



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。



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。	- 營運績效 - 誠信經營與治理 - 市場與品牌經營	- GRI 201 經濟績效 - SASB營運指標 - CG-MR-000.A、CG-MR-000.B

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	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。 - 全無任何遭主管機關裁定罰款或行政處分之事實。	- 通過TPIPAS (臺灣個人資料保護與管理制度) 驗證。 - 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。 - 強化內部教育與外部稽核，確保無重大違規。 - 董事與專業經理人薪酬與永續績效連結。
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。	- 導入ISO 27701隱私資訊管理系統。 - APP MAS標章認證到期，進行複測。 - 應用生成式AI，優化顧客體驗。 - 進行數位治理與提升系統韌性。 - 數位轉型，優化顧客體驗。

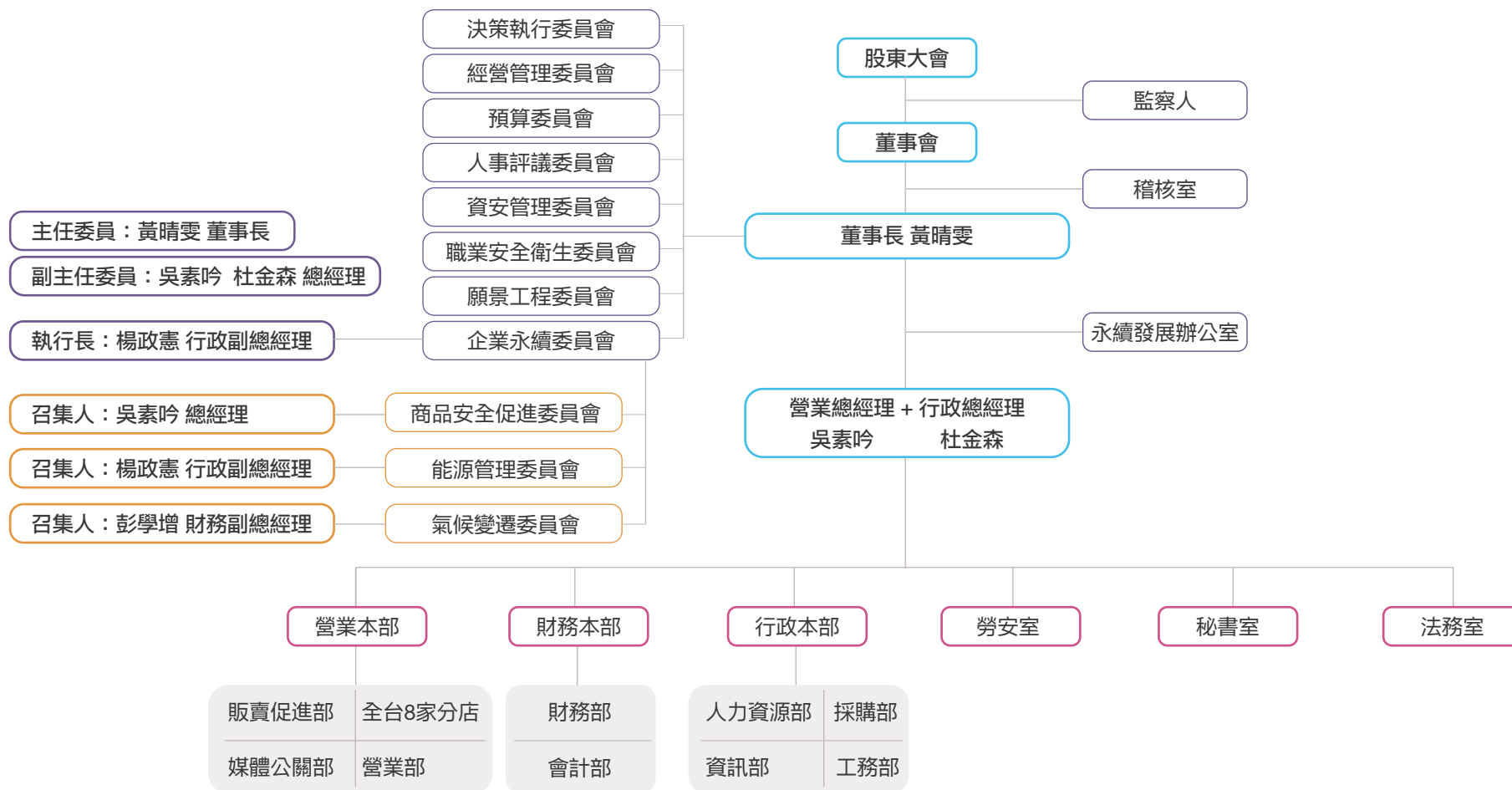
利害關係人群組	議合管道	2024年成效
股東/金融機構 	● 新店開幕、重大檔期績效之新聞發布。 ● 定期召開董事會/股東會。	● 2024年召開董事會3次，董事出席率87%。 ● 每年定期召開股東會，2024年出席股東及股東代理人所代表股份總數佔本公司已發行股份總數81.58%。
承租廠商/供應商 	● ESG網站、朝會日報、供應商說明會、教育訓練。	● 盡職調查： (1)一級供應商共27家，完成盡職調查，營業交易總額占比為54.69%。 (2)全台美妝香氛髮品品牌盡職調查，回覆率77%。
員工 	● 法令宣導、內部教育訓練、ESG網站、內部稽查、稽核室舉報信箱、員工滿意度調查。	● 內部無重大舉報及申訴案件。 ● 人權與性平課程受訓人數占比分別為17%、65%。 ● 84%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，91%年資20年以上的員工認同ESG已融入日常營運。
顧客 	● 自媒體：粉絲專頁、官網、IG、電子報、DM 等溝通管道。 ● 實體/各店服務台。 ● 電話/免付費專線。 ● 網路/線上留言板。	● 顧客認同整體品牌 87.7%  ● 顧客對商品與服務感到滿意 88.6% 



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 GRI2-17 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	• 年度財務報表決算案 • 年度董監酬勞、盈餘分配案 • 年度營業報告書案	全體出席董事 同意通過
第15屆 第4次 2024.7.9	• 年度股利分派討論案	全體出席董事 同意通過
第5次 2024.12.11	• 年度公司預算案 • 修訂「資金貸與他人作業程序」及「背書保證作業程序」案 • ESG成果及因應氣候變遷作為報告	全體出席董事 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	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。 2024年支付董監事酬勞合計20,000仟元，董事酬金占公司稅後純益比例為1.47%。	車馬費、獎金等。
經理人 (總經理、副總經理等經理人)	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。	- 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。 - 特殊情形支給主管退職金、資遣費、撫恤金等薪酬。

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%	2,316%
年度總薪酬比率之增加百分比	564%	6%	399%

- 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 · 亞洲水泥 (股) 公司董事長 · 東聯化學 (股) 公司董事長 · 遠東百貨 (股) 公司董事長 · 遠傳電信 (股) 公司董事長 · 裕民航運 (股) 公司董事長 · 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 · 香港太平洋中國控股有限公司董事長 · 香格里拉遠東國際大飯店董事 · 鼎鼎聯合行銷股份有限公司董事 · 太平洋崇光文教基金會董事長 · 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 · 遠東新世紀 (股) 公司公益事業執行長 · 遠東國際商業銀行 (股) 公司執行董事 · 遠揚建設 (股) 公司董事長 · 元智大學董事
董事	井 琪	女	●			· 遠傳電信 (股) 公司總經理 · Far Eastern Info Service (Holding) Ltd. 董事長暨總經理 · 全虹企業 (股) 公司董事長 · 遠欣 (股) 公司董事長 · 旭天能源 (股) 公司董事長 · 新世紀資通 (股) 公司董事暨總經理 · 遠時數位科技 (股) 公司董事長 · 遠想原創 (股) 公司董事長 · 遠通電收 (股) 公司董事 · 鼎鼎聯合行銷 (股) 公司董事 · 遠創智慧 (股) 公司董事 · 遠東百貨 (股) 公司董事 · 富鴻網 (股) 公司董事長 · 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 · 鼎元國際投資股份有限公司董事長 · 遠鼎投資股份有限公司董事 · 全虹企業 (股) 公司董事 · 遠鼎股份有限公司董事 · 裕鼎實業股份有限公司董事長 · 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 · 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。

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

議題面向



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。
			黃晴雯董事長	
			黃晴雯董事長	
2017	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。
			黃晴雯董事長	
			黃晴雯董事長	
2018	臺灣女董事協會	理事	黃晴雯董事長	女性賦權、典範轉移。
			黃晴雯董事長	
			黃晴雯董事長	
2019	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。
			楊政憲副總經理	
			楊政憲副總經理	
2022	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。
			太平洋崇光百貨	
			太平洋崇光百貨	
2023	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。
			太平洋崇光百貨	
			太平洋崇光百貨	
2024	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。
			太平洋崇光百貨	
			太平洋崇光百貨	
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。
			太平洋崇光百貨	
			太平洋崇光百貨	
迄今	8+N資源循環聯盟	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。
			太平洋崇光百貨	
			太平洋崇光百貨	

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	- 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。 - 由董事長召集，經理級以上主管出席；遠東集團董事長與會。 - 每季召開一次會議。
預算委員會	2012 年	- 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。 - 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。 - 每季召開一次會議。
資安管理委員會	2012 年	- 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。 - 修訂最新資安管理作業流程及資訊。
職業安全衛生委員會	2012 年	- 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。 - 負責職業安全衛生各項事務與專案之監督、管理與追蹤。 - 由總經理召集，每 3 個月開會一次。
人事評議委員會	2014 年	- 為公司整體組織架構設立與調整。 - 各單位編制及人事規章審議與修訂。 - 理階以上重大獎懲案件審議與調查。 - 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。 - 其他有關公司重大人事政策及福利政策之研議。

委員會	成立時間	執掌說明
決策執行委員會	2014 年	- 公司營運與策略規劃之最高指導單位。 - 委員包含董事長、總經理及副總經理級以上主管。 - 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。 - 每 1~2 週召開一次會議。
企業永續委員會 (ESG委員會)	2015 年	- 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。 - 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。 - 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。 (1)因應國際永續趨勢與國內法規、訂定執行方針。 (2)商討永續提案、追蹤執行進度與績效。 (3)邀請社創或外部單位提案分享，討論合作可行性。 (4)年度 ESG 貢獻獎評審。 - 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。 - 每年定期向董事會報告永續績效與因應重大衝擊之作為。
願景工程委員會	2020 年	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。

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。	● 內部課程或會議 ● 員工手冊說明溝通管道	● 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。
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。	● eWork APP ● 內部會議 ● 朝會日報 ● 內部信件公告欄	● 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。 ● 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%。
申訴管道			
● 請至本公司ESG官網「利害關係人專區」👉「聯絡我們」 ● 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。			

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。

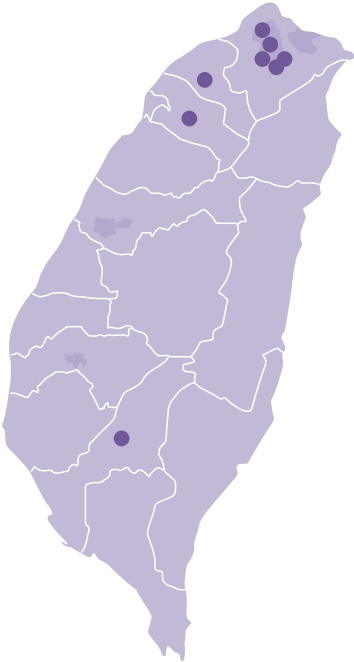
查詢〈全國商工行政服務入口網〉



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)

**遠東
SOGO**

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。

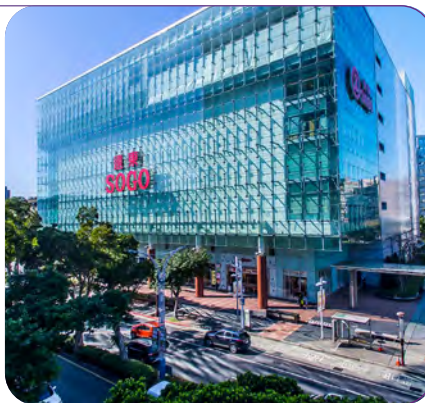
開業年份

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

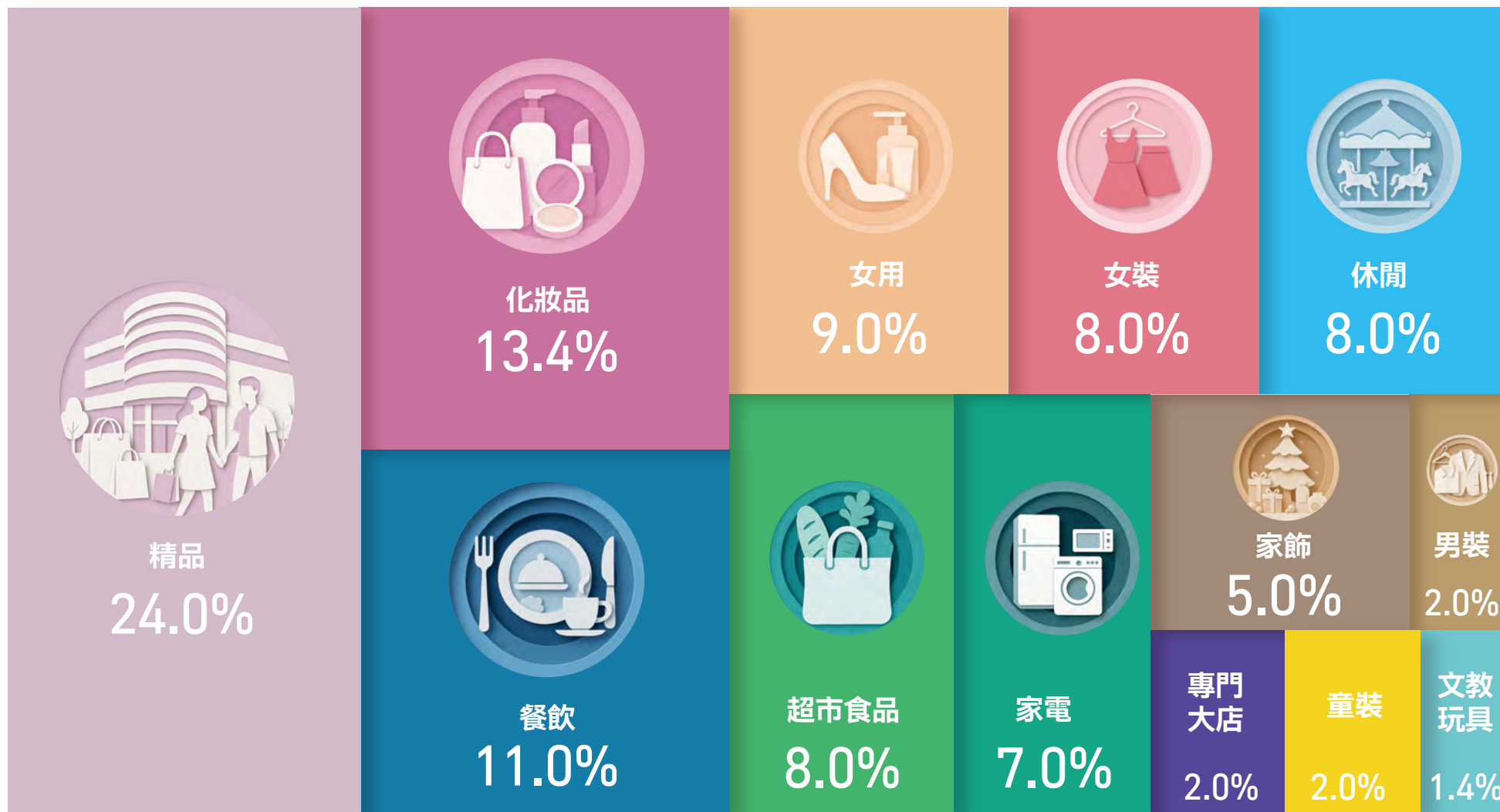
	2022	2023	2024
營業收入 (IFRS) 總額法 (A)	45,013,913	49,661,966	49,433,078
營運成本 (B)	41,078,942	44,893,775	45,676,322
員工薪資與福利 (C)	1,343,106	1,507,295	1,424,131
支付出資人之款項 (D)	1,043,280	1,904,400	1,200,600
繳納給政府之費用 (E)	850,119	951,030	835,133
捐贈 (F)	12,578	16,573	12,892
留存經濟價值 (G) = (A-B-C-D-E-F)	685,888	388,893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

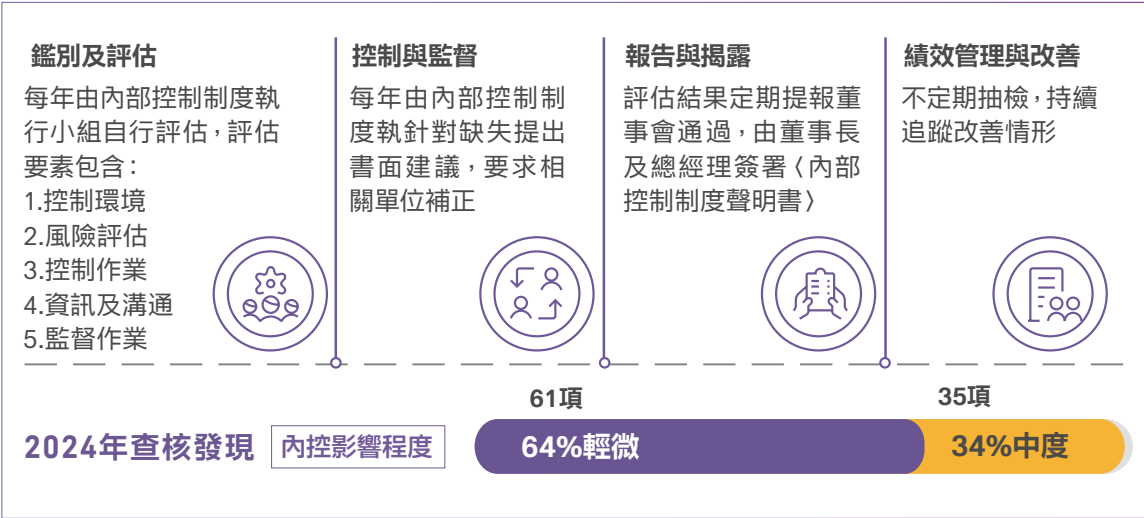
1.3 風險控管

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
營運風險 	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。	● 檢核贈獎系統兌換資料正確性，降低營運損失。 ● 盤查自營商品是否有逾期、包裝受損或標示不符之情形。 ● 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。
財務風險 	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。	● 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。 ● 抽盤各單位固定資產，減少營運資產減失風險。
法規遵循風險 	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。	● 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。
人力資源風險 	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。	● 抽查人員招募作業允當性，以符合規範。
資訊安全風險 	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。	● 檢核個人資料保存作業允當性。
永續揭露風險 	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。	● 企業永續報告書內部預查。 ● 溫室氣體盤查作業。

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。	- 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。 - 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。	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。	- 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。 - 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。 - 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。	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。	- 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。 - 相關車損進行後續賠償修復事宜。	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。

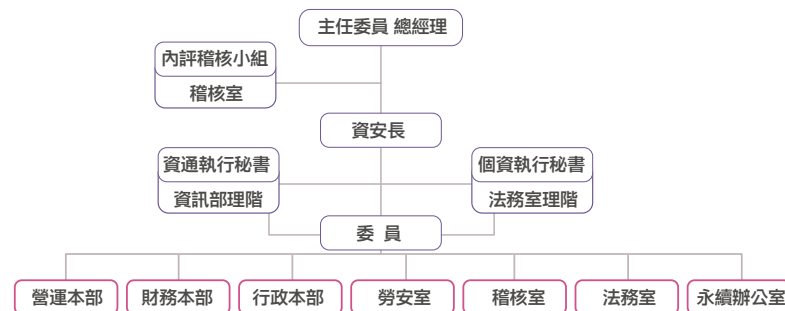
1.4 資安防護

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
執行內容 - 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。 - 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。 - 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。	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。
執行成果 均無重大缺失，已於稽核過程中促使相關單位研究改進。	無重大缺失，已將查核建議列為年度改善計畫。

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。 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。 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。	- 連續7年舉辦全台最大規模小農展（忠孝館）。 - 連續3年舉辦全台最大規模社創展（復興館）。 - 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。 - SOGOplus 上架 SOGO Sustain 商品，銷售件數年成長 120%、販售業績年成長 54%。	- 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。 - 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。
 強化供應商韌性	降低負面衝擊，進行供應商永續管理。	- 訂定〈永續採購承諾與政策〉由董事長簽署、發布。 - 導入ISO 20400永續採購指南，於2025年年初取得驗證。 - 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%。 - 對全台美妝美體、香氛、髮品等品牌進行盡職調查，回覆率77%。 - 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%。 - 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。	推動循環商模 - 持續推動、擴大承租專櫃永續盡職調查，分級輔導。 - 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）。

2014年開始，社會籠罩在食安疑慮下，太百當時率先零售通路，下架對社會造成嚴重衝擊的問題油品，開啟了國內百貨零售業「商品安全管理」的序幕。2017年，我們推動新食器時代，全面禁用一次性與美耐皿餐具，開啟百貨永續飲食風潮，爾後與專櫃和供應商陸續推動環保與食安活動，包括無痕飲食、全面禁用塑膠吸管，領先全台百貨零售業，不主動且不免費提供一次性餐具。為呼應SDG12責任消費與生產，自2021年推出〈SOGO Sustain·好物好選〉永續選商識別系統，輔導專櫃因應永續消費趨勢，2025年年初通過ISO 20400永續採購指南驗證，期待強化供應鏈韌性，攜手邁向永續轉型之路。

供應鏈大事紀



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 (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

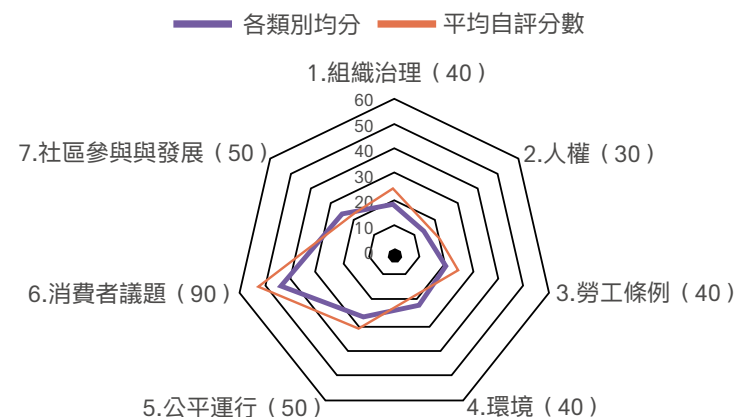
- 供應商甲（有11個辦公據點）：響應環境部「綠色辦公室」、贊助綠色和平GREENPEACE海洋生態保育活動/減塑專案。
- 供應商乙：公司總用電**15%使用綠電**。
- 供應商丙：發表**碳中和綠色商品（SGS驗證）**。

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。

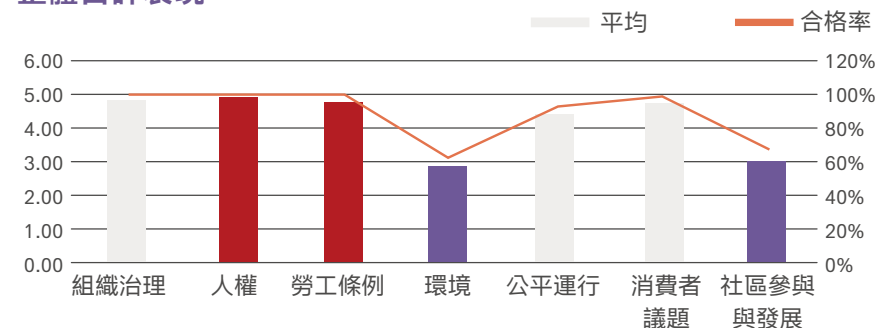
至2024年年底，已對兩家供應商依「盡職調查」結果，進行實地訪查，2025年將啟動其他供應商實地稽核。對ESG績效表現欠佳之供應商，要求限期改善、提交改善書面資料，對於未能在規定時間內達到永續最低要求的供應商，將暫緩採購；若有重大違約事項或影響太百商譽或權益時，將解除契約、終止採購關係。



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

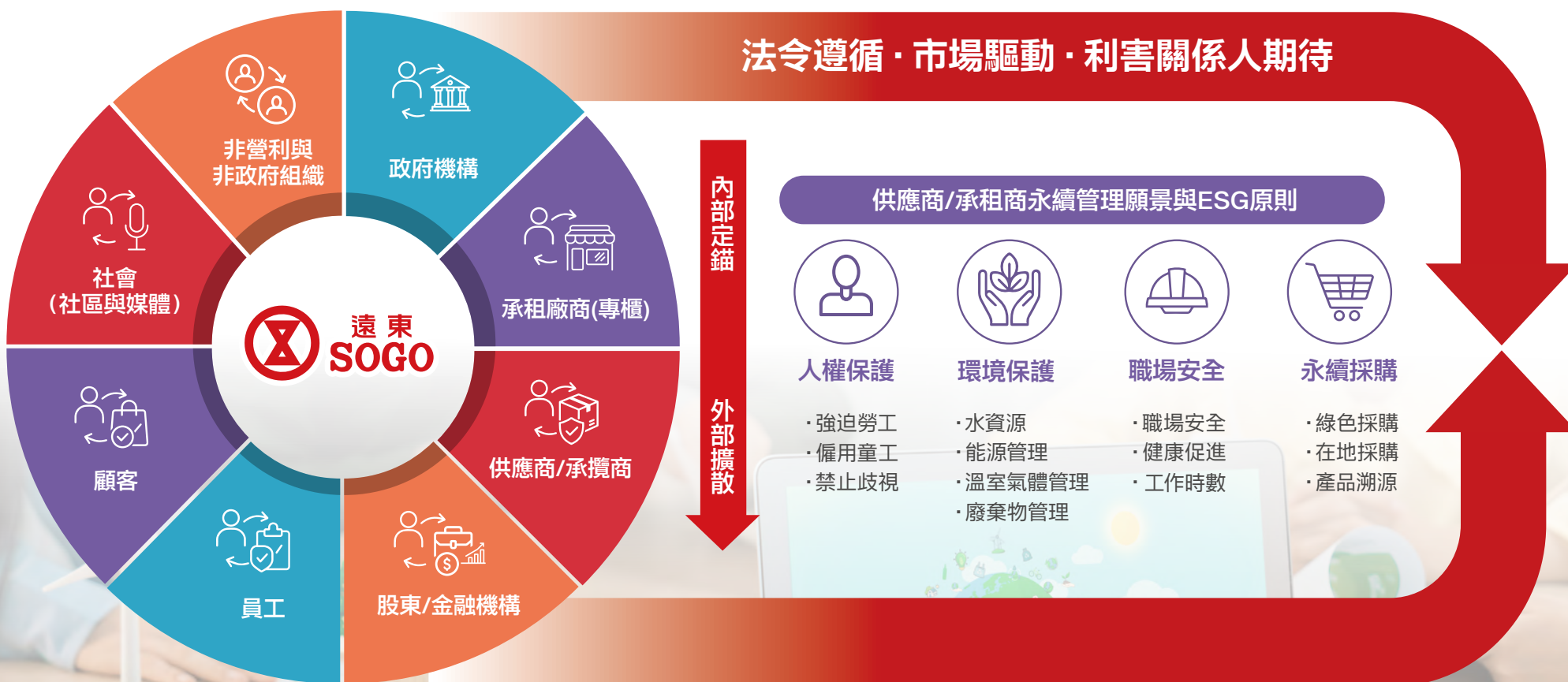
本公司於2023年世界地球日首度舉辦關燈一小時行動，響應品牌逾600家，是國內百貨最大規模的省電倡議行動。2024年選擇北半球日照最長的一天，舉行夏至關燈，呼籲民眾於夏季用電高峰節約能源。當晚太百各據點關閉招牌燈、外牆燈、自設路燈、電視牆、騎樓燈、投射燈等外牆燈源一小時，倡議的品牌數量較上一年增加一成，共有 638個品牌、22個工程及庶務類供應商，關閉辦公室及全台門市近千據點的非必要燈源一小時，估計節省逾1,500度電、741公斤碳排，相當於67棵樹木一年的固碳量。

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」。