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

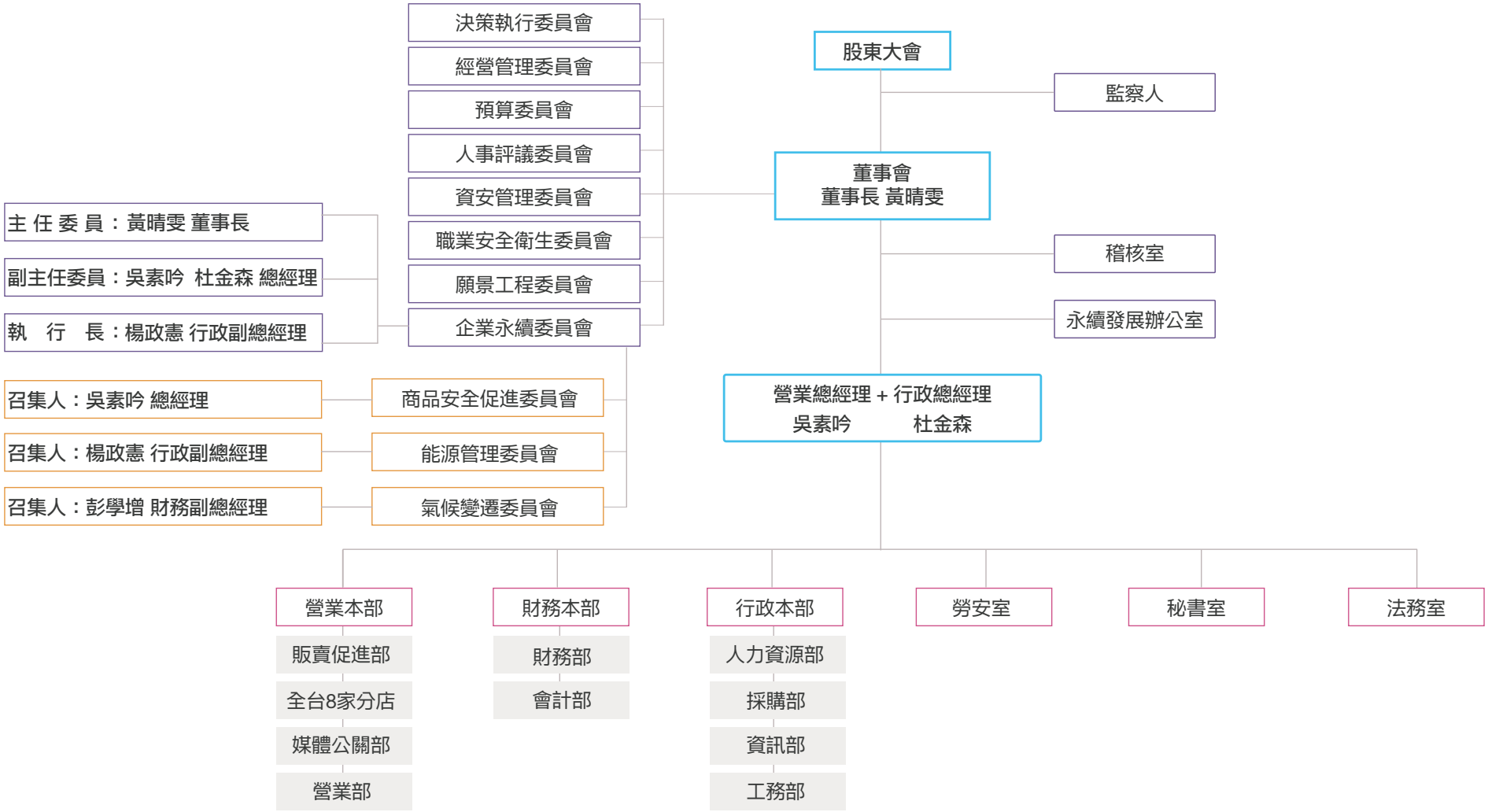
管理行動	2025行動績效追蹤	達成概況	短期目標(1-3年)	中長期目標(3年以上)
東區商圈佈局優化	• 遠東Garden City大巨蛋店A區（影城棟）開幕	達標 ▸ 完成分區開幕	遠東Garden City全區開幕後帶進新客，降低主顧客年齡層，並與忠孝館、復興館連動，活絡大東區商圈。	成為台北市中心營收規模最大的消費聚落。
	• 「東區珠寶盒」遠東SOGO敦化館經營31年熄燈	達標 ▸ 租約到期閉店		
鞏固忠實顧客，擴大消費客層	• 大檔期推出聯名卡專屬優惠，鞏固忠實顧客，並拉高刷卡量	達標	拓展主顧客族群，結合數位行銷打造多元溝通管道與精準行銷。	各店發展營運特色，搭配電子商務，呼應國內外永續趨勢，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

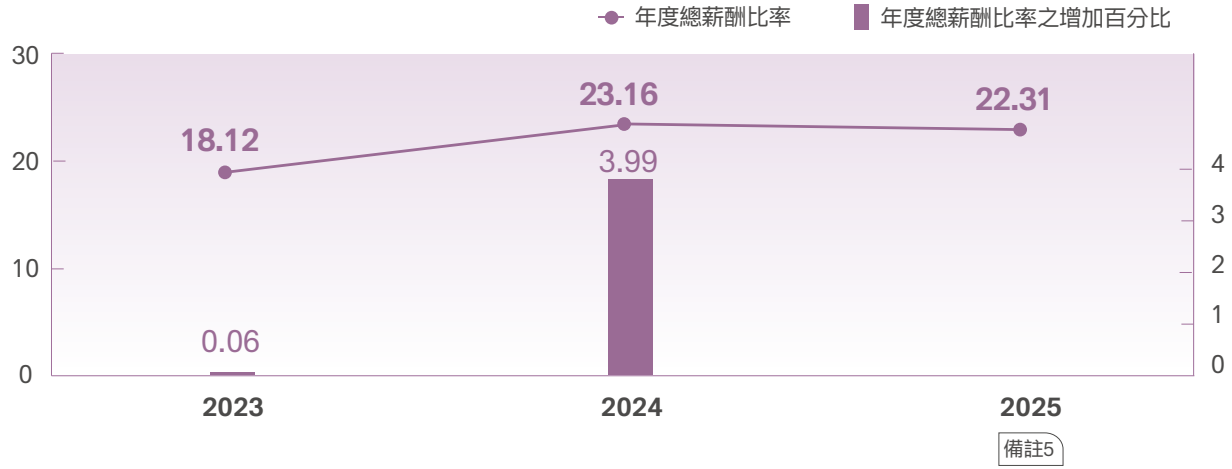
為健全公司治理，訂有〈道德行為準則〉，具體規範防止最高治理單位利益衝突之準則。為確保董事獨立性及避免利益衝突之情事，本公司董事長為公司最高經理人，仍受集團母公司監督，所有董事之間，不具有配偶或二等親以內之親屬關係；2025年度無貪腐、賄賂和違反公平交易法事件、利益衝突及洗錢和內線交易案件相關情事。(本公司非上市櫃公司，公司治理除法遵外，亦依母公司遠東百貨股份有限公司相關規範辦理。其中董事利益衝突迴避請見遠東百貨2025年報 p.23, 26, 30, 58；具控制力股東的存在，請見其2025年報第四季財務報告書p.91組織關係圖)。

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」。

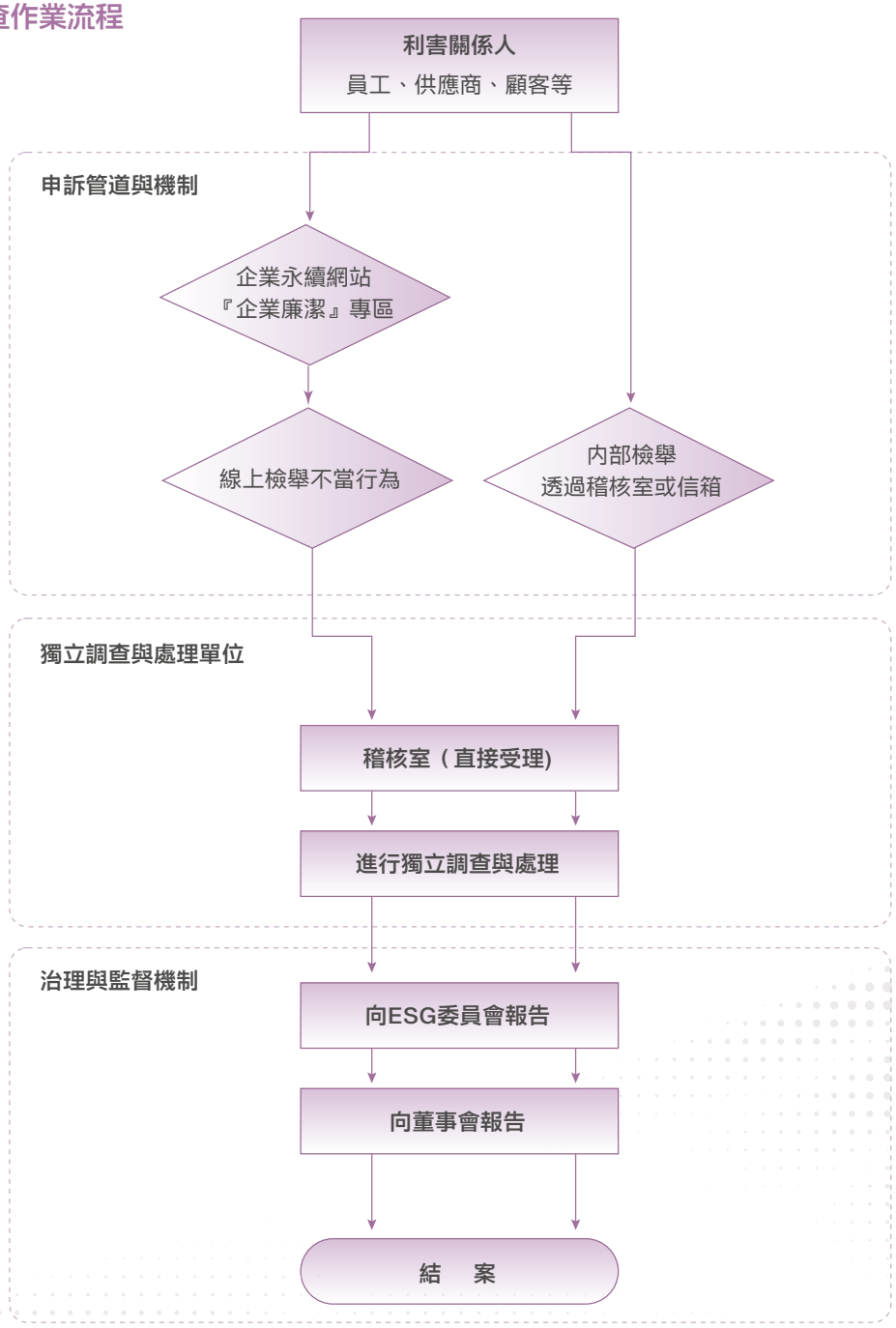
稽核機制

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

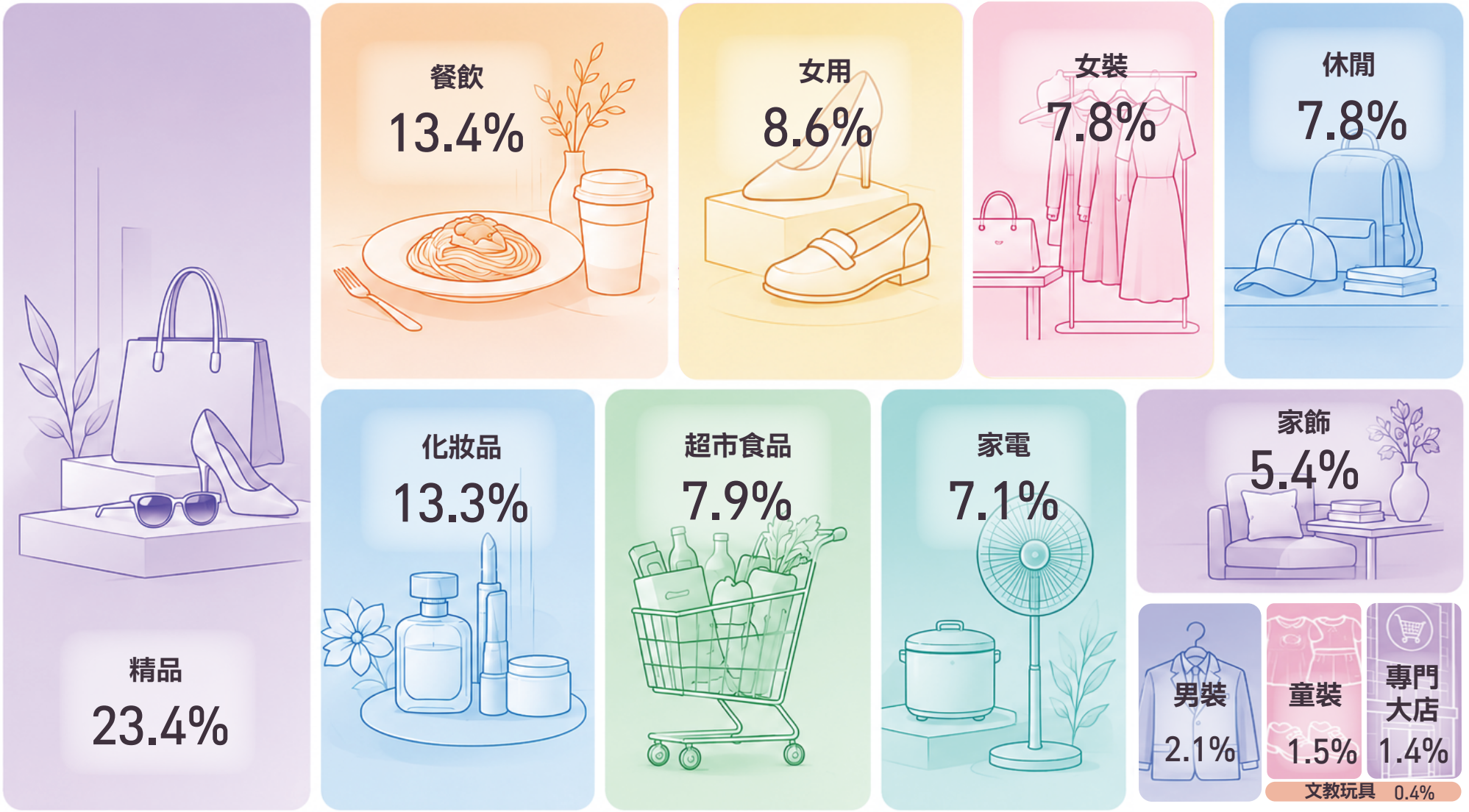
單位為新台幣千元

	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。

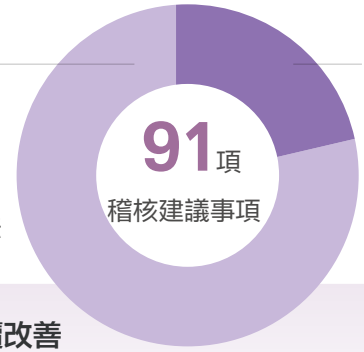
鑑別及評估
每年由內部控制制度執行小組自行評估，評估要素包含：
1.控制環境
2.風險評估
3.控制作業
4.資訊及溝通
5.監督作業

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

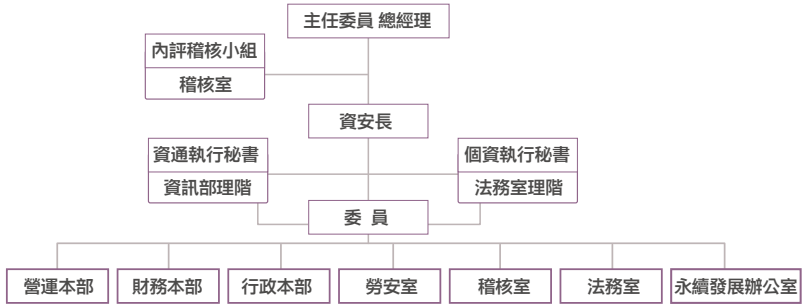
1.4.1 資安管理委員會

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



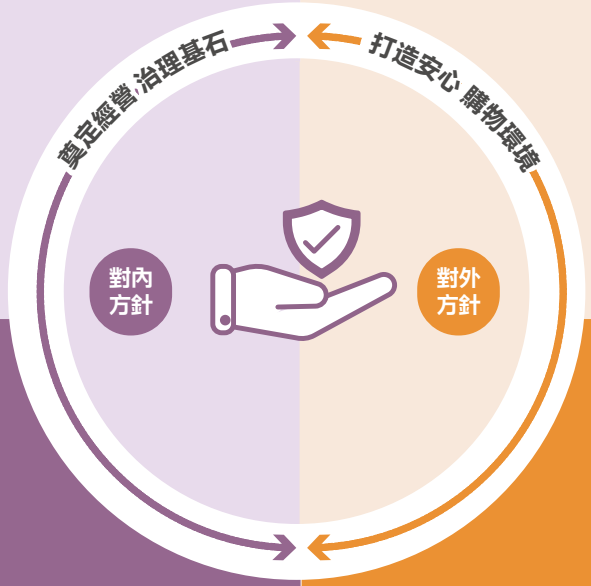
2023 年
導入ISO 27001 資訊安全管理系統

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

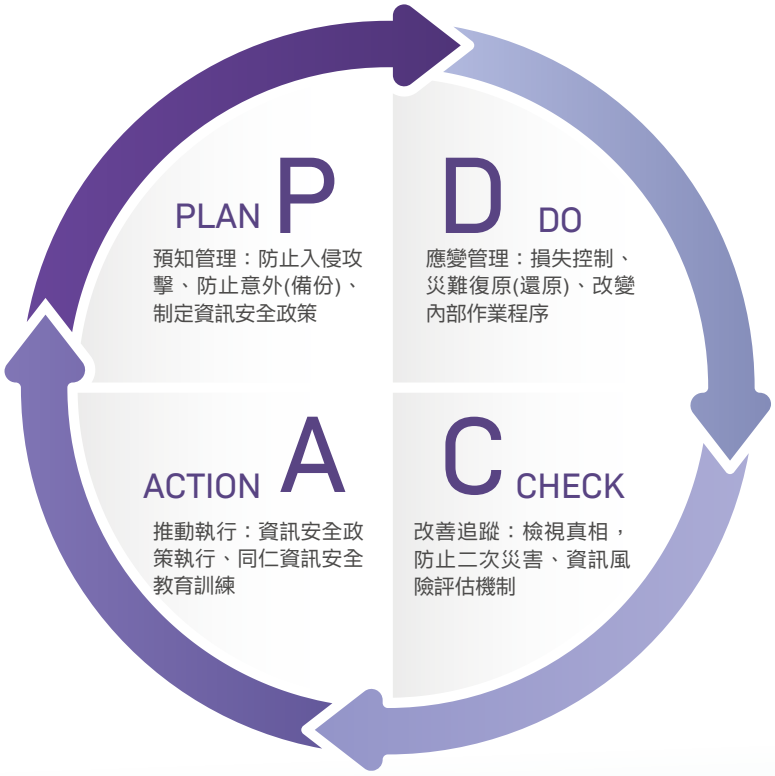
- 制定〈個人資料保護管理政策〉，如有個資相關疑慮，或有個資外洩之虞的事件發生，由對應權責部門及資安管理委員會處理。
- 派員參與「台灣個人資料保護與管理制度規範（Taiwan Personal Information Protection and Administration System, TPIPAS）」管理師課程培訓，並考試合格。
- 強化資安檢測、導入資訊安全管理系統，2022年起推動全員資訊安全課程。

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：

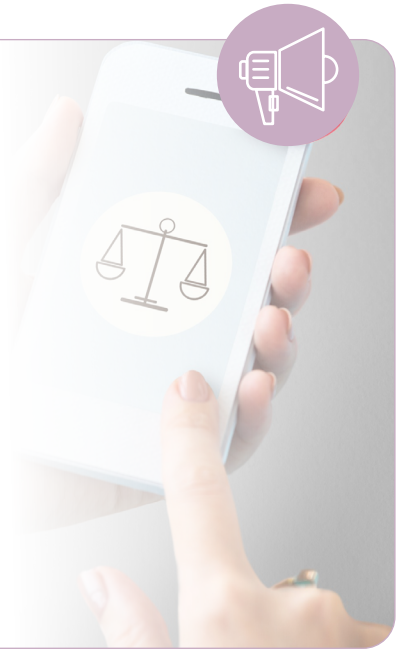
- **去識別化處理：**會員資料以 MUID (Merchant Unique ID) 進行編碼，大幅降低直接識別風險。
- **全程加密機制：**個人資料無論在儲存（靜態）或傳輸（動態）過程中，均採嚴格加密。
- **最小權限原則：**系統後台依職務角色設定存取權限，嚴格控管資料接觸。
- **生命週期管理：**資料依營運需求設定保存期限，會員終止服務或期限屆滿後，即執行刪除或去識別化處理。



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

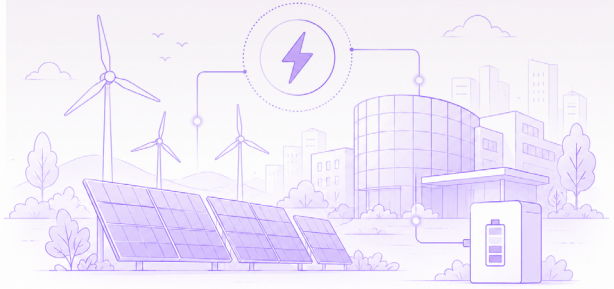
- 「環保再生材質禮贈品」占比目標提高至 **7.5%**
- 回收再製材料之環保禮贈品，占比達 **9.07%**，超越年度目標

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」。