

總經理的話

2022年全球新冠疫情邁入第三年，疫情帶來了許多變化與挑戰，讓我們變得更柔軟、也更堅強。在全體員工與合作夥伴齊心努力下，全年營業額達新台幣886億元，創歷史新高。所有的艱辛困難仍歷歷在目，衷心感謝所有關心新光三越且與我們一起努力的每一位成員，有您的支持與鼓勵，我們才能一同寫下新的篇章。

去年，我們以「永續生活美學，創造人文感動」為主軸，彙總我們一直以來的初衷及過去30年的堅持與努力，完成新光三越第一本永續報告書。

今年，我們在永續生活美學，創造人文感動的基礎上，更進一步以「R.I.S.E.永續前行、引領未來」做為報告書主軸，傳達新光三越擁抱改革，接軌永續發展的理念，同時呼應我們持續努力、勇於創新，期許共同向上，產生正向影響力。

改裝不間斷，持續提供新鮮體驗

百貨與人們的生活息息相關，節慶、紀念日、家人朋友聚會、看展覽、參與活動，每天有好多故事在這裡發生，新光三越全台共15間店20館，每年有超過1.3億人次造訪，這意味我們每天服務超過30萬人次。

雖然2022年上半年台灣疫情仍屬嚴峻，人們走入實體店鋪的頻率仍保守，新光三越無畏疫情挑戰，傾力提供安心安全與優質的空間與服務，持續融合潮流趨勢、美食饗宴、娛樂活動、文化藝術及生活體驗，打造特色場域。2022年我們投入了多達41項改裝計畫，包含11個全樓層及30個區域改裝，共調整及導入640個櫃位，不斷的給消費者新提案，全力迎接解封後的疫後生活。



新光三越總經理・吳昕陽

結合數位轉型，打造 Lifestyle 生態圈

因應數位潮流的變化，新光三越早在2013年開始佈局數位轉型，2014年推出以服務為導向的「skm APP」，期間我們循序漸進，串聯13種業種、15間店、逾2,000家廠商、近7,000個櫃位，完整涵蓋食、衣、住、行、育樂，從線下到線上OMO，形成自有生態圈。

在疫情期間我們加速數位腳步，2022年進行官網的全面改版，更提出五大數位服務，包括「數位會員、智能客服、齊享購、名人選物店、美食碼上點」，深化顧客接觸與連結，也因此造就新光三越會員突破300萬人，會員營收占比達85%；APP會員下載數逾200萬次，skm pay行動支付綁定約3成，具突破性的成效，也開創出未來無限的可能性。

接下來我們也將發揮新光三越的品牌價值及會員力量，藉由數位轉型「掌握最新的消費趨勢」，推升邁向「開放生態圈」，提倡永續消費，擴大與不同產業合作，與合作夥伴共同打造「信任生態圈」，提供消費者更多元的服務。

Lifestyle生態系建立在堅實的信任生態圈之上，將串聯「開放」、「信任」、「安全」三大要素，整合會員與數位創新，以全方位Lifestyle為宗旨，提供更美好的生活體驗。

強化安心安全，全面提升內外部管理

為整合各項安全議題，我們於2018年即領先業界首創「安控室」，定期召開安控會議，針對6大安全議題進行管理：職業安全、公共安全、食品安全、資訊安全、工程安全、環境安全。

從2014年食安風暴以來，團隊即強烈意識到食安的重要性，加上近年餐飲在百貨的占比增加，及消費者對食安的重視，我們深感應擔起保護消費者的責任，讓消費者來新光三越能夠更安心，因此我們從2014年開始陸續提升各項食品安全管理措施，訂定食安理念「食安有把關，顧客好心安」，每月召開食安會議，每年度透過教育訓練、內外部稽核及商品抽檢等方式落實食安管理。

同時，新光三越致力於提供消費者安全無虞的購物體驗，領先布局與持續強化資訊安全的防護。繼完成ISO 27001資訊安全管理系統國際認證3年循環，2022年進行ISO 27701隱私資訊管理標準系統前置作業，預計2023年正式導入，透過線上與線下系統整合，加強資訊安全及顧客個資管理。

2022年期間，新光三越繼續辦理防疫應變會議，共計召開30場次，與完成10項安全專案，提供消費者與員工全方位安全無虞的消費場域與工作環境。

關注永續議題，持續永續發展

為邁向永續經營，新光三越2021年成立永續委員會，轄下設立三個永續小組及祕書處，並於2022年發行首本永續報告書即獲得三項獎項殊榮。永續委員會會議，每季舉行一次，由我及副總經理級的主管組成，共同討論各項永續提案。同時，為納入更多年輕世代的想法，永續委員會中也邀請年輕種子成員參與，2022年度共召開3次會議，通過五項永續計畫提案。我們將持續於內部深耕ESG文化，並轉化為長久機制，落實於各部門日常工作中，強化環境、社會、治理面各項作為，關注利害關係人及永續議題，為永續發展投注心力。

展望未來，新光三越將堅持環境保護、社會參與、公司治理等ESG理念，致力企業永續發展。秉持「顧客至上、真心誠意」的經營理念，注入活力與創意，結合商品、活動、場景及店型，延伸實體及虛擬，開放與更多的夥伴策略聯盟，打造全方位Lifestyle生態圈，提供消費者更多元的服務。

我們將持續努力，勇於創新，深耕地方，打造新體驗、新消費、新永續的美好生活提案，攜手以永續R.I.S.E主軸：韌性經營管理Resilient Management、智能客戶體驗Intelligent Experience、永續共好文化Sustainable Society、信任生態圈Ecosystem of Trust，永續前行、引領未來。



2022年度亮點

環境面

提升能源管理，導入ISO 50001能源管理系統

ISO 50001

與品牌合作舉辦永續活動、永續策展、引進永續概念品牌，提倡永續概念。週年慶卡友禮共兌換16,210件環保贈品。環保耶誕樹使用節能燈泡，節省30.7萬度電

攜手永續

綠色營運三大項目推動：更換為LED節能燈具、改善空調設備、規劃綠色停車場。2022年共汰換3,581盞燈具，年度節約562千度。綠色營運累計減少3萬公噸二氧化碳當量(2015-2022年)

綠色營運

推動DM數位化2022年網頁版瀏覽人次413萬次。雲端發票推廣2022年成長21%。BPM電子表單累計簽核超過66萬張(2014-2022年)。美麗市場導入2萬個電子標籤

推動無紙化

減塑行動：推動會員卡APP化，減少14萬張塑膠卡片印製。超市裸賣，減少塑膠850公斤

減塑行動

庶務採購優先挑選較具環保理念、對環境傷害較少、汙染程度較低之產品，綠色採購金額逾1億元

綠色採購

2022年度亮點

社會面

推出「職能三年計畫」導入全新職能架構與人力發展藍圖

職能三年計畫

舉辦29屆工藝之夢，21屆新光三越夏日藝術季，16屆新光三越國際攝影系列活動，各式公益活動及空間展等，長期投入文化藝術推廣，年度觀展人次逾1千萬人次

文化藝術推廣與社會參與

推動幸福企業：提供疫苗有薪假。勤務工時調整，前場人員每月需排定全班天數從8天降至4天。針對基層人員進行調薪，平均調幅6%，受惠人數1,700人

工時/工資調整

自營品牌美麗市場、好好集持續發掘台灣在地美好，支持在地商品，與小農合作，在地商品年度銷售額逾3千萬

在地共好

設有食品衛生安全小組及E化平台，定期進行教育訓練及稽核抽查，2022年進行1,500項商品稽核，持續強化食安把關

食安把關

榮獲2022年工商時報「臺灣服務業大評鑑」金牌獎。1111人力銀行「幸福企業」一般生活服務業金獎

金牌獎

2022年度亮點

經濟與治理面

<p>持續以新體驗、新消費、新永續，不斷提供消費者美好生活體驗。2022年營業額突破886億，會員突破300萬</p> <p>886億</p>	<p>2021年首本永續報告書獲得獲頒台灣企業永續獎 (TCSA, Taiwan Corporate Sustainability Awards) 貿易百貨第一類金級獎</p> <p>金級獎</p>	<p>7成會員持有會員點數，每年最高發出6億點效益，帶動點數經濟</p> <p>skm points</p>
<p>通過多項ISO國際認證 (ISO 27001資訊安全管理系統、ISO 45001職業安全衛生管理系統、ISO 50001能源管理系統、ISO 10002客戶抱怨處理管理系統)</p> <p>ISO國際認證</p>	<p>會員體驗優化，APP改版，自有支付skm pay使用率逐年提升，2022年skm pay創下313億營業額</p> <p>skm pay</p>	<p>資安檢測品牌 Cymetrics 發表之《台灣百貨業資安曝險調查報告》之雲端安全項目獲評為A+</p> <p>雲端安全A+</p>