遠東 SOGO



2025
Sustainability Report
太平洋崇光百貨企業永續報告書

封面設計理念

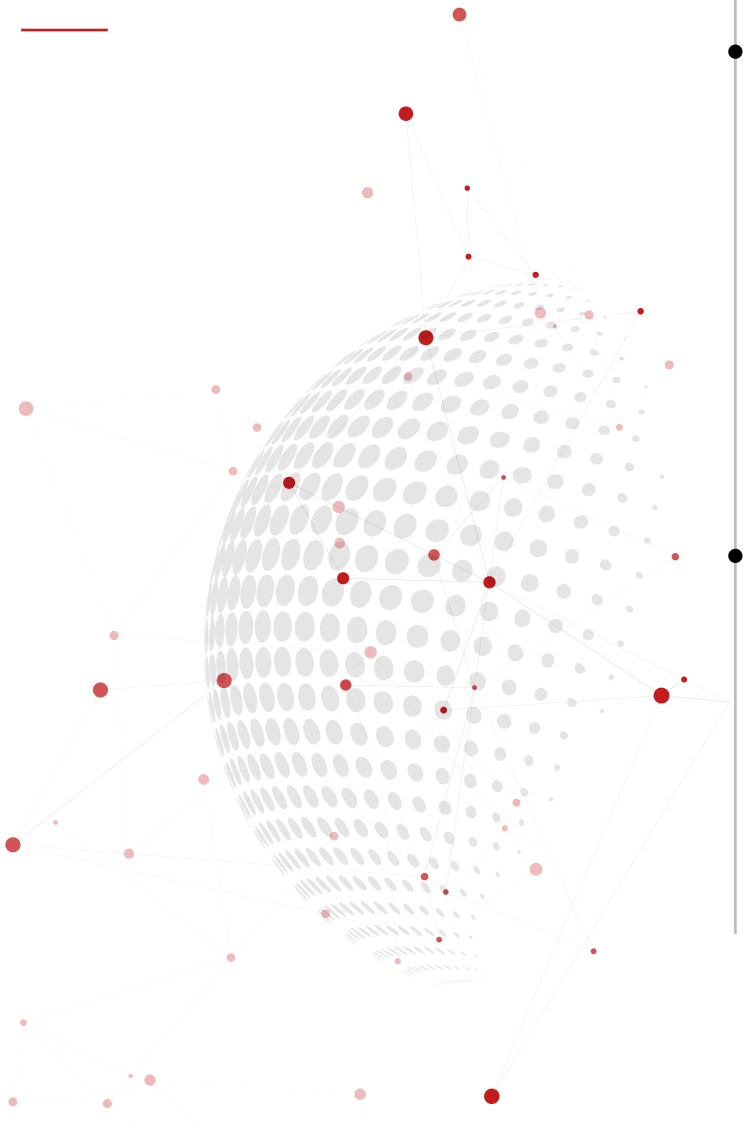


2025年是太平洋崇光百貨循環經濟元年，以水、織物、綠葉及再生寶特瓶的元素巧妙組成品牌LOGO，依序象徵在雨水回收、紡織循環、環保紙材及資源再生等永續行動與承諾。

遠東 SOGO

CONTENTS

目　錄



I 報告書 05

II 關於太百 06

- 董事長的話 06
- 永續願景 07
- 永續發展策略藍圖與價值創造 08
- 永續特輯 09
- 榮耀與肯定 13

III 永續太百 14

- 永續專案推動機制 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 22

01

穩健經營力

25

1.0 策略成果與規劃 26

1.1 公司治理 28

1.2 營運成果 39

1.3 風險控管 44

1.4 資安防護 47

1.5 供應鏈管理 50

02

永續環境力

58

2.0 策略成果與規劃 59
2.1 氣候韌性與因應策略 64
2.2 能資源管理 74
2.3 循環再生與廢棄管理 80
2.4 綠色百貨 82

03

安心服務力

95

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 107

04

幸福職場力

110

4.0 策略成果與規劃 111
4.1 員工輪廓 113
4.2 薪酬福利 118
4.3 多元人才吸引與培育 124
4.4 職場安全與健康 128

05

社會影響力

134

5.1 社會共好、永續共創、文化共感 135
5.2 永續生態系 144
5.3 鮮明的永續店格 147

附錄

151

附錄一、國際永續揭露框架對照表 152
附錄二、聯合國全球盟約對照表 160
附錄三、保證聲明書 161

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

報導範疇

本報告書資料涵蓋期間自2025年01月01日至2025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」企業社會責任相關作為與績效,包含經濟、社會、環境等面向;因遠東Garden City(大巨蛋)2025年尚未全區開幕,涉及重大主題之數據以「遠東SOGO全台營運7間據點」為主,不包含遠東Garden City,特殊績效案例仍包含其事蹟與亮點在列,僅「勞雇關係」相關章節涉及員工調任,揭露全台8店數據。



遠東SOGO全台營運7間據點
台北店忠孝館/復興館/敦化館/天母店/中壢店/新竹店/高雄店

太平洋崇光文教基金會

太平洋崇光社會福利基金會

遠東Garden City(大巨蛋)
2025年尚未全區開幕
- 涉及重大主題之數據以「遠東SOGO全台營運7間據點」為主
- 特殊績效案例仍包含大巨蛋事蹟與亮點
- 勞雇關係章節包含大巨蛋數據

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。考量可比較性,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

初稿蒐集、內部數據查證
各權責單位提供資料,並由稽核室進行數據查核

彙整編製
永續發展辦公室彙整,進行整體規劃與編製,再經權責單位主管(亦擔任本公司ESG委員會委員)進行審核

第三方查證
通過外部單位查證

發行報告書
由企業永續委員會(簡稱ESG委員會)審閱確認後,呈報ESG委員會主任委員(董事長)核定,發行並公布於ESG網站

外部驗證	認證機構
財務數據	勤業眾信聯合會計師事務所
GHG Protocol 溫室氣體	afnor法標國際認證股份有限公司
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(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(效期至2027年10月)	BSI英國標準協會
ISO 27701:2019隱私資訊管理系統(效期至2028年9月)	BSI英國標準協會
ISO 20400:2017永續採購指南(效期至2028年3月)	afnor法標國際認證股份有限公司
ISO 10002:2018客戶意見處理流程(效期至2028年9月)	SGS台灣檢驗科技股份有限公司
MAS標章(效期至2026年9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。

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	2025年6月	2026年8月	2027年8月

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 董事長的話

GRI 2-22 GRI 2-23

永續轉型10年
從通路到生態系 為下一代而永續

過去 50 年來，每年的地球超載日（Earth Overshoot Day）從 12 月底提早至 7 月底，意味著，現在我們每年至少有 5 個月是處於生態負載的狀態。而多數富裕或者人民過著便利舒適生活的國家，其世界超載日更提前至三月、四月，甚至更早。根據「全球足跡網絡」（Global Footprint Network）的計算，要滿足全球所有人的需求，至少需要 1.8 倍的自然供給能力。但事實是，我們只有 1 顆地球。

我時常在心裡反覆叩問：「一家企業每天開門，對環境與人群的意義是什麼？是在消耗這個世界，還是將之帶往更好的境界？」這是遠東SOGO 走過永續轉型十年，每一天都必須誠實面對的自我觀照。從 2015 年 CSR 元年以來迄今，我們選擇以「生態系建構者」的角色，為台灣零售業樹立一個不同的座標。

環境 E 科學減量與智慧能控，奠定環境領導力

2025年，遠東SOGO成為全台唯一**所有營運據點均取得碳標籤的零售業者**。我們是亞太第一個響應國際倡議EP100 的百貨，十年計畫進度已達標八成，並成功入選氣候組織「智慧能源聯盟」官方年報，成為全球唯三案例之一，且是**唯一的零售產業代表**。我們更將2025年定為「循環經濟元年」，建構跨界紡織循環生態系，忠孝館超市亦率先導入100%r PET生鮮托盤並設置百貨業首台智能回收機，讓廢棄物在我們的場域裡獲得第二次生命。

社會 S 共融職場與通路賦能，擴大品牌影響力

遠東 SOGO 始終相信，一個企業的溫度，體現在它如何對待最需要被照顧的人。2024年，我們推出育嬰縮短工時給予八成薪，並於 2025 年樹立零售業先例，設立育嬰留停職代津貼制度，積極營造「相互支持、團隊共好」的正向文化。同年，我們獲台北市與新竹市政府指定為**工安示範企業**，累計達成 280 萬無災害工時；全年發起逾千場永續活動，受益人次逾 47 萬，自 2018 年起累計舉辦 113 場小農展，讓「做好事成為好生意」的模式持續深化。

治理 G 永續採購與誠信經營，強化治理深度

遠東 SOGO 領先同業通過 ISO 20400 永續採購指南認證，將 ESG 表現納入供應商評選基準，並發起「減碳聯盟」帶領供應商邁向淨零轉型，截至 2026 年初聯盟成員已增長 4.5 倍，充分展現以大帶小的平台影響力。

永續，是我們對未來最深刻的承諾

在全體同仁的共同努力下，2025 年遠東 SOGO 共榮獲 41 個國內外永續獎項，自 2015 年 CSR 元年起歷年累計已超過 250 個。我們累積永續轉型十年的努力，以超前百貨同業、甚至為零售業立下標竿的永續績效，榮獲遠見ESG企業永續獎綜合績效服務業首獎、二度榮獲國家企業環保獎金獎，以及親子天下友善家庭職場獎，充分印證 ESG 三面向的全方位深耕。

美國原住民有一句流傳已久的諺語：「我們沒有繼承這片土地，而是向子孫借來的（We do not inherit the earth from our ancestors; we borrow it from our children）。」這句話深深提醒著我們——企業的每一個決策，都是對下一代的一次還款，或是再一次的欠債。

真正的永續，不是一份報告書的完成，而是每一天開門時的選擇。我們選擇修復，而非消耗；選擇共創，而非獨佔；選擇將一個更好的世界，交還給借給我們這片土地的子孫。感謝每一位與我們同行的利害關係人，因為有你們，永續不再只是一個願景，而是我們共同書寫、代代相傳的實踐。



黃晴雯 2026年6月

永續願景

為描繪未來零售樣貌，勾勒前瞻策略，太百以ESG三大構面推展營運方針，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（Our Mission is to Bring Happiness to All.）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」，四個字首組合成：R.I.S.E，象徵太百展現卓越韌性，以持續攀升的成長動能，致力於落實永續經營，引領產業邁向新局。

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

使命

為所有人提供幸福

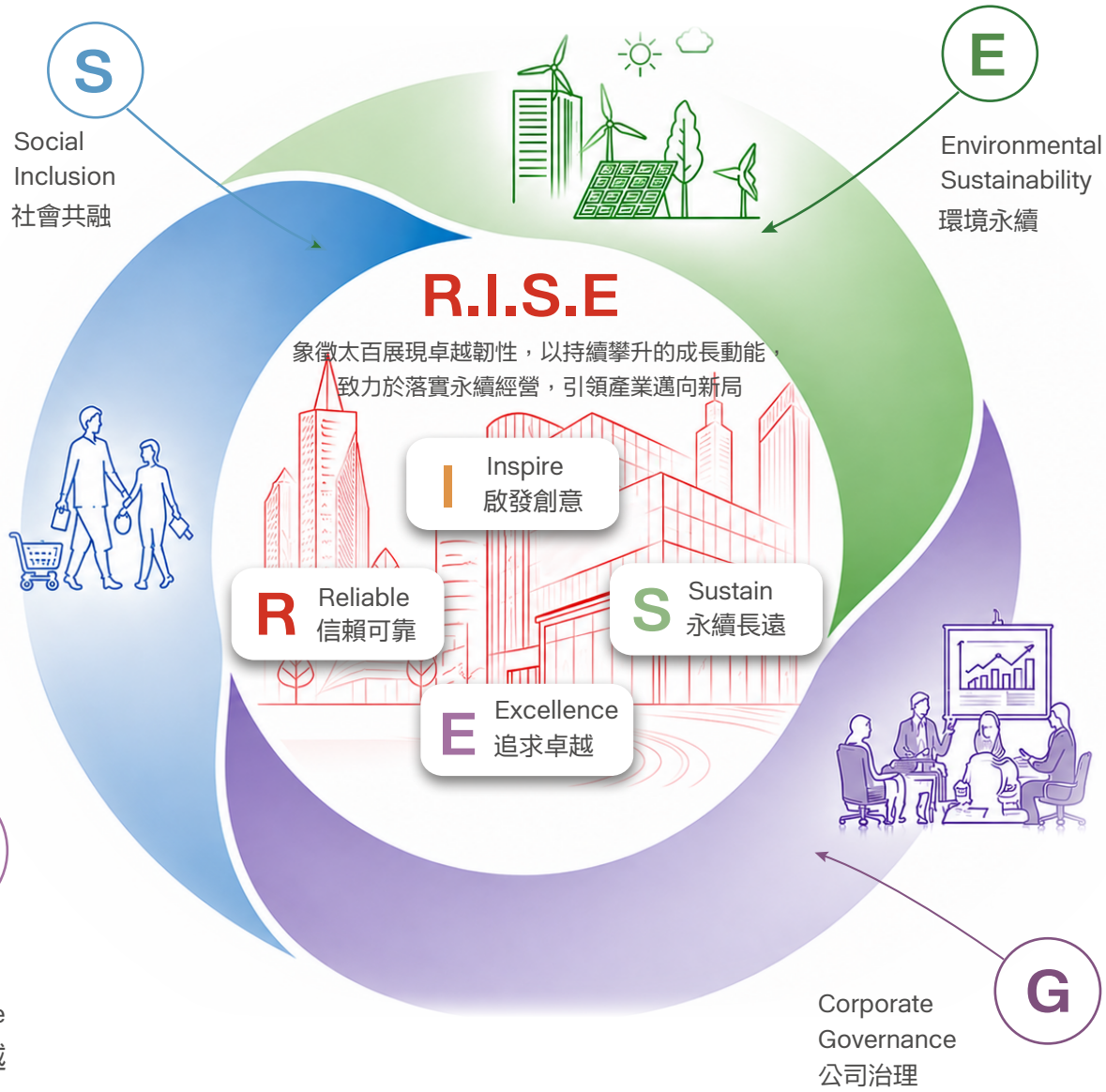
核心價值

R Reliable 信賴可靠

I Inspire 啟發創意

S Sustain 永續長遠

E Excellence 追求卓越



永續發展策略藍圖與價值創造

2025年成效

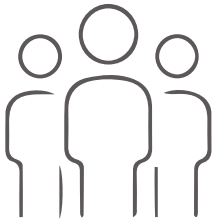
① 財務資本



營業額
491.04億

稅後淨利
9.95億

② 人力資本



總員工數
1,356人

育才人次
11,046人次

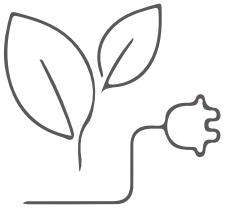
③ 社會資本



活動場次
1,004場次

議合人次
472萬人次

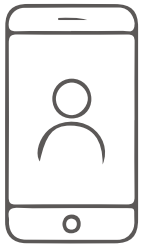
④ 自然資本



每度電創造
507.7元營收

成長**1.91%**

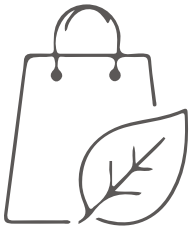
⑤ 智慧資本



APP會員
179萬人

電子禮券
25億元

⑥ 商品與通路資本



綠色採購占比
12.53%

永續採購成長
61%

永續特輯

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，太百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ESG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」。

太百永續發展路徑圖



永續關鍵五力	呼應SDGs	淨零三大策略	重點績效

穩健經營力

管理重點

以永續經營的態度及敏捷創新精神，優化購物體驗，鞏固百貨領導品牌形象。

安心服務力

管理重點

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。

8 尊嚴就業與經濟發展

12 負責任的消費與生產

循環商模
Governance

① **180萬**
SOGO APP 會員近 180 萬

② **4.5倍**
減碳聯盟家數成長 4.5 倍

③ **全員完訓**
性別平等課程全員完訓

④ **90.1%**
整體滿意度近 8 年最高

② **ISO 10002**
取得 ISO 10002 認證改善客訴解決效率

⑥ **91.4%**
餐廳通過「GHP 食品良好衛生規範」認證，其中 96.8% 為「優級」


國家永續發展獎


遠見ESG企業永續獎
服務業首獎



天下永續公民獎
大型企業服務業14名



台灣零售永續獎
綜合績效典範獎


台灣企業永續獎
台灣百大永續典範企業



台灣企業永續獎
永續報告白金獎



台灣零售永續獎
永續零售營運金獎



全球企業永續獎
永續報告銅獎


臺灣服務業大評鑑
金牌


臺灣客服中心評鑑
金牌

永續關鍵五力	呼應SDGs	淨零三大策略	重點績效
幸福職場力 **管理重點** 以接軌國際水準的職安衛管理，提供安全工作場域；規畫優於業界水準的選用育留及薪酬福利，打造幸福職場。	3 良好健康與福祉 4 優質教育 5 性別平等 8 尊嚴就業與經濟發展	**永續消費** **Social**	① **51,935元** 月薪平均 51,935 元超前同業 9.38% 薪酬超前同業 35.63% ② **35,600元** 基本起薪調高至 35,600 元 調幅 11.25%，較法定最低薪資高出 24.52%
社會影響力 **管理重點** 以「關懷、永續、信賴」(Caring, Sustainability, and Reliability)等三大共面向打造永續生態系。	10 減少不平等 11 永續城市與社區 17 夥伴關係		③ **首創育嬰津貼** 首創育嬰留停職代津貼，全年補助127 萬元 ④ **472萬人** 攜手 860 個外部單位，發起 1,004 場社會參與活動，472 萬人次受益


HR Asia
亞洲最佳企業雇主獎


HR Asia
雇主關懷獎


HR Asia
科技賦能獎


HR Asia
多元平等共融獎


勞動安全獎
優良單位



親子天下
友善家庭職場獎


SGS ESG Awards
永續社會獎


永續典範獎
社會創新 社會共好獎

永續關鍵五力	呼應SDGs	淨零三大策略	重點績效

永續環境力

管理重點

透過佈建能源管理系統與創新節電措施， 深耕低碳營運與綠色企業文化，打造永續消費平台。

7 可負擔的潔淨能源
12 負責任的消費與生產
13 氣候行動

節能減排 Environment

1 **2.76%**
用電量年減 2.76%

2 **1.08%**
綠電使用占比提升至 1.08%

3 **42.29%**
每度用電創造營收 507.70
較 2018 年成長 42.29%

4 **104,434.8**
擴大盤查碳排項目，各店完成 GHG Protocol 查證，範疇一至三碳排合計 104,434.8 噸 CO_2e

5 **14.23%**
單位樓地板面積用水量每日 8.44 公升 / 平方公尺，較經濟部水利署用水指標建議值優異 14.23%

6 **rPET**
自營超市更換 rPET 環保材質生鮮托盤



國家企業環保獎
金級獎



台灣零售永續獎
永續零售氣候行動獎
金獎



台灣企業永續獎
氣候領袖獎



台北市氣候行動獎
工商甲組 銅獎
忠孝館



淨零新生活
績優獎
忠孝館



亞太永續行動獎
SDG 13 金獎



台灣永續行動獎
SDG 13 銀獎

榮耀與肯定

2025年共獲得41項獎項肯定

綜合績效 7項獎項

- 國家永續發展獎 三度獲獎
- 遠見ESG企業永續獎 綜合績效服務業首獎 零售首例
- 天下永續公民獎 大型企業服務業14名
- 台灣零售永續獎 綜合績效 典範獎 最高榮譽
- 台灣企業永續獎 台灣百大永續典範企業
- 台灣企業永續獎 永續報告 白金級
- 全球企業永續獎 永續報告 銅獎

8項效期內之認證與標章

- 健康職場促進自主評核證明
- CPR+AED 安心場所
- 運動企業認證
- 天下雜誌1.5° C標章
- 碳足跡標籤
- 碳足跡減量標籤（天母店）
- 人才發展品質管理系統 TTQS（新竹店）
- 無菸暨健康促進職場（新竹店）

備註 ISO等標準認證已標示於I.報告書段落，不重複說明。



環境永續 E 11項獎項

- 國家企業環保獎 金獎 二度獲獎
- 台灣零售永續獎 永續零售氣候行動獎 金獎
- 台灣企業永續獎 氣候領袖獎
- 台北市氣候行動獎 工商甲組 銅獎（忠孝館）
- 台北市氣候行動獎 工商甲組
- 淨零新生活績優獎（忠孝館）
- 亞洲企業社會責任獎 綠色領導獎
- 亞太永續行動獎 SDG 13 金獎
- 台灣永續行動獎 SDG 13 銀獎
- 台灣永續行動獎 SDG 12 銅獎
- 亞太永續博覽會 永續會展獎
- 台北市民間企業與團體綠色採購績優單位

公司治理 G 7項獎項

- 台灣永續行動獎 SDG 17 特優
- 台灣零售永續獎 永續零售營運 金獎
- 台灣零售永續獎 永續供應鏈 金獎
- 台灣企業永續獎 永續供應鏈 領袖獎
- 台灣服務業大評鑑 金牌
- 台灣客服中心評鑑 金獎
- 台北好購 採購貢獻獎 銀獎

社會共融 S 12項獎項

- HR Asia亞洲最佳企業雇主獎、雇主關懷獎、永續職場獎、多元平等共融獎、科技賦能獎
- 台灣企業永續獎 社會共融領袖獎
- 台北市勞動安全獎 優良單位 連13年獲獎
- 台北市友善育兒事業獎 績優事業
- 親子天下友善家庭職場獎
- 台灣零售永續獎 合作夥伴 金獎
- 台灣零售永續獎 顧客永續行動 銀獎
- 亞洲企業社會責任獎 人力投資獎
- 亞洲企業社會責任獎 健康推廣獎
- 永續典範獎 社會創新 社會共好獎
- SGS ESG Awards永續社會獎
- 台灣永續行動獎 SDG 8 銀獎

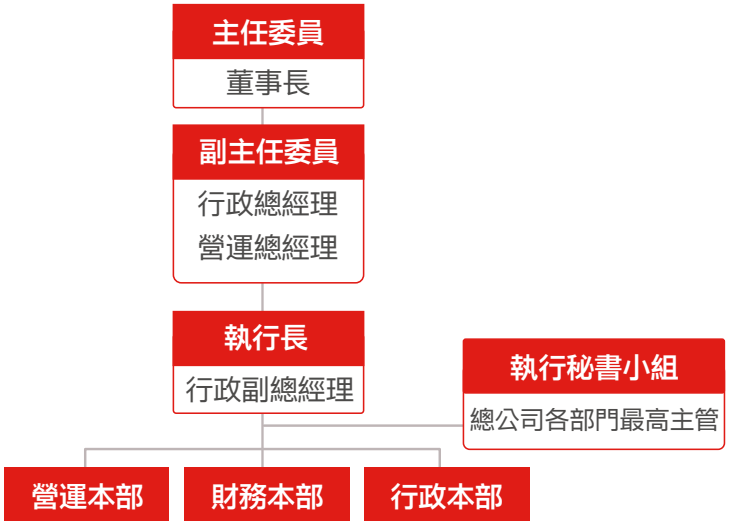
III 永續太百

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

太百自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「ESG委員會」（簡稱ESG委員會），並訂定2020年為太百「永續元年」。

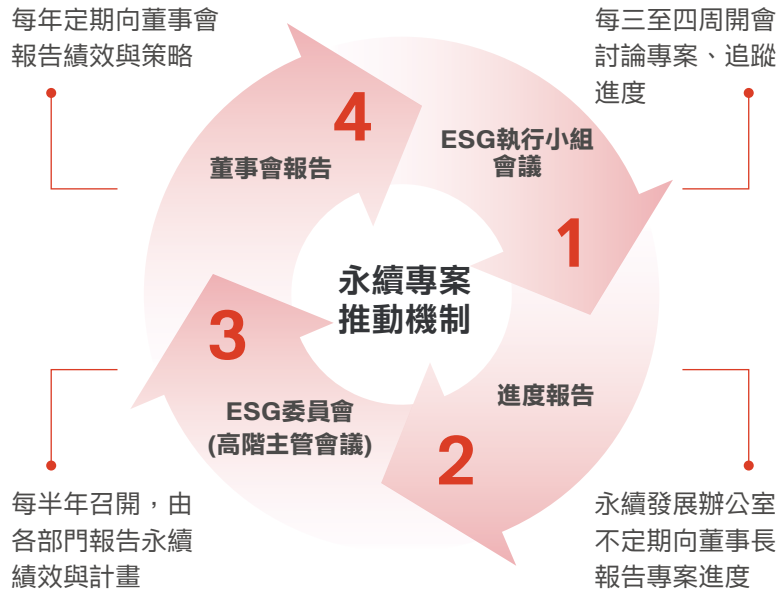
ESG委員會由董事長擔任主任委員、總經理擔任副主任委員、行政副總經理擔任執行長，組織包括營運本部（營業與販促）、財務本部、會計本部、行政本部。其中，ESG相關政策由ESG委員會制定，並由人資、販促、商品、營業、工務、勞安、會計、財務、稽核、永續發展等部門及各分店共同執行，依照利害關係人不同屬性，推出適宜管理政策。

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，再經永續發展辦公室、相關部門與各店落實於日常營運。年度永續績效則每年定期提報董事會。



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。

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。太百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

Step 1
利害關係人鑑別

太百參考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，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

Step 2
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96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

96 個衝擊因子

辨認實際與潛在衝擊

Step 3
將組織衝擊因子整合為永續議題

參考外部顧問建議，將影響項目依主題分類，並由永續發展辦公室與顧問討論，整合為17個年度永續議題以進行後續鑑別

17 個永續議題

Step 4
重大主題分析與排序

藉由線上問卷，了解8類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

1,955 份問卷
高層**18** 份
利害關係人**1,937** 份

評估衝擊顯著性

Step 5
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建議，對照GRI準則，鑑別出3項高度重大主題、6項中度重大主題

3 項高度重大主題
6 項中度重大主題

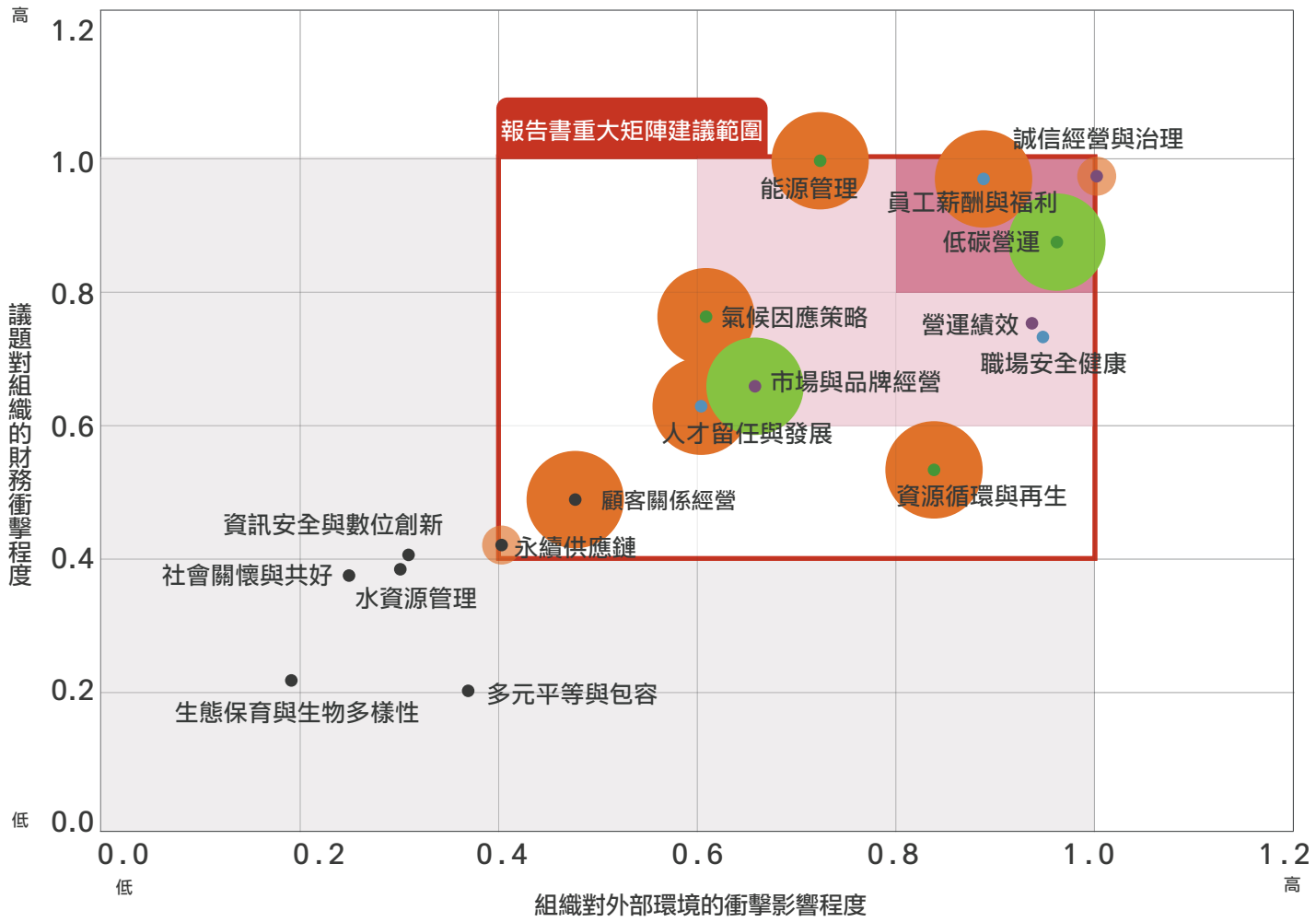
顯著影響主題揭露報導

Step 6
議題回應與揭露

經呈報ESG委員會，以9項重大主題作為揭露重點，擬定管理方針，並持續檢視各項永續議題重要程度，回應利害關係人期待，確保永續資訊揭露透明、合理與平衡。

9 項重大主題

永續議題矩陣



永續議題數量

3	高度重大主題
6	中度重大主題
	管理方針範圍
3	低度議題
5	矩陣外追蹤議題

機會／風險議題

6	機會議題
11	風險議題

發生可能性

8	高度可能性
2	中度可能性
7	低度可能性

高中度重大主題

E 環境永續

- 低碳營運
- 能源管理
- 氣候因應策略

S 社會共榮

- 員工薪酬與福利
- 人才留任與發展
- 職業安全健康

G 經濟治理

- 誠信經營與治理
- 市場與品牌經營
- 營運績效

永續議題變動說明

議題名稱	2025年重要性	2024年重要性	調整方式	變動/新增原因
資源循環與再生	低度	中度	↓ 下降	太百多年積極推動循環減廢等行動方案，將資源循環內化為日常營運管理，故重要性略微下降。

價值鏈與永續議題關係

	重大主題	定義說明	衝擊面向 實際/潛在	衝擊面向 面向	衝擊面向 程度%	財務衝擊程度	財務評估項目
G	誠信經營與治理	太百評估內部董事與高階主管多元化，並評估商業往來交易對象/供應商之誠信、合法交易行為，以及產品溯源資訊揭露之品質管理機制與作為，或因違反環境、社會經濟法律或法規而遭受重大罰款和非金錢的處罰，乃至影響公司聲譽。	實際	機會	47.1%	低度	■ 因公司治理形象良好，獲取投資人信任，進而提高投資金額，降低融資成本或獲得更好的貸款利息；反之，企業形象受損可能導致投資人信心下降，影響股價及融資成本。 ■ 因應政策，需投入額外資源，承擔更高的合規成本。 ■ 因違反相關政策、發生重大事件，面臨政府裁罰。
				風險	52.9%		
	營運績效	太百的財務經營表現、因氣候變遷而產生的財務影響、薪酬福利，以及來自政府的財政補助。	實際	機會	62.5%	中度	■ 策略佈局、市場蓬勃，促進來客增多、營收增加。 ■ 土地公允市值增加，提升公司的資產價值。 ■ 成本控制得當，提供公司營運淨利。 ■ 資本支出與行銷費用控制不當，影響淨利。 ■ 投資失利，資產淨值下滑。
				風險	37.5%		
	市場與品牌經營	太百針對百貨零售市場中的消費需求轉型、新世代對品牌認知的變化，以及與飯店等新夥伴的合作，專注於滿足多樣化顧客需求，提升品牌價值，並透過創新夥伴協作維持市場競爭力。	實際	機會	100%	中度	■ 周年慶商品力與行銷活動（如展覽、市集等）吸引來客，帶動銷售額增長。 ■ 跨界合作，創造多元化服務模式，增強品牌認知度與吸引力。 ■ 透過創新行銷與社群溝通，成功觸及年輕客群，增強品牌活力，確保長期營收穩定成長。 ■ 持續優化市場佈局與策略，搶占市場先機，提升競爭優勢。
				風險	0%		

E

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%		
低碳營運	太百制定與永續夥伴合作之篩選標準與原則，為內、外部利害關係人提供低碳綠色服務及產品，以及針對商品消費理念與倡議之溝通機制、頻率與相關作為。	實際	機會	73.2%	低度	■ 申請政府節能設備補助，獲得補貼。 ■ 天母店因推展服務型碳標籤納入綠色採購，獲得企業客戶購買電子禮商券，增進營收。 ■ 永續產品的標示有誤，可能引發公關危機，造成消費者信任度降低而導致營收下降。
			風險	26.8%		
氣候因應策略	太百在營運過程中對溫室氣體排放的管理措施，以及碳盤查等相關減碳目標的設立，以及透過「減緩」與「調適」降低氣候變遷風險對營運衝擊的相關做法與策略方針。	實際	機會	31.3%	低度	■ 導入新的節能減碳設備，可以節省每年的管理成本。 ■ 急端天氣事件造成營業時間調整或財損。 ■ 高溫造成委外承攬商熱傷害，影響企業形象。 ■ 氣候變遷影響季節熱銷水果或商品產量不足。 ■ 乾旱影響供水，必須配合政府節約用水，影響百貨正常營運。
			風險	68.7%		
能源管理	太百針對內、外部消耗能源的狀況與需求，並依可再生能源與不可再生能源進行分類。	實際	機會	47.6%	低度	■ 導入能源設備，每年省下電費；降低台電契約容量，減少開支。 ■ 逐年減少能耗，樹立公司永續形象與標竿地位。 ■ 電費的調漲將會造成公司營運上新增的支出。 ■ 未能減少用電，未來恐將負擔碳費。
			風險	52.4%		

S

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%		
員工薪資與福利	太百針對員工招募狀況與員工福利制度、育嬰留停後的復職和留任比例說明。	潛在	機會	37.7%	低度	■ 透過穩定的調薪與完善的福利規劃，可以減少年度的勞資訴訟案件。 ■ 企業承諾表現績優，獲得媒體正面報導與人力銀行正向露出的潛在效益。 ■ 若違反《勞動基準法》將可能面臨主管機關的裁罰。 ■ 因違反人權問題而在社群媒體上被擴散、炎上，所帶來的負面形象衝擊。
			風險	62.3%		
人才留任與發展	太百於績效評核等制度提升員工向心力、公平升遷之相關制度與作為，以及職涯發展規劃和多元的教育訓練方案。	實際	機會	71.4%	低度	■ 留才措施與員工教育訓練，讓同仁得以於職場自我實現，減少人員流動成本等所帶來的潛在效益。 ■ 人員短缺或員工離職所產生的相關成本。
			風險	28.6%		
職業安全健康	太百針對員工工作環境與工作內容之安全與健康照護相關管理機制與作為。	潛在	機會	47.6%	低度	■ 透過加強職安教育訓練，減少職安事故的發生，進而降低相關的成本支出。 ■ 未能遵循《職業安全衛生法》的相關規定，可能會遭到主管機關的裁罰；嚴重者影響公司收益。
			風險	52.4%		

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	機會/風險	價值鏈衝擊範圍								永續發展目標 SDGs
				上游			營運		下游			
				政府機構	承租廠商(櫃位)	供應商/承攬商	股東/金融機構	員工	顧客	社會(社區與媒體)	非營利與非政府組織	
01 穩健經營力	誠信經營與治理	417 行銷與標示	機會		○ ○	○ ○			○ ○			SDG 16.5大幅度減少貪污賄賂 SDG 16.6建立有效、負責和透明的制度
			風險		● ● ●	● ● ●			● ●			
	營運績效	201 經濟績效	機會	○	●	●	●	●		○		SDG 8.2經濟生產力的多樣化、創新與升級 SDG 8.3推動政策支持創造就業和企業成長 SDG 8.4提高消費和生產中的資源效率 SDG 8.5充分就業和同工同酬的工作
			風險									
	市場與品牌經營	自訂主題	機會	● ●	●	●	●			● ●		SDG 8.3推動政策支持創造就業和企業成長 SDG 8.9促進有益和永續的旅遊業
			風險							● ●		
02 永續環境力	低碳營運	自訂主題	機會		○	● ○	○	●	○		○	SDG 12.6鼓勵公司採用永續做法和永續報告
			風險				○					
	氣候因應策略	201 經濟績效 305 排放	機會	○	○	○	○	○	○		○	SDG 8.4提高消費和生產中的資源效率 SDG 13.2將氣候變遷措施納入政策和規劃 SDG 13.3建立應對氣候變化的知識和能力
			風險		○	○						
	能源管理	302 能源	機會	○	●		○					SDG 7.2提高全球可再生能源比例
			風險				○					

圖例說明
- 組織因自身活動所造成的衝擊：● 直接衝擊 ○ 間接衝擊
- 衝擊面向：● 環境 ● 人群 ● 經濟

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

圖例說明
- 組織因自身活動所造成的衝擊：● 直接衝擊 ○ 間接衝擊
- 衝擊面向：● 環境 ● 人群 ● 經濟



利害關係人議合 GRI 2-26

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，強化太百永續發展策略，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）

利害關係人	對太百的重要性	溝通管道與頻率	權責部門	關注議題	議合成效及回應章節
顧 客	本公司評估市場脈動，引進各類品牌與櫃位，惟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。	**定期** 顧客滿意度調查 每年 **不定期** 社群粉絲頁、顧客意見表、免付費專線、線上留言板	■ 營運部 ■ 販賣促進部 ■ 人力資源部 ■ 電子商務部 ■ 資訊部 ■ 工務部 ■ 顧客服務中心	誠信經營與治理 低碳營運 資源循環與再生 職業安全健康 員工薪酬與福利	01 穩健經營力 02 永續環境力 04 幸福職場力
員 工	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。	**定期** 員工參與度暨ESG調研 每年 勞資會議 每季 朝會日報/晨會 每日 **不定期** 內部系統公告（ework、ehr）、同仁意見箱、工作坊	■ 人力資源部 ■ 勞安室 ■ 職工福利委員會	誠信經營與治理 低碳營運 資源循環與再生 職業安全健康 員工薪酬與福利 人才留任與發展	01 穩健經營力 02 永續環境力 04 幸福職場力

利害關係人	對太百的重要性	溝通管道與頻率	權責部門	關注議題	議合成效及回應章節
 股東/金融機構	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。	**定期** 股東會、母公司(遠百) 每年 年報 董事會 每季 **不定期** 公開資訊觀測站	■ 秘書室 ■ 財務部 ■ 會計部	營運績效 低碳營運 資源循環與再生 職業安全健康 員工薪酬與福利	01 穩健經營力 02 永續環境力 04 幸福職場力
 承租廠商(專櫃)	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。	**定期** 合約簽訂/換約 每年 廠商聯誼會 每季 朝會日報/晨會 每日 **不定期** 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)	■ 商品部 ■ 營業部 ■ 販賣促進部	營運績效 低碳營運 資源循環與再生 職業安全健康 員工薪酬與福利	01 穩健經營力 02 永續環境力 04 幸福職場力
 供應商與承攬商	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。	**定期** 合約簽訂/換約 每年 **不定期** 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)	■ 工務部 ■ 採購部 ■ 販賣促進部	誠信經營與治理 低碳營運 資源循環與再生 職業安全健康 員工薪酬與福利	01 穩健經營力 02 永續環境力 04 幸福職場力

利害關係人	對太百的重要性	溝通管道與頻率	權責部門	關注議題	議合成效及回應章節
政府機構	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。	**定期** 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 **不定期** 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	■ 工務部 ■ 會計部 ■ 財務部 ■ 法務室 ■ 永續發展辦公室	誠信經營與治理 低碳營運 資源循環與再生 職業安全健康 員工薪酬與福利	01 穩健經營力 02 永續環境力 04 幸福職場力
非營利與非政府組織	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。	**定期** 四月世界地球日倡議、每年歲末公益活動、小農展、社創展 **不定期** 電話、email、ESG官網、自媒體、活動合作、永續倡議	■ 販賣促進部 ■ 電子商務部 ■ 永續發展辦公室	誠信經營與治理 低碳營運 能源管理 顧客關係經營 職業安全健康	01 穩健經營力 02 永續環境力 03 安心服務力 04 幸福職場力
社會(社區與媒體)	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。	**定期** 「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 **不定期** 電話、Email、書信、自媒體、各式會議、實地場勘、活動合作	■ 販賣促進部 ■ 工務部 ■ 法務室 ■ 電子商務部 ■ 永續發展辦公室 ■ 媒體公關部	營運績效 低碳營運 資源循環與再生 職業安全健康 員工薪酬與福利	01 穩健經營力 02 永續環境力 04 幸福職場力

01 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 38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。我們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。

本章節對應之SDGs



2025年亮點績效

樹立產業標竿	・ 參與國際倡議，獲選為「智慧能源聯盟」(前身為EP100)零售成功案例。
供應鏈管理	・ 減碳聯盟家數成長4.5倍。 ・ 再生材質禮贈品採購佔比達9.07%，超越年度目標。
資訊安全與數位創新	・ SOGO APP會員近180萬，年成長13%，顧客滿意度達81.7% ・ 建構五重資安防護網：ISO 27001資訊安全管理系統驗證、ISO27701隱私資訊管理系統驗證、ISO 27002 資訊安全控制措施、SOGO APP MAS資安標章、導入資策會TPIPAS制度。
公司治理	・ 性別平等課程全員完訓。



1.0 策略成果與規劃

本公司自1987年11月11日成立至今，近年專注轉型創新，以ESG為營運方針，不僅締造最佳營業成績，同步創造最高企業價值，成為零售標竿企業、百貨永續模範生。

政策承諾

以ESG三大構面推展營運方針，締造百貨龍頭與ESG領導品牌形象。

組織願景

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。

重大主題

- 營運績效
- 誠信經營與治理
- 市場與品牌經營

國際框架與指標

- GRI 201 經濟績效
- SASB 營運指標CG-MR-000.A、CG-MR-000.B
- 自訂主題

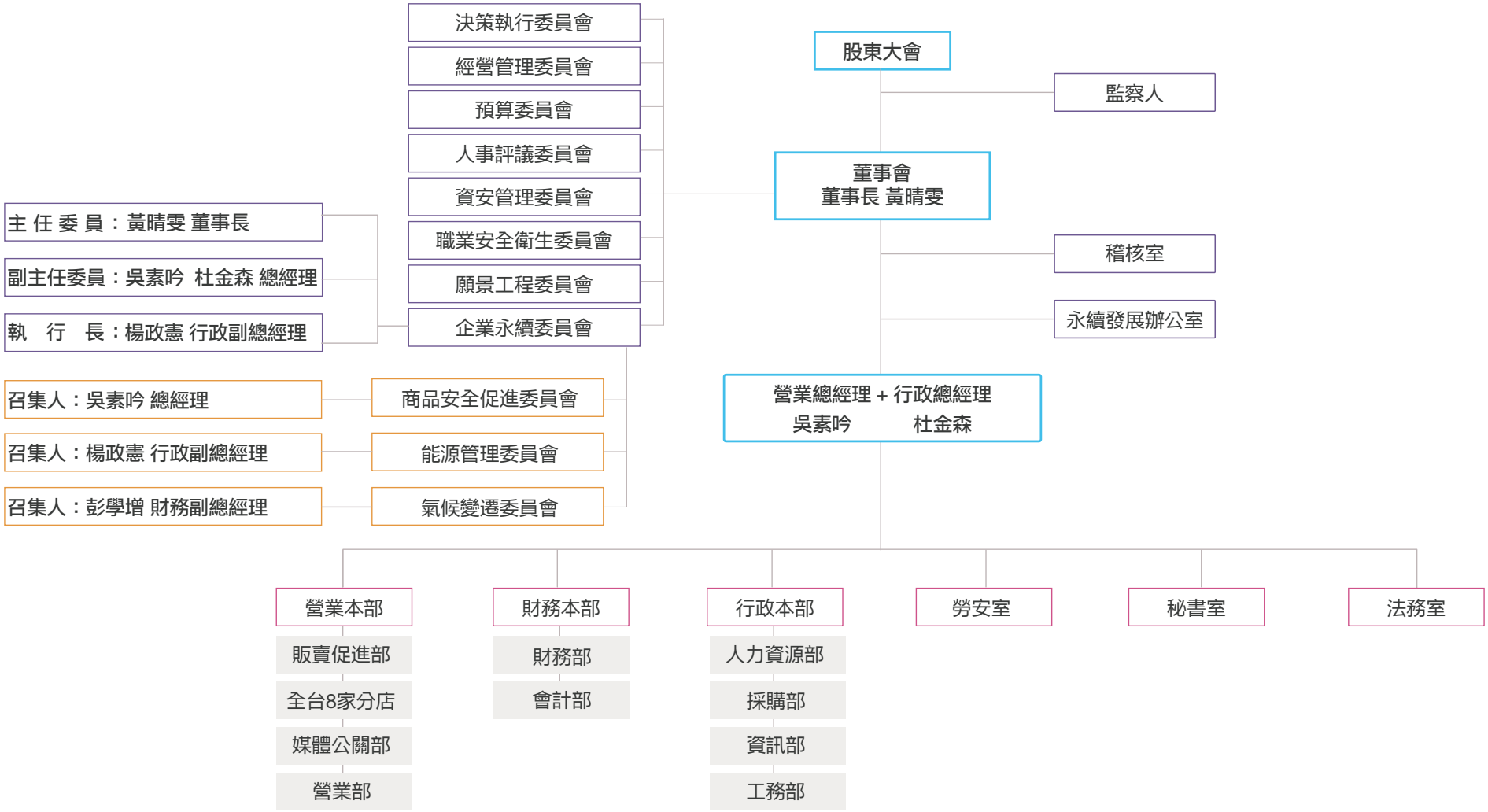
管理行動	2025行動績效追蹤	達成概況	短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)
東區商圈佈局優化	• 遠東Garden City大巨蛋店A區（影城棟）開幕	達標 ▸ 完成分區開幕	遠東Garden City全區開幕後帶進新客，降低主顧客年齡層，並與忠孝館、復興館連動，活絡大東區商圈。	成為台北市中心營收規模最大的消費聚落。
	• 「東區珠寶盒」遠東SOGO敦化館經營31年熄燈	達標 ▸ 租約到期閉店		
鞏固忠實顧客，擴大消費客層	• 大檔期推出聯名卡專屬優惠，鞏固忠實顧客，並拉高刷卡量	達標	拓展主顧客族群，結合數位行銷打造多元溝通管道與精準行銷。	各店發展營運特色，搭配電子商務，呼應國內外永續趨勢，提高營運韌性，締造市場龍頭地位。
	• 打造價值型電商，提高線上營收	達標 ▸ 營收增加近20%		
強化供應商永續韌性	• 百貨首例、通過「ISO 20400永續採購指南」驗證	達標 ▸ 百貨首例	協助供應商永續轉型，輔導優化永續作為、設定減碳目標。	攜手利害關係人，與上下游供應商，結成永續發展夥伴關係，共創永續價值鏈。
	• 推動減碳聯盟，擴大供應商輔導對象與範疇	達標 ▸ 會員數增4.5倍		
內控與法遵強化	• 無任何遭主管機關裁定罰款或行政處分之事實	達標 ▸ 全無裁記錄	• 強化內部教育、內控與外部稽核，確保無重大違規。 • 高階經理人薪酬與永續績效連結。	建立內外部利害關係人長遠的信賴關係，成為業界表率。
建構完備的資安系統	• 導入國內外資安相關標準，取得驗證	達標 ▸ 獲五重資安保障	• 導入「ISO 22301 營運持續管理系統」、通過TPIPAS驗證，強化數位時代的營運韌性。 • 將綠色電商「SOGOPlus」升級為價值型平台，增強顧客忠誠度。	• 透過PDCA循環，預先識別潛在威脅為永續經營打造更堅實的防護網。 • 以良好顧客體驗，增進品牌好感度與信任度。

利害關係人群組	股東/金融機構	承租廠商/供應商	顧 客	社 會
議合管道	• 營運據點揭/閉幕、重大檔期績效之記者會與新聞發布。 • 定期召開董事會/股東會。	• ESG網站、朝會日報、教育訓練。 • 供應商減碳聯盟年會、表揚活動、永續倡議、盡職調查等。	• 自媒體：粉絲專頁、官網、IG、電子報、DM 、SOGO APP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。	• 不定期之新聞發布，及自媒體訊息露出。 • 參與或主辦商圈共榮活動、催生商圈大型建設。 • 出席「台北市東區商圈發展協會」定期會議，並與市政府溝通。
2025年成效	• 召開董事會**4次**，董事出席率**90%**。 • 2025年股東會中出席股東及股東代理人所代表股份總數占全體**81.55%**。	• 完成一級供應商的盡職調查，並針對評鑑末端班完成第三方稽核與輔導。 • 有**770家**品牌與供應商參與「夏至關燈一小時」活動。 • **18家**供應商參與「減碳聯盟年會」。 • **8家**承租廠商因積極參與永續活動獲表揚。	• **88.4%**顧客認同整體品牌。 • SOGO APP會員數達**179.7萬**，年成長**13%**，能有效提升顧客參與度和滿意度；顧客滿意度調查顯示：「SOGO APP整合多種功能」滿意度達**78.4%**，超越過往兩年水準。	• 協辦**3場**臺北東區大型活動，共**14萬人次**受益。 • 遠東 Garden City 進駐台北大巨蛋園區，結合體育、文創、購物、餐飲、影城、飯店，打巨蛋消費娛樂聚落，帶動經濟發展、商圈繁榮。

1.1 公司治理

1.1.1 組織輪廓 GRI 2-9

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 2-11 GRI 2-10 GRI 2-15 GRI 2-16 GRI 2-17 GRI 2-18 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，2025年召開董事會4次，董事出席率90%，監察人列席率100%。

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，占比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。

2025董事會運作概況-太平洋崇光百貨股份有限公司

董事席次	女性董事	開會次數	董事平均出席率	監察人列席率
5 名董事	40% 共2席	4 次	90 %	100 %

重要決議事項

第15屆第6次 2025.2.24

- 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8次 2025.7.1

- 年度股利分派討論案

全體出席董事同意通過

第15屆第9次 2025.12.15

- 年度公司預算案
- 本公司「捷運文湖線忠孝復興站(BR4)開發大樓公有不動產租賃契約書」續約案案
- 本公司敦化分公司將於2025年12月23日租約到期不再續約案
- 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

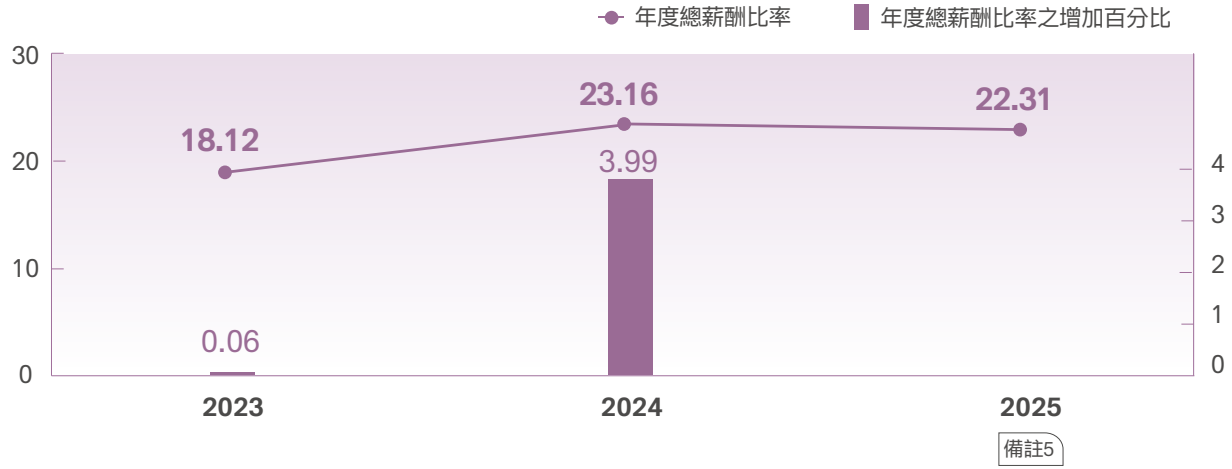
為健全公司治理，訂有〈道德行為準則〉，具體規範防止最高治理單位利益衝突之準則。為確保董事獨立性及避免利益衝突之情事，本公司董事長為公司最高經理人，仍受集團母公司監督，所有董事之間，不具有配偶或二等親以內之親屬關係；2025年度無貪腐、賄賂和違反公平交易法事件、利益衝突及洗錢和內線交易案件相關情事。(本公司非上市櫃公司，公司治理除法遵外，亦依母公司遠東百貨股份有限公司相關規範辦理。其中董事利益衝突迴避請見遠東百貨2025年報 p.23, 26, 30, 58；具控制力股東的存在，請見其2025年報第四季財務報告書p.91組織關係圖)。

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。 2025年支付董監事酬勞合計15,000仟元，董事酬金占公司稅後純益比例為1.5%。因太百屬非上市櫃公司，尚未建立董事績效評估。	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。 ● 行政副總經理之薪酬與ESG績效連結。

薪酬最高之個人/族群



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。
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。
5. 2025年因稅前淨利減少，最高個人薪酬調降，變動為負值，然員工年度總薪酬中位數正成長，故未計算比例。

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 ・台中市政府國際事務委員會委員 ・中華民國百貨零售企業協會理事長	
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 ・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 ・博弘雲端科技(股)公司董事長 ・聚流平台科技股份有限公司董事長 ・富鴻網(股)公司董事長
董事	蔡敏雄	男	●			・遠東新世紀股份有限公司行政長 ・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。

議題面向意	課程名稱	參與人次	課程時數
永續發展與宏觀趨勢	• 川普效應與零售業的變與不變	1	2 小時
	• 解讀全球氣候政治趨勢與台灣淨零轉型策略	1	2 小時
	• 美國關稅政策與供應鏈重組的企業應對策略	3	9 小時
	• 公司治理論壇-美國關稅政策與供應鏈重組的企業應對策略	1	3 小時
	• 邁向永續發展的零售業	1	2 小時
公司治理與法規遵循	• 法律視角下的企業治理	1	3 小時
	• 從經營權與股東行動主義觀點...國際思維之董監責任	1	3 小時
	• 永續資訊編製與申報實務研習班	1	6 小時
	• 永續與財報相關法令規管解析	1	6 小時
數位創新與企業轉型	• 公司治理論壇-企業 AI 轉型	1	3 小時
	• 企業 AI 轉型	2	6 小時

董事5人全數完成6小時以上進修　合計 **45** 小時



▲太百舉辦董事進修課程，邀請簡又新大使（前排右二）演講，並列為公司理階以上主管必修課程

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，作為領頭羊扮演意見領袖，帶領百貨業共同前進，協助國內外及兩岸推動各項事務；同時持續參與「中華民國百貨零售企業協會（簡稱「百協」）」及「台北市百貨商業同業公會」，為產業提供建言。

迄今

1987	中華民國百貨零售企業協會	理事長 常務理事 常務監事 理事 理事 理事 理事 監事	黃晴雯董事長 杜金森總經理 吳素吟總經理 楊政憲副總經理 許淑賢副總經理 賴必昌副總經理 湯治平協理 彭學增副總經理	推動會務、促進國際交流、提供政策建言，凝聚產業力量、共創永續未來，引領百貨產業向上提升
	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
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
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
2022	全球能源生產力提升倡議EP100（2025年更名為「智慧能源聯盟（Smart Energy Coalition）」	會員	太平洋崇光百貨	率先亞太百貨業 創建成功案例，成為亞太零售典範
	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 Supporter	會員	太平洋崇光百貨	率先台灣百貨業 堅定氣候治理決心，成為國內零售典範
2024	科學基礎碳目標倡議（SBTi）	會員	太平洋崇光百貨	我國大型連鎖百貨第一例 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 紡織循環聯盟 8+N資源循環聯盟	會員	太平洋崇光百貨	率先台灣百貨業 響應政府政策，成為產業推動標竿
2025	北市百貨共榮聯盟安衛家族	會員	太平洋崇光百貨	領銜 以大帶小，與業界分享經驗，促進自主管理
	新竹市SOGO安衛家族	會員	太平洋崇光百貨	核心家庭 傳承職業安全衛生經驗，協助成員完善制度

百協搭建產官學交流平台，帶動百貨產業永續發展

2025年6月18日，中華民國百貨零售企業（簡稱「百協」），舉行2025年第一次會員大會，並順利完成理監事改選。黃晴雯董事長接任理事長一職，攜手太平洋崇光百貨、遠東百貨、新光三越、台北金融大樓（101）、漢神百貨、遠東巨城購物中心、微風廣場、統領百貨等8家產業巨擘，共同搭建產官學交流平台，以強化政策參與，深化百貨產業話語權。

在黃董事長的推動下，協會成立了「產業發展」與「產業培力」兩大功能小組。前者旨在掌握國內外零售趨勢，協助會員進行前瞻性佈局；後者則聚焦於解決人力短缺與世代傳承的共同課題，以強化人才永續與產業的長遠發展。此舉期望能集結團體會員的力量，有效帶動產業整體提升，促進我國百貨產業的永續發展。



2025年百協邀請會員針對百貨零售業在碳盤查、碳費徵收等實務操作上所面臨的挑戰進行深入討論，彙整會員建議，並於2026年2月由產業發展小組代表，與環境部氣候變遷署及經濟部商業發展署共同召開交流會議，就百貨零售業在溫室氣體盤查與相關制度推動下的實務議題，進行產官意見交換。

▲ 2025年百協改選，本公司黃晴雯董事長（中）接任理事長，漢神購物中心南野雄介總經理（左）及台北101朱麗文總經理（右）則獲選為副理事長

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

本公司以穩健的步伐，逐年深化氣候行動與永續承諾，展現營運韌性。

2021 年

我們的氣候治理始於2021年，率先自主導入「氣候相關財務揭露」(TCFD)框架，系統性地強化氣候治理。

2022 年

為鏈結國際，我們加入聯合國支持的「R20區域氣候行動組織」，與全球夥伴交流永續趨勢。

為響應全球淨零排放趨勢，本公司積極參與國際永續倡議，並於2022年成為**亞太區首家**加入「全球能源生產力提升倡議」(EP100) 的零售百貨業會員，承諾以2018年為基準，至2028年提升能源生產力 50.52%。

2023年

我們的行動升級為正式承諾，成為**國內首家**百貨TCFD支持者(Supporter)，致力透過完善的資訊揭露來管理氣候風險。

2024 年

我們再創里程碑，成為**全台首家**遞交「科學基礎減量目標」(SBT)承諾書的大型連鎖百貨。為落實此承諾，已於2025年全面完成價值鏈碳盤查，並規劃於2026年7月前向SBTi提交正式減碳目標，將永續藍圖化為具體行動。



▲ 2026年2月百協產業發展小組拜會環境部，與環境部氣候變遷署及經濟部商業發展署共同召開交流會議。

永續影響力：從標竿建立到產業共好

太百近年積極實踐永續，被美譽為「永續發展模範生」，成果獲國內外專業機構肯定，並受邀於多場產官學重要論壇分享實務經驗，透過標竿案例與跨域交流，促進產業共同邁向永續發展。



推動女性領導力

黃晴雯董事長擔任台灣女董事協會理事，推動女性賦權，連續五年擔任「領導力講座」導師，傳承治理經驗。

◀ 黃晴雯董事長（圖中左5）於女董協會分享



引領產業永續議程

2025年，太百共參與8場由產官學主辦的指標性活動，橫跨智慧城市、ESG實踐、循環經濟、淨零轉型等關鍵議題。從董事長、副總經理到理階，展現由上而下、全面性的永續專長，無私分享實踐成果，引領產業升級。

◀ 楊政憲副總經理（圖中右3）於亞太循環經濟論壇擔任論壇分享嘉賓

2025年指標性活動

3月

SmartZero City 2025 智慧零碳城市論壇

主辦單位
元智大學、歐洲創新聯盟、徐元智先生紀念基金會

分享主題
零售業推動智慧城市的永續未來

6月

領導力講座

主辦單位
女董學院

分享主題
適者生存 智者永續

百貨業共榮聯盟安衛家族

主辦單位
台北市勞動局

分享主題
遠東SOGO職安衛導入ESG實務

8月

2025 ESG高峰會

主辦單位
財團法人會計研究發展基金會、會計研究月刊

分享主題
資源循環新經濟：循環採購

10月

2025 亞太循環經濟論壇

主辦單位
環境部、農業部、經濟部、循環台灣基金會

分享主題
紡織循環生態系

第7屆國家企業環保獎績優企業觀摩研討會

主辦單位
環境部

分享主題
績優企業分享

11月

SGS 2025 年度產業交流論壇

主辦單位
SGS台灣檢驗科技股份有限公司

分享主題
Dare to Lead ! Building a Better Future With SOGO

12月

2025 能源願景高峰論壇

主辦單位
經濟日報

分享主題
打造淨零競爭力

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	執掌說明
1 經營管理委員會 2002 年	• 擬定公司經營目標與日常營運方針。 • 由董事長召集，邀集各營運據點店長、各部門最高階主管與會，並由遠東集團董事長出席指導。 • 每季召開一次會議。
2 預算委員會 2012 年	• 對公司營運目標進行預算監控，將組織決策與資源配置予以量化管理。 • 負責審查、報告及檢討季度預算與執行結果，並追蹤追加預算的執行進度與績效目標。 • 每季召開一次會議。
3 資安管理委員會 2012 年	• 依據公司營運特性，制定《個人資料保護管理政策及作業程序》，作為處理客戶、同仁及合作夥伴個人資料的依據與準則。 • 持續修訂並更新資安管理作業流程與相關資訊。 • 每年召開一次會議。
4 職業安全衛生委員會 2012 年	• 作為職業安全衛生的最高決策單位，負責提出安全衛生政策的建議、審議與協調。 • 監督、管理及追蹤各項職業安全衛生事務與專案的執行。 • 由總經理召集，每三個月召開一次會議。
5 人事評議委員會 2014 年	• 負責公司整體組織架構的設立與調整。 • 審議與修訂各單位編制及人事規章。 • 審議與調查理級以上主管的重大獎懲案件。 • 評議各單位年度績效考核、升等、升職及資遣案件。 • 研議其他公司重大人事及福利相關政策。

委員會	執掌說明
6 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。 • 每月召開會議，檢討營運績效，討論業務策略，並針對未來目標或挑戰提出改善計畫。
7 企業永續委員會 (ESG委員會) 2015 年	• 委員會下設「商品安全促進委員會」，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，由永續發展辦公室定期向董事長報告。 • 執行秘書小組每3-4週召開會議，重點任務有： (1)鑑別重大議題、評估衝擊事件與程度，對負面影響採取行動。 (2)因應國際永續趨勢與國內法規，訂定執行方針。 (3)商討永續提案、追蹤執行進度與績效。 (4)邀請外部單位或社創組織進行提案分享，促進內部創新。 (5)辦理年度ESG貢獻獎暨表揚。 (6)研析國內外永續趨勢、最新法規與產業案例。 • 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。
8 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」☞「投資人資訊」。

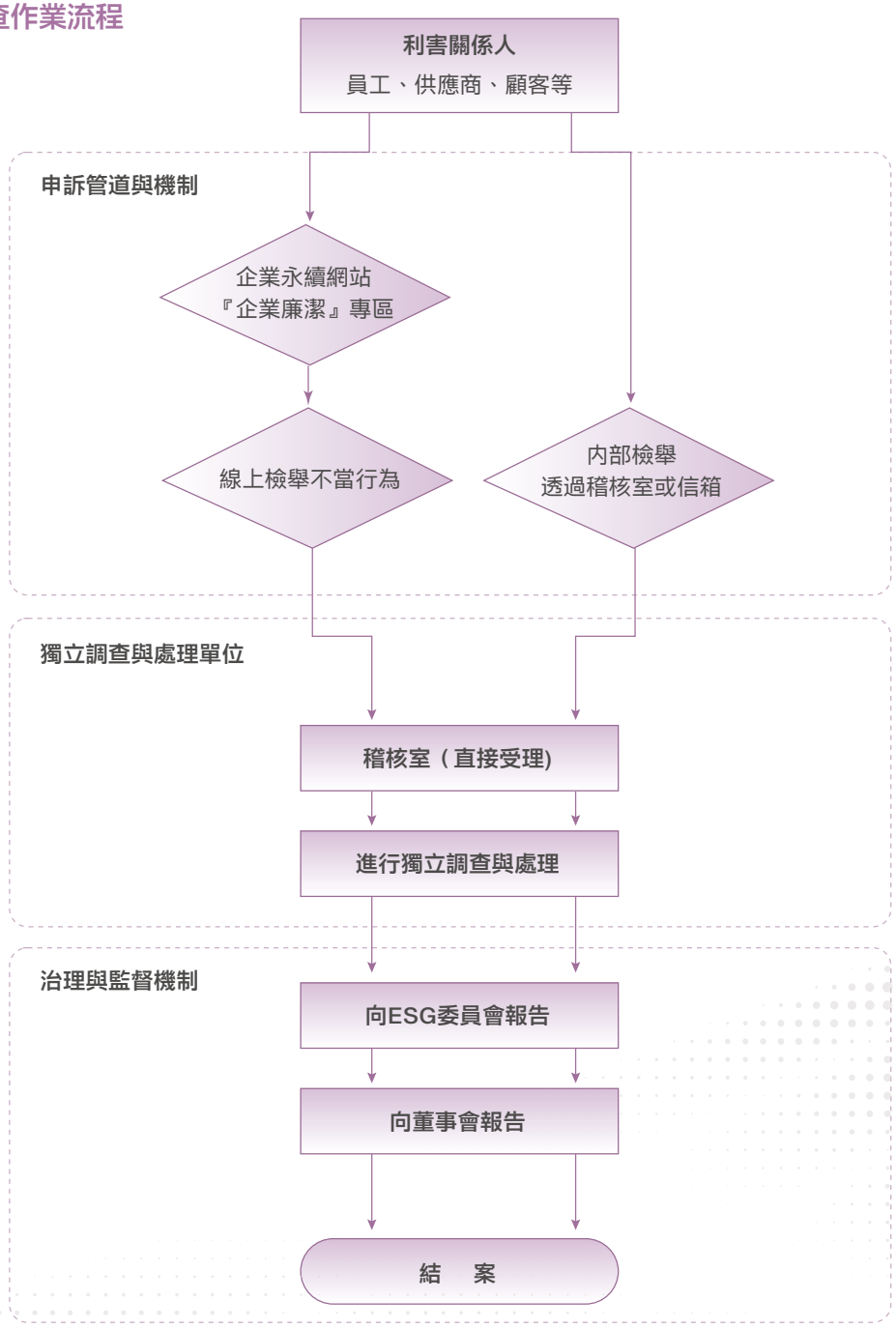
稽核機制

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。遠東 SOGO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；2025年度報告已提報，無重大缺失，將持續追蹤後續改善成果。

風險評估 → 管理制度擬定 → 執行稽核作業流程 → 提報董事會優化改善

2025年度報告已提報 | 無重大缺失

稽查作業流程



1.1.4 誠信經營 GRI 2-25 GRI 2-27 GRI 417-2 GRI 417-3

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。

為落實誠信經營，企業永續網站設有「企業廉潔」專區，供利害關係人線上檢舉任何不當行為。本公司受理具名檢舉後，將依程序處理，並嚴格保護檢舉人的身份與權益。如有道德廉潔相關疑慮，可向稽核室諮詢。檢舉事件直接由稽核室調查與處理，2025年未接獲任何舉報案件、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。

2025年未接獲任何檢舉案件 | 無發生任何貪腐事件

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：
  (1)2024年起，〈永續條款〉納入反貪腐規範，於合約中簽訂
  (2)新供應商填寫供應商資料表時即同意永續條款
  (3)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
  (1)《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。
  (2)制訂《違反道德行為及誠信經營之檢舉及懲戒辦法》

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

- 請至太百ESG官網「利害關係人專區」☞「企業廉潔」
- 勞資會議、職工福利委員會議、人事評議委員會、店長會議與各店人事單位申訴信箱。



《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。

友善多元

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。

▶ 執行績效

- 推動社會共融理念、打造DEI（Diversity, equity and Inclusion）幸福職場
- 2025年蟬聯HR ASIA「亞洲最佳企業雇主獎」多元平等共融獎。

性別平等



自2009 年起，本公司頒布《性騷擾防治申訴與調查處理要點附則》，後依中央規範即時調整內部辦法；為打造多元共融職場，積極扎根基礎意識，全員必修兩性課程。

▶ 執行績效

- 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。
- 2025年依新性平三法，修訂、公告〈性騷擾防治辦法〉。
- 自2023年起性別友善職場講座列為全員必修課程，以預防權勢性騷擾。截至2025年年底，主管職完課率達100%，受訓人次235人；一般同仁亦全數完課，受訓人次1,192人。

1,192人	235人	2025年	主管職完課率 100%
一般同仁完課人次	主管職完課人次	依新性平三法修訂制度	一般同仁完課率 100%

▶ 宣導/執行方式



內部課程或會議	員工手冊說明溝通管道	eWork APP	朝會日報	內部信件	公告欄

▶ 申訴管道

- 請至太百ESG官網「利害關係人專區」☞「聯絡我們」
- 勞資會議、職工福利委員會議、人事評議委員會、店長會議與各店人事單位申訴信箱。

▶ 依中央規範即時調整內部辦法，打造友善多元平等的企業文化



2009 年頒布《性騷擾防治申訴與調查處理要點附則》	《性騷擾防治辦法》2020年公告 2025年最新修訂	《人權政策》2023年訂定、公告	《性騷擾防治措施、申訴及調查處理要點》2024年制訂	《執行職務遭受不法侵害預防程序》2024年修訂

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。

太百雖非上市櫃公司，在法規遵循方面對重大事件定義係依上市公司重大訊息之查證暨公開處理程序法規，單一事件罰鍰金額累計達新台幣壹佰萬元以上為重大違規事件，本公司2025年於全台各營運據點，舉辦巡迴法律工作坊，強化全員法遵意識；全年度無任何遭主管機關裁定罰款或行政處分之事實。

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」。2025年受對等關稅、地緣政治衝突、通膨壓力與未來不確定以及出國潮等因素，使消費行為轉趨保守，整體零售市場中斷連續9年的正成長紀錄。對百貨而言，這是辛苦的一年，本公司因遠東Garden City陸續開幕貢獻營收，以及多場球賽與演唱會人潮的帶動，整體營收表現優於同業平均，全年營業收入491億389萬，與去年持平。

遠東Garden City（大巨蛋）受惠於球賽與演唱會，顯見體驗式消費成為主流，消費型態的轉變。2026年，遠東Garden City全區開幕，將活絡東區廊帶，與既有忠孝復興商圈的遠東SOGO相互輝映。「遠東SOGO」與「遠東Garden City」的百貨雙品牌策略，將為公司營運開啟新篇章、注入新的營收動能。

遠東SOGO基本資料

查詢（全國商工行政服務入口網）

公司名稱	太平洋崇光百貨股份有限公司
創立時間	1987年
實收資本額	新台幣82.8億元
總部位置	台北市大安區忠孝東路四段45號
產品與服務	百貨零售
員工人數	2025年度為1,356人
公司型態	未公開發行
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，營運版圖遍及台北、中壢、新竹、高雄等城市，共計7家據點，提供優質商品、精緻服務，並發揮社會影響力，長期深耕台灣。

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（2025年12月14日熄燈）
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
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

遠東Garden City「大巨蛋店」

台北市忠孝東路四段505號

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。2026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。

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）
為台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，

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。

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。

實收資本額	員工人數	營運據點	
82.8億元	1,356人	8處（台灣）	遠東SOGO 遠東Garden City 開創營運新篇章

營運據點與各店特色



1998
桃園中壢店

點亮商圈綠生活，最強永續倡議者，位處南桃園核心地段，配合地方政府推動政策。



2012
新竹店

桃竹苗親子地標，豐富親子共樂文化生活體驗。



1996
高雄店

與在地商圈友善共好的「好厝邊」，是深耕鄰里的南台灣公益基地。





1987
台北店忠孝館

美妝天后宮、台北東區流行旗艦，整合資源投入堪公綠廊帶，帶動商圈發展與都市人文意象，自營超市Fresh Mart為百貨界超市「永續消費」標竿。



1994
台北店敦化館

東區珠寶盒、全台第一家精品百貨。



2006
台北店復興館

全臺首家、匯集世界五大精品頂級精品的百貨龍頭，擅長「時尚策展」，大力推動永續時尚。



2009
天母店

綠色百貨示範店，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。



2025
遠東Garden City（大巨蛋店）

打破傳統百貨一次性開幕的模式，大巨蛋店採取「分區營運」策略。

2025年重大營運變革

敦化館策略性歇業



2025年12月14日晚間9點半，1994年於台北東區開幕的SOGO敦化館，走過31個年頭，正式熄燈。

由黃晴雯董事長率領經營團隊於現場溫馨送客，為這棟承載無數台北人回憶的精品地標畫下句點。

敦化館 全台第一記錄

百貨首家精品百貨

開幕初期即引進TIFFANY、MIKIMOTO、CELINE、FENDI、Chloe、dunhill等國際精品品牌。

VIP封館活動，精品品牌締造最高坪效

2008至2011年間曾舉辦VIP封館活動，邀請大小S同台，並與《VOGUE》合作「全球購物夜」，FENDI、Chopard等品牌一度寫下全台坪效紀錄。

餐飲全台首店

Sarabeth's Taiwan第一家店、UCC全球旗艦店首度進駐。

復興館大規模改裝

為鞏固精品龍頭地位，復興館啟動跨年度的精品樓層大規模改裝計畫，此舉影響了部分來客數，但為長期的品牌升級帶來新氣象，有望將1至5樓的精品、名品陣線，串連成全台最齊全的精品陣容。

遠東Garden City大巨蛋店開幕

繼2024年D區食尚庭園（主打餐飲）、C區花園綠廊（最美地下街），2025年A區光之花園（影城與運動潮流）開幕，成功結合周邊展演活動的「夜經濟」與「停留經濟」，在沒有零售業態支援下即創造大量人流。

預計2026年全區開幕後，將以親子、化妝品、運動、餐飲等服務，從一站式購足到「滿足」全客層休閒娛樂需求，將形成消費聚落，與忠孝復興商圈連結為「東區廊帶」。

為備戰大巨蛋店的全面開幕及應對市場變化，公司內部進行了大幅度的組織與人事調動，以儲備未來發展所需的人才與戰力。

1.2.2 營運績效 GRI 201-1 GRI 201-4

2025年度營運績效

2025年度營業收入

491億389萬

與去年持平

稅前淨利成長率

-20.33%

主要因素

- 為精品專櫃大面積改裝
- 大巨蛋店籌備費用支出

2025年營運概況

台灣零售業2025年終結連續9年正成長、呈現微幅衰退，精品市場經歷2024、2025年低迷，太百在經歷內部重大調整下，憑藉穩健的營運實力，整體業績與上年度持平。全年業績穩居全台第三大連鎖百貨，復興館與忠孝館雙雙締造百億營收單店佳績。



遠東SOGO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

	2023	2024	2025
營業收入(IFRS)總額法	49,661,966	49,433,078	49,103,899
稅前淨利	2,914,351	2,251,376	1,793,669
稅後淨利	2,193,039	1,360,130	994,770
每股盈餘(稅後)	2.65	1.64	1.20
股東權益報酬率(%)	16.82	10.24	7.73
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

遠東SOGO歷年收支統計

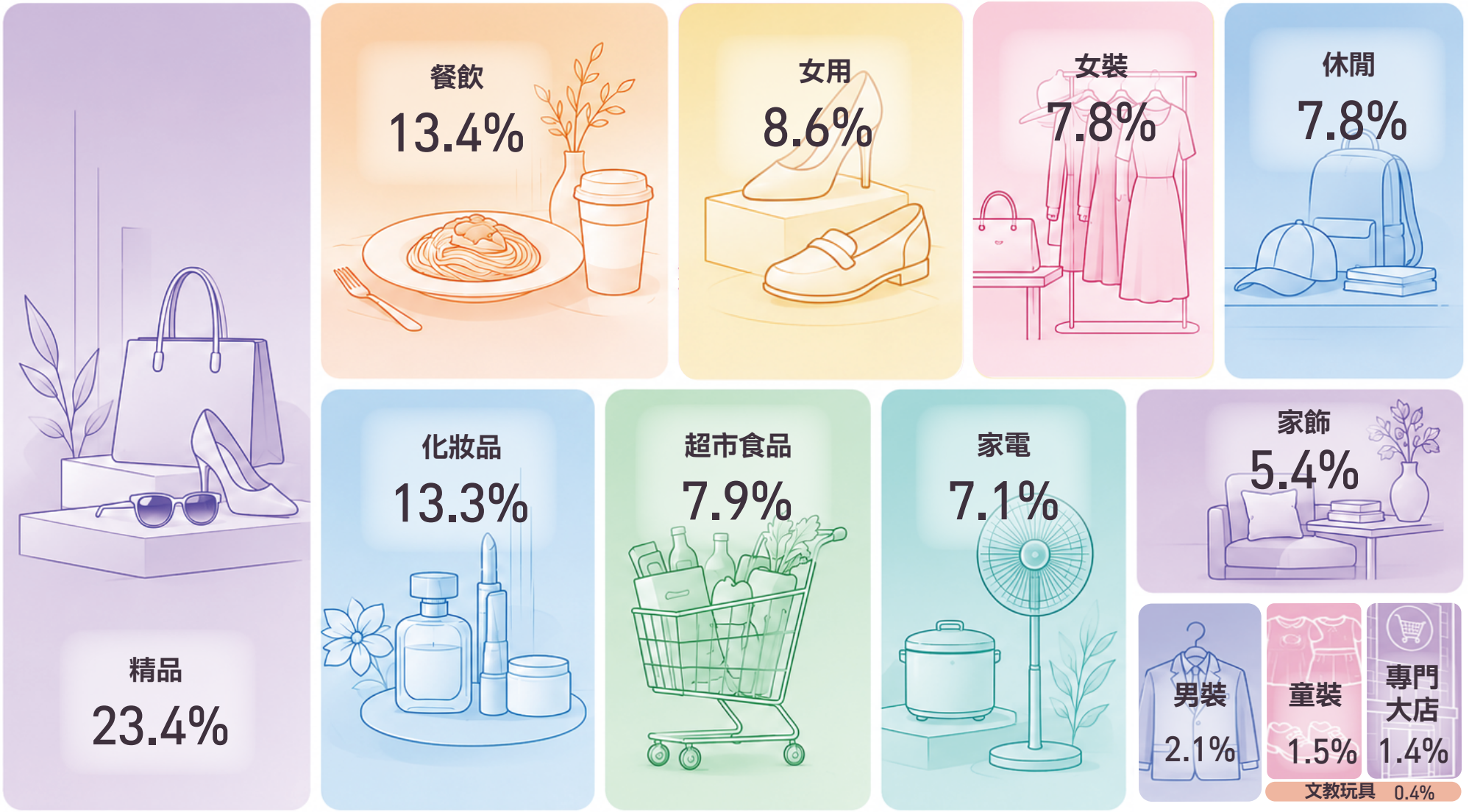
單位為新台幣千元

	2023	2024	2025
營業收入(IFRS)總額法(A)	49,661,966	49,433,078	49,103,899
營運成本(B)	44,893,775	45,676,322	45,373,560
員工薪資與福利(C)	1,507,295	1,424,131	1,469,104
支付出資人之款項(D)	1,904,400	1,200,600	993,600
繳納給政府之費用(E)	951,030	835,133	791,624
捐贈(F)	16,573	12,892	12,888
留存經濟價值(G)=(A-B-C-D-E-F)	388,893	284,000	463,123
政府財務補助總額	17,280	11,384	9,392

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。2025年主要為ESCO節能補助款，占98.4%。

商品類別與營業額占比

2025年，太平洋崇光百貨的營收主力仍由精品、化妝品與餐飲三大類別領軍，合計貢獻了50%的總營業額。其中，餐飲部門表現最為強勁，業績成長達7.91%，主要動能來自於大巨蛋店餐飲的全面營運，以及各店持續優化品牌組合的成功策略。然而，男裝與童裝則面臨挑戰。男裝因國人出國旅遊熱潮排擠了國內消費，導致業績下滑7.21%；童裝則持續受少子化趨勢衝擊，業績同步下滑7%。



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。為此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，並透過客戶關係管理 (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 2025年底，會員人數成長至179.7萬，年成長13%。

SOGO APP 會員人數成長	SOGO APP 顧客滿意度	SOGO plus 電商年營業額成長	POS 系統 升級計畫
179.7萬	85.1%	19.75%	3,500台設備

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跨渠道一鍵購物的便利性，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。

藉由數位轉型擬定未來治理方針及市場策略

【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。

2025年成效

- 為提升資安防護能力，2025強化導入國內外資安防護標準，使得本公司資安擁有五重保障，包含ISO 27001資訊安全管理系統驗證、ISO27701隱私資訊管理系統驗證、ISO 27002資訊安全控制措施、SOGO APP MAS資安標章、導入資策會TPIPAS制度。



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。
- SOGO plus朝價值型電商邁進；強化SOGO plus與既有平台的串聯，增加觸及率。

2025年成效

- 為全面提升營運效率與顧客體驗，啟動14年來最大規模的POS系統升級計畫，涵蓋約3,500台設備。新系統整合多元行動支付、APP會員積點與票券折抵，並導入智慧行動 POS 機支援桌邊結帳，大幅優化服務流暢度與個人化體驗。此外，透過AI數據分析驅動精準行銷，在有效降低人力成本的同時，進一步深化顧客的品牌忠誠度。
- SOGO APP會員數達179.7萬，年成長13%，能有效提升顧客參與度和滿意度；顧客滿意度調查顯示：「SOGO APP整合多種功能」滿意度衝上85.1%，超越過往兩年水準。
- SOGO plus電商年營業額成長19.75%。

2026年目標

- 導入ISO 22301營運持續管理系統，提升數位信任。
- 完成《個資保護管理辦法》修訂。

2026年目標

- 因應大巨蛋店全區開幕，針對新招募人力進行系統化教育訓練，使其熟悉POS機操作流程，優化整體顧客消費體驗。
- 透過數位創新應用提升顧客黏著度，強化互動關係，進而帶動整體營收成長。
- 落實ESG永續精神，推動SOGO APP會員消費全面無紙化，提升營運效率並降低環境負擔。
- 完成刷卡設備資安升級，強化交易防護機制，全面提升顧客消費安全性。

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2025年度內部查核，內部控制制度並無重大缺失，並提出91項稽核建議事項，依內控影響程度來區分，81%缺失較輕微，為文件或流程不當與未遵循管理辦法；中度缺失有29項（占32%），主要集中在採購及付款。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。截至2026年第一季，8成缺失都已獲得改善，將持續追蹤改善情形。

風險管理流程

為強化永續資訊的公信力，本公司領先法規，長年將「永續資訊管理」列為年度稽核重點，並於2025年起正式將其納入內部控制制度。稽核目的在於確保永續數據在蒐集、計算及合併過程中的正確性。針對缺失事項，我們會要求限期改善，並透過此內部稽核管理循環，有效應對各類永續性風險，提升報告書的可信度。

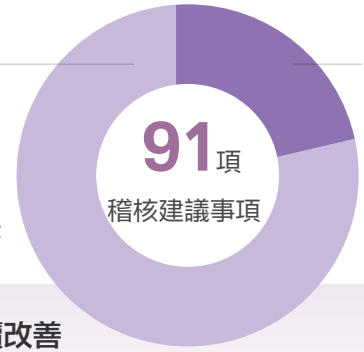
鑑別及評估
每年由內部控制制度執行小組自行評估，評估要素包含：
1.控制環境
2.風險評估
3.控制作業
4.資訊及溝通
5.監督作業

控制與監督
針對缺失提出書面改善建議，要求相關單位補正

報告與揭露
評估結果定期提報董事會通過，由董事長及總經理簽署〈內部控制制度聲明書〉

績效管理與改善
不定期抽檢，持續追蹤改善情形

2025年查核發現



持續改善
截至2026年第一季，8成缺失都已獲得改善，將持續追蹤改善情形。

2025年內部控制缺失彙總

單位：查核缺失數量

項次	內控循環	文件/流程不當	未遵循管理辦法	安全性不足	內控規劃缺陷	快樂購點數溢贈	合 計
1	採購及付款	11	32	7	2	-	52
2	銷售及收款	18	4	-	2	1	25
3	資訊安全	1	-	5	-	-	6
4	薪工	5	-	-	-	-	5
5	固定資產	3	-	-	-	-	3
6	投資活動	-	-	-	-	-	-
7	法規遵循	-	-	-	-	-	-
合 計		38	36	12	4	1	91

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，2025年內部風險掌控如下：

風險類型	外部環境與風險	因應對策
永續揭露	投資人、顧客及主管機關對於企業在環境、社會、治理上的透明度與績效要求日益嚴格，不實或遺漏的資訊可能導致聲譽受損或法律裁罰。	• 企業永續報告書內部預查，以降低資訊錯誤的風險，並滿足利害關係人的期待。 • 抽查溫室氣體排放數據，確保碳管理資訊的準確性與可追溯性。
商場營運	大型公共場所可能承擔不可預期的公安事件風險（如：火災、設施故障）。而行銷活動的失誤將引發顧客投訴與負面口碑，損害品牌形象。	• 執行常態性的公共安全巡檢，確保購物環境的安全無虞。 • 仔細核對贈獎系統的兌換資料，確保行銷活動的公正性與正確性，維護顧客信任。
商品安全	消費者保護意識高漲，相關法規日趨嚴格。銷售逾期、標示不清或包裝瑕疵的商品，可能觸犯法規，打擊消費者信心。	• 針對自營品牌商品，建立嚴格的盤查機制，主動檢查是否存在逾期、包裝受損或標示不符等情況，從源頭為消費者把關。
法規遵循	公司營運涉及多重法令規範。任何對於資金貸與、背書保證或資產處分等重大財務操作的疏忽，都可能導致鉅額罰款或法律訴訟。	• 確保所有資金貸與、背書保證、資產取得與處分，都完全符合現行法令規範。
人力資源	勞動相關法規的不斷更新，以及薪資計算的複雜性，可能因疏忽而產生薪資核發錯誤，進而引發勞資爭議。	• 透過定期與不定期的抽查，驗證薪資計算與發放的準確性，保障員工權益，並確保公司符合勞動法規，預防潛在的勞資糾紛。
資安管理	駭客攻擊、勒索軟體、資料外洩等網路威脅層出不窮。一旦資安防護出現漏洞，可能導致顧客個資外洩、營運中斷，造成巨大的財務與信譽損失。	• 定期檢視並測試公司資訊安全系統的有效性，並對新舊系統的維護與驗收流程進行嚴格把關，確保防禦能力足以應對外部威脅。
採購驗收	對於即將開幕的全新商場，外部承包商的施工品質、進度控管及成本都存在不確定性，任何環節的失誤都可能導致投資效益不如預期。	• 強化大巨蛋店的工程採購與驗收管理流程，確保如期如質。

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，由總經理擔任總指揮、呈報董事長，運籌帷幄，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。

30分鐘內 重大事件向集團通報	**100**% 危機事件通報完成率	**2**件 特殊危機事件妥善處理	**100**% 顧客安全守護優先為本

2025年特殊危機事件

事件名稱/內容概要	處理方式	事件結果
偷拍事件 女子與家人至忠孝館逛街，遭偷拍客尾隨偷拍。	• 第一線同仁即啟動緊急應變機制，通報警備，警備迅速抵達現場制伏該男子，並同步通報警方。 • 現場處置過程中，營運主管同步安撫顧客與動線控管，降低現場干擾，並即時調閱相關監視影像，提供警方作為調查依據，確保事件後續處理的完整性。	• 警方當場查扣嫌疑人手機，帶回偵辦，警詢後依妨害性隱私、不實性影像移送法辦。 • 本公司持續以嚴謹、高標準落實維安管理機制，確保顧客安全，維持安心穩定的消費場域。
顧客手扶梯絆倒 顧客搭乘手扶梯下樓，疑似鞋帶卡到手扶梯不慎跌倒，控告百貨不理	• 案發當下，第一線同仁會同現場醫護人員啟動應變處置，除主動關懷顧客傷勢，完成基礎傷口消毒與包紮處理，同步評估是否需進一步送醫。經詢問後，顧客當下表示因個人因素婉拒送醫安排。 • 事後，主管於隔日主動致電關心顧客就醫與身體狀況，並持續致電關懷。顧客回店消費時，現場幹部亦主動表達關切並提供致歉禮。	• 媒體公關部清楚透明的對外溝通，協助媒體完整理解事件脈絡。 • 媒體回饋正向，普遍認同本公司處理態度積極且負責，未出現消極應對或延誤情形。

1.4 資安防護

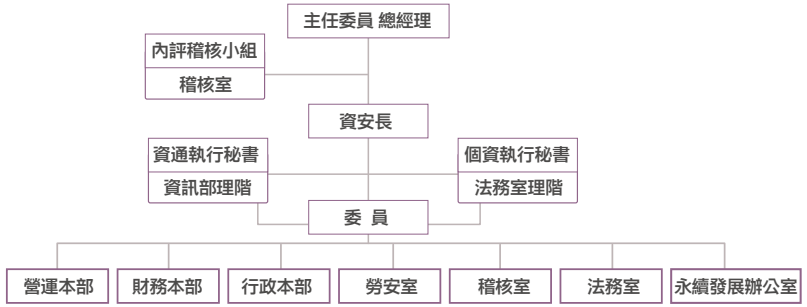
1.4.1 資安管理委員會

鑑於百貨業接觸之個人資料數相當量龐大，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。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。

組織架構圖



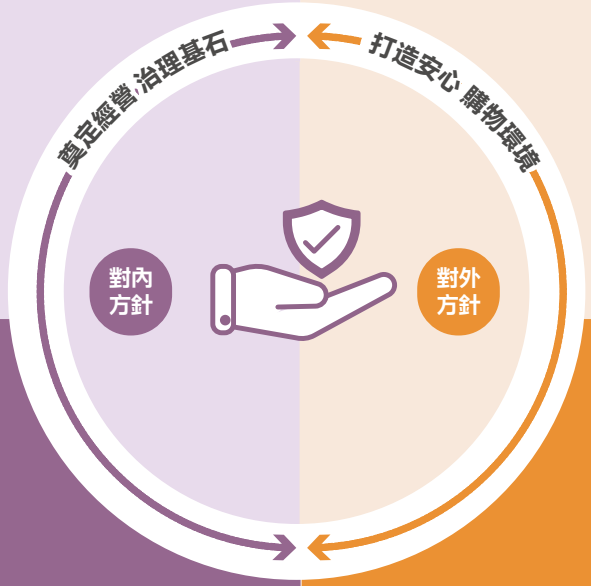
2023 年
導入ISO 27001 資訊安全管理系統

2024 年
完成ISO 27001：2022轉版，並通過第三方驗證

2025 年
計畫逐步導入TPIPAS台灣個人資料保護與管理制度2025年全員完成個人資料保護教育訓練

行動方案

- 導入ISO標準，強化資安韌性。
- 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雲端安全防護機制保護，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。



2025年成效

- 為提升資安防護能力，導入國內外資安防護標準，使得本公司資安擁有多重保障，詳 ☞ 1.2.3數位發展。
- 對全體員工執行「社交工程演練」，點擊率 < 2.5%，顯示多數人有基本警覺；預計2026再度執行「社交工程演練」，降低釣魚郵件點擊率 < 1.8%。

行動方案

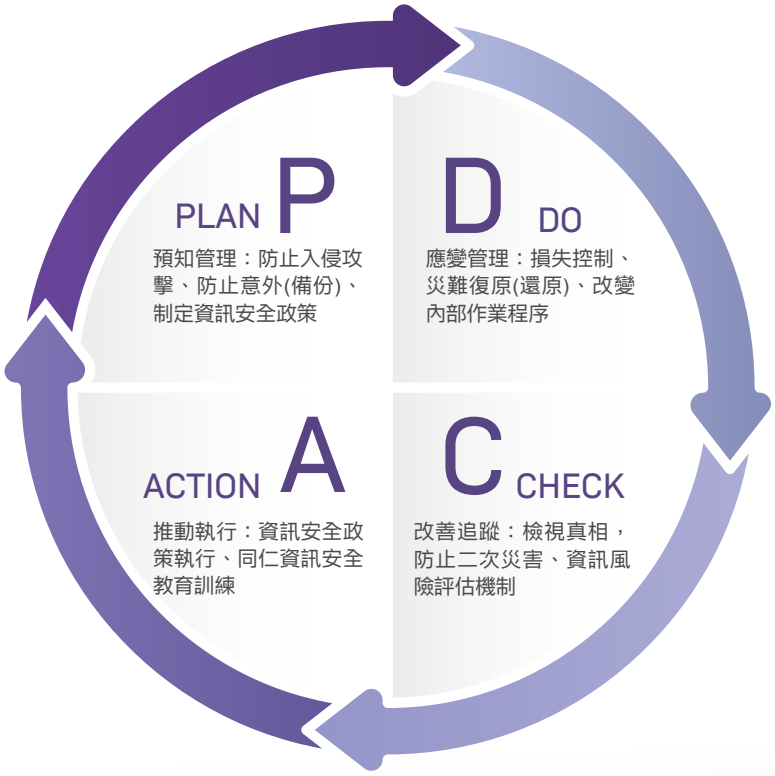
- 制定〈個人資料保護管理政策〉，如有個資相關疑慮，或有個資外洩之虞的事件發生，由對應權責部門及資安管理委員會處理。
- 派員參與「台灣個人資料保護與管理制度規範（Taiwan Personal Information Protection and Administration System, TPIPAS）」管理師課程培訓，並考試合格。
- 強化資安檢測、導入資訊安全管理系統，2022年起推動全員資訊安全課程。

2025年成效

- 導入資策會TPIPAS制度，全員完成「個人資料保護訓練課」。
- 修訂《個資保護管理辦法》，預計2026年完成。

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。



執行內容

半年一次稽核室資安內稽

- 稽核室於3月、6月及7月分別針對資訊採購流程、使用者帳號權限及資訊安全管理系統（ISMS），進行三項內部稽核。

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。



執行內容

外部稽核

- 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：每年第一次查詢上一會計年度作業。

執行成果

- 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

太百嚴格遵守個資保護法規，並針對「快樂購卡 (Happy Go) 會員」與「SOGO APP 會員」兩大體系，建立了獨立且嚴密的資安防護架構，確保顧客資料的安全與隱私。

2025全年度，本公司**未發生**任何重大客戶隱私侵犯或資料外洩事件，有效保障了顧客的資料安全。

快樂購卡(Happy Go)會員資料保護

針對快樂購卡(Happy Go)會員資料保護，採取風險隔離策略。顧客個資由合作夥伴「鼎鼎聯合行銷公司」進行統一管理，該平台已通過 ISO 27001資訊安全認證及 TPIPAS 規範，並獲頒 DP Mark資料隱私保護標章，以最高標準加密與保管資料。

SOGO APP 會員資料保護

SOGO內部僅留存無法直接識別個人身份的會員編號對照檔，從制度上杜絕了直接存取或識別會員資料的可能性。

對於本公司自有SOGO APP會員，除以五重資安進行防護，更採取多層次的技術與管理措施：

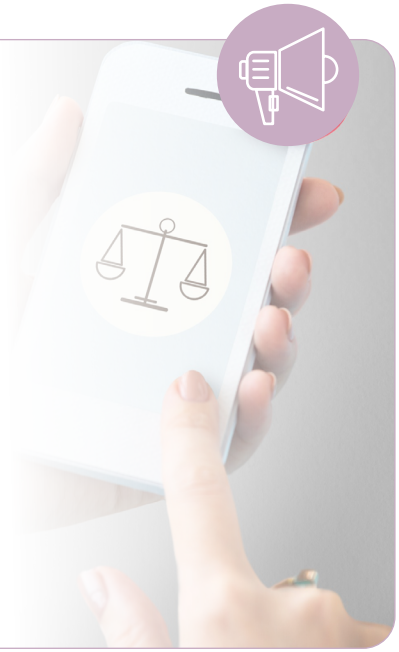
- **去識別化處理：**會員資料以 MUID (Merchant Unique ID) 進行編碼，大幅降低直接識別風險。
- **全程加密機制：**個人資料無論在儲存（靜態）或傳輸（動態）過程中，均採嚴格加密。
- **最小權限原則：**系統後台依職務角色設定存取權限，嚴格控管資料接觸。
- **生命週期管理：**資料依營運需求設定保存期限，會員終止服務或期限屆滿後，即執行刪除或去識別化處理。



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	稽核室檢舉信箱



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。2025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年起至2026年，遠東Garden City（大巨蛋店）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

	上游	中游	下游
參與者	承租廠商（品牌專櫃）工程承攬商、庶務供應商、農社企、社會創新企業、B型企業、中央及地方政府物產合作端、銀行（優惠措施）。	同仁、專櫃夥伴。	顧客（個人或企業客戶）、物流配送業者。
角色定位	供應商與協力廠商	實體百貨： 遠東SOGO、遠東Garden City 線上購物：SOGOplus	顧客端
價值貢獻	推動綠色供應鏈，提供優質與安心商品與體驗。	打造安心賣場、幸福職場，建構低碳營運的環境；以精緻服務與優質信譽的賣場經營策略，為社會大眾提供全方位時尚生活體驗。	進行實體或線上購物體驗，創建商圈共好、社會共融的永續生態系。

2024年太百創百貨業先例導入ISO 20400永續採購指南，在2025年年初取得第三方驗證，採購部全體同仁皆取得ISO 20400內稽人員合格證書，將永續準則納入採購流程、供應鏈管理，確保評估供應商、選擇產品、簽訂合約時，符合公司永續採購承諾與政策。2024年針對一級供應商（共27家，交易金額占比為54.69%）執行盡職調查，80分以下為高風險供應商。2025年針對7家高風險供應商進行實地稽核，有兩家達標。太百針對供應商啟動輔導計畫，針對未合格者給予改善建議書，將於2026及2027持續調查，若仍未通過，則降階為二級供應商，減少採購額或採購次數。

太百創百貨業先例
導入ISO 20400永續採購指南

- 2025年年初取得第三方驗證
- 採購部全體同仁取得ISO 20400 內稽人員合格證書
- 將永續準則納入採購流程、供應鏈管理


bsi.
Certificate of Registration
OCCUPATIONAL HEALTH & SAFETY MANAGEMENT SYSTEM - ISO 45001:2018
...making excellence a habit.

供應鏈資訊統計

本公司依ISO20400永續採購指南，對供應商進行分類如下：

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	30	1	0	4	4	5	6	2	52	12%
二級	300-500萬	9	3	0	1	5	3	7	0	28	6%
三級	100-300萬	11	6	2	7	13	5	15	0	59	13%
四級	50-100萬	4	2	0	5	3	10	8	2	34	8%
五級（年交易次數<3且交易金額不限）		61	20	1	72	23	34	40	22	273	61%
家數		115	32	3	89	48	57	76	26	446	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	落實在地採購	深化永續選商	強化供應商韌性	推動循環經濟	未來目標
目的	鼓勵在地產業發展，落實供應鏈減碳	輔導專櫃推出永續商品，達成產品服務差異化	降低負面衝擊，進行供應商永續管理	搭建資源循環生態圈，延長資源使用週期	
2025年成效	庶務類百分之百在地採購。	• 連續**8年**舉辦全台最大規模小農展(忠孝館)。 • 連續**3年**與「三小市集」合作，深化社會創新合作(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**588件**永續商品；觸及**230萬**人次，年增**42%**。 • SOGO plus上架SOGO Sustain商品，銷售件數年成長**93%**、販售業績年成長**167%**。	• 成立供應商減碳聯盟，會員數量年增**4.5倍**；會員家數占全體供應商家數**8.74%**，與太百的交易額則占全體供應商**38.84%**。 • 2026年Q1舉辦供應商「減碳聯盟」年會，全數會員均需設定省電目標，或響應SDGs(聯合國永續發展目標)。 • 協助餐飲專櫃完成環境部「環保餐廳」認證；全台各店餐飲**95%**完成認證。 • 逐步提高採購規格與輔導，歷時9年協助紙袋供應商從採用FSC紙張，到全製程符合FSC規範。 • **連續三年**舉辦百貨業最大規模關燈倡議，邀請**770品牌**夥伴與供應商參與。	• 搭建跨界紡織循環生態圈，攜手產官學，延長衣物使用壽命，實現「衣到衣」。 • 超市導入rPET生鮮托盤，搭配智能回收機，推廣「盤到盤」。 （詳第二章，2.4.2 綠色行動）	• 啟動淨零聯盟 • 持續辦理永續倡議，強化供應商永續韌性。 • 持續推動、擴大承租專櫃永續盡職調查，分級輔導。 • 推動循環經濟，擴大參與規模與供應商類別。

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。

太百供應鏈大事紀

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
供應鏈管理		• 制訂「供應商廉潔條款」，要求供應商正派經營 • 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〉			與供應商合約中，全面簽訂「企業社會責任承諾書」與「供應商廉潔條款」，強化供應鏈管理		• 制訂永續條款，以9條細則，強化供應商對社會和環境永續作為之認知 • 進行供應商永續調查，強化供應商韌性	成立減碳聯盟，輔導供應商建立內部減碳目標	• 導入ISO20400永續採購指南 • 永續條款納入反貪腐、廢棄物處理 • 供應商減碳聯盟年會 • 庶務及工程類之一級供應商盡職調查 • 首度執行髮妝美髮等親膚品牌盡職調查	• 取得ISO20400永續採購指南驗證，採購人員全數取得內稽證書 • 執行一級供應商盡職調查不合格者的實地稽核 • 2026年Q1執行減碳聯盟第二次年會，會員數量增加4.5倍
永續選商	開啟SOGO CSR元年，成立百貨第一個CSR網站及商品安全專區 百貨第一家		推動 SOGO 新食器時代，與餐飲專櫃攜手，打造國內第一家「全面禁用美耐皿及一次性餐具」的百貨 國內第一家	開始連續舉辦全台最大規模小農展，從產地到貨架，推動食農教育與永續消費		• 推動〈SOGO Sustain 好物好選〉永續選商識別系統 • 推動餐飲專櫃申請環保署綠色餐廳認證	開始連續舉辦全台最大規模社創展，向高端客層傳遞永續時尚的理念 全台最大	百貨第一個綠色電商SOGOplus開台，24小時扶植在地良品 百貨第一家		循環經濟元年，採購紡織循環禮贈品，超市率先導入rPET生鮮托盤，創下百貨首例 百貨首創

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年創百貨先例導入ISO 20400永續採購指南，由董事長簽署「永續採購政策與承諾」，同年修改〈永續條款〉，納入反貪腐、增加廢棄物管理規範。2025年年初ISO 20400永續採購指南取得第三方驗證，採購部全體同仁皆取得內稽人員合格證書，能確保評估供應商、選擇產品、簽訂合約時，符合公司永續採購承諾與政策。

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。



永續條款/承諾書簽署合約總數	庶務類、工程類供應商簽署涵蓋率	庶務類、工程類供應商合約數	首次建檔供應商涵蓋率
3,665 份	100 %	417 家	100 %

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，需詳閱永續條款並同意簽署。
2025年已完成合約數	2,752	236	181(採購金額新台幣50萬元以上，需簽署)	496
涵蓋率	98.6%	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」

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。	

成立供應商減碳聯盟，強化供應商韌性

2022年，太百啟動庶務及工程類供應商永續調查，針對當時229家供應商，進行永續作為調查，六成供應商無CSR及ESG作為，促使我們發展三年輔導計畫，強化供應商永續韌性。2023年成立供應商減碳聯盟，共有7家創始會員。2025年減碳聯盟會員家數增加超過5倍，達39家，且一級供應商幾近全數參與；減碳聯盟會員家數僅占太百全體供應商家數8.74%，但太百對會員的採購金額（年交易額）占整體38.84%。2026年3月舉辦第二屆減碳聯盟年會，表揚2025年永續績優供應商，並對所有會員授證。

遠東SOGO供應商輔導計畫

2022 年 Step 1 調查

首度供應商永續調查，六成無永續作為。

2023 年 Step 2 陪伴

成立供應商減碳聯盟，優先輔導與太百交易金額高及認同永續理念的供應商。

2024 年 Step 3 標準化

- 舉辦供應商減碳聯盟年會、進行成果發表，會員數7家
- 導入ISO 20400永續採購指南

2025 年 Step 4 茁壯

- 執行一級供應商盡職調查
- 減碳聯盟會員數增4.5倍，達39家

▶ 太百供應商永續成果

12家會員
設定年度省電目標，其中八成達標，平均節電量6%

13家會員
取得環境部「綠色辦公室」認證

23家會員
響應聯合國永續發展目標，並設定行動方針，其中八成達標

▶ 個別供應商永續佳績

供應商甲
（資本額10.75億）

- 用電年減11.9萬度
- 節電5%
- 取得綠色辦公室認證
- 設定並執行28項SDGs作為）

供應商乙
（中小企業、專營百貨公司陳列道具）

- 節電38%
- 辦公室全改用LED燈

供應商丙
（中小企業、建築與室內設計公司）

- 節電15.83%
- 節水10.48%



強化供應商永續韌性之輔導計畫

01 一級供應商盡職調查



太百依循ISO 20400永續採購指南，首度啟動年度盡職調查（未來將每年例行辦理），具體執行成果如下：

- **盡職調查：**針對一級供應商（占2023年全體供應商家數27家，占比7%、交易額55%）進行盡職調查。
- **嚴謹實地稽查：**針對初評不合格的7家供應商進行實地ESG稽查，涵蓋勞工人權、職安衛、環境管理與企業倫理四大構面（及格門檻：平均80分）。
- **落實改善追蹤：**針對受稽查廠商，皆出具專業評估報告並提出具體改善方案。
- **中小企業培力：**針對最終未達標的5家中小企業（資本額低於三千萬元），太百啟動「陪伴輔導」機制，設定兩年改善時程，實質協助供應商跨越資源限制，邁向永續轉型。

02 紙袋供應商取得全製程FSC認證

本公司於2016起，購物提袋（紙袋）開始採用FSC認證紙材，並以9年光陰，逐步提高採購規格，陪供應商走出「全FSC製程產線」認證，正式於提袋印製 FSC logo。

這九年，遠東SOGO不僅只做採購，而是將「永續規格」當作一個「教育工具」，向所有潛在的供應商進行集體培訓。

透過永續採購要求，將採購標準轉化為供應商能力建構機制，引導供應商提前因應市場永續趨勢，提升整體供應鏈競爭力。



03 百貨最大規模關燈號召

本公司自2023年發起全台關燈倡議，並自2024年起於夏至舉辦「夏至關燈」行動，串聯品牌夥伴、供應商及商圈店家共同響應節能減碳。



2025 年

- 參與品牌及供應商家數較前一年**成長 20%**
- 共770家品牌、供應商及商圈店號響應，關閉全台近千處門市及辦公室非必要燈源一小時
- 遠東SOGO各據點關閉非必要外牆燈源，並延長關燈至閉店
- 共節電約 1,672 度，**減少 792 公斤 CO_2e**

04 訂定環保禮贈品採購比例

為推動資源循環再利用，本公司訂定「環保再生材質禮贈品」占整體禮贈品 5% 以上之目標，並公告供應商優先提供符合以下原則之禮贈品：

- 再生（Recycled）及環保材料
- 減少碳足跡
- 具永續性

2025 年

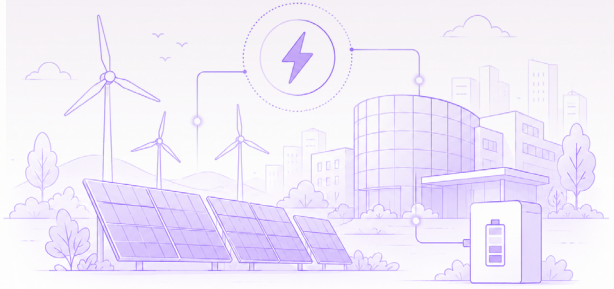
- 「環保再生材質禮贈品」占比目標提高至 **7.5%**
- 回收再製材料之環保禮贈品，占比達 **9.07%**，超越年度目標

05 綠電轉供，助攻專櫃達標RE100

為回應國際品牌RE100 承諾並深化永續夥伴關係，本公司自2024年7月起啟動綠電轉供機制，協助 CHANEL 等品牌夥伴於本公司營運據點使用 100% 再生電力。

2025 年

- 累計轉供綠電 **15.29 萬度**
- 攜手品牌夥伴共同邁向**淨零轉型**



遠東 SOGO 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。



法令遵循 · 市場驅動 · 利害關係人期待

供應商/承租商永續管理願景與ESG原則

人權保護	環境保護	職場安全	永續採購
· 強迫勞工 · 僱用童工 · 禁止歧視	· 水資源 · 能源管理 · 溫室氣體管理 · 廢棄物管理	· 職場安全 · 健康促進 · 工作時數	· 綠色採購 · 在地採購 · 產品溯源

內部定錨 → 外部擴散



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，太百遴選新任廠商亦相當謹慎，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，則不予任用。

類 型	管理與稽核機制
百貨及超市	• 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
餐飲專櫃	**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
供應商（庶務類、工程類）	• 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ESG官網「穩健經營力」☞「供應鏈管理」。

02

永續環境力

太百緊扣全球永續脈動，精準掌握氣候變遷帶來的風險與轉型契機。透過佈建能源管理系統與創新節電措施，深耕低碳營運與綠色企業文化。同時，太百發揮通路影響力，攜手供應商落實永續採購，落實員工綠色職能教育，並為大眾打造一站式綠色消費平台，帶動產業低碳轉型，匯聚各方力量共創「零售淨零聯盟」。

本章節對應之SDGs



2025年亮點績效

零售標竿	・七度獲國家企業環保獎，二度金獎 ・全台各營運據點取得碳標籤 ・綠電轉供助攻國際精品達成RE100
以科學為基礎應對氣候變遷	・用電量年減2.76% ・綠電使用占比提升至1.08%，換算減碳量達487.89噸 ・每度用電創造營收507.70元，EP100十年計畫七年達標逾8成 ・為遞交SBT減碳目標，依循GHG protocol完成範疇一至三碳盤查
百貨第一推動循環經濟	・打造跨界紡織生態圈，深化舊衣回收活動，創建永續生態圈 ・源頭減量，超市生鮮托盤更換為100% rPET材質，並設置回收機



2.0 策略成果與規劃

政策承諾

接軌國際永續框架、導入環境相關之ISO管理標準，以強化氣候治理。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、2050年淨零排放。

組織願景

結合節能減排、永續消費、循環商模等三大淨零策略主軸，除自身節能減碳，更將商業影響力延伸為永續影響力，推動淨零綠生活，引動供應商與專櫃綠色轉型、撬動顧客改變消費習慣，引領台灣零售產業邁向淨零。

重大主題

• 氣候因應策略	201 經濟績效 305 排放	-
• 能源管理	302 能源	在零售與物流業的能源管理 CG-MR-130a.1
• 低碳營運	-	-

國際框架與指標

管理行動	2025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)
強化氣候管理韌性	• 提高氣候與自然風險揭露程度	達標 ▶針對TNFD鑑別結果規畫行動方案	進行生物多樣性商品調查	提升生物多樣性商品項目
	• 強化跨部門溝通機制	達標 ▶研擬內部碳定價	• 執行內部碳定價，建立單位碳排權責機制 • 2026年接軌IFRS S1、S2框架	將內部碳成本納入重大資本支出決策
全面落實能源管理	• 逐年提升用電營收，EP100按時達標	達標 ▶用電營收507.70元/度，年成長1.91%，較2018年成長42.29%	2028年達成EP100設定目標（設定不含大巨蛋），用電營收較2018年成長50.52%	持續提升單位能源生產力
	• 導入AI優化能管	達標 ▶天母店啟用雲端能源管理系統暨中央空調AI控制平台	2026年復興館及新竹店導入AI能管系統	• 全台各店採用AI能管系統 • 與科技公司、金融機構組成深度節能生態系
	• 汰換老舊用電設備	達標 ▶投入1,333萬元優化設備，節省130萬度電，約減碳615噸。（整體年減約271萬度）	各店持續更換空調設備及冰水主機，例：空調增設變頻器及更換變頻馬達、冰水主機1200RT更換為500RT	汰換專櫃冷凍冷藏設備
	• 提升再生能源占比至1%	達標 ▶開始採購綠電 ▶綠電占比1.08%，翻倍成長，約減碳487.89噸	• 新竹店太陽能轉自發自用，2026年單店綠電占比達16.11% • 天母店太陽能二期案場啟用 • 遠東新世紀每年轉移綠電100萬度	響應政府2050淨零政策

管理行動	2025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)
 全面溫室氣體盤查及減排	• 盤查溫室氣體範疇一至三	✓ 達標 ▸ 動員所有部門盤查範疇一至三，並通過GHG Protocol查證 ▸ 盤查碳足跡，各店取得碳標籤	• 申請環境部及商發署自願減量專案 • 2026年提交SBT設定目標 • 新竹店2028年碳中和	2040年各店碳中和
 攜手利害關係人組成零售淨零聯盟	• 強化供應商議合 ☞ (詳1.5.1供應商規範)	✓ 達標 ▸ 通過ISO 20400永續採購指南查證 ▸ 環保贈品採購金額比例超標 ▸ 第二屆減碳聯盟	持續擴大減碳聯盟規模	成立百貨第一個零售淨零聯盟
 推動永續消費的全民綠生活	• 打造一站式購足的綠色消費平台	✓ 達標 ▸ SOGO Sustain永續選商年觸及230萬人次 ▸ 全台95%為環保餐廳	• 落實SOGO Sustain永續選商並提升知名度 • 配合環境部政策，全數轉換為綠食飯桌	研擬SOGO Sustain會員回饋機制
 減廢並強化循環再利用	• 減少營運廢棄物	✓ 達標 ▸ 台北四店廚餘減重28.34%	導入垃圾秤重設備，忠孝、復興、天母、中壢店合計垃圾合約清運量減半	
	• 推動紡織循環	✓ 達標 ▸ 第二年舉辦大型舊衣回收活動，結合環保科技與公益，達成零廢棄 ▸ 過季制服轉製贈品與用品	• 每年至少舉辦一次大型舊衣回收活動，並逐年擴大規模 • 持續開發廢棄織品新用途	擴大跨界紡織循環生態圈
	• 超市減塑減廢	✓ 達標 ▸ 生鮮包裝逐步替換為rPET材質 ▸ 設置塑膠回收站與回收機	• 提升rPET生鮮托盤使用品項比率至60%；回收率提升至2% • 忠孝館自營超市2026年3月起停止免費供應紙袋 • 復興館、天母店、中壢店進駐超市自2026年4月起響應	全面改用rPET生鮮托盤

利害關係人群組	供應商	承租廠商(專櫃)	顧 客	員 工
議合管道	• 簽署永續條款 • 成立減碳聯盟，協助建立減碳策略	• 簽署永續條款 • 協助餐飲專櫃取得環境部環保餐廳認證	• 顧客滿意度調查(每年) • SOGO Sustain永續檔期(每半年) • 自媒體永續倡議(每月) • SOGO ESG網站與Facebook	• 全台工務會議(每月) • eWork APP、公布欄、LINE群組(不定期)
2025年成效	• 簽署**417**份，簽署率**100%** • 第二屆招募**32家**成員，家數成長**3.57**倍	• 簽署**2,752**份，簽署率**98.6%** • **95%**為環保餐廳	• **1,068位**顧客接受調查，對本公司環境政策滿意度**80.9%** • 觸及**230萬**人次 • 41篇永續倡議觸及**18萬**人次 • 觸及**6萬**人次	• 檢討各店能資源耗用，研擬改善措施 • 發布永續新訊



太百 x 智慧能源聯盟（原EP100）

典範意涵

亞太第一個加入 EP100的百貨零售業者。

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。

2025年EP100升級為「智慧能源聯盟（Smart Energy Coalition）」，更專注於因應淨零轉型趨勢，擴大合作範圍，利用人工智慧（AI）與創新技術提升能源效率、降低成本並強化能源安全。

會員組成

106 個	209 個	23 個	16 個
總成員數	營運市場	總部所在國家/地區	代表的產業領域

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** %

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、下游利害關係人邁向淨零。

進 度

- 10年計劃之第7年，能源生產力較基礎年提升 **42.29%**，達標八成。
- 每年提交報告，以確保進度，並與國際社群分享台灣零售業推動淨零減排的經驗。



太百 x SBTi

典範意涵

國內第一個簽署SBT承諾的大型連鎖百貨。

組織目的

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2℃、甚至1.5℃的減碳目標（SBT），是第一個為企業設立標準的減碳框架。

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。

2024年	2026年
承諾已完成 ✓	預計提交目標

本公司於 2025 年憑藉卓越能效績效，獲國際智慧能源聯盟收錄為2025年官方年報最佳案例。

為全球唯 3 案例，唯一的零售代表，也是唯一的台灣代表。

太百低碳營運里程碑 *若未涉及店別，則為整體績效。

2015年

- 天母店 全台第一家
  取得碳標籤的百貨，定義百貨零售服務業的碳足跡產品類別規則。
- 天母店 全台百貨第一座
  設置第一座太陽能光電設備。
- 全台第一家
  發行電子禮券的百貨。

2016年

- 從紙張開始，大規模進行綠色採購 。

2017年

- 敦化館 全台第一家
  通過ISO 50001 能源管理系統驗證的百貨。
- 全台第一個
  領先政府法令兩年，全台第一個全面禁用一次性及美耐皿餐具的百貨。

2018年

- 天母店 全台第一家
  獲減碳標籤的百貨。
- 復興館 全台第一家
  進行ISO 14064-1溫室氣體盤查的百貨。
- 申請能源局ESCO節能補助方案，更換冰水主機，成效良好。

2019年

- 忠孝館 中壢店 高雄店
  申請能源局ESCO，更換冰水主機，成效良好。

2020年

- 敦化館
  ISO 50001展延。
- 新竹店
  啟用第二座太陽能發電案場。

2021年

- 首度導入TCFD，揭露於永續報告書。
  全台唯一
- 連續三年獲「國家企業環保獎」銀級獎以上，獲頒「榮譽環保企業獎」的百貨。
- 全台第一家
  推動永續選商識別系統的百貨，推出「SOGO Sustain · 好物好選」。
- 全台第一家
  輔導餐飲專櫃申請綠色餐廳，現為「環保餐廳」的百貨。
- 天母店 全台第一家
  二度獲減碳標籤的百貨。

2022年

- 亞太第一家
  加入EP100的百貨零售業者。
- 全台第一家
  成立氣候變遷委員會的百貨，完成TCFD氣候風險與財務連結之評估分析。
- 天母店 全台第一
  獲環保署（現環境部）低碳產品獎勵特優、經濟部水利署節水績優單位優等。
- 忠孝館 復興館 天母店
  展開溫室氣體盤查，領先金管會規範兩年。
- 天母店 全台第一家
  環保署（現環境部）推行「服務型碳標籤」納入綠色採購的百貨。

2023年

- 全台唯一
  成為TCFD supporter的百貨。
- 全台第一家
  成立ESG專責部門「永續發展辦公室」的百貨。
- 全台第一家
  將信用卡簽單合併銷貨明細的百貨，每年可省紙長2座高速公路。
- 新竹店
  啟用二期太陽能板發電案場。
- 天母店
  取得再生能源憑證。
- 各店完成溫室氣體盤查 。

2024年

- 全台唯一
  簽署SBT承諾的大型連鎖百貨。
- 各店完成溫室氣體及碳足跡盤查。
- 復興館
  開始轉供國際精品專櫃綠電。

2025年

- 全台唯一
  連續七年獲得國家企業環保獎銀級以上的百貨。
- 遠東SOGO全台六店取得碳標籤。
- 循環經濟元年，創建「衣到衣」、「盤到盤」的循環經濟生態系。
- 開始全面盤查價值鏈範疇一至三碳排放。

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

太百由百貨核心職能出發，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年起，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，並加入國際能源生產力提升倡議組織EP100，為亞太第一個百貨零售業會員，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%。

2023年，太百率台灣百貨之先，成為TCFD supporter，並成立永續發展辦公室，直屬董事長管理。2024年進一步簽署「科學基礎減碳目標」（Science Based Targets, SBT）承諾，2025年動員所有部門盤點範疇一至三碳排，預計2026年8月前提交以控制地球升溫1.5℃內為減量目標的減碳路徑。

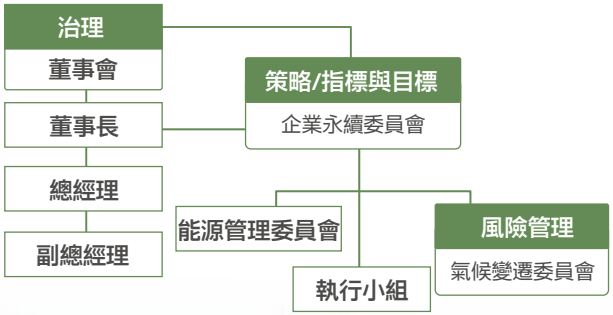
氣候相關財務揭露（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）架構

	治理	策略	風險管理	指標與目標
管理策略與行動方案	負責單位 董事會監督，ESG委員會帶領，定期檢視組織氣候變遷願景、策略與長期目標。 組織運作方式 ESG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；能源管理委員會由工務部主導，負責能資源管理與溫室氣體盤查。 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 。	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 。 ✓低碳營運 ✓綠色行銷 ✓綠色行動	• 將氣候風險納入企業管理流程。 • 跨部門合作，檢視價值鏈之氣候相關風險與機會 。 • 持續評估氣候風險與財務的連結，擬定因應對策。	評估指標 ✓溫室氣體排放密集度 ✓每度電創造營收 ✓單位樓地板面積用水量 • 定期追蹤行動方案進度。 • 各店進行ISO 14064-1、ISO 14067盤查與查證。 • 每年於永續報告書揭露範疇一至三的溫室氣體排放。
執行情況	執行進度於3月、9月 ESG高階主管策略會議提報。	• 鑑別短中長期實體轉型風險 • 相關部門完成對應之策略行動方案 • 舉辦第一屆供應商減碳聯盟年會 • 通過ISO 20400驗證，嚴格要求供應商合規	• 估算行動方案潛藏成本 • 連結氣候風險，完成財務衝擊程度鑑別	• 納入ESG委員會例行追蹤項目 • 2025年六店取得碳標籤 • 2028年新竹單店碳中和、2040年全台碳中和 • 響應政府2050淨零
章節連結	2.0 策略成果與規劃 2.1 氣候韌性與因應策略	1.5 供應鏈管理　2.2 能資源管理 2.3 循環再生與廢棄管理　2.4 綠色百貨	2.1 氣候韌性與因應策略	2.2 能資源管理

2.1.2 氣候變遷風險與機會鑑別

太百依循TCFD架構管理氣候變遷風險，透過深度訪談、問卷、資料蒐集與交叉分析等流程，全面盤點氣候風險與機會，並成立氣候變遷委員會，隸屬於ESG委員會，每年固定向董事會報告。

1.管理組織架構





2.分析流程

STEP 1定義分析項目與範疇

- 分析範圍為遠東SOGO辦公大樓與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：可能影響遠東SOGO營運的氣候變遷風險。

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

- 8位高階主管（含董事長）問卷調查，評估氣候風險「發生可能性」與「衝擊程度」，根據高層共識會議，鑑別出重大風險與機會議題，繪製矩陣圖。

STEP 4 管理措施

- 加入財務影響評估，從中挑選關鍵風險與機會，擬定管理措施。
- 「調適」：對重大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」：對重大風險議題研擬管理行動方案，由ESG委員會向董事會報告達成進度。

3.蒐集與鑑別

本公司從檢視營運概況出發，蒐錄市場發展現況、國際永續趨勢等面向，至2030年為區間，分析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，建構實體情境；轉型情境則設定「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」，循TCFD架構，從「轉型風險」與「實體風險」兩面向，探討「發生可能性」與「發生影響程度」高的重大氣候議題。

實體情境

以「代表性濃度路徑」（RCP）、「共享社會經濟路徑」（SSPs）模擬定義，建構實體情境。

轉型情境

為控制特定升溫幅度，或因應不同政策結果所採取之技術布署，對能源供需與經濟的影響。

4.分析結果

綜合考量發生機率與影響程度，鑑別出「新法規不確定性」、「低碳服務需求提升」、「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項重大氣候風險，以及高層訪談對應的「能源效率」、「公司形象」和「強化氣候韌性」等3項重大氣候機會。

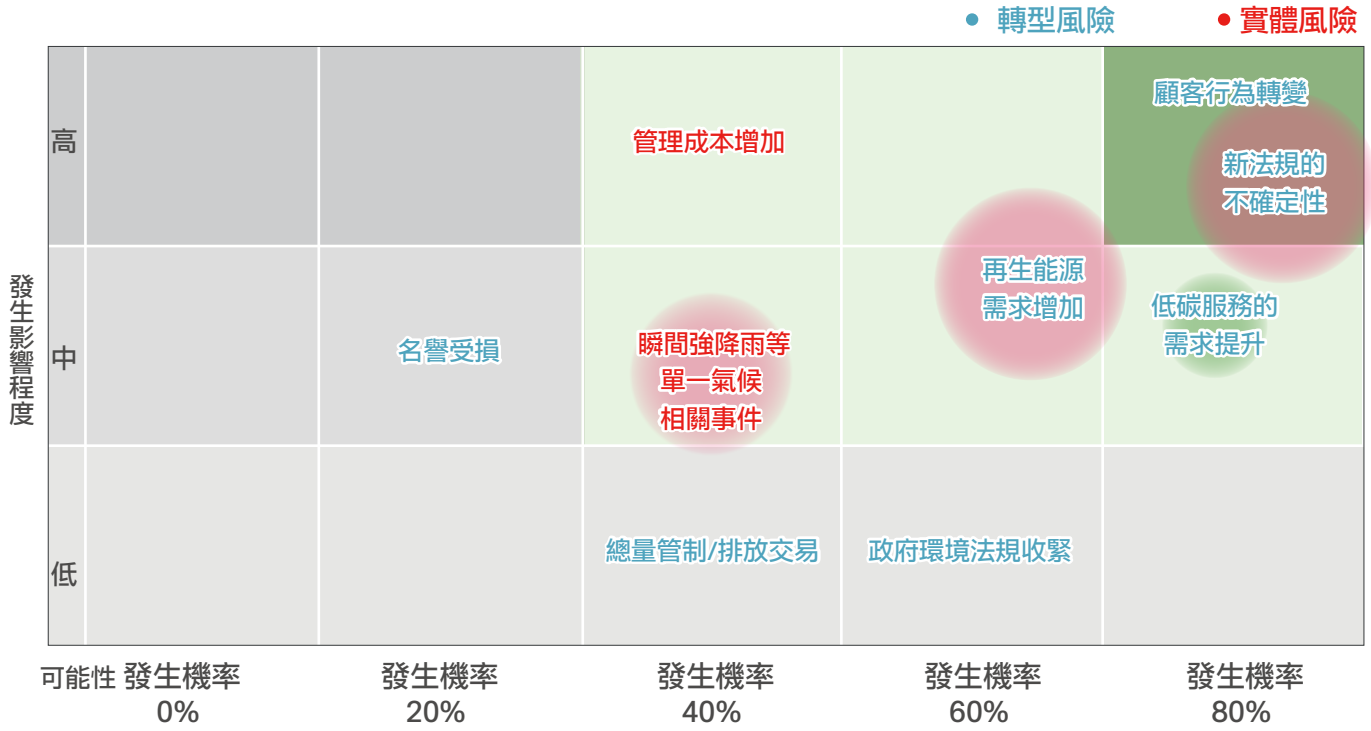
重大氣候風險（6項）

- 新法規不確定性 轉型
- 低碳服務需求提升 轉型
- 再生能源需求增加 轉型
- 顧客行為轉變 轉型
- 瞬間強降雨等單一氣候相關事件 實體
- 管理成本增加 實體

重大氣候機會（3項）

- 能源效率
- 公司形象
- 強化氣候韌性





議題管理方式 ›

高度議題	中度議題	低度議題
企業永續委員會帶領，並經董事長與高階經營主管團隊負責	透過能源管理委員會，推動相關具體作為，並每季向董事會報告	持續追蹤風險對遠東SOGO的影響

財務影響程度 › 低 中 高

備註
1. 發生可能性的發生機率依據「過往發生頻率」、「未來法規規範強度」與「現在企業因應韌性」三面向進行評估。
2. 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。
3. 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。

2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理

GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-3 GRI 305-4 GRI 305-5

氣候風險與機會議題管理措施

本公司進一步針對發生機率40%、影響程度中度以上，同時財務影響程度為「中或高」的風險及機會議題，制定管理對策。

主題	議題	議題分析						
		議題說明	價值鏈影響階段			衝擊時間點	潛在財務衝擊	管理對策
			上游	營運	下游			
轉型風險	新法規不確定性	**風險情境討論基礎：** • 台灣政府頒布2050淨零排放路徑 • 氣候變遷因應法 **轉型風險情境變化：** • 電動車市售占比達100% • 環境部將「先大後小」、分階段徵收，向碳排大戶收取碳費	●	●		短中長	• 溫室氣體盤查與查證費 • 綠電購買費用 • 碳費	**全面溫室氣體盤查及減排** • 盤查溫室氣體範疇一到三 • 2025年遠東SOGO全台六店取得環境部碳標籤（年底閉館的敦化館除外） • 制訂內部碳定價，設立盤查基金 • 新竹店薹售台電之太陽能轉自用 • 評估擴大自發自用太陽能案場規模 • 簽署SBT承諾並提交目標，以科學方式規劃減碳路徑 • 2040年達成碳中和 • 響應政府2050年淨零政策
	低碳服務需求提升	**風險情境討論基礎：** • 台灣政府頒布之2050淨零排放路徑之規劃 **轉型風險情境變化：** • 商業營運場所燈具全面採LED燈；空調最佳化操作60% • 市區公車及公務車全面電動化 • 電動車、電動機車市售比提升	●	●		短中長	• 公務車汰換為電動車成本 • 電動車充電樁建置與維運成本 • 節能燈具或設備汰換成本	**推動低碳營運轉型** • 公務車100%以租代買 • 制訂內部碳定價，設立設備汰換基金
	再生能源需求增加	**風險情境討論基礎：** • 台灣政府頒布2050淨零排放路徑 **轉型風險情境變化：** • 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	●	●		短中長	• 太陽能發電案場建置與維運成本 • 電費上漲費用	**全面落實能源管理** • 2028年達成EP100目標，每度電創造營收較2018年成長50.52% • 逐年提交EP100能源生產力報告 • 實施智慧化能源管理系統 • 電動車充電樁普及全台營運據點 • 提高再生能源使用比例，強化節能並佈局創能 **攜手利害關係人組成零售淨零聯盟** • 持續與供應商、承攬商議合 • 啟動供應商輔導計畫

主題	議題	議題分析						
		議題說明	價值鏈影響階段			衝擊時間點	潛在財務衝擊	管理對策
			上游	營運	下游			
實體風險	【立即性】瞬間強降雨等單一氣候相關事件	**風險情境討論基礎：** • 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) • IPCC,共享社會經濟路徑 (Shared Socioeconomic Pathways, SSPs) **轉型風險情境變化：** • SSP5-8.5情境下，台灣年總降雨量預計增加15% • SSP5-8.5情境下，強颱比例將增加5.5% • SSP5-8.5情境下，強颱雨量比例將增加20%		●		短	• 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	**強化氣候管理韌性** • 深化TCFD評估管理架構，提高揭露項目 • 建立跨部門溝通機制，逐年檢視並優化氣候管理方針 • 出入口建置防水擋板 • 建立防颱作業SOP • 關注災害預警並建立防災包
機會	能源效率	• 台灣政府頒布之2050淨零排放路徑明定2050年達碳中和目標，故能源配比之再生能源需提高至60%~70%。		●		短中長	• 太陽能發電案場建置與維運成本 • 能源效率提升專案之推動成本 • 綠電購置費用 • 利害關係人溝通成本	**攜手利害關係人組成零售淨零聯盟** • 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% • 提高再生能源使用比例，並透過政府「自願減量」專案獲取碳權，開拓零售新商業機會

備註 衝擊時間點為短期(1~2年)、中期(3~5年)、長期(5年以上)。

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。

氣候重大風險	低碳營運規劃與策略	目標與指標	氣候重大機會
再生能源需求增加	**全面落實能源管理** ・逐年提交EP100能源生產力報告 ・實施智慧化能源管理系統 ・電動車充電樁普及全台營運據點 ・提高再生能源使用比例，強化節能並佈局創能	・2024年向SBTi遞交申請書 ・2028年每度用電創造營收較2018年成長50.52% ・2028年新竹單店碳中和、2040年全台各店碳中和	**能源效率** 提升能源使用效率，減少營運成本
	攜手利害關係人組成零售淨零聯盟 ・持續與供應商、承攬商議合 ・啟動供應商輔導計畫	・持續擴大供應商減碳聯盟 ・2040年成立百貨第一個零售淨零聯盟	
新法規的不確定性	**全面溫室氣體盤查及減排** ・盤查溫室氣體範疇一到三	・全台各店已完成溫室氣體與碳足跡盤查 ・2025年六店取得碳標籤 ・2040年碳中和 ・響應政府2050年淨零政策	**公司形象** 將「綠色百貨」塑造為遠東SOGO的特有印象，增加消費者信賴度，以自身經驗驅動百貨零售產業永續轉型
低碳服務需求	**推動永續消費的全民綠生活** ・建立無痛接軌的永續消費模式 ・打造一站式綠色購足的消費平台 ・推廣綠色採購申報	・營業與後勤單位接受SOGO Sustain永續選品課程訓練	
瞬間強降雨等單一氣候相關事件	**強化氣候管理韌性** ・深化TCFD評估管理架構，提高揭露項目 ・建立跨部門溝通機制，逐年檢視並優化氣候管理方針 ・相關部門完成對應之策略行動方案	・相關部門提升永續智識 ・氣候變遷委員會納入財會部門 ・2026年接軌IFRS S1、S2框架	**強化氣候韌性** 積極管理並掌握未來氣候變化，以持續扮演產業領航者的角色

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，2025年遠東SOGO全台六店取得環境部碳標籤。

百貨碳排以範疇二為主，遠東SOGO全台2025年範疇二排放量38,003.77噸CO_2e，較2024年下降3.7%。將年營收納入考量，比較範疇一加二之排放密集度，2025年為0.87公噸CO_2e/百萬元，較2024年減少1.4%。

全台2025年範疇二排放量
38,003.77噸CO_2e，較2024年下降
3.7 %

	效期
天母店	2026/9/10
忠孝館	2027/8/11
復興館	2027/8/11
中壢店	2027/6/12
新竹店	2027/8/14
高雄店	2027/8/14

備註
1. 敦化館於2025年底閉店，故未申請。
2. 天母店已規劃申請續證。



溫室氣體排放量彙總表[1]

盤查年度	2023	2024	2025
盤查邊界	全台7店	全台7店、總公司辦公大樓	全台7店含中壢及高雄店宿舍、總公司辦公大樓[8]
ISO 14064-1盤查與查證情形	完成ISO 14064-1查證，敦化館預計於2025年閉店除外僅盤查、無查證		100%盤查並完成GHG Protocol 查證
範疇一（噸CO_2e）[2]	4,042.21	3,521.33	3,576.73
範疇二（噸CO_2e）[3]	42,676.35	39,461.11	38,003.77
範疇三（噸CO_2e）[4]	28,467.28	31,726.53	62,854.37
範疇一+二總排放量（噸CO_2e）	46,718.56	42,982.44	41,580.51
年營收（千元）[5]	49,661,966	48,963,879	48,051,712
排放密集度（噸CO_2e/百萬元）[6]	0.94	0.88	0.87
臭氧層破壞物質（ODS）	0	0	0
氮氧化物（NOx）、硫氧化物（SOx），及其它顯著的氣體排放	0	0	0

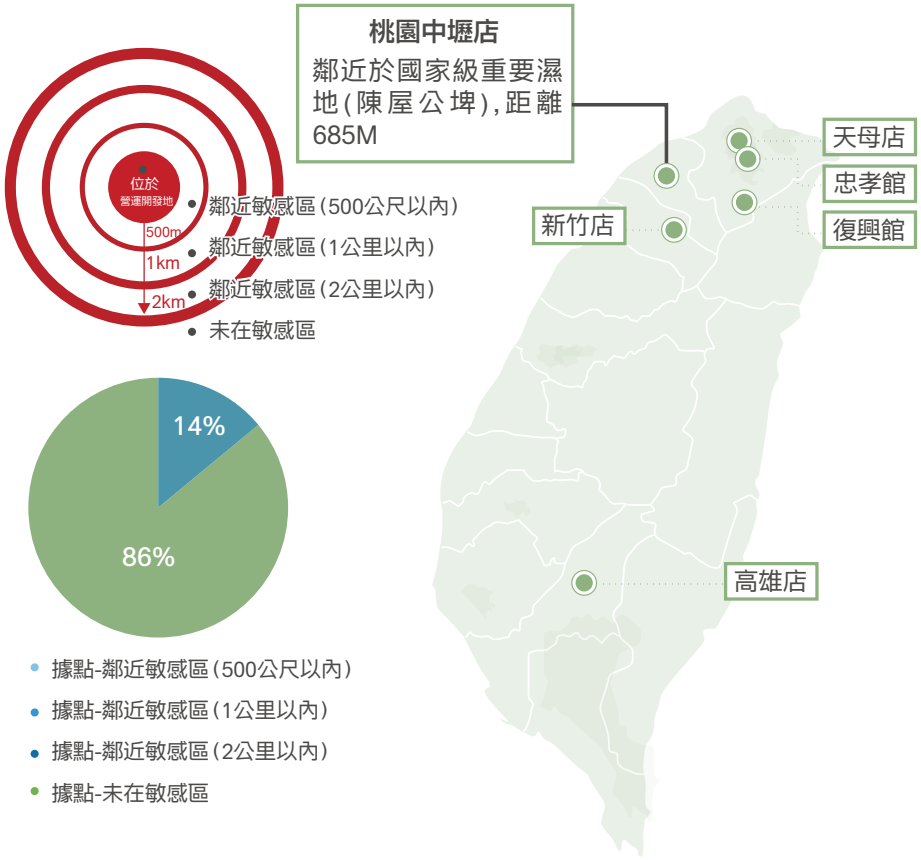
備註
1. 溫室氣體盤查邊界以營運控制法，設定於全台7大營運據點；2024年起，新增總公司辦公大樓。
2. 範疇一，指溫室氣體的直接排放，太百非製造業，範疇一溫室氣體排放較低。
3. 範疇二，指來自使用電力或蒸汽之能源利用所產生之間接排放。遠東SOGO範疇二之主要排放源為各營運據點之用電。
4. 2023~2024年範疇三對應ISO 14064-1類別三~六；2025年範疇三對應GHG Protocol 類別1~15，指價值鏈中產生之所有間接排放，包含上游供應端及下游消費端之活動，排除Category 11銷售產品的使用、Category 10銷售產品的加工、Category 14加盟。
5. 2024年與營收相關數據重編，排除遠東Garden City（大巨蛋）；另分列通過查證之溫室氣體數據。
6. 排放密集度＝範疇一+範疇二排放量（噸CO2e）/年營收（百萬元）
7. 2025範疇三盤查項目增加，故數據大幅成長。
8. 遠東Garden City（大巨蛋）於2026年全區開幕，完整數據將自2027年出版之報告書開始揭露。

2.1.4 自然衝擊與依賴鑑別

生物多樣性風險評估

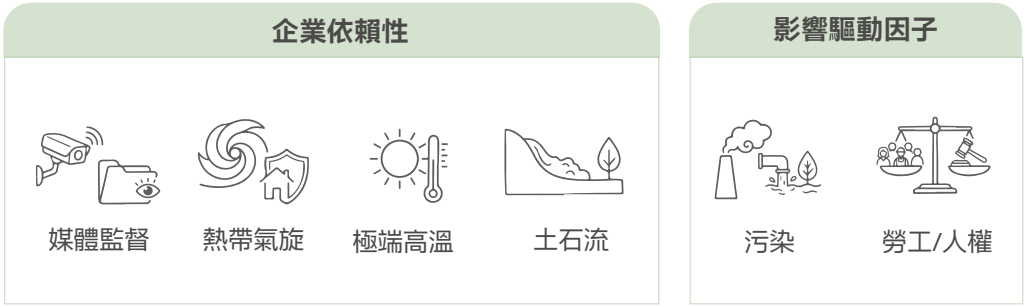
為深入了解組織整體營運活動與生物多樣性敏感區的關係，遠東SOGO於2024年度首度依循TNFD架構建議，依據LEAP分析步驟（Location, Evaluation, Assess, Preparation）選定台北店（復興館、敦化館、忠孝館）、天母店、桃園中壢店、新竹店、高雄店共計7大營運據點，作為風險評估與研究基礎。為使調查與分析更加貼近在地營運概況，遠東SOGO同時採用國際與台灣的生物多樣性資料庫，包括聯合國世界保護區數據庫（IUCN World Database on Protected Areas）和農業部林業及自然保育署「生物多樣性資料庫」，進行全台灣營運位置和生物多樣性敏感區的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

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。



生態系統服務重大依賴與影響因子鑑別

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項指標因素的世界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系統服務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。



企業依賴性				企業價值鏈自然資本重要性分析	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	土石流	極端高溫		污染	勞工/人權
4	4	2.5	4	台北忠孝館	3.75	3.5
4	4	2.5	4	台北復興館	3.75	3.5
4	4	2.5	4	台北敦化館	3.75	3.5
4	4	2.5	4	天母店	3.75	3.5
4	4	2.5	4	中壢店	3.75	3.5
4	4	2.5	4	新竹店	3.75	3.5
4	4	3.5	3.5	高雄店	3.75	3.5
4	4	2.64	3.93	WWF(平均)	3.75	3.5
-	3	1.4	3	ENCORE	1.4	-

依賴性因子	對遠東SOGO的影響	行動方案
 媒體監督	• **提升公眾意識，更容易推動永續商模。** 一旦產生負面形象，可能會導致消費者抵制，影響營收。	• 建立媒體應對策略，主動發布自然相關透明行動。 • 成立危機管理小組，即時監控與回應 →相關部門主管跨店建立LINE群組即時通報。
 熱帶氣旋	• **人潮減少。** • **營業縮短或停業。** • **商品、建物損壞。** • **交通不便、供應鏈中斷。**	• **出入口建置防水擋板。** • **建立防颱作業SOP。** • **關注災害預警並建立防災機制。**

依賴性因子	對遠東SOGO的影響	行動方案
 極端高溫	• **消費行為的改變** 避暑需求增加、消費時間縮短、線上購物興起。 • **營運成本增加** 能源消耗上升、維修費用增加。	• 提升空調設施效率。 • SOGO Sustain推薦適應高溫的永續商品。
 土石流	• **營業縮短或停業** • **商品、建物損壞** • **供應鏈中斷**	• 評估土石流的實質影響程度 →實際發生機率低 • 強化供應鏈彈性，支援地方災害復原計畫

影響驅動因子	對遠東SOGO的影響	行動方案
 污染	• **水源污染** 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。 • **空氣污染** 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。	• 落實供應鏈環境管理，優先針對高污染潛向廠商進行現場稽核。 • 強化室內空氣品質監測，建立通報應變流程。
 勞工/人權	• **極端天氣事件頻傳** 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。 • **工作環境惡化** 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。	• 提升員工對勞工人權與永續議題的培訓。 • 制訂極端氣候出勤與職場環境指引。 • 優化工作區溫控管理與通風設備，降低熱壓力造成的職業傷害風險。 • 建立緊急應變與補償機制，規劃停業或受災期間的員工溝通與補償預案。

2.2 能資源管理

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」

組織分工	工作職掌
主任委員：行政總經理	主持能源審查會議、實施能源政策、資源整合、改善系統
能源管理代表：行政副總經理	確保能源管理系統依標準建立、鑑別授權人員、支持能源管理活動
能源管理幹事：工務部課長	
能源管理總幹事：工務部協理	協助能源管理代表推動相關事務 召開能源管理審查會議、內稽代表
能源管理委員：各部門主管	協助審議及宣導能源政策·管理各權責部門相關事宜、執行指派任務
總公司工務部	能源相關法規鑑別登錄、文件發行管理、內部稽核
忠孝館工務部	能源使用管理與規劃
敦化館工務部	設備管理與保養
公共關係室	內外部溝通
採購部	設備採購與設計
人力資源部	組織訓練規劃

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



2025 年成效概況

大樓總用電95,675,567度（含綠電）
等同344,264 GJ，年減 **2.76%**

每度用電創造營收507.70元，年增1.91%
較2018年成長 **42.29%**

總用水量1,210,082度
等同1,210.08百萬公升，年減 **1.08%**

單位樓地板面積用水量為
每日8.44公升/平方公尺，年減 **1.08%**

備註 以上皆不含遠東Garden City（大巨蛋）。

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ESG委員會執行小組月會，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。

能源績效管考方法



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。2025年遠東SOGO來客數較2024年增加0.77%，用電度數95,675,567 度（含外購電力及再生能源電力），轉換成能源消耗量約344,264 GJ，年減2.76%。在用電強度（能源使用效率）方面，遠東SOGO每度電創造營收為507.70元/度，較2024年成長1.91%，與2018年基準年相較，提高42.29%。

遠東SOGO能源使用量量總表[1]

年份		2023		2024		2025	
類別		用電量(度)	能源量(GJ)[4]	用電量(度)	能源量(GJ)	用電量(度)	能源量(GJ)
消耗電量	再生能源[2]	372,522	1340.42	531,202	1,911.39	1,029,313	3,703.72
	非再生能源	99,547,496	358,195.78	97,861,065	352,127.60	94,646,254	340,559.94
	總量	99,920,018	359,536.21	98,392,267	354,038.99	95,675,567	344,263.65
再生能源使用占比(%)[3]		0.373%		0.54%		1.08%	
年營收(千元)		49,661,966		48,963,879		48,051,712	
能源密集度(單位：GJ/百萬元)[5]		7.24		7.23		7.16	
每度用電所創造營收(單位：元/度)		497.02		498.20		507.70	
每度用電所創造營收成長比(單位：%)[6]		10.94%		0.24%		1.91%	
每度用電所創造營收成長比相較2018基準年成長比(單位：%)[7]		39.29%		39.62%		42.29%	

備註
1. 消耗電量統計來源為遠東SOGO全台7個營運據點大樓與總公司用電，不含遠東Garden City（大巨蛋）
2. 再生能源包含天母店、新竹店太陽能板所自發電力。
3. 再生能源占比(%)=再生能源量(GJ)/消耗電量總量(GJ)*100%。
4. GJ=度*860*4.184/1,000,000
5. 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，不含遠東Garden City（大巨蛋）。
6. 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%
7. 2018年每度電所創造營收為356.81元。
8. 2024年營收相關數據重編，扣除大巨蛋；遠東Garden City（大巨蛋）相關資料將於2027年出版之報告書揭露。

節能措施

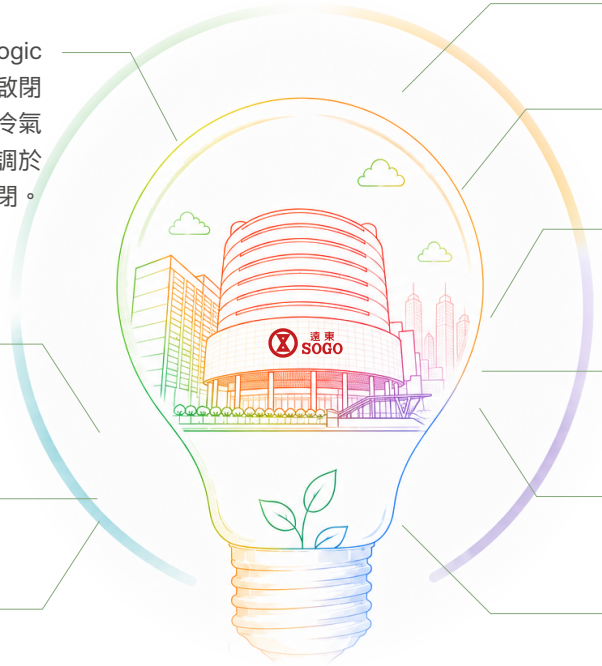
遠東SOGO在日常營運實踐環保，嚴密管控空調、照明燈具及電梯等設備，推動節電措施，以提升能源使用效率。

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，符合能源局冷氣適溫用餐時段23℃、非用餐時段26℃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。

導入AI控制平台
為精準掌握用電，2025年自天母店開始導入AI，達成15.24%的精準節能效率，後續將以一年兩分店的速度推展至全台。

空調系統設定
適時汰換冰水主機，減少能源消耗。

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。

電梯電力回生系統
為減少電梯耗電產生額外熱能，復興館電梯採「電力回生系統」，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分電梯。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

2025 成效概況[註]

2025年投入1,333萬元，歷年累計**2.75億**元優化設備。

2025年較2024年省電**9,775.34**GJ。

2018~2025年累計節省近**1.3億**度電。

2018~2025年累計節省電費約**2.14億**元。

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，先後於天母店、新竹店頂樓完成太陽能集光發電系統建置。2025年，自發自用50萬度，加上對外採購綠電52萬度，再生能源使用占比1.08%，換算減碳量487.89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，2025年供電89,514度。

2025年，自發自用 **50**萬度

2025年供電 **89,514**度

新竹店太陽能

年份	2023		2024		2025	
單位	度	GJ	度	GJ	度	GJ
總發電量	837,136	3,012.25	974,524	3,506.57	947,703	3,410.06
自用發電	362,201	1,303.29	521,768	1,877.45	493,028	1,774.03

天母店太陽能

年份	2023		2024		2025	
單位	度	GJ	度	GJ	度	GJ
自用發電	10,331	37.17	9,434	33.95	9,953	35.81

備註 GJ=度*860*4.184/1,000,000

2.2.3 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。2025年全台總用水1,210,082度，節水1.08%。



2025年全台總用水
1,210,082度



2025年節水
1.08%

取排水路徑

營運據點	取水			放流區域
	河川流域	取水來源	取水種類	
台北3館	北勢溪、南勢溪	翡翠水庫	自來水	公共污水下水道系統
天母店			自來水、雨水回收	
中壢店	大漢溪	石門水庫	自來水	
新竹店	頭前溪之支流上坪溪	寶山水庫		
高雄店	高屏溪、東港溪	澄清湖水庫、鳳山水庫		

水資源管理彙整表[1]

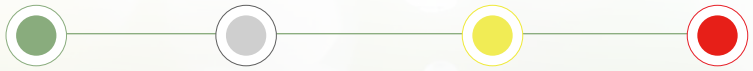
	年份	2023	2024	2025
取水來源 1：第三方的水[2]	自來水（百萬公升）	1,229.96	1,222.28	1,209.90
取水來源 2：地表水	回收水（百萬公升）	0.41	0.97	0.18
總取水量（百萬公升）[3]		1,230.36	1,223.25	1,210.08
總排水量（百萬公升）		1230.36	1,223.25	1,210.08
總耗水量（百萬公升）		0	0	0
年度總營收（千元）[4]		49,661,966	48,963,879	48,051,712
單位營收用水量（公升/千元）[5]		24.77	24.98	25.18
單位樓地板面積用水量（每日：公升/平方公尺）[6]		8.58	8.53	8.44
單位來客及員工用水量（每日：公升/人）		29.82	24.43	23.98

備註
1. 統計邊界為遠東SOGO全台7個營運據點大樓與總公司辦公大樓，不含遠東Garden City（大巨蛋）。
2. 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。
3. 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。
4. 單位營收用水量（公升/千元）=總取水量/年營收。
5. 2024年數據重編，營收扣除遠東Garden City（大巨蛋）。
6. 單位樓地板面積用水量（每日：公升/平方公尺）=總取水量/（樓地板面積*365）。

2.2.4 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，一目瞭然；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。

燈號管理機制



綠燈 表現良好　灰燈 持續觀察　黃燈 改善注意　紅燈 積極改善

節水實例

天母店雨水回收系統
主要用於花台灌溉、洗手台、馬桶用水

新竹店設回收管線
協助巨城購物中心回收雨水，作為建築公用水。

用水量優於經濟部水利署用水指標建議值！

單位	百貨業用水量建議值	遠東SOGO用水量	優 異
單位樓地板面積用水量（每日：公升/平方公尺）	9.84	8.44	14.23%
單位來客及員工數用水量（每日：公升/人）	36	23.98	33.39%

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 。

2.3 循環再生與廢棄管理

2.3.1 廢棄物管理政策

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，未產出經認定具危害特性之廢棄物。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	2025 成效概況
源頭減量	· 自營超市生鮮逐步替換為rPET再生塑膠托盤 · 自營超市贈點鼓勵自備購物袋、發票存載具贈點 · 自營超市推動青果及蛋盒包裝減量 · 餐飲內用與外帶不提供一次性及美耐皿餐具 · 協助餐飲專櫃加入環境部推行之環保餐廳或綠食飯桌	· 自營超市使用rPET再生塑膠托盤之生鮮品項占**48%**、數量占**17%** · **41,694人次**參與自營超市自備購物袋贈點，贈出逾**41萬點** · 自營超市青果及蛋盒包裝減塑**1.1噸** · 全台**95%**餐飲專櫃為環保餐廳（含大巨蛋），其中中壢店與高雄店已全數轉換為綠食飯桌
循環利用	· 長期舉辦全台百貨最大規模「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動 · 推動紡織循環計畫 · 自營超市設置再生塑膠托盤回收機 · 天母、中壢、新竹店贈點鼓勵回收電池	· **235個**美妝與香氛專櫃響應，回收**16.3萬個**空瓶，獎勵**48.9萬點** · 全台四場衣物回收活動，**3,655人次**參與，回收衣物**6.5噸**，約**2.1萬件** · 自營超市回收機回收**911個**塑膠托盤 · 回收**3.4萬個**電池，獎勵**6.7萬點**
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	· 廚餘重量**年減28.34%** · 廢棄物總量**年減23%**



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

2.3.2 廢棄物產出結構

2025年遠東SOGO全台各店產出廢棄物總計7,010公噸，包含回收廢棄物447公噸，焚化廢棄物5,591公噸，廚餘971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，2025年遠東SOGO來客數較2024年成長0.77%，廢棄物產出總量卻大減23%，單位非有害廢棄物產生量（公斤/百萬元營收）下降21.53%。

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，2025年，忠孝店合約清運量由每月30噸減為20噸，復興店由45噸減為22噸，台北四店年度合計971噸，年減28.34%。

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。

2025年
資源回收率
7.41%
高於2024年的
5.94%

廢棄物產出結構彙整表

單位：公噸

類別	處理方式	2023	2024	2025
回收再利用	離場處置	447.5	460	447
焚化	離場處置	7,254.4	7,288	5,591
廚餘	離場處置	2,264.9	1,355	971
總計		9,966.8	9,103	7,010
單位非有害廢棄物產生量（公斤/百萬元營收）		200.69	185.91	145.88
單位非有害廢棄物產生量 較前一年增減(%)		-1.91%	-7.36%	-21.53%

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：交由合格之第三方組織單位代為處置並依環境部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。
4. 2024年單位非有害廢棄物產生量及較前一年增減數據重編，營收扣除遠東Garden City（大巨蛋）。

2.4 綠色百貨

2.4.1 綠色行銷

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。

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。

年份	Facebook粉絲數	Instagram粉絲數	LINE OA好友數
2023	281,071人	24,956人	149,325人
2024	285,757人	26,858人	215,697人
2025	**289,174人**	**29,178人**	**221,235人**

備註 以上數據為台北店（忠孝、復興、敦化）總計。

DM無紙化

本公司致力推動數位行銷，2025年全台發出4,715萬份電子報，占所有DM 90.36%，占比較前一年微升，省紙量相當於少砍6.8萬棵樹，目標三年內各店電子報占比皆大於9成，朝全面無紙化邁進。



省紙量相當於少砍
6.8萬棵樹

店別	電子報占比
忠孝館	88.52%
復興館	82.32%
敦化館	78.87%
天母店	91.99%
中壢店	95.02%
新竹店	95.75%
高雄店	89.99%
大巨蛋	69.97%
總計	**90.36%**

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

APP數位整合服務

APP於太百綠色行銷扮演關鍵角色，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、人力成本，符合行動永續精神，也節省75%以上交易時間。

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

以HAPPY GO電子點數取代實體贈品

本公司提供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，消費者出示APP即可使用，養成顧客選擇電子點數取代實物的習慣；2025年發出6.04億點，與2024年持平。



單筆消費滿100元累積1點；35點可折抵消費10元。

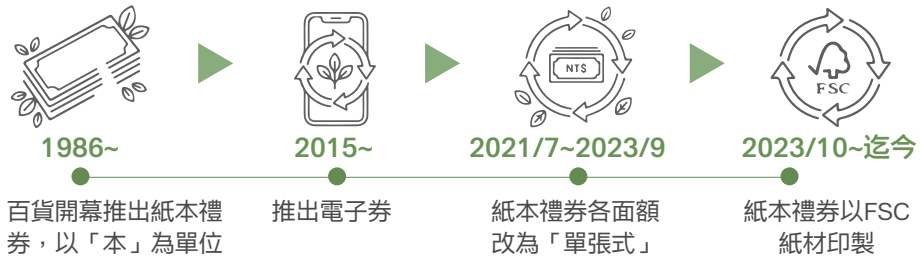
發放HAPPY GO電子點數
2023年 P 6.14億

發放HAPPY GO電子點數
2024年 P 6.06億

發放HAPPY GO電子點數
2025年 P 6.04億

太百為國內第一家發行電子券的百貨，持續推動票券電子化，2025年電子券發行近25.6億元，金額占比從39%提升至43%，11年累計省紙量高度達13.92座玉山，少砍1.3萬棵樹；紙本禮券則自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。

禮券減少紙張耗用歷程



三大類電子券

即享券

本公司創百貨先例，和宜睿智慧共同推出電子禮券，消費者出示QR Code或手機簡訊電子序號就能使用。

電子禮商券

本公司發行，除發放予同仁，本公司贈獎系統及PAY EASY網站、i禮讚網站亦有販售。

電子抵用券

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。

類別/年度	2023	2024	2025
即享券	487,210,000	519,190,000	564,160,000
電子禮商券	331,014,980	377,780,000	488,300,000
電子抵用券	1,467,110,175	1,593,490,270	1,502,968,465
總計	2,285,335,155	2,490,460,270	2,555,428,465

備註 調整系統分類，2024年電子抵用券金額與總計金額數據重編。

推動禮券電子化

11年累計省紙量高度達 **13.92** 座玉山

少砍 **1.3** 萬棵樹

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（現已改版）。玉山高度為3,952公尺。



數位永續創新專案 - 推動紡織循環

SOGO Sustain檔期於APP推出小遊戲，消費者只要簽到五天，就能免費兌換永續概念禮品。2025年4月「布一樣的未來」與紡綜所合作，贈送以回收丹寧布、寶特瓶回收紗製作的循環再生杯套；2025年10月「衣起森活」，則與二手衣販售平台addLEss攜手，用百貨過季制服，加上4月份顧客回收舊衣，改製成衣纖木衣架。



2025年
衣物再生永續互動

參與人次

55,366

紡織循環禮贈品送出份數

9,985

2.4.2 綠色行動

太百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
建置綠色供應鏈

- 綠色採購
- 在地採購
- 社創採購
- 永續用紙
- 以租代買
- 環保制服與禮贈品

吃出永續
引領綠色飲食

- 小農展
- 環保餐廳
- 永續飲食料理競賽

選品永續
推動永續消費

- SOGO Sustain永續選商
- SOGOplus綠色電商
- 永續時尚
- 永續倡議

行動永續
內化綠色生活

- 雲端發票
- 綠色辦公室
- 環境教育
- 綠色運輸
- 志工淨灘
- 空氣品質監控

不廢永續
促進循環經濟

- 紡織循環
- 減塑行動
- 鼓勵自備購物袋
- 超市與宅配包裝減量
- 美妝空瓶回收
- 導入廚餘機



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、節能標章設備、全面使用FSC認證用紙，以減少能資源耗損，2025年綠色採購金額1.19億元，占庶務類採購總額12.53%；禮贈品與教育訓練優先選擇社創團隊之產品與服務；事務機、入金機、公務車等硬體設備以租代買。整體永續採購金額1.41億元，大幅成長61.07%。

整體永續採購金額
1.41億元
大幅成長
61.07%

年份	綠色採購 金額/占比	社創採購 金額	以租代買 金額	在地採購 占比	獲獎
2023	34,949,455元 4.99 %	10,069,467 元	7,972,425 元	100%	• 臺北市政府綠色採購表揚 • Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制貳獎
2024	69,492,457元 7.31%	7,957,771元	4,358,267元	100%	• 臺北市政府綠色採購表揚 • Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵機制貳獎、多元響應獎
2025	119,575,492元 12.53%	6,837,678元	13,439,842元	100%	• 臺北市政府綠色採購表揚 自2017年起連續九年獲獎

備註
1. 綠色採購金額為登錄台北市環保局之資料，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。
2. 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。
3. 在地採購定義為供應商公司登記地為台灣。
4. 金額皆未稅。

2.環保制服

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；夏季舊款具高比例聚酯纖維，回收轉製衣纖木衣架，作為永續檔期贈品，與消費者共享永續成果。

3.永續概念禮贈品

本公司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。2025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1,937萬元，占9.07%，達成設定目標（7%）。



▲ VIP入會禮為家扶基金會用二手丹寧布料縫製的玩偶



▲4月SOGO Sustain檔期APP打卡禮品為二手丹寧布料杯套

吃出永續

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」，串連通路、品牌、社創、小農到顧客，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，連年舉辦小農展，以文創概念打造「台灣百貨小農展第一品牌」，推廣在地優質農特產品，推動永續食農教育。

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，各店依當地特色規劃小農市集，2025年共投入資源價值超過221萬元，舉辦7場相關活動，觸及16.7萬人次，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。

備註 詳見第五章社會影響力。

從「產地到貨架」—
遠東SOGO小農展推廣在地食材

2025年

221 萬元	7 場	16.7萬
共投入資源價值	相關活動	觸及人次

全台累計舉辦 **113**場

全台累計受益 **194**萬人次

2.新食器時代6.0：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、在地食材、惜食點餐等三大方向。截至2025年底，全台遠東SOGO與遠東Garden City合計98家餐廳通過認證，占95.1%，以消費筆數推估，年約觸及1,559萬人次。其餘3家申請中，另2家配合集團政策暫無申請規劃。



◀本公司館內餐廳多數取得環保餐廳認證，將配合環境部政策轉換為綠食飯桌

新食器時代歷程

1.0	2.0	3.0	4.0	5.0	6.0
2017.04	2018	2019.05	2019.09	2020-2024	2025~
全台8店停用美耐皿餐具，開啟新食器時代	推廣「無痕飲食」，倡議減塑、零負擔的永續新生活	領先環保署（現環境部）政策，全面禁用塑膠吸管	領先全台百貨零售業，不主動、不免費提供一次性餐具	輔導館內餐廳取得環保餐廳認證	輔導館內餐廳配合政策，轉換為綠食飯桌

選品永續

1.SOGO Sustain · 好物好選

遠東SOGO於2021年11月推出「SOGO Sustain · 好物好選」永續選商系統，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。2025年規劃永續時尚、淨零綠生活主題，推薦588項永續商品，觸及230萬人次。

賣場著重推廣永續商品，除了SOGO Sustain選品貼標，方便選購，也加強推廣環保標章商品，2025年共售出36,725個節能/節水/綠色標章商品，成長3.88%。



7大指標 SOGO Sustain 以7大指標嚴選永續商品,每次消費都能輕鬆友善地球

- **綠色飲食**：減少碳足跡的蔬食及在地當令食材
- **環保包裝**：有推出補充包或包裝可重複利用、可回收
- **永續認證**：具有環保或節能標章的省水、省電產品
- **永續材料**：使用環保或回收料製成，資源循環再利用
- **安心成分**：成分友善環境及生物，降低環境衝擊
- **創新科技**：運用嶄新科技節省能資源
- **生物多樣性**：講求產地無毒、守護生態的食材與產品

2025 年 SOGO Sustain 檔期行銷成果

- 社群貼文：100篇，觸及431,494人次
- 環保活動：18,153人次參與
- 紙本DM：45,480份
- APP遊戲：55,366人次參與
- 數位DM：25,204人閱讀
- 二手衣回收：舉辦2場，回收7,350件（全年4場，3,655人次參加，回收21,498件）
- 電子報：1,715,652份

2.SOGOplus — 全台首創ESG線上概念店

本公司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，2025年總體業績成長19.75%；其中自立培力類商品，與喜憨兒基金會、唐氏症基金會及畢嘉士基金會合作，年銷售57.3萬元，成長29%。SOGOplus 2025年售出SOGO Sustain商品2,582件，年增93%，占全站銷售件數26.14%，年成長10個百分點；金額年增167%，占全站銷售19.59%，年成長約11個百分點。宅配包材均符合環境部「網購包裝減量規定」，為減少資源消耗，75%採原箱出貨，並鼓勵顧客到店取貨。

SOGO plus：https://www.sogo.com.tw/

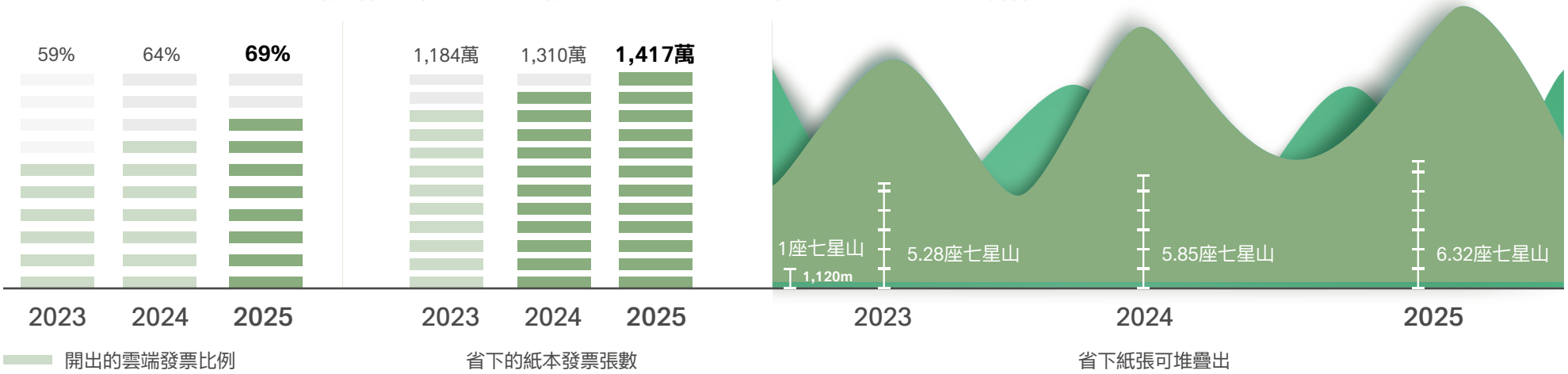
2025年

- 售出SOGO Sustain商品：2,582件，年增93%
- 占全站銷售件數：26.14%，年成長10個百分點
- 金額年增：167%
- 占全站銷售：19.59%，年成長11個百分點

行動永續

1.雲端發票

本公司開立電子發票，鼓勵消費者存於載具，2025年消費筆數有69.48%開立雲端發票，2021~2025年累計省紙量達25.09座七星山高。



備註 每張紙本發票厚度0.05公分，以七星山高1,120m換算省紙量。

2.志工淨灘

志工社認養專屬淨灘地段，開放員工邀請眷屬、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。

2025年

總公司與中壢店共舉辦**三次淨灘**，**112人次**參與，包含**供應商48人次**。

2017~2025年共進行**20次淨灘**、投入**2,092小時**，清出約**3.2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」，以總公司大樓為據點，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。

1. 節省能資源

行動方案

- 午休關燈一小時
- 二手紙袋再利用
- 雙面列印、電腦設定省電模式
- 舉辦夏季節電競賽

2025年成效

- 總公司同仁120人響應辦公室節能行動
- 132位同仁與專櫃夥伴參與節電競賽，共省電26,576度

2. 源頭減量

行動方案

- 總公司不定期舉辦永續餐飲趴，訂購以循環容器承裝的餐點，並邀請社創組織或社福團體分享永續理念
- 會議避免使用瓶裝水、一次性餐具與容器

2025年成效

- 78人次參與永續餐飲趴

3. 永續採購

行動方案

- 落實綠色採購、社創採購、以租代買等永續採購原則

2025年成效

- 庶務類100%在地採購
- 綠色採購金額占比12.53%
- 整體永續採購金額1.41億元，成長61.07%。

4. 環境綠美化

行動方案

- 鼓勵種植植物、保育生態

2025年成效

- 配合夏至關燈，總公司舉辦永續周，活動包括換物市集、生態電影日、爬梯競賽等，共65人次參與

5. 宣導倡議

行動方案

- 辦理ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎
- 辦理全員永續有獎徵答

2025年成效

- 99人次報名ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎
- 1,095人參與有獎徵答，參與率80.75%，平均95分



4.綠色運輸

本公司佈局綠色運輸，全台導入智能停車系統，減少取票、停車時間；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，降低配送過程碳足跡。公務車以租代買，車齡皆在10年內，共14台租賃車作為高階主管座車與貨運用車，其中9台為環保車輛（汽柴油6期、油電混合車），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。

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
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
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

本公司多數據點位於交通便利處，鼓勵搭乘大眾運輸。非座落於交通樞紐的新竹店設免費接駁車，主要往返火車站，2025年減碳134.1噸，成長5.4%。

接駁車歷年接送人次與減碳量

年份	2023	2024	2025
新竹店（萬人次）	106.1	107.5	113.4
估算減碳量（公噸CO_2e）	125.5	127.2	134.1

備註 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。

2025年減碳
134.1噸
成長
5.4%



不廢永續

1.循環經濟元年

2025 年，太百正式宣告為「循環經濟元年」，將永續策略從被動的末端回收，升級為主動的生態系建構者。

專案一：紡織全循環 — 打造東區永續時尚廊帶

為延長衣物生命週期，本公司率先零售業，號召組成「紡織循環跨界聯盟」，串連商圈、供應商、社創企業及社福機構，為廢棄衣物創造最高價值。

① 修補 (Mend & Repair)

串聯東區19間在地隱藏修改店，推動「衣物再生地圖」。鼓勵大眾以縫補取代丟棄，用珍惜與創意延續衣物壽命，翻轉快時尚污染。

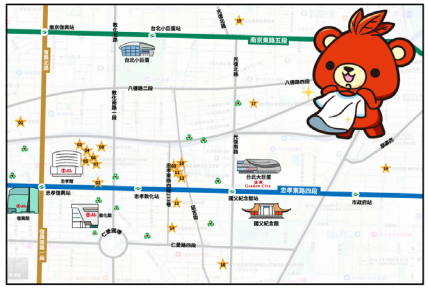
② 高價值利用 (Upcycle & Resell)

攜手二手衣轉售平台「addLess」與「家扶基金會」，透過線上線下義賣及設計再製（如將耐用牛仔布改製為包袋），不僅賦予舊衣新生，更結合公益，培力弱勢婦女的縫紉技能。

③ 再生加值 (Downcycle & Remake)

對於不堪再利用的衣物，則與「沛德永續科技」及「木匠的家」合作，導入 AI 智能分選技術，將廢棄紡織品降級再製為「衣纖木」永續衣架，實現資源閉環。

2025 東區衣物再生地圖





專案二：超市生鮮包材革新 — 導入 100% 再生 rPET 托盤

為從源頭減少一次性塑膠，台北店忠孝館超市自2025年下半年，全面導入由「遠東新世紀」生產的 100% 再生 PET (rPET) 生鮮托盤。此舉相較原生塑膠，每噸可減少51%的碳排放，並輔以店內智慧回收機，建構完整的封閉式循環系統。



▲消費者回收生鮮包裝托盤，可獲點數獎勵。

每噸可減少 **51%**碳排放



▲忠孝館逐步汰換生鮮包裝為rPET再生材質，減少原生塑膠與PLA使用。

2.超市、餐飲與宅配包材減量

忠孝館自營超市生鮮推動包裝減量，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。2025年底預告取消免費紙袋，將於2026年3月開始施行，預估年減84萬個紙袋。

2025 成效概況

源頭減量	自營超市購物袋	• Fresh Club會員自備購物袋且發票存載具，消費滿額贈點，全年**4.2萬人次**參與，年增**51%**，贈出**41.7萬點**，年增**27.79%**。 • 紙袋使用量年減**1.76%**。
	自營超市生鮮包裝	**百貨業首例，推動「盤到盤」循環經濟：** • 第四季導入rPET托盤，**48%**品項已更換，實際使用數量占比**17%**；預計2026年可達**53%**。 設置rPET托盤回收機，回收911個，回收率**1.6%**。
	飲料杯	• 全台44家餐飲品牌推出自備環保杯折價，節省**97,824個**紙杯，成長**8.7%**。
循環利用	宅配	• 自營超市**87.68%**採二手紙箱出貨；百貨則為**68.12%**。

超市紙袋減量歷程

1.0 2022-2025年
超市包裝減量
鼓勵自備購物袋

自營超市自備購物袋贈點2025年績效
- 4.17萬人次參與，**年 + 51%**
- 超市紙袋提供量，**年 - 3.76%**
- 預估**年減84萬個紙袋**

2.0 2026年3月起
百貨第一
超市不再免費
提供紙袋

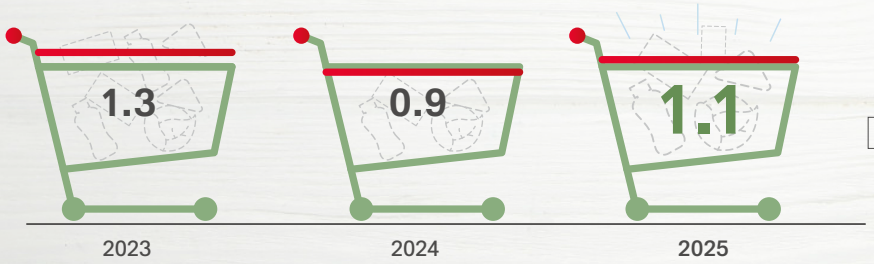


3.0 2026年6月起
響應環境部
袋袋箱傳
設置二手紙袋回收區



自營超市包裝減塑量

單位：公噸



備註
1. 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。
2. 已汰換品項不重複計算，故減塑量逐年遞減。

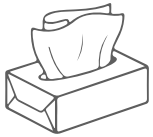
3.永續用紙

「紙張」是消費者在百貨公司最常接觸到的用品，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。禮券因應贈禮需求，無法全面電子化，為建立正向消費與經營循環，本公司自2023年10月起，紙本禮券皆以FSC認證紙材製作，2025年印製張數價值34億元，占所有禮券57%，其餘43%已轉型電子禮券。

2025年紙本禮券
57%
電子禮券
43%



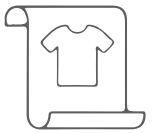
購物提袋



衛生紙

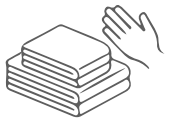


紙本禮券



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。



衛廁擦手紙

使用再生環保紙漿，讓紙材循環再利用。

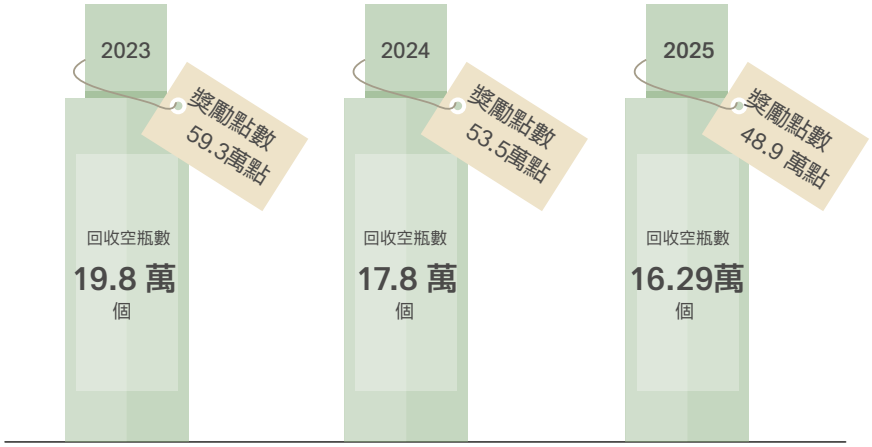
使用通過國際FSC（Forest Stewardship Council，森林管理委員會）認證紙材。

本公司購物提袋取得全製程FSC認證 請參閱1.5.1供應商規範

4.鼓勵回收

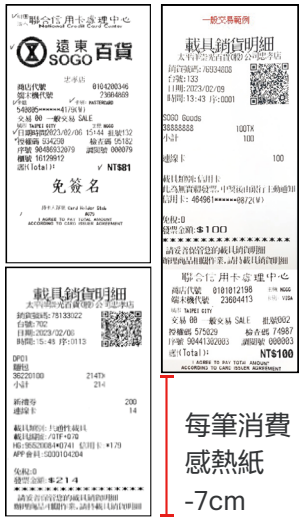
本公司化妝品類業種營收僅次於精品，製造的空瓶垃圾可觀，故全台據點常態推出「愛美麗更愛地球·化妝品空瓶回收」活動，持化妝品或香氛正貨空瓶至專櫃回收，每個可獲HAPPY GO 3點。此外，天母、中壢、新竹店贈點鼓勵回收廢電池，2025年共回收6.7萬個，年增27%。





5.銷貨明細與信用卡簽單整併

信用卡消費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，本公司與聯合信用卡中心合作，自2023年8月起，將銷貨明細與簽單整併在同一張，每筆消費縮減7公分熱感紙，2025年全台逾1,100萬筆消費（含大巨蛋），省紙長772公里、相當於2.06座中山高速公路。





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。2025年投入逾1,050萬元，舉辦162場永續共創活動，22.9萬人次參與，96.6萬人次受益。

2025年投入逾
1,050萬元
舉辦永續共創活動
162場
參與人數
22.9萬人

1.永續時尚基地推動紡織循環

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」、「資源循環聯盟」、「淨零新生活大聯盟」，透過百貨通路的影響力，改變消費市場風氣與購物習慣。

2025年，遠東SOGO結合環保與公益，啟動「紡織循環」計畫，於4月推出二手衣回收活動2.0版，去向區分為「義賣、捐贈、再生」三大路徑，牛仔布料交由家扶幸福小舖改製成玩偶或包袋，高品質及知名品牌衣物優先於專業二手衣交易平台addLEss及敦化館義賣，義賣所得及品質次之的衣物均捐贈予家扶基金會，無再利用價值者則與過季制服一同轉製環保贈品；延續2024～2025年兩次大規模舊衣回收活動，應用沛德永續科技的衣物分選技術，遠東SOGO於2025年10月進一步協助其申請環境部創新研究發展補助案之場域驗證，引進全球首台衣物智能分選回收機，讓消費現場成為環境教育中心。



▲ 敦化館2天募得4,312件二手衣，共1,127公斤，換算減碳18噸



▲ 義賣金額26,848元，連同三箱衣物全數贈與家扶，捐助弱勢家庭、培力婦女縫紉技能



▲ 忠孝館設置衣物智能分選回收機，14天回收12,306件衣物，減碳逾51噸

2.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。



▲ 天母店持續參與國際活動「Open House Taipei打開台北」，開放頂樓導覽，帶領消費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，認識永續管理的重要性



▲ 新竹店與滋滋音樂故事屋攜手打造三場童趣故事樂園，結合繪本、音樂與遊戲，引導3~12歲孩童認識環境保育與永續生態，成為守護地球的小小行動者

03

安心服務力

太百以業界「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、在地百貨的友善，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。

本章節對應之SDGs

8 尊嚴就業與經濟發展

12 負責任的消費與生產

2025年亮點績效

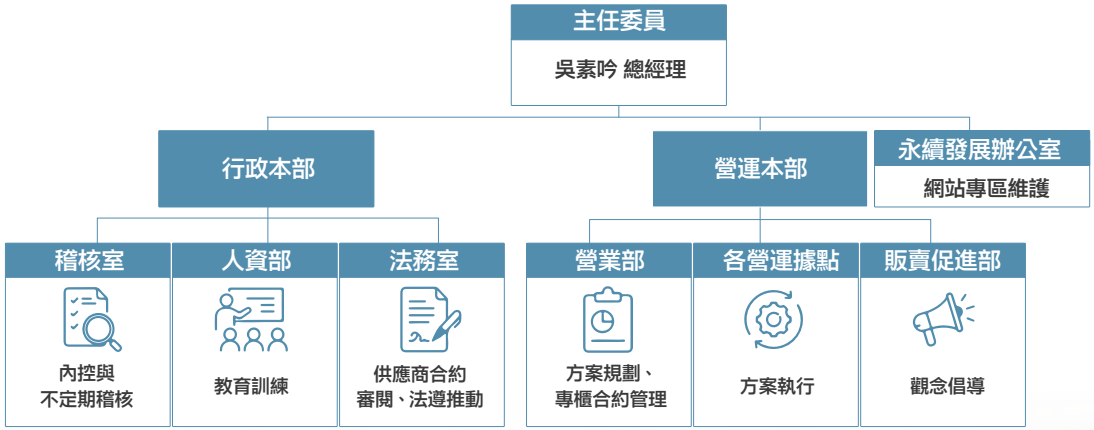
打造安心賣場	・ 84.2%顧客對本公司整體商品安全感到滿意 ・ 91.4%餐廳通過「GHP食品良好衛生規範」認證，其中96.8%為「優級」（不含遠東Garden City） ・ 餐飲專櫃「飲用水質及食用冰塊檢驗」合格率97.8%
提供有質感的服務	・ 整體滿意度90.1%，近8年最高 ・ 取得ISO 10002認證，提升顧客滿意度與改善客訴解決效率 ・ 連續兩年獲「台灣服務業大評鑑」金牌 ・ 連續兩年獲「台灣客服中心評鑑」金牌



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，成員為各店店長、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，推動商品安全管理計畫之各項工作及教育訓練，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。

餐飲專櫃強制保險

為保障顧客用餐安全，太百建立嚴格的「餐飲專櫃強制保險規範」，要求全台營運據點所有餐飲專櫃，在簽約及續約時，必須提供三大保險的有效證明，包含產品責任險、公共意外責任保險及食品中毒責任附加險，確保各店的投保內容完全符合（甚至超越）所在地衛生法規的要求，為顧客建構一道安心的餐飲防線。

- 產品責任險
- 公共意外責任保險
- 食品中毒責任附加條險

項目	商品標示檢查		餐飲衛生維護
	化妝品管理	一般商品管理	
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	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、確保架上試用品效期內。	• 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 。 • 設定進貨標籤分期標示及架上試用品定期檢查辦法 。 • 引進生產履歷生鮮蔬果，產地溯源資訊透明 。 • 與農委會水保局合作推廣「農村好物」。	• 輔導餐飲櫃位申請食品良好衛生規範(GHP)驗證。 • 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、總菌落數、濁度、色度、硝酸鹽氮、亞硝酸鹽氮、pH值、生菌數等 。
☆ 重點專案	化妝品商品安全檢查	產地溯源	餐飲衛生安全檢查與維護
2025年成效	每月全台化妝品檢查項目： • 完整中文標示及成分標示。 • SOGO標籤完整 。 • 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。	• 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。 • 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。遠東SOGO自2022年起與水保署合作推廣，現於忠孝館B2販售。 • 全台各營運據點與政府、農社企、社創合作，舉辦**7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。 詳第五章社會影響力	• 遠東SOGO全台餐廳**91.4%**通過GHP認證(遠東Garden City 2026年4月送驗，故尚無數據)，未完成認證者，為仍在查核作業或新進櫃位。 • 飲用水質及食用冰塊檢驗：太百各營運據點共181個櫃位，177個櫃位合格，合格率**97.8%**(受檢櫃位全數合格)，其餘4個為改裝或新進櫃，將於2026年受檢。 • 定期清查餐飲專櫃責任險，廠商簽約/換約時需附最新保單；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如出售的商品效期未滿一年，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。

更多資訊至遠東SOGO 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	對供應商	對顧客	對員工	對社會（社區與媒體）
商品安全行動方案	• 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	• 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SOGOplus，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	• 舉辦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 • 講習與管理課程 • 要求落實商品查核機制	• 推廣商品安全與永續消費新知、國際倡議 • 舉辦永續飲食料理競賽，推廣健康與低碳飲食 • 依循CSR（關懷Caring、永續Sustainability、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
顧客回饋	• 商品安全整體滿意度84.2%。「打造安全的賣場環境」（85.9%）和「餐廳/美食街全面拒用美耐皿及一次性餐具」（87.3%）皆獲超過8成滿意度。而知悉各項作為的消費者對各細項評價，皆有9成上下的滿意度，尤以「打造安全的賣場環境」**（95%）**最高 • Fresh Club超市會員達**7.2萬人**，會員人數較去年成長**8.3%** 「商品安全」整體滿意度 **84.2%** 「打造安全的賣場環境」滿意度 **85.9%** 「餐廳/美食街全面拒用美耐皿及一次性餐具」滿意度 **87.3%** 知悉太百商品安全作為之消費者對各項內容的滿意度 **達九成以上**	• **71.7%**顧客表示，會優先選擇到遠東SOGO百貨購買商品 • **65.9%**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 **71.7%** 認知本公司推動永續消費的顧客占比 **65.9%**	• **90.3%**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 **90.3%**	• **80.1%**顧客滿意「遠東SOGO百貨提倡「綠色飲食的作為」 • **83.7%**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 **80.1%** 「提倡綠色消費意識」顧客滿意度 **83.7%**

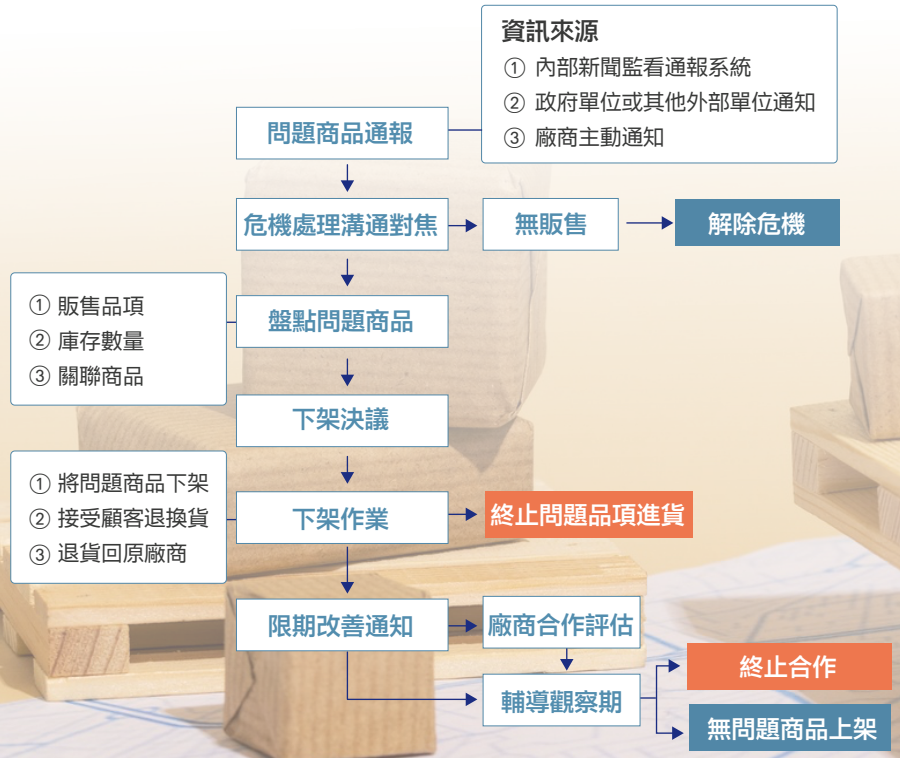
問題商品下架

太百在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，或每日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。如未違反法規但為爭議性商品，太百透過合約條款規範，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。2025年發生1起商品強制下架事件。

2025年商品下架事件

營業據點	法規/下架緣由	改善辦法
忠孝館	食品安全衛生管理法 ● 衛生局公佈抽驗結果，忠孝館超市「荷蘭豆」農藥超標。	● 超市已於第一時間採取下架措施，同時積極配合主管機關進行溯源查核作業，並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。

商品安全監測網



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。2025年無發生召回事件。

0件

2025年無發生召回事件

3.1.3 餐飲安全衛生管理

太百重視食安，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聯合巡檢，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	餐飲衛生管理自主檢查	水、電、瓦斯、消防等安全設備督導	餐飲水電聯合巡檢	餐飲衛生管理稽核
				
負責單位	餐飲專櫃自主檢查 餐飲主管巡檢複查	工務部門 警備部門	餐飲部門 工務部門 警備部門	稽核室
頻　率	每日	每2周	每月	不定期
檢查內容	• 依GHP規範要點檢查項目21項	• 滅火設備與安全門檢查、人員操作測驗	• 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	• 權責單位是否按規定作業

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

「電梯語錄」

周到的服務敬語接待每位顧客。

忠孝館保有「電梯先生、小姐」的服務特色與傳統

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

太百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。

ESG 官網	ESG FB粉絲團	各營運據點之自媒體
35,000+	25,000+	18,000+
人次瀏覽	人次觸及	人次觸及

外部積極議合

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，2025年逾3.5萬人次瀏覽。

ESG Facebook粉絲團

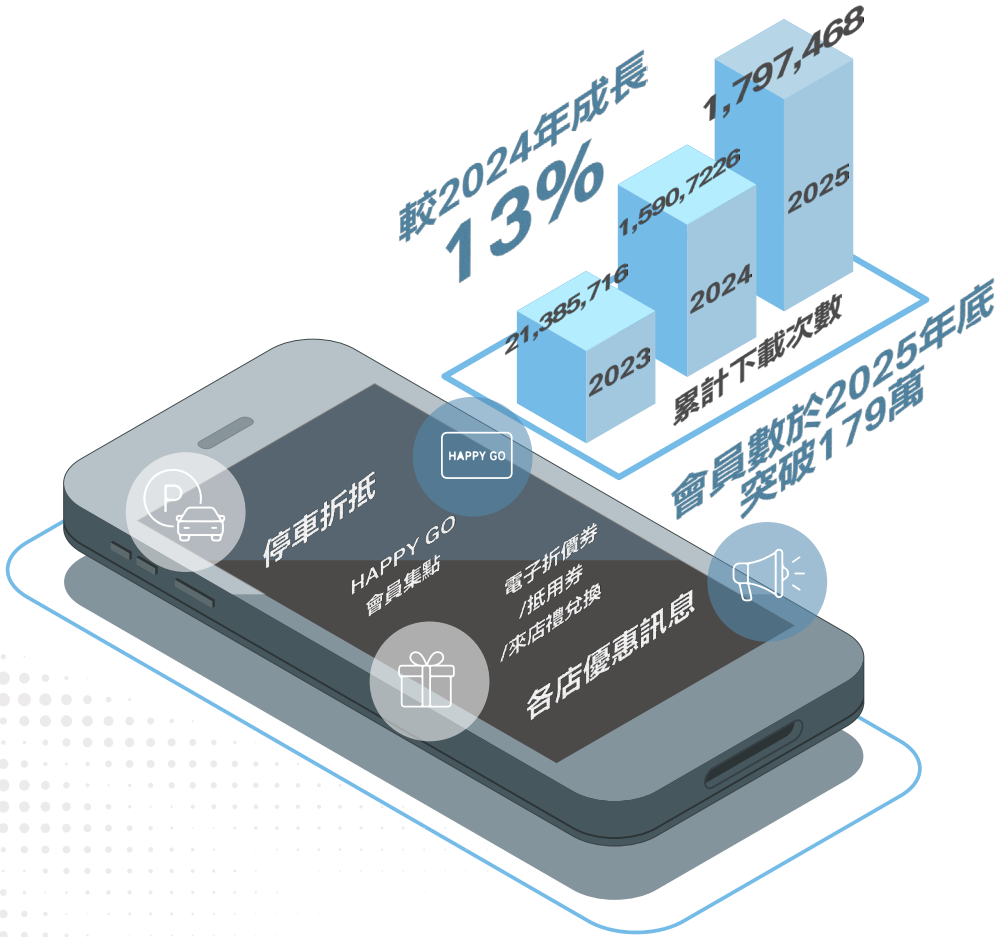
利用社群媒體即時、易於分享、轉載，且粉絲高黏著度的特性，即時揭露公益消息、永續新知。2025年發表73則貼文，觸及2.5萬人次。

各營運據點之自媒體

搭配國際永續節日及SOGO Sustain檔期，發布永續消費之倡議圖文，各店粉專共觸及18萬人次。

串接購物旅程的數位創新

SOGO/Garden City 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2025年底突破179萬，較2024年成長13%。



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；2025年導入ISO 10002客戶申訴處理管理系統，並取得第三方驗證，提升顧客滿意度與改善客訴解決效率。目前包括高雄客服中心9人，以及全台顧客服務課和貴賓服務課一線人員，共146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天培訓期，每年並安排二天一夜外訓。

2025年客服中心接到13萬通電話，由專人負責，並在48小時內進行後續進度追蹤與服務。太百訂有〈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。2025年列案612件，其中224件為讚揚（占36.6%），388件為客訴（63.4%），多為服務人員作業程序失當、服務態度及應對用語不佳等，本公司每月檢核，持續強化教育訓練。

2025年客服中心	由專人負責	2025年列案
130,000+	**48** 小時內	**612** 件
通電話	進行後續進度追蹤與服務	224件為讚揚（占36.6%） 388件為客訴（63.4%）

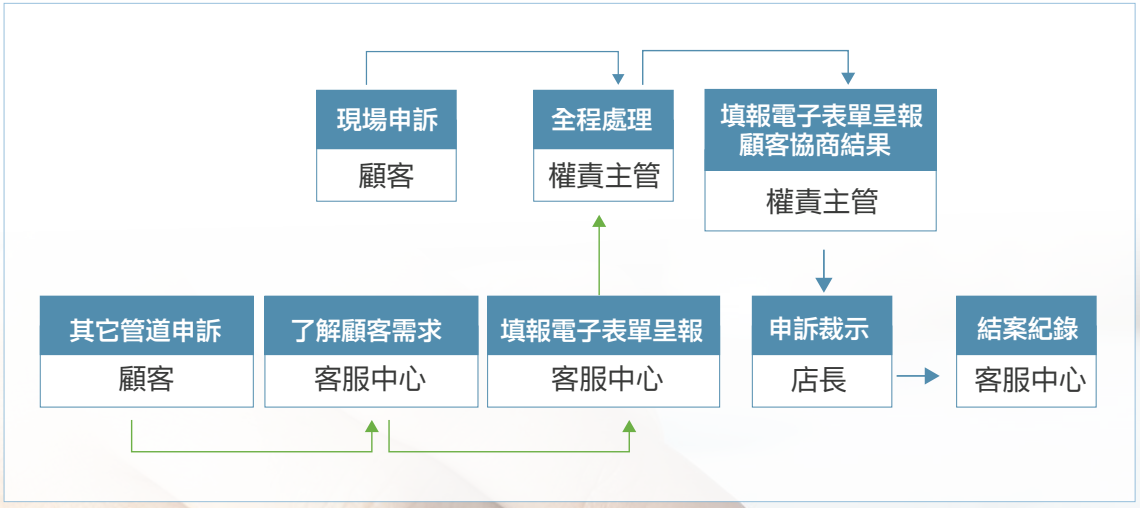
第一線面對顧客的服務人員，與客服中心保持「零時差」任務交流，隨時透過「全台顧客服務中心」瞭解各店情況，視需求啟動「跨區服務」。官網設置「智能客服」，可快速查閱營業時間、品牌資訊、點數兌換或電商購物等資訊。

遠東SOGO以完整的顧客體驗，再獲第四屆「台灣客服中心評鑑」百貨及購物中心金牌獎，「跨通路回覆一致性」、「官網搜尋與導引效果」、「投訴回應的時效與回覆品質」等三項關鍵成果獲得高度肯定。

歷年顧客意見回饋統計

類別/年份	2023	2024	2025
讚揚比	71.5 %	64.3%	36.6%
客訴比	28.5 %	35.7%	63.4%

顧客意見回饋處理程序



顧客意見回饋管道

各店服務台或貴賓廳

填寫顧客意見表

免付費專線
0800-212002

各店總機

台北地區	02-2776-5555
中壢店	03-422-7000
新竹店	03-620-0000
高雄店	07-338-1000

線上留言板

各店 Facebook 粉絲專頁

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2025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1,068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。

1,068 人
有效樣本數

95 %
信心水準

2025/01/01-2025/12/31
調查期間

品牌消費力

整體滿意度 **90.1%** 近8年最高

推薦意願 **78.3%** 維持穩定

公共參與力

- 環境面作為知曉度以「遠東SOGO發行電子禮券/抵用券、eDM電子報、鼓勵發票存載具」**81.8%**為最高。
- 環境面各項作為知曉者的滿意度皆高於九成。
- 教育文化與社會公益認知度須加強，但知曉者的各項作為滿意度皆高於九成，其中以「舉辦志工活動」滿意度**92.5%**最高。

創新與管理力

- 消費者權益滿意度**81.4%**，商品安全滿意度**84.2%**，創新服務滿意度**81.7%**，皆為歷年最高。
- **81.6%**知曉「SOGO APP整合多種功能」，各年齡層認知度皆突破七成，APP將是深化會員互動的重要節點。
- **85.1%**滿意遠東SOGO建立永續消費模式，**74.6%**滿意環保材質贈品，SOGO Sustain與SOGOplus滿意度皆提升。
- 各項安全措施以「落實擺放危險警示標語」擁有**86%**的認知度最高；全面拒用美耐皿及一次性餐具獲得**87.3%**的最高滿意度。
- 多元申訴管道在2025年達到**97.8%**的高知曉度，使用方便性評價提升4.2個百分點。超過兩成消費者曾透過申訴管道提供意見，滿意度大幅提升至**85.8%**。



永續議題影響力

綠色消費逐步成為主流，企業的永續評價內化為品牌價值秤砣。太百作為百貨永續模範生的品牌地位，已對消費行為產生推動力，「增加下次造訪意願」的比例高達78.0%；永續聲譽建立消費者的「溢價包容度」，67.7%認同即使價格稍高，仍願支持品質更佳的綠色商品或永續服務。

消費者最重視的永續面向前三名

1. 保障權益與個資安全	2. 商品安全與供應商管理	3. 節能減碳與環保
78.0%	65.4%	51.8%

增加下次造訪意願
78.0%
推動長期消費的關鍵力量

溢價包容度
67.7%
認同價格稍高，仍願支持綠色商品或永續服務

消費者最重視的永續面向前三名依序為：「保障權益與個資安全」（78.0%）、「商品安全與供應商管理」（65.4%）、及「節能減碳與環保」（51.8%），其中，「消費者權益」整體滿意度（81.4%）表現較去年略升2.2個百分點，「落實資訊安全與保護個人資料」滿意度提升了4.2個百分點；「商品安全」整體滿意度由前一年的81.3%提升至84.2%，餐飲安全與環境預警方面表現突出；「環境保護」整體滿意度由77.5%提升至80.9%，展現了永續策略逐步發酵並獲得市場認同的成果。

「支持在地、回饋社會」（44.9%）亦有穩定的關注度。譬如高雄店成功轉型社區基地，透過提供銀髮健身俱樂部空間、員工宿舍活化為社會住宅等具體行動，將永續願景轉化為生活場景，深耕在地的模式，拉升長期支持度。



消費者權益
整體滿意度
81.4%
↑↑↑
2.2個百分點
（較2024年）

落實資訊安全與保護個人資料
↑↑↑
4.2個百分點
（較2024年）

商品安全
整體滿意度
84.2%
↑↑↑
2.9個百分點
（較2024年）

環境保護
整體滿意度
80.9%
↑↑↑
3.4個百分點
（較2024年）

支持在地、回饋社會
44.9%
穩定的關注度

3.2.2 服務管理政策與檢核

服務管理政策與檢核

太百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	614	顧客服務課職能培訓 。
	外訓		受訓人次	51	顧客服務課外訓。
	服務強化教育	涉及顧客申訴之自營、專櫃同仁。	受訓人次	109	
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	16,725	以櫃位數統計，一櫃為一位受測人員。
			首次測驗通過率	95.88%	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 。	• 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 。	2025年表揚 75 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。2025年無違規事件。

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。



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、飲用水塔清洗、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

3.3.2 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，天母店為臺北市室內空氣品質認證場所「金級」，天母店與新竹店取得環境部室內空氣品質「優良」等級、中壢店達「優良」等級，新竹店為新竹市無菸暨健康促進職場。

台北市室內場所空氣品質場所認證	環境部室內空氣品質	環境部室內空氣品質	新竹市無菸暨健康促進職場
金級	優良	良好	無菸
天母店	天母店與新竹店	中壢店	新竹店

項目/頻率

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	空調主機大保養	室內空氣品質檢測
每天	每3個月	每半年	每 年	每2年

3.3.3 顧客安全

太百重視顧客安全，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，2025年舉辦72場，2,689人次完訓，其中部分現場人員完成進階急救技術課程（基本救命術BLS）。2027年全員將再度回訓，提升賣場安全防護能力。 請參閱4.4.1職場安全管理

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。2025年發生67起。

2025年舉辦	完訓
72 場 救急課程	2,689 人次

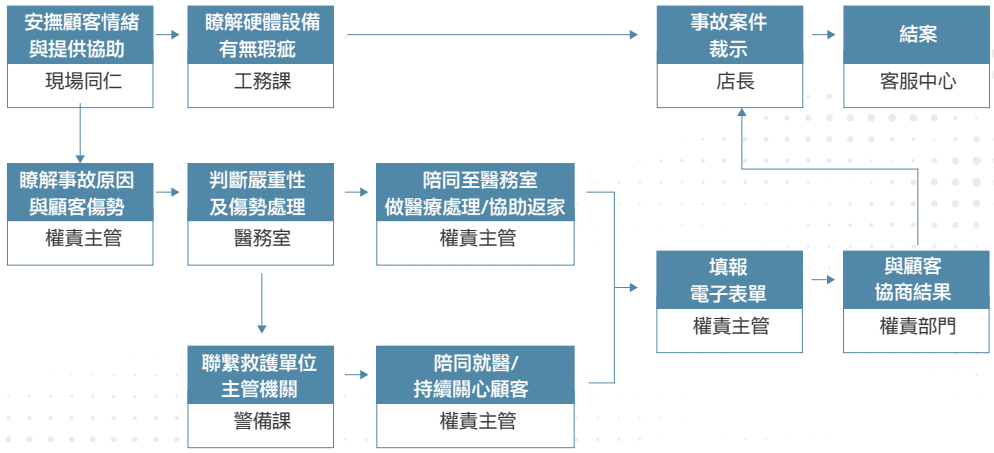


▲ 全員定期回訓急救課程

2025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
自身因素	45	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	12	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	9	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	1		

顧客受傷處理流程



04

幸福職場力

2025年鎖定薪資福利、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10項人力大獎與認證肯定。

本章節對應之SDGs



2025年亮點績效

具競爭力的薪資制度	・連續4年全員加薪 ・月薪平均51,935元，超前同業9.38%；薪酬超前同業35.63% ・基本起薪調高至35,600元，調幅11.25%，較法定最低薪資高出24.52%
強化DEI實現友善職場	・性別友善講座100%完訓 ・育嬰縮短工時給付8成薪，補助金額成長3.76倍
深耕全員永續DNA	・公益假申請總時數年增6.78% ・舉辦夏季節電競賽，132人共省電26,576度，約87個家庭 一整個月的用電所需
優於法令措施	・首創育嬰留停職代津貼，全年補助近127萬元 ・促進員工外語能力，補助學費與教材費總額之80% ・研擬全台適用育兒友善工時假，2026年上路



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，並以ISO 45001精神管理職場安全衛生，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，並創下諸多零售紀錄：零售唯一連續13年獲「台北市勞動安全獎」，蟬聯「HR Asia亞洲最佳企業雇主獎」；以百貨首創「育嬰留停職代津貼」新制，成為唯一獲「親子天下友善家庭職場獎」及「台北市友善育兒事業獎」的百貨業者。

政策承諾

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。

組織願景

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。

重大主題

・員工薪酬與福利	401 勞雇關係	SASB勞動條件CG-MR-310a.1CG-MR-310a.2CG-MR-310a.3-
・職場安全與健康	403 職業健康與安全	-
・人才留任與發展	404 訓練與教育	-

國際框架與指標

管理行動	2025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 ▶ 職級與薪酬重新設計 ▶ 連續4年全員加薪 ▶ 基本起薪調幅11.25%，較法定最低薪資高出24.52% ▶ 新增外語進修補助	・增進主管領導職能、創新變革及員工互動能力 ・外語補助擴大辦理，增加日語與線上授課方案	・保持薪資競爭力 ・人才轉化至高價值服務 ・強化專業職涯發展
建立安全健康的友善職場	・兩性平權	✓ 達標 ▶ 100%完成友善職場課程	・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 ・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	・零職災 ・推動健康管理運動 ・建置非員工之職業災害回報機制
	・優於法令的福利措施	✓ 達標 ▶ 新增育嬰留停職代津貼		
	・統計非員工數據	▶ 進行中 ▶ 逐年完善非員工公傷數據		
建立企業永續文化	・擴大社會參與	▶ 進行中 ▶ 102人申請公益假，總時數693小時，成長6.78%。	・定期舉辦各店永續課程 ・持續辦理每年6小時以上主管永續課程 ・全員必修永續課程	・全員具備永續基礎知能，融入日常營運
	・永續知識賦能	▶ 進行中 ▶ 全台舉辦12堂永續相關課程，共465人次參與。		
	・鼓勵實踐永續行動	✓ 達標 ▶ 舉辦夏季節電競賽，132人共省電26,576度，約87個家庭一整個月的用電所需。 ▶ ESG最佳貢獻獎參與人次成長6.45%。 ▶ 永續有獎徵答填答人數成長21.67%。		

利害關係人群組	議合管道	2025年成效
員工	• 員工參與度暨ESG調查（每年）	**1,177人**填答，回卷率**85%**；9成年資20年以上的資深員工認同ESG已融入日常營運。
	• 永續認知有獎徵答（每年）	**1,095人**填答，參與率**80.75%**，平均**95分**。第二年開放專櫃填答，**235名專櫃夥伴**參與。
	• ESG最佳貢獻獎暨創新提案獎（每年）	**99人次**人次參與，徵得**44案**、**53篇**圖文，祭出總獎金**162,500元**。
	• 勞資會議（每季）	**16**場。
	• 朝會日報（每日）	每日。
	• 教育訓練（不定期）	**439場**，**11,046人次**受訓。
	• 其他	內部系統ework公告、同仁意見箱、0場制度修改說明會（2025年無重大人事制度更動）、95場EAPs員工協助方案講座共2,821人次參加、181人次使用 EAPs諮詢服務。



4.1 員工輪廓

4.1.1 員工組成與分布 GRI 2-7 GRI 2-23

太百人權政策

人權政策目的與範疇

太百尊重人權，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」



人權議題與承諾內容

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，而予以差別待遇，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。

2025年，本公司台灣全體員工為1,356人（正職1,334人、約聘22人），較前一年增加4.55%；年齡以31~50歲為主，占全公司48.82%；女性員工居多，占66.45%。中高階主管男女任用比例相當，女性占49.53%。依據戶籍地址統計，76.11%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。

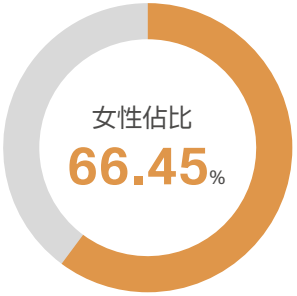
台灣全體員工人數

1,356人

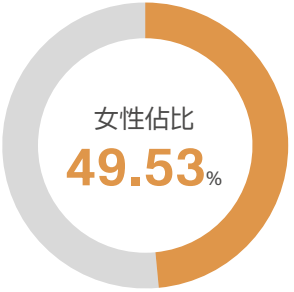
較前一年增加

▲ 4.55%

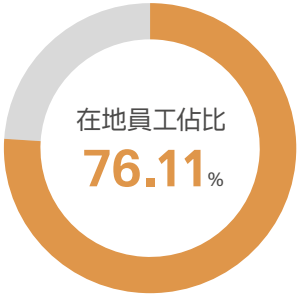
女性員工居多



中高階主管男女比例相當



聘雇在地化



管理階層及員工以本國籍占99.93%為大宗，包含原住民7名；另有1人非本國籍；新住民人數尚未納入統計。

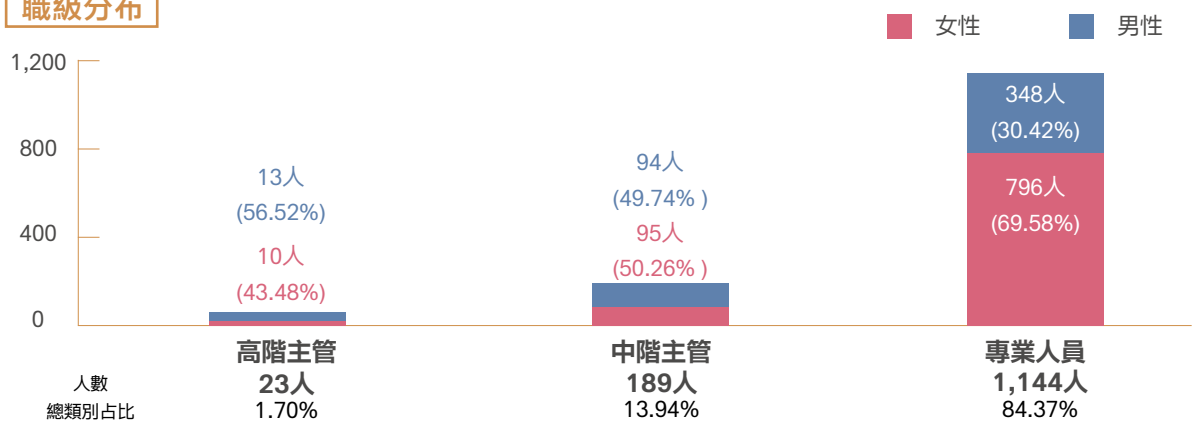
2025年人力概況

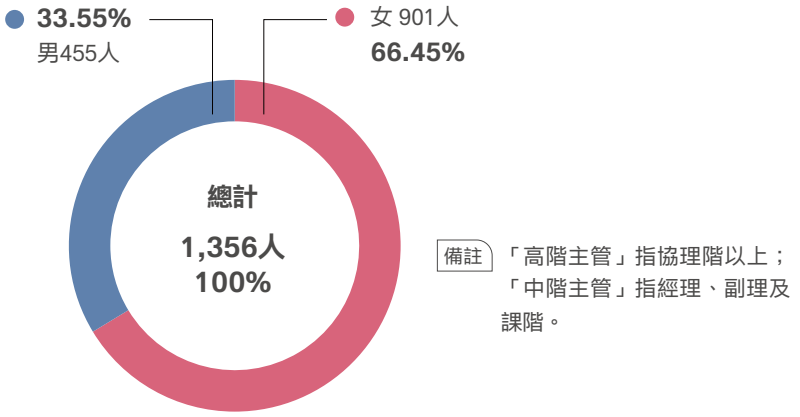
分類	性別		店別															
	男性	女性	總數		總公司		台北店		天母店		中壢店		新竹店		高雄店		大巨蛋	
	人數/比例	人數/比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
員工人數 (A)	455 33.55%	901 66.45%	1,356	100%	204	15.04%	528	38.94%	124	9.14%	157	11.58%	164	12.09%	64	4.72%	115	8.48%
永久聘僱員工人數 (B)	444 33.28%	890 66.72%	1,334	98.38%	202	14.90%	513	37.83%	120	8.85%	157	11.58%	163	12.02%	64	4.72%	115	8.48%
臨時員工人數 (C)	11 50%	11 50%	22	1.62%	2	0.15%	15	1.11%	4	0.29%	0	-	1	0.07%	0	-	0	-
無時數保證的員工人數 (D)	-	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
全職員工人數 (E)	455 33.55%	901 66.45%	1,356	100%	204	15.04%	528	38.94%	124	9.14%	157	11.58%	164	12.09%	64	4.72%	115	8.48%
兼職員工人數 (F)	-	-	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。
   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。
5. 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。
6. 台北店包含忠孝館、復興館、敦化館三個營運據點。
7. 本章人力統計基準皆採2025年12月31日員工總數1,356人，含遠東SOGO七店、遠東Garden City（大巨蛋）。

2025年人力組成結構

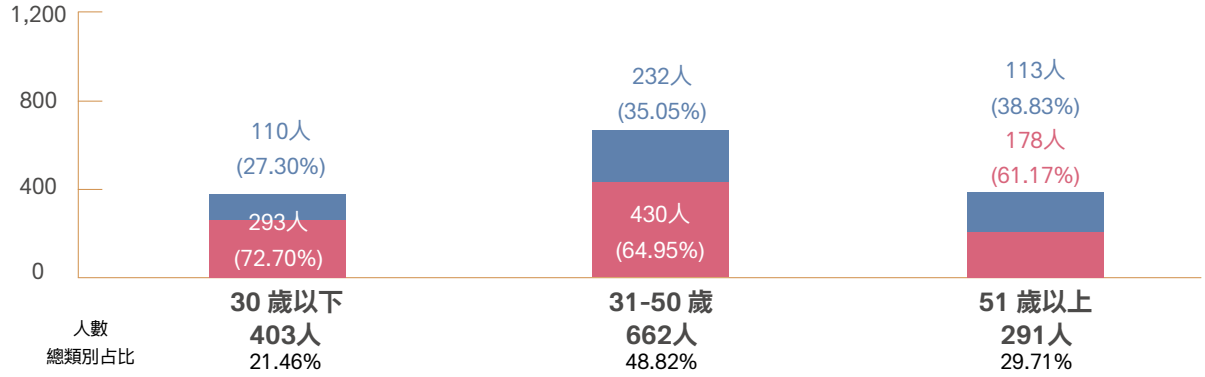
職級分布



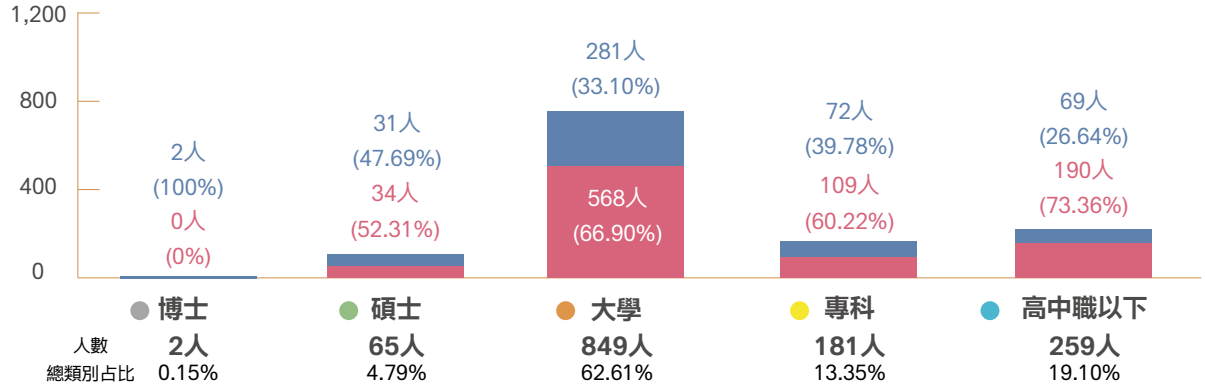


備註 「高階主管」指協理階以上；「中階主管」指經理、副理及課階。

年齡分布



學歷分布



本公司依據《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13名，除新竹店因尚未覓得適宜人才外，皆為超額或足額進用。

2025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	6	9	+1；超額進用1名
中壢	2	0	2	0；相同
新竹	0	0	0	-2；缺額2名
高雄	1	1	2	+1；超額進用1名
合計	6	7	13	-

備註
1. 台北地區包含總公司、台北店、天母店、大巨蛋。
2. 台北地區應進用10名，因其中2名為重度障礙，依法可計為11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。因應遠東Garden City正式開幕在即，2025年新進259人，新進率19.10%，較2024年新進人數增加161%；退離199人，離職率14.68%，較2024年略減。離職前三大原因依序為轉換跑道、工作不適應、家庭因素。

2025新進/離職

新進員工



259人　新進率 19.10%

較2024年 ▲ 161%

離職員工



199人　離職率 14.68%

較2024年 ▼ 略減

2025新進與離職員工結構表

		新進員工結構			離職員工結構	
		男	女		男	女
年齡結構		56	136	30歲以下	39	82
		22	41	31-50歲	23	38
		3	1	51歲以上	10	7
地區分布		67	141	台北地區	61	96
		2	9	中壢	2	6
		7	26	新竹	6	23
		5	2	高雄	3	2
合計		81	178	人數總計	72	127
		5.97%	13.13%	新進率 / 離職率	5.31%	9.37%

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。

2025年員工退離原因

退離原因	人數
・ 工作不適應	37
・ 升學	3
・ 合約期滿	16
・ 家庭因素	19
・ 退休	16
・ 健康狀況	18
・ 死亡	1
・ 勤務配班	2
・ 試用不合格	7
・ 資遣	0
・ 薪資	6
・ 轉換跑道	73
・ 其他	1
・ 總計	199

4.1.3 非員工組成與分布 GRI 2-8

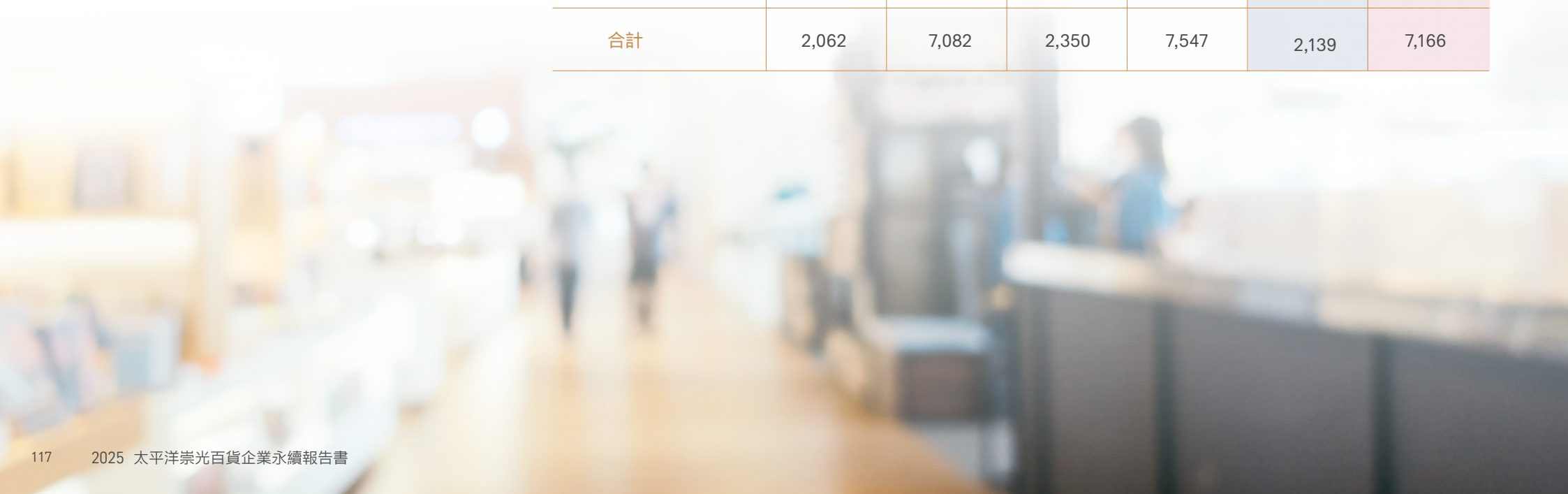
太百非員工包含承攬商（保全、維護、員工餐廳等）、承租廠商聘僱之專櫃人員、透過仲介公司僱用之IT派遣人員，共9,305人。

2025年非員工總人數

9,305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。
2. 2024年底已無員工餐廳。

	2023		2024		2025	
類別/年度	男性	女性	男性	女性	男性	女性
專櫃人員	1,855	6,794	2,152	7,261	1,939	6,882
保全人員	115	27	134	30	117	28
維護人員	69	238	61	241	62	240
員工餐廳	4	5	0	0	0	0
停車場收費員	17	17	1	15	19	16
派遣人員	2	1	2	0	2	0
合計	2,062	7,082	2,350	7,547	2,139	7,166



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。

為落實公平透明的職場環境，遠東SOGO於2025年1月1日全面啟用新職等架構，導入國際顧問公司之「全球職位評等系統（GGS）」。依據業務複雜度與影響範疇，將職級由10職等擴增細分為18職等，並首創「管理職」與「專業職」雙軌職涯架構。此變革打破過往僅能透過管理職晉升的單一途徑，讓資深專業人才（Specialist）亦能享有與管理職對等的薪酬與尊榮，有效解決專業人才流失痛點。

同步實施組織扁平化，取消「副課長」等職級，縮短指揮鏈。同時以專業知識、領導責任、解決問題能力等六大職能面向為客觀標準，重新定義職責與薪酬對價關係，確保薪酬體系兼具「內部公平性」與「外部競爭力」。

在薪酬優化上，2025年大幅調升新進人員敘薪標準，將基本薪資由32,000元調整至35,600元，調幅達11.25%，以吸引新世代人才。主計處公布2025年「批發及零售業」每人每月經常性薪資平均47,483元，同年本公司每人每月經常性薪資平均51,935元，超前同業9.38%；含獎金平均薪酬為75,697元，較同業平均55,813元高出35.63%。2025年為連續第四年全體加薪。同時暢通內部升遷管道，全年度晉升人數達233人，晉升率高達 17%，有效激勵員工績效表現。

全方位薪酬制度

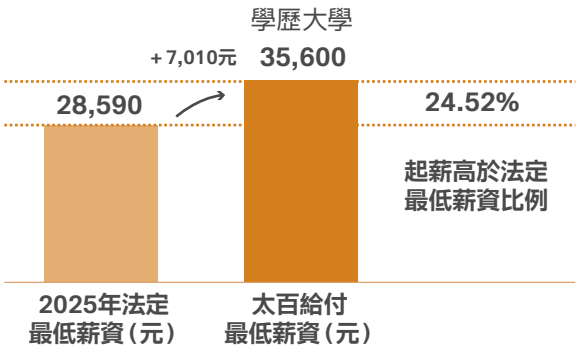


非主管全時員工人數及年度薪資統計

項目/年份	2023	2024	2025
非擔任主管職務之全時員工人數	1,100	1,087	1,144
非主管全時員工薪資平均數（千元/人）	653	710	730
非主管全時員工薪資中位數（千元/人）	620	676	693

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。

專業人員起薪與法定最低薪資比（無性別、地區差異）



起薪高於法定最低薪資比例 **24.52%**

備註 起薪高於法定最低薪資比例=（太百給付最低薪資-法定最低薪資）/法定最低薪資*100%。

各職級性別薪資與薪酬比

本公司規劃兩性公平的升遷與薪酬制，依照專業與評核結果敘薪，2025年高階主管男女比約6:4，女性平均薪資首度超越男性；中階主管與專業人員男女薪資比接近。

年份		2023		2024		2025	
性別		男性	女性	男性	女 性	男 性	女 性
高階主管	人數比例	55%	45%	54%	46%	57%	43%
	薪資性別比	1.18	1	1.07	1	0.93	1
	薪酬性別比	1.14	1	1.07	1	0.89	1
中階主管	人數比例	50%	50%	52%	48%	50%	50%
	薪資性別比	1.05	1	1	1	1.01	1
	薪酬性別比	1.06	1	1.02	1	1.04	1
專業人員	人數比例	29.91%	70.09%	31%	69%	30%	70%
	薪資性別比	1.03	1	1.05	1	1.06	1
	薪酬性別比	1.04	1	1.05	1	1.05	1



高階主管男女比 **6:4**

女性平均薪資 **首度超越男性**

中階主管與專業人員 **男女薪資比接近**

備註
1. 薪資（固定薪）=本薪+津貼 。
2. 薪酬=固定薪+變動薪（獎金）
3. 人數比例為該職級男女比 。
4. 2024年中階主管男女薪資比誤植故重編。

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，2025年職福會支出5,780萬元，主係股利收入及結算餘絀發放2,608萬元(佔比45.12%)，旅遊補助1,687萬元(佔比29.19%)，其中職福會舉辦團體旅遊有522人參加，地點為義大利、日本東北、韓國釜山，滿意度達83%。

2025年職福會支出

5,780 萬元

旅遊補助占	團體旅遊	旅遊滿意度達
29.19%	**522**人	**83**%
金額達	地點為	
1,687萬元		

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*
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

太百依法按月提撥員工退休準備金，員工另可自願提撥1~6%。同時，本公司符合勞退舊制資格483人，其中舊制62人，舊制轉新制421人；每月依符合勞退舊制資格人員的薪資，提撥6%至勞工退休準備金至台灣銀行專戶，並每年依法規足額提撥。為補足勞動力缺口，本公司正研擬退休同仁回聘制，並打造中高齡友善工作環境。

推動DEI 打造友善職場

依勞動部定義計算，本公司45~65歲中高齡在職488人、逾65歲高齡在職5人，共占員工總數36.36%，年資滿20、30年的分別有422人、75人，太百積極創建中高齡友善職場。

本公司依據性別工作平等法與勞基法保障，提出生產慶金、育兒減少工時假、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，領先零售業首創「育嬰留停職務代理人工作津貼」，讓職務代理人對額外增加之工作量，獲得相對應之報酬及肯定，年度186人次請領，累計發放金額近127萬。

45~65歲中高齡在職	逾65歲高齡在職	年資滿20年	年資滿30年
488 人	5 人	422 人	75 人
共占員工總數 36.36%			

本公司**全員完訓**
性別友善職場講座

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，2025年18人次申請
- 育兒津貼10,000元(優於法令)，2025年15人次申請
- 育嬰減短工時假給付八成薪(優於法令)，2025年7人次共申請349小時
- 結婚慶金8,000元，2025年13人次申請
- 子女教育補助1,000元/年，2025年297人次申請

維護身心障礙者就業權益

- 總公司、台北分店、中壢分店、新竹分店與視障按摩師簽訂定期契約
- 台北、高雄超額進用身心障礙者員工

性別平等支持措施

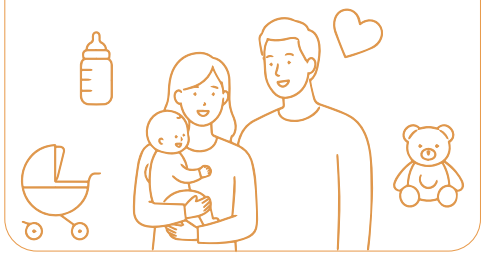
- 各店設置友善廁所(包含無障礙、親子、性別友善)
- 女性同仁夜間工作車費補助
- 公平的升遷與薪酬制度



育嬰支持措施

2025年有11位女性、6位男性同仁申請育嬰留停；育嬰留職停薪復職率為83.33%，復職週年留任率為71.43%。

育嬰留職停薪復職率	復職週年留任率
83.33 %	**71.43** %
2025年	2025年

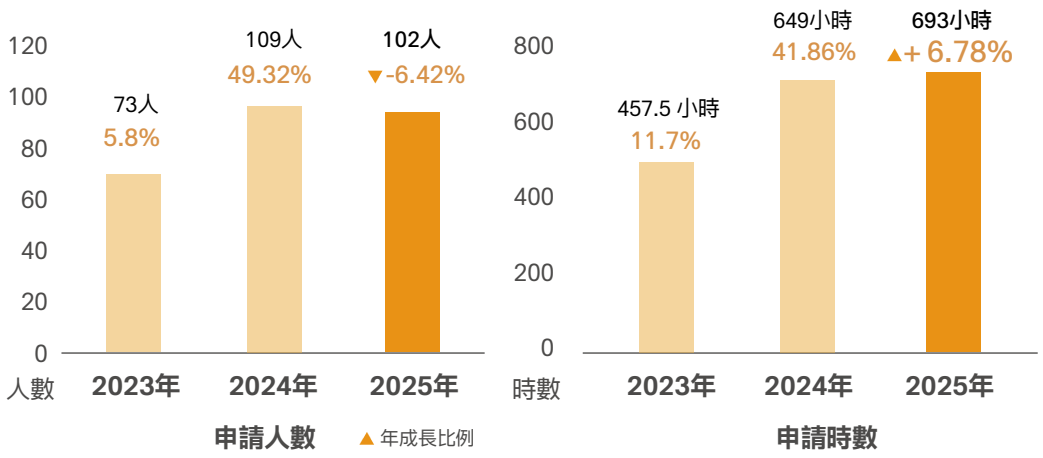


年份	2023		2024		2025	
性別	女性	男性	女性	男性	女性	男性
享有育嬰假人數 (A)	33	24	36	17	29	27
申請育嬰假留停人數 (B)	4	3	18	3	11	6
預定該年度復職人數 (C)	10	3	14	3	7	5
預定該年度復職且實際復職人數(D)	6	2	12	2	6	4
前一年實際復職人數 (E)	6	0	6	2	12	2
復職後12個月仍在職人數 (F)	5	N/A	5	2	9	1
育嬰留停申請率=(B)/(A)	12.12%	12.5%	50%	17.65%	37.93%	22.22%
留職期滿復職率=(D)/(C)	60%	66.67%	85.71%	66.67%	85.71%	80.00%
復職週年留任率=(F)/(E)	83.33%	N/A	83.33%	100%	75.00%	50.00%

備註 1. 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。
2. 2024年享有育嬰假人數誤植故重編。

公益假

太百員工每年享10小時公益假，同仁於非勤務時間參與公司認可之公益活動，可依規定申請補休。



備註 2024年成長比例誤植故重編。



▲ 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181人次使用此服務,中高齡同仁諮詢比例約17.13%。各店舉辦95場EAPs主題講座、33場ESG相關課程,共4,313人次參加,堂數較去年增加26.73%、人次增加31.05%。

2025年EAPs服務成效

181 人次 使用服務	17.13 % 中高齡同仁諮詢比例
95 場 EAPs主題講座	33 場 ESG相關課程

參加總人次 4,313 人次

堂數較去年增加 26.73 %	人數較去年增加 31.05 %

勞資溝通

本公司透過人資部及稽核室申訴信箱等多元機制強化溝通,建立良善的勞資互動。若營運遇重大變化,影響擴及員工,將遵循勞基法規定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1.69%,2025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。

2025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、敦化館)、天母店	3/17、6/19、9/30、12/24
中壢店	3/17、6/16、9/16、12/8
新竹店	3/27、6/27、9/25、12/26
高雄店	3/26、6/24、9/15、12/24

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,本公司每年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。2026年初施行的「2025年員工參與度暨ESG調查」回收1,177份問卷,回收率85%,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3.51分、淨推薦值-31.7。

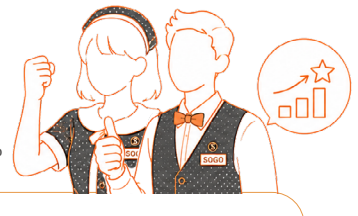
在ESG感知與期望中,81.44%認同公司重視企業永續發展,84.88%願意協助公司推動永續發展。在幸福與忠誠度指標中,63.72%在公司工作感到滿意,60.07%計畫在公司長期發展。本公司也交叉分析個人驅動力與幸福與忠誠度,雖有76.38%認同公司提供良好的福利制度,但僅36.96%沒有感受到很大的工作壓力,51.06%能在工作與生活間取得平衡。

人資部積極推動多元改善對策,致力於提升員工福利與培育人才發展。目前已落實多項措施,包含:統一全台各店員工旅遊補助金額、提供外語學習補助,以及定期安排駐診醫師諮詢。此外,研擬育嬰留職停薪職代津貼擴大適用於所有留職停薪、亦新增「彈性育兒友善工時」政策,協助同仁平衡工作與家庭照顧需求。

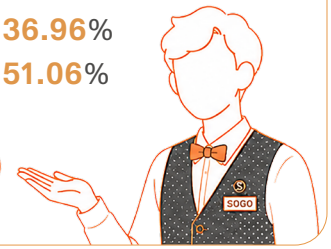
整體滿意度 3.51 分 (滿分5分)	認同公司重視企業永續發展 81.44 %	願意協助公司推動永續發展 84.88 %

在幸福與忠誠度指標中

在公司工作感到滿意 63.72 %	計畫在公司長期發展 60.07 %



認同公司提供良好的福利制度	76.38 %
沒有感受到很大的工作壓力	36.96 %
能在工作與生活間取得平衡	51.06 %



4.3 多元人才吸引與培育

4.3.1 員工培育 GRI 404-1 GRI 404-2

教育訓練

為強化組織競爭力，太百導入「人才發展品質管理系統」（Talent Quality-management System, TTQS），依其5大構面19項指標，建構制度化的教育訓練，針對不同部門、職階規劃課程。2025年教育訓練經費投入逾707萬元，平均每人受訓成本5,216元，實際受訓人次提升2.97%，總時數增長13.22%。

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，由基層主管向理階以上主管上課，營造創新多元的企業文化。

教育訓練受訓人次及投入金額

	2023		2024		2025	
	男 性	女 性	男 性	女 性	男 性	女 性
開課次數	424		421		493	
受訓人次	9,048		10,839		11,037	
受訓人數	1,444		1,450		1,493 ▲2.97%	
員工總數	433	872	444	853	455	901
高階主管平均受訓時數	20.75	9.82	19.42	21.05	13.54	17.95
中階主管平均受訓時數	28.59	15.54	27.39	27.74	23.61	25.65
專業人員平均受訓時數	14.74	10.44	17.85	19.50	19.46	22.54
每人平均受訓時數	17.85	17.64	20.39	19.96	20.15	22.82
	17.74		20.24		21.92 ▲13.22%	
總投入金額(元)	15,244,792		8,731,352		7,073,016	
每人平均受訓成本(元)	11,681.8		6,732		5,216	

備註
1. 每人平均受訓成本=總投入金額/員工總數 。
2. 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。
3. 2024年每人平均受訓時數誤植故重編。
4. 教育訓練總金額，包含專案外訓費、課程講師費、職業訓練費，不含外語進修補助。

各種課程受訓人次

課程種類 /年份	2023	2024	2025
管理領導	716	464	413
營業職能	370	666	1,508
專業職能	1,500	1,671	1,643
訓練專案	1,454	224	261
基礎教育	727	723	1,990
成長學習	1,798	1,550	1,555
資訊安全	58	245	1,289
永續相關	384	787	465
其他	2,041	4,509	1,913
總計	9,048	10,839	11,037

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

太百強化雇主防治意識及責任，將性騷擾列為重要議題，訂有《性騷擾防治辦法》，以維護當事人隱私為原則進行處理，2025年無相關案件發生。自2024年起全員必修性別友善職場課程，至2025年已達全數同仁100%完訓；於新進人員教育訓練中宣導人權政策，共164人次完成人權課程。



100 %
全數同仁完訓

「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，拓展視野，同時啟發工作靈感。2025年舉辦2場，邀請跟隨媽祖繞境多年的同事，分享途中的感動與見聞，以及熱愛馬拉松的同事分享自己的跑步動機與經歷，以及從中獲得的啟發。



2 場
逆向導師課程

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。



▲ 一年舉辦3場合計6小時理階以上主管永續課程。

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 (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。2025年5場共164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。2025年共進行12堂課，465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，2025年參與率80.75%。
	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。2025年徵得18件永續成果、22件創新提案、53篇永續圖文。首度增設個人獎，4人報名。
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。2025年舉辦13次會議，共312人次參加，其中7次有外部單位分享。
治理階層與理階主管	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92%。

4.3.2 外部人才培育

產學合作

太百自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，2025年累計與19所大專院校合作，共報到25名實習生。

2024年產學合作實習生於2025年轉正職的比率為 **40** %

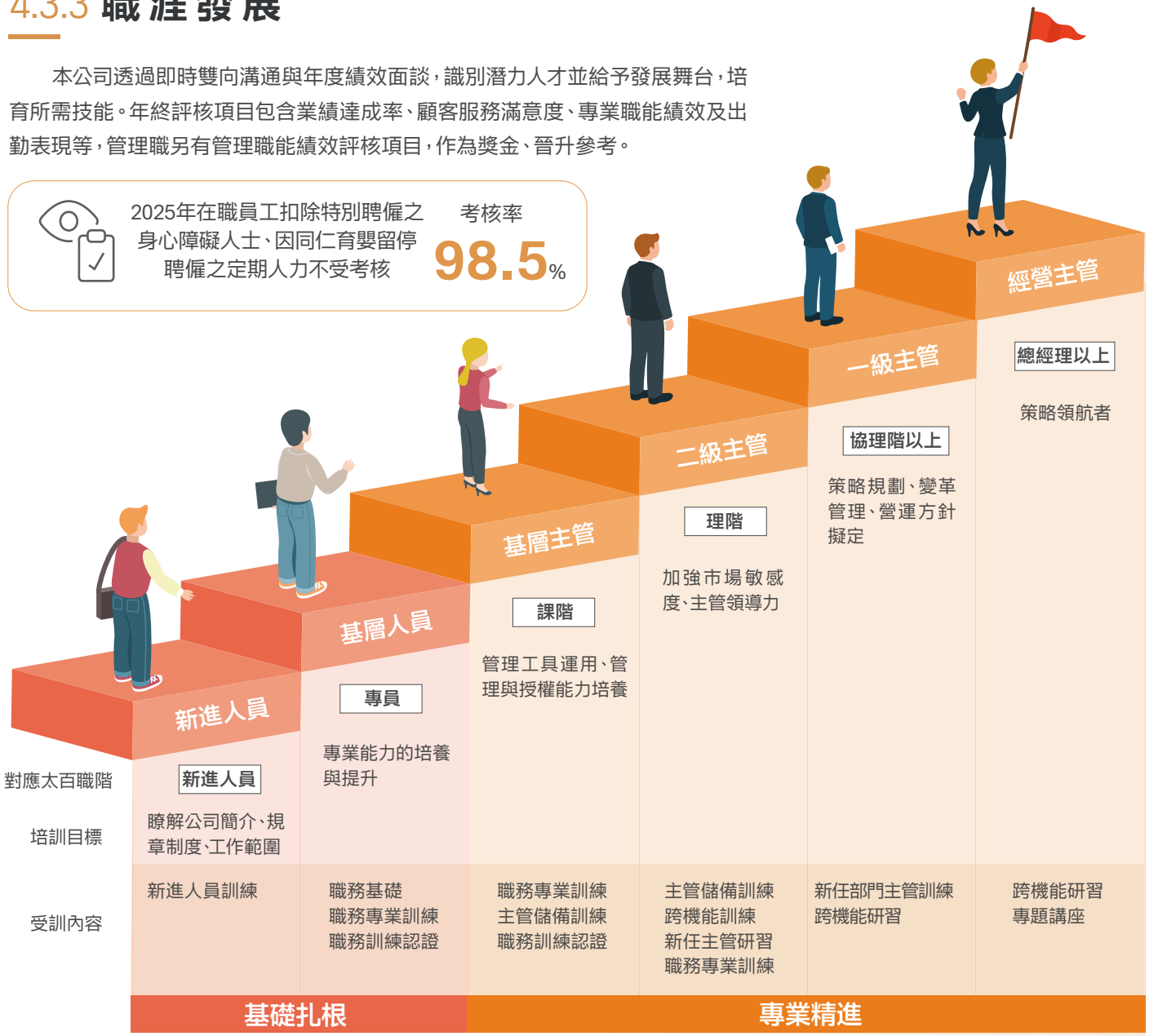
合作學校一覽

- 聯合大學
- 淡江大學
- 台北大學
- 實踐大學
- 銘傳大學
- 文化大學
- 輔仁大學
- 台北城市科技大學
- 德明財經科技大學
- 致理科技大學
- 勤益科技大學
- 亞東科技大學
- 宏國德霖科大
- 醒吾科技大學
- 東南科技大學
- 中華大學
- 中國科技大學
- 明新科技大學
- 元培醫事科技大學

4.3.3 職涯發展

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。

2025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 **98.5**%



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
忠孝館	長派教育	長期派遣人員須知	664	94.7%	701
	信用卡專業知識&周年慶帳務注意事項	信用卡專業知識&周年慶帳務注意事項	452	94.2%	480
	服務強化教育	服務強化教育	3	75.0%	4
	職業安全衛生	全員急救-AED及CPR教育訓練	219	95.6%	229
	說明會	新收銀系統教學	487	98.6%	494
復興館	長派教育	長期派遣人員須知	433	94.1%	460
	信用卡專業知識&周年慶帳務注意事項	信用卡專業知識&周年慶帳務注意事項	283	95.9%	295
	服務強化教育	服務強化教育	2	100.0%	2
	職業安全衛生	全員急救-AED及CPR教育訓練	95	94.1%	101
天母店	長派教育	長期派遣人員須知	192	96%	201
	宣導課程	簡易式消防滅火設備宣導	22	81%	27
	專櫃帳務加強教育	信用卡收授及真偽卡辨識	317	100%	317
	宣導課程	AED+CPR緊急應變訓練	296	98%	303
中壢店	長派教育	長期派遣人員須知	375	88%	427
	專櫃帳務加強教育	騰雲系統收銀機教育訓練	488	94%	519
	全員急救AED+CPR教育訓練	專櫃AED及CPR急救教學訓練	339	91%	374
	信用卡收授及真偽卡辨識教育	信用卡收授及真偽卡辨識教育	373	93%	399
	週年慶全員教育	週年慶全員教育	345	88%	390
大巨蛋店	長派教育	長期派遣人員須知	139	90%	154

店名	類別	課程名稱	受訓人數(人)	受訓比率 (%)	備註：應訓人數
新竹店	長派教育	長期派遣人員須知	309	92%	336
	一櫃一機&電子發票收銀教育	一櫃一機&電子發票收銀教育	207	83%	250
		一櫃一機&電子發票收銀教育(餐飲)	18	90%	20
	偽卡辨識教育	偽卡辨識教育	365	85%	427
	消防安全宣導	消防器材實務操作(滅火器)	20	100%	20
		消防安全宣導	30	83%	36
	推動無煙暨健康促進職場	菸酒檳危害與拒絕技巧	19	86%	22
		包裝下的陷阱-電子菸及加熱菸的危害	17	85%	20
		飲食有技巧三高不來擾	17	89%	19
		健康飲食-視力保健	16	73%	22
		實體運動-肌肉放鬆	14	82%	17
		實體運動-舒活延展	17	74%	23
	職業安全衛生	AED及CPR	378	94%	401
	新收銀系統線上說明會	新收銀系統線上說明會	663	91%	732
高雄店	服務強化教育	服務強化教育	1	50%	2
	長派教育	長期派遣人員須知	90	96%	94
	服務強化教育	服務強化教育	1	100%	1
	專櫃帳務教育	一櫃一機	54	90%	60
		新式收銀機操作-K1 1330-1430	148	96%	154
		信用卡偽卡辨識課程	132	95%	139
	AED及CPR演練實務教育	AED及CPR演練實務 1300-1500	150	94%	159
	安僑教育訓練	安僑教育訓練	21	95%	22

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 403-5 GRI 403-8 GRI 403-9 GRI 403-10

太百2017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，2025年未發生因公死亡事件。

2025年獲工業安全衛生協會認證「無災害工時紀錄」累計**2,807,584小時**；**連續13年獲台北市勞動安全獎**，領先零售與服務業；獲台北市與新竹市政府指定為工安示範企業，成立百貨工安家族，傳承經驗，並協助專櫃、供應商符合職安衛管理規範及ESG政策，為勞工及消費者提供安心與優質服務，提升產業競爭力。

職業安全衛生委員會 2025 年度運作情形

會議召開頻率 **3個月** / 次

會議召開情形 **16次** / 2025年

委員任期 **2年一任**

備註
1. 2025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。
2. 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。
3. 出席率=實際參與次數/辦理次數 。

委員組成	人數	出席率
主任委員（行政總經理/店長）	4	100%
職業安全衛生人員	4	100%
各部門主管	21	93%
醫護人員	3	100%
職業安全衛生相關工程技術人員	3	100%
勞工代表	23	95%

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

重大決議事項

1. 台北市百貨共榮聯盟安衛家族成立
2. 新竹市安衛家族成立
3. 各店全員教育CPR及AED（衛福部安心場所認證）
4. BLS高級急救術課程（台北）
5. 各店高空工作車年度安全檢查
6. 火災爆炸預防與管理課程



消防安全管理系統

太百重視員工安全，建立完善消防安全管理系統，將職業安全衛生教育列為全員必修訓練課程，包含消防安全宣導、消防器材實務操作、滅火器&水錨操作，並訂定「賣場自衛消防編組」、「停車場自衛消防編組」組織標準。

「賣場自衛消防編組」編制標準含總指揮官1名、區隊指揮官各樓1名、通報班2人以上、滅火班滅火器10人以上水瞄6人以上、避難引導班每處3人以上、安全防護班2人以上、救護班4人以上。「停車場自衛消防編組」編制標準含總指揮官1名、區隊指揮官各樓1名、通報班1人以上、滅火班2人以上、疏散班每處1人以上、安全防護班2人以上、救護班。

當災害發生時，由區隊指揮官啟動自衛消防編組，指揮救災作業，通報主管、總指揮官現場災害與疏散情況；總指揮官接獲通知後進駐防災中心，指揮調度救災作業；通報班通報現場人員、主控室、工務課發生災害處所與情況，請求支援；滅火班使用滅火器與消防栓進行滅火作業；避難引導班持指揮棒、手電筒、哨子引導人員自安全梯疏散；安全防護班確認防火區劃完整，防火門關閉；救護班執行現場傷患救護、簡易包紮、使用擔架後送就醫；防災中心協助災害救助與支援調度，並通報119請求協助；工務課協助災害現場斷電作業。

2025年忠孝館、復興館與台北市消防局締約義消夥伴關係，共24名同仁加入企業義消，接受48小時以上之基本訓練，每年24小時專業訓練，如消防基本概念及通報措施、手提式滅火器暨煙霧室訓練、水帶及各式消防安全設備射水操作，共同推動社區與企業防救災能力。





ISO 45001 職場安全衛生管理

2020年太百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，2025年忠孝館再度通過驗證，佔工作者比例（員工與非員工加總）達7.5%。

本公司持續以此標準，於所有據點建置合適之管理辦法，未排除任何作業活動。太百依據標準條文制訂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。

2020年

太百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：通過 ISO 45001:2018
職業安全衛生管理系統驗證

2025年

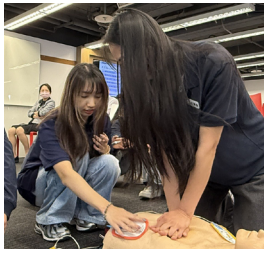
各店完成導入

忠孝館再度通過驗證

100% 員工與非員工
通過太百職安衛生管理系統稽核

涵蓋 **10,661位** 工作者

為保障顧客及員工安全，太百每2年安排所有工作者參加CPR及AED基礎急救課程，2017年至今，舉辦283場，破萬人次完訓。2025年不僅為CPR及AED的全員複訓年度，更安排賣場主管完成進階急救技術課程（基本救命術BLS）。



請至本公司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。

發生前

危害辨識	• 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 • 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
風險評估	• 作業場所風險評估：每年一次 • 風險發生型態：常態性發生 • 評估參與層級：部門主管、非管理職代表、專員
專案改善	• 建立管理方案：逐年稽核檢討，災害演習辦理，追蹤風險事件發生頻率 • 建立應變流程：決議參與層級

發生時

緊急應變	• 員工退避權：依據〈職業安全衛生法〉，工作者如認為作業可能導致傷害或疾病，可依既定流程停止作業並退避，且不因此受不利處分
職安通報	• 依流程通報 • 通報對象：組織內上級層級、組織外單位（當地勞動檢查機構）

發生後

事故調查	• 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 • 調查報告：事故類別、風險類別
檢討改善	• 檢討方案 • 改善方案：負責單位、檢核頻率
成效追蹤	• 方案追蹤成果 • 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

2025年太百發生法定須通報之職業災害

0 件

專案改善成效追蹤

主要危害項目

1. 跌倒
2. 墜落踩空

改善情況

1. 加強安全衛生教育訓練，提高同仁安全意識。
2. 請工程單位進行工程改善，增加防滑條。
3. 宣導個人鞋款應選擇具有較佳摩擦力款式。

改善目標

朝向零受傷邁進。

職業安全衛生管理成果

2025年太百失能傷害嚴重率為 **1**

失能傷害頻率為 **1.14**

皆優於行業平均值

		2023	2024	2025
失能傷害嚴重率 (SR)	太百	81	12	1
	行業平均值	54		
失能傷害頻率 (FR)	太百	2.33	1.15	1.14
	行業平均值	2.89		

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 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時）× 1,000,000 。
3. FR =（公傷件數 ÷ 該性別或該地區的勞工總工時）× 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2025年3月5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 。

百貨零售業無直接暴露於高風險因子之疑慮，2025年太百員工發生法定重大職業傷害0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，分為跌倒、墜落踩空、個人身體不適各1件。



員工職業傷害統計（性別）

年份	2023		2024		2025	
性別	女性	男性	女性	男性	女性	男性
總人數	872	433	853	444	901	455
總工時	1,713,288	860,800	1,696,432	899,672	1,721,152	895,416
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		1		0	
可記錄之職業傷害件數	6	0	2	1	3	0
失能傷害頻率(FR)	3.50	0	1.17	1.11	1.74	0
失能傷害嚴重率(SR)	122	0	5	24	2	0

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 ÷ 該性別勞工總工時）× 1,000,000 。
   SR =（公傷損失天數 ÷ 該性別勞工總工時）× 1,000,000。

員工職業傷害統計（地區）

區域	年份	2023	2024	2025
台北	失能傷害頻率(FR)	1.68	1.65	1.61
	失能傷害嚴重率(SR)	6	17	2
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)	9.28	0	0
	失能傷害嚴重率(SR)	615	0	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2025年非員工總人數9,305人，以勞動部最新公布2024年台灣勞工平均年總工時2,030小時計算，總工時為18,889,150小時。

本公司與廠商合約內含「永續條款」，明訂保障勞工合法權益，尊重勞動人權原則。為精準掌握所有工作者的職場健康狀況，太百逐年建立非員工之職業災害回報機制，2025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至本公司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	2025	
性別	女性	男性
總人數	7,166	2,139
總工時	14,546,980	4,342,170
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


健康促進標章


運動認證企業

太百各店持續取得衛福部國民健康署「健康促進標章」，為運動部全民運動署「運動認證企業」，且是首家設置醫護臨場健康服務的百貨，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。

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151場，共3,814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。

2024~2025 員工健檢十大異常項目

序	項目名稱	比例(%)
1	體重	51.1
2	胸部X光	34.5
3	腰圍	27.1
4	視力	26.2
5	舒張壓	24.9
6	總膽固醇	24.6
7	低密度脂蛋白膽固醇	23.9
8	肌酸酐	23.6
9	空腹血糖	18.7
10	高密度脂蛋白膽固醇	18.5

員工健檢

本公司每兩年辦理一次健康檢查，頻率優於法規的每三~五年一次，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	
心血管功能 檢查	防癌篩檢
血液常規檢查	電解質
X 光檢查	身體脂肪分布指標
肝功能檢查	理學檢查
腎功能檢查	聽力檢查
糖尿病篩檢	視力檢查
尿液常規檢查	一般檢查

免費加選健檢項目			
一般員工	55歲以上員工	課階	理階
女性-新柏氏抹片	愛心	愛心鼻咽鏡	心肺腦血管
女性-HPV	顧肺	顧肺鼻咽鏡	消化道
肺癌篩檢	婦女	婦女	心血管
顧骨荷爾蒙	無痛胃鏡	消化道	婦女
愛肝甲狀腺	腦血管	腦血管	全脊椎骨質密度
消化道心血管			

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

太百各據點雇用1~3名專任健康服務護理師，每2個月一次醫師諮詢。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。

05

社會影響力

太百致力以「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。

本章節對應之SDGs



2025年亮點績效

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30位特境學童 發放31.9萬獎助學金
關懷弱勢兒童	・「SO GOOD 好小孩的耶誕心願」圓夢活動為1,084名弱勢學童圓夢
推廣永續飲食	・「永續餐飲料理競賽」192人次參賽，美食再現合作餐廳共販售出4,749份永續料理，影響超過64萬人次認識永續
打造永續生態系	・攜手860個外部單位發起1004場社會參與活動 投入資源價值逾7,954萬 受益人次超過471萬



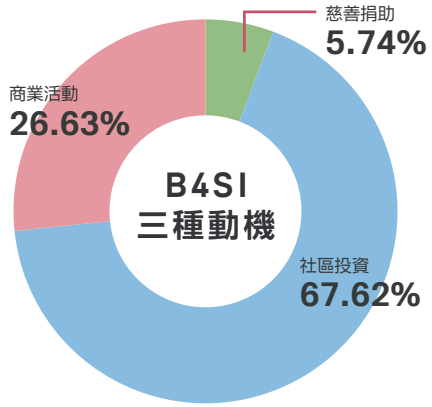
5.1 社會共好、永續共創、文化共感

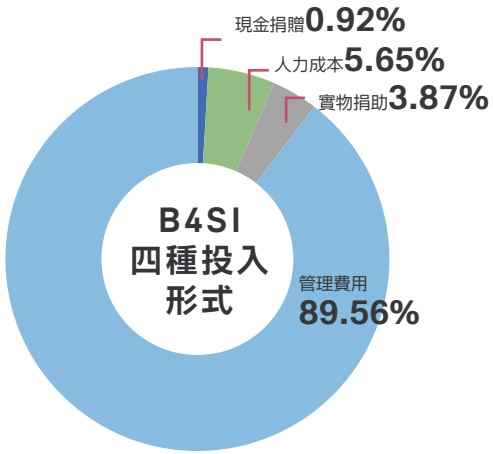
遠東SOGO以公司使命「為所有人提供幸福」、核心價值R.I.S.E（信賴可靠Reliable、啟發創意Inspire、永續長遠Sustain、追求卓越Excellence）為本，提供融合國際與在地特色的飲食文化、流行體驗與精緻服務，發揮通路優勢，攜手利害關係人，開創「遠東SOGO NEW LIFE工程」，持續投入資源於「關懷、永續、信賴」（Caring, Sustainability, and Reliability）等三大主軸實踐社會參與。

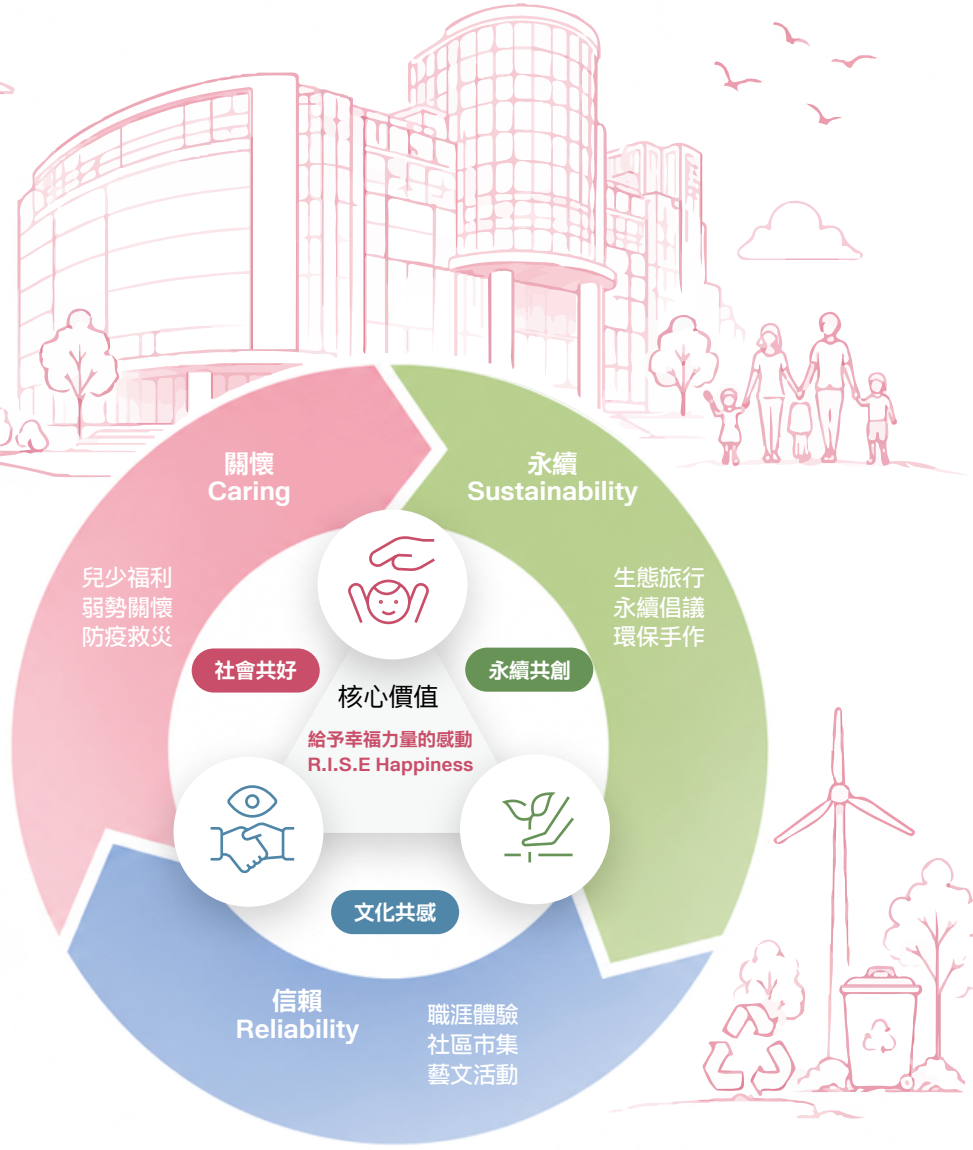
為有效管理專案，本公司參考各項國際社會影響力評估框架，檢核活動成效並優化活動辦法，使用 B4SI （Business for Social Impact Framework）架構，量化投入與產出，提升資源分配效益。配合總公司永續政策，透過環境教育共同邁向淨零願景，並且深化社區鏈結，各店活動重心由傳統的慈善捐助（社會共好），逐年轉移至永續共創、文化共感，投入資源占比大幅增加。

2025 成效	社會共好	永續共創	文化共感
投入資源（元）	5,806,694	10,502,019	63,236,349
比　例	7.3%	13.2%	79.5%
受益人次	646,117	966,504	3,106,555
舉辦場次	27	162	815

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 2025年勞動部公告基本工資每小時190元計算。







三大社會參與主軸

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

1988 年成立

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

2025年重點專案

第6屆
遠東SOGO永續飲食料理競賽

活動網站

合作單位

指導單位

台北市政府環境保護局

協辦單位

- 全民健康基金會
- 香格里拉台北遠東國際大飯店

贊助單位

- 瑞康屋
- 台灣太古可口可樂
- 深紅火鍋
- pd by petit doux
- 瓦城
- 龜甲萬
- 三合院
- 金色三麥
- 聯合利華
- 三小市集

倡議夥伴

- 新葡苑（復興館餐廳）
- Kaffee Amadeus(復興館餐廳)
- Pd by petit doux（忠孝館餐廳）
- 皇家哥本哈根咖啡輕食複合店（忠孝館餐廳）
- 新葡苑（天母店餐廳）
- 三合院（中壢店餐廳）
- 大戶屋（新竹店餐廳）
- 勝勢豬排（新竹店餐廳）
- 十二月（新竹店餐廳）

專案成效

投入

現金捐贈：總獎金**36萬元**
實物捐助：超過**200份禮物**
人力成本：2位專職共投入400小時，2位志工共投入16小時
管理費用：**1,916,394元**

產出

- 192人完賽
- 15組入圍，10組優勝
- **142人**參加美食巡迴體驗課程，認識食材全利用
- 美味再現：媒合百貨9家人氣餐廳，販售第五屆優勝或永續餐點料理，推廣永續飲食，共**銷售4,749份料理**，較去年**成長1,020%**
- 觸及**超過64萬人次**

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
- 讓合作餐廳認知到推廣低碳飲食有助營收增長
- 參賽者認為透過活動能提升自身使用在地食材，並關注永續飲食

基金會

財團法人太平洋崇光社會福利基金會

2000 年成立

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

2025年重點專案

第34屆

SO GOOD

好小孩的耶誕心願圓夢活動

活動網站

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
- 台北市婦女救援基金會
- 基督教芥菜種會
- 國立台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

專案成效

投入

現金捐贈：無

實物捐助：1,084份禮物，均價600元，總值約650,400元

人力成本：14位專職共投入488小時，9位志工共投入33小時

管理費用：**649,949元**

產出

- 565位民眾認領禮
- **1,084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

2025年重點專案

第13屆

SO GOOD

好小孩少年楷模徵選暨表揚

活動網站

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

- Pentel飛龍
- LA NEW
- FNG
- Deya
- 奇立國際
- 藝禮實業

專案成效

投入

現金捐贈：無

實物捐助：70份禮物，包含文具、飲品及童鞋，均價6000元，總值約420,000元

人力成本：4位專職共投入600小時，23位志工共投入32小時

管理費用：**1,319,266元**

產出

- 44單位推薦70位學童報名，選出**30位**楷模
- **4位獲得總統教育獎**
- 頒發向上獎學金給7位歷屆楷模
- 環境部 彭啓明部長蒞臨勉勵學童
- 永續倡議觸及超過**14.2萬人次**

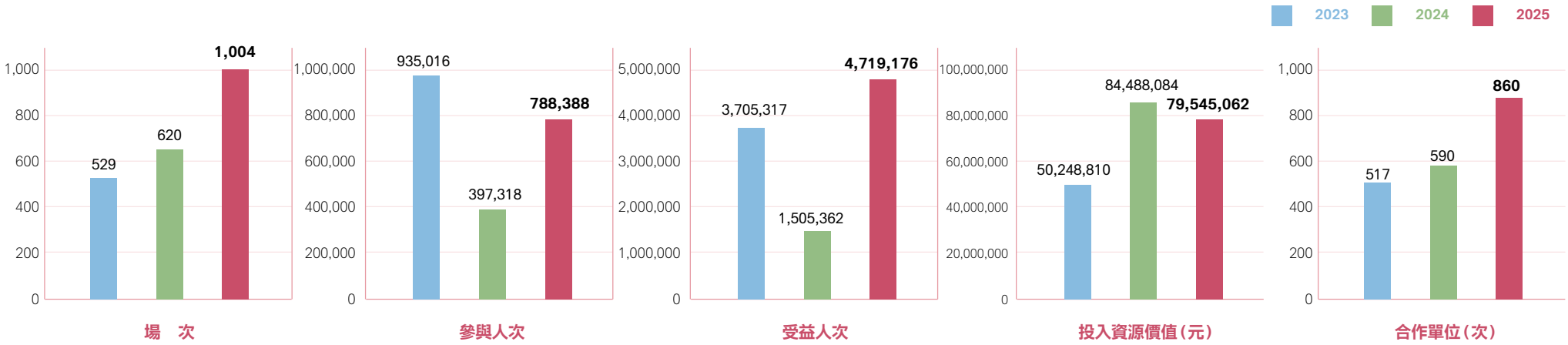
影響力

- 學童被認同與肯定，獲得自信
- 照顧者努力有所回報
- 受益者透過活動與影片觀賞認識兒童平權。
- 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、贈送畫具，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

5.1.2 社會參與成果

2025年遠東SOGO與860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1004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7,954萬元，受益人次超過471萬。

遠東SOGO社會參與成果統計



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，2025年投入近580萬元，舉辦27場活動，近20萬人次參與、64.6萬人次受益。

2025年投入近 **580** 萬元

舉辦活動 **27** 場

參與人次 近**20**萬人次

受益人次 **64.6**萬人

鼓勵多元 勇敢夢想 SO GOOD 好小孩少年楷模

專案延續性	總獎助學金(元)	累計獎助學童(人)	觸及人次	受益對象	總統教育獎
13 屆	444萬	362人	791萬	超過375個弱勢家庭及親友375個第一線付出的社工與老師	累計催生57位得主(國內特殊生最高獎勵)

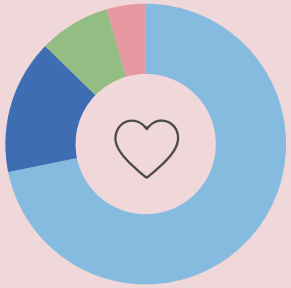
宗旨
以人氣百貨的通路力量，關注資源不足的弱勢兒童

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

呼應SDGs
4 優質教育
10 減少不平等

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



總計 **2,926** 萬元

- **71.8%** 專案管理 —— 2,099萬元
- **15.5%** 現金捐款 —— 454萬元
- **8.2%** 人力資源 —— 241萬元
- **4.5%** 實體物資 —— 132萬元

台灣百貨唯一弱勢兒童典範徵選活動

遠東SOGO自2011年起舉辦「SO GOOD好小孩少年楷模徵選暨表揚」，為台灣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60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。

2025年以「逆風也要飛翔」為主題，倡導SDG10消除不平等，希望鼓勵這些努力不懈的孩子，發掘出勇敢的故事，讓大眾看見生命的韌性與多元價值，進而實現社會共融理念。本次表揚的25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3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，活動採取公開徵求主視覺，並與國小師長合作，引導學生認識SDGs，觀賞少年楷模系列影片。學生透過繪畫表達對「消除不平等」的理解，最終選出第一名作品作為活動主視覺。並且近年在氣候變遷影響下，生物多樣性遭受嚴重衝擊，為呼應聯合國永續發展目標（SDGs）的SDG 14保育海洋生態，首度辦理「生物多樣性徵圖」，以超人氣主角-曼波魚（翻車魚）出發，結合環保議題，傳遞如：減塑、保育、守護棲地、維護生物多樣性等環保永續行動與理念，邀請歷屆少年楷模畫下繽紛多元的海底世界，激發世人一起守護藍色星球！



◀ 繪者：
第11屆SOGOOD好小孩少年楷模、
2025年總統教育獎得主 吳昌玹



▲ 少年楷模透過百貨通路，搭建社會對話橋樑，倡議消除不平等



▲ 獲獎學童發表「永續未來宣言」，由遠東SOGO董事長黃晴雯與環境部部長彭啓明共同見證，展現對環境永續的重視與對下一代的承諾

評審團特別獎學童影片

牽起M型社會兩端對話 SO GOOD 好小孩的耶誕心願

專案延續性	累計參與人次	累計觸及人次
34屆	4.4萬	4.1萬



▲ 遠東SOGO每年固定攜手瑪利亞基金會發起愛心捐點活動



▲ 遠東SOGO用行動為特殊孩子送上冬日祝福

遠東SOGO長期搭建公益平台，促進M型化社會兩端的交流，其中最具代表性的公益計畫是「SO GOOD 好小孩的耶誕心願」。34年來，累計逾4.4萬人次參與，幫助超過3.2萬名弱勢兒童實現心願，展現遠東SOGO作為公益平台的長期影響力。

2025年，遠東SOGO各店共展示1,084名弱勢學童心願卡，超過半數的認領者一次選擇認領兩張以上，顯示高度的參與意願。同時有分店在活動第一天認領率就達7成，第五天100份禮物即認領完畢。

活動的成功不僅來自忠實支持者，也來自新加入的愛心人士。高達82.5%的參與者是重覆參與者，其中5%已連續參與5次以上，顯示活動擁有穩定的支持者，每年持續為孩子圓夢；同時，17.5%為首次參與，代表活動仍不斷吸引新民眾加入。透過實體擺攤與網路宣傳，遠東SOGO進一步擴大兒福議題的關注度，凝聚更多社會力量投入公益行動。

遠東SOGO秉持公益初心，不限制禮物的購買地點，即使僅有22.8%的認領者選擇在SOGO購買，未直接帶來商業效益，遠東SOGO仍堅持舉辦至今。這份堅持，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APP歲末公益活動，全台顧客總計捐出400,800點，折合120,240元贈予瑪利亞基金會「瑪利寶寶早療計畫」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。2025年投入近1,050萬元，舉辦162場永續共創活動，22.9萬人次參與，96.6萬人次受益。

2025年投入近	舉辦活動	參與人次	受益人次
1,050 萬元	162 場	22.9萬人次	96.6萬人

全民食育　綠色飲食

永續飲食料理競賽

遠東SOGO深耕料理競賽15年，全面厚植台灣軟「食」力，累計近837名參賽者。賽事從「遠東餐廚達人賽」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，而現代飲食講求順應時令、與自然共生，也強調永續經營大地的智慧，為符合永續趨勢，賽事自第六屆起更名為「『永續飲食』料理競賽」，強調低碳食材、惜食料理、永續認證、食物里程、節能烹調等，不僅考驗選手食材挑選與運用、節能烹飪技巧與刀工、視覺擺盤等廚藝能力，還透過選手說菜，驗證食譜設計與料理主題是否呼應低碳飲食概念。更著重於永續飲食概念。

六屆以來，遠東SOGO投入千萬資金，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，賽事觸及超過7,571.7萬人次，深化食育意識，讓永續料理成為全民運動，並培育出超過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，已是國內最具代表性的永續料理競賽。

2025年賽事主題為「為氣候選食 為未來而煮」，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。賽事過往分為社會組與學生組，今年取消學生組，改為不分組，但總獲獎隊伍數不變。讓永續料理成為不分年齡的全民運動。本次共吸引192隊參賽，年齡橫跨10至83歲，超過四成非首度參賽。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。本屆特別攜手長庚國小合辦「親子廚神出任務～小手大廚，一起開煮！」以實際行動實踐綠色餐桌新體驗，並邀請林聖哲主廚、合作夥伴瑞康屋於線上示範推廣永續低碳料理，共吸引約40萬人次瀏覽。

競賽更連結供應鏈夥伴，連續六年邀請餐廳重新詮釋優勝料理，或強化菜單上原有料理的永續概念，推廣環境部認證的「環保餐廳」。2025年有9家餐廳響應，料理共售出4,749份，較去年成長1,020%，顯示透過活動推廣，有效促進供應鏈的永續轉型，並提升消費者對綠色飲食的認識。同時，提供參賽者於SOGO生鮮超市「Fresh　Mart」採購當令當季食材的購物金，並贊助綠色電商平台「SOGOplus」上架之永續食材，以減少食物里程，並宣導「吃多少、買多少、煮多少」，以降低環境負擔。未來，遠東SOGO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。

專案延續性	累計參與人次	累計觸及人次
6 屆	6,553人	7,571.7萬



▲ 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



▲ 賽前鼓勵優先選購永續認證商品並提供永續食材贊助

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，讓孩子在遊戲中學習，將永續知識轉化為生活習慣。天母店作為全台首家綠建築百貨，為響應世界地球日及參與「Open House Taipei 打開台北」活動，開放百貨頂樓綠色空間讓消費者參觀， 由專人進行導覽，介紹頂樓各項綠色設施與實際節能成果，包含大面積綠化草坪、雨水回收系統以及太陽能板，將原本屬於內部工程運作的「綠色理念」，轉化為民眾能親身參與、實地體驗綠色城市生活的公共行動。天母店也辦理「蟲蟲學堂－獨角仙展翅標本DIY」，透過獨角仙標本展示，結合專業解說與趣味互動遊戲，讓參與者能近距離觀察獨角仙的外型特徵與生活習性，進一步認識台灣常見昆蟲的多樣性與生態角色。

新竹店則舉辦「童趣故事樂園」與滋滋音樂故事屋攜手打造永續共創的童趣故事樂園，結合繪本、音樂與遊戲，引導3–12歲孩子認識環境保育與永續生態，在歡樂體驗中培養永續意識，成為守護地球的小小行動者。並與消費者一同走訪新埔味衛佳柿餅教育農園的「柿情畫意 綠色尊享之旅」，參與農園導覽、柿餅DIY與柿染購物袋DIY，深入了解柿餅製程與農園故事，親手體驗傳統工藝，感受秋日陽光與時間交織的甜美。



▲ 天母店開放讓民眾走進頂樓認識百貨綠色建築



▲ 新竹店舉辦「童趣故事樂園」活動，結合繪本、音樂與遊戲，引導孩童成為守護地球的小小行動者

Reliability信賴 / 文化共感

遠東SOGO全台進駐超過2,700個櫃位，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。2025年投入6,323.6萬元於815場文化共感活動，累計超過35.9萬人次參與、310萬人次受益。

2025年投入近 **6,323.6** 萬元　舉辦活動 **815** 場

參與人次 **35.9** 萬人次　受益人次 **310** 萬人

打造多元小小職人體驗營

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遊戲，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，例如中壢店與「桃園市政府消防局」攜手舉辦「防災聯盟出任務：地震大作戰」，結合消防專業資源，打造寓教於樂的兒童防災體驗活動，規劃火線救援、濃煙體驗與地震車三大關卡，透過沉浸式互動設計，讓4至12歲孩童在實際操作中學習消防、逃生與地震避難知識，深化家庭與社區的防災意識，落實企業社會責任。亦與「桃園市政府衛生局」攜手舉辦「歡迎光臨。你的情緒便利商店」以五感互動體驗，引導民眾關注心理健康的日常練習，打造「心靈貨架展」，透過視覺、聽覺、嗅覺、味覺與觸覺體驗，讓心理健康成為生活中自然可親的一部分，吸引超過3,000人次參觀。新竹店則為鼓勵大家體驗多元運動、培養健康生活，於暑假舉辦「全民運動體驗營」，邀請專業教練帶領高爾夫、劍道、擊劍、空手道及布袋球等多元入門課程，吸引約500位以學童為主的民眾熱情參加，透過實際體驗與互動教學，成功激發孩子對運動的興趣。



▲ 中壢店舉辦「防災聯盟出任務：地震大作戰」活動，結合消防專業資源，打造寓教於樂的兒童防災體驗



▲ 新竹店的「全民運動體驗營」，鼓勵民眾走出螢幕、培養規律運動習慣，打造更健康的生活型態

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，消費者對本公司於文教與公益領域的投入給予了高度肯定，整體滿意度提升至74.3%，為近三年來最高。檢視各項活動類型，「商圈／社區合作」以75.3%的滿意度居於首位，反映遠東SOGO結合在地特色的策略，最能引發共鳴，並讓消費者在逛百貨的同時，體會到品牌對地方經濟與共融的實質貢獻。例如，復興館透過高端場域與社創品牌的合作，將百貨轉化為地方創生的櫥窗；中壢店則串聯六和商圈夥伴進行節能與市集合作；作為全台遠東SOGO小而美的高雄店，無償提供銀髮健身空間、修繕員工宿舍響應社會住宅等具體行動，種種將實體空間無償回饋給社會與社區的作法，實質推升消費者的品牌好感。

整體滿意度提升至 **74.3** %
近三年來最高

5.2 永續生態系

5.2.1 打造社會價值共創平台

遠東SOGO看見零售通路在社會議題上的潛力與責任，從2018年起，主動將自身從「商品銷售者」轉型為「社會價值共創平台」。此策略歷經三階段進化：

1.0 通路賦能 (2018-2021)

以全台最大規模小農展為起點，開放通路資源，為優質農社企提供被看見的舞台，解決其市場通路不足的痛點。

2.0 平台整合 (2022-2024)

合作層次升級，從單純提供場域，深化為策略夥伴。與經濟部「有ㄚㄜˊ商行」及地方創生團隊「三小市集」的合作，導入品牌輔導、行銷包裝、數據分析，並啟動「社會創新採購」，以核心職能的「購買力」直接支持社創生態系。

3.0 生態系建構 (2025-)

將成功模式擴展至更複雜的環境議題。2025年為遠東SOGO「循環經濟元年」，我們發起「紡織循環」及「rPET生鮮托盤」等專案，串連上游供應商、科技夥伴、社會企業與末端消費者，建構一個跨產業、可持續的循環經濟新模式。

請參閱（2.4.2 綠色行動）



5.2.2 賦能土地，連結餐桌的創生實踐

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。遠東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（empower）對社會與環境友善的品牌，共同提升永續影響力。

遠東SOGO也成功打造「台灣百貨最大規模小農展」，自2018年起開始關注食物里程與低碳飲食，攜手社會企業從「好時好物」，到2024年「島東風味」再到2025年「農遊台灣　夏季小農展」，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，吸引消費者從單純的購物行為，轉向支持綠色消費。經過八年的努力，已達成11.4萬筆銷售，累積營收5,519萬元，客單價平均600元以上，顯示消費者對永續產品的接受度持續提升，展現遠東SOGO繼續推動友善耕作的農特產品，延續綠色消費的影響力。

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品展售。自2018年至今，遠東SOGO已舉辦113場展覽，吸引超過194萬人次參與，不僅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。

113 場 展覽	194 萬人次 參與	11.4 萬筆 銷售	
5,519 萬元 累積營收	客單價平均 600 元以上	營收與客單價 逐年成長	

遠東SOGO不僅是提供場地，更是一套從選商、長達半年的溝通輔導、行銷包裝到數據回饋的完整培力系統，讓小農能夠直接進入百貨體系，協助小農站穩市場的核心商業資源。2024年，遠東SOGO已連續3年與農業社創企業「三小市集」攜手，集結全台超過17鄉鎮、40個在地品牌的特色農產帶進百貨商場，合作的成效也反映在營收增長上：消費筆數共7,648筆，為小農創造500萬元營收；營收三年成長22%，交易筆數成長5.3%，平均客單價（每筆交易額）從574元成長至665元，成長15.9%。今年更呼應生物多樣性議題，特別邀請石虎保育單位、原生種推廣單位共同進駐，除帶來棲地守護的概念商品，更讓消費者能了解棲地的現況與保育行動，讓保育不只是一句口號，而是可以實際參與的生活提案。同期也舉辦多元工作坊與手作活動，讓參與者從「買」到「做」，更深入理解農產品的價值與勞動過程，深化對土地的認同。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，進一步擴展永續生態系的影響力，讓綠色消費真正融入日常生活，帶動市場邁向更永續的未來。

遠東SOGO百貨

以大帶小，從產地到貨架培力社企

打造永續生態系

遠東SOGO 百貨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。累計8年，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。





5.2.3 國際節日永續倡議

因應氣候變遷，「百貨永續模範生」遠東SOGO百貨發揮通路領導力，連續三年發起「關燈一小時行動」，於6月21日北半球日照最長的夏至當晚，串聯770家品牌、供應商及商圈夥伴等，合計有上千個營運據點，於同一時間，一齊節能愛地球。創下國內百貨業最大規模、參與品牌數量最多的節電倡議。藉由具體行動深化內外部永續協作，實踐「讓顧客的每次消費皆能為地球盡一份力」的企業使命，邀請利害關係人以小行動「讓地球喘口氣」。

遠東SOGO內部也於夏季用電高峰推行「夏至永續週」，以午休關燈、環保市集、發票捐贈、萬步健走等生活化行動；首次舉辦「夏季節電競賽」，共132位同仁與專櫃夥伴的熱情參與，日常居家整體省電度數達26,576度，減碳效益相當於1,095棵樹一年的吸碳量，本次競賽的「節電王」更創下節電率55.2%的超強紀錄！鼓勵同仁從日常累積綠色行動力，共同在日常中落實節能減碳、積沙成塔，朝向永續淨零邁進。

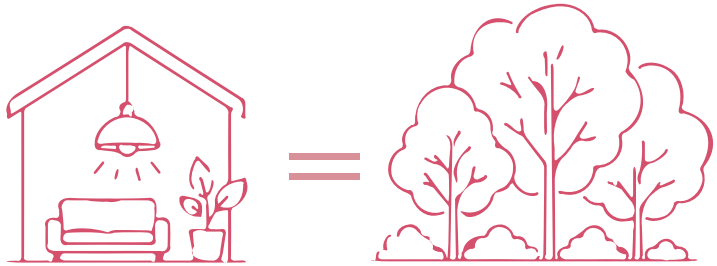


夏至永續週 x 永續生活行動

午休關燈　環保市集　發票捐贈　萬步健走

夏季節電競賽

132位	26,576度	1,095棵樹	55.2%
同仁與專櫃夥伴的熱情參與	日常居家整體省電度數	減碳效益為相當於一年的吸碳量	節電冠軍所創之節電率



26,576度電 節省電力 = **1,095**棵樹 一年的吸碳量

5.3 鮮明的永續店格

5.3.1 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。

5.3.2 台北東區商圈共榮

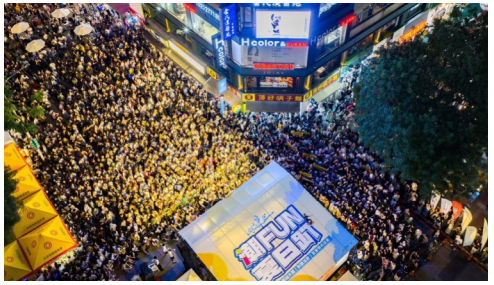
自2019年起，遠東SOGO履行企業社會責任，以「創意、創新、創業、創生」為核心策略推動商圈發展，並促成「台北市東區商圈發展協會」成立，攜手在地店家共同打造具活力的商圈環境。為振興東區，遠東SOGO積極向台北市政府爭取各項公共建設資源。除2024年完成東區「瑠公綠廊」改造，2025年遠東SOGO亦持續協助推動商圈環境升級，成功爭取龍門廣場與頂好廣場改造工程，預計於2026年9月啟動施工；另忠孝東路與大安路口人行道拓寬工程亦已於2025年11月開始進行，逐步優化東區步行環境與城市景觀。

2025年持續舉辦「混東區潮FUN夏日趴」、「東區週年慶」及聖誕節「東區夜未眠點燈儀式」等活動，其中夏日趴更邀請台北市長共襄盛舉，整體活動參與及受益人次達約四萬人，有效提升人潮回流並帶動商圈消費動能。

展望2026年，遠東SOGO將持續深化政府、企業及在地商家的合作，透過文化展演、市集經濟、智慧商圈應用等多元策略，推動東區商圈持續轉型升級，打造台北具創新活力的都會型商圈。



▲ 混東區潮FUN夏日趴



▲ 混東區潮FUN夏日趴

專案	重點	成果與進度
舉辦活動	• 混東區潮FUN夏日趴	• 於大安路進行封街，舉辦演唱會聚集年輕族群，發放購物金吸引潛在消費者，2025年度更邀請蔣萬安市長一同參與，感受東區潮FUN夏日趴的熱鬧氣氛。
	• 東區週年慶	• 藉由百貨本身週年慶於東區之影響力，配合市府及協會資源，帶領周遭店家一同響應11月購物節，引進人流、促進經濟。
	• 東區夜未眠聖誕點燈及燈飾	• 以銀白色主題燈飾串聯起東區忠孝東路兩側，包含鄰近捷運廣場、公園綠地與街區巷弄等，形塑獨特夜間光廊。
爭取建設	• 龍門廣場、頂好廣場改造工程 • 忠孝東路及大安路人行道拓寬工程	• 大安路人行道拓寬工程於2025年11月開工，復興南路至敦化南路間之工程將接續大安路工程後進行，完工後將串聯瑠公公園及2024年完工的瑠公綠廊，並銜接正在執行中的頂好、龍門廣場改造工程，將單一道路改善，拓展至東區生活圈串聯。



▲ 忠孝東路及大安路人行道拓寬工程



▲ 龍門廣場、頂好廣場改造說明會

5.3.3 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。

深化社區參與 | 支持在地產業 | 推動文化共融 | 落實永續行動

台北店（忠孝館、復興館） 以通路引領善的循環

忠孝館為全客層百貨，舉辦多檔具話題性的親子檔期活動，如與陽光台北青年管弦樂團共同合作舉辦母親節音樂會；或是與不同職業單位合作舉辦職場體驗活動，如與陽明海洋文化藝術館合作舉辦小小海運人體驗營。在提升全民永續意識上，也舉辦「永續愛心 BOOK或缺」活動，讓消費者捐出家中久未閱讀的書籍，贈送給需要的人；舉辦「零廢棄手作坊」讓消費者了解資源如何循環再利用，創造新價值。

復興館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；亦舉辦各式各樣的藝文活動，如踢踏舞表演、小提琴演奏、聖誕管樂表演、跨年合唱團表演等活動，增添藝文氣息。

因應2025年颱風重創台南沿海農漁村及中小企業，遠東SOGO協助「台南市政府經發局」推動災後跨區巡迴展售，於忠孝館舉辦「百味府城~台南美食文化節」從傳統小吃、甜品點心到融合現代設計的生活選物，規畫特色展區與互動體驗，讓顧客感受府城匠藝魅力，以實際行動協助受災店家災後復甦並提振經濟，展期9天達9,489交易筆數，銷售金額達653.2萬元；2025年首次與「屏東縣政府」、「屏東縣工商策進會」合作舉辦「屏東好物　百味風華~屏東物產展」，由屏東縣長親自率領來自屏東33鄉鎮市43家業者，透過展售屏東農、漁、畜牧物產及特色伴手禮，實質支持地方產業發展與在地經濟循環，7天共累積7,481交易筆數，銷售金額達530萬元，更特別打造「四重溪溫泉季」主題佈景，結合在地觀光資源，促進城鄉連結！



▲ 復興館首創日本能登&花蓮工藝展，為台日二地深受地震影響之工藝藝術家，找回希望

文化共融上忠孝館也辦理跨國文化展演「百人大型祭典盛會~德島阿波舞」，傳承四百多年歷史的德島傳統祭典，整齊的步伐及吶喊聲交相呼應，讓觀眾近距離感受日本文化祭典氛圍，透過跨國交流讓傳統技藝被看見與延續，吸引上千人於1F廣場演出並延伸至瑠公綠廊踩街，走入城市公共空間。復興館與「慈濟」攜手，以全台獨家、台日交流之姿，首創「日本能登&花蓮工藝展」，秉持「授人以魚，不如授人以漁」精神，為台日二地深受地震影響之工藝藝術家，提供更長遠、更多元的推廣渠道，展期15天共累積242筆交易數，銷售金額達799.5萬元，讓災民找回希望，落實地區關懷共榮永續概念。

而陪伴東區主顧客有31年的台北敦化館雖然已於2025年12月中旬熄燈，一直是遠東SOGO永續時尚的一份子，2025年舉辦大規模舊衣回收活動，透過專業流程進行品質與材質分選，除了義賣，牛仔布委由家扶改製布偶義賣，所得全數捐贈家扶，支持弱勢婦女培力。



▲ 忠孝館以百人大型祭典盛會，為在地增添藝文氣息，促進在地社區參與及文化共融

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，透過不同節慶活動，串聯與當地商圈資源，活絡天母地區藝文交流與商圈發展。例如以跳脫中秋節傳統烤肉方式，與13間零食、飲品與環保杯品牌合作，透過野餐與音樂，低碳共享佳節團聚時光的「醉美食光　微醺中秋野餐日」。兼具趣味與互動性的「天母搞什麼鬼　萬聖大遊行」一直是天母店在萬聖節期間的重頭戲，邀請民眾以創意萬聖造型走入商圈、參與集章探索與合影體驗等親子同樂。



▲ 天母店以「微醺中秋野餐日」打造低碳共享佳節團聚時光的中秋野餐新體驗

中壢店 六和商圈區域地標

中壢店位處六和商圈，為當地唯一大型百貨公司，長期為區域地標，時常舉辦節能省電、親子活動、公益關懷、商圈共榮等活動。2025年「夏至關燈」活動不只串聯館內101家品牌，更擴大至周邊六和商圈與在地居民，從單一企業節能，升級為「區域型節能共創」，展現與在地商圈攜手推動永續行動的實踐力。也攜手六和高中多媒體設計科共同辦理「校外成果展」，提供青年學子走出校園、進入城市公共場域展出的機會，深化百貨與在地教育資源的連結。面對高汰換率的3C時代，推出「永續愛地球－3C全循環點點就來」活動，回收146條線材、55台平板、10個行動電源、127支手機、4,819顆電池，引導顧客將家中閒置電子用品回收再利用，實踐資源循環與減碳的永續生活。



▲ 中壢店以六和高中多媒體設計科校外成果展，實踐文化平權與教育永續，讓百貨成為青年創作的展示平台

新竹店 展現社會關懷力

新竹有台灣矽谷之稱，消費動能緊追大台北地區，而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，舉辦多種寓教於樂的活動，積極展現社會關懷力，如邀請「失親兒福利基金會」，進行一日職涯體驗，分享零售服務實務知識與態度。舉辦「全民運動體驗營」，透過實際體驗與互動教學，成功激發孩子對運動的興趣，打造更健康的生活型態。而「童趣故事樂園」活動，則讓小朋友認識環境保育與永續生態，守護土地資源及生態多樣性。攜手社團法人台灣偵搜犬協會響應「99狗狗日」，於館內各大出入口刊登「台灣救援小英雄」救援事蹟與捐款資訊，號召民眾支持偵搜犬的培育、專業訓練及退役後安置，並舉辦「台灣救援小英雄見面會」，展示偵搜犬訓練成果與救援故事，最終募得86,178元，全數投入搜救犬任務，傳遞用愛守護生命的信念。



▲ 新竹店辦理一日職涯體驗，參與的學生表示，透過活動認識到自身價值，覺得自己與同儕有平等的機會、追求夢想

高雄店 首創百貨內銀髮健身俱樂部

高雄店是SOGO最小店，不僅「小而美」，也充滿人情味，「耕耘在地，友善共好」是高雄店的經營理念，積極推動「社區共榮」，滿足鄰里便利生活需求，成為在地的好厝邊。時常與在地里鄰合作舉辦公益活動，逐步從「提供場域與協助」走向「共同投入」，成為商圈的長期夥伴。如發放物資關懷弱勢家庭，無償釋出9樓空間成立「234銀髮健身俱樂部」，引進全球第一大健身設備品牌專業器材，並請專業銀髮健身教練指導，規畫符合銀髮族需求的健康課程。更把員工宿舍修繕響應政府社會住宅，展現深耕社區、回饋地方的企業社會責任。每季固定舉辦「小老闆市集」，由小朋友擺攤，販售家中不再使用的玩具、書籍或其他物品，讓永續意識從小扎根，鼓勵小朋友延續物品的價值。



▲ 高雄店透過空間公益化，打造「健康＋休閒」一站式樂活新模式

高雄店長接受電台訪問：如何打造跨域合作推動高齡友善環境

附錄
CHAPTER



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2025年01月01日至2025年12月31日期間內，參考GRI準則進行報導	GRI 1：基礎 (2021)	N/A

GRI 2：一般揭露 2021

編號	揭露指標	參考章節	頁碼	省略/備註
2-1	組織詳細資訊	I.關於報告書	05	
		1.2.1 關於本公司	39	
2-2	組織永續報導中包含的實體	I.關於報告書	5	
2-3	報導時間、頻率與聯絡人	I.關於報告書	5	
2-4	資訊重編	2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理	70	資訊重編之說明已分別標註於各歷史數據表格之腳註中。
		2.2.2 節能措施與成效	75	
		2.2.3 水資源管理政策	78	
		2.3.2 廢棄物產出結構	81	
		2.4.1 綠色行銷	83	
		4.2.1 薪酬制度	119	
		4.2.2 員工福利	122	
		4.3.1 員工培育	124	
2-5	外部保證/確信	I.關於報告書	05	
		附錄三、保證聲明書	161	
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	113	

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	4.1.3 非員工組成與分布	117	
		4.4 職場安全與健康	128	
2-9	治理結構與組成	1.1.1 組織輪廓	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	1.1.2 董事會	29	
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.1.2 董事會	29	
2-13	衝擊管理的負責人	III.永續太百	14	
		1.1.3 內控機制	35	
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	III.永續太百	14	
2-15	利益衝突	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	32	
2-18	最高治理單位的績效評估	1.1.2 董事會	30	
2-19	薪酬政策	1.1.2 董事會	30	
		4.2.1 薪酬制度	118	
2-20	薪酬決定流程	1.1.2 董事會	30	
		4.2.1 薪酬制度	118	
2-21	年度總薪酬比率	1.1.2 董事會	30	
2-22	永續發展策略的聲明	II.關於太百	06	
2-23	政策承諾	4.1.1 員工組成與分布	113	
2-24	納入政策承諾	4.1.1 員工組成與分布	53	
		1.5.1 供應商規範	113	

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	36	
2-26	尋求建議與提出疑慮的機制	1.1.4 誠信經營	38	
2-27	法律規範遵循	1.1.4 誠信經營	38	
2-28	公協會的會員資格	1.1.2 董事會	31	
2-29	利害關係人議合方針	III.永續太百	22	
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	III.永續太百	05	
GRI 3-2	重大主題列表	III.永續太百	17-19	
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	120	
	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
誠信經營與治理				
GRI 3-3	重大主題管理	1.0 策略成果與規劃	26	
GRI 417 行銷與標示 (2016)	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	3.1.2 商品管理機制與行動方案	97	
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	3.1.2 商品管理機制與行動方案	97	2025年無發生
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	75	
	302-3 能源密集度	2.2.2 節能措施與成效	75	
	302-4 減少能源消耗	2.2.2 節能措施與成效	76	
氣候因應策略				
GRI 3-3	重大主題管理	2.1.1 氣候變遷管理策略	64	
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)	305-1 直接(範疇一)溫室氣體排放	2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理	70	
	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	70	
	305-3 其他間接(範疇三)溫室氣體排放	2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理	70	
	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	70	
	305-5 溫室氣體排放減量	2.2.2 節能措施與成效	70	
員工薪酬與福利				
GRI 3-3	重大主題管理	4.0 策略成果與規劃	111	
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	116	
	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	120	
	401-3 育嬰假	4.2.2 員工福利	122	

編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	對應頁碼	省略/備註
職場安全健康				
GRI 3-3	重大主題管理	4.0 策略成果與規劃	111	
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	128	
	403-2 危害辨識、風險評估、及事故調查	4.4.1 職場安全管理	130	
	403-3 職業健康服務	4.4.2員工健康管理	133	
	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	128	
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	4.4.1 職場安全管理	129	
	403-6 工作者健康促進	4.4.2 員工健康管理	133	
	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	133	
	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	129	
	403-9 職業傷害	4.4.1 職場安全管理	131	
	403-10 職業病	4.4.1 職場安全管理	131	
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	111	
GRI 404 訓練與教育 (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	124	
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	4.3.1 員工培育	124	
GRI 405 員工多元化與平等機會 (2016)	405-1 治理單位與員工的多元化	1.1.2 董事會	29	
		4.1.1 員工組成與分布	114	
	405-2 女性對男性基本薪資與薪酬的比率	4.2.1 薪酬制度	119	

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)	2023年	2024年	2025年	2.3.2 節能措施與成效
		359,536.21	354,038.99	344,263.65	
	(2) 消耗電網用電量的百分比 (單位：%)	99.63%	99.46%	98.92%	
	(3) 消耗可再生能源的百分比 (單位：%)	0.37%	0.54%	1.08%	
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	▪ 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 ▪ 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			1.4 資安防護
CG-MR-230a.2	(1)資料外洩件數	2023年	2024年	2025年	
		1	0	0	
	▪ 涉及個人資料的百分比 (PII) (單位：%)	100%	-	-	
	(1)影響到的顧客個數	1	0	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)	2023年	2024年	2025年	
		196	209	217	4.2.1 薪酬制度
	(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：%)	17.24 %	15.88%	14.68%	4.1.2 員工流動
	(2)店內員工非自願性離職的替換率 (單位：%)	0.08 %	0.08%	0%	
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	

<table>
<tr><th>指標代號</th><th>揭露指標</th><th colspan="7">對照揭露</th><th>對應章節</th></tr>
<tr><td colspan="9">揭露主題：職場多元與包容 (Workforce Diversity & Inclusion)</td></tr>
<tr><td rowspan="4">CG-MR-330a.1</td><td rowspan="4">管理階層與其他所有員工的性別百分比(單位：%)</td><td>年份</td><td colspan="2">2023年</td><td colspan="2">2024年</td><td colspan="2">2025</td><td rowspan="4">4.1.1 員工組成與分布</td></tr>
<tr><td>性別/層級</td><td>管理階層</td><td>所有其他員工</td><td>管理階層</td><td>所有其他員工</td><td>管理階層</td><td>所有其他員工</td></tr>
<tr><td>男</td><td>7.97%</td><td>25.21%</td><td>8.40%</td><td>25.83%</td><td>7.89%</td><td>25.66%</td></tr>
<tr><td>女</td><td>7.74%</td><td>59.08%</td><td>7.79%</td><td>57.98%</td><td>7.74%</td><td>58.70%</td></tr>
<tr><td></td><td>各種族／族群占全體員工的百分比(單位：%)</td><td colspan="7">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。2025年，以本國籍占99.93%為大宗，包含原住民7名；另有1人非本國籍；未統計新住民人數。</td><td></td></tr>
<tr><td>CG-MR-330a.2</td><td>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)</td><td colspan="2">2023年</td><td colspan="2">2024年</td><td colspan="2">2025</td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="2">0</td><td colspan="2">0</td><td colspan="2">0</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="9">揭露主題：產品採購、包裝與行銷 (Product Sourcing, Packaging & Marketing)</td></tr>
<tr><td>CG-MR-410a.1</td><td>經過第三方永續標準認證的產品收益 (單位：當地貨幣)</td><td colspan="2">2023年</td><td colspan="2">2024年</td><td colspan="2">2025年</td><td rowspan="3">3.1 商品安全管理</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="2">-</td><td colspan="2">-</td><td colspan="2">-</td></tr>
<tr><td>CG-MR-410a.2</td><td>說明辨別與管理產品中化學物質造成之風險的過程</td><td colspan="7">▪ 2016年成立「商品安全監測網」，透過通訊軟體串聯相關單位
▪ 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
▪ 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</td></tr>
<tr><td>CG-MR-410a.3</td><td>說明減少環境衝擊的包裝的策略</td><td colspan="7">▪ 全台各店使用FSC(Forest Stewardship Council，森林管理委員會)認證紙張與製程所製成的購物提袋，並採購FSC認證擦手紙與衛生紙
▪ 提升DM電子化比例，紙本DM皆採大豆環保油墨印刷
▪ 宅配以店內包材/紙箱重新再利用為主
▪ 2025年起，忠孝館超市逐步改為rPET生鮮托盤</td><td>2.4.2 綠色行動</td></tr>
</table>

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)	2023年	2024年	2025年	1.2 營運成果
		7	7	8	
	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	2.1.1 氣候變遷管理策略
	(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	2.1.1 氣候變遷管理策略
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	2.1.2 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	2.1.2 氣候變遷風險與機會鑑別
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	2.1.3 氣候變遷風險與機會議題管理

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	4.1.1 員工組成與分布
	保證不與踐踏人權者同流合污	1.5 供應鏈管理
勞工標準	企業界應支持結社自由及確實承認集體談判權	4.1.1 員工組成與分布
	消除一切形式的強迫和強制勞動	4.1.1 員工組成與分布
	確實廢除童工	4.1.1 員工組成與分布
	消除就業和職業方面的歧視	4.1.1 員工組成與分布
環境	企業界應支持採用預防性方法應付環境挑戰	2.0 策略成果與規劃
	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

SGS

ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE Pacific SOGO Department Stores Co., Ltd.'S SUSTAINABILITY REPORT FOR 2025

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 Pacific SOGO) to conduct an independent assurance of the Sustainability Report for 2025 (hereinafter referred to as the Report). The assurance is based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology and AA1000 Assurance Standardv3 Type 1 Moderate level during 2026/04/01 to 2026/05/21. The boundary of this report includes Pacific SOGO Taiwan operational and service sites as disclosed in Pacific SOGO's Sustainability Report of 2025. The boundary is not the same as Pacific 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 the stakeholders in Pacific SOGO's Sustainability Report of 2025.

RESPONSIBILITIES

The sustainability information in the Pacific SOGO's Sustainability Report of 2025 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and management of Pacific 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:

TWLPP 5008 Issue 2601

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 standards.

ASSURANCE METHODOLOGY

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, ESG committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant.

LIMITATIONS

Financial data drawn directly from independently audited financial accounts, Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD), SASB Standards have 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 Pacific 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 ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, 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.

TWLPP 5008 Issue 2601

ADHERENCE TO AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018)

INCLUSIVITY
Pacific SOGO has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, CSR experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, Pacific SOGO may proactively consider having more direct two-ways involvement of stakeholders during future engagement.

MATERIALITY
Pacific SOGO has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.

RESPONSIVENESS
The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.

IMPACT
Pacific SOGO has demonstrated a process on identify and fairly represented impacts that 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. Measurement and evaluation of its impacts related to material topic were in place at target setting with combination of qualitative and quantitative measurements.

ADHERENCE TO GRI
The report, Pacific SOGO's Sustainability Report of 2025, 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 Pacific SOGO's contributions to sustainability development. For future reporting, it is recommended Pacific SOGO that medium- and long-term sustainability targets be defined with greater specificity, utilizing quantified and clear disclosures to enhance stakeholder comprehension.

Signed:
For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



AA1000
Licensed Report
000-8/V3-JITCT

Stephen Pao
Business Assurance Director
Taipei, Taiwan
22 June, 2026
WWW.SGS.COM

TWLPP 5008 Issue 2601

遠東 SOGO

遠東 Garden City

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!

PRINTED WITH SOY INK

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。