



**2024**

**Environment Social  
Governance Report**

太平洋崇光百貨  
企業永續報告書

## 封面設計理念



太平洋崇光百貨從核心本業出發，積極實踐環境永續與社會關懷，正如Team Taiwan強棒出擊，展現堅韌實力，開啟共融永續的新篇章。



# 目錄 Contents

## 前言

|               |    |
|---------------|----|
| I. 報告書        | 05 |
| II. 關於太百      | 06 |
| 董事長的話         | 06 |
| ESG特輯         | 07 |
| 榮耀與肯定         | 11 |
| 永續發展策略藍圖與價值創造 | 13 |
| 遠東SOGO願景工程    | 14 |

|            |    |
|------------|----|
| III. 永續太百  | 14 |
| 永續專案推動架構   | 14 |
| 永續議題管理流程   | 15 |
| 永續議題變動說明   | 17 |
| 價值鏈與永續議題關係 | 17 |
| 利害關係人議合    | 20 |

## 1. CHAPTER 穩健經營力

|             |    |
|-------------|----|
| 1.0 策略成果與規劃 | 26 |
| 1.1 公司治理    | 28 |
| 1.2 營運成果    | 37 |
| 1.3 風險控管    | 44 |
| 1.4 資安防護    | 47 |
| 1.5 供應鏈管理   | 50 |



## 2. CHAPTER 永續環境力

|               |    |
|---------------|----|
| 2.0 策略成果與規劃   | 59 |
| 2.1 氣候韌性與因應策略 | 65 |
| 2.2 能源管理      | 75 |
| 2.3 水資源管理     | 78 |
| 2.4 循環再生與廢棄管理 | 80 |
| 2.5 綠色百貨      | 82 |

## 3. CHAPTER 安心服務力

|             |     |
|-------------|-----|
| 3.1 商品安全管理  | 96  |
| 3.2 顧客關係與服務 | 101 |
| 3.3 商場安全維護  | 106 |

## 4. CHAPTER 幸福職場力

|               |     |
|---------------|-----|
| 4.0 策略成果與規劃   | 109 |
| 4.1 員工輪廓      | 111 |
| 4.2 薪酬福利      | 115 |
| 4.3 多元人才吸引與培育 | 120 |
| 4.4 職場安全與健康   | 124 |

## 5. CHAPTER 社會影響力

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 5.1 社會共好、永續共創、文化共感 | 130 |
| 5.2 永續生態系          | 138 |
| 5.3 鮮明的永續店格        | 139 |

## 附錄

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 附錄一、國際永續揭露框架對照表 | 143 |
| 附錄二、聯合國全球盟約對照表  | 152 |
| 附錄三、保證聲明書       | 153 |

# 報告書

GRI 2-1 GRI 2-2 GRI 2-3 GRI 2-4 GRI 2-5

太平洋崇光百貨股份有限公司（以下簡稱「太百」）發行之永續報告書，為連續第11年出版之永續相關資訊。本公司秉持透明公開、永續共進的精神，參考全球永續性報告協會（Global Report Initiative，簡稱GRI）於2021年全球發佈的通用準則（Universal Standards 2021）進行內容撰寫。每年度出版一次，透過報告書將針對上一年度有關經濟、環境、社會之企業永續發展概況向利害關係人溝通，並展現具體績效成果。

## 編製依據

本報告書同時參照下述國際標準與指南進行編纂：

| 發布單位                                                              | 準則框架／法規                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 聯合國<br>(The United Nations, UN)                                   | 聯合國全球永續發展目標<br>(UN Sustainable Development Goals, SDGs)                                                                                  |
| 全球永續性標準理事會<br>(Global Sustainability Standards Board, GSSB)       | GRI 2021公布通用準則2021<br>(Universal Standards 2021)                                                                                         |
| 國際永續準則理事會<br>(International Sustainability Standards Board, ISSB) | 氣候相關財務揭露框架<br>(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)<br>SASB準則<br>(Sustainability Accounting Standards Board, SASB) |
| 其他國際組織                                                            | 自然相關財務揭露框架<br>(Task Force on Nature-related Financial Disclosures, TNFD)                                                                 |

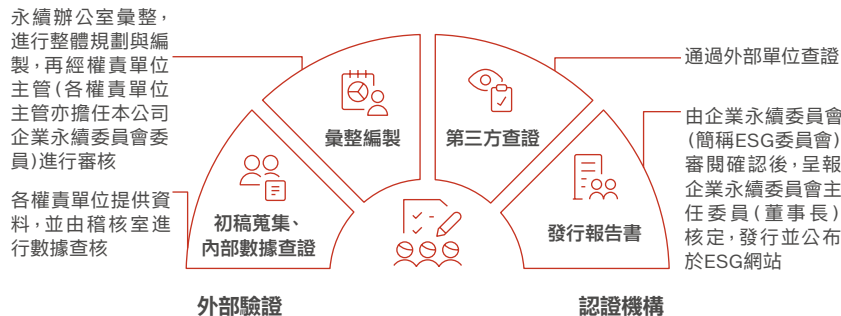
## 報導範疇

本報告書資料涵蓋期間自2024年01月01日至2024年12月31日止，包含管理方針、重大主題、執行方案、績效表現等資訊。揭露邊界以太百之台灣營運據點為主體，並涵蓋「太平洋崇光文教基金會」及「太平洋崇光社會福利基金會」於企業社會責任相關作為與績效，包含經濟、社會、環境等面向。

- 本報告所稱「當地」係指財務報表中所含之台灣8家營運據點，包括「遠東SOGO」全台七家及「遠東Garden City」大巨蛋店之相關資訊皆於本報告書揭露，且以「太百」或「本公司」指稱。
- 如專指「遠東SOGO」，則僅涵蓋總公司及七家遠東SOGO，不含遠東Garden City大巨蛋店。
- 遠東Garden City大巨蛋店自 2024年5月起分區開幕（尚未全區營運），本報告僅揭露其財務數據及部分非財務數據；「2.2 能源管理」、「2.3 水資源管理」與「2.4 循環再生與廢棄管理」章節則未納入該據點資料。

報告書財務數據資料係引用經會計師查證後之資訊，若績效涵蓋邊界不同，將於報告書特別說明。其他非財務數據則由本公司自行彙整與統計所得。考量可比性，部分績效資訊一併揭露近3年之數據。資料計算範疇與基礎改變之情形，於該段落附註說明。

## 報告書管理流程與發行



| 首次出版日期  | 前一版本出版日期 | 現行版本出版日期 | 下一版本出版日期 |
|---------|----------|----------|----------|
| 2015年6月 | 2024年6月  | 2025年8月  | 2026年8月  |

| 財務數據                                   | 勤業眾信聯合會計師事務所              |
|----------------------------------------|---------------------------|
| ISO 14064-1溫室氣體                        | BSI英國標準協會、SGS台灣檢驗科技股份有限公司 |
| ISO 14067碳足跡                           | BSI英國標準協會、SGS台灣檢驗科技股份有限公司 |
| ISO 45001:2018職業安全衛生管理系統（有效期至2026年10月） | BSI英國標準協會                 |
| ISO 27001:2022資訊安全管理系統（有效期至2027年10月）   | 亞瑞仕國際驗證股份有限公司             |
| ISO 20400永續採購指南                        | afnor法標國際認證股份有限公司         |
| MAS標章（有效期至2025年1月）                     | 數聯資安股份有限公司                |

## 報告書內容保證

為確保資訊揭露的透明度與可信度，本報告書所揭露的相關資訊與數據，本報告書經台灣檢驗科技股份有限公司（SGS）依GRI Standards 2021參照選項（Reference）及AA1000 AS v3第一類型中度保證等級進行查證，相關保證／查證方法與結果請參閱本報告書附錄查證聲明書。

## 聯絡資訊

感謝您閱讀本報告書。若您對本報告書有任何疑問或建議，歡迎透過下列方式與我們聯絡。

- / 永續發展辦公室 徐宛韻
- / esg@sogo.com.tw
- / 02-7713-5555 分機8251
- / 台北市忠孝東路四段45號

- 利害關係人聯絡窗口：請至ESG官網「聯絡我們」
- 太百企業永續報告書下載：請至ESG官網「永續報告書下載」



太百企業永續  
官方網站



## II. 關於太百

GRI 2-22 GRI 2-23

### 董事長的話



#### 以運動家精神，領航永續十年

2024年，全球有76個國家舉辦大選，堪稱「全球選舉年」，經濟震盪、地緣衝突加劇，部分地區更硝煙四起，世界紛亂不已。幸而幾場大型國際運動賽事，讓人看見和平的可貴。其中，代表台灣出征奧運的國手們，及棒球場上奮戰的Team Taiwan，都讓中華民國國旗歌在海外莊重的典禮上響起，令國人熱淚盈眶。

2025年開幕的台北大巨蛋有幸參與其中，我們在場內為中華隊挺進世界棒球12強賽歡呼，也一齊守在螢幕前觀看Team Taiwan在東京奪冠。這是我們第一次在國際棒球三大賽（奧運、經典賽、12強）封王，寫下歷史、舉國歡騰。



#### 遠東Garden City隨大巨蛋開幕，和球場一起吐納

由遠東SOGO經營團隊打造的遠東Garden City隨著大巨蛋啟用，在2024年5月底分區呈現，首波以14家全國或百貨首家的主題餐廳打頭陣，接著在大巨蛋入口處地下層推出「全台最美地下街」，以內用美食與外帶餐飲為觀賽旅客補給，陪伴國人振臂吶喊。

當遠東Garden City與運動場同一個吐納時，我們更能感受並傳達：世界上沒有一蹴可幾的成功，也沒有永遠的冠軍；唯有運動家的精神方能持續稱霸。一如世界上最偉大的拳擊手穆罕默德·阿里 (Muhammad Ali) 所言：「活著不是為了過每一天，而是讓每一天真正地活著。」(Don't count the days. Make the days count.) 運動場內，民眾慷慨激昂；購物商場內，我們正默默實踐聯合國永續發展目標當中的SDG 8就業與經濟成長、SDG 13氣候行動、SDG 16和平與正義、SDG 17多元夥伴關係，攜手利害關係人努力讓這個社會更好。



#### 2024 ESG綜合績效亮眼，累計獲獎逾210個

2024年遠東SOGO在公司全體同仁的努力下，永續績效亮眼，ESG綜合績效獲《遠見ESG企業永續獎》服務業楷模獎、《天下永續公民獎》大型企業服務類20強、《TCSA台灣企業永續獎》台灣百大永續典範企業獎、《APEA亞太傑出企業獎》等國內外大型永續獎項的肯定。

我們致力打造低碳營運，攜手利害關係人邁向減碳路徑，是零售第一個六度蟬聯環境部「國家企業環保獎」銀級以上肯定的企業！更成為國內第一個遞交SBT承諾書的大型連鎖百貨。

同時我們關注人力發展、打造幸福企業，面對消費者，創造優質顧客體驗服務，在社會共融面向，聯合各店通路創造公益生態系。使得我們2024年再添37項殊榮，歷年累積共獲逾216個國內外永續大獎。



#### 永續轉型十年，我們選擇較少人走過的路

回首向來路，遠東SOGO百貨的永續轉型從2014年開始，迄今正好滿十載。當時的餓水油事件牽連廣泛、深入民生，讓社會人心惶惶。遠東SOGO因率先全台零售百貨業，預防式下架所有問題集團系列商品，保障消費者食安的作為深獲消費者信賴，也因此開啟內部推動企業社會責任（CSR）的契機。

自此之後，遠東SOGO雖非上市櫃公司，卻始終以「超前部署」自主管理。在金管會2015年啟動首波CSR報告書規範時，SOGO即開始連年自主揭露ESG績效，開啟全面轉型之路。2021年後更領先金管會對上市櫃公司的規範時程，導入TCFD氣候相關財務揭露，展開氣候治理，率先我國零售百貨業響應國際倡議EP100與SBT。

2015年我們是第一  
個定義百貨零售「碳足跡」產品類別規則的百貨業者；這十年，我們堅持「路走對了，就不怕遠」，秉持「作對社會最好的企業」的初心未變，讓我們在永續的路上始終「選擇較少人走過的路」，而這讓一切變得如此不同。



黃晴雯

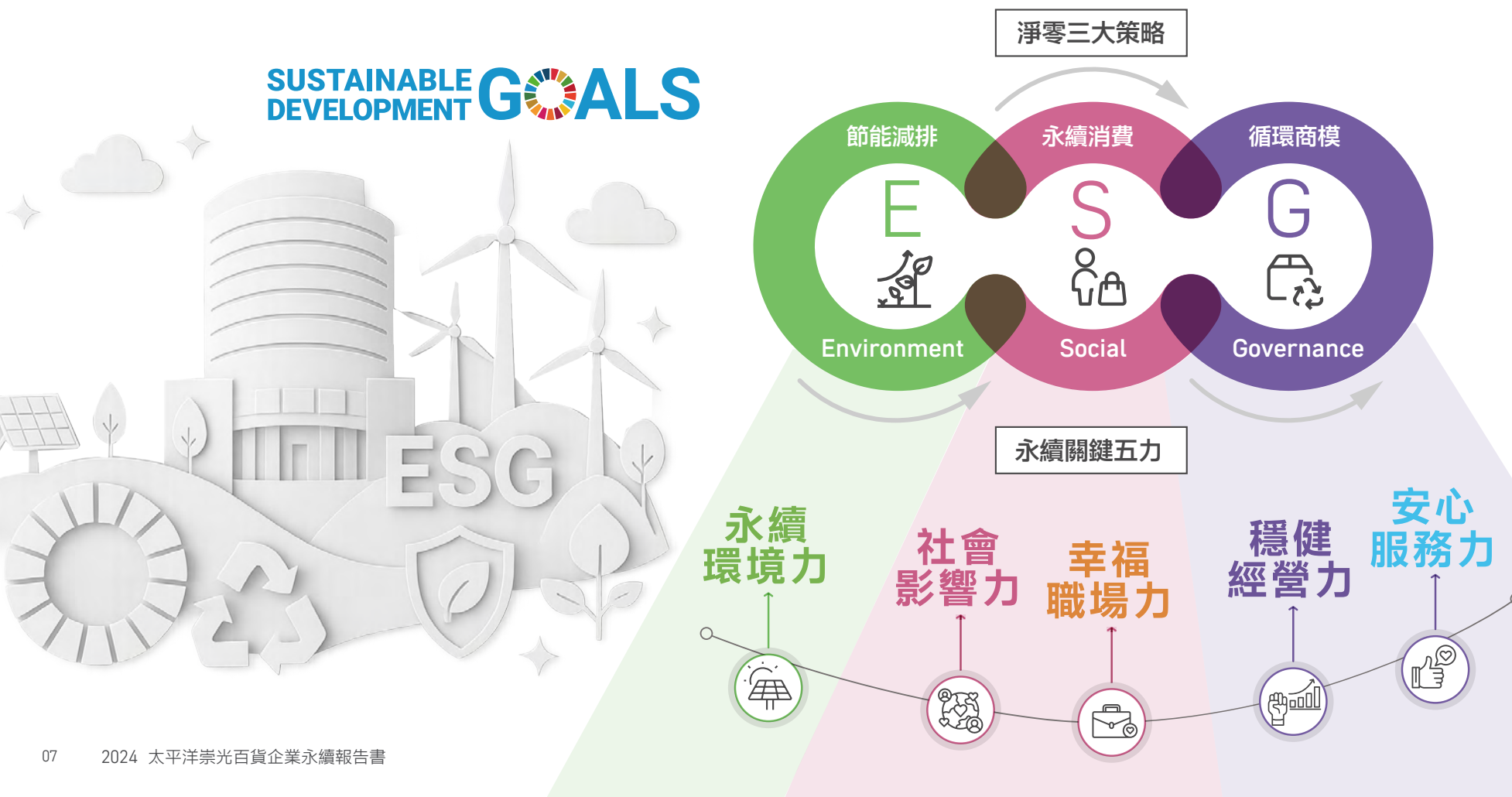
2025年8月



## ESG特輯

太百呼應聯合國永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs），同時考量百貨業的經營型態，以「永續關鍵五力」為永續發展主軸，包含：「穩健經營力」、「永續環境力」、「安心服務力」、「幸福職場力」及「社會影響力」，作為日常管理永續議題的依循依據。為回應全球消費者與資本市場對ESG議題的高度關注和期待，遠東SOGO多年致力於推動並整合永續發展策略與營運核心，以達亞洲第一綠色百貨之目標。2021年在企業永續委員會的帶領下，本公司重新聚焦、擘劃2030永續發展策略藍圖，鎖定「節能減排」、「永續消費」、「循環商模」為「淨零三大策略」，攜手上中下游利害關係人，如品牌夥伴、供應商、同仁與消費者開展多項治理、環境與社會行動方案，邁向公司願景「與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業」。

### 本公司永續發展路徑圖



永續關鍵五力

重點績效

呼應SDGs

淨零三大策略

重點績效

穩健經營力



以永續經營的態度及敏捷創新精神，優化賣場購物體驗，締造百貨領導品牌形象。

- 睽違12年再展新店！位於臺北大巨蛋的「遠東Garden City」餐廳與地下街開幕營運，吸引年輕客層。
- 展現數位治理決心，完成 ISO 27001：2022 資訊安全管理系統轉版。



循環商模



- 率先我國百貨業導入 ISO 20400 永續採購指南，打造永續供應鏈、完成一級庶務及工程類供應商盡職調查。
- 完成三年供應商輔導計畫，供應商減碳聯盟成員平均省電 5%。
- 永續採購金額 8,788 萬元，年成長 59%。
- 推出永續選商〈SOGO Sustain 好物好選〉，攜手櫃位推薦逾 604 件永續商品，觸及 199 萬人次。
- 綠色電商 SOGOplus 上架 SOGO Sustain 商品，銷售件數年成長 120%、販售業績年成長 54%。

安心服務力



嚴格把關產品安全，強化消費者信任，打造百貨界「食安管理」典範。

- 消費者滿意度81.3%。
- 全台各店美食街餐飲櫃位及餐廳93.5%通過GHP認證，其中97%為優級。
- 獲臺灣服務業大評鑑金牌。

| 永續關鍵五力                                                                                                               | 重點績效                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 呼應SDGs                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 淨零三大策略                                                                                                         | 重點績效                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>幸福<br/>職場力</div> <div></div>   | <p>以接軌國際的職安衛環境提供安全工作場域，規劃優於業界水準的選用育留及薪酬福利，創造幸福職場。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 月薪平均50,061元，超前同業9.22%。</li><li>● 推動性別友善，主管完課率100%，非主管69%。</li><li>● 員工福利支出，年增11%。</li><li>● 各店以ISO 450001職業安全衛生管理系統，日常嚴格自我管理，多次獲台北市勞動安全獎。</li></ul>                                                  | <div><div>3 良好健康與福祉</div><div></div></div> <div><div>4 優質教育</div><div></div></div> <div><div>5 性別平等</div><div></div></div> <div><div>8 尊嚴就業與經濟發展</div><div></div></div> | <div>永續消費</div> <div></div> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 強化員工永續意識：2024年員工永續認知調查，參與率70%，平均94分。</li><li>● 倡議永續消費，攜手利害關係人產生友善地球的消費意識與行動：<ol style="list-style-type: none"><li>1. 投入近2,770萬元，舉辦68場永續共創活動，7.8萬人次參與，33.5萬人次受益。</li><li>2. 舉辦2檔SOGO Sustain，觸及199萬人次。</li><li>3. 全年舉辦13場小農相關市集；忠孝館全台最大規模小農展歷年累計消費11萬筆，客單價成長74%</li><li>4. 自媒體永續倡議11則，觸及逾21萬人次。</li><li>5. 全台89.7%餐廳通過環境部環保餐廳認證。</li><li>6. 2015年起領先全台百貨發行電子禮券，10年累計省紙量可疊出17.64座玉山高。</li><li>7. 全台百貨首家整併銷貨明細與信用卡簽單，一年節省熱感紙達2座中山高速公路長。</li></ol></li></ul> |
| <div>社會<br/>影響力</div> <div></div> | <p>以「關懷 (Caring)」、「永續 (Sustainability)」、「信賴 (Reliability)」三大共好面向打造永續生態系。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 以全台各據點作為影響力基地，攜手590個外部夥伴，發起620場社會參與活動，投入資源價值超過8,400萬元，受益人次超過150萬。</li><li>● 「SO GOOD好小孩少年楷模徵選暨表揚活動」12年發出412.7萬獎學金、獎助337位少年楷模，長年提升兒童福利、倡議DEI，攜手利害關係人打造公益生態系，帶動社會善循環。</li></ul> | <div><div>10 減少不平等</div><div></div></div> <div><div>11 永續城市與社區</div><div></div></div> <div><div>17 夥伴關係</div><div></div></div>                                                                                                                        |                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

## 永續關鍵五力

## 重點績效

## 呼應SDGs

## 淨零三大策略

## 重點績效

### 永續 環境力



執行節能、創能各項措施，以打造一站式購足之綠色消費平台、亞洲綠色百貨標竿為目標。

- 每度電創造營收為502.41元創新高，年成長1.08%，與2018年基準年相較，提高40.81%。
- 率先導入TNFD。
- 單位樓地板面積用水量8.53，較2024年經濟部水利署用水指標建議值優異13.31%。



### 節能減排



- 各店完成ISO 14064-1:2018溫室氣體盤查。
- 簽署SBT承諾。
- 再生能源使用占比0.54%。
- 綠電轉供國際精品專櫃。
- 淨零目標：2028年新竹店單店碳中和、2040年全台碳中和、響應政府2050年淨零政策。





## 榮耀與肯定

### 績效類別 / 數目



綜合績效  
4 項獎項



環境永續 E  
5 項獎項



公司治理 G  
8 項獎項

### 獎項 / 倡議 / 認證列表

- 遠見ESG企業永續獎 一般服務業楷模獎
- 天下永續公民獎 大型企業永續百強、服務業20強
- TCSA臺灣企業永續獎 永續報告 貿易百貨第一類 白金獎
- TCSA臺灣企業永續獎 台灣100大永續典範企業

• **連續6年** 國家企業環保獎 銀級以上

• TCSA臺灣企業永續獎 氣候領袖獎

• APSAA亞太永續行動獎 SDG13 銀獎

• AREA亞洲企業社會責任獎 綠色領導獎

• 臺北市零碳標竿獎 工商產業甲組激勵獎 **天母店**

• TSAA臺灣永續行動獎 SDG12金級

• APEA亞太傑出企業獎 卓越企業管理獎

• Buying Power社會創新產品及服務採購貳獎

• Buying Power多元響應獎

• 臺北市民間企業與團體綠色採購績優單位 (連續8年)

• 臺灣服務業大評鑑 金牌

• 臺灣客服中心評鑑 金牌企業

• 網路口碑之星 創新領航獎



績效類別 / 數目

社會共融 S  
20 項獎項

獎項 / 倡議 / 認證列表

- 遠見ESG企業永續獎 社會創新組楷模獎
- TCSA臺灣企業永續獎 職場福祉領袖獎
- TCSA臺灣企業永續獎 社會共融領袖獎
- TSAA臺灣永續行動獎 SDG12金級
- TSAA臺灣永續行動獎 SDG8銅級
- AREA亞洲企業社會責任獎 人力投資獎
- AREA亞洲企業社會責任獎 社會公益發展獎
- HR Asia亞洲最佳企業雇主獎 (最佳雇主、雇主關懷、永續職場、多元平等共融獎)
- FAPRA 2024 COUNTRY AWARDS最佳社會影響力獎
- FAPRA Online Award 亞太大獎 社會責任最傑出獎
- 臺北市友善育兒事業獎 財務支持措施
- 臺北市職場性別平等認證 銅質獎
- 臺北市勞動安全獎 優良單位
- 臺北市勞動安全獎 職場安心獎
- 臺北市勞動安全獎 優良人員
- 職業安全衛生優良單位及人員 人員功績獎
- ASSET人文企業獎 社會關懷卓越獎

獎項照片



遠見ESG企業永續獎  
一般服務業楷模獎



天下永續公民獎  
大型企業永續百強



TCSA台灣  
百大永續典範企業獎



HR Asia  
亞洲最佳企業雇主獎



HR Asia亞洲最佳企業  
雇主獎 雇主關懷獎



FAPRA Online Award  
亞太大獎 社會責任最傑出獎



臺北市勞動安全獎  
優良單位



職業安全衛生優良單位及人員  
人員功績獎

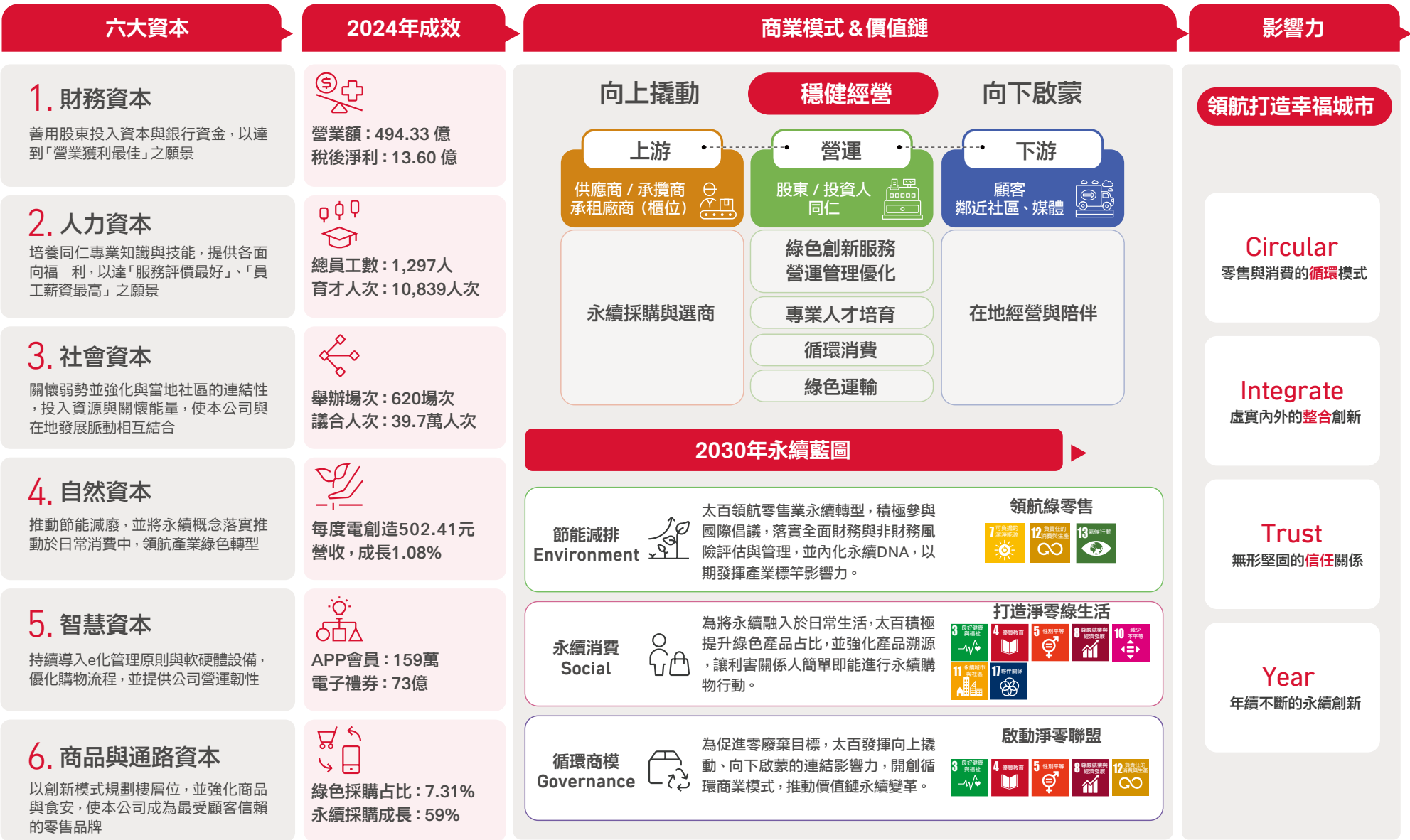


TSAA臺灣永續行動獎  
SDG12金級



APEA亞太傑出企業獎  
卓越企業管理獎

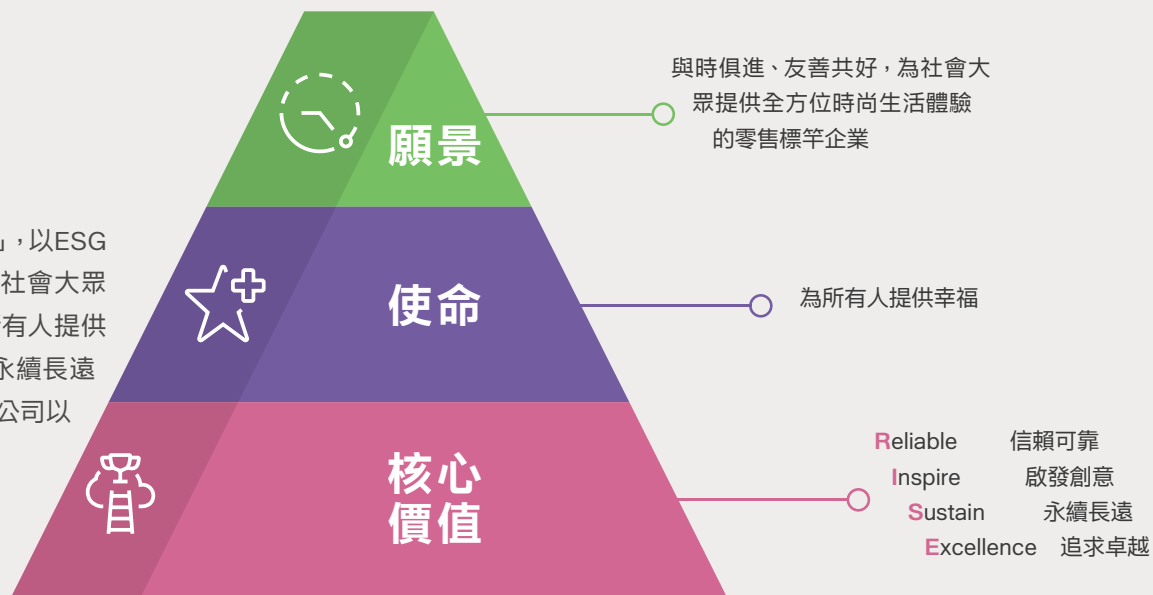
永續發展策略藍圖與價值創造



## 太百願景工程

### 因應新常態 啟動願景工程

為了描繪未來的樣貌，勾勒前瞻策略，2020年我們啟動「願景工程」，以ESG三大構面推展未來營運方針，重塑企業願景：與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業，同時發展出公司使命：為所有人提供幸福及四個核心價值：「信賴可靠Reliable」、「啟發創意Inspire」、「永續長遠Sustain」、「追求卓越Excellence」，四個字首組成：R.I.S.E，象徵本公司以正向復甦的能量迎向新常態。



## III. 永續太百

GRI 2-13 GRI 2-14 GRI 2-29

本公司自2007年啟動「NEW LIFE工程」，藉由「關懷分享、永續家園、優質生活、文化創新」四大精神推動永續，將2015年定調為「CSR元年」，設立委員會以開展、監督相關管理政策與行動。2020年呼應國際永續趨勢，「CSR委員會」更名為「企業永續委員會」（簡稱ESG委員會），並訂定2020年為太百「永續元年」。

ESG委員會由董事長擔任主任委員、總經理擔任副主任委員、行政副總經理擔任執行長，組織包括營運本部（營業與販促）、財務本部、會計本部、行政本部。其中，ESG相關政策由ESG委員會制定，並由人資、販促、商品、營業、工務、勞安、會計、財務、稽核、永續發展等部門及各分店共同執行，依照利害關係人不同屬性，推出對內、對外適宜管理政策。ESG執行秘書小組針對議題進行跨部門討論與資源整合，推展永續策略、追蹤各項專案進程與編製《企業永續報告書》。透過此跨部門執行與溝通平台，加速推進永續發展腳步。

### ESG委員會推動架構





## 永續專案推動機制

ESG專案經ESG委員會執行秘書小組每三至四周開會討論後、追蹤進度，每半年提報永續績效與策略計畫經ESG委員會（副總階以上主管出席），由董事長凝聚高階管理階層共識做出決策，再經由永續辦公室、相關部門與各店落實與日常營運中。太百年度永續績效，每年定期提報董事會通過。



## 永續議題管理流程

永續議題與利害關係人之鑑別與管理，是推展ESG的核心基礎。本公司於每年編製企業永續報告書時，皆透過ESG執行秘書小組參考全球永續性報導標準與框架，參照百貨零售業之產業特性，依據AA1000:2018當責性原則之「包容性、重大性、回應性、衝擊性」，以及利害關係人包容性進行鑑別、分析、排序等管理流程。



了解組織永續脈絡

### Step1 利害關係人鑑別

遠東SOGO參考AA 1000利害關係人參與標準 (Stakeholder Engagement Standards) 的五大原則：依賴性、責任性、影響力、多元觀點及關注力，審視營運商業活動與永續脈絡，依據核心小組討論，經高階主管確認後，鑑別出8類利害關係人。

8 類利害關係人

### Step2 組織衝擊因子蒐集

參考GRI 準則、SASB、TCFD、TNFD、ISO 26000社會責任指引國際標準、國際評比產業議題、聯合國SDGs及國內、外產業議題、全球性趨勢議題及媒體報導等，鑑別影響項目以及對企業產生的正負影響，整理出140個影響項目，並鑑別「企業營運對外部環境」所產生的實際/潛在、正/負面影響與程度。

140個衝擊因子



辨認實際與潛在衝擊

### Step3 將組織衝擊因子整合為永續議題

經顧問團隊給予整合建議，將影響項目依主題整合為永續議題，並由ESG核心小組成員與外部顧問討論後，整合為19個年度永續議題以進行後續鑑別。

19個永續議題

### Step4 重大主題分析與排序

藉由線上問卷針對內、外部利害關係人進行調查，並透過各機能組與營業處協助發放，了解利害關係人對各項永續議題的關注程度。後依「議題對組織的財務衝擊程度」及「組織對外部環境的衝擊影響程度」進行高、中、低強度分析，鑑別其重要性。

1,257份問卷  
高層18份  
利害關係人1,239份



顯著性評估衝擊

### Step5 主題影響性評估

透過GRI 3重大性分析精神，衡量高、中度議題的財務影響及發生可能性，並參考外部顧問與專家學者之建議後，將重大主題對照GRI主題準則，鑑別出5項高度重大主題、5項中度重大主題。

10項重大主題

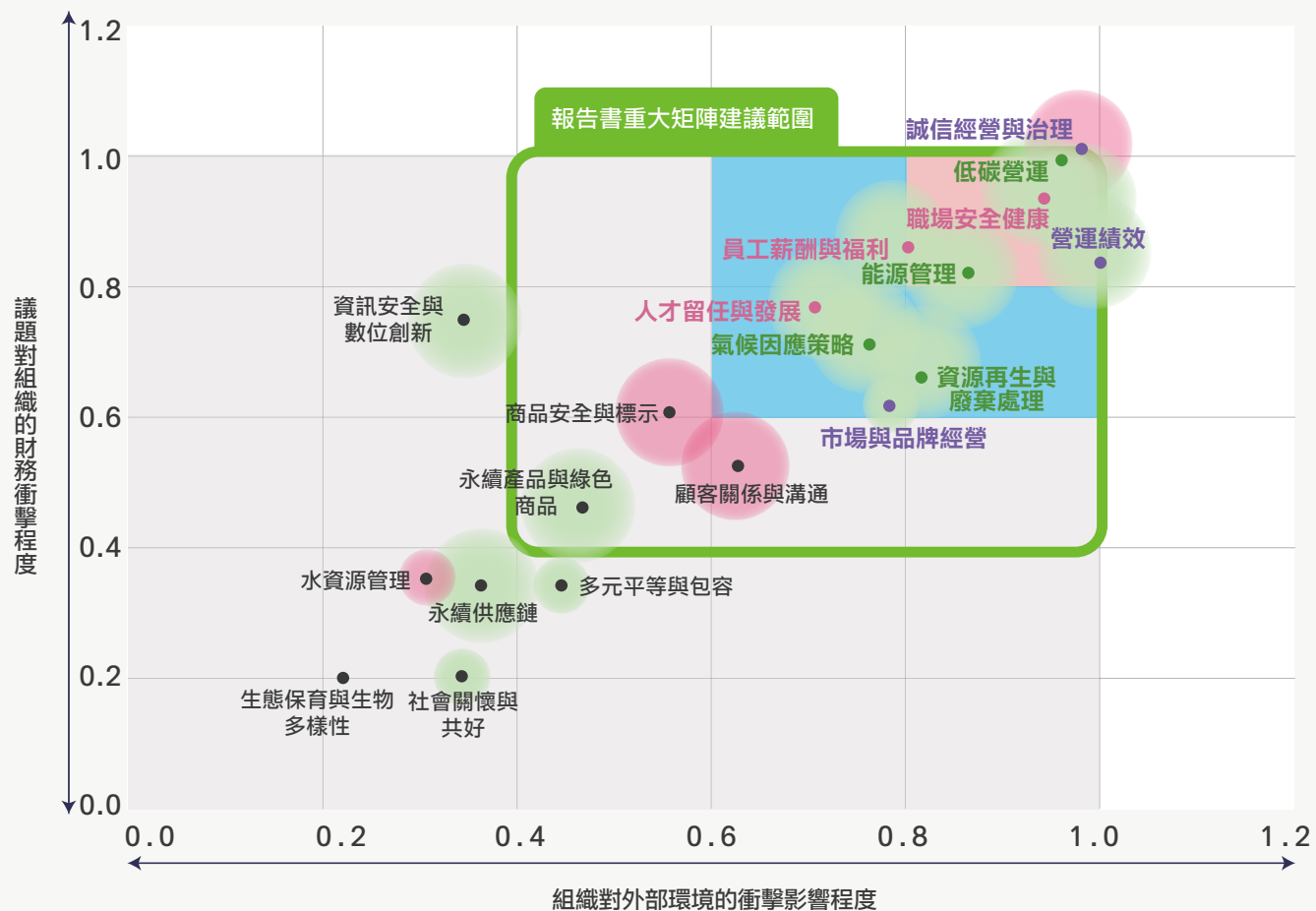


顯著影響主題揭露報導

### Step6 議題回應與揭露

經本公司評估後，以10項重大主題作為本報告揭露重點，擬定議題管理方針。未來持續檢視各項永續議題重要程度，回應利害關係人期待，確保報告書揭露內容透明、合理與平衡。

## 報告書重大矩陣建議範圍



永續議題變動說明

| 議題名稱    | 2024年重要性 | 2023年重要性 | 調整方式 | 變動/新增原因                                                                        | 對應頁碼 |
|---------|----------|----------|------|--------------------------------------------------------------------------------|------|
| 市場與品牌經營 | 高度       | NA       | 新增   | 太百營運據點範疇變更 (新增遠東Garden City)，加上市場需求與結構轉型，故新增此永續議題，並列入重大主題，追蹤並管理本公司未來業務發展與品牌形象。 | P.37 |

價值鏈與永續議題關係

| 重大主題             | 定義說明    | 衝擊面向  |    |       | 財務衝擊程度 | 財務評估項目                                                                                                         |
|------------------|---------|-------|----|-------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  |         | 實際/潛在 | 面向 | 程度    |        |                                                                                                                |
| 公司<br>治<br>理     | 營運績效    | 實際    | 機會 | 76.9% | 低      | <ul style="list-style-type: none"><li>商品與服務之營收及毛利</li><li>氣候事件或供應鏈中斷造成之營運中斷成本</li><li>政府補助、獎勵及保險理賠金額</li></ul> |
|                  |         |       | 風險 | 23.1% |        |                                                                                                                |
|                  | 誠信經營與治理 | 潛在    | 機會 | 41.2% | 中      | <ul style="list-style-type: none"><li>因違規、訴訟所產生之罰鍰及法律費用</li><li>商譽受損導致之顧客流失或營收減少</li></ul>                     |
|                  |         |       | 風險 | 58.8% |        |                                                                                                                |
|                  | 市場與品牌經營 | 潛在    | 機會 | 82.0% | 低      | <ul style="list-style-type: none"><li>品牌推廣、廣告與行銷費用的成效</li><li>新據點與聯名卡等策略提升營收與來客</li></ul>                      |
|                  |         |       | 風險 | 18.0% |        |                                                                                                                |
| 環<br>境<br>永<br>續 | 低碳營運    | 實際    | 機會 | 100%  | 低      | <ul style="list-style-type: none"><li>永續採購成本增加</li><li>低碳產品推廣與顧客教育之支出</li></ul>                                |
|                  |         |       | 風險 | 0%    |        |                                                                                                                |

| 重大主題 | 定義說明                                                                                           | 衝擊面向  |    |       | 財務衝擊程度 | 財務評估項目                                                                                                                                  |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----|-------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |                                                                                                | 實際/潛在 | 面向 | 程度    |        |                                                                                                                                         |
| 環境永續 | 能源管理<br>      | 潛在    | 機會 | 64.5% | 低      | <ul style="list-style-type: none"><li>● 購買綠電之成本</li><li>● 節能減排措施所帶來的電費節約</li><li>● 設備優化、汰換與維護之資本折舊與攤提</li><li>● 減碳成果轉化為碳權的可行性</li></ul> |
|      |                                                                                                |       | 風險 | 35.5% |        |                                                                                                                                         |
|      | 氣候因應策略<br>    | 實際    | 機會 | 87.0% | 低      | <ul style="list-style-type: none"><li>● 因應法規緊縮導致的設備與人力成本增加</li><li>● 販售或提供綠色商品與服務的長期收益</li></ul>                                        |
|      |                                                                                                |       | 風險 | 13.0% |        |                                                                                                                                         |
| 社會共融 | 資源再生與廢棄處理<br> | 實際    | 機會 | 100%  | 低      | <ul style="list-style-type: none"><li>● 廢棄物分類、回收與處理委外費用</li><li>● 投入循環再利用或資源再生的成本</li></ul>                                             |
|      |                                                                                                |       | 風險 | 0%    |        |                                                                                                                                         |
|      | 職場安全與健康<br>   | 實際    | 機會 | 53.3% | 中      | <ul style="list-style-type: none"><li>● 職業災害賠償、保險費用與法律風險之預備金</li><li>● 因病/傷缺勤造成之人力成本損失</li></ul>                                        |
|      |                                                                                                |       | 風險 | 46.7% |        |                                                                                                                                         |
| 社會共融 | 員工薪酬與福利<br> | 實際    | 機會 | 100%  | 低      | <ul style="list-style-type: none"><li>● 基本薪資、加班費及獎金之支出</li><li>● 健康保險、退休金提撥與員工福利成本</li><li>● 相關員工福利之成本</li></ul>                        |
|      |                                                                                                |       | 風險 | 0%    |        |                                                                                                                                         |
|      | 人才留任與發展<br> | 實際    | 機會 | 100%  | 低      | <ul style="list-style-type: none"><li>● 員工培訓、職涯發展之計畫投資</li><li>● 晉升獎勵與績效獎金支出</li><li>● 外部招募、遞補與離職後交接成本</li></ul>                        |
|      |                                                                                                |       | 風險 | 0%    |        |                                                                                                                                         |

備註 參考本公司進行氣候相關財務揭露 (TCFD) 之情境分析與財務衝擊之級距，並分為  
高：使遠東 SOGO 平均營業額減少 60% 以上。  
中：使遠東 SOGO 平均營業額減少 20%-60%。  
低：使遠東 SOGO 平均營業額減少 20% 以下。



| 回應章節                                                                                                   | 重大主題                                                                                                 | GRI主題準則            | 價值鏈衝擊範圍  |              |             |             |    |    |               |               | 永續發展目標<br>(SDGs)                                                                                                                                                                                                                                     |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|--------------|-------------|-------------|----|----|---------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                        |                                                                                                      |                    | 上游       |              | 營運          |             |    | 下游 |               |               |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                     |
|                                                                                                        |                                                                                                      |                    | 政府<br>機構 | 承租廠商<br>(櫃位) | 供應商/<br>承攬商 | 股東/<br>金融機構 | 員工 | 顧客 | 社會(社區<br>與媒體) | 非營利與<br>非政府組織 |                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                     |
| 1.<br>穩健<br>經營力<br>   | 營運績效<br>            | 201 經濟績效           | ✓        | △            | ○           | ○           | ○  | △  | △             | ✓             |  SDG 8.2經濟生產力的多樣化、創新與升級<br>SDG 8.3推動政策支持創造就業和企業成長<br>SDG 8.4提高消費和生產中的資源效率<br>SDG 8.5充分就業和同工同酬的工作                                                                  |                                                                                     |
|                                                                                                        | 誠信經營與治理<br>         | 2-27 法規遵循          | ✓        | △            | △           | ○           | ○  | ○  | △             | ✓             |  SDG 16.5大幅度減少貪污賄賂<br>SDG 16.6建立有效、負責和透明的制度                                                                                                                       |                                                                                     |
|                                                                                                        | 市場與品牌經營<br>         | 自訂主題               | ✓        | △            | △           | ○           | ○  | ○  | △             | ✓             |  SDG 8.3推動政策支持創造就業和企業成長<br>SDG 8.9促進有益和永續的旅遊業                                                                                                                     |                                                                                     |
| 2.<br>永續<br>環境力<br> | 低碳營運<br>            | 自訂主題               | ✓        | ○            | △           | ✓           | ○  | ✓  | ✓             | ✓             |  SDG 12.6鼓勵公司採用永續做法和永續報告                                                                                                                                          |                                                                                     |
|                                                                                                        | 能源管理<br>          | 302 能源             | ✓        | ○            | △           | ✓           | △  | ✓  | ✓             | ✓             |  SDG 7.2提高全球可再生能源比例                                                                                                                                             |                                                                                     |
|                                                                                                        | 氣候因應策略<br>        | 201 經濟績效<br>305 排放 | ✓        | △            | △           | ✓           | △  | ✓  | ✓             | ✓             |  SDG 8.4提高消費和生產中的資源效率<br> SDG 13.2將氣候變遷措施納入政策和規劃<br>SDG 13.3建立應對氣候變化的知識和能力 |                                                                                     |
|                                                                                                        | 資源再生與<br>廢棄處理<br> | 306 廢棄物            | ✓        | △            | △           | ✓           | △  | ✓  | ○             | ✓             |  SDG 12.4負責化學品和廢物的管理<br>SDG 12.5大幅度減少廢物產生                                                                                                                       |                                                                                     |

○ 造成 / △ 促成 / ✓ 直接相關

| 回應章節                                                                                                 | 重大主題                                                                                         | GRI主題準則     | 價值鏈衝擊範圍  |              |             |             |    |    |               |               | 永續發展目標<br>(SDGs)                                                                                                                                                                                                                                 |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------|--------------|-------------|-------------|----|----|---------------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                      |                                                                                              |             | 上游       |              | 營運          |             |    | 下游 |               |               |                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                     |
|                                                                                                      |                                                                                              |             | 政府<br>機構 | 承租廠商<br>(櫃位) | 供應商/<br>承攬商 | 股東/<br>金融機構 | 員工 | 顧客 | 社會(社區<br>與媒體) | 非營利與<br>非政府組織 |                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                     |
| 4.<br>幸福<br>職場力<br> | 職場安全與健康<br> | 403 職業健康與安全 | ✓        | ○            | ✓           | ✓           | ○  | △  | △             | ✓             |  SDG 3.4<br>減少非傳染性疾病造成的死亡率並促進心理健康                                                                                                                             |                                                                                     |
|                                                                                                      | 員工薪酬與福利<br> | 401 勞雇關係    | ✓        | ○            | ✓           | ✓           | ○  | △  | ✓             | ✓             |  SDG 5.1終結所有對女性的歧視<br>SDG 5.5確保充分參與領導和決策<br> SDG 8.5充分就業和同工同酬的工作           |                                                                                     |
|                                                                                                      | 人才留任與發展<br> | 404 訓練與教育   | ✓        | △            | ✓           | ✓           | ○  | △  | ✓             | ✓             |  SDG 4.3公平、負擔得起、技職及高品質的教育<br>SDG 4.7永續發展與全球公民教育<br> SDG 8.2經濟生產力的多樣化、創新與升級 |                                                                                     |

備註 1. 永續議題「\*」代表無法對應 GRI Standards 指標，屬公司重視議題。  
2. 涉入程度：造成 (○)：說明組織因其自身的活動所造成衝擊  
促成 (△)：說明組織的活動致使、促進或誘使另一個實體造成的衝擊  
直接關係 (✓)：一個組織沒有造成或促成負面衝擊，可能因其商業關係（營運、產品或服務）而產生負面衝擊

利害關係人議合

本公司ESG委員會參考AA1000 SES利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES, 2011) 之「責任、依賴性、影響力、多元觀點、張力」5大原則，由副總、營運據點店長及協理級以上主管，鑑別出顧客、員工、股東/金融機構、承租廠商(專櫃)、供應商與承攬商、政府機構、非營利與非政府組織、社會(社區與媒體)之公司永續發展過程中8大重要利害關係人，並藉此深化議合過程，強化本公司永續發展策略，且提升社會當責性。

8大重要利害關係人

顧客

員工

股東/金融機構

承租廠商(專櫃)

供應商與承攬商

政府機構

非營利與非政府組織

社會(社區與媒體)

| 顧客                                                                                     |                                                                                         | 對太百的重要性                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 議合成效                                                                                   | 權責部門                                                                                    | 關注議題       | 回應章節                    |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                    |                    |          |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|
| 本公司評估市場脈動，引進各類品牌與櫃位，唯有顧客到店消費與支持，才是評核太百是否確實掌握消費潮流的關鍵。                                   |                                                                                         | <div>溝通管道與頻率</div> <table><tr><td>【定期】</td><td>【不定期】</td></tr><tr><td>每年：顧客滿意度調查</td><td>社群粉絲頁、顧客意見表、免付費專線、線上留言板</td></tr></table> |  【定期】 |  【不定期】 | 每年：顧客滿意度調查 | 社群粉絲頁、顧客意見表、免付費專線、線上留言板 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 398件顧客意見</li><li>● 1,068人參與滿意度調查</li><li>● 逾4萬人次瀏覽永續官網</li><li>● 臉書ESG粉專發128則貼文，觸及43,200人次</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 營運部</li><li>● 販賣促進部</li><li>● 人力資源部</li><li>● 電子商務部</li><li>● 資訊部</li><li>● 工務部</li><li>● 顧客服務中心</li></ul> | 誠信經營與治理<br>市場與品牌經營 | 1. 穩健經營力 |
|  【定期】 |  【不定期】 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                        |                                                                                         |            |                         |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                    |                    |          |
| 每年：顧客滿意度調查                                                                             | 社群粉絲頁、顧客意見表、免付費專線、線上留言板                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                        |                                                                                         |            |                         |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                    |                    |          |
|                                                                                        |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 低碳營運                                                                                   | 2. 永續環境力                                                                                |            |                         |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                    |                    |          |
|                                                                                        |                                                                                         | 職場安全健康<br>員工薪酬與福利                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 4. 幸福職場力                                                                               |                                                                                         |            |                         |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                    |                    |          |
|                                                                                        |                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                        |                                                                                         |            |                         |                                                                                                                                              |                                                                                                                                                    |                    |          |

| 員工                                                                                       |                                                                                           | 對太百的重要性                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 議合成效                                                                                     | 權責部門                                                                                      | 關注議題                                    | 回應章節                        |                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |         |          |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|
| 面對消費趨勢的改變，以及通路與品牌的多元化，所有同仁皆以創新思維在各自工作崗位上積極求變，爭取顧客認同，追求最佳經營績效。                            |                                                                                           | <div>溝通管道與頻率</div> <table><tr><td>【定期】</td><td>【不定期】</td></tr><tr><td>每年：員工參與度暨ESG調研<br/>每季：勞資會議<br/>每日：朝會日報/晨會</td><td>內部系統公告(ework、ehr)、同仁意見箱、工作坊</td></tr></table> |  【定期】 |  【不定期】 | 每年：員工參與度暨ESG調研<br>每季：勞資會議<br>每日：朝會日報/晨會 | 內部系統公告(ework、ehr)、同仁意見箱、工作坊 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 1,162人參與滿意度調查</li><li>● 900人參與永續認知調查</li><li>● 16場勞資會議</li><li>● 233人次接受EAPs協助</li><li>● 65場EAPs講座，共1,464人次參與</li><li>● 787人次參加永續教育訓練</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 人力資源部</li><li>● 勞安室</li><li>● 職工福利委員會</li></ul> | 誠信經營與治理 | 1. 穩健經營力 |
|  【定期】 |  【不定期】 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                          |                                                                                           |                                         |                             |                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |         |          |
| 每年：員工參與度暨ESG調研<br>每季：勞資會議<br>每日：朝會日報/晨會                                                  | 內部系統公告(ework、ehr)、同仁意見箱、工作坊                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                          |                                                                                           |                                         |                             |                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |         |          |
|                                                                                          |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                          |                                                                                           | 低碳營運<br>能源管理                            | 2. 永續環境力                    |                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |         |          |
|                                                                                          |                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                          | 職場安全健康<br>員工薪酬與福利                                                                         | 4. 幸福職場力                                |                             |                                                                                                                                                                                         |                                                                                         |         |          |

| 股東/金融機構                                                                                |                                                                                         | 對太百的重要性        | 議合成效                                                                       | 權責部門                                                                                  | 關注議題               | 回應章節     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------|
| 認同ESG理念，投入各項資源，支持本公司推動企業永續的各項活動，成為百貨業的典範。                                              |                                                                                         | <b>溝通管道與頻率</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 3次董事會</li> <li>● 1次股東會</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 秘書室</li> <li>● 財務部</li> <li>● 會計部</li> </ul> | 誠信經營與治理<br>市場與品牌經營 | 1. 穩健經營力 |
|  【定期】 |  【不定期】 |                |                                                                            |                                                                                       | 低碳營運               | 2. 永續環境力 |
| 每年：股東會、母公司(遠百)年報<br>每季：董事會                                                             | 公開資訊觀測站                                                                                 |                |                                                                            |                                                                                       | 人才留任與發展            | 4. 幸福職場力 |

| 承租廠商(專櫃)                                                                                 |                                                                                           | 對太百的重要性        | 議合成效                                                                                                                                                                       | 權責部門                                                                                    | 關注議題              | 回應章節     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|
| 本公司身為百貨業的領導品牌，除了所有同仁的共同努力，也有賴櫃位夥伴的服務、承租廠商的支持與配合，才能讓客戶獲得消費與服務的最佳體驗。                       |                                                                                           | <b>溝通管道與頻率</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2檔SOGO Sustain，推薦604件永續商品</li> <li>● 2,478家承租廠商簽署永續條款，涵蓋率98.06%</li> <li>● 每日朝會日報布達訊息</li> <li>● 660家品牌與供應商參與世界地球日關燈倡議</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 商品部</li> <li>● 營業部</li> <li>● 販賣促進部</li> </ul> | 誠信經營與治理<br>營運績效   | 1. 穩健經營力 |
|  【定期】 |  【不定期】 |                |                                                                                                                                                                            |                                                                                         | 低碳營運              | 2. 永續環境力 |
| 每年：合約簽訂/換約<br>每季：廠商聯誼會<br>每日：朝會日報/晨會                                                     | 電話、Email、書面信函、說明與協調會(招商說明會、檔期協調會、樓層改裝施工說明會、品牌成果發表會、永續盡職調查)                                |                |                                                                                                                                                                            |                                                                                         | 職場安全健康<br>員工薪酬與福利 | 4. 幸福職場力 |



| 供應商與承攬商                                                                                |                                                                                         | 對太百的重要性                                               | 議合成效                                                                                                                             | 權責部門                                                                                    | 關注議題              | 回應章節     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|
| 為本公司賣場提供最具競爭力產品之背後推手，與太百共同打造豐富商品與舒適的環境。                                                |                                                                                         |                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 供應商簽署永續條款涵蓋率100%</li> <li>● 串連供應商組成減碳聯盟，輔導供應商建立內部減碳目標</li> <li>● 永續採購金額成長59%</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 工務部</li> <li>● 採購部</li> <li>● 販賣促進部</li> </ul> | 營運績效              | 1. 穩健經營力 |
| 溝通管道與頻率                                                                                |                                                                                         |                                                       |                                                                                                                                  |                                                                                         | 低碳營運<br>能源管理      | 2. 永續環境力 |
|  【定期】 |  【不定期】 |                                                       |                                                                                                                                  |                                                                                         | 職場安全健康<br>員工薪酬與福利 | 4. 幸福職場力 |
| 每年：合約簽訂/換約                                                                             |                                                                                         | 電話、Email、書面信函、現場會勘、各式會議(品質改進會議、永續倡議說明會、供應商減碳聯盟、盡職調查等) |                                                                                                                                  |                                                                                         |                   |          |

| 政府機關                                                                                     |                                                                                           | 對太百的重要性                                                                                   | 議合成效                                                                                                                                                   | 權責部門                                                                                                                  | 關注議題              | 回應章節     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|
| 政府機構對本公司至關重要，其制定法規、監管運作、提供基礎設施和影響投資方向。與政府建立良好關係，遵守法規，有助於企業穩定經營。                          |                                                                                           |                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 連續6年國家企業環保獎</li> <li>● 連續8年臺北市環保局綠色採購績優單位</li> <li>● 加入成為環境部「永續時尚聯盟」會員</li> <li>● 認養新北市頂寮沙灘為專屬淨灘地段</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 工務部</li> <li>● 會計部</li> <li>● 財務部</li> <li>● 法務室</li> <li>● 永續辦公室</li> </ul> | 市場與品牌經營           | 1. 穩健經營力 |
| 溝通管道與頻率                                                                                  |                                                                                           |                                                                                           |                                                                                                                                                        |                                                                                                                       | 低碳營運<br>氣候因應策略    | 2. 永續環境力 |
|  【定期】 |  【不定期】 |                                                                                           |                                                                                                                                                        |                                                                                                                       | 職場安全健康<br>員工薪酬與福利 | 4. 幸福職場力 |
| 每年母公司遠東百貨於公開資訊觀測站申報財務性報表等相關事項資料、參與環境部永續時尚聯盟定期繳交報告。                                       |                                                                                           | 以電話、email、公文及召開會議等方式，進行雙向溝通；參與主管機關舉辦之座談會、研討會、公聽會及評鑑機制等；遵循主管機關法令規範，並配合主管機關之監理與查核及積極支持政府政策。 |                                                                                                                                                        |                                                                                                                       |                   |          |

| 非營利與非政府組織                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                              | 對太百的重要性                     | 議合成效                                                                                   | 權責部門                                                                                    | 關注議題                        | 回應章節                         |                                                                                                    |                                                                                         |                 |          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------|
| <p>本公司持續攜手非營利與非政府組織，積極向利害關係人溝通公益議題，對外發揮影響力，啟動社會向善的力量；對內提升同仁對各項永續公益計畫的認知度與熟悉度，進而積極參與，發生實質影響。</p> <p><b>溝通管道與頻率</b></p> <table><tr><td>【定期】</td><td>【不定期】</td></tr><tr><td>每年：四月世界地球日倡議、歲末公益活動、小農展、社創展</td><td>電話、email、ESG官網、自媒體、活動合作、永續倡議</td></tr></table> |                              |                             |  【定期】 |  【不定期】 | 每年：四月世界地球日倡議、歲末公益活動、小農展、社創展 | 電話、email、ESG官網、自媒體、活動合作、永續倡議 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 逾4萬人次瀏覽永續官網</li><li>● 臉書ESG粉專發布128則貼文，觸及43,200人次</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 販賣促進部</li><li>● 電子商務部</li><li>● 永續辦公室</li></ul> | 營運績效<br>市場與品牌經營 | 1. 穩健經營力 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                              |                             |  【定期】 |  【不定期】 |                             |                              |                                                                                                    |                                                                                         |                 |          |
| 每年：四月世界地球日倡議、歲末公益活動、小農展、社創展                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 電話、email、ESG官網、自媒體、活動合作、永續倡議 |                             |                                                                                        |                                                                                         |                             |                              |                                                                                                    |                                                                                         |                 |          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                              | 低碳營運<br>氣候因應策略<br>資源再生與廢棄處理 | 2. 永續環境力                                                                               |                                                                                         |                             |                              |                                                                                                    |                                                                                         |                 |          |

| 社會(社區與媒體)                                                                                |                                                                                           | 對太百的重要性                        | 議合成效                                                                                                                       | 權責部門                                                                                                                                | 關注議題              | 回應章節     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|
| 落實企業社會責任於整體社會環境，有助於提升正面社會影響力，並攜手利害關係人一同打造共榮家園。                                           |                                                                                           |                                |                                                                                                                            |                                                                                                                                     | 營運績效<br>市場與品牌經營   | 1. 穩健經營力 |
| 溝通管道與頻率                                                                                  |                                                                                           |                                | 全台各店積極扮演永續影響力基地的角色，舉辦各式活動，以「關懷、永續、信賴」(Caring, Sustainability, and Reliability)等三大主軸實踐社會參與，攜手590個外部單位、發起620場社會參與活動，150萬人次受益 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 販賣促進部</li><li>● 工務部</li><li>● 法務室</li><li>● 電子商務部</li><li>● 永續辦公室</li><li>● 媒體公關部</li></ul> | 低碳營運              | 2. 永續環境力 |
|  【定期】 |  【不定期】 |                                |                                                                                                                            |                                                                                                                                     | 職場安全健康<br>員工薪酬與福利 | 4. 幸福職場力 |
| 「臺北市東區商圈發展協會」理監事會議及會員大會、東區週年慶、關燈倡議活動                                                     |                                                                                           | 電話、Email、書信、自媒體、各式會議、實地場勘、活動合作 |                                                                                                                            |                                                                                                                                     |                   |          |



## CHAPTER 1. 穩健經營力

太平洋崇光百貨一直是最受消費者信賴的百貨，引領台灣時尚37年，與時俱進、友善共好，以永續經營的態度及敏捷創新精神，優化賣場購物體驗，朝「零售標竿企業」願景邁進。追求營運績效的同時，積極履行企業社會責任，締造百貨龍頭與 ESG 領導品牌形象。

8 尊嚴就業與  
經濟發展



12 負責任的  
消費與生產



### 睽違12年再展新店！

臺北大巨蛋據點遠東Garden City餐廳與地下街開幕，客層年輕化！

### 完成ISO 27001：2022轉版

ISO 27001：2022為資訊安全系統十年來最大規模之標準更新，本公司通過驗證，展現資安治理之決心

### 百貨首例！打造永續供應鏈

- 導入ISO 20400永續採購指南
- 供應商減碳聯盟成果發表，成員平均省電5%
- 百貨業首度進行美妝品牌盡職調查

### 綠色定存 2.6億

2年成長1倍，將定期存款存入金融機構，協助發展綠色融資，引導淨零轉型

### 強強聯手 推出中信SOGO聯名卡

刷卡消費金額高出一般百貨卡近3倍

### 預防權勢性騷擾

性平三法通過後，主管性別平等課程受訓率100%



# 1.0 策略成果與規劃

本公司自1987年11月11日成立至今，引領時尚，一直是台灣最受消費者信賴的百貨品牌，37年以來，一直以永續經營態度及創新精神，與時俱進朝「零售標竿企業」願景邁進。

| 政策承諾                               | 組織願景                               | 重大主題                                                                                 | 國際框架與指標                                                                                                       |
|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 以ESG三大構面推展締造營運方針，締造百貨龍頭與ESG領導品牌形象。 | 與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業。 | <ul style="list-style-type: none"><li>營運績效</li><li>誠信經營與治理</li><li>市場與品牌經營</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>GRI 201 經濟績效</li><li>SASB營運指標</li><li>CG-MR-000.A、CG-MR-000.B</li></ul> |

| 管理行動      | 2024行動績效追蹤       | 達成概況 | 短期目標(1-3年)                                                                                                    | 中長期目標(3年以上)                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------|------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 營收表現      | 營收穩定成長           | 達標   | 2024年受出國潮及通膨影響，對百貨業是挑戰的一年；全台全年營收494億與去年持平。                                                                    | 遠東Garden City全區開幕後將挹注整體營收。                                                                                                                                                                                                   |
| 品牌經營      | 開闢新品牌，拓展年輕族群     | 達標   | 新品牌「遠東Garden City」於臺北大巨蛋據點分區開幕，成功打入年輕化市場。                                                                     | 遠東Garden City全區開幕後帶進新客，降低主顧客年齡層，並與忠孝館、復興館連動，活絡大東區商圈。                                                                                                                                                                         |
|           | 推出聯名信用卡          | 達標   | 2024年10月8日與「刷卡王」中國信託攜手推出聯名卡，截至年底辦卡人數5.1萬，刷卡金額逾 25億。                                                           | 持續推卡，搭配大檔期增進卡友人數。                                                                                                                                                                                                            |
|           | 永續選商，強化供應商韌性     | 達標   | 百貨首例、導入ISO 20400永續採購指南。                                                                                       | 持續推動供應商盡職調查，進行供應商永續輔導。                                                                                                                                                                                                       |
| 公司治理與法規遵循 | 確保無重大違規          | 達標   | <ul style="list-style-type: none"><li>2024年期間，全無任何遭主管機關裁定罰款或行政處分之事實。</li><li>全無任何遭主管機關裁定罰款或行政處分之事實。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>通過TPIPAS (臺灣個人資料保護與管理制度) 驗證。</li><li>參照台灣證券交易所「董事會績效評估辦法」擬定董事會及功能性委員會績效評估準則。</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>強化內部教育與外部稽核，確保無重大違規。</li><li>董事與專業經理人薪酬與永續績效連結。</li></ul> |
| 資安防護與數位創新 | 建構完整且完備的資訊安全管理系統 | 達標   | 完成ISO 27001:2022 (資訊安全管理系統) 轉版，強化風險管理中的持續改進和監測，並通過第三方驗證。                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>導入ISO 27701隱私資訊管理系統。</li><li>APP MAS標章認證到期，進行複測。</li><li>應用生成式AI，優化顧客體驗。</li></ul> <ul style="list-style-type: none"><li>進行數位治理與提升系統韌性。</li><li>數位轉型，優化顧客體驗。</li></ul>                 |

| 利害關係人群組                                                                                              | 議合管道                                                                                                                                       | 2024年成效                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>股東/金融機構</b><br>  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 新店開幕、重大檔期績效之新聞發布。</li><li>● 定期召開董事會/股東會。</li></ul>                                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 2024年召開董事會3次，董事出席率<b>87%</b>。</li><li>● 每年定期召開股東會，2024年出席股東及股東代理人所代表股份總數佔本公司已發行股份總數<b>81.58%</b>。</li></ul>                                      |
| <b>承租廠商/供應商</b><br> | <ul style="list-style-type: none"><li>● ESG網站、朝會日報、供應商說明會、教育訓練。</li></ul>                                                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 盡職調查：<br/>(1)一級供應商共27家，完成盡職調查，營業交易總額占比為<b>54.69%</b>。<br/>(2)全台美妝香氛髮品品牌盡職調查，回覆率<b>77%</b>。</li></ul>                                             |
| <b>員工</b><br>       | <ul style="list-style-type: none"><li>● 法令宣導、內部教育訓練、ESG網站、內部稽查、稽核室舉報信箱、員工滿意度調查。</li></ul>                                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 內部無重大舉報及申訴案件。</li><li>● 人權與性平課程受訓人數占比分別為17%、65%。</li><li>● <b>84%</b>員工願意在工作中實踐永續；同仁年資越久，對ESG的支持比例越高，<b>91%</b>年資20年以上的員工認同ESG已融入日常營運。</li></ul> |
| <b>顧客</b><br>       | <ul style="list-style-type: none"><li>● 自媒體：粉絲專頁、官網、IG、電子報、DM 等溝通管道。</li><li>● 實體/各店服務台。</li><li>● 電話/免付費專線。</li><li>● 網路/線上留言板。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 顧客認同整體品牌<br/><b>87.7%</b></li><li>● 顧客對商品與服務感到滿意<br/><b>88.6%</b></li></ul>                                                                      |

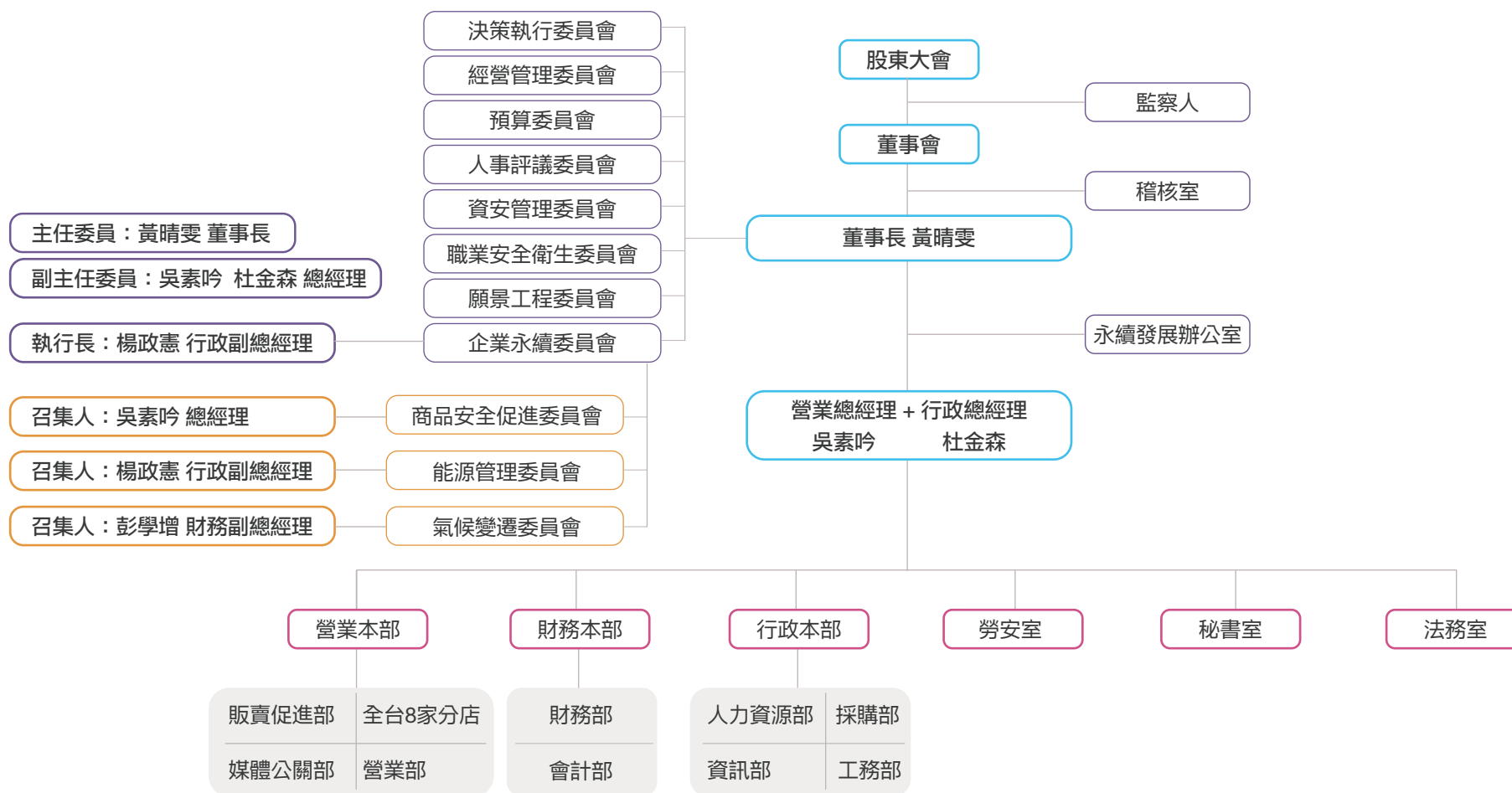




# 1.1 公司治理

## 1.1.1 組織輪廓 GRI 2-11

本公司於董事會下設有董事長室、營業總經理室與行政總經理室。營業總經理負責統籌前線賣場營運作業；行政總經理則管理後勤行政運作，相輔相成、分層管理，以公司營運方針為最高指導原則，創造公司最大利益。



## 1.1.2 董事會

GRI 2-9 GRI 2-10 GRI 2-15 GRI 2-16 GRI 2-17 GRI 2-19 GRI 2-21 GRI 2-28 GRI 405-1

本公司最高治理單位為董事會，設有5名董事與1名監察人，以具備相關產業之專業與管理經驗為遴選標準，於股東會選任，董事互選1人為董事長。由董事長召集董事會，如有臨時議案則另行召開臨時董事會，2024年召開董事會3次，董事出席率87%，監察人列席率67%。

董監事任期為三年一任，連選得連任。董事會成員的提名與遴選，考量利害關係人觀點，遵守《公司章程》相關規範，確保董事會的專業性、獨立性與多元化，及應對組織因應衝擊的能力。2023年6月14日召開股東常會，改選董事與監事，現任董事成員中有2名為女性（40%）。董事長由媒體界素負名望之黃晴雯女士擔任，董事會所有成員均能以其專業學識、洞察力、判斷力及創新力，帶領本公司旗下兩百貨品牌保有百貨零售業先驅地位。2024年遠東Garden City開幕，黃晴雯董事長率團隊打造臺北市中心佔地最大的購物商場，以更多元新穎的選擇成為網路熱搜話題，獲《網路溫度計》台灣十大女性企業領袖。

### 董事會運作情形



### 2024年董事會運作概況

|      |    |         |     |        |     |
|------|----|---------|-----|--------|-----|
| 開會次數 | 3次 | 董事平均出席率 | 87% | 監察人列席率 | 67% |
|------|----|---------|-----|--------|-----|

### 重要決議事項 普通決議

| 日期屆次              | 議案內容                                                                                                                    | 決 議            |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 第3次 2024.2.23     | <ul style="list-style-type: none"> <li>年度財務報表決算案</li> <li>年度董監酬勞、盈餘分配案</li> <li>年度營業報告書案</li> </ul>                     | 全體出席董事<br>同意通過 |
| 第15屆 第4次 2024.7.9 | <ul style="list-style-type: none"> <li>年度股利分派討論案</li> </ul>                                                             | 全體出席董事<br>同意通過 |
| 第5次 2024.12.11    | <ul style="list-style-type: none"> <li>年度公司預算案</li> <li>修訂「資金貸與他人作業程序」及「背書保證作業程序」案</li> <li>ESG成果及因應氣候變遷作為報告</li> </ul> | 全體出席董事<br>同意通過 |

## 太百董事會所扮演的角色

### 董事會宗旨

董事會全體成員恪盡職守，導引並協助執行部門穩步向前，追求環境永續、社會共融、公司治理（ESG）的永續發展目標。



### 永續發展之願景

與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業。

### 面對ESG 面向的策略與政策

- 權衡永續相關的機會與風險，為公司做出最佳決策；如決定新的營運據點時，考量對環境的影響，以及對社會帶來的機會（帶動商圈發展、創造就業機會、提動百貨零售產業發展）。
- 從「節能減排、永續消費、循環商模」三大永續策略構面攜手承攬商、供應商、消費者等利害關係人共同邁向永續未來。

### 利益衝突之避免

為健全公司治理，訂有〈道德行為準則〉，具體規範防止最高治理單位利益衝突之準則。為確保董事獨立性及避免利益衝突之情事，本公司董事長及總經理非為同一人，所有董事之間，不具有配偶或二等親以內之親屬關係；2024年度無貪腐、賄賂和違反公平交易法事件、利益衝突及洗錢和內線交易案件相關情事。本公司非上市櫃公司，公司治理除法遵外，亦依母公司遠東百貨股份有限公司（證券代號2903）相關規範辦理。其中董事利益衝突迴避詳見遠東百貨2024年股東會年報P.29,56,57；具控制力股東的存在，詳見遠東百貨2024年第四季財務報告書P.93組織關係圖。

# 董事長與高階經理人薪酬政策

## 董事及經理人薪酬政策

| 對象                    | 績效檢視                                                                                                                                                                                                        | 發放項目                                                                                                                                                  |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 董監事                   | <p>依公司章程第廿七條規定，公司年度如有獲利，應提撥至多2%為董事酬勞，實際分派之比率及數額由董事會考量企業永續經營績效評估、公司營運成果、及未來營運風險等因素議定，並報告股東會。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2024年支付董監事酬勞合計<b>20,000仟元</b>，董事酬金占公司稅後純益比例為<b>1.47%</b>。</li> </ul> | 車馬費、獎金等。                                                                                                                                              |
| 經理人<br>(總經理、副總經理等經理人) | <p>副總經理以上之經理人薪資報酬除依據公司經營績效給付及參考同業水準，並考量績效評估及依未來營運風險關聯因素彈性合理調整。</p>                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>固定月薪、各項獎金(含特別績效獎金、員工酬勞、週年慶獎金、年終獎金)、主管獎勵金，並依法每月提撥退休(含新、舊制退休金)、福利金等。</li> <li>特殊情形支給主管退職金、資遣費、撫恤金等薪酬。</li> </ul> |

## 薪酬最高之個人/族群

| 項目/年份         | 2022   | 2023   | 2024          |
|---------------|--------|--------|---------------|
| 年度總薪酬比率       | 1,947% | 1,812% | <b>2,316%</b> |
| 年度總薪酬比率之增加百分比 | 564%   | 6%     | <b>399%</b>   |

- 備註
1. 年度總薪酬比率 = 組織薪酬最高個人之年度總薪酬 / 其他員工年度總薪酬中位數。
  2. 年度總薪酬報酬變化比率 = 組織薪酬最高個人之年度總薪酬增加百分比 / 其他員工調薪幅度百分比之中位數 (計算方法調整：原分母為「其他員工之年度總薪酬中位數增加百分比」)。
  3. 員工總薪酬為固定薪酬及變動薪酬。
  4. 員工年度總薪酬決定方式：前一年8月編列新一年度調薪預算(調幅與總金額)，提報並經董事會同意，當年度執行時，由人事單位依前一年經營績效與預算數提出調薪建議案，經高階主管與董事長討論同意，呈報集團董事長核決後執行。



董事會成員多元化與輪廓

| 職 稱        | 姓 名 | 性 別 | 年 齡   |       |      | 目前兼任本公司及其他公司之職務                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------|-----|-----|-------|-------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            |     |     | 50-65 | 65-75 | 75以上 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 董事暨遠東集團董事長 | 徐旭東 | 男   |       |       | ●    | · 遠東新世紀 (股) 公司董事長<br>· 亞洲水泥 (股) 公司董事長<br>· 東聯化學 (股) 公司董事長<br>· 遠東百貨 (股) 公司董事長<br>· 遠傳電信 (股) 公司董事長<br>· 裕民航運 (股) 公司董事長<br>· 遠東國際商業銀行 (股) 公司副董事長                                                                                                                                                                           |
| 董事長        | 黃晴雯 | 女   | ●     |       |      | · 英屬維京群島太平洋中國控股有限公司董事長<br>· 香港太平洋中國控股有限公司董事長<br>· 香格里拉遠東國際大飯店董事<br>· 鼎鼎聯合行銷股份有限公司董事<br>· 太平洋崇光文教基金會董事長<br>· 太平洋崇光社會福利基金會董事長                                                                                                                                                                                              |
| 董事         | 王孝一 | 男   |       |       | ●    | · 遠東新世紀 (股) 公司董事<br>· 遠東新世紀 (股) 公司公益事業執行長<br>· 遠東國際商業銀行 (股) 公司執行董事<br>· 遠揚建設 (股) 公司董事長<br>· 元智大學董事                                                                                                                                                                                                                       |
| 董事         | 井 琪 | 女   | ●     |       |      | · 遠傳電信 (股) 公司總經理<br>· Far Eastern Info Service (Holding) Ltd. 董事長暨總經理<br>· 全虹企業 (股) 公司董事長<br>· 遠欣 (股) 公司董事長<br>· 旭天能源 (股) 公司董事長<br>· 新世紀資通 (股) 公司董事暨總經理<br>· 遠時數位科技 (股) 公司董事長<br>· 遠想原創 (股) 公司董事長<br>· 遠通電收 (股) 公司董事<br>· 鼎鼎聯合行銷 (股) 公司董事<br>· 遠創智慧 (股) 公司董事<br>· 遠東百貨 (股) 公司董事<br>· 富鴻網 (股) 公司董事長<br>· 博弘雲端科技 (股) 公司董事長 |
| 董事         | 蔡敏雄 | 男   | ●     |       |      | · 遠東新世紀 (股) 資深副總經理<br>· 鼎元國際投資股份有限公司董事長<br>· 遠鼎投資股份有限公司董事<br>· 全虹企業 (股) 公司董事<br>· 遠鼎股份有限公司董事<br>· 裕鼎實業股份有限公司董事長<br>· 上海遠資信息技術有限公司董事長                                                                                                                                                                                     |
| 監察人        | 王景益 | 男   |       |       | ●    | · 元智大學董事<br>· 宋作楠先生教育基金會前董事長及董事                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

更多資訊請參考本公司ESG官網「公司治理」📖「投資人資訊」



永續智識發展

依照公司產業特性及董事學、經歷背景，協助董事擬定年度進修計畫及安排課程，藉以強化董監專業職能，優化公司治理。董事進修5人，共45小時。

議題面向

| 課程 |                                   | 參與人數 | 參與成效  |
|----|-----------------------------------|------|-------|
| E  | 地球2.0淨零革命：氣候變遷與企業永續的深度關聯          | 1    | 時數2小時 |
|    | 從減碳到永續—不得不知的反漂綠思維                 | 1    | 時數2小時 |
|    | 碳有價化時代與企業ESG行動                    | 2    | 時數3小時 |
|    | 公司治理論壇-碳有價化時代與企業ESG行動             | 1    | 時數3小時 |
| S  | ESG實地審查的人權議題                      | 1    | 時數2小時 |
| G  | 從數位轉型到AI賦能                        | 4    | 時數3小時 |
|    | 公司治理及證券法規                         | 1    | 時數3小時 |
|    | 如何解析企業財務關鍵資訊，強化機預警能力              | 1    | 時數6小時 |
|    | 董監事暨公司治理主管系列課程-公司經營權之爭與商業事件審理法之介紹 | 1    | 時數3小時 |
|    | 內控防線功能與董事會運作機制之強化與舞弊案例解析          | 1    | 時數6小時 |



外部組織參與

本公司透過參與外部協會會務，與產官學界交流，作為領頭羊提升百貨產業競爭力；同時持續參與「中華民國百貨零售企業協會」及「台北市百貨商業同業公會」，為產業提供建言。

| 時間/年         | 外部組織             | 擔任職務         | 本公司主管   | 代表意義                    |
|--------------|------------------|--------------|---------|-------------------------|
| 1987         | 中華民國百貨零售企業協會     | 常務理事         | 黃晴雯董事長  | 配合業務推動、提供建言，引領百貨產業向上提升。 |
|              |                  | 理事           | 汪郭鼎松總經理 |                         |
|              |                  | 常務監事         | 杜金森總經理  |                         |
| 2014         | 臺北市百貨商業同業公會      | 監事           | 黃正一經理   | 為產業提供建言。                |
|              | 臺中市政府國際事務委員會     | 委員           | 黃晴雯董事長  | 提供建言，打造台中為國際化城市。        |
|              | 臺灣企業永續研訓中心（CCS）  | 理事           | 黃晴雯董事長  | 永續經驗交流，打造夥伴關係。          |
| 2017         | 臺灣女董事協會          | 理事           | 黃晴雯董事長  | 女性賦權、典範轉移。              |
| 2018         | 臺北市東區商圈發展協會      | 常務理事         | 楊政憲副總經理 | 以大帶小，帶動商圈發展，打造社區共榮。     |
| 2019         | 國際倡議EP100        | 會員           | 太平洋崇光百貨 | 創建成功案例，成為亞太零售典範。        |
| 2022         | R20 區域氣候行動組織     | 會員           | 太平洋崇光百貨 | 永續經驗交流，打造夥伴關係。          |
| 2023         | 國際倡議TCFD         | 會員、Supporter | 太平洋崇光百貨 | 堅定氣候治理決心，成為國內零售典範。      |
| 2024         | 科學基礎減量目標倡議（SBTi） | 會員           | 太平洋崇光百貨 | 國內第一個遞交承諾書的百貨，宣示減碳決心。   |
|              | 永續時尚聯盟<br>紡織循環聯盟 | 會員           | 太平洋崇光百貨 | 響應政府政策，推動資源循環再利用意義。     |
| 迄今 8+N資源循環聯盟 |                  |              |         |                         |

## 永續國際倡議組織 EP100、R20、TCFD Supporter、SBTi

2024年 全台第一個 SBT科學基礎減量目標承諾書大型連鎖百貨

本公司呼應國內外淨零趨勢，積極參與國際倡議組織，2022年正式成為EP100（全球能源生產力提升倡議）會員，是亞太零售百貨業首例，承諾以2018為基準年，於2028年提升能源生產力50.52%，2024年已達標八成；同年亦加入聯合國支持成立之「R20區域氣候行動組織」，期盼透過交流國際永續趨勢與前瞻觀點，發揮影響力，共同實踐環境責任。

更於2021年起，自主揭露「氣候相關財務揭露」(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)，依照「治理」、「策略」、「風險管理」及「指標與目標」等四大核心要素，強化內部氣候治理架構。2023年成為國內百貨首家正式簽署成為TCFD的支持者 (Supporter)，加入自主揭露氣候相關財務資訊的行列，深化內部氣候治理決心。2024年成為全台第一個遞交SBT科學基礎減量目標承諾書的大型連鎖百貨，邁向企業碳排放中最難管理且最具挑戰性的範疇三碳管理。



## 提倡女性賦權、分享永續實務

2024年於女董年度論壇，分享永續策略與實踐

女力崛起帶動「她經濟」，本公司董事長黃晴雯擔任台灣女董事協會理事，協助定期發表女性治理白皮書並舉辦國際性論壇，並推動「女董學院」成立，培育新一代傑出女性領導人。黃董事長多次在女董協會或女董學院擔任論壇貴賓，傳承治理經驗，推動女性賦權；自2021年女董學院推出首屆「女性菁英領導人培訓專案」起，連續四年擔任領導力講座導師，於2024年度論壇「2024剛柔並濟大未來」上，擔任子論壇「永續淨零之路：ESG策略與關鍵角色的實踐分享」的與談者，和台積電人力資源資深副總經理何麗梅、國泰投信董事長張錫，暢談企業的永續組織與實踐。

黃董事長近年呼籲國際永續趨勢，以節能減碳、循環商模、永續消費，攜手利害關係人打造永續生態圈，帶領太百成為亞太百貨「永續模範生」，2024年獲「中華全球華人產業發展學會」邀請至「全球華人深耕學院」大型講座分享〈從EPS到ESG企業的永續之路〉。

### 永續淨零之路：ESG策略與關鍵角色的實踐分享



黃晴雯董事長（左二）參與女董協會，傳承治理經驗，推動女性賦權。

## 1.1.3 內控機制 GRI 2-12

### 功能性委員會

太百為健全公司營運管理，於公司內部設立 8 個委員會，強化公司治理能量。

| 委員會       | 成立時間   | 執掌說明                                                                                                                                                                                        |
|-----------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 經營管理委員會   | 2002 年 | <ul style="list-style-type: none"> <li>針對公司經營方針，釐訂經營目標，以及策畫達成目標所須採取之各項方案。</li> <li>由董事長召集，經理級以上主管出席；遠東集團董事長與會。</li> <li>每季召開一次會議。</li> </ul>                                                |
| 預算委員會     | 2012 年 | <ul style="list-style-type: none"> <li>對公司營運目標進行預算監控，將組織決策目標及資源配置加以定量化。</li> <li>負責審查、報告及檢討該季預算與預算執行結果，包含追加預算之執行進度及預計績效目標。</li> <li>每季召開一次會議。</li> </ul>                                    |
| 資安管理委員會   | 2012 年 | <ul style="list-style-type: none"> <li>依據太百營運特性制定之〈個人資料保護管理政策及作業程序〉，作為內外部處理顧客、同仁及專櫃合約內個人資料之依據與準則。</li> <li>修訂最新資安管理作業流程及資訊。</li> </ul>                                                      |
| 職業安全衛生委員會 | 2012 年 | <ul style="list-style-type: none"> <li>職業安全衛生之最高決策單位，對雇主擬訂之安全衛生政策提出建議，並審議、協調及建議安全衛生相關事項。</li> <li>負責職業安全衛生各項事務與專案之監督、管理與追蹤。</li> <li>由總經理召集，每 3 個月開會一次。</li> </ul>                          |
| 人事評議委員會   | 2014 年 | <ul style="list-style-type: none"> <li>為公司整體組織架構設立與調整。</li> <li>各單位編制及人事規章審議與修訂。</li> <li>理階以上重大獎懲案件審議與調查。</li> <li>年度公司各單位績效考核升等升職額度之評議、資遣案件之審議。</li> <li>其他有關公司重大人事政策及福利政策之研議。</li> </ul> |

| 委員會              | 成立時間   | 執掌說明                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 決策執行委員會          | 2014 年 | <ul style="list-style-type: none"> <li>公司營運與策略規劃之最高指導單位。</li> <li>委員包含董事長、總經理及副總經理級以上主管。</li> <li>每月初於會議上針對營運現狀檢討業績損益及討論業務策略，針對未來營業目標或可能面臨之經營問題，提出改善計畫。</li> <li>每 1~2 週召開一次會議。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 企業永續委員會 (ESG委員會) | 2015 年 | <ul style="list-style-type: none"> <li>委員會下設「商品安全委員會」，專責商品安全管理專案之長期推動；「能源管理委員會」，負責管理總公司及各據點之能源使用概況；「氣候變遷委員會」，評估氣候帶來的風險與商機。</li> <li>由董事長指派行政副總經理楊政憲為 ESG 委員會執行長、總公司各部門主管擔任執行秘書小組委員，由永續辦公室定期向董事長報告。</li> <li>執行秘書小組每月定期召開會議，鑑別重大議題、評估衝擊事件與程度，對可能的負面影響採取行動，減緩對利害關係人產生的衝擊。               <ol style="list-style-type: none"> <li>(1)因應國際永續趨勢與國內法規、訂定執行方針。</li> <li>(2)商討永續提案、追蹤執行進度與績效。</li> <li>(3)邀請社創或外部單位提案分享，討論合作可行性。</li> <li>(4)年度 ESG 貢獻獎評審。</li> </ol> </li> <li>每半年召開「ESG 高階主管會議」，由董事長主持、副總階以上主管出席，執行秘書小組成員列席報告。</li> <li>每年定期向董事會報告永續績效與因應重大衝擊之作為。</li> </ul> |
| 願景工程委員會          | 2020 年 | <ul style="list-style-type: none"> <li>形塑公司願景，推動數位轉型，優化顧客與員工體驗，強化對公司的品牌認同。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

**備註** 太百非上市櫃公司，因此無相關法令要求成立審計、薪酬委員會，或遴選獨立董事之要求。更多資訊請至本公司 ESG 官網「公司治理」或「投資人資訊」。



## 稽核機制

董事會下設有獨立之稽核室，稽核主管任免須經董事會同意，另設置專任稽核人員。太百比照上市櫃公司內控內稽要求，建立風險管理策略及各項風險管理制度，並持續調整優化。稽核室依法令規定及風險評估結果擬定年度稽核計畫，除依稽核計畫執行各項稽核作業外，亦按法規異動及新辨識出的風險，執行專案稽核，以進行全面的風險管理、提高經營績效，進而增進公司整體利益。稽核作業報告每年定期提報董事會；2024年度報告已提報，將持續追蹤後續改善成果。

### 1.1.4 誠信經營 GRI 2-25 GRI 2-27

#### 誠信經營與企業廉潔

基於誠信營運方針，本公司營運過程皆遵循內外部法令規範，且依據最新頒布之法令，新增及修改標準作業程序。各部門對外合約均須透過法務室審核，同時要求全體同仁工作中具備商業倫理與責任，並遵循法令規定。新進同仁到任後，皆須完成工作規範培訓課程，同時不定期對同仁進行法令遵循說明、管理守則、倫理教育與人權之宣導與釋疑等，強化從業道德，期許全體同仁展現人文精神。

本公司企業永續網站設有「企業廉潔」專區，利害關係人可線上舉報任何不當行為。如有道德廉潔相關疑慮，可向稽核室諮詢。舉報事件直接由稽核室調查與處理，2024年末接獲重大舉報案件、內部無發生任何貪腐事件，並於ESG委員會中報告。為健全公司治理，建立企業誠信經營文化，經董事會通過訂定〈道德行為準則〉，引導本公司董事、經理人及全體員工遵循，以提升永續績效。



#### 誠信經營與反貪腐制度

##### 行為準則

經董事會通過《道德行為準則》，明文規定公平交易、防止利益衝突、以不正當手段圖得私利、嚴守業務機密、遵循法規等。

##### 管理制度

- 對往來供應商之規範：
  - 2024年起，〈永續條款〉納入反貪腐規範，於合約中簽訂。
  - 新供應商填寫供應商資料表時即同意永續條款。
  - 集團聯採合約〈供應商社會責任承諾書〉中明訂〈防賄條款〉，禁止任何形式的賄賂、貪污、勒索、盜竊、濫用權力及不正當的利益。
- 對同仁確保誠信經營之規範：
  - 《員工手冊》中規範「接受他人賄賂、圖利自己或他人者」將受公司調查，且解雇。
  - 制訂《違反道德行為及誠信經營之檢舉及懲戒辦法》。
  - 訂有內部控制制度與作業辦法。

##### 宣導方式

內部課程或會議/eWork APP/朝會日報/內部信件/公告欄

##### 申訴管道

請至本公司ESG官網「利害關係人專區」👉「企業廉潔」



| 誠信經營                                                                                                                         | 內容說明                                                                                                                                                                                   | 宣導/執行方式                                                                                                     | 執行績效                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 反歧視                                                                                                                          | 由董事長簽署並公告《人權政策》，包含追求多元平等共融。不因個人性別、種族、階級、年齡、婚姻、語言、思想、宗教、黨派、五官、身心障礙、星座與血型等，而為差別待遇，尊重平權，保障同工同酬，並確保工作場所無任何形式之騷擾與霸凌。                                                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>● 內部課程或會議</li><li>● 員工手冊說明溝通管道</li></ul>                              | <ul style="list-style-type: none"><li>● 推動社會共融理念、打造DEI（Diversity, Equity and Inclusion）幸福職場，2024年獲台北市政府勞動局「台北市職場性別平等認證」銅質獎、HR ASIA「亞洲最佳企業雇主獎」多元平等共融獎。</li></ul>     |
| 性別平等                                                                                                                         | 自2018年起太百制訂〈性別平等法〉，後依中央規範及時調整內部辦法，例如：生理假。2020年公告「性騷擾防治管理辦法」、2024年修訂。2024年為強化性騷擾防治自主管理機制制訂〈性騷擾防治措施、申訴及調查處理要點〉，亦依勞動部公佈〈執行職務遭受不法侵害預防指引〉修訂〈執行職務遭受不法侵害預防程序〉。為打造多元共融職場，本公司積極扎根基礎意識，全員必修兩性課程。 | <ul style="list-style-type: none"><li>● eWork APP</li><li>● 內部會議</li><li>● 朝會日報</li><li>● 內部信件公告欄</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 辦公室與各店張貼性騷擾防治海報，公告通報信箱與電話，以維護當事人隱私進行處理。</li><li>● 自2023年起性別友善職場講座列為全員必修課程，截至2024年全台共舉辦21個場次；主管職完課率達100%，一般同仁達69%。</li></ul> |
| 申訴管道                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                             |                                                                                                                                                                     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>● 請至本公司ESG官網「利害關係人專區」👉「聯絡我們」</li><li>● 勞資會議、職工福利委員會、人事評議委員會、店長會議與各店人事單位申訴信箱。</li></ul> |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                             |                                                                                                                                                                     |

法規遵循

本公司透過每日內部朝會日報與線上公布欄等管道，向同仁宣導法令規範；法務室定期至各營業據點，進行法令宣導課程（客訴、個資、賣場安全等），確保各項活動均依相關法令規範進行。法務室亦不定期評估主要營運活動、商品及服務等專案，針對有違反法令、導致遭受裁罰、受媒體輿論負面評價之虞的重大客訴或法令遵循風險事件進行管理，並建立與其他第二道防線之橫向溝通聯繫機制。太平洋崇光百貨2024年期間，全無任何遭主管機關裁定罰款或行政處分之事實，並全台舉辦巡迴法律工作坊，強化全員法遵意識。



《反貪腐、反賄賂政策》

第三條、反貪腐聲明

本公司不從事亦不接受任何未遵守本政策或反貪腐相關法律之任何活動。



《道德行為準則》

第四條、防止利益衝突

第五條、不得圖私己利

第六條、保密責任

第七條、公平交易

第九條、法令遵循



《員工手冊》節錄：第六章 離退與解雇

第六條、解雇：

員工合乎下列各項之一並應依個案事實認定，依法辦理解雇，公司不須預告、不發資遣費。

第21項：

藉職務之便，有圖利自己或他人行為，情節重大者。

第22項：

未經公司許可而在本公司以外，從事同類之業務，致影響勞動契約之履行者。

## 1.2 營運成果

### 1.2.1 關於本公司 GRI 2-1 GRI 2-6

#### 雙百貨品牌經營

太平洋崇光百貨在追求營運績效的同時，積極履行企業社會責任，以ESG（環境、社會、治理）三大構面推展未來營運方針，重塑企業願景，成為「與時俱進、友善共好，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業」。2024年無畏國內零售市場成長放緩，本公司交出穩健營運績效，全年營業收入494億3,485萬，與去年持平。2024年6月起，位於台北市信義區的大巨蛋營運據點陸續開幕，開啟太百「遠東SOGO」與「遠東Garden City」的百貨雙品牌策略，後者與信義商圈比鄰，八成為新客，40歲以下占36%，為公司營運與品牌經營注入新的活力。

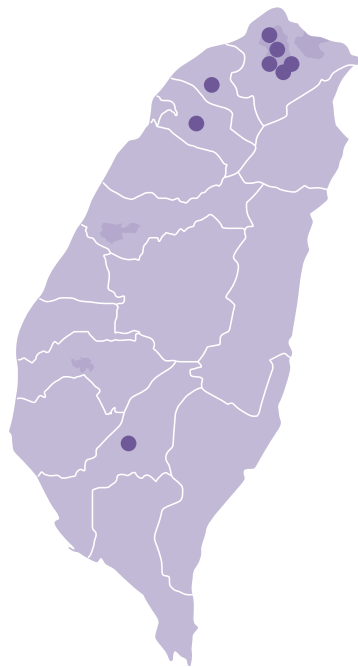
查詢〈全國商工行政服務入口網〉



#### 基本資料

|       |                 |       |               |
|-------|-----------------|-------|---------------|
| 公司名稱  | 太平洋崇光百貨股份有限公司   | 產品與服務 | 百貨零售          |
| 創立時間  | 1987年           | 員工人數  | 2024 年度為1297人 |
| 實收資本額 | 新台幣82.8億元       | 公司型態  | 未公開發行         |
| 總部位置  | 台北市大安區忠孝東路四段45號 |       |               |

營運據點



台灣（共8處營業場所，亦為本公司重要營運據點）



為一站式購足百貨，提供優質商品、精緻服務，並發揮社會影響力，長期深耕台灣，共7營運據點。

- 台北忠孝館 台北市忠孝東路4段45號
- 台北敦化館 台北市敦化南路1段246號
- 台北復興館 台北市忠孝東路3段300號
- 天母店 台北市中山北路6段77號
- 桃園中壢店 桃園市中壢區元化路357號
- 新竹店 新竹市中央路239號
- 高雄店 高雄市三多三路217號

#### 遠東 Garden City

座落台北大巨蛋園區，商場面積3.6萬坪、幅員廣大，是台北市中心最大購物商場，將台灣百貨零售的營運管理全面升級，以「全天候、全方位、全客層」佈局最完整的購物生活場域。2025年全區開幕後，將坐擁四大零售餐飲區域，結合園區內大巨蛋各項國際運動賽事、表演活動，與松菸文創之文化底蘊，將成為超大型國際休閒、遊憩、觀光景點。

- 台北市忠孝東路四段505號

## 營運據點與各店特色

遠東SOGO：營運版圖遍及台北、中壢、新竹、高雄等城市，共計7家百貨據點，致力於了解在地顧客需求，依據設定之目標客群，營造各店特色，提供令顧客滿意的商品與服務。

開業年份

1987

### 台北東區流行旗艦 美妝天后宮

#### 台北店忠孝館

美式風格，融合日式美學，呈現忠孝館「簡約又溫暖」的特色，針對全客層販售最新時尚商品，數位科技零售體驗，優化顧客消費旅程，是台北東區流行旗艦百貨。



#### 2024年營運概況

- 店鋪形象再升級，第二、三季改裝，擴大強勢業種，提升商品力。
- 強化顧客體驗，針對主力客層精準行銷，強化年輕客層、無齡客層之體驗行銷。
- 針對節慶商機，規劃能增加新客，並提高主顧客黏著度的集客活動，如Xmas裝置打卡、AR秘境體驗；舉辦汪汪隊立大功等親子活動。
- 深化軌道經濟戰略，擴大與捷運公司合作、加強廣告宣傳，以帶進更多新客流。
- 忠孝館後方瑤公綠廊帶工程於2024年5月竣工，透過停車空間減量、開放空間整體規劃，形塑帶狀綠廊空間，使東區地標遠東SOGO與社區共融。

開業年份

1994

### 低調、奢華的貴婦生活圈

#### 台北店敦化館

- 深耕在地主顧客，為東區精品時尚發源地。
- 高質感的尊榮服務深受主顧客青睞與肯定。
- 深化經營高端保養品/護膚沙龍空間，擁有首屈一指之優質體驗環境。
- 東區百貨最頂級餐廳形象，優雅與美味共享。



#### 2024年營運概況

- 導入新品牌（LORO PIANA / VALEXTRA），業績表現持穩。
- 與復興館合作串流，力圖增加新客。
- 強化各種型態之體驗活動，鞏固忠誠顧客。

開業年份

1996

### 南台灣公益基地、與在地商圈友善共好的「好厝邊」

#### 高雄店

深耕鄰里28年，提供居民與顧客緊密的情感聯繫、在地化的區域連結，支持當地文創發展與藝文表演。



#### 2024年營運概況

- 呼應SDG1消除貧窮、SDG4優質教育、SDG11永續城鄉、SDG12責任消費、SDG13氣候行動、SDG15陸域生態舉辦各式公益活動，打造南台灣公益基地。
- 參加政府社會住宅方案，運用閒置資產打造永續價值。
- 進行社區服務，與機關團體（前鎮區衛生所、高雄市消防局、阮綜合醫院、盛興里）合作，辦理免費癌症篩檢、疫苗接種、防災小英雄親子體驗，推廣定期健檢及正確的防災防火觀念；並積極參與商圈建設，如參加盛興公園改裝啟用儀式暨健走活動。
- 面向顧客舉辦環保及公益活動，如「小老闆市集」二手物市集、甲蟲特展、耶誕心願圓夢活動等。



開業年份

1998

### 南桃園核心百貨、串聯商圈共好

#### 桃園中壢店

位處南桃園核心地段，引領區域時尚與潮流，配合地方政府推動政策。



#### 2024年營運概況

- 擴大強勢業種及新品牌曝光度，引進HR、AESOP；CHANEL、LAMER、SWAROVSKI 原櫃改裝；涓豆腐、溜溜魚、頑固茶寮等大型人氣餐廳進駐，增加網路聲量。
- 年度五大重點檔期動員Club會員、強化顧客黏著度，強化數位宣傳，增加數位廣告投放。
- 參與桃園購物活動、串聯商圈異業合作，發揮圓夢共好精神。

開業年份

2006

### 全台首家匯集世界五大精品的時尚龍頭

#### 台北店復興館

集結世界頂級品牌，全台獨家匯集國際五大精品，含義大利精品GUCCI和「法國精品四大天王」LOUISVUITTON、CARTIER、CHANEL、HERMES，為台灣精品百貨翹楚。

B3頂級超市city'super，擁有完整熟食區及中外食品名店禮品，為「東區廚房」。



#### 2024年營運概況

- 啟動歷年最大規模改裝：完成名品/女裝賣場形象升級工程，改裝成效顯著。
- 預計於2024年年底~2025年第一季完成三大頂級品(Hermes、CHANEL、LV)貫穿1-3F的擴大工程，創下全台最大規模頂級精品改裝規格，樹立精品百貨地位。

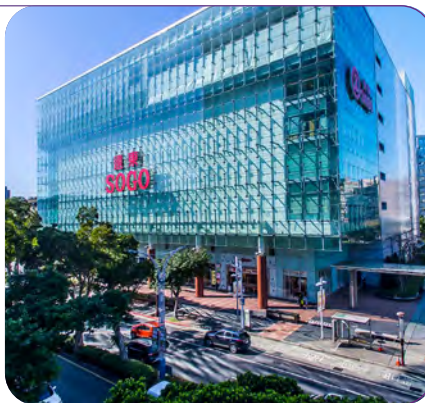
開業年份

2009

### 全台綠色百貨示範店

#### 天母店

- 全台首家取得碳標籤的百貨，亦是服務型碳標籤納入綠色採購的第一家百貨。
- 與台北市政府產發局、北投區農會洽談合作，推廣鄰近區域在地花農地的當季花卉。
- 集結各式創意手作市集，促進在地民眾與攤商的交流。



#### 2024年營運概況

- 發揮綠色百貨外溢效果：啟動三大年節禮品專刊，積極傳達綠色永續價值，合計聯絡547家上市公司、協力廠商，創造17,795仟禮商券業績（企業可向政府申報發票金額30%之綠色採購）。
- 響應世界地球日與OPEN HOUSE TAIPEI 國際活動，全年兩度開放頂樓空中花園供民眾參觀環保設施，逾200人次參與，由同仁說明綠色設施（雨水系統，太陽能綠電），並持續廣邀國、中小學童參與，推廣環境教育。
- 形象再升級，部分樓面賣場整修，同時調整櫃位、引進新品牌，如DIOR香氛世家、丸龜製麵、うなぎ四代目菊かわ…等。
- 以特色主題市集展現多元風貌。



開業年份

2012

## 親子友善、社會共榮的首選百貨

### 新竹店

- 百貨結合購物中心打造零售新業態，緊密連結市民生活。
- 結合ESG議題，打造最友善百貨空間。
- 開放室內演藝廳優質空間串聯市府志工講座、大專院校藝文成果發表等活動，延伸共榮共享企業形象。
- 新竹最齊全之化妝品、女裝、運動休閒購物通路。



### 2024年營運概況

- 年營業額達65.3億，較疫情前增長超過25%。
- 持續引進潮流新商品與市場差異化，獨家品牌近50%。
- 致力實踐聯合國永續發展目標，發揮平台力舉辦「女力市集」支持女性創業；大規模「二手衣回收」活動，超過1,600人響應；「爺奶萬萬歲」青銀共融喜劇脫口秀訓練營及成果發表；建置全台百貨首座24小時無人資源回收站「智慧循環方舟」，半年回收3,251公斤資源。
- 引進球池遊戲設施優化兒童俱樂部服務、舉辦萬聖、耶誕等多元主題市集，豐富親子共樂文化生活體驗。

遠東Garden City：太百從百貨營運邁向購物中心的最新代表作，由遠東SOGO經營團隊規劃、營運，是目前台北市中心最大商場，面積達36,000坪，商品設定全客層，規劃全方位多主題新型態的零售模式。

開業年份

2025

## 台北市中心最大商場

### 大巨蛋

主分四區，依開幕順序為：

- D區/食尚庭園（The Rim）**，為環繞大巨蛋球場之獨立店面，打造餐酒館、早午餐及消夜等全時段餐飲特色。
- C區/花園綠廊（Garden Corridor）**，有「全台最美商店街」之稱，以鄰近上班族、大巨蛋活動人潮為主客層，規劃有主題大店、運動健身中心、速食餐飲、便利商店等生活業態。
- A區/光之花園（Garden of Lights）**，結合影城規劃潮流時尚名品，及頂樓花園餐廳。
- B區/莫內花園（Monet Garden）**，為臺北市中心單一商場最大面積之賣場，將規劃五大主力業種，包含精品、化妝品、運動休閒、兒童文玩、餐飲等。

### 2024年營運概況

- 2024年5月30日位於大巨蛋地面樓層的「食尚庭園」率先開幕，以14家主題餐飲大店，串連台北東區及信義區夜經濟，首度規劃營業到凌晨、甚至24小時的餐廳，揭開全新的「夜食尚」。
- 於9月下旬在大巨蛋B1、B2樓層，推出擁有「全台最美地下街」美譽的「花園綠廊」，囊括中式、韓式、港式、日式，吸引國人與觀光客朝聖。
- 遠東Garden City 2024年營收約5億元業績，超出預期1成。



## 1.2.2 營運績效

GRI 201-1 GRI 201-4

### 2024年度營運績效

2024年度營業收入494億3,308萬，與去年持平；  
稅前淨利成長率-22.75%

主要因素為：

1. 遠東SOGO復興館配合三大精品擴大，連動多個樓層大規模改裝。
2. 大巨蛋店D區（餐廳）與C區（地下街）於5月及9月相繼開幕，挹注業績，然依據IFRS 16會計準則，須認列取得使用權資產。

### 太百歷年財務資訊

單位為新台幣千元；每股盈餘(稅後)單位為新台幣元

|                 | 2022       | 2023       | 2024       |
|-----------------|------------|------------|------------|
| 營業收入 (IFRS) 總額法 | 45,013,913 | 49,661,966 | 49,433,078 |
| 稅前淨利            | 1,824,575  | 2,914,351  | 2,251,376  |
| 稅後淨利            | 1,398,046  | 2,193,039  | 1,360,130  |
| 每股盈餘 (稅後)       | 1.69       | 2.65       | 1.64       |
| 股東權益報酬率 (%)     | 11.43      | 16.82      | 10.24      |
| 資本額             | 8,280,000  | 8,280,000  | 8,280,000  |

更多資訊請參考公開資訊觀測站 (2903) <http://mops.twse.com.tw/mops/web/t146sb05>

### 太百歷年收支統計

單位為新台幣千元

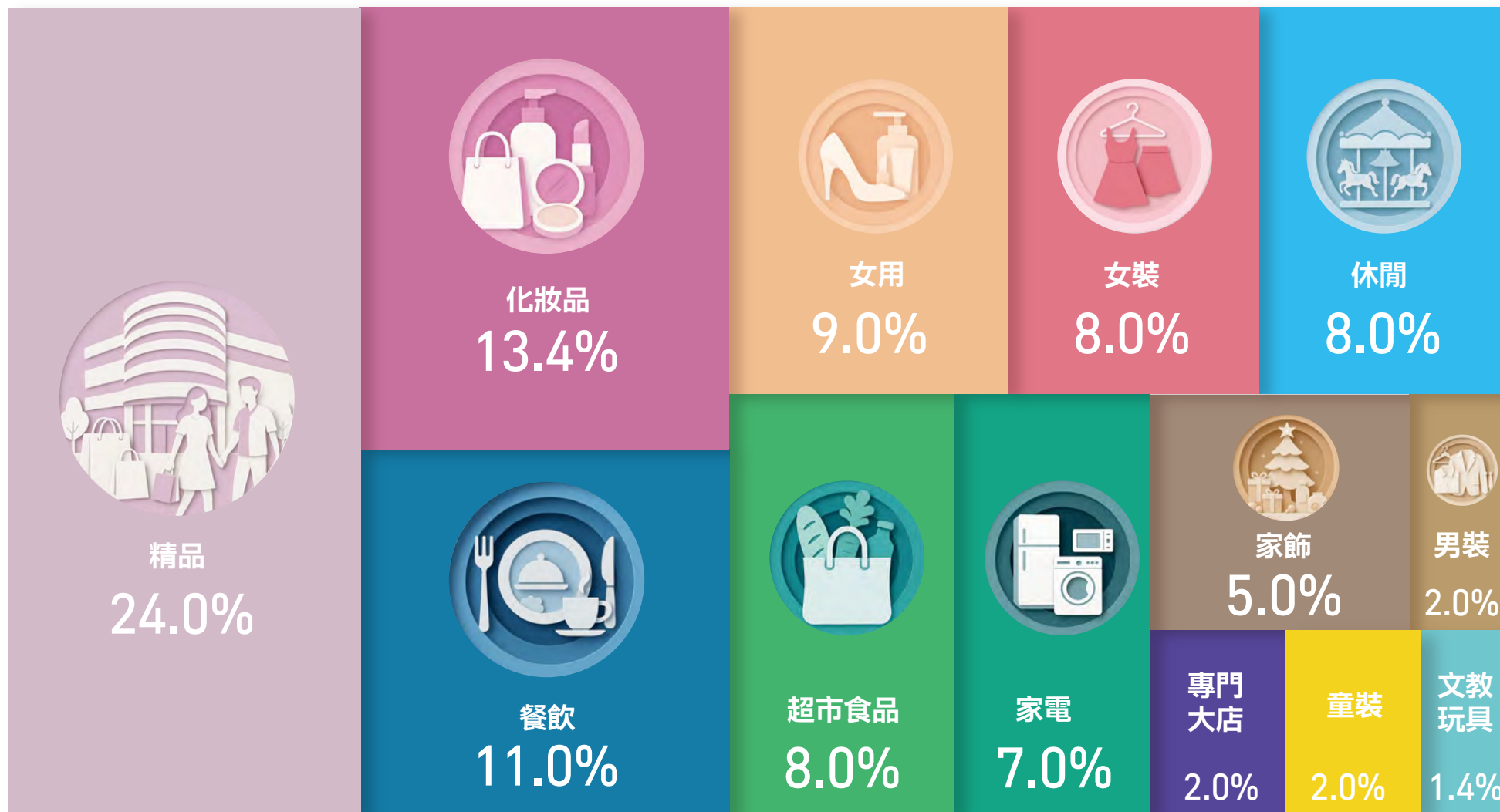
|                            | 2022       | 2023       | 2024       |
|----------------------------|------------|------------|------------|
| 營業收入 (IFRS) 總額法 (A)        | 45,013,913 | 49,661,966 | 49,433,078 |
| 營運成本 (B)                   | 41,078,942 | 44,893,775 | 45,676,322 |
| 員工薪資與福利 (C)                | 1,343,106  | 1,507,295  | 1,424,131  |
| 支付出資人之款項 (D)               | 1,043,280  | 1,904,400  | 1,200,600  |
| 繳納給政府之費用 (E)               | 850,119    | 951,030    | 835,133    |
| 捐贈 (F)                     | 12,578     | 16,573     | 12,892     |
| 留存經濟價值 (G) = (A-B-C-D-E-F) | 685,888    | 388,893    | 284,000    |
| 政府財務補助總額                   | 94,397     | 17,280     | 11,384     |

備註

1. 員工薪資與福利：含本公司員工非常態性薪資，以及其他員工福利。
2. 支付出資人之款項：發放股利之總額。
3. 繳納給政府之費用：含稅費與罰金。
4. 政府財務補助總額：含節能專案補助、肺炎補助（含肺炎紓困補助、肺炎租金補助、肺炎減免補助）、電費減收方案、產業創新條例抵減等。2024年主要為經濟部與商業司節能專案補助金，占95.83%。

## 商品類別與營業額占比

太平洋崇光百貨販售商品琳瑯滿目，2024年以精品、化妝品、餐飲為主要營業額來源，占總營業額49.4%；其中餐飲成長11%，主因為各店改裝增加餐廳，及大巨蛋店開幕區域，主力為餐廳所致。男裝與文教玩具則屬落後指標，前者因出境旅遊旺盛，並受電商快時尚服飾影響，業績下滑7%；後者因少子化影響，及撤除書局（改以高毛利業種替代），業績下滑3.3%。





### 1.2.3 數位發展

環視近年疫情衝擊、消費市場購物習慣與消費模式的大幅轉變，一再突顯組織數位轉型的重要。本公司將危機視為數位化商機，自「優化數位治理」與「深化數位體驗」2大策略面向出發，透過客戶關係管理(Customer Relationship Management, CRM)工具進行數據分析，在兼顧利害關係人數位隱私、提升購物品質與掌握消費旅程間取得平衡。

自遠東SOGO APP於2020年改版上線後，積極建立虛實融合行銷策略(Online-merge-offline, OMO)，並推展即時、高品質、永續性的購物服務。截至2024年底，會員人數成長至159萬，年成長15%。

2023年4月因應後疫情時代，本公司發展電子商務、成立全新概念購物網站SOGO plus，延伸銷售場域，以符合「ESG」核心理念為選品主軸，成為台灣百貨第一個綠色電商平台，蒐羅社會創新、青年創業、女性創業、社福機構、B型企業、公平交易、在地好物、地方創生等商品；並透過SOGO APP推廣媒介發揮線上線下整合的經營綜效。並藉由SOGO APP跨平台一鍵購物的便利性，讓消費者以極佳購物體驗購買對社會及環境友善的價值型商品，開拓永續客層。

#### 內

#### 優化數位治理

藉由數位轉型擬定未來治理方針及市場

##### 【即時數位溝通、推動精準行銷】

- 透過顧客數據平台(CDP)，將顧客分群、分眾達到精準行銷。
- 供應商情報平台：整合品牌供應商資訊作為招商與危機／輿情處理資料庫。

##### 【強化系統韌性】

- 系統朝雲端佈署及開發，以數據串聯所有系統、業務流程及顧客足跡。
- 執行系統節能措施，降低能耗與成本。

#### 2024年成效

- 建置Microsoft 365數位辦公系統，透過雲端協作、跨平台作業，提升辦公效率與安全性；優化行政作業系統，ework、ehr、獎金系統全數更新上線，提升作業效率。
- 贈獎系統優化，避免個資外洩。
- 節能措施：降低使用非綠電地端機房，採用AWS雲端服務，減少46%的機械能耗和減少35%的混凝土中所含碳含量；個人雲端工作機定時啟動與關閉，降低52%服務器使用時間；週年慶期間，依據每天來客數，彈性調整贈獎系統於AWS主機數量及規格，較前年節省費用達129萬，降幅56%，大大減少電力的使用。

#### 2025年目標

- 取得SOGO APP MAS標章。
- ISO 27001定期追蹤查核。
- 取得「ISO 27701隱私資訊管理系統」，將是國內百貨首例對雲端系統完成驗證。
- Microsoft 365數位辦公系統教育訓練，強化數位應用能力。
- CLUB系統升級及搬遷上雲端(AWS)，預計持續減碳約35%。

#### 外

#### 深化數位體驗

在人人皆有行動裝置的時代，打造愉快的數位體驗環境，優化顧客旅程

##### 【購物體驗升級】

- 優化POS機系統，雲端連線即時掌握營運狀況；支援多元支付與行動收銀。
- 推出整合十大功能的SOGO APP，即時推播、增加互動，持續強化APP功能，提升品牌轉換與回購率。
- SOGOplus朝價值型電商邁進；強化SOGOplus與既有平台的串聯，增加觸及率。

#### 2024年成效

- SOGO APP連結中信聯名卡「SOGO金」(信用卡購物回饋金)抵換功能，強化顧客品牌忠誠度；顧客可於APP即時查會員身份別，降低60%人工操作成本。
- SOGOplus上架永續選商SOGO Sustain商品，販售業績年成長54%；在地好物年成長36%。
- 電子抵用券使用金額為64.3億，年成長57.2%，有效降低紙本券使用。

#### 2025年目標

- 生成式AI應用、改善顧客體驗。
- 各店逐漸導入POS機優化，支援行動收銀。
- 綠色電商SOGOplus新增快速登入服務，不僅提升使用者便捷性，減少每位消費者30秒的登入時間，也降低消費者數位落差門檻。

太百身為台灣第一家推出電子禮券的百貨公司，積極推展電子支付，支援11種行動支付方式，簡化顧客付款流程。



#### 行動支付工具



#### 電子禮券



電子禮券券\*

贈獎抵用券\*

即享券

備註 \* 為 SOGO APP 特別支援。



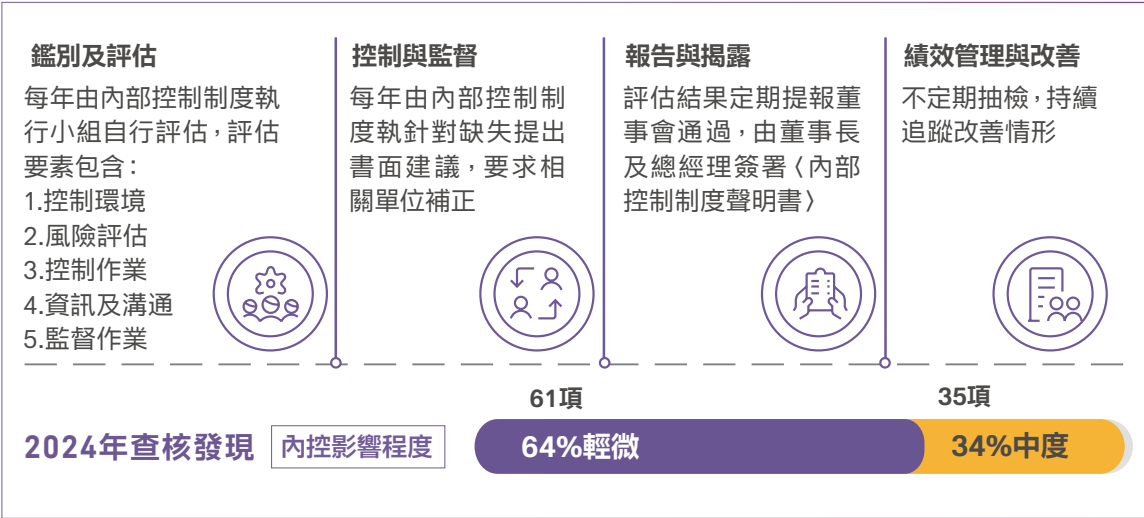
# 1.3 風險控管

## 1.3.1 風險管理

在全球化影響下，世界各地的經貿問題緊密關聯，輔以近年地緣政治詭譎、氣候變遷帶來嚴峻考驗、戰爭動盪、資安危機四伏等外部環境風險與劇烈變化，對百貨零售業帶來消費市場變動的巨大挑戰。

本公司衡量企業經營風險，藉由建立內控機制、誠信經營，確實預防與適時處置各類風險帶來之威脅與機會，積極發展對策。同時透過各功能性委員會定期召開會議，確保相關風險管理策略之有效性。並依金融監督管理委員會訂頒之〈公開發行公司建立內部控制制度處理準則〉辦理內部控制制度之評估，本公司2024年度內部查核，內部控制制度並無重大缺失，並提出96項稽核建議事項，依內控影響程度來區分，有64%缺失較輕微，中度缺失有35項（占34%）。相關缺失主要集中在文件/流程不當及未依公司管理規章執行，針對相關缺失，稽核室皆已提出書面建議要求相關單位補正，並強化管理，後續也將持續追蹤改善情形。

### 風險管理流程



### 2024年內部控制缺失彙總

單位：查核缺失數量

| 項次 | 內控循環  | 內控規劃缺陷 | 報表紀載不實 | 影響財務/商譽 | 文件/流程不當 | 未遵循管理辦法 | 安全性不足 | 自動化不足 | 合計 |
|----|-------|--------|--------|---------|---------|---------|-------|-------|----|
| 1  | 銷售及收款 | 3      | -      | 4       | 16      | 13      | -     | -     | 36 |
| 2  | 資訊安全  | 1      | -      | -       | 11      | 3       | 8     | -     | 23 |
| 3  | 採購及付款 | -      | -      | 1       | 11      | 9       | -     | -     | 21 |
| 4  | 薪工    | -      | -      | -       | 14      | 1       | -     | -     | 15 |
| 5  | 固定資產  | -      | -      | -       | -       | 1       | -     | -     | 1  |
| 6  | 投資活動  | -      | -      | -       | -       | -       | -     | -     | 0  |
| 7  | 法規遵循  | -      | -      | -       | -       | -       | -     | -     | 0  |
| 合計 |       | 4      | -      | 5       | 52      | 27      | 8     | -     | 96 |

太百以「決策執行委員會」為最高決策單位，委員會組成涵蓋營業、販促、行政與財務等部門主管，定期針對公司營運釐訂方針，視需要成立專案，定期追蹤成果。並由稽核室進行公司內外部各類風險的評估，2024年內部風險掌控如下：

| 風險類型                                                                                                             | 外部環境與風險                                                       | 因應對策                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>營運風險</div> <div></div>     | 百貨以餐飲聚客、提供高品質商品著稱，若發生商品安全、食安事件或消費糾紛，將損害公司商譽、危害顧客生命及健康，造成經濟損失。 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 檢核贈獎系統兌換資料正確性，降低營運損失。</li><li>● 盤查自營商品是否有逾期、包裝受損或標示不符之情形。</li><li>● 執行採購議價、驗收之會辦及簽核，確保作業符合規定，並提供消費者安心購物環境及優質禮贈品。</li></ul> |
| <div>財務風險</div> <div></div>     | 加強內部控制，定期進行財務現況盤查，確保公司在面對不確定性時具備足夠的應對能力。                      | <ul style="list-style-type: none"><li>● 抽檢專櫃銷售入帳、合約費用扣款，以符合經營誠信及確保營收。</li><li>● 抽盤各單位固定資產，減少營運資產減失風險。</li></ul>                                                    |
| <div>法規遵循風險</div> <div></div>   | 若不確實遵循法規，將致法令主管或監理機關懲罰，影響營收及公司信譽。                             | <ul style="list-style-type: none"><li>● 依法令規範執行資金貸與、背書保證、資產取得與處分及子公司監理作業。</li></ul>                                                                                |
| <div>人力資源風險</div> <div></div>  | 我國服務業受到人口老化和生育率下降的雙重影響，勞動力供應日益不足；另若違反勞基法，可能面臨高額罰款，企業形象受損。     | <ul style="list-style-type: none"><li>● 抽查人員招募作業允當性，以符合規範。</li></ul>                                                                                               |
| <div>資訊安全風險</div> <div></div> | 零售業從行銷、購物、結帳等各階段，均有涉及顧客個人隱私與交易資料安全之虞，須加以控管。                   | <ul style="list-style-type: none"><li>● 檢核個人資料保存作業允當性。</li></ul>                                                                                                   |
| <div>永續揭露風險</div> <div></div> | 揭露不實或呈現誤導資訊，可能引發公眾、媒體或非政府組織的批評，損害企業聲譽，削弱市場信任度。                | <ul style="list-style-type: none"><li>● 企業永續報告書內部預查。</li><li>● 溫室氣體盤查作業。</li></ul>                                                                                 |

## 1.3.2 危機事件處理

本公司遵循〈遠東集團危機事件處理辦法〉，設置總值星1名，由公司協理階以上1位主管輪值，接受每日1~2位正副值班長緊急通報，平日統籌掌握公司危機事件動態，遇有天然災害、能源短缺、工安事故、環保或抗爭事故、勞資爭議、犯罪案件、法定傳染疫情、營運中斷或其他重大危機事件發生時，30分鐘內向集團通報，並登錄於線上危機通報系統，定期回報後續發展。

在危機事件發生時，即啟動應變指揮體系，成立指揮中心運籌帷幄，由總經理擔任總指揮、呈報董事長，在最短時間內動員足夠之人力物資處理，防止事件危及營運或公司形象。

### 2024年特殊危機事件

| 事件名稱                 | 內容概要                                                                            | 處理方式                                                                                                                                                                                                                                                                      | 事件結果                                                                           |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 女畫家在SOGO跌倒獲賠142.9萬定讞 | 2018年侯女士在本公司台北店點，遭櫃位間鋪設的臨時電源線絆倒，案件纏訟五年，於2024年3月底由最高院。定讞，而後侯女士對媒體發布聲明，指稱本公司從未道歉。 | <ul style="list-style-type: none"><li>此事件為五年前案件，當時本公司鋪設臨時電源線的方式為零售百貨賣場慣例，獲不起訴。之後為避免類似事件發生，太百強化賣場安全，規範凡顧客行經之地面不得架設電線。</li><li>研擬聲明，強調事發後，本公司持續展現高度關懷，指派高階經理人數度前往關心侯女士。且因案件已由最高法院定讞，本公司不多做評論。</li></ul>                                                                     | 官司歷時多年後定讞，由侯女士求償之七百餘萬高額賠償金，至高院定讞之賠償金額。本公司坦蕩且態度誠懇，使媒體及外界充分了解太百正面積極處理客訴。         |
| 消費者爆復興館電梯突墜故障        | 民眾至復興館搭乘電梯時突頓挫，投訴媒體指稱電梯下墜。                                                      | <ul style="list-style-type: none"><li>媒體公關部向記者索取民眾之拍攝影片，隨即通報內部指揮系統。</li><li>工務部指出，「此非電梯下墜」，為電梯系統遭遇異常的防護動作，頓挫感會讓民眾誤認下墜。為確保消費者安全，電梯當下立即停用，第一時間通知電梯公司派員檢修，經檢修測試無虞後，恢復正常運作。</li><li>媒體公關部彙整處理經過，即時完整對媒體提出說明、澄清，避免外界誤解；記者亦採訪專業電梯維修人員，該專業人員表示，電梯絕無「下墜」可能，再度說明澄清民眾之誤解。</li></ul> | 透過明快且積極的處理態度，以新聞釐清民眾的誤解，使社會大眾與消費者，對商場電梯安全感到信任與安心。                              |
| 復興館停車格塌陷民眾憂安全疑慮      | 網友將復興館機械停車格故障影片上傳社群，網友熱議，引起媒體關注報導。                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>為維護安全，該車位第一時間暫停使用，並確認該事件無人受傷、提出例行檢查記錄及合格檢驗佐證。</li><li>相關車損進行後續賠償修復事宜。</li></ul>                                                                                                                                                     | 該停車位故障事件並未造成人員受傷，且本公司停車場機械格位相關設施均有合格檢驗，並安排定期檢查，事後並積極採取對應的補救措施，透過媒體平衡報導，消弭外界疑慮。 |

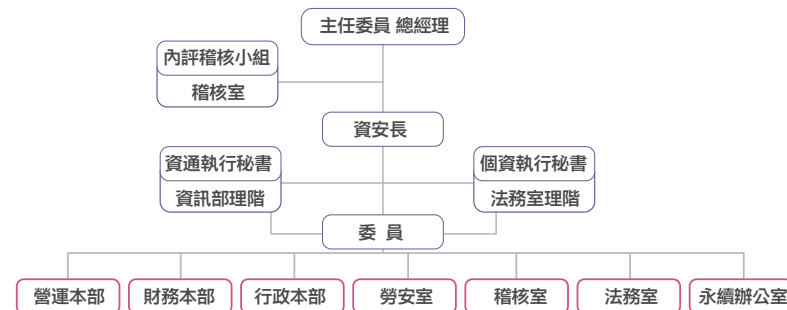
## 1.4 資安防護

### 1.4.1 資安管理委員會

鑑於百貨業接觸之個人資料量相當龐大，本公司恪遵法律規範，保護顧客與同仁個人資料及其財產隱私之安全。太百轄下設有「資安管理委員會」，由總經理擔任主任委員，掌握個資的相關業務單位擔任委員。

資安管理委員會不定期盤點各部門使用個資狀況，所有個資均加密處理，嚴格管控與稽核權限，並對資訊系統定期進行系統弱點掃描與災備演練；已陸續完成個人資料盤點、個人資料蒐集程序建立、專櫃合約個資條款修訂、全台同仁個資教育訓練、檔期行銷方式變更等處理程序。為求慎重，太百成立〈資安事件通報系統〉，發生或發現個資問題的單位，有義務通報資安管理委員會，由法務室統籌執行處理。

本公司資安委員會於2022年4月修訂完成「資訊安全暨個資保護管理辦法」，包含三大項：「資訊安全暨個資保護組織規定」、「資訊安全管理辦法」共41條、「個資保護管理辦法」共10項作業程序。2023年資安委員會架構變更，設置資通訊組與個資保護組，並設置資安長一職，由本公司資訊部協理葉為立兼任，負責制定資安策略、評估資安風險、應變資安事件等。2023年5月導入ISO27001資訊安全管理系統，提升管理效率、建構完整且完備的資訊安全管理系統，確保資訊資產的安全、降低資料外洩的可能。2024年完成ISO 27001：2022轉版，並通過bsi.驗證。2024年8月28日配合經濟部商業發展署執行第一波「個資保護行政檢查」，以百貨優等生績效通過，作為政策推動楷模。2025年預計導入「TPIPAS臺灣個人資料保護與管理制度」。



#### 內 奠定經營 治理基石

- 導入ISO 27001資訊安全管理系統。
- 推動資訊系統雲端化，提高數據資料安全性、系統乘載流量，使用AWS雲端安全防护機制保護，對資訊系統定期進行系統弱點掃描與災備演練。
- 遵循法規，定期內稽；取得資訊安全認證，降低營運風險。

#### 2024年成效

- 取得ISO 27001：2022資訊安全管理系統驗證，涵蓋核心系統的開發、操作與維護。
- 建立快速應變的資安事件處理機制；成立資訊安全即時應變小組（CSIRT），針對可能出現的資安事件（如系統異常、外洩風險）設定明確的通報與處置流程，縮短反應時間。
- 通過經濟部商業發展署「個資保護行政檢查」。
- 由稽核室執行三次內部資安稽核，查核資訊系統帳號權限管理作業、個資作業與授權軟體使用之合規性，均無重大缺失，並於稽核過程中促使相關單位研究改進。
- 2024年定期進行資安演練與桌上推演（Tabletop Exercise），提升內部人員對於資訊異常事件的應對熟練度。

#### 外 打造安心 購物環境

- 制定〈個人資料保護管理政策〉，如有個資相關疑慮，或有個資外洩之虞的事件發生，由對應權責部門及資安管理委員會處理。
- 派員參與「台灣個人資料保護與管理制度規範（Taiwan Personal Information Protection and Administration System, TPIPAS）」管理師課程培訓，並考試合格。
- 強化資安檢測、導入資訊安全管理系統，2022年起推動全員資訊安全課程。

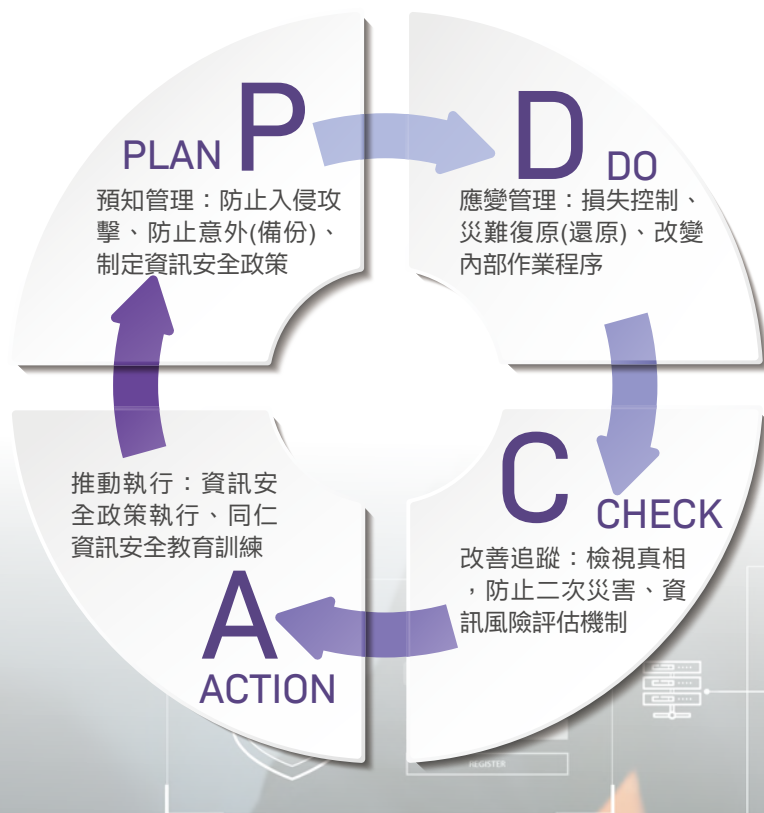
#### 2024年成效

- 共推動8堂資安相關課程，共245人次受訓，占全體員工人數18.9%。
- 導入零售場域資安防護，針對門市環境中的Wi-Fi、POS、數位互動裝置（如自助結帳、會員查詢機台）全面升級防護措施，避免因連接設備而成為資安破口。
- 推動消費者端的安全教育：在官方網站、會員App與營業據點廣宣中，主動提醒消費者防範釣魚簡訊、偽冒網站、假冒客服，並提供正確官方聯絡資訊；電子商務針對重要購物季（如週年慶）期間，設置資安提醒，加強顧客資訊安全意識，打造「安心購物」形象。



## 1.4.2 資安風險管理

為了促使本公司資訊安全管理制度能貫徹執行、有效運作、監督管理、依P.D.C.A循環流程管理持續改善，維護公司重要資訊系統的機密性、完整性與可用性。



為強化人員認知、避免資料外洩、落實日常維運，太百透過資安稽核找出可能的風險，並確切定義資安稽核所欲達成之稽核目標。

| 半年一次稽核室資安內稽                                                                                                                                                                                     | 外部稽核                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>執行內容</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>資訊系統帳號權限管理作業稽核，抽核公司內部使用頻率最高之六個系統。</li> <li>確證個人資料保護作業係依相關法令與公司規定程序辦理及其內部控制之適當性。</li> <li>針對2022年1月至2024年7月之間所購置之授權軟體，確證是否有效管理及使用。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>會計師事務所配合財務報表簽證執行「瞭解客戶電腦處理環境」暨「一般電腦控制」及「應用系統自動控制測試」查核工作，評估資訊作業內部控制之有效性。查核時間：每年一月查詢上一會計年度作業。</li> </ul> |
| <p>執行成果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>均無重大缺失，已於稽核過程中促使相關單位研究改進。</li> </ul>                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>無重大缺失，已將查核建議列為年度改善計畫。</li> </ul>                                                                      |

## 1.4.3 個資保護

本公司將顧客資料保存於快樂購卡紅利積點平台-鼎鼎聯合行銷股份有限公司，該平台已取得ISO 27001資訊安全管理系統 (Information Security Management System, ISMS) 認證，並遵循台灣個人資料保護管理規範 (TPIPAS)，取得資料隱私保護標章 (Data Privacy Protection Mark, DP Mark) 授證，嚴格加密與保管所有顧客資料。

太百僅留存會員編號對照檔，公司無法以任何方式取得會員資料或鑑別會員身分，並依據訂定之「個資保護管理辦法」，建立顧客個人資料之蒐集、處理、利用及檔案安全維護作業之相關流程，控管卡片申辦過程中對顧客資料之保護。2024年無發生重大客戶隱私或遺失客戶資料或個資外洩事件。

本公司每年委託「鼎鼎聯合行銷」以Happy GO卡友為對象，進行顧客滿意度調查，確認受訪者意願後才開始執行調查，受訪者意見將受保護，不會單獨呈現個人意見及資料。

### 個資申訴管道

**申訴人** 顧客或民眾

**保護對象** 顧客

**申訴管道** 實體/各店服務台  
電話/免付費專線  
0800-212002  
網路/線上留言板

**申訴人** 同仁

**保護對象** 同仁或顧客

**申訴管道** 稽核室舉報信箱



### 重點個資管理

| 項目        | 管理方式                                                              | 保管單位  |
|-----------|-------------------------------------------------------------------|-------|
| 簽帳單       | 各專櫃每日閉店前交給出納，簽帳單保管於倉庫或金庫，保管期限 1 年，到期後銷毀。                          | 出納課   |
| 活動參加者名單   | 活動後銷毀。                                                            | 販賣促進部 |
| 兌換贈品接觸之個資 | 活動後銷毀。                                                            | 販賣促進部 |
| 同仁個資      | 1. 在職同仁個資系統，設定查閱權限。<br>2. 離職同仁個資，依法規封存資料，保存 5 年後銷毀。               | 人力資源部 |
| 顧客調貨資料    | 保存1年後銷毀。                                                          | 營業各部  |
| 訴願資料      | 1. 店內紙本訴願資料，結案後保留 1 週即銷毀。<br>2. 電子訴願個資由系統表單建檔，待案件結束後資料封存，並設定查閱權限。 | 顧客服務課 |
| 顧客租借服務    | 租借填寫資料，當日歸還後銷毀。                                                   | 顧客服務課 |
| 拾獲物表單     | 保留2年後銷毀。                                                          | 顧客服務課 |

# 1.5 供應鏈管理 GRI 2-6

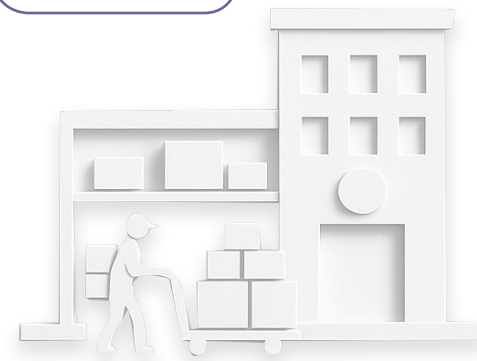
百貨賣場林立，身為國內第一家引進國際管理經驗的百貨公司，太百以卓越的招商能力攜手具品牌口碑的承租廠商，結合供應商、承攬商，透過專業的賣場管理與供應鏈輔導，為顧客精緻體驗、安心商品，並形塑與時俱進、友善共好的新時尚生活典範。2024年供應價值鏈無顯著變化。

本公司所屬的百貨零售業是台灣零售市場中的重要組成，提供多元化的商品與服務，包括時尚精品、生活用品、潮流服飾及餐飲選擇，滿足消費者的多樣需求，同時創造就業機會並帶動地方經濟發展。近年來，實體零售與線上購物的整合已成為趨勢，本公司積極推動OMO (Online merge Offline/Offline merge Online) 模式，打造以消費者為核心、流暢的購物體驗。我們的供應鏈涵蓋上游的品牌與合作廠商、中游的營運團隊，以及下游的消費者與物流配送業者。2024至2025年，遠東Garden City分區開幕，考驗經營團隊的招商能力、管理能力，以及與專櫃品牌和供應商的溝通效率，同時挑戰營運本身的韌性。本公司將秉持誠信經營的原則，攜手利害關係人，共同邁向共榮共好的永續未來。

## 太百供應鏈



2024年遠東SOGO導入ISO 20400永續採購指南，將永續準則納入採購流程、供應鏈管理，串聯上下游價值鏈推動淨零聯盟，邁向永續轉型。8月更依ISO 20400對工程及庶務類之一級供應商共計27家(上一年度合約金額超過500萬者或非年度合約者交易金額500萬以上且交易次數3次(含)以上者)，完成盡職調查，占全體供應商家數6.56%，交易金額占比則為54.69%。



供應鏈資訊統計

| 級別                 | 總交易金額    | 工程  |       |     | 庶務  |     |       |       |       | 合計  | 百分比  |
|--------------------|----------|-----|-------|-----|-----|-----|-------|-------|-------|-----|------|
|                    |          | 工程類 | 勞務服務類 | 設計類 | 贈品類 | 資訊類 | 庶務用品類 | 美工宣傳類 | 勞務服務類 |     |      |
| 一級                 | 500萬以上   | 9   | 2     | 2   | 3   | 1   | 5     | 3     | 2     | 27  | 7    |
| 二級                 | 300-500萬 | 2   | 2     | 0   | 2   | 4   | 0     | 3     | 0     | 13  | 3    |
| 三級                 | 100-300萬 | 4   | 2     | 0   | 2   | 5   | 3     | 13    | 1     | 30  | 7    |
| 四級                 | 50-100萬  | 2   | 0     | 0   | 6   | 1   | 4     | 8     | 0     | 21  | 5    |
| 五級(年交易次數<3且交易金額不限) |          | 70  | 19    | 10  | 68  | 27  | 8     | 22    | 96    | 320 | 78   |
| 家數                 |          | 87  | 25    | 12  | 81  | 38  | 20    | 49    | 99    | 411 | 100% |

備註 \*供應商家數統計說明：屬年度合約者交易金額50萬以上，或非屬年度合約者交易金額50萬以上且交易次數3次(含)以上者，為供應商家數統計範圍。  
\*供應商分級標準說明：屬上述供應商統計範圍者，依其交易金額(如上表金額)分為：一級、二級、三級、四級、五級供應商。  
\*皆為國內廠商。

供應鏈管理策略

| 面向                                                                                          | 目的                    | 2024年成效                                                                                                                                                                                                                                                                              | 未來目標                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  落實在地採購    | 鼓勵在地產業發展，落實供應鏈減碳。     | 庶務類百分之百在地採購。                                                                                                                                                                                                                                                                         | 啟動淨零聯盟                                                                                                                                                    |
|  深化永續選商  | 輔導專櫃推出永續商品，達成產品服務差異化。 | <ul style="list-style-type: none"><li>連續7年舉辦全台最大規模小農展（忠孝館）。</li><li>連續3年舉辦全台最大規模社創展（復興館）。</li><li>全台各店推出永續選商〈SOGO Sustain 好物好選〉，攜手櫃位推薦逾604 件永續商品 觸及 199 萬人次。</li><li>SOGOplus 上架 SOGO Sustain 商品，銷售件數年成長 120%、販售業績年成長 54%。</li></ul>                                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>依循 ISO20400 永續採購指南，將永續準則納入採購流程、供應鏈管理。</li><li>提高承租專櫃參與〈SOGO Sustain好物好選〉意願，向顧客推薦永續商品與服務。</li></ul>                  |
|  強化供應商韌性 | 降低負面衝擊，進行供應商永續管理。     | <ul style="list-style-type: none"><li>訂定〈永續採購承諾與政策〉由董事長簽署、發布。</li><li>導入ISO 20400永續採購指南，於2025年年初取得驗證。</li><li>對工程及庶務類一級供應商進行盡職調查，共27家，交易金額占近55%。</li><li>對全台美妝美體、香氛、髮品等品牌進行盡職調查，回覆率77%。</li><li>舉辦供應商減碳聯盟年會，成員加入聯盟一年後，平均省電5%。</li><li>協助餐飲專櫃完成環境部「環保餐廳」認證；全台各店餐飲專櫃九成為環保餐廳。</li></ul> | <p>推動循環商模</p> <ul style="list-style-type: none"><li>持續推動、擴大承租專櫃永續盡職調查，分級輔導。</li><li>因應環境部政策，輔導餐飲專櫃由「環保餐廳」轉型為「綠食飯桌」（提倡餐廳選用地食材並標示產地，讓綠食觀念走進大眾生活）。</li></ul> |





## 1.5.1 供應商規範

2016年起，本公司率百貨業之先，要求承租廠商與供應商簽署〈企業社會責任條款〉與〈供應商企業社會責任承諾事項〉；2019年起，進一步提升規格，在供應商、承租廠商的制式合約中，全面規範簽訂〈企業社會責任條款〉。2022年將〈企業社會責任條款〉優化為〈永續條款〉，以9條細則，包含勞動人權、環境永續、對懷孕與哺乳期婦女的照顧等，強化供應商在社會和環境面向的永續作為，並於供應商首度簽約/換約時全面簽訂；如果有違反導致影響太百商譽或權益時，我方可以解除契約，以這樣的條文對廠商產生約束力。而新供應商填寫於供應商資料表卡時即上同意永續條款。2023年起，敦促往來銀行於授信或保證合約中納入相關永續條款。2024年率先國內百貨，導入ISO 20400永續採購指南，由董事長簽署「永續採購政策與承諾」，將環境、社會與治理議題結合既有的品質、成本、交期與技術等要素，納入永續採購政策；同年修改〈永續條款〉，納入反貪腐、增加廢棄物管理規範。更多資訊請見「供應鏈管理」專區：<https://esg.sogo.com.tw/4-8-2.php>。

## 永續條款簽署對象

| 合作廠商類別      | 承租廠商<br>(含百貨專櫃、超市、餐飲專櫃) | 庶務類供應商              | 工程類供應商                                   | 首次建檔供應商                             |
|-------------|-------------------------|---------------------|------------------------------------------|-------------------------------------|
| 管理部門        | 商品部、營業本部、各營業據點          | 採購部                 | 採購部                                      | 財務部                                 |
| 簽署情況        | 於首次合約或定期換約時簽署。          | 與本公司交易金額50萬元以上者需簽署。 | 與本公司交易金額100萬元以上，並經集團聯採者，需簽訂「供應商社會責任承諾書」。 | 供應商首次建檔需填寫供應商資料表，表單中需勾選已詳閱永續條款，並簽署。 |
| 2024年已完成合約數 | 2,478                   | 246                 | 176                                      | 556                                 |
| 涵蓋率         | 98.06%                  | 100%                | 100%                                     | 100%                                |

永續條款、供應商社會責任承諾書請至本公司ESG官網「利害關係人專區」👉「供應商永續條款」

太百規範所有廠商皆須遵守合約內之永續條款，確保商品安全、勞動權益、環保與永續等規範，並有完善驗收流程，要求供應商履約。此外，太百稽核室定期針對供應商進行稽核，作業方式包含書面審查，或實際至工廠視察。

## 供應商驗收

|        | 採購工務類                                           | 庶務類                |
|--------|-------------------------------------------------|--------------------|
| 驗收單位   | 各店工務主責，通知與會單位參與驗收。                              | 各店總務主責，通知與會單位參與驗收。 |
| 稽核參與驗收 | 採購金額大於新台幣 50 萬，稽核將參與驗收。                         |                    |
| 規格不符處置 | 若廠商未能如期、如約交貨或履行合約，由採購召開「供應商品質會議」，要求改善或進行違約賠償請求。 |                    |

## 循環商模，強化供應商韌性

### 太百供應商三年輔導計畫



#### 太百供應商永續成果

- 2023至2024年，共**32家供應商**參與培訓及響應相關活動，合計時數達**430小時**。
- 七成減碳聯盟創始會員訂定具體省電目標，成員平均**省電5%**。

#### 個別供應商永續佳績

- 供應商甲（有11個辦公據點）：響應環境部「綠色辦公室」、贊助綠色和平GREENPEACE海洋生態保育活動/減塑專案。
- 供應商乙：公司總用電**15%使用綠電**。
- 供應商丙：發表**碳中和綠色商品（SGS驗證）**。

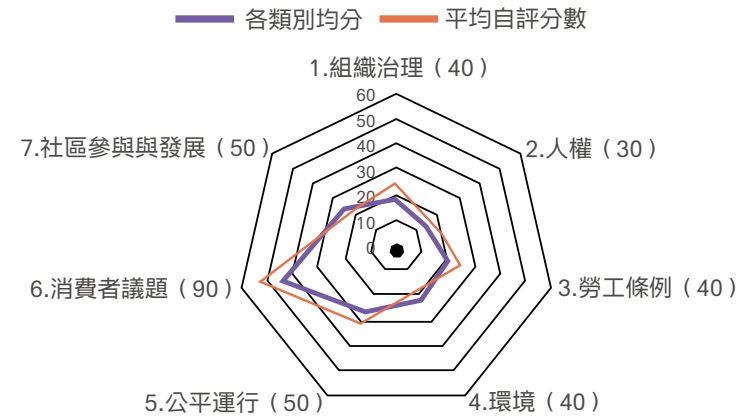


## 強化供應商永續韌性之輔導計畫

### 一級供應商盡職調查

2024年，本公司導入ISO 20400永續採購指南，向交易額合計占全體供應商近55%的一級供應商進行盡職調查，含組織治理、人權、勞工條例、環境、公平交易、消費者議題、社區參與發展等面向。調查顯示需要強化的為環境及社區參與，而普遍表現較好的面向為組織治理及勞動條例。本公司將依此調查結果，對供應商進行永續輔導。

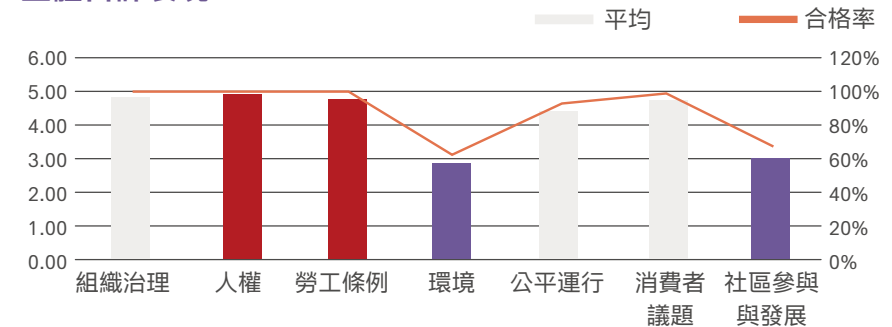
至2024年年底，已對兩家供應商依「盡職調查」結果，進行實地訪查，2025年將啟動其他供應商實地稽核。對ESG績效表現欠佳之供應商，要求限期改善、提交改善書面資料，對於未能在規定時間內達到永續最低要求的供應商，將暫緩採購；若有重大違約事項或影響太百商譽或權益時，將解除契約、終止採購關係。



### 百貨第一、美妝品牌盡職調查

2024年年底，太百執行美妝親膚商品盡職調查，共調查於本公司任一據點設櫃之美妝、美體、香氛、髮品共87個品牌（不重複），共回收67份、回收率77%。整體表現最佳的兩個面向為人權、勞工條例；待加強的兩個面向為環境、社會參與，顯示美妝品牌的環保意識，包含污染預防、永續標章、回收再利用、再生能源、生物多樣性有待提升，本公司將透過教育訓練提升專櫃永續意識。

### 整體自評表現



### 百貨最大規模關燈號召

本公司於2023年世界地球日首度舉辦關燈一小時行動，響應品牌逾600家，是國內百貨最大規模的省電倡議行動。2024年選擇北半球日照最長的一天，舉行夏至關燈，呼籲民眾於夏季用電高峰節約能源。當晚太百各據點關閉招牌燈、外牆燈、自設路燈、電視牆、騎樓燈、投射燈等外牆燈源一小時，倡議的品牌數量較上一年增加一成，共有 638個品牌、22個工程及庶務類供應商，關閉辦公室及全台門市近千據點的非必要燈源一小時，估計節省逾1,500度電、741公斤碳排，相當於67棵樹木一年的固碳量。

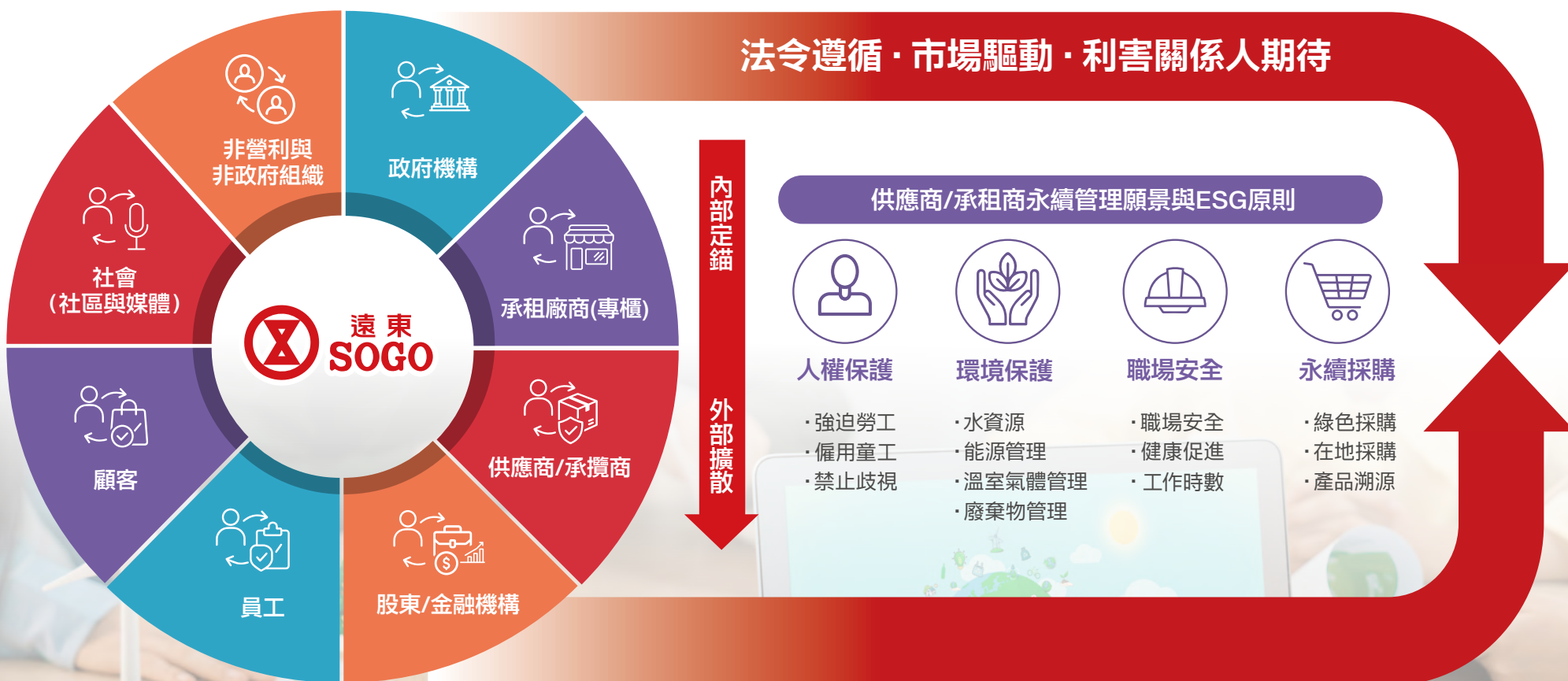
### 訂定環保禮贈品採購比例

響應資源循環再利用，2024年本公司永續採購訂定「環保再生材質禮贈品」需占整體禮贈品比例5%以上的目標，並向所有供應商發出優先採購「再生環保材料」、「減少碳足跡」、「具永續性」之禮贈品公告，至當年9月太百環保禮贈品已達7%，採購金額近1.5千萬。



## 循環商模，強化供應商韌性

太百已導入ISO 20400永續採購指南並通過驗證，將永續準則納入採購流程、供應鏈管理，持續強化供應鏈管理政策，輔導、串聯上下游價值鏈推動淨零聯盟，邁向永續轉型。對於承攬商與供應商，將持續進行永續輔導，確保人權保護、環境保護、職場安全與永續採購上皆符合 ESG 原則。



## 1.5.2 管理與稽核

太百的廠商類型多元，根據不同廠商屬性設計管理機制，落實現場管理與檢查，確保提供顧客的商品安全無虞；另針對高風險廠商不定期實地勘查。此外，本公司遴選新任廠商相當謹慎，透過資料蒐集、面談、評分等方式，篩選出優質廠商，並由稽核積分高者獲得合作機會。而使用單位需針對供應商填寫「評鑑表」，且以此做為供應商評核之一。合格廠商將晉升為來年供應商；輔導後仍不合格的廠商，則不予採用。

### 類 型



#### 百貨及超市

#### 管理與稽核機制

- 進撤櫃作業流程
- 自營商品採購管理辦法
- 商品採購及付款流程
- 請採驗付作業流程
- 標籤管理辦法
- 銷售及收款流程
- 存貨管理流程
- 成品回收及處理標準作業流程
- 化妝品退換貨處理辦法
- 商品價格標籤檢查
- 即期品檢查
- 化妝品許可檢查
- 來店禮贈品檢驗（可參考「安心服務力」章節）

### 類 型



#### 餐飲專櫃

#### 管理與稽核機制

- 環境與衛生檢查：
- 每日專櫃自主檢核
  - 每週太百餐飲課檢核
  - 每月評比，頒發〈優良獎〉
  - 輔導餐飲櫃位申請食品良好衛生規範（GHP）驗證
- 相關檢測：
- 專櫃冰塊檢驗
  - 飲用水檢驗
  - 外帶年菜器皿檢驗

### 類 型



#### 供應商 (庶務類、工程類)

#### 管理與稽核機制

- 依請購採購驗收付款作業管理辦法規範作業
- 依需要舉行供應商品質改進會議
- 為發揮集團綜效之採購案，由遠東集團聯合採購中心辦理者，統一要求供應商於採購合約書中簽署，除獨立性及成本分析等考量外，也包括遵守勞動基準法、政府相關法令及職業道德等
- 強化年度綠色商品採購金額占比，作為內部供應商採購依循

更多資訊請至本公司官網「穩健經營力」👉「供應鏈管理」。





## CHAPTER 2. 永續環境力

本公司接軌國際趨勢，辨識氣候變遷風險與機會，積極打造低碳營運賣場與綠色營運文化，建置能源管理系統及節能、創能措施，並依各利害關係人提出具體行動方案：向專櫃、供應商進行永續選商、永續採購，對員工進行永續教育，建構一站式購足綠色平台，以通路力量推廣永續教育及消費意識，引領台灣產業轉型，打造零售淨零聯盟。



### 國內百貨第一

- 六度獲國家企業環保獎銀級以上榮耀
- 電子禮券發行十年省紙量等同17.64座玉山高
- 雲端發票四年省紙量達18.77座七星山高
- 刷卡簽單合併明細，年省紙長達2座高速公路

### 節能減碳，提升能效

- 率先台灣大型連鎖百貨，簽署SBT承諾
- 每度電創造營收502.41元，EP100計畫達標8成
- 營收4.49%投入改善節能設備

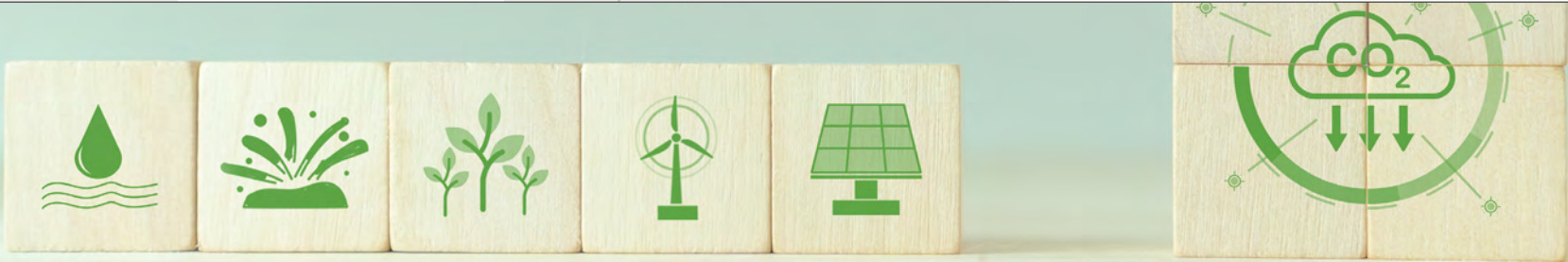
## 2.0 策略成果與規劃

| 政策承諾                                                                                                           |            | 組織願景                                                                                            |                                                                          | 重大主題                                | 國際框架與指標            |                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|--------------------|------------------------------|
| 透過自發性導入環境相關之ISO管理標準，積極與國際永續框架接軌，以強化氣候治理，嚴格執行減碳行動。承諾降低能資源消耗、提高能源生產力、提升再生能源占比、落實永續消費，目標2040年碳中和，響應政府政策2050年淨零排放。 |            | 結合節能減排、永續消費、循環商模等三大淨零策略主軸，將商業影響力延伸為永續影響力，推動淨零綠生活，帶動供應商綠色轉型、與專櫃啟動低碳營運商機、撬動顧客改變消費習慣，引領台灣零售產業邁向淨零。 |                                                                          | 氣候因應策略                              | 201 經濟績效<br>305 排放 | -                            |
|                                                                                                                |            |                                                                                                 |                                                                          | 能源管理                                | 302 能源             | 在零售與物流業的能源管理<br>CG-MR-130a.1 |
|                                                                                                                |            |                                                                                                 |                                                                          | 低碳營運                                | -                  | -                            |
|                                                                                                                |            |                                                                                                 |                                                                          | 資源再生與廢棄處理                           | 306 廢棄物            | -                            |
| 管理行動                                                                                                           | 2024行動績效追蹤 |                                                                                                 | 達成概況                                                                     | 短期目標(1-3年)                          |                    | 中長期目標(3年以上)                  |
| 強化氣候治理                                                                                                         | 提高氣候風險揭露程度 | 達標                                                                                              | 國內百貨第一導入TNFD (自然相關財務揭露)。                                                 | 針對TNFD鑑別結果規劃行動方案。                   |                    | ● 高階主管薪酬連結氣候績效指標。            |
|                                                                                                                | 強化跨部門溝通機制  | 達標                                                                                              | 氣候變遷委員會增能，邀請專業顧問授課。                                                      | ● 持續強化氣候變遷委員會永續知能。<br>● 激勵制度連結永續績效。 |                    |                              |
| 提高能源生產力                                                                                                        | 提升用電營收     | 達標                                                                                              | 用電營收502.41元/度，年成長1.08%，較2018年成長40.81%。                                   | 持續增加用電營收。                           |                    | ● 2028年EP100達標。              |
|                                                                                                                | 透過AI優化能源管理 | 達標                                                                                              | 天母店為示範點，建構雲端能源管理暨中央空調AI控制平台。                                             | ● 2025年正式啟用。<br>● 復興館及新竹店導入AI能管系統。  |                    | ● 各營運據點陸續導入AI能管系統。           |
|                                                                                                                | 汰換老舊用電設備   | 達標                                                                                              | 優化節能設備金額6,106萬元，占2024年年度淨利4.49%。                                         | 持續更換空調設備及冰水主機。                      |                    | ● 汰換專櫃燈具及冷凍冷藏設備。             |
|                                                                                                                | 提升再生能源占比   | 達標                                                                                              | ● 再生能源使用占0.54%，成長0.17個百分點。<br>● 開始轉供綠電給國際精品專櫃Chanel滿足其RE100需求，已供63,395度。 | 2025年天母店二期太陽能案場動工。                  |                    | ● 2028年新竹店綠電占比6%。            |



| 管理行動              | 2024行動績效追蹤    |    | 達成概況                                                                                                                                                                                 | 短期目標(1-3年)                                                                                               | 中長期目標(3年以上)                                                                     |
|-------------------|---------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 打造綠色<br>低碳賣場      | 全台溫室氣體盤查      | 達標 | 全台執行ISO 14064-1溫室氣體盤查，其中1店完成外部查證，其餘陸續於2025年查證完畢。                                                                                                                                     | 全台各店盤查溫室氣體含2024年起分區逐步開幕的遠東Garden City。                                                                   | ● 2028年新竹店碳中和；2040年全台碳中和。                                                       |
|                   | 全台取得碳足跡標籤     | 達標 | 遠東SOGO除敦化館外，6店完成ISO 14067查證。                                                                                                                                                         | 2025年申請碳標籤。                                                                                              | ● 配合政府政策取得環保標章認證。                                                               |
|                   | 科學方法設定減碳路徑    | 達標 | 簽署SBT(科學基礎減量倡議)減碳承諾書，承諾控制地球升溫1.5°C內。                                                                                                                                                 | 2026年設定減碳目標。                                                                                             | ● 2030年達成設定目標。                                                                  |
| 提供低碳服務，<br>落實永續消費 | 善用數位工具，減少資源耗用 | 達標 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 以發行電子報取代紙本DM，首度電子報占比突破9成(90.29%)。</li><li>● 鼓勵發票存載具，雲端發票占比64%，超越財政部標準。</li><li>● 百貨首創信用卡簽單合併銷貨明細，以年度1,065萬筆消費計算，約可節省2座高速公路紙長。</li></ul>      | <ul style="list-style-type: none"><li>● 各店發送電子報占比皆達9成。</li><li>● 2025年雲端發票占比65%。</li></ul>               | <ul style="list-style-type: none"><li>● DM全面無紙化。</li><li>● 雲端發票占比達7成。</li></ul> |
|                   | 永續採購占比提升、品項增加 | 達標 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 環保禮贈品(由環保再生材質製成，或製程減少碳足跡，或具永續概念之禮贈品)占比自上年度1.83%提升至7%。</li><li>● 2024年女性冬季制服、2025夏季制服改款，皆採環保再生材質。</li><li>● 年發行價值39億元紙本禮券皆採FSC紙材製作。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 2025年完成ISO 20400永續採購管理系統認證。</li><li>● 各店環保禮贈品採購占比皆達7%。</li></ul> | ● 提供永續商品/服務，或符合永續標準查驗證的廠商，可優先投標。                                                |
|                   | 推廣淨零綠生活       | 達標 | 全台各店舉辦13場農產品展售，觸及逾10萬人次。                                                                                                                                                             | 持續舉辦小農展，提升客單價。                                                                                           | ● 導入永續策展概念。                                                                     |
|                   | 輔導餐廳申請環保認證    | 達標 | 全台89.7%為環境部認證之「環保餐廳」。                                                                                                                                                                | 全台100%為環保餐廳，配合政府政策轉型為「綠食飯桌」。                                                                             | ● 鼓勵推出永續料理。                                                                     |

| 管理行動       | 2024行動績效追蹤  |    | 達成概況                                                                                                                                | 短期目標(1-3年)                                                                                            | 中長期目標(3年以上)                                                                        |
|------------|-------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 減廢並強化循環再利用 | 減少營運廢棄物     | 達標 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 忠孝、復興、天母店啟用廚餘機，廚餘減重13.3%。</li> <li>● 回收率5.94%，年增0.13個百分點。</li> </ul>                       | 各店逐步導入廚餘機。                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 持續從廚餘減重和提升回收率，實踐廢棄物減量。</li> </ul>         |
|            | 鼓勵資源回收及重複利用 | 達標 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 全台45家餐飲專櫃推出自備環保杯折價，共節省9萬個紙杯。</li> <li>● 回收近54萬個美妝空瓶、5.3萬個電池。</li> </ul>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 常態推出自備環保杯與餐具優惠。</li> <li>● 提升美妝空瓶回收率。</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 增加循環材質商品銷售比例。</li> </ul>                  |
|            | 超市減塑減廢      | 達標 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 蛋品、青果改變包裝，減塑0.9噸。</li> <li>● 宅配紙箱77%紙箱為進貨紙箱再利用。</li> <li>● 鼓勵自備購物袋，減少使用5.5萬個紙袋。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 設置塑膠回收站。</li> <li>● 自營超市生鮮托盤全面改用 rPET 再生塑膠托盤。</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 響應政府法規，制定減塑目標(本公司自營超市目前非管制對象)。</li> </ul> |
|            | 電商包材減量      | 達標 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● SOGOplus綠色電商出貨符合環境部「網購包裝減量規定」。</li> <li>● 原箱出貨占比77%。</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 提升回收包材使用率。</li> <li>● 評估引進循環包裝。</li> </ul>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 持續推出適合原箱出貨的永續商品。</li> </ul>               |
|            | 推動紡織循環      | 達標 | 舉辦全台首場可追蹤衣服去向的舊衣回收活動，430人次參與，回收5,778件衣物，減碳7,341公斤。                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 優化舊衣回收活動，增加回收價值。</li> <li>● 推出首款以回收舊衣物為原料製作的永續托盤。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 串聯利害關係人，打造紡織循環生態圈。</li> </ul>             |



| 利害關係人群組                                                                                              | 議合管道                                                                                                                                                                         | 2024年成效                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>供應商</b><br>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 庶務類及工程類供應商合約內簽署永續條款。</li> <li>● 首度建檔供應商 (即新合作供應商) 簽署永續條款。</li> </ul>                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 簽署永續條款<b>422份</b>, 涵蓋率<b>100%</b>。</li> <li>→ 簽署永續條款<b>556份</b>, 涵蓋率<b>100%</b>。</li> </ul>                                                                                                  |
| <b>承租廠商(專櫃)</b><br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 簽署永續條款。</li> <li>● 各營運據點餐廳取得環境部「環保餐廳」認證。</li> </ul>                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 簽署永續條款<b>2,478份</b>, 涵蓋率<b>98.06%</b>。</li> <li>→ 各營運據點餐廳<b>89.7%</b>取得環境部「環保餐廳」認證。</li> </ul>                                                                                               |
| <b>顧客</b><br>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 顧客滿意度調查 (每年)。</li> <li>● 推廣永續選商SOGO Sustain (每半年)</li> <li>● 自媒體永續倡議 (每月)。</li> <li>● SOGO ESG網站 (不定期)。</li> <li>● 小農市集。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 1,068位顧客接受調查, 對本公司的環保作為整體滿意度達<b>77.5%</b>。</li> <li>→ 全年有2大宣傳檔期, 全台觸及<b>199萬人次</b>。</li> <li>→ 共觸及逾<b>21萬人次</b>。</li> <li>→ <b>4.7萬</b>人次瀏覽。</li> <li>→ 全台舉辦<b>13場</b>, 173萬人次受益。</li> </ul> |
| <b>員工</b><br>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 全台工務會議 (每月)。</li> <li>● eWork APP、公布欄、Line群組 (不定期)。</li> </ul>                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 檢討各店能資源耗用。</li> <li>→ 發布永續新訊。</li> </ul>                                                                                                                                                     |

## 遠東SOGO x EP 100

### 組織目的

能源生產力提升倡議，由氣候組織（The Climate Group）和節約能源聯盟（The Alliance to Save Energy）推動，會員宣示透過提高能源效率來改善生產力，藉以降低溫室氣體排放，創造潔淨經濟發展模式。

### 會員組成

全世界超過110個會員（台灣僅5家企業會員，太百為唯一非上市櫃公司）。

### 遠東 SOGO 目標

2018年為基準年，至2028年累計節電率達40.30%，每度用電創造營收成長50.52%。

### 典範意涵

亞太第一個加入EP100的百貨零售業。

### 遠東 SOGO行動

1. 盤查既有ALC能源管理系統現況，2024年從天母店開始導入AI能源管理系統、推動動力馬達節能，系統即時呈現於手機APP，可監、可控、可列印。
2. 為佐證電力耗用，2023年起，溫室氣體盤查涵蓋各店。
3. 議合上、中、下游利害關係人，攜手邁向淨零。

### 進度

10年計劃之第6年，能源生產力較基礎年提升40.81%，達標八成。  
每年提交報告，確保進度，並與國際社群分享台灣零售業推動淨零減排的經驗。

40.81% 達標八成



## SOGO x SBTi

### 組織目的



SCIENCE  
BASED  
TARGETS

科學基礎減量目標倡議，由CDP、聯合國全球盟約（UNGC）、世界資源研究所（WRI）及世界自然基金會（WWF）組成，響應巴黎協定與IPCC報告，促使企業以科學方式，設定有助於控制全球升溫不超過1.5°C的減碳目標。

### 典範意涵

國內第一個簽署SBT承諾的大型連鎖百貨。

### 進度

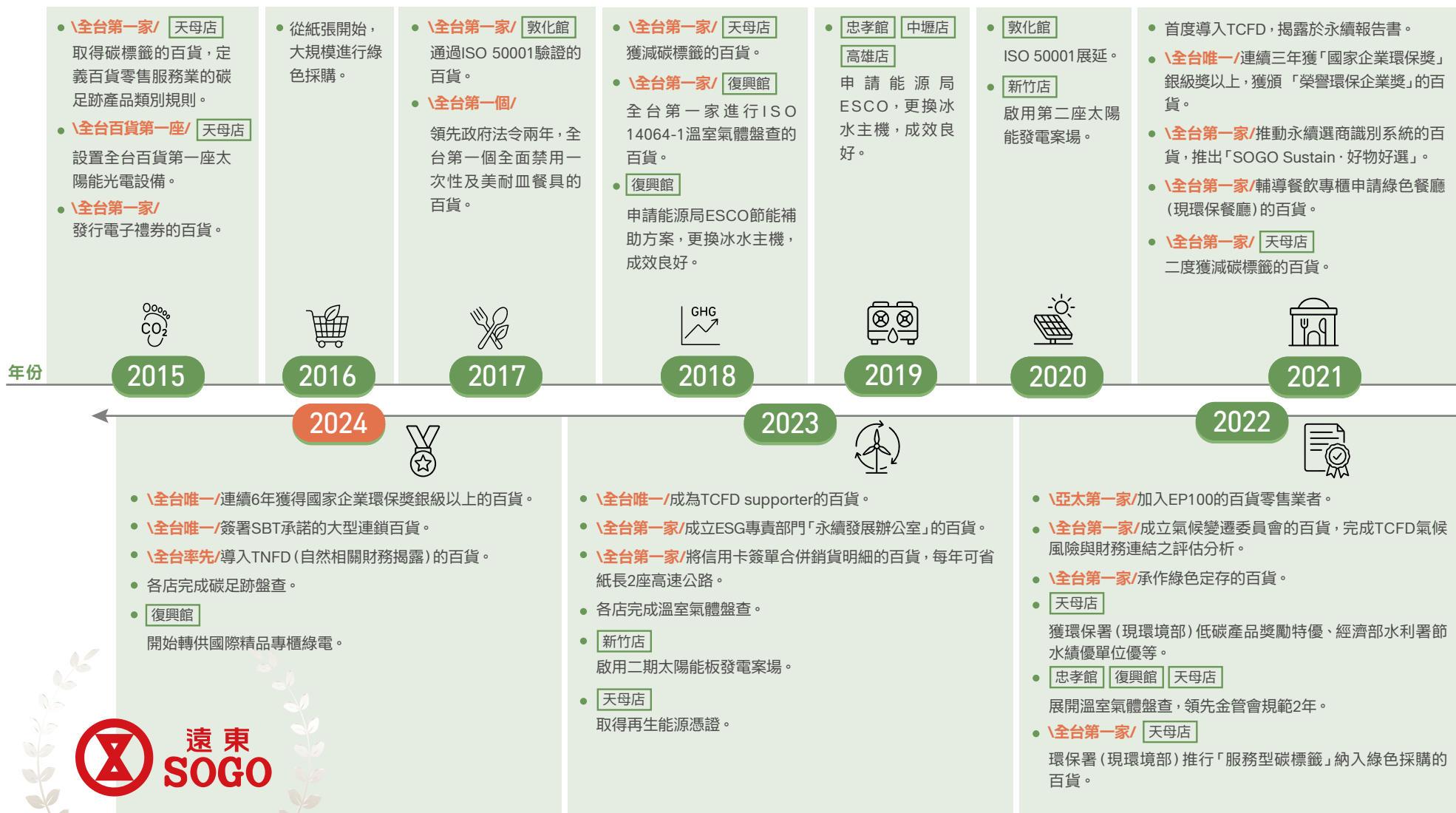
2024年完成第一階段「承諾」，2026年將提交「目標」，經審核通過後公布。

完成

2024年 承諾 2026年 目標



## 遠東SOGO低碳營運里程碑



## 2.1 氣候韌性與因應策略

### 2.1.1 氣候變遷管理策略 GRI 201-2

氣候變遷是全球企業營運必須面對的重要議題，審視角度也自過去聚焦「負面風險衝擊與預防」，擴大至其帶來的「新商業機會」。本公司由核心職能出發，發展淨零三大策略——「節能減排」、「永續消費」、「循環商模」，打造低碳通路，2021年便領先金管會時程，導入「氣候相關財務揭露建議」(Task Force on ClimateRelated Financial Disclosures,TCFD)；2022年成立氣候變遷委員會，奠定氣候治理機制，並正式加入國際能源生產力提升倡議組織EP100，為亞太第一個加入的百貨零售業，藉此引動供應商/承攬商永續轉型，撬動消費者加入綠色生活行列，承諾以2018為基準年，至2028年累計節電率達40.3%，能源生產力（每度用電創造營收）成長50.52%，截至2024年已達標8成。2023年率台灣百貨之先，成為TCFD supporter，並成立永續發展辦公室，直屬董事長管理，專責推動企業永續。2024年進一步簽署「科學基礎減碳目標」(Science based targets, SBT) 承諾，兩年內將提交以控制地球升溫1.5°C內為減量目標的減碳路徑。

#### 氣候相關財務揭露（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）架構

|           |  治理                                                                                       |  策略                                                         |  風險管理                                     |  指標與目標                                                                                                                      |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 管理策略與行動方案 | <div>負責單位</div> <p>董事會監督，永續委員會帶領，定期檢視組織氣候變遷願景、策略與長期目標。</p> <div>組織運作方式</div> <p>永續委員會下轄氣候變遷委員會，由財務本部專責管理，納入相關部門推動具體作為；重大氣候風險與機會議題，則由董事長直接帶領高階主管管理。每半年一次向董事會及副總級以上主管報告。</p> | <ul style="list-style-type: none"><li>以「永續環境力」、「節能減排」為策略核心，三大方針實踐永續行動，打造綠色百貨2.0。</li><li>✓ 低碳營運</li><li>✓ 綠色行銷</li><li>✓ 綠色行動</li></ul>      | <ul style="list-style-type: none"><li>將氣候風險納入企業管理流程。</li><li>跨部門合作，檢視價值鏈之氣候相關風險與機會。</li><li>持續評估氣候風險與財務的連結，擬定因應對策。</li></ul> | <div>評估指標</div> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 溫室氣體排放密集度</li><li>✓ 每度電創造營收</li><li>✓ 單位樓地板面積用水量</li><li>定期追蹤行動方案進度。</li><li>各店進行ISO 14064-1、ISO 14067盤查與查證。</li><li>每年於永續報告書揭露範疇一至三的溫室氣體排放。</li></ul> |
| 執行情況      | <p>執行進度於2月、9月 ESG高階主管策略會議提報。</p>                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"><li>鑑別短中長期實體轉型風險。</li><li>相關部門完成對應之策略行動方案。</li><li>舉辦第一屆供應商減碳聯盟年會。</li><li>取得ISO20400，嚴格要求供應商合規。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>估算行動方案潛藏成本。</li><li>連結氣候風險，完成財務衝擊程度鑑別。</li></ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"><li>納入永續委員會例行追蹤項目。</li><li>2025年各店取得碳標籤。</li><li>2028年新竹單店碳中和、2040年全台碳中和。</li><li>響應政府2050淨零。</li></ul>                                                                      |
| 章節連結      | 2.1 氣候變遷減緩與調適                                                                                                                                                              | 2.1 氣候變遷減緩與調適<br>2.2 能源管理                                                                                                                    | 2.1.2 氣候變遷風險與機會鑑別<br>2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理                                                                                     | 2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理<br>2.2 能源管理                                                                                                                                                                                |

## 2.1.2 氣候變遷風險與機會鑑別

率全台百貨之先，導入國際框架TCFD，透過深度訪談、問卷調查、資料蒐集與交叉分析等流程，全面盤點氣候風險與機會，鑑別6項中、高度風險議題，加以研擬與優化管理措施。

### 1. 氣候變遷風險議題分析流程

#### STEP 1



#### 定義分析 項目與範疇

- 分析範圍為遠東SOGO總部與7個營運據點（包含：忠孝館、復興館、敦化館、天母店、中壢店、新竹店、高雄店）。
- 分析項目：了解遠東SOGO面對氣候變遷時，可能造成營運影響的重大風險。

#### STEP 2



#### 風險蒐集 與鑑別

- 依據市場情況、台灣政策方向、國際永續趨勢等，蒐集遠東SOGO的轉型與實體風險項目。並透過高層訪談，了解遠東SOGO對氣候風險的意識，同步確立風險議題。

#### STEP 3



#### 風險評估與排序 機會議題對照

- 透過問卷發放，蒐集8位高階核心主管（包含董事長）進行氣候風險「發生可能性」與「衝擊程度」的鑑別，根據內部高層共識會議，鑑別出6項重大風險議題。

#### STEP 4



#### 管理措施

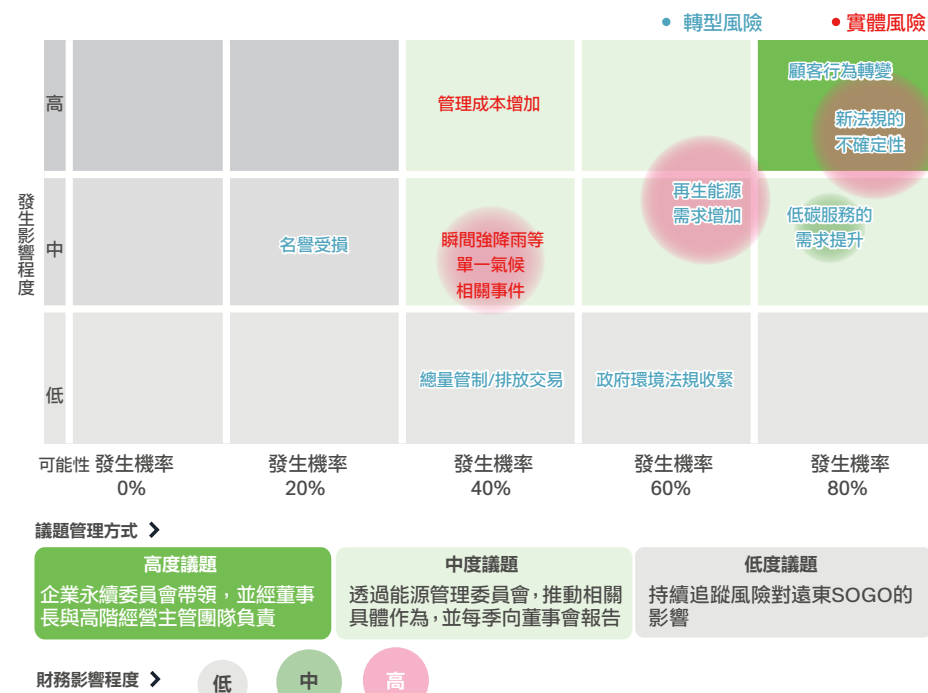
- 依循鑑別結果，遠東SOGO以2個面向進行因應。
- 「調適」：透過對重大氣候風險議題進行情境分析，全盤了解遠東SOGO碳管理程度，建立長期策略。
- 「減緩」：與企業永續委員會針對重大風險議題研擬短期管理行動方案，並透過企業永續委員會與董事會報告達成進度。

### 2. 氣候變遷風險議題蒐集與鑑別

本公司從檢視自我營運概況出發，廣泛蒐錄市場發展現況、國際永續趨勢變化等面向，以至2030年為區間，分析本公司可能面臨之氣候議題。為評估風險與機會，以「代表性濃度路徑」（RCP）、「共享社會經濟路徑」（SSPs）模擬定義未來氣候變遷，建構實體情境；轉型情境則設定於，為控制特定升溫幅度，不同政策結果及對應的技術布署，對能源供需與經濟的影響，依循TCFD架構，從「轉型風險」與「實體風險」兩面向，探討對本公司「發生可能性」與「發生影響程度」高的重大氣候議題。

### 3. 氣候變遷風險議題分析結果

鑑別後將「新法規的不確定性」、「低碳服務的需求提升」、「再生能源需求增加」、「顧客行為轉變」、「瞬間強降雨等單一氣候相關事件」和「管理成本增加」等6項議題列為重大氣候風險。與高層訪談所對應的「能源效率」、「公司形象」和「強化氣候韌性」等3項議題列為重大氣候機會。



- 備註
- 發生可能性的發生機率依據「過往發生過的頻率」、「未來法規規範強度」與「現在企業因應韌性」3個面向進行評估。
  - 發生影響程度「高」、「中」、「低」以「發生對營運影響的規模」、「發生對價值鏈的影響規模」與「影響類別」三面向進行評估。
  - 財務影響程度「高」、「中」、「低」以日平均營業額「減少20%以下」、「減少20~60%」、「減少60%以上」三個級距進行評估。

氣候風險議題

| 風險主題 | 氣候風險議題                                                                                                     | 議題對遠東 SOGO 的意義                                                                                                     | 價值鏈影響階段 |    |    | 衝擊時間點           |                |                | 風險等級<br>(高/中/低) | 財務影響程度<br>(高/中/低) |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----|----|-----------------|----------------|----------------|-----------------|-------------------|
|      |                                                                                                            |                                                                                                                    | 上游      | 營運 | 下游 | 短期目標<br>(近1-2年) | 中期目標<br>(3-5年) | 長期目標<br>(5年以上) |                 |                   |
| 轉型風險 | 新法規不確定性<br>               | 台灣政府頒布之2050淨零排放路徑之規劃，於2040年設立電動車、電動機車市售占比達100%目標。因應政策方向，對於來店客對停車環境的需求可能帶來改變，如何在有限的資源下預留充電設備停車位，為遠東 SOGO需積極規劃的項目之一。 | ✓       | ✓  |    | ✓               | ✓              | ✓              | 高               | 高                 |
|      | 低碳服務需求提升<br>              |                                                                                                                    | ✓       | ✓  |    | ✓               | ✓              | ✓              | 高               | 中                 |
|      | 再生能源需求增加<br>              |                                                                                                                    | ✓       | ✓  |    | ✓               | ✓              | ✓              | 中               | 高                 |
|      | 顧客行為轉變<br>               |                                                                                                                    |         | ✓  | ✓  | ✓               | ✓              | ✓              | 高               | NA                |
| 實體風險 | 【立即性】瞬間強降雨等單一氣候相關事件<br> | 根據IPCC於2021年發布的調查與情境預測分析中指出，2050年極端 暴雨恐增強20%，故瞬間強降雨、洪水、颱風、龍捲風、傳染性疾病等單一氣候事件，造成遠東SOGO暫時停業，或相關硬體設備損壞。                 |         | ✓  |    | ✓               |                |                | 中               | 高                 |
|      | 【長期性】管理成本增加<br>         |                                                                                                                    |         | ✓  |    |                 |                |                | 中               | NA                |



氣候機會議題

| 氣候機會 | 議題對遠東 SOGO 的意義                                                                              | 價值鏈影響階段 |    |    | 衝擊時間點           |                |                | 機會等級<br>(高/中/低) |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----|----|-----------------|----------------|----------------|-----------------|
|      |                                                                                             | 上游      | 營運 | 下游 | 短期目標<br>(近1-2年) | 中期目標<br>(3-5年) | 長期目標<br>(5年以上) |                 |
| 機會   | 能源效率<br>   |         | ✓  |    | ✓               | ✓              | ✓              | 高               |
|      | 公司形象<br>   | ✓       | ✓  |    | ✓               | ✓              | ✓              | 中               |
|      | 強化氣候韌性<br> |         | ✓  |    | ✓               | ✓              | ✓              | 中               |

2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理

GRI 305-2   GRI 305-4   GRI 305-5

氣候風險與機會議題管理措施

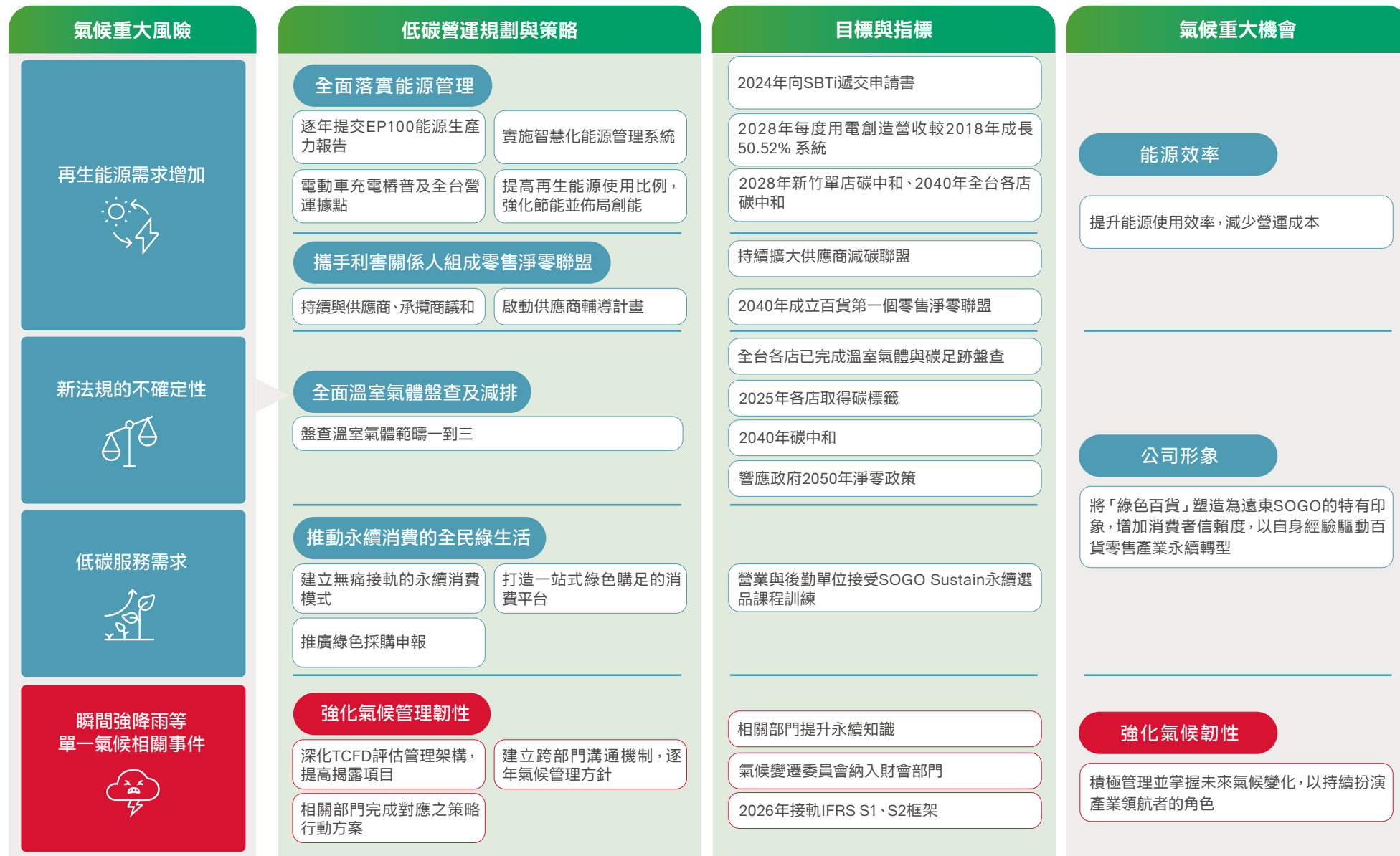
遠東SOGO優先針對發生機率、影響程度為中度以上，財務影響程度同時為「高」的議題，制定管理對策，以因應潛在氣候風險，同時掌握轉型過程中之機會。

| 高度風險/<br>機會主題 | 風險/機會議題                                                                                        | 議題分析/議題說明                                                                                                                                                                                                                | 潛在財務衝擊                                                                                  | 管理對策                                                                                                                                                            |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 轉型<br>風險      | 新法規不確定性<br> | <p>風險情境討論基礎 ▾</p> <ul style="list-style-type: none"><li>台灣政府頒布2050淨零排放路徑。</li><li>氣候變遷因應法。</li></ul> <p>轉型風險情境變化 ▾</p> <ul style="list-style-type: none"><li>電動車市售占比達100%。</li><li>環境部將「先大後小」、分階段徵收，向碳排大戶收取碳費。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>溫室氣體盤查與查證費。</li><li>綠電購買費用。</li><li>碳費。</li></ul> | <p>全面溫室氣體盤查及減排 ▾</p> <ul style="list-style-type: none"><li>盤查溫室氣體範疇一到三。</li><li>2025年全台營運據點取得環境部碳標籤。</li><li>簽署SBT承諾，以科學方式規劃減碳路徑。</li><li>2040年達成碳中和。</li></ul> |

| 高度風險/<br>機會主題 | 風險/機會議題                                                                                                        | 議題分析/議題說明                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 潛在財務衝擊                                                                                                                                               | 管理對策                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 轉型<br>風險      | 低碳服務<br>需求提升<br>              | <b>風險情境討論基礎 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>台灣政府頒布之2050淨排放路徑之規劃。</li> </ul> <b>轉型風險情境變化 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>商業營運場所燈具全面採LED燈；空調最佳化操作60%。</li> <li>市區公車及公務車全面電動化。</li> <li>電動車、電動機車市售比提升。</li> </ul>                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>公務車汰換為電動車成本。</li> <li>電動車充電樁建置與維運成本。</li> <li>節能燈具或設備汰換成本。</li> </ul>                                         | <b>推動永續消費全民綠生活 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>建立無痛接軌的永續消費模式。</li> <li>打造一站式綠色購足的消費平台。</li> <li>推廣綠色採購申報。</li> </ul>                                                                                                                                                                                               |
|               | 再生能源<br>需求增加<br>              | <b>風險情境討論基礎 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>台灣政府頒布2050淨零排放路徑。</li> </ul> <b>轉型風險情境變化 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>台灣再生能源發電之裝置容量從2023年17.1GW至2030年增加至45.46-46.12GW。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>太陽能發電案場建置與維運成本。</li> <li>電費上漲費用。</li> </ul>                                                                   | <b>全面落實能源管理 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>2028年達成EP100目標，每度電創造營收較2018年成長50.52%。</li> <li>逐年提交EP100能源生產力報告。</li> <li>實施智慧化能源管理系統。</li> <li>電動車充電樁普及全台營運據點。</li> <li>提高再生能源使用比例，強化節能並佈局創能。</li> </ul> <b>攜手利害關係人組成零售淨零聯盟 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>持續與供應商、承攬商議和。</li> <li>啟動供應商輔導計畫。</li> </ul> |
| 實體<br>風險      | 【立即性】<br>瞬間強降雨等單一氣候相關事件<br> | <b>風險情境討論基礎 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>IPCC,不同大氣中溫室氣體濃度所衍生的代表濃度途徑(Representative Concentration Pathways, RCPs)。</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>IPCC,共享社會經濟路徑 (Shared Socioeconomic Pathways, SSPs)。</li> </ul> <b>轉型風險情境變化 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>SSP5-8.5情境下，台灣年總降雨量預計增加15%。</li> <li>SSP5-8.5情境下，強颱比例將增加5.5%。</li> <li>SSP5-8.5情境下，強颱雨量比例將增加20%。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>營業據點因單一氣候事件，導致營運據點暫停營業之營收損失。</li> </ul>                                                                       | <b>強化氣候管理韌性 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>深化TCFD評估管理架構，提高揭露項目。</li> <li>建立跨部門溝通機制，逐年檢視優化氣候管理方針。</li> <li>相關部門完成對應之策略行動方案。</li> </ul>                                                                                                                                                                             |
| 機會            | 能源效率<br>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>台灣政府頒布之2050淨零排放路徑之規劃中，須於2050年需要達碳中和目標，故能源配比之再生能源需提高至60%~70%。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>太陽能發電案場建置與維運成本。</li> <li>能源效率提升專案之推動成本。</li> <li>綠電購置費用。</li> <li>利害關係人溝通成本。</li> <li>EP100專案管理費用。</li> </ul> | <b>提高能源使用效率並增加再生能源占比 ▼</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>實施智慧化能源管理系統，提高能源生產力，預計2028年每度用電創造的營收成長50.52%。</li> <li>提高再生能源使用比例，並透過政府「微型抵換」專案獲取碳權，開拓零售新商業機會。</li> </ul>                                                                                                                                                     |

## 氣候治理策略藍圖

鑑別出氣候風險與機會後，本公司具體擘畫氣候治理策略藍圖，訂定目標與對策，有效管理氣候重大議題。



溫室氣體排放與減量

因應減碳趨勢，本公司全面檢視溫室氣體排放量，自2022年，從忠孝館、復興館及天母店開始，進行前一年之ISO 14064-1:2018溫室氣體盤查，2023年啟動全台碳盤查，2024年再新增碳足跡盤查。

百貨碳排以範疇二為主，本公司2024年全台範疇二排放量为41,848.47噸CO<sub>2</sub>e，較2023年42,676.35噸CO<sub>2</sub>e減少1.94%。若將年營收成長納入考量，比較範疇一加二之排放密集度，2024年為0.925公噸CO<sub>2</sub>e/百萬元。

太平洋崇光百貨溫室氣體排放量彙總表<sup>1</sup>

| 盤查年度                                                     | 2022                    | 2023 <sup>7</sup>     | 2024         |
|----------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------|--------------|
| 盤查邊界                                                     | 全台7店                    | 全台7店                  | 全台8店、總公司辦公大樓 |
| ISO 14064-1盤查與查證情形                                       | 敦化館、高雄館未盤查 <sup>2</sup> | 敦化館預計2025年閉店，故僅盤查、無查證 | 查證中          |
| 範疇一（噸CO <sub>2</sub> e） <sup>3</sup>                     | 3,200.65                | 4,042.21              | 3,875.45     |
| 範疇二（噸CO <sub>2</sub> e） <sup>4</sup>                     | 45,088.11               | 42,676.35             | 41,848.47    |
| 範疇三（噸CO <sub>2</sub> e） <sup>5</sup>                     | 21,887.45               | 28,467.28             | 33,905.46    |
| 範疇一+二總排放量（噸CO <sub>2</sub> e）                            | 48,288.76               | 46,718.56             | 45,723.92    |
| 年營收（千元）                                                  | 45,013,913              | 49,661,966            | 49,433,078   |
| 排放密集度（噸CO <sub>2</sub> e/百萬元） <sup>6</sup>               | 1.07                    | 0.94                  | 0.93         |
| 臭氧層破壞物質（ODS）                                             | 0                       | 0                     | 0            |
| 氮氧化物（NO <sub>x</sub> ）、硫氧化物（SO <sub>x</sub> ），及其它顯著的氣體排放 | 0                       | 0                     | 0            |

溫室氣體盤查進度



- ✓ 全台已完成2023年溫盤，並通過ISO 14064-1查證
- ✓ 全台已完成2024年溫盤，預計2025年通過ISO 14064-1查證
- ✓ 已完成2024年完成首次**碳足跡盤查**，預計2025年通過ISO14067查證，並取得碳標籤。

- 備註
- 溫室氣體盤查邊界以營運控制法，設定於全台7大營運據點；2024年新增遠東Garden City及總公司辦公大樓。
  - 未盤查之店別，以用電量\*該年度電力排碳係數計算碳排。
  - 範疇一，指溫室氣體的直接排放，遠東SOGO非製造業，範疇一之排放溫室氣體占比較小。
  - 範疇二，指來自使用電力或蒸汽之能源利用所產生之間接排放。遠東SOGO範疇二之主要排放源為各營運據點之用電。未執行溫室氣體排放量查證作業之年份與據點，主要以用電量計算範疇二之排放。
  - 範疇三對應類別三~六，指由事業活動產生之間接排放，該排放源並非事業自有或可控制的，包含員工通勤，以及產品生命週期產生的排放。
  - 排放密集度 = 範疇一+範疇二排放量（噸CO<sub>2</sub>e）/年營收（百萬元）。
  - 2023年重編，更新為查證後數據。

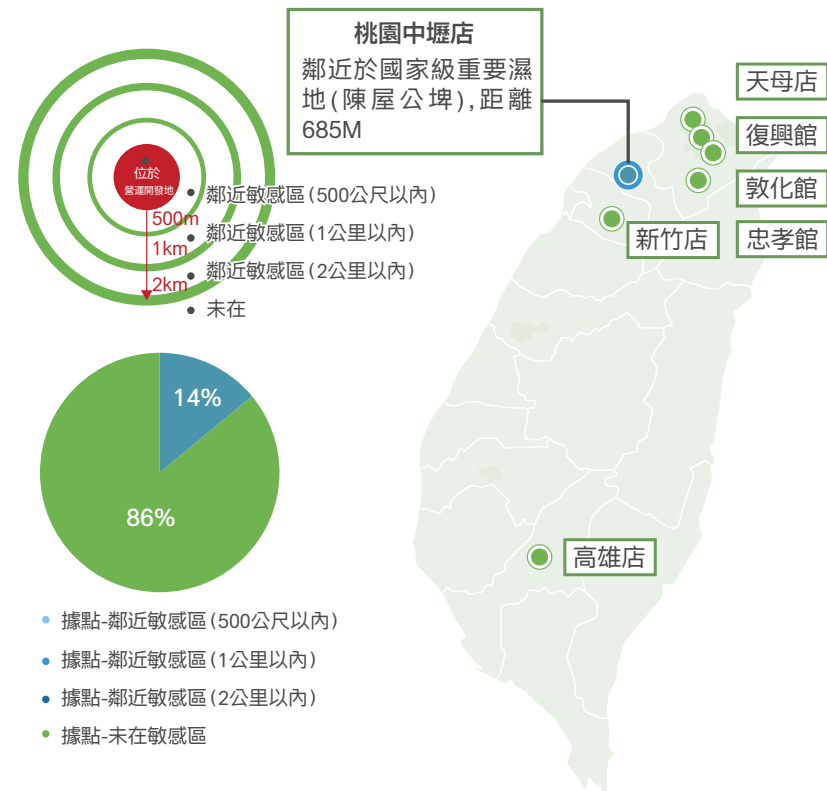


## 2.1.4 自然衝擊與依賴鑑別

### 生物多樣性風險評估

為深入了解組織整體營運活動與生物多樣性敏感區的關係，遠東SOGO於2024年度首度依循TNFD架構建議，依據LEAP分析步驟（Location, Evaluation, Assess, Preparation）選定台北店（復興館、敦化館、忠孝館）、天母店、桃園中壢店、新竹店、高雄店共計7大營運據點，作為風險評估與研究基礎。為使調查與分析更加貼近在地營運概況，遠東SOGO同時採用國際與台灣生物多樣性資料庫，包括聯合國世界保護區數據庫（IUCN World Database on Protected Areas）和台灣林務局「生物多樣性資料庫」，進行全台灣營運位置和生物多樣性敏感區的疊加分析。

分析結果顯示，遠東SOGO全台7個營運據點之中，惟桃園中壢店鄰近國家級重要濕地（陳屋公埤，距離685公尺）依據國際資料庫與分析判定其鄰近生物多樣性敏感區。然而，**為確保結果之準確性、合理性，同時考量國際生物資料庫與當地實際環境可能存在的差異性，經現場勘查，確認桃園中壢店實際未處於生物敏感區域。**



### 生態服務系統重大依賴與影響

遠東SOGO進一步運用涵蓋「供應服務、支援服務、自然調適/調節服務、文化服務、生物多樣性壓力、環境因子、社會經濟因子以及其他聲譽」等8大類別33項指標因素的世自然基金會生物多樣性風險評估工具（WWF Biodiversity Risk Filter）盤點全台7個營運據點位置，同時評估零售百貨產業於生態服務系統的重大依賴性和影響性。分析結果顯示，遠東SOGO面臨6項重大因子，分別屬於「企業依賴性」中的媒體監督、熱帶氣旋、極端高溫、土石流，以及「影響驅動因子」中的污染、勞工/人權，以此說明我們的行動計畫與管理方式。

| 企業價值鏈自然資本重要性分析 | 企業依賴性  |         |      |      | 影響驅動因子  |        |
|----------------|--------|---------|------|------|---------|--------|
|                | 其他聲譽因素 | 調適/調節服務 |      |      | 生物多樣性壓力 | 社會經濟因素 |
|                | 8.1    | 3.6     | 3.5  | 3.1  | 5.4     | 7.3    |
|                | 媒體監督   | 熱帶氣旋    | 極端高溫 | 土石流  | 污染      | 勞工/人權  |
| 台北忠孝館          | 4      | 4       | 2.5  | 4    | 3.75    | 3.5    |
| 台北復興館          | 4      | 4       | 2.5  | 4    | 3.75    | 3.5    |
| 台北敦化館          | 4      | 4       | 2.5  | 4    | 3.75    | 3.5    |
| 天母店            | 4      | 4       | 2.5  | 4    | 3.75    | 3.5    |
| 中壢店            | 4      | 4       | 2.5  | 4    | 3.75    | 3.5    |
| 新竹店            | 4      | 4       | 2.5  | 4    | 3.75    | 3.5    |
| 高雄店            | 4      | 4       | 3.5  | 3.5  | 3.75    | 3.5    |
| WWF(平均)        | 4      | 4       | 2.64 | 3.93 | 3.75    | 3.5    |
| ENCORE         | -      | 3       | 1.4  | 3    | 1.4     | -      |

| 依賴性因子                                                                                       | 對遠東SOGO的影響                                                                                                          |  | 行動方案                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 媒體監督<br> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 提升公眾意識，更容易推動永續商模。</li><li>● 施加社會壓力，一旦產生負面形象，可能會導致消費者抵制，影響營收。</li></ul>      |  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 建立媒體應對策略，主動發布自然相關透明行動。</li><li>● 成立危機管理小組，即時監控與回應<br/>→ 相關部門主管跨店建立LINE群組即時通報。</li></ul>                                 |
| 熱帶氣旋<br> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 人潮減少。</li><li>● 營業縮短或停業。</li><li>● 商品、建物損壞。</li><li>● 交通不便、供應鏈中斷。</li></ul> |  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 進行氣候風險評估<br/>→ 已完成TCFD評估。</li><li>● 強化線上購物平台，設計有如實體場域的購物體驗。</li><li>● 投資淨零、碳中和據點<br/>→ 新竹店計畫2028年、全台2040年碳中和。</li></ul> |

| 依賴性因子                                                                                            | 對遠東SOGO的影響                                                                                                                   | 行動方案                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>極端高溫</b><br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 消費行為的改變：<br/>避暑需求增加、消費時間縮短、線上購物興起。</li> <li>● 營運成本增加：<br/>能源消耗上升、維修費用增加。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 提升空調設施效率。</li> <li>● SOGO Sustain推薦適應高溫的永續商品。</li> </ul>              |
| <b>土石流</b><br>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 營業縮短或停業。</li> <li>● 商品、建物損壞。</li> <li>● 供應鏈中斷。</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 評估土石流的實質影響程度<br/>→ 實際發生機率低。</li> <li>● 強化供應鏈彈性，支援地方災害復原計畫。</li> </ul> |

| 影響驅動因子                                                                                              | 對遠東SOGO的影響                                                                                                                                                           | 行動方案                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>污染</b><br>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 水源污染：<br/>可能導致百貨公司用水受到限制，影響日常運營，甚至可能引發食品安全問題。</li> <li>● 空氣污染：<br/>導致百貨室內外空氣品質不佳，影響消費者和員工健康，進而降低消費意願，衝擊營收。</li> </ul>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 推廣綠色商品，審查供應商確保符合環保標準<br/>→ 各店員工必修SOGO Sustain選品課程。</li> <li>● 建立永續供應鏈合作計畫<br/>→ 擴大招募減碳聯盟。<br/>→ 通過ISO 20400永續採購指南認證。</li> </ul> |
| <b>勞工/人權</b><br> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 極端天氣事件頻傳：<br/>可能導致百貨公司停業、淹水、甚至建築損壞，直接影響員工的工作安全與生活。</li> <li>● 工作環境惡化：<br/>高溫天氣可能導致百貨公司內部溫度過高，影響員工的工作效率，甚至造成健康問題。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 提升員工對勞工與永續議題的培訓。</li> <li>● 盡職調查審核供應鏈勞工條件。</li> <li>● 強調公平貿易與永續產品。</li> </ul>                                                   |



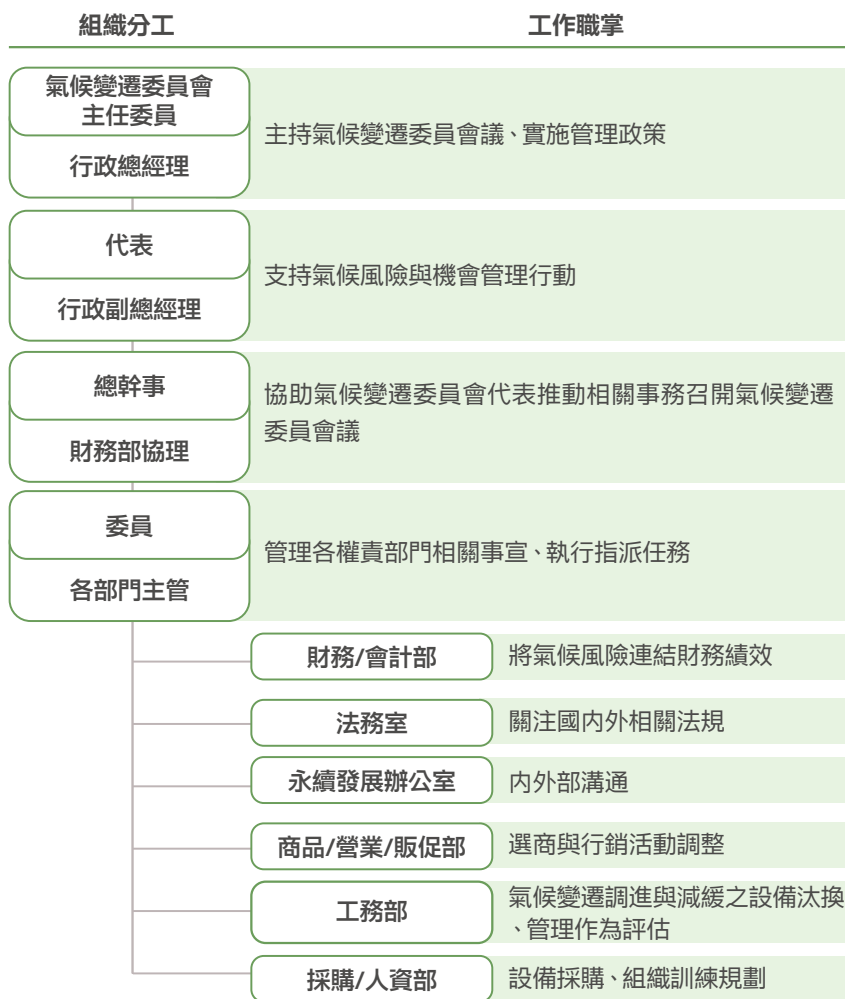
## 2.2 能源管理

### 2.2.1 能源管理政策與架構

#### 能源管理委員會

ESG委員會下設「能源管理委員會」，由行政總經理擔任主任委員、簽署能源政策，推動與協調能源管理制度，帶動全公司攜手利害關係人，降低能資源消耗。

備註 能源政策全文請見本公司ESG網站「永續承諾與政策」



#### 節能政策

- 一、遵守法規自我要求，支持能源效率產品。
- 二、透過多元宣導管道，提升同仁節能認知。
- 三、落實節能減碳目標，持續改善能源績效。
- 四、善盡企業社會責任，永續經營綠色百貨。

#### 目標

以2018年為基準，於2028年每度電創造營收成長**50.52%**。

#### 2024年成效概況

- 總用電量354,039 GJ，**年減1.53%**（不含位於大巨蛋的遠東Garden City）。
- 每度電創造營收為502.41元/度，年增1.08%，較2018年**成長40.81%**。
- 總用水量1,223.25百萬公升，**年減0.58%**。
- 單位樓地板面積用水量為每日8.53公升/平方公尺，**年減0.58%**。
- 單位來客及員工數用水量為每日24.43公升/人，**年減18.08%**。





2.2.2 節能措施與成效

GRI 302-1

GRI 302-3

GRI 302-4

能源績效管考



本公司於2017年以台北店敦化館為標的，導入ISO 50001能源管理系統，並通過查證，為台灣連鎖百貨第一家，目前各店皆以此精神控管能源，並每月召開工務會議，以燈號標示管理機制，審視各店能源使用情形；透過測量與監督，找出現階段可改善之處，同時管理未來能源供應的相關風險，藉此提升能源效率，降低經營成本及減少溫室氣體排放。

為評估能源管理績效，本公司積極參與遠東集團每季舉行的「能源使用效率競賽」，並要求各部門主管參加永續委員會例會，以了解目前公司最新ESG相關政策與計畫，各部門共同為永續目標努力。

近年電力能源耗用

全台各營業據點能源耗用以外購電力為主，搭配天母店與新竹店自發自用太陽能電力，無其他能源耗用，持續透過各項節能措施，提升能源使用效率。2024年遠東SOGO來客數較2023年增加21.37%，但用電度數98,392,267度（含外購電力及再生能源電力），轉換成能源消耗量為354,039GJ，與去年度相比，反減1.53%。在用電強度（能源使用效率）方面，遠東SOGO每度電創造營收為502.41元/度，較2023年成長1.08%，與2018年基準年相較，提高40.81%。

遠東SOGO能源使用量彙總表<sup>1</sup>

|                                              |                   | 年份 | 2022        |                      | 2023       |            | 2024       |            |
|----------------------------------------------|-------------------|----|-------------|----------------------|------------|------------|------------|------------|
|                                              |                   | 類別 | 用電量(度)      | 能源量(GJ) <sup>4</sup> | 用電量(度)     | 能源量(GJ)    | 用電量(度)     | 能源量(GJ)    |
| 消耗電量                                         | 再生能源 <sup>2</sup> |    | 58,668      | 211.10               | 372,522    | 1340.42    | 531,202    | 1,911.39   |
|                                              | 非再生能源             |    | 100,421,098 | 361,339.21           | 99,547,496 | 358,195.78 | 97,861,065 | 352,127.60 |
|                                              | 總量                |    | 100,479,766 | 361,550.31           | 99,920,018 | 359,536.21 | 98,392,267 | 354,038.99 |
| 再生能源使用占比(%) <sup>3</sup>                     |                   |    | 0.058%      |                      | 0.373%     |            | 0.54%      |            |
| 年營收(千元)                                      |                   |    | 45,013,913  |                      | 49,661,966 |            | 49,433,078 |            |
| 能源密集度(單位: GJ/百萬元) <sup>5</sup>               |                   |    | 8.03        |                      | 7.24       |            | 7.16       |            |
| 每度用電所創造營收(營收/度電, 單位: 元)                      |                   |    | 447.99      |                      | 497.02     |            | 502.41     |            |
| 每度用電所創造營收成長比(單位: %) <sup>6</sup>             |                   |    | 6.97%       |                      | 10.94%     |            | 1.08%      |            |
| 每度用電所創造營收成長比相較2018基準年成長比(單位: %) <sup>7</sup> |                   |    | 25.55%      |                      | 39.29%     |            | 40.81%     |            |

備註

- 消耗電量統計來源為全台7個營運據點大樓用電。
- 再生能源包含天母店、新竹店太陽能板所自發電力。
- 再生能源占比(%)=再生能源能源量(GJ)/消耗電量總量(GJ)\*100%。
- GJ=度\*860\*4.184/1,000,000。
- 本公司營運耗用能源以電力為主，能源密集度=組織內部消耗電量/年營收。
- 每度電所創造營收成長比=(今年度用電創造營收-去年度用電創造營收)/去年度用電創造營收\*100%。
- 2018年每度電所創造營收為356.81元。

## 節能措施

遠東SOGO在日常營運實踐環保，嚴密管控空調、照明燈具及電梯等設備，推動節電措施，以提升能源使用效率。

### ALC環境自動控制系統

各店採美製ALC環境自動控制系統（Automated Logic Corporation），管理燈光照明、插座電源、空調啟閉，並監管賣場溫度及冰水主機效率。

### 導入AI控制平台

以天母店為示範，2024年導入雲端能源管理暨中央空調AI控制平台，更精準管控耗電。

### 空調系統設定

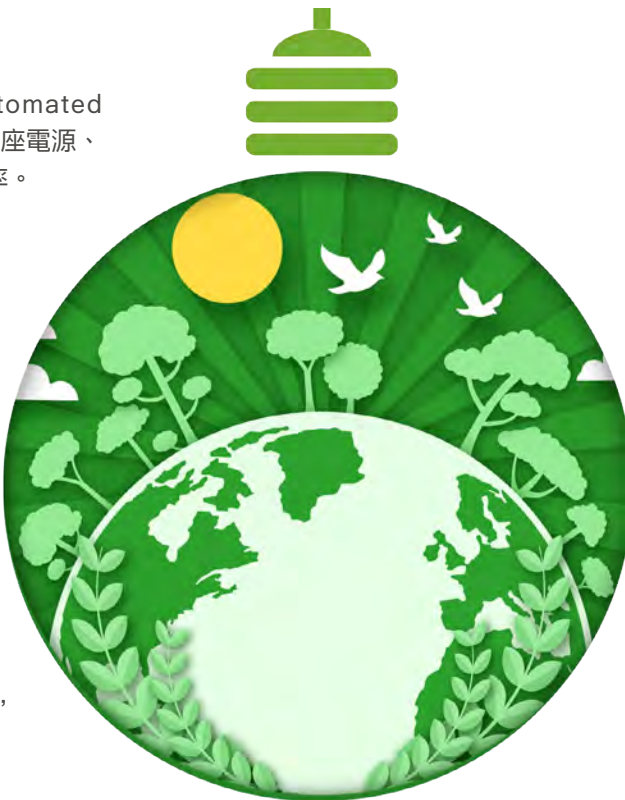
- 適時汰換冰水主機，減少能源消耗。
- 符合能源局冷氣適溫用餐時段23度、非用餐時段26度之規範。空調於開店前20~30分鐘開啟預冷，打烊前20~30分鐘關閉。每月檢討操作流程，以發揮最大效益。

### 外氣交換

適時運用外氣交換，減少冰水主機負載量，節能並改善賣場空氣品質。

### 高效能照明燈具

更換高效能LED照明燈具，減少能源耗損，每年節省電費342萬元。



### 電梯電力再生系統

為減少電梯耗電產生額外熱能，復興館電梯採「電力再生系統」，一邊運作，一邊回生電力。

### 電梯分層停靠

客用電梯與同仁電梯均分層停靠，人潮較少時段關閉部份電梯。低樓層或距離較短時，鼓勵走樓梯。

### 空氣簾/防風門

入口加裝空氣簾或規劃防風門，減少熱風進入賣場，導致溫度升高或冷氣外洩。

### 遮陽簾

玻璃帷幕裝置遮陽簾，減少陽光直接照射，維持賣場溫度。

### 種植綠色草坪

天母店頂樓種植大片綠色草坪，降低太陽照射高溫。

### 管理措施

- **空調節能：**
  - 汰換老舊冰水主機。
  - 機動性調節冷卻水出水溫度。
  - 持續更換散熱水塔鰭片，以利增加冷熱交換效率。
  - 固定清洗空調箱散熱鰭片提高效能。
  - 導入AI，增加能源管理效率。
- **照明節能：** 持續更換新式節能燈具。

### 2024年成效概況 備註

- 2024年投入6,106萬，歷年共投入**2.62億元優化**與汰換設備。
- 2018~2024年累計**節省約1.12億度電**。
- 2018~2024年累計**節省電費約2.08億元**。
- 2024年較2023年累計節省**5,497.22 GJ**。

備註 成效估算方式為：「設備功率(kW)」×台數×運轉時數(小時)×設備負載率或使用率(%)×認列月數比例(%)=能源使用量(kWh)」計算能源使用量，再以「改善前能源使用量加總(kWh)-改善後能源使用量加總(kWh)=總節能量(kWh)」。

## 再生能源管理

遠東SOGO致力打造亞洲第一綠色百貨，積極響應政府之再生能源政策，並透過多元作法擴大「創能」佈局，提升再生能源比例，朝淨零目標邁進，先後於2015年在天母店、2020年在新竹店頂樓完成太陽能集光發電系統建置，新竹二期太陽能板於2023年8月啟用。2024年再生能源使用占比0.54%，換算減碳量262.41噸。

2024年7月1日起，復興館導入單一電號多用戶綠電2.0供國際精品Chanel專櫃使用，助力其達成RE100目標，截至2024年底，已供電63,395度。

### 新竹店太陽能

| 年份   | 2022    |          | 2023    |          | 2024    |          |
|------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| 單位   | 度       | GJ       | 度       | GJ       | 度       | GJ       |
| 總發電量 | 495,645 | 1,783.45 | 837,136 | 3,012.25 | 974,524 | 3,506.57 |
| 自用發電 | 56,560  | 203.52   | 362,201 | 1,303.29 | 521,768 | 1,877.45 |

### 天母店太陽能

| 年份   | 2022  |       | 2023   |       | 2024  |       |
|------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|
| 單位   | 度     | GJ    | 度      | GJ    | 度     | GJ    |
| 總發電量 | 9,583 | 34.48 | 10,331 | 37.17 | 9,434 | 33.95 |
| 自用發電 | 9,583 | 34.48 | 10,331 | 37.17 | 9,434 | 33.95 |

備註 1. GJ=度\*860\*4.184/1,000,000。  
2. 新竹店2022、2023年數據重編。



新竹一、二期太陽能板

## 2.3 水資源管理

### 2.3.1 水資源管理政策

遠東SOGO全台7據點皆位於都會區域，主要水源為自來水，主要耗費於生活用水。因應氣候變遷可能導致的缺水危機，遠東SOGO推動節水宣導、減量、水回收利用等措施，每月檢討用水量，並結合節水技術改善設備。2024年全台總用水1,223,251度，節水0.58%。

### 取排水路徑





## 水資源管理彙整表<sup>1</sup>

|                                      | 年份         | 2022       | 2023       | 2024       |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| 取水來源 1：第三方的水 <sup>2</sup>            | 自來水 (百萬公升) | 1,146.24   | 1,229.96   | 1,222.279  |
| 取水來源 2：地表水                           | 回收水 (百萬公升) | 0.21       | 0.41       | 0.97       |
| 總取水量 (百萬公升) <sup>3</sup>             |            | 1,146.46   | 1,230.36   | 1,223.25   |
| 總排水量 (百萬公升)                          |            | 1,146.46   | 1230.36    | 1,223.25   |
| 總耗水量 (百萬公升)                          |            | 0          | 0          | 0          |
| 年度總營收 (千元) <sup>4</sup>              |            | 45,013,913 | 49,661,966 | 49,433,078 |
| 單位營收用水量 (公升/千元) <sup>5</sup>         |            | 25.47      | 24.77      | 24.75      |
| 單位樓地板面積用水量 (每日：公升/平方公尺) <sup>6</sup> |            | 7.99       | 8.58       | 8.53       |
| 單位來客及員工用水量 (每日：公升/人) <sup>7</sup>    |            | 45.31      | 29.82      | 24.43      |

- 備註
- 統計邊界為全台7個營運據點大樓。
  - 遠東SOGO營運據點取水來源為第三方的水（自來水）及地表水（回收水），排放終點為公共汙水下水道，屬第三方的水。
  - 總取水量（百萬公升）=取水來源1之取水量+取水來源2之取水量。
  - 單位營收用水量（公升/千元）=總耗水量/年營收。
  - 單位樓地板面積用水量（每日：公升/平方公尺）=總耗水量/（樓地板面積\*365）。
  - 2022、2023年數據重編。

## 2.3.2 管理措施與成效

本公司非耗用大量水資源之業種，仍自我監督做好每個節水環節，每月於全台工務會議檢討各店用水量，將單期水費實際費用與預算，與去年同期數據比較，累計費用也同樣比對差異，共檢視4項指標，最後以綠、灰、黃、紅四種燈號呈現，一目了然；結合節水技術、改善用水設備，推動各項措施，例如天母店設有雨水回收系統，主要用於花台灌溉、洗手台、馬桶用水；新竹店設管線協助巨城購物中心回收雨水，作為建築公用水。

### 節水措施與推動方式



#### 省水設備換裝



#### 省水衛廁設備

全台均設有節水水龍頭、省水馬桶。

#### 雨水回收系統

天母店設有雨水回收系統，用於衛廁清潔及植栽澆灌，復興館正評估增設；衛廁設備皆採用省水器材。

#### 用水管理SOP



#### 標準化管理(每日)

專人排班巡檢，各店定期查漏，合格率100%。

#### 結合數位工具(每日)

電子總表監控，抄表紀錄。

#### 用水檢討(每月)

工務會議盤點水績效，針對公共水費研擬節水措施或替換省水設備，針對水費較高或增加的專櫃勸導，未來將研擬節水獎勵制度

#### 定期宣導(每月)

內部網站及會議宣導節水。

#### 空調設備改善



#### 優化設備及設定

改善排放頻率、減少水量蒸發。

#### 節水觀念推廣



#### 顧客溝通

洗手台設置標語、社群推播倡議。

#### 設置商品專區

環保標章搭配SOGO Sustain標示，引導購買節水家電。





## 2.4 循環再生與廢棄管理

### 2.4.1 廢棄物管理政策 GRI 306-1 GRI 306-2

本公司推動源頭減量，搭配各項回收誘因，鼓勵消費者落實循環利用，減少資源消耗及降低環境污染。商場廢棄物的終端處置重點則分為「垃圾、廚餘、廢油、廢水、廢油煙」，依環保法令分類，皆屬一般事業廢棄物，無有害特性認定廢棄物之產出。各據點皆交由環保主管機關登記核可之專業廢棄物處理廠商清運，送交公營焚化爐處理，無現場處置。

管理措施

- 源頭減量**
  - 餐飲內用與外帶不提供一次性及美耐皿餐具。
  - 輔導餐飲專櫃加入環保餐廳。
  - 鼓勵顧客使用環保袋，超市自備購物袋贈點。
  - 自營超市推動青果及蛋盒包裝減量。
- 循環利用**
  - 各據點推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動。
  - 天母店、新竹店贈點鼓勵回收電池。
- 終端處置**
  - 各店陸續導入廚餘處理機，記錄減量成果。
  - 其餘一般廢棄物交由合格之第三方組織單位處置。

2024年成效概況

- 27,629人次**參與超市自備購物袋贈點。
- 超市青果及蛋盒包裝**減量0.9公噸**。
- 全台環保餐廳占比**89.7%** (至2025年2月增加為98.3%)。
- 回收**17.8萬個空瓶**，獎勵53.5萬點。
- 回收**5.3萬個電池**，獎勵2.7萬點。
- 全台廚餘**9,103公噸**，**年減8.67%**。
- 遠東SOGO台北三店(敦化館除外)已導入廚餘機，廚餘重量**年減13.3%**。
- 新竹店與新竹市政府合作，架設循環方舟，半年共13,191人次使用，**回收資源3,251公斤**。

各類廢棄物處理流程

遠東SOGO針對不同種類廢棄物，皆有妥善處理流程，垃圾、廚餘、廢油屬需外運後處理之廢棄物，各據點依個別需求委託合格之專業廠商處理。

| 廢棄物種類  | 集中/分散處理   | 分類方式                | 處理方式                                       |
|--------|-----------|---------------------|--------------------------------------------|
| 垃圾     | 集中分類      | 一般垃圾                | 合格廠商清運焚化                                   |
|        |           | 資源回收：紙類、鋁罐類、鐵罐類、寶特瓶 | 合格廠商回收利用                                   |
| 廚餘     | 集中處理      | -                   | 合格廠商處理→作為掩埋、堆肥、養豬廚餘                        |
| 廢油     | 集中存放      | -                   | 合格廠商至專櫃收取廢油→餐飲專櫃簽收並保留單據→環境部網站申報            |
| 廢(污)水  | 集中處理      | 餐飲專櫃產生              | 初級攔渣設備→末端截油槽→納管排放至生活下水道系統                  |
|        |           | 自行排放                | 初級攔渣設備→末端截油槽→污水處理槽→添加除油垢、除臭藥劑→達法規限定值內再合法排放 |
| 廢氣(油煙) | 分散處理→集中排放 | -                   | 靜電式油煙處理設備→集中至大樓排煙管道→屋頂水洗式油煙設備處理→排放至大氣      |

## 2.4.2 廢棄物產出結構

GRI 306-3 GRI 306-34

2024年遠東SOGO全台各店產出廢棄物總計9,103公噸，包含回收廢棄物460公噸，焚化廢棄物7,288公噸，廚餘1,355公噸。百貨零售業之廢棄物產生結構，與來客數變動高度相關，2024年遠東SOGO來客數較2023年成長21.37%，廢棄物產出總量減少8.67%，單位非有害廢棄物產生量下降8.25%。

本公司從「廚餘減量」及「提升回收率」兩大方向推動減量計畫。2022年起，遠東SOGO天母店、忠孝館、復興館接續導入廚餘處理機，瀝出廚餘所含油脂與水份、壓碎以降低重量，且增加循環再利用之價值，三店廚餘清運合約量由引進前的110噸，大幅降低至70.5噸，減少36%。

提升回收率不但可使垃圾減量，降低處理成本，亦可延長掩埋場及焚化廠的使用年限。2024年遠東SOGO資源回收率達5.94%，高於2023年的5.81%。

### 廢棄物產出結構彙整表

單位:公噸

| 類別                    | 處理方式 | 2022    | 2023    | 2024   |
|-----------------------|------|---------|---------|--------|
| 回收再利用                 | 離場處置 | 363.2   | 447.5   | 460    |
| 焚化                    | 離場處置 | 6,675.5 | 7,254.4 | 7,288  |
| 廚餘                    | 離場處置 | 2,171.2 | 2,264.9 | 1,355  |
| 總計                    |      | 9,209.9 | 9,966.8 | 9,103  |
| 單位非有害廢棄物產生量（公斤/百萬元營收） |      | 204.60  | 200.69  | 184.15 |
| 單位非有害廢棄物產生量 較前一年增減(%) |      | +3.84%  | -1.91%  | -8.24% |

- 備註
1. 回收再利用廢棄物：交由合格之第三方回收廠商代為處置；新竹店因由遠東巨城購物中心統一處理，故不納入統計。
  2. 焚化廢棄物：交於合格之第三方組織單位代為處置並依環保署之事業廢棄物規範申報；新竹店因由遠東巨城購物中心統一處理，故不納入統計。
  3. 廚餘廢棄物：廚餘之收集與回收，各縣市因地制宜並無統一。目前遠東SOGO七家營業據點，僅忠孝、復興、敦化、天母受台北市政府環保局規範強制申報；其餘三店（中壢、新竹、高雄）為內部自行記錄。本表僅呈現忠孝、復興、敦化、天母。

## 2.5 綠色百貨

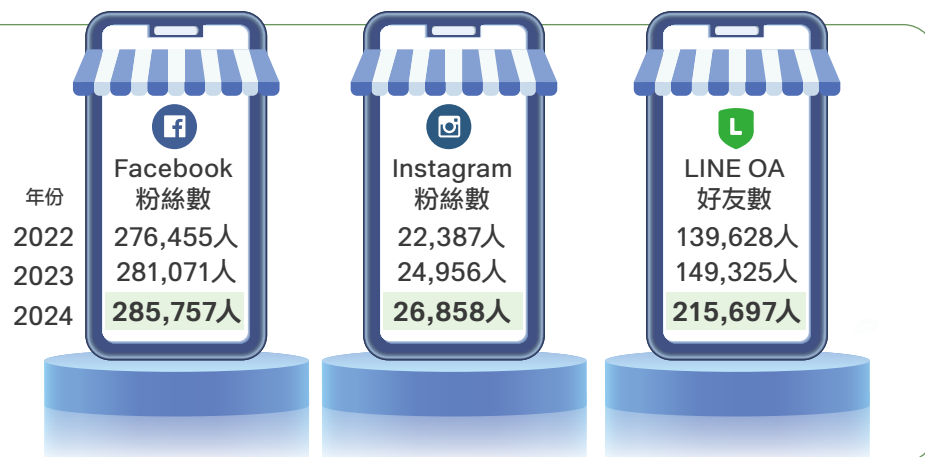
本公司自2015年取得第一張百貨零售服務業「碳標籤」後，持續打造綠色營運文化，以「綠色行銷」、「綠色行動」攜手利害關係人邁向淨零，並以「氣候變遷減緩與調適」、「能資源管理」作為環境永續重要議題。

### 2.5.1 綠色行銷

#### 網路社群互動

本公司推動數位化，全力發展網路社群，提供即時資訊；全台各據點逐步將館內宣傳版面電子化，減少紙張與耗材使用，降低對環境的影響，並有效溝通訊息。

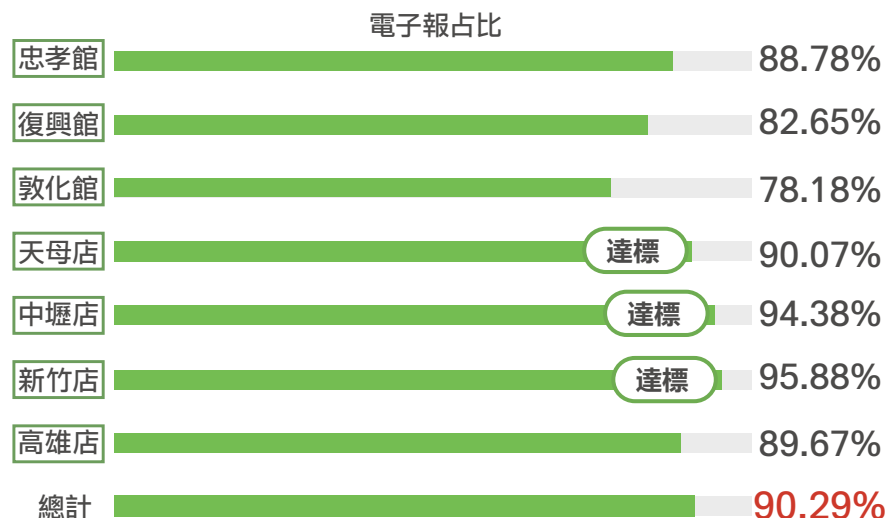
備註 以上數據為台北店（忠孝、復興、敦化）總計。



## 數位整合服務

APP是消費者掌握檔期促銷、參與贈獎的重要管道，於綠色行銷扮演關鍵角色。2024年全台發出4,500萬份電子報，於全年DM占比首度突破九成，各店電子報占比皆提升，省紙量相當於少砍6.5萬棵樹。

**備註** 一份DM以12張A4紙計，一箱A4紙5,000張約25公斤，約需0.6棵樹。參考資料引自環境品質文教基金會，中華民國內政部營建署。



APP整合線上DM、線上購物、累積點數、點數換購物金、行動支付、來店禮、贈獎活動、餐廳訂候位、美食外送、停車服務等十項功能，減少紙本印刷、節省人力成本，符合行動永續精神，也節省75%以上交易時間。

## 2024年APP數位整合服務亮點



## 數位永續創新專案

為提升顧客黏著度，每年兩次SOGO Sustain檔期皆推出APP小遊戲，簽到五天即可兌換永續小禮，使顧客透過遊戲接觸並於生活實踐永續。2024年4月為淨灘樂，兌換洲南鹽場霜鹽，10月步步健走綠生活，送瑪利亞基金會成立社企品牌「Merry Young快樂襪」的寶特瓶紗襪。

**亮點績效** 全台57,757人次參與，送出5,446包霜鹽、4,240雙快樂襪。

## 線上淨灘樂 簽到活動介紹





遠東SOGO提供HAPPY GO電子點數作為贈品選項，減少實體贈品包裝與運送過程中產生的碳排放，亦養成顧客選擇電子點數取代實物的習慣；2024年業績持平，發出6.06億點，較2023年略減1.3%。

## 遠東SOGO以HAPPY GO電子點數取代實體贈品

發放HAPPY GO電子點數

2022年 5.60億

發放HAPPY GO電子點數

2023年 6.14億

發放HAPPY GO電子點數

2024年 6.06億



備註 1. 單筆消費滿100元累積1點；35點可折抵消費10元。  
2. 每年點數回沖調整，故2022~2023年資料重編。

遠東SOGO為國內第一家發行電子禮券的百貨，持續推動票券電子化、整合於APP。2023年起，九成以上抵用券改發電子版，2024年贈送電子抵用券的活動數增加三成，金額大幅成長125%，加上即享券、電子禮商券金額皆成長，電子券發行金額達73.3億元，年增100%，占比超過六成五，十年累計省紙量高度達17.64座玉山；其餘三成五為因應企業禮品需求而發行的紙本禮券，自2023年10月起，率台灣百貨之先，全數採FSC永續森林認證紙材製作。

備註 將電子券金額換算為傳統禮券本數，每本有7張500元券，厚度0.2公分。玉山高度為3,952公尺。

## 三大類電子券

| 類別 | 即享券                                                 | 電子禮商券                                    | 電子抵用券                                        |
|----|-----------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 說明 | 本公司創百貨先例，和宜睿智慧共同推出電子禮券。顧客出示QR Code或手機簡訊電子序號，就能購買商品。 | 本公司發行，除發放予同仁，本公司贈獎系統及PAY EASY、i禮讚網站亦有販售。 | 搭配滿千送百等販促活動發放，出示APP會員QR Code，載入消費資訊，即可兌換及使用。 |

## 歷年發放金額

| 類別/年度 | 2022          | 2023          | 2024          |
|-------|---------------|---------------|---------------|
| 即享券   | 540,988,000   | 487,210,000   | 519,190,000   |
| 電子禮商券 | 331,850,000   | 331,014,980   | 377,780,000   |
| 電子抵用券 | 1,343,143,765 | 2,852,167,575 | 6,433,264,170 |
| 總計    | 2,215,981,765 | 3,682,182,555 | 7,330,234,170 |

備註 2023年即享券金額數據重編。



## 2.5.2 綠色行動

遠東SOGO結合行銷創意與通路特性，將永續消費、低碳生活等概念融入組織營運與服務流程，透過「永續採購」、「吃出永續」、「選品永續」、「行動永續」、「不廢永續」5大構面設計永續消費旅程。



永續採購



1.採購發揮影響力

本公司由內而外推動綠色百貨，除了庶務類100%在地採購，在營銷、活動、庶務、能源等類別，以「綠色採購、社創採購、以租代買」三大原則，逐年提高永續採購比例。例如，各營運據點更換為LED照明燈具、節省標章設備、全面使用FSC認證用紙，以減少能資源耗損，2024年綠色採購金額近7,000萬元，占庶務類採購總額7.31%。

禮贈品、異業合作等優先選擇社創團隊之產品與服務，獲經濟部中小企業處Buying Power貳獎肯定；硬體設備如事務機、入金機、主管公務車為以租代買。整體永續採購金額近8,788萬元，年成長59%。

| 年份     |    | 2022                                                                                                                               | 2023                                                                                                                                              | 2024                                                                                                                                                                  |
|--------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 綠色採購   | 金額 | 33,379,934 元                                                                                                                       | 34,949,455元                                                                                                                                       | 69,492,457元                                                                                                                                                           |
|        | 占比 | 4.83 %                                                                                                                             | 4.99 %                                                                                                                                            | 7.31%                                                                                                                                                                 |
| 社創採購   | 金額 | 2,387,461 元                                                                                                                        | 10,069,467 元                                                                                                                                      | 7,957,771元                                                                                                                                                            |
| 以租代買   | 金額 | 7,014,708 元                                                                                                                        | 7,972,425 元                                                                                                                                       | 4,576,180元                                                                                                                                                            |
| 在地採購   | 占比 | 100%                                                                                                                               | 100%                                                                                                                                              | 100%                                                                                                                                                                  |
| 獲獎     |    | <ul style="list-style-type: none"><li>臺北市府綠色採購表揚。</li><li>Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制參獎、特別獎。</li></ul>                             | <ul style="list-style-type: none"><li>臺北市府綠色採購表揚。</li><li>Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制貳獎。</li></ul>                                                | <ul style="list-style-type: none"><li>臺北市府綠色採購表揚(自2017年起連續八年獲獎)。</li><li>Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制貳獎、多元響應獎。</li></ul>                                               |
| 永續採購內容 |    | 1.包裝紙袋(FSC)<br>2.影印紙(FSC)<br>3.衛生用品(FSC)<br>4.電腦主機(環保標章)<br>5.影印機、入金機、公務車(以租代買)<br>6.環保材質禮贈品(社創採購)<br>7.教育訓練(社創採購)<br>8.環保材料制服(其他) | 1.包裝紙袋(FSC)<br>2.影印紙(FSC)<br>3.衛生用品(FSC)<br>4.紙本禮券(FSC)<br>5.電腦主機(環保標章)<br>6.影印機、入金機、公務車(以租代買)<br>7.環保材質禮贈品(社創採購)<br>8.教育訓練(社創採購)<br>9.環保材料制服(其他) | 1.包裝紙袋(FSC)<br>2.影印紙(FSC)<br>3.衛生用品(FSC)<br>4.紙本禮券(FSC)<br>5.電腦主機(環保標章)<br>6.公務車、入金機、植栽、AED設備(以租代買)<br>註:影印機改計綠色採購<br>7.環保材質禮贈品(社創採購)<br>8.教育訓練(社創採購)<br>9.環保材料制服(其他) |

備註

- 綠色採購金額為登錄臺北市環保局之資料，綠色採購比例(%)=綠色採購金額(元)/庶務類採購總額(元)，庶務類採購總額以每年12月20日採購部輸出報表加總計算。
- 社創採購金額為向登錄於經濟部中小企業處社會創新組織採購之資料。
- 在地採購定義為供應商公司登記地為台灣。
- 2022~2023年資料重編，改為未稅數字。

## 2. 永續用紙

「紙張」是消費者在百貨公司最常接觸到的用品，遠東SOGO全台各店優先採購具環保標章及認證的商品，與顧客一同守護地球。

遠東SOGO推行電子禮券有成，考量紙本禮券需求仍在，為建立正向消費與經營循環，也透過實際行動促使同業參與，遠東SOGO自2023年10月起，紙本禮券皆以FSC認證紙材製作，2024年印製張數價值39億元，占所有禮券35%，其餘65%已轉型電子禮券。

|                                                                                         |                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  購物提袋  | 全數使用通過國際FSC (Forest Stewardship Council, 森林管理委員會) 認證紙材。  |
|  衛生紙   |                                                                                                                                             |
|  紙本禮券  |                                                                                                                                             |
|  廣告DM  | 減少紙本DM、採用數位行銷，如需發行紙本DM，皆採大豆環保油墨印刷，比傳統油墨環保，且利於廢紙回收與再生。                                                                                       |
|  衛廁擦手紙 | 使用再生環保紙漿，讓紙材循環再利用。                                                                                                                          |

## 3. 環保制服與環保禮贈品

本公司制服均依歐盟紡織品標章OEKO-TEX 100之標準檢測，採用經檢測對人體健康無害物質的布料產製，2024~2025年女性社員制服改版，新款採100%環保紗材質，每套約使用60支回收寶特瓶製成；冬季舊款為100%聚酯纖維，單一材質可回收再利用，秉持循環經濟精神，統一由總公司回收，再製為大巨蛋美食街托盤，將是台灣百貨第一款由衣服製成的環保托盤。

另，本公司訂有採購環保禮贈品之政策，詳見〈1.5.1.供應商規範〉，並由內而外推動綠色消費，檔期禮贈品優先贈送環保杯、保鮮盒等可重複使用的產品。2024年進一步要求供應商優先提案具有環保標章，或以再生材料製成的贈品，年度環保材質禮贈品採購金額7.23%，達成設定目標（5%）。





## 吃出永續

太百串連通路、品牌、社創、小農到顧客，發揮通路影響力，透過連續7年舉辦全台最大規模小農展，推廣在地優質農特產品，推動永續食農教育，減少食物里程碳足跡，並鼓勵餐飲專櫃取得環境部環保餐廳認證。

### 1. 台灣百貨小農展第一品牌：透過會展設計體現永續價值

本公司關注食物里程，力推「飲在地、食永續」，不單搭建購物平台，更透過工作坊和課程，帶入產地故事，傳達食農教育與在地文化，自2018年起，遠東SOGO忠孝館每年與社創企業「好時好物」合作小農展，推廣在地當令的低碳飲食，以文創概念行銷，打響「台灣百貨最大規模小農展」，2024年起，由「島東風味探索」接棒，兩場共吸引超過1.4萬人次選購，歷年累計11萬筆消費，客單價自361元成長至628元，以經濟效益支持農業發展。

除了培養日益茁壯的永續消費客層，本公司亦用永續活動原則設計展場，從細節傳遞永續價值，例如用瓦楞紙板取代塑膠板，回收後作為農家宅配箱，減少一次性廢棄物；不提供免洗餐具，鼓勵自備餐具或可於現場租借循環餐具。

奠基於忠孝館經驗，各店依按當地特色規劃小農市集，2024年共投入資源價值超過2千萬元，舉辦13場相關活動，吸引5.5萬人次入場，協助小農銜接從「產地到貨架」的最後一哩路，而消費者透過與生產者互動，從友善農產品、綠色生活的愛好者，成為長期支持與推廣者，歷年影響173萬人次。

#### 從「產地到貨架」—遠東SOGO小農展推廣環境永續兼顧社會共榮



#### 2024年成果

遠東SOGO舉辦全台最大規模小農展，為小農串接從產地到貨架的最後一哩路，打造永續生態系，獲亞太零售商協會FAPRA社會責任最傑出獎、AREA社會公益發展獎、遠見ESG社會創新楷模獎、ASSET社會創新獎、TCSA社會共融領袖獎、TSAA SDG 12金獎肯定。



## 2.新食器時代5.0：與餐飲專櫃共同倡議「環保餐廳」

響應環境部淨零綠生活計畫，本公司輔導店內餐飲櫃位申請環保餐廳認證，從餐飲櫃位到員工餐廳永續轉型，落實源頭減量、採用在地食材、向顧客推廣惜食點餐等三大方向。截至2024年底，共105家通過認證，占89.7%；新進櫃位陸續於2025年初通過，全台遠東SOGO與遠東Garden City合計98.3%為環保餐廳。



本公司館內餐廳多數取得環保餐廳認證



### 新食器時代歷程



## 選品永續

### 1.SOGOplus — 全台首創ESG線上概念店



本公司於2023年成立全台百貨第一個綠色電商平台SOGOplus，以ESG為核心理念，延續實體百貨的永續選品原則，支持台灣在地品牌、B型企業、青年及女性創業、社會公益，積極打造價值型電商，2024年中秋義賣投入約4萬元，募集468盒喜憨兒月餅致贈偏鄉學童，公益價值逾22萬元，創造5.5倍效益。

#### SOGOplus

SOGOplus 2024年售出SOGO Sustain商品1,337件，年增120%；銷售金額約215萬元，年增54%，占全站業績9%。

SOGOplus多採原箱販售（77%），或鼓勵顧客到店取貨（5%），以減少宅配紙箱與包材，其餘宅配包材均符合環境部「網購包裝減量規定」。

SOGOplus : <https://www.sogo.com.tw/>

## 2.SOGO Sustain · 好物好選

遠東SOGO於2021年11月推出永續選商識別系統〈SOGO Sustain·好物好選〉，每年定期發行2期專刊，嚴選符合環境保護、試圖解決社會問題的永續性商品，讓顧客每次消費都能簡單做出好選擇。2024年〈SOGO Sustain·好物好選〉規劃永續時尚、淨零綠生活主題，全台推薦604項永續商品，觸及199萬人次。

賣場著重推廣永續商品，SOGO Sustain選品貼標，方便選購。此外，也加強推廣環保標章商品，2024年共售出33,683個節能/節水/綠色標章商品。

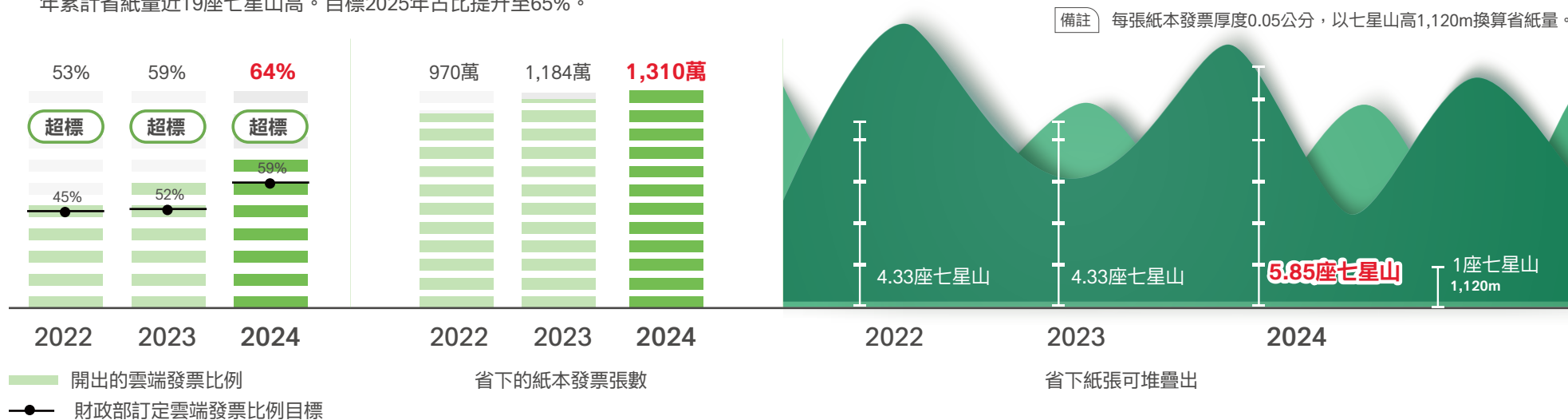
### SOGO Sustain檔期行銷成果



## 行動永續

### 1.雲端發票

財政部訂定2024年雲端發票占比目標59%，本公司全台消費筆數有64%開立雲端發票，省下紙本發票堆疊高度相當於5.85座七星山（台北最高峰，高1,120公尺），近四年累計省紙量近19座七星山高。目標2025年占比提升至65%。





## 2. 志工淨灘

志工社認養專屬淨灘地段，開放員工與眷屬、供應商參與，透過記錄海廢類別，統計數量及重量，量化成果，推廣源頭減量。

- 2024年舉辦3次淨灘，130人次參與。
- 2017~2024年共進行17次淨灘、投入1,708小時，清出近3公噸重垃圾。



## 3. 綠色辦公室

遠東SOGO響應環境部全民綠生活之「綠色辦公室」，以本部大樓為據點，推動「節省能資源」、「源頭減量」、「永續採購」、「環境綠美化」和「宣導倡議」5大指標。

### 5大指標

| 1. 節省能資源                                                                                                                                  | 2. 源頭減量                                                                                  | 3. 永續採購                                                                                                                                                            | 4. 環境綠美化                                                                                                                                                                | 5. 宣導倡議                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>行動方案</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 午休關燈一小時。</li> <li>• 二手紙袋再利用。</li> <li>• 雙面影印。</li> <li>• 電腦設定省電模式。</li> </ul> | <p><b>行動方案</b></p> <p>每月舉辦永續餐飲日，訂購不使用一次性容器的循環餐盒；2024年10月起，改為永續餐飲趴，邀請社創組織或社福團體分享永續理念。</p> | <p><b>行動方案</b></p> <p>落實綠色採購、社創採購、以租代買等永續採購原則，庶務類百分之百在地採購。</p>                                                                                                     | <p><b>行動方案</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 鼓勵種植植物。</li> <li>• 水耕蔬菜架體驗。</li> </ul>                                                                      | <p><b>行動方案</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 辦理ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎。</li> <li>• 全員永續有獎徵答（永續認知調查）。</li> </ul>                                                            |
| <p><b>2024年成效</b></p> <p>響應同仁約120人。</p>                                                                                                   | <p><b>2024年成效</b></p> <p>舉行10次共161人次訂購循環餐盒，31人次參與3場講座。</p>                               | <p><b>2024年成效</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 綠色採購占比7.31%。</li> <li>• 社創採購、以租代買、其他環保商品採購總額逾1,443萬元。</li> <li>• 永續採購總金額近8,740萬元，年成長58%。</li> </ul> | <p><b>2024年成效</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 巡迴各店辦理水耕蔬菜體驗，搭配24場員工活動，400人次參加；與荒野保護協會合作6場節電課程，139人次受訓。</li> <li>• 夏至舉辦內部永續週，自備餐具可領取植栽，送完50份。</li> </ul> | <p><b>2024年成效</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 93人次報名，環境類最佳貢獻案占33%，環境類創新提案占32%。</li> <li>• 永續行動徵文得獎作品40篇，公布於員工公布欄、內部系統。</li> <li>• 900人參加有獎徵答，參與率70%。</li> </ul> |





## 4. 綠色運輸

本公司積極佈局綠色運輸，全台導入智能停車系統，減少取票、停車時間，優化購物旅程的同時，年減逾30公噸碳排及近130萬張紙本停車券；設置18座電動車充電樁，手機QR-Code隨掃隨充，並整合便利支付、客服專線、監管及障礙報修等服務；宅配服務與國內首家取得「產品減碳標籤」之物流業者合作，降低產品配送過程產生的碳足跡。公務車以租代買，車齡皆在10年內，共12台租賃車作為高階主管座車與貨運用車，其中一台為油電混合，減少空污排放，並提升能源使用效率。公務車租賃屆期時，將逐步導入綠色運具。

本公司多數據點位於交通便利處，鼓勵搭乘大眾運輸，針對非座落於交通樞紐的新竹店設置免費接駁車，供員工通勤與顧客搭乘，主要往返火車站。

**2024年107.5萬人次搭乘，減碳127.2噸**

### 接駁車歷年接送人次與減碳量

| 年度                         | 2022 | 2023  | 2024  |
|----------------------------|------|-------|-------|
| 中壢店(萬人次)                   | 0.8  | --    | --    |
| 新竹店(萬人次)                   | 79.6 | 106.1 | 107.5 |
| 合計(萬人次)                    | 80.4 | 106.1 | 107.5 |
| 預估減碳量(公噸CO <sub>2</sub> e) | 95.0 | 125.5 | 127.2 |

- 備註 1. 減碳量=(總人次/每4人小客車\*往返公里數\*小客車40公里時速行駛省道排放係數)-(總人次/每40人一台公車\*往返公里數\*市區公車40公里時速行駛市區道路排放係數)。排放係數引用來源為108年交通建設計畫經濟效益評估手冊。
2. 因搭乘人數減少，中壢店接駁車於2023年中止服務。

### 各店綠色運輸（各店導入智能停車）

#### 忠孝館 復興館

- 鄰近捷運忠孝復興站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 停車場設置充電樁，忠孝館2座，復興館4座

#### 敦化館

- 鄰近捷運忠孝復興站、忠孝敦化站，鼓勵搭乘大眾運輸

#### 天母店

- 鄰近捷運芝山站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 停車場設置充電樁4座

#### 大巨蛋

- 鄰近捷運大巨蛋站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 停車設施由遠雄管理

#### 中壢店

- 停車場設置充電樁4座

#### 新竹店

- 設有接駁車，接駁顧客往返火車站（新竹客運北站）及新竹店
- 停車設施由巨城購物中心管理

#### 高雄店

- 鄰近捷運三多商圈站，鼓勵搭乘大眾運輸
- 停車場設置充電樁4座



## 5. 空氣品質管控

遠東SOGO屬應符合室內空氣品質管理法之公告場所，定期進行相關檢測，各項數值符合標準，天母店及復興館為臺北市室內場所空氣品質場所認證金級。

| 可燃性氣體(瓦斯)檢查 | 空調設備濾網清洗 | 冷卻水塔清洗滅菌 |
|-------------|----------|----------|
| 每天          | 每3個月     | 每半年      |
| 空調主機大保養     |          | 室內空氣品質檢測 |
| 每年          |          | 每2年      |

## 不廢永續

### 1. 超市、餐飲與宅配包材減量

自營超市生鮮全面推動包裝減量，並減少塑膠包材，或以其他材質取代；宅配包材符合網購包減量規範，並優先使用二手紙箱。

#### 2024年減塑成果

|      |      |                                                       |
|------|------|-------------------------------------------------------|
| 源頭減量 | 購物袋  | Fresh Club會員自備購物袋且發票存載具，消費滿500元贈10點，贈出326,260點，年成長4倍。 |
|      | 超市包裝 | 75%生鮮托盤採生物可分解塑膠PLA材質。                                 |
|      | 飲料杯  | 全台45家餐飲櫃位推出自備環保杯折價活動，共節省9萬個紙杯。                        |
| 循環利用 | 宅配   | 使用2.7萬個紙箱，77%為二手再利用，年增11個百分點。                         |

#### 自營超市包裝減塑量

| 年份 | 2022 | 2023 | 2024 |
|----|------|------|------|
| 公噸 | 1.61 | 1.3  | 0.9  |

- 備註
- 減量方式依環境部要求，以「改用替代容器之產品」及「不使用容器包裝之產品」分別乘上個數與重量後估算。
  - 已汰換品項不重複計算，故減塑量逐年遞減。
  - 2023年數據重編。

### 3. 銷貨明細與信用卡簽單整併

遠東SOGO一年信用卡消費將近1,000萬筆，每次交易至少印出一張簽單和一張銷貨明細，熱感應紙不可回收再利用，為減低環境傷害，遠東SOGO與聯合信用卡中心合作，於2023年8月開始，將銷貨明細與信用卡簽單內容整併在同一張，每筆消費縮減7公分熱感紙，累計至2024年底已節省長度1,040公里、相當於2.78座中山高速公路的感熱紙。

2.78  
HIGHWAY

累計至2024年底已節省長度1,040公里  
相當於2.78座中山高速公路的感熱紙

### 2. 鼓勵回收

遠東SOGO近年化妝品類業種營收約占總營收超過一成，僅次於精品，製造的空瓶垃圾可觀，故全台推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動，持化妝品或香氛正貨空瓶至專櫃回收，每個可獲HAPPY GO 3點。此外，天母及新竹店鼓勵回收廢電池，2024年共回收5.3萬顆，送出2.6萬點。

#### 化妝品空瓶回收活動



## 4. 推動紡織循環

受環境部資源循環署之邀，遠東SOGO成為「永續時尚聯盟」創始會員，後又跨產業加入「紡織循環聯盟」、「8+N資源循環聯盟」，透過百貨通路的影響力，改變消費市場風氣與購物習慣。2024年舉辦「全台第一場可追蹤衣服去向的舊衣活動」，兩天募集超過7千件衣服，5.9%贈予伊甸基金會進行義賣、16.5%由伊甸基金會轉予需求個案，不可再利用的則委由回收廠進行織材再製、降級回收、做成燃料棒等，網頁即時更新數據，讓消費者知道衣服去了哪，藉此鼓勵盡量選購回收價值大的單一材質纖維服飾，以提升資源循環利用率。



永續時尚  
SUSTAINABLE  
FASHION

遠東SOGO敦化館於2024年4月舉辦舊衣回收，430位消費者參加，募集5,778件衣服，計算單一材質纖維再利用價值，約減碳7,341公斤。



## 永續教育

本公司以「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。2024年投入近2,770萬元，舉辦68場永續共創活動，7.8萬人次參與，33.5萬人次受益。

### 1. 親子活動扎根永續教育

本公司深信永續教育應從小扎根，透過多元親子活動，讓生態與環保意識自然融入生活。各店每月舉辦ThanQ Club生日會時，不僅開發創新體驗，也融入環境永續概念，讓孩子在遊戲中學習，將永續知識轉化為生活習慣。天母店響應世界地球日及參與國際活動「Open House Taipei打開台北」，開放百貨頂樓讓消費者參觀，帶領民眾親身體驗百貨的永續設施。透過專人導覽，參與者近距離了解太陽能板與雨水回收系統如何應用於百貨營運，從實際案例認識永續管理的重要性。

中壢店與桃園市政府環境保護局攜手舉辦「淨零綠生活，小行動大永續」活動，透過繪本閱讀，以生動故事引導孩童思考環境挑戰，並學習如何在日常生活中實踐環保行動。



天母店開放頂樓，讓民眾認識百貨的綠色措施。



中壢店藉由繪本閱讀讓小朋友思考日常生活中的永續行動。

### 2. 推廣永續飲食

本公司攜手太平洋崇光文教基金會連續5年舉辦競賽推廣永續飲食，五屆以來，投入千萬資金，觸及超過7,500萬人次，讓永續料理成為全民運動，並培育出100位綠色大廚。賽事結合低碳營運，透過大帶小模式推動供應鏈管理，發揮永續影響力，讓同仁、顧客、百貨餐廳在參與過程中提升氣候韌性，詳見〈5.1.2社會參與成果〉。







# 3.

## 安心服務力

本公司以業界「服務評價最好」為目標，融合日系百貨的細膩、國際百貨的視野、在地百貨的親和力，創造有溫度與質感的服務，七大分眾club滿足全客層需求，嚴格把關產品，強化消費者信任，打造百貨界「食安管理」典範。

8 尊嚴就業與  
經濟發展



12 負責任的  
消費與生產



### 打造安心賣場

- 81.3%的顧客對本公司整體商品安全感到滿意
- 93.5%的餐廳通過「GHP食品良好衛生規範」認證，其中97%為「優級」
- 遠東SOGO各據點「飲用水質及食用冰塊檢驗」100%合格
- 零售唯一、連續12年獲「臺北市勞動安全獎」

### 提供有質感的服務

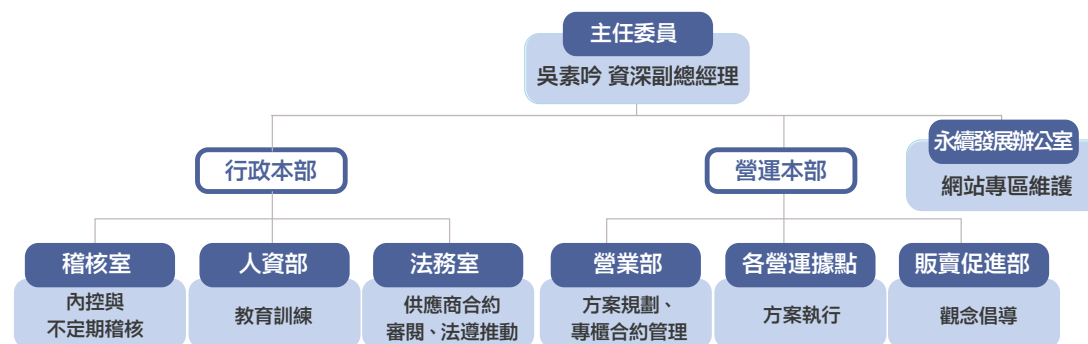
- 88.6%的顧客滿意本公司的商品與服務
- 獲「臺灣服務業大評鑑」金牌
- 獲「臺灣客服中心評鑑」金牌企業
- 獲「第七屆網路口碑之星」百貨零售類一領航創新獎



## 3.1 商品安全管理

### 3.1.1 商品安全管理與架構

本公司於2015年成立「商品安全促進委員會」，為顧客把關，同時降低營運風險。委員會隸屬於「企業永續委員會」，層級高於行政部門與營運部門，由總經理吳素吟擔任主委，成員由各店店長、營業部、販賣促進部、人資部、法務室、稽核室與永續發展辦公室組成，推動商品安全管理計畫之各項工作及教育訓練，讓商品安全管理從營業本體串聯利害關係人，持續落實商品安全和食品衛生管理，並以〈永續條款〉約束廠商，藉此呼應SDG 12責任消費與生產。



### 3.1.2 商品管理機制與行動方案

「商品安全」與「服務品質」為百貨零售業永續營運核心，本公司嚴格把關，所有商品經過健康和安​​全衝擊評估，確保對消費者無顯著負面影響，檔期贈品要求供應商提供第三方檢驗報告，並於ESG網站「商品安全」專區公布商品檢驗、原物料來源等資料；合約明訂〈永續條款〉，更主動鎖定「商品標示」、「餐飲衛生」2大面向定期檢驗與優化。

| 項目   |                                                                   | 🔍 商品標示檢查                                                                                             | 🔍 餐飲衛生檢查                                                                                                          |
|------|-------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 內容   | 制定商品定期檢查流程，掌控上架商品安全。                                              | 自營超市嚴格控管商品標籤，進貨以批次為單位，100%落實檢核，確認產地、價格及保存期限等資訊，且與進貨單據核對，確保標示正確。                                      | 依循台北市衛生局〈餐飲業衛生管理自主檢查〉規範，每日進行5大類、72項自主檢查，每週全面評核，實踐衛生管理，評核結果作為優良櫃位表揚依據。                                             |
| 推動方式 | <b>化妝品管理</b><br>重申化妝品上架商品管理原則與定期檢查流程，保證販售使用期限一年以上化妝品、確保架上試用品於效期內。 | <b>一般商品管理</b><br>① 每日超市標籤查核：補貨時，針對各走道商品進行數次標籤檢查，對產地、價格及保存期限特別謹慎，輔以抽檢查核。<br>② 設定進貨標籤分期標示及架上試用品定期檢查辦法。 | ① 輔導餐飲櫃位申請食品良好衛生規範(GHP)驗證。<br>② 餐飲櫃位100%定期檢驗飲用水質及食用冰塊，並通過當地主管機關衛生局抽驗。檢驗項目包含：大腸桿菌群、總落菌數、濁度、色度、硝酸鹽氮、亞硝酸鹽氮、PH值、生菌數等。 |

| 項目      | 商品標示檢查                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 餐飲衛生檢查                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 重點專案    | 化妝品商品安全檢查                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 餐飲衛生安全檢查                                                                                                                                                                                                                               |
| 2024年成效 | <p><b>化妝品管理</b></p> <p>每月全省化妝品檢查項目：</p> <p>①完整中文標示及成分標示。</p> <p>②SOGO標籤完整。</p> <p>③產品效期：試用品效期內、正品一年以上。</p> <p>各據點抽檢不合格率<b>0.36%</b>，不合者限期改善。</p> <p><b>一般商品管理</b></p> <p>①自營超市生鮮蔬果產地溯源標示清楚供消費者查詢；提供100%安心食材。</p> <p>②農業部「農村發展及水土保持署」自2014年起選拔「農村好物」，獲選需符合使用臺灣在地原物料、合法場域生產、符合衛生安全法規及完整包裝標示等。截至2024年農村好物選拔迄今邁入第九屆，已選出<b>393項產品</b>，共有<b>264家業者獲選</b>；遠東SOGO自2022年起與水保署合作舉辦市集推廣。</p> <p>③全台各營運據點與政府、農社企、社創合作，舉辦<b>13場小農市集</b>，讓小農直接對接消費者，同時鼓勵消費者支持在地農業，對農產品及品牌有進一步的認識和信任。</p> <p><a href="#">詳第二章、永續環境力</a></p> | <p>①全台餐廳<b>93.5%</b>通過GHP認證，未完成認證者，為仍在查核作業或新進櫃位。</p> <p>②飲用水質及食用冰塊檢驗：遠東SOGO各營運據點應受檢櫃位<b>158個</b>，<b>合格率100%</b>；遠東Garden則因分區開幕，未能一次送檢，預計2025上半年檢測。</p> <p>③定期清查餐飲專櫃責任險保單；簽約/換約時廠商需附最新責任險保單；臺北五店因應北市法規全數投保產品責任險、公共意外險，40坪以上加保食物中毒險。</p> |

#### 化妝品管理辦法



#### 進貨標籤分期標示

- ①自營商品進貨期號以 A~Z 標示。
- ②半年為區間。
- ③現場清楚辨識進貨期。



#### 商品銷售先進先出

- ①半年度盤點。
- ②採分期分區盤點。
- ③不同期別不能混淆放置。



#### 保存期限定期檢查辦法

- ①每周一、四檢查試用品。
- ②試用品到期即時下架。
- ③每月初盤點時檢查販售商品保存期限。
- ④如出售的商品效期末滿一年，則該商品免費贈送顧客。
- ⑤檢查負責人：各營業據點營業課長。



更多資訊至本公司ESG官網 → 「安心服務力」

## 針對利害關係人需求規劃「商品安全」行動方案

| 利害關係人                                                                                                         | 商品安全行動方案內容                                                                                                                                                                                                                                                                | 顧客回饋                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>供應商</div>               | <ul style="list-style-type: none"><li>● 建置商品安全專區</li><li>● 輔導餐飲櫃位申請GHP</li><li>● 自主衛生管理 <a href="#">詳3.1.3餐飲安全衛生管理</a></li><li>● 輔導餐飲專櫃定期檢驗飲用水質及食用冰塊，並通過當地主管機關衛生局抽驗</li><li>● 輔導餐飲專櫃通過環保餐廳認證</li><li>● 制定商品定期檢查流程</li><li>● 強化商品溯源、引進環境友善品牌</li><li>● 導入供應商評鑑機制</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 本公司商品安全管理，2024年整體滿意度達81.3%，安全管理作為深受消費者肯定。「打造安全的賣場環境」(82.8%)和「餐廳/美食街全面拒用美耐皿及一次性餐具」(82.6%)皆獲得超過8成消費者滿意度。而知悉各項作為的消費者評價，皆有9成上下的高度滿意。</li><li>● Fresh Club超市會員達6.7萬人，會員人數較去年成長7.25%</li></ul> <div>「商品安全」整體滿意度<br/>81.3%</div> <div>「打造安全的賣場環境」滿意度<br/>82.8%</div> <div>「餐廳/美食街全面拒用美耐皿及一次性餐具」滿意度<br/>82.6%</div> <div>知悉上述作為的消費者對各項內容的滿意度<br/>90%</div> <div>Fresh Club超市會員人數成長<br/>7.25%</div> |
| <div>顧客</div>                | <ul style="list-style-type: none"><li>● 於自媒體推廣商品安全知識、永續消費理念</li><li>● 透過店內永續選商識別系統(SOGO Sustain·好物好選)、百貨綠色電商SOGO plus，及各檔期DM，推廣在地優質好物與永續消費理念</li><li>● 於ESG網站設商品安全專區，揭露週年慶禮贈品資訊</li></ul>                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 74%顧客表示，會優先選擇到遠東SOGO百貨購買商品。</li><li>● 61.9%顧客認知「遠東SOGO推動永續消費、推薦永續商品(如：舉辦小農展或社創展、推出「SOGO Sustain好物好選」永續選品)」。</li></ul> <div>優先選擇至本公司購買商品的顧客占比<br/>74%</div> <div>認知本公司推動永續消費的顧客占比<br/>61.9%</div>                                                                                                                                                                                           |
| <div>員工</div>              | <ul style="list-style-type: none"><li>● 設置ESG貢獻獎與創新提案獎，鼓勵同仁實踐永續，並優化現行措施</li><li>● 安排講習與管理課程</li><li>● 要求落實商品查核機制</li></ul>                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"><li>● 90.2%顧客認同「遠東SOGO百貨是一家值得信任的百貨」。</li></ul> <div>顧客認同本公司值得信賴的比率<br/>90.2%</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <div>社會<br/>(社區與媒體)</div>  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 推廣商品安全與永續消費新知、國際倡議</li><li>● 舉辦宅料理競賽，推廣健康與低碳飲食</li><li>● 依循CSR(關懷Caring、永續Susability、信賴Reliability)主軸，於全台各據點舉辦公益活動，促進社會參與</li></ul> <a href="#">詳第五章、社會影響力</a>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>● 78.1%顧客滿意「遠東SOGO百貨提倡綠色飲食的作為」。</li><li>● 81%顧客滿意「遠東SOGO百貨提倡綠色消費意識」。</li></ul> <div>「提倡綠色飲食」顧客滿意度<br/>78.1%</div> <div>「提倡綠色消費意識」顧客滿意度<br/>81%</div>                                                                                                                                                                                                                                         |

## 問題商品下架

本公司在2016年成立「商品安全監測網」，透過通訊軟體串聯相關單位，當主管機關要求抽檢，或專人每日進行媒體與政府資訊監測，發現問題商品新聞時，立即啟動「問題商品風險監控程序」，由問題商品風險控管小組追蹤處理結果。如未違反相關法規但為爭議性商品，透過合約條款規範，視情節要求供應商配合預防性下架，並秉持顧客至上與誠信原則，提供退換貨管道。2024年發生1起商品下架事件，已加強宣導，避免再度發生。

### 2024年商品下架事件

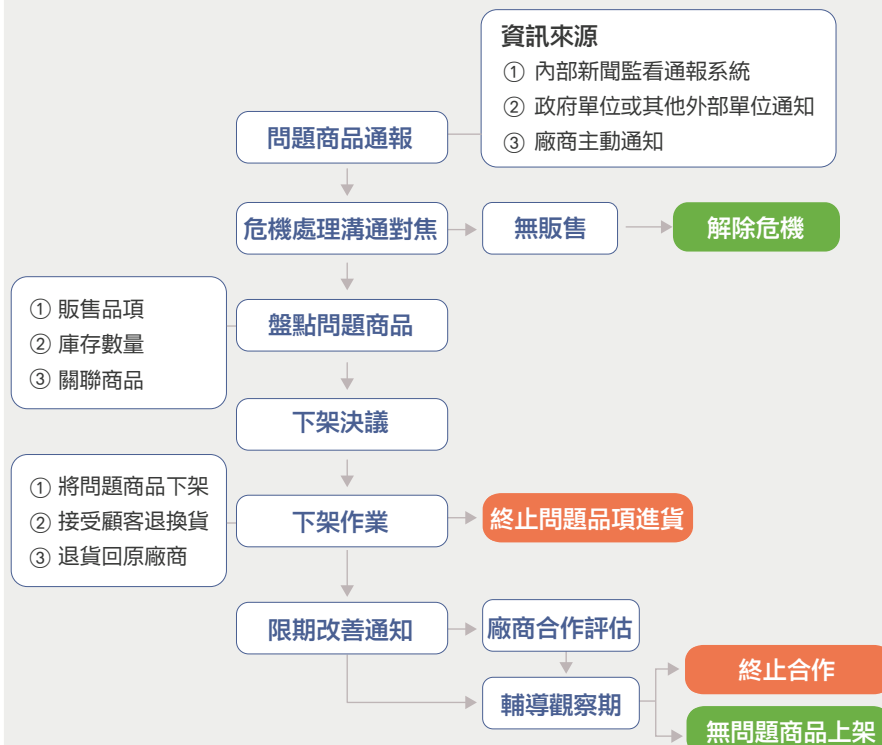
| 營業據點   | 法規        | 下架緣由                                           | 改善辦法                                                                   |
|--------|-----------|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| 台北店忠孝館 | 食品安全衛生管理法 | 北市衛生局公布市售生鮮蔬果抽驗結果，其中忠孝館販售「玉荷包」、「韭菜花」殘留殺菌劑、殺蟲劑。 | 超市立即將兩項商品下架，同時啟動溯源，嚴正告知進貨廠商提出相關檢驗證明並改善檢驗流程，否則不予該廠商再進貨；並確認其他販售商品衛生安全無虞。 |

### 召回事件

若發生商品召回事件，於接獲通報後緊急下架，與惡意業者暫停或停止合作，並配合退換貨處理。

2024年無發生召回事件

### 商品安全監測網





### 3.1.3 餐飲安全衛生管理

本公司重視顧客「食的安全」，2020年即擬定《遠東SOGO百貨餐飲安全衛生管理辦法》，訂定相關單位權責分工；並依GHP規範，制訂5大類18項72條管理項目，將輔導餐飲專櫃通過GHP設為年度重大目標。

餐飲安全衛生由餐飲專櫃每日自主檢核，並安排每日巡檢，相關部門定期督導，每月舉辦由餐飲部門、工務部門、警備部門及相關單位的聯合巡檢，檢查不合格者，將持續複查至缺失改善。

#### 餐飲安全衛生管理檢查事項與頻率

| 檢查項目                                                                                               | 頻率  | 檢查內容                                                                                                                                                      | 負責單位                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
|  餐飲衛生管理自主檢查       | 每日  | 依GHP規範要點檢查項目21項。                                                                                                                                          | 餐飲專櫃自主檢查<br>餐飲主管巡檢複查 |
|  水、電、瓦斯、消防等安全設備督導 | 每2周 | 滅火設備與安全門檢查、人員操作測驗。                                                                                                                                        | 工務部門、警備部門            |
|  餐飲水電聯合巡檢        | 每月  | <ul style="list-style-type: none"> <li>包含GHP規範項目5大類18項72條的管理項目，包含人員服儀及衛生行為、作業場所清潔維護及病媒防治、設備與器具的清潔管理、原物料的採購驗收與貯存、製備過程與品質管制等。</li> <li>水電瓦斯消防檢查。</li> </ul> | 餐飲部門、工務部門、警備部門       |
|  餐飲衛生管理稽核       | 不定期 | 權責單位是否按規定作業。                                                                                                                                              | 稽核室                  |



## 3.2 顧客關係與服務

### 3.2.1 顧客關係管理與溝通

#### 貼心的服務體驗

太百以業界「服務評價最好」為目標，創造有溫度、質感的服務。

##### 開閉店招呼



##### 「每日招呼」

歡迎光臨、謝謝您的惠顧。

##### 「誠摯招呼」

值班主管與顧客服務人員鞠躬45度誠摯招呼。

##### 電梯接待服務



##### 電梯先生小姐

忠孝館保有「電梯先生、小姐」的服務特色與傳統

##### 「電梯語錄」

周到的服務敬語接待每位顧客。



##### 服務台



回應顧客諮詢、訴願處理

##### 「貼心服務」

外幣兌換、輪椅/嬰兒車借用、行動電源/USB出借、郵票代售、遺失物/拾得物處理等。

##### 「傳染病因應」

提供口罩、酒精等供民眾使用。

## 多元溝通

遠東SOGO透過多元管道與利害關係人議合，以善意啟動社會向上的力量。

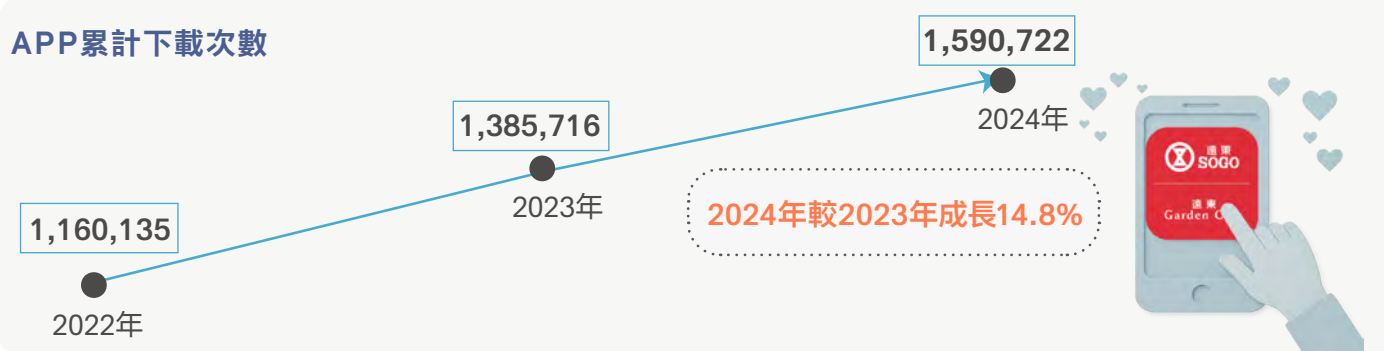
| 溝通管道      | 績效說明                                                                              | 網址                                                                                   |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| ESG 官網    | 內容集結永續新訊、企業永續報告書、商品安全專區(百貨第一個於ESG網站中設置商品安全專區)、公益活動、榮耀與肯定等。<br><b>2024年逾4萬人次瀏覽</b> |   |
| ESG FB粉絲團 | 利用社群媒體即時、易於分享、轉載，且粉絲高黏著度的特性，即時揭露公益消息、永續新知。<br><b>2024年發表116則貼文，觸及3萬人次</b>         |   |
| 各營運據點之自媒體 | 搭配國際永續節日及各SOGO Sustain檔期，發出永續消費之倡議圖文。<br><b>各店粉專共觸及24萬人次</b>                      |  |



## 串接購物旅程的數位創新

本公司APP整合數位服務，包含HAPPY GO會員集點、停車折抵、電子折價券/抵用券/來店禮兌換，及各店優惠訊息公告，推廣綠色行動，減少紙本印刷，會員數於2024年底突破159萬，較2023年成長14.8%。

### APP累計下載次數



## 意見回饋管理

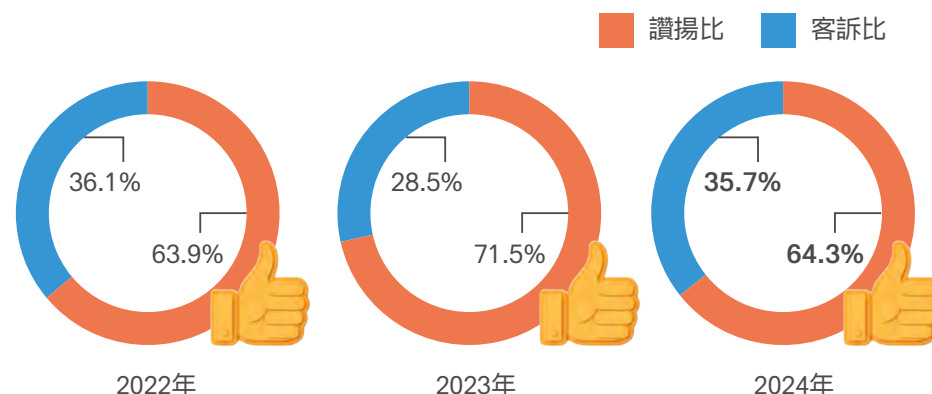
太百是國內首家引進日本服務管理的百貨，2010年在高雄成立客服中心，接管各分店電話。目前包括高雄客服中心7人，以及全台顧客服務課和貴賓服務課一線人員，共135名客服人員，秉持「解決顧客疑難或提出替代方案」的服務概念，為顧客主動考慮下一步。新人從報到至上線需經40天的培訓週期，每年安排二天一夜外訓。

2024年，客服中心接到14.3萬通電話，每一位客人所需的服務，都是由專人負責，並且在72小時內進行後續進度追蹤與服務。本公司訂有〈顧客意見回饋處理程序〉，建置e化管理系統，由客服中心建檔、追蹤、改善服務品質。2024年列案398件，其中256件為讚揚（占64.3%），較2023年減少7.2個百分點，其他142件為客訴（35.7%），多為服務人員作業程序失當、服務態度及應對用語不佳等，遠東SOGO每月檢核，持續強化教育訓練。

第一線面對顧客的服務人員，與客服中心保持「零時差」任務交流，隨時透過「全省顧客服務中心」瞭解各店顧客情況，也會視需求啟動「跨區服務」來滿足顧客各項需求。近年來，本公司更設置「智能客服」，在官網上針對簡單的查詢項目，包含營業時間、各樓層品牌資訊、點數兌換或是電商購物等資訊，可以讓顧客簡單快速的查閱，提供整合式、最完整的顧客360度的體驗，不管從線上或是線下給予最即時周到的服務。

太百今年再獲第三屆「臺灣客服中心評鑑」百貨及購物中心金牌獎，以「網站資訊多元，有效解決問題」、「重視顧客意見，快速聯繫回覆」、「貼心顧客需求，傳達品牌優勢」等三項關鍵性服務獲得肯定，成為百貨第一。

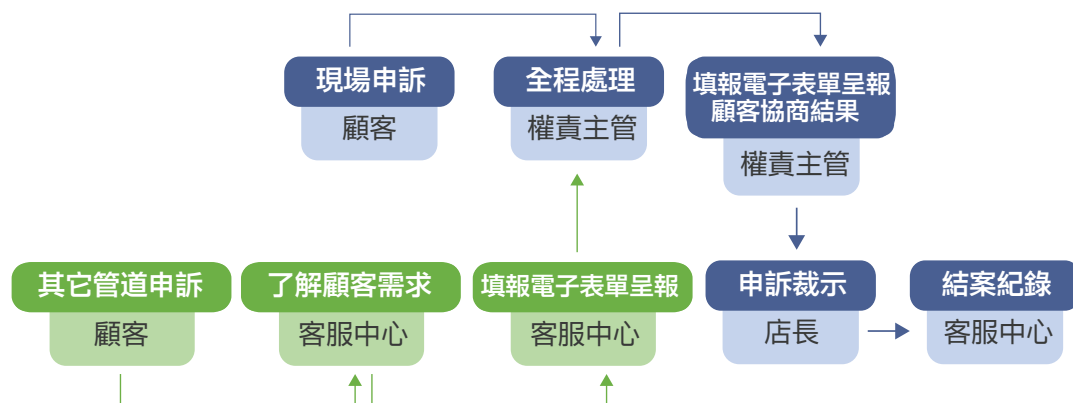
### 歷年顧客意見回饋統計



### 顧客意見回饋管道

|                   |                                       |                                                       |
|-------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 至各店服務台或貴賓廳親自傳達    | 台北三館 02-2776-5555<br>天母店 02-2776-5555 | 中壢店 03-422-7000<br>新竹店 03-620-0000<br>高雄店 07-338-1000 |
| 於各店填寫顧客意見表        | 線上留言板                                 |                                                       |
| 免付費專線 0800-212002 | 各店FB粉絲專頁                              |                                                       |

## 顧客意見回饋處理程序



## ESG 顧客滿意度與議題影響力調查

太百委託市調公司了解顧客意見，以HAPPY GO會員為母體，針對2024年1月1日至12月31日曾至本公司營運據點消費／集點至少一次以上者，抽樣1068人（95%信心水準下，抽樣誤差為±3.0%），就品牌消費力、公共參與力、創新管理力等三大構面，執行ESG顧客滿意度與議題影響力調查。

|                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div data-bbox="152 1086 255 1187"></div> <div data-bbox="163 1197 259 1267">品牌消費力</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 整體滿意度<br/>88.6%</li> <li>● 未來購買意願<br/>69.6%</li> </ul> | <div data-bbox="817 1082 909 1182"></div> <div data-bbox="817 1197 913 1267">公共參與力</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>86.9%</b> 顧客知曉遠東 SOGO 發行電子禮券／抵用券、eDM 電子報、鼓勵消費者發票存載具等相關作為，並有<b>83.6%</b> 滿意遠東 SOGO 推動無紙化作業。</li> <li>● <b>81.0%</b> 顧客滿意遠東 SOGO 百貨提倡綠色消費意識。</li> <li>● <b>72.1%</b> 顧客知曉遠東 SOGO 百貨舉辦社會關懷活動的作為（如：連續 12 年舉辦「少年楷模徵選」表揚逆境兒童、每年舉辦「耶誕心願圓夢計畫」；二手物捐贈公益團體等活動。）</li> </ul> | <div data-bbox="1496 1082 1574 1182"></div> <div data-bbox="1485 1197 1588 1267">創新與管理力</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 有 <b>82.2%</b> 的顧客知曉「SOGO APP 整合多種功能」，顯示 SOGO APP 成功塑造消費者熟悉的數位服務形象，並有效滲透日常消費體驗。</li> <li>● 本公司透過各項商品安全措施提升消費者信任感，其中以「落實擺放危險警示標語」擁有 <b>87.4%</b> 的認知度最高。</li> <li>● 而多元申訴管道也在 2024 年達到 <b>98.0%</b> 的高認知度，顯示消費者普遍了解品牌所提供的意見反映機制。超過兩成消費者曾透過申訴管道維護自身權益或提供意見，在維護顧客關係上展現一定成效。</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



永續議題影響力

ESG意識高漲的環境下，消費者對企業的永續發展作為提出更高期待。消費者最關注管控商品品質，提供安全且優質產品 (91.1%)，重視資訊安全，保障顧客個人隱私 (89.9%)，且為顧客打造安心賣場，提供安全的商場空間 (89.8%)。以滿意度觀察，可發現消費者對於管控商品品質 (81.3%) 最有感，對遠東SOGO百貨提供安全、優質產品方面的努力獲得消費者高度肯定。

進一步分析消費者在各項議題的重視程度及評價，透過座標落點觀察，商品安全、安全賣場及消費者權益是近兩年多數消費者重視的，且為太百滿意度評價較佳的議題。然而，市場環境受數位轉型加速影響，消費者對於個資保護與交易安全的重視度同步攀升，此面向雖同樣為顧客關注的議題，但目前滿意度評價仍偏低，顯示太百在資訊安全及數位交易保障方面雖有相對應的投入，然顧客滿意度較低，顯示未來應強化宣傳與資安推廣等作為，提高顧客的認知與好感。

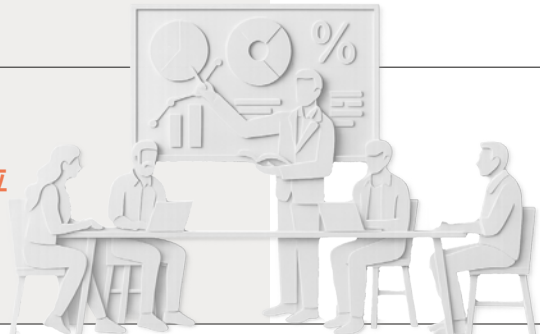


|                               | 重視程度(T2B) |       |       |       | 表現滿意度(T2B) |       |       |       |
|-------------------------------|-----------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|
|                               | 2024年     | 2023年 | 2022年 | 2021年 | 2024年      | 2023年 | 2022年 | 2021年 |
| 我認為遠東SOGO百貨應管控商品品質，提供安全且優質產品  | 91.1%     | 93.0% | N/A   | N/A   | 81.3%      | 82.7% | 82.9% | 81.5% |
| 我認為遠東SOGO百貨應重視資訊安全，保障顧客個人隱私   | 89.9%     | 93.4% | N/A   | N/A   | 70.9%      | 72.0% | 71.4% | 73.5% |
| 我認為遠東SOGO百貨應打造安心賣場，提供安全的商場空間  | 89.8%     | 93.3% | 95.8% | 89.2% | 82.8%      | 86.9% | 83.7% | N/A   |
| 我認為遠東SOGO百貨應保障消費者權益與意見回饋機制    | 88.8%     | 92.8% | 95.5% | 77.4% | 79.2%      | 81.1% | 79.5% | 79.0% |
| 我認為遠東SOGO百貨應擔起輔導並管理供應鏈與廠商的責任  | 87.1%     | 91.8% | 93.5% | 83.0% | N/A        | N/A   | N/A   | N/A   |
| 我認為遠東SOGO百貨應發揮通路影響力，實踐永續      | 87.0%     | 91.6% | 92.4% | 72.4% | 77.8%      | 79.7% | 72.4% | N/A   |
| 我認為遠東SOGO百貨應實踐環保理念，推動環境保護作為   | 86.7%     | 91.4% | 93.3% | 76.6% | 77.5%      | 75.3% | 81.6% | 79.2% |
| 我認為遠東SOGO百貨應與時俱進，提供創新的數位科技服務  | 85.3%     | 90.6% | 94.4% | 76.5% | 73.4%      | 76.0% | 76.0% | N/A   |
| 我認為遠東SOGO百貨應致力於打造性別平等、多元包容的職場 | 85.1%     | 89.6% | N/A   | N/A   | N/A        | N/A   | N/A   | N/A   |
| 我認為遠東SOGO百貨應積極推廣藝術文化或關懷弱勢     | 82.0%     | 87.5% | 88.1% | 70.0% | 69.7%      | 70.9% | 78.0% | 74.0% |

## 3.2.2 服務管理政策與檢核

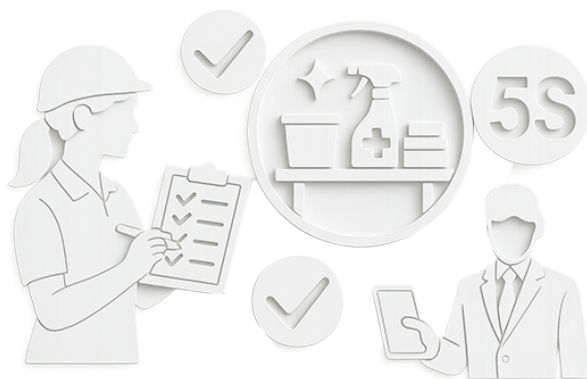
### 服務管理政策與檢核

遠東SOGO全體同仁與專櫃夥伴遵守服務座右銘「微笑、活潑、敏捷」，提供親切服務，以贏得顧客信賴。

| 階段                                                                                               | 項目     | 內容                                                                                       | 單位                                                                                                                                                            | 人次/通過率 | 說明                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------------------|
| <b>培訓</b><br>   | 常訓     | 服務台與電梯服務人員訓練。                                                                            | 受訓人次                                                                                                                                                          | 627    | 顧客服務課職能培訓。        |
|                                                                                                  | 外訓     |                                                                                          | 受訓人次                                                                                                                                                          | 52     | 顧客服務課外訓。          |
|                                                                                                  | 服務強化教育 | 被訴願自營、專櫃同仁。                                                                              | 受訓人次                                                                                                                                                          | 2      |                   |
| <b>檢核</b><br>   | 小組競賽   | 每二個月辦理小組競賽，抽測服務水準，如消防安全競賽、優質禮儀競賽、店內指引競賽，每櫃（忠孝館/復興館）或每單位/樓層（其他外店）派代表抽測，確認同仁對賣場熟悉度，保障顧客安全。 | 受訓人次                                                                                                                                                          | 25,392 | 以櫃位數統計，一櫃為一位受測人員。 |
|                                                                                                  |        |                                                                                          | 首次測驗通過率                                                                                                                                                       | 96%    | 所有單項通過率之平均。       |
| <b>管理</b><br> | 走動式管理  | 宣傳檔期、新品及永續新知；巡檢專櫃，提高一線人員的服務技能和服務意識。                                                      | <b>檢核成效</b><br><ul style="list-style-type: none"> <li>● 每日朝會宣讀《朝會日報》，傳遞產品新知及樓面人員應知的事。</li> <li>● 樓面管理人員每日3~5次巡檢。</li> <li>● 樓面設置「貼心小站」提供服務及處理突發狀況。</li> </ul> |        |                   |
| <b>表揚</b><br> | 優良服務之星 | 每月表揚優良服務之星，張貼海報於公布欄，分享其工作心得，發揮正向影響力。由各店店長寄發致謝函給品牌廠商，感謝廠商派駐之服務人員具備優良的服務態度及專業能力。           | <b>2024年共表揚100位優良服務之星</b>                                                |        |                   |

## 3.3 商場安全維護

### 3.3.1 環境安全衛生管理



太百重視安全衛生管理，定期巡檢重點為環境衛生與5S自主管理，每月由行政副總召開全台安全衛生會議，檢討巡檢發現之缺失。

各據點備有緊急發電機，停電時可立即啟動備援，提供賣場約25%照明電力，以及電梯與樓梯間照明設備，確保顧客行動安全。各據點配合政府主管機關執行「法定傳染病防治專案」，自主管理衛生，打造安全、安心的工作與購物環境。

2024年無違規事件



| 類別   | 執行項目                    | 檢測頻率 |
|------|-------------------------|------|
| 友善管理 | 哺乳室檢查                   | 每日   |
|      | AED                     | 每日   |
|      | 各單位急救箱檢查                | 每季   |
| 公安管理 | 逃生安全動線檢查、消防安全設備自主檢查     | 每日   |
|      | 大型冷藏室安全開關檢查             | 每日   |
|      | 用電設備安全檢查                | 每月   |
|      | 可燃性氣體檢查                 | 每日   |
|      | 配合消防局進行兩次消防驗證及演練作業(含專櫃) | 每半年  |
| 設備管理 | 高壓變電站空調機房巡查             | 每日   |
|      | 空調設備濾網更換                | 每半年  |

| 類別           | 執行項目                                              | 檢測頻率 |
|--------------|---------------------------------------------------|------|
| 專業維護<br>(委外) | 病媒防治                                              | 每週   |
|              | 電梯/電扶梯整體維護檢修                                      | 每月   |
|              | 飲用水質檢測(依法規抽樣)                                     | 每季   |
|              | 高壓電氣設備保養及檢測、飲用水水清洗、冷水塔清洗滅菌及檢測                     | 每半年  |
|              | 消防設備安全檢測申報                                        | 每半年  |
|              | 二氧化碳作業環境檢測                                        | 每半年  |
|              | 發電機維護檢修、高低壓盤紅外線攝影及高壓變壓器局部放電檢測、空調主機大保養(含顯像儀及震動儀檢測) | 每年   |
|              | 建築物公共安全檢查簽證及申報                                    | 每年   |
|              | 室內空氣品質檢測                                          | 每2年  |

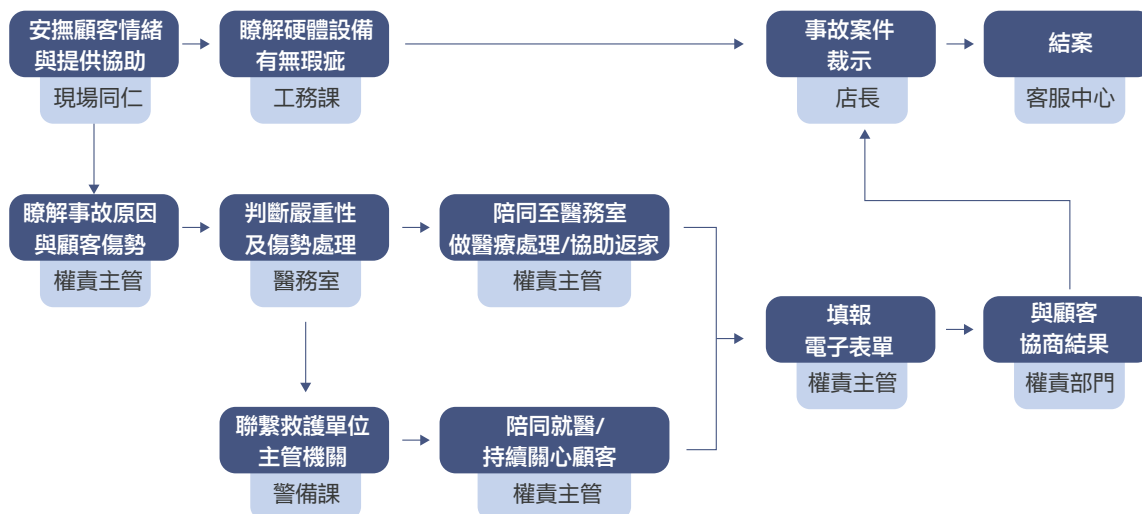
### 3.3.3 顧客安全

本公司重視顧客安全，半年進行一次消防安全靜態及動態演練，復興館與天母店為「消防安全自主管理優良場所」，台北店三館與大安區公所簽署合作防災備忘錄。

同仁緊急應變處理亦為服務訓練之重點，各店設有AED儀器，且為政府認證安心場所，推動千人防護計劃，兩年全員回訓一次急救課程，2023年舉辦43場，2,670人次完訓。2025 年將全員再度回訓，進一步提升賣場安全防護能力。

若賣場發生意外事件，由現場同仁安撫顧客，立即通報權責主管，醫務室、警備課與工務課同步展開應變。所有受傷案件皆須填報電子表單，列案管理，由客服中心追蹤，持續關心並協助，店長確認處理完善，並依據受傷類型檢討及改善。2024年發生30起，全數結案。

#### 顧客受傷處理流程



#### 2024年顧客受傷案件統計

| 案件類型  | 案件數量 | 處理措施                                        | 成效追蹤 |
|-------|------|---------------------------------------------|------|
| 自體    | 17   | 現場關心顧客並立即通知醫護人員，部分狀況陪同送醫。                   | 皆已結案 |
| 設施    | 7    | 現場關心顧客並立即通知醫護人員，部分狀況陪同送醫並支付醫療費用，後續針對設施改善處理。 |      |
| 第三者導致 | 4    | 現場關心顧客並立即通知醫護人員，部分狀況協助支付醫療費用。               |      |
| 其他    | 2    |                                             |      |



全員定期回訓急救課程





# CHAPTER 4.

## 幸福職場力

面臨大缺工時代，本公司啟動「願景工程專案」，2024年鎖定數位優化、友善職場、企業文化再造等構面，強化人才照顧與發展，打造幸福企業有成，獲12項人力大獎與認證肯定。



### 具競爭力的薪資制度

- 連續3年全員加薪
- 月薪平均50,061元，超前同業 9.22%  
；薪酬超前同業39.72%
- 職級與薪酬重新設計

### 深耕全員永續DNA

- 公益假申請年增4成
- 9成年資20年以上員工認同ESG已融入日常營運

### 強化DEI 實現友善職場

- 性平課程主管100%完訓
- 消除無意識偏見，女性制服新增褲裝

### 優於法令措施

- 育嬰縮短工時給付8成新
- 育嬰留停職代津貼

## 4.0 策略成果與規劃

本公司持續推動數位轉型與工作環境優化，透過改善員工體驗、強化專業能力與心理素質，並導入ISO 45001職業安全衛生管理系統，打造幸福且安全的職場，為公司留才、吸引人才，進一步帶動產業共好，解決服務業缺工、人才斷層與流動等問題，為零售業唯一多次獲「台北市勞動安全獎」、蟬聯「HR Asia亞洲最佳企業雇主獎」，獲台北市「友善育兒事業獎」。

| 政策承諾                                            | 組織願景                                               | 重大主題                                                                                    | 國際框架與指標                              |                                                         |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 以接軌國際的職安衛管理，提供安全工作場域；規劃優於業界水準的選用育留及薪酬福利，創造幸福職場。 | 強化同仁對企業的認知與認同，打造與時俱進、友善共好、為社會大眾提供全方位時尚生活體驗的零售標竿企業。 | <ul style="list-style-type: none"><li>員工薪酬與福利</li><li>職場安全與健康</li><li>人才留任與發展</li></ul> | 401 勞雇關係<br>403 職業健康與安全<br>404 訓練與教育 | SASB勞動條件CG-MR-310a.1CG-MR-310a.2CG-MR-310a.3-<br>-<br>- |

| 管理行動        | 2024行動績效追蹤    | 達成概況                                                                                  | 短期目標(1-3年)                                                                                                                                         | 中長期目標(3年以上)                                                                                                         |
|-------------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 優化員工體驗      | 保障薪酬與福利       | 達標<br>1. 職級與薪酬重新設計 (2025.1.1實施)<br>2. 連續3年全員加薪                                        | <ul style="list-style-type: none"><li>員工淨推薦值 (eNPS) 達正值。</li><li>增進主管領導職能、創新變革及員工互動能力。</li></ul>                                                   | <ul style="list-style-type: none"><li>保持薪資競爭力。</li><li>人才轉化至高價值服務。</li><li>強化專業職涯發展。</li></ul>                      |
|             | eWork第三階段功能上線 | 達標<br><ul style="list-style-type: none"><li>eWork 3.0於2024.10上線</li></ul>             |                                                                                                                                                    |                                                                                                                     |
| 建立安全健康的友善職場 | 兩性平權          | 達標<br><ul style="list-style-type: none"><li>女性制服新增褲裝</li><li>100%主管完成友善職場課程</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>舉辦課程，消除職場無意識偏見。</li><li>依過勞量表之負荷等級、健檢總評十大異常項目，進行指標性風險管理。</li><li>全員急救AED+CPR教育訓練，每2年回訓，持續取得安心場所認證。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>零職災。</li><li>推動健康管理運動。</li><li>建置非員工之職業災害回報機制。</li><li>打造中高齡友善工作環境。</li></ul> |
|             | 優於法令的福利措施     | 達標<br><ul style="list-style-type: none"><li>新增育嬰留停職代津貼 (2025.1.1實施)</li></ul>         |                                                                                                                                                    |                                                                                                                     |
|             | 統計非員工數據       | 進行中<br><ul style="list-style-type: none"><li>逐年完善非員工公傷數據</li></ul>                    |                                                                                                                                                    |                                                                                                                     |

| 管理行動     | 2024行動績效追蹤 |     | 達成概況                                                                             | 短期目標(1-3年)                                           | 中長期目標(3年以上)          |
|----------|------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------|
| 建立企業永續文化 | 擴大社會參與     | 達標  | ● 109人申請公益假共649小時，年增逾4成。                                                         |                                                      |                      |
|          | 永續知識賦能     | 進行中 | 1. 全台787堂相關課程。<br>2. 主管永續課程出席率逾八成。<br>3. 水耕蔬菜架巡迴各店，400人次參加24場員工活動，139人次參加6堂永續課程。 | ● 全員必修永續課程。<br>● 持續辦理每年6小時以上主管永續課程。<br>● 定期舉辦各店永續課程。 | ● 全員具備永續基礎知能，融入日常營運。 |
|          | 獎勵實踐永續行動   | 達標  | ● ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎新增個人獎項。                                                          |                                                      |                      |

| 利害關係人群組                                                                                   | 議合管道                                                                                                                                                                                               | 2024年成效                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 員工<br> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 員工參與度暨ESG調查 (每年)</li><li>● 永續認知有獎徵答 (每年)</li><li>● ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎 (每年)</li><li>● 勞資會議 (每季)</li><li>● 朝會日報 (每日)</li><li>● 教育訓練 (不定期)</li><li>● 其他</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>→ 1,162人填答，回卷率92%，9成年資20年以上的資深員工認同ESG已融入日常營運。</li><li>→ 900人填答，參與率70%，平均94分。首度開放專櫃填答，158人參與。</li><li>→ 93人次參與(增加3.3%)，徵得53案、40篇圖文，總獎金162,500元。</li><li>→ 16場。</li><li>→ 每日。</li><li>→ 421場，10,839人次受訓。</li><li>→ 內部系統ework公告、同仁意見箱、0場制度修改說明會 (2024年無重大人事制度更動)、65場EAPs員工協助方案講座共1,464人次參加、233人次使用 EAPs諮詢服務(年增74%)。</li></ul> |

## 4.1 員工輪廓

### 4.1.1 員工組成與分布

GRI 2-7

GRI 2-23

GRI 405-1

#### 人權政策

##### 人權政策目的與範疇

太平洋崇光百貨尊重人權，為保障利害關係人之基本人權，本公司支持並遵循《國際人權法典》(International Bill of Human Rights)、《聯合國世界人權宣言》(UDHR)、《聯合國全球盟約》(UNGC)等各項國際人權公約，恪守本國勞動法規，制定人權政策。本政策除適用於本公司所有員工，亦適用於商業夥伴、供應商、承攬商及營運據點所在當地社區。

##### 人權政策官網連結

 請至本公司ESG官網「永續承諾與政策」



#### 人權議題

#### 承諾內容

|                                                                                     |          |                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | 不強迫勞動    | 遵循政府勞動法規，不強迫或脅迫任何無意願之人員進行勞務行為，並且禁止限制任何人員的行動自由，包含禁止扣押任何個人的證件資料。                                      |
|    | 禁用童工     | 禁止任何營運據點及供應鏈中僱用未滿16歲之童工。                                                                            |
|    | 工時、工資與福利 | 所有工作與加班時數、工作酬勞、相關福利與生活條件，均嚴格遵循政府勞動法令。                                                               |
|    | 多元、平等與共融 | 雇用政策落實多元、平等與共融，不因個人性別、種族、階級、年齡、婚姻、語言、思想、宗教、黨派、五官、身心障礙、星座與血型等，而為差別待遇，尊重平權，保障同工同酬，並確保工作場所無任何形式之騷擾與霸凌。 |
|    | 母性保護     | 保障母性權利，建構性別友善的工作制度與環境。                                                                              |
|   | 隱私權保護    | 遵循政府相關法規確保個資安全。                                                                                     |
|  | 健康與安全    | 遵循國際準則與政府法規，制定職業安全衛生管理機制，打造安全職場。                                                                    |
|  | 人權政策宣導   | 2023年9月，由公司最高層級——董事長簽署《人權政策》。本公司除自身積極實踐企業永續及人權保護政策外，並以相同標準期許利害關係人，共同致力於提升對人權議題之關注及風險管理。             |

本公司本著唯才適用精神，對聘任員工一視同仁，不因種族、性別、宗教信仰、國籍、社會背景或身心障礙等因素而有差別待遇或歧視，恪遵勞基法規定，未曾發生雇用童工或違反人權之員工事件。



2024年，本公司台灣全體員工為1,297人（正職1,274人、約聘23人），較前一年減少0.61%；年齡以31~50歲為主，占全公司51%；女性員工居多，占65.77%。中高階主管男女任用比例相當，女性占48.1%。依據戶籍地址統計，75.25%員工為各據點所在城市之居民（台北地區包含台北市、新北市及基隆市），與歷年約略相等。

管理階層及員工以本國籍占99.92%為大宗，包含原住民5名；另有1人非本國籍；未統計新住民人數。依據《身心障礙者權益保障法》第38條規定，提供公平多元之就業機會，合計聘僱身心障礙者12名，除新竹店外，皆為超額進用。

2024年人力概況

| 分類                 | 男性  |        | 女性  |        | 總數    |        | 總公司 |        | 台北店 |        | 天母店 |       | 中壢店 |        | 新竹店 |        | 高雄店 |       | 大巨蛋 |       |
|--------------------|-----|--------|-----|--------|-------|--------|-----|--------|-----|--------|-----|-------|-----|--------|-----|--------|-----|-------|-----|-------|
|                    | 人數  | 比例     | 人數  | 比例     | 人數    | 比例     | 人數  | 比例     | 人數  | 比例     | 人數  | 比例    | 人數  | 比例     | 人數  | 比例     | 人數  | 比例    | 人數  | 比例    |
| 員工人數 (A)           | 444 | 34.23% | 853 | 65.77% | 1,297 | 100%   | 203 | 15.65% | 566 | 43.64% | 122 | 9.41% | 157 | 12.10% | 163 | 12.57% | 62  | 4.78% | 24  | 1.85% |
| 永久聘僱<br>員工人數 (B)   | 435 | 34.14% | 839 | 65.86% | 1,274 | 98.23% | 201 | 15.50% | 549 | 42.33% | 119 | 9.18% | 157 | 12.10% | 162 | 12.49% | 62  | 4.78% | 24  | 1.85% |
| 臨時員工<br>人數 (C)     | 9   | 39.13% | 14  | 60.87% | 23    | 1.77%  | 2   | 01.5%  | 17  | 1.31%  | 3   | 0.23% | 0   | -      | 1   | 0.08%  | 0   | -     | 0   | -     |
| 無時數保證的員工<br>人數 (D) | 0   | -      | 0   | -      | 0     | -      | 0   | -      | 0   | -      | 0   | -     | 0   | -      | 0   | -      | 0   | -     | 0   | -     |
| 全職員工<br>人數 (E)     | 444 | 34.23% | 853 | 65.77% | 1,297 | 100%   | 203 | 15.65% | 566 | 43.64% | 122 | 9.41% | 157 | 12.10% | 163 | 12.57% | 62  | 4.78% | 24  | 1.85% |
| 兼職員工<br>人數 (F)     | 0   | -      | 0   | -      | 0     | -      | 0   | -      | 0   | -      | 0   | -     | 0   | -      | 0   | -      | 0   | -     | 0   | -     |

備註 1. 員工人數(A)= 永久聘僱員工人數(B)+臨時員工人數(C)+無時數保證的員工人數(D)=全職員工人數(E)+兼職員工人數(F)。

2. 永久聘僱員工：簽訂無固定期限（即無限期）合約的全職員工。

3. 臨時員工：簽訂有期限（即固定期限）合約的員工。該合約在指定時間到期，或在具有評估時程的特定任務或事件完成時結束（如工作專案結束或原被代理職務的員工回任、約聘員工）。

4. 無時數保證的員工：沒有被保證每天、每週或每月的最低或固定工作時數的員工，但其可能需視要求而處於可工作狀態，例如：計時員工、臨時員工、零時契約（zero-hour contracts）員工、待命（on-call）員工。

5. 全職員工：每週、每月或每年之工作時數係根據國家有關工作時數的法律和實務定義之員工。

6. 兼職員工：每週、每月或每年之工作時數少於全職員工之員工。

7. 台北店包含忠孝館、復興館、敦化館三個營運據點。

8. 本章人力統計基準皆採2024年12月31日員工總數1,297人，含遠東SOGO七店、遠東Garden City（大巨蛋）。

2024年人力組成結構

| 類別 | 組別      | 男性     |        | 女性     |        | 小計     |        |
|----|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|    |         | 人數 (A) | 比例 (D) | 人數 (B) | 比例 (E) | 人數 (C) | 比例 (F) |
|    | 小計      | 444    | 34.23% | 853    | 65.77% | 1,297  | 100%   |
| 職級 | 高階主管    | 13     | 54%    | 11     | 46%    | 24     | 1.85%  |
|    | 中階主管    | 96     | 52%    | 90     | 48%    | 186    | 14.34% |
|    | 專業人員    | 335    | 31%    | 752    | 69%    | 1,087  | 83.80% |
| 年齡 | 30 歲以下  | 99     | 28.21% | 262    | 74.64% | 351    | 27.06% |
|    | 31-50 歲 | 240    | 36.20% | 423    | 63.80% | 662    | 51.04% |
|    | 51 歲以上  | 105    | 38.46% | 168    | 61.54% | 284    | 21.90% |
| 學歷 | 博士      | 2      | 100%   | 0      | 0%     | 2      | 0.15%  |
|    | 碩士      | 31     | 53.45% | 27     | 46.55% | 58     | 4.47%  |
|    | 大學      | 260    | 33.64% | 513    | 66.36% | 773    | 59.60% |
|    | 專科      | 79     | 41.15% | 113    | 58.85% | 192    | 14.80% |
|    | 高中職以下   | 72     | 26.47% | 200    | 73.53% | 272    | 20.97% |

備註 1. 「高階主管」指協理階以上；「中階主管」指經理、副理及課階。  
2. D=A/C；E=B/C；F=C/員工總數。

2024年身心障礙員工進用數

| 地區/性別 | 男性 | 女性 | 合計        | 與法規要求人數差距 |
|-------|----|----|-----------|-----------|
| 台北地區  | 3  | 5  | 8 (以10人計) | +1        |
| 中壢    | 2  | 0  | 2         | +1        |
| 新竹    | 0  | 0  | 0         | -1        |
| 高雄    | 1  | 1  | 2         | +2        |
| 合計    | 6  | 6  | 12        | -         |

備註 1. 台北地區包含台北店、天母店、大巨蛋。  
2. 台北地區應進用9名，因其中2名員工為重度障礙，依法可計為4名，故為超額進用。

4.1.2 員工流動 GRI 401-1

本公司透過網路人力銀行、校園徵才、就業博覽會、產學合作及獵才公司等多元管道招募人才，也於內部公布職缺，提供多元發展機會，並透過職級再造、整體薪酬提升，推動員工健康管理活動、工作與生活平衡措施等關懷措施，降低離職率。2024年新進139人，新進率10.72%，退離207人，離職率15.96%，皆較2023年略減。離職前三大原因依序為轉換跑道（45%）、工作不適應（15%）、家庭因素（9%）。

2024年新進與離職員工結構表

|         |        | 新進員工  |       | 離職員工  |        |
|---------|--------|-------|-------|-------|--------|
| 類別      | 組別     | 男性    | 女性    | 男性    | 女性     |
| 年齡      | 30歲以下  | 28    | 76    | 34    | 106    |
|         | 31~50歲 | 11    | 20    | 11    | 38     |
|         | 50歲以上  | 2     | 2     | 6     | 23     |
| 地區      | 台北地區   | 30    | 80    | 36    | 108    |
|         | 中壢     | 1     | 2     | 2     | 9      |
|         | 新竹     | 6     | 16    | 8     | 35     |
|         | 高雄     | 4     | 0     | 5     | 4      |
| 合計      |        | 41    | 98    | 51    | 156    |
| 新進率與離職率 |        | 3.16% | 7.56% | 3.93% | 12.03% |

2024年員工退離狀況

|      |       | 人數  |
|------|-------|-----|
| 退離原因 | 工作不適應 | 31  |
|      | 升學    | 5   |
|      | 合約期滿  | 18  |
|      | 家庭因素  | 19  |
|      | 退休    | 18  |
|      | 健康狀況  | 8   |
|      | 死亡    | 2   |
|      | 勤務配班  | 1   |
|      | 試用不合格 | 4   |
|      | 資遣    | 1   |
|      | 薪資    | 6   |
|      | 轉換跑道  | 94  |
|      | 其他    | 0   |
| 總計   |       | 207 |

- 備註 1. 新進率(%)=新進員工人數／當年度12月底員工總數。  
2. 離職率(%)=離職員工人數／當年度12月底員工總數。

4.1.3 非員工組成與分布 GRI 2-8

太百非員工包含承攬商（保全、維護、員工餐廳等）、承租廠商聘僱之專櫃人員、透過仲介公司僱用之IT派遣人員，共9,897人。

- 備註 1. 不包含工作不受組織控制的工作者，如定期維護組織設備的供應商工作者、工程需求臨時人員等。總人數較去年增加8%，主要為大巨蛋（遠東Garden City）開幕，專櫃人員增加所致。  
2. 2024年底已無員工餐廳。

非員工組成結構

| 類別/年度  | 2022  |       | 2023  |       | 2024  |       |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|        | 男性    | 女性    | 男性    | 女性    | 男性    | 女性    |
| 專櫃人員   | 1,878 | 6,781 | 1,855 | 6,794 | 2,152 | 7,261 |
| 保全人員   | 134   | 23    | 115   | 27    | 134   | 30    |
| 維護人員   | 36    | 243   | 69    | 238   | 61    | 241   |
| 員工餐廳   | 2     | 3     | 4     | 5     | 0     | 0     |
| 停車場收費員 | 0     | 2     | 17    | 17    | 1     | 15    |
| 派遣人員   | 1     | 1     | 2     | 1     | 2     | 0     |
| 合計     | 2,051 | 7,053 | 2,062 | 7,082 | 2,350 | 7,547 |

## 4.2 薪酬福利

### 4.2.1 薪酬制度

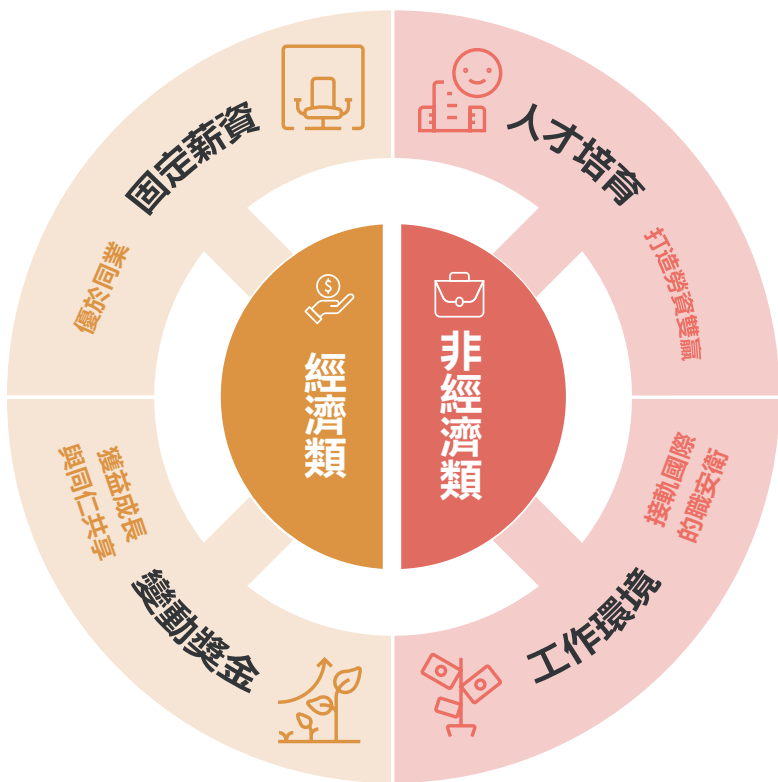
GRI 2-20

GRI 405-2

本公司規劃公平、合理、具競爭性的薪酬制度，不受性別、年齡、種族等因素影響，當年度調薪預算於前一年度經董事會同意後編列，由人力資源部與顧問公司分析，參考社會經濟指標、軍公教人員及同業調薪幅度，並依員工專業能力、工作表現、績效評核後擬定，經集團董事長、公司董事長、經營管理委員會同意執行，尚無獨立最高治理單位成員或獨立薪酬委員會監督。顧問公司為獨立於組織之第三方機構，與組織、最高治理單位及高階管理階層無利害關係。

主計處公布2024年「批發及零售業」每人每月經常性薪資平均45,834元，同年本公司每人每月經常性薪資平均50,061元，超前同業9.22%；含獎金為75,164元，超前同業的53,797元39.72%。2024年本公司雖營收與獲利持平，仍於2025年3月連續四年全體加薪。

#### 全方位薪酬制度



#### 非主管全時員工人數及年度薪資統計

| 項目/年份               | 2022  | 2023  | 2024  |
|---------------------|-------|-------|-------|
| 非擔任主管職務之全時員工人數      | 1,119 | 1,100 | 1,087 |
| 非主管全時員工薪資平均數 (千元/人) | 575   | 653   | 710   |
| 非主管全時員工薪資中位數 (千元/人) | 585   | 620   | 676   |

- 備註
1. 薪資指經常性薪資，包括本薪與按月給付之各項固定之津貼。
  2. 非擔任主管職務之全時員工不包含兼職員工，職級為專業人員。
  3. 2022、2023年資料重編，揭露年化數據，對公司營運無影響。

#### 專業人員起薪與法定最低薪資比（無性別、地區差異）

| 學歷 | 遠東 SOGO 給付最低薪資 (元) | 2024 年法定最低薪資 (元) | 核薪標準優率 |
|----|--------------------|------------------|--------|
| 大學 | 32,000             | 27,470           | 16.49% |

備註 核薪標準優率=（遠東SOGO給付最低薪資-法定最低薪資）/法定最低薪資\*100%。



本公司規劃兩性公平的升遷與薪酬制，2024年中、高階主管男女人數差距皆在8個百分點內，薪資比逐年接近，已接近同薪。

各職級性別薪資與薪酬比

| 年份   |       | 2022   |        | 2023   |        | 2024 |     |
|------|-------|--------|--------|--------|--------|------|-----|
|      | 性別    | 男性     | 女性     | 男性     | 女性     | 男性   | 女性  |
| 高階主管 | 人數比例  | 52%    | 48%    | 55%    | 45%    | 54%  | 46% |
|      | 薪資性別比 | 1.15   | 1      | 1.18   | 1      | 1.07 | 1   |
|      | 薪酬性別比 | 1.11   | 1      | 1.14   | 1      | 1.07 | 1   |
| 中階主管 | 人數比例  | 49%    | 51%    | 50%    | 50%    | 52%  | 48% |
|      | 薪資性別比 | 1.06   | 1      | 1.05   | 1      | 1    | 1   |
|      | 薪酬性別比 | 1      | 1      | 1.06   | 1      | 1.02 | 1   |
| 專業人員 | 人數比例  | 29.22% | 70.78% | 29.91% | 70.09% | 31%  | 69% |
|      | 薪資性別比 | 1.06   | 1      | 1.03   | 1      | 1.05 | 1   |
|      | 薪酬性別比 | 1.06   | 1      | 1.04   | 1      | 1.05 | 1   |

- 備註
- 薪資（固定薪）=本薪+津貼。
  - 薪酬=固定薪+變動薪（獎金）。
  - 人數比例為該職級男女比。
  - 2022、2023年數據重編，揭露年化數據，對公司營運無影響。

4.2.2 員工福利 GRI 201-3 GRI 401-2 GRI 401-3

福利措施

本公司提供各式獎金、津貼、補助等多樣員工福利，2024年職福會各項員工福利支出6,334萬元，年增11.41%，其中，旅遊補助便占23%，高達1,485萬元，團體旅遊有842人參加，國外為奧捷、日本、泰國之旅，滿意度高達91%，國內為墾丁及台東，滿意度83%。

| 福利類別                                                                                         | 項目說明                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|  獎金發放*    | 年終獎金、紅利獎金、週年慶獎金、特別績效獎金、餘絀代金                                                          |
|  福利津貼*    | 三節/生日/結婚/生育慶金、子女獎助學金、通話費補助、油資補助、生育補助、育兒津貼、育嬰縮短工時有薪假、育嬰留停職代津貼、職福會年度結算餘絀發放、職福會現金股利收入發放 |
|  娛樂補助*    | 旅遊補助最高15,000元、社團經費補助每年32,000元、員工聚餐補助                                                 |
|  急難救助與撫卹* | 住院慰問金、急難救助金、弔金                                                                       |
|  休假制度   | 法定休假、生日假*、彈性工時*、公益假*(每年10小時)                                                         |
|  保險與健康  | 勞保、健保、團保、母性保護措施、員工健康檢查*、EAPs*、住院慰問金*、重大疾病慰問金*                                        |
|  便利設施   | 員工停車位*、育嬰室、醫護室                                                                       |
|  退休福利   | 依勞退新舊制提撥退休金、退休同仁餐敘補助金最高7,000元*、開放退休同仁報名員工旅遊*                                         |
|  優惠項目   | 員購優惠*、關係企業員工優惠*、特約商店優惠*、自助咖啡機及智慧販賣機                                                  |

備註 \*優於法令。

## 退休福利

依勞動部定義計算，本公司45~65歲中高齡在職502人、逾65歲高齡在職5人，共占員工總數39.09%，年資滿20、30年的分別有405人、70人，依法按月提撥員工退休準備金，員工另可自願提撥1~6%。

## 推動DEI 打造友善職場

本公司依據性別工作平等法與勞基法保障，提出生產慶金、育嬰縮短工時假、生育補助、育兒津貼等合法或優於法令的福利措施，鼓勵安家生養，2025年起，育嬰留停職務代理人享津貼。為符合社會趨勢，2024年冬季女性制服新增褲裝，打破性別無意識偏見。



### 性別平等支持措施

- 各店設置友善廁所(2025年新增，包含無障礙、親子、性別友善)。
- 女性同仁夜間工作車費補助。
- 公平的升遷與薪酬制度。
- 女性制服改版，新增褲裝，同仁可自由選擇。



### 鼓勵結婚生育

- 總公司、各店設置育嬰哺乳室(覆蓋率100%)。
- 適度調整懷孕同仁輪調職務。
- 生育補助5,000元(優於企業)，2024年19人次申請。
- 育兒津貼10,000元(優於法令)，2024年18人次申請。
- 育嬰減短工時假給付8成薪(優於法令)，2024年4人次共申請105小時。
- 結婚慶金8,000元，2024年8人次申請。
- 子女教育補助1,000元/年，2024年295人次申請。



### 維護身心障礙者就業權益

- 總公司與視障按摩師簽訂定期契約。
- 中壢、高雄超額進用身心障礙者。

## 育嬰支持措施

2024年有18位女性、3位男性同仁申請育嬰留停；育嬰留職停薪復職率為82.35%，復職週年留任率為87.5%。

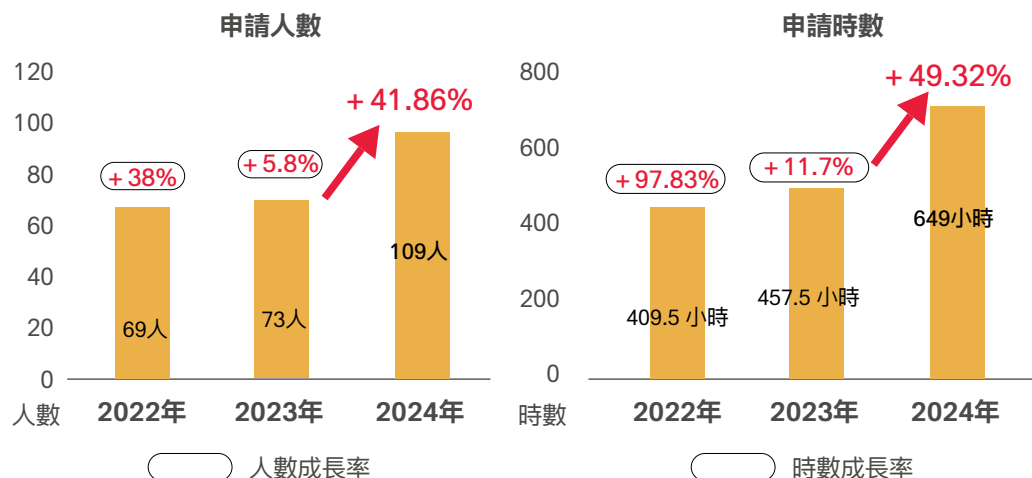
### 育嬰假留停統計

| 年份                | 2022   |       | 2023   |        | 2024   |        |
|-------------------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| 性別                | 女性     | 男性    | 女性     | 男性     | 女性     | 男性     |
| 享有育嬰假人數 (A)       | 48     | 24    | 33     | 24     | 50     | 21     |
| 申請育嬰假留停人數 (B)     | 11     | 3     | 4      | 3      | 18     | 3      |
| 預定該年度復職人數 (C)     | 9      | 1     | 10     | 3      | 14     | 3      |
| 預定該年度復職且實際復職人數(D) | 6      | 0     | 6      | 2      | 12     | 2      |
| 前一年實際復職人數 (E)     | 8      | 0     | 6      | 0      | 6      | 2      |
| 復職後12個月仍在職人數 (F)  | 7      | N/A   | 5      | N/A    | 5      | 2      |
| 育嬰留停申請率=(B)/(A)   | 22.92% | 12.5% | 12.12% | 12.5%  | 50%    | 17.65% |
| 留職期滿復職率=(D)/(C)   | 66.67% | 0%    | 60%    | 66.67% | 85.71% | 66.67% |
| 復職週年留任率=(F)/(E)   | 87.5%  | N/A   | 83.33% | N/A    | 83.33% | 100%   |

- 備註
- 申請育嬰假資格為育有三歲以下幼兒之同仁，以過去三年生育津貼申請人數計算。
  - 2022、2023年C、D欄資料重編，調整統計方式，不限留停年度，預定該年復職者皆計入。不影響公司營運。

### 公益假與公益點數

遠東SOGO員工每年享10小時公益假，非勤務時間從事公益活動，可申請補休，參加人數連年成長。



志工社每年舉辦尾牙，表揚積極參與公益活動的部門與同仁。



## 員工協助方案EAPs

本公司全面推動「員工協助方案」(Employee Assistance Programs, EAPs)，提供財務、稅務、居家修繕、健康、退休與保險、法律等諮詢，全年233人次使用此服務，年增74%。各店舉辦65場EAPs主題講座、36場ESG相關課程，共3,291人次參加，堂數與人次與前一年持平。



## 勞資溝通

本公司透過多元機制強化溝通，建立良善的勞資互動，若營運遇重大變化，影響擴及員工，將遵循勞基法規之最短預告期告知資訊。每季舉辦勞資會議，勞方代表共23人，占全公司1.7%，2024年辦理16場勞資會議，報告員工旅遊、健檢、人事異動、販促活動等重要訊息，揭露獎金發放情形、健檢異常項目分析、工作環境安全等。

人資部及稽核室設置保密且安全的申訴信箱，遠東SOGO訂有《性騷擾防治辦法》，公告通報信箱與電話，以維護當事人隱私為原則進行處理，2024年無相關案件發生。

| 店別                       | 2024 年勞資會議及職業安全衛生委員會日期 |
|--------------------------|------------------------|
| 總公司、台北店(忠孝館、復興館含敦化館)、天母店 | 3/29、6/28、9/23、12/19   |
| 中壢店                      | 3/4、6/17、9/23、12/16    |
| 新竹店                      | 3/22、6/28、9/27、12/27   |
| 高雄店                      | 3/28、6/17、9/16、12/30   |

## 員工參與度

為了解員工對各項制度、措施、福利滿意度以及對公司政策瞭解程度，本公司自2020年起，展開為期5年的「願景工程」專案，委託顧問公司進行員工意見調查，並設計工作坊聆聽同仁心聲。2025年初施行的「2024年員工參與度暨ESG調查」回收1,162份問卷，回收率92%，分析員工參與度(包含滿意度、幸福與忠誠度、淨推薦值)及對核心價值與ESG的認同度，整體滿意度3.84分、淨推薦值-26.4，與2023年約略持平，人資部研擬改善對策，主要為提升員工福利、培育人才發展，包括全台各店員工旅遊補助金額統一、提供育嬰留停職代津貼、外語學習補助等。

幸福與忠誠度各項指標自2023年下滑後，2024年部分回升，71.34%以身為公司一份子為榮，66.35%計畫在公司長期發展。本公司也交叉分析員工認為重要與滿意的議題，首要改善的是「健康與幸福」、「領導與溝通」，雖有60.33%認同公司的人力政策，仍有35.8%經常感受到很大的工作壓力，僅55.25%能在工作與生活間取得平衡；最多員工重視「績效評核的公平性並給予合理薪酬」(61.45%)，遠高於居次的「公司重視同仁身心健康，給予適當工作量」(12.48%)，但重要度與滿意度的平均分差異高達0.76，僅次於「公司提供數位學習工具」、「公司分派適當工作量」、「公司重視我的身心健康」。





# 4.3 多元人才吸引與培育

## 4.3.1 員工培育 GRI 404-1 GRI 404-2 GRI 403-5

### 教育訓練

遠東SOGO針對不同部門、職階規劃課程，包含新進訓練、職能、管理及成長學習課程。2024年教育訓練經費投入逾873萬元，平均每人受訓成本6,732元，實際受訓人次提升近2成。

### 教育訓練內容

|                                                                                   |        |                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------|----------------------------------------------------------------------------------|
|  | 新進訓練   | 協勤及營業單位皆進行2日新進人員訓練。                                                              |
|  | 職能培訓   | 販促計畫、賣場規劃、人力管理、工作效能、服務禮儀、姿態訓練、強化外語、提升外籍顧客服務品質。                                   |
|  | 管理領導   | 強化經營策略、團隊領導等管理職能。                                                                |
|  | 成長學習   | 永續趨勢、人際溝通、流行新訊、健康管理。                                                             |
|  | 職業安全衛生 | 新進同仁職安衛教育、現場工作者職安衛教育(合梯使用安全)、活動進場申請作業流程、職安衛危害鑑別及風險評估、職場不法侵害、心血管疾病及肌肉骨骼疾病預防、基礎急救。 |
|  | 企業文化變革 | 「乾杯吧」逆向導師課程，打破傳統年資階級界線，由基層主管擔任導師，向中高階主管授課。                                       |

### 教育訓練受訓人次及投入金額

|             | 2022      |       | 2023       |       | 2024      |       |
|-------------|-----------|-------|------------|-------|-----------|-------|
|             | 男 性       | 女 性   | 男 性        | 女 性   | 男 性       | 女 性   |
| 開課次數        | 310       |       | 424        |       | 421       |       |
| 受訓人次        | 6,581     |       | 9,048      |       | 10,839    |       |
| 受訓人數        | 1,268     |       | 1,444      |       | 1,450     |       |
| 員工總數        | 424       | 891   | 433        | 872   | 444       | 853   |
| 高階主管平均受訓時數  | 7.63      | 9.82  | 20.75      | 27.95 | 19.42     | 21.05 |
| 中階主管平均受訓時數  | 18.73     | 15.54 | 28.59      | 27.94 | 27.39     | 27.74 |
| 專業人員平均受訓時數  | 10.56     | 10.44 | 14.74      | 16.29 | 17.85     | 19.50 |
| 每人平均受訓時數    | 12.11     | 10.94 | 17.85      | 17.64 | 19.96     | 20.39 |
|             | 11.32     |       | 17.74      |       | 20.24     |       |
| 總投入金額(元)    | 6,690,513 |       | 15,244,792 |       | 8,731,352 |       |
| 每人平均受訓成本(元) | 5,087.8   |       | 11,681.8   |       | 6,732     |       |

- 備註
- 每人平均受訓成本=總投入金額/員工總數。
  - 平均教育訓練時數=該類別員工之受訓總時數（時數\*場次\*該類別員工受訓人次）/該類別員工人數。

## 各種課程受訓人次

| 課程種類 / 年份 | 2022  | 2023  | 2024   |
|-----------|-------|-------|--------|
| 管理領導      | 331   | 716   | 464    |
| 營業職能      | 941   | 370   | 666    |
| 專業職能      | 2,692 | 1,500 | 1,671  |
| 訓練專案      | 183   | 1,454 | 224    |
| 基礎教育      | 461   | 727   | 723    |
| 成長學習      | 1,046 | 1,798 | 1,550  |
| 資訊安全      | -     | 58    | 245    |
| 永續相關      | -     | 384   | 787    |
| 其他        | 927   | 2,041 | 4,509  |
| 總計        | 6,581 | 9,048 | 10,839 |

- 備註 1. 其他類型包含讀書會、宅配包裝教育、新系統教學、健康管理與促進等。  
2. 2023年起獨立統計資安、永續課程。

### 提升人權意識、杜絕性騷擾

因應社會#Me Too風潮、行政院通過「性平三法」修法，遠東SOGO強化雇主防治意識及責任，將性騷擾列為重要議題，除原訂有《性騷擾防治辦法》，新增性別友善職場課程，已有842人次完訓，主管完訓率100%，預計2025年全員完課。另於新進人員教育訓練中宣導人權政策，共223人次完成人權課程。



### 「乾杯吧！」逆向導師課程

為打造年輕企業文化，本公司發展「乾杯吧！」逆向導師課程，取Bottom-up意涵，期望高階主管以開放心態吸收新知。2024年舉辦2場。



## 永續教育內化

據國內外多項研究，品牌「永續度」影響消費者購買意願及年輕工作者的任職意願，本公司希望全員提升永續知識素養，為企業文化帶來改變。



| 對象             | 課程/活動          | 頻率                       | 說明                                                                          |
|----------------|----------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 新進人員           | 新進人員訓練         | 2~3個月一次<br>(2、5、7、9、12月) | 每期新進人員課程，安排一小時永續基礎知識與公司永續作為介紹。2024年5場共142人受訓。                               |
| 全員             | 永續知識課程         | 不定期                      | 傳遞新知與公司永續政策，開放全員報名。2024年共進行23堂課，787人次參與。                                    |
|                | 永續有獎徵答         | 一年一次；年底                  | 向全體員工調查永續知識素養，2024年參與率70%。                                                  |
|                | ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎 | 一年一次；上半年                 | 表揚永續貢獻卓越團隊或個人，並鼓勵創新發想。2024年徵得21件永續成果、28件創新提案、40篇永續圖文。首度增設個人獎，鼓勵日常營運實踐永續的同仁。 |
| 中高階主管、ESG委員會成員 | ESG例會          | 每月一次                     | 與會人員為各部門主管，不定期邀顧問、企業、社創、社福團體分享。2024年舉辦14次會議，共313人次參加，其中7次有外部單位分享。           |
| 治理階級與理階主管      | 提升永續知識         | 一年3次                     | 比照上市櫃公司董事每年進修6小時，安排永續課程，列為理階以上至董事長必修，出席率高達84.9%。                            |

## TTQS 人才發展品質管理系統

為確保營運策略確實與人力政策結合，強化組織競爭力，遠東SOGO推動「人才發展品質管理系統」(Talent Quality-management System TTQS)，透過5大構面19項指標，建構制度化的教育訓練。

### 各店評核成績

新竹店

(2022~2024)

銅牌

高雄店

(2021~2025/11)

銅牌

總公司、台北三館

通過

天母店

通過

中壢店

通過

## 4.3.2 外部人才培育

### 產學合作

遠東SOGO自2015年起招募實習生，舉辦多場校園招募說明會，提供營業、顧客服務及行政部門職務，2024年累計與19所大專院校合作，較2023年增加4所，共報到30名實習生。2023年產學合作實習生於2024年轉正職的比率為21.4%。

### 合作學校一覽

|    |          |    |          |
|----|----------|----|----------|
| 1  | 聯合大學     | 11 | 勤益科技大學   |
| 2  | 淡江大學     | 12 | 亞東科技大學   |
| 3  | 台北大學     | 13 | 宏國德霖科大   |
| 4  | 實踐大學     | 14 | 醒吾科技大學   |
| 5  | 銘傳大學     | 15 | 東南科技大學   |
| 6  | 文化大學     | 16 | 中華大學     |
| 7  | 輔仁大學     | 17 | 中國科技大學   |
| 8  | 臺北城市科技大學 | 18 | 明新科技大學   |
| 9  | 德明財經科技大學 | 19 | 元培醫事科技大學 |
| 10 | 致理科技大學   |    |          |

## 4.3.3 職涯發展

GRI 404-3

本公司透過即時雙向溝通與年度績效面談，識別潛力人才並給予發展舞台，培育所需技能。年終評核項目包含業績達成率、顧客服務滿意度、專業職能績效及出勤表現等，管理職另有管理職能績效評核項目，作為獎金、晉升參考。2024年在職員工扣除特別聘僱之身心障礙人士、因同仁育嬰留停聘僱之定期人力不受考核，考核率98.2%。

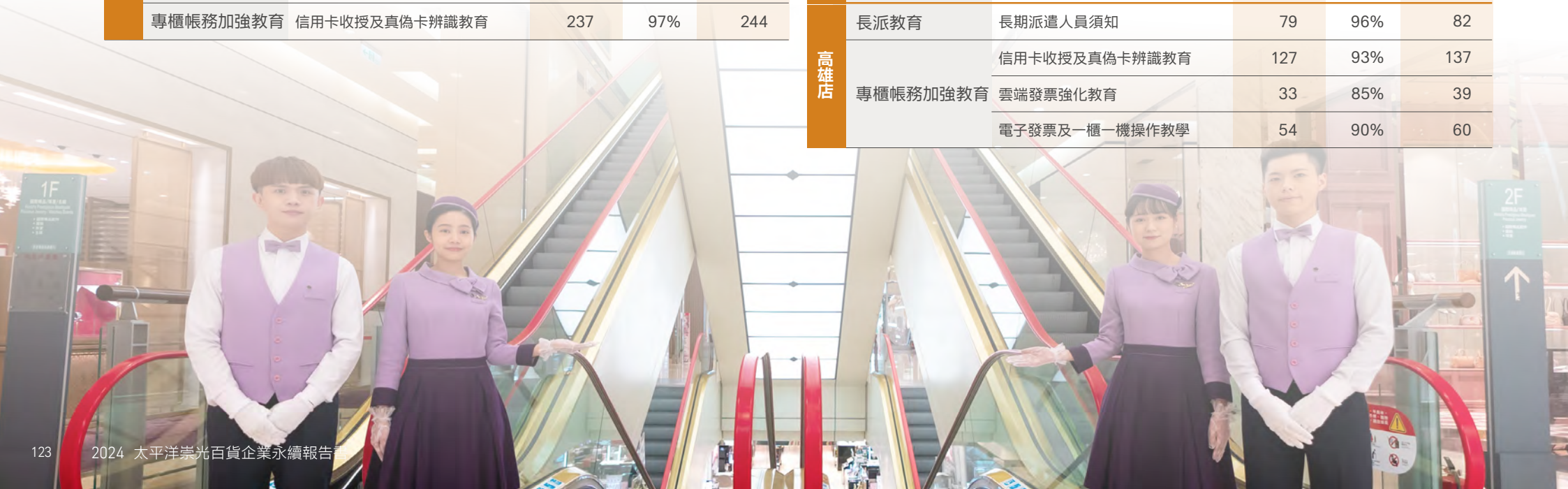
|      | 發展階段 | 對應遠東 SOGO 職階 | 培訓目標             | 受訓內容                       |
|------|------|--------------|------------------|----------------------------|
| 專業精進 | 經營主管 | 總經理以上        | 策略領航者            | 跨機能研習、專題講座                 |
|      | 一級主管 | 協理階以上        | 策略規劃、變革管理、營運方針擬定 | 新任部門主管訓練、跨機能研習             |
|      | 二級主管 | 理階           | 加強市場敏感度、主管領導力    | 主管儲備訓練、跨機能訓練、新任主管研習、職務專業訓練 |
|      | 基層主管 | 課階           | 管理工具運用、管理與授權能力培養 | 職務專業訓練、主管儲備訓練、職務訓練認證       |
| 基礎扎根 | 基層人員 | 專員           | 專業能力的培養與提升       | 職務基礎、職務專業訓練、職務訓練認證         |
|      | 新進人員 | 新進人員         | 瞭解公司簡介、規章制度、工作範圍 | 新進人員訓練                     |



專櫃人員培訓

針對非直接雇用之專櫃新進人員，本公司依各據點規模，每一至三週舉辦教育訓練，講授服務精神、賣場設施、安全防護機制等。針對客訴，依個案情形強化教育。不定期執行服務流程與系統操作教育訓練。

| 店名        | 類別         | 課程名稱                         | 受訓人數(人) | 受訓比率(%) | 備註：應訓人數  | 店名  | 類別            | 課程名稱          | 受訓人數(人) | 受訓比率(%) | 備註：應訓人數 |
|-----------|------------|------------------------------|---------|---------|----------|-----|---------------|---------------|---------|---------|---------|
| 忠孝館       | 長派教育       | 長期派遣人員須知                     | 671     | 87%     | 767      | 中壢店 | 長派教育          | 長期派遣人員須知      | 475     | 88%     | 542     |
|           | 專櫃帳務加強教育   | 信用卡收授及真偽卡辨識教育                | 425     | 86%     | 496      |     | 職業安全衛生教育      | 滅火器&水鉗操作      | 365     | 98%     | 374     |
| 復興館（含敦化館） | 長派教育       | 長期派遣人員須知                     | 581     | 85%     | 681      |     | 專櫃帳務加強教育      | 信用卡收授及真偽卡辨識教育 | 372     | 94%     | 394     |
|           | 長派FOLLOW教育 | 顧客應對技巧 &如何贏得顧客心              | 203     | 71%     | 286      |     | 全員教育          | 週年慶全員教育       | 377     | 95%     | 397     |
|           | 專櫃帳務加強教育   | 信用卡收授及真偽卡辨識教育                | 370     | 87%     | 426      | 新竹店 | 長派教育          | 長期派遣人員須知      | 401     | 95%     | 421     |
|           | 服務強化教育     | 服務強化教育                       | 3       | 100%    | 3        |     | 專櫃帳務加強教育      | 收銀機操作教學       | 180     | 91%     | 197     |
| 天母店       | 長派教育       | 長期派遣人員須知                     | 206     | 90%     | 229      |     |               | 信用卡收授及真偽卡辨識教育 | 327     | 98%     | 335     |
|           | 職業安全衛生教育   | 簡易式消防滅火設備                    | 93      | 97%     | 96       |     | 盤點教育          | 年中盤點注意事項      | 3       | 100%    | 3       |
|           | 食品安全衛生教育   | 食品業者法規制度管理及落實自主衛生管理(含預防食物中毒) | 48      | 96%     | 50       |     | 職業安全衛生教育      | 消防安全宣導        | 30      | 100%    | 30      |
|           | 全員教育       | 週年慶行前教育                      | 381     | 98%     | 387      |     |               | 消防器材實務操作      | 379     | 95%     | 397     |
|           | 專櫃帳務加強教育   | 信用卡收授及真偽卡辨識教育                | 237     | 97%     | 244      | 高雄店 | 長派教育          | 長期派遣人員須知      | 79      | 96%     | 82      |
|           |            |                              |         |         | 專櫃帳務加強教育 |     | 信用卡收授及真偽卡辨識教育 | 127           | 93%     | 137     |         |
|           |            |                              |         |         |          |     | 雲端發票強化教育      | 33            | 85%     | 39      |         |
|           |            |                              |         |         |          |     | 電子發票及一櫃一機操作教學 | 54            | 90%     | 60      |         |





## 4.4 職場安全與健康

### 4.4.1 職場安全管理

GRI 403-1

GRI 403-2

GRI 403-4

GRI 403-8

GRI 403-9

GRI 403-10

本公司2017年即制定並由董事長簽署〈職業安全衛生政策〉，最高決策單位為「職業安全衛生委員會」，主任委員為行政總經理，管理範疇為太百工作場所內所有工作人員；一級單位勞安室負責各項事務與專案之推動、管理與追蹤。多次獲台北市勞動安全獎，領先零售與服務業。

2024年無因公死亡人員

#### 職業安全衛生委員會

##### 2024 年度運作情形

會議召開頻率 3個月一次

會議召開情形 2024年共召開16次

| 委員組成           | 人數  | 出席率  |
|----------------|-----|------|
| 主任委員(行政總經理/店長) | 4人  | 100% |
| 職業安全衛生人員       | 9人  | 100% |
| 各部門主管          | 22人 | 89%  |
| 醫護人員           | 3人  | 100% |
| 職業安全衛生相關工程技術人員 | 3人  | 100% |
| 勞工代表           | 23人 | 100% |

##### 重大決議事項

- 職業安全衛生委員會勞工代表推派確定
- 2025年度員工健康檢查項目提案確認

確定

確認

備註

- 2024年委員勞工代表23人，包含台北8人、桃園5人、新竹5人、高雄5人。
- 委員於2024年3月於勞資會議，除當然委員外由資方及勞方代表推選。
- 出席率=實際參與次數/辦理次數。

##### 委員任期

2年一任

##### 會議事項

- 季度執行成果
- 對擬訂之職業安全衛生政策提出建議
- 協調、建議職業安全衛生管理計畫
- 審議安全、衛生教育訓練實施計畫
- 審議作業環境監測計畫、監測結果及採行措施
- 審議健康管理、職業病預防及健康促進事項
- 審議各項安全衛生提案
- 審議自動檢查及安全衛生稽核事項
- 審議機械、設備或原料、材料危害之預防措施
- 審議職業災害調查報告
- 考核現場安全衛生管理績效
- 審議承攬業務安全衛生管理事項
- 其他有關職安衛管理事項



本公司 連續 12 年獲台北市勞動安全獎。

## ISO 45001 職場安全衛生管理

2020年本公司啟動職安衛系統驗證計畫，頒布〈職業安全衛生工作守則〉，忠孝館領先全台百貨通過 ISO 45001:2018 職業安全衛生管理系統驗證，與國際接軌，2024年再度通過驗證，台北各店完成導入。

本公司持續以此標準，於所有據點建置合適之管理辦法，涵蓋所有工作者，包括員工1,297人，占11.6%，以及非員工9,897人，占88.4%，未排除任何作業活動，依據標準條文制訂22項職安衛管理程序，公告於內部系統，並挑選各單位種子同仁參與「危害鑑別暨風險評估」、「內部稽核員」教育訓練。

 職安衛政策詳見本公司ESG官網 → 「永續承諾與政策」

## 職場安全風險管理

本公司依據職業安全事件「發生前」、「發生時」、「發生後」三個階段，建立管理流程。2024年本公司發生1件法定須通報之職業災害。

### 職業安全衛生管理流程

|     |      |                                                                                                                                                 |     |      |                                                                                                            |     |      |                                                                                                               |
|-----|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 發生前 | 危害辨識 | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 建立危害辨識意識：教育訓練課程辦理「危害鑑別與風險評估」主題，由內部職安衛管理員擔任講師。</li><li>▶ 日常溝通：勞安室定期於朝會日報發布訊息，由營業樓管、各部門主管於朝會宣讀。</li></ul> | 發生時 | 緊急應變 | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 員工退避權：依據〈職業安全衛生法〉，工作者可自行離開其認為可能導致傷害或疾病的工作狀態之政策與流程，且免予處分。</li></ul> | 發生後 | 事故調查 | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 參與單位：勞安室會同相關部門及勞工代表，實施調查、分析並做成紀錄。</li><li>▶ 調查報告：事故類別、風險類別。</li></ul> |
|     | 風險評估 | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 作業場所風險評估：每年一次。</li><li>▶ 風險發生型態：常態性發生。</li><li>▶ 評估參與層級：部門主管、非管理職代表、專員。</li></ul>                       |     |      |                                                                                                            |     | 檢討改善 | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 檢討方案。</li><li>▶ 改善方案：負責單位、檢核頻率。</li></ul>                             |
|     | 專案改善 | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 建立管理方案：逐年稽核檢討，災害演習辦理，追蹤頻率 / 指標。</li><li>▶ 建立應變流程：決議層級。</li></ul>                                        |     | 職安通報 | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 依流程通報。</li><li>▶ 通報對象：組織內上級層級、組織外單位（當地勞動檢查機構）。</li></ul>           |     | 成效追蹤 | <ul style="list-style-type: none"><li>▶ 方案追蹤成果。</li><li>▶ 追蹤結案：重新評估風險→回到「風險評估」階段、風險降至可接受程度→結案。</li></ul>      |

### 專案改善成效追蹤

| 主要危害項目         | 改善情況                                                                                                  | 改善目標                                                                                     |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| 法定職災事件(工務課捲夾)。 | <ul style="list-style-type: none"><li>1.舉辦各店工務單位全員職業安全衛生教育訓練課程。</li><li>2.於2025年辦理進階急救技能課程。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>1.強化工務單位專業技能及安全觀念。</li><li>2.提升同仁緊急救護技能。</li></ul> |

職業安全衛生管理成果

2024年遠東SOGO失能傷害嚴重率為12，失能傷害頻率為1.15，皆優於行業平均值。

- 備註
- 1. 依據勞動部職業安全衛生署規範之職業安全指標（以百萬工時為基準）計算，相關指標公式如下：
  - 2.  $SR = (公傷損失天數 \div 該性別或該地區的勞工總工時) \times 1,000,000$ 。
  - 3.  $FR = (公傷件數 \div 該性別或該地區的勞工總工時) \times 1,000,000$ 。
  - 4. 行業平均值參考最新數據，勞動部職業安全衛生署2024年1月25日發布之「前三年度各行業總合傷害指數」。
  - 5. 計算方式與業界一致，不包含上下班交通意外。

|              |         | 2022 | 2023 | 2024 |       |
|--------------|---------|------|------|------|-------|
| 失能傷害嚴重率 (SR) | 遠東 SOGO | 10   | 81   | 12   | 優於平均值 |
|              | 行業平均值   | 42   |      |      |       |
| 失能傷害頻率 (FR)  | 遠東 SOGO | 0.38 | 2.33 | 1.15 | 優於平均值 |
|              | 行業平均值   | 3.02 |      |      |       |

百貨零售業無直接暴露於高風險因子之疑慮，2024年遠東SOGO發生法定重大職業傷害1件、「職業醫學科醫師」認定之職業病案例0件、可記錄職業傷害3件，分別為跌倒、墜落踩空、被捲夾各1件。

員工職業傷害統計（性別）

| 年份             | 2022 |     | 2023 |     | 2024 |      |
|----------------|------|-----|------|-----|------|------|
| 性別             | 女性   | 男性  | 女性   | 男性  | 女性   | 男性   |
| 總人數            | 891  | 424 | 872  | 433 | 853  | 444  |
| 死亡傷害數量         | 0    |     | 0    |     | 0    |      |
| 死亡傷害比率         | 0    |     | 0    |     | 0    |      |
| 嚴重職業傷害(排除死亡人數) | 0    | 0   | 0    | 0   | 0    | 1    |
| 可記錄之職業傷害件數     | 1    | 0   | 6    | 0   | 2    | 1    |
| 失能傷害頻率(FR)     | 0.56 | 0   | 3.5  | 0   | 1.17 | 1.11 |
| 失能傷害嚴重率(SR)    | 16   | 0   | 122  | 0   | 5    | 24   |

- 備註
- 1. 法定重大職業傷害定義為職業安全衛生法第37條第2項，發生死亡災害、發生災害之罹災人數在三人以上或發生災害之罹災人數在一人以上，且需住院治療。
  - 2. 可記錄之職業傷害定義依據職業安全衛生法第38條規定，中央主管機關指定之事業，雇主應按月依規定填載職業災害統計，報請檢查機構備查。
  - 3. 依據勞動部職業安全衛生署規範之職業安全指標，以百萬工時為基準計算，公式如下：  
 $FR = (公傷件數 \div 該性別勞工總工時) \times 1,000,000$ 。  
 $SR = (公傷損失天數 \div 該性別勞工總工時) \times 1,000,000$ 。

員工職業傷害統計（地區）

| 區域 | 項目          | 2022 | 2023 | 2024 |
|----|-------------|------|------|------|
| 台北 | 失能傷害頻率(FR)  | 0.55 | 1.68 | 1.65 |
|    | 失能傷害嚴重率(SR) | 16   | 6    | 17   |
| 桃園 | 失能傷害頻率(FR)  | 0    | 0    | 0    |
|    | 失能傷害嚴重率(SR) | 0    | 0    | 0    |
| 新竹 | 失能傷害頻率(FR)  | 0    | 9.28 | 0    |
|    | 失能傷害嚴重率(SR) | 0    | 615  | 0    |
| 高雄 | 失能傷害頻率(FR)  | 0    | 0    | 0    |
|    | 失能傷害嚴重率(SR) | 0    | 0    | 0    |

- 備註
1. 台北含總公司、台北店忠孝、復興、敦化館及天母店；桃園指中壢店。
  2. 依據勞動部職業安全衛生署規範之職業安全指標，以百萬工時為基準計算，公式如下：  
FR = (公傷件數 ÷ 該地區的勞工總工時) × 1,000,000。  
SR = (公傷損失天數 ÷ 該地區的勞工總工時) × 1,000,000。

合作夥伴勞動安全推動與管理

本公司2024年非員工總人數9,897人，以勞動部最新公布2023年台灣勞工平均年總工時2,020小時計算，總工時為19,991,940小時。

太百與廠商簽訂之合約內含「永續條款」，明訂保障勞工合法權益，尊重勞動人權原則，勞安室於2024年會同工務部、法務室，修訂承攬管理程序，增加安全衛生管理事項、違規罰則、風險評估、巡檢查核、危害告知、協議組織等。為精準掌握所有工作者的職場健康狀況，遠東SOGO已開始建立非員工之職業災害回報機制，2024年承攬商與承租廠商無發生公傷與法定重大職災。

更多勞工權益條款請見本公司ESG官網 → 「永續承諾與政策」及「幸福職場力」

非員工性別職業傷害統計

| 年份              | 2024  |       |
|-----------------|-------|-------|
| 性別              | 女性    | 男性    |
| 總人數             | 7,547 | 2,350 |
| 死亡傷害數量          | 0     |       |
| 死亡傷害比率          | 0     |       |
| 嚴重職業傷害 (排除死亡人數) | 0     |       |
| 可記錄之職業傷害件數      | 0     |       |
| 失能傷害頻率(FR)      | 0     |       |
| 失能傷害嚴重率(SR)     | 0     |       |



4.4.2 員工健康管理 GRI 403-3 GRI 403-6 GRI 403-7

本公司擁有衛福部國民健康署「健康促進標章」，2023年再度獲教育部體育署「運動認證企業」，2024年通過訪視，持續提供身心健康之工作環境，非直接聘雇人員亦可享大部分福利，包含健檢及旅遊優惠方案、駐診醫師諮詢、健康管理課程、社團活動等。

員工健檢

本公司2年舉辦一次健康檢查，頻率優於法規每3~5年一次，與勞動部認可醫院合作，依年齡、職階、職場特性、工作型態等規劃，提供加選項目及眷屬健檢優惠；55歲以上同仁增列心血管、消化道及腦血管等檢查，落實健康風險分級制度。

| 所有同仁檢查項目 |          | 免費加選健檢項目 |          |         |       |         |
|----------|----------|----------|----------|---------|-------|---------|
|          |          | #        | 一般員工     | 55歲以上員工 | 課階    | 理階      |
| 心血管功能 檢查 | 防癌篩檢     | 1        | 女性-新薄式抹片 | 愛心      | 愛心鼻咽鏡 | 心肺腦血管   |
| 血液常規檢查   | 電解質      | 2        | 女性-HPV   | 顧肺      | 顧肺鼻咽鏡 | 消化道     |
| X 光檢查    | 身體脂肪分布指標 | 3        | 肺癌篩檢     | 婦女      | 婦女    | 心血管     |
| 肝功能檢查    | 理學檢查     | 4        | 顧骨荷爾蒙    | 無痛胃鏡    | 消化道   | 婦女      |
| 腎功能檢查    | 聽力檢查     | 5        | 愛肝甲狀腺    | 腦血管     | 腦血管   | 全脊椎骨質密度 |
| 糖尿病篩檢    | 視力檢查     | 6        | 消化道心血管   |         |       |         |
| 尿液常規檢查   | 一般檢查     |          |          |         |       |         |

健康促進

勞安室會同各店教育訓練單位，推動員工健康與安全教育，包括心血管及肌肉骨骼疾病預防、職場不法侵害預防、職場情緒壓力管理、課階主管風險管理、百貨業防災實務，全年舉辦306場，共2,505人次參與。針對員工健檢結果十大異常項目，規劃職業病預防、動態課程如燃脂有氧、特約勞工健康服務之醫師、雇用勞工健康服務之護理人員提供健康衛教、諮詢等專業服務。

| 序 | 項目名稱 | 比例     | 序  | 項目名稱      | 比例     |
|---|------|--------|----|-----------|--------|
| 1 | 體重   | 48.75% | 6  | 胸部X光      | 19.86% |
| 2 | 舒張壓  | 27.00% | 7  | 低密度脂蛋白膽固醇 | 19.83% |
| 3 | 腰圍   | 25.45% | 8  | 血色素       | 19.00% |
| 4 | 總膽固醇 | 24.01% | 9  | 三酸甘油脂     | 17.32% |
| 5 | 肌酸酐  | 23.54% | 10 | 尿潛血       | 16.53% |

肌肉骨骼疾病預防

百貨零售業無直接暴露於高風險因子之疑慮，較常見員工因久站造成肌肉骨骼不適，本公司設置休息區、各專櫃提供安全舒適坐具、周年慶發放貼布；醫務室提供健康護理，不定期邀請職安及健康促進專家宣導。

醫師臨場服務

遠東SOGO僱用勞工健康服務護理人員及依法定頻率駐廠醫師諮詢。項目包含預防保健、健康管理、健檢諮詢、常見疾病問診、慢性病控制管理、旅遊醫學諮詢、疫苗衛教等。



5.

## 社會影響力

本公司致力以「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。



### 提倡DEI 減少不平等

「SO GOOD好小孩少年楷模徵選與表揚」活動表揚24位特境學童，發放29.7萬獎助學金。

### 推廣永續飲食

「宅料理競賽」吸引168人次參賽，觸及逾68萬人次，成功推廣永續餐飲理念。

### 關懷弱勢兒童

「SO GOOD好小孩的耶誕心願」圓夢活動為1,169名弱勢學童圓夢。

### 打造永續生態系

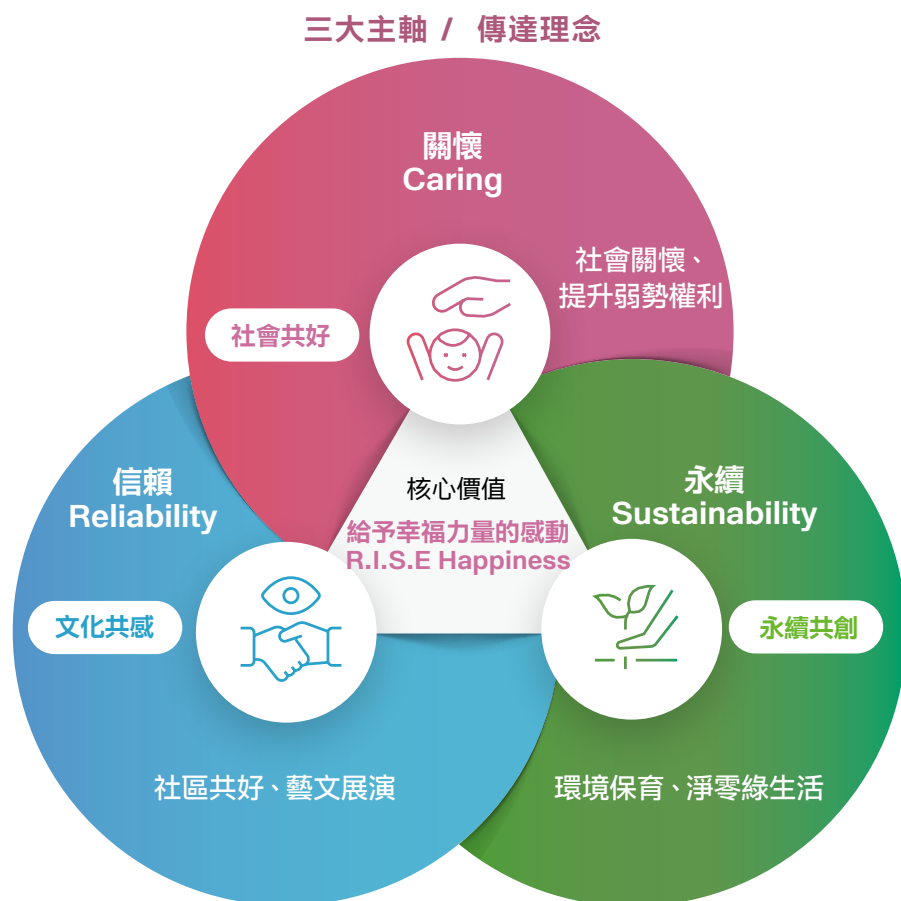
全台營運據點攜手590家外部單位，發起620場社會參與活動，投入逾8,400萬元資源，惠及150萬餘人。



## 5.1 社會共好、永續共創、文化共感

太百以公司使命「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「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。

本公司依據B4SI全球社會影響力架構，以現金捐贈、實物捐助、人力成本、管理費用等4種形式加總各營運據點投入社會參與之相關資源。2024年共投入於逾8,400萬之資源，舉辦620場活動，有超過150萬人受益。其中，57%以促進社區共好，將百貨通路打造為藝文展演，帶動生活時尚、提升文化素養之文化共感居多，其次為透過環境教育攜手利害關係人邁向淨零願景的永續共創活動，同時深耕社區，將人氣通路轉為社會影響力基地，促進社會共好。

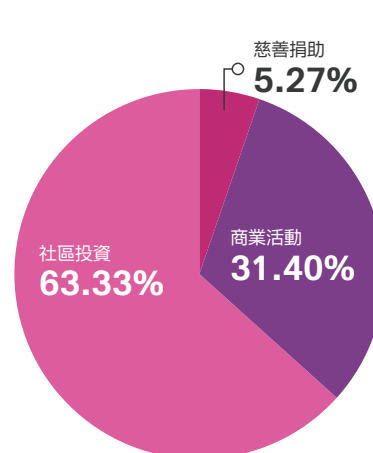


### 2024成效

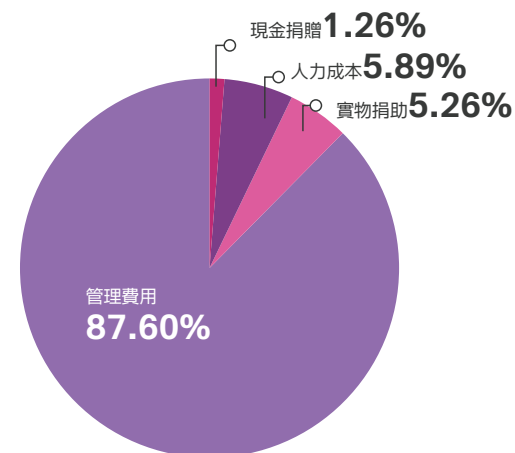
|         | 社會共好      | 永續共創       | 文化共感       |
|---------|-----------|------------|------------|
| 投入資源(元) | 8,199,617 | 27,698,633 | 48,589,835 |
| 比 例     | 9.71%     | 32.78%     | 57.51%     |
| 受益人次    | 365,734   | 335,208    | 804,420    |
| 舉辦場次    | 103       | 68         | 449        |

備註 1.依據B4SI架構，以現金捐贈、實物捐助、人力成本、管理費用等四種形式加總投入資源。  
2.人力成本以 2024年勞動部公告基本工資每小時183元計算。

### B4SI三種動機



### B4SI四種投入形式



## 5.1.1 永續公益鏈

遠東SOGO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」，與文化機構、社福單位、學校配合，持續累積資源，形成推動文教、公益的穩定力量。每年固定舉辦三大活動，支持善意活水流動，並透過網路社群公告最新訊息。

基金會



財團法人太平洋崇光文教基金會

成立時間

1988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。

2024年重點專案

第5屆遠東SOGO宅料理競賽

合作單位

協辦單位

- 全民健康基金會
- 香格里拉臺北遠東國際大飯店

贊助單位

- 瑞康屋
- 瓦城
- 三合院
- pd by petit doux
- 臺灣太古可口可樂
- 聯合利華
- 好勁道
- 讚岐烏龍麵
- 佳格食品集團
- 豆油伯
- 仁舟淨塑
- 三小市集

倡議夥伴

- 聯合報倡議家
- 皇家哥本哈根咖啡輕食複合店(忠孝館餐廳)
- 新葡苑(復興館餐廳)
- 紅豆食府(敦化館餐廳)
- 紅豆食府(天母店餐廳)

專案成效

投入

現金捐贈 總獎金**43萬元**

實物捐助 超過200份禮物

人力成本 · 4位專職共投入**640小時**  
· 2位志工共投入**20小時**

管理費用 1,627,677元

產出

- 168人完賽
- 20人入圍，10位優勝
- 觸及超過**68萬人次**
- 首次舉辦廚餘會外賽，呼籲參賽者準備適量料理，本屆廚餘經廚餘回收機處理，減少5公斤垃圾量
- 80人參加體驗課程，認識格外品水果
- 美味再現：媒合百貨4家人氣餐廳，販售第四屆優勝料理，推廣永續飲食，共銷售424份料理

影響力

- 將綠色餐飲概念帶入百貨供應鏈管理
- 創造影響上游餐飲專櫃、引領同仁認識永續消費、帶動下游顧客參與低碳飲食的永續生態鏈
- 讓合作餐廳認知推廣低碳飲食有助營收增長
- 參賽者認為透過活動有提升自身使用在地食材的意願，並關注永續飲食

活動網站

 遠東SOGO永續飲食料理競賽(宅料理)





基金會



財團法人太平洋崇光社會福利基金會

成立時間

2000年

發展宗旨

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。

2024年重點專案

第33屆SO GOOD好小孩的耶誕心願圓夢活動

合作單位

協辦單位

- 家扶基金會
- 陽光社會福利基金會
- 羅慧夫顱顏基金會
- 罕見疾病基金會
- 臺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
- 瑪利亞社會福利基金會
- HAPPY GO鼎鼎聯合行銷

投入

現金捐贈 無

實物捐助

1,176份禮物，均價600元，總值約705,600元

人力成本

4位專職共投入300小時  
1位志工共投入10小時

管理費用

249,766元

產出

- 超過600位民眾認領禮物
- 1,176名弱勢學童獲得耶誕禮物

影響力

- 長年舉辦之歲末公益活動，逐年培養穩定之公益客層
- 首度開放線上認領，讓更多民眾參與，帶動社會產生良善的正向循環

活動網站

SO GOOD好小孩的耶誕心願



2024年重點專案

第12屆SO GOOD好小孩少年楷模徵選暨表揚

合作單位

協辦單位

- 家扶基金會
- 陽光社會福利基金會
- 羅慧夫顱顏基金會
- 罕見疾病基金會
- HAPPY GO鼎鼎聯合行銷

贊助單位

- 佳格食品集團
- 仁舟淨塑
- 青鳥旅行
- deya 品卓企業股份有限公司

投入

現金捐贈 總獎金29.7萬元

實物捐助

60份禮物，包含生活用品及文具

人力成本

4位專職共投入750小時  
26位志工共投入44.2小時

管理費用

1,157,559元

產出

- 33單位推薦60位學童報名，選出24位楷模，其中5位為孝親楷模
- 頒發向上獎學金給1位歷屆楷模
- 3間機構獲得永續獎，其中2間學校成為遠東SOGO永續駐點學校
- 公開徵求主視覺畫作，收到149件畫作
- 觸及29萬人次

影響力

- 學童被認同與肯定，獲得自信
- 照顧者努力有所回報
- 與學校合作由師長引導學生認識SDGs，觀賞「少年楷模」系列影片，透過繪畫理解消除不平等
- 遠東SOGO同仁寫信關懷少年楷模，感受助人的快樂
- 攜手視覺藝術志工老師到宅教學、贈送話劇，陪伴少年楷模彩繪未來與夢想
- 邀請歷屆楷模分享與鼓勵，傳遞相互扶持的正能量

活動網站

SOGO少年楷模



## 5.1.2 社會參與成果

2024年遠東SOGO與590個外部單位(次)合作,包括慈善機構、學術及研究單位、政府機關、企業品牌等,發起620場社會參與活動,試圖解決各項社會問題,共計投入資源價值超過8,000萬元,受益人次超過150萬。

### 遠東SOGO社會參與成果統計

| 年份   | 場次  | 參與人次      | 受益人次      | 投入資源價值(元)  | 合作單位(次) |
|------|-----|-----------|-----------|------------|---------|
| 2024 | 620 | 397,318   | 1,505,362 | 84,488,084 | 590     |
| 2023 | 529 | 935,016   | 3,705,317 | 50,248,810 | 517     |
| 2022 | 912 | 1,389,167 | 2,029,931 | 67,765,917 | 1,975   |

備註 2022年起,根據B4SI指引,貨幣化計算所有投入資源。

## Caring 關懷 / 社會共好

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,2024年投入近820萬元,舉辦103場活動,3.9萬人次參與、36.5萬人次受益。

### SO GOOD 好小孩少年楷模



鼓勵多元 勇敢夢想



對應之SDGs



專案延續性 總獎助學金(元) 累計獎助學童(人)

|     |        |      |
|-----|--------|------|
| 12屆 | 412.7萬 | 337人 |
|-----|--------|------|

觸及人次 受益對象 總統教育獎

|      |                                  |                        |
|------|----------------------------------|------------------------|
| 777萬 | 超過350個弱勢家庭及親友<br>350個第一線付出的社工與老師 | 催生53位得主<br>(國內特殊生最高獎勵) |
|------|----------------------------------|------------------------|

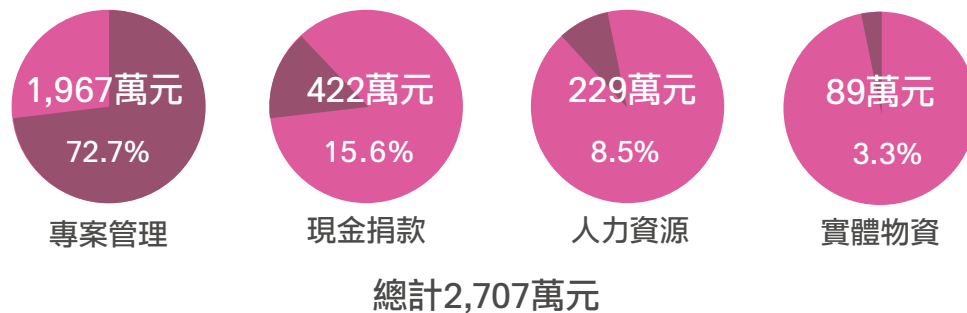


宗旨 以人氣百貨的通路力量，關注資源不足的弱勢兒童

解決方式 頒發獎學金，短期解決經濟困境  
公開表揚，給予成就未來的勇氣

受益對象 弱勢與特殊生，及其家長/老師/社工

累計投入資源 累計投入資源：依B4SI社區投資模式，量化評估SOGO歷年於「少年楷模計畫」之投入資源



遠東SOGO自2011年起舉辦「SO GOOD好小孩少年楷模徵選暨表揚」，為臺灣百貨唯一的弱勢兒童典範徵選活動。凡國小學童，清寒、罹病或遭遇特殊狀況，仍努力生活，展現生命價值，都可參選，目的不在「篩選」，而是樹立向上典範，歷年邀請53位偶像共襄盛舉，藉由名人效應，也成功協助學童爭取資源；另設「熱心守護獎」，表彰第一線老師與社工的貢獻。

2024年以「我身上的光」為主題，倡導DEI，尊重生命差異、消弭歧視，讓每位學童發現自我的獨特價值。獲表揚的24位學童雖面臨清寒、罕見疾病或重度聽障等困境，仍克服障礙，專注於自己熱愛的領域。其中5位學童獲選為孝親楷模，在家境困難下，依然積極分擔家務，照顧手足，成為家庭的重要支柱。

為擴大影響力，活動首度公開徵求主視覺，並與國小師長合作，引導學生認識SDGs（聯合國永續發展目標），觀賞少年楷模系列影片，透過繪畫表達對「消除不平等」的理解，第一名作品作為活動主視覺。亦向全民徵求永續提案，最終選出3組優勝者，包括關注環境議題的新北市成福國小、台北市松山高中，成為遠東SOGO永續駐點學校，將SOGO的永續理念推廣至校園，以及失親兒福利基金會彰化服務處。3組優勝團隊皆獲得執行提案所需的獎金與資源，並在未來一年內將永續理念轉化為具體行動，持續發揮正向影響力。



邀請獲獎學童偶像李科穎(右一)給予學童支持



對弱勢學童的持續關懷，形成穩定的支持力量。



評審團特別獎學童故事



## SO GOOD 好小孩的耶誕心願

### 牽起 M 型社會兩端對話

| 專案延續性 | 累計參與人次 | 累計受益人次 |
|-------|--------|--------|
| 33屆   | 4.2萬   | 3.1萬   |



遠東SOGO長期搭建公益平台，促進M型化社會交流，最具代表性的公益計畫是「SO GOOD好小孩的耶誕心願」。33年來，累計逾4.2萬人次參與，幫助超過3.1萬名弱勢兒童實現心願，展現SOGO作為公益平台的長期影響力。

2024年，遠東SOGO各店共展示1,176張弱勢學童心願卡，參與民眾熱心響應，超過半數認領者一次選擇認領兩張以上。此外，90.3%的參與者對活動滿意，93.3%認同SOGO的社會影響力，100%願意推薦親友參與。

遠東SOGO透過實體擺攤與線上宣傳，成功擴大兒童福利議題關注，凝聚更多社會力量投入公益。參與者中有27.6%已連續三次以上響應，顯示活動擁有穩定支持者，每年持續為孩子圓夢；同時58%為首次參與，代表活動源源不絕地吸引新夥伴加入。

遠東SOGO秉持公益初心，不限制禮物的購買地點，即使僅有22.1%的認領者選擇在SOGO購買，未直接帶來商業效益，SOGO仍堅持舉辦至今，讓「SO GOOD好小孩的耶誕心願」成為台灣最具影響力的兒童公益計畫之一，持續為社會帶來溫暖與希望。

此外，遠東SOGO響應耶誕溫馨氣氛，第三年發起SOGO APP歲末公益活動，全台顧客總計捐出290,000點，折合87,000元贈予瑪利亞基金會「瑪利寶實早療計畫」專案，支持0至3歲遲緩嬰幼兒極早療服務，共同成為早療家庭堅強的後盾，走過徬徨無助的早療之路。



## Sustainability 永續 / 永續共創



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。2024年投入近2,770萬元，舉辦68場永續共創活動，7.8萬人次參與，33.5萬人次受益。

### 宅料理競賽

#### 全民食育 綠色飲食

| 專案延續性 | 累計參與人次 | 累計觸及人次   |
|-------|--------|----------|
| 5屆    | 645    | 7,507.7萬 |

遠東SOGO深耕料理競賽14年，全面厚植台灣軟「食」力，累計近2,000名參賽者。賽事從「遠東餐廳達人賽」發展而來，2020年因應疫情影響，轉型為面向全民的「宅料理競賽」，推廣「自煮」健康管理，並透過競賽機制與高額獎金，引導全民關注國際永續飲食趨勢，深化食育意識。







宅料理競賽推廣使用在地當令食材，鼓勵全民參賽挑戰



攜手供應鏈，重新詮釋優勝料理，促進永續轉型

五屆以來，遠東SOGO投入千萬資金，賽事觸及超過7,500萬人次，讓永續料理成為全民運動，並培育出100位綠色大廚，進一步推動政府的「淨零綠生活」政策。賽事結合低碳營運，透過大帶小模式推動供應鏈管理，發揮永續影響力，讓同仁、顧客、百貨餐廳在參與過程中提升氣候韌性。

2024年賽事主題持續呼應「使用在地當令食材」，要求選手使用當季國產食材入菜，以降低食物里程。此外，競賽更將「減少剩食」納入評分標準，透過廚餘秤重會外賽，獎勵剩食最少的選手，推動「吃多少、買多少、煮多少」的理念，以實際行動減少環境負擔。本屆賽事共回收5公斤廚餘，其中個別選手的最高與最低廚餘量相差22倍，顯示選手對「剩食」概念的掌握仍有顯著差異，未來將持續推廣惜食，引導大眾建立更完善的食材管理觀念。

競賽連結供應鏈夥伴，連續五年邀請餐廳重新詮釋優勝料理，推廣環境部認證的「環保餐廳」。2024年有四家餐廳響應，料理銷量提升94%，銷售額成長100%，有效促進供應鏈永續轉型，並提升消費者對綠色飲食的認識。未來，遠東SOGO將持續透過料理競賽，串聯產業與消費者，讓美味與永續同行，實踐更環保的飲食文化。



## 親子活動扎根永續教育

遠東SOGO深信永續教育應從小扎根，透過多元親子活動，讓生態與環保意識自然融入生活。各店每月舉辦ThanQ Club生日會，或籌辦園遊會時，不僅開發創新體驗，也融入環境永續概念，讓孩子將永續知識轉化為生活習慣。天母店響應世界地球日及參與「Open House Taipei打開台北」活動，開放百貨頂樓讓消費者參觀，帶領民眾親身體驗百貨的永續設施。透過專人導覽，參與者近距離了解太陽能板與雨水回收系統如何應用於百貨營運，從實際案例認識永續管理的重要性。中壢店則與桃園市政府環境保護局攜手舉辦「淨零綠生活，小行動大永續」繪本閱讀活動，以生動故事引導孩童思考環境挑戰，並學習如何在日常生活中實踐環保行動。



天母店首度開放頂樓參觀，讓民眾認識百貨的綠色措施



中壢店舉辦「淨零綠生活-小行動大永續」活動，藉由繪本閱讀讓小朋友思考日常生活中的永續行動



## Reliability信賴 / 文化共感

2024年超過2,500個櫃位進駐全台各營運據點，多元商品與服務是生活縮影，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。2024年投入4,858.9萬元於449場文化共感活動，超過27.9萬人次參與，80.4萬人次受益。

### 小小職人體驗、震後應變實作



忠孝館舉辦小小顧服體驗營，鼓勵小朋友  
尊重不同職業



中壢店震後第一時間提供正確防災教育  
推動動性社區

各店善用百貨通路優勢，推出多元職人體驗活動，透過沉浸式體驗與互動，鼓勵兒童多元探索，培養對不同職業的尊重。其中，廣受好評、一開放報名即額滿的「小小顧服卡哇依體驗營」，讓小朋友親身體驗顧客服務的樂趣與挑戰。各店也舉辦多樣職業體驗活動，例如天母店的「小小波麗士體驗營」，透過生動的模擬情境，向兒童傳遞反毒、識詐及交通安全等重要觀念，培養正確的守法意識與犯罪預防觀念。403花東大地震後，中壢店舉辦全台第一場震後應變親子營隊「防災小英雄聯盟體驗營」，透過遊戲闖關方式，讓親子共同學習地震避難、火災逃生、火線出動、濃煙逃生實作，強化家庭安全意識、強化應變能力。

### 顧客高度認同遠東 SOGO 深耕文教與公益

根據最新一期遠東SOGO顧客滿意度調查結果，近7成消費者認同遠東SOGO積極推廣藝術文化並關懷弱勢。其中，「舉辦社會關懷活動」及「提供場地與服務作為公益活動推廣」最受消費者肯定，獲得超過7成消費者的正面評價。然而，在「舉辦文教藝術活動」、「推動志工服務」，以及「促進與在地商圈及社福機構合作，實現社會與經濟共榮」等面向，滿意度則低於7成。針對此結果，遠東SOGO將进一步深化社區參與，擴大與在地商圈的合作關係，並於志工服務活動中設計更多元化項目，同時招募社區志工，提升消費者對志工活動的認知與滿意度。本次調查結果已提報ESG委員會，作為未來優化策略的重要參考依據。



## 5.2 永續生態系

遠東SOGO致力於低碳營運，倡議永續消費，攜手上、中、下游利害關係人打造永續生態系。

### 5.2.1 以大帶小 培力社創與小農

遠東SOGO是全台首家舉辦大規模小農展與社創展的百貨公司，積極發掘綠色商機，推動永續消費模式，為顧客帶來創新的購物體驗。SOGO不僅提供銷售管道，更有嚴格的輔導機制，從前期選商、上架輔導、展期安排與展後回饋等給予不同面向的協助，協助小農及新創企業健全發展。再將其納入永續採購標的、社會參與專案伙伴，從點擴展成線、面，打造完整的永續供應鏈，期許以本身的通路專業，培力對社會與環境友善的品牌，共同提升永續影響力。

自2018年起，遠東SOGO開始關注食物里程與低碳飲食，攜手社會企業「好時好物」，每年於忠孝店舉辦小農展，推廣在地、當季的綠色飲食概念。透過文創行銷與百貨場域的整合，成功打造「台灣百貨最大規模小農展」，吸引消費者從單純的購物行為，轉向支持綠色消費。經過七年的努力，已達成10.9萬筆銷售，累積營收5,230萬元，客單價更突破600元，顯示消費者對永續產品的接受度持續提升。2024年由「島東風味展」接棒，繼續推動友善耕作的農特產品，延續綠色消費影響力。

除了忠孝店的標誌性展覽，遠東SOGO也依據各地客群需求，各店舉辦不同類型的農特產展售，培養出一群忠實的美食家與老饕，更帶動綠色消費風潮向全台擴展。

為縮短產地到貨架的「最後一哩路」，遠東SOGO積極與社創企業合作，讓小農直接進入百貨體系，提升獲利機會。2024年，遠東SOGO復興館與農業社創企業「三小市集」再度攜手，透過環島美食的概念，將全台特色農產帶進百貨商場，短短四天內即達成前一年一週的營業額，單日營業額較前一年成長近六成，展現社創企業的市場潛力與影響力。未來，遠東SOGO將持續發揮其通路優勢，深化與上、中、下游利害關係人的合作，並透過品牌培力、綠色採購、社會創新等方式，擴展永續生態系的影響力，讓綠色消費融入生活，帶動市場邁向永續未來。

### 從產地到貨架培力社企 打造永續生態系

遠東SOGO化人氣通路為永續消費平台，打造「百貨小農展第一品牌」，創造營收之餘，解決社會與環境問題，以嚴格的選商輔導機制培力社創企業，也培養出逐年成長的永續客層，全台自2018年至今舉辦**106場**，**173萬**人次小農及消費者受益。



### 5.2.2 國際節日永續倡議

身負人氣通路之企業社會責任，遠東SOGO每月連結一個國際節日，發起一項倡議，透過各店FB粉專、店內電子看板與消費者溝通。2024年共提出12項議題，包括節電、省水、DEI（多元平等共融）、低碳飲食、保護生物多樣性等主題，總計觸及超過21萬人次，也發起行動方案，擴大串聯供應商，例如6月份舉辦夏至關燈1小時活動，晚間關閉外牆燈源，展示節能減碳的決心，更希望拋磚引玉，呼籲大眾在夏季用電高峰之際，也應重視氣候變遷問題。





## 5.3 鮮明的永續店格

**5.3.0 在地化經營** 百貨為周遭帶來人潮與商機，被視為經濟繁榮重要指標，遠東SOGO深耕在地，促進社區共融創生，各店並依總公司永續策略，舉辦特色活動。

### 5.3.1 臺北東區商圈共榮

自2019年起，本公司履行企業社會責任，以「創意、創新、創業、創生」為核心策略，推動商圈發展，促成「臺北市東區商圈發展協會」的成立。為振興東區，本公司積極向台北市政府爭取各項資源，2024年7月正式完成東區「瑠公綠廊」改造，優化原本狹長且不便的行走動線，導入無障礙設施與多功能活動空間，增設植栽綠地與休憩座椅，不僅提供舒適的逛街場域，提升東區商圈吸引力，更形塑都市生態綠洲，呼應過去瑠公圳水文特色，以綠色廊帶及共融設施，為都市創建綠意與風廊，減緩都市熱島效應；瑠公綠廊完工後，遠東SOGO策劃東區廊帶年度活動，邀集商圈店家共同參與，透過跨品牌合作與節慶行銷，活絡商圈經濟。

2024下半年，舉辦「混東區潮FUN夏日趴」、「東區週年慶」、以及聖誕節「閃耀今晚點燈儀式」等精彩活動，吸引超過6萬人次回流東區。展望2025年，遠東SOGO將持續深化政府、企業及在地商家的合作，並透過文化展演、市集經濟、智慧商圈應用等多元策略，進一步推動東區商圈轉型升級，打造台北最具創新活力的都會商圈。

| 專案        | 重點                         | 成果與進度                                                                                                                                                |
|-----------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 太百催生東區商圈  | 混東區潮FUN夏日趴                 | <ul style="list-style-type: none"><li>以夏日及音樂為主軸，邀請歌手於大安路一段舉行封街演唱會。</li><li>串聯東區商圈店家、舉辦市集，並提供購物金及抽獎活動，吸引人潮。</li><li>100間東區商圈店家響應，參與人次超過3萬人。</li></ul> |
| 指標性大型特色活動 | 東區週年慶                      | <ul style="list-style-type: none"><li>結合遠東SOGO百貨週年慶及東區商圈店家一同響應週年慶氛圍，提供消費者於東區商圈特約商店消費滿額抽獎活動。</li><li>150間東區商圈店家響應，參與人次超過3萬人。</li></ul>                |
| 節日特色活動    | 閃耀金晚點燈儀式                   | <ul style="list-style-type: none"><li>從聖誕節至隔年元宵節。</li><li>2024年12月20日，由台北市副市長林奕華蒞臨瑠公公園舉辦耶誕點燈儀式。</li></ul>                                            |
| 社區大型改造計畫  | 瑠公綠廊人行環境改造工程               | <ul style="list-style-type: none"><li>2023年8月動工至2024年6月竣工。</li><li>配合市政府推動並且重建忠孝館後方瑠公綠廊帶，以串聯東區商圈之聯繫、強化開放空間場域使用、增進地方人潮流動。</li></ul>                   |
| 行人友善措施    | 忠孝復興路口設置行人專用時相及劃設對角線行人穿越道線 | <ul style="list-style-type: none"><li>為舒緩忠孝復興假日人潮及交通，並提升行人穿越馬路之安全性，推動市政府於假日施行忠孝復興路口設置行人專用時相，並持續爭取劃設對角行穿線。</li></ul>                                  |



東區廊帶耶誕點燈儀式，為東區增添節慶氛圍



混東區潮FUN夏日趴舉辦封街活動，吸引人潮回流



## 5.3.2 各店走入社區 化身影響力基地

遠東SOGO全台營運據點開放館內公共空間，提供在地舞台，人氣通路化身影響力基地，攜手利害關係人實踐社會共好。

### 臺北店（忠孝館、復興館、敦化館）發揮通路永續影響力

忠孝館為全客層百貨，呼應SDG 4優質教育，針對ThanQ Club親子會員全年舉辦55場「永續小學堂」親子主題課程，將「環境教育、科學、運動、零廢棄」等科普知識傳遞給親子客層，累計有2,400組家庭參與，受益人次超過8,000人次。也面向廣大客層倡議淨零綠生活，如舉辦「永續愛心 BOOK或缺」二手書回收、「零廢棄手作坊」等。

復興館則善於結合大面積的和式庭園挑高中庭，規劃多元又豐富的展覽活動，2024年舉辦具話題性之「化石博覽會」，透過震撼人心的巨大化石、深入淺出的知識介紹、趣味活潑的互動體驗，使觀賞者獲得友善地球、永續生態之認知。在巴黎奧運賽事期間，也舉辦賽事直播活動，讓全民共同為中華隊加油。



忠孝館舉辦零廢棄手作坊，讓資源循環再利用



復興館舉辦化石博覽會，讓參與者了解古文物背後的故事

### 天母店 全台第一綠色百貨

天母店發揮全台第一家消費金額可認列綠色採購的優勢，打開B2B通路，同時持續與消費者溝通永續議題，從食衣住行各方面引導消費者實踐全民綠生活。例如舉辦親子二手市集，傳遞綠色永續概念，也讓小朋友了解惜物概念；響應台北市政府推廣「田園城市」，舉辦「士林農趣生活節」傳達食農教育，推廣士林區農特產品和特色景點，並以日本、原住民及新住民表演，展現在地多元面貌。同時持續參與地區獨有特色活動，與社區共融，如天母萬聖節遊行、夏日啤酒市集。



天母店參與萬聖節活動，透過遊行與在地居民互動

## 中壢店 推廣農產振興經濟

中壢店為當地唯一大型百貨公司，是六和商圈重要的流行集散地，時常舉辦親子活動、公益關懷、商圈共榮等活動。2024年與楊梅區農會合辦「世界地球日 綠行動小農市集」，鼓勵顧客購買在地農產品，減少長途運輸所產生的碳排放，實踐環保生活方式，透過綠色消費行動，共同打造健康的飲食文化，守護土地資源及生態多樣性；並發揮商圈地標角色，再度邀請鄰里履行企業社會責任，帶動威尼斯影城領銜的15家商場、店家與餐廳業者積極參與「夏至關燈一小時」。也與桃園市農業局合作推廣復興區拉拉水蜜桃，支持小農振興部落經濟。



中壢店與市府合作，舉辦媽媽桃市集，推廣購買在地農產品

## 新竹店 桃竹苗親子最愛

新竹店以百貨結合購物中心打造零售新業態，與市民生活緊密連結，更為桃竹苗地區親子教育的重要場域，舉辦多種寓教於樂活動，讓小朋友探索興趣。如舉辦小小昆蟲學家體驗營，讓小朋友認識自然生態；或是小小演奏家、愛的親子互動樂章活動，讓小朋友體驗學習音樂。2024年關懷對象擴及銀髮族，舉辦「爺奶萬萬說」活動，結合課程培訓與成果發表，讓銀髮素人也能說脫口秀，以幽默方式展現長輩生活智慧，促進世代共融，創造跨世代交流機會。



新竹店運用特色演藝廳與外部單位合作爺奶「萬萬說」脫口秀演出

## 高雄店 在地百貨好厝邊

高雄店是全高雄市及遠東集團第一家社區百貨概念店，希望居民把遠東SOGO當成自家廚房、客廳，積極參與社會關懷，為經濟弱勢群體提供支持，7月起將閒置宿舍活化為社會福利社會住宅，一方面開源節流，另一方面為公益盡心力；9月展開社區經營計畫，分析周遭鄰里分佈，拜訪里長並建立關係，探尋需求，與里民互動搏感情；10月起進一步強化連結，辦理社區活動、提供資源及專屬優惠，例如與前鎮區衛生所共同辦理防護疫苗施打，結合健康促進活動，參加盛興公園啟用，與現場300位里民互動等。另透過多項跨領域合作，共享資源，傳達永續意識。



高雄店店長拜訪里長，傾聽需求





## CHAPTER 附錄

# 附錄 附錄一、國際永續揭露框架對照表

## i. 全球永續性報告 GRI Standards 索引

下列指標係參考全球報告書協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 永續性報導準則 (GRI準則) 2021年版本對應本報告書內容。相關資訊已如外部檢核聲明書所示，經檢驗符合 GRI Standards 對於外部檢核列表之要求。

| 使用聲明                                          |               |               | GRI 1 使用        | 適用 GRI 行業準則                                                |
|-----------------------------------------------|---------------|---------------|-----------------|------------------------------------------------------------|
| 遠東SOGO自2024年01月01日至2024年12月31日期間內，參考GRI準則進行報導 |               |               | GRI 1:基礎 (2021) | N/A                                                        |
| 編號                                            | 揭露指標          | 參考章節          | 頁碼              | 省略/備註                                                      |
| 2-1                                           | 組織詳細資訊        | 關於報告書         | 5               |                                                            |
| 2-2                                           | 組織永續報導中包含的實體  | 關於報告書         | 5               |                                                            |
| 2-3                                           | 報導時間、頻率與聯絡人   | 關於報告書         | 5               |                                                            |
| 2-4                                           | 資訊重編          | 1.1.2 董事會     | 29              | 2022~2023年薪酬中位數重編，計算方法調整，原分子為「其他員工之年度總薪酬中位數增加百分比」；不影響公司營運。 |
|                                               |               | 2.2.2 節能措施與成效 | 76              | 2022~2023年太陽能發電量重編。                                        |
|                                               |               | 2.3.1 水資源管理政策 | 78              | 2022~2023年取水量及單位用水量重編，對齊年度水費單結算金額；不影響公司營運。                 |
|                                               |               | 2.5.1 綠色行銷    | 82              | 2022~2023年發放電子點數重編，因年度點數回沖調整；不影響公司營運。                      |
|                                               |               | 2.5.1 綠色行銷    | 82              | 2023年即享券金額重編，因年度結算調整；不影響公司營運。                              |
|                                               |               | 2.5.2 綠色行動    | 85              | 2022~2023年綠色採購金額重編，統一未稅；不影響公司營運。                           |
|                                               |               | 2.5.2 綠色行動    | 85              | 2023年超市減塑量重編，同政府申報數據；不影響公司營運。                              |
|                                               |               | 4.2.1 薪酬制度    | 115             | 2022~2023年薪資重編，揭露年化數據；不影響公司營運。                             |
|                                               |               | 4.2.2 員工福利    | 116             | 2022~2023年資料重編，調整統計方式；不影響公司營運。                             |
| 2-5                                           | 外部保證/確信       | 關於報告書         | 5               |                                                            |
| 2-6                                           | 活動、價值鏈與其他商業關係 | 1.5 供應鏈管理     | 50              |                                                            |
| 2-7                                           | 員工            | 4.1 員工輪廓      | 111             |                                                            |



| 編號   | 揭露指標             | 參考章節                                                 | 頁碼                   | 省略/備註                       |
|------|------------------|------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 2-8  | 非員工的工作者          | 4.1員工輪廓<br>4.4職場安全與健康                                | 111<br>124           | 僅揭露各專櫃及承攬商主動回報狀況，無發生法定重大職災。 |
| 2-9  | 治理結構與組成          | 1.1公司治理                                              | 28                   |                             |
| 2-10 | 最高治理單位的提名與遴選     | 1.1.2 董事會                                            | 29                   |                             |
| 2-11 | 最高治理單位的主席        | 1.1.1 組織輪廓                                           | 28                   |                             |
| 2-12 | 最高治理單位於監督衝擊管理的角色 | 1.1.3 內控機制                                           | 34                   |                             |
| 2-13 | 最高治理單位的提名與遴選     | 1.1.3 內控機制                                           | 34                   |                             |
| 2-14 | 衝擊管理的負責人         | 關於報告書                                                | 5                    |                             |
| 2-15 | 最高治理單位於永續報導的角色   | 1.1.2 董事會                                            | 29                   |                             |
| 2-16 | 溝通關鍵重大議題         | 1.1.2 董事會                                            | 29                   |                             |
| 2-17 | 最高治理單位的群體智識      | 1.1.2 董事會                                            | 29                   |                             |
| 2-18 | 最高治理單位的績效評估      | 1.1.2 董事會                                            | 29                   |                             |
| 2-19 | 薪酬政策             | 1.1.2 董事會<br>4.2.1 薪酬制度                              | 29<br>115            |                             |
| 2-20 | 薪酬決定流程           | 4.2.1 薪酬制度                                           | 115                  |                             |
| 2-21 | 年度總薪酬比率          | 1.1.2 董事會<br>4.2.1 薪酬制度                              | 29<br>115            |                             |
| 2-22 | 永續發展策略的聲明        | II.關於太百                                              | 6                    |                             |
| 2-23 | 政策承諾             | II.關於太百<br>4.1.1 員工組成與分布                             | 6<br>111             |                             |
| 2-24 | 納入政策承諾           | II.關於太百<br>1.0 策略成果與規劃<br>2.0 策略成果與規劃<br>4.0 策略成果與規劃 | 6<br>26<br>59<br>109 |                             |

| 編號   | 揭露指標         | 參考章節                                              | 頁碼                    | 省略/備註           |
|------|--------------|---------------------------------------------------|-----------------------|-----------------|
| 2-25 | 補救負面衝擊的程序    | 1.1.4 誠信經營                                        | 35                    |                 |
| 2-26 | 尋求建議與提出疑慮的機制 | 1.1.2 董事會                                         | 29                    |                 |
| 2-27 | 法律規範遵循       | 1.1.4 誠信經營                                        | 35                    |                 |
| 2-28 | 公協會的會員資格     | 1.1.2 董事會                                         | 29                    |                 |
| 2-29 | 利害關係人議合方針    | 關於報告書<br>III永續太百<br>3.2.1 顧客關係管理與溝通<br>4.2.2 員工福利 | 5<br>14<br>101<br>116 |                 |
| 2-30 | 團體協約         | 無                                                 | -                     | 本公司無設立工會，故無簽署協約 |

GRI 主題準則

| 編號                  | GRI 準則揭露內容            | 對應章節        | 對應頁碼 | 省略/備註 |
|---------------------|-----------------------|-------------|------|-------|
| GRI 3-1             | 決定重大主題的流程             | 永續太百        | 14   |       |
| GRI 3-2             | 重大主題列表                | 永續太百        | 14   |       |
| 市場與品牌經營             |                       |             |      |       |
| GRI 3-3             | 重大主題管理                | 1.0 策略成果與規劃 | 26   |       |
| 低碳營運                |                       |             |      |       |
| GRI 3-3             | 重大主題管理                | 2.0 策略成果與規劃 | 59   |       |
| 營運績效                |                       |             |      |       |
| GRI 3-3             | 重大主題管理                | 1.0 策略成果與規劃 | 26   |       |
| GRI 201 經濟績效 (2016) | 201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值 | 1.2.2 營運績效  | 41   |       |
|                     | 201-3 確定給付制義務與其他退休計畫  | 4.2.2 員工福利  | 116  |       |
|                     | 201-4 取自政府之財務援助       | 1.2.2 營運績效  | 41   |       |

| 編號                  | GRI 準則揭露內容                 | 對應章節                | 對應頁碼 | 省略/備註 |
|---------------------|----------------------------|---------------------|------|-------|
| 市場與品牌經營             |                            |                     |      |       |
| GRI 3-3             | 重大主題管理                     | 1.0 策略成果與規劃         | 26   |       |
| 能源管理                |                            |                     |      |       |
| GRI 3-3             | 重大主題管理                     | 2.0 策略成果與規劃         | 59   |       |
| GRI 302 能源 (2016)   | 302-1 組織內部的能源消耗量           | 2.2.2 節能措施與成效       | 76   |       |
|                     | 302-3 能源密集度                | 2.2.2 節能措施與成效       | 76   |       |
|                     | 302-4 減少能源消耗               | 2.2.2 節能措施與成效       | 76   |       |
| 能源管理                |                            |                     |      |       |
| GRI 3-3             | 重大主題管理                     | 2.0 策略成果與規劃         | 59   |       |
| GRI 201 經濟績效 (2016) | 201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其他風險與機會 | 2.1.2 氣候變遷風險與機會鑑別   | 66   |       |
| GRI 305 排放 (2016)   | 305-2 能源間接(範疇二)溫室氣體排放      | 2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理 | 68   |       |
|                     | 305-4 溫室氣體排放強度             | 2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理 | 68   |       |
|                     | 305-5 溫室氣體排放減量             | 2.2.2 節能措施與成效       | 76   |       |
| 資源再生與廢棄處理           |                            |                     |      |       |
| GRI 3-3             | 重大主題管理                     | 2.0 策略成果與規劃         | 59   |       |
| GRI 306 廢棄物 (2020)  | 306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊     | 2.4.1 廢棄物管理政策       | 80   |       |
|                     | 306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理         | 2.4.1 廢棄物管理政策       | 80   |       |
|                     | 306-3 廢棄物的產生               | 2.4.2 廢棄物產出結構       | 82   |       |
|                     | 306-4 廢棄物的處置移轉             | 2.4.2 廢棄物產出結構       | 82   |       |

| 編號                     | GRI 準則揭露內容                      | 對應章節         | 對應頁碼 | 省略/備註 |
|------------------------|---------------------------------|--------------|------|-------|
| 員工薪酬與福利                |                                 |              |      |       |
| GRI 3-3                | 重大主題管理                          | 1.0 策略成果與規劃  | 26   |       |
| GRI 401 勞雇關係 (2016)    | 401-1 新進員工和離職員工                 | 4.1.2 員工流動   | 114  |       |
|                        | 401-2 提供給全職員工(不包含臨時員工或兼職員工)的福利  | 4.2.2 員工福利   | 116  |       |
|                        | 401-3 育嬰假                       | 4.2.2 員工福利   | 116  |       |
| 能源管理                   |                                 |              |      |       |
| GRI 3-3                | 重大主題管理                          | 2.0 策略成果與規劃  | 59   |       |
| GRI 403 職業安全與衛生 (2018) | 403-1 職業安全衛生管理系統                | 4.4.1 職場安全管理 | 124  |       |
|                        | 403-2 危害辨識、風險評估、及事故調查           | 4.4.1 職場安全管理 | 124  |       |
|                        | 403-3 職業健康服務                    | 4.4.2 員工健康管理 | 128  |       |
|                        | 403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通      | 4.4.1 職場安全管理 | 124  |       |
|                        | 403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練            | 4.3.1 員工培育   | 120  |       |
|                        | 403-6 工作者健康促進                   | 4.4.2 員工健康管理 | 128  |       |
|                        | 403-7 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊 | 4.4.2 員工健康管理 | 128  |       |
|                        | 403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者         | 4.4.1職場安全管理  | 124  |       |
|                        | 403-9 職業傷害                      | 4.4.1職場安全管理  | 124  |       |
|                        | 403-10 職業病                      | 4.4.1職場安全管理  | 124  |       |



| 編號                           | GRI 準則揭露內容                | 對應章節                       | 對應頁碼      | 省略/備註 |
|------------------------------|---------------------------|----------------------------|-----------|-------|
| 人才留任與發展                      |                           |                            |           |       |
| GRI 3-3                      | 重大主題管理                    | 4.0 策略成果與規劃                | 109       |       |
| GRI 404<br>訓練與教育<br>(2016)   | 404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數     | 4.3.1員工培育                  | 120       |       |
|                              | 404-2 提升員工職能及過度協助方案       | 4.3.1員工培育                  | 120       |       |
|                              | 404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比 | 4.3.3職涯發展                  | 122       |       |
| GRI 405 員工多元化與平等機會<br>(2016) | 405-1 治理單位與員工的多元化         | 1.1.2 董事會<br>4.1.1 員工組成與分布 | 29<br>111 |       |
|                              | 405-2 女性對男性基本薪資與薪酬的比率     | 4.2.1 薪酬制度                 | 115       |       |

ii.永續會計準則委員會(SASB)指標內容揭露：多產品線專業零售商與經銷商Multiline and Specialty Retailers & Distributors

| 指標代號                                                           | 揭露指標                   | 對照揭露      |            |            | 對應章節          |
|----------------------------------------------------------------|------------------------|-----------|------------|------------|---------------|
| 揭露主題：在零售與物流業的能源管理 (Energy Management in Retail & Distribution) |                        |           |            |            |               |
| CG-MR-130a.1                                                   | (1) 消耗的能源總量 (單位:GJ)    | 2022年     | 2023年      | 2024年      | 2.3.2 節能措施與成效 |
|                                                                |                        | 361,550.3 | 359,536.21 | 354,038.99 |               |
|                                                                | (2) 消耗電網用電量的百分比 (單位:%) | 99.93%    | 99.63%     | 99.46%     |               |
|                                                                | (3) 消耗可再生能源的百分比 (單位:%) | 0.07%     | 0.37%      | 0.54%      |               |

| 指標代號                        | 揭露指標                                                                    | 對照揭露                                                                                                                                                                    |         |        | 對應章節       |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------|------------|
| 揭露主題：數據安全 (Data Security)   |                                                                         |                                                                                                                                                                         |         |        |            |
| CG-MR-230a.1                | 描述如何辨別與說明資訊安全風險                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>由「資安管理委員會」完成個人資料盤點、個人資料蒐集程序建立、專櫃合約個資條款修訂、全台同仁個資教育訓練、檔期行銷方式變更等處理程序</li><li>建立資安事件通報系統，發生或發現個資問題的單位，有義務通報資安管理委員會，由法務室統籌處理</li></ul> |         |        | 1.3 資安防護   |
| CG-MR-230a.2                | (1)資料外洩件數                                                               | 2022年                                                                                                                                                                   | 2023年   | 2024年  |            |
|                             |                                                                         | 0                                                                                                                                                                       | 1       | 0      |            |
|                             | <ul style="list-style-type: none"><li>涉及個人資料的百分比 (PII) (單位：%)</li></ul> | -                                                                                                                                                                       | 100%    | -      |            |
|                             | (1)影響到的顧客個數                                                             | 0                                                                                                                                                                       | 1       | 0      |            |
| 揭露主題：勞動條件 (Labor Practices) |                                                                         |                                                                                                                                                                         |         |        |            |
| CG-MR-310a.1                | (1)平均時薪 (單位：當地貨幣)                                                       | 2022年                                                                                                                                                                   | 2023年   | 2024年  | 4.2.1 薪酬制度 |
|                             |                                                                         | 193                                                                                                                                                                     | 196     | 209    |            |
|                             | (2)店內員工獲得最低工資的百分比 (以地區計算) (單位：%)                                        | 0                                                                                                                                                                       | 0       | 0      |            |
| CG-MR-310a.2                | (1)店內員工自願性離職的替換率 (單位：%)                                                 | 20.76%                                                                                                                                                                  | 17.24 % | 15.88% | 4.1.2 員工流動 |
|                             | (2)店內員工非自願性離職的替換率 (單位：%)                                                | 2.25%                                                                                                                                                                   | 0.08 %  | 0.08%  |            |
| CG-MR-310a.3                | 因違反勞基法而進行官司所造成的錢財流失總額 (單位：當地貨幣)                                         | 0                                                                                                                                                                       | 0       | 0      |            |

| 指標代號                                                      | 揭露指標                           | 對照揭露                                                                                                                                                                       |       |        |       |        |       | 對應章節       |               |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|--------|-------|------------|---------------|
| 揭露主題：職場多元與包容 (Workforce Diversity & Inclusion)            |                                |                                                                                                                                                                            |       |        |       |        |       |            |               |
| CG-MR-330a.1                                              | 管理階層與其他所有員工的性別百分比(單位：%)        | 年份                                                                                                                                                                         | 2022年 |        | 2023年 |        | 2024  |            | 4.1.1 員工組成與分布 |
|                                                           |                                | 性別/層級                                                                                                                                                                      | 管理階層  | 所有其他員工 | 管理階層  | 所有其他員工 | 管理階層  | 所有其他員工     |               |
|                                                           |                                | 男                                                                                                                                                                          | 7.38% | 24.87% | 7.97% | 25.21% | 8.40% | 25.83%     |               |
|                                                           |                                | 女                                                                                                                                                                          | 7.52% | 60.23% | 7.74% | 59.08% | 7.79% | 57.98%     |               |
|                                                           | 各種族／族群占全體員工的百分比(單位：%)          | 本公司對聘任員工一視同仁，不因種族、性別、宗教信仰、國籍、社會背景或身心障礙等因素而有差別待遇或歧視。2024年，以本國籍占99.92%為大宗，包含原住民5名；另有1人非本國籍；未統計新住民人數。                                                                         |       |        |       |        |       |            |               |
| CG-MR-330a.2                                              | 因歧視員工而進行官司所造成的錢財流失總額 (單位：當地貨幣) | 2022年                                                                                                                                                                      |       | 2023年  |       | 2024   |       |            |               |
|                                                           |                                | 0                                                                                                                                                                          |       | 0      |       | 0      |       |            |               |
| 揭露主題：產品採購、包裝與行銷 (Product Sourcing, Packaging & Marketing) |                                |                                                                                                                                                                            |       |        |       |        |       |            |               |
| CG-MR-410a.1                                              | 經過第三方永續標準認證的產品收益 (單位：當地貨幣)     | 2022年                                                                                                                                                                      |       | 2023年  |       | 2024年  |       |            |               |
|                                                           |                                | -                                                                                                                                                                          |       | -      |       | -      |       |            |               |
| CG-MR-410a.2                                              | 說明辨別與管理產品中化學物質造成之風險的過程         | <ul style="list-style-type: none"><li>2016年成立「商品安全監測網」，透過通訊軟體串聯相關單位</li><li>進行抽檢，另由專人每日蒐集媒體新聞與政府資訊，以掌握最新動態</li><li>發現問題商品新聞時，立即啟動「問題商品風險監控程序」，由問題商品風險控管小組追蹤處理結果</li></ul>  |       |        |       |        |       | 3.1 商品安全管理 |               |
| CG-MR-410a.3                                              | 說明減少環境衝擊的包裝的策略                 | <ul style="list-style-type: none"><li>全台各店使用FSC(Forest Stewardship Council，森林管理委員會)認證紙張所製成的購物提袋，並採購FSC認證擦手紙與衛生紙</li><li>紙本DM皆採大豆環保油墨印刷</li><li>宅配以店內包材/紙箱重新再利用為主</li></ul> |       |        |       |        |       | 2.1 綠色行銷   |               |

| 指標代號                   | 揭露指標           | 對照揭露       |            |            | 對應章節     |
|------------------------|----------------|------------|------------|------------|----------|
| 營運指標(Activity Metrics) |                |            |            |            |          |
| CG-MR-000.A            | 營運據點數量 (個數)    | 2022年      | 2023年      | 2024年      | 1.2 營運成果 |
|                        |                | 7          | 7          | 7          |          |
|                        | 配送中心數量 (個數)    | 0          | 0          | 0          |          |
| CG-MR-000.B            | 營運據點總面積 (平方公尺) | 393,018.39 | 393,018.39 | 393,018.39 |          |
|                        | 配送中心總面積 (平方公尺) | 0          | 0          | 0          |          |

iii.氣候相關財務揭露(Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD)對照表

| 揭露核心  | 揭露項目                                      | 對應章節                             |
|-------|-------------------------------------------|----------------------------------|
| 治理    | (A)描述董事會對氣候相關風險與機會的監督                     | 2.1 氣候變遷減緩與調適                    |
|       | (B)描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會方面的角色             | 2.1 氣候變遷減緩與調適                    |
| 策略    | (A)描述組織鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會                 | 2.1.2 氣候變遷風險與機會鑑別                |
|       | (B)描述衝擊組織在業務、策略和財務規劃的氣候相關風險與機會            | 2.1.1 氣候變遷管理策略 2.1.2 氣候變遷風險與機會鑑別 |
|       | (C)描述組織在策略上的韌性，並考量不同氣候相關情境(包括2°C 或更嚴苛的情境) | 2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理              |
| 風險管理  | (A)描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程                    | 2.1.2 氣候變遷風險與機會鑑別                |
|       | (B)描述組織在氣候相關風險的管理流程                       | 2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理              |
|       | (C)描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度    | 2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理              |
| 指標與目標 | (A)揭露組織依循其策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標    | 2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理              |
|       | (B)揭露範疇1、範疇2 和範疇3(如適用)溫室氣體排放和相關風險         | 2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理              |
|       | (C)描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現      | 2.2 能源管理                         |



## 附錄二、聯合國全球盟約對照表

| 分類   | 10 項原則內容                | 對應章節          |
|------|-------------------------|---------------|
| 人權   | 企業界應支持並尊重國際公認的人權        | 4.2.3 職場權益    |
|      | 保證不與踐踏人權者同流合污           | 1.5.1 供應商規範   |
| 勞工標準 | 企業界應支持結社自由及確實承認集體談判權    | 4.2.3 職場權益    |
|      | 消除一切形式的強迫和強制勞動          | 4.2.3 職場權益    |
|      | 確實廢除童工                  | 4.1.1 勞工組成與分布 |
|      | 消除就業和職業方面的歧視            | 4.1.1 勞工組成與分布 |
| 環境   | 企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰     | 2 永續環境力       |
|      | 採取主動行動促進在環境方面更負責任的做法    |               |
|      | 鼓勵開發和推廣環境友好型技術          |               |
| 反腐敗  | 企業界應努力反對一切形式的腐敗，包括敲詐和賄賂 | 1.1.4 誠信經營    |

附錄三、保證聲明書



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE PACIFIC SOGO DEPARTMENT STORES CO., LTD.'S SUSTAINABILITY REPORT FOR 2024

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by PACIFIC SOGO DEPARTMENT STORES CO., LTD. (hereinafter referred to as Far Eastern SOGO) to conduct an independent assurance of the Sustainability Report for 2024 (hereinafter referred to as the Report). The assurance is based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology and AA1000 Assurance Standard v3 Type 1 Moderate level during 2025/4/2 to 2025/5/28. The boundary of this report includes the business locations of Far Eastern SOGO in Taiwan, including "Pacific Chongguang Culture and Education Foundation" and "Pacific Chongguang Social Welfare Foundation", with respect to their CSR-related actions and performance in the economic, social, and environmental aspects. The boundary is not the same as Far Eastern SOGO's consolidated financial statements. SGS reserves the right to update the assurance statement from time to time depending on the level of report content discrepancy of the published version from the agreed standards requirements.

INTENDED USERS OF THIS ASSURANCE STATEMENT

This Assurance Statement is provided with the intention of informing all Far Eastern SOGO's Stakeholders.

RESPONSIBILITIES

The sustainability information in the Far Eastern SOGO's Sustainability Report of 2024 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body and management of Far Eastern SOGO.

SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the Report.

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of assurance based upon sufficient and appropriate objective evidence.

ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

The assurance of this report has been conducted according to the AA1000 Assurance Standard (AA1000AS v3), a standard used globally to provide assurance on sustainability-related information across organizations of all types, including the evaluation of the nature and extent to which an organization adheres to the AccountAbility Principles (AA1000AP, 2018).

Assurance has been conducted at a type 1 moderate level of scrutiny.

SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of the assurance included evaluation of quality, accuracy and reliability of specified performance information as detailed below and evaluation of adherence to the following reporting criteria:

Select specific reporting criteria included in the contract

| Reporting Criteria Options |                                         |
|----------------------------|-----------------------------------------|
| 1                          | AA1000 Accountability Principles (2018) |
| 2                          | GRI (With Reference to)                 |

- AA1000 Assurance Standard v3 Type 1 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2018) is conducted at a moderate level of scrutiny, and therefore the reliability and quality of specified sustainability performance information is excluded.
- The evaluation of the report against the requirements of GRI Standards is listed in the GRI content index as material in the report and is conducted with reference to the Standard.

ASSURANCE METHODOLOGY

The assurance comprised a combination of desktop research, interviews with relevant employees, superintendents, Corporate Sustainability Committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and stakeholders where relevant.

LIMITATIONS

Financial data drawn directly from independently audited financial accounts, Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), Task Force on Nature-related Financial Disclosures (TNFD), and Sustainability Accounting Standards Board (SASB) related disclosures has not been checked back to source as part of this assurance process.

INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from Far Eastern SOGO, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with professional qualifications such as ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, RBA, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

## FINDINGS AND CONCLUSIONS

### ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the assurance work performed, we are satisfied that the specified performance information included in the scope of assurance is accurate, reliable, has been fairly stated and has been prepared, in all material respects, in accordance with the AA1000 AccountAbility Principles (2018).

We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting.

### ADHERENCE TO AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018)

#### INCLUSIVITY

Far Eastern SOGO has demonstrated a strong commitment to stakeholder inclusivity and engagement. The organization has effectively integrated stakeholder engagement processes into its governance, strategy, and decision-making frameworks, ensuring involvement from senior management, cross-functional teams, and diverse geographical regions. Through various engagement initiatives, including surveys and communications with employees, customers, investors, suppliers, CSR experts, and other stakeholders, Far Eastern SOGO fosters a comprehensive understanding of stakeholder concerns.

#### MATERIALITY

Far Eastern SOGO has established and integrated a multifaceted methodology, incorporating double materiality assessment, to identify the organization's material issues. It has developed an impact-based materiality analysis process and established corresponding sustainability objectives. This report appropriately addresses the identified issues based on their materiality and priority.

#### RESPONSIVENESS

Far Eastern SOGO has adequately demonstrated responsiveness towards the material topics and their impacts that were identified through the review process. The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.

#### IMPACT

Far Eastern SOGO has demonstrated a process on identifying impacts that fairly encompass a range of environmental, social and governance topics from wide range of sources, such as activities, policies, programs, decisions and products and services, as well as any related performance. Impacts related to material topics were in place at target setting with qualitative and quantitative measurements and evaluation.

## ADHERENCE TO GRI

The report, Far Eastern SOGO's Corporate Sustainability Report of 2024, is reporting with reference to the GRI Universal Standards 2021. The significant impacts were assessed and disclosed with reference to the guidance defined in GRI 3: Material Topic 2021 and the relevant 200/300/400 series Topic Standard related to the material topics claimed in the GRI content index. The report has properly disclosed information related to Far Eastern SOGO's contributions to sustainability development. In the future progressively adopting systematic data collection and integration with IFRS standards can further enhance alignment with the expectations of investors and other stakeholders.

Signed:  
For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



Stephen Pao  
Business Assurance Director  
Taipei, Taiwan  
30 June, 2025  
[WWW.SGS.COM](http://WWW.SGS.COM)



AA1000  
Licensed Report  
000-8/V3-9E1ZH



用愛 啟動新生活



SOGO ESG官網



SOGO百貨ESG永續粉絲團



SOGO百貨永續報告書



SOGO百貨行動APP

*So good!*



本刊物採用環保大豆油墨印刷以及FSC森林管理委員會驗證紙張，  
SOGO用心，邀您一起愛地球。