

5 Social Impact

社會影響力

遠東 SOGO 致力以「關懷、永續、信賴」(Caring, Sustainability, and Reliability) 等三大主軸實踐社會參與，傳達社會共好、永續共創、文化共感理念，集結顧客、承租廠商及專櫃、員工等利害關係人，與其他企業和政府單位打造永續生態系，聯合眾人之力，共創社會影響力。

對應 SDGs



▷ 回應永續議題

- 社會關懷與社區參與

▷ 重要利害關係人

- 顧客
- 承租廠商 (專櫃)
- 員工
- 鄰近社區

SOGO好溫馨

SOGO好美味

SO GOOD 好小孩
耶誕心願

31 年累計為

4.1 萬名

弱勢兒童圓夢

宅料理競賽推廣
綠色餐飲

3 年共觸及

7,192 萬人次

SO GOOD 好小孩
少年楷模

10 年累計發放逾

360 萬元獎金

290 位特境學童受益

2022 年共攜手

1,975 個外部單位

發起 912 場社會參與活動

投入資源價值逾 6,700 萬

受益人次超過 200 萬

5.1 各店皆為永續影響力基地 — CSR

遠東 SOGO 以公司使命「為所有人提供幸福」、核心價值 R.I.S.E (信賴可靠 Reliable、啟發創意 Inspire、永續長遠 Sustain、追求卓越 Excellence) 為本，提供融合國際與在地特色的飲食文化、流行體驗與精緻服務，發揮通路優勢，攜手利害關係人，開創「遠東 SOGO NEW LIFE 工程」，持續投入資源於「關懷、永續、信賴」(Caring, Sustainability, and Reliability) 等三大主軸實踐社會參與，各店依總公司政策，成為當地永續影響力基地。

2022 年遠東 SOGO 攜手 1,975 個外部單位，包括慈善機構、學術及研究單位、政府機關、企業品牌、社會企業等，試圖解決各項社會問題，發起 912 場社會參與活動，共計投入資源價值超過 6,700 萬元，受益人次超過 200 萬。

為有效管理社會參與專案，2022 年起，遠東 SOGO 開始使用 B4SI (Business for Social Impact Framework) 架構的系統化分析，希望藉由量化社會參與的投入與產出，提升資源分配效益。今後，遠東 SOGO 也將持續參考各項國際社會影響力評估框架，檢核活動成效並優化活動辦法。

攜手 1,975 個單位放大社會影響力 發起 912 場活動 投入資源 6700 萬 200 人次受益

B4SI 三種動機

慈善捐助
41.80%

商業活動
30.39%

社區投資
27.80%

B4SI 四種形式

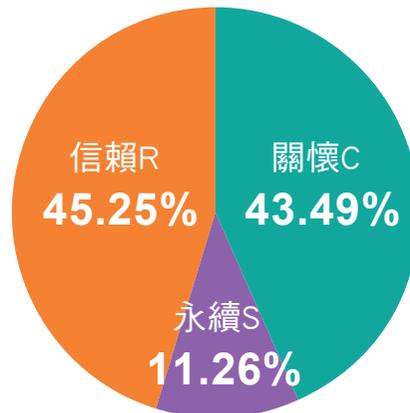
現金捐贈
2.59%

人力成本
3.88%

實物捐助
34.60%

管理費用
59.82%

SOGO NEW LIFE 的社會參與三大主軸(C·S·R)



社會共好 Caring

兒少福利 · 弱勢關懷 · 防疫救災

永續共創 Sustainability

生態旅行 · 環保展覽 · 親子手作

文化共感 Reliability

職涯體驗 · 社區市集 · 藝文活動



註：1. 遠東 SOGO 依據 B4SI 計算三大公益面向投入資源 (含現金捐贈、實物捐助、人力成本、管理費用)。
*2. 人力成本以 2022 年勞動部公告基本工資每小時 168 元計算。

5.1.1 永續公益鏈

遠東 SOGO 先後捐助成立「財團法人太平洋崇光文教基金會」與「財團法人太平洋崇光社會福利基金會」，長期與文化機構、社福單位、學校配合，持續累積資源，推動文化教育、社會公益，形成一股穩定的支持力量，每年固定舉辦三大指標活動。

基金會					
成立時間	1988 年		2000 年		
發展宗旨	以提升全民文化藝術、生活品味為宗旨，長期推廣文化交流，舉辦文教活動		延續遠東 SOGO 取之社會、用之社會的理念，致力推動社福與慈善活動		
2022 年 重點專案	第三屆遠東 SOGO 宅料理競賽暨逆風少年關懷行動		第 31 屆 SO GOOD 好小孩耶誕心願	第十屆 SO GOOD 好小孩少年楷模頒獎典禮	
合作單位	遠東集團徐元智先生紀念基金會 全民健康基金會 香格里拉台北遠東國際大飯店 逆風劇團		台灣兒童暨家庭扶助基金會 陽光社會福利基金會 羅慧夫顱顏基金會 罕見疾病基金會 台北市婦女救援基金會 基督教芥菜種會 國立臺南大學附屬啟聰學校 HAPPY GO 鼎鼎聯合行銷	HAPPY GO 鼎鼎聯合行銷 罕見疾病基金會 陽光社會福利基金會 羅慧夫顱顏基金會 家扶基金會	
專案成效	投入	現金捐贈	• 總獎金 544,000 元	• 無	• 總獎金 363,000 元
		實物捐助	• 10 個料理包，共 3,000 元	• 1,217 份禮物，均價 600 元，總價約 730,200 元	• 49 個福袋，包含生活用品、文具
		人力成本	• 3 位專職同仁共投入 500 小時 • 4 位志工共投入 28 小時	• 3 位專職同仁共投入 160 小時 • 4 位志工共投入 32 小時	• 3 位專職同仁共投入 400 小時 • 8 位志工共投入 26 小時
		管理費用	• 2,056,000 元	• 361,500 元	• 1,847,000 元

基金會	 財團法人太平洋崇光文教基金會	 財團法人太平洋崇光社會福利基金會
產出	<ul style="list-style-type: none"> 第一屆金牌料理商品化，與逆風劇團合作開啟百貨第一個料理包群募專案 媒合百貨 4 家餐廳，販售第二屆防疫餐優勝料理 207 人報名參賽，較上屆成長 33% 觸及逾 3,192 萬人次 63% 為女性參賽者，女性參與率首次超越男性 	<ul style="list-style-type: none"> 超過 1,300 位民眾參與圓夢行動 7 家社福機構 1,217 位弱勢學童實現心願 加碼展示逆風劇團特境少年心願，期間計 166 人次參與料理包群募計畫
專案成效	<ul style="list-style-type: none"> 將「食安」、「防疫」、「綠色飲食」概念帶入供應鏈管理 73% 參賽者表示，本活動有助於提升對永續飲食、綠色餐飲的認知 85% 參賽者對遠東 SOGO 舉辦環保教育、文教活動、疫情期間照顧利害關係人感到滿意 	<ul style="list-style-type: none"> 遠東 SOGO 同仁擔任志工時數可抵公益假，員工參與度提高 遠東 SOGO 老顧客例行活動，公益之火薪傳不斷 羅慧夫顏顏基金會共同招募志工，並提前曝光攝影展作品，增加能见度
		<ul style="list-style-type: none"> 觸及逾 131 萬人次 49 位學童報名，選出 25 位楷模 發放獎學金給 4 位歷屆楷模 頒發 2 名熱心守護獎 十週年紀錄片 <ul style="list-style-type: none"> 學童被認同與肯定，獲得自信 家長及照顧者努力有所回報 社福機構透過協助個案報名，有機會向大眾傳達理念

基金會透過 SOGO ESG 官網與 Facebook 粉絲頁，即時揭露最新訊息，讓公益故事廣為流傳，啟動社會善循環。

三大指標活動 深耕SOGO公益形象 長期投入社會參與 支持善意活水流動

少年楷模



10屆共獎勵 290位特境學童
獎學金360萬 44位總統教育獎
鼓勵多元 勇敢夢想

耶誕心願



31屆共4.1萬人次參與
2.8萬人次弱勢學童受益
牽起M型社會兩端對話

宅料理競賽



3屆共496人次參與
累計觸及人次7,192萬
全民食育 綠色飲食

5.1.2 社會參與活動成果

2022 年遠東 SOGO 與 1,975 個外部單位（次）合作，投入支援救災與防疫、支持公衛醫療、扶助弱勢、落實生態保育、推廣教育、促進體育及藝文發展、關懷社區鄰里、慈善捐贈等 912 場社會參與活動，並積極與合作廠商攜手，共創最大價值，例如服飾品牌 FREE 援助烏克蘭，捐贈 2,100 件保暖內搭衣、價值近 1,972 萬元；12 月全台有 1,753 個專櫃響應遠東 SOGO 發起的公益捐點，捐點換得購物金可折抵消費，等同 1,753 個專櫃願貢獻現金成本，共襄盛舉做公益。

年份	場次	參與人次	受益人次	投入資源價值（元）	合作單位數
2022	912	1,389,167	2,029,931	67,765,917	1,975
2021	391	1,312,745	1,802,019	22,105,733	268
2020	371	3,930,193	3,992,304	30,582,377	194
2019	158	1,131,775	1,229,362	21,587,265	80

註：
 1.2022 年起，遠東 SOGO 根據 B4SI 指引，投入資源加計人力成本、公司自有資源；如依原方式計算（現金、實物、部份管理費用），2022 年投入資源價值 50,908,693 元。
 2.2021 年社會參與活動數據重編。

【Caring 關懷】

遠東 SOGO 於關懷面向傳達社會共好理念，執行專案類別橫跨社福、兒童及弱勢關懷，2022 年共投入 2,947 萬元，舉辦 140 場活動，逾 3 萬人次參與、11 萬人次受益。其中，大型兒福系列活動由財團法人太平洋崇光社會福利基金會舉辦，以「SO GOOD 好小孩」為標示。

SO GOOD 好小孩少年楷模



遠東 SOGO 自 2011 年起舉辦「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選暨表揚」，為台灣零售百貨唯一弱勢兒童典範徵選活動。全國身處清寒或疾病等逆境，仍樂觀生活、熱心助人、勇敢夢想的 6 年級以下學童都可參選，目的不在「篩選」，而是讓逆境向上的典範被看見，進而感動更多人；另設「熱心守護獎」，表彰第一線老師與社工的貢獻。

歷年活動累計獎勵 290 位學童，邀請 46 位偶像名人為學童打氣，受 Covid-19 疫情影響，第十屆頒獎典禮順延至 2022 年，並擴大舉辦十週年成果發表會，邀請歷屆得主共創長達 8 公尺巨型畫作、一同練習音樂，過程記錄成短片、搭配學習單，將於 2023 年無償提供給全國小學及幼兒園，成為生命教育教材。

「SO GOOD 好小孩少年楷模徵選」是「總統教育獎」的風向球，歷年共催生 44 名得主，遠東 SOGO 會邀請當年度獲總統教育獎的少年楷模及親友至百貨用餐，挑選服飾做為前進總統府領獎的行頭，亮麗登場展現生命正能量。



黃晴雯董事長（中）與第 10 屆少年楷模合影



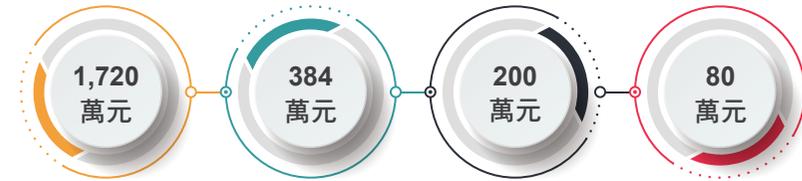
少年楷模 10 週年紀錄片



投入資源

依B4SI社區投資評估SOGO10年期間投入「少年楷模計畫」之貨幣化金額

總計2,384萬元



72.1%專案管理

16.1%現金獎助

3.4%人力資源

3.4%實體物資

SO GOOD 好小孩的耶誕心願

專案延續性

31屆

累計參與人次

4.1萬

累計受益人次

2.8萬

遠東 SOGO 長期搭建公益平台，牽起 M 型化社會兩端對話，「SO GOOD 好小孩的耶誕心願」是遠東 SOGO 公益計畫中，最廣為人知的一項，31 年來，逾 4.1 萬人次為超過 2.8 萬弱勢兒圓夢。2022 年，遠東 SOGO 串聯全台各店響應，共展示 7 間社福機構 1,217 位弱勢學童的心願卡；成功認領心願者，高達 69.8% 是首度參與，更有 52.3% 選擇為兩個以上兒童圓夢，顯示遠東 SOGO 深耕公益有成，將影響力拓展至更廣大客層。

除了耶誕心願，遠東 SOGO 更擴大將 2022 年 11 至 12 月定位為「暖心月」，以三大活動邀請消費者一起做公益。為支持兒童早期療育，遠東 SOGO 和遠東商銀、伊甸基金會推出互動式捐款裝置，共募集 48,262 元；東區地下街舉辦羅慧夫顱顏基金會「看見改變公益攝影展覽」，記者會邀請金曲歌后魏如萱分享勇於改變的過程；「點亮希望～捐點活動」則鼓勵消費者將 HAPPY GO 點數捐給家扶，可換 100 元購物金，全台募得點數換算超過新台幣 28 萬元。

要解決的問題

以人氣百貨的通路力量 關注資源不足的弱勢兒童

解決方式

公開表揚
給予成就未來的勇氣
頒發獎學金

受益對象

弱勢與特殊生
家長
老師/社工

呼應SDGs



2022 特殊專案【暖心月】			
合作組織	遠東國際商業銀行 財團法人伊甸社會福利基金會	羅慧夫顛顏基金會	財團法人台灣兒童暨家庭扶助基金會
合作方式	互動式捐款	於東區地下街舉辦「看見改變公益攝影展覽」	「點亮希望～捐點活動」鼓勵消費者將 HAPPY GO 點數轉捐予家扶，即可獲得遠東 SOGO 提供之 100 元購物金
募集資源	共募集 48,262 元	實體展覽觸及 580 萬人次 活動網站觸及 170 萬人次	全台共 1,753 個專櫃響應收券，活動共募得 793,800 點，換算為 286,402 元捐款。



遠東 SOGO 同仁每年享 10 小時公益假，圖為黃晴雯董事長（中）與耶誕心願志工合照。



遠東 SOGO 串聯專櫃，鼓勵消費者捐點幫助弱勢，還可獲得購物金。

【Sustainability 永續】

遠東 SOGO 以「打造亞洲第一綠色百貨」為使命，在日常營運與活動貫徹環保概念，營造低碳教育場域，引導利害關係人內化環保意識。2022 年投入 763 萬元，舉辦 92 場永續共創活動，超過 9 萬人次參與，23 萬人次受益。

亞太永續行動博覽會

遠東 SOGO 8 月受邀參與在台北世貿一館舉行的第一屆「亞太永續行動博覽會」，與超過 100 個政府機關、企業、大學、社會企業、NGO 等致力推動永續的夥伴，攜手展現行動成果，三天吸引近 2 萬人次參觀。

遠東 SOGO 以「綠色消費旅程」為策展主題，透過再生紙筒虛擬造林，代表長期推動無紙化，為節省地球資源、生態保育盡一份心力，後方 LED 螢幕呈現遠東 SOGO 永續績效亮點，並持續播放穿梭林間的意境，象徵走進遠東 SOGO 即開啟一場綠色消費旅程，也為熱鬧的展場保留一隅綠意。

公益心連心 二手衣募集

台灣每年丟棄 7 萬 2 千噸舊衣，相當於每分鐘丟棄 438 件衣服。遠東 SOGO 致力與合作夥伴共創永續行動，4 月世界地球日系列活動，與雅詩蘭黛集團聯手募集二手衣，從公司內部發起，擴及消費大眾，期望透過百貨業與美妝雙龍頭結盟，拋磚引玉，發揮 1+1>2 的影響力，呼籲大眾正視快時尚帶來的環境問題。

活動共 2,000 人次參與，回收 1,164 公斤衣物，捐給伊甸社會福利基金會，轉贈有需要的弱勢族群。遠東 SOGO 也將持續分享資源，不分大小，與願意友善地球的供應商一同努力，傳遞永續訊息。

永續教育向下扎根

遠東 SOGO 深諳教育的重要性，認為永續思維應從小培養，故在規劃親子活動上，特別著重生態、環境保護。例如忠孝館 ThankQ 俱樂部與國立海洋科技博物館、台北市立天文科學教育館、國立台灣科學教育館合作舉辦 9 場課程，200 組家庭近千人寓教於樂；母親節檔期透過海洋繪畫比賽介紹生物、宣導環保，共 95 位孩子參賽、3,000 人次逛展，讓百貨不只是消費場所，更達到親子互動及知識傳遞。



亞太永續行動博覽會



「海洋生物由我來守護」海洋繪畫展



與雅詩蘭黛共同發起二手衣回收

【Reliability 信賴】

「信賴可靠」是遠東 SOGO 核心價值，更是與利害關係人雙贏的關鍵。遠東 SOGO 全台營運據點共進駐超過 3,000 個櫃位，多元商品與服務是生活的縮影，各店透過辦理教育推廣、藝文發展、促進體育發展等文化共感活動，拉近與民眾的距離。2022 年投入超過 3,066 萬元於 680 場文化共感活動，累計超過 126 萬人次參與，逾 168 萬人次受益。

宅料理競賽

專案延續性

3屆

累計參與人次

496

累計觸及人次(含網路)

7,192萬

遠東 SOGO 舉辦「遠東廚師達人賽」長達 12 年，為台灣培育近 2,000 名餐飲精兵。2020 年起，國人飲食習慣受疫情威脅而減少外食，遠東 SOGO 看見倡導健康飲食的契機，賽制轉型為面向全民的「防疫餐（宅料理）競賽」，推廣自「煮」健康管理；2022 年，呼應「全民綠生活」，進一步導入國際永續思潮，評分項目加入綠色餐飲概念，宣導減塑、不用一次性餐具、避免剩食、使用在地當令食材。報名人數逐年成長，透過競賽進行全民食育，發揮人氣通路的社會影響力。



許育鈴(左)以一道營養魚湯奪下第三屆宅料理社會組冠軍。

小小顧服卡哇依體驗營

遠東 SOGO 利用百貨通路具多元商品的優勢，推出各項職人體驗，「小小顧服卡哇依體驗營」每年一開放報名就被秒殺，2022 年忠孝館舉辦 10 場次，募集 60 位小小顧服員，從打卡換裝、迎賓、招呼語練習、服務台諮詢、店內指引、廣播尋人、租借娃娃車，體驗遠東 SOGO 35 年來為人稱道的優質服務精神。還有高雄店的「防災小英雄體驗營」、「小老闆市集」，天母店的「小小木匠」等，鼓勵小朋友多元發展，尊重不同職業。



小小顧服員擔任迎賓大使



高雄店防災小英雄體驗營

顧客高度認同遠東 SOGO 深耕文教與公益

在基金會與各部門長期耕耘下，最新一期遠東 SOGO 顧客滿意度調查顯示，88.7% 消費者認為遠東 SOGO 值得信任，七成以上消費者對遠東 SOGO 在各項社會參與的相關作為給予正面評價，與上年度變動不大。最受好評的耶誕心願，滿意度高達 79.6%，第三屆宅料理競賽也獲得 75.2% 正評，與前一年度相較高出近 3 個百分點。調查結果已於 ESG 委員會提報，做為優化參考。

5.1.3 國際節日永續倡議

遠東 SOGO 響應國際趨勢，每月發起一項永續倡議，透過各店 FB 粉專、店內 LCD 與消費者溝通。2022 年 5~12 月共提出 8 項議題，包括國際不節食日、世界海洋日、世界人口日、國際青年日、低碳中秋、國際女孩日、世界無肉日、永續耶誕，總計觸及 15 萬人次。未來，遠東 SOGO 除將繼續關注永續議題，也將發起合適的行動方案，擴大串聯供應商響應。



5.2 在地化經營

「百貨公司」為周遭帶來人潮與商機，被視為經濟繁榮的重要指標，遠東 SOGO 積極發揮核心能力，深耕在地，促進社區共融創生。

5.2.1 台北東區商圈共榮

遠東 SOGO 以企業社會責任出發，2019 年成立「台北市東區商圈發展協會」，以「創意、創新、創業、創生」策略規劃，連續四年集結名店，祭出優惠及抽獎，將週年慶人潮延伸至東區商圈，每年創造百萬人流。

遠東 SOGO 積極爭取振興東區，2022 年成功完成多項照明強化及行人友善設施；催生「東區廊帶計畫」，改善忠孝館卸貨區車輛停放問題，成果獲商業處認可，後推出兩期工程，攜手市政府改造忠孝館後方廊帶，使東區地標遠東 SOGO 與社區共融。



遠東 SOGO 串聯東區週年慶帶動商機



捷運忠孝復興站雙向手扶梯竣工啟用

專案	重點	主導單位	成果與進度
振興東區建設	1. 強化照明與路線指引 2. 增設行人友善設施與動線	遠東 SOGO	1. 忠孝復興站站體下方照明提升 2. 敦化南北路分隔島藝術燈照明 3. 東區自行車道路線指引 4. 忠孝復興站4號出口手扶梯建置完成(2022/8/15) 5. 忠孝復興路口試辦交叉行人穿越線(2023/2/25)
東區廊帶計畫	1. 改造忠孝館周邊使用目的，使空間利用符合法規並取得執照。 2. 建置忠孝館後方廊帶，成為大面積綠色休憩園地。	遠東 SOGO 台北市 政府	細部規劃審查中，預計2023年5月動工



台北東區商圈發展協會舉辦市集吸引人潮



忠孝復興站站體下方照明提升

5.2.2 各店走入社區 化身影響力基地

遠東 SOGO 作為大家的百貨公司，營運據點開放館內公共空間，打造「OPEN SPACE」提供在地組織、民眾發揮的平台，攜手社區共好。

天母店 x 天母商圈

「萬聖節天母搞什麼鬼」是天母商圈最具代表性的年度活動。遠東 SOGO 長期與天母商圈發展協會合作，串連在地店家，帶來龐大商機，2022 舉辦第 14 屆，吸引 5,000 人次，不用出國就能感受濃濃的異國鬼節氣息！元旦則有四校樂儀旗隊共 110 位學生聯合演出，引入 800 名人流，FB 直播影片超過 2,000 人點閱。

中壢店 x 六和商圈

六和商圈以遠東 SOGO 中壢店為核心，人氣與買氣蓬勃。一年一度的「萬聖鬼團踩街」和「百變驚像獎變裝 SHOW」邁入第 10 年，從遠東 SOGO 中壢店出發遊行，大人小孩卯起來展現最怪的自己，大喊「不給糖就搗蛋」，為商圈帶來生命力。虎年元宵，中壢店則配合桃園燈會舉辦「虎哩光明元宵燈籠彩繪展」，與畫室合作，讓小朋友發揮創意，成為中壢新地標，吸引 36,000 人次參觀。

高雄店 x 三多商圈

遠東 SOGO 高雄店與三多商圈保持友善互動，深耕在地里民關係，適逢高雄店 26 週年慶，與交通部觀光局茂林國家風景區管理處舉辦「高雄觀光圈 x 高雄購市集」，邀請在地農特產與文創藝術品牌參與，讓民眾看見有群人努力推廣高雄觀光，如同高雄店堅持提供最好的服務，為在地文化發聲。耶誕夜則由三家教會組成幸福新三多報佳音團，用歌聲帶來暖意。

新竹店 x 桃竹苗親子百貨首選

遠東 SOGO 新竹店是桃竹苗地區親子百貨首選，「艾瑞·卡爾好好五重奏」親子互動展 2022 年唯一場次即選在新竹店；同時，新竹店長期經營 ThanQ Club，打造親子友善空間，萬聖節邀幼兒園孩童打扮成小妖怪討糖，賣場充滿可愛「妖」氣。

2022 年夏季，新竹店展開運動月特別企劃，舉辦拳擊、間歇訓練課程，邀居民燃燒脂肪、增加免疫力，活動累積觸及逾 17 萬人次。冬季請到新竹街口攻城獅籃球隊，人氣球員與民眾進行分組遊戲，拉近距離。



天母店聯合樂儀旗隊元旦演出



中壢店萬聖節踩街



高雄觀光圈 x 高雄購市集



新竹店「艾瑞·卡爾好好五重奏」親子互動展