

中華食品的產品與行銷責任

第二十三條 等級：初級

資料來源：2022 年中華食品永續報告書

中華食品相當重視產品品質與責任行銷，除了取得多種食品認證，從產品標示到售後服務皆有嚴謹的規範

企業概述

中華食品創立於 1980 年，以企業化經營方式生產黃豆加工食品，而「中華系列」商品除在國內市場，也外銷至香港地區，贏得口碑。公司日後將持續發揚黃豆文化，生產更美味、健康之產品回饋消費者。

案例描述

中華食品主要生產黃豆製食品，相當重視產品品質與責任行銷，不論是食品安全和品質管理皆受到層層把關，以及取得多種食品認證，抑或是在產品標示到售後服務方面，皆有嚴謹的規範。

中華食品設有食品安全小組，負責推動和建立公司的食品安全體系，並使產品符合相關的資訊和標示要求。中華食品從原料的源頭管理到製程的優化已建立確保產品品質的流程，會於生產過程中定時採樣檢測，自主確認產品品質。除此之外，旗下產品也取得 HACCP、ISO 22000、TQF 等食品認證規格，並依《食品安全衛生管理法》完成食品業者自主登錄，建立產品原材料、半成品與成品供應來源及流向之追蹤系統。

中華食品盡力保障消費者權益，在包裝資訊依據《食品安全衛生管理

法》要求標示，希望透過原料成分展開標示、過敏原資訊標示等，滿足消費者「知」的權利，讓對食物過敏的消費者能安心選擇合適的產品。若消費者有任何意見回饋，中華食品也提供電話、官網和粉絲專頁等管道接收消費者建議，並由業務部同仁回覆及進行後續改善。中華食品在2022年度並無因違反產品與服務之資訊與標示相關法規的事件。