



活出人生美好的 每一刻!

佳格食品2024年 法人說明會

Standard Foods Corporation
2024 Results

免責聲明 Disclaimer

簡報合併財務數字係根據國際財務報導準則編製，經由會計師查核簽證。

The Consolidated financial numbers are based on International Financial Reporting Standards (IFRS) and also audited by CPA.

簡報內容非經由佳格公司書面許可，任何第三者不得任意取用或複製。

The presentation and its contents may not be reproduced to a third party without the prior written consent of the Company.

關於佳格 (About US): 成立於1986年

佳格食品集團台灣第一大的營養及保健品廠商!

我們深信: 「吃得營養均衡, 是人們健康的基礎」

品牌承諾



Your family's Nutrition and Health Partner
全家人的營養健康夥伴

企業願景



A LIFETIME OF WELL-BEING!
活出人生美好的 每一刻!

重大紀事 (Major Milestones)



主要品牌 (Brands)



佳格食品集團
Standard Foods Group (SFG)

佳乳
Standard
Dairy Products



佳格
Standard Foods



中國(佳格)
Standard Foods (China)



品牌/產品表現 (Brands/Products Performance)



#1

食用油/即食產品



#1
食用油(中國)



#1
保健飲品



保健膠囊錠劑



完膳



飲料



#1 (家戶滲透率)

台灣第一大的
營養及保健品廠商



#1

麥片/穀物



#1

燕麥穀飲/植物奶



成人奶粉

#1

低、脫脂奶粉



嬰童



#4

乳品&發酵乳

#1: 機能牛奶、優酪

食用油 (新品)



新品一：多力濃香葵花籽油

- 香味需求
 - 清甜葵仁香
 - 不膩且香味持久
 - 起油煙速度慢
- 健康需求
 - ≥86%不飽和脂肪酸
 - 0反式脂肪酸
 - 富含維生素E (58mg/100g)



新品二：多力黃金3益稻米油

- 技術創新
 - 充氮保鮮
 - 七重精煉
 - 專業抗UV黃金瓶
 - 分子穩定技術
- 營養需求
 - 植物甾醇
 - 角鯊烯
 - 生育三烯酚

100%極選酪梨油
鮮採西班牙酪梨

歐盟品質 超級營養

每份 73.9% 不飽和脂肪

歐洲原裝進口
EU
符合歐盟規範標準

停輪油嘴設計
下廚更便捷

新上市

得意的一天 玄米油

三大稻米元素
料理健康好味

— 每粒稻米僅能萃取出1%玄米油 —

γ-穀維素 8000 ppm

植物固醇 10000 ppm

富含 維生素E

新品上市

即時產品 (新品)

<有料湯>

得意的一天
有料熬鮮湯

高湯慢燉 6小時

食在營養 又健康

新品

- 南洋肉骨茶雞燉湯
- 港式椒香燉牛肉湯
- 劉皮辣椒連子熬雞湯
- 韓式人蔘糯米雞湯
- 嫩白菜排骨燉湯
- 香茅椒安牛腩燉湯
- 南瓜雞肉濃湯

<粥品>

得意的一天

- 什錦豬肉高湯粥
- 玉米雞肉高湯粥
- 日式味噌豬肉高湯粥
- 韓式泡菜牛肉高湯粥
- 番茄牛肉高湯粥
- 義式茄汁雞肉高湯粥
- 享吃粥

新品

<菜餚>

得意的一天

- 香草紅酒燉牛肉
- 青綠咖喱雞肉
- 香筍紅燒肉
- 白醬草菇燉雞肉
- 波隆那香茄肉醬麵

新品

<麵>

麥片/穀物 (新品)



繽紛麥穀脆

草莓櫻桃

可可香蕉

黃金堅果

穀穀樂

NEW
可可星星

每日滿足 超纖輕盈

高纖 X 乳酸菌 X 燕麥

莓果優格風味

草莓白巧風味

飲料/燕麥奶 (新品)



福樂 (新品)



Fresh Delight 福樂

日本進口

【無香料、無防腐劑】

純淨生起司

牛奶鈣 · 醇厚乳香美味

純淨生 經典原味起司

綜合維他命 活力B 牛乳

綜合維他命 活力B 牛乳

超能蛋白 低脂牛奶 (低乳脂肪)

優酪銷售 第一品牌

Fresh Delight 福樂 自然零

健康4.0 消化零負擔

0 香料 0 色素 0 防腐劑 0 動物膠

New! 新上市

Fresh Delight 福樂

奇亞籽燕麥優酪乳

3重順暢配方

幫助消化超有感

使用桂格 大燕麥片

嬰童 (新品)

關鍵學習力

DHA+葉黃素，啟動寶寶超級學習力

健康消化道

獨家好菌循環=補菌更養菌，保護更完整

成長支援營養素

多種營養，支援寶寶全面發展

串連關鍵 學習軸 激發無限潛能



42種關鍵營養素支持健康成長



專業營養師

依據台灣孩童成長
所需營養調配



完整營養，一次到位*

台灣在地數據，代表性高



全效專業營養

91% 產品喜好



優質蛋白×離胺酸

10% 生長曲線成長



低糖配方更健康

94% 口味滿意
無甜味劑、果糖(果糖易養成易胖體質)

完膳 (新品)



5倍速* 體力升級!

研究指出，MCT (中鏈脂肪醇) 在分解速度為一般脂肪LCT (長鏈脂肪醇) 的5-8倍，從吃進體內到被人體運用，過程僅約10分鐘；相較之下，一般長鏈脂肪酸約須2小時才會被人體吸收；所以，可謂MCT具有補充能量5倍速*以上的優點。

優基力3重蛋白

優蛋白升級配方

- ✓ 多元
- ✓ 高含量
- ✓ 優質



家醫科醫師
顏廷慶

桂格 完膳 COMPLETE

3重優蛋白 + 日本專利胺基酸

大豆蛋白 乳清蛋白 酪蛋白

3重優蛋白

增肌更有力

新上市

日本專利必需胺基酸
含必需胺基酸SCAA、白胺酸
精氨酸、β-酮基丙氨酸
及MCT，多種不飽和，營養可食

EAA 必需胺基酸
200大卡/250毫升

顏廷慶
完膳均衡代言人

*本產品添加蛋白質，蛋白質為肌肉合成的來源之一，有助於肌肉生長。
**本產品添加必需胺基酸，有助增強體力。

高鈣配方隨身瓶

優質蛋白、高鈣雙重營養，鞏固體力及行動力



專業級營養

- 最高鈣¹，維持骨骼健康
- 雙鈣 (檸檬酸鈣、碳酸鈣)，6小時持續補鈣³
- 優質乳蛋白升級 37%²，幫助肌肉生長
- 鎂鋅銅錳，增強體力

康研家

(2023年12月上市)



- 晶采保養
- 游離型
- 維生素A
- 快速吸收



- 鈣質補充
- 全素可食
- 行動有感
- 快速吸收



- 鈣質補充
- 常溫保存
- 行動有感
- 快速吸收



- 好菌補充
- 葡萄糖胺
- 幫助消化
- 龜鹿雙寶



- 好菌補充
- 奶素可食
- 幫助消化
- 孕期呵護

2023 榮耀與肯定 (Honor and Recognition)

Monde Selection 世界品質評鑑大賞

金牌	20 面
銀牌	16 面
銅牌	2 面
獎牌共計	38 面



Superior Taste Award 風味絕佳獎章

三星獎★★★	6 面
二星獎★★	9 面
一星獎★	10 面
獎牌共計	25 面



AA Taste Awards 全球純粹風味評鑑

三星獎★★★	2 面
二星獎★★	4 面
一星獎★	1 面
獎牌共計	7 面



2024年上半年 營運報告

2024H1 Operation results

合併簡明損益表

Condensed Consolidated Income Statement

項 目 Item	2024H1			2023H1	
	金額 (Amt)	%	YOY(%)	金額 (Amt)	%
\$單位:新台幣仟元；每股盈餘為元 Unit: NT thousand；EPS is NT					
營業收入 Operating revenue	13,153,365	100%	8%	12,203,968	100%
營業毛利 Gross profit	3,191,504	24%	19%	2,686,139	22%
營業淨利 Operating income	757,125	6%	66%	456,577	4%
本期淨利 Net income	805,033	6%	78%	451,167	4%
每股盈餘 (備註) Earning per share (Note)	0.85			0.49	

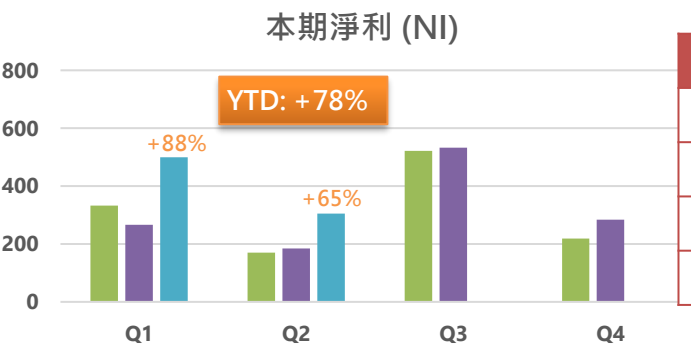
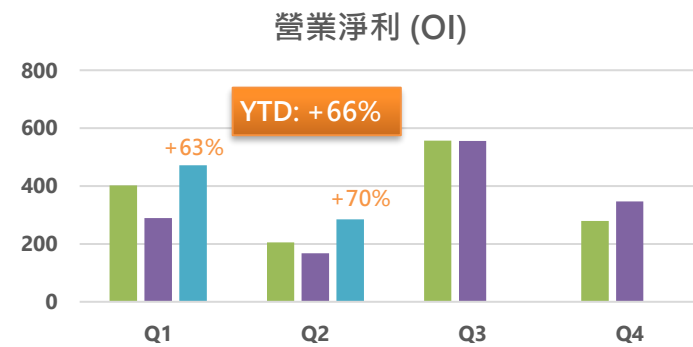
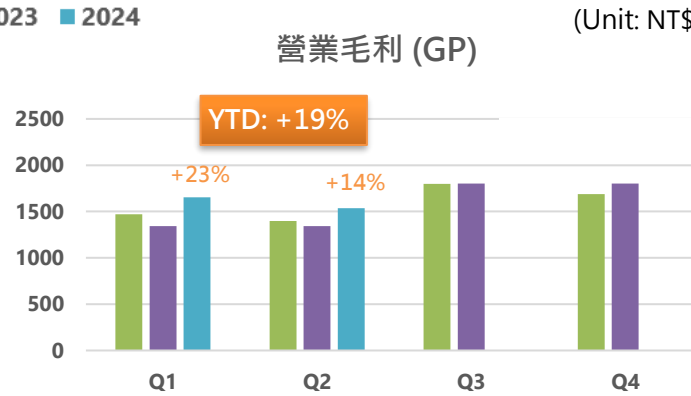
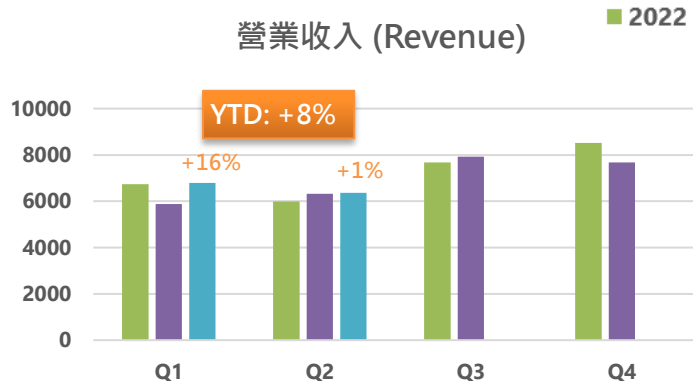
備註：每股盈餘係按盈餘轉增資比例追溯調整後之加權平均股數計算。

Note : Earnings per share is calculated in accordance with the weighted average shares after the retrospective adjustment proportionally to the capitalized earnings.

合併簡明損益表

Condensed Consolidated Income Statement

單位: 新台幣百萬元; 每股盈餘為元
(Unit: NT\$M; ESP: NT\$)



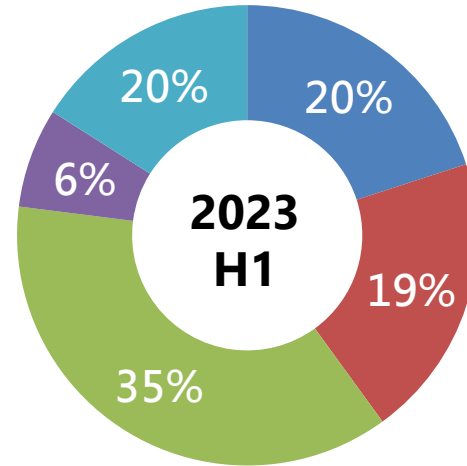
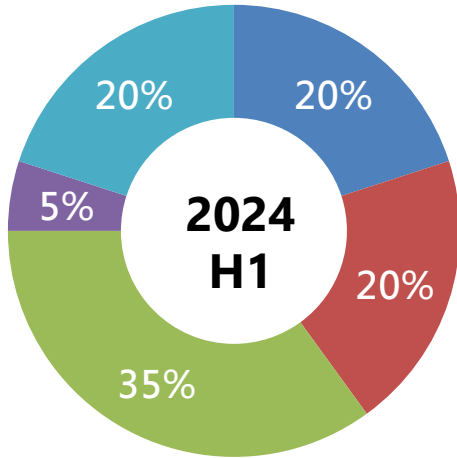
EPS	22'	23'	24'
Q1	0.36	0.29	0.52
Q2	0.18	0.20	0.32
Q3	0.54	0.55	-
Q4	0.26	0.31	-

產品結構- 營業收入

Product Portfolio – Operating revenue

■ 台灣 (佳格/佳乳) Taiwan (SF/SDP)

■ 穀類 Cereal ■ 油 Edible Cooking Oil ■ 保健/完膳 Health/Nutritional Food ■ 奶粉 Milk Powder ■ 冷藏 Chilled

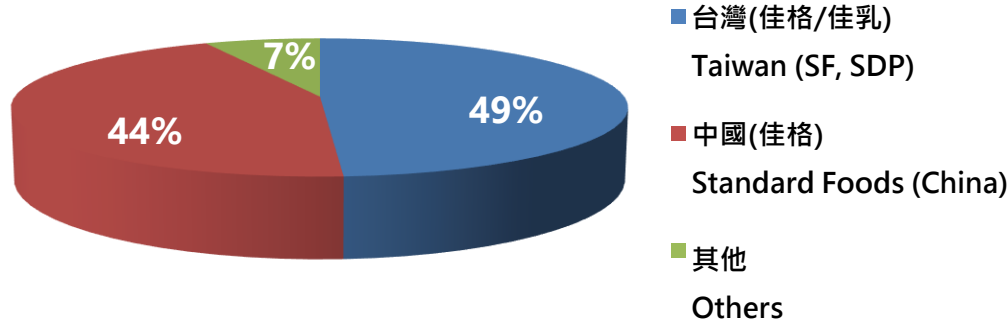


部門別- 營業收入

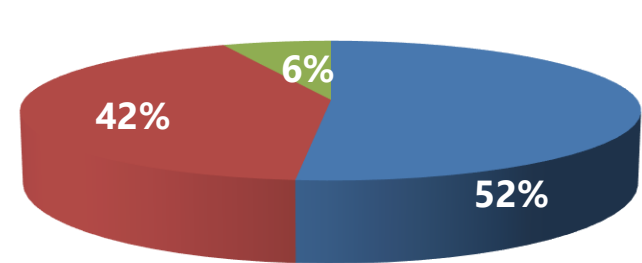
Operating segment – Operating revenue

H1	全集團	台灣(SF, SDF)	中國(佳格)	其他
2024	13,153	6,439	5,790	924
2023	12,204	6,293	5,111	799
成長	7.8%	2.3%	13.3%	15.5%

2024 H1



2023 H1



合併簡明現金流量表

Condensed Consolidated Statement of Cash Flows

項目 Item 單位:新台幣百萬元 Unit: NT millions	2024H1	2023H1
期初現金及約當現金 Cash and cash equivalents at the beginning of the period	2,939	4,348
營業活動之淨現金流入(流出) Net Cash Provided by Operating Actiities	1,366	(676)
現金股利 Cash dividends paid	-	-
投資及其他 Investing activities and others	(1,349)	(716)
期末現金及約當現金 Cash and cash equivalents at the end of the period	2,956	2,956

合併簡明資產負債表

Condensed Consolidated Balance Sheet

項目 Item	2024H1		2023H1	
	金額	%	金額	%
單位:新台幣百萬元 Unit: NT millions				
資產總計 Total Assets	26,862	100%	27,868	100%
現金及約當現金 Cash and cash equivalents	2,956	11%	2,956	11%
應收帳款淨額 Accounts and notes receivable-net	3,644	14%	3,691	13%
存貨 Inventories	5,590	21%	6,949	25%
不動產、廠房及設備&投資性不動產 Property, plant and equipment & Investment propertie	4,898	18%	4,921	18%
負債總計 Total Liabilities	9,258	34%	10,858	39%
流動負債 Current Liabilities	8,900	33%	10,477	38%
非流動負債 Non-Current Liabilities	358	1%	381	1%
股東權益 Total equity	17,604	66%	17,010	61%

重要財務指標(合併)

Key financial indexes (Consolidate)

項目 Item	2024H1	2023H1
流動比率 (%) Current ratio -%	207.9	182.7
速動比率 (%) Quick ratio - %	129.8	100.4
平均銷貨日數 (天) Average inventory turnover – days	103	121
平均收現日數 (天) Average collection – days	57	65
資產報酬率 (%) Return of assets - %	6.3	3.4

台灣佳格

Standard Foods (Taiwan)



福樂



桂格



得意的一天



天地合補



奇動能量飲

2023年12月上市



康研家



加倍佳
(代理)

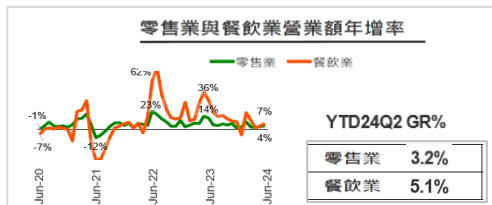
台灣發展策略

外部環境

發展策略

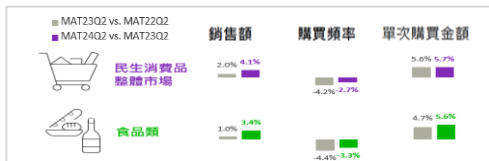
宏觀經濟及零售趨勢

- 國內消費市場穩健，消費者在零售與餐飲上的消費皆增加



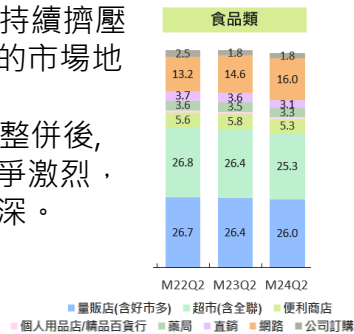
食品類消費趨勢

- 民生消費品市場買氣活絡，食品類買氣回溫。
- 消費者減少購買的情況已趨緩，每次消費的金額則持續增加。



通路白熱化競爭

- 網路購物持續擠壓實體通路的市場地位。
- 實體通路整併後，白熱化競爭激烈，活動折扣深。



➢ 落實品牌承諾: 全家人的營養健康夥伴

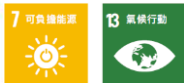
- 鞏固領導品牌：透過與線上/線下通路的密切合作，提供不同品類產品，滿足全家人從早到晚所需的營養。
- 產品發展：重視營養、健康少負擔、美味、便利，並推廣綠色飲食概念，實踐低碳、無添加飲食生活。
- 創新研發：持續開發燕麥、人參、葵花油等核心商品技術，並運用新興技術及素材深化既有強勢。
- 透過佳格健康GO 平台及異業合作，精準目標客群，擴大直接服務消費者的機制及提升用戶體驗。
- 拓展海外市場商機。
- 掌握ESG趨勢，持續強化環境保護、社會責任及公司治理。

台灣第一間通過「全穀標準驗證」的食品大廠



環境保護

Environment

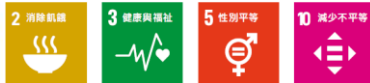


SDGs 行動

- 集團工廠於2023年度節省**13,937**噸用水。
- 佳格三大工廠完成**9**件節能減碳專案及執行TPM設備保養計畫，減少碳排放量**416**噸、節電**7,984**千度。
- 大園廠滋補飲品生產線，執行水資源管理專案，新增洗瓶水回收使用系統，年度水資源回收再利用達**12,165**噸。
- 大園廠滋補飲品生產線投資LCC-S型密閉式冷卻塔LCC-V-125S一式，年度節省水資源**940**噸。
- 辦公室宣導廢棄物減量政策，影印用紙使用的品牌具有紙漿綠色標章。

社會責任

Social



SDGs 行動

- 依循政府法規聘雇身心障礙者，占員工總數**6.47%**佳格食品集團，提供同仁每年**2**天志工假。
- 以愛灌溉：照顧**5,500+**名兒童、向大眾募集**667**箱食育箱，偏鄉學校發送**1,400**份教案+食育箱、發送**8,000**份食育教具，YT影音**234**萬次觀看。
- 以愛樂活：照顧**2,500**名長者、**241**位志工教育、替社福團體招募**105**位志工新血、YT影音**472**萬次觀看。
- 佳格同仁社會關懷行動：舉辦**14**場共**130**名同仁參與、聖誕關懷**1**場，共**40**名同仁參與。
- 定期舉辦年度員工健康檢查。
- **300+**堂 佳格e學院新增線上課程。
- 設置健康諮詢室(保健室)，增加體重體脂機及血壓計等設備。
- 設有臨場/駐廠(專任)醫護人員，每月定期辦理健康諮詢服務。

公司治理

Governance



SDGs 行動

- 制定《永續發展實務守則》。
- 獲頒**44**張國家健康食品認證，為台灣食品業擁有最多認證之公司。
- 獲頒台灣第一間通過「全穀標章驗證」的食品大廠。
- 發展自有電商「佳格健康Go」，進軍海外市場。
- 創立全新品牌「桂格康研家」，進軍科研保健領域。
- 第**10**屆公司治理評鑑上市公司級距排名列於**6%~20%**。
- 實踐公司永續核心價值，正式成立「永續委員會」為公司永續業務進行決策及督導，並成立「永續發展處」執行ESG策略行動。

佳格中國

Standard Foods (China)

健康廚房



多力

健康生活

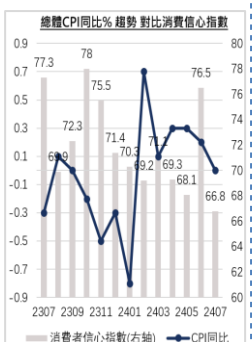
Lebonta
乐 奔 拓



佳格中國-健康廚房

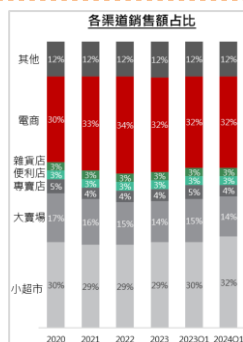
宏觀經濟及消費趨勢

- GDP增速放緩
- 整體消費市場低迷，消費者對未來信心不足，消費意願恢復緩慢。
- 消費主力軍從大城市向小城市擴散，二三線城市消費能力有所提高。



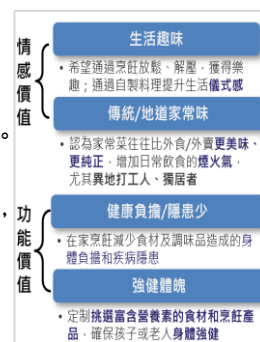
渠道趨勢

- 線下：以“低價”為賣點的折扣業態提速擴展；傳統大賣場持續衰退，嘗試轉型為O2O、會員店模式。
- 線上：傳統電商降速，抖音等內容電商高速增長。



油品消費者趨勢

- 家庭烹飪需求更多元、更有目的性，產品需兼具情感及功能價值。
- 對食用油有不同的營養屬性期待，尤其是針對孩童及老年群體，更注重健康。



外部環境

- 多力：廣受消費者認可，市占率、家庭滲透率穩步提升。

在品牌評分機構Chnbrand發佈的23年中國顧客推薦指數 (C-NPS) 食用油品推薦中獲得第四名

23排名	品牌名稱	淨推薦值
1	魯花	34.7
2	九三	32.4
3	多力	25.5
4	金龙魚	20.3

品牌名稱	品牌認可度 (%)	較2022增長率	消費者深度認知 (%)	較2022年增長率
魯花	92%	0%	68%	-5%
多力	88%	+1%	50%	+1%
九三	86%	-3%	44%	-4%
金龙魚	72%	0%	30%	+1%
西王	57%	+7%	20%	+8%

整體品牌家庭滲透率達12.0%，其中菜油品類市場份額不斷增長，銷量持續領先，家庭滲透率達26.1%

多力菜油市場[MAT24P2 vs. MAT23P2]	
菜油銷量	+8.9%
家庭滲透率	+2pt

多力菜油市占第一			
品牌名稱	23Q3	23Q4	24Q1
多力	23.5	25.1	27.4
魯花	16.5	16.4	16.4
金龍魚	17.4	15.5	14.6
中糧	19.6	18.5	18.5
西王	2.4	2.0	2.5

發展策略

- 品牌深耕：持續創新營銷，為品牌注入年輕、活力、健康的個性。
- 新品開發：面對渠道變化與消費者需求，推出更多元的產品選擇。
- 渠道發展：有效開發經銷商網點，探尋內容電商新機會。

時尚、年輕、活力

- 品牌名稱及包裝設計與國產品牌有明顯區別
- 超人形象新穎有活力
- 葵花籽油中最著名的品牌
- 從油桶設計到宣傳方案，直接突出“葵花籽油”

健康、公益感

- 贊助健康相關公益活動，在“健康”領域被認可
- 沒有食品安全的負面新聞

➤ 穩固供應鏈：佳格集團與廈門建發簽署戰略合作協定

透過建立合作夥伴，穩固上游供應能力
以強化佳格貨源穩定性與採購成本優勢

廈門建發集團是“《財富》世界500強”位列第85位的大型企業集團，旗下核心成員廈門建發股份有限公司是以供應鏈運營和房地產開發為雙主業的現代服務型企業。2023年實現營業收入7,636億元人民幣。



作為戰略合作夥伴，建發農產品集團乃至股份公司將透過全球優勢資源，豐富佳格油脂原料品種與渠道的多元化選擇，進而降低採購、物流等成本，實現更高效的供應鏈運營。

佳格與建發農產品合作共建農糧營養聯合研究院
暨特定人群營養強化中心以深化合作



聯合研究院就葵粕精深加工、農糧營養領域關鍵技術攻堅、服務雙方ESG發展、以科技創新推動產業升級，培育和發展行業技術與人才、帶動和促進農糧經濟轉型升級等方面做出努力與貢獻。

➤ 市場推進：加速終端實銷模型；強化品牌專業背書

擁有藍帽子功效壁壘的氨糖軟骨素粉升級
自產（24年7月），摸索藥房活動發展終端實銷

明星產品獲多項榮譽獎項；更與武漢大學成立
聯合實驗室，強化專業背書及科研實力

藥房健檢及周年慶等活動推進



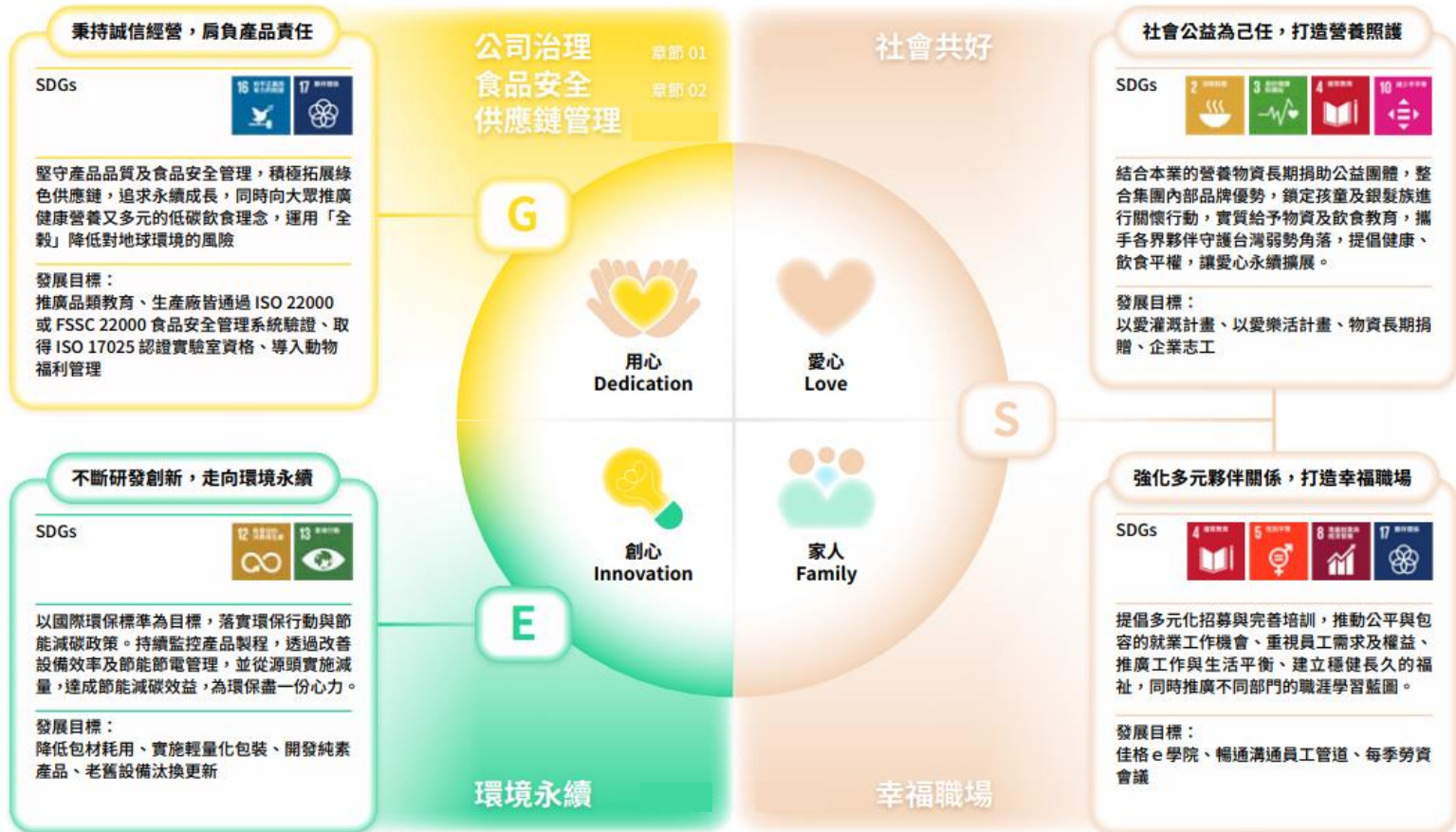
廣審素材持續累積（已經累積20+），線上推廣持續推進



氨糖軟骨素粉獲世界食品創新食品獎、營養師大會營養師心選大獎、健康中國創新產品大獎、營養盒子特殊膳食類爆品獎



從品牌四大基石出發，實踐企業永續



幸福職場

衛生福利部國民健康署



健康職場認證健康促進標章

教育部體育署



Taiwan i Sports 運動企業認證



佳格食品集團榮獲 2024 APSAA 亞太永續行動獎銀獎

我們很開心能夠透過「以愛樂活」計畫，在促進長者營養福祉的路上做出貢獻，這項殊榮更肯定了我們在永續行動上的努力與承諾。「以愛樂活」不只是一句口號，更是佳格的實際行動！

超過**2,500**位
長者直接受惠

241 位長者響應
營養研習班

為**92**個據點
招募超過**100**
位志工

捐贈超過**3,000**
份營養教具

與超過 **45** 個
NGOs夥伴合作

超過**4.72**百萬
的線上影響力

持續發揮永續影響力



企業願景

活出人生美好的每一刻！

品牌承諾

全家的營養健康夥伴



永續影響力

六大資本

財務資本

製造資本

智慧資本

人力資本

社會資本

自然資本

2023 績效

- 營業額：131.36 億
- 稅前淨利：15.24 億

藉由製造資本投入進行生產設備汰換及改善，確保主要生產線產品品質及最佳產能優化：

品項	EA/min	品項	EA/min
嬰幼兒及成人奶粉	52	得意的一天油品	130
大燕麥片	52	養氣人蔘滋補天地	360
穀粉 pouch	52		

包含新形態及口味 / 包裝型態延伸之新品超過 80 支

- 總員工數：1391 人
- 育才人次：20,344 人次
- 年離職率：18.69%

① 以愛灌溉計畫照顧超過 5,500 位孩童、發送 8,000 份營養教具；另發起食育箱你買我捐活動，向大眾募集 667 箱捐給偏鄉學校。

② 以愛樂活計畫辦理 6 場營養研習班、共計培力 214 位志工，並照顧 2,500 名邊緣戶長輩。同時為社福團體招募 105 位志工新血，送出 3,000 份營養衛教扇。共計捐贈 22,500 罐物資。

③ 從工程及包材面著手，購買節能設備如：變頻器、高效能 IE3 馬達、LED 照明燈、空調主機、UPS 不斷電系統等，及環保、節能、省水標章等產品。

④ 2023 年因品質問題而回收下架 0 件，並與 2022 年比較：節電 7,984 千度、節水 13,937 公噸、減少碳排放 416 噸、節天然氣 84 千度

影響力

透過有效的財務管理，做出最大貢獻，創造最佳經濟價值，邁向永續經營。

透過設備維護、改善及汰換，確保提供消費者最佳產品品質，以及工廠最佳綜效生產模式，創造生產者與消費者雙贏，提升競爭力與消費者信賴度。

以精準營養為核心，擴大新產品開發的廣度與深度，以滿足消費者多元需求及海內外事業體發展。

人才持續發展是企業實現永續經營的基石，透過培訓可提升組織效能，激發員工創新力和競爭力，從而推動企業不斷向前發展。

① 「以愛灌溉」食育箱教案有助於學校推廣營養教育，並協助改善孩童營養不均問題。

② 「以愛樂活」協助社區營養推廣中心，獲得正確營養知識，提供營養菜單給予正確飲食概念，助長者們在地安老、在家安老。

③ 年度在地採購占總支出比例約 78.25%，未來持續評估擴大在地採購比例之可行性並設定具體目標，推廣綠色行動。

④ 透過節能減碳專案，集團工廠每年可以減少碳排放 4,103 噸，回收用水 13,937 公噸，愛護環境，友善地球。

佳格食品集團 〈利害關係人問卷〉

佳格每年透過《永續報告書》回應各界關注議題。平時佳格藉由各式雙向、持續管道，與各利害關係人積極溝通；為更全面辨識利害關係人所關注之議題，特發放〈利害關係人問卷〉調查之。

Standard Foods Group annually addresses stakeholders' concerns in our 'Sustainability Report.' We proactively engage with various stakeholders through multiple continuous, two-way channels. Recognizing the importance of comprehending the major topics and issues that stakeholders are concerned about or that have a potential impact, we have developed the 'Stakeholder Survey Questionnaire.' This tool allows us to communicate effectively with stakeholders while collecting and responding to their primary concerns.

【佳格食品集團】利害關係人問卷

請將您身為何者？

<input type="checkbox"/> 員工	<input type="checkbox"/> 關係人/人
<input type="checkbox"/> 消費者	<input type="checkbox"/> 政府
<input type="checkbox"/> 供應商	<input type="checkbox"/> 公益團體
<input type="checkbox"/> 其他	

針對下列議題，請依您的關注程度進行勾選：

議題	1	2	3	4	5
○ 產品安全 (含原料與過程、保潔及標籤標示)					
○ 供應管理 (採購/採購、農產品/原料)					
○ 環境與氣候變遷 (含原料與加工過程、能源/碳排)					
○ 產品安全 (含原料、農產品/原料、食品衛生)					
○ 產品安全與品質管理 (含原料、農產品/原料)					
○ 產品安全與品質管理 (含原料、農產品/原料)					
○ 產品安全與品質管理 (含原料、農產品/原料)					
○ 產品安全與品質管理 (含原料、農產品/原料)					
○ 產品安全與品質管理 (含原料、農產品/原料)					
○ 產品安全與品質管理 (含原料、農產品/原料)					

佳格食品集團《利害關係人問卷》示意

主要利害關係人

Key Stakeholders



員工

Employees



★ 股東 / 投資人

Shareholders / Investors



消費者

Consumers



客戶

Customers



供應商

Suppliers



公益團體

Public interest groups

邀請您填寫 佳格食品集團〈利害關係人問卷〉

Please fill out the Stakeholders Survey Questionnaire



<https://stdfoods.cc/StakeholdersSurvey24>

Q & A

佳格食品（股）公司網址
<https://www.sfworldwide.com/>



Thank you