

## 社會創新組織揭露格式

社會創新組織於會計年度終了，董事會（理事會）應填寫社會創新組織揭露格式，並提請董監事會（理監事會）核備並於股東會（會員大會）提請承認。

### 一、組織基本資料

組織名稱	有心事業股份有限公司			
營業登記日期	2011-01-26			
組織種類	公司 獨資 合夥 有限合夥 部落公法人 社團法人 財團法人 合作社 儲蓄互助社 農會 漁會 農田水利會 大專院校 其他			
負責人	郭旭英			
聯絡電話	04-22139276#905	電子信箱 Email	plan@withheart.com.tw	
聯絡手機	04-22139276#605	統一編號	53298607	
資本額	15,100,000			
組織登記/聯絡地址	臺中市東區自由路四段 278 號			

### 二、聯合國永續發展目標、社會使命與營運模式

#### (一)貴單位符合之聯合國永續發展目標(至多 3 項，請勾選)

- |           |            |            |
|-----------|------------|------------|
| ( 1 )終結貧窮 | ( 7 )永續能源  | ( 13 )氣候對策 |
| ( 2 )終結飢餓 | ( 8 )良好工作  | ( 14 )海洋生態 |
| ( 3 )健全生活 | ( 9 )工業創新  | ( 15 )陸域生態 |
| ( 4 )優質教育 | ( 10 )促進平等 | ( 16 )和平正義 |
| ( 5 )性別平權 | ( 11 )永續城鄉 | ( 17 )夥伴關係 |
| ( 6 )潔淨水源 | ( 12 )產消責任 |            |

#### (二)社會使命

台灣農產品進口量持續成長，以下舉例：

一、雞肉：98 年進口 23 億，到 107 年成長 2.9 倍到 66 億，而到 108 年進口量正式突破國產量。

二、豬肉：101 年進口 34 億，到 107 年成長 2.5 倍到 84 億。

主要的負面衝擊為：

一、台灣糧食自給率下降：糧食掌控在別人手裡，例如 109 年新冠肺炎時，糧食無法進口到台灣。

二、台灣農民生計受影響：台灣農產品滯銷，造成農民生活困難。

惡性循環的癥結點在：

一、政府合法掩護不合理：進口雞腿在台去骨，可以標示原產地台灣，但價格是國產的 2/3。

二、使用國產對公司沒有誘因：用了也沒人知道，只願意新聞性支持，例如：110 中國停止進口鳳梨，但長期還是以價格考量。

三、盤商進口混國產：買 1 公斤國產農產品，拿證明，其餘 99 公斤用進口農產品混充。

四、萬物皆可漲，唯獨國產農產品不行：幾十年來，蔬菜一把還是 10 元，豬肉活體價格不可以超過 80 元/kg。

五、進口食物的食物里程過高：每年進口農產品都成長，而國產農產品下降。

我們一直堅持販售由政府推動的產銷履歷驗證農產品，這是台灣唯一能全程溯源的安全國產農產品，對於願意使用的餐廳的公司，我們每次出貨都提供「產銷履歷驗證食材出貨證明單」，以提供使用國產農產品的誘因，也因次成為農委會頒發的第一屆產銷履歷卓越貢獻獎唯一的私人企業，我們希望更多人願意使用國產農產品，讓台灣更好，世界更好。

#### (三)營運模式

有心的目標是希望台灣人優先使用台灣農產品，台灣的農產品絕對是供不應求，所以我們的各階段性目標

為：

- 一、讓進口農產品不再混充國產農產品
- 二、提供誘因讓公私立單位願意使用國產農產品
- 三、讓履歷農產品銷量增加
- 四、讓國產農產品能呈現真正價格

我們提出的行動策略與作法

一、建立農產品的溯源平台機制：自 104 年自費建置有心溯源平台，讓每一筆產銷履歷驗證農產品從牧場到餐桌，包括大中小盤等，真正每一個環節都透明呈現，因為混貨的問題通常出現在盤商，真正徹底解決混貨問題。

二、提供「產銷履歷驗證食材出貨證明單」：幾十年來，政府及民間都推動愛用國產農產品，但到如今，台灣主要農作生產量一直下降，同樣品項的進口農產品的數量卻節節上升，因為公私立單位的食材還是最低價得標，主要原因是短期新聞喊買國產農產品有人知，平常用了國產農產品沒人知，所以我們在建立農產品的溯源平台機制時，特別在每次出貨時提供「產銷履歷驗證食材出貨證明單」，讓消費者用餐時，可有證明有使用國產農產品，以做為 CSR 的證明，期待公私立單位，能因此願意使用國產農產品

三、溯源+重量+日期全部呈現：每一張的「產銷履歷驗證食材出貨證明單」及在溯源平台上面的資訊，都會呈現食材的履歷過程，更重要的是，還會呈現重量跟進貨日期，徹底避免，買 1 公斤混 99 公斤，及進一次貨拿一次證明後不再進貨等問題，不再讓履歷農產品變成做少量樣版的宣示，要讓履歷農產品銷量能真正增加。

四、堅持履歷維持買價：太多進口農產品在台灣加工就可合法標示原產地台灣，例如台灣很多雞肉加工廠的醃製雞肉，逼迫真正的國產雞肉需要與其拼價，這種合法掩護不合理，正是打壓農民的最可惡的行為，所以希望藉由溯源平台的機制，能真正區分進口跟國產農產品，讓台灣農產品的價格能維持在合理地位。

五、開始計算產品里程碳足跡：藉由這幾年的溯源基礎，藉由計算產品各階段的里程，加上產品的重量及運輸工具的碳係數，就可算出產品里程碳足跡，並數據化國產比進口產品里程碳足跡低，以提供公司行號使用國產產品的誘因。

有心肉舖子邀請您一同真實愛台灣農產品

### 三、營運現況、年度成果與社會影響力呈現

#### (一)現況與年度成果

我們是一間只賣在地好物的良心舖子，由郭旭英獸醫師所創立，我們的團隊包括國立台灣大學職能治療碩士、園藝碩士、國立中興生物產業管理所碩士、會計學士、英國 University of Reading 食品科學碩士等，我們推動從飼養到屠宰階段，都能有獸醫把關動物福祉跟安全。我們的核心價值是「做真」。支持農民與加工廠申請產銷履歷並收購其產品，也因此榮獲農委會頒發的「產銷履歷卓越貢獻獎」，我們一直以來堅持產銷履歷農產品，希望我們的消費者「吃的=聽的」，希望台灣人能真正支持台灣人的農產品，歡迎您一同來購買真正安全的國產農產品。

我們的團隊長期關注並朝聯合國 SDGS 1 減少貧窮、2 的消除飢餓、10 減少不平等、12 責任消費與生產、13 氣候行動、14 海洋生態、15 陸地生態目標邁進，我們長期力行推廣國產農產品、產銷履歷農產品、農產品溯源、安全問題。包括推動溯源平台制度，讓餐廳及加工品可以合法宣稱使用履歷農產品，也讓台灣農民的用心可以讓消費者看到。並推動暖心廚藝運動，募集義煮師傅，有心提供免費食材，邀請消費者付費參與，而將所有費用不扣除任何的 costs，捐贈給公益團體。

100 有心肉舖子成立-一間只賣在地好物的良心舖子(落實 SDGS13 :堅持販售及推廣國產農產品取代進口農產品，以達到減少里程碳足跡的目標，以符合以因應氣候變遷及其影響)

102 起開始推動產銷履歷農產品：台灣第一支通過產銷履歷的雞肉、鴨肉、滴雞精、放牧黑豬，台灣最豐富的產銷履歷肉品及農產品(落實 SDGS2：用產銷履歷制度，達成糧食安全的目標)

104 年創立有心溯源餐廳平台：台灣第一個能將國產農產品在餐廳全程溯源的平台(落實 SDGS2：同上)

105 開始販售養殖並經合法工廠處理的水產品(落實 SDGS14：堅持以養殖水產取代海撈海產，以達到保育及永續利用海洋資源)、開始販售人道飼養的雞蛋(落實 SDGS12：用人道飼養的方式對待動物以達到永續的生產模式)

107 年創立有心溯源加工品平台：台灣第一個能將國產農產品在加工品全程溯源的平台(落實 SDGS2：同上)、榮獲農委會產銷履歷卓越貢獻獎，為五個得獎人中唯一一個私人公司、開始販售農委會畜試所保種

及放牧飼養高畜一號黑豬(落實 SDGS15：以台灣物種做到保育及永續利用陸域生態系)、加入環保署惜食餐廳(落實 SDGS12：減少剩食，以達到永續消費)

108 年起推動暖心廚藝運動募集了 63,300 元/108 年，274,185 元/109 年全數捐給公益團體(落實 SDGS1、16、17：消除貧窮、支持社會救助機構、主動投入社區公正事務)、開始販售畜產試驗所保種的純血黃牛(落實 SDGS15：同上)

109 年接受環保署惜食餐廳表揚(落實 SDGS12：同上)、協助農糧署成立「台灣雜糧隊」(落實 SDGS13：同上)

110 年協助成立台灣有春分享協會，媒合剩食給弱勢團體(落實 SDGS10、12：保護並接納弱勢族群，並且減少剩食)

111 年協助成立台灣廚師協會，並與 TASTEME 合作(落實 SDGS12：同上)、台灣第一支寵物產品：寵心益生菌，每賣出一罐就捐助 50 元給中興大學 USR 大學社會責任實踐計畫浪愛齊步走幫助流浪動物(落實 SDGS15：解決流浪動物問題，便是落實第 15 項「陸域生態」的第一步)

## (二)社會影響力呈現

從每天都吃的東西開始，愛地球、愛台灣、愛家人、愛自己，就是有心肉舖子成立的理念

一、因為愛地球我們只賣低碳里程的國產農產品

(一)減碳量：進口農產品，坐船或飛西到台灣後，多了輪船或飛機碳排放，之後才跟國產農產品一般，坐車運送到台灣各地，減碳就要食用國產農產品。

(二)量化指標：我們推廣國產產銷履歷農產品：從 104 年至今 5 年時間，從 122 號到 2,648 號成長 21 倍，我們希望再 5 年時間，再成長 21 倍。

二、因為愛台灣我們只賣自己鄉親生產的國產農產品

(一)幫助農民：農業為立國之本，關乎人類的生存，世界各國都是列為最保護的產業，如果農產品持續以合法掩護不合理，台灣的糧食自給率一定會持續下滑，如果世界發生像新冠肺炎的疫情，台灣可能斷糧造成國家危機。

(二)量化指標：我們只賣國產農產品，從 100 年販售量約為 1,550 公斤，到 109 年 10 年時間，販售量約為 60 萬公斤，成長 387 倍，我們希望再 10 年時間，再成長 387 倍。

三、因為愛家人我們只賣有政府驗證的國產農產品

(一)環境守護：我們堅持販售產銷履歷的國產肉，堅持由政府及第三方公正單位，確保農產品依照科學、人道、法治、溯源觀念來種植跟養殖，確保農產品是國產的、對環境好的、對動植物好的、藥物殘留合格對人好的，是說到做到，而不是呼口號而已。

四、因為愛自己我們只賣藥物殘留合格的國產農產品

(一)減少農藥施作：產銷履歷農產品，有政府立法規定農藥施作方式，及第三方公正單位定期檢驗，確保農產品藥物殘留合格，如果檢出不合格，農民將有罰則。

五、因為愛您我們只賣您台灣生產、驗證、安全的國產農產品

我們希望對農民好，讓農民脫貧，我們希望對動植物好，讓動植物在生長階段是被平權對待的，我們希望對消費者好，讓消費者能吃到真實安全的食物，我們是希望成為台灣提供好食物的人。

## 四、財務資訊

財務資訊包含以下項目：

營利事業：盈餘預計投入社會使命 20%；接受政府補助占全年總營收 0%。

## 五、其他相關文件或證明

相關文件或證明，如經主管機關認可或依第三方標準之認證，社會創新組織亦得於揭露格式範本中揭露。