

# 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



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

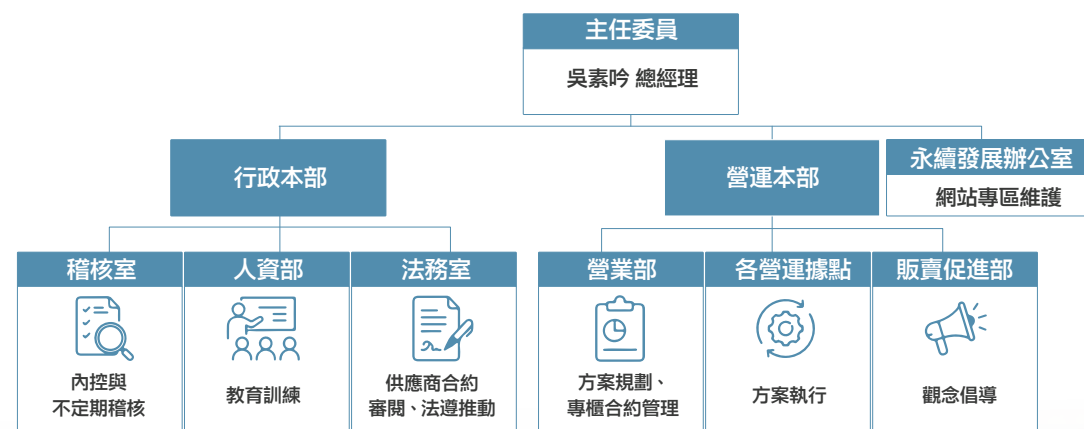
- 整體滿意度90.1%，近8年最高
- 取得ISO 10002認證，提升顧客滿意度與改善客訴解決效率
- 連續兩年獲「台灣服務業大評鑑」金牌
- 連續兩年獲「台灣客服中心評鑑」金牌



## 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衛評估，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



食品中毒責任附加險

| 項目      | <div>  商品標示檢查         </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <div>  餐飲衛生維護         </div>                                                                                                                                                                                               |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         | <div>  化妝品管理         </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <div>  一般商品管理         </div>                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 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。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>設定進貨標籤分期標示及架上試用品定期檢查辦法。</li> <li>引進生產履歷生鮮蔬果，產地溯源資訊透明。</li> <li>與農委會水保局合作推廣「農村好物」。</li> </ul>                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>輔導餐飲櫃位申請食品良好衛生規範(GHP)驗證。</li> <li>餐飲櫃位<b>100%</b>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。</li> </ul>                                                                                                                                  |
| ★ 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 | <p>每月全台化妝品檢查項目：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> 完整中文標示及成分標示。</li> <li> SOGO標籤完整。</li> <li> 產品效期：試用品效期內、正品一年以上。</li> </ul> <p>各據點抽檢不合格率<b>0.36%</b>，不合者限期改善。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>自營超市生鮮蔬果產地溯源標示清楚供消費者查詢；提供<b>100%</b>安心食材。</li> <li>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。</li> <li>全台各營運據點與政府、農社企、社創合作，舉辦<b>7場</b>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。</li></ul> <div>詳第五章社會影響力</div> | <ul style="list-style-type: none"> <li>遠東SOGO全台餐廳<b>91.4%</b>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。</li> <li>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<b>97.8%</b>(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。</li> <li>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。</li> </ul> |



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」

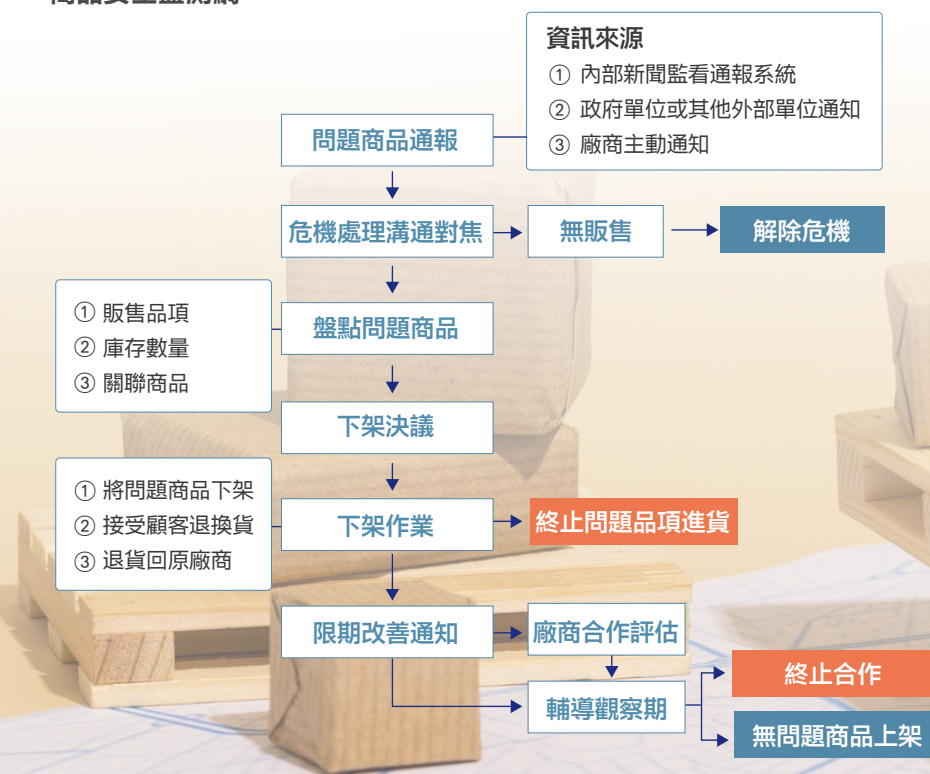
## 針對利害關係人需求規劃「商品安全」行動方案

| 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 | <ul style="list-style-type: none"> <li>建置商品安全專區</li> <li>輔導餐飲櫃位申請GHP</li> <li>自主衛生管理 <a href="#">詳3.1.3餐飲安全衛生管理</a></li> <li>輔導餐飲專櫃定期檢驗飲用水質及食用冰塊，並通過當地主管機關衛生局抽驗</li> <li>輔導餐飲專櫃通過環保餐廳認證</li> <li>制定商品定期檢查流程</li> <li>強化商品溯源、引進環境友善品牌</li> <li>導入供應商評鑑機制</li> </ul>                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>於自媒體推廣商品安全知識、永續消費理念</li> <li>透過店內永續選商識別系統〈SOGO Sustain·好物好選〉、百貨綠色電商SOGOplus，及各檔期DM，推廣在地優質好物與永續消費理念</li> <li>於ESG網站設商品安全專區，揭露週年慶禮贈品資訊</li> </ul>                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>講習與管理課程</li> <li>要求落實商品查核機制</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>推廣商品安全與永續消費新知、國際倡議</li> <li>舉辦永續飲食料理競賽，推廣健康與低碳飲食</li> <li>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</li> </ul> <a href="#">詳第五章社會影響力</a> |
| 顧客回饋     | <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>Fresh Club超市會員達7.2萬人，會員人數較去年成長8.3%</li> </ul> <p>「商品安全」整體滿意度</p> <p>84.2%</p> <p>「打造安全的賣場環境」滿意度</p> <p>85.9%</p> <p>「餐廳/美食街全面拒用美耐皿及一次性餐具」滿意度</p> <p>87.3%</p> <p>知悉太百商品安全作為之消費者對各項內容的滿意度</p> <p>達九成以上</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>71.7%顧客表示，會優先選擇到遠東SOGO百貨購買商品</li> <li>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）」</li> </ul> <p>優先選擇至本公司購買商品的顧客占比</p> <p>71.7%</p> <p>認知本公司推動永續消費的顧客占比</p> <p>65.9%</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>90.3%顧客認同「遠東SOGO百貨是一家值得信任的百貨」</li> </ul> <p>顧客認同本公司值得信賴的比率</p> <p>90.3%</p>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>80.1%顧客滿意「遠東SOGO百貨提倡「綠色飲食」的作為」</li> <li>83.7%顧客滿意「遠東SOGO百貨提倡綠色消費意識」</li> </ul> <p>「提倡綠色飲食」顧客滿意度</p> <p>80.1%</p> <p>「提倡綠色消費意識」顧客滿意度</p> <p>83.7%</p>                |

## 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。

### 商品安全監測網



## 2025年商品下架事件

| 營業據點                                                                                          | 法規/下架緣由                                                                                      | 改善辦法                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p>忠孝館</p> | <p>食品安全衛生管理法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>衛生局公佈抽驗結果，忠孝館超市「荷蘭豆」農藥超標。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> |

## 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。



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

## 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

35,000+

人次瀏覽

ESG FB粉絲團

25,000+

人次觸及

各營運據點之自媒體

18,000+

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。



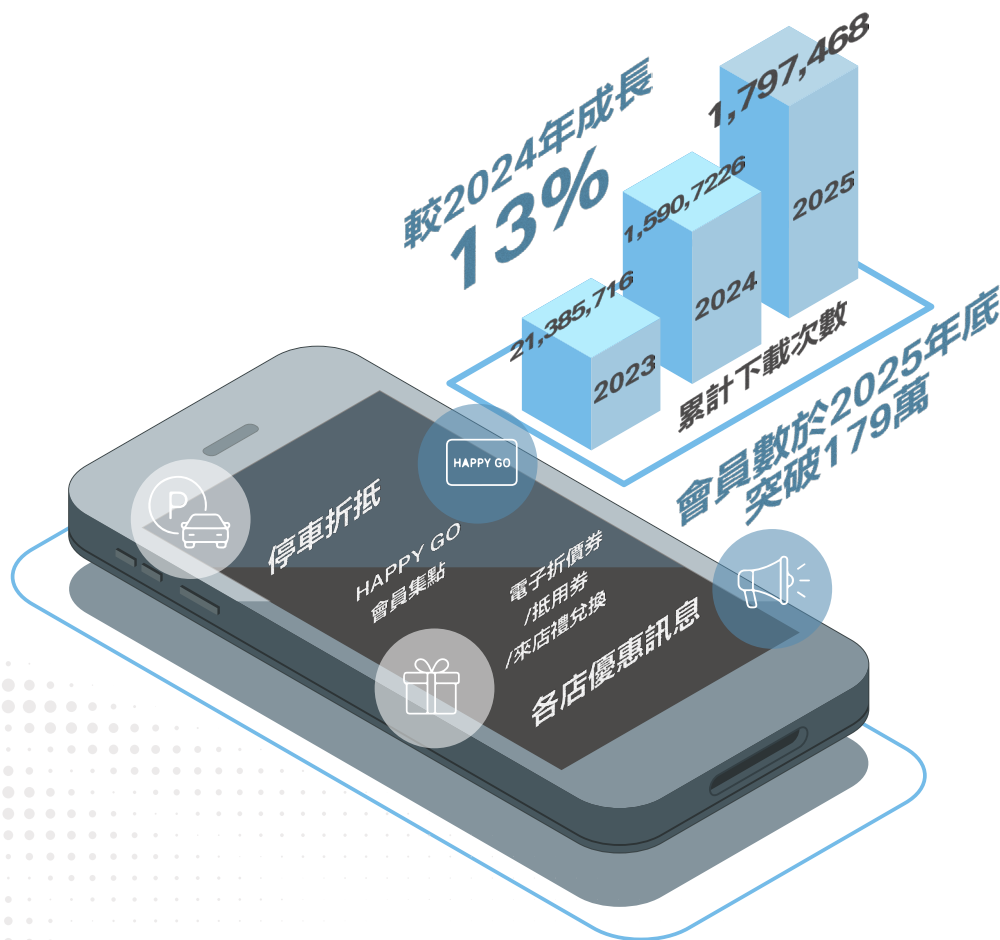
##### 各營運據點之自媒體

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。

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

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。

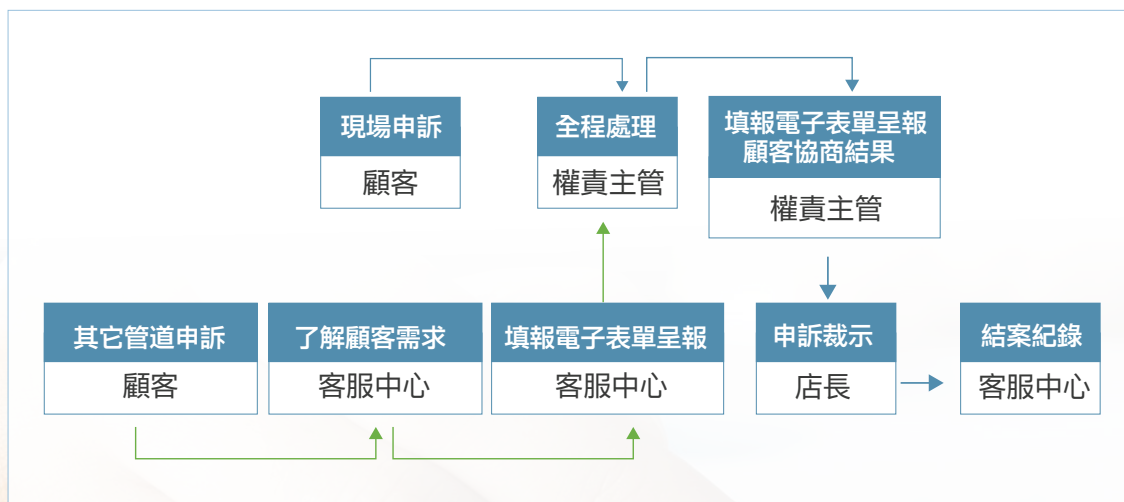


遠東SOGO以完整的顧客體驗，再獲第四屆「台灣客服中心評鑑」百貨及購物中心金牌獎，「跨通路回覆一致性」、「官網搜尋與導引效果」、「投訴回應的時效與回覆品質」等三項關鍵成果獲得高度肯定。

## 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

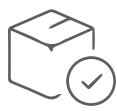
綠色消費逐步成為主流，企業的永續評價內化為品牌價值秤砣。太百作為百貨永續模範生的品牌地位，已對消費行為產生推動力，「增加下次造訪意願」的比例高達78.0%；永續聲譽建立消費者的「溢價包容度」，67.7%認同即使價格稍高，仍願支持品質更佳的綠色商品或永續服務。

### 消費者最重視的永續面向前三名



78.0%

1. 保障權益與  
個資安全



65.4%

2. 商品安全與  
供應商管理



51.8%

3. 節能減碳  
與環保



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                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|
| <b>培訓</b><br>   | 常訓     | 服務台與電梯服務人員訓練。                                                                            | 受訓人次                                                                                                                                     | <b>614</b>    | 顧客服務課職能培訓。        |
|                                                                                                  | 外訓     |                                                                                          | 受訓人次                                                                                                                                     | <b>51</b>     | 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                                                                                                                                     | <b>109</b>    |                   |
| <b>檢核</b><br>   | 小組競賽   | 每二個月辦理小組競賽，抽測服務水準，如消防安全競賽、優質禮儀競賽、店內指引競賽，每櫃（忠孝館/復興館）或每單位/樓層（其他外店）派代表抽測，確認同仁對賣場熟悉度，保障顧客安全。 | 受訓人次                                                                                                                                     | <b>16,725</b> | 以櫃位數統計，一櫃為一位受測人員。 |
|                                                                                                  |        |                                                                                          | 首次測驗通過率                                                                                                                                  | <b>95.88%</b> | 所有單項通過率之平均。       |
| <b>管理</b><br> | 走動式管理  | 宣傳檔期、新品及永續新知；巡檢專櫃，提高一線人員的服務技能和服務意識。                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>每日朝會宣讀《朝會日報》，傳遞產品新知及樓面人員應知的事。</li> <li>樓面管理人員每日3~5次巡檢。</li> <li>樓面設置「貼心小站」提供服務及處理突發狀況。</li> </ul> |               |                   |
| <b>表揚</b><br> | 優良服務之星 | 每月表揚優良服務之星，張貼海報於公布欄，分享其工作心得，發揮正向影響力。由各店店長寄發致謝函給品牌廠商，感謝廠商派駐之服務人員具備優良的服務態度及專業能力。           | <b>2025年表揚 75 位優良服務之星</b>                                                                                                                |               |                   |

## 3.3 商場安全維護

### 3.3.1 環境安全衛生管理

太百重視安全衛生管理，定期巡檢重點為環境衛生與5S自主管理，每月由行政副總召開全台安全衛生會議，檢討巡檢發現之缺失。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<br>(委外) | 病媒防治                                              | 每週   |
|              | 電梯/電扶梯整體維護檢修                                      | 每月   |
|              | 飲用水質檢測（依法規抽樣）                                     | 每季   |
|              | 高壓電氣設備保養及檢測、飲用水塔清洗、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。

#### 項目/頻率



可燃性氣體（瓦斯）檢查

🕒 每天



空調設備濾網清洗

🕒 每3個月



冷卻水塔清洗滅菌

🕒 每半年



空調主機大保養

🕒 每年



室內空氣品質檢測

🕒 每2年



台北市室內場所空氣  
品質場所認證

**金級**

天母店



環境部室內空氣品質

**優良**

天母店與新竹店



環境部室內空氣品質

**良好**

中壢店



新竹市無菸  
暨健康促進職場

**無菸**

新竹店

### 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  
**72**場  
急救課程

完訓  
**2,689**  
人次

### 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    |                                             |      |



▲ 全員定期回訓急救課程

### 顧客受傷處理流程

