



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。



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」

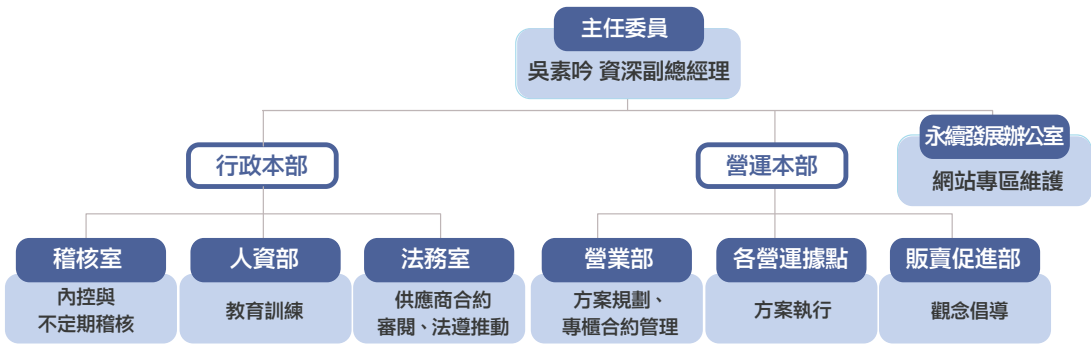
提供有質感的服務

- 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—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，成員由各店店长、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 safety 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	化妝品管理 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。	一般商品管理 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。 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。 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	化妝品管理 每月全省化妝品檢查項目： ①完整中文標示及成分標示。 ②SOGO標籤完整。 ③產品效期：試用品效期內、正品一年以上。 各據點抽檢不合格率0.36%，不合者限期改善。 一般商品管理 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。 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393項產品，共有264家業者獲選；遠東SOGO自2022年起與水保署合作舉辦市集推廣。 ③全台各營運據點與政府、農社企、社創合作，舉辦13場小農市集，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。 詳第二章、永續環境力	①全台餐廳93.5%通過GHP認證，未完成認證者，為仍在查核作業或新進櫃位。 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158個，合格率100%；遠東Garden則因分區開幕，未能一次送檢，預計2025上半年檢測。 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。

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
供應商 	● 建置商品安全專區 ● 輔導餐飲櫃位申請GHP ● 自主衛生管理 詳3.1.3餐飲安全衛生管理 ● 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 ● 輔導餐飲專櫃通過環保餐廳認證 ● 制定商品定期檢查流程 ● 強化商品溯源、引進環境友善品牌 ● 導入供應商評鑑機制	● 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。 ● Fresh Club超市會員達6.7萬人，會員人數較去年成長7.25% 「商品安全」整體滿意度 81.3% 「打造安全的賣場環境」滿意度 82.8% 「餐廳/美食街全面拒用美耐皿及一次性餐具」滿意度 82.6% 知悉上述作為的消費者對各項內容的滿意度 90% Fresh Club超市會員人數成長 7.25%
顧客 	● 於自媒體推廣商品安全知識、永續消費理念 ● 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 ● 於ESG網站設商品安全專區，揭露週年慶禮贈品資訊	● 74%顧客表示，會優先選擇到遠東SOGO百貨購買商品。 ● 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)」。 優先選擇至本公司購買商品的顧客占比 74% 認知本公司推動永續消費的顧客占比 61.9%
員工 	● 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 ● 安排講習與管理課程 ● 要求落實商品查核機制	● 90.2%顧客認同「遠東SOGO百貨是一家值得信任的百貨」。 顧客認同本公司值得信賴的比率 90.2%
社會 (社區與媒體) 	● 推廣商品安全與永續消費新知、國際倡議 ● 舉辦宅料理競賽，推廣健康與低碳飲食 ● 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 詳第五章、社會影響力	● 78.1%顧客滿意「遠東SOGO百貨提倡綠色飲食的作為」。 ● 81%顧客滿意「遠東SOGO百貨提倡綠色消費意識」。 「提倡綠色飲食」顧客滿意度 78.1% 「提倡綠色消費意識」顧客滿意度 81%

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

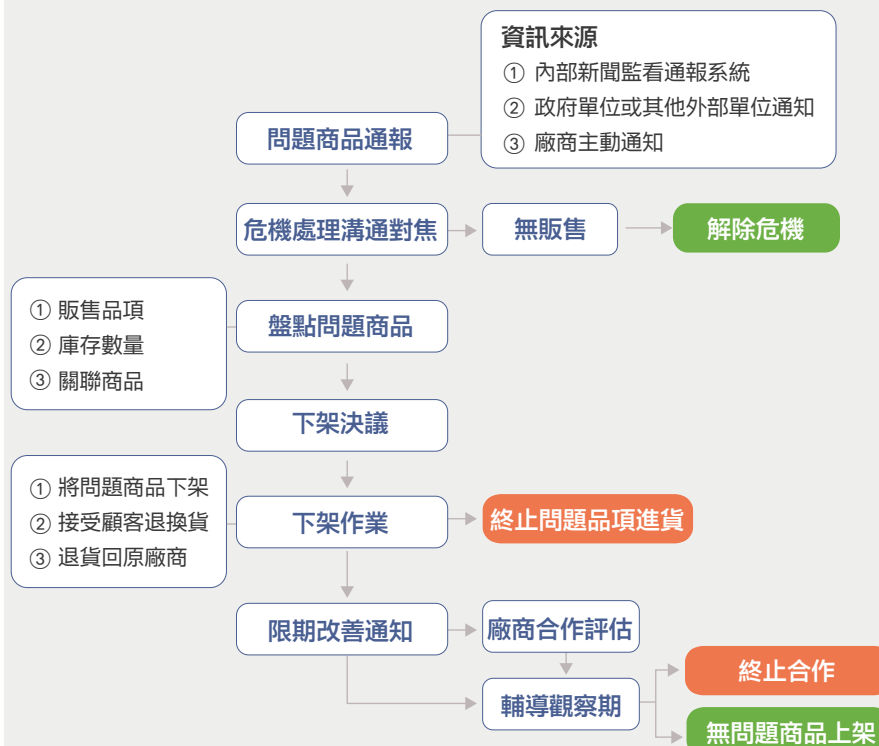
營業據點	法規	下架緣由	改善辦法
台北店忠孝館	食品安全衛生管理法	北市衛生局公布市售生鮮蔬果抽驗結果，其中忠孝館販售「玉荷包」、「韭菜花」殘留殺菌劑、殺蟲劑。	超市立即將兩項商品下架，同時啟動溯源，嚴正告知進貨廠商提出相關檢驗證明並改善檢驗流程，否則不予該廠商再進貨；並確認其他販售商品衛生安全無虞。

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



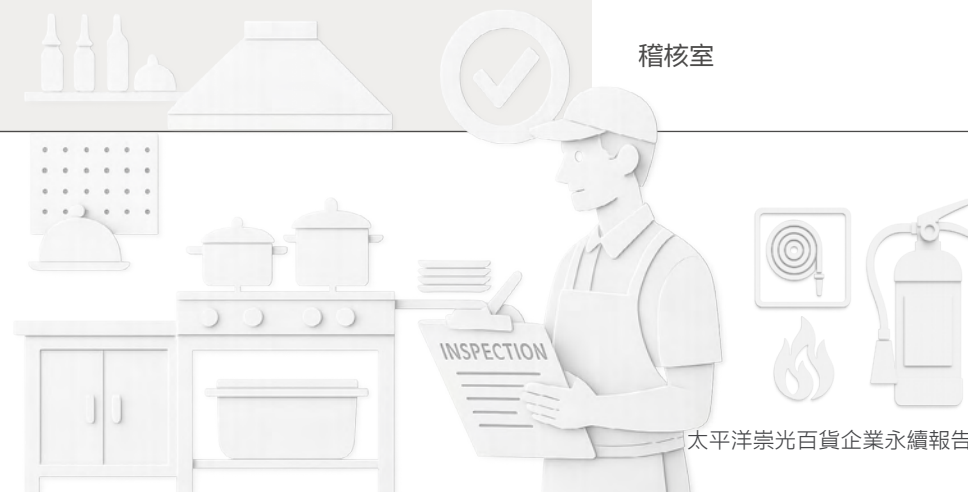
3.1.3 餐飲安全衛生管理

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 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	- 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。 - 水電瓦斯消防檢查。	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。

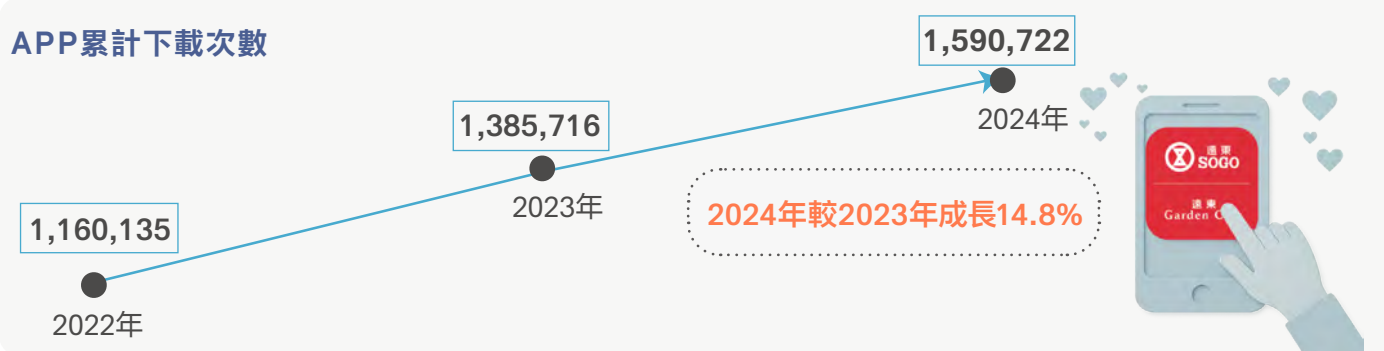
溝通管道	績效說明	網址
ESG 官網	內容集結永續新訊、企業永續報告書、商品安全專區(百貨第一個於ESG網站中設置商品安全專區)、公益活動、榮耀與肯定等。 2024年逾4萬人次瀏覽	
ESG FB粉絲團	利用社群媒體即時、易於分享、轉載，且粉絲高黏著度的特性，即時揭露公益消息、永續新知。 2024年發表116則貼文，觸及3萬人次	
各營運據點之自媒體	搭配國際永續節日及各SOGO Sustain檔期，發出永續消費之倡議圖文。 各店粉專共觸及24萬人次	



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

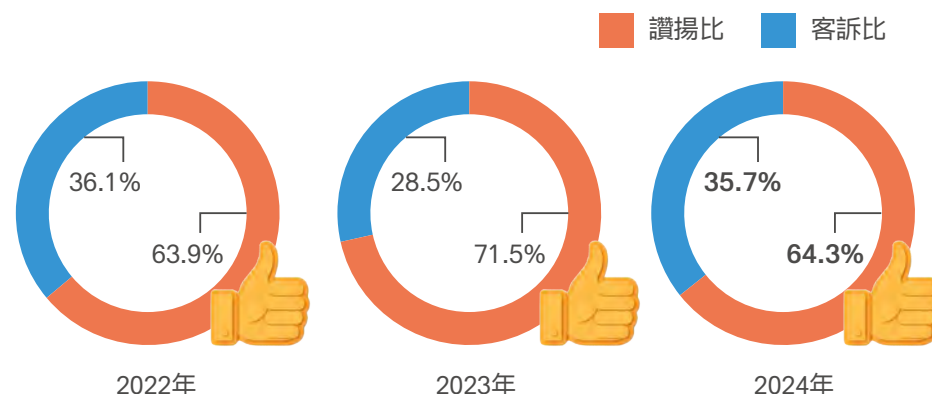
太百是國內首家引進日本服務管理的百貨，2010年在高雄成立客服中心，接管各分店電話。目前包括高雄客服中心7人，以及全台顧客服務課和貴賓服務課一線人員，共135名客服人員，秉持「解決顧客疑難或提出替代方案」的服務概念，為顧客主動考慮下一步。新人從報到至上線需經40天的培訓週期，每年安排二天一夜外訓。

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。

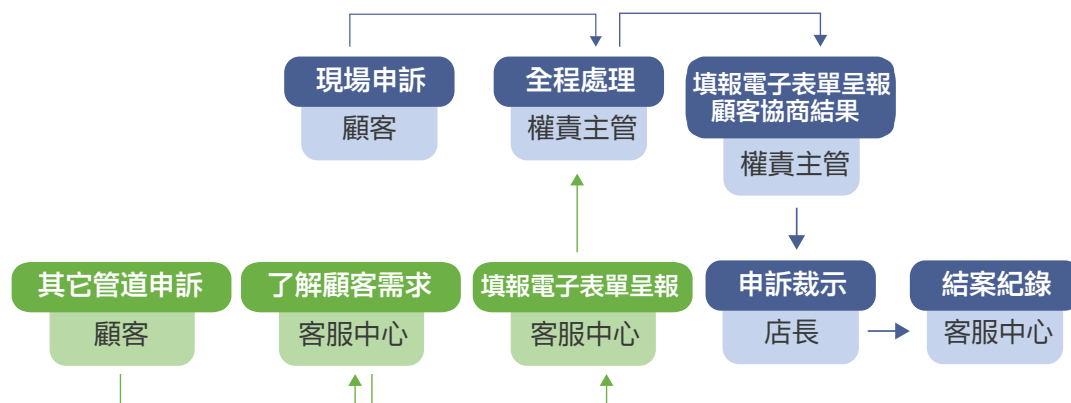
歷年顧客意見回饋統計



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 天母店 02-2776-5555	中壢店 03-422-7000 新竹店 03-620-0000 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。

品牌消費力 ● 整體滿意度 88.6% ● 未來購買意願 69.6%	公共參與力 ● 86.9% 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83.6% 滿意遠東 SOGO 推動無紙化作業。 ● 81.0% 顧客滿意遠東 SOGO 百貨提倡綠色消費意識。 ● 72.1% 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。）	創新與管理力 ● 有 82.2% 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。 ● 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 87.4% 的認知度最高。 ● 而多元申訴管道也在 2024 年達到 98.0% 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。
--	--	--

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。

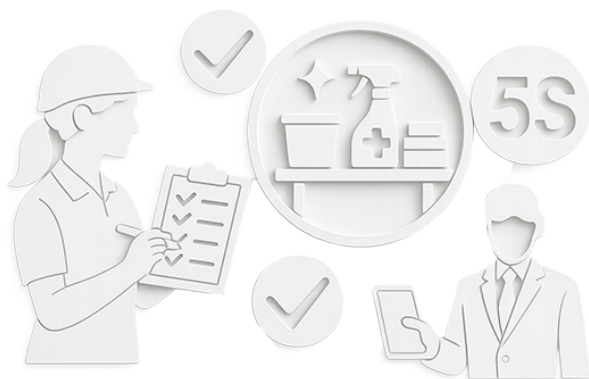
階段	項目	內容	單位	人次/通過率	說明
培訓 	常訓	服務台與電梯服務人員訓練。	受訓人次	627	顧客服務課職能培訓。
	外訓		受訓人次	52	顧客服務課外訓。
	服務強化教育	被訴願自營、專櫃同仁。	受訓人次	2	
檢核 	小組競賽	每二個月辦理小組競賽，抽測服務水準，如消防安全競賽、優質禮儀競賽、店內指引競賽，每櫃（忠孝館/復興館）或每單位/樓層（其他外店）派代表抽測，確認同仁對賣場熟悉度，保障顧客安全。	受訓人次	25,392	以櫃位數統計，一櫃為一位受測人員。
			首次測驗通過率	96%	所有單項通過率之平均。
管理 	走動式管理	宣傳檔期、新品及永續新知；巡檢專櫃，提高一線人員的服務技能和服務意識。	檢核成效 ● 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。 ● 樓面管理人員每日3~5次巡檢。 ● 樓面設置「貼心小站」提供服務及處理突發狀況。		
表揚 	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。			

2024年共表揚100位
優良服務之星



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 (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

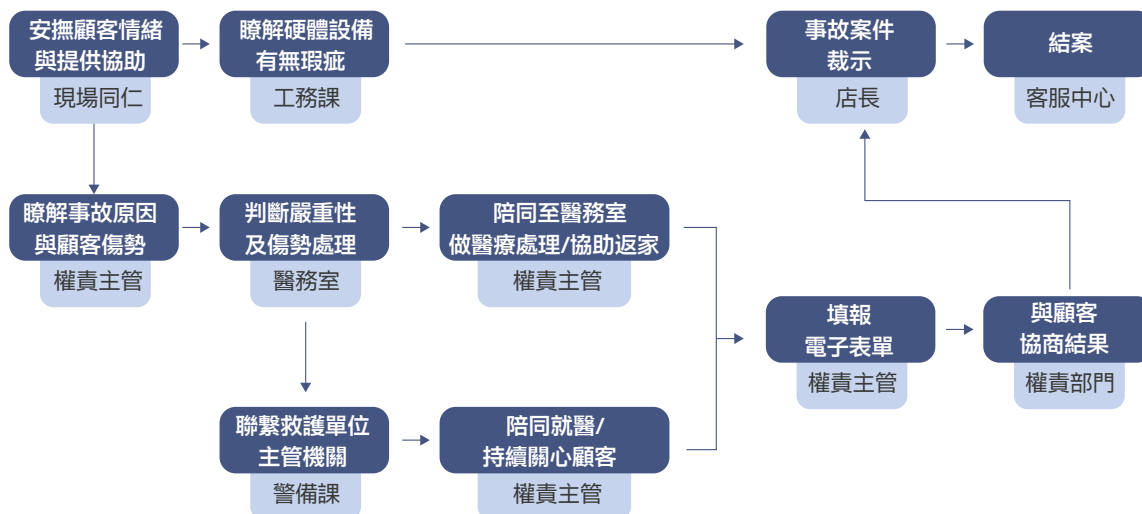
3.3.3 顧客安全

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		

