



# 3

## 全家產銷最安心

ISO 22000 國際認證

正式認證店舖數

8 店



店舖內部推廣

累計達 13,076 店

### 永續主軸

永續供應鏈

### 重大主題

食品健康與安全、商品標示與行銷溝通、  
供應鏈管理

### 利害關係人

供應商及承攬商、客戶及消費者



2024年  
永續關鍵績效

食品實驗室總投資金額達

1,093.8 萬元





## 3.1 永續供應鏈管理

近年來，隨著全球氣候暖化及海平面上升等現象，各國政府開始思考如何與自然環境共存，同時企業也思考在營收成長下如何保護地球，達到永續經營。全家便利商店作為標竿企業，持續關注 ESG 相關議題，並透過永續供應鏈管理，攜手供應商同步精進。

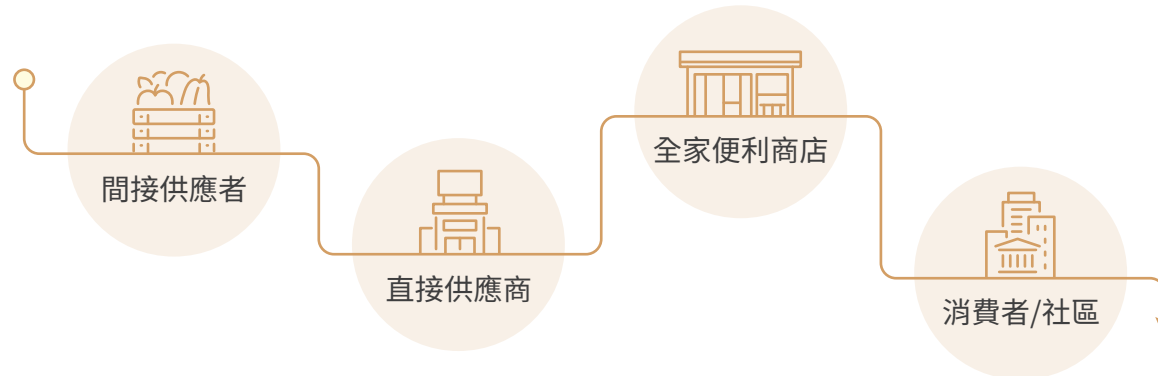
全家便利商店就供應商管理之產品檢驗、現場點檢與稽核評鑑等制定管理規範，尤其針對三大類型供應商：鮮食廠（自有或委託）、自有品牌廠及原物料供應商，訂定嚴格的管控機制。

為落實食品衛生安全管理，全家便利商店依循「三級管理、三階追溯」原則，確保上架商品的品質，就交易供應商訂定「供應商管理辦法」。對於現有供應商做分類並依風險程度不同制定管理重點項目。首先，所有供應商均進行基本資料確認，審視欲合作之公司或工廠係合法登記立案，並以取得相關國際認證，如 CAS 或 TQF 或 ISO 22000 / HACCP 或全家便利商店認可品質認證標準的認證合格之廠商做為優先考慮合作對象。依供應商類別不同，規劃不同的考核辦法及稽核措施。

### 3.1.1 全家價值鏈品質管理

全家便利商店作為產品供應鏈終端販售業者，秉持提供消費者「安全、安心、健康」的商品為宗旨。對原物料供應商、產品製造商、物流配送，以及最末端販售店舖，進行嚴格品質管控與嚴謹把關，確保消費者購買的食品安全無虞。

#### 全家價值鏈 (Value Chain)



**間接供應者：**我們的供應鏈中最上層的間接供應者可能是農、漁、牧民與國外之供應廠商，需再透過直接供應商與我們建立商業關係。

**直接供應者：**係供應鏈中主要與我們交易的供應商，分為製造廠商、貿易廠商及服務類供應商。其中部份提供全家便利商店鮮食產品之合作廠商，為確定其品質能符合我們的要求，其廠房及設備係由全家便利商店出資興建與建置，並出租予合作之鮮食廠商製造全家所要求的鮮食產品。

## 3.1.2 管理政策與承諾

### 供應商行為準則

全家便利商店秉持「顧客滿意、共同成長」的經營理念，除不斷強化公司治理指標外，也與合作供應商攜手「串起共好的產銷生態圈」，致力達成 ESG 永續發展目標。並將供應商誠信正直經營、遵守道德法律與企業社會責任承諾條款，體現於誠信經營協議書與商品交易契約書中，所有與全家交易之供應商皆須簽署。

針對新合作供應商，於正式交易合作前全家便利商店會依風險程度，依既有供應商評核規範，由採購單位或供應商先自檢是否符合全家品保規範，亦或委由第三方檢驗公司進行二者稽核，包含其公司相關合法條件、環境衛生與人員管理及品質管理等標準，並將環境保護與職業安全衛生等納入評核項目，以事先掌握供應商之管理品質與對企業社會責任之重視。於 2024 年，我們所有的新供應商皆納入環境與社會相關標準評核篩選，新供應商篩選涵蓋比率為 100%。



#### 《誠信經營協議》包含

遵守相關法令暨誠信經營守則，禁止收受佣金、回扣或其他不正當利益；並遵守智慧財產權、個人資料保護法等規範。



#### 《環境保護承諾》包含

遵守環保相關法令，並積極以綠色環保、節能減碳為目標，降低對自然之衝擊或危害。



#### 《勞工權益與人權承諾》包含

遵循勞動基準法相關規範，禁止強迫勞動與任何形式歧視，並符合勞工健康與職業安全衛生相關法令規範。

## 3.1.3 供應商管理機制

### 供應商稽核評鑑

全家鮮食委託廠及自有品牌廠稽核評鑑表，依供應商生產產品類別分為 10 種<sup>(註1)</sup>，並根據不同性質制定稽核項目的配分，稽核項目為環境衛生管理 / 廠區硬體、生產設施和設備、品質管理、品質改善 / 供應商管理、生產流程、異物管理、庫溫、人員管理、抽測檢查、企業社會責任行為管理、重點條文、重大缺失，加權平均總分八十分以上為合格。2022 年起稽核條文新增「企業社會責任行為管理」項目，增列廢棄物管制、勞工和道德規範、職業安全衛生等稽核事項，以評估供應商對於環境與社會所產生之負面影響<sup>(註2)</sup>，強化供應商在 ESG 永續管理上的重視。2024 年新增「消防安全設備」列為觀察事項，藉以強化各工廠消防安全意識。

全家實施之供應商商品檢驗係指抽查商品並送交認證檢驗公司或單位，遇有特殊狀況全家得隨時檢驗，檢驗不符品質產品將立即下架不予販售。商品標示檢驗則為每次導入之全家品牌等商品由供應商先行送交第三方公證單位確認是否均依政府法規明確標示後才得上架。於商品導入的 7 天前，即需通過前述之各項檢驗控制點，商品始得上架販售。

註1：鮮食委託廠及自有品牌廠稽核評鑑項目及配分請參閱附錄【供應商稽核管理評鑑項目及配分一覽表】。

註2：供應商環境及社會衝擊評估及改善情形請參閱附錄【ESG 數據】。



## 供應商三級管理、三階追溯

全家落實食品衛生安全管理系統，強化食品從農場到餐桌安全把關機制，針對供應商採「三級管理、三階追溯」措施：



## 鮮食自有廠管理

截至 2024 年 12 月 31 日，全家之鮮食自有廠共計五廠（屏榮大溪廠、屏榮新豐廠、晉欣、福比、長家），已 100% 取得 ISO 22000 國際認證，涵蓋範圍為 100% 自有鮮食商品，其相關明細彙總表請參閱附錄【ESG 數據】。

全家便利商店對於鮮食自有廠所生產的商品，委請認證之檢驗公司或單位，進行產品品規、賣相外觀標示及微生物之定期檢驗<sup>(註)</sup>。2024 年針對鮮食自有廠生產之鮮食商品共抽樣 571 次，檢驗結果皆符合限定規範值，合格率 100%；另對於工廠內部環境衛生與管理面，上、下半年各廠皆進行 1~2 次外部公證機構二者稽核，總計五廠（屏榮大溪廠、屏榮新豐廠、晉欣、福比、長家），稽核完成率為 100%；2024 年共計 10 次稽核，稽核結果皆合格，合格率 100%。

註：鮮食自有廠及麵包廠稽核評鑑項目及配分、稽核頻率及稽核結果請參閱附錄【供應商稽核管理評鑑項目及配分一覽表】。



## 鮮食廠供應商管理

### ■ 全家對鮮食廠合作供應商管理機制

全家自 2010 年起，針對鮮食委託廠訂定更高的合作條件，從合作前基本條件審核、合作後品質把關與管理機制管理三個面向嚴格管控：

#### 新納入鮮食體系管理（基本條件）

- 廠商登記文件 / 產品投保責任險
- 人員衛生與作業環境
- 消毒設備
- 金屬檢測管制
- 第三公證單位驗證通過（如 CAS 或 TQF 或 ISO 22000 / HACCP 或全家認可品質認證標準認證合格）

#### 新廠商導入前審核流程

- 品保部得依供應商風險程度，評估安排導入前食品工廠點檢評核
- 由品保擔當或委由第三公證單位於上市前進行首次點檢作業，依新自有品牌委託廠商評核標準規定，工廠經評核後，成績符合標準（≥ 80 分）者才可於全家販售

#### 合作後品質把關

- **認證面**：每年查核認證標章效期
- **稽核面**：依二者稽核成績、品質穩定度，排定稽核頻率
- **管理面**：商品抽驗、源頭管理、食品履歷登錄



#### 廠商管理機制

新廠商導入前、既有廠商，均需符合以下規範：

##### 二者稽核

稽核成績要求：鮮食自有廠、鮮食委託廠、FMC 廠等皆須達 A 級以上

##### 第三公證單位認證

新廠商應取得 ISO 22000 / HACCP / CAS / TQF 等或全家認可品質認證

##### 品保查核

品保部依風險等級，排定訪廠、商品抽檢、文件調閱等，確認合法、屬實性

##### 供應商品質協議

內容每年修訂 / 簽核，供應商如有違反，依協議執行罰款、暫停販售等措施

##### 商品檢驗與標示審查

上市日前需完成訪廠及符合全家導入之規範、商品檢驗及商品標示合格、並簽訂品質協議書等作業。若未於時程內完成上述程序者，不得導入該商品。若緊急導入之新品，商品採購人員應於上市前繳交相關資料會辦品保部建檔存查

為確保鮮食品質，全家針對鮮食委託廠持續進行工廠現場之例行性點檢，全家並委由第三公證單位協助每年進行二者稽核<sup>（註1）</sup>，針對評鑑結果 B 級與 C 級者要求於限期內改善，並進行罰款與覆核。若鮮食委託廠於限期內仍未改善且配合度不佳時，基於鮮食商品品質穩定考量，公司將與鮮食委託廠中止交易。

2024 年間與全家有合作關係之鮮食委託廠共計 61 間（包含代工廠及蛋品供應商），稽核完成百分比為 100%，針對這 61 間鮮食委託廠共執行 91 次二者稽核<sup>（註2）</sup>，稽核結果均為合格。

註 1：鮮食委託廠稽核頻率及稽核結果分級標準請參閱附錄【供應商稽核管理評鑑項目及配分一覽表】。

註 2：91 次包含特 A 級（64 次）、A 級（27 次）。

### ■ 全家對雞蛋合作供應商管理機制

為強化雞蛋牧場源頭管理，全家便利商店與中央畜產會，就蛋品洗選廠、雞蛋牧場與牧場附設洗選場等不同型態強化稽核。2024 年就提供蛋品來源的 20 家雞蛋牧場<sup>（註1）</sup>進行飼養管理與品質管理稽查<sup>（註2）</sup>，稽核完成百分比為 100%。

註 1：20 次均為甲級。

註 2：蛋品洗選廠、雞蛋牧場稽核評鑑項目及配分、稽核頻率及稽核結果分級標準請參閱附錄【供應商稽核管理評鑑項目及配分一覽表】。



## 自有品牌 (FamiCollection) 供應商管理

FamiCollection 為全家自有品牌，以「發現生活的原味」為核心理念。2023 年適逢品牌 10 週年，推出全新品牌形象，呼應品項符合潔淨和環保要求的製品精神，商品品項從食品擴及至生活用品，希望打造更純淨的生活方式，讓消費者在 365 天的日常，感受著洋溢自然的生活模樣。

為控管商品品質，全家將自有品牌 (FamiCollection) 食品類供應商納入二者稽核管理<sup>(註1)</sup>。合作廠商除依「供應商管理辦法」進行合作前基本認證審核與訪廠外，另需依「PB 商品品質管理辦法」規範，每年接受全家委託之外部第三方公證單位執行二者稽核。

2024 年間與全家有合作關係之自有品牌 (FamiCollection) 食品相關供應商共 30 家，稽核完成百分比為 100%，針對這 30 家自有品牌 (FamiCollection) 食品相關供應商共執行 39 次二者稽核<sup>(註2)</sup>，稽核結果均為合格。

**註1：**自有品牌 (FamiCollection) 標示之商品，自有品牌供應商二者稽核評鑑頻率及稽核結果分級標準請參閱附錄【供應商稽核管理評鑑項目及配分一覽表】。

**註2：**39 次包含特 A 級 ( 33 次 )、A 級 ( 6 次 )。



## 原物料供應商自主管理

秉持提供安心、安全的鮮食商品，全家於原物料源頭即開始進行控管，針對重點原物料商進行二者管理稽核作業，物料類別涵蓋肉品、水產、蛋品、烘培、醬料、包材類等大宗物料，以強化稽核面開始，確實管理出貨品質，實現對消費者食的安心承諾。制定專屬全家便利商店的品質管理制度做為稽核原物料商的依據，從經營管理的決策階層到食品作業人員，任何一個工作管理環節都不能疏漏，定期到廠檢視食品工廠落實品質管理、作業程序及執行程度。判定其廠商對品質管理系統是否符合全家要求。

2024 年間與全家有合作關係之原物料供應商共計 62 間，針對其中 58 間 ( 60 次稽核 ) 執行二者稽核<sup>(註)</sup>，稽核完成百分比為 93.5%，稽核結果均為 100% 合格。在原物料供應商稽核中，全家重視永續環境議題將其納入在稽核管理內，針對廢棄物、廢油、廢水與空氣汙染物排放管理嚴格把關，對生態環境盡一份心力。

**註：**原物料及包材 ( 鮮食廠製程用 ) 供應商稽核評鑑項目及配分、稽核頻率及稽核結果分級標準請參閱附錄【供應商稽核管理評鑑項目及配分一覽表】。





食品容器與包材管理

對於與食品直接接觸的相關容器與包材 2016 年起納入管控，上市前供應商須繳交第三方公證單位檢驗報告、上市後品保或鮮食單位依據成品或原料風險，排定不定期抽檢。

為確保鮮食自有廠統購包材符合法令規範，鮮食供應鏈管理課每月依據風險程度，抽驗製程中使用之包材，抽驗方式為將包材分三大類（壓空成型 / 射出成型、紙類 / 木筷、膠膜類）循環抽測，當季若有新品則優先抽測，來確保包材使用的安全。

2024 年針對店舖使用中 21 項各類包材進行材料檢驗、溶出試驗及耐熱度檢驗，檢驗結果皆符合衛福部制訂之食品器具容器包裝衛生標準。另就咖啡包材供應廠商<sup>(註 1)</sup> 共計 4 間，稽核完成百分比為 100%，針對這 4 間包材供應廠共執行 4 次二者稽核<sup>(註 2)</sup>，稽核結果均為合格。

分類	新導入包材 / 備品檢測項目	年度風險檢測項目
塑膠杯 / 蓋、 吸管等塑膠類製品	溶出測試、塑化劑、 耐熱測試	溶出測試
塑膠手套	塑化劑、重金屬	塑化劑
竹製 / 木製品	二氧化硫、 過氧化氫、聯苯	二氧化硫、 過氧化氫
紙製品	螢光增白劑、 溶出測試	螢光增白劑

註 1：稽核之包材供應廠為供應全家咖啡紙杯、杯蓋等備品廠商。

註 2：4 次均為特 A 級。

3.1.4 供應商管理目標與成果

供應商管理項目	2024 年成果	2025 年目標
店舖 ISO 22000 認證	■ ISO 22000 國際認證 正式認證店舖數：8 店 店舖內部推廣：2024 年共計 1,464 店； 累計達 13,076 店	■ ISO 22000 國際認證 正式認證店舖數：5 店 店舖內部推廣：每年約 1,480 店
鮮食自有廠管理	■ ISO 22000 國際認證 5 廠取得認證 ■ 定檢合格率 571 件，定檢合格率 100% ■ 二者稽核完成率 5 廠 10 次，稽核完成率 100% ■ 二者稽核合格率 稽核合格率 100%	■ ISO 22000 國際認證 全數取得認證 ■ 定檢合格率 定檢合格率 100% ■ 二者稽核完成率 稽核完成率 100% ■ 二者稽核合格率 稽核合格率 100%
鮮食委託廠管理	■ 二者稽核完成率 61 間 91 次，稽核完成率 100% ■ 二者稽核合格率 稽核合格率 100%	■ 二者稽核完成率 稽核完成率 100% ■ 二者稽核合格率 稽核合格率 100%
自有品牌供應商管理	■ 二者稽核完成率 30 間 39 次，稽核完成率 100% ■ 二者稽核合格率 稽核合格率 100%	■ 二者稽核完成率 稽核完成率 100% ■ 二者稽核合格率 稽核合格率 100%
原物料供應商自主管理	■ 二者稽核完成率 58 間 60 次，稽核完成率 93.5% ■ 二者稽核合格率 稽核合格率 100%	■ 二者稽核完成率 稽核完成率 100% ■ 二者稽核合格率 稽核合格率 100%
食品容器與包材管理	■ 二者稽核完成率 咖啡包材供應商 ( 4 間、4 次 )，稽核 完成率 100% ■ 二者稽核合格率 咖啡包材供應商，稽核合格率 100% ■ 店舖用包材檢測 21 件，抽檢合格率 100%	■ 二者稽核完成率 咖啡包材供應商，稽核完成率 100% ■ 二者稽核合格率 咖啡包材供應商，稽核合格率 100% ■ 店舖用包材檢測 抽檢合格率 100%

註：稽核評鑑項目及配分請參閱附錄【供應商稽核管理評鑑項目及配分一覽表】



### 3.1.5 永續採購

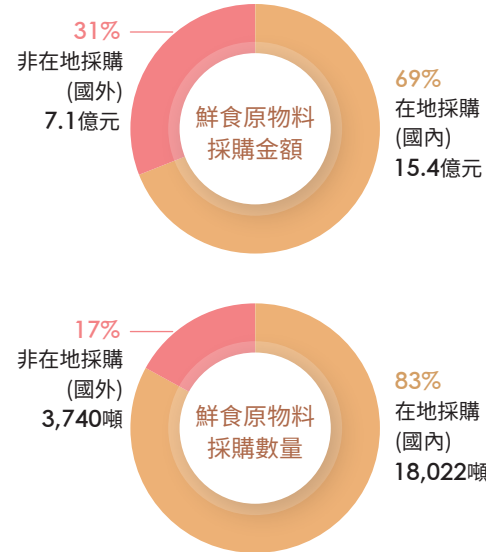
#### 在地採購

全家便利商店以「穩定契作」、「安心溯源」、「創新扶植」三大策略，積極推動永續農業，支持台灣在地農民。鮮食商品採契作模式供應，透過明確的用藥與收購規範，穩定農民收益，提升農作品質與食安信賴。2024 年，全家鮮食原物料台灣在地採購金額達 15.4 億元、數量合計 1.8 萬噸，具體展現對本土農業與永續發展的長期承諾。為深化永續採購管理，全家亦於同年啟動 ISO 20400 永續採購指南導入計畫，預計於 2025 年取得認證，透過制度化管理機制，強化供應鏈永續韌性，邁向與國際接軌的永續治理藍圖。

#### 永續認證採購

全家積極推動森林永續發展，致力於友善生態環境與愛護地球。自 2024 年起，大規模採用符合「FSC™ 森林永續認證」的紙材，應用於店舖現做調理區的各類商品包材，包括咖啡、茶飲、霜淇淋紙杯、番薯紙袋及熱狗袋等。此舉不僅降低對環境的影響，也讓消費者能以更環保的方式享受美味食品。未來，全家將持續關注動物福利議題，積極評估推動非籠飼雞蛋採購的可行性，並以 2028 年非籠飼雞蛋佔蛋品營收占比達 20% 為目標，期能為消費者提供更具永續性的商品選擇，並為提升整體社會的環境與動物福祉貢獻一份心力。

2024 年，全家店舖現做調理區使用符合 FSC™ 驗證工廠生產之紙類食品包材總採購金額 2.8 億元，占當年度紙類包材採購金額之 80%。未來，我們將持續擴大 FSC™ 認證紙材的使用範圍，提升使用比例，以具體行動實踐地球永續發展的承諾。



#### 社會創新商模與擴大採購

全家永續創新大賞 - 建構全家與社創之可持續性的合作平台，內外對接共創，加速孵化永續構想落地

全家看見越來越多社企 / 社創組織、NPO、學生推動永續行動，期許能串連全台 4,316 店及全家 App 千萬會員作為「公平共好產銷生態圈」的起始點，攜手社會創新團隊創造永續生活的更多可能。

自 2023 年起，「全家」發起「全家永續創新大賞」徵件共創專案，提供真實消費場域與零售實務回饋，藉由小規模測試及 PDCA 優化，將永續構想孵化落地。2024 年除了商品採購、共

同開發之外，更進一步與 KPMG 安侯永續發展顧問及台灣設計研究院跨界合作，培力社會創新推動者共創可在零售產業實踐的永續新模式，從商品 / UIUX 設計、顧客情境、行銷溝通、店舖操作展開推動，讓永續解方能貼近消費者的日常。

透過本專案機制，連結社創組織的技術與服務，建構全家與社創可持續性的合作平台，對外「徵件招募」，內組「跨部門小組」協作，凝聚各方之力，加乘發揮永續效益。目前已串連『咖啡渣循環生態圈』，將咖啡渣回收再製成運動襪、肥皂、蚊香、店員制服等，並持續循此模式，推進其他廢棄物再利用機制，推動減塑減廢、減少剩食、資源循環利用等領域。期許能集結更多各領域專業技術夥伴，共同推動永續轉型，擴大發揮社會影響力，加速促動社會永續發展。





## 3.2 食品安全體制推動

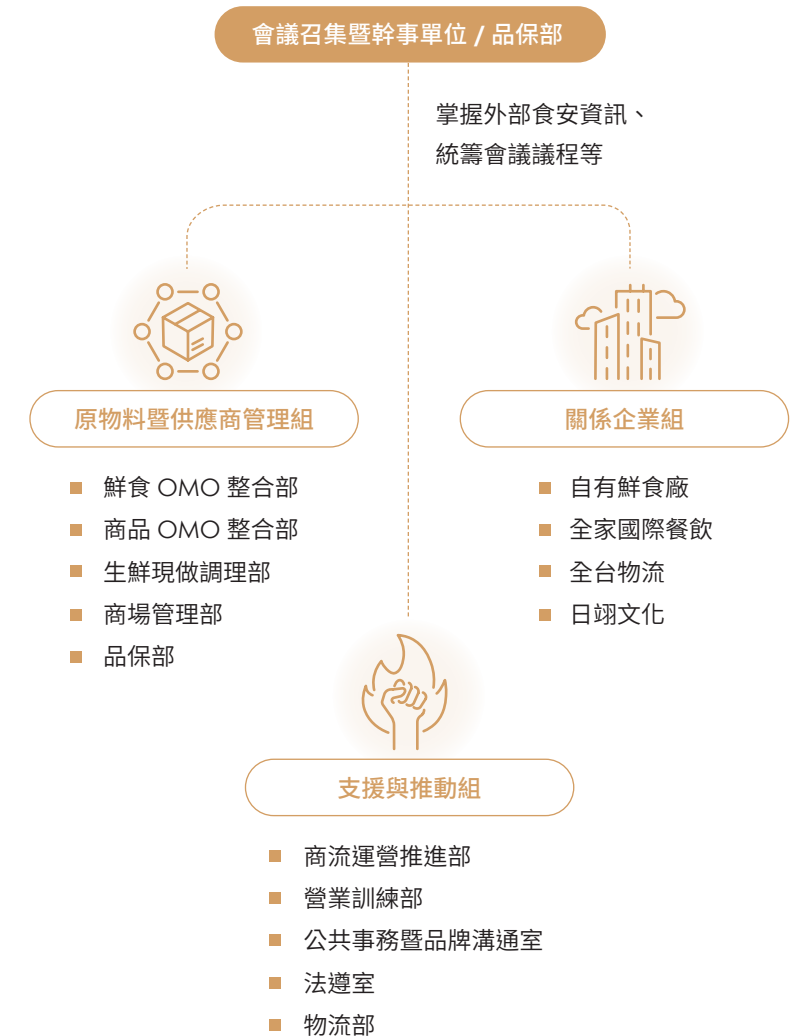


### 食品安全管理

為強化食品安全管理，全家每月定期召開「食安專案管理會議」，由品保部召集並擔任會議幹事單位，並邀請集團相關部門主管共同參與，協同處理各項食品安全事務。會議聚焦於食品安全與品質，討論品保政策與法規應對等重要議題，並建立涵蓋 100% 自有商品的管理制度，確保食品安全管理與應變具備一致性與時效性，有效降低風險並保障消費者安全。

2024 年共召開 11 場「食安專案管理會議」，針對年度重要食安法規進行討論，並依會議決議進行相關因應。

### 食安專案管理會議架構





## 食育

全家不僅持續強化食品安全管控，積極掌握食安法規趨勢並蒐集相關資訊，近年來更致力推動「食育」，研究有益健康的食材與飲食趨勢。此外，針對官方公告的不合格產品與違規供應商，全家已建立負面資料庫，作為風險管控的重要參考。

 <p><b>食安 推行面</b></p> <p>以高於官方標準的規範進行食品、原物料把關</p>	<p><b>專案會議</b></p> <p>每月召開，並就公告法令／草案進行決議與因應做法</p>	<p><b>品保通報</b></p> <p>將專案會議中法令及因應做法以品保通報方式進行資訊共有與遵循</p>
<p><b>食安 推行面</b></p> <p>就食材、原物料、添加物，提出規範或建議</p>	<p><b>食安演練</b></p> <p>每年進行食安危機演練</p>	<p><b>食安負面資料庫</b></p> <p>蒐集衛生機關發布之抽驗結果，建置不合格品項、供應商資料庫</p>

## 品保交流會議

為強化集團品保意識，全家舉辦「品保交流會議」，邀請產官學專家進行專題分享，掌握國內外食安、食育發展趨勢及時事議題。2024 年特別邀請營養師，以「健康飲食新趨勢—銀髮世代的挑戰」為題進行講演，為全家集團的實務發展提供參考。

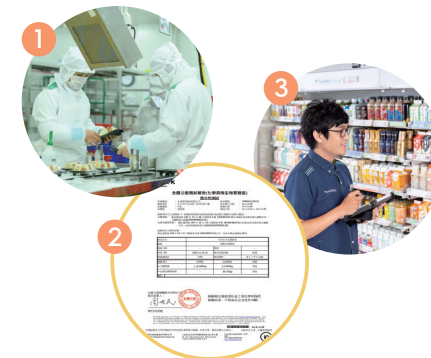
## 食品安全平台

全家建構食品安全管理平台，從原物料產地、供應商、鮮食廠、再經由 12 處物流中心 ( 建物面積 73,609.02 坪 ) 配送到全台 4,316 家店舖 ( 1 樓全場面積 203,612.3 坪 ( 不包含其他樓層及騎樓面積 ) )，以農場到餐桌的概念定期追蹤檢驗溯源管理，用心做到最嚴格的品管、最安全的品質，以提供消費者安全安心、優質美味的商品。

食品從食材原物料到鮮食工廠生產開始到上市前，經過層層嚴格篩選與檢驗，100% 符合全家對品質的要求後方導入販售 ( 如：不使用基因改造原物料、不使用含人工氫化反式脂肪等規範 )。上架後店舖人員遵循品保規範，每日進行機台溫控確保、清潔與商品效期管理。



2024 年全國各地方衛生機關至店舖內抽驗鮮食與自有品牌相關商品共 257 次，全家就鮮食與自有品牌相關商品同步委由認證檢驗公司或單位至同店或同區域檢驗同批次商品，檢驗結果皆符合衛生主管機關制訂之食品衛生規定。



- 生產時把關**  
不定期查訪鮮食工廠進行品質衛生稽查
- 上市前把關**  
上市前商品具合格檢驗報告，上市後委外第三公證單位依衛生法令規範，定期針對商品進行採樣抽檢
- 店舖端把關**  
商品到店後，及時完成上架，每日 4 次 ( 9 點半、16 點、23 點、24 點 ) 清點即期商品



## 3.2.1 食品安全衛生管理

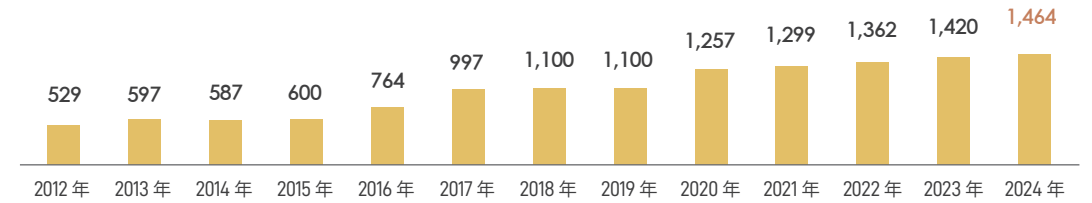
### ISO 22000 食品安全衛生管理系統認證

隨著消費意識提升，食品安全議題日益受到關注，消費者對商品品質的要求也逐步提高，促使食品供應鏈業者面臨更嚴格的控管標準。為強化生產過程食物鏈與末端店舖的食品安全，全家自 2010 年起率先導入 ISO 22000 食品安全衛生管理系統認證，並成為全國首家獲得「ISO 22000 及 HACCP 雙認證」的連鎖便利商店。截至 2024 年 12 月 31 日，取得 ISO 22000 認證的店舖共 8 家，其餘店舖則依循 ISO 22000 評核模式，表現達標者列為該年度內部推廣合格店。



為確保全國店舖一致且符合 ISO 食安管理作業規範，全家擬定長期 ISO 推廣計畫，採漸進式方式逐年導入店舖管理程序並進行內部認證。每年針對選定店舖提供教育訓練與輔導，並委託認證公司查核作業程序的遵循情況，確保店舖符合公司建立的管理制度，並作為內部推廣的績效認證。截至 2024 年 12 月 31 日，累計完成 ISO 22000 店舖內部推廣共 13,076 家店次。

#### ISO 22000 全家逐年推廣店數



#### ISO 22000 認證把關

1

##### 原物料供應商

以白米供應原物料廠為例，自原物料從田間運送到廠區後，脫穀、淨米、雜質金屬檢測的過程，全面採用機械化，為商品品質把關！



2

##### 鮮食廠

- 人員入廠前需穿戴全套防護裝備，並逐一通過空氣浴塵室流程。
- 確保食材中心溫度達 85°C 以上，冷卻溫度低於 25°C 以下，定時進行菌數檢測。
- 開封沒使用完食材，即貼上封條，註明保存期限嚴密掌控食材新鮮度。
- 商品上市前，經第三公證單位檢測。

4

##### 店舖 4,316 家

- 店舖人員每日 9 點半、16 點、23 點、24 點前，挑取出即將到期之商品。
- 每日早、中、晚及大夜班，進行機台溫度之檢查。
- 環境清潔、人員操作、清潔劑定期管理。

3

##### 物流中心 12 處

- 各物流車溫層理貨、出貨與配送到店過程中，有溫度管理、清潔要求。
- 鮮食從廠區送到物流中心，各溫層間進行理貨，期間商品不著地。
- 存放商品的棧板，由木頭材質改為塑膠材質，避免孳生蚊蟲。





## 產品安全檢測

為了確保鮮食廠生產的食品安全，各鮮食自有廠皆會自行透過其廠內品檢室做自主檢驗，檢測原物料、半成品與所生產出之商品，同時全家亦對商品檢驗進行把關，檢測項目對應商品類別不同而調整，現有之檢測項目如下所示：

### 鮮食自有廠自行檢驗

- 微生物(總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、腸桿菌科、黴菌等)菌數
- 米飯水份：水份率、碎飯率
- 原料米驗收：水份率、碎米率、白粉質粒、異形粒、被害粒、熱損害粒、夾雜
- 原料蛋液驗收：pH值



### 全家食品實驗室

- 微生物 (總生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、沙門氏桿菌、單核球增多性李斯特菌、腸桿菌科)
- 防腐劑、丙酸
- 抗生素、農藥殘留、瘦肉精快篩、清潔度快檢 (又分脂肪、澱粉、清潔劑殘留)、咖啡因、二氧化硫、過氧化氫、米飯水分率、米飯碎飯率

### 第三方公證單位檢驗

- 微生物 (生菌數、大腸桿菌群、大腸桿菌、金黃色葡萄球菌、腸桿菌科、黴菌等) 菌數
- 防腐劑
- 食品添加物
- 農藥殘留
- 動物用藥
- 塑化劑、三聚氫胺等化學檢驗
- 重金屬
- 其他檢驗 (順丁烯二酸、丙烯醯胺)

全家為保障消費者食的安全，每年投入大量人力與資金對所生產商品從原物料開始到店鋪販售陳列的成品，層層不定期的檢測，以確保商品的品質。全家期望透過外部獨立的檢測單位，專業的指導讓全家便利商店在品質把關上更嚴謹客觀。並建置對供應商品保分層管理的制度與規範。2024 年針對食品及與食品接觸之食器和包材投入之檢測費用達新台幣 1,304.2 萬元。

## 產品標示審查

為確保全家販售商品標示符合《食品安全衛生管理法》及《包裝食品營養標示應遵行事項》等相關規範，全家提供「供應商食品標示自檢表」，協助廠商自主檢視符合性。此外，全家品牌商品的包裝標示須經第三方公證單位審核通過後，方可上架販售。

全家自有品牌商品自 2018 年起導入 Clean Label 潔淨標示認證，積極推廣少添加食品，確保產品原物料經外部檢驗符合規範。全家內部亦訂定品保政策與相關作業規範，並遵照「慈悅國際評鑑標準」規範，嚴格落實從食品成分審核到生產實地勘查的層層把關，確保 100% 取得 Clean Label 驗證商品皆無添加八大添加物 (人工化學合成香料、人工化學合成色素、人工化學合成甜味劑、防腐劑、漂白劑、保色劑、結著劑、含鋁膨脹劑)、無直接使用含基因改造食品原料、農藥殘留符合法規的規範。

此外，全家販售商品之外包裝標示，均依循衛生福利部「包裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項」和「散裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項」之規範，確保資訊透明，方便消費者選購。2024 年，外包裝標示「未含有基因改造成分」之販售商品營收達 24.6 億元。

註：推動自有品牌 FamiCollection 與鮮食商品最大化品項通過評鑑。至 2024 年 12 月底共有 1,443 種原物料、1,334 項鮮食以及 171 項自有品牌商品取得 Clean Label 驗證。



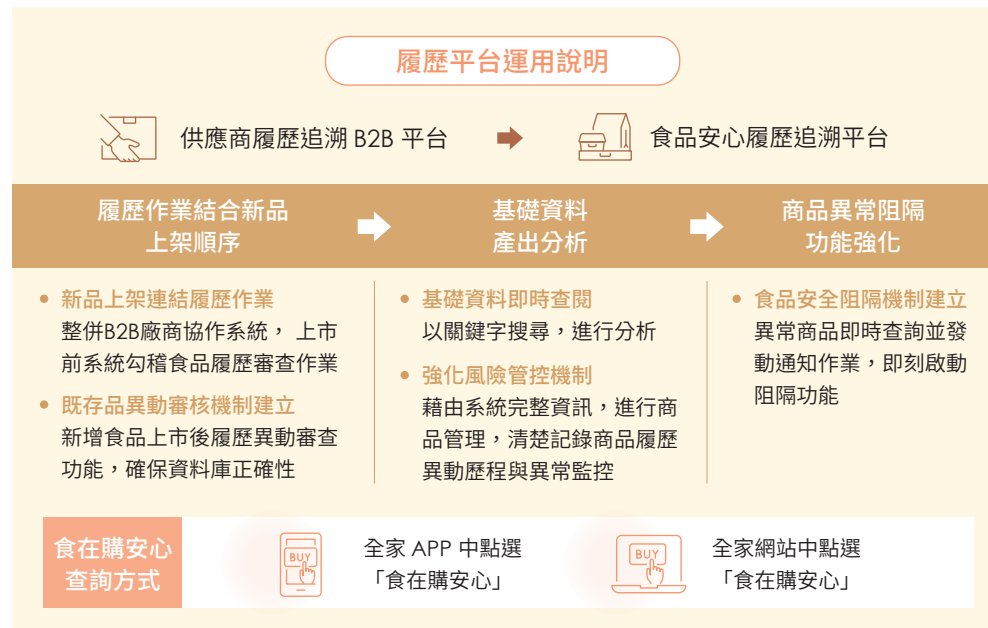


## 食品安全履歷

全家自 2012 年起開始逐步建構「食品溯源管理系統」，設立食品履歷雲端中心，並經第三公證單位查證，2014 年通過經濟部審查，成為全國第一家「CVS 通路食品履歷服務模式」示範業者。同時，全家亦建置「食在購安心」平台，提供透明、友善的食品資訊查詢服務，消費者可依自身需求，查詢產品的營養成分 (如熱量、蛋白質等)、過敏原、素食種類及認證標章等資訊，提升選購便利性與安心度。

全家依據食品安全衛生管理法第 9 條規定，2024 年公告登錄至食品追溯追蹤管理資訊系統 - 非追不可之餐盒食品<sup>(註)</sup>品項數共計 1,503 項次，占當年度所有餐盒食品品項數 100%。

**註：**餐盒食品係指以米、麵等穀類或 (及) 其加工品為主食，搭配農、畜或水產等原料，經調理後，以明示菜單或明示產品形式之方式 (包括盒餐與團膳)，配膳組合成盒或盛裝於大容器，供團體或個人直接或經簡單復熱後，於短時間內食用之產品，惟僅由烘焙食品組合成盒者不在此限。



## 全家食品實驗室

除委託外部第三方檢驗公司進行商品檢測外，全家於 2017 年 4 月因應食安法規與自主食安管理需求，成立「全家食品實驗室」，並取得衛福部食品藥物管理署 (TFDA) 及財團法人全國認證基金會 (TAF) 微生物認證實驗室。

為符合最新食品微生物衛生標準，並提供更全面且具公信力的檢測服務，「全家食品實驗室」積極進行增項認證，已取得 TAF 認證的檢測項目共 9 項，涵蓋總生菌、大腸桿菌、大腸桿菌群、腸桿菌科、金黃色葡萄球菌、沙門氏桿菌、單核球增多性李斯特菌、防腐劑、丙酸等，以滿足一般食品檢測需求。2024 年，實驗室新增單核球增多性李斯特菌 (定量) 及鹽度檢測等測項。並於同年 11 月完成認證展延 (三年一次)，確保檢測品質穩定並符合最新標準。

2024 年食品實驗室總投資金額達新台幣 1,093.8 萬元<sup>(註)</sup>，佔個體營業收入 0.01101%。

**註：**食品實驗室投資費用包含儀器設備、檢驗、薪資及雜項購置等費用。

認證單位	取得認證項目	認證數	認證有效期間
衛福部食品藥物管理署 (TFDA)	總生菌	1 項	2018.10.30~2024.10.29 2024.10.30~2027.10.29
財團法人全國認證基金會 (TAF)	總生菌、大腸桿菌、大腸桿菌群、腸桿菌科、金黃色葡萄球菌、沙門氏桿菌、單核球增多性李斯特菌及防腐劑、丙酸等	9 項	2018.11.21~2024.11.20 2024.11.21~2027.11.20

## 檢測方法測項說明

項目說明	數量
截至 2024 年底，該食品實驗室已依 CNS 或台灣食藥署等主管機關公告、建議所建立之檢驗項數	14 項
非依上述公告方法所建立之非制式自行檢驗項目：農藥快篩、抗生素快篩、瘦肉精快篩、黴菌、酵母菌、碎米飯率、海苔 - 化口性、鹽度檢測等	8 項



## 3.2.2 店舖品保管理

### 店舖品保作業精進

藉由品保管理機制與教育訓練，每年安排總部與營業幹部進行教育訓練，店舖端的從業人員則透過回訓或於全家數位學習平台「人資 e 網」以線上課程方式進行學習，從而強化全員の品保概念與意識。

### 品保作業精進

店舖品保管理		品保訓練	
過期品管理 店舖分級管理 / 月展開 (盤點課每月執行品保點檢)	溫控管理 品保操作管理 盤點觀察點檢 / 月展開	品保訓練精進 品保作業 / 線上課程(上課人員：門職、工讀生) ● 課程內容：過期品管理、溫控作業、FF 商品操作等 ● 品保月點檢不合格店舖，須完成指定線上品保課程，並由地區營業部追蹤	
過期品屬實者，由地區營業部發出「改善通知書」	品保點檢80分合格，不合格店舖由委外稽核單位次月到店複檢截至合格	品保教育訓練	
分級管理原則	點檢項目	總部、地區營業幹部及關係企業(鮮食廠)同仁： 品保相關課程、店舖衛生管理清潔、食品標示說明等。	店舖現場人員(店長與門職人員、工讀生)： 食品衛生管理、基礎品保衛生、外部機關抽驗等。
A級店-當年累計2次(含)以上過期品：營業訓練部列管追蹤	溫控管理-溫控異常報修紀錄、商品陳列、上架等作業	課程內容	
B級店-發生1次過期品：營業課改善追蹤	品保操作管理 霜淇淋、咖啡、關東煮等 FF 操作	<ul style="list-style-type: none"> <li>進階品保與客怨</li> <li>基礎品保衛生</li> <li>病蟲害防治篇</li> <li>食品添加物</li> <li>品保動畫(櫃台區)</li> <li>品保動畫(FF區)</li> <li>品保動畫(機台區)</li> <li>品保動畫(賣場貨架含外部機關抽驗)</li> <li>潔淨標示推廣教育影片</li> <li>食品衛生管理課程</li> <li>「食品中微生物衛生標準」簡介</li> <li>夏季品保課程</li> <li>食品及相關產品標示宣傳廣告</li> <li>ISO22000 課程</li> </ul>	
C級店-未發生過期品：店舖自主管理			

2024 年，品保部與檢驗公司合作安排 ISO 店舖稽核教育訓練共 15 場次，共計 669 人次參與。另排定 1 場次以「食品防禦漏洞暨 HACCP 實務運用」為主題的課程，共 29 人次參與，旨在強化各部門對食品防禦的意識。

### 店舖品保規範落實與強化

自 2015 年起，全家委外進行店舖點檢，每月針對品保工作日誌文件管理、清潔用品管理、重點機台管理、設施 / 設備管理、商品管理及觀察項目六大類別共 33 項檢查項目進行逐項稽核，2024 年度共抽檢 12,262 店次，及格率為 97.9%。針對不及格者則於次月持續進行檢查，至店舖已達標準為止。近三年店舖抽檢狀況，如下表：

#### 近三年店舖抽檢合格率

年度	2022 年	2023 年	2024 年
抽驗店數	12,000	12,000	12,262
不合格數	290	236	257
合格率	97.6%	98.0%	97.9%
複查後合格率	100%	100%	100%

全家訂有「顧客抱怨處理作業程序」積極回應消費者之客訴，其中針對過期品相關客訴列為嚴重客怨情形，總部將針對客訴店家發出改善通知書並根據明訂之懲戒辦法懲處店舖人員，管理商品品質。

每年夏季營業高峰期前，針對店舖執行「品保演習」，模擬各縣市衛生主管機關到店抽驗商品的模式，結合檢驗公司到店抽樣檢驗，以強化店舖人員品保意識與衛生管理。



## 3.3 創新與永續良品

### 3.3.1 永續循環經濟

#### 攜手歐萊德共創跨產業循環經濟

2024 年全家攜手台灣永續美妝品牌歐萊德聯手推出「Bio 咖啡萃永續美妝」洗沐系列產品，開創全新永續消費模式。透過「價值鏈減廢」、「創新永續良品」兩大策略，創新推出以循環經濟為核心的美妝產品，將 Let's Café 業務用牛奶空瓶回收再製為 100% PCR 再生塑膠材料，並結合歐萊德獨家技術，萃取 Let's Café 咖啡渣中的天然精華做為主要成份，『轉廢為寶』打造永續良品，提供顧客更富含意義的消費綠生活。上市之際榮獲法國巴黎全球永續美妝大獎「永續循環包裝」金獎肯定。

除了咖啡渣，Let's Café 業務用牛奶空瓶再製而成的 100% PCR 再生塑膠材質，廣泛運用於店鋪運營消耗品與自有品牌產品容器上，包含垃圾袋、購物袋、Fami Collection 廚房浴室日用品等，引領消費者從日常生活邁向永續的全新選擇。



#### 與金色三麥共推循環食品新商模

全家從生產端著手，2024 年與「SUNMAI 金色三麥」跨界合作，將福比麵包廠「匠土司」邊料、SUNMAI 金色三麥啤酒「麥芽粕」加以彼此交換、共同打造循環食品新商模，更首次於鮮食原物料中加入醃蔬果運用，希冀持續運用通路力量，從不同面向嘗試剩食新解方。透過循環食品，將剩食從商品消費端擴展到食物生產供應鏈，回應聯合國 SDG 12 負責任消費與生產。





### 3.3.2 永續良品

#### 首創導入全穀標章

全家積極響應聯合國 SDGs 永續目標，發揮通路影響力，從原料採購、商品生產到上架販售，積極打造永續食品生態圈，長期透過 Clean Label 潔淨標章、碳足跡標籤與友善食光惜食機制，支援消費者的綠色飲食生活，讓地球與身體都減負擔。

全家致力開發「永續良品」，2024 年攜手穀研所及穀物產業發展協會導入「全穀標章」，旗下福比麵包廠所生產，匠士司之「小麥胚芽土司」與「新纖麥土司」通過「全穀標章」驗證，不僅為市場上第一款獲證全穀含量 25% 以上的麵包，亦成為第一個導入「全穀標章」的零售通路，共同推廣綠色飲食與營養教育，未來亦將提供消費者更多商品選擇，引領永續健康新潮流。



### 3.3.3 創新敢變的生活支援服務

#### 首創「寄物 +」服務化身便利寄物櫃

2024 年，全家推出創新「寄物 +」服務，旨在提供消費者更彈性、便利的寄物選擇。此服務不僅滿足電商賣家與買家的面交需求，更擴及個人寄物情境，讓全台超過 4,316 間全家店鋪化身為 24 小時開放的便利寄物櫃。消費者可透過 FamiPort 機台輕鬆完成寄物流程，並選擇 1 至 3 天的彈性寄物天數。

「寄物 +」服務的一大亮點在於其多溫層寄放功能，除了常溫物品，更提供冷藏、冷凍寄放選項，滿足生鮮食品、蛋糕等特殊物品的寄放需求。此外，此服務還提供代收貨款功能，簡化電商交易流程。無論是電商賣家、團購主或是需要臨時寄放物品的消費者，都能透過「寄物 +」享受便捷、安心的寄物體驗。

