休假	比照《勞動基準法》規定給予國定假日、特休；提供優於《勞基法》之假別：志工假，鼓勵員工參與公益活動，實踐企業社會責任。
	退休金制度	依據《勞退新制》辦理，按月提撥退休金。每月按薪資提撥 6% 至個人退休帳戶。符合資格可申請一次退休金提領。
獎酬福利	年終 / 績效獎金	年終獎金、個人績效獎金、團隊績效獎金，另提供提案獎金、投稿獎勵金、久任員工獎金、人才引薦獎金、喜餅推薦獎金、就業實習獎助學金等。
健康及生活促進	藝文活動	支持各類型國家級藝文團體，且不定期提供藝文活動票券予同仁。
	員工健檢與健康關懷	每年提供定期健康檢查。 每月提供 6 次臨場健康服務，由專業醫護人員協助健康管理。 並設有母性保護計畫與人因性過負荷預防措施，強化職場安全與照護。
	健康活動	提供多樣化健身系列課程，鼓勵員工養成運動習慣。

生活福利	多樣化補助	包含三節禮金、生日禮金、新人入厝禮、結婚禮金、生育補助金、急難救助金。
	員工購物優惠	提供員工購物及特約廠商折扣優惠。
	儀式感活動	手作漢餅文化體驗、不定期聚餐、年度尾牙、慶生聯誼、員工家庭日、抓周親子活動等。
	收涎	凡正職員工及其親屬（直系或三親等以內）參與活動，皆能享有免費或價格優惠之福利。 活動總價值：1,900 元 / 次（已含加購收涎服務）
	古禮抓周趣	凡正職員工及其親屬（直系或三親等以內）參與活動，皆能享有免費或價格優惠之福利。 活動總價值：3,000 元 / 次（若為雙胞胎則為 4,200 元 / 次）
	DIY 手作漢餅	凡正職員工及其親屬（直系或三親等以內）參與活動，皆能享有免費或價格優惠之福利。
	節慶體驗	自公司核心職能出發，提供各式文化體驗活動，讓同仁能直接接觸華人特有的文化、傳統和歷史，如：春節寫春聯、說中秋故事等活動。
	入職禮	於新進員工入職時贈送，並舉辦迎新會，讓員工快速融入舊振南大家庭，以凝聚團隊向心力。
工作環境	工作支持	完善設施與溫馨舒適的辦公空間，設有茶水區、員工休息區，並設置哺乳室，打造友善職場，貼心照顧不同階段員工需求。

7.5 深化員工與品牌認同

2025 年家庭日結合大寮紅豆節舉辦，邀請同仁與眷屬共同參與拔蘿蔔、糕點製作等體驗活動，透過親近土地與手作互動，感受農村生活與在地文化特色。活動安排兼具趣味性與教育意義，讓員工家庭在輕鬆愉快的氛圍中增進交流，也讓眷屬更深入認識公司文化、品牌精神與企業對地方的關懷。

透過家庭日與地方節慶的結合，不僅創造員工與家人共同參與企業活動的機會，也展現在地連結與支持社區發展的用心。藉由田園體驗、手作活動與親子互動，進一步凝聚員工情感，提升同仁及眷屬對公司與品牌的認同感。



7.6 母性健康保護計畫

本公司依法落實《性別平等工作法》，並倡議 SDGs 目標 5 之性別平等，支持員工生養下一代的權益，並保障同仁育嬰留停的權利。凡本公司員工任職滿 6 個月後，於每一子女滿 3 歲前，皆可申請育嬰留職停薪，期間至該子女滿 3 歲止，但不得逾 2 年。員工於育嬰留職停薪期間，均可繼續參加原有的社會保險。以下是舊振南在母性健康保護計畫的福利措施：

- 生育相關假別 (產假、陪產假、產檢假、育嬰假) 一律遵照法令規定。
- 生育禮金：提供生育禮金 20,000 元整。
- 生命禮俗體驗：子女滿四個月贈四月桃及收涎禮，週歲贈抓周服務。
- 彈性工時：為使同仁安心養育子女，家有幼兒需照護的員工，可申請彈性工時。
- 哺集乳室：總部設置哺 (集) 乳室，營造友善職場哺乳環境。

2025 育嬰留職停薪申請、回任及留任狀況

	男性	女性	合計
(a) 2025 年符合育嬰留停申請資格人數 ^{註1}	0	8	8
(b)2024 年實際申請育嬰留停人數	0	8	8
(c) 育嬰留停預計於 2025 年復職人數	0	7	7
(d) 2025 年育嬰留停實際復職人數	0	5	5
(e) 2024 年申請育嬰留停實際復職人數	0	6	6
(f) 2023 年申請育嬰留停復職後持續工作一年人數 ^{註2}	0	5	5
育嬰留停申請率 (b) / (a)	0	100%	100%
育嬰留停復職率 (d) / (c)	0	71%	71%
育嬰留停留職率 (f) / (e)	-	83.33%	83.33%

註：
1. 以過去 3 年 (2023-2025) 曾申請產假或陪產假之員工數估算。
2. 實際復職日於 2024 年且復職後在職滿一年。(2025 年仍在職)

7.7 勞資關係

舊振南為打造勞資和諧的職場環境，我們在維護勞動人權的基礎上，設立各種形式的勞資溝通管道，包括各項會議及共識營等；也完全遵循有關營運變化最短預告期之法令規範，使員工同仁獲得充分的勞務資訊，以降低員工離職可能，避免營運中斷。

暢通溝通管道

為了促進勞資關係和諧與永續發展，使勞資雙方溝通更順暢，本公司建立透明公開且有效的多向溝通管道，廣納全體員工寶貴意見。我們透過不同性質的會議討論及設立員工申訴信箱：eric1996@jzn.com.tw。瞭解員工的需求及期許，並積極回應其所關注議題。

公司與員工的溝通管道及頻率

共識營	一年一次
業務會議	一週一次
職工福利委員會 會議	一年四次
內部電子信箱 (申訴信箱)	24 小時
績效考核面談暨 職涯發展回饋	一年一次
內部教育訓練	不定期
企業內部刊物	一月一期
法令遵循、反貪腐、職安衛 與資安保護宣導	一季一次

本公司竭力打造溝通無礙的勞資關係，因此，本報告期間確實達成勞工人權的保障目標，包括：

- 無發生歧視事件及相關投訴
- 無違反結社自由及集體協商權利
- 無雇用童工
- 無發生強迫或強制勞動事件
- 無重大勞資糾紛
- 無延遲或積累員工意見及申訴事件

另外，當舊振南即將發生重大營運變化時，為保障員工就業權利與各項勞務條件，同時將衝擊降至最低，本公司 100% 遵守《勞動基準法》第 16 條之規定，依法行使終止勞動契約的最短預告期間。報告期間，本公司未發生營運重大變動之情事。

7.8 多元培訓管道

本公司致力於培育人才、強化員工專業能力，建構一套完整且具彈性的教育訓練機制，涵蓋從新進人員訓練、各職位所需的專業技能課程，到中高階主管的領導力發展培訓，皆由專人專職負責設計與推動，搭配職能提升專案，系統化強化組織戰力。

為提供同仁多元且便利的學習資源，公司導入實體課程、線上影音教材、知識管理系統等數位學習平台，並透過學習成效追蹤及教學滿意度回饋機制，持續優化訓練內容。

2025 年度每位同仁平均受訓時數為 34.30 小時，其中男性平均為 35.92 小時、女性平均為 33.82 小時。

2025 年各層級員工受訓時數及性別比

員工類別	計算方式	男性	女性	小計
高階管理階層	報告期間實際人數 (A1)	5	5	10
	報告期間受訓的時數 (B1)	384.15	465.96	850.11
	報告期間平均受訓的時數 (B1 / A1)	76.83	93.19	85.01
中階管理階層	報告期間實際人數 (A2)	3	30	33
	報告期間受訓的時數 (B2)	425.53	2,079.25	2,504.78
	報告期間平均受訓的時數 (B2 / A2)	141.84	69.31	75.90
基層人員	報告期間實際人數 (A3)	51	167	218
	報告期間受訓的時數 (B3)	1,309.67	4,287.40	5,597.07
	報告期間平均受訓的時數 (B3 / A3)	25.68	25.67	25.67
合計	報告期末工作者總數 (R)	59	202	261
	報告期間時數 (Q)	2,119.35	6,832.61	8,951.96
	每名工作者接受訓練的平均時數 (Q / R)	35.92	33.82	34.30

新人體驗營

員工在入職的第一天報到時，即安排一天的入職引導課程，內容涵蓋組織發展、部門簡介、人事規章、資訊系統使用及工作流程等，協助新同仁快速熟悉環境。而專為年資未滿半年的正式員工舉辦的「新人體驗營」，則帶領新人走進舊振南的百年故事，體驗品牌精神與文化，建立歸屬感並加速融入團隊。



舊振南舉辦新人體驗營，協助新進人員快速融入舊振南大家庭。

產學共創人才永續

舊振南參與 2025 年「全國服務創新跨界共創大賽」，以出題企業角色與大專院校學生共同探索服務創新與人才永續。透過學生參訪、成果提案與最終選定，促進校園創意與企業實務交流。本次共有 6 組學校團隊獲獎，舊振南也將於 2026 年持續參與，並視後續合作成果，推動方案落地、專案合作或實習機會。



促成產學對話與合作，並進一步完成人才媒合。

人才培育

舊振南持續強化主管領導與管理能力，針對基層及中階主管規劃績效管理、團隊領導等實務課程，重新定義主管與團隊間的互動關係，激發溝通與合作的新火花，並培育未來管理人才。

針對品牌重塑目標，我們每年安排高階主管與儲備幹部前往北部參與專業課程，汲取國際趨勢與品牌實務經驗。此外，透過每週一次的晨間讀書會，培養持續學習與深度思考的習慣。2025 年透過儲備幹部培訓計畫，共有 9 位第一線夥伴升至店長職。

線上課程

自 2020 年起，舊振南向知名線上學習平台購買線上課程，提供全體同仁不限時間與地點的學習資源，讓每位員工可依自身需求靈活安排進度。此舉突破人數與時程限制，為工作繁忙的同仁開啟隨時進修的管道，讓學習成為日常的一部分。

企業內部溝通

舊振南透過每週晨間分享與每月管理月報，讓同仁即時掌握公司現況與未來規劃，同時促進部門間交流與情感連結，強化資訊透明與團隊凝聚力。

2025年元月號 JAN / ISSUE 197

舊振南 E-NEWS

INTERNAL NEWSLETTER FOR JIU ZHEN NAN



舊振南管理月報提供公司未來規劃，讓同仁擁有共同目標一齊討論，凝聚公司向心力。

課程類別	課程時數	參與人次	完訓率
新人課程	24.95	1,568	99%
數位轉型	10.47	117	96%
品牌管理	28.75	300	86%
公司介紹	9.1	76	86%
永續 ESG	38.36	347	96%
管理課程	95	451	96%
行銷業務	101.61	1,087	94%
門市營運	69.53	555	96%
資訊應用	103.86	570	94%
食品安全	152.8	1,873	97%
資訊安全	16	1,287	98%

課程類別	課程時數	參與人次	完訓率
工廠管理	81	209	100%
烘焙技術	48	62	95%
包裝實作	1.5	23	100%
機台操作	9.5	33	100%
職業安全衛生	204.55	1,030	92%
人力資源	50.6	531	94%
財務會計	69.45	138	93%
藝術文化	8.5	306	99%
公司治理	42.5	58	100%
未分類	8	38	74%
總計	1174.03	10,659	96%

7.9 卓越服務的背後，是人才培育的長期深耕

2025 年全國商店優良店長獲獎紀實

舊振南始終相信，品牌的價值由每一位與顧客互動的第一線服務人員共同創造。透過持續優化的教育訓練與人才培育體系，我們不僅傳承百年品牌的待客精神，更強化門市夥伴的專業力與文化溝通能力，讓服務成為品牌與顧客之間最真誠的連結。

在 2025 年由台灣連鎖暨加盟協會（TCFA）主辦的「全國商店優良店長頒獎」典禮上，舊振南再度傳來捷報——來自新光台南店的林雅雯店長與台北晶華店陳筱婷店經理，雙雙獲得「優良店長」殊榮，成為全場矚目的焦點。

林雅雯店長以卓越服務深化顧客與品牌連結，打造高忠誠度客群與優質口碑；透過真誠專業與細膩服務，成為品牌最佳代言人。重視人才培育與團隊賦能，建立高凝聚力、低流動率的菁英

團隊，並以誠信領導及卓越危機處理能力，持續創造顧客、員工與品牌共好的永續價值。

陳筱婷店經理擘劃北區門市發展策略，帶領團隊達成績效目標，優化營運流程與資源配置，打造優質顧客體驗與高效營運體系。重視人才培育與跨域協作，建立高凝聚力團隊，並以卓越危機應變、品牌經營及合規管理能力，持續提升品牌價值與永續競爭力。

我們深信，人才是品牌最美的風景。透過厚實的人才基礎，我們將持續深化服務品質，讓每一位顧客都能在舊振南感受到溫度、故事與文化的交織，並共同延續這份來自百年品牌的信任與喜悅。



7.10 績效與職涯發展

本公司重視員工職涯發展，規劃完整升遷及薪酬制度並定期執行員工績效考核，進公司滿三個月的員工每年會進行 新進人員關懷面談，針對工作績效表現、員工自身職涯或進修規劃等職務問題進行討論與考核，並依據考核結果連結人力資源管理作業，如：調薪、晉升、獎酬、調任等，以利組織職能管理及人力資本發展。

舊振南 2025 年員工績效檢核情形

員工類別	計算方式	男性	女性	小計
高階管理階層	報告期末員工總數 (A1)	5	5	10
	定期接受績效及職涯發展檢視的員工數 (B1)	5	5	10
	百分比 (B1/A1)	100%	100%	100%
中階管理階層	報告期末員工總數 (A2)	3	30	33
	定期接受績效及職涯發展檢視的員工數 (B2)	3	29	32
	百分比 (B2/A2)	100%	97%	97%
基層人員	報告期末員工總數 (A3)	51	167	218
	定期接受績效及職涯發展檢視的員工數 (B3)	31	133	164
	百分比 (B3/A3)	60.78%	79.64%	75.23%
合計	報告期末員工總數 (R)	59	202	261
	定期接受績效及職涯發展檢視的員工總數 (Q)	39	167	206
	定期接受績效及職涯發展檢視的員工比例 (Q / R)	66.10%	82.67%	78.93%

7.11 職業安全衛生

舊振南為維護員工安全、防止職業災害情事發生，我們遵照 ISO 45001 職業安全衛生管理系統之精神及規範，透過規劃、實施、與評估及改善職安衛環境，提升安全衛生管理水準，實現安全管理目標。職安衛管理範圍涵蓋所有營業據點，規範所有工作者及所有生產活動，並辨識與消除危害、風險評估、事故調查與稽核、制定與管理承攬商與供應商的稽核標準。另外，舊振南也遵循職業安全衛生法暨相關法令規範，管理工作人員及急救人員，且每年辦理安全衛生教

育訓練。

舊振南要求內部員工針對產業性質工作場所特性，取得職業安全衛生相關證照、執照包括甲、丙種職安衛業務主管、防火管理人、急救人員及小型鍋爐操作人員，並定期回訓（2 年一次或 3 年一次），以建立完善的職安衛環境，讓員工安心工作並降低職災風險發生機率及影響程度。

舊振南職業安全衛生管理之危害鑑別、分析及改善措施

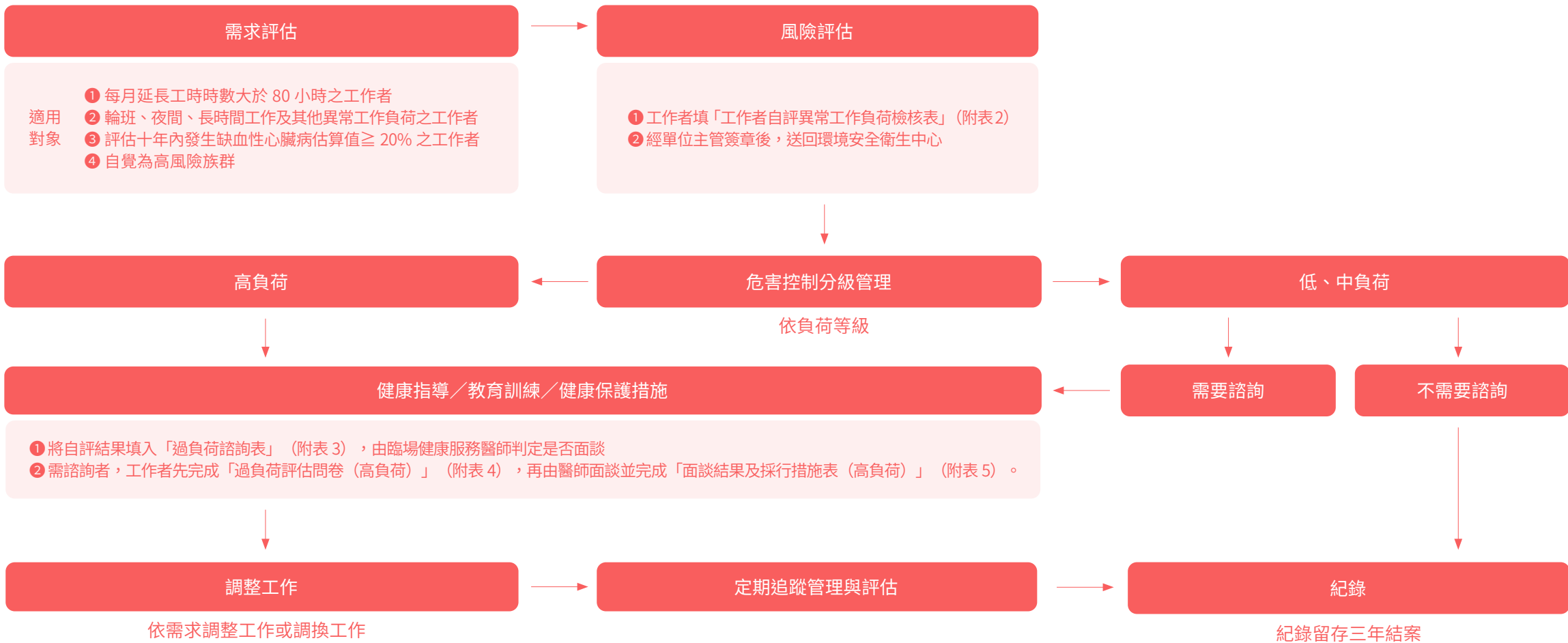
危害鑑別	危害分析	風險等級	改善措施
機械危害	不安全環境或設施：機械未有安全防護機構	低	① 配戴、更新護具：粉塵、噪音 ② 通風換氣：高溫熱環境 ③ 定期健康檢查：粉塵、人因工程 ④ 輪調或暫時變更工作：人因工程 ⑤ 縮短工時工作：人因工程、高溫熱環境
	不安全行為：手部不當觸碰機械	低	
化學性危害	粉塵：麵粉粉塵於烘焙過程中沾附於工作服、飄散至空氣中，以致造成烘焙業勞工之直接吸入，或者吸入工作過程中沉降於桌面、地面後再度揚起的粉塵	低	
物理性危害	高溫作業、噪音及重複性作業所產生的人因工程危害	低	
人因性危害	作業姿勢重複所造成的肌肉骨骼傷病危害	低	

職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者

廠區	工作者總數
高雄總公司	50
工廠	136
營業據點	75
合計	261
比例	100%

註：上表含非員工的工作者：非由公司直接聘雇，但其工作是由公司控制的勞工總數，包括人力仲介之派遣工、承包商之承攬工（保全人員、清潔人員、綠化人員、廚師等），主要工作類型為環境清潔、膳食供應等；其中也包含未有勞雇關係的實習生、志工。

舊振南人因性危害防止之管理流程圖



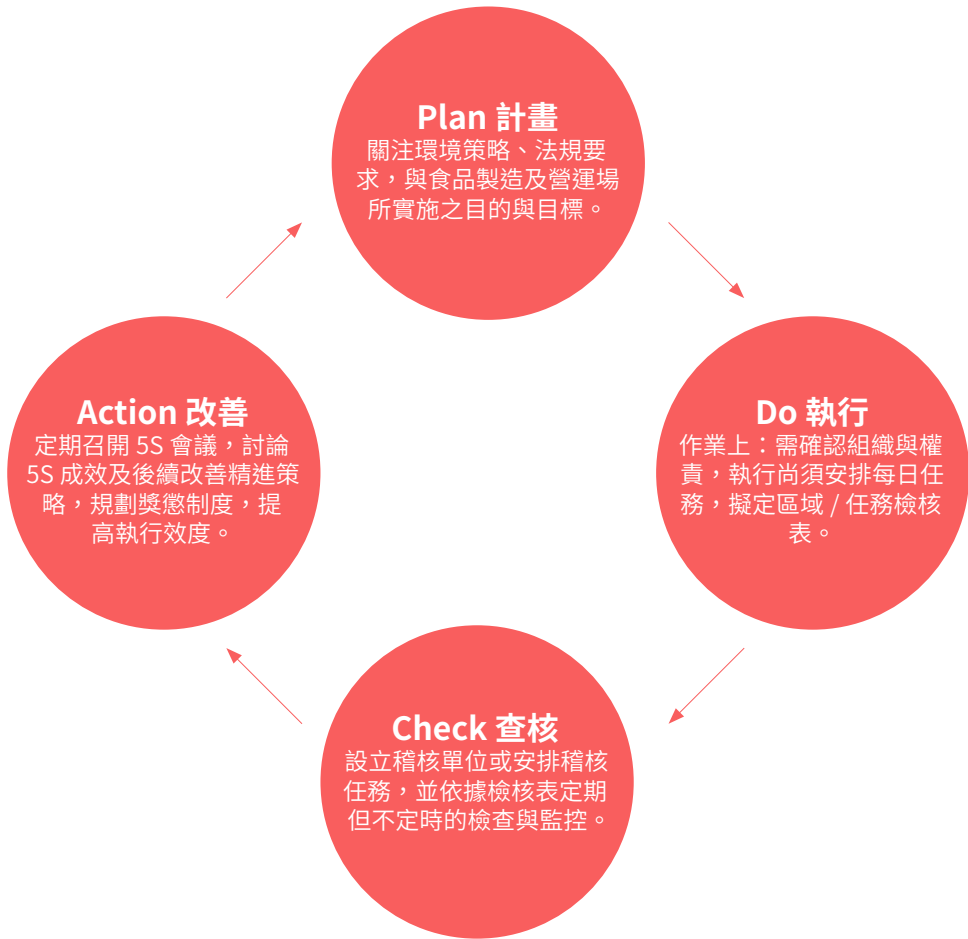
積極防範職業災害

本公司為徹底執行職安衛管理，定期進行職業危害辨識與風險評估，並應用分級管控，落實執行職業災害防止暨自動檢查，以達到零災害目標。透過 PDCA（Plan-Do-Check-Act）循環式品質管理，持續改善舊振南在職業安全衛生面上的管理。如工作者認為工作環境可能導致傷害或疾病時，亦可向直屬主管申請轉調他職，也同時保護前述申請者免於遭受恐嚇、威脅或中止僱用合約等情事。

舊振南職安衛促進措施

面向	措施
安全衛生管理	2 位主管及 10 位人員取得職安相關證照
安全衛生教育及訓練	• 工廠進行在職 / 新進人員安全衛生教育訓練 • 危險性機械設備人員安全衛生教育訓練
緊急應變	每年 2 次火災預防教育訓練，包含各部門所屬工作區域火災緊急應變及滅火器實際操作教育訓練（全員參與），獲得消防局認可為優良示範場域
健康管理與促進	每年健康檢查
安全衛生活動	優於法規的臨場醫護講座，2025 年共舉行 8 場

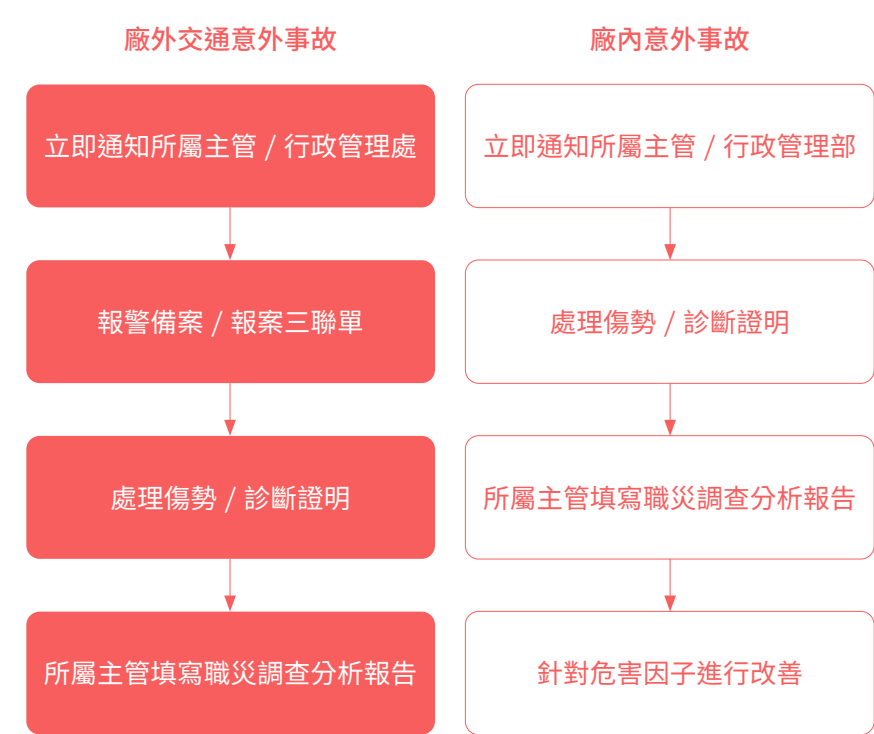
職安衛風險辨識、管理與評估流程圖



職業傷害

本公司及承攬商主要的職業傷害類型為跌倒、捲夾、撞傷、切割擦傷等，其中捲夾危害為造成嚴重職業傷害風險的職業危害。當發生職業傷害時，均先停機，及進行簡易排除，並宣導操作人員應注意機台內狀況，並將風險降至最低。近 3 年舊振南發生職業災害及死亡、職業病等相關情事之件數為 1 件。

舊振南職業災害通報流程



近 3 年舊振南工作者職業傷害統計 (GRI 403-9 職業傷害)

年度	2023		2024		2025	
工作者類型	員工	非員工	員工	非員工	員工	非員工
總經歷工時	350,783.1	16,623.1	424,074.5	23,871.52	450,884	12,932.5
死亡人數	0	0	0	0	0	0
死亡率	0	0	0	0	0	0
嚴重職業傷害件數	0	0	0	0	0	0
嚴重職業傷害率	0	0	0	0	0	0
可記錄職業傷害件數	1	0	0	0	0	0
可記錄職業傷害率	0.57	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
傷害類型	人員操作機台 (包餡機) 不慎被夾傷		N/A	N/A	N/A	N/A

- 註：
- 職業傷害指工作者執行職務或於工作場域中發生的意外傷害，統計基準不包含上下班「通勤災害」。
 - 總經歷工時：計算所有工作者的全年度工時加總；員工依實際上班及加班時數加總計算。
 - 嚴重職業傷害：指因職業傷害而導致失能、或無法於 6 個月內恢復至受傷前健康狀態之傷害（不包含死亡）。
 - 死亡率＝職業傷害所造成的死亡人數 ÷ 總經歷工時 × 200,000。
 - 嚴重職業傷害率＝嚴重職業傷害件數 ÷ 總經歷工時 × 200,000。
 - 可記錄職業傷害率 (Total Recordable Injury Frequency Rate, TRIFR)＝可記錄職業傷害件數（含嚴重職業傷害件數、死亡人數及其他可記錄之職業傷害件數）× 200,000 ÷ 總經歷工時。
 - 4~6 點比率計算方式：計算至小數點後 2 位，不 4 捨 5 入。



近 3 年舊振南工作者失能傷害頻率與嚴重率統計

年度	工作者類型	因失能傷害而損失工作日數	失能傷害頻率（FR）	失能傷害嚴重率（SR）	總合傷害指數（FSI）
2023	員工	90	0.57	51.31	0.17
	非員工	0	0.00	0.00	0
2024	員工	0	0.00	0.00	0
	非員工	0	0.00	0.00	0
2025	員工	0	0.00	0.00	0
	非員工	0	0.00	0.00	0

- 1. 損失工作日數：無法工作天數（休息天數）；計算基準含職業災害公傷假，不含病假及生理假別。
- 2. 失能傷害頻率（Disabling Frequency Rate, FR）＝失能傷害人次數 ÷ 總經歷工時 × 200,000（計算至小數點後 2 位，不 4 捨 5 入）
- 3. 失能傷害嚴重率（Disabling Severity Rate, SR）＝失能傷害損失日數 ÷ 總經歷工時 × 200,000（取整數，不 4 捨 5 入）
- 4. 失能傷害之總合傷害指數（Frequency-Severity Indicator, FSI）＝ $\sqrt{（FR \times SR） \div 1,000}$

有關職業安全衛生之工作者訓練

舊振南為讓員工能在健康安全的工作環境下工作，定期辦理總部員工及工廠員工相關職安衛訓練，提供一般訓練及涉及職業危害及危險活動的特定訓練（包括物理性及化學性相關危害），以使員工能學習於工作上必要之安全知識。為了避免相似事故重複發生，本公司亦定期辦理事故教育訓練，並透過事故調查分析手法，使同仁了解事故成因，減少工安意外的發生並強化員工健康與安全。2025 年總參訓時數 1,151.5 小時，參訓達 710 人次，依年度員工人數 236 人計算，平均每人參訓時數約 4.88 小時。

2025 年人員職安衛訓練

員工類別		2025 年度訓練課程	參訓人次	參訓時數
總部及據點員工	一般訓練	一般職業安全衛生課程	44	88
		臨場服務	296	148
		職業安全衛生法條文解析	1	7.5
	特定訓練	2025 上半年度消防演練	50	60
		2025 下半年度消防演練	42	42
		凱樂斯 AED 教育訓練	6	9
工廠員工	一般訓練	一般職業安全衛生課程	21	42
		外籍職業安全課程	26	26
		臨場服務	3	1.5
		職業安全衛生業務主管回訓課程	1	6.5
		防火管理人講習訓練 - 複訓班	1	6
		CTPAT 基礎訓練一日專班	13	78
		急救人員在職訓練 (回訓)	2	6
		2025 上半年 & 下半年度消防演練 (4hrs)	203	609
		小型鍋爐操作人員特殊安全衛生教育訓練	1	22
總計			710	1,151.5

職業健康服務

為保護工作者身心健康，本公司由行政管理部，每年依作業環境監測結果，進行相關人員特別危害健康作業健康檢查，並依法實施分級健康管理。第三級管理者，隔年會再進行追蹤；第四級管理者由專業醫師提供健康諮詢、指導及現場訪查，並由護理師辦理持續追蹤至狀況改善，並持續管理員工健康。2025 年員工皆無第三級、第四級的情況。

工作者健康促進

作為國內百年餅店，舊振南長久以來積極致力推廣員工健康促進，保障工作者在非職業相關的醫療保障，不僅保護員工身心健康，對於公司本身也有長期助益。因此，每年定期辦理全體員工健康檢查，包含一般健康檢查及特殊健康檢查等項目。體檢結果由廠護及職業醫學科專科醫師實施衛教與健康追蹤檢查，必要時得執行疑似工作相關疾病之現場評估。截至 2025 年底，本公司員工並無因特殊作業造成體檢異常項目。

以下是我們為促進工作同仁在獲得非職業醫療與健康服務上的相關舉措：

- 緊急應變中心
- 特約律師諮詢
- 健康諮詢
- 公司團保人壽諮詢
- 職場不法侵害 / 性騷擾 / 意見反應
- 自我檢測
- 健康新知：定期於佈告欄與公司內部網站貼文宣導最新健康須知。

製餅鋪木盛盒

禮餅神祕

The Secret behind the Wood Chests

傳承多年的「木盛」，象徵著百年來對面南對面北的誠心與實情。傳統婚禮，男方訂婚時會準備六禮（或十二禮）敬贈女方，女方也需回禮。其中，「禮餅」是不可或缺的一項；而裝著這些禮餅的容器，就是木盛盒。那與傳統竹編盛盒可於禮堂禮餅、各式禮餅用品及祭神物品。舊時南豐村下的木盛盒與禮餅，不僅承襲了傳統的禮餅文化，也象徵百年來對面北誠心的傳承。

Yunnan historical "wood chests" are characterized by the Han Han's history heritage. For ancient customs, the groom presents a set of 6 or 12 gifts for the bride during the engagement. The bride has to reciprocate accordingly. Such Pastry is a ritual item of the gift-giving ritual, and the historical gifts are placed in ornate wood chests. The ceremonial vessels Pastry Pastry are used in such parties, wedding and ancestral worship items. The wood chests and gift baskets kept from the village days, as you can see, indicate cultural history, custom, and the Han Han's fine past making legacy.

「讓人感動的漢餅文化」

盡量把它停水下去

"A pastry legacy that touches
I'll do my part to pass it on"

男方所準備的六禮包含哪些呢？
What has the groom put together?

女方又要回禮嗎？
How does the bride reciprocate?

大餅
(又稱為日頭餅/禮餅)
Large pastry (known also as the
sun pastry/wedding cake)
圓形的漢餅，有多種口味可供
選擇，通常為12個。

小餅
(又稱為金仔餅/合婚餅)
Small pastry (also called beaded cake
/marriage cake)
每一顆小餅都象徵著一份心意，
通常為12個。

聘金首飾
Money gift and jewelry for the bride's family
以表示對結婚禮儀的重視與對
女方的重視。

六色喜糖
Six color Wedding Candy
具有祝福兩意的心意，內含的每粒
糖心皆有討喜、甜蜜的含義。
The candy serves as a hint to marry. Moreover, every
type of candy denotes joy and sweetness of the union.

男方金飾
Gold jewelry
for the groom

禮香炮燭
Incense sticks, firecrackers and candles
回禮
The bride's family will receive gifts of gifts to return.

大餅
Large pastry
6-12個
6-12 pieces

男方頭尾禮
Garments for the groom from head to toe
男方從頭到腳的衣服、皮包、襪子、
鞋子等，通常為6-12件。

關於
Learn about

STEP.1

挑選想了解的物件
Pick the item you want to
know more about.



- 員工
- 股東 / 投資人 / 金融機構
- 政府與主管機關
- 客戶 / 消費者
- 供應商 / 原料商
- 分銷商 / 通路商
- 社區 / 在地居民 / 地方團體
- 媒體

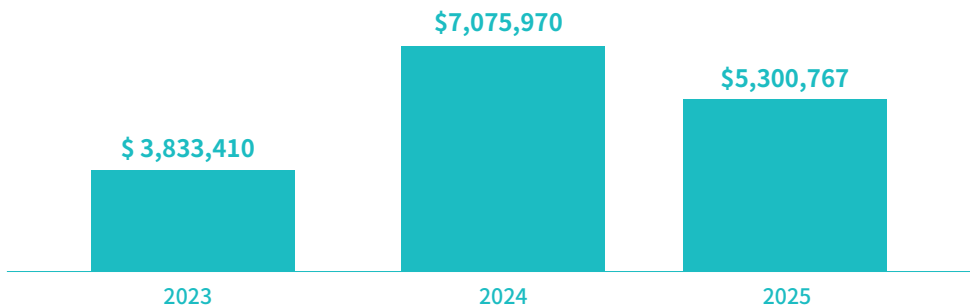
8.1 舊振南社會參與綜覽

舊振南長期深耕高雄，重視與周遭社區的互動，善用企業豐沛的人才與資源，積極發展社會參與關係，將溫暖觸及社會各個角落，包括扶助弱勢族群、推廣教育活動、促進體育發展、產學合作等等具體行動，與各方攜手共創社會永續；2025 年社會參與支出總金額為 5,300,767 元，其中包括其中現金捐贈、產品捐贈及公益活動支出。

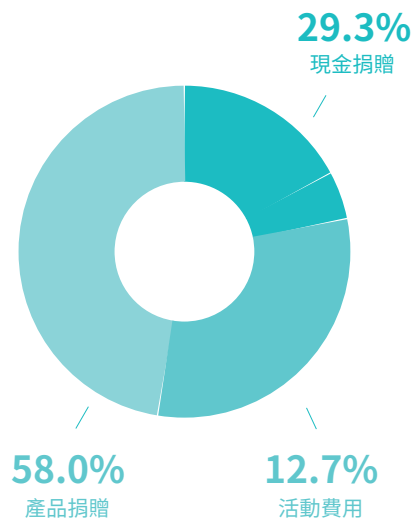
年度	現金捐贈	產品捐贈	公益活動費用支出	社會參與支出總金額
2023	670,000	3,163,410	-	3,833,410
2024	746,000	5,753,970	576,000	7,075,970
2025	1,555,000	3,073,767	672,000	5,300,767

舊振南社會參與總支出

單位：元



2025 舊振南社會參與支出占比



8.2 2025 年主要社會參與活動

專案	投入	產出	影響
舊振南 × 高雄市立美術館 《馮·沃爾夫的花園堡壘》特展 (2025/11/15~2026/4/19)	贊助 500 盒特展限定禮盒	特展合作場域：1 場國際藝術特展 參觀人次：50,249 人次 文化禮贈支持人次：約 500 人次以上 品牌跨界合作類型：藝術 × 漢餅文化 ESG 社會參與面向：文化平權／藝術推廣／地方文化支持	推廣厚禮文化與在地精神為使命。本次與高美館合作，象徵品牌在城市文化場域中的持續投入，讓百年餅藝與國際藝術在南方相遇，共同打造屬於高雄的文化亮點。
舊振南常設展： 【漢餅．展】	培訓 10 位導覽人員，協助常設展導覽 共計投入 80 小時，持續推廣漢餅文化與禮俗內涵。	累計接待 1,967 人次，包括企業貴賓 1,377 人次、學校團體 & 公益偏鄉學童 275 人次與一般訪客 315 人次。	透過實體展覽深化品牌精神，串聯企業參訪、校園導覽與公益推廣，強化大眾對漢餅文化的理解與參與，逐步擴大文化教育的社會影響力。
舊振南 × 高雄餐旅大學 人才培育專案	專案共投入 50 萬新臺幣，規劃 5 項主題課程，投入 64 小時教學時數，培訓 26 位高餐學生與 34 位員工，由 4 位專業師資授課，強化實務技能與產學連結。	共 26 位學生參加培訓，激盪出 9 項創新商品，產出紅烏龍草仔粿布雪、油封番茄布列塔尼等跨界創新作品。	建立學長姐傳承機制，邀請第一屆冠軍學員擔任講師 / 助教。 廚藝課程著重在產品設計思考及創新，適用於在校生人才培育及員工派外訓練。 加入食物設計主題課程，讓學員學習食物如何呈現、其意義與空間關係。
高雄市立兒童美術館 × 胖叔叔說故事	舉辦春節、兒童節與中秋節三場年節故事活動，約 12 位志工同仁投入共 48 小時服務時數，並贊助 1,800 份糕點（市值 184,000 元）。	2025 年舉辦節慶故事活動 3 場，吸引 2,000 組家庭熱情參與。自 2012 年起已累計 34 場次，參與人次達 13,350 人（2021 年因疫情取消）。	透過說經典故事傳遞節慶文化，舊振南與高雄市立兒童美術館共同以親子共學方式，讓孩子在歡樂中認識傳統禮俗，也讓文化在世代之間溫暖延續。

專案	投入	產出	影響
支持國內藝文團隊： 與國家交響樂團、巴洛克獨奏家樂團、衛武營文化藝術中心共同合作，贊助世界級展演	舊振南長期以年度贊助支持國內藝文團隊，2025 年除提供經費支持與實物資源（約 65 萬元及 1,500 份禮品），亦邀請員工及上下游合作夥伴一同參與展演活動，期望透過實際行動支持在地文化，深化企業與藝文的長久連結。	2025 年，舊振南透過年度贊助，共支持 10 檔節目、28 場演出，觸及約 3 萬名觀眾。	對中式糕餅品牌而言，支持國內藝文團隊能有效傳遞其「傳統經典文化 & 生活情感連結」的價值，從單純食品製造者升級為文化傳承者與生活美學推動者。藉由與專業的藝文團體合作，品牌形象得以提升至「文化精品」的層次，並透過藝術跨文化語言及多元形式呈現，在國際市場中彰顯美學價值。同時，這樣的參與展現了企業責任與社會參與感，建立公眾信任，並為面對高端客群及政府、企業合作奠定正向的品牌形象與社會肯定。
佛光山慈悲基金會： 捐贈佛誕餅與節慶禮	每年定期捐贈佛誕餅及各式節慶禮盒，支持社會公益活動。2025 年共捐贈佛誕餅 27,000 顆，市值約新臺幣 154 萬元，讓更多民眾在節慶中感受祝福與分享的喜悅。	2025 年舊振南持續捐贈佛誕餅 27,000 顆，透過佛光山及各分院佛誕節慶與重要節日，觸及超過 27,000 名參與民眾，深化品牌與社區的文化連結。	舊振南以糕餅承載文化祝福，與佛光山攜手製作佛誕餅，將傳統糕點化為祝福的載體，不只是商品，更是一種文化符號，讓善念隨餅香傳遞到更多人心中；佛光山的信眾國內外皆有，於重要節日透過糕餅傳遞「結緣」與「祝福」的意念，更可讓大眾將品牌視為「善緣」的一部分，產生情感性支持，深化「文化、生活、心靈」三位一體的品牌精神。
惜食計畫	舊振南持續推動惜食計畫，將產品化為社會支持資源，2025 年投入實物單品數量 5 萬個，市值約新臺幣 247 萬元，延續食材價值，實踐品牌永續理念。	惜食計畫支持 30 餘所學校單位與慈善機構，讓資源被妥善運用，擴大社會影響力。	以實際行動展現對環境永續與社會責任的承諾。深知每一份食材的珍貴，透過減少浪費、妥善運用資源，將百年糕餅工藝與現代永續理念結合，讓傳統美味在守護地球的同時持續傳遞幸福與祝福。拉近品牌與年輕世代的距離，讓消費者感受到舊振南不只是糕餅製造者，更是積極實踐社會責任、傳遞良善影響力的品牌。

註：各專案所列市值係以市價估算



惜食計畫

食物浪費不僅造成資源耗損，更在生產、運輸及廢棄處理過程中產生大量溫室氣體，加劇氣候變遷問題。根據聯合國糧農組織（FAO）2011 年的統計，全球每年約有 13 億公噸食物遭到浪費，相當於總生產量的三分之一。臺灣同年每日平均廚餘回收量也高達 1,447 公噸，較 2019 年成長 6%，顯示食物浪費問題亟待改善。

舊振南自 2016 年起推動「惜食計畫」，透過實際行動響應聯合國永續發展目標（SDG 2 終結飢餓），逢年過節主動捐贈漢餅，以期盼透過這份綿延的關懷，讓傳統糕餅不僅成為節慶美味，更傳遞企業對社會的溫暖支持與責任。

2025 年舊振南主動啟動計畫贈予在地校園及社福團體，避免食物報廢造成浪費，也讓資源在最需要的時刻發揮最大價值，展現企業因應突發狀況的行動力與社會責任感。

惜食計畫不僅實質減少廚餘，更讓「共享」成為消費者參與其中的永續日常，透過漢餅傳遞對環境的敬重與對人的關懷，實踐綠色飲食與正向循環的願景。



胖叔叔 × 舊振南，
節慶裡的童趣與傳承

高雄市立兒童美術館與舊振南自 2012 年合作以來，為大小朋友們創造一段溫暖又難忘的回憶。2025 年，我們再次與「最會說故事的人」——胖叔叔攜手合作

於高雄市立兒童美術館舉辦「胖叔叔說故事」公益活動，配合農曆春節與中秋節推出應景節慶場次，透過生動的沉浸式互動，將永續文化種子深植下一代心中。

春節蛇年特選故事：於 2025 年 1 月 12 日舉辦《歲時味・幸福的好味》活動。邀請故事職人「胖叔叔」走入兒美館中庭，為大小朋友演繹「百步蛇的新娘」與「白蛇傳」等經典神話，用聲音與故事帶領親子家庭感受豐富的傳統歲時底蘊。

中秋月亮神話與分享：於同年 9 月 21 日結合中秋佳節，以月亮傳說引領孩童探索節慶意涵。活動尾聲更發放舊振南特製的限量「蛋黃酥」美味好禮，落實社區關懷，傳遞溫暖的分享精神。舊振南透過在地藝文跨界合作，以多元創新的社會參與模式實踐 SDGs「良好健康與福祉」及「永續城市與社區」目標，持續為社會注入永續正能量。

說故事的魔力，讓傳統文化不再只是課本裡的知識，而成為親子間一段段共享的記憶。在舊振南，我們相信節慶不只是儀式，更是文化與情感的延續——一起聽故事、吃好餅、過好節，讓每一年的團圓時光都更有滋味。



8.3 服務・傳承與創生

舊振南志工服務計畫

為了從內部文化出發，實踐企業社會責任，舊振南自 2019 年起推動「企業志工服務計畫」，鼓勵同仁實際參與公益行動。透過多元合作，提供志工支援與服務，讓同仁能親身投入關懷行動，將溫暖傳遞給需要的人。除社福服務外，同仁亦可選擇參與公司舉辦的漢餅文化推廣活動，藉此深化對品牌核心價值的認識。舊振南期盼透過這些多元參與機會，讓員工在實踐 ESG 理念的過程中，更加了解企業精神，進而凝聚向心力、提升歸屬感。

歷年企業志工服務投入

	志工人次	志工服務時數	受益人次
2023	46	130.5	6,744
2024	49	514	5,263
2025	40	240	2,000



企業員工參與志工服務計畫



公司邀請高雄餐旅大學餐旅教授，前來培訓舊振南企業志工

公協會的會員資格

項次	參與的公協會	會員資格
1	臺北市進出口商業同業公會	團體會員
2	臺灣精品品牌協會	團體會員
3	台灣食品產業發展協會 (TFIDA)	團體會員
4	台灣優良食品發展協會 (TQF)	團體會員
5	台灣服務優良品牌協會	團體會員
6	百年暨一甲子老店聯誼會	團體會員
7	中華民國企業永續發展協會 (BCSD)	團體會員
8	國品永續精銳聯盟	團體會員
9	高雄市糕餅公會	團體會員
10	臺北市糕餅商業同業公會	團體會員
11	台灣董事學會	團體會員
12	文字探勘與數位轉型服務產學聯盟	團體會員
13	社團法人台灣服務科學學會	團體會員

GRI Standards 索引表

GRI 編碼	揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 通用準則版本：GRI 通用準則 2021			
適用的行業準則：無			
GRI 1：基礎 2021			
【使用聲明】：GRI 1：舊振南依循 GRI 準則報導 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期間的內容。			
GRI 2：一般揭露 2021			
GRI 2-1	組織詳細資訊	關於本報告書	P. 03
GRI 2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	P. 03
GRI 2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	P. 03
GRI 2-4	資訊重編	無	N/A
GRI 2-5	外部保證／確信	關於本報告書	N/A
GRI 2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	5.1 永續供應鏈	P. 72
GRI 2-7	員工	7.1 多元年輕的活力職場	P. 92
GRI 2-8	非員工的工作者	7.1 多元年輕的活力職場	P. 92
GRI 2-9	治理結構及組成	2.2 專業董事會成員及進修情形	P. 33
GRI 2-10	最高治理單位的提名與遴選	2.2 專業董事會成員及進修情形	P. 33
GRI 2-11	最高治理單位的主席	2.2 專業董事會成員及進修情形	P. 33
GRI 2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	2.3 舊振南 ESG 小組組織層級	P. 35
GRI 2-13	衝擊管理的負責人	2.4 風險管理	P. 36
GRI 2-14	最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	P. 03

GRI 編碼	揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 2-15	利益衝突	2.2 專業董事會成員及進修情形	P. 33
GRI 2-16	溝通關鍵重大事件	2.2 專業董事會成員及進修情形	P. 33
GRI 2-17	最高治理單位的群體智識	2.2 專業董事會成員及進修情形	P. 33
GRI 2-18	最高治理單位的績效評估	本公司非上市櫃公司，自願參考上櫃公司作業辦法編製，本條不適用	N/A
GRI 2-19	薪酬政策	本公司非上市櫃公司，自願參考上櫃公司作業辦法編製，本條不適用	N/A
GRI 2-20	薪酬決定流程	本公司非上市櫃公司，自願參考上櫃公司作業辦法編製，本條不適用	N/A
GRI 2-21	年度總薪酬比率	7.2 薪酬水準	P. 94
GRI 2-22	永續發展策略的聲明	董事長的話	P. 02
GRI 2-23	政策承諾	2.1 治理有道，永續有本	P. 31
GRI 2-24	納入政策承諾	2.1 治理有道，永續有本	P. 31
GRI 2-25	補救負面衝擊的程序	2.6 誠信經營	P. 39
GRI 2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	2.6 誠信經營	P. 39
GRI 2-27	法規遵循	2.6 誠信經營	P. 39
GRI 2-28	公協會的會員資格	附錄	P. 122
GRI 2-29	利害關係人議合方針	重大性分析與利害關係人溝通	P. 10
GRI 2-30	團體協約	7.7 勞資關係	P. 102

重大主題揭露

GRI 編碼	揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 3：重大主題 2021			
GRI 3-1	決定重大主題的流程	重大性分析與利害關係人溝通	P. 10
GRI 3-2	重大主題列表	重大性分析與利害關係人溝通	P. 10
漢餅文化與推廣			
GRI 3-3	重大主題管理	CH3 漢餅文化推廣管理方針	P. 43
GRI 3-3	自訂重大主題	CH3 漢餅文化推廣管理方針	P. 43
食品安全與品質管理			
GRI 3-3	重大主題管理	CH4 食品安全與品質管理方針	P. 53
GRI 3-3	自訂重大主題	CH4 食品安全與品質管理方針	P. 53
漢餅文化與推廣			
GRI 3-3	重大主題管理	顧客關係管理	P. 64
GRI 3-3	自訂重大主題	顧客關係管理	P. 64
職業健康與安全			
GRI 3-3	重大主題管理	CH7 職業健康與安全管理方針	P. 91
GRI 403-1	職業安全衛生管理系統	7.11 職業安全衛生	P. 109
GRI 403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	7.11 職業安全衛生	P. 109

GRI 編碼	揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 403-3	職業健康服務	7.11 職業安全衛生	P. 109
GRI 403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	7.11 職業安全衛生	P. 109
GRI 403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	7.11 職業安全衛生	P. 109
GRI 403-6	工作者健康促進	7.11 職業安全衛生	P. 109
GRI 403-7	預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	7.11 職業安全衛生	P. 109
GRI 403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	7.11 職業安全衛生	P. 109
GRI 403-9	職業傷害	7.11 職業安全衛生	P. 109
GRI 403-10	職業病	7.11 職業安全衛生	P. 109
責任行銷與標示			
GRI 3-3	重大主題管理	CH4 責任行銷與標示管理方針	P. 63
GRI 3-3	自訂重大主題	CH4 責任行銷與標示管理方針	P. 63
GRI 417-1	產品和服務資訊與標示的要求	4.4 責任行銷與標示	P. 66
GRI 417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	本公司無發生產品違規標示之事件	N/A
人才發展管理			

GRI 編碼	揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 3-3	重大主題管理	CH7 人才發展管理方針	P. 90
GRI 404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	7.8 多元培訓管道	P. 103
GRI 404-2	提升員工職能及過渡協助方案	7.8 多元培訓管道	P. 103
GRI 404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	7.10 績效與職涯發展	P. 108
資訊安全與個資保護			
GRI 3-3	重大主題管理	CH4 資訊安全與個資保護管理方針	P. 65
GRI 3-3	自訂重大主題	CH4 資訊安全與個資保護管理方針	P. 65
GRI 418-1	經證實侵犯顧客隱私或遺失顧客資料的投訴	4.6 資訊安全與風險防護作為本公司無發生個資外洩事件	P. 69
風險管理			
GRI 3-3	重大主題管理	CH2 風險管理方針	P. 36
GRI 3-3	自訂重大主題	CH2 風險管理方針	P. 36
永續原料採購			
GRI 3-3	重大主題管理	CH5 永續原料採購管理方針	P. 71
GRI 204-1	來自當地供應商的採購支出比例	5.1 永續供應鏈	P. 72

GRI 編碼	揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 308-2	供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動	5.2 供應商管理政策	P. 74
GRI 414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	5.2 供應商管理政策	P. 74

非重大主題揭露

GRI 編碼	揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 201：經濟績效 2016			
GRI 201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會	6.1 氣候變遷的風險及機會 (TCFD)	P. 78
GRI 201-3	定義福利計畫義務與其他退休計畫	7.4 福利保障完善	P. 97
GRI 202：市場地位 2016			
GRI 202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	7.2 薪酬水準	P. 94
GRI 203：間接經濟衝擊 2016			
GRI 203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	8.1 舊振南社會參與綜覽	P. 116
GRI 205：反貪腐 2016			
GRI 205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	2.6 誠信經營	P. 39
GRI 205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	本公司無發生貪腐事件	N/A
GRI 302：能源 2016			
GRI 302-1	組織內部的能源消耗量	6.5 環境數據總覽	P. 86
GRI 302-3	能源密集度	6.5 環境數據總覽	P. 86
GRI 302-4	減少能源消耗	6.5 環境數據總覽	P. 86
GRI 303：水與放流水 2018			
GRI 303-3	取水量	6.5 環境數據總覽	P. 86
GRI 305：排放 2016			

GRI 編碼	揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	6.5 環境數據總覽	P. 86
GRI 305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	6.5 環境數據總覽	P. 86
GRI 305-4	溫室氣體排放強度	6.5 環境數據總覽	P. 86
GRI 305-5	溫室氣體排放減量	6.5 環境數據總覽	P. 86
GRI 401：勞雇關係 2016			
GRI 401-1	新進員工和離職員工	7.3 穩健優化人才結構，打造具歸屬感的職場文化	P. 96
GRI 401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	7.4 福利保障完善	P. 97
GRI 401-3	育嬰假／親職假	7.6 母性健康保護計畫	P. 101
GRI 402：勞／資關係 2016			
GRI 402-1	關於營運變化的最短預告期	7.7 勞資關係	P. 102
GRI 405：員工多元化與平等機會 2016			
GRI 405-1	治理單位與員工的多元化	2.2 專業董事會成員及進修情形	P. 33
		7.1 多元年輕的活力職場	P. 92
GRI 406：不歧視 2016			
GRI 406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	7.7 勞資關係	P. 102
GRI 416：顧客健康與安全 2016			
GRI 416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	本公司無發生違反產品健康安全法規之事件	N/A

食品業揭露準則對應指標

指標編號	揭露項目	對應章節	頁碼
一	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比	食品安全小組	P. 56
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。	食安法規遵循	P. 62
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	永續採購	P. 73
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	守護食品安全，實踐安心承諾	P. 06
五	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果	供應商評鑑	P. 76
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	食品溯源管理	P. 62
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	食安實驗室	P. 58
八	消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率	能源管理	P. 87
九	總取水量及總耗水量	水資源管理	P. 87
十	售出產品重量、生產設施場所數量	安心製程	P. 57



JIU ZHEN NAN
SINCE 1890

榮獲鄧白氏企業認證 & ESG 永續
標章 全台首家中式糕餅獲證品牌

加入 2024 TALENT in Taiwan
台灣人才永續行動聯盟

榮獲 1111 人力銀行
幸福企業製造業 - 金獎



舊振南食品股份有限公司
本公司地址：高雄市大寮區捷西路 298 號
電話：(07)701-5697
查詢本報告書相關網址：<https://www.jzn.com.tw/>