

新光三越 | 永續報告書 2021

Shin Kong Mitsukoshi Sustainability Report 2021



目錄

• 關於本報告書	4	Chapter 1 幸福企業	46		
• 總經理的話	5	1.1 營運概況	48		
• 璀璨30，幸福而立	8	1.1.1. 新光三越的使命	49		
• 2021年度績效亮點	12	1.1.2. 引人入勝的百貨天地	50		
• 永續發展管理	15	1.1.3. 外部參與	54		
- 永續願景	15	1.1.4. 營運績效表現	55		
- 永續委員會	16	1.2 公司治理	56		
- 永續策略及計畫	18	1.2.1. 董事會運作	56		
- 重大議題與利害關係人議合	21	1.2.2. 組織架構	60		
• 專題一：疫啟觸動新生活	33	1.2.3. 誠信治理	61		
• 專題二：數位體驗	39	1.2.4. 稽核機制	64		
		1.3 風險管理	65		
		1.3.1. 風險管理流程與機制	65		
		1.3.2. 氣候風險管理	66		
		1.4 隱私保護	68		
		1.4.1. 資安專案組織	69		
				1.4.2. 稽核檢測與控制	71
				1.5 安全防護	72
				1.5.1. 安全教育訓練與活動	73
				1.5.2. 有效運作安全與衛生	76
				1.5.3. 鑑別危害·評估風險·意外處理	79
				1.5.4. 新冠疫情安全措施2.0	84
				1.6 食品安全	85
				1.6.1. 食品衛生安全計畫	85
				1.6.2. 內外稽核，安心更有保障	86
				1.7 幸福職場	88
				1.7.1. 福利制度	88
				1.7.2. 員工多元化與平等機會	92
				1.7.3. 人才培育與發展	96



Chapter 2 綠色時尚	100	Chapter 3 社會共好	122	附錄	141
2.1 綠色營運	102	3.1 藝術美育	124	ESG數據	141
2.1.1. 能資源與溫室氣體管理	102	3.1.1. 財團法人新光三越文教基金會	124	GRI 內容索引	145
2.1.2. 水資源管理	105	3.1.2. 燈展與義賣	130	查證聲明	150
2.1.3. 廢棄物管理	106	3.1.3. 大象巡遊Elephant Parade® 雕塑藝術公益展	131		
2.2 綠色平台	108	3.2 在地共好	133		
2.2.1. 供應鏈管理	108	3.2.1. 歷年捐款大事紀	134		
2.2.2. 攜手夥伴綠色齊行	110	3.2.2. 青年創意發展基地	135		
2.2.3. 綠色行動	111	3.2.3. 親子共學體驗	136		
2.3 綠色生活	113	3.3 顧客滿意	137		
2.3.1. 自營事業商品控管	113	3.3.1. ISO 10002客戶抱怨處理管理系統	137		
2.3.2. 嚴選台灣在地好物	115	3.3.2. 顧客抱怨處理滿意度調查	139		
2.3.3. 感受美好生活	116				
2.3.4. 打造綠色百貨商場	120				

關於本報告書

本報告書為新光三越百貨股份有限公司(以下稱新光三越)首次發行的永續報告書,闡明新光三越對於企業社會責任和永續發展的目標及行動,本次以「永續生活美學,創造人文感動」作為主軸,並由「幸福企業、綠色時尚、社會共好」三大面向進行介紹,期望讓各利害關係人更深入了解新光三越在邁向永續發展所付出之努力與成果。

報告書範疇與依循準則

本報告書乃依據全球報告倡議組織(Global Reporting Initiative,GRI)所出版之GRI準則:核心選項(Core)為揭露原則。揭露範疇涵蓋台灣營運據點,共計15家分店與總公司,不包含合併財報中海外子公司及關聯事業。

報告書期間

本報告書資訊揭露期間為2021年度(2021年1月1日至12月31日),內容涵蓋環境、社會及經濟與治理各面向的實踐成果及績效數據,並以每年度作為報告書更新的週期,逐年發行最新版永續報告書。

本年度(2021年)報告書出版發行時間為2022年7月。
下一年度(2022年)報告書則預訂發行時間為2023年7月。

報告書管理

外部驗證

本報告書內容通過SGS臺灣檢驗科技股份有限公司查證,符合GRI準則核心依循(Core)與AA1000 Type1中度保證等級標準。

聯絡資訊

聯絡人:永續秘書處

地址:110台北市信義區松高路19號7、8樓

意見回饋:<https://www.skm.com.tw/AboutSkm/Cusfeedback>

網址:esg.skm.com.tw

總經理的話

2021年，我們經歷了COVID-19艱辛的一年，疫情嚴峻、全國三級警戒、餐廳禁止內用、停業消毒、辦公室分流、營業時間調整...，各種前所未有的情況紛至沓來。

面對疫情衝擊及市場變化，讓我們更努力、更謙卑，也更深刻感受ESG (Environmental 環境、Social 社會、Governance 治理) 對人們生活及社會環境的重要性，體認全球對永續發展議題的重視和實踐。

2021年，是我們正式啟動ESG的第一年。「永續生活美學，創造人文感動」是我們的主軸，讓百貨與人們的生活更加緊密連結。我們在規劃生活提案的同時，也一直將永續、生活、美學融入於商品、活動、服務、空間之中。

ESG為環境、社會、治理三個面向，都和人息息相關，期望我們能持續與生活更好的連結，創造更多人文感動。這也結合了新光三越的願景「放眼世界，心懷當地。美好生活，無限延伸」。



新光三越 總經理 吳昕陽

推廣文化藝術，扶植在地企業，傳達美好價值

新光三越一直以「顧客至上，真心誠意」做為經營理念，一路以來兢兢業業、求新求變，要求自己絕無懈怠、不斷進步。我們一直默默努力，包含文化藝術的長期耕耘，傳承自東興董事長對於文化藝術的熱情及堅持，在百貨裡面保留空間做文化會館，舉辦攝影展、兒童畫展、工藝之夢...等等，持續近30年舉辦各種文化活動，積極與在地及國際藝術家合作，結合生活與文化藝術，讓民眾逛百貨的同時也能沉浸於文化藝術之中。

百貨中也有許多在地的中小企業，我們希望能夠發揮力量，提供更好的展演舞台，讓在地企業可以成長茁壯、讓台灣好物可以分享給更多人、讓傳統工藝不會面臨凋零失傳的困境，支持更多在台灣各角落的努力耕耘，共同呈現台灣的美好價值。

加速數位轉型，減緩疫情衝擊，優化顧客體驗

面對疫情衝擊，我們和廠商在最短時間內迅速融合線上線下，串接app推出熟客系統、精選優惠、美食外送、skm online四大策略，加快數位化腳步，和合作夥伴一起應



對變局，改變工作方式，服務顧客，降低疫情影響。無比感謝同仁及廠商的努力及顧客的支持，新光三越才能在台灣立足30年，看到顧客來到新光三越有著喜悅的笑容，一直是我們最大的期盼和滿足。

強化基礎，關注永續議題，促進永續發展

針對ESG各要項，我們會持續深化，結合「新體驗、新消費、新永續」三大策略，強化基礎、關注永續議題。如同新光三越一貫的理念，以人、地方、生活為核心，永續經營，並與顧客建立長久緊密的關係。

未來除了基本的安心安全的購物環境，持續數位及服務整合，我們希望能提供更多元、更便利、更貼心的全方位服務及購物生活，為顧客帶來更愉悅美好的生活體驗。

我們會持續努力，勇於創新、深耕地方，將「美好生活提案」連結永續發展。期許新光三越能為社會注入更多正向能量，為大家的永續發展一起貢獻心力。



璀璨30，幸福而立

1991年新光三越的第一家分店在台北市南京西路誕生，至今已拓展至全台北、中、南區皆設有分店據點。目前全台共15店、20館，近7,000個專櫃，每年吸引超過1.3億人次的顧客造訪，因具備豐富的展店經驗及創新的生活提案，新光三越所到之處皆以獨具特色的各項服務吸引人潮聚集，30年來秉持著以消費者為核心，持續創新打造新體驗、新消費、新永續的美好生活方式。

感謝消費者一同與新光三越走過璀璨三十年華。

未來，新光三越仍將秉持真心誠意的經營理念不斷向前邁進，致力永續發展，為人們帶來更愉悅美好的生活體驗，創造幸福感受。



新光三越重要紀事簡表



新光三越重要紀事年表

年份	記事	年份	記事
1989年	台灣新光百貨育樂公司與日本三越集團共同成立新光三越百貨	2002年	台北信義新天地A8開幕;同年,當時為東南亞最大購物中心的台南西門店開幕
1991年	首家店-台北南西店開幕,以建立「台灣最高品質的世界感性百貨」自許	2003年	新光三越投資成立法雅客股份有限公司
1993年	台北站前店、高雄三多店同日(12.23)開幕,創世界百貨史新紀錄		台北信義新天地A9開幕,國際精品匯集,為信義商圈帶入頂級客層並首創VIP貴賓室
1995年	捐贈成立「財團法人新光三越文教基金會」,積極推動展演藝術文化活動	2004年	台北天母店開幕,打造社區精緻百貨
1996年	台南中山店開幕,為新光三越在直轄市之外的第一個店鋪	2005年	台北信義新天地A4開幕,信義商圈版圖完整建構
1997年	台北信義新天地A11以首家百貨之姿領先進駐信義計畫區,帶動信義商圈成型	2006年	獨家引進英國百年HARRODS百貨商品
1998年	桃園大有店開幕,為新光三越第一家社區型百貨		率先升級推出百貨聯名悠遊信用卡「新光三越悠遊信用卡」
1999年	與台新銀行共同發行新光三越聯名信用卡	2007年	北京新光天地開幕,為新光三越首家大陸據點
2000年	成立新光三越網站 http://www.skm.com.tw ,擴大服務	2008年	取得衣蝶百貨營業讓與權,新增4店。台北南西店二館、三館,三館合一的台北南西店成為引領西區流行的時尚地標;同年桃園站前店、嘉義垂楊店開幕
	成立新光影城,首度跨足娛樂休閒事業	2009年	新光三越全台連鎖服務網全年吸引超過1億人次的顧客造訪
	台中中港店開幕,新光三越進入大型店鋪經營時代;同年新竹中華店開幕	2010年	最美麗的生活購物中心—高雄左營店開幕
2001年	新光三越聯名卡突破一百萬張,為國內最大百貨聯名卡		
	新光三越開店十年,市占率超過26%,為台灣百貨業龍頭		

年份	記事	年份	記事
2011年	新光三越歡慶20週年	2017年	年底接手經營「高雄草衙道購物中心」積極拓展休閒體驗業態
2013年	與新光銀行共同發行新光三越聯名信用卡 週年慶首度推出以服務為導向的「會員APP」購物省時又省力 最新潮流遊樂新天地 台南風×世界潮—台南小西門開幕	2018年	對應地區市場變化,新竹中華店於3月結束營業,同年5月台北南西店二館因租約到期結束營業 數位服務升級,app推行skm pay行動支付及美食外帶功能
2014年	10月正式發行「新光三越貴賓卡」	2019年	新光天地成都店喜悅開幕,打造每一個人、每一天都能享受歡樂浪漫的購物及生活中心
2015年	新光三越進軍大陸首家獨資打造的現代園林式百貨「新光天地 蘇州」6月25日正式開幕 創立自營品牌「美麗市場」及「好好集」,提供高品質的食物,發掘台灣好物,扮演美好生活共享平台,連結人們的生活	2020年	取得國際認證ISO 45001職業安全衛生管理及ISO 27001資訊安全管理系統,持續提升服務品質,強化安心安全的商品與購物環境 提升外送服務,新增skm eats美食外送平台,打造百貨美食從訂位、候位、外帶到外送的一條龍服務
2016年	A11六樓文化館正式轉型為「信義劇場」擴大引進各類型展演活動	2021年	會員人數約270萬人。將實體百貨搬到網路上,最時髦電商skm online上線
2017年	獨家引進義大利百年Caffè Florian福里安花神咖啡A9台灣首店3月開幕 新光三越跨足虛擬通路 全新概念線上平台「beauty STAGE美麗台」6月上線 長江上游高端的購物及生活中心「新光天地 重慶」8月9日歡喜開幕 10月推出美食訂候位app(2018年3月全台上線)		

2021年度績效亮點

環境面

<p>2021較2018年碳排放量減少3.6萬噸，相當於92座大安森林公園一年的吸碳量</p> <p>-3.6萬噸</p>	<p>自營商品引進具環境/社會認證(遵守環境保護及勞工、人權、安全相關規範)之商品達430+項</p> <p>430+</p>	<p>投入永續行動(包含環境保護、慈善公益及社區關懷等)專櫃數760櫃，共同響應永續愛地球行動</p> <p>760櫃</p>	
<p>2019~2021年使用綠電共240萬度</p> <p>240萬度</p>	<p>導入電子貨架標籤15,000個</p> <p>15000個</p>	<p>綠色環保活動 7000人次以上參與</p> <p>7000人次</p>	<p>美麗市場導入減塑裸賣專區，傳遞環境友善的綠色能量</p> <p>環境友善</p>

2021年度績效亮點

社會面

<p>榮獲工商時報「台灣服務業大評鑑」金牌獎 (2018、2020、2021)</p> <p>服務業金牌</p>	<p>連續舉辦20屆新光三越夏日藝術季 (原新光三越兒童藝術季)，累計超過23萬件 參賽作品</p> <p>連續舉辦20屆 新光三越夏日藝術季</p>		<p>連續舉辦15屆SKM PHOTO新光三越國際 攝影聯展，累積超過123萬觀展人次</p> <p>連續舉辦15屆 新光三越國際攝影聯展</p>	
<p>連續舉辦28屆工藝之夢，累積超過148萬 觀展人次</p> <p>連續舉辦28屆 工藝之夢</p>	<p>每年服務顧客超過 1.3億人次。</p> <p>1.3億人次</p>	<p>每年舉辦藝文活動場 次240場，參與人次 超過200萬人次。</p> <p>200萬人次</p>	<p>榮獲1111人力銀行 2021年幸福企業 特別獎</p> <p>幸福企業</p>	<p>捐贈新台幣2,000萬元 政府防疫基金</p> <p>捐贈防疫基金</p>

2021年度績效亮點

經濟與治理面

<p>貴賓卡會員數年增25萬，累計貴賓卡會員數約270萬。app綁定數年增31.2萬，累計綁定人數172.9萬，綁定率64.7%。數位通路總業績達新台幣18.7億元</p> <p>270萬</p>	<p>「skm eats美食地圖」提供280家美食一條龍服務，全年度收益達新台幣4.1億元</p> <p>4.1億</p>	<p>skm app會員年成長10%、外送服務聲量成長80%，榮獲網路口碑之星－策略卓越獎</p> <p>策略卓越獎</p>
<p>積極推動雲端發票，榮獲財政部2021年績優總機構獎第一名</p> <p>No.1</p>	<p>通過ISO 27001資訊安全管理系統認證 通過ISO 10002客戶抱怨處理管理系統驗證 通過ISO 45001職業安全衛生管理系統認證</p> <p>ISO</p>	<p>翻轉疫情嚴峻，提升服務體驗，打造skm online、熟客系統，業績成長7倍、帶進5成新客</p> <p>skm online 熟客系統</p>

永續發展管理

新光三越成立三十周年，一直以來秉持真心誠意的經營理念，認真對待每一位顧客，提供最好、最優質的商品及生活體驗。

我們期許愛護地球與環境，連結地方和人們生活，透過環境、社會、治理三個面向，新光三越將實踐永續生活美學，持續創造人文感動。

永續願景

百貨與人們生活息息相關，新光三越一直努力匯集生活美好元素，定位「體驗美好生活的提案平台」，並擬定綠色時尚、社會共好、幸福企業為實踐方向，致力永續發展。

我們秉持著「顧客至上、真心誠意」的經營理念，以「放眼世界、心懷當地」為願景，將世界的美好帶給人們，並連結在地，期許我們所到之處能帶給人們更多的美好體驗。

在穩健踏實、勤奮樸實、信用誠實的價值下，持續努力，永續創新，強化與環境、社會、治理面各項作為，致力長遠共好永續發展。

定位

- 體驗美好生活的提案平台
- 實踐綠色時尚、社會共好、幸福企業，致力永續發展

願景與使命

願景

- 放眼世界，心懷當地
- 美好生活，無限延伸

使命

- 成為受尊崇與信賴的百貨品牌
- 讓利害關係人感到驕傲與喜愛的優質事業體
- 為企業、環境及社會永續發展貢獻力量

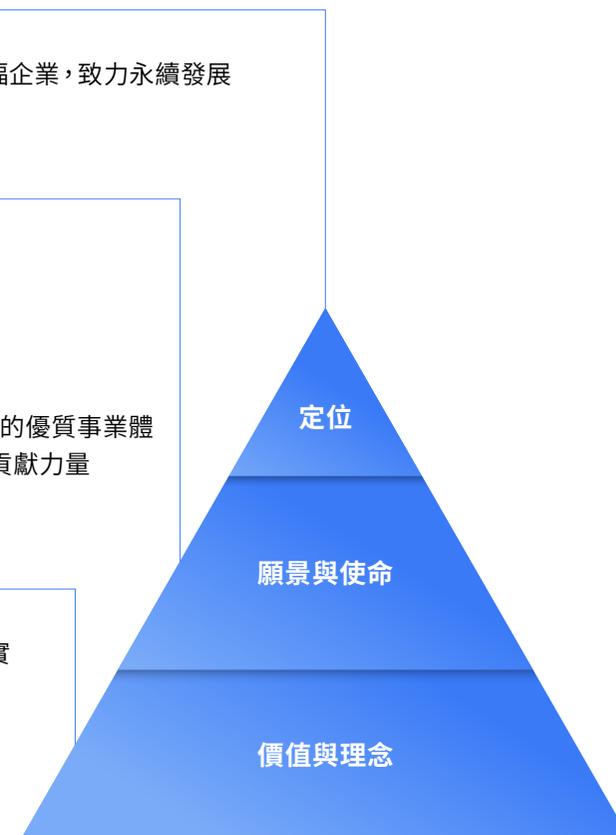
價值與理念

核心價值

- 穩健踏實、勤奮樸實、信用誠實

經營理念

- 顧客至上、真心誠意

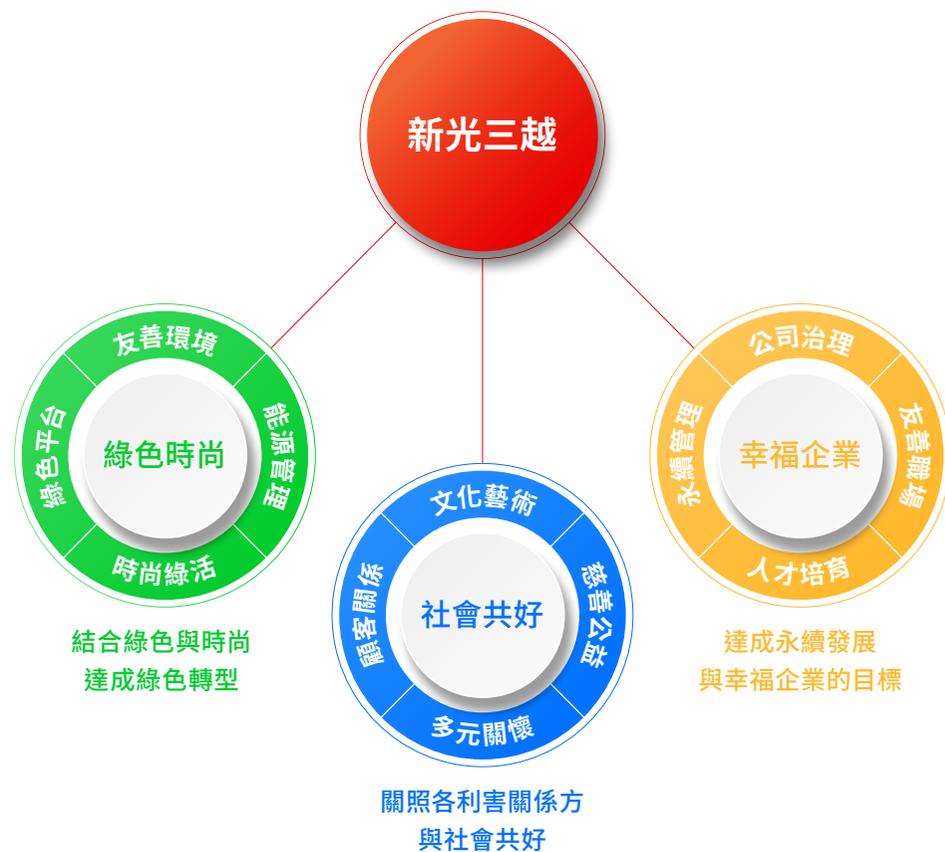


永續委員會

2021年，我們成立了「永續委員會」，表明新光三越未來積極朝向永續發展，善盡環境、社會、治理責任的決心。由總經理擔任主任委員，全公司副總經理級之主管擔任委員，每季召開一次會議，下設永續秘書處及依功能組成之三個規劃小組。

永續委員會訂定公司整體ESG政策方向並審核三個小組所提各項ESG行動方案。總公司各部門及分店選派人員擔任ESG專員，協助相關事務溝通執行。永續秘書處彙整資料，推動永續事務，確保公司全體朝永續發展一同邁進。

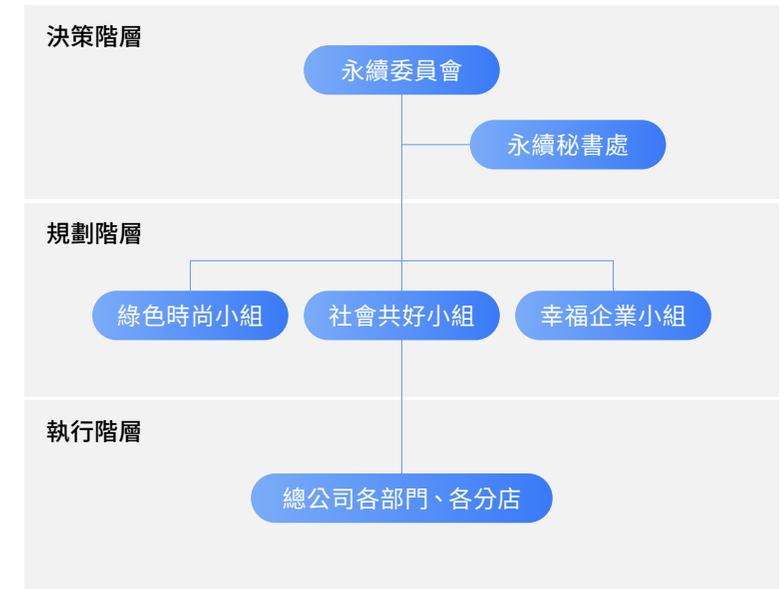
2021年底召開第一次永續委員會，確立新光三越永續發展之目標與組織架構。



各組織能

階層	組織	目標	開會頻率
決策階層	永續委員會	公司整體ESG政策方向之決策。 公司整體ESG行動方案的執行狀況之審議。其他有關ESG事項。	每季1次，由主任委員主持。 視狀況臨時召開。
規劃階層	綠色時尚小組 社會共好小組 幸福企業小組	各項ESG行動方案之評估、規劃、 確保執行及進度追蹤。	由各召集人決定開會頻率 並定期向永續委員會副主任 委員報告進度。
執行階層	總公司各部門、各分店 (設置ESG專員)	落實執行ESG行動方案。	不定期
彙整聯繫	永續秘書處	永續委員會相關會議安排、 報告彙整及資料管理。	不定期

組織架構



永續策略及計畫 三大主軸，十大策略方向

對應 SDGs	主軸	策略方向	未來工作計劃 (~2025)
 7 經濟適用的 清潔能源	綠色時尚	• 建構綠色平台	<ul style="list-style-type: none"> • 倡議供應鏈永續管理，與供應商及合作夥伴共進投入永續作為 • 提升綠色採購及管理 • 推行綠色平台，提升永續認證合作夥伴比率 <ol style="list-style-type: none"> 1. 與小農/青農合作，從食材源頭把關，建立安心供應鏈 2. 建立ESG商品地圖供顧客遊覽挑選 3. 推廣綠色素材商品、社會企業產品、地方特色產品和循環經濟商品 • 推行一城鎮一美好，SKM T368永續計畫
 12 負責任 消費和生產		• 推動綠色環境	<ul style="list-style-type: none"> • 持續推動ISO國際認證 (導入ISO 14001環境管理系統、ISO 14064溫室氣體查驗、ISO 50001能源管理系統) • 提升能資源管理：節能、減碳、增加綠電使用 • 持續推動廢棄物管理 • 持續推動綠建築認證 • 完善綠色停車場計畫
 13 氣候行動		• 推行永續時尚	<ul style="list-style-type: none"> • 倡議綠色生活態度，持續各項環保創生計畫 • 推廣數位化應用 • ESG商品策展 • 推行二手商品銷售
 17 促進目標實現 的夥伴關係			

對應 SDGs	主軸	策略方向	未來工作計劃(~2025)
 <p>3 良好健康與福祉</p>	 <p>4 教育品質</p>	社會共好	<ul style="list-style-type: none"> • 推動文化藝術 <ul style="list-style-type: none"> • 持續各項文化藝術推動 <ul style="list-style-type: none"> 工藝之夢-台灣工藝推廣活動 國際攝影展系列活動 夏日藝術季 空間展 這夏系列活動 • 舉辦新光三越表演藝術季
 <p>17 促進目標實現的夥伴關係</p>			<ul style="list-style-type: none"> • 響應慈善公益合作及外部倡議 <ul style="list-style-type: none"> • 推動慈善公益計畫 • 響應外部組織倡議及ESG相關節日 • 提升多元與人權關懷 <ul style="list-style-type: none"> • 舉辦多元族群、女性、青年創意, 相關展覽與活動 • 打造友善環境 (高齡、兒童、多元性別) • 深化顧客關係 <ul style="list-style-type: none"> • 強化服務品質、維護顧客關係及保護個人資料 • 深化數位服務 (app服務、智能客服) • 持續ISO 10002客戶抱怨處理管理系統

對應 SDGs	主軸	策略方向	未來工作計劃(~2025)
 <p>3 良好健康與福祉</p>	 <p>5 性別平等</p>	幸福企業	<ul style="list-style-type: none"> • 深化公司治理 • 強化董事會結構及運作 • 持續推動並導入ISO國際認證,加強安心安全 (持續推動ISO 27001資訊安全管理系統、ISO 45001職業安全衛生管理系統、ISO 10002客戶抱怨處理管理系統、食品衛生安全計畫) (規劃導入ISO 27701個人資料隱私管理系統、ISO 14001環境管理系統、ISO 14064溫室氣體查驗、ISO 50001能源管理系統)
 <p>6 清潔飲水和衛生設施</p>	 <p>8 就業與經濟成長</p>	• 營造友善職場	<ul style="list-style-type: none"> • 持續推動職場安全保障 (ISO 45001職業安全衛生管理系統認證) • 推動員工參與度(意見)調查,促進溝通 • 倡議性別友善 • 增加各項福利措施
 <p>9 產業、創新和基礎設施</p>	 <p>10 減少不平等</p>	• 優化人才培育	<ul style="list-style-type: none"> • 導入人才管理系統,優化人才培育 • 導入職能系統,完善員工個人發展計畫

重大議題與利害關係人議合

重大議題管理

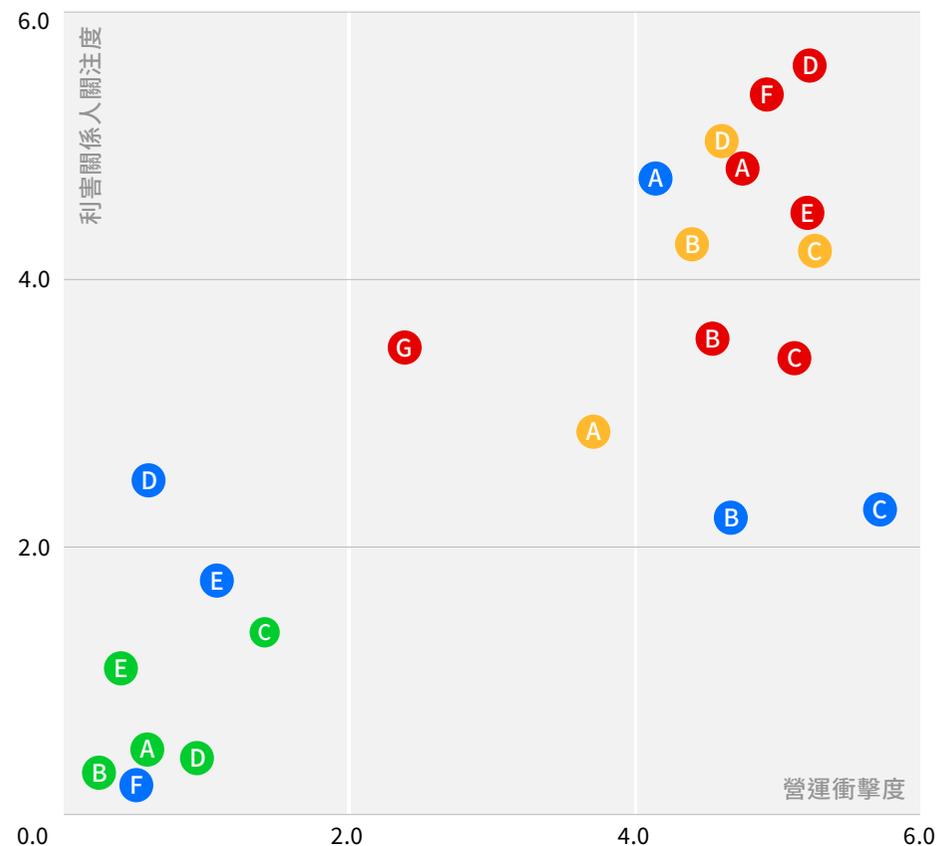
為有效鑑別並管理重大議題，新光三越百貨參考全球報告倡議組織 (GRI)、AA1000當責性原則，完整地揭露重大議題管理流程。我們將議題分類為環境面、社會面、經濟面、治理面，透過重大議題管理流程，彙整出22項重大議題。以利害關係人的關注度及營運衝擊度，衡量各重大議題的重要程度排序。

Step1. 鑑別	<ul style="list-style-type: none">• 利害關係人：界定主要溝通對象，其為8類利害關係人。• 重大議題：參考日常營運、產業動態、國際永續趨勢，並符合利害關係人期待，彙總出共22項永續議題。
Step2. 排序	<ul style="list-style-type: none">• 關注度：採用利害關係人意見，蒐集問卷合計1,036份，包含：同仁 (407份)、股東與投資人 (26份)、客戶與消費者 (280份)、供應商 (127份)、政府機關 (7份)、社區民眾 (62份)、媒體 (5份)、專櫃廠商 (122份)。• 衝擊度：蒐集11位高階主管問卷，評估各永續議題對於新光三越百貨內外部ESG影響衝擊程度。• 確定重大議題：經由利害關係人關注度及營運衝擊度，確定2021年新光三越百貨之重大議題，並繪製矩陣。
Step3. 確立	<ul style="list-style-type: none">• 確定邊界：逐一查核22項永續議題對於新光三越百貨的價值鏈影響結果，以確立報告書揭露邊界。• 呼應GRI：將各永續議題對應於GRI準則，以確立並完整揭露70個GRI特定主題。
Step4. 檢視	<ul style="list-style-type: none">• 管理方針：針對ESG各大議題，制定企業永續目標及專屬管理方針，並定期檢視達成狀況。• 持續溝通：持續追蹤公司ESG進展成效，並與利害關係人溝通，檢視重大議題管理的適當性與有效性。

經過內外部利害關係人之意見並統計分析，獲知新光三越百貨所關注 22項永續議題，其中包含12核心議題、2項主要議題、8項補充議題。

22項永續議題

● 環境面	● 社會面	● 經濟面
A. 能資源管理	A. 職場安全與健康	A. 品牌形象
B. 溫室氣體管理	B. 人才培育與發展	B. 營運績效與創新策略
C. 廢棄物管理	C. 人才吸引與留任	C. 數位科技創新
D. 水資源管理	D. 社會關懷與參與	D. 資訊安全與隱私保護
E. 綠色採購	E. 永續選品	E. 顧客關係經營
	F. 藝文美育推廣	F. 商品品質與責任
		G. 供應鏈管理
● 治理面		
A. 永續發展策略		
B. 公司治理與誠信經營		
C. 風險管理		
D. 法規遵循		



重大議題	管理方針
資訊安全與隱私保護	設置資安專案組織，針對資訊安全強化管理
商品品質與責任	設置食安小組，強化食品安全管理
法律遵循	遵循法令規範，勇於揭發不法之事
品牌形象	活化商場環境、翻新基礎設施，持續提供優良百貨服務
顧客關係經營	發揮顧客至上、真心誠意的服務精神，即時處理顧客意見，提升客戶滿意度
營運績效與創新策略	以關懷在地與社會共榮為營運根基，並引入創新策略與精神，持續創造優良績效
風險管理	建置氣候危機事件應變小組，應變緊急氣候，降低氣候風險衝擊
職場安全與健康	導入ISO 45001職業安全衛生管理系統，建立完善職場安全與健康管理流程
公司治理與誠信經營	秉持誠信經營及商業道德原則，嚴格執行內部稽核控制
數位科技創新	投入創新科技研發，打造嶄新數位購物體驗旅程
人才吸引與留任	提供具競爭力的員工福利、公平的考核機制及升遷機制，打造完善人才管理系統
人才培育與發展	以完善的教育發展機制，培育新光三越優秀管理人才
永續發展策略 (註)	以「永續生活美學，創造人文感動」為新光三越永續策略主軸，引領百貨業者邁向永續願景
供應鏈管理 (註)	落實永續供應鏈管理，把關商品品質

註：永續發展策略、供應鏈管理為重大營運方針與國際產業趨勢，故額外納入為重大議題

利害關係人排序 由高(左)到低(右)



利害關係人議合

我們參考AA1000利害關係人議合的五大標準：責任、影響力、張力、多元觀點、依賴性，挑選出8類重要利害關係人。為確保永續經營方向及符合利害關係人的期待，新光三越百貨與利害關係人保持良好順暢的溝通管道。秉持誠信、透明且多元的方式與利害關係人溝通議合，並即時回應且調整公司經營管理政策與流程。

利害關係人	對新光三越的意義	關注重大議題	溝通管道/頻率	溝通策略	對應報告書章節
消費者	消費者的滿意體驗，是驅動不停成長與創新的動力來源。透過滿足消費者的期待，邁向永續經營的願景。	<ul style="list-style-type: none"> • 品牌形象 • 數位科技創新 • 資訊安全與隱私保護 • 顧客關係經營 • 商品品質與責任 	<ul style="list-style-type: none"> • 社群媒體/不定期 • 消費者問卷/不定期 • 廣告與活動/不定期 • 客服系統/即時 	提高消費者的消費滿意度，創造新光三越在消費者心中的價值。	專欄二：數位體驗 1.4 隱私保護 1.6 食品安全 2.2 綠色平台 2.3 綠色生活 3.1 藝術美育 3.3 顧客滿意
股東/投資人	創造良好的價值報酬，並提供穩健經營資金，是永續道路上的重要夥伴。	<ul style="list-style-type: none"> • 永續發展策略 • 公司治理與誠信經營 • 法規遵循 • 品牌形象 • 營運績效與創新策略 	<ul style="list-style-type: none"> • 董事會及委員會/每季 • 股東會/每年 	維持良好經營效率，並創造絕佳獲利，符合股東/投資人的期待。	永續發展管理 1.1 營運概況 1.2 公司治理 2.2 綠色平台 2.3 綠色生活

利害關係人	對新光三越的意義	關注重大議題	溝通管道/頻率	溝通策略	對應報告書章節
同仁	秉持優良服務，員工是創造永續競爭力不可或缺的重要資產。	<ul style="list-style-type: none"> • 法規遵循 • 資訊安全與隱私保護 • 商品品質與責任 • 職場安全與健康 • 人才吸引與留任 	<ul style="list-style-type: none"> • 日常公告/不定期 • 會議溝通/不定期 • 教育訓練課程/不定期 • 員工意見回饋/即時 	創造令同仁滿意的職場環境，讓同仁能夠安心地與新光三越一起成長，邁向永續未來。	<ul style="list-style-type: none"> 1.2 公司治理 1.4 隱私保護 1.5 安全防護 1.6 食品安全 1.7 幸福職場
政府機關	政府機關訂定的法令，與新光三越共同達成永續經營準則。	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理與誠信經營 • 風險管理 • 法規遵循 • 供應鏈管理 • 職場安全與健康 	<ul style="list-style-type: none"> • 座談會與交流會/不定期 • 安全現場稽查/不定期 • 電話與信箱回饋/即時 	遵守並配合政府制定法令，勇於揭露不法之事，創造穩健且誠信的營運模式。	<ul style="list-style-type: none"> 1.2 公司治理 1.3 風險管理 1.5 安全防護 2.2 綠色平台 2.3 綠色生活

利害關係人	對新光三越的意義	關注重大議題	溝通管道/頻率	溝通策略	對應報告書章節
專櫃廠商	共同為顧客創造優良服務及產品，創造永續百貨趨勢。	<ul style="list-style-type: none"> • 品牌形象 • 營運績效與創新策略 • 顧客關係經營 • 商品品質與責任 • 職場安全與健康 	<ul style="list-style-type: none"> • 拜訪廠商/不定期 • 常會/不定期 • 廠商交流會/每年 • 電話與信箱回饋/即時 	與專櫃廠商成為良好夥伴，為客戶打造良好的消費環境，並提供滿意產品與服務。	專欄二：數位體驗 1.1 營運概況 1.3 風險管理 1.6 食品安全 2.2 綠色平台 2.3 綠色生活 3.1 藝術美育 3.3 顧客滿意
供應商	供應商是打造安心及滿意購物環境，不可或缺的角色。	<ul style="list-style-type: none"> • 品牌形象 • 資訊安全與隱私保護 • 顧客關係經營 • 商品品質與責任 • 職場安全與健康 	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商協調會/不定期 • 供應商宣傳會/不定期 • 電話與信箱回饋/即時 	挑選優良供應商，共同打造永續供應鏈。	1.3 風險管理 1.4 隱私保護 1.6 食品安全 2.2 綠色平台 2.3 綠色生活

利害關係人	對新光三越的意義	關注重大議題	溝通管道/頻率	溝通策略	對應報告書章節
媒體	媒體的報導及宣傳,影響商譽及利害關係人心中的形象。	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理與誠信經營 • 風險管理 • 法規遵循 • 營運績效與創新策略 • 商品品質與責任 • 職場安全與健康 	<ul style="list-style-type: none"> • 記者會/不定期 • 電話與信箱回饋/即時 	維持與利害關係人暢通管,及誠信經營原則,以保持在各利害關係人心中價值。	專欄二:數位體驗 1.1 營運概況 1.2 公司治理 1.3 風險管理 1.5 安全防護 1.6 食品安全
社區民眾	在地關懷社區居民,善盡敦親睦鄰責任。	<ul style="list-style-type: none"> • 品牌形象 • 資訊安全與隱私保護 • 顧客關係經營 • 商品品質與責任 • 社會關懷與參與 	<ul style="list-style-type: none"> • 現場活動/不定期 • 親自拜訪/不定期 • 電話與信箱回饋/即時 	降低營運外部成本,並關懷在地人民,與民眾共同打造永續社區。	1.4 隱私保護 1.6 食品安全 3.1 藝術美育 3.2 在地共好

重大議題及GRI準則對應

永續議題		對新光三越的意義	對應GRI項目	對應章節	頁碼	受衝擊利害關係人							
重要性	議題					消費者	股東 投資人	同仁	政府 機關	專櫃 廠商	供應商	媒體	社區 民眾
核心 議題	資訊安全與 隱私保護	有效管理資訊安全，守 護個人隱私。	418客戶隱私	1.4 隱私保護	68	●		●			●	●	●
	商品品質與 責任	層層把關，建立掌握 商品品質與安全管理 流程。	416顧客健康與安全： 416-1~2	1.6 食品安全	85	●		●		●	●	●	●
	法律遵循	遵守法令與政策，營造 安全舒適購物環境。	307環境保護法規遵循 419社會經濟法規遵循	1.2 公司治理	56		●	●	●				
	品牌形象	維持良好品牌形象，創 造不凡價值。	自定義 102一般揭露： 102-40、102-42~44	專題二：數位體驗 2.2 綠色平台 2.3 綠色生活 3.3 顧客滿意	39 208 113 137	●	●			●	●	●	●
	風險管理	辨識與管理系統性及 非風險。	102一般揭露： 102-11	1.3 風險管理	65				●			●	

永續議題		對新光三越的意義	對應GRI項目	對應章節	頁碼	受衝擊利害關係人							
重要性	議題					消費者	股東 投資人	同仁	政府 機關	專櫃 廠商	供應商	媒體	社區 民眾
核心 議題	顧客關係 經營	新光三越相當重視顧客，維繫良好關係以創造高顧客滿意度。	417行銷與標示： 417-2~3	3.3 顧客滿意	137	●				●	●		●
	營運績效與 創新策略	實行創新策略，創造絕佳營運績效，成就永續經營。	201經濟績效： 201-1、201-4	專題二 數位體驗 1.1 營運概況	39 48		●			●		●	
	職場安全與 健康	重視職場安全及員工健康，打造安心工作環境。	403職業安全衛生： 403-1~10	1.5 安全防護	72			●	●	●	●		
	公司治理與 誠信經營	提升資訊透明度與品質，維護股東權益。	205反貪腐：205-3 206反競爭行為：206-1	1.2 公司治理	56		●		●			●	
	人才培育與 發展	多元的內部教育訓練，精實同仁軟實力及硬實力。	404訓練與教育： 404-1、3	1.7 幸福職場	88			●					

永續議題		對新光三越的意義	對應GRI項目	對應章節	頁碼	受衝擊利害關係人							
重要性	議題					消費者	股東 投資人	同仁	政府 機關	專櫃 廠商	供應商	媒體	社區 民眾
核心 議題	數位科技 創新	積極研發創新科技，引領永續趨勢。	自訂義	專題二 數位體驗	39	●						●	
	人才吸引與 留任	提供完善福利及具競爭力的薪資，營造具發展性的職場環境。	401勞雇關係:401-1、3 402勞資關係:402-1 405員工多元化與平等機會:405-1~2	1.7 幸福職場	88			●					
主要 議題	永續發展 策略	制定短、中、長程目標，發展專屬永續策略。	102一般揭露:102-14、 102-20、102-31	永續發展管理	15		●						
	供應鏈管理	控管商品品質，並要求供應鏈廠商遵循永續原則。	308供應商環境評估: 308-1、414供應商社會評估:414-1	2.2 綠色平台 2.3 綠色生活	108 113				●				
補充 議題	永續選品	挑選綠色產品，落實永續精神。	204採購實務: 204-1	2.3 綠色生活	113	●				●			

永續議題		對新光三越的意義	對應GRI項目	對應章節	頁碼	受衝擊利害關係人							
重要性	議題					消費者	股東 投資人	同仁	政府 機關	專櫃 廠商	供應商	媒體	社區 民眾
補充 議題	廢棄物管理	減少廢棄物量，降低對環境的負擔。	306廢棄物： 306-5	2.1 綠色營運	102			●		●			
	水資源管理	制定節省用水，及避免汙水排放之措施。	303水與放流水： 303-5	2.1 綠色營運	102			●	●	●			
	社會關懷與參與	積極推廣公益活動，關注公共話題，落實永續關懷。	自定義	3.2 在地共好	133								●
	綠色採購	嚴格挑選採購商品，使用綠色產品降低環境傷害，落實永續營運。	308供應商環境評估： 308-1、414供應商社會評估：414-1	2.2 綠色平台 2.3 綠色生活	108 113	●					●		
	能資源管理	施行能源管理，推行減能措施。	302能源： 302-1	2.1 綠色營運	102			●	●	●			

永續議題		對新光三越的意義	對應GRI項目	對應章節	頁碼	受衝擊利害關係人							
重要性	議題					消費者	股東 投資人	同仁	政府 機關	專櫃 廠商	供應商	媒體	社區 民眾
補充 議題	藝文美育 推廣	強調永續生活美學，發展新光三越品牌特色。	自訂義	3.1 藝術美育	124	●							●
	溫室氣體 管理	接軌國際趨勢，降低溫室氣體排放。	305排放： 305-1~2	2.1 綠色營運	102			●	●	●			

專題一：疫啟觸動新生活

2021 年臺灣 COVID-19 疫情嚴峻，升至三級警戒，規定餐飲業禁止內用，賣場及超市加強人流管制，對於著重實體購物體驗的百貨業者構成打擊。

新光三越雖面臨業績下滑、但市占仍持續上升，我們不畏艱辛、化危機為轉機，規劃「2021 三大重點行動」來因應，分別為：

- 「疫情對應行動」
- 「會員數位渠道」
- 「新事業體發展」

同時也超前部署提出「2022 三大策略方向」與「五大策略行動」與疫情作長期對抗。

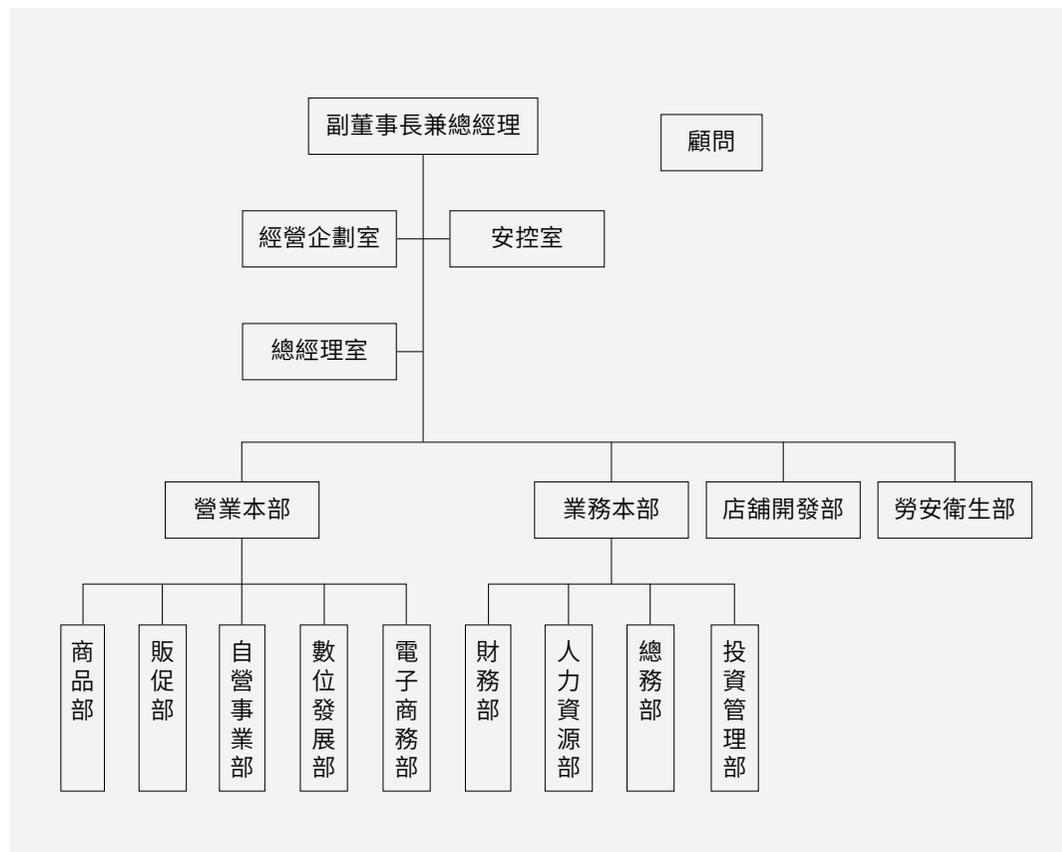


安心安全的購物環境

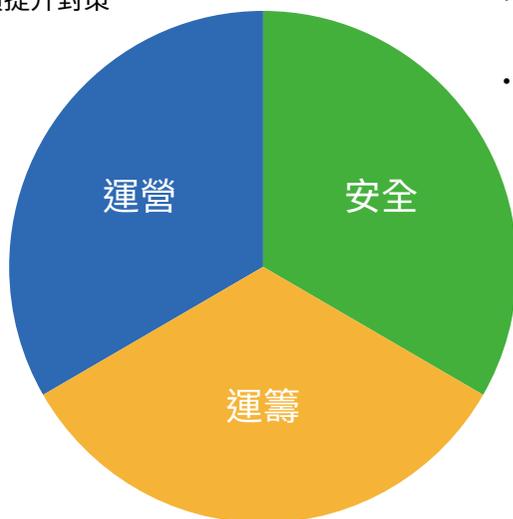
防疫應變會議

因應疫情升級，新光三越全力配合政府防疫措施、全民一同防疫，對於消費者購物安全的重視，新光三越致力於營造衛生、安心的購物環境，自主成立防疫應變會議。

集結各部門 16 位高階主管共同制定結合運營、安全、運籌三方面的高規格防疫策略，從營業時間、員工分流的內部調整、到賣場實聯制、門禁管制、配戴口罩等人員管理，以致紓困配套、櫃位減租等延伸議題皆有完整的討論與規範，不僅帶給顧客安心的購物環境、也提供員工安全的職業場域。



- 營業時間調整與分流上班
- 餐飲外帶與設立快取 BAR
- 四大數位工具上線與優化
- 公司預算調整與業績提升對策



- 施行員工遠端作業
- 爭取政府紓困、廠商補貼與減租
- 三級警戒配套措施

- 全時段配戴口罩與落實實聯制
- 加強門禁管制與進出口量體溫
- 禁止訪客與外訪
- 鼓勵員工施打疫苗案與居家快篩試劑採購
- 員工確診 SOP 建立與快篩結果回報

防疫應變對策

四大數位渠道上線

未來疫情觀察重點	44 次
應變會議召開	97 次
全店舖大規模消毒	1350 次
採購紅外線熱顯像儀	82 台
採購耳 / 額溫槍	258 台
採購感應式消毒器	949 台
採購餐飲隔板	1768 組
採購酒精存貨	3000 公升

進軍數位通路 迎接新零售

新光三越積極經營數位通路、增強與會員的溝通與關係經營，整合實體通路與數位系統來強化會員服務、透過打造點數生態圈來整合顧客關係與數據管理，更因應疫情、減少接觸，持續推廣「skm pay 支付」加深用戶體驗。

同時推出「skm online」購物平台，將美妝自營電商「beauty STAGE 美麗台」納入，提供 1,300 個品牌全新的銷售管道，品項數從 2 萬拓展至超過 8 萬。

亦進軍外送市場與 Uber Eats 和 foodpanda 雙平台合作，領先全台百貨創立「skm eats 美食地圖」專屬外送車隊，提供 280 家百貨美食的一條龍服務，精準經營下即達到新台幣 4.1 億元營業收入，

消費同享也可享會員點數回饋、不僅完成多平台的串流，更讓 2021 年貴賓卡會員數新增 25 萬、app 綁定數增加 31.2 萬、數位通路總業績達到 18.7 億元，全力迎戰零售產業的新常態 (The New Normal)；更秉持回饋社會的精神，捐贈營業收入新台幣 2,000 萬元給予政府作為防疫基金。

貴賓卡累計會員數

270 萬人次

增加 **25** 萬

年業績佔比 **86** %

app 綁定數 **172.9** 萬人

增加 **31.2** 萬人

數位渠道業績 **18.7** 億

全店佔比 **2.2** %

熟客系統 **11.6** 億

美食外送 **4.1** 億

市佔持續提升 逆風前行

疫情重創業績，但新光三越不氣餒、持續逆風前行拓展新事業體版圖：

拓店第四家「beauty STAGE 美麗台」

進軍 Outlet 市場「SKM Park」

全台首家住商共融商場「新光三越 Diamond Towers」，全力打造全新店型、以「新商品概念、新服務體驗、新社交場域」三大特點為宗旨，期望為顧客帶來前所未有的時尚生活新體驗、成為東區新地標、提升在台灣百貨業的市占率。

美妝事業新版圖 beauty STAGE



2021 年成立
全台第 4 家 - 環球店

Life Style Outlet 購物中心 SKM Park



跨足 Outlets
打造多元休閒場域
於 2022 年開幕

新一代時髦社交生活中心 Diamond Towers



打造全台首家住商共融商場
預計於 2022 年開幕

共體時艱，與廠商共同迎戰疫情

自 COVID-19 疫情爆發以來，新光三越全力配合政府防疫政策、卻也大幅影響百貨零售業實體商場的營運，新光三越與廠商站在同一線，自 2020 年 3 月起調降「租賃櫃固定租金」與「專櫃保證營業額」，給予廠商最實質的支持、共渡難關。



新光三越
SHINKONG MITSUKOSHI

致親愛的餐飲夥伴

五月中新冠疫情再次爆發，且情況較去年更加嚴峻，新光三越除遵循政府政策，亦盡速研擬落實防疫規劃及配套措施。再次衷心感謝您，沒有您的支持與協助，我們的防疫工作必然無法順暢運行。

疫情狀況持續影響，全國第三級警戒宣布延長至6/14，新光三越已及時優化更新銷售解決方案，包括APP手機購物宅配服務、Skm eats美食外送、外帶，熱客系統提供一對一專屬商品推薦，並結合安心快取Bar貼心服務，同時推動Skm Online盛大上線，提供更多元的銷售渠道，積極解決顧客的不便，也舒緩餐飲品牌的困境。

除了上述方案，新光三越將依各分店營運狀況，規劃各店不同之租金調整方案。為了了解餐飲品牌的營運困難，5-7月最高以降租三成為上限提出溝通討論。

新光三越和大家一樣，面對這波沉重的衝擊，承受極大的營運成本壓力。但是我們有信心和大家一起克服困境，共渡難關。在新光三越全力協助紓困之際，也懇切期待您投注資源於現行美食外送、外帶服務，以及後續之一系列餐飲振興方案，具體有感地回饋消費者，以共創佳績。

各項防疫政策更新、線上工具應用、後續餐飲振興方案，以及上述有關租金之議題，敬請與新光三越各分店餐飲食品相關主管洽詢。有任何問題與建議，亦請不吝告知指教。由衷感謝您的支持與參與，新光三越會與大家攜手併肩，努力向前。

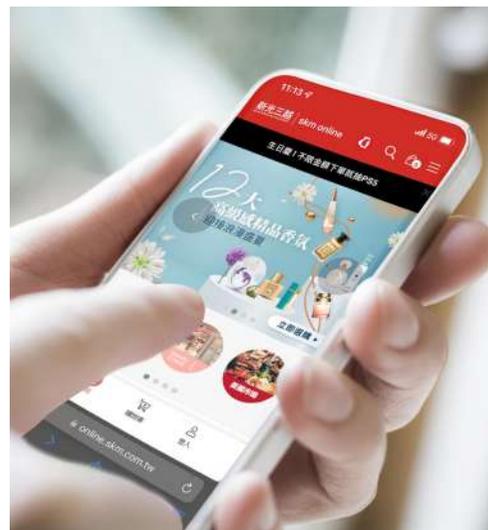
敬祝 身體健康，闔府平安，工作順利

新光三越百貨股份有限公司
商品部 副總經理 歐陽慧 敬上
2021.06.01

專題二：數位體驗

新光三越以獨具特色的各項服務吸引人潮聚集，每年吸引超過 1.3 億人次造訪。

近年全球受苦於新冠疫情，導致消費者無法安心出門購物。為了讓消費者能夠有更愉悅美好的購物體驗，新光三越不斷地突破創新，發展各項永續創新策略，將數位科技落實於消費者體驗中，以打造具競爭性產品及服務，引領數位零售百貨業者。



創新體驗

面對科技的快速更迭，以及疫情緣故，消費者的需求與以往有所不同。

新光三越秉持「真心誠意、顧客至上」的精神，致力為消費者創造全新型態的零售體驗，不斷地從消費者角度出發，配合嶄新生活及消費型態，快速整合線上與線下服務，發展出創新又多元的銷售服務及產品。



skm app—生活中的最佳幫手

新光三越注重創新服務與個人化體驗，積極投入並研發手機 app 功能。透過看見消費者的需求，新光三越積極投入 skm app 研發與創新，展現科技與人性的完美結合。

各項功能有：

1. 快速查看百貨活動與會員權益：app 首頁提供各店最新活動、會員權益、電子發票與明細，減少紙本 DM 與發票印製，落實永續環保、節省資源概念。
2. 流行商品立即購買：消費者可以透過 app 優先購買最新的流行時尚商品，到線下取貨或選擇宅配到府，提供消費者數位化的購物體驗。
3. 美食地圖 skm eats 一指搞定：新光三越領先全台百貨建立線上訂候位系統，並於 2020 年與台灣大車隊全球快遞合作成為專屬外送車隊，在疫情期間加強 app 網路購物宅配服務。
4. 停車服務好便利：消費者在來店購物前，可以使用過 app 查詢停車空位，並於離場前完成線上支付或使用會員點數折抵，透過車牌辨識功能即可直接離場。

1. skm app



1. 快速查看百貨活動與會員權益



3. 美食地圖 skm eats 一指搞定



2. 流行商品立即購買



4. 停車服務好便利





skm online—線上買最方便

因應嚴峻疫情，新光三越快速發展出百貨業最大的電商平台，看見消費者需求，將原有的美妝電商 beauty STAGE 升級為嶄新 skm online 平台，提供消費者一個「商品齊全多元、購物方便快捷」購物平台。有效的數位轉型，為新光三越帶來 7 倍業績成長及帶進 5 成新客的亮眼佳績。

skm online 結合 POS 系統、顧客關係管理系統 (CRM)、網路大數據資料，以了解每位消費者的生活樣態及消費習性。透過精準行銷，適時且適當地將消費資訊、優惠活動，給予需要的消費者。最重要的是，讓消費者能夠以最短的時間找到喜歡的商品並且快速結帳完成，實現在家不出門也能夠有愉悅的購物體驗。

顧客分群·精準行銷

依照顧客消費分群，給予生活型態標籤，從而定義各群消費重點，以此精準投放行銷訊息，與消費者維持良好關係，適當提供專屬購物選擇，滿足消費者的消費需求。

多元支付·優惠回饋

消費者可以選擇信用卡、LINE Pay、skm pay 進行支付，skm online 讓顧客輕鬆管理、使用點數與禮券等折抵工具。搭配活動期間，消費者更能夠即時獲得優惠資訊。

友善介面·優化體驗

首頁提供顧客更豐富的購物體驗和商品資訊，增加購物意願和轉換率。實際呈現商品樣態，讓消費者安心在網路消費。

數據蒐集·效率管理

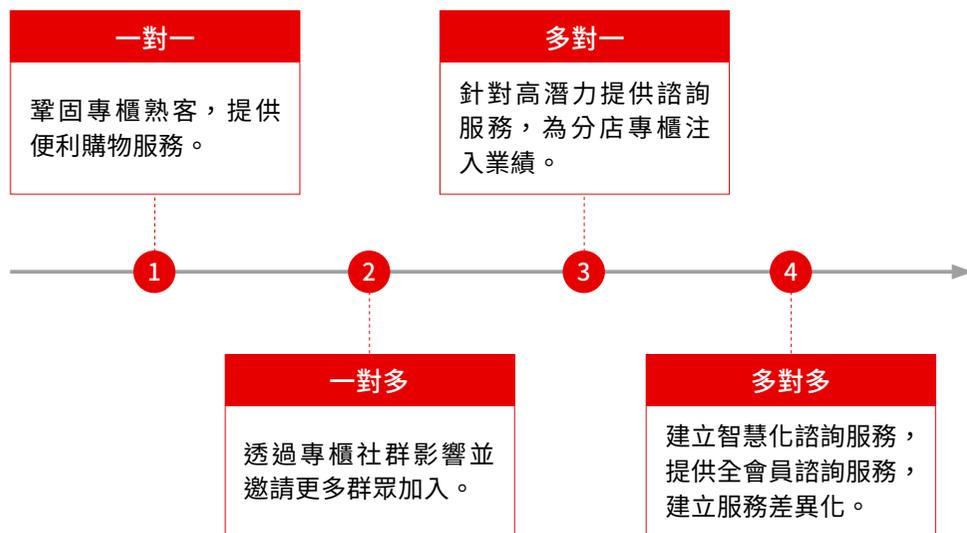
大數據時代，新光三越整合線上 skm online 與線下實體店面資料，有效發展管理營運方式。方便行銷營業人員依照檔期活動、銷售狀況、數據分析，快速設定與調整銷售主題與商品內容。

skm online

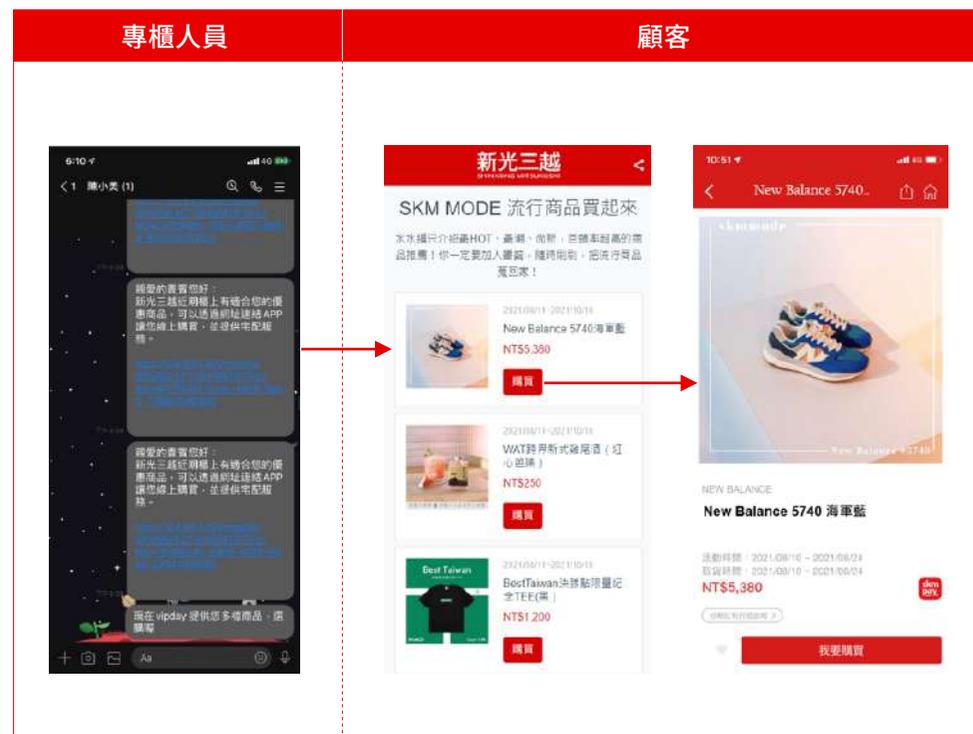
熟客系統—專屬的銷售顧問服務

為滿足消費者購物需求，新光三越打造熟客系統，從傳統百貨之被動銷售方式，轉變為主動了解消費者需求。透過與消費者線上購物諮詢和提供合適商品建議，成為顧客專屬的時尚諮詢專家，利用熟客系統平台，適時推薦符合消費者需求的產品及服務，打造「比消費者更了解消費者」的嶄新購物模式。

熟客系統進程



熟客系統導購流程



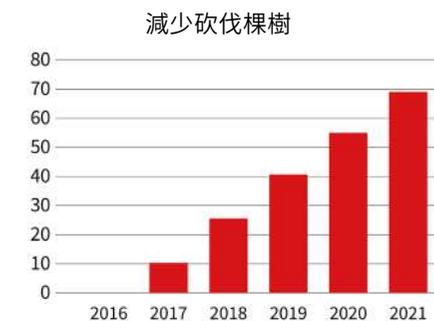
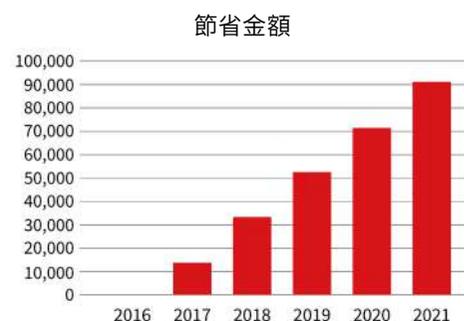
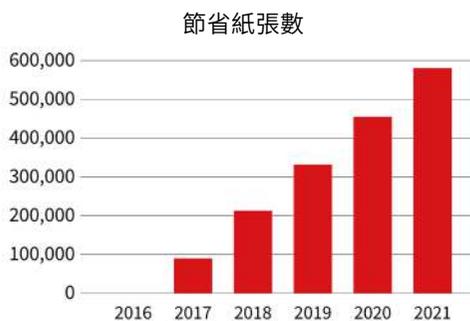
掌握未來

科技除了為消費者帶來方便愉悅的購物體驗，更為新光三越注入了永續的經營概念。引領百貨業者，新光三越善用科技的力量，提升經營管理效率，更綠化了整體營運流程。除此之外，為了提供顧客一個舒適安心的購物環境新光三越運用了智能技術，讓顧客家中年幼老少皆能放心地享受購物樂趣。

科技流程再進化

BPM 管理系統

新光三越在成長的過程中，明白需要不斷地調整精實工作流程，因為無效率的流程會是新光三越邁向永續未來的重擔。新光三越導入BPM系統，以宏觀的角度強化管理流程，除了讓工作參與者便於追蹤進度，更讓團隊懂得如何互相配合，使新光三越團隊服務更上一層樓。除了在營運上的效率提升，更是大幅降低了成本以及對環境的傷害。



推行雲端發票

榮獲財政部 2021 年績優總機構獎第一名

雲端發票占比首度突破整體的 50%

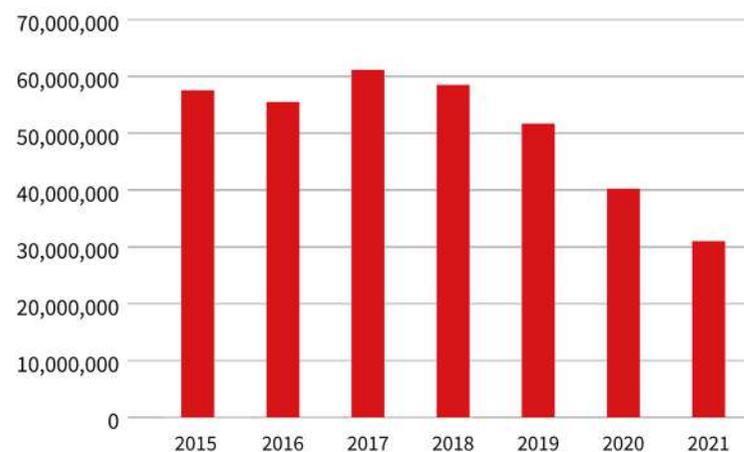
較去年成長逾 10%

- 2010 年配合財政部，試辦雲端發票於實體通路
- 2016 年導入信用卡載具功能
- 2018 年開發會員卡電子發票載具功能

2018 年開始，新光三越大力推行雲端發票功能。於結帳時引導顧客將電子發票存入會員載具，不僅能夠主動通知中獎消息及交易查詢，更能夠減少電子發票的用印張數，達成永續環保精神。推行成果優良，電子發票列印張數逐年下降，且 2021 年列印張數較 2017 年減少 49.3%。



電子發票列印張數



幸福企業

新光三越成立三十多年，持續承襲過去經驗，並且以創新的精神勇於開創未來。奠基在健全的組織運作及風險管理基礎下，新光三越不斷精進營運策略，並注入創新元素，持續為消費者帶來滿意的產品及服務。我們以「幸福企業」作為宗旨，在綻放光芒的過程中，不忘營運的根本基礎。以重視人才為初衷，打造幸福職場，並期望透過精實營運、穩健治理、風險管理，樹立百貨業的永續表率形象，引領台灣百貨業者朝向永續願景邁進。



第一章 幸福企業

關注永續議題：	對應 GRI 主題	SDGs 目標	受影響之利害關係人
<ul style="list-style-type: none"> 營運績效與創新策略 法規遵循 公司治理與誠信經營 風險管理 資訊安全與隱私保護 	<ul style="list-style-type: none"> 職場安全與健康 人才吸引與留任 人才培育與發展 	<ul style="list-style-type: none"> GRI 102 GRI 201-202 GRI 205-206 GRI 307 GRI 401-405 GRI 416-419 	 <ul style="list-style-type: none"> 消費者 股東 / 投資人 同仁 政府機關 專櫃廠商 供應商 媒體 社區民眾

🏆 亮點

- 成立永續委員會，組成最具願景及實行力的永續團隊
- 2021 年合併營收 261.3 億，業績雖較往年下滑，仍穩住市占
- 疫情期間提供專櫃及租賃櫃廠商補助 (調降保證營業額)，維持營運動能，共度難關
- 疫情期間不減薪、不裁員，雖營收負成長，仍以加薪慰勞員工辛勞

📄 管理方針

- 遵循法令規範，勇於揭發不法之事
- 秉持誠信經營及商業道德原則，嚴格執行內部稽核控制
- 建置氣候危機事件應變小組，應變緊急氣候，降低氣候風險衝擊
- 以關懷在地與社會共榮為營運根基，並引入創新策略與精神，持續創造優良績效
- 設置資安專案組織，針對資訊安全強化管理
- 每月舉辦安控會議及演練測試，確保安全系統之可靠性及有效性
- 提供具競爭力的員工福利、公平的考核機制及升遷機制，打造完善人才管理系統
- 以完善的教育發展機制，培育新光三越優秀管理人才

1.1 營運概況

新光三越為台灣最具規模的百貨公司，承襲過去的寶貴經驗，秉持獨特的前瞻眼光，並擘劃創新策略，新光三越持續向全台提出創新生活提案，所到之處皆以獨具特色的各項服務吸引人潮聚集，每年吸引超過 1.3 億人次的顧客造訪。未來，新光三越仍將秉持真心誠意的經營理念不斷向前邁進，並善盡企業社會責任，為人們帶來更愉悅美好的生活體驗。

公司名稱	新光三越百貨股份有限公司
創立日期	1989 年 11 月
董事長	村上英之
副董事長 / 總經理	吳昕陽
總部位置	臺北市信義區松高路 19 號 7 至 9 樓
權益資本額 (新台幣)	12,459,386,720 元
員工數	截至 2021/12/31 計 2,364 人

新光育樂百貨與日本三越百貨透過合資方式（現分別為新光三越百貨及日本三越伊勢丹百貨），於 1989 年成立新光三越百貨股份有限公司。經過多年的淬鍊，新光三越現已成為台灣首屈一指的百貨公司，不僅提供顧客實體的消費愉悅體驗，更整合線下資源，發展出線上購物服務。

新光三越連鎖服務網全台共 15 店、20 館，近 7,000 個專櫃，每年吸引超過 1.3 億人次的顧客造訪，目前新光三越在台灣北、中、南共有 20 個據點，總面積達 120 萬平方米。



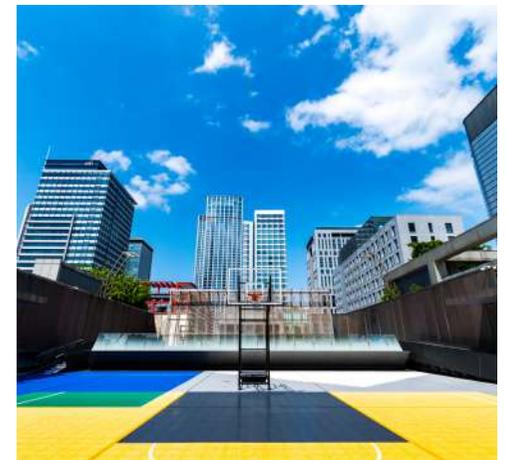
1.1.1 新光三越的使命

新光三越一直以來以善盡企業社會責任為使命，除長期推動藝文展覽延續在地生活文化的傳承之外，並期對當地環境發展貢獻力量，新光三越抱持取之於社會、用之於社會的宗旨持續關懷台灣、回饋社會，並稱職地扮演促進全民福祉的百貨業領航者，深入台灣各個角落，服務更多的人群。

新光三越三十年來，不斷轉型求新求變，讓百貨不再只是購物，而是與人們生活緊密連結的場域。在城市發展中扮演開創者的角色，滿足當地消費者的期待，與地方共好共榮。新光三越各據點

皆展現不同特色，例如：台北信義新天地 A11 設置 Tesla 電動車體驗為信義商圈注入時尚、科技元素；高雄左營店設置彩虹市集，為繁忙的交通系統帶來美食便利性。

除此之外，新光三越積極打造數位化服務系統，如：電商平台 skm online、行動支付 skm pay、手機 skm app 等。透過多元的線上服務，新光三越提供消費者更優質的消費體驗及更適合的產品內容。全方面的數位系統建立，讓消費者在疫情期間仍能享受新光三越帶來的消費體驗。



1.1.2 引人入勝的百貨天地

打造全台最具規模的百貨天地

- 新光三越營業據點遍布全台，北、中、南合計 15 店、20 館，總面積達 120 萬平方米，因具備豐富的展店經驗及創新的生活提案，新光三越所到之處皆以獨具特色的各項服務吸引人潮聚集，每年吸引超過一億人次的顧客造訪。
- 每一次的營業據點擴張，新光三越不斷地追求突破，將創新的精神注入在每一次的擴張據點計畫中。配合地方的文化特色，善用不同的空間想像，使每個分店皆有獨特亮點。



台北
夢幻中山台北南西店

緊鄰捷運中山站的台北南西店一館、三館，不但成為引領西區流行消費的金三角，台北南西商圈目前更是多元化的流行商圈。



台北
時尚信義新天地

從消費者購物經驗，提升到帶給人們更多愉悅的生活體驗，不僅串聯空橋的水平式購物概念，更清楚為消費者規劃專屬購物空間。



台中
繁榮七期台中中港店

開啟新光三越進入大型店舖經營的里程碑，迅速帶動七期重劃區的繁榮發展。



台南
美輪美奐台南新天地

開啟南台灣全新的大型休閒購物商場型態及國際級的消費視野，結合購物中心與百貨公司全方位服務機能的大型休閒購物商場。



高雄
三鐵便捷高雄左營店

左營店擁有 1.2 萬坪綠化面積、7 萬棵花木、全台最大植生牆。高雄高鐵、高捷、台鐵新左營站三鐵共構的地理優勢，縮短了通行距離，商圈範圍遼闊。



完善服務設施

• 幼兒及銀髮服務

新光三越提供幼兒及銀髮服務，包括：輪椅、毛毯、嬰兒車租借、哺乳室、育嬰室、老花眼鏡。讓消費者放心地攜帶全家大小一同來享受購物體驗。



• 金融及外籍親切服務

新光三越提供金融及外籍親切服務，包括：退稅服務、自動提款機、外幣兌換服務、外賓翻譯服務、口譯機。滿足消費者臨時的金融需求。



• 手機及電源相關服務

新光三越提供手機及電源相關服務，包括：無線 wifi、手機充電座、手機隨身電源、電動車充電樁。解決消費者手機或電動車電量不足的窘境。

• 顧客安全服務

新光三越提供顧客安全服務，包括：AED、簡易緊急醫療服務、電梯 / 電扶梯服務鈕、停車場緊急求救鈴。希望在發生危險時，提供消費者最即時的安全服務，免於重大傷害。



CCTV 數位化計畫

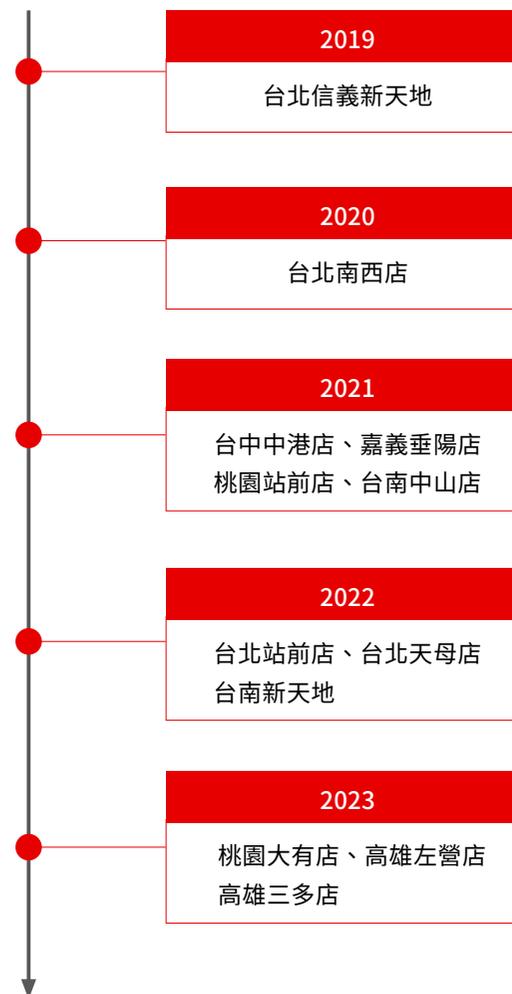
- 新光三越展開 6 年 CCTV 即時監控系統汰換升級計畫，由傳統類比、低像素的影像，全面升級數位化、高質化。
- 面對高齡社會，新光三越透過即時安全系統與 AI 圖像辨識技術的結合，以完善高齡防護系統措施。
- 未來，透過 CCTV 全面更新，新光三越將打造兼具舒適安全及科技智能的購物天地。



停車場緊急按鈕

非尖峰時段時，停車場往往相對人流較少。為預防顧客發生危險，新光三越採取每小時定期有人巡邏的措施，並且備有緊急連絡按鈕可通報安管人員。讓顧客能夠開心地出門，安全地回家。

CCTV 數位升級計畫





停車智能科技

輕鬆加入智能服務

- 新光三越整合停車場系統於手機 app 之中，讓消費者能提前掌握停車場空位狀況，以選擇直接前往尚有空位分館，抑或改搭乘大眾運輸交通工具。
- 除了節省消費者時間，更減少資源消耗，降低對環境的傷害。

下載新光三越



綁訂 skm pay



開啟 APP 停車



使用智能服務好 easy



1.1.3 外部參與

新光三越積極參與外部公協會組織，藉由與業界交流、集思廣益，進而串連企業間力量，發揮企業永續影響力，深化與社會間的連結，以長期維護共榮關係。

參與公協會名稱	扮演角色（如會員、理事、監事等）	參加長官
三友會	會員	村上英之 董事長
日本工商會	會員	
日本工商會流通部會	會員	
財團法人商業發展研究院	董事	吳昕陽 副董事長暨總經理
中華民國三三企業交流會	會員	
中美經濟交流合作策進會	理事	
中華民國警察之友總會	理事	
台北市警察之友會	常務理事	
台灣工商企業聯合會	會員	
中華民國東亞經濟協會	會員	
財團法人台灣永續能源研究基金會	台灣企業永續研訓中心企業會員 理事代表	吳昕昌 副總經理
中華民國三三青年會	會員	
台北市百貨商業同業公會	會員	
台北市電影戲劇商業同業公會	理事長	
中華民國電影戲劇商業同業公會	會員	
社團法人台灣著作權保護協會	會員	
台北市進出口商業同業公會	後備理事	謝英明 副總經理
台北市百貨商業同業公會	理事	
台灣連鎖暨加盟協會	會員	吳昕陽 副董事長、郭文斌 副總經理
中華民國百貨零售企業協會	會員	吳昕陽 副董事長、曹美虹 副總經理、吳昕昌 副總經理、馬振華 安控長、郭文斌 副總經理
中華民國工商協進會	會員	吳昕陽 副董事長、曹美虹 副總經理、吳昕昌 副總經理、馬振華 安控長、郭文斌 副總經理

1.1.4 營運績效表現

2021 年財務績效

2021 年受 Covid-19 疫情影響，百貨業經歷了前所未有的挑戰，全國三級警戒、調整營業時間、餐廳禁止內用、店舖停業清消、辦公室分流，新光三越也積極應變調整工作方式，與合作夥伴攜手努力，服務顧客，降低疫情影響。疫情緩和後配合防疫規範及政府振興方案，民眾重新回到商場，新光三越 2021 年合併營業收入新台幣 261.3 億元，成長率 -2.7%，稅後淨利 17.6 億。

合併財務報表，單位：新台幣千元

項目	2021	2020	2019
營業收入	26,130,287	26,847,142	26,662,563
營業成本	13,187,134	13,516,672	13,018,224
營業費用	10,967,165	11,115,889	11,352,974
員工薪資與福利	2,749,410	2,689,668	2,766,612
營業淨利	1,975,988	2,214,581	2,291,365
營業外收入及支出	258,702	191,538	-233,616
稅前淨利	2,234,690	2,406,119	2,057,749
繳納政府所得稅	469,274	464,828	430,236
稅後淨利	1,765,416	1,941,291	1,627,513
分配股東紅利	1,619,720	1,619,720	1,619,720

1.2 公司治理

為落實企業永續經營，新光三越不停強化公司治理基礎，以保障各利害關係人權益。新光三越秉持「誠信」為最高原則，並透過專業分工、職能劃分、責任運作的方式，追求穩健的公司治理，我們重視董事會職能發揮，以強化治理效能並提高決策品質及效率。除此之外，新光三越遵守法律規範，對內設置完善內部稽核流程制度，以維持穩定的企業運作；對外積極參與百貨相關協會組織，以維持產業地位並發揮影響力。

董事會成員

職稱	姓名	學歷	主要經歷
董事長	村上英之	日本 慶應義塾大學法學部	株式会社岩田屋三越 代表取締役社長執行役員 新光三越中國投資會社 董事長
副董事長暨總經理	吳昕陽	日本 早稻田大學國際貿易碩士 美國 紐約大學金融與國際經濟雙學士	新光三越百貨(股)公司 副董事長暨總經理 財團法人新光三越文教基金會 董事長 法雅客股份有限公司 董事長 新光三越百貨(股)公司 執行副總經理兼營業本部長 新光三越百貨(股)公司 營業本部副總經理兼台中店店長
董事	吳東進	日本 早稻田大學商學系	財團法人新光吳火獅紀念醫院董事長 新光金控創辦人 新光人壽董事長

1.2.1 董事會運作

董事會為新光三越最高治理單位，新光三越董事成員合計 13 名，負責制定組織目標、使命、策略及計畫，並確保組織具備健全的政策、內控系統，以監控組織整體表現狀況。新光三越強調董事會與內外部的溝通交流，依據董事會議事規範，每季至少召開一次董事會，由董事長擔任會議主席，以審視新光三越營運績效及議題討論。

職稱	姓名	學歷	主要經歷
董事	吳東亮	美國 加州大學洛杉磯分校企業管理碩士	台新金控、台新銀行董事長； 財團法人台新銀行公益慈善基金會董事長； 台新創業投資董事長、董事； 新光合成纖維董事長及總經理； 東元電機副董事長； 第一銀行、臺北區中小企業銀行及華南銀行董事、常務董事及監察人； 新光產物保險、新光人壽保險常務董事
董事	吳東昇	美國 哈佛大學法學博士	新光合成纖維集團董事長
董事	吳昕達	美國 南加大建築碩士 美國 加州大學洛杉磯分校 Anderson 學院企管碩士	新光三越開發(股)公司 董事長 2019/7 - 迄今 大台北區瓦斯(股)公司 董事 2019/6 - 迄今 新光金融控股(股)公司 董事 2020/6 - 迄今 新光三越百貨(股)公司 董事 2020/9 - 迄今 新光三越百貨(股)公司 總經理 2004/11-2019/8
董事	吳昕恩	美國 加州大學洛杉磯分校材料科學研究所	新光紡織董事長
董事	林伯翰	日本 明治大學經營管理學院碩士	新光樂活事業股份有限公司董事長
董事	細谷敏幸	日本 早稻田大學法學部	株式会社三越伊勢丹 HDS 取締役 代表執行役社長 株式会社岩田屋三越代表取締役 三越伊勢丹 HDS 執行役員

職稱	姓名	學歷	主要經歷
董事	赤松憲	日本 慶應義塾大學經濟學部	株式会社三越伊勢丹代表取締役會長 新光三越百貨股份有限公司副董事長 日本百貨店協會會長
董事	牧野欣功	日本 慶應義塾大學商學部	CFO 財務經理統括部長 (CHRO) 執行役常務兼 CSDO 三越伊勢丹取締役兼常務執行役員總務人事總長
董事	白井俊德	日本 成蹊大學經濟學部	株式会社三越伊勢丹 取締役 株式会社三越伊勢丹 HDS 取締役兼常務執行役員兼 CSRO
董事	松元公博	日本 青山學院大學經濟學部	株式会社三越伊勢丹 HDS 海外事業統括部海外管理部長 新光天地總經理 成都伊勢丹總經理
監察人	吳東勝	淡江大學 商學系	新光實業股份有限公司總經理
監察人	吳邦聲	美國 南加州大學企管碩士、 美國 加州大學藝術碩士	新光兆豐 (股) 公司董事長
監察人	常松恭一	日本 青山學院大學經營學部	三越伊勢丹常任監察人

董事會成員年齡與性別

董事會成員 組成類別百分比		董事會成員年齡				佔比
		<30 歲	30-50 歲	>50 歲	合計	
2021 年	女性	0	0	0	0	0.00%
	男性	0	1	15	16	100.00%
	合計	0	1	15	16	
	佔比	0.00%	6.25%	93.75%		

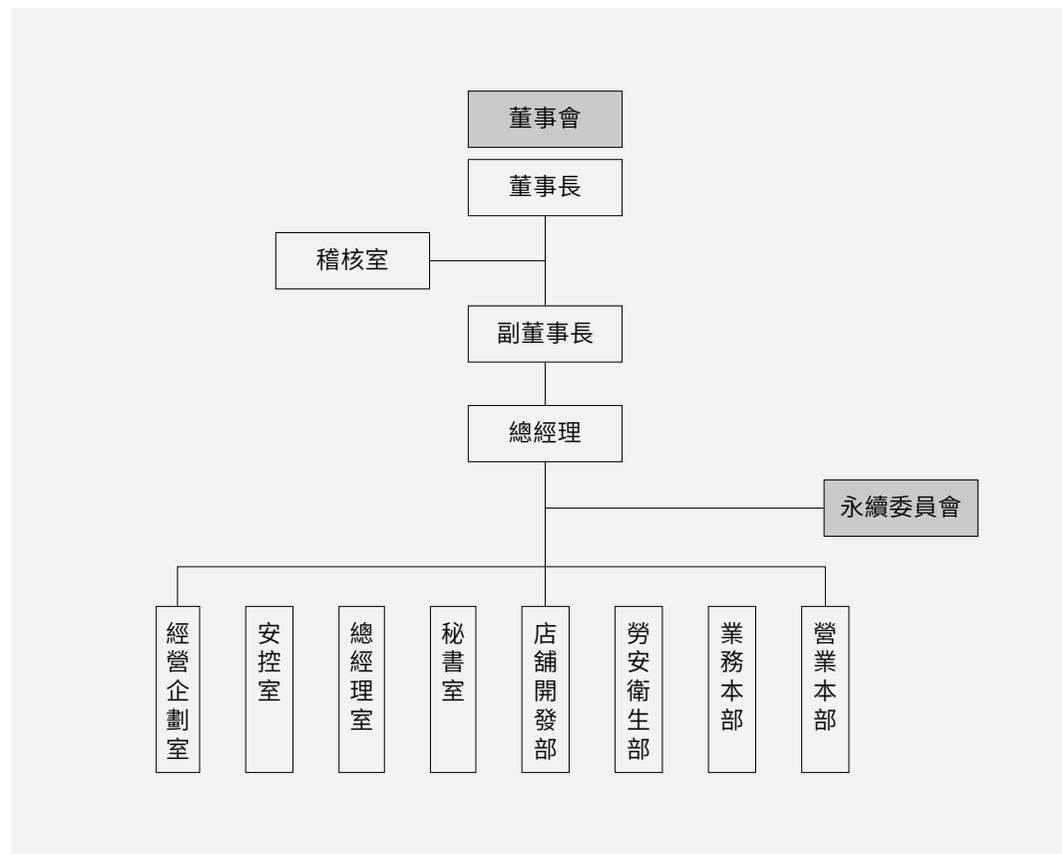
2021 年董事會進修情形

新光三越鼓勵董事參與外部進修課程及論壇，以掌握即時法令、產業趨勢，並吸收專業新知，進而厚植穩健新光三越公司治理的根基。新光三越安排全方位的課程持續精進新光三越董事的專業素養，進修課程主題含括資訊安全、財務危機、風險管理等，2021 年董事進修總時數達 37.5 小時。多元化的能力培養，實現新光三越的永續經營願景，讓新光三越的利害關係人對我們的公司治理不僅放心且有信心。

姓名	主辦單位	課程 / 演講名稱
吳東亮 董事	財團法人台灣金融研訓院	從公司治理層面看公平待客管理 (第 1 期)
	社團法人中華獨立董事協會	洗錢防制及打擊資恐之最新發展與實務
	社團法人中華獨立董事協會	因應勒索軟體威脅之金融資安治理策略
吳昕恩 董事	新光紡織股份有限公司	內線交易風險控管
	中華民國公司經營發展協會	從財務報表看出公司弊端或營運危機
	中華民國公司經營發展協會	股東會決議無效及撤銷爭訟實務
吳昕達 董事	新光金控	IFRS17 董監及高階經理人教育訓練課程 IFRS17 競爭藍圖與公司治理 3.0
	財團法人台灣金融研訓院	董監事會運作實務與公司治理研習班
	金融監督管理委員會	第十三屆台北公司治理論壇 (13th TAICGOF)
	台灣永續能源研究基金會	CEO 講堂暨專題演說
林伯翰 董事	新光人壽保險股份有限公司	110 年董事暨高階主管資訊安全教育訓練
	金融監督管理委員會	第十三屆臺北公司治理論壇上午場
	財團法人台灣金融研訓院	誠信經營與公平待客、AML 展望與國際趨勢、 內線交易防範
	財團法人保險事業發展中心	IFRS17 競爭藍圖與公司治理 3.0

1.2.2 組織架構

董事會設置董事長及副董事長各一人，董事長為新光三越最高治理長官，下設之總經理掌管八個部室，透過專業分工發揮各層級與部室的功能性。除此之外，總經理領導新光三越執行團隊，成立永續委員會，由經營企劃室及安控室規劃及推動，統籌各部室以組成最具願景及實行力的永續團隊。永續的願景，需建立在穩健的營運之上，故此，新光三越講求稽核的系統制度及流程。並且，為達成獨立性，新光三越設置稽核室並獨立於其他部室之外，以有效的監督及控制組織運作狀況。



1.2.3 誠信治理

誠信經營

誠信經營是新光三越的最高指導原則，並明訂公司章程以維持良好公司治理運作。新光三越講求營運細節均遵循誠信經營原則及法令規範，並要求同仁須具備商業倫理及道德，透過由上而下的力量，徹底落實永續經營精神。透過資訊的透明流通、負責任的態度及清廉的經營理念，新光三越建構優良的公司治理制度，並竭誠接受來自各界的回饋與指教，向外揭露公司治理相關推動成果。

清廉的治理精神，對於貪腐、反競爭、反托拉斯及壟斷行為絕不寬容，期許能透過自身組織力量，達成促進或維持市場競爭之目標。過去三年，新光三越並未發生反競爭、反托拉斯及壟斷行為。然而，2021年8月8日，透過內部檢查發現一位同仁利用職務之便竊取公款一事。針對此事，新光三越除對該員工免職並提出刑事告訴之外，更以負責任的態度深刻檢討並改善，全面性地診斷組織控制系統，並實施精進改善計畫。

2019~2021 年已確認貪腐事件		
發生日期	事件名稱	案件後續結果
2021.8.8	利用職務之便竊取公款	免職並提出刑事告訴

法規遵循

新光三越專設法務單位以處理法令規範相關事務，並透過員工教育訓練及個案諮詢時向同仁宣導法規政策，讓同仁能夠了解最新法規內容，確保組織各項活動均遵守法令規範。新光三越特別訂定《總公司或分公司收到法院或行政執行署、扣押、收取、撤銷等執行命令的函文應注意事項》，讓各單位同仁清楚了解，收到執行命令該如何作為，以保障及維護自身權益。

新光三越統計近三年公司訴訟案件，2019 年至 2021 年 12 月 31 日，合計發生 12 件訴訟案件，其中，2021 年全年訴訟案件共計 4 件，其中外部求償 0 件、廠商欠款 3 件、勞動爭議 1 件。針對各項案件，新光三越均深入了解且釐清糾紛癥結及責任，並且，負責任地持續追縱案件處理情形，及評估各項案件對於組織營運的影響，經過分析評估，12 件訴訟案件均不影響公司營運。除訴訟案件外，新光三越亦統計每年爭議外來函，以實際了解並面對爭議真實情況，進而從中改善，保障消費者權益並持續精進服務品質。

2021 年外來函統計表				
期間 (2021 年全年度)	類別			
	專櫃商品瑕疵或 退換貨爭議	本公司會員點數或 贈品禮券使用爭議	勞工權益爭議	賣場意外事件
各類別件數	32	26	4	11
總數	73			

近三年公司訴訟案件			
期間 (自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日)	類別		
	外部求償	廠商欠款	勞動爭議
各類別件數	5	5	2
總數	12		

新光三越經主管機關稽查，近三年共 1 件不符合環境保護法規、3 件不符合社會與經濟法規。針對不合法規之案件，我們已深入了解其原因，並針對不同案件提出改善措施。經主管機關核定，缺失皆已改善完成。近三年違反法規而受裁罰之項目紀錄如下：

2019~2021 年違反環境保護法規說明

發生時間	事由說明	罰款金額	改善措施
2021 年 7 月	未依規定於行政院環境保護署事業廢棄物申報及管理資訊系統提送事業廢棄物清理計畫書	新台幣 6,000 元	1. 依裁處條例繳交罰鍰，派員接受桃園市政府環境保護局教育訓練 2. 撰寫事業廢棄物清理計畫書並於行政院環境保護署事業廢棄物申報及管理資訊系統提送申報

2019~2021 年違反社會與經濟法規說明

發生時間	事由說明	罰款金額	改善作法
2019 年 5 月	延長工作時間超過法令規定；未有連續 11 小時之休息時間	新台幣 620,000 元	落實門禁與差勤管理，加班務必事前提出申請，並依核定時數內完成
2020 年 8 月	延長工作時間超過法令規定	新台幣 100,000 元	強化事前宣導，落實排班管理
2021 年 1 月	延長工作時間超過法令規定	新台幣 620,000 元	於會議中強化宣導

1.2.4 稽核機制

新光三越與董事會下設置獨立的稽核室，並由董事任免稽核單位主管，以檢核並控制整體組織營運。新光三越依據「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」以制訂有效且完善的稽核制度系統。稽核室依據公司章程、法令政策及內部控制制度，建立詳細稽核作業清單，持續優化風險評估流程機制。每年擬定年度稽核計畫，訂定明確稽核項目及預訂時間。於每季召開董事會時，製作內部稽核報告並呈報董事會，說明查核缺失、異常事項及後續改善建議與時程。

2021 年度稽核作業執行結果已提報董事會，查核結果並未發現內部控制有重大缺失及異常之事項，僅針對作業流程提出建議，以做為各部門提升管理品質之參考。

內部稽核流程



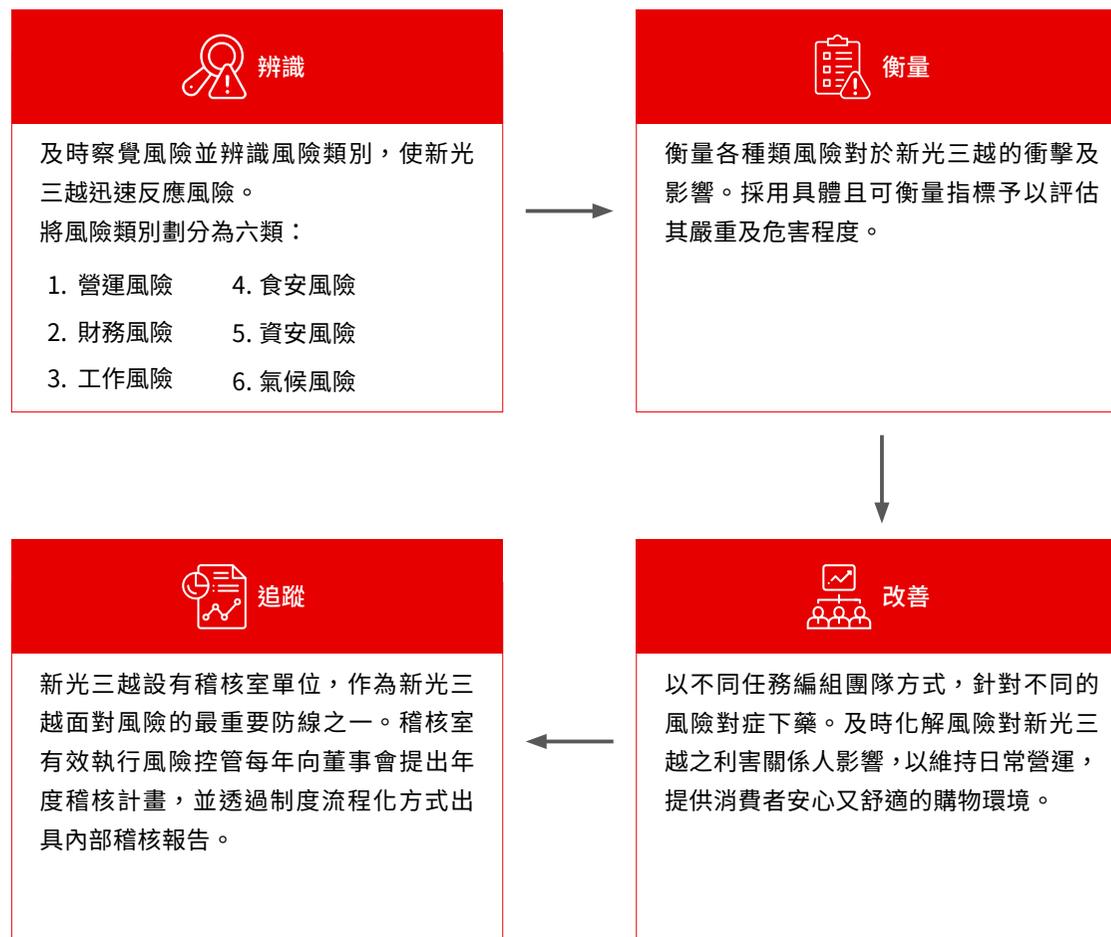
1.3 風險管理

1.3.1 風險管理流程與機制

風險管理的重要性在於企業現在身處的環境已與以往不同，高變動及高不確定性的環境，使企業必須及時察覺風險，並且管理之。風險的疏忽及管理不當，將為企業帶來龐大的財務及非財務損失。為達成永續經營，一直以來，新光三越一再強調完整且有效的風險管理制度及流程。針對不同的風險，新光三越設置不同的任務編組團隊應對不同的「系統性風險」及「非系統性風險」。

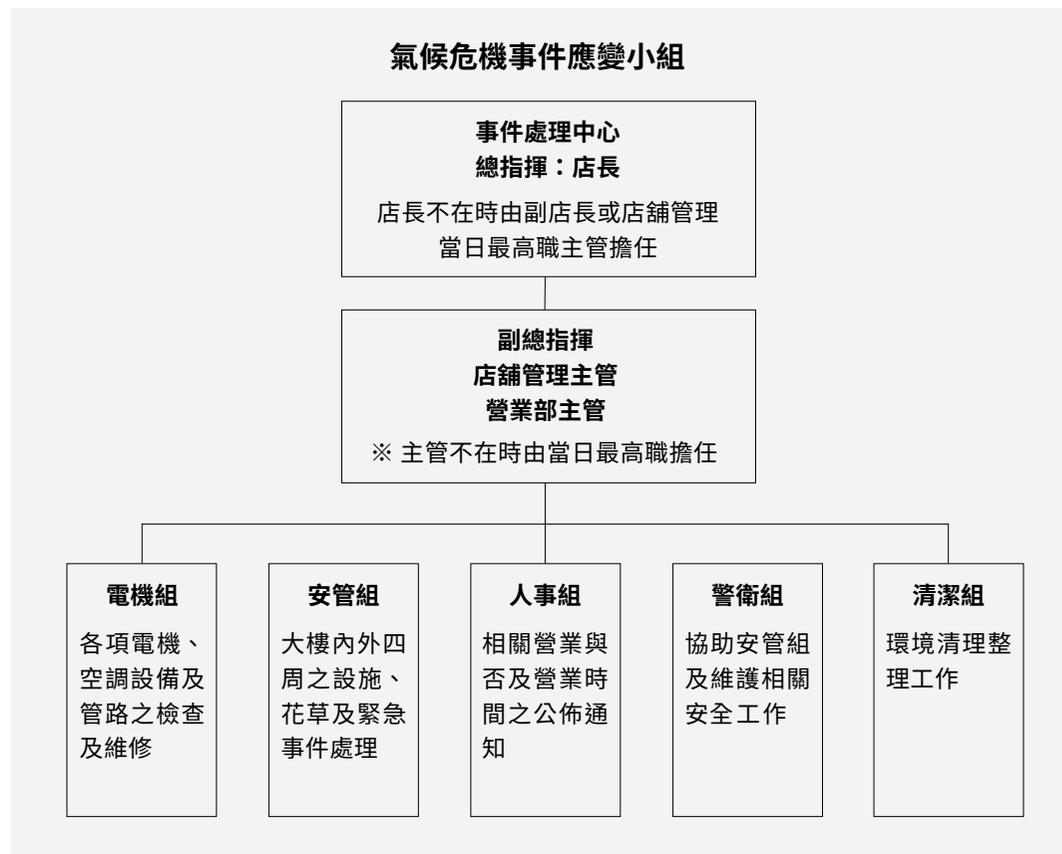
新光三越對於風險管理的宗旨，在於及早察覺、正確辨識、精準衡量、有效監督及嚴格控管，讓風險管理概念植入每日營運細節當中。

風險管理流程



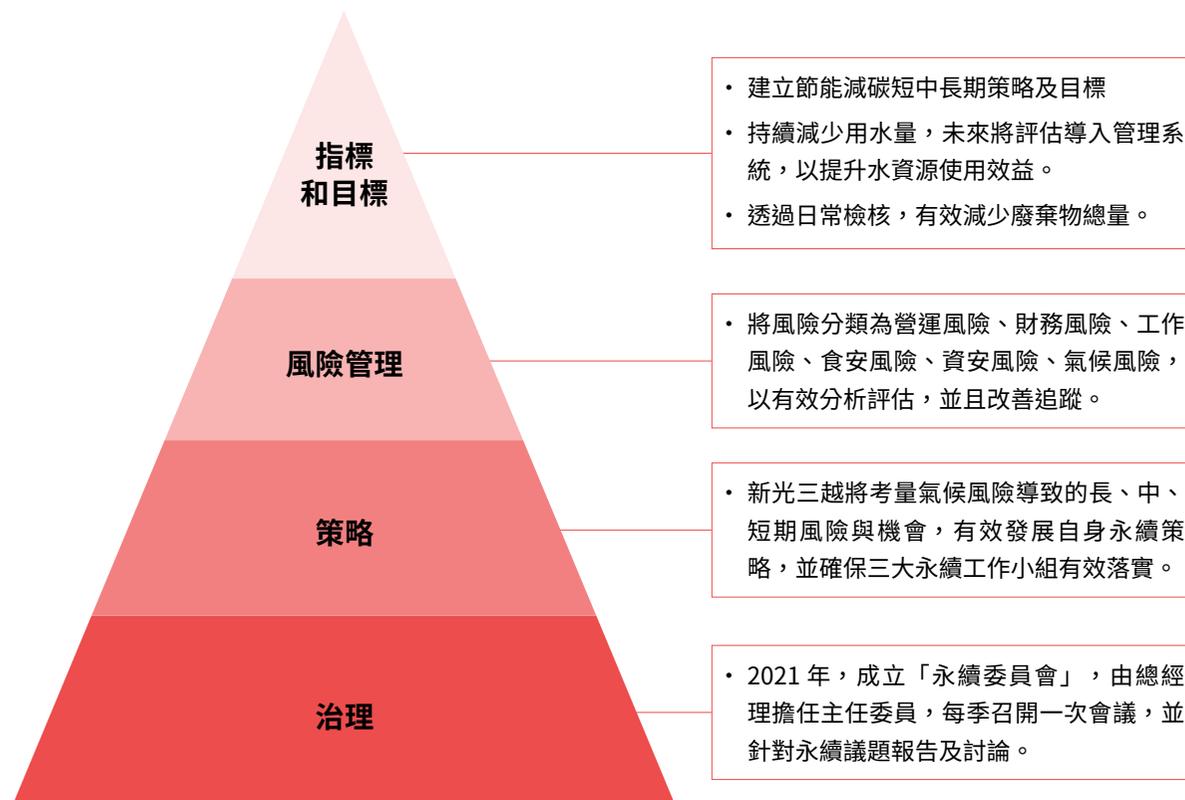
1.3.2 氣候風險管理

根據世界經濟論壇（World Economic Forum, WEF）發布「2021 全球風險報告」，分析結果與 2020 年相似，說明全球面臨前五大風險有四項與環境面相關，證明氣候危機是全世界不容忽視的風險，其影響可能是毀滅性的災難及失敗。為即時應對氣候危機事件，降低其可能衝擊程度，新光三越組成氣候危機事件應變小組。氣候危機事件應變小組以店長為總指揮，與副指揮進行合作，分別指揮電機組、安管組、人事組、警衛組及清潔組，迅速執行完善的應變措施。



為有效回應氣候風險，新光三越參考氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD) 架構，揭露目前我們對於氣候風險的作為及相關資訊。透過 TCFD，新光三越不僅能夠加強永續資訊透露，更能夠藉此持續精進自身永續作為。

然而，TCFD 告知企業重要訊息—氣候變遷將造成轉型、實體風險及機會，該如何有效回應風險及機會顯然成為各企業必須面對的課題。新光三越不畏懼如此挑戰，我們將不斷對內檢視自身營運，(例如：及時更新內部規章政策，以回應因轉型風險而制定的國家、產業政策)。確保我們走在正確的道路上，邁向永續未來。



1.4 隱私保護

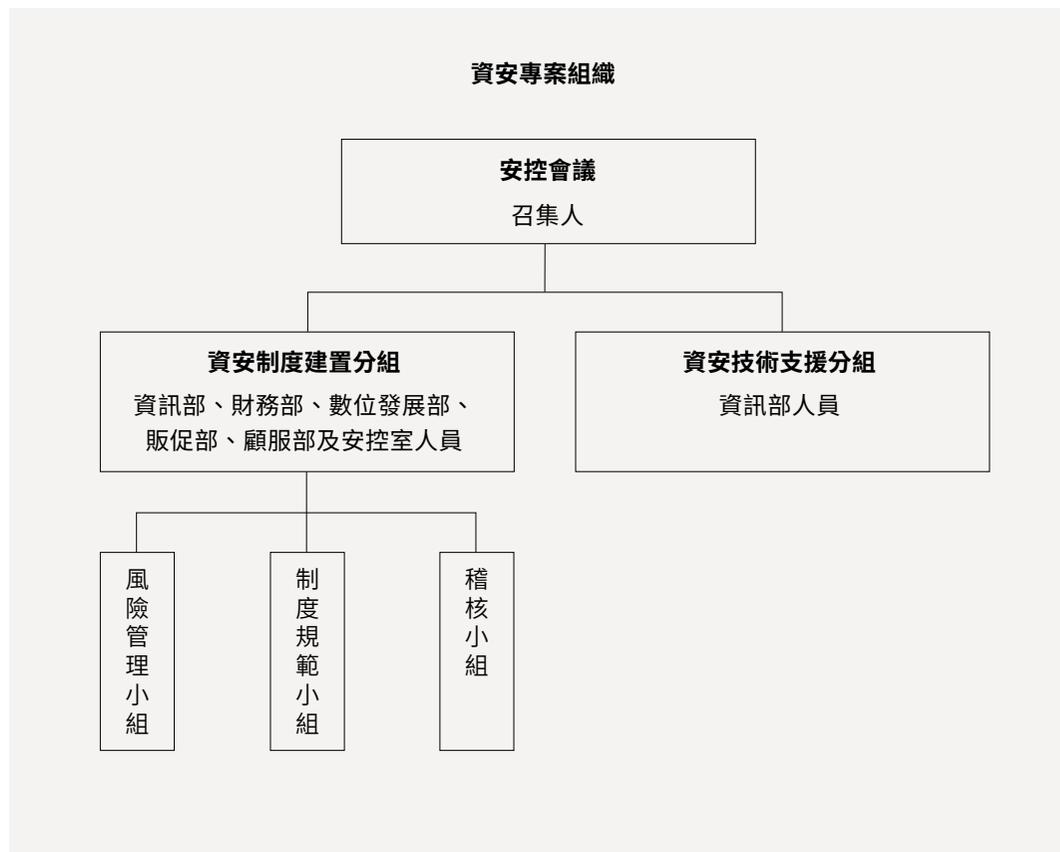
基於百貨業特性，新光三越擁有大量的顧客個人資料。為保護顧客的個人資料及營運資料的安全，新光三越成立資訊安全組織、統籌資訊安全政策、建置資訊安全系統、內部稽核檢測制度及相關教育訓練活動，確保公司徹底落實隱私保護概念，免受於資訊安全危機，實現永續經營。新光三越計畫 2023 年導入國際隱私資訊管理標準 ISO 27701 認證，目前為止，我們遵循 ISO 27001 制定資訊安全政策及相關管理程序書。其中，資訊安全政策建立安全及可信賴之資訊環境，確保資料、資訊系統、設備及網路，避免內、外部蓄意或意外之威脅，並提供信賴可靠之資通訊服務。



1.4.1 資安專案組織

新光三越會員人數約 270 萬，大量的消費資料與廠商交易資料都需要嚴密保護。對於資安的重視，讓新光三越早於 2018 年就率先採取近期金管會在 2021 年底發布新版「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」，設立「安控長」一職及相關專責單位，開創百貨業者先例。

為有效掌握新光三越全方位的安全狀況，我們每年至少召開 1 次資訊安全審查會議，並每月召開安控會議聽取資訊安全報告，審議資訊安全管理策略與執行績效。安控會議召集人由安控長擔任，委員則由各單位權責主管兼任。除此之外，更設有不同執掌內容之小組，以完善推行資訊安全制度。



資安專案小組工作職掌

角色	職掌責任
安控會議	<ol style="list-style-type: none"> 1. 監督管理制度系統之運作 2. 執行共通管理制度相關事務之管理審查與決議工作
風險管理小組	<p>[風險管理任務]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 負責蒐集及宣導管理制度資訊、培訓資訊安全技術 2. 建置管理制度措施、執行安全監控 3. 資產風險管理作業，包含資產清冊之維護、弱點與威脅調查、資產風險評估、資產風險處理計畫之擬定與進度追蹤等
制度規範小組	<p>[制度規範任務]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 負責執行管理制度系統相關程序文件修訂及管制 2. 管理制度管理審查準備作業等
稽核小組	<ol style="list-style-type: none"> 1. 規劃年度管理制度稽核作業實施計畫、「資訊安全稽核檢查表」 2. 彙整稽核報告後提報安控會議報審查
資安技術支援分組	<p>[危機應變任務]</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 負責執行本公司管理制度危機應變 2. 負責營運持續管理作業。

免於資安攻擊：

新光三越建立完善資安制度、系統，有效預防消費者資料洩露、失竊等情形。2021年，新光三越經證實，未有侵犯客戶隱私或遺失客戶資料之投訴（包含：外部投訴及監理機關投訴總數）。

為免受於資安攻擊的傷害，新光三越對內部進行多次的社交工程與仿造釣魚信件的演練，以模擬並測試面對資安攻擊的應變能力。並且，從安控會議報告中，清楚揭示當月外部攻擊次數、種類及趨勢分析，以訂定資安強化計畫。



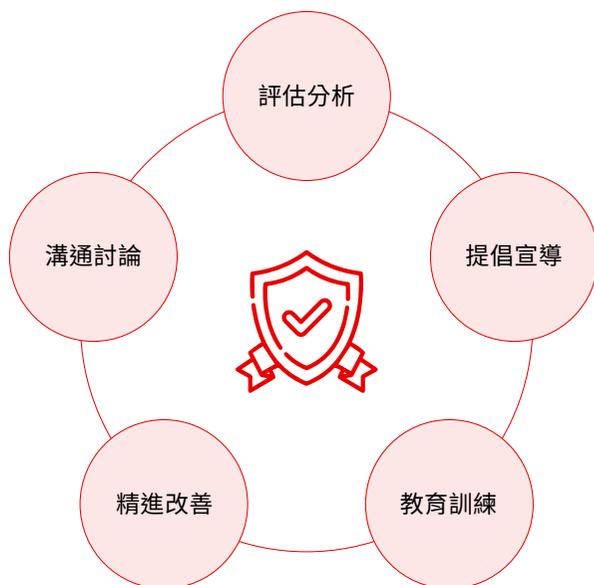
1.4.2 稽核檢測與控制

由資安制度建置分組下的稽核小組，負責規劃年度稽核制度計畫並制定「資訊安全稽核檢查表」，除此之外，更與外部公正機構合作，進行全方位檢測與國際認證。確保新光三越百貨股份有限公司之管理制度能有效執行與落實，及時採取矯正措施，以確保資安管理符合標準要求、政府相關法令及法規要求。



1.5 安全防護

新光三越注重職場安全，安全防護的積極作為讓我們在 2020 年獲得臺北市 108 年度勞工局勞動安全獎之優良單位與工安創意獎項的殊榮。我們每年主動執行工作環境安全風險評估，並邀請勞工代表參與決策，以打造更安全舒適的工作環境，成為友善的幸福企業。為深化並提升職場安全，新光三越以評估分析、溝通討論、精進改善、教育訓練、提倡宣導等五大核心元素作為安全防護的指導原則。



新光三越總經理主持 ISO45001 啟動會議



重要事紀

- 2013 年 2 月 勞工安全部成立
- 2013 年 4 月 導入勞工安全衛生委員會
- 2020 年 7 月 導入 ISO45001 管理系統
- 2020 年 8 月 獲得臺北市 108 年度勞工局勞動安全獎之優良單位與工安創意獎項
- 2020 年 12 月 SGS 稽核通過
- 2021 年 1 月 領得 ISO45001 證書

1.5.1 安全教育訓練與活動

新光三越依照職安衛教育訓練程序書，提供全體員工完整有效的職安衛訓練，滿足在職業安全衛生管理上，對於教育訓練認知、教育訓練資格認定的目標要求。針對不同人員，我們設計了不同的課程內容，與要求上課時數，使新光三越各部門同仁能夠以最有效的方式吸收職業安全衛生相關知識。

員工類別	課程內容	規定時數
新僱勞工或在職勞工於變更工作前	<ul style="list-style-type: none"> a. 環安衛政策與目標簡介 b. 作業安全衛生與環保有關法規概要 c. 職業安全衛生概念及安全衛生工作守則 (含危害退避權) d. 作業前、中、後之自動檢查 e. 標準作業程序 f. 作業相關的環境重大考量面、安衛風險及其他有關的實際或潛在環安衛衝擊 g. 環安衛管理系統有效性的貢獻，及不符合規定的行為或狀態 h. 環安衛緊急事故應變處理 i. 消防及急救常識暨演練 j. 其他與勞工作業有關之環安衛知識、事故及調查結果 k. 危害通識教育訓練 	<ul style="list-style-type: none"> a. 首次至少三小時，但從事使用機械或設備、車輛系營建機械、高空工作車、捲揚機等之操作及營造作業、缺氧作業、電焊作業等應各增列三小時；對製造、處置或使用危害性化學品者應增列三小時 b. 在職者每三年複訓至少三小時
各級業務主管人員於新僱或在職於變更工作前	<ul style="list-style-type: none"> a. 上述「新僱勞工或在職勞工於變更工作前」的課程 b. 環安衛管理與執行 c. 自動檢查 d. 改善工作方法 e. 安全作業標準 	<ul style="list-style-type: none"> a. 首次至少九小時 (除上述「新僱勞工或在職勞工於變更工作前」的三小時外，再增列六小時) b. 在職者每三年複訓至少三小時

員工類別	課程內容	規定時數
職業安全衛生委員會成員	<ul style="list-style-type: none"> a. 職業安全衛生政策 b. 安全、衛生教育訓練 c. 作業環境監測 d. 健康管理及職業病預防 e. 安全衛生提案 f. 自動檢查及安全衛生稽核 g. 機械、設備或原料、材料危害之預防措施 h. 職業災害調查報告 i. 承攬商安全衛生管理 	在職者每三年複訓至少三小時
承攬外包	<ul style="list-style-type: none"> a. 作業前危害告知教育訓練 b. 作業區緊急應變、消防逃生教育訓練 c. 特殊作業人員證照資格訓練，並依法規定期完成複訓時數，留存紀錄備查 	依法規規定

安全停看聽

新光三越期許同仁能夠學習並掌握全方位的安全觀念，我們舉辦《安全停看聽》活動，採用寓教於樂的方式，讓同仁在有獎徵答的過程中，提升安全素養及思維。經活動問卷回饋，顯示同仁對於資訊安全有高度興趣，期望能夠持續學習新知。



2021 年《安全停看聽》相關統計數據

員工類別	專櫃員工	直屬員工
參與人數	2,203 人	2,086 人
佔在職員工比例	12%	86%
答題全對人數	1,167 人	1,385 人
答對率	53%	66%
回饋問卷—希望增加的安全知識	資訊安全：1,080 票 勞工安全：935 票 防止詐騙：696 票 食品安全：526 票 皆需要：6 票 無意見：2 票 交通安全：1 票 衛教心理：1 票 營業場所滋擾事件處理原則：1 票	勞工安全：1,035 票 資訊安全：886 票 防止詐騙：799 票 食品安全：648 票 皆需要：15 票 無意見：6 票 交通安全：2 票

1.5.2 有效運作安全與衛生

關懷員工、工作夥伴及顧客的安全與衛生，新光三越責無旁貸。我們致力防止所有疾病與危險傷害發生。為有效執行安全及衛生目標，新光三越落實 ISO45001 職業安全衛生管理系統並設立勞安衛生部，於各分店成立勞安衛生單位。依職業安全衛生管理辦法第十條規定，設「職業安全衛生委員會」，委員會置委員七人以上，每三個月至少開會一次，並且由主任委員擔任主席，而勞工代表三人，佔委員總人數 38%，已超過法定規定之勞工代表需達三分之一以上。

職業安全衛生委員會：

總公司主任委員

總經理

總公司副主任委員

安控長

總公司執行秘書

勞安衛生部主管

分公司主任委員

店長

分公司執行秘書

勞安衛生部單位主管

職業安全衛生政策

1. 建構並維持有效的職業安全衛生管理系統
2. 遵守法令規章，定期審查職業安全衛生管理措施的適法性
3. 落實計畫執行及風險管理，有效達成職業安全衛生管理目標
4. 落實教育訓練，強化所有員工安全衛生觀念與認知
5. 消除危害及降低職安衛風險，持續改善職安衛管理系統，以提升績效
6. 承諾提供員工、合作夥伴等利害相關者安全健康的場所及工作條件
7. 對員工、合作夥伴等利害相關者進行職安衛相關資訊之諮詢與宣導
8. 鼓勵員工參與並遵守相關義務，以符合安全衛生需求與期待



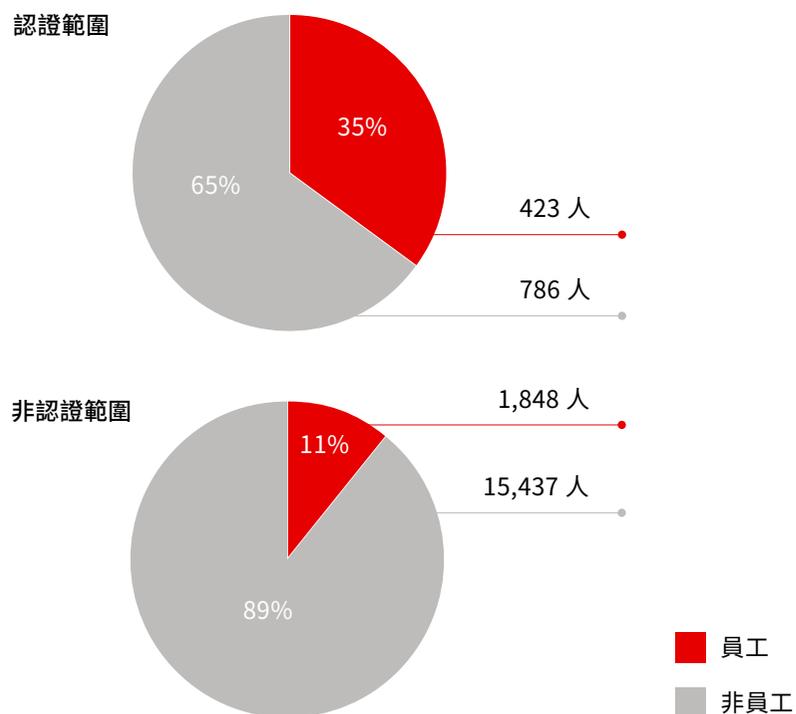
安全衛生相關數據

新光三越注重員工的安全保障，定期針對員工安全做相關調查，希望深入了解每位同仁的工作情況，進行完善管理及後續照顧，針對來自同仁的聲音，新光三越虛心傾聽，進而持續改善，以打造除了讓消費者愉悅的購物環境外，更是一個讓員工安心工作的場域。

職業病

所有員工職業病統計									
台灣	2019			2020			2021		
	員工	非員工	合計	員工	非員工	合計	員工	非員工	合計
死亡人數	0	0	0	0	0	0	0	0	0

職業安全衛生管理系統 (ISO45001) 所涵蓋之工作者 (2021, 認證第一年)



註 1：非員工包含承攬人員、再承攬人員 (非常態不列入計算)、專櫃人員

2：認證範圍涵蓋總部與台北信義新天地 A4

3：資料日期 2021/12

職業傷害

2021 年職業傷害統計						
	員工			非員工		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計
死亡人數 (A)	0	0	0	0	0	0
嚴重職業傷害件數 (B)	0	1	1	0	1	1
可記錄職業傷害件數 (C)	1	3	4	0	0	0
工作時數 (損失工時)	0	480	480	0	168	168
表定工作總時數 (D)	1,599,104	3,091,072	4,690,176	8,035,200	24,222,656	32,257,856
職傷致死率 (A/D)*200,000	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
失能傷害率 (B/D) *200,000	0.00	0.06	0.04	0.00	0.01	0.01
可記錄工傷率 (C/D) *200,000	0.13	0.19	0.17	0.00	0.00	0.00
職業傷害事件說明	夾卷*1	跌倒*3 物體飛落*1			高低溫接觸*1	

註：1. 非員工包含外包商、承攬商、非公司直接聘僱之專櫃人員等

2. 表定工作總時數 = 12 月在職員工人數 * 法定工作日 * 8 小時

1.5.3 鑑別危害·評估風險·意外處理

為鑑別職業安全衛生危害，評估其風險並予以管理及改善，新光三越制定「危害鑑別評估管理程序」，針對總公司及各營運據點內，例行性及非例行性的作業生產活動進行管理、鑑別危害及評估風險。透過風險評估，排出風險事件之優先順序，並篩選出與法規不符合項目及利害相關者意見，從而訂定安全衛生目標、管理方案及改善計畫，以降低職業安全衛生風險，提升新光三越職業安全衛生績效。

鑑別危害與風險管理程序：

Step1. 指定鑑別評估人員

由單位主管指定單位內依『職安衛教育訓練程序書』訓練合格之危害鑑別與風險評估人員執行。

Step2. 進行設備及作業分類

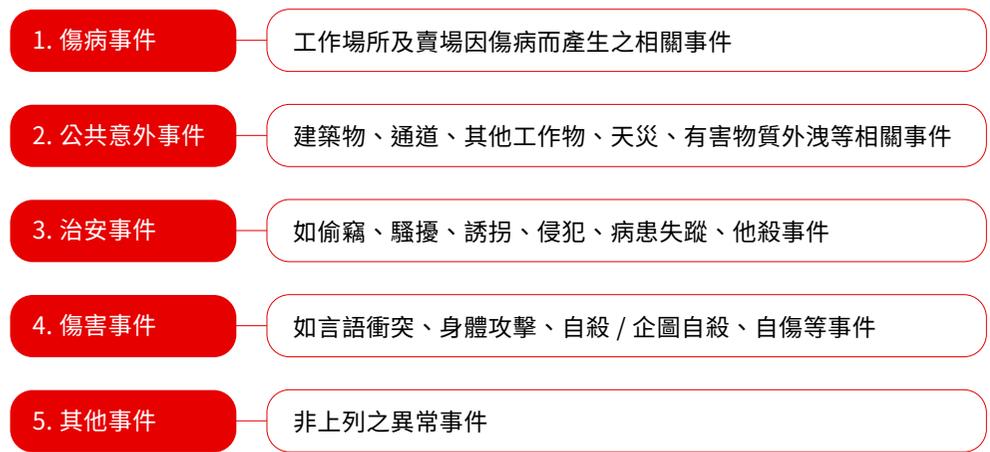
鑑別評估人員考慮下列事項將設備、作業予以系統整理分類，使鑑別評估工作得以完整。鑑別評估人員將分類結果填入『職安衛衝擊分析表』。

Step3. 危害鑑別及風險評估

鑑別評估人員利用現場查核訪談或開會討論的方式，鑑別出上述作業中可能造成人身傷亡或健康危害的各種潛在危害因子。並就嚴重度 (S)、危害發生機率 (P)、風險控制成效 (C) 三個方面，對各種危害因子進行量化評估，並計算風險值 $R = S \times P \times C$ 。

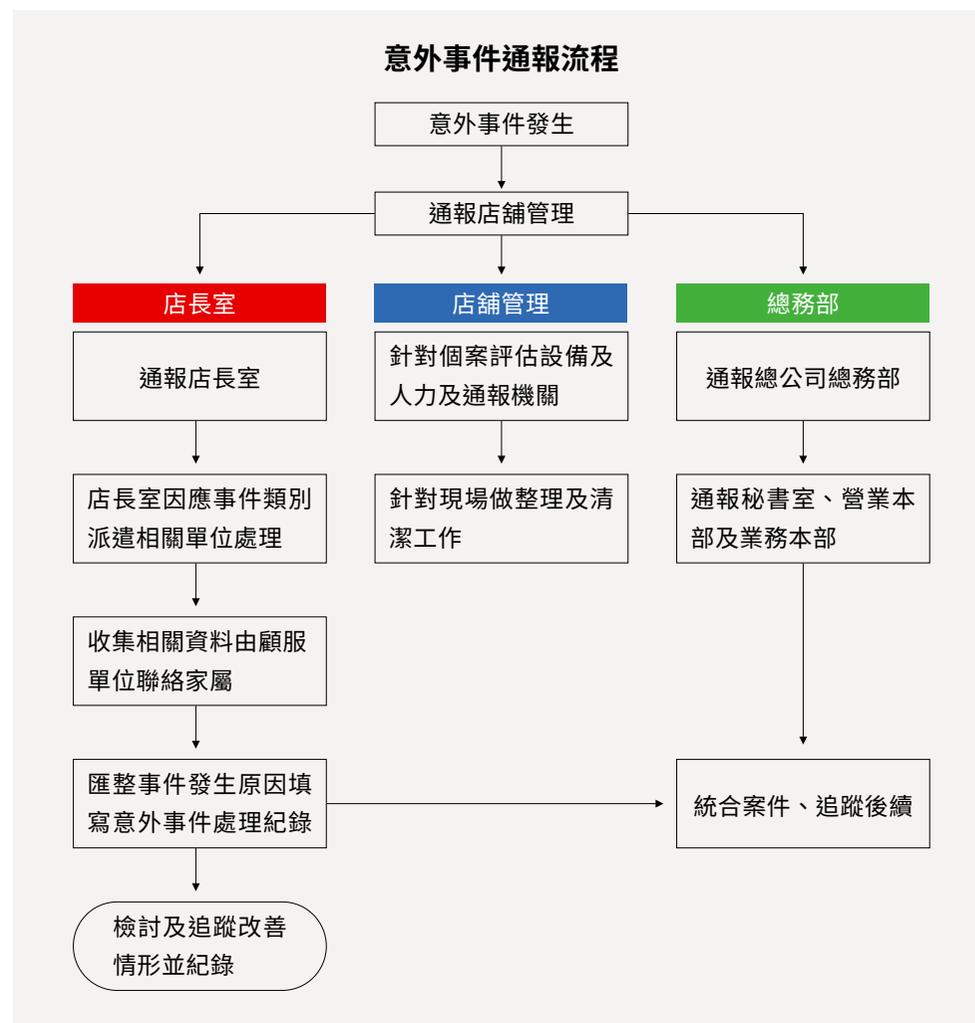
意外事件通報流程

新光三越保持良好之購物環境及工作場域，針對意外事件發生，事先訂定處理及通報流程期望對意外事件發生時，能依循所訂處理及通報流程立即處理，讓意外事件對員工及顧客之傷害降至最低。



公共安全相關規範：

- 1 營業場所滋擾事件處理原則
- 2 停車場車輛爭議事件處理原則
- 3 發生人員死傷事件處理原則



日常安全衛生檢查

新光三越對於安全的守護，遍及商場的每個角落，認為安全必須落實於每個營運細節。日常的設備檢查、保養、更新，是對於顧客與同仁安全的最大保障。同仁與顧客的健康狀況更是新光三越責無旁貸的關切。針對健康指導、管理措施與急救搶救皆訂有實行辦法。



各適用場所必須依照職業安全衛生組織管理及自動檢查辦法相關規定，對各項機械、設備及器具實施檢查、維護與保養，使用前應檢點器具、設備安全裝置，是否良好安全。依規定實施之定期檢查、重點檢查、作業檢點，應就下列事項記錄，並保存三年：

- | | |
|-----------|---------------------|
| (一) 檢查年月日 | (四) 檢查結果 |
| (二) 檢查方法 | (五) 實施檢查人員之姓名 |
| (三) 檢查部份 | (六) 依檢查結果應採取改善措施之內容 |

ISO 45001 設備缺失改善



健康管理措施：

依法規規定之相關健康檢查、體格檢查，及特殊項目健康檢查等。針對重複性作業、輪班、夜間工作、長時間工作等促發疾病、執行職務因他人行為遭受不法侵害、預防人因性危害及避免重複性肌肉骨骼傷病或職場母性健康保護等，採取預防及保護措施。

急救與搶救程序：

- (一) 事故發生，人員受傷時，事故單位應即派部份人員搶救傷患，脫離危險地區移至安全處所，由急救人員施以急救
- (二) 救護車或醫護人員未到達前，急救人員應繼續施救，不得離開傷患
- (三) 未指派救護工作之人員，若有必要應加入事故搶救
- (四) 醫務室應設置必要之醫療衛生設備和急救藥品及器材
- (五) 安全衛生管理單位得視需要建議醫務室增添急救藥品及器材

職業安全健康教育訓練



職業危害緊急應變計畫

為確保員工面臨作業危害發生時能迅速應變，將危險傷害降至最低，特別訂定職業危害應變計畫。依其事業單位之規模執行工作環境或作業危害之辨識、評估及控制與緊急應變措施等職業安全衛生事項。

危害範圍

- 發電機油料洩漏有危害之虞
- 受電電力設備機房電容器設備異常起火危害
- 電力作業感電危害
- 高架作業墜落危害
- 高度 5 公尺以上施工架倒塌危害
- 資訊機房設備異常起火危害



分級應變

一級

為求迅速減災，由店舖管理主管任現場指揮官執行緊急應變

1. 小區域事故
2. 無生命威脅
3. 不須疏散人員，事故現場須管制

二級

由店長任總指揮，指揮應變事宜

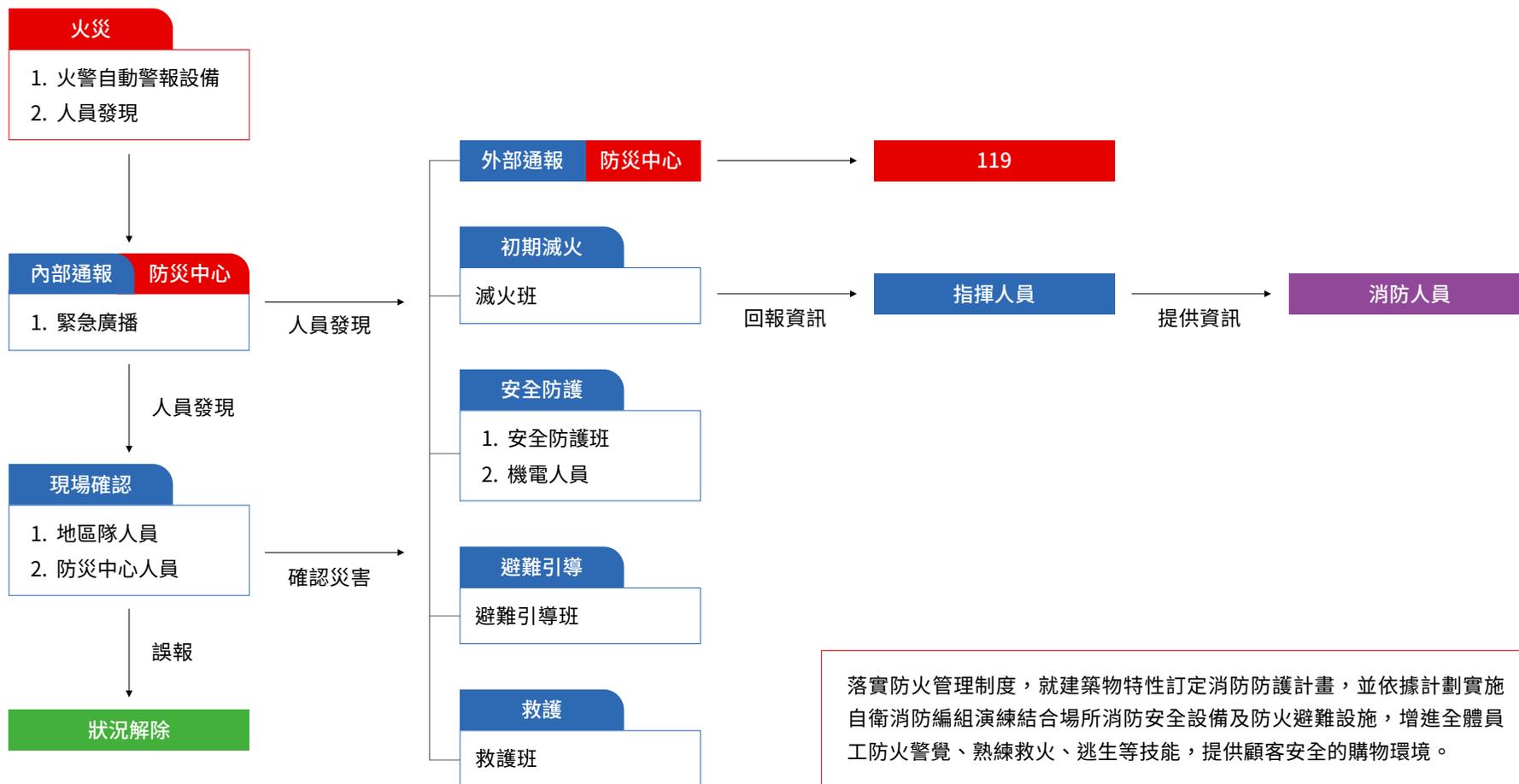
1. 對生命健康造成威脅
2. 須尋求外部支援
3. 視現場狀況須做適度人員疏散、管制

三級

由店長任總指揮，隨時與 當店之權責處長保持聯繫，指揮應變事宜

1. 當發人員死亡之事故或三人以上受傷事故時
2. 須尋求外部支援
3. 必須做適度人員疏散、管制

消防應變流程



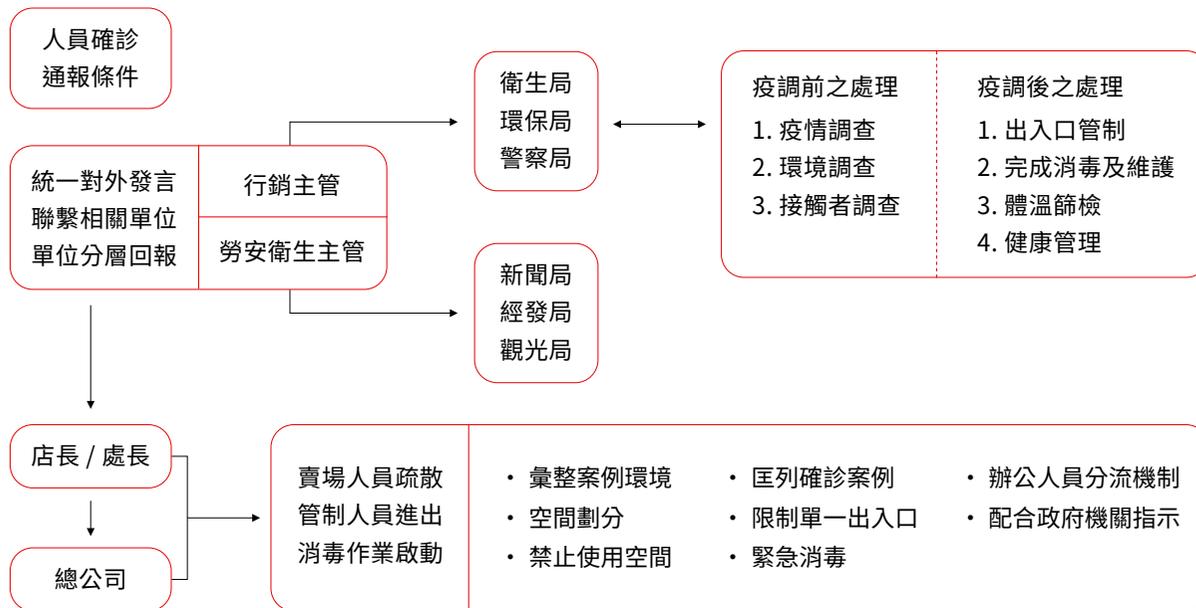
落實防火管理制度，就建築物特性訂定消防防護計畫，並依據計畫實施自衛消防編組演練結合場所消防安全設備及防火避難設施，增進全體員工防火警覺、熟練救火、逃生等技能，提供顧客安全的購物環境。

1.5.4 新冠疫情安全措施 2.0

近年，全世界受到新冠疫情帶來的不便及困擾，新光三越也因百貨服務業特性，首當其衝地受到影響。新光三越保持謙卑且積極的心態，希望能夠與消費者一起面對新冠疫情帶來的種種挑戰。為了有效防疫，新光三越訂定相關政策、辦法及流程，以控制並管理疫情所帶來的衝擊。為掌握疫情的動態並即時應對，疫情期

間總經理每周召開防疫應變會議，共同研析未來疫情觀察重點，持續掌握防疫相關資訊，如：疫情確診趨勢、疫苗採購及接種涵蓋率、應變管理措施等。除此之外，新光三越特別訂定相關規範，在 2021 年持續修訂防疫 2.0 升級版 35 項措施，以打造讓消費者安心購物、員工平安上班的環境。

疫情處理流程



防疫相關規範：

- 1 SKM 萬一發生員工確診時注意事項
- 2 員工快篩陽性以後的處置
- 3 SKM 員工及其同居共住家人對應方式
- 4 人員分流及勤務規範
- 5 遠距值勤執行辦法
- 6 辦公室防疫新生活公約實行細則
- 7 COVID-19 家用快篩劑使用管理執行細則
- 8 企業快篩執行計畫
- 9 新光三越百貨居家快篩原則
- 10 公司發生確診個案時得否公布的評估與建議

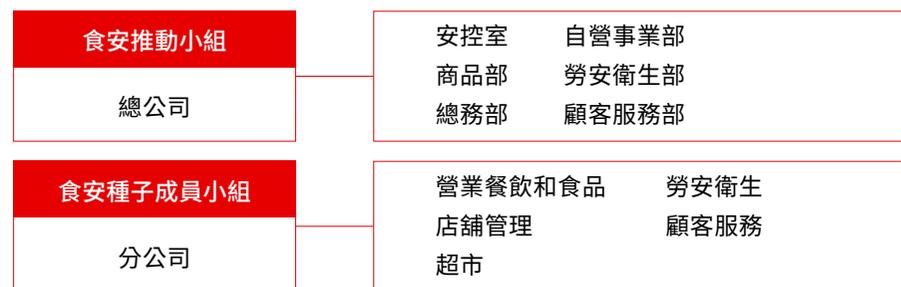
1.6 食品安全

為提供消費者安全的食品，新光三越積極推動食品安全相關管理計畫。除積極配合政府規範外，內部也訂有「食品衛生安全作業辦法」，涵蓋範圍包含美食街、餐廳、咖啡廳、超市等，並於總公司及分公司設置食安小組，負責食安事務。透過教育訓練、內外部稽核、節慶抽檢等方式落實食安管理，持續強化我們對客服務理念宗旨「食安有把關，顧客好心安」，2021 年新光三越並未發生違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件。

1.6.1 食品衛生安全計畫

1. 教育訓練	優化食品衛生安全教育訓練教材，針對品牌類特殊化
2. 風險管理	<ul style="list-style-type: none"> 針對合作之外送平台進行商品抽驗把關 針對各分店洗碗廠新增稽核項目
3. 評鑑認證	鼓勵廠商（小吃、咖啡廳、餐廳）參與 GHP「優良餐飲衛生管理」認證計畫，並持續追蹤報名及取得認證狀況
4. 法規規範	肉品檢驗造冊：將新光三越內販售之肉品其檢測及產地證明造冊備查

食安小組



食安事件應對流程



食品安全衛生宣導海報



1.6.2 內外稽核，安心更有保障

為提供消費者安全的商品，新光三越 100% 符合衛生福利部食品藥物管理署要求落實 GHP 食品良好衛生規範準則，加強內部與外部稽核的項目及頻率，如有缺失，三日內完成內部複查。若遇政府主管機關單位抽檢未合格之情事，由現場營業管理同仁紀錄回報缺失項目，並依據缺失建議提出具體改善之方向進行後續改善，該櫃位營業管理同仁與顧服同仁於改善期間會加強內部環境衛生查核，直到改善完成或衛生局再次訪查。

2021 年一般商品抽檢含主題餐廳、美食街、超市、咖啡廳、實演食品共檢驗約 2,480 項，初檢合格比例 94.7%，不合格品項一週內進行複檢，通過複檢方可販售。

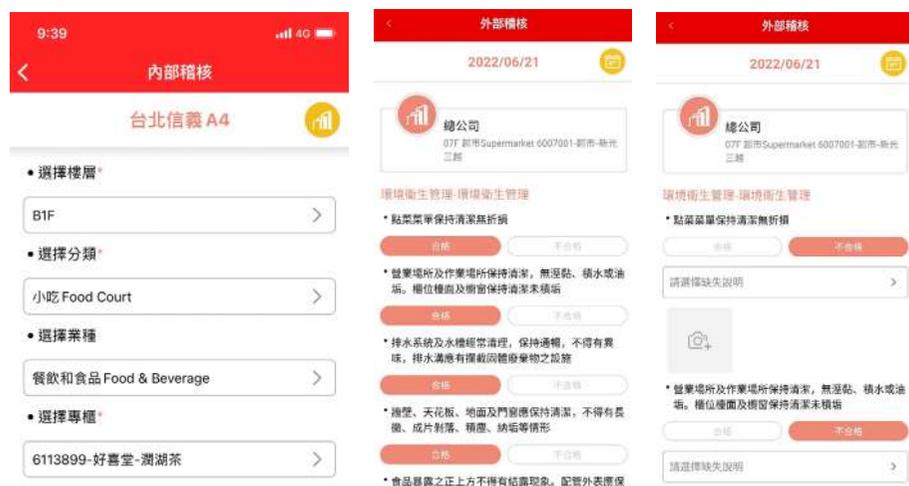
稽核說明及流程圖

	頻率	抽檢項目
內部稽核	每月一次	現場衛生環境
外部稽核	每季一次	食品抽檢、手部與器具塗抹、櫃位環境衛生



食安稽核 E 化上線

為促進稽核正確性及效率，新光三越積極推動食安稽核流程電子化，完善稽核流程。



節慶抽檢

除常規的內部稽核與外部稽核，新光三越每年更於四大節日與周年慶，加強食安管理進行商品抽檢，讓消費者過節過得開心，更吃得安心，2021 年節慶抽檢項目總計約 380 件，涵蓋 100% 節慶商品品項，凡上架商品皆為抽查合格之產品。

食安抽檢項目類別

抽檢類別	抽檢項目	件數	備註
一般抽檢	主題餐廳	約 530 件	櫃位熱銷商品 風險較高商品
	美食街	約 1,350 件	
	超市	約 150 件	
	咖啡廳	約 240 件	
	實演食品	約 210 件	
節慶抽檢	春節	約 70 件	禮盒肉乾類 茶葉類
	母親節	約 130 件	甜點糕餅類
	端午節	約 50 件	茶葉飲品類 肉粽熟食類
	中秋節	約 90 件	甜點糕餅類
	週年慶	約 40 件	保健食品類
總數		約 2,860 件	

1.7 幸福職場

新光三越積極進行內部人才的培育與任用，不僅熱情招募具備發展潛力的百貨人才，為不同的人才進行盤點與培育，並提供優於同業的完善薪酬福利與補助措施，2021 年員工離職率依然維持於 30% 以下，達成人力結構的低流動、高穩定性。

新光三越不僅致力為顧客提供頂級的服務、亦將員工視為企業最重要的資產，努力為員工打造安心的職場環境，如遭遇重大營運變化致影響同仁權益，我們遵照勞動基準法規定之預告期，最短於十日前告知同仁們相關資訊。

1.7.1 福利制度





健康人生福利計劃

新光三越關心員工健康，認為有健康的員工，才能有高品質的服務，因此提供員工健康檢查、相關醫療及住院等費用的補助，督促員工注重自身的健康與協助減少醫療時的金錢壓力。同時也為員工提供團體保險，包含住院醫療險以及癌症醫療險，當遭遇意外事故需要住院或醫療時，可以減少同仁醫療花費負擔。

2021 年全民健康保險投保人數包括員工 2,447 人，眷屬 1,498 人，公司支付逾新台幣 6,316 萬元，團體保險投保員工人數為 2,246 人，公司全年投入逾新台幣 779 萬元。

年度		被保險人數 (人)	眷屬人數 (人)	公司負擔費用 (新台幣：元)
2020	健保	2,628	1,612	59,706,924
	團保		2,483	8,281,096
2021	健保	2,447	1,498	63,163,126
	團保		2,246	7,796,776



守護員工健康

為關懷員工健康，創造健康的工作環境，加入「健康促進」的觀念，將消極的疾病防治觀念轉為積極的保持身心健康，提供員工一個安全健康的工作環境，以維護公司企業寶貴的人力資源。

推動五大健康行動

工作項目	內容
健康檢查	每年安排員工健檢，優於法令規範 (45 歲以下每 3 年檢查一次，45 歲以上每 2 年檢查一次)，依年齡及作業內容提供不同頻率及健檢方案供員工選擇，守護員工健康
健康管理	職場母性健康保護措施：由保護需求者 (妊娠及分娩後) 提出需求，護理人員對需求提出對象實施初步風險評估，臨場醫師應依評估結果進行危害控制及改善建議
	異常工作負荷預防措施：由護理人員及職業安全衛生人員對員工實施異常工作負荷風險評估，由臨場醫師及護理人員針對本公司歸類之潛在風險族群，篩選是否為異常工作負荷促發疾病之高風險族群並進行分級，最後由臨場醫師判定個案是否需接受過負荷諮詢
	人因性危害 (肌肉骨骼傷病) 預防措施：由護理人員進行肌肉骨骼傷病調查，職業安全衛生人員依調查結果實施評估將其中之主要危害因子找出，針對評估結果擬定改善方案，實施改善措施
	職場暴力預防措施：由職業安全衛生人員進行職場暴力風險評估，護理人員針對評估需求辦理相關教育訓練
臨場健康服務	心理衛生關懷措施：心理健康促進，提供員工各面向的講座、紓壓活動、課程，以讓員工瞭解當面對壓力時應如何尋找資源、如何面對處理
健康衛生保健	健康諮詢門診：特約職業醫學科醫師駐店執行諮詢服務
	配置急救人員，依各店總人數計算，配置急救人員，急救人員需取得「急救人員安全衛生教育訓練」證照
	安心場所認證 (AED+CPR)：勞安衛生單位定期開辦 AED 及 CPR 訓練課程，AED 專責人員定期檢查 AED 設備
健康促進活動	疫情防治措施：針對每年傳染性疾病高峰期間 (好發期間)，規劃對員工進行健康管理及追蹤，與加強賣場清潔衛生，確保提供顧客一個安全舒適的購物場所
	健康需求調查：職業安全衛生人員調查、評估、擬訂並辦理合適之健康職場活動及規劃辦理員工健康管理事項
	健康活動辦理：提供健康促進相關資訊 (辦理燃脂肌力有氧、放鬆伸展瑜珈、舒壓按摩、萬步健走等健康促進活動)，形成健康職場氛圍
	自主認證方案：定期辦理健康職場「健康促進標章」認證，獎勵符合健康職場「健康促進標章」認證之店舖



個人成長計畫

新光三越鼓勵員工於下班後持續精進自己、提升工作能力，給予員工進修語言才藝、電腦訓練、駕訓班、進修課程等教育費用的補助。2021 年計補助新台幣 42 萬元。



休閒旅遊

新光三越期許員工能取得工作與生活的平衡，鼓勵員工旅遊放鬆身心，提供國內外旅遊補助，包括：搭乘大眾交通運輸之費用、自駕油資、租車費用、景點門票、停車費等費用皆可申請補助。2021 年計補助新台幣 865 萬元。



托兒 / 托幼 / 托老津貼與子女教育補助

新光三越注重員工的家庭經營、給予員工完善的家庭照護與教育津貼，包括：0~6 歲學齡前兒童的安親費、才藝費；國小（含）以上子女的學雜費、課輔費、才藝費、安親班費用；員工與其配偶之父母、祖父母或曾祖父母的安養費、看護費等補助，減輕員工教養壓力，更能安心於工作。2021 年計補助新台幣 270 萬元。



配合防疫 疫苗假安心休養

身為高接觸機會的高風險服務產業，新光三越極力配合政府 COVID-19 防疫宣導並鼓勵員工施打疫苗，獎勵員工於 4 個月內完成兩劑接種者，公司全額補助疫苗接種費用與投保疫苗險，2021 年疫苗險納保率達 83.9%；且兩劑疫苗皆給予二日接種假、其中一日為有薪假，亦不影響全勤獎金及其他獎金發放，讓員工安心休養。



退休金制度

本公司依據「勞動基準法」及「勞工退休金條例」規定，符合舊制退休金給付同仁，公司每月按薪資 2% 提撥退休準備金，由勞工退休準備金監督委員會負責管理，並以該委員會名義存入銀行帳戶，符合新制退休金提撥同仁，公司依月投保金額的 6%，按月提繳至勞保局之個人勞工退休金專戶，並每年委任顧問公司進行舊制退休準備金精算，確保所有員工的退休金權利。

1.7.2 員工多元化與平等機會

基於百貨業的性質，新光三越近三年的女性員工佔比皆維持 65%，同時亦注重女性主管的比例與薪酬議題；適才聘用身心障礙與少數民族員工，促進企業的多元組成及社會平等。

員工與其他工作者的資訊		資料期間：截止至各年度 12/31 之數據				
		勞雇合約		勞雇類型		合計
台灣	性別	正職員工	臨時員工 (部分工時、約聘人員)	全職員工	兼職員工	
2021 年	女	1,558	273	1,558	273	1,831
	男	806	100	805	100	906
	合計	2,364	373	2,364	373	2,737
2020 年	女	1,665	208	1,665	208	1,873
	男	885	92	885	92	977
	合計	2,550	300	2,550	300	2,850
2019 年	女	1,860	375	1,806	375	2,181
	男	955	136	955	136	1,091
	合計	2,761	511	2,761	511	3,272

各項員工類別的員工百分比		員工年齡				
台灣		≤ 30 歲	31-≤ 50 歲	≥ 51 歲	合計	佔比
2021 年	女性	633	795	130	1,558	65.91%
	男性	253	420	133	806	34.09%
	合計	886	1,215	263	2,364	
	佔比	37.48%	51.40%	11.13%	100.00%	
2020 年	女性	686	864	125	1,675	65.69%
	男性	293	467	115	875	34.31%
	合計	979	1,331	240	2,550	
	佔比	38.39%	52.20%	9.41%	100.00%	
2019 年	女性	740	961	105	1,806	65.41%
	男性	343	487	125	955	34.59%
	合計	1,083	1,448	230	2,761	
	佔比	39.22%	52.44%	8.33%	100.00%	

其他多元化指標	身心障礙聘用人數	少數族群 (原住民) 聘用人數	外籍移工聘用人數
2021 年	13	16	0
2020 年	13	13	0
2019 年	15	12	0

統計各分店的男女管理職比例，總公司、信義營業處、北區營業處、中區營業處、南區營業處女性管理職比例皆超過 50%，南區與中區營業處比例更超過 60%，全體薪酬比亦維持 0.8，顯現出新光三越對於女性員工權利的重視與維護平等升遷的機會。

員工類別	男女薪酬比 (男性固定為 1) 2021 年	男女薪酬比 (男性固定為 1) 2020 年	男女薪酬比 (男性固定為 1) 2019 年
女性主管	0.826	0.859	0.801
男性主管	1	1	1
女性非主管	0.908	0.893	0.923
男性非主管	1	1	1
全體女性	0.802	0.822	0.799
全體男性	1	1	1

註：主管為組長 (含) 以上員工

安心完善的育嬰與托育政策

新光三越約有 65% 的同仁為女性，因此十分關心女性同仁的家庭與育嬰、托育等議題、期望能協助女性員工取得職涯與家庭的平衡、於生育後仍能回歸職場、持續夢想，因此提供了完善的育嬰與托育政策、補助與職場環境；同時亦提供男性員工陪產假，達成實質的性別平權。統計近三年申請育嬰假的員工累計有 81 人。

歷年育嬰留停 / 復職 / 離職統計

育嬰假統計 項目	2021 年			2020 年			2019 年		
	女	男	總計	女	男	總計	女	男	總計
該年度符合育嬰留停申請資格人數	80	55	135	110	51	161	138	53	191
該年度實際申請育嬰留停人數 (A)	20	3	23	29	3	32	25	1	26
應於該年度復職之育嬰留停人數	20	3	23	35	2	37	32	1	33
應於該年度復職，且已復職之育嬰留停人數 (B)	16	3	19	19	2	21	24	0	24
前一年度已復職之育嬰留停人數 (C)	19	2	21	22	0	22	19	1	20
該年的前一年度已復職，且至少於該年底在職滿 1 年之育嬰留停人數 (D)	14	1	15	18	0	18	16	1	17
復職率 % B/A	80%	100%	83%	66%	67%	66%	96%	0%	92%
留任率 % D/C	74%	50%	71%	82%	-	82%	84%		85%

友善育嬰環境 優良認證育嬰室

新光三越用心營造育兒友善環境，滿足員工與顧客的育兒需求，同時依據不同育嬰室的空間配置冰箱、過濾水開飲機、洗手台、等候區沙發、尿布販賣機等設施，提供更便利貼心的育兒空間。全臺十五店的育嬰室已有十店取得優良認證，新光三越將持續改善、為員工與顧客提供更親善的育兒空間。

認證哺集乳室



1.7.3 人才培育與發展

新光三越積極培育內部人才，制定職能三年計畫，提供員工合適教育訓練與職涯規劃，並依據績效定期完成檢核、給予員工獎勵，共創正向發展的職涯體驗。

職能三年計畫

新光三越積極內部人才的培育，制定「職能三年計畫」，透過人才盤點，以能力與績效為判定項目，分別出「未來之星」、「高潛力」、「中堅幹部」、「穩定貢獻」等人才，規劃「接班人計劃」、「高潛力人才 (HIPO)」、「個人發展計畫 (IDP)」等訓練計畫，將集團人才藉由人才梯隊進行客製化職涯規劃、適才所用，提供員工自我職涯的認知。更因應疫情，採實體與線上課程併進的方式進行培訓，以「在職培訓」、「勞安衛生」、「新進人員」、「資訊安全」四大主軸規劃，2021 年主管職受訓總時數達 11,334 小時、非主管職受訓總時數達 9,067 小時。

種類及數量統計	實體	線上
在職培訓	114	26
勞安衛生	64	3
新進人員訓練	5	12
資訊安全	0	2

員工受訓統計表		2021 年		
員工類別		受訓總時數	該類別員工總人數	平均受訓時數
職級	主管	11,334.27	742	15.27
	非主管	9,067.59	1,622	5.59
性別	女性	13,242.92	1,558	8.50
	男性	7,158.94	806	8.88
總計		20,401.86	2,364	8.63

公平績效及職業發展審核 適當給予員工獎勵

新光三越制定公平考核標準、考核員工績效，並予獎勵獎勵、為人員提供正向激勵，2021 年主管職受考核人數達 732 位、非主管職受考核人數達 1,535 位。

員工接受績效及職業發展檢核之統計表

員工類別	2021 年			2020 年			2019 年		
	接受績效及職業發展檢核之人數	該類別員工總人數	百分比	接受績效及職業發展檢核之人數	該類別員工總人數	百分比	接受績效及職業發展檢核之人數	該類別員工總人數	百分比
女性主管	429	431	100%	446	446	100%	442	444	100%
男性主管	303	311	97%	320	322	99%	316	321	98%
女性非主管	1,063	1,127	94%	1,163	1,219	95%	1,332	1,362	98%
男性非主管	472	495	95%	533	563	95%	613	634	97%
總計	2,267	2,364	96%	2,462	2,550	97%	2,703	2,761	98%

註：部分員工未接受績效考核的原因：考核年度實際出勤日數須連續滿 3 個月者以上，且考核月份在職者

校園徵才 為百貨注入新熱血

新光三越積極參與校園徵才博覽會，於校園中尋攬合適人才、提供完善訓練與福利；更秉持回饋教育的精神提供實習機會，給予對百貨零售業有興趣的學子提早進入產業學習的機會，目前實習配合學校有：國立政治大學、香港城市大學、國立中山大學、國立臺北大學、國立臺灣師範大學、西安交通利物浦大學、國立東華大學、私立東吳大學等八所，未來會持續擴展、為產業教育盡一份心力。

校園徵才文宣



鮮-徵-詳
新光三越百貨

我們在尋找：

- 主動積極負責
- 具服務熱忱
- 對百貨零售業有興趣的你

歡迎應屆畢業生及超退青年加入我們。



熱情招募

- **營業儲備幹部**
買場管理、專櫃人員管理、廠商聯繫及活動洽談、檔期活動招商及規劃、業績管理及報表製作等。
- **顧客服務人員**
服務品質管理及提昇、顧客服務接待、顧客意見處理、服務競賽活動等。
- **企劃課員**
各項行銷活動之規劃、執行、顧客關係及媒體公關管理、行銷費用管理等。

新光三越
SHIN KONG MITSUKOSHI
www.skm.com.tw



公司福利

- 年終獎金
- 年度紅利
- 三節禮金(春節/端午/中秋)、生日禮金
- 勞保、健保、勞工退休金提撥、團體保險
- 免費制服及員工餐卡
- 定期員工健康檢查
- 尾牙及摸彩
- 福利補助(國內外旅遊、健康檢查、個人成長計劃、子女教育及托兒/托幼/托老、結婚、生育補助等)
- 員工購物優惠
- 完善的教育訓練制度
- 完善的升遷管道

新光三越
SHIN KONG MITSUKOSHI
www.skm.com.tw

新光三越員工卡

新光三越看似普通的員工卡，實則是透過後端系統將門禁識別、打卡記錄、員工餐費福利、生日禮金、三節禮金、成本管理等多項功能整合為一。最具特色的是從紙本餐券，升級為直接將餐費存入員工卡，不僅改變了過去餐券僅能在員工餐廳使用的侷限，更升級為可在全台新光三越的各專櫃使用，大幅提升了便利性與選擇性；同時也提供科技化的線上平台，提供員工查詢交易紀錄。此外，新光三越也提供員工於超市、餐飲專櫃消費的折扣，並與廠商洽談每月一次的員購方案，多方位提供員工福利。



新光三越員工卡

2021 幸福企業特別獎 獲獎

新光三越參與逾 2,000 家業者競逐的「2021 幸福企業」評比，榮獲「幸福企業特別獎」之表揚。特別獎的設立宗旨為表彰 2021 年國內景氣受到 COVID-19 疫情重創時，企業的營業收入縱使不如以往，但仍不忘對社會伸出援手、持續投入公益、造福弱勢與妥善照顧員工，新光三越憑藉友善的員工政策與安全舒適的工作環境，在超過 200 多萬上班族的激烈投票和嚴謹評選中，成功脫穎而出，成為全台 45 家獲獎企業之一。



「2021 幸福企業」頒獎典禮



「幸福企業特別獎」獎盃與獎狀

Chapter 2

綠色時尚

我們體認到氣候變遷所帶來的全球性影響，而百貨業與人們生活密不可分，為了能持續提供人們美好的生活提案，新光三越深知更應做好環境永續，綠色環保的概念不只是一股潮流，更是我們應投身努力的方向，由我們自身做起，帶領消費者一同邁向綠色時尚。



第二章 綠色時尚

關注永續議題：	對應 GRI 主題	SDGs 目標	受影響之利害關係人
<ul style="list-style-type: none"> • 能資源管理 • 溫室氣體管理 • 廢棄物管理 • 永續選品 • 水資源管理 	<ul style="list-style-type: none"> • 綠色採購 • 品牌形象 • 供應鏈管理 • 商品品質與責任 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 102 • GRI 204 • GRI 302-303 • GRI 305-306 • GRI 308 • GRI 414 	 <ul style="list-style-type: none"> • 消費者 • 股東 / 投資人 • 同仁 • 專櫃廠商 • 供應商 • 社區民眾 • 政府機構



亮點

- 導入減塑裸賣專區，傳遞環境友善的綠色能量
- 導入電子標籤 15,000 個
- 自營商品引進具環境 / 社會認證之商品達 430+ 項
- 電動車充電樁設置達 30 個
- 自 2013 年起，配合改裝更換 LED 節能燈具，包含電、天然氣、氣柴油排碳量，2021 年較 2018 年減少 3.6 萬噸，相當於 92 座大安森林公園一年的吸碳量



管理方針

- 推動能源管理重點項目計劃，逐步落實節能減碳
- 推動水資源管理計劃，逐年更換節水標章設備
- 評估導入 ISO 46001 水資源效率管理系統
- 落實永續供應鏈管理，把關商品品質

2.1 綠色營運

2.1.1 能資源與溫室氣體管理

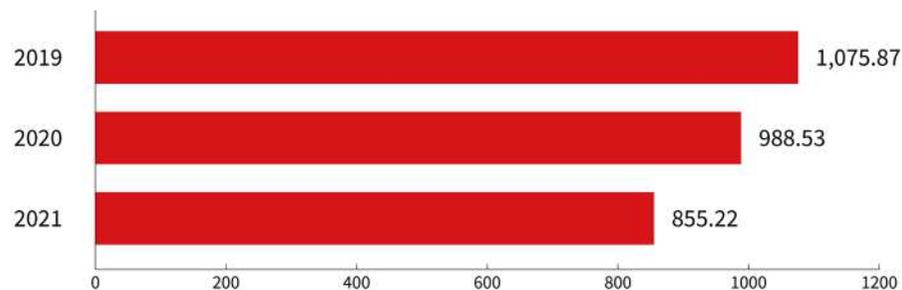
我們分析出百貨業最大用電設備為空調系統，第二為載客設施如手扶梯、電梯，三為營運專櫃、餐廳之用電，其次為照明設備含夜間景觀，新光三越根據這些不同面向著手進行能源管理，以最低的能源消耗提供消費者舒適服務體驗。每個分店皆配有一位能源管理員，定期與主管開會檢討節能減碳之推動成效，並於採購要求中設有採購設備之能源效率，購買能源效率較高之能源設備。

自 2013 年起新光三越逐步汰換照明設備為 LED 節能燈具，包含電、天然氣、氣柴油排碳量，2021 年較 2018 年減少 3.6 萬噸，相當於 92 座大安森林公園一年的吸碳量，並已使用 240 萬度綠電，新光三越持續朝節能減碳努力，並設定逐年減少 1% 碳排放量之目標。

節能減碳短中長期策略及目標

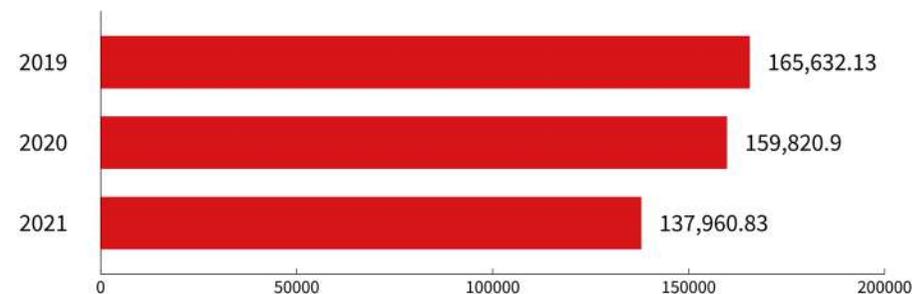


能源消耗量 - 汽柴油用量 (GJ)



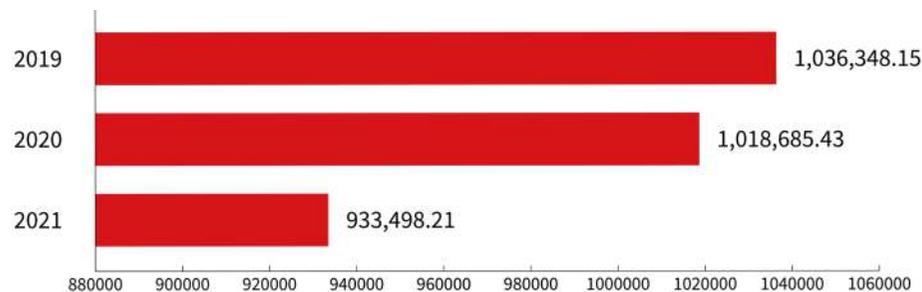
註：1. 數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店
2. 採能源局公告之熱值表進行換算

能源消耗量 - 天然氣用量 (GJ)



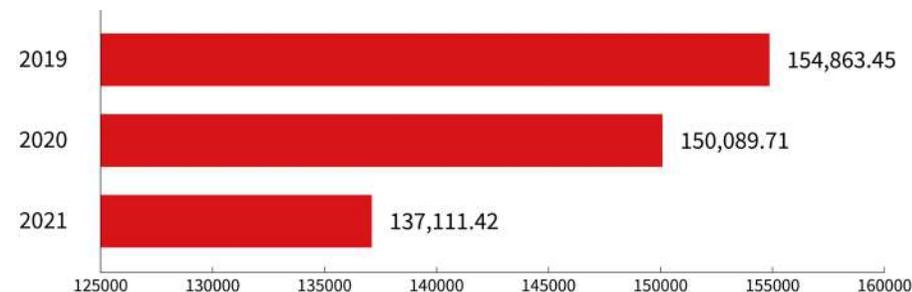
註：1. 數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店
2. 採能源局公告之熱值表進行換算

能源消耗量 - 用電量 (GJ)



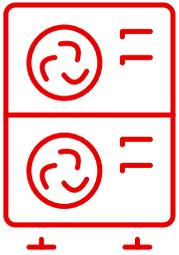
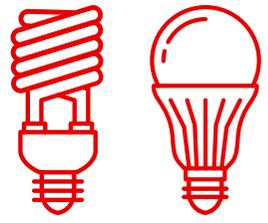
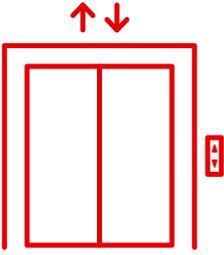
註：1. 數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店
2. 1000kWh = 1MWh = 3.6GJ

碳排放量 (公噸二氧化碳)



註：1. 數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店
2. 排碳係數參考：天然氣、燃料油：行政院環保署『溫室氣體排放係數管理表』
電力：台灣電力公司

能源管理重點計劃

空調系統	照明設備	專櫃、餐廳用電	載客設施
 <p>逐步汰換空調主機</p>	 <p>逐步汰換螢光燈管 全店合計 31,746 盞</p>	 <p>推動全店電器設備設置 (含專櫃廚房設備) 優先使用符合節能標章設備</p>	 <p>配合各店人流量，研擬載客設施合理使用時間，於離峰時段調節電梯運轉數量</p>

電力設備安全管理

因應台灣供電問題，新光三越設有「用電安全匯流排管理辦法」及電力設備安全管理五年計畫，確保電力提供之安全與穩定性，提供消費者安全舒心的場域。

電力設備安全管理五年計劃

2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
導入數位化電力匯流排 (BUSWAY) 安全檢查 範圍：全部分店	低壓過載保護斷路器 (ACB) 安全檢查第一階段 範圍：6 家分店	低壓過載保護斷路器 (ACB) 安全檢查第二階段 範圍：5 家分店	低壓過載保護斷路器 (ACB) 安全檢查第三階段 範圍：4 家分店	高壓變壓器安全檢查 範圍：全部分店

2.1.2 水資源管理

因氣候變遷，台灣極端降雨情形日趨嚴重，百貨業雖非大量用水之產業，但也深受影響，2021 年 4 月新光三越台中店更面臨限水危機，除了立即採取緊急應變措施，也再次提醒我們水資源的重要性。新光三越落實水資源管理，全面檢視並安裝節水裝置，加強全體員工共同參與節水行動，三年度用水量皆呈現持續下降的趨勢，未來將評估導入管理系統，以提升水資源使用效益。

同仁面對限水計畫之心得

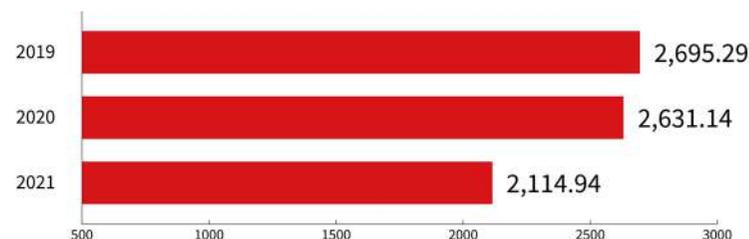
台中中港店 / 勞安衛生 / 莊經理

水能載舟亦能覆舟

110 年 4 月 6 日起台中市政府宣布，因久旱不雨中部各地水情嚴峻，每週二凌晨 0 分至週三 24 時實施分區限水 (整個期間歷時 9 週)，該命令一布達無論是同業亦或民生用水皆產生莫大影響，就算是已做好相關模擬的我們心裡仍有不安與焦慮。

當日看著補給水車一車車不間斷的往水管裡灌水 (期間共載運 2,822 噸，約 188 個車次)，雖然我們已計算全館需求水量 (900 噸)、調整空調出水 (140 噸)、協調專櫃節約 (550 噸)、儲水清潔運用...等相關措施，同仁們依然戰戰兢兢不敢鬆懈，因為我們沒有絲毫放空的籌碼，就一個全型態的百貨公司，水的使用已然是各式各樣生財器具的「驅動馬達」，沒有它「食」再不行，沒有它真不方「便」，沒有它更萬萬不「行」。時至今日限水旱象早已解除，我們學到如何與危機共存，也付出相對應的人力成本與代價，未來如何掌握訊息以降低對價關係，將是我們更重要的課題，感謝總務部同仁的指導與關心，也謝謝各主管們的支持讓台中中港店能儘早因應與洞悉問題。

三年用水量統計 (百萬公升)



註：數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店

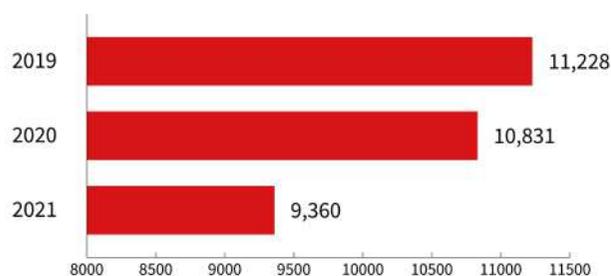
水資源管理計畫



2.1.3 廢棄物管理

百貨公司主要廢棄物為兩類：生活垃圾和廚餘，並無有害廢棄物產生，新光三越積極落實垃圾回收並加強規範美食街和餐廳的廚餘處理。此外，我們也響應政府政令宣導及規範，包含不再提供一次性塑膠吸管，與百貨內各家餐飲品牌攜手減塑，提供自備環保餐具優惠之活動，號召民眾當「食尚不塑之客」，一起跟塑控說 bye bye，三年度廢棄物總量皆持續下降，未來新光三越仍會持續朝廢棄物減量努力。

三年廢棄物量統計（公噸）

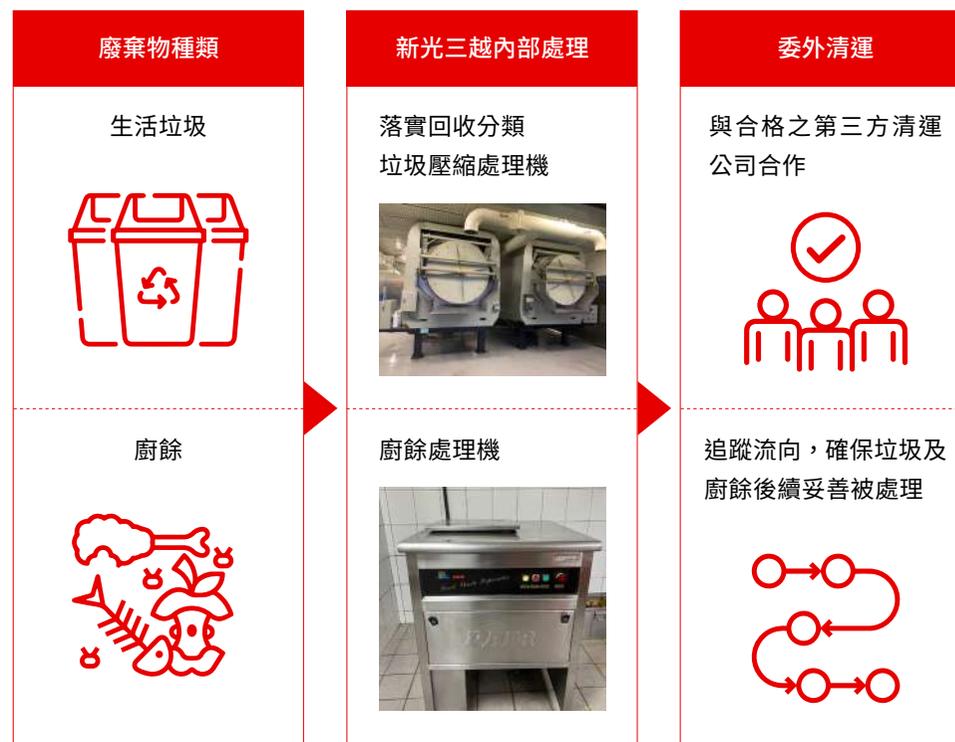


註：1. 數據涵蓋新光三越總公司及 15 家分店
2. 皆為無害廢棄物並無有害廢棄物產生

停用一次性塑膠吸管



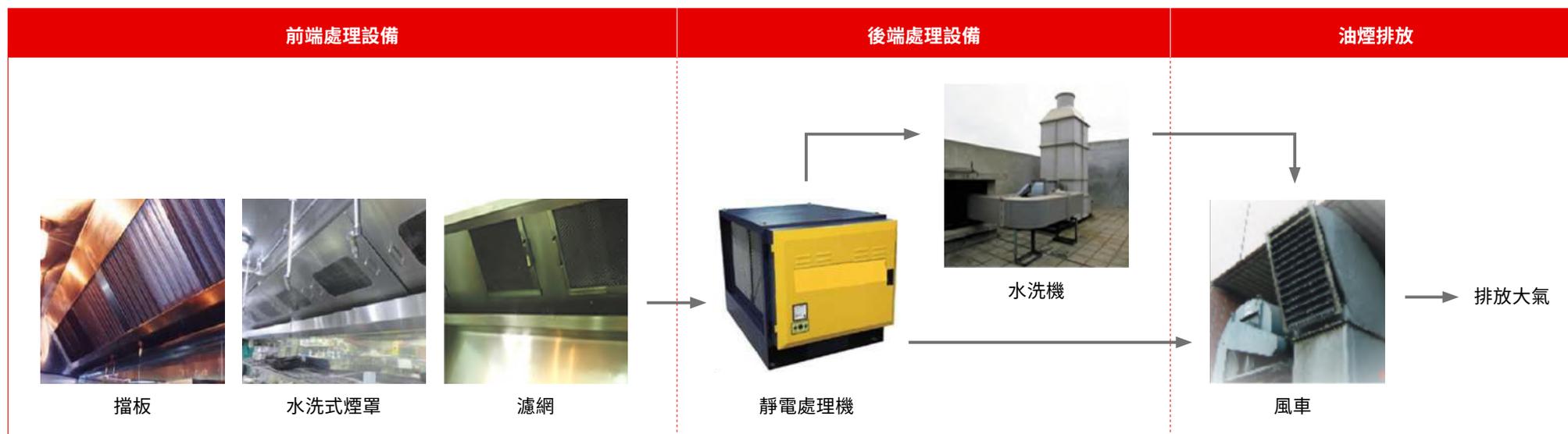
廢棄物處理流程



廚房防污辦法

百貨公司內餐飲相關烹飪場所會排放廢油煙，我們瞭解若無妥善處理油煙排放，可能造成公共安全危害。新光三越訂有「廚房防污設備設置及清理辦法」，針對美食街、小吃、咖啡廳等從事烹飪而產生油煙之櫃位規範其防污和排油煙管等設置標準及清洗規範。

防污設備排放流程



2.2 綠色平台

2.2.1 供應鏈管理

新光三越與供應商透過良好的合作一同提供所有消費者舒服的生活體驗。供應商可以分為三大類：一般事務供應商（包含事務性、設備安全、建築物安全等）、專櫃廠商和自營事業相關供應商。與供應商簽署合約皆要求其在道德規範、勞工人權、職業安全、公共安全、環境保護等面向符合相關法規，如消費者保護法、公平交易法、商品標示法、化妝品衛生管理條例、個人資料保護法、食品衛生管理法、消防安全法規等並提供合法產品。

供應商類別	主要提供產品及服務	管理辦法
一般事務性	涵蓋新光三越行政事務、設備維護、建物相關	定期進行供應商評鑑及事務性、設備維護、建物安全廠商續約評估
專櫃廠商	新光三越百貨各類專櫃，涵蓋一般性專櫃及餐飲類專櫃	訂有「商場管理辦法」、「商場裝修管理辦法」、「專櫃廠商設櫃約定」規範廠商
自營事業供應商	提供新光三越自營事業相關商品，分為蔬果、低溫、市場雜貨等品類	定期評估各供應商背景，審查其商品第三方檢驗、產品責任險、生產方稽核報告

供應商審核流程



供應商評鑑

新光三越每年會進行一次供應商評鑑，評鑑項目涵蓋：商品品質穩定度、需求完成的時效性及符合度、是否有專業能力以及是否遵循法規要求，以確保商品之品質。根據評分結果區分為：優 - 績優廠商，中 - 合格廠商，劣 - 不合格廠商，做為是否需繼續與該廠商合作之考量。2021 年新供應商皆經過環境及社會篩選標準 (於合約中納入相關條款)。

綠色採購

新光三越在採購過程中挑選較具環保理念、對環境傷害較少、污染程度較低之產品，優先採購具有相關標章如：環保、節能、省水標章，FSC 森林認證、綠建材標章、碳標籤及綠色工廠標章等，未來也會逐步完善綠色採購之規劃，持續為環境保護盡一份心力。

環保標章	節能標章	碳標籤
		
省水標章	森林認證	綠建材標章
		
回收標章		綠色工廠
		
可循環再利用之資源		綠色工廠標章制度之審查項目包括「建築工程」與「清潔生產」兩方面

2.2.2 攜手夥伴綠色齊行

百貨為匯集美好生活的大平台，新光三越 2021 年投入永續行動 (註 2) 專櫃數約 760 櫃，占比 14%。未來，我們將與合作夥伴攜手前行，共同關心環境保護、社會共好、公司治理等議題，提升永續議題關注度，共同打造永續美好生活。

PH	投入永續行動專櫃數	專櫃數占比
名品	64	57.66%
化妝品	121	23.14%
女行雜貨	9	1.23%
內睡衣	86	48.04%
女性服飾	57	8.69%
休閒和生活風格	154	21.69%
男性商品	38	9.97%
兒童商品	80	20.89%
家庭用品	42	5.44%
超市 + 餐飲和食品	62	8.54%
複合性業態	48	24.37%
合計	761	14.17%

註：1. 上表統計不含活動臨時櫃

2. 永續行動：包含環境保護 (使用再生 \ 可回收 \ 環保材質，種樹、減塑、節能減碳、動物及環境保育)、慈善公益及社區關懷。



2.2.3 綠色行動

新光三越與專櫃品牌共同響應環保綠色活動，於世界地球日百貨各分店發起支持活動，以喚起大眾對環保永續之意識，惟近兩年受疫情影響諸多活動暫停舉行，2021 年新光三越共舉辦了 14 種綠色活動，總計約 6,500 人參與，未來我們仍會持續與專櫃及合作夥伴共同努力，引領綠色風潮。

合作活動

綠色和平 - 未來超市



2020/11/7-11/15 共計 9 場次，與多家廠商合作以環保為訴求，透過多元化的活動展演，傳達減塑的關鍵在於改變生活模式，拒絕不必要的塑膠，實踐減塑生活。

電動車展



2021/1/3-1/5 共計 3 場次，展示保時捷最新車款 Taycan 電動車。

環保手作活動



提倡環保與永續概念，各店與友好品牌夥伴共同為環境發聲，透過不同的手作活動，實現減碳不浪費的美好生活。

響應世界地球日

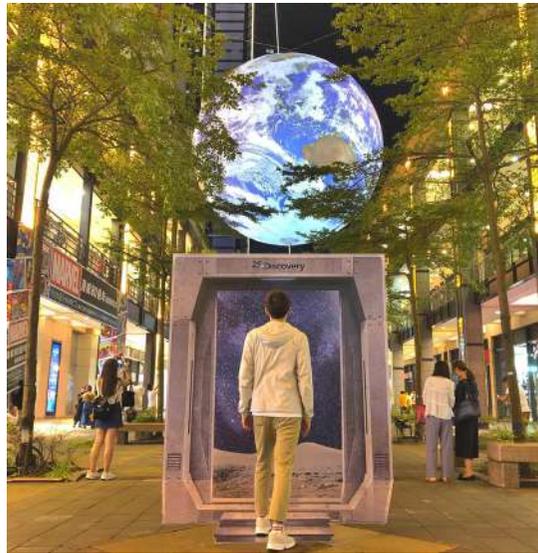
FB、粉專宣傳



4/22 世界地球日 行動愛地球，將世界地球日的概念廣為傳達，將店內品牌的世界地球日特輯活動於各店 FB 粉絲團宣傳，邀約共同響應。

2021 年，新光三越響應台灣環境資訊協會「51 個修復地球的方式」，攜手 Timberland 與 THE BODY SHOP 舉辦「二手紙袋換購鞋優惠券」、「持空瓶回櫃消費折抵」活動，邀請民眾一同用行動愛護地球。

蓋亞地球



2019 年 7/20 為人類登月 50 周年，特別於台北信義新天地 A11 空橋展出 Discovery 與英國藝術家 Luke Jerram 合作打造的 7 米大的飄浮地球「蓋亞」。

品牌連結



將世界地球日的概念廣為傳達，各店與愛地球的友好品牌夥伴共同合作，從保養與生活開始，一起愛地球。

2.3 綠色生活

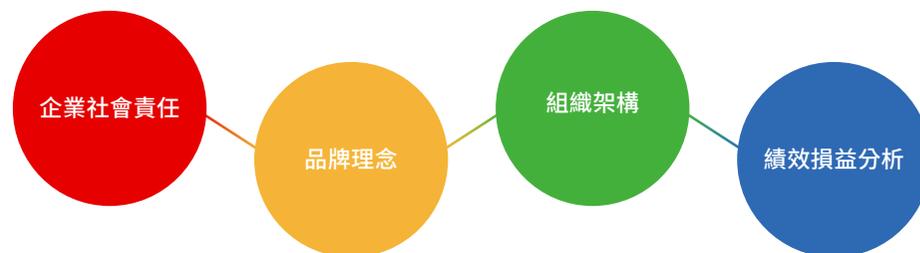
2.3.1 自營事業商品控管

新光三越設有各式專櫃提供消費者多樣的產品類別。做為百貨業潮流的領航者，我們期許成為業界典範，創造無可取代的品牌價值，實踐永續發展。透過新光三越自營事業，如 Harrods、福里安花神、好好集、美麗市場，我們精心挑選潮流觀點、在地價值、異國生活風格元素之商品與品牌，藉由篩選供應商及評價稽核，確保商品品質，滿足消費者的期待。

環境 / 社會認證之產品數量統計

經認證之商品涵蓋：			
蔬果	雞蛋	茶品	咖啡
有機認證	動物福利	雨林聯盟	公平貿易
386 項	12 項	13 項	19 項

品牌篩選考量



進口食品檢驗流程

進口食品經向衛生福利部食品藥物管理署 (TFDA) 提出輸入食品查驗申請，經過報驗、書審、抽驗等程序，經檢視查驗結果符合規定後才會進口。



確保商品品質



負面報導澄清

報導事件	新光三越說明	因應辦法	改善作為
2021年7月 福里安花神所進口袋裝茶包內之茶葉遭 檢出農藥殘留超標。	食藥署報告一出來，於港口即安排退運，相關產品並無進到餐廳。另外也與義大利廠商溝通，新的產品出來，經檢驗確定合格才會再進口。	新光三越立即啟動緊急應變機制： 下架措施（已退運）、品牌及供應商相關說明及聲明書並與食安小組檢討。	要求原廠於茶葉採購進口前提供同批號樣品進行 第三方檢驗，待檢驗合格後始得辦理後續作業。 茶包於義大利方協力廠商包裝線受農藥汙染非茶 葉本身問題，與義大利方取得共識此後茶包製作 於台灣完成，以環保材質茶袋包裝。

2.3.2 嚴選台灣在地好物

好好集 goodgoods

“台灣具有獨特的風土環境，許多美好事物蘊藏在各個角落，但面對琳琅滿目的物產，該如何選擇？還有哪些沈默的風華，尚待發現？透過消費，如何能有利自己，也能友善環境，更能支持在地職人的夢想？”

2015年5月新光三越創立了好好集這個品牌，不只為了提供來訪的消費者良好的商品與體驗空間，更希望在台灣經濟社會轉型的時刻，發揮企業影響力，讓小規模經營型態如地方老店、在地小農、青年創業者毋須單打獨鬥，也讓傳統工藝不致凋零失傳。我們支持台灣各個角落的努力耕耘，以期共同呈現台灣美好價值。

好好集不只是整合銷售物產的通路，更是台灣故事交流的中心。我們行路台灣，深入走訪22縣市、368鄉鎮區，認識傳承百年品牌的用心與堅持，鼓勵年輕人回鄉、發揮新世代創意，對家鄉農業、產業貢獻自己一份心。好好集將這些在地職人、青年返鄉的造夢者，集結成故事，親自帶領顧客翻閱一篇篇美麗的台灣故事，一同感受這些達人們的用心，珍惜背後付出的每一份情意，和新光三越一起將台灣的好物，分享給台灣人及全世界。



好人情

風土傳達美好的自然環境，蒐羅這塊土地上所種、製作的食材與用品器具。



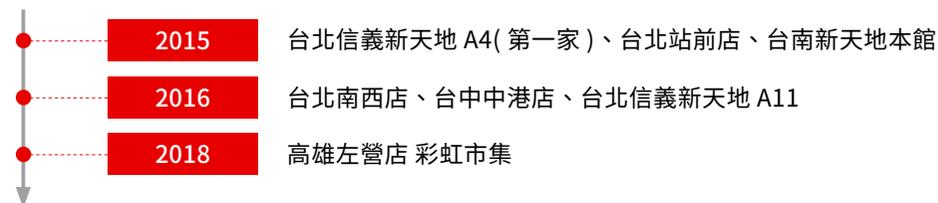
好風土

除了好風土的條件外，更需透過真誠的人種植、製作，才能呈現風土美好。



好好集

用心的挖掘台灣的風土好人情，成為美好價值的共好平台。



2.3.3 感受美好生活

美麗市場

新光三越全力打造綠色時尚百貨公司，致力於使消費者「美好生活，無限延伸」，更透過我們提供的服務讓人們感受綠色美好生活，一起創造更加永續的生活模式。因此新光三越集結各家超市的優點創立了「美麗市場」，自 2015 年開設全台第一家美麗市場後，目前全台共有四家美麗市場：台北信義新天地 A4、台北信義新天地 A11、台中中港店、台南新天地，未來將持續導入各分店，帶給人們綠色美好生活。



新光三越團隊以最大的熱情和真心，打造好吃好喝、好玩好看、好買好逛的美麗市場，希望它更生活、更人性、更溫暖、更快樂、更豐饒。

或許它的一些美好元素，和世界各地的一些好市場相同，但是全部加起來，它是屬於我們生活型態及口味的超級好市場！令人每天感受美好生活的美麗市場！



美好元素

1. 減塑裸賣

專區以無包裝的方式販售果乾、油品、咖啡豆、蔬果。2021 年在台北南西店、台北站前店、台北信義新天地 A11、台北信義新天地 A4、台中中港店、台南新天地、高雄左營店共 7 店舖已設置減塑裸賣專區，將持續推動裸賣專區建置，以行動與顧客一同創造善待土地的消費方式。

環保裸賣賣什麼



裸賣購買流程

為地球多一份心，環境需要你我一起保護



2. OPEN KITCHEN

邀請來自部落、小農等在地品牌的講者，不定期舉辦以食材為核心的知性講座，達到食農教育之目的。



曾與百大青農品牌配合實演講座，邀請私廚利用藍寶石草蝦（一夫水產）、午仔魚（台潮魚集）、白金虱目魚（責任生產）等具產銷履歷的認證食材，變換出星級餐。

3. 引進永續 / 在地品牌

美麗市場積極引進具有永續、環境友善概念之當地品牌，使青農、在地創業家有更多被看見的機會，讓大眾擁有永續消費新選擇。



薩圖爾精品咖啡

秉持「從產地到杯中」的品牌理念，嚴選產地直送的優良生豆，如：台南在地小農製作、具公平貿易認證



友好生活

由嘉義在地近八十年的油坊精製的 100% 苦茶油、黑麻油、白芝麻油等油品醬料商品，主打無農藥、重金屬殘留，讓消費者健康



菓然讚

堅持使用台灣農產品，與水果產銷班及獨立小農合作，現採直送，以低溫烘焙方式製作，保持原汁原味

綠色市集

百貨公司做為匯集大眾的場域，新光三越時常與其他夥伴合作舉辦市集活動，希望凝聚大家傳達好的理念。綠色市集以環保永續為主要訴求，透過多元化的活動展演，讓永續發展的理念更深植於民眾。

純素生活節 X 草獸派對

草獸派對為台灣第一個 Vegan 純植物生活節，其中的主張是純素的歷程中，不是 0 或 100，而是鼓勵民眾可以選擇自己的方式來實現純素理想，並透過此來促進環境永續。2020 及 2021 年共辦理 4 個場次，總計約 1,200 人次參與。新光三越百貨於現場也會提供二次環保紙袋，回收功能與外觀良好的百貨紙袋提供市集 / 活動使用，鼓勵市集與民眾養成習慣落實於生活中，藉由環保循環，降低過度包裝的浪費。



紙製品減量計畫

紙袋



年度	2020 年	2021 年
數量 (個)	2,560,000	2,350,000
成本 (新台幣：仟元)	5,660	5,193

電子標籤

新光三越導入電子標籤取代紙本標籤以減少紙張耗材使用，並降低人員需時常進行紙標籤更換的工作負擔。已於 2021 年導入台南新天地和台中中港店，2021 年合計汰換成功約 15,000 個電子標籤，2022 年將持續導入台北三家分店。



2.3.4 打造綠色百貨商場

綠建築

高雄左營店擁有 1.2 萬坪綠化面積、7 萬棵花木、全台最大植生牆 (面積 600 坪)。位於本館旁的幸福公園面積相當於 3 個足球場大，總面積超過 6,500 坪；在 2017 年取得綠建築標章，並且符合：基地保水、日常節能、二氧化碳減量、廢棄物減量、室內環境、水資源、汙水垃圾改善七項指標要求。



雨水回收系統

雨水收集後經過濾機過濾雜質，再進行沉澱分離、曝氣、過濾後流入雨水及中水回收貯存池。藉由雨水回收系統，高雄左營店將雨水回收水用於一旁幸福公園之澆灌，並於公園底下留有小型蓄水池，確保每一滴水資源的充分利用。



綠色停車場

因全球環保意識抬頭，電動車為現今趨勢發展，新光三越也積極推動電動車充電裝置的建置，2021 年已建立 30 個裝置，擬訂綠色停車場計畫，藉由提供友善停車充電環境，朝向協助減碳的永續目標邁進。



未來規劃

第一階段

以都市型態大型店鋪
優先裝置服務顧客

第二階段

依序由北到南，中小型優質店鋪
規劃加入充電裝置行列

第三階段

結合生活及綠能科技，
打造綠色停車場

Chapter 3

社會共好

新光三越秉持真心誠意的經營理念，堅持為人們帶來更愉悅美好的生活體驗，因此與顧客相關之安全為我們最關注的議題之一，致力於提供顧客高質的商品及安心的購物體驗。對社會及文化藝術推廣，新光三越長期投入攝影、工藝、兒童美學，讓社會上廣大的人才有被看見的機會。引領大眾對藝術的重視，積極投入在地活動以盡社會責任。



第三章 社會共好

關注永續議題：	對應 GRI 主題	SDGs 目標	受影響之利害關係人
<ul style="list-style-type: none"> • 品牌形象 • 社會關懷與參與 • 藝文美育推廣 • 顧客關係經營 	<ul style="list-style-type: none"> • GRI 102 • GRI 417 	  	<ul style="list-style-type: none"> • 消費者 • 股東 / 投資人 • 同仁 • 專櫃廠商 • 供應商 • 媒體 • 社區民眾



亮點

- 持續近 30 年舉辦各式文化活動，透過活動推動文化藝術發展與傳承，體驗世界文化
- 財團法人新光三越文教基金會 27 年來，員工累計志工服務時數超過 5.6 萬小時
- 2018、2020、2021 年連續於臺灣服務業大評鑑獲獎



管理方針

- 發揮顧客至上精神，即時處理顧客意見，提升客戶滿意度
- 設立「財團法人新光三越文教基金會」，針對工藝設計、影像藝術、兒童美育等三大領域舉辦常態展演活動，並提供競賽獎金獎掖、扶植台灣優秀藝術創作者

3.1 藝術美育

新光三越致力於促進台灣美術領域發展，每年與「財團法人新光三越文教基金會」共同合作，針對工藝設計、影像藝術、兒童美育等三大領域舉辦常態展演活動，並提供競賽獎金獎勵、扶植台灣優秀藝術創作者，邀請國內外企業品牌、專家與藝術家共同合作舉辦各式展覽與活動；同時透過每年的燈會、藝術品義賣，捐贈予偏鄉學校和社福單位作為環境藝術美化；更積極與國際藝術接軌，如：2016 年的大象巡遊 Elephant Parade® 雕塑藝術公益展，惟因近兩年受疫情影響無法舉辦相關活動，未來仍會持續協助台灣美術的發展、打造台灣成為國際知名的藝術國度。

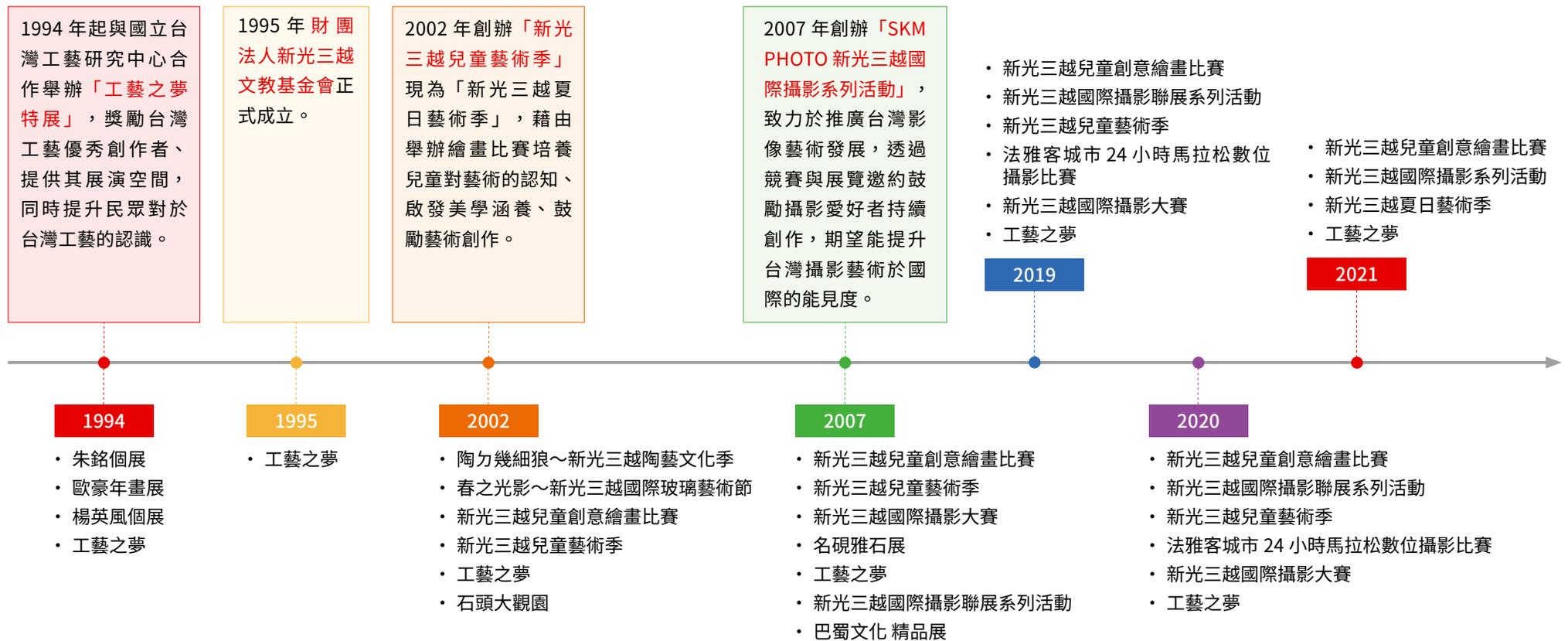


3.1.1 財團法人新光三越文教基金會

新光三越懷抱回饋社會、樹立良好企業典範並開創台灣美學新紀元的理想，於 1995 年贊助成立「財團法人新光三越文教基金會」，秉持「藝術生活、生活藝術」之創會宗旨，懷抱「提升社會美學涵養，推展文化事業，開創高品質生活環境」理念，每年致力於文化推廣與藝術交流、深耕藝術人才培育、臺灣工藝文化保存與兒童美育向下紮根，並積極透過百貨商場舉辦多元展演活動，為普羅大眾敞開藝術的大門。



財團法人新光三越文教基金會發展大事紀與歷年特色活動



每年固定藝術公益活動

秉持「取之於社會、用之於社會」的精神，將營業所得回饋於與影像藝術、兒童美育、工藝設計三面向有關的單位，包括：EPSON（影像藝術）、Pentel 飛龍文具（兒童美育）、國立臺灣工藝研究發展中心（工藝設計）等單位，協助提供競賽獎金與作品展覽巡迴場地，給予活動單位實質支持、同時增加大眾親近藝術的場域，將新光三越打造成融合藝術與美的獨特購物場域。



1-3月 新光三越兒童創意繪畫比賽

7-8月 新光三越夏日藝術季

新光三越為培育美術創作人才、激發孩童無限創意，與 Pentel 飛龍文具合作贊助每年「兒童創意繪畫比賽」約 120 位得獎小朋友 \$800 至 \$3,000 不等的獎金與禮品，「新光三越兒童藝術季活動」於 2002 創辦至今已舉辦 20 屆。



2-4月 新光三越國際攝影聯展

9-10月 新光三越國際攝影大賽

新光三越為培育攝影創作人才、活絡影像藝術市場，與 Epson 合作贊助每年「新光三越國際攝影大賽」20 ~ 30 位得獎者 \$4,000 至 \$120,000 不等的獎金與禮品，「SKM PHOTO 新光三越國際攝影系列活動」於 2007 創辦至今已舉辦 15 屆。



5-8月 法雅客城市 24 小時馬拉松數位攝影競賽

新光三越期望透過鏡頭向大眾展示各城市的晝夜之美，贊助「法雅客城市 24 小時馬拉松數位攝影競賽」每年 36 萬元，於 2016 至今共贊助 144 萬元（惟 2020、2021 因疫情停辦）。



5月 臺灣工藝競賽

12-1月 工藝之夢

新光三越為傳承台灣傳統工藝、鼓勵工藝設計人才持續投入產業發展，提供「臺灣工藝競賽」贊助金一年 50 萬元，五年共累積 250 萬元；另舉辦「工藝之夢」巡迴展覽，自 1994 年至今已舉辦 28 屆。



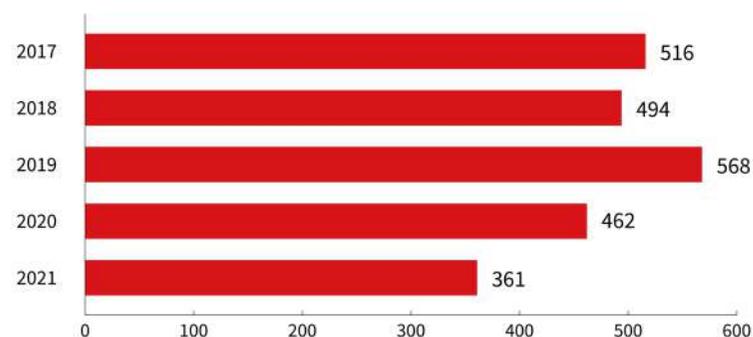
活動相關數據統計

工藝之夢

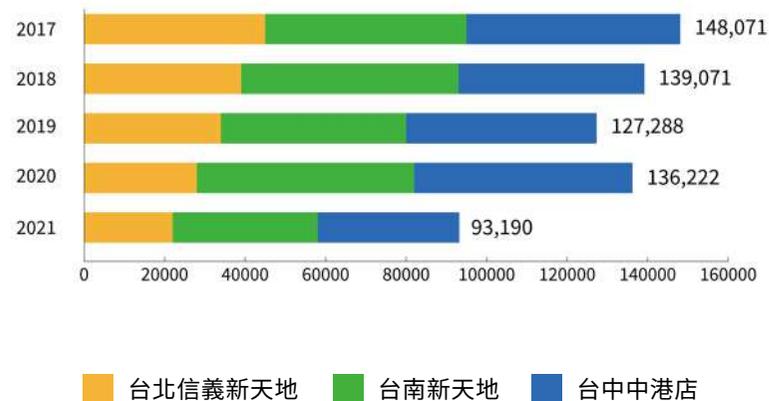
自 1994 年與台灣工藝發展研究中心合辦，至今 28 屆；每年合作辦理「臺灣工藝競賽」，獎掖與扶植台灣在地傳統與新銳工藝創作者，每年提供新光三越特別獎 1 名、50 萬獎金贊助，累積至今已募集超過 1.3 萬件參賽作品（年平均參賽組數約 480 件），贊助金累積達 990 萬元（共 27 名新光三越獎得主受惠）；每年年底舉辦「工藝之夢特展」，透過主題式展覽規劃與活動包裝，邀請國內外工藝設計師共同參展，展期搭配「新藝商號選物店」提供台灣在地工藝設計品牌與社創品牌良善銷售管道，持續推動 SDGs 企業永續、社會共融之良善循環，舉辦至今已累積超過 148 萬觀展人次。



競賽 | 臺灣工藝競賽 (國立臺灣工藝研究發展中心主辦)



展覽 | 工藝之夢特展

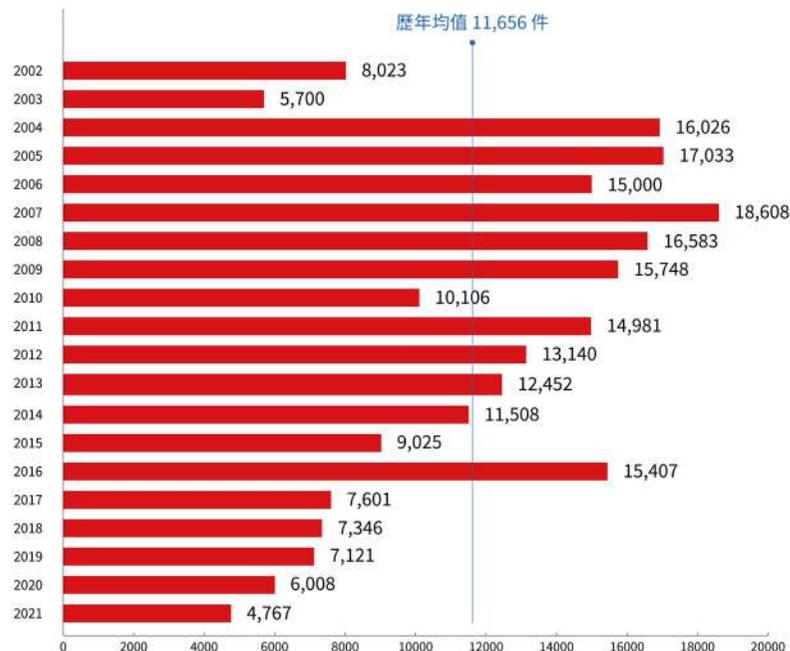


新光三越夏日藝術季 (原新光三越兒童藝術季)

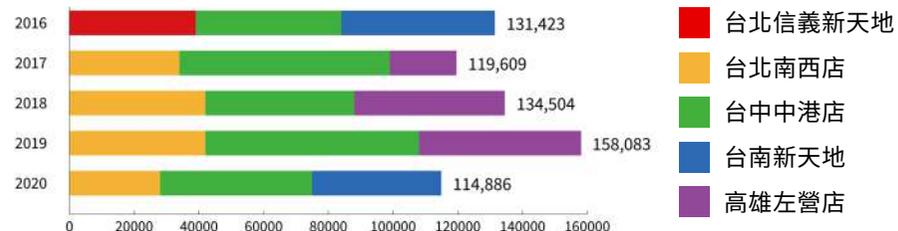
自 2002 年創辦，至今 20 屆，每年透過「新光三越兒童繪畫比賽」，設立獎項獎掖台灣國小以下學童用繪畫展現自我，每年提供約 120 位得獎者獎金獎品、實體展覽與參賽國際競賽之機會，累計至今已募集超過 23 萬件參賽作品（年平均參賽件數約 1.1 萬件）、提供 1.5 萬名獎項贊助；每年於暑假期間舉辦「新光三越夏日藝術季」展演活動，以主題式巡迴展覽規劃與活動包裝，邀請國內外繪畫藝術專才共同參展，同時也關心國內能源、環境保護、弱勢偏鄉孩童教育等議題推動，讓藝術向下深耕，舉辦至今已累積超過 160 萬觀展人次。（唯 2021 年因疫情嚴峻取消實體展覽，改以線上展覽）



競賽 | 新光三越兒童創意繪畫比賽



展覽 | 新光三越夏日藝術季



SKM PHOTO 新光三越國際攝影聯展

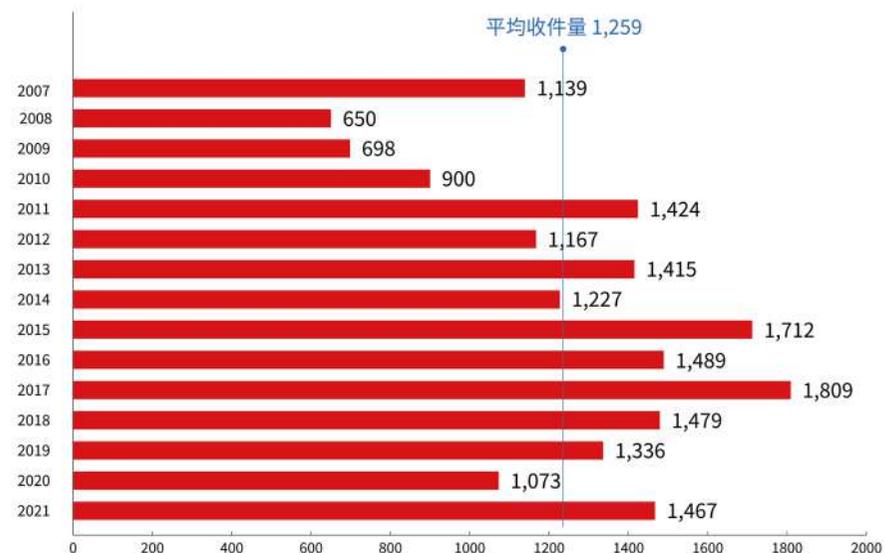
自 2007 年創辦，至今 15 屆，每年透過「新光三越國際攝影大賽」，設立獎項獎掖與培育攝影藝術專才，每年提供 20-30 位得獎者獎金獎品與實體展出機會，累計至今已募集超過 9.9 萬件參賽作品（年平均參賽組數約 1,200 組 /6,226 件）、提供 450 名獎項贊助，並於每年 2-4 月舉辦「SKM PHOTO 新光三越國際攝影聯展」，以主題式巡迴展覽規劃與活動包裝，邀請國內外攝影名師共同參展，期透過影像來關注國際社會、全球暖化、動保關懷等議題推動，舉辦至今已累積超過 123 萬觀展人次。（惟 2020 始受疫情影響、基於人流控管與防疫限制，造成作品展出數較少，現已逐漸恢復）。

志工人數、時數統計

財團法人新光三越文教基金會致力於協助臺灣藝術領域的發展，亦帶領企業員工擔任志工，一同響應公益，成立 27 年員工累計志工服務時數超過 5.6 萬小時，活動包含每年三檔巡迴北中南三店的藝術展覽：

	時數	天數	店數	人數	總時數
進場撤場	8	3	3	10	720
開幕頒獎	3	1	3	8	72
展覽期間	12	18	3	2	1,296
每年百貨志工服務時數					2,088

競賽 | 新光三越國際攝影大賽



展覽 | 新光三越國際攝影系列活動



3.1.2 燈展與義賣

新光三越自 2014 年（馬年）開始舉辦公益燈展，期望透過展覽的創新策劃、串連館內外的燈節裝飾，讓新光三越燈會成為民眾元宵節出門看燈展的首選，為民眾提供親近藝術、體驗藝術的場域、增加話題性與來客數。燈會結合「藝術」和「公益」兩大元素，每年邀請超過百位藝術家、名人、品牌、插畫家及藝人跨界參與，

並規劃將展品透過 Yahoo 奇摩拍賣進行公益義賣，每年將義賣所得與展品捐贈不同的社福單位與偏鄉學校，與民眾一同為公益貢獻心力。(2021 因疫情考量停辦燈展)

黃子佼 - 台灣知名主持人



2020 年第五度受邀擔任總策展人，近年積極創作藝術品，一攬參展、設計與策展多重身份，致力於推廣藝術普及化，累積多元文創經驗，是新潮世代的重要指標人物，具高度流行與藝術敏銳性，和新光三越支持年輕人文創平台的想法，有高度默契。

2018 年 - 社團法人中華民國保護動物協會



全台第一個成立的動物保護團體，長期致力於各項動物保護工作、推廣動物保護法修正案、流浪動物收容工作及向大眾宣傳動物保護觀念。新光三越 2018 年燈展總計 72 件展品，總拍賣所得為新台幣 721,997 元。

2019 年 - 東基醫療財團法人台東基督教醫院



是一間主動出擊的「行動醫院」，提供山地巡迴醫療車、送餐車、居家關懷車服務，深入東部的原住民聚落，看顧深受病痛的生命、照顧每一個寂寞老人、疼惜每一個孤零的孩子。新光三越 2019 年燈展總計賣出 22 件展品，總拍賣所得為新台幣 573,999 元。(照片為台東成功國小附幼 - 「行動早療」照顧兒童所就讀的學校)

2020 年 - 財團法人育成福利基金會



育成基金會
看見謝謝您

對心智障礙者提供終身到老的服務，在兒童方面提供早期療育、在成人方面提供日夜間照顧、職業重建等服務。新光三越 2020 年燈展總計賣出 11 件展品，總拍賣所得為新台幣 234,999 元。

3.1.3 大象巡遊 Elephant Parade® 雕塑藝術公益展

新光三越不僅透過義賣給予弱勢團體與偏鄉學校實際援助，也致力於社會整體的藝術發展、積極為台灣社會與國際接軌，雖近三年因新冠肺炎疫情而停擺國際性展演，但回顧 2016 年時為呼應當年度台北市獲選為世界設計之都，且適逢大象巡遊展 10 週年紀念，新光三越策畫舉辦台灣「大象巡遊 Elephant Parade®」展覽活動，是全球最大規模的大象雕塑藝術公益展，藉由設立 Pop-up store、小象 DIY 工作坊、百隻小象櫥窗展，並結合暑假檔期擴大媒體聲量，期望將新光三越打造為大眾可親近藝術的場域，不僅創造集客效益，同時達到宣傳大象保育的公益目的。此次展出之作品除了出自世界各國的藝術家外，也規劃以「台灣好印象」為題，邀請台灣知名藝術家、設計師與名人，包括：優席夫、方序中、劉經緯、王陳彩霞、孟耿如與黃媛慈、周瑞萍 Rae、曹筱玥、馮宇、蕭閔釗 ANO、張瑞頻、李明道、汪東城、黃子佼、賈靜雯、劉以豪、魏蔓等一同參與，創作具有台灣在地文化韻味的作品，促進台灣的藝術行銷。

全民小象櫥窗展

藉由邀約 80~90 位院校學生及 10 位兒童藝術季的歷屆得主進行 15 公分小象的彩繪創作，使學生親近藝術、將藝術氛圍散播到兒童族群，再藉由將作品展示於信義館內櫥窗，增加每位小小藝術家的創作成就感，亦能提升經過民眾的藝術品接觸率、達到擴大宣傳聲量。



小象遊台灣攝影展

展期間除了展示各國藝術家的大小象作品，也將小象帶往台灣各知名景點合照，增加在地化的連結、增添展覽的多元氣氛，在向大眾展示世界之美的同時，也宣傳台灣各城市的風貌。



名人小象公益拍賣

本次展出將台灣跨界名人所繪製的 11 隻大象和 10 隻小象雕塑作品，除藝術家曹筱玥的作品由臺北市政府文化局收藏之外，其他 20 件手繪大象雕塑作品透過 YAHOO 奇摩公益網站上進行競標（拍賣代號：Y2201780372），拍賣起標價：大象雕塑作品 200,000 元、小象雕塑作品 20,000 元，拍賣所得將扣除成本後全數捐助予致力於為生病大象提供食物與藥物幫助的國際動物保育組織「英國 Elephant Family」與守護瀕危台灣黑熊的「社團法人台灣黑熊保育協會」。

ELEPHANT FAMILY
Protecting Asian elephants and their habitat



西瓜甜不甜 - 旺福



在破碎中重建的愛 -
賈靜雯 X 梧桐妹 X 咻咻



生生不息 - 優席夫



宇宙福相 - ANO



故事 - 李明道



記憶寶物 - 方序中

3.2 在地共好

新光三越懷抱社會共好的願景，不僅於國內外各大災難發生時伸出援手，也重視台灣青少年與兒童的健全發展，如：規劃青年創意發展基地，已為多所大專院校青年提供展演場地；同時為促進兒童美育發展、推廣親子共學體驗，改造賣場成為兒童專屬學習場館，舉辦生態展覽、美術課程等活動，遵循聯合國兒童權利公約（CRC）為台灣幼苗之美術教育盡心力。



3.2.1 歷年捐款大事紀

新光三越以善盡企業社會責任為使命、抱持取之於社會、用之於社會的宗旨持續關懷台灣、回饋社會。包含捐贈台北市信義計畫區兩座空橋 (華納 -A11 空橋、A8-A4 空橋)，認養高雄左營店旁幸福公園。

對於台灣與國際發生的大小災害伸出援手，包含：921 大地震、SARS 疫情、2016 年台南大地震等；於此次的 COVID-19 疫情，新光三越積極響應團結防疫的精神，捐助新台幣 2,000 萬元給予政府捐款專戶做為防疫基金，以行動支持醫護、與全民一同抗疫。

時間	重要記事
1996/07 月	【賀伯風災】捐助台北市、高雄市及台灣省 1,200 萬元協助災民重建家園
1999/09 月	【921 大地震】捐助內政部救災專戶 5,000 萬元協助災民重建家園
2003/07 月	【SARS 疫情】捐助內政賑災專戶 1,000 萬元、台北市政府 SARS 專戶 1,000 萬元協助防治疫情
2003/12 月	捐贈台北市政府兩座信義計畫區空橋 (華納 -A11 空橋、A8-A4 空橋)
2008/08 月	【四川大地震】於中視「把愛傳出去」節目捐助，1,000 萬元予紅十字會協助賑災
2009/07 月	【莫拉克風災 (88 水災)】捐助 2,000 萬元予內政部賑災專戶協助災民重建家園；新光三越員工愛心捐款 260 萬元予紅十字會協助八八賑災
2010/04 月	認養高雄左營店旁幸福公園
2011/03 月	【日本 311 大地震】於華視賑災晚會捐贈 1,000 萬元予紅十字會協助災民重建家園
2014/08 月	【高雄氣爆】捐助 1,000 萬元予高雄市政府社會局社會救助金專戶協助高雄市及受災戶同胞重建家園
2016/02 月	【台南大地震】捐助 1,000 萬元予台南市政府 0206 震災專戶救助及賑災使用
2018/02 月	【花蓮大地震】捐助 1,000 萬元予花蓮縣社會救助金專戶投入震災救災及重建使用
2021/06 月	【COVID-19 疫情】響應團結抗疫，捐助新台幣 2,000 萬元予政府捐款專戶作為防疫基金



捐贈台北市信義計畫區空橋



認養高雄左營幸福公園

3.2.2 青年創意發展基地

新光三越遵循聯合國兒童權利公約 (CRC)，將服務對象聚焦於青年，積極進行在地化、社區化的企業社會責任活動，將台南新天地小西門作為「青年創意發展基地 (青創基地)」的角色發展定位，與多所大專院校合作，提供友善空間予青少年展演使用，致力於協助青年之人權與人格發展。

不插電音樂大賽

2019 夏天，不插電音樂大賽迎向七週年，持續尋覓對音樂充滿熱忱的創作人，期望將台灣新創好音樂向大眾，挖掘新秀帶出不一樣的音樂品味。惟因近兩年受新冠肺炎疫情影響，暫停舉辦。



小西門街舞比賽

新光三越除致力於兒童美育的發展，亦鼓勵青年族群發揮服裝創意與展現舞藝，於 2021 年辦理第一屆街舞比賽，提供優渥獎勵金與品牌禮品，共吸引 800 位高中職與大專院校青年共襄盛舉。



高校聯合成發

新光三越每年皆會與台南地區大專院校與高中職合作大型聯合演出，自 2018 年至今共舉行 6 場次，總參與人次約 7,000 人。



六都電競賽

因應科技發展、電競產業逐漸受到重視與政府支持、新光三越期望為台灣電競文化盡一份心力，除舉辦競賽提供選手展現的機會，亦投入資金在賽制、獎金、場地設備上作升級，獲得「全台最大業餘賽事」美稱。



3.2.3 親子共學體驗

新光三越不僅透過文教基金會協助兒童美育的發展，同時也重視開發適合親子的體驗場館，讓場館除了購物，還能有學習和互動共學的功能。於 2020 年改裝台北信義新天地 A8 4F、5F，以體驗為出發，打造充滿互動感的賣場、以利培養孩子們的感官體驗，讓親子能從生活中感知學習，如：「大金剛塗鴉遊戲動物樂園」以小班制團課的方式讓孩子們透過手腳並用進行塗鴉創作；「多功能教室」制定一系列有趣簡單的紙牌遊戲、繪畫、口語指令來學習程式邏輯，提升孩子們的思考力，促進創造力及團隊合作；「未來教室」規劃多媒體互動展，以媒體藝術、插畫美學、邏輯思考的跨領域學習方式，配合聲光效果，為孩童打造專屬親子共玩放課俱樂部！

大金剛塗鴉遊戲



多功能教室手作課程



台北信義新天地 A8
未來教室：多元教育空間

未來教室的概念除了體驗深化外，科技多媒體互動更是活動主軸。同時透過肢體、遊戲、投影、創作等多項互動設計，增添孩童學習興趣，訓練認知能力。



台北信義新天地 A8
FUN 出你的超能力 兒童節闖關活動與公視親子派對

新光三越於兒童節舉辦樓面闖關活動，創造親子同樂機會、順勢帶動周邊櫃位商機；更於 12 月與公視合辦親子派對，邀請水果奶奶、納豆等兒童界明星同樂。



3.3 顧客滿意

新光三越導入 ISO 10002：2018，客戶抱怨處理管理系統，將顧客抱怨處理體制作系統化管理，並調查三年顧客抱怨處理滿意度了解管理近況並適時提出檢討，成功於 2018、2020、2021 於臺灣服務業大評鑑獲金牌獎，成為百貨服務業的標竿。

3.3.1 ISO 10002 客戶抱怨處理管理系統

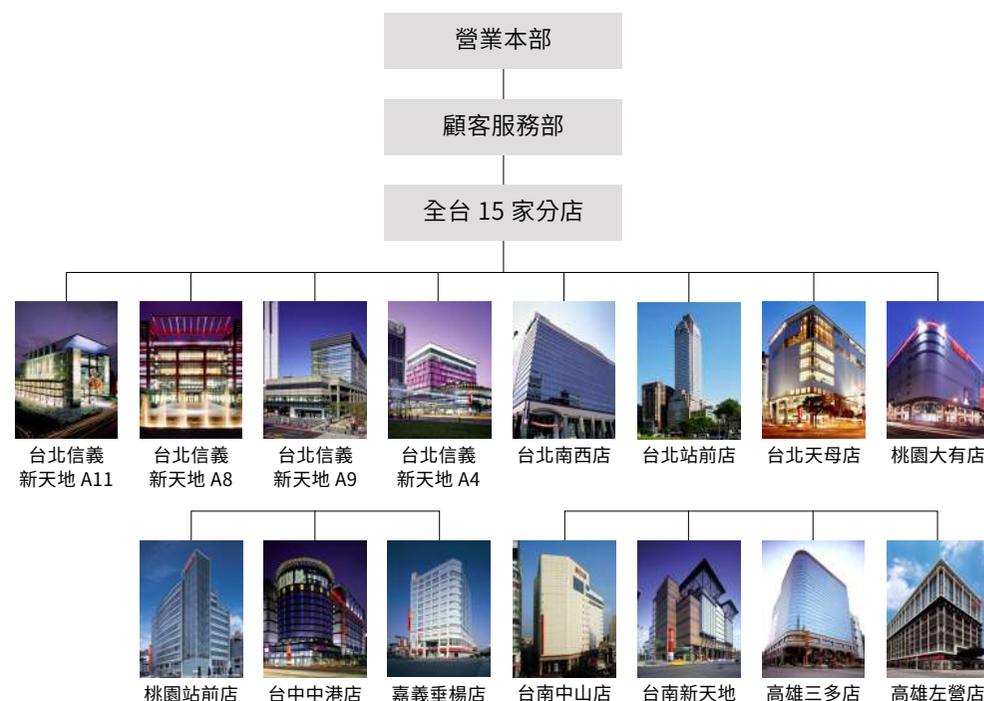
新光三越秉持「顧客至上，真心誠意」的原則，早於 2015 年便已導入 ISO 管理系統用於顧客意見的管理，是臺灣首家通過「ISO10002 客戶抱怨處理管理系統」國際驗證的百貨零售業者。並隨著不同版本作即時的更新，時時將顧客的需求謹記在心，同時也重視所有利害關係者的意見、評論、要求等。以下將針對相關部門及回應程序進行說明：

導入時程

修訂日期	修訂依據及內容摘要
2015 年 10 月	導入 ISO 10002:2004
2016 年 5 月	改版為 ISO 10002:2014
2020 年 7 月	改版為 ISO 10002:2018

適用範圍

透過 ISO 10002：2018 的基本指導原則，包括：承諾、處理能力、透明度、方便性、回應性、客觀性、費用、資訊完整性、保密性、以顧客為中心、擔當責任、改善、勝任能力、處理時效等十四個面向，於全台 15 間分店建置系統化的客訴處理系統。



顧客抱怨處理體制

新光三越明確提供顧客意見反映溝通管道，管道有電話(含0800)、現場(含服務台)、意見表、電子郵件、信函、政府函件等，並規範客訴案件的處理流程，提供每位客戶一致的服務品質，包括：顧客抱怨處理、滿意度調查、內部稽核、管理審查、文件管制等程序。新光三越重視每一位顧客的意見與事後檢討，從事發到處理完畢歸檔皆有層層把關。持續追蹤顧客對於處理的滿意度，提供抱怨處理滿意度調查表、顧客意見表、顧客意見處理報告書、廠商聯絡單等單據以利內部追蹤處理進度，亦將顧客抱怨處理政策，放置於公司內網平台，使公司全體同仁知曉；更同步於線上官網設立「顧客意見回饋」專區，與實體服務台顧客意見箱及互動式螢幕輪播，提升顧客及其他利害關係者的滿意度。

顧客抱怨處理程序



互動式螢幕輪播



新光三越官網「顧客意見回饋」專區



服務台顧客意見箱

3.3.2 顧客抱怨處理滿意度調查

新光三越統計過去三年透過系統化的顧客抱怨處理機制，成功使旗下 6 家分店的滿意度逐年提升，包括：台北站前店、台北信義新天地 A11、桃園大有店、台中中港店、台南新天地、高雄三多店；更有 2 間分店三年皆維持 100% 的滿意度，分別為：台北信義新天地 A4、高雄左營店；同時亦可見顧客意見總數與建議件皆逐年提升，顧客與新光三越雙方的良性溝通頻繁，顯現出新光三越顧客至上的用心及積極與追求完美服務的努力。

顧客抱怨處理滿意度調查統計



客怨及顧客意見統計

年度	客怨件總數	意外事故件	優良件	建議件	諮詢件	顧客意見總數
2018	3,368	641	657	63	7,867	12,596
2019	2,687	596	627	55	8,294	12,259
2020	3,613	524	606	91	12,613	17,447
2021	3,651	432	587	84	24,944	29,698

註：顧客抱怨件包含硬體設備、商品、人員服務、行銷活動、安全管理及其他。

2018、2020、2021 年臺灣服務業大評鑑獲金牌獎

新光三越 30 年來始終秉持「顧客至上，真心誠意」的服務精神，從顧客角度出發，不斷精進服務內容，跟著消費趨勢的快速改變與時俱進，創造三大服務優勢：「購物更便利」、「逛街更安心」、「生活更有趣」，憑藉優越的服務，三次獲得工商時報主辦的「臺灣服務業大評鑑」金牌獎。評鑑過程藉由神秘客深入店家進行親身消費與體驗，再經過兼具專業與公平性的國家級評鑑過程，從各業種中遴選出優質的服務企業及從業人員。



2018 臺灣服務業大評鑑獲獎



2020 臺灣服務業大評鑑獲獎



2021 臺灣服務業大評鑑獲獎

附錄

ESG 數據

經濟治理面

經濟價值

合併財務報表，單位：新台幣仟元

項目	2021	2020	2019
營業收入	26,130,287	26,847,142	26,662,563
營業成本	13,187,134	13,516,672	13,018,224
營業費用	10,967,165	11,115,889	11,352,974
員工薪資與福利	2,749,410	2,689,668	2,766,612
營業淨利	1,975,988	2,214,581	2,291,365
營業外收入及支出	258,702	191,538	-233,616
稅前淨利	2,234,690	2,406,119	2,057,749
繳納政府所得稅	469,274	464,828	430,236
稅後淨利	1,765,416	1,941,291	1,627,513
分配股東紅利	1,619,720	1,619,720	1,619,720

環境面

年度	2019	2020	2021
用電量 (度)	287,874,484	282,968,173	259,305,057
二氧化碳排放量 (公噸)	154,863	150,090	137,111
用水量 (百萬公升)	2,695.29	2,631.14	2,114.94
廢棄物量 (公噸)	11,228	10,831	9,360

社會面

新進及離職員工統計

正職員工新進人數							
		性別		年齡			總計
		女	男	≤ 30 歲	31-≤ 50 歲	≥ 51 歲	
2021 年	人數	344	147	430	55	6	491
	佔比	14.6%	6.2%	18.2%	2.3%	0.3%	20.8%
2020 年	人數	290	122	362	50	0	412
	佔比	11.4%	4.8%	14.2%	2.0%	0.0%	16.2%
2019 年	人數	370	211	502	74	5	581
	佔比	13.4%	7.6%	18.2%	2.7%	0.2%	21.0%

正職員工離職人數							
		性別		年齡			總計
		女	男	≤ 30 歲	31-≤ 50 歲	≥ 51 歲	
2021 年	人數	454	225	437	199	43	679
	佔比	19.2%	9.5%	18.5%	8.4%	1.8%	28.7%
2020 年	人數	430	192	387	197	38	622
	佔比	16.9%	7.5%	15.2%	7.7%	1.5%	24.4%
2019 年	人數	484	216	470	172	58	700
	佔比	17.5%	7.8%	17.0%	6.2%	2.1%	25.4%

每名員工每年接受訓練的平均時數

員工受訓統計表		2021 年		
員工類別		受訓總時數	該類別員工總人數	平均受訓時數
職級	主管	11,334.27	742	15.27
	非主管	9,067.59	1,622	5.59
性別	女性	13,242.92	1,558	8.50
	男性	7,158.94	806	8.88
總計		20,401.86	2,364	8.63

治理單位與員工的多元化

各項員工類別的員工百分比		員工年齡				
台灣		≤ 30 歲	31-≤ 50 歲	≥ 51 歲	合計	佔比
2021 年	女性	633	795	130	1,558	65.91%
	男性	253	420	133	806	34.09%
	合計	886	1,215	263	2,364	
	佔比	37.48%	51.40%	11.13%	100.00%	
2020 年	女性	686	864	125	1,675	65.69%
	男性	293	467	115	875	34.31%
	合計	979	1,331	240	2,550	
	佔比	38.39%	52.20%	9.41%	100.00%	
2019 年	女性	740	961	105	1,806	65.41%
	男性	343	487	125	955	34.59%
	合計	1,083	1,448	230	2,761	
	佔比	39.22%	52.44%	8.33%	100.00%	

女性對男性基本薪資加薪酬的比率

台灣	員工類別	男女薪酬比 (男性固定為 1)
2021 年	女性主管	0.826
	男性主管	1
	女性非主管	0.908
	男性非主管	1
	全體女性	0.802
2020 年	全體男性	1
	女性主管	0.859
	男性主管	1
	女性非主管	0.893
	男性非主管	1
2019 年	全體女性	0.822
	全體男性	1
	女性主管	0.801
	男性主管	1
	女性非主管	0.923
	男性非主管	1
	全體女性	0.799
	全體男性	1

職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者

職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者				
		員工	非員工	合計
認證範圍	人數	423	786	1,209
	比例	35%	65%	100%
非認證範圍	人數	1,848	15,473	17,321
	比例	11%	89%	100%

職業傷害

2021 年職業傷害統計						
	員工職業傷害統計			非員工職業傷害統計		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計
死亡人數 (A)	0	0	0	0	0	0
嚴重職業傷害件數 (B)	0	1	1	0	1	1
可記錄職業傷害件數 (C)	1	3	4	0	0	0
工作時數 (損失工時)	0	480	480	0	168	168
表定工作總時數 (D)	1,599,104	3,091,072	4,690,176	8,035,200	24,222,656	32,257,856
職傷致死率 (A/D)*200,000	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
失能傷害率 (B/D) *200,000	0.00	0.06	0.04	0.00	0.01	0.01
可記錄工傷率 (C/D) *200,000	0.13	0.19	0.17	0.00	0.00	0.00

GRI 內容索引

GRI Standards 永續性報告準則揭露項目對照表

一般揭露		報告書章節	頁數
組織概況 (2016)			
102-1	組織名稱	1.1 營運概況	48
102-2	活動、品牌、產品與服務	1.1 營運概況	48
102-3	總部位置	1.1 營運概況	48
102-4	營運活動地點	1.1 營運概況	48
102-5	所有權與法律形式	1.1 營運概況	48
102-6	提供服務的市場	1.1 營運概況	48
102-7	組織規模	1.1 營運概況 (本公司無負債資本)	48
102-8	員工與其他工作者的資訊	1.7 幸福職場	88
102-9	供應鏈	2.2 綠色平台 / 2.3 綠色生活	108 / 113
102-10	組織與其供應鏈的重大改變	本年度並無重大改變	
102-11	預警原則或方針	1.3 風險管理	65
102-12	外部倡議	本年度並無參與外部倡議	
102-13	公協會的會員資格	1.1 營運概況	48
策略 (2016)			
102-14	決策者的聲明	總經理的話	5
倫理與誠信 (2016)			
102-16	價值、原則、標準及行為規範	1.2 公司治理	56

一般揭露		報告書章節	頁數
治理 (2016)			
102-18	治理結構	1.2 公司治理 / 永續發展管理	56 / 15
102-32	最高治理單位位於永續性報導的角色	1.2 公司治理	56
利害關係人溝通 (2016)			
102-40	利害關係人團體	重大議題與利害關係人議合	21
102-41	團體協約	並無設立工會故無團體協約	
102-42	鑑別與選擇利害關係人	重大議題與利害關係人議合	21
102-43	與利害關係人溝通的方針	重大議題與利害關係人議合	21
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	重大議題與利害關係人議合	21
報導實務 (2016)			
102-45	合併財務報表中所包含的實體	關於本報告書	4
102-46	界定報告書內容與主題邊界	重大議題與利害關係人議合	21
102-47	重大主題表列	重大議題與利害關係人議合	21
102-48	資訊重編	本年度為首次出版報告書，無資訊重編情事	
102-49	報導改變	今年為首年出版，無報導改變之情事	
102-50	報導期間	關於本報告書	4
102-51	上一次報告書的日期	本年度為首次出版報告書	
102-52	報導週期	關於本報告書	4
102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告書	4
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書	4
102-55	GRI 內容索引	附錄	145
102-56	外部保證 / 確信	附錄	150

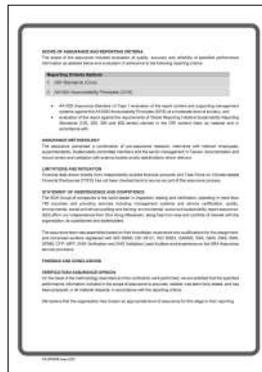
一般揭露		報告書章節	頁數
管理方針 (2016)			
103-1	解釋重大主題及其邊界	重大議題與利害關係人議合	21
103-2	管理方針及其要素	重大議題與利害關係人議合	21
103-3	管理方針的評估	重大議題與利害關係人議合	21
經濟面向		報告書章節	頁數
GRI 201：經濟績效 (2016)			
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.1 營運概況	48
GRI 204：採購實務 (2016)			
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	2.2 綠色平台 / 2.3 綠色生活	108 / 113
GRI 205：反貪腐 (2016)			
205-3	以確認的貪腐事件及採取行動	1.2 公司治理	56
GRI 206：反競爭行為 (2016)			
206-1	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	1.2 公司治理	56
環境面向		報告書章節	頁數
GRI 302：能源 (2016) [自主揭露]			
302-1	組織內部的能源消耗量	2.1 綠色營運	102
GRI 303：水與放流水 (2016) [自主揭露]			
303-5	耗水量	2.1 綠色營運	102
GRI 306：廢棄物 (2020) [自主揭露]			
306-5	廢棄物的直接處置	2.1 綠色營運	102
GRI 307：環境保護法規遵循 (2016)			
307-1	違反環保法規	1.2 公司治理	56

環境面向		報告書章節	頁數
GRI 308：供應商環境評估 (2016) [自主揭露]			
308-1	採用環境標準篩選新供應商	2.2 綠色平台 / 2.3 綠色生活	108 / 113
社會面向		報告書章節	頁數
GRI 401：勞雇關係			
401-1	新進員工和離職員工	ESG 數據	141
401-3	育嬰假	1.7 幸福職場	88
GRI 402：勞 / 資關係			
402-1	關於營運變化的最短預告期	1.7 幸福職場	88
GRI 403：職業安全衛生			
403-1	職業安全衛生管理系統	1.5 安全防護	72
403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	1.5 安全防護	72
403-3	職業健康服務	1.5 安全防護	72
403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	1.5 安全防護	72
403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	1.5 安全防護	72
403-6	工作者健康促進	1.5 安全防護	72
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	1.7 幸福職場	88
403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	1.5 安全防護	72
403-9	職業傷害	1.5 安全防護	72
403-10	職業病	1.5 安全防護	72
GRI 404：訓練與教育			
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	1.7 幸福職場	88
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	1.7 幸福職場	88

社會面向		報告書章節	頁數
GRI 405：員工多元化與平等機會			
405-1	治理單位與員工的多元化	1.7 幸福職場 / 1.2 公司治理	88 / 56
405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	1.7 幸福職場	88
GRI 414：供應商社會評估 [自主揭露]			
414-1	採用社會標準篩選之新供應商	2.2 綠色平台 / 2.3 綠色生活	108 / 113
GRI 416：顧客健康與安全			
416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	1.6 食品安全	85
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	1.6 食品安全	85
GRI 417：顧客關係經營			
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	本年度無相關情事	
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	本年度無相關情事	
GRI 418：客戶隱私			
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1.4 隱私保護	68
GRI 419：社會經濟法規遵循			
419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	1.2 公司治理	56

查證聲明

查核 SGS AA1000



通過 ISO 10002 客訴申訴處理管理系統認證



通過 ISO 27001 資訊安全管理系統認證



通過 ISO 45001 職業安全衛生管理系統認證





永續生活美學
創造人文感動

Creating a Humanistic Touch with
the Aesthetics of Sustainable Living

新光三越
SHIN KONG MITSUKOSHI