

2015

# Go Beyond Your Wish

遠百，永遠超乎您的期待

企業社會責任報告書



## 關於本報告書

本報告書為遠東百貨股份有限公司（簡稱遠東百貨）的第二本企業社會責任報告書。本報告同時發行中文及英文版本，並且設有企業社會責任網站（<https://www.feds.com.tw>），本報告書亦可在該網站閱讀及下載。

## 報告書期間

本報告揭露 2015 年度（2015 年 1 月 1 日至 12 月 31 日）遠東百貨各項企業社會責任管理方針、重大性議題、回應及行動的績效資訊，而部份內容為提高閱讀者對報告資訊之掌握程度，則回溯至 2013 年。

## 報告週期

遠東百貨企業社會責任報告書以每年定期出版為原則。下一期報告（2016 年度）預訂於 2017 年 6 月出版。

## 報告邊界

根據財務重大性與臺灣在地性，並考量永續策略關聯性，本報告書的邊界範圍較第一本報告書廣泛，涵蓋遠東百貨股份有限公司及下列子公司於臺灣所有營運據點，包含遠企購物中心（亞東百貨股份有限公司）、city'super（遠東都會股份有限公司）、愛買量販店（遠百企業股份有限公司），於本報告書中統稱為遠百零售集團。本報告書非財務資訊數據的範疇，涵蓋遠百零售集團經濟、環境和社會面的績效；財務資訊係採自經會計師查核後之遠東百貨合併財務報告及遠百零售集團依本報告書邊界編製之合併數據，合併報表個體請參閱 2015 年度合併報告。

公司	位置
遠東百貨股份有限公司（遠東百貨）	新北市板橋區新站路 16 號 18 樓
亞東百貨股份有限公司（遠企購物中心）	台北市敦化南路二段 203 號地下 2 樓至 5 樓及 209 號 1 樓
遠東都會股份有限公司（city'super）	台北市大安區仁愛路四段 64 號 7 樓
遠百企業股份有限公司（愛買）	新北市板橋區貴興路 101 號 4 樓

## 報告書編製綱領及第三方保證

本報告書參考聯合國全球盟約、ISO 26000 以及世界百貨公司聯盟（Intercontinental Group of Department Stores, IGDS）企業社會責任行為守則之精神撰寫，並參照全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）GRI G4 永續性報告書指南編撰，並採取核心選項（Core Option）之揭露原則。

在報告書保證部分，本報告書由第三方查驗證單位進行報告書驗證，確認本報告書符合 GRI G4 核心選項，及 AA1000（Account Ability）第一類中度保證等級（Type 1 Moderate Level）。

## 聯絡方式

如對於報告書內容有任何問題，請洽以下聯絡窗口：

遠東百貨股份有限公司 經營分析組

聯絡人：王明倫

Email：csr@feds.com.tw

電話：02-77278168 分機：8532

地址：新北市板橋區新站路 16 號 17 樓

# 內容

關於本報告書 1 董事長的話 4 2015 年 CSR 績效亮點 5 Go Beyond Your Wish 的三層意涵 6

## 第一篇 專注淬鍊創新價值 BEYOND OUR WORLD

8

1.1 事業概覽	10
1.1.1 組織概況	10
1.1.2 公協會參與	15
1.2 營運概況	16
1.2.1 經營理念	16
1.2.2 公司治理	18
1.2.3 財務績效	21
1.2.4 永續經營策略	22
1.3 風險管理與因應	23
1.3.1 稽核體系	24
1.3.2 誠信經營原則	25
1.4 利害關係人與重大性議題	26
1.4.1 利害關係人鑑別與溝通	26
1.4.2 重大性議題鑑別	28



## 第二篇 低碳樂活的未來想像 BEYOND IMAGINATION

34

2.1 專注細節的低碳營運	36
2.1.1 全方位節能管理	36
2.1.2 交通樞紐新思維	39
2.2 環境友善的樂活服務	41
2.2.1 減廢變身綠價值	41
2.2.2 時尚與自然並存	42
2.3 綠色智能的未來想像	44
2.3.1 低碳管理綠服務	44
2.3.2 智能打造綠商場	46
2.3.3 安全貼心全客層	47
2.3.4 智能管理零風險	50



## 第三篇 時尚購物智慧體驗 BEYOND SHOPPING

52

3.1 科技當道的購物美學	54
3.1.1 虛實整合超體驗	54
3.1.2 雲端購物逍遙遊	56
3.2 用心真誠的商品管理	57
3.2.1 攜手維護高品質	57
3.2.2 標示明確有保障	59
3.2.3 行銷推廣求務實	59
3.3 安心餐飲的幸福生活	60
3.3.1 優先把關安心食	60
3.3.2 嚴選商品好評高	62
3.4 以客為尊的體貼服務	63
3.4.1 顧客滿意為優先	63
3.4.2 廣納建議心回應	64
3.4.3 隱私保護零失誤	64



## 第四篇 幸福滿溢處處分享 BEYOND HAPPINESS

66

4.1 適性發展的幸福職場	68
4.1.1 平等的薪酬政策	68
4.1.2 多元福利制度優	69
4.1.3 教育訓練富創意	71
4.1.4 晉升透明促發展	74
4.2 成就分享的勞資關係	75
4.2.1 人力結構展平衡	75
4.2.2 友善職場滿關懷	76
4.3 全球在地的交流共融	80
4.3.1 深耕鄰里在地情	80
4.3.2 科技文化總匯流	81
4.3.3 社會關懷愛串連	83





### 董事長的話

這是遠東百貨第二本企業社會責任報告書。今年的報告書有一個特別創新的亮點，就是在報告邊界上做了相當大幅度的延伸，將遠百零售體系內的百貨公司、頂級超市、量販店等業態一同涵蓋進來，以更完整的零售視野，向利害關係人報告遠百零售集團各公司關於企業社會責任抱持的理念與價值，落實的行動與努力，以及永續經營的目標與願景。

遠東百貨成立近半個世紀，秉持「以消費者的心願而經營」的理念，穩健成長，並不斷追求突破與創新。從不到五千坪單純的百貨店開始，逐漸擴充營業面積，在百貨業主體加入生活時尚、娛樂、文教等元素，隨著市場變化，創造商場轉型。最新的第四代

店型（City 系列）以「百貨型的購物中心」為營運模式，提供完整的商品結構、精緻有特色的美食餐飲、令人驚喜的空間設計、以及充滿樂趣的各種活動，滿足顧客一站式購物需求（One-Stop Shopping），成為國人體驗生活潮流與精緻品味的最佳推手。

除了百貨商場與時俱進的轉型，為了滿足不同客層的消費需要，遠東百貨也拓展經營版圖，轉投資量販業、頂級超市、及百貨同業，藉由明確的市場定位與差異化策略，提供國人全方位的生活消費選擇。隨著智慧經濟時代來臨，遠百零售體系各公司也掌握消費趨勢，強化運用數位科技經營商場的能力，透過數據分析、行動商務、網路社群的應用，帶領顧客邁入智慧零售的消費時代。回顧遠東百貨的成長歷史，就是一個不斷突破挑戰、創新轉型的歷程，為百貨商場的創新營運建立最佳實務（Best Practice），也為企業在競爭的環境中持續追求永續經營樹立最佳標竿。

2015 年遠東百貨在企業社會責任的各個面向上皆表現傑出。我們推動智慧節電計畫有成效，榮獲經濟部「產業節能標竿」獎，是百貨業當中唯一獲獎的企業。年初甫落成啟用的遠百企業總部大樓（Mega Tower）更獲得內政部營建署綠建築標準「銀級」肯定。新世代 City 店型在商場營運設計上採用許多環保、節能的概念，例如：設置太陽能發電系統使用於公共照明、雨水回收系統使用於景觀灑水等，將綠色營運的理念自然融入商場空間之中。另外，遠東百貨也響應綠色電力計畫，參與綠電認購，逐步將「友善環境、節約能源」內化為企業運作的 DNA。

維持幾乎每二天就有一場活動的頻率，遠東百貨在追求營運同時也熱心參與各項公益。遠東百貨是全台分布最廣的連鎖百貨公司，我們希望每一間分公司都能夠成為所在城市之中公益力量的匯聚平台。透過與地方組織及公益社團合作，提供館內外公共空間，利用百貨商場的集客能力，邀請購物民眾一同響應公益活動。在重要的節日時刻，針對「弱勢家庭、偏鄉兒童、獨居長者」募集生活物資及需求資源，傳遞最溫馨的關懷，溫暖整座城市。2015 年遠東百貨合作推動公益活動的外部單位總計超過 60 個，全體員工支援各項公益活動投入人力超過 1,000 人次。八仙粉塵氣爆事件引起全國哀慟與各界關注，遠東百貨全台十店發揮關懷和愛心，不僅立即同步推出為傷患祝禱的集氣活動，同時也發動全體員工捐款，展現遠百人團結的精神，以及回饋社會的理念。

近年來食安問題頻頻受到消費者關注，遠東百貨在餐飲衛生安全各方面均嚴格把關，提供消費者安心的用餐環境與新鮮食材，並透過「明確規範、自主管理、定期檢查」三道嚴謹的巡檢機制，全力守護消費者的用餐安全與健康。遠東百貨異國美食館自營的進口商品，亦均依法令規定查驗合格後才上架銷售，二十多年的誠信經營，累積出高品質的聲譽，深受消費者的信賴。除了提供頂尖專業的產品，今年遠東百貨將進一步落實「責任零售」的理念，開始上架公平貿易的茶品及咖啡，為全球貿易體系中經濟弱勢的生產者創造機會、確保勞動權益、為促進社會公義盡一份心力。

未來，遠東百貨要成為一個具備雙引擎的成長型企業。第一個引擎是 EPS（每股盈餘），透過營運策略及管理創新，提高遠東百貨創造獲利的能力；另一個引擎是 EGS（環境、公司治理、社會），持續善盡社會責任，達到企業永續經營的目標。在雙 E 引擎的驅動下，遠東百貨將帶領量販店、頂級超市、及百貨同業等子公司「Go Beyond Your Wish」，超越消費者以及社會對我們的期待。

遠東百貨股份有限公司 董事長 徐旭東

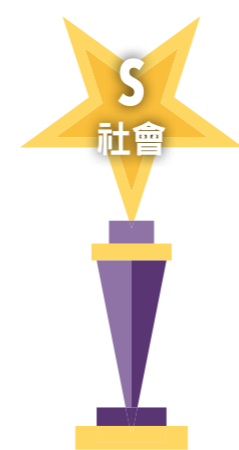
### 2015 年 CSR 績效亮點



- 遠百
  - 台灣永續能源研究基金會 台灣 TOP50 企業永續報告獎——服務業銀獎
  - 天下 CSR 企業公民獎——大型企業排名前 50
  - 出任台灣企業永續研訓中心創始會員，推動台灣企業永續發展
  - 進行內外利害關係人調查，強化利害關係人議合與報告書重大性議題包容性
  - 第二屆公司治理評鑑——排名前 20% 優良公司
  - 美國在臺協會 共創商情獎（百貨業唯一獲獎企業）
- 遠百零售集團
  - 上市櫃公司企業社會責任報告書唯一涵蓋百貨、頂級超市與量販賣場



- 遠百
  - 企業總部大樓（Mega Tower）銀級綠建築落成
  - 經濟部 產業節能標竿獎（百貨業唯一獲獎企業）
  - 購買綠電 10 萬度
  - 自有太陽能發電超過 4 萬度
- city' super
  - 2015 遠東節能金省獎
- 愛買
  - 行政院經濟部愛水節水表揚
  - 台北市政府推廣節能產品獎——積極促銷獎
  - 桃園市節能減碳暨環境教育——最佳行銷獎第三名及人氣獎第一名
  - 線上購物服務成為量販業電子商務的最大龍頭
- 遠百零售集團
  - 投入超過 1,800 萬更換 LED 燈泡，燈泡節電效益最高可提升 67%



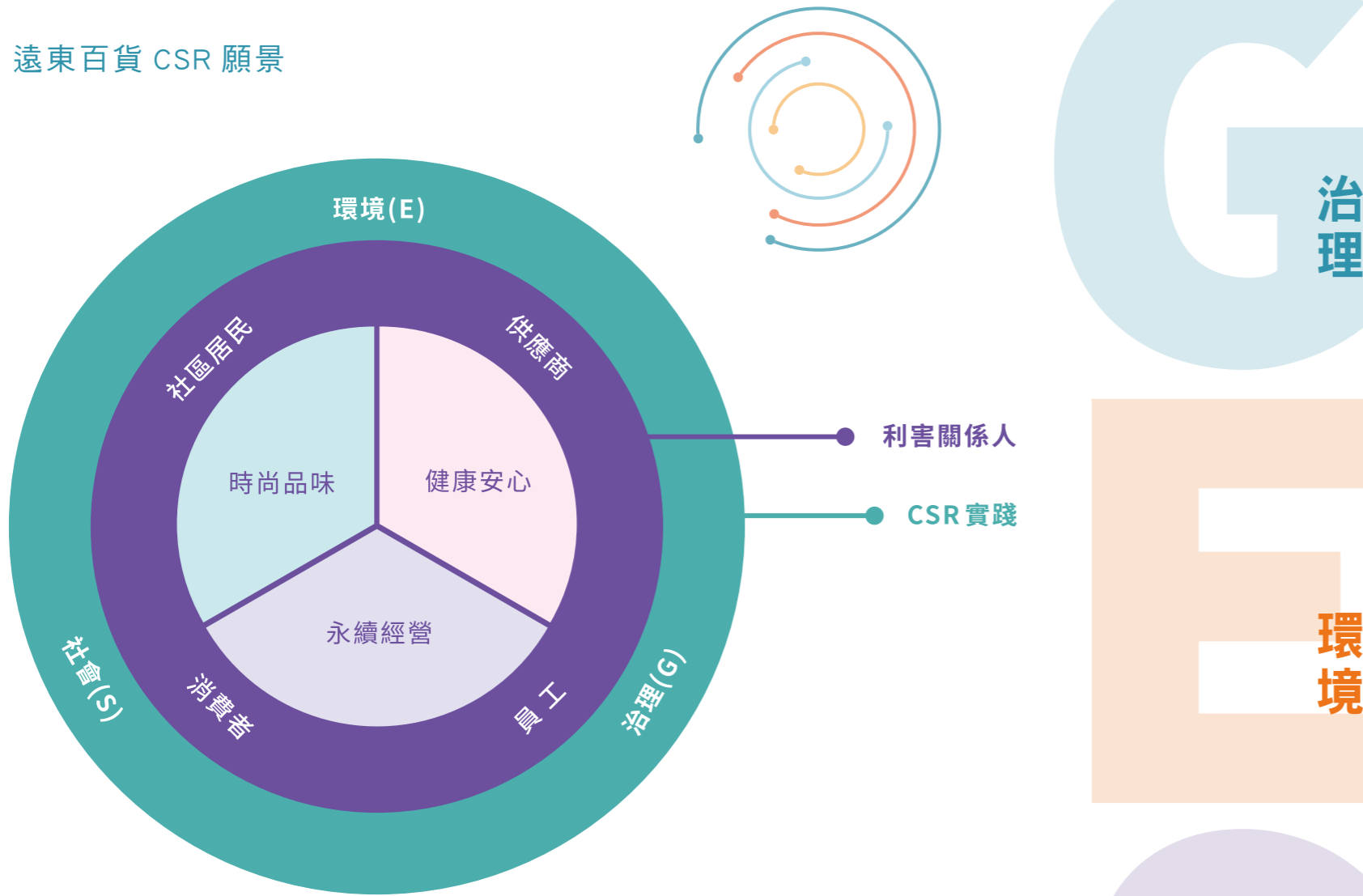
- 遠百
  - 7 成營運據點皆榮獲無災害工時認證
  - 舉辦 240 場次 CSR 相關活動
  - 公益捐贈超過 1,400 萬元
  - 壹週刊 第 12 屆服務第壹大獎——百貨公司 & 購物中心第三名
- city' super
  - 工商時報 台灣服務業評鑑金牌獎
- 愛買
  - 行政院農委會產銷履歷農產品積極導入及販賣獎
- 遠百零售集團
  - 顧客調查滿意度近 9 成
  - 教育訓練 26,698.5 人時
  - 育嬰假申請率達 7 成以上



### Go Beyond Your Wish 的三層意涵

- 報告書邊界的跨越：涵括百貨、頂級超市與連鎖量販等業態
- 營運通路的擴展：將 CSR 理念延伸至行動智慧與網購平台
- 加強與利害關係人的溝通：進行外部利害關係人問卷調查

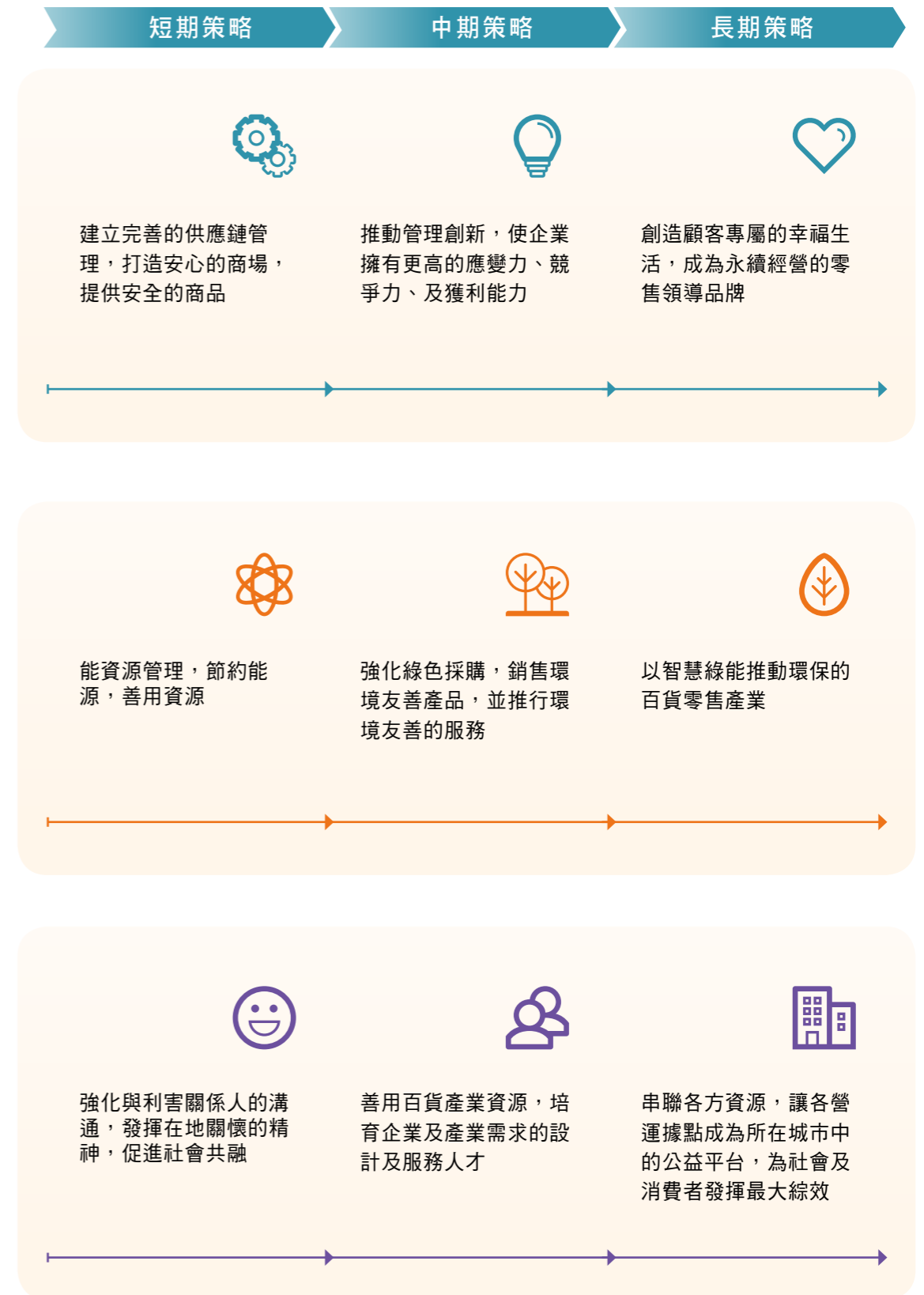
### 遠東百貨 CSR 願景



Go Beyond Your Wish 不僅是 2015 年 CSR 報告書的主題，同時也是遠東百貨一年來推動 CSR 的最佳詮釋。我們秉持著「以消費者的心願而經營」的初衷，希望以百貨零售本業的價值為出發點，從利害關係人互動中找到重要的 CSR 議題，將之實踐於日常營運的細節，從而發展專屬遠百的競爭優勢，提供消費者更安心的產品、更優質的服務、更有品味的生活。

遠東百貨成立企業社會責任委員會至今，最大的收穫是內部的認同與共識建立，最大的喜悅則來自外部的肯定及多元意見。我們期待透過這本報告書，讓內外部利害關係人看見遠東百貨的創新與改變，轉型與成長，以及我們在經濟、社會與環境三個面向的努力耕耘，在閱讀這本 CSR 報告書時，能夠感受到遠百不只是遠百，我們永遠超乎您的期待。

### 遠東百貨 CSR 短中長期策略





# BEYOND OUR WORLD

## 專注淬鍊創新價值



▶ 獲得台灣企業永續獎服務業銀獎 ◀

▶ 出任台灣企業永續研訓中心創始會員，推動台灣企業永續發展 ◀

▶ 天下企業公民獎大型企業排名前 50 名 ◀

▶ 進行內外部利害關係人調查，強化利害關係人議和與報告書重大性議題包容性 ◀

▶ 上市櫃公司企業社會責任報告書唯一涵蓋百貨、頂級超市與量販產業 ◀

▶ 證券交易所評核「公司治理評鑑」名列前 20% ◀



## 1.1 事業概覽

遠百零售集團全方位結合百貨、量販、購物中心、超市及電子商務，打造創新的百貨零售樣貌，讓顧客享受多元化、多功能的購物體驗。

百貨事業方面，近年來遠東百貨積極轉型，除了提升原有分店的購物機能外，更打造備受矚目的台中大遠百 (Top City) 與板橋大遠百 (Mega City) 兩間新世代店，設計感十足的外觀，國際級的品牌陣容、趣味互動的科技設施，以及特色主題餐飲樓層，大幅提升遠東百貨在百貨業的市場地位，讓不同消費者皆能找到符合自己喜好的商品服務與購物需求。而引領時尚已久的遠企購物中心，位於敦化南路的林蔭大道上，透過匯集豐富的生活名品，細緻高雅的空間設計，站穩大安區的時尚地標。

量販與超市方面，依據中華徵信所 2015 年調查，愛買量販店為國內前三大的免會員制零售量販業者，提供價廉質優的商品，滿足國人日常生活所需。city'super 引進多樣化的進口商品、生活食材與精緻美食，滿足高品質、高品味、追求優質生活的消費者需求。

透過百貨、量販、購物中心及頂級超市的全方位整合，使得「總體營運規模大型化」加上「全客層群體服務」躍升為遠百零售集團新一代店型的全新高標準。

### 1.1.1 組織概況

遠百零售集團簡介				
	遠東百貨股份有限公司	亞東百貨股份有限公司 (遠企購物中心)	遠東都會股份有限公司 (city'super)	遠百企業股份有限公司 (愛買)
成立時間	1967 年	1972 年	2004 年	1985 年
總部地址	新北市板橋區 新站路 16 號 18 樓	台北市敦化南路二段 203 號 地下 2 樓至 5 樓及 209 號 1 樓	台北市大安區 仁愛路四段 64 號 7 樓	新北市板橋區 貴興路 101 號 4 樓
員工人數	1,700	33	382	1,826
主要產品或服務類型	百貨零售	百貨零售	頂級超市零售	零售量販
主要服務國家或市場	台灣及中國大陸	台灣	台灣	台灣
所有權的性質與法律形式	本公司為股份有限公司，亦為公開發行公司，台灣證券交易所股票代碼為 2903	本公司為股份有限公司	本公司為股份有限公司	本公司為股份有限公司

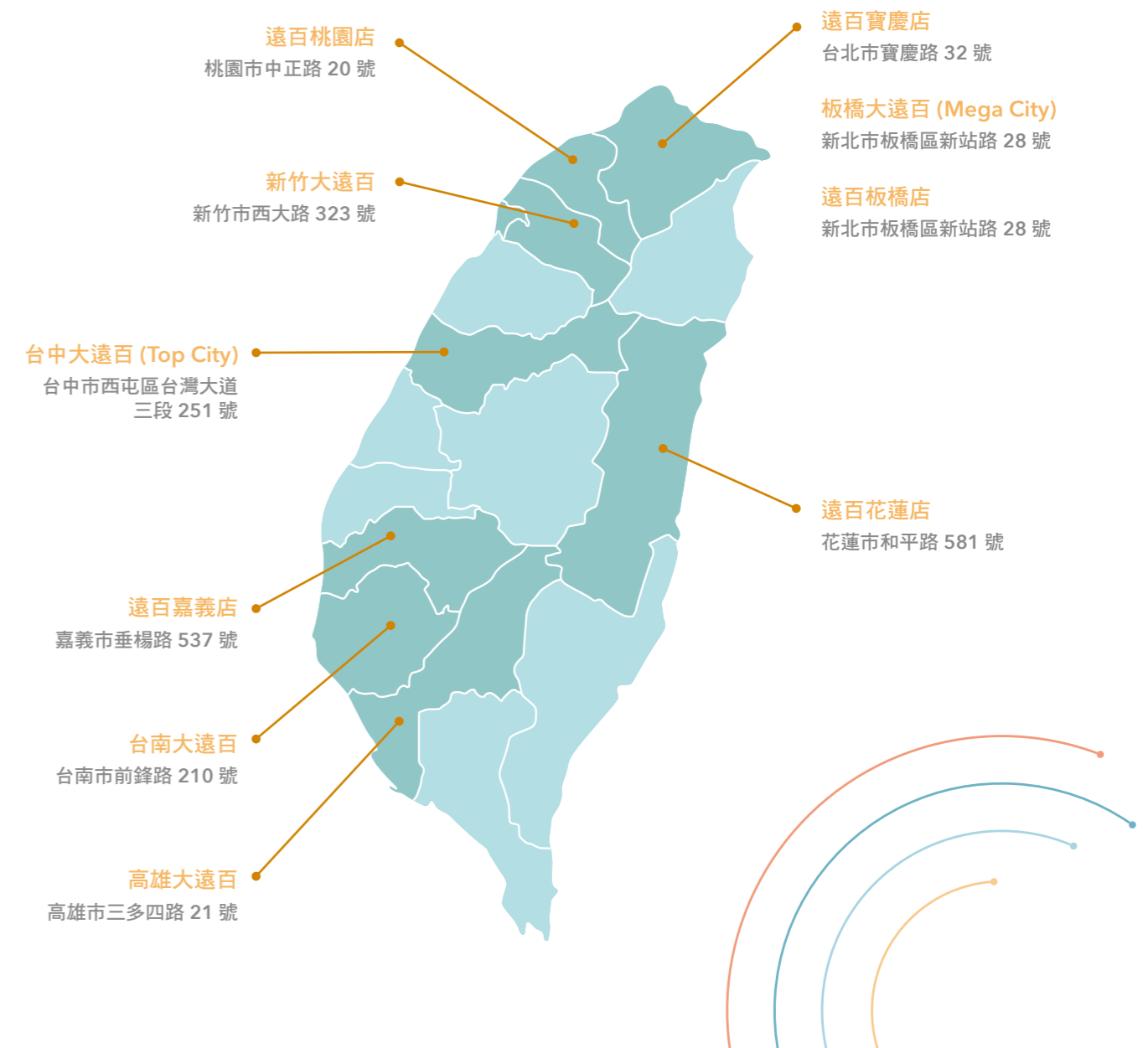
## 遠東百貨

遠東百貨股份有限公司 (以下簡稱遠東百貨、遠百) 創立於 1967 年，至今已成立 49 年，是台灣本土連鎖百貨業中，經營時間最長久且穩定成長的公司。遠百與消費者共享歷史記憶，已成為在地生活的一部分，並在每個成長的階段力求轉型，秉持真誠的心，為消費者及社會大眾創造新的體驗、新的回憶，提供更優質的服務，打造顧客專屬的幸福購物空間。從創立之初為滿足台灣社會大眾對民生用品的需求，到了時尚潮流日新月異的現代，遠百旗下零售版圖已擴展至百貨公司、超

級市場、量販店、購物中心等業態，橫跨兩岸已有 54 個營運據點；遠東百貨不但是國內唯一上市的連鎖百貨公司，也是台灣營業總額第一的百貨零售集團。本報告年度期間，遠百零售集團無任何組織規模、結構、所有權方面之重大變化。

為了在經營環境與市場趨勢的不斷變化中，維持成長力與競爭力，遠百積極地採取行動，除了新店點的開設之外，也致力於商場與時俱進地轉型，確保品牌力與特色力。

遠百 2015 年台灣業務主要營運據點





### 遠企購物中心 (亞東百貨)

遠企購物中心由亞東百貨股份有限公司經營管理，1994年開幕，座落於綠樹林蔭的敦南大道上，緊鄰香格里拉遠東國際大飯店與A級遠企中心辦公大樓 (Metro Tower)，是台灣首座歐美式的購物中心。

外觀採雙塔建築特色地標，中庭挑高、七層高水牆，商場設計為垂直性建築，自地下二樓至地上五樓共七個營業樓層，地下室逾七百個停車位。遠企購物中心以品味設計、獨特商品、自然舒適、與優雅精緻等特色，成功打造為都會區的購物天堂。館內匯集世界知名品牌，包括國際知名服裝品牌、皮件、Lifestyle 商品、精緻珠寶及美食生活精緻名店，並定位為全方位地區型購物中心，希望藉此與敦南商圈的消費購物與生活休憩緊密連結。

由於遠企購物中心位於全台時尚消費力雲集的敦南商圈內，因此主要消費者為大安、信義區的居民及上班族，多屬中高收入家庭，品味高並富鑑賞力和購買力，其消費喜好偏向高雅、低調的商品，故館內招商的品牌也以這類精品為主流。此外，香格里拉遠東國際大飯店主要房客為歐美商務客，加上香港、新加坡富商及高階大陸客具備的消費潛力，讓遠企購物中心的商品不僅能提供在地消費族群，也就近服務飯店顧客，切中目標消費群體的需求，創造愉悅的消費體驗。

自經營以來，遠企購物中心創造一條從購物到生活的橋樑，不僅帶入國際精品，也將國外的流行時尚帶入台灣，特別挑高的空間設計，更創造一個能讓消費者接近所有令人感到新鮮愉悅元素的環境。在遠企購物中心所能感受到的，除了精緻悠閒、生活品味、以及和諧優雅的氣氛之外，更能享受探索及發現的樂趣，觸動生活中的靈感，營造美好的人生體驗，The Mall, The Good Life。



### city'super (遠東都會)

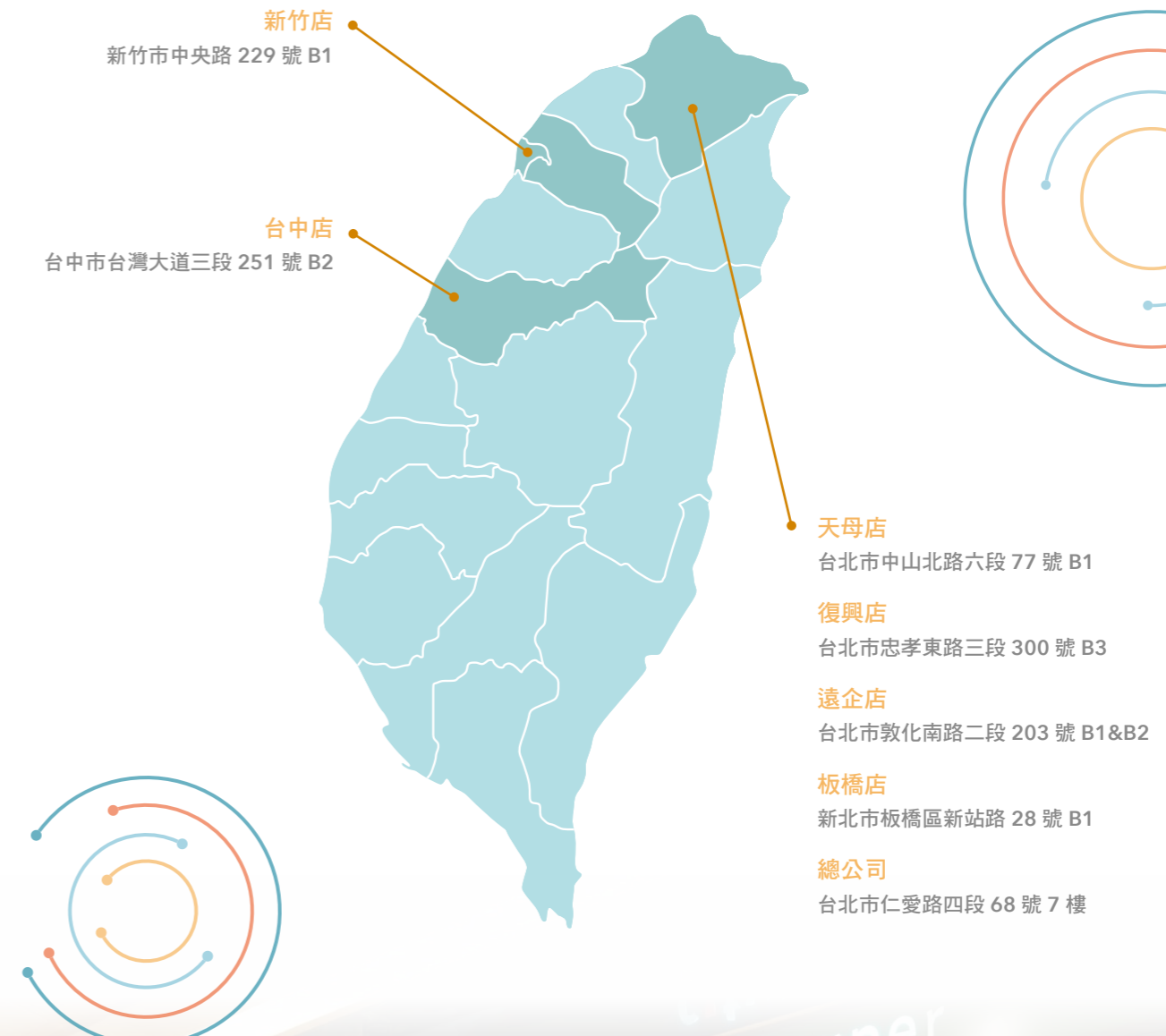
2004年遠東集團引進香港頂級超市品牌 city'super，以精緻的購物氛圍、親切的顧客服務、豐富又頂級的食材及多樣獨特的異國商品，打造優質生活體驗空間，滿足消費者對購物的全面渴望。

city'super 是一間大型生活專門店，為現今繁忙的都市專業人士提供一站式的購物服務及體驗，從店舖設計出發，透過驚喜不斷的生活提案，迎合顧客日常生活需要，激發對生活的豐富想像，實現對品味及質感的渴望。city'super 已成為消費者生活不可或缺的一部份，多樣化的進口食材，完整的商品類別，所有精緻頂級的生活必需品均可在 city'super 此獨一無二的專門店找到，因為與顧客分享對美食和生活品味的熱切追求乃是 city'super 重要的理念。

雲集國際美食的 Food Market 致力於提供最優質的食材與佳餚，吸引享受烹飪及美食的愛好者。city'super 不僅提供食材，也設立 superlife culture club 廚藝班，以頂級廚具和先進設備所打造的廚藝教室，由 city'super 行政總廚及多位客席名廚領軍，透過一系列廚藝課程，引領顧客嚐遍世界各地風味美食，豐富消費者的品味人生。國際美食廣場 cookeddeli 也是另一個美食的管道，讓顧客可在逛街購物之餘停下來稍作休息，在舒適的環境中享用優質美食。

在 city'super 不僅可以找到時下最秀且新奇有趣的流行美妝商品外，獨家代理的鍋具、高科技的廚房用品更是一應俱全。來自全球各地的優質商品經常性的推陳出新，讓顧客掌握當季時尚資訊，每次採買都能充滿驚喜。

### city'super 2015 年營運據點



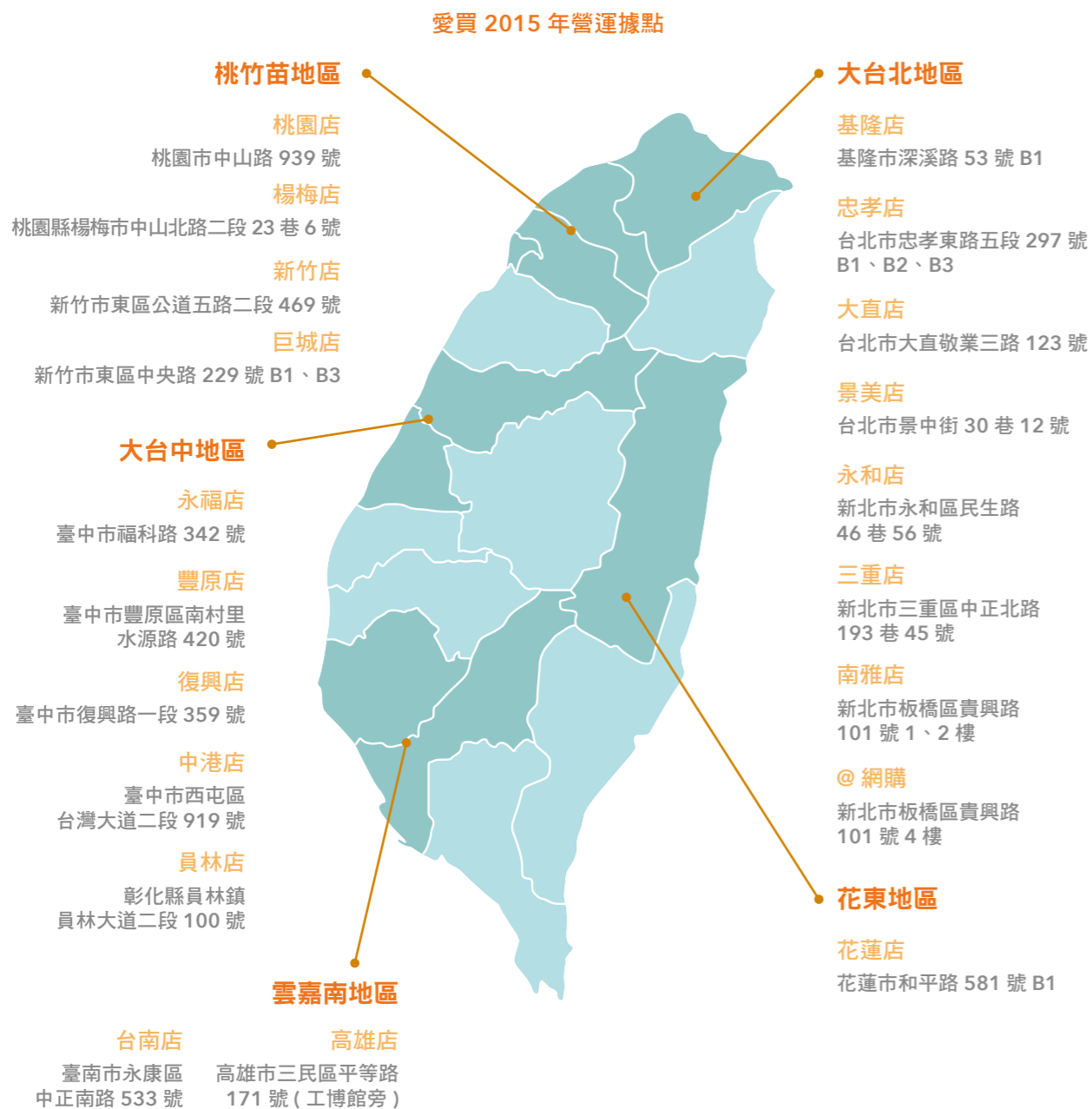


### 愛買 (遠百企業)

愛買創立於 1985 年，第一間量販店則於 1990 年設立於景美，為遠百零售集團旗下量販零售通路，販售生鮮、零食、飲料、烹調、家庭清潔日用品、服飾、3C 大小家電等，結合集團資源及卓越零售經驗，與全台各縣市緊密合作，推廣「產地直送」的銷售概念，平衡供需與物價，建立生產者與消費者之間新鮮安全的農產商品橋樑。至 2015 年在全台共有 19 家分店，員工達 1,826 人，現已躍升為台灣最在地化的量販店。

愛買堅持提供給每個家庭更好、更優質的生活選擇與服務，積極發展電子商務，並整合虛實通路資源，除遍佈全台的實體店面外，2013 年起「愛買線上購物」憑藉著「網路購物實體服務」、「所有民生用品可一次購足」、「網購量販價」、「生鮮食材品項數最多及品質保證」等優勢成立網路量販店。目前更在『Go Happy』、『Yahoo 奇摩超級商城』設立平台，提供消費者更方便、更快速的網路購物服務。

在經營團隊不斷地革新、創新與擴充下，愛買期望能延續發展，以客為尊，並加速推展電子商務，成為提供更多完善服務與更健康的商品給顧客的永續經營企業。



### 1.1.2 公協會參與

遠百零售集團身為國內上市百貨零售業的標竿，為了促進國內百貨零售業蓬勃發展，我們加入了百貨零售協會、購物中心協會、百貨商業同業公會及其他相關公協會，各分公司亦加入地方之百貨、電器、米穀等超過 30 個商業同業公會，目的在提升自身的經營管理能力，並繁榮相關產業之經濟發展，奠基永續企業的良好體質。

在聯合國帶動全球永續發展浪潮下，為提升台灣企業永續及企業社會責任之素養與層次，並與國際接軌，財團法人台灣永續能源研究基金會邀請國內 27 家具代表性企業，籌設「台灣企業永續研訓中心」，並選派代表出任創始諮議理事。遠東百貨為 27 家創始會員之一並擔任諮議理事，期結合企業各界力量共同推動企業永續事務。

參與公(協)會	遠百身分	city'super 身分	愛買身分
台灣企業永續研訓中心	諮議理事		
中華民國百貨零售企業協會	常務理事	監事	
社團法人中華民國工商協進會	常務理事		
中華民國購物中心協會	常務理事 常務監事		
台北市百貨商業同業公會	理事		會員
歐洲在台商務協會 (EUROPEAN CHAMBER OF COMMERCE TAIWAN)	會員		
中華民國公開發行公司股務協會	會員		
中華民國電腦稽核協會	會員		
社團法人中華民國內部稽核協會	會員		
財團法人中華民國會計研究發展基金會	會員		
台北市度量衡商業同業公會			會員
中華民國台灣室內空氣品質管理學會	會員		
法國工商會	會員		

為與全球百貨零售業接軌，汲取國外百貨業之成功經驗，提升企業社會責任的國際視野，遠東百貨亦加入「世界百貨公司聯盟」(Intercontinental Group of Department Stores, IGDS)，成為長久以來唯一代表台灣的會員，並且遵循 IGDS 制定之企業社會責任行為守則。

#### 世界百貨公司聯盟企業社會責任 行為守則重點





## 1.2 營運概況

消費市場的快速變動，是百貨零售業的競爭核心也是營運基礎。遠百零售體系將創新與市場差異化的思維融入在經營理念中，創造高成長的 EPS(每股盈餘)佳績。同時，也在 EGS(環境、公司治理、社會)三個面向落實企業責任，讓遠百零售集團永續營運，也帶動台灣社會的永續績效。

### 1.2.1 經營理念

遠百零售集團既有店將在新世代 City 店型的引領下，增加商場主題性及強化商品結構，設計吸引顧客的體驗式行銷活動，增強商場的集客力、品牌力與營業額，也將持續選擇適當的時機與地點展店，擴大市佔率。虛擬通路的發展，結合遠東集團的零售資源，推出零售通路的網購平台，並且整合消費集點與紅利，結合知名的實體零售通路，包括遠東百貨、愛買量販店、city'super、遠企購物中心等，創造「虛實整合」的全通路消費與服務。

#### ▶ 智慧零售

順應時下最具話題性的行動購物，以實體通路為基礎，積極與虛擬通路結合，朝向全通路智慧零售的經營目標邁進



#### ▶ 在地時尚

8 個大檔期、4 個小檔期。  
結合在地社區與文創，打造在地時尚地標



#### ▶ 家庭購物首選

提供顧客最佳服務，成為顧客家庭生活最信賴的購物選擇



#### ▶ E.P.S

顧客舒適的購物環境 (Environment)、優質安心的產品 (Product) 以及親切貼心的服務 (Service)

### 遠東百貨

順應時下最具話題性的行動購物，以實體通路為基礎，積極與虛擬通路結合，朝向全通路智慧零售的經營目標邁進。同時加強對社群平台的經營，透過社群聆聽的方式，了解消費大眾的想法與話題討論趨勢，拉近與顧客距離，創造差異化，進而提升商場品牌力與集客力。



### 遠企購物中心

遠企購物中心每年皆規劃 8 個大檔期、4 個小檔期活動，讓顧客體驗購物休閒，享受美好的生活理念。除了時尚品牌的經營，也舉辦不同活動邀請在地社區居民一起共襄盛舉，並且結合在地文創產業，一同營造時尚結合藝文的形象，體現社區時尚地標的經營目標。



### city'super

city'super 在所有經營策略的發展上，都是以 E.P.S. (Environment, Product, Service) 為主要考量點：致力提供顧客舒適的購物環境、優質安心的產品以及親切貼心的服務。為了提供優質生活的顧客服務，city'super 透過產品和服務的不斷創新，團隊合作及專業精神，以及環球採購網絡搜羅原創、高素質及時尚的貨品來達成目標。



### 愛買

成為台灣量販業最在地化的卓越企業，堅持提供顧客最佳服務，成為家庭生活最信賴的購物選擇。在 21 世紀，愛買將以清楚的市場定位和市場區隔，克服所有挑戰與競爭，達到這項目標。並且回應食安效應，落實供應商與商品管理，並積極推動電子商務業務，讓顧客能獲得優質與便利的商品及服務，在遠東集團的強力支持下，愛買所有員工堅定承諾不斷創新、調整、追求進步，實踐經營願景。



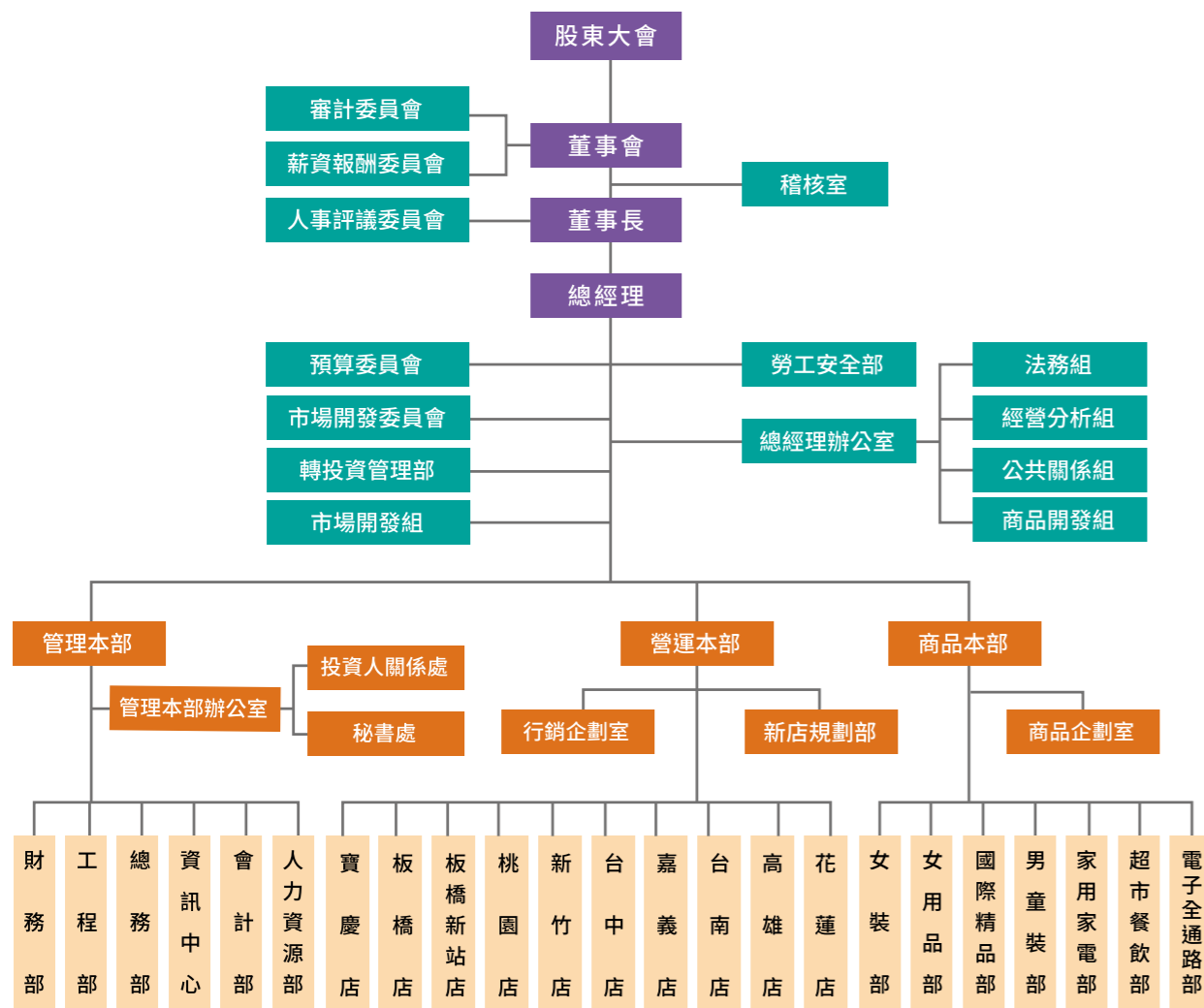


### 1.2.2 公司治理

遠百零售集團建構完善公司治理架構，了解只有誠信經營的團隊，才能奠基持續發展的企業社會責任，贏得消費者的青睞。

遠百零售集團的治理架構以母公司遠東百貨為核心，連結集團各子公司的治理機制。為了建置有效的公司治理架構，遠東百貨訂有公司治理守則，作為治理架構的依循，穩健的治理架構讓遠百在 2016 年針對全體上市櫃公司進行的第二屆公司治理評鑑結果中，名列前百分之二十的標竿企業，更於同年度通過公司治理守則，將公司治理的要求內化到遠百營運的核心價值中。即使法規對於公司治理標準漸趨嚴格，遠百在公司治理方面始終堅持遵循法規，依照主管機關政策逐步提高公司治理之要求，配合公司內部政策的增修及內部控制與稽核的執行，確保企業體質的健全。

遠東百貨股份有限公司組織圖



遠東百貨董事會目前有 9 席，其中 3 席為獨立董事，每季至少召開一次董事會，相關議事錄及董事會決議事項皆公開於遠百官網（www.feds.com.tw/shareholder.aspx），以提昇公司運作資訊的透明度並保障股東之權益。董事會透過執行及監督公司業務，得以更能夠充分與管理階層對話及溝通，依據管理階層提出之問題與策略，適時給予確切指導及追蹤，使經營方針能夠確實予以落實調整。遠東百貨董事會 9 位成員來自各種不同的領域，豐富的學經歷背景能夠為遠東百貨挹注多元的觀點，讓公司在治理營運中得以整合全方面的優勢，帶領遠東百貨朝永續經營的方向發展。

遠東百貨董事暨獨立董事成員主要學經歷背景

職稱	姓名	主要學 / 經歷
董事長	徐旭東	<ul style="list-style-type: none"> <li>交通大學管理學名譽博士</li> <li>美國哥倫比亞大學經濟碩士</li> <li>遠東新世紀、遠東百貨、亞泥、東聯、裕民航運、遠傳等公司董事長，遠銀副董事長</li> </ul>
董事	鼎鼎企業管理顧問(股)公司 代表人: 徐雪芳	<ul style="list-style-type: none"> <li>實踐大學服裝設計科</li> <li>遠東百貨總經理</li> </ul>
	遠東新世紀(股)公司 代表人: 徐國玲	<ul style="list-style-type: none"> <li>紐約室內設計大學畢業主修室內設計美術</li> <li>美國波士頓西蒙斯大學文學學士</li> <li>紐約薩拉丁諾集團資深設計師</li> </ul>
	遠東新世紀(股)公司 代表人: 李彬	<ul style="list-style-type: none"> <li>美國伊利諾大學香檳校區會計碩士</li> <li>遠傳電信總經理、遠傳電信商務長、遠傳電信財務長、花旗銀行副總裁、Far Eastern Info Service (Holding) Ltd. 董事長暨總經理</li> </ul>
	裕利投資(股)公司 代表人: 李靜芳	<ul style="list-style-type: none"> <li>美國亞歷桑納州立大學會計系</li> <li>美國會計師</li> <li>遠東巨城購物中心公司董事長</li> </ul>
	亞洲水泥(股)公司 代表人: 梁錦琳	<ul style="list-style-type: none"> <li>伊利諾州立大學大眾傳播碩士</li> <li>台大 EMBA</li> <li>鼎鼎聯合行銷公司總經理</li> </ul>
獨立董事	簡又新	<ul style="list-style-type: none"> <li>美國紐約大學航空太空工程學博士</li> <li>台灣大學機械工程系畢業</li> <li>環保署長、交通部長、外交部長、國安會委員、駐英代表</li> <li>長榮航空公司獨立董事</li> </ul>
	戴瑞明	<ul style="list-style-type: none"> <li>美國夏威夷大學美國研究所碩士、天主教輔仁大學名譽法學博士</li> <li>總統府副秘書長兼發言人、台北駐英國代表處代表、中華民國駐教廷特命全權大使</li> </ul>
	魏永篤	<ul style="list-style-type: none"> <li>美國喬治亞大學企管碩士</li> <li>勤業眾信會計師事務所總裁、德勤國際組織董事、中華社會福利聯合勸募協會理事長</li> <li>美國喬治亞州會計師</li> <li>永勤興業有限公司負責人</li> </ul>

董事會於 2015 年的會期中，通過遠東百貨企業社會責任政策，展現遠百零售集團對於企業社會責任的重視以及高層參與承諾。2015 年遠東百貨董事會共計開會 6 次，7 位成員實際出席率 100%，1 位成員實際出席率 83%，1 位成員為 75%。董事長也於同年度進行改選，由徐旭東董事長續任。

遠東百貨已於 2015 年股東會改選獨立董事，將依其獨立性與專業性對公司事務提供客觀意見，提昇公司運作和保護股東權益。有關遠東百貨董事會組成結構，請見表：

董事會成員性別及人數

性別	2013	2014	2015
♂	5	5	4
♀	4	4	5
總數	9	9	9

按年齡及性別分：

年齡層	性別	2013	2014	2015
30-50 歲	♂	-	-	-
	♀	1	1	1
50 歲以上	♂	5	5	4
	♀	3	3	4
總數		9	9	9

除董事會之外，遠東百貨依照「股票上市或於證券商營業處所買賣公司薪資報酬委員會設置及行使職權辦法」規定，以及證券交易法第 14 條，設立薪資報酬委員會與審計委員會。

薪資報酬委員會委員共計三人，由獨立董事魏永篤出任薪資報酬委員會召集人。委員會旨在協助董事會執行與評估公司整體酬勞與福利政策，以及董事及經理人之報酬等；委員會每年至少召開二次會議；2015 年董事改選時，增設審計委員會，強化公司治理。審計委員會的成員由全體獨立董事組成並且至少每季召開一次常會。2015 年薪資報酬委員會與審計委員會各開會 2 次，委員出席率皆為 100%。

董事會下另設有稽核室，主要任務係依年度計畫執行稽核作業，協助董事會及經理人檢查與覆核本公司及子公司的內控制度缺失。有關稽核室之功能運作，請詳閱「1.4.1 遠百零售集團稽核體系」章節。

### 企業社會責任委員會

遠百零售集團投入企業社會責任 (Corporate Social Responsibility) 由來已久，在經濟、社會及環境等永續面向皆有相關作為。然而，我們瞭解在邁向永續發展的過程必會面臨到各種風險，為了提前預防、有效即時處理，並更進一步提出解決方案，我們必須整合

內部資源，建立相關目標及策略，使企業社會責任的實踐能落實到各事業單位與部門，且與日常營運緊密融合。2015 年由遠百領軍，設立企業社會責任委員會及運作制度，委員會正式成立。遠百零售集團企業社會責任委員會主任委員由遠百總經理擔任，執行長由遠百財務長擔任，負責統領委員會及監督專案進度，委員會分為公司治理、環境永續及社會關係三項議題組別，由遠東百貨財務長、營運長、商品企劃長以及愛買營運長、city'super 營運長分別擔任指導委員，負責推動及執行專案，CSR 執行辦公室則負責溝通協調並彙整專案進度及成果。遠企購物中心由於和遠東百貨同屬百貨業，因此在企業社會責任運作上涵蓋於遠東百貨的制度之下。

CSR 委員會成立後，向最高治理單位的董事會定期會報執行成效，於 2015 年甫成立即於董事會中完成企業社會責任政策的推動。遠百零售集團的企業社會責任政策參酌了國內「上市上櫃公司企業社會責任實務守則」，並且涵蓋治理、環境以及社會層面，架構完整的 ESG 推動範疇，勾勒出集團在永續經營上的藍圖。

委員會運作上，與委員會成員共同鑑別經濟、環境及社會的風險，並據此擊劃相關策略及目標，接著由指導委員帶領各單位小組成員實際執行，定期將成果回報 CSR 執行辦公室，經統整後再依實際業務需要，不定期向經營高層提供建議及彙報。透過由上而下的推動，由下而上的溝通機制，期望能有效達成永續發展願景。



### 1.2.3 財務績效

2015 年台灣經濟受全球景氣趨緩影響，經濟表現並不如預期。根據行政院主計處資料，2015 年度經濟成長率約為 0.75%，較 2014 年度的 3.74% 低，所幸整體經濟情勢並未影響零售產業的消費活力，根據經濟部統計處統計，全年民間消費實質成長率超過 2%，間接推升 2015 年度百貨市場整體營業額逆勢成長至 3,189 億元，較 2014 年度成長 4.2%。

遠百零售集團做為百貨零售業的龍頭之一，積極創造創新價值服務顧客，帶動集團業績成長，旗下四家公司在 2015 年締造 644 億營業額，較 2014 年增加 7 億，成長率近 1.1%。雖然營業額成長趨緩，但獲利成長提升，2015 年的 EPS 為 1.20 元，較 2014 年成長 12%，突顯遠百零售集團策略靈活與創新思維上的成功。詳細的公司營運績效及財務資訊可參考本公司 2015 年年報。（年報下載網址：<http://fedsenews.com.tw/shareholder/tw/2015/20150610001.pdf>）

遠百零售集團於報告期間並無發生涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟，故無相關法律爭訟造成的費用及損失。

遠百財務績效表

(新台幣千元)	2013	2014	2015
EPS(元)	1.54	1.07	1.20
股利(元)	1.35	1.00	1.00
股息總額	1,904,818	1,439,196	1,416,940
每股現金股利(元)	1.15	1.00	1.00
每股股票股利(元)	0.20	-	-
保留盈餘	7,855,535	7,961,851	7,863,493

註：合併財務績效係以遠百 2013 至 2015 年各年度出具之財務報表所載資訊列示。

遠百零售集團財務績效表

(新台幣千元)	2013	2014	2015
營業總額	61,949,058	63,756,985	64,432,954
營業收入 (IFRS)	28,480,352	28,073,633	27,772,622
營業成本	18,081,371	17,190,036	16,823,055
營業淨利	1,099,080	1,560,192	1,460,222
營業外收入及利益	1,555,854	521,334	922,672
營業外費用及損失	293,969	287,151	272,681
所得稅	198,201	264,466	394,000
本期淨利	2,165,564	1,529,065	1,714,770
分配給利害關係人的經濟價值			
a. 員工薪資與福利	2,805,542	2,763,688	1,435,570
b. 投資人股利	51,344,818	1,439,196	1,416,940
c. 支付政府款項	254,030	458,943	642,862
d. 社區投資	17,961	12,075	14,039

註：遠百零售集團財務績效表係以遠東百貨、遠百企業、亞東百貨及遠東都會四家公司進行合併作業。



### 1.2.4 永續經營策略

百貨零售產業趨勢變化快速，為追求企業的永續發展，在經營方面持續留意現有及潛在的挑戰，並及早擬定策略來因應變化。遠百零售集團在經濟、社會與環境之永續面向所面臨的挑戰以及因應方式如表。

永續面向	百貨與零售業的挑戰	遠百零售集團的因應方式
經濟	跨界競爭激烈，不同業態的零售產業崛起，如便利商店及網路購物等，降低消費者前往百貨公司或零售商場購物的意願	<ul style="list-style-type: none"> <li>改變商場營運模式，增加零售業的附加價值，例如透過各種活動強化與顧客互動，提供顧客休閒購物外的多元化功能，並且加強餐飲及主題性的佈置，讓消費者走進商場即可滿足各種休閒娛樂消費需求</li> <li>引進國內外獨特品牌，塑造專屬之商場文化，吸引國外觀光客及具備國際化時尚品味之消費者</li> <li>集團的智慧零售策略朝向全通路方向規劃，透過社群聆聽掌握顧客資訊，讓虛實整合提供的服務能更有效率</li> </ul>
	百貨同業與低價超市積極拓點、展店，瓜分市佔率	<ul style="list-style-type: none"> <li>百貨與頂級超市以產品和服務的差異化站穩都會客群、高端客群及家庭客群，成為不同客層在都會時尚、異國潮流、家庭日用等主題消費的首選</li> <li>量販賣場以新鮮安全、產地直購等訴求，鞏固家庭消費市場</li> </ul>
	食安議題受到高度關注，供應商管理成為全球百貨零售業趨勢	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對餐飲專櫃進行每日食品安全衛生檢查，遵循嚴謹的內部檢查程序以確保餐飲品質，站在第一線為消費者食安把關</li> <li>量販賣場推動產地直送減少碳足跡，並建立食品安全管控流程，與檢驗單位合作，設立實驗室定期檢驗</li> <li>與在地農民及食品供應商合作建立完善食安管控機制，推動永續食安</li> </ul>
社會	百貨零售業隨著科技趨勢而有日新月異的發展，內部人才培育也必須跟上產業轉型的速度	<ul style="list-style-type: none"> <li>規劃內外部教育訓練課程，並鼓勵員工參與，使員工獲得工作技能所需的創新靈感與能量</li> <li>安排員工赴國外考察市場，了解百貨零售最新發展趨勢與服務設施裝置，並針對工作業務需要，培育員工網路行銷、行動購物、大數據等課程，協助員工掌握零售業最新的熱門趨勢</li> </ul>
	「血汗百貨」之報導，引發社會大眾對於專櫃人員勞動權益的關切	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極配合台灣勞動法規，維護同仁勞動權益，並且遵循政府「天然災害停止上班及上課作業辦法」，不強迫員工於颱風期間上班</li> <li>百貨公司的產業鏈乃由專櫃廠商負責產品進貨、銷售以及專櫃人員服務，百貨公司則提供場地、硬體設施，並負責銷貨金流與發票開立。百貨公司雖然沒有直接管理專櫃人員的權力，然而由於百貨商場為專櫃人員主要工作地點，因此遠東百貨仍會向專櫃廠商溝通應遵循勞動法令相關規定，樓面主管定期拜訪廠商時亦善意提醒專櫃人員勞動權益之重要性</li> </ul>
	與外部利害關係人的溝通	<ul style="list-style-type: none"> <li>和附近社區合作，規劃假日市集或時尚商圈，與社區共同繁榮發展</li> <li>提升服務品質，加強消費者對於遠百零售集團的滿意度與信任感，鞏固顧客忠誠度</li> <li>不僅銷售商品給顧客，也要進一步滿足顧客知的權利，提供公開透明的商品資訊，並教導商品應用知識</li> </ul>
環境	溫室氣體減量及管理法的通過	<ul style="list-style-type: none"> <li>推動商場節能，並認購綠電，為全球暖化盡一份心力，也為自身將來的溫室氣體管理做好準備</li> </ul>
	環保意識高漲	<ul style="list-style-type: none"> <li>推行賣場減塑運動，減少提供塑膠袋、塑膠餐具或是塑膠包裝</li> <li>商場洗手間以烘手機取代擦手紙，使用環保清潔劑、環保再生購物紙袋</li> <li>生鮮食品採用環保包材或裸賣型態，針對未販售出去之食物做剩食管理計畫</li> <li>於量販賣場推廣可重複利用之環保購物袋</li> </ul>

### 1.3 風險管理與因應

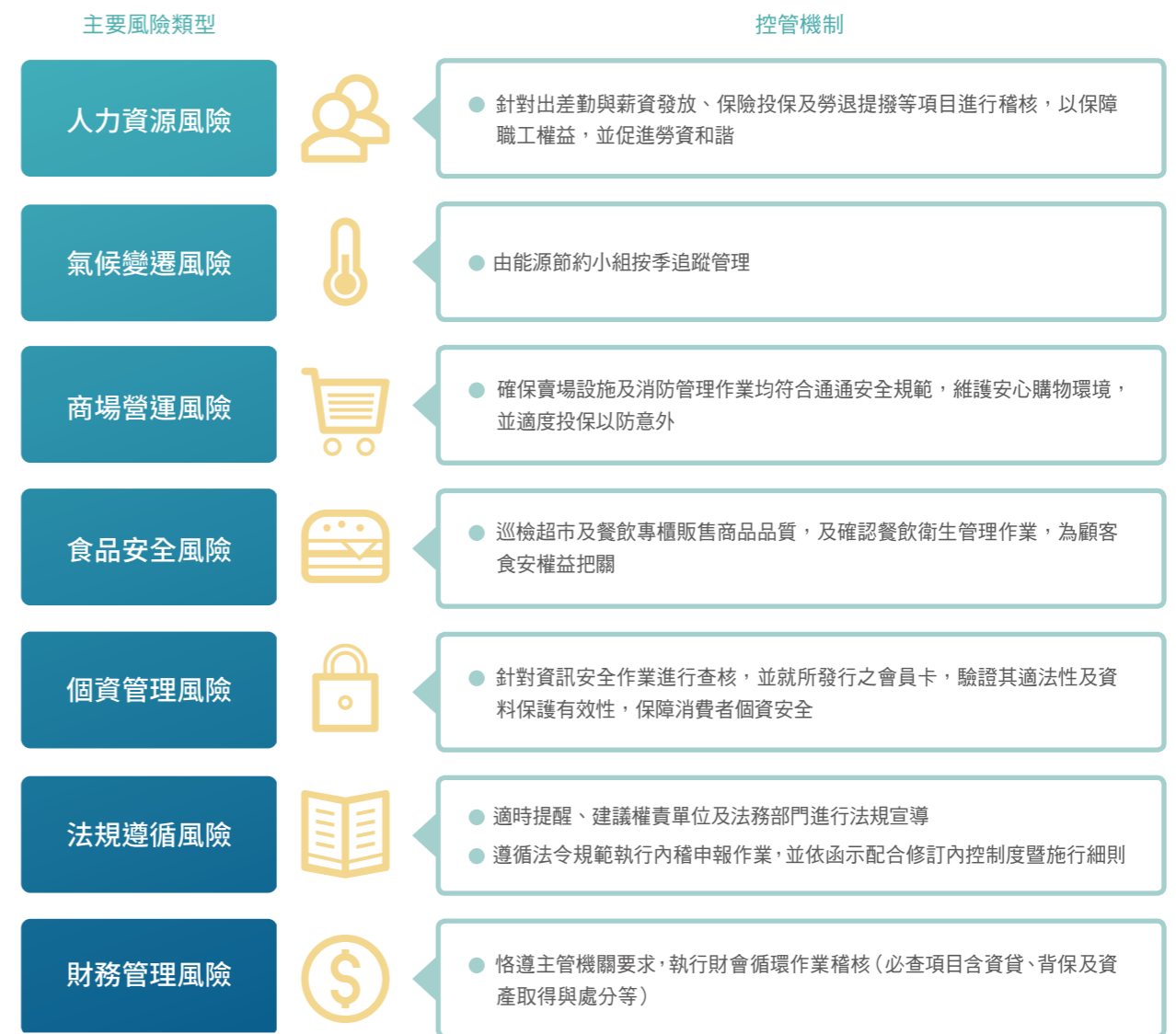
百貨零售業的經營不僅是商業組織的運作，同時也是各種細節的管理。若將遠百零售集團視為一個系統，則我們除了重視系統組織內部的風險之外，亦關注外部環境變動的風險。對我們來說，風險管理的範疇不僅限於系統內部的靜態制度，還必須關注系統外部與環境間的動態變化。

遠百零售集團所辨識出之主要營運風險包括：財務風險、人力資源風險、氣候變遷與全球暖化、商場營運、食品安全、個資管理、法規遵循。各類型之風險由組織內部權責單位訂定管理規章進行第一線的防範與管理。稽核室則定期執行各項稽核作業，確保各單位風險管理制度有效運作，並定期向董事會報告。

財務風險之管理，主要為管理與營運活動有關之市場風險、信用風險及流動風險等，由財務部門負責分析與評估與市場相關之財務風險因素，進而提出並執行相關因應策略以降低市場變動相關風險之影響。詳細之財務管理政策，請參考遠東百貨 2015 年年報。

因應氣候變遷與全球暖化之風險管理，將詳述於本報告書之第二篇「低碳樂活未來想像」；人力資源風險將於第三篇「時尚購物智慧體驗」做詳實之說明；商場營運、食品安全、個資管理之風險管理，則分章描述於第四篇「幸福滿溢處處分享」。本章節主要揭露遠百零售集團治理面向之稽核組織運作、誠信經營與法規遵循。

遠百零售集團主要風險類型及控管機制



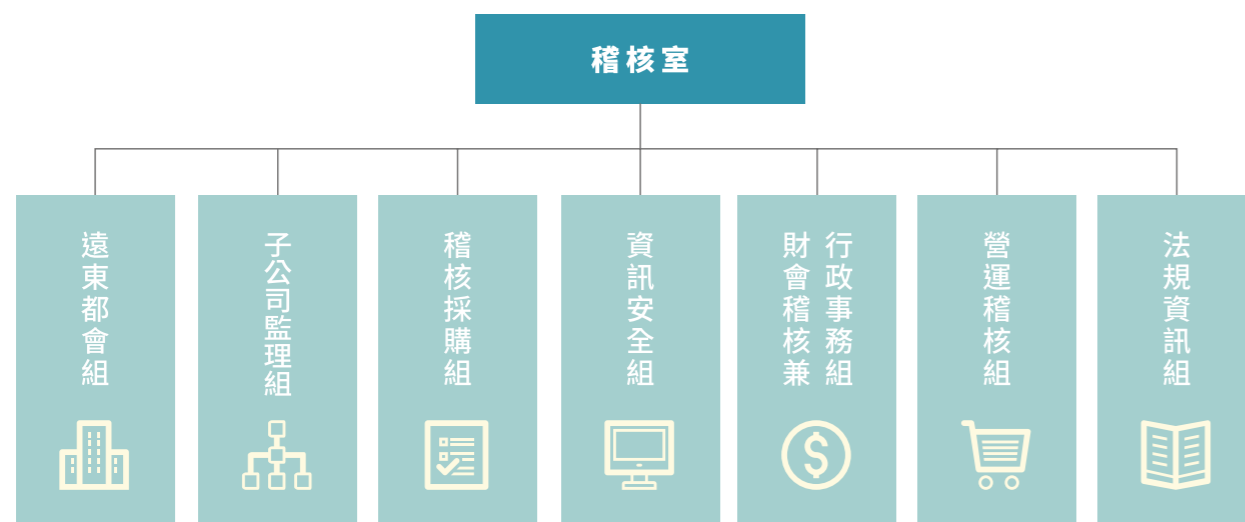
### 1.3.1 稽核體系

遠百零售集團訂有風險管理政策供各部門遵循，為使集團內恪遵相關法令及實踐遠東集團正派經營之企業文化，亦訂有「遠東百貨股份有限公司內部控制制度」、「遠東百貨股份有限公司內部稽核實施細則」與「遠東百貨股份有限公司稽核工作手冊」。各子公司也依循內容訂定規範。稽核室並定期執行稽核計畫，並依 2015 年主管機關修訂「內部控制制度有效性判斷項目」特以成立該作業推動小組，舉辦宣導說明會，促使董事會成員、總公司各部室與分公司管理者及一般員工皆能有效執行並完成「內部控制制度有效性判斷項目」作業，以俾能更有效協助各部門進行風險辨識及管控，並向經營決策階層呈報，再定期彙報董事會及審計委員會，以確保公司風險管理制度有效執行。

遠百零售集團在風險管理方面特別著重於事前之防範，組織辨識出之風險會立即回饋至稽核室及各部門，由各部門於日常營運注意相關風險之發生，並由稽核室以查核或回報的方式協助各部門監控相關風險狀況。遠百零售集團對台灣抱有深刻的感情，未來數年仍會持續展店根留台灣，展店計畫包含台北市、竹北市以及高雄市等三個地點，故當前主要風險為資本支出風險。為有效控制風險於可容忍範圍內，遠百稽核室於 2010 年底特別成立採購稽核組，針對資本支出之相關採購流程進行風險之預防與監控。除上述組織內部之風險外，外在風險也是遠百零售集團執行風險管理的考量點之一，社會大眾上對食安的期待越來越高，為了減低食安問題對做為通路角色遠百的負面影響，本公司相關部門皆戮力於加強食安把關，稽核室亦配合進行專案稽核，並將追蹤改善情形回饋相關部門，以利各部門進行風險管理。

遠百零售集團的稽核核心為遠百稽核室，共分為七組：財會稽核兼行政事務組、營運稽核組、資訊安全組、法規資訊組、採購稽核組、子公司監理組、遠東都會組，針對不同功能之營運範疇進行稽核。

遠東百貨稽核室組織架構



city'super 之稽核制度由母公司稽核室的「遠東都會組」專責輔導。遠企購物中心與愛買另設有稽核單位，其職責為遵照法規制度及母公司制度規定，查核各部室及各分店的內部制度與作業流程，確保全體單位均依照管理制度及規定落實執行，以降低經營管理之風險。各項查核作業依需要製作稽核報告，回饋相關部門主管及呈報決策階層，以作為執行及督導參考，並定期彙報董事會、監察人和母公司遠東百貨。

遠百零售集團不僅由內部稽核體系進行風險控管，亦設立內、外部舉報專線做為組織外風險辨識，外部舉報由公司官網之客服信箱受理，並回報至管理階層，再依案件性質轉至相關單位處理；內部舉報管道包含稽核室電子信箱。通報案件無論是匿名與否，皆會作基本查證，再視需要進行專案調查，2015 年稽核室未接獲舉報案件。

### 1.3.2 誠信經營原則

遠百零售集團對顧客、對社會大眾、對全體員工，皆本於廉潔、透明、負責的經營理念，貫徹以誠信為基礎的公司政策。集團經營的最高指導原則「誠信經營守則」中，明確規範本公司應遵守公司法、證券交易法、商業會計法、政治獻金法、貪汙治罪條例、政府採購法、公職人員利益衝突迴避法、上市相關規章或其他商業行為有關法令，以作為落實誠信經營之基本為前題。「道德行為準則」之制訂則提供集團全體員工法遵依循之標準，除了說明本公司人員應遵循相關法令規章外，也鼓勵呈報任何非法或違反道德行為準則之行為，並有保密人保護之機制。2015 年遠百零售集團並無與反貪腐相關之違法情事。

遠百零售集團誠信經營守則與道德行為準則實施狀況

	規範內容	適用對象	適用範圍	溝通方式	執行方式
誠信經營守則	從事商業行為之過程中，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何不正當利益，或做出其他違反誠信、不法或違背受託義務等不誠信行為，以求獲得或維持利益	集團全體員工以及直接或間接捐助基金累計超過百分之五十之財團法人及機構	針對行賄及收賄、非法政治獻金、不當慈善捐贈或贊助、不合理禮物、款待或其他不正當利益等違反誠信原則之行為進行規範	 內外部 官方網站	各單位主管、員工自我管控外，稽核內控體系在例行業務中會進行管控，確保遠百零售集團皆有落實相關規範，並將誠信經營以及反貪腐的風險降到最低。惟目前無針對反貪腐議題進行直接相關之教育訓練；未來擬將反貪腐教育訓練列為常態課程辦理
道德行為準則	明訂公司董事、經理人及一般員工的道德行為規範，導引本公司董事、經理人及一般員工之行為符合道德標準，並使公司之利害關係人更加瞭解公司道德標準	集團全體員工	防止利益衝突、不得圖私己利、保密責任、公平交易、公司資產之妥善保護及使用、法令遵循及鼓勵呈報任何非法或違反道德行為準則之行為等，規範員工受雇用期間之相關權利義務	 內部定期 管理會議	
				 集團 出版刊物	

## 1.4 利害關係人與重大性議題

一如百貨零售業的服務精神，遠百零售集團重視利害關係人的意見與期待，並與其保持順暢良好的溝通。掌握利害關係人所關注之重大議題，研擬因應策略，透過行動積極回應，是遠百零售集團在永續發展上的基本原則。

### 1.4.1 利害關係人鑑別與溝通

遠百零售集團的利害關係人相當廣泛多元，為了呈現出具有代表性之利害關係人，我們召集四家公司各部門同仁，參照 AA1000 利害關係人議合標準 (AA1000 Stakeholder Engagement Standard)，透過開放性討論的方式，進行利害關係人鑑別，鑑別標準根據利害關係人對遠百零售集團的依賴程度、影響力、關注程度、責任和多元觀點等五個面向進行評估，最後依重要性篩選出 8 類重要的利害關係人。考量連鎖百貨之產業特性，為充分反映利害關係人關注的議題與面向，今年特別進行外部利害關係人問卷調查，以確實掌握遠百零售集團受到外部關注之永續議題。

遠百零售集團與不同利害關係人之間皆設有專屬且多樣之溝通管道，詳細之利害關係人溝通管道、頻率，以及其所關注的重大性議題列表如下。

利害關係人分類	溝通管道 (頻率)	關注議題	利害關係人溝通策略
消費者	客服專線、客服中心 (不定期) e-mail (不定期) DM (經常) 社群媒體 (不定期) 電子商務行銷工具 (不定期) 滿意度問卷 (不定期) 意見箱 (不定期) 賣場人員 (每天) 行銷活動 (不定期) 網站 (每天) 記者媒體、電視廣告 (不定期)	產品品質與價格 食品安全 公共安全與衛生 企業形象／公共關係 公司治理 營運績效 行銷活動	提高顧客滿意度 
員工	電話 (不定期) e-mail (不定期) 單位主管 (不定期) 福委會、福委公告 (經常性) 員工意見箱 (不定期) 員工訓練 (不定期) 遠東人月刊 (定期) 內部公告 (不定期) 勞資會議 (不定期、每天 / 每季)	經營與投資策略 員工薪資與福利 職業安全與衛生 營運績效 個人資訊安全 公司治理 供應鏈管理 員工培訓和職涯發展 員工薪資與福利 尊嚴勞動	幸福職場 
供應商	業務溝通 (定期) 檔期 (不定期) e-mail (不定期) 採購窗口或賣場主管面對面 (不定期) 採購合約 (經常) 網路 (經常) 協調會 (不定期) 宣傳會 (不定期) 採購單位 (經常)	營運績效 供應鏈管理 產品品質與價格 水與廢棄物管理 能源管理 企業形象／公共關係	優質廠商 

利害關係人分類	溝通管道 (頻率)	關注議題	利害關係人溝通策略
合作夥伴 (專櫃廠商、承包商等)	會議 (定期) 面對面 (經常) 電話 (每天) 合作契約 (經常) 專櫃人員早會 (經常)	營運績效 顧客關係管理 公共安全與衛生 供應鏈管理 法規遵循 企業形象／公共關係 產品品質與價格 公司治理 誠信經營	最佳夥伴 
股東／投資人	每月報告 (定期) 股東會 (定期) 年報 (定期) 電話 (不定期)	營運績效 產品品質與價格 公司治理 誠信經營 風險管理	創造獲利 
政府機關	財報 (定期) 消防安全演練 (定期) 主管機關抽查 (不定期) e-mail (不定期) 公文 (不定期) 座談會 (不定期) 現場稽查 (不定期) 申訴 (不定期) 法令規範 (定期)	法規遵循 產品品質與價格 公共安全與衛生	積極配合 
媒體	記者會 (不定期) e-mail (經常) 通訊軟體 (經常) 電話採訪 (不定期)	顧客關係管理 產品品質與價格 員工薪資與福利 尊嚴勞動 營運績效 公共安全與衛生 水與廢棄物管理 行銷活動	透明溝通 
社區居民	文宣 (不定期) 旗幟 (不定期) 親自拜訪 (不定期) 客服專線、客服中心 (不定期) 記者 (不定期) 民意代表 (不定期)	公共安全與衛生 地區交通規劃 水與廢棄物管理 能源管理 慈善公益 社區投資	關懷回饋 

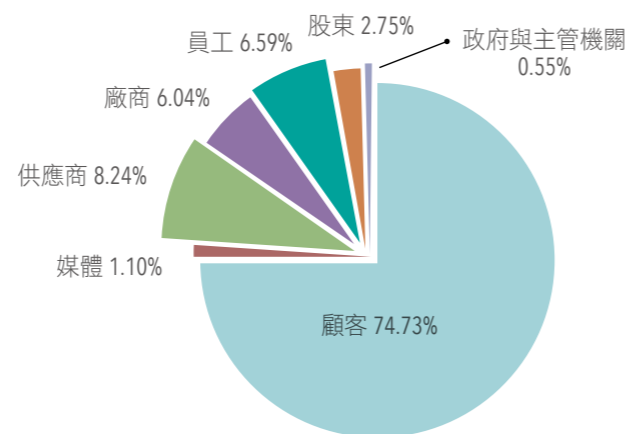


### 1.4.2 重大性議題鑑別

為確認報告書應揭露的內容與合適的報告邊界，遠百零售集團參考 AA1000 當責性原則標準 (AA1000 Account Ability Principles Standard) 及全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, GRI) 有關報告書內容揭露及重大考量面的判斷原則，進行重大性議題的鑑別。重大性議題鑑別流程如圖。



遠百零售集團外部利害關係人問卷回饋來源

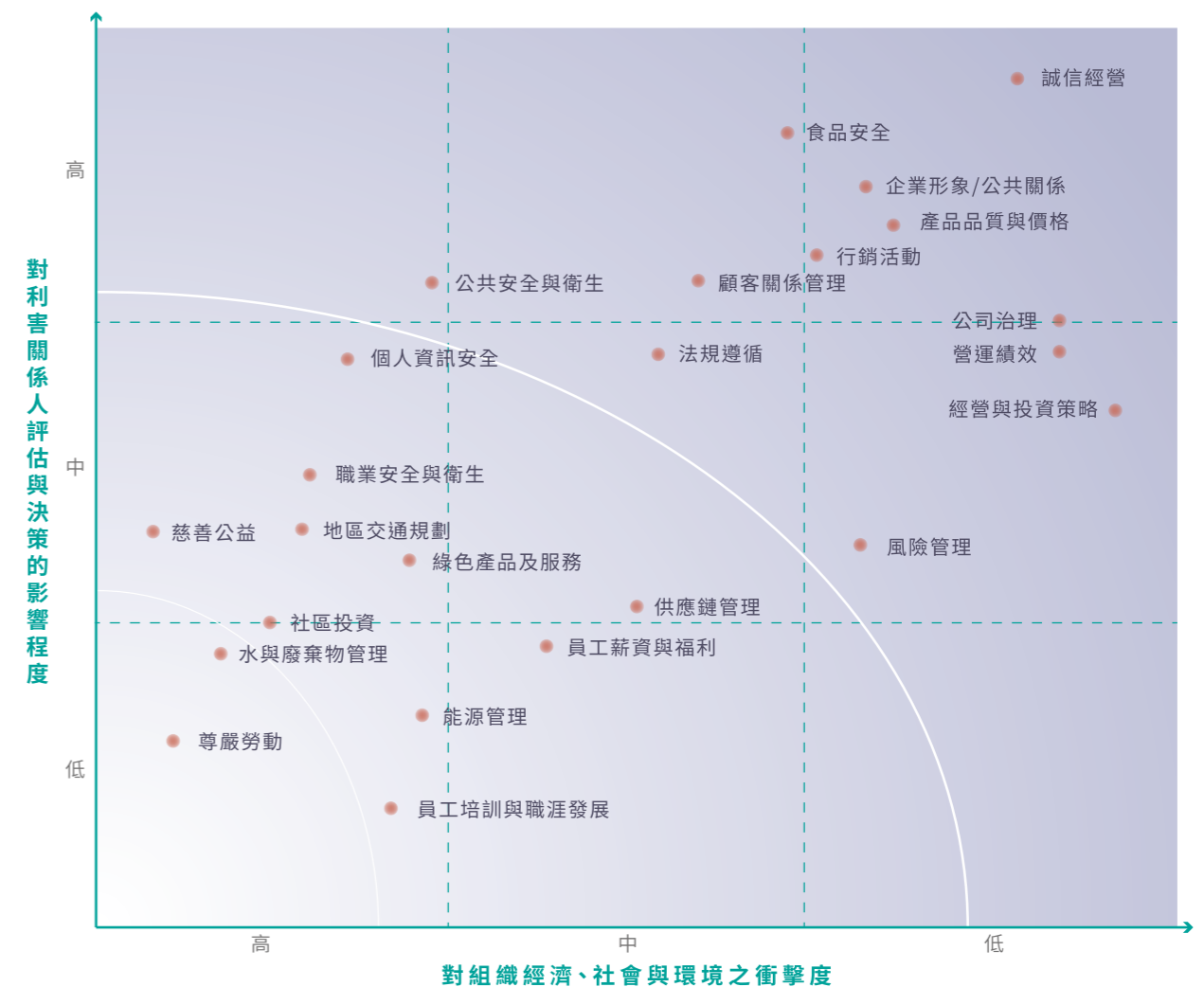


我們依循 GRI 的「界定報告內容的流程」之原則，鑑別出 24 項關注議題，經由排序可劃分為 12 項高度優先揭露之重要議題及 10 項中度優先揭露之次要議題。高度優先揭露之重要議題包含「誠信經營」、「公司治理」、「企業形象／公共關係」、「行銷活動」、「食品安全」、「營運績效」、「產品品質與價格」、「經營與投資策略」、「顧客關係管理」、「法規遵循」、「公共安全與衛生」、「風險管理」。遠百零售集團一直以來秉持誠信經營的原則，具有完善的治理制度及管理，才能因應各種外在環境的風險；以百貨零售業而言，利害關係人對遠百零售集團的產品與服務品質有高度期待；在追求經濟發展時，集團透過社區投資和慈善公益活動降低社會衝擊。此 12 項議題屬於遠百零售集團之現階段所著重的經營重點與永續發展策略，因此本報告書將會深度說明這些議題相關之管理方針與績效，成為本報告書的核心。

中度優先揭露之次要議題亦對遠百零售集團具有重要意義，也是我們邁向永續發展的重大考量面，此部分議題如「個人資訊安全」、「供應鏈管理」、「員工薪資與福利」、「綠色產品與服務」、「職業安全與衛生」、「慈善公益」、「地區交通規劃」、「社區投資」、「能源管理」、「員工培訓和能力發展」為本集團經營管理的根本，在本報告書會說明我們長年來持續累積與經營的成果、現況及未來規畫。對於鑑別出重要性較低度的「尊嚴勞動」、「水與廢棄物管理」等一般性議題，則不在本報告書揭露範疇。但若有相關影響重大性議題的呈現，仍會於報告書中做詳實的說明。

遠百零售集團 2015 年度報告揭露的 24 項重大性議題以矩陣圖方式呈現如圖；集團之重大性議題及其在價值鏈中的重要性，以及與 GRI G4 指南各考量面的對應如表。

重大性議題鑑別圖





重大性議題	對應的 GRIG4 重大考量面	對應章節	頁碼	組織內					組織外							
				遠東百貨	遠企購物中心	city'super	愛買	消費者	供應商	合作夥伴	股東 / 投資人	政府機關	媒體	社區居民		
重要議題	誠信經營	<ul style="list-style-type: none"> <li>反競爭行為</li> <li>倫理與誠信</li> </ul>	1.2.3 財務績效 1.3.2 誠信經營原則	21 25	●	●	●	●		●	●	●	●	●		
	公司治理	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織概況</li> <li>報告期間組織變化</li> <li>對外部倡議的承諾</li> <li>CSR 委員會</li> </ul>	1.1 事業概覽 1.1.1 組織概況 1.1.2 公協會參與 1.2.2 公司治理	10 10 15 18	●	●	●	●		●	●	●	●	●		
	企業形象 / 公共關係	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場形象</li> <li>利害關係人議合</li> <li>社會衝擊問題申訴機制</li> </ul>	1.4.1 利害關係人鑑別與溝通 4.1 適性發展的幸福職場 3.4.2 廣納建議心回應	26 68 64	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	
	行銷活動	<ul style="list-style-type: none"> <li>行銷溝通</li> </ul>	3.2.1 攜手維護高品質 3.2.3 行銷推廣求務實 3.3 安心餐飲的幸福生活	57 59 60	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●	
	食品安全	<ul style="list-style-type: none"> <li>產品及服務</li> <li>顧客的健康與安全</li> <li>產品及服務標示</li> </ul>	2.3.1 低碳管理綠服務 2.3.3 安全貼心全客層 2.3.4 智能管理零風險 3.2.2 標示明確有保障 3.3.1 優先把關安心食	44 47 50 59 60	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	營運績效	<ul style="list-style-type: none"> <li>經濟績效</li> </ul>	1.2.3 財務績效	21	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	產品品質與價格	<ul style="list-style-type: none"> <li>產品及服務</li> </ul>	2.3.1 低碳管理綠服務	44	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	經營與投資策略	<ul style="list-style-type: none"> <li>經濟績效</li> </ul>	1.2.4 永續經營策略	22	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	顧客關係管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客滿意度調查</li> </ul>	3.4.1 顧客滿意為優先	63	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	法規遵循	<ul style="list-style-type: none"> <li>(環境) 法規遵循</li> <li>(社會) 法規遵循</li> <li>(產品) 法規遵循</li> </ul>	1.3.2 誠信經營原則 2.2.2 時尚與自然並存 3.2.3 行銷推廣求務實 3.4.3 隱私保護零失誤	25 42 59 64	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	公共安全與衛生	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客的健康與安全</li> </ul>	2.3.3 安全貼心全客層 2.3.4 智能管理零風險 3.3.1 優先把關安心食 3.3.2 嚴選商品好評高	47 50 60 62	●	●	●	●	●		●		●	●	●	●
	風險管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>反貪腐</li> </ul>	1.3.2 誠信經營原則	25	●	●	●	●		●	●	●	●			

重大性議題	對應的 GRIG4 重大考量面	對應章節	頁碼	組織內					組織外							
				遠東百貨	遠企購物中心	city'super	愛買	消費者	供應商	合作夥伴	股東 / 投資人	政府機關	媒體	社區居民		
次要議題	個人資訊安全	• 客戶隱私	3.4.3 隱私保護零失誤	64	●	●	●	●	●		●		●	●		
	供應鏈管理		1.4.2 重大性議題鑑別	28												
		• 供應鏈描述	2.2.2 時尚與自然並存	42												
		• 採購實務	3.2.1 攜手維護高品質	57	●	●	●	●								
		• 供應商環境評估	3.3.1 優先把關安心食	60						●	●	●				
		• 供應商勞工實務評估	3.3.2 嚴選商品好評高	62												
		4.2.2 友善職場滿關懷	76													
	員工薪資與福利	• 員工														
		• 福利計劃														
		• 各據點聘雇情況	4.1.1 平等的薪酬政策	68												
		• 勞僱關係	4.1.2 多元福利制度優	69	●	●	●	●				●	●	●	●	
		• 勞 / 資關係	4.2 成就分享的勞資關係	75												
• 員工多元化與平等機會																
• 女男同酬																
• 勞工實務問題申訴機制																
綠色產品與服務	• 產品及服務	2.1.1 全方位節能管理	36	●	●	●	●	●		●	●		●	●		
	• 排放	2.3.1 低碳管理綠服務	44													
職業安全與衛生	• 職業健康與安全	4.2.2 友善職場滿關懷	76	●	●	●	●	●				●	●			
慈善公益	• 間接經濟衝擊	2.2.2 時尚與自然並存	43	●	●	●	●	●					●		●	
		4.3 全球在地的交流共融	80													
地區交通規劃	• 間接經濟衝擊	2.1.2 交通樞紐新思維	39													
	• 交通運輸	2.2.2 時尚與自然並存	42	●	●	●	●	●				●	●	●	●	
	• 環境問題申訴機制	3.4.2 廣納建議心回應	64													
社區投資	• 當地社區	2.1.2 交通樞紐新思維	39													
	• 間接經濟衝擊	2.2.2 時尚與自然並存	43	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●	
		4.3 全球在地的交流共融	80													
能源管理	• 能源	2.1.1 全方位節能管理	36	●	●	●	●		●	●	●	●				
員工培訓和職涯發展	• 訓練與教育	4.1.3 教育訓練富創意	71	●	●	●	●					●	●	●		
		4.1.4 晉升透明促發展	74													
一般議題	尊嚴勞動	• 不歧視														
		• 結社自由與集體協商	4.2.1 人力結構展平衡	75	●	●	●	●				●	●	●	●	
	• 強迫與強制勞動	4.2.2 友善職場滿關懷	76													
	• 人權問題申訴機制															
水與廢棄物管理	• 整體情況	2.1.1 全方位節能管理	36	●	●	●	●						●	●	●	
		2.2.1 減廢變身綠價值	41													

註：●表示議題會在此邊界產生衝擊



# BEYOND IMAGINATION

## 低碳樂活的未來想像



▶ 自有太陽能發電超過 4 萬度，並購買綠電 10 萬度，支持清淨家園理念，落實環境永續行動 ◀

▶ 上下齊心節能減碳，city'super 獲得 2015 遠東節能金省獎，用電量較去年減少了 29% ◀

▶ 投入超過新台幣 1,800 萬 更換 LED 燈泡，燈泡節電效益最高可提升 67% ◀

▶ 主辦「臺灣之水·生命之源」大型互動科技展覽，積極響應聯合國「生命之水」行動 ◀

▶ 臺灣最綠百貨總部——遠東百貨企業總部大樓 (Mega Tower) 落成，成為新北市第一高樓 ◀



## 2.1 專注細節的低碳營運

隨著全球平均氣溫不斷升高，氣候變遷的議題也不斷升溫。遠百零售集團勇於負起節約能源的責任，打造時刻用心的低碳服務，讓環保樂活精神不只展現在看得見的角落，更隱藏在看不到的細節。

### 2.1.1 全方位節能管理

遠百零售集團包括百貨公司、超市及量販賣場等不同型態的公共商場，每天長時間的營運，使得照明、空調及冷凍櫃等均成為商場主要的耗能設施。在氣候變遷使得氣溫上升，以及包括暴雨、乾旱、劇烈颱風、強力鋒面等極端氣候的衝擊之下，迫使遠百零售集團面臨空調用電量增加風險，再加上政府逐年調漲電費，因此節約能源是我們刻不容緩的任務。

在全球化的節能減碳潮流下，遠東集團自 2012 年開始，持續推動節約能源措施。遠百零售集團透過軟體管理與硬體維護，希望能將每一分能源盡到最大的使用效率。作為百貨零售業，為了提供顧客舒適照明及清新之室內溫度與空氣品質，空調及照明即為最主要的能源消耗來源，因此遠百零售集團推行室內空調維持 26 度的措施，展現我們對節能減碳的堅持。我們也強化空調的管理及維護，確保空調系統發揮完整效益。

除了透過日常管理節約能耗之外，遠百零售集團也積極改善照明所需的能源使用，推行傳統燈泡汰換措施，將耗能高之傳統燈泡逐步更換為 LED (Light Emitting Diodes) 節能燈泡，推行方式除了依據各分公司之建築物所有權狀況、室內硬體設備規格等，逐年將走道及設備等照明更換為 LED 燈泡之外，也於專櫃改裝時建議廠商裝設 LED 燈泡，近三年之更換成果統計如表：

2013~2015 年遠百零售集團更換 LED 燈泡成果

	LED 數量 (個)	燈泡 節電效益	預估節約電費 (新台幣)	節約能源量 (度)	減少溫室氣體排 放量 (t-CO <sub>2</sub> e)
遠東百貨	13,056	23.26%	25,790,172	8,596,724	4,478,894
city'super	7,438	67.42%	6,006,090	2,002,030	1,043,057
遠企購物中心	2,000	65.72%	2,402,436	800,812	417,223
愛買	2,632	51.24%	736,986	245,662	127,990
合計	25,126	-	34,935,684	11,645,228	6,067,164

- 燈泡節電效益計算方法：(傳統燈泡總瓦數 - LED 燈泡總瓦數) / 傳統燈泡瓦數
- 節約能源量計算方法：(傳統燈泡總瓦數 - LED 燈泡總瓦數) × 營業時間 (度)。營業時間以 3 年共 11,880 小時計算。
- 預估節約電費以流動電費每度 3 元計算，溫室氣體排放係數以能源局公告 2014 年電力排放係數：每度電排放 0.521 公斤 CO<sub>2</sub>e 計算。

自 2013 年至 2015 年，遠百零售集團累計汰換傳統燈泡數量達 25,126 顆，更換燈泡所投入之總經費累計為新台幣 18,482,958 元，取代傳統燈泡的節電效益為 23.26% ~ 67.42%。以三年營業時間約 11,880 小時計，總節約電量為 11,645,228 度；以流動電費每度 3 元計算，三年營業時間共節省新台幣 34,935,684 元。

### 亮點故事——city'super 對節能成效的重視

city'super 自 2013 年起陸續將天母店、復興店及板橋店之冷凍冷藏燈管、貨架及軌道燈等更換為 LED 燈具，有效降低電力使用。此外也經由實際測試，找出開店前補貨或清潔作業時所需的最低光源以節約照明用電，並提升對於冰櫃的管理，避免能源消耗，從細小環節逐一落實節能精神，自 2014 年第三季至 2015 年第二季平均節能率高達 16.8%，於遠東集團內部競賽名列第一，成果不斐，獲得 2015 遠東節能金省獎。

#### 提升冰櫃管理小秘訣

- 加強落實員工進出冷藏凍庫的管理規範
- 定期清洗各式立臥冰櫃，確保立臥櫃商品陳列不擋住出風口而影響冷氣循環的效能
- 逐步汰換舊型開放式臥櫃為加蓋式臥櫃
- 開放櫃冰箱使用的夜間捲簾也定期檢視和替換，減少冷氣外漏



2015 遠東節能金省獎

除了更換燈泡等硬體設備外，遠百零售集團也透過智慧管理進行照明節能改善。板橋大遠百 (Mega City) 於商場建置時即以 LED 燈為主要照明，2015 年更進一步延續增設二線控模組加強智慧管理，四樓至八樓的賣場走道電燈均完成設置，以多迴路分區供電方式控制賣場走道照明，下午五點以後才開啟，每月約可節約 4,537 度。遠企購物中心也將照明燈具分接不同迴路控制，將館內的公共區域門楣間接照明以及崁燈分別以不同迴路控制，並依日夜及外在環境明亮度控制燈亮時間，並在賣場內選擇如植栽區及其他具節能潛力的區域加裝用電計時器，設定於下午六點以後或是陰天時才開啟照明。愛買也陸續更新新景美店、台南店及忠孝店的冷凍臥櫃、冷卻水塔等空調設備，共計投入超過 2 千萬，節電 733.52 千度。此外，愛買也在非繁忙時段控管電梯、手扶梯的運作，以節省電力。

遠百零售集團屬於非生產性質行業之能源大型用戶，營運據點遍布全台，且電力使用在我們的營運支出裡佔有重要的地位，因此節約能源始終是我們在環境上的主要課題。為有效管理節約能源的成果，並配合遠東集團節電政策，自 2015 年起，遠東百貨由工程部統一執行電力管理，專責管理及監控公司電力使用狀況。以遠百零售集團整體用電量來看，2015 年總用電量較 2014 年減少 1%~28%。其中 city'super 推動節能措施 (如汰換傳統燈泡、調節空調溫度等) 之成效顯著，2015 年用電量較 2014 年減少 28.53%。愛買則因 2015 年 1 月南雅店開幕，在板新店 11 月結束營業之前的 10 個月期間，愛買共有 20 間店，因此與過去僅有 19 間店時相比，用電量較高。

2013~2015 年遠百零售集團用電量

	2013 (千度)	2014 (千度)	2015 (千度)	2015 年與 2014 年 之差異 (%)
遠東百貨	215,776	206,186	203,891	-1.11%
city'super	4,706	4,098	2,929	-28.53%
遠企購物中心	1,225	1,146	1,118	-2.44%
愛買	100,404	105,921	110,982	4.78%
合計	322,111	317,351	318,920	-



根據能源局統計 2014 年各主要建築類型之能源用戶用電密集度 (EUI, Electricity Use Intensity, 單位面積年耗電量密度:  $\text{Kwh/m}^2 \cdot \text{year}$ )，百貨公司及一般量販店分別為第二及第五名，可見屬於百貨商場類的零售業能源消耗之龐大。

以單位面積用電量評估我們的用電密集度 (EUI)，可以觀察出遠東百貨、city'super、遠企購物中心對於能源依賴程度皆明顯降低；若以交易量來進行用電密集度的計算，則遠東百貨 2015 年交易數量雖然較 2014 年高，但每筆交易的單位用電量卻較前一年減少 0.41 度，可見遠東百貨在業績提升的同時，亦積極節約能源，以兼顧商場用電效率。

2013~2015 年遠百零售集團能源密集度

	2013 ( $\text{Kwh/m}^2 \cdot \text{year}$ )	2014 ( $\text{Kwh/m}^2 \cdot \text{year}$ )	2015 ( $\text{Kwh/m}^2 \cdot \text{year}$ )	2015 年與 2014 年 之差異 (%)
遠東百貨	381	364	354.73	-2.55%
city'super	386	336	240	-4.48%
遠企購物中心	405	370	366	-1.08%
愛買	342	361	362	0.56%

• 各分店以使用執照面積作為分母計算能源密度之平均值，並不包括停車場。

遠百零售集團尚未針對溫室氣體排放進行相關查證，目前僅參照能源局 2014 年公告電力排放係數，以用電量試算二氧化碳排放量，未來將規劃由外部查證機構進行溫室氣體盤查。

2013~2015 年遠百零售集團二氧化碳排放量

	2013 ( $\text{t-CO}_2\text{e}$ )	2014 ( $\text{t-CO}_2\text{e}$ )	2015 ( $\text{t-CO}_2\text{e}$ )	2015 年與 2014 年 之差異 (%)
遠東百貨	112,635.07	107,422.91	106,227.21	-1.11%
city'super	2,456.64	2,135.21	1,525.93	-28.53%
遠企購物中心	639.45	597.06	582.48	-2.44%
愛買	52,410.89	55,184.84	57,821.62	+4.78%
合計	168,142.05	165,340.02	166,157.24	-

• 以能源局公告 2014 年電力排放係數：每度電排放 0.521 公斤  $\text{CO}_2\text{e}$  計算。

• 遠東百貨、city'super 與愛買之本表數據來自各分店之用電量加總，不含總公司之用電度數。

在營業額與來客數同時增加的情況下，遠東百貨自 2013 年至 2015 年之用電量依舊維持逐年下降之趨勢，顯見我們在電力管理上努力改善、用心經營之成果。而遠東百貨不只每年交出漂亮的節約能源成績單，在同業之間更是電力管理的模範生，自 2011 年起節能效有目共睹，做到「自己的電自己省」，於 2015 年 6 月經濟部年度「節能月」揭幕時，受頒產業節能標竿獎，是百貨業當中唯一得獎公司，此外，2015 年遠東百貨購買十萬度綠電，金額 106,000 元，實為國家節能政策推動之典範。



2015 年經濟部年度「節能月」——產業節能標竿獎

為落實節能減碳，善用資訊化降低工作成本，強化內部管理橫向溝通並提升企業反應能力，無紙化環境是遠百零售集團管理部門持續推動的重點。遠東百貨對於財務課表單、採購簽核、零用金管理、專櫃合約管理、出納、帳務、貨款等作業系統進行建制、更新以及優化。除了汰換不合時宜重複作業之報表外，相關報表文件皆已系統化，大幅減少人工報表彙整及檢核之作業時間。以財務表單為例，估計實施一年約可節省 1,270,000 張的紙張印製，以環保署產品碳足跡計算服務平台提供每張影印紙排放 0.00424 公斤  $\text{CO}_2\text{e}$  計算，每年可減少排放 5,385 公斤的  $\text{CO}_2\text{e}$ ，對於節能資源亦貢獻一份心力。

遠百零售集團推行節電措施不遺餘力，除了對於最主要耗能的商場設備及空調進行節能改善外，亦在總公司內部推動節能，從內而外落實節能政策，為環境盡一份心力。

遠東百貨節能公約

- 午休時間應關閉照明及各項事務設備
- 辦公室內不得不得當使用個人電器
- 空調以適溫、適量為原則開啟，最後離開辦公室之同仁應關閉開關
- 離開座位請關閉檯燈
- 下班時間茶水間各項電器須關閉電源

city'super 節能公約

- 電腦及周邊設備管理：
  - 設定螢幕保護模式，當未使用電腦 5~10 分鐘即進入休眠狀態
  - 同仁下班前，應將電腦及螢幕關閉
- 公共設備：電源開關分色管控，依設定時段表開啟或關閉
- 影印及列印管理：掃描建檔取代影印、雙面列印取代單面、黑白取代彩色

• 以遠東百貨及 city'super 的內部節能公約為例。

## 2.1.2 交通樞紐新思維

遠東百貨於遠百板橋店、板橋大遠百 (Mega City)、新竹大遠百均設有接駁交通車，途經捷運站、火車站及當地主要交通路線；遠百嘉義店則是於假日提供停車場接駁服務，提供購物民眾舒適安全的交通選擇。板橋市區與新竹市區皆有交通壅塞的問題，接駁車的設置可有效紓解百貨週年慶、活動檔期所造成的車潮，降低周邊環境的排碳量；鼓勵民眾搭乘大眾交通工具再轉乘接駁車，亦能減輕民眾在購物過程中因交通運輸而產生的環境衝擊。2015 年遠東百貨租賃接駁車之總費用為新台幣 9,975,840 元。

2015 年遠百零售集團接駁車班次與乘載量

	分公司	班次 / 天	班車乘載量
遠東百貨	板橋大遠百 (Mega City) 遠百板橋店	新埔線：平日 24 班次，假日 42 班次 遠東通訊園區線：平日 10 班，假日 12 班	20 人
	新竹大遠百	72 班	36 人
	台南大遠百	平日 19 班，假日 20 班	18 人
愛買	大直店	內湖線：平、假日 20 班次	20 人
	南雅店	板橋線：平、假日 24 班次	20 人
	桃園店	八德線：平、假日 9 班次	20 人

• 台南大遠百接駁車於 2015 年 4 月停駛；愛買大直店接駁車於 2016 年 3 月停駛。

除了設置交通車協助紓解車潮外，遠東百貨位於區域繁華的中心，周邊道路往往交通繁忙，車流量龐大，尤值上、下班尖峰時刻及例假日車潮洶湧，塞車情況時有所見。因此，遠百透過各種疏導車流措施，順暢周邊交通，增加民眾行車安全，提高顧客來店購物意願。

板橋大遠百 (Mega City) 地處五鐵匯集的交通樞紐，比鄰新北市行政中心區域，除實施市府洽公民眾及福丘里民免費機車停車外，重要節日亦聘請義交於周邊重要路口指揮疏導車流，並租借周邊商辦大樓停車場，增加板橋大遠百 (Mega City) 停車位，便利購物民眾進場停車，減少顧客排隊等候時間。目前例假日及重大節慶，塞車現象已較趨和緩，顯現疏導車流成效，而市府洽公民眾及福丘里民對於機車優惠措施均深表肯定。

同樣位於市府周遭的台中大遠百 (Top City)，為了維持周遭交通順暢，由台中大遠百 (Top City) 安管課與交通局及管轄警局協調，制定周邊交通維持計畫並密切配合協助引導交通秩序，提供顧客一個免於等待的購物環境。每逢國定假日於百貨周遭路口共同派遣義交人員 11 名維持交通，確保入館車輛通行順暢，保全人員也會引導車輛進出秩序，並配合公司管理人員隨時監控現場狀況並適時調整。遠東百貨不僅達成提供顧客舒適的停車空間的承諾，也間接提升了企業形象，未來更將與轄區交通局及警局作更密切的溝通協調，並加強訓練交通引導人員素質。

根據政府環保單位研究，汽車怠速時所排放的溫室氣體遠高於行駛時的排放。因此，協助紓解周遭交通不僅代表我們用心關懷社區鄰里需求，更能夠響應政府推廣的反怠速政策，並減少溫室氣體排放，展現我們對於承擔企業社會責任，責無旁貸的心意。

此外，遠東百貨各分公司皆有租賃公務車，除了向員工宣導多搭乘大眾交通工具外，員工因公出席會議及活動時，鼓勵員工申請公務車共乘前往，2015 年公務車租賃總費用為新台幣 1,955,322 元。遠企購物中心及 city'super 則宣導員工多搭乘大眾運輸交通工具，避免增加環境負擔。

相較於遠東百貨及遠企購物中心均單純由專櫃廠商負責供貨，city'super 及愛買皆需要處理物流配送議題。愛買現行供貨方式分為廠商直送及統倉到貨，網購業務則自行統一集貨，再配合物流業者固定出貨。為了大幅降低廠商送貨的運輸成本及溫室氣體排放，愛買進貨時配合廠商盡量滿車 / 滿板進貨以提升效率，統倉出貨時則需達到設定之最低滿車率，否則將延併至下一到貨日到貨，退貨與移撥則一律由回程車載回統倉。

city'super 更訂定了完整的物流管理政策，2015 年內，經由主動提醒機制改以隔日配送取代專車配送的趟次計 533 趟。此外，city'super 也落實逆物流的概念，讓分店在商品配送車趟的回程將部份店內下架商品轉回統倉辦理退貨，減少專車收取退貨的次數。2016 年，city'super 預計將導入一般配送貨車內可選擇搭配冷凍冷藏籠車，取代目前的冷凍冷藏運輸專車，使物流管理更具效率及彈性。



作為遍佈全台的零售集團，我們不僅持續專注於強化營運據點內的節能減碳作為，也進一步向外拓展，以愛護環境為出發點，運用智慧彈性的做法，協助紓解周遭交通，提升物流品質，並與地方政府配合，共同打造更加環保、便利且舒適自在的樂活環境。

## 2.2 環境友善的樂活服務

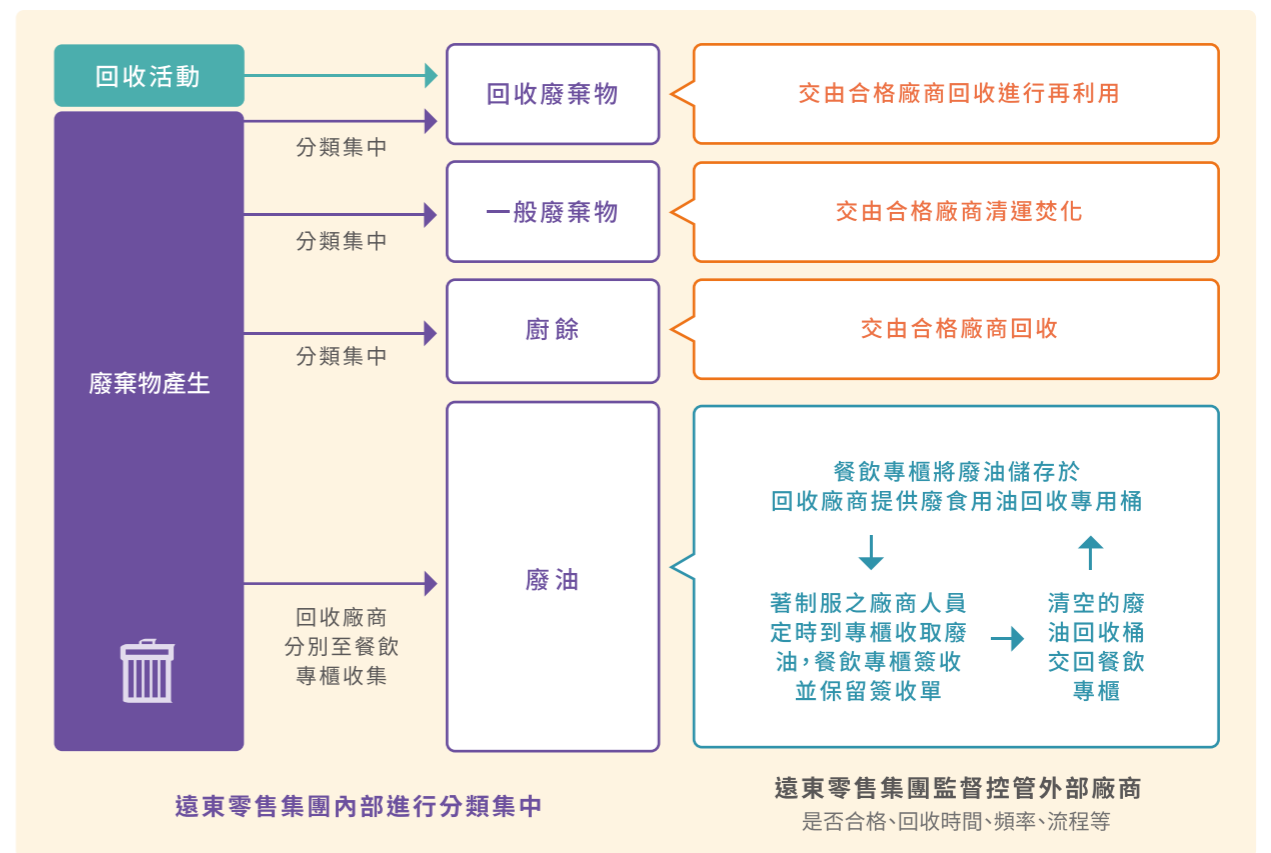
遠百零售集團深刻瞭解到地球只有一個，減少資源消耗及污染是我們對環境不變的承諾，我們發揮一己之長，從商場日常營運出發，將影響力擴散到整個社會。

### 2.2.1 減廢變身綠價值

百貨商場及零售賣場之日常營運會產生民生垃圾、廚餘與廢油，成為遠百零售集團廢棄物處理的重點。遠百零售集團於辦公場所及營運商場均落實分類制度，將一般廢棄物分類為可回收及不可回收，分類後之廢棄物皆交由合格的專業廢棄物處理廠商進行回收或焚化，垃圾清運合約、廢食用油回收合約、廚餘清運合約之訂定均符合環保署相關法規。

遠百零售集團各營運據點之美食街及主題餐廳均設有除 / 排油煙設備，如：水洗式煙罩、靜電除油機等。排煙口設置若因運轉造成對周遭鄰居的噪音干擾，會視需求加裝隔音罩等，降低聲音的影響。餐廳所產生的廚餘與廢油亦委由專業廠商處理，用量高的餐廳會針對每日使用之廢油進行回收，遠百零售集團除了統計各餐廳回收量多寡之外，也負責控管回收廠商之回收時間、頻率、流程等，並監督回收廠商是否合格。

遠百零售集團廢棄物處理流程



• city'super 及遠企購物中心因場地特性，一般廢棄物、回收廢棄物及廚餘乃交由業主集中處理，廢油則由專櫃自行與合格廠商簽約自行處理，city'super 及遠企購物中心對業主及專櫃善盡監督及管理責任。



遠東百貨不僅積極處理自身廢棄物，也與專櫃廠商合作，鼓勵顧客珍惜資源，將使用完畢或不再使用之商品或包材交由門市進行回收，並且舉辦環保創意活動，化腐朽為神奇，與購物民眾攜手為廢棄物創造新價值。city'super、愛買則於分店服務台提供廢電池及手機回收的服務，避免廢電池與電子廢棄物內有毒物質對環境可能造成的危害。

除了妥善處理末端廢棄物，我們也重視源頭的廢棄物減量，期望能達到資源再利用的最大化，為邁向「零廢棄」的社會盡一份心力。販售生鮮產品的愛買及 city'super 藉由重新規範生鮮屆期商品的特價出清制度，增加商品售出機會，並藉由建立報廢資料分析模式，從進貨端進行單品及數量管控，自源頭即有效降低可能產生之廢棄物，避免不必要的浪費，以提升管理方式成為高效利用的典範。此外，遠百零售集團每次檔期所需使用之裝飾及佈置等，在設計時即考慮後續是否可重複再利用，並在檔期結束後進行回收與再利用之狀況確認。以遠企購物中心為例，陳列道具採買後依序編號入帳冊管理，依檔期需求重複利用，且使用環保或回收材質，如 LED 燈或鋁製框架等。設計天花板的告示牌於裝置時即選擇使用鋁桿，以便在每次檔期結束後可回收再利用，避免不必要的浪費及污染。

由於 2015 年遠百零售集團之營業績效較 2014 年成長 1.1%，在來客數增加的情況下，遠東百貨 2015 年的焚化廢棄物總量為 6,492 千公斤，較去年略為增加了 7.77%；愛買則為 4,512 千公斤，較去年些微增加了 1.9%。遠企購物中心與 city'super 之廢棄物處理已包含在租金中，由業主與廢棄物處理業者簽約，因此無相關統計數據。

遠百零售集團盡心盡力投入環境維護，2015 年主要環境支出如下：

支出項目		支出費用 (千元)
遠百零售集團	 LED 燈更換	18,482
遠東百貨	 廢棄物處理費用	17,052
	 交通接駁車	9,976
	 購買 10 萬度綠電	106
愛買	 認養行道樹	420
	 空調及冷藏設備更新	20,258
	 廢棄物處理費用	12,833
遠企購物中心	 認養行道樹	679
合計		79,806

### 2.2.2 時尚與自然並存

百貨零售業的商場經常進行樓面或店面改裝，無論於日間裝修或是夜間材料搬運時，都會產生噪音與粉塵污染，影響附近居民。因此，遠東百貨設立「承攬人管理規章」與「拆除／裝修作業之安全衛生管理規範」，遠企購物中心訂有「THE MALL 裝修規範說明 & 商場施工遵守事項」與「現場裝修管理辦法」；愛買訂有「承攬商安全衛生及

環境管理辦法」等，遠百零售集團要求每一個合作廠商與承攬商等需謹守法令及合約規範，供應商需積極進行自我管理，盡可能降低對環境、安全及衛生的影響。2015 年遠百零售集團無任何經由正式申訴機制立案、處理和解決的環境衝擊案件。

#### 遠東百貨裝修承攬相關規範

承攬人管理規章

- 工程承攬廠商應確實遵守空氣汙染防治法、水汙染防治法、廢棄物清理法、噪音管制法及其他相關環保法令，如有違反規定，依據合約規定及本規章違規罰則處分。
- 夜間作業人員應特別注意各項施工作業、動火作業安全及施工車輛、人員、作業所造成環境噪音等危害。

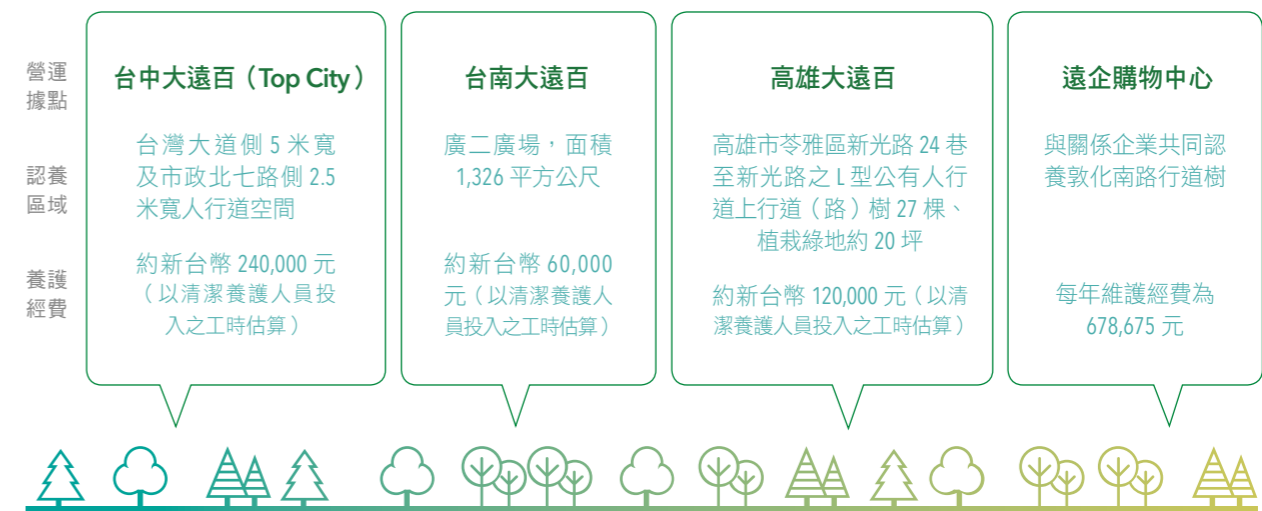
- 規定拆除過程中所產生之粉塵、噪音、噴漆等應有確實防護、阻隔與處理措施；拆裝工程產生之廢棄物，包括所有垃圾、廢物，均應於每日收工前將施工現場清理乾淨，不得堆積儲放，工程廢料垃圾須每日打包搬運至指定場所集中堆置後，由合格廠商統一清運。

拆除／裝修作業之安全衛生管理規範

在日常營運時，商場建築外的散熱水塔等設備會產生噪音，因此遠東百貨委請專業廠商於水塔加裝消音罩，減低附近居民所遭受到的噪音困擾。百貨停車場車道之排煙口則可能對附近居民造成空氣汙染問題，我們已於排煙出口加裝活性碳濾網，積極降低對附近環境之影響。

遠百零售集團愛護環境的用心，更延伸到商場周邊之行道樹與綠地。為繁榮都市景觀、提高公共設施之維護效能，敦睦鄰里及提供優質市容與舒適休息空間，台中大遠百 (Top City) 與高雄大遠百皆認養路樹與植栽綠地，台南大遠百則是認養廣二廣場公園 (東安坊文化園區)，認養之綠地平時由遠東百貨派員清掃維護，並視植物生長狀況進行修剪，為都市景觀綠化盡一片心力，讓民眾在前往商場消費時，也能感受到沿途行道樹欣欣向榮的朝氣。另板橋大遠百 (Mega City) 也於 2015 年認養新站路地下連通道之手扶梯與電梯維修養護。

#### 2015 年遠百零售集團認養行道樹之投入



遠百零售集團長期透過各類環保活動，推廣友善地球之理念，響應國際環保倡議，藉由百貨商場聚集人潮的優勢，提升民眾對國際環境問題的重視，同時也邀約民眾與我們攜手投入環境保護的行列，有關我們舉辦或參與的環保活動，詳細請參閱「4.3.3 社會關懷愛串連」。



聯合國將2005~2015年訂為「生命之水」國際十年行動(Water For Life Decade)，而臺灣也在2015年經歷67年來的歷史大旱。為提升民眾對於水資源議題的重視，2015年8月13日晚上，遠東集團徐旭東董事長與臺北市柯文哲市長、經濟部鄧振中部長、臺大土木系李鴻源教授等貴賓共同攜手，為「臺灣之水·生命之源」遠東集團水展揭幕，展場位於臺北花博公園的「遠東環生方舟」，閃耀著海洋般湛藍色的光芒。遠百零售集團做為主辦單位的一份子，不遺餘力將全球性的水資源永續議題帶回臺灣，號召全民「惜水愛臺灣」。

臺灣之水·生命之源展場



一樓展區  
暴雨與乾旱，體驗極端氣候

一樓廣場  
新奇水體驗，感受水的重量

二樓展區  
揭開城市下的寶藏，吸收水

三樓展區  
球型大螢幕，透視水的奧秘

## 2.3 綠色智能的未來想像

現代社會環境保護意識抬頭，遠百零售集團亦走在最前線，以科技結合時尚與環保，打造綠色、健康而安全的購物天堂。

### 2.3.1 低碳管理綠服務

遠百零售集團瞭解顧客對於環境的關懷與重視，因此我們注重產品或服務帶給顧客的減碳效果，除了著重綠色設計，藉由販售低耗能、低毒害、易回收之高效率產品，以降低產品生命週期的資源耗用，同時亦積極投入資源回收，進一步為客戶及社會創造綠色的價值，並且持續使用汙染量較少的耗材及產品，降低對環境所造成的衝擊。遠東百貨的專櫃品牌商品皆由合法廠商製造，並經過政府相關部門檢驗及審核，代理或授權的品牌也經過層層檢驗，合格才能進口或上架販售，審慎把關各項產品可能對環境造成的衝擊。愛買對於節能商品則會透過政府網站查詢證書號碼進行確認，以證明商品符合法規且確實能降低對能源的耗用。遠百零售集團也積極減少商品包裝對環境的衝擊，相關措施如下。

遠百零售集團包裝減量措施



力行原裝進口商品上架時不進行二次包裝，並每兩個月依行政院環保署規定申報進口商品包裝容器之種類與數量，繳交回收處理費用。年節禮盒組合則採用紙盒且不過度包裝，降低垃圾量。



不影響商品標示的前提下，積極推動簡化包裝。



推動塑膠類托盤及包裝盒減量，全台6家分店皆由最高層級的店長或副店長負責實際執行減塑計畫，塑膠類托盤及包裝盒實際減量率達80%，實際減少塑膠重量為32,639公斤。



2015年與新北市政府合作、2016年與台北市政府合作，購物塑膠袋也可回收再利用，搖身一變成為雙北專用垃圾袋，方便又環保。

商品DM是百貨零售業行銷的重要工具，遠百零售集團將之轉化為我們推行環保上不可缺席的一員。遠東百貨、遠企購物中心及愛買採用環保大豆油墨印刷DM，我們不僅改善DM的環保品質，板橋大遠百(Mega City)、遠百板橋店及遠百寶慶店由於地緣較近，於母親節檔期試行DM共版，較過去三館分開印製更節省紙張，也同時可以讓顧客瞭解商圈內更多、更好的商品選擇，分享人潮的同時也提升買氣，使三館的業績都成長了0.4%~7.2%不等，是環保與獲利雙贏的最佳實證。

遠東百貨售出之商品，皆細心安放於遠百手提購物紙袋內，因此購物手提紙袋為遠東百貨消耗量最大的紙製品。為響應低碳、環保的國際趨勢，考量樹木濫墾與森林保育問題，遠東百貨採用原料經FSC™ COC驗證通過、符合歐盟環保指令、不含有害物質的手提紙袋，並使用黃豆環保油墨印刷。遠企購物中心更注重向顧客宣達紙袋重複利用，以降低碳排放產生。

city'super除了正確地教育收銀同仁選擇大小合適的紙袋為顧客服務之外，也推出鼓勵消費者自備環保購物袋的「愛地球卡集點活動」。顧客凡是於city'super超市內消費結帳時不索取塑膠袋或紙袋，即可獲得點數1點，累積點數達一定門檻，可兌換不同贈品。此活動獲得顧客好評，2015年的兌換狀況十分踴躍。在city'super紙袋的製程中，除了使用大豆油墨印刷外，未來也會朝提高回收紙漿使用比例的方向努力。

遠百零售集團用心服務每一位蒞臨的顧客，對於顧客持續支持我們的心意，我們視為最珍貴的財產，將持續提供健康永續的產品及服務作為回饋。遠東百貨隨檔期不定時提供環保購物袋作為贈品，如雲朵家族後背包及雲朵家族折疊袋等，讓顧客在購物的同時，也能以行動響應遠百零售集團的環保理念。2015年city'super針對每月壽星推出的會員專屬禮物「city'super X Eva Armisen 環保隨行杯」，以玉米澱粉加工製成的特殊環保材質，製程中不造成汙染且可於環境中自然分解，此環保隨行杯廣受會員歡迎，2015年的生日禮兌換率較2014年成長17%。

響應政府刺激經濟消費方案，凡於2016年2月29日前至愛買購買具備省水、節能標章的家電，除可獲得政府補助最高兩千元之外，愛買再提撥八千萬元加碼，消費者可享有最高現折一萬元的優惠。愛買對於環境保護的重視，贏得新北市政府環保局「綠色循環優良商店」、台北市政府表揚有功單位「節能產品積極促銷」與桃園市政府綠色行銷力「綠色商店最佳行銷」等獎項，證明愛買在推動事業廢棄物減量、資源循環再利用，以及推動節能減碳與綠色商品的優異成果。

亮點故事——板橋大遠百助低收入戶一起節電

板橋大遠百(Mega City)響應行政院之節電政策推動全民節電行動，提供LED燈具給社區鄰里低收入戶做使用，以自身節能的相關資源與技術協助社區鄰里提升自主節電力量。2015年10月與經發局洽談後，2016年1月4日時由新北市板橋區福丘里里長完成需求統計並提出申請單，兩週內提供共100顆給社區鄰里低收入戶申請使用。遠東百貨不只是愛護環境，更希望以本業為出發點，為社會盡一份心，擴散服務鄰里的正能量。

遠百購物紙袋通過FSC驗證  
並使用環保油墨印刷



2015年愛地球卡兌換數量

兌換項目	兌換數量
10點 super e-card 100點	105
20點 Happy Go卡 15點	220
30點 50元消費抵用券	680

會員專屬禮物與贈品





遠百零售集團大力推行電子票券與付款，實施停車磁卡與電子票卡結帳等降低資源浪費。板橋大遠百（Mega City）、台中大遠百（Top City）、新竹大遠百、台南大遠百以及遠百花蓮店的停車場管理皆採用磁卡，大幅減少票券用紙量，為維護綠色環境貢獻心力。以台南大遠百為例，自 2013 年起，將停車場管理系統所使用之票券改為磁卡，原本 2012 年須購買 305,000 張票券，現在可大幅減少紙張消耗，減少森林之砍伐。此外，遠百板橋店於 2015 年評估將停車票卡改為磁卡，預計於 2016 年 4 月完成更換；遠百桃園店及遠百高雄店也在評估中，遠百嘉義店並無停車場，而遠百寶慶店因車道為單進單出，需以人工控管，故尚無法以磁卡替代票券。

遠百零售集團對於環保的承諾，不僅在自身的產品及服務上，更積極延伸到整個價值鏈。我們十分重視提供給顧客舒適的購物環境，遠東百貨及遠企購物中心均在商場及辦公場所內廣設植栽，營造自然舒適的購物環境，並希望能藉此降低室內二氧化碳濃度，提升空氣品質。



### 2.3.2 智能打造綠商場

位於板橋大遠百（Mega City）旁遠東百貨企業總部大樓（Mega Tower）於 2010 年動土，2015 年 1 月啟用，正式成為新北市第一高樓，具有「360 度全視野」，是新北新都心皇冠上最璀璨的綠寶石。Mega Tower 樓高 50 層，兼顧生態（Ecology）、節能（Energy Saving）、減廢（Waste Reduction）及健康（Health）的綠建築四大主軸，由集團企業遠東建築經理股份有限公司設計規劃，從設計到完工營運，每個階段都蘊藏著遠東集團堅持的環保理念，榮獲內政部營建署綠建築標章銀級的肯定。

Mega Tower 符合內政部綠建築評估辦法的九大指標，包括外牆以 LOW-E 或複層玻璃帷幕系統為主，能有效隔絕熱傳導及冷氣的逸散，白天時可充份引入光線，再搭配 LED 燈具，大幅節省室內照明需求，搭配新型空調設備，打造舒適的室內環境也落實日常節能；結構採用輕量化設計，高樓層以鋼骨建築構造，可有效減低一般 RC 鋼筋混凝土施工階段所產生的粉塵，並減少建材的使用量。施工時也針對產生之粒狀汙染物進行防塵與清洗等防治措施，以降低廢棄物產生；在規劃建造期間則進行基地保水，植栽維護與生態綠化。另外，辦公大樓採用各種節能環保設計，為了妥善利用水資源，大樓內部皆裝設節水馬桶、小便器與省水水龍頭，餐廳則設有油脂截留設施等。

Mega Tower 榮獲內政部營建署  
綠建築標章——銀級



台中大遠百（Top City）外型就像是一艘英姿風發的巨型帆船，於 2011 年開幕，採用彈性的節能空間規劃及全方面且多元化設計，營造出結合購物商場、電影院、停車場等多功能用途的新式環保節能概念百貨公司。高樓層以電子互動投影科技打造出「未來庭園」及「大型熱帶擬真海洋」，成為國內唯一虛擬實境的大型百貨。量體面積超過 5 萬坪，卻是最環保的百貨商場，台中大遠百（Top City）外牆燈光採用省電 LED 燈泡面板，內裝採用綠建材，使用綠建材之總面積達 139,127.06 平方公尺；開放景觀空間栽植大型喬木及大量草被，供民眾休憩觀賞及增加二氧化碳代謝率，並於各樓層陽台種植總計 3,000 株黃金露花，以達到立面綠化效果，使整棟建築物放射出綠意盎然的生命活力，屋頂上則設置綠化元素營造視覺美觀效果。

台中大遠百（Top City）設有環保太陽能發電系統，電力提供樓面部分照明，可有效節約用電，達到環保、永續、潔淨能源之運用，為百貨業再生能源運用之標竿。商場空調則是遠東百貨第一套儲冰節能空調系統，利用夜間離峰時段操作儲冰空調系統，避開尖峰時間的用電負荷，有效降低碳排放量。2015 年電費與前一年相比共減少新台幣 749 萬元。

台中大遠百（Top City）全館水龍頭皆裝置省水閥，並且建置雨水回收系統，可容納 340 噸雨水回收量，經處理後再利用於景觀灑水系統；建築物基地內高透水性植草磚面積多達 2,300 平方公尺，能有效保持土地涵養量。

種種與科技結合的綠能智慧，使得台中大遠百（Top City）在容納大量消費人潮時，亦不致於消耗過多的能源與天然資源。近幾年受到氣候變遷的影響，極端天氣狀況越來越頻繁，台灣的旱象問題也愈趨嚴重，年年都必須面臨限水政策實施的難題；然而透過有效的保水與雨水回收系統，使得台中大遠百（Top City）在 2015 年限水期間亦能維持正常供水，且不浪費任何寶貴的水資源，透過在綠能建築科技上的細節規劃，充分展現遠東百貨對於環境的涓滴用心。

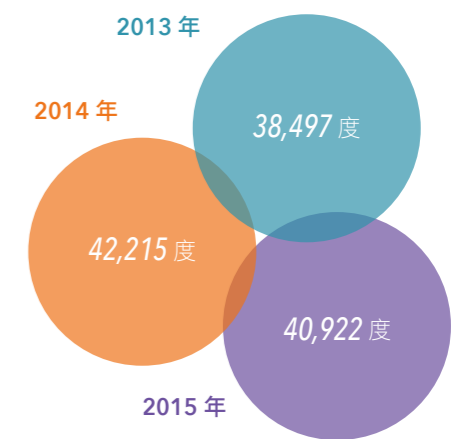
### 2.3.3 安全貼心全客層

作為知名且重要的娛樂消費場所，遠百零售集團每天容納眾多來往顧客，週末假日更是聚集大量人潮，我們時刻關心顧客的健康與安全，所以多年來我們不斷提升賣場購物環境及安全設施改善，為每一位來賓打造舒適自在的購物空間。

遠百零售集團考慮到我們的顧客來自全客層，為了照顧不同族群的需求，我們在商場設施、動線與服務上做了許多細心的規劃，提供每位顧客最舒適便利的購物環境，讓每位顧客都能享受到貼心、感動的服務。我們在百貨及賣場內設有服務台及服務人員，隨時提供協助並解決顧客的問題。此外我們也設有無障礙設施，並響應當前低碳樂活的腳踏車風氣，裝設腳踏車架，確保顧客在前往百貨及賣場購物的途中能夠通行無礙。我們細心關懷婦女、嬰幼兒以及銀髮族，設有育嬰室／哺集乳室及輪椅等設備供顧客使用，致力提供全家庭、全年齡的購物環境。此外，我們在保護顧客的健康及安全上不遺餘力，每一間遠東百貨均設置急救人員與急救箱，做到百分之百的保障。



台中大遠百（Top City）太陽能發電量





遠百零售集團安全與便利設施

設施	遠百	愛買	遠企購物中心	city'super
便利 無阻礙	計程車叫車 / 排班服務	●	●	
	樓層介紹與指引標示	●	●	●
	服務動線標示	●	●	●
	腳踏車架	●		
	無障礙廁所	●	●	●
	身障停車位	●	●	●
	無障礙升降梯	●	●	●
	斜坡道	●	●	●
關懷 婦嬰幼	孕婦專用車位	●		
	服務台提供女性用品	●	●	
	嬰兒車	●	●	●
	防走失貼紙	●		
	育嬰室 / 哺集乳室	●	●	●
	紙尿布	●	●	●
	廁所尿布台	●	●	●
銀髮 快樂活	老花眼鏡	●	●	
	貨架商品放大鏡		●	●
	輪椅	●	●	●
	賣場休息椅		●	●
	拐杖椅		●	
貼心 全關懷	樓面輔導員	●		●
	愛心傘	●	●	●
	置物櫃	●	●	●
	免費臨時手機充電站	●	●	
自然 又健康	手指消毒機	●		
	飲水機	●	●	
安全 有保障	監視攝影機	●	●	●
	緊急服務鈴 / 對講機	●		
	電扶梯服務鈴		●	
	安全候車區	●		
	消防設備	●	●	●
	逃生設備	●	●	●
AED 與 急救人員	AED 設施	17	19	
	急救人員	76	53	
	急救箱	●	●	●

• 各式設施視各分店需求及實際空間設置；設施定期檢查狀況請參閱「2.3.4 智能管理零風險」。  
• 由於 city'super 為百貨超市，故多數安全與便利設施由百貨業主於商場內設置。

▶ 板橋大遠百 (Mega City) 對於育兒婦女的關懷與照護更延伸到了停車位的需求：板橋大遠百 (Mega City) 於 2014 年起提供 30 個婦幼專用停車位，並以紅外線攝影機 24 小時監控，以確保婦幼的人身安全。



▶ 為維護商場公共安全，遠百零售集團各營業據點均設置滅火設備、警報設備、避難逃生設備、消防搶救上之必要設備以及其他經中央消防主管機關認定之消防安全設備，均符合消防法及各類場所消防安全設備設置標準，並制定相關管理辦法。有關消防安全設備的定期檢查及請參閱「2.3.4 智能管理零風險」。



▶ 遠東百貨於各分公司商場皆設有哺(集)乳室，讓哺乳期的婦女也能夠放鬆自在地享受購物樂趣。哺(集)乳室中另設有緊急安全鈴，提升有哺乳需求之女性顧客更安全、親善的環境。板橋大遠百、遠百板橋店及遠企購物中心更多年蟬聯獲選為新北市及台北市優良哺(集)乳室。

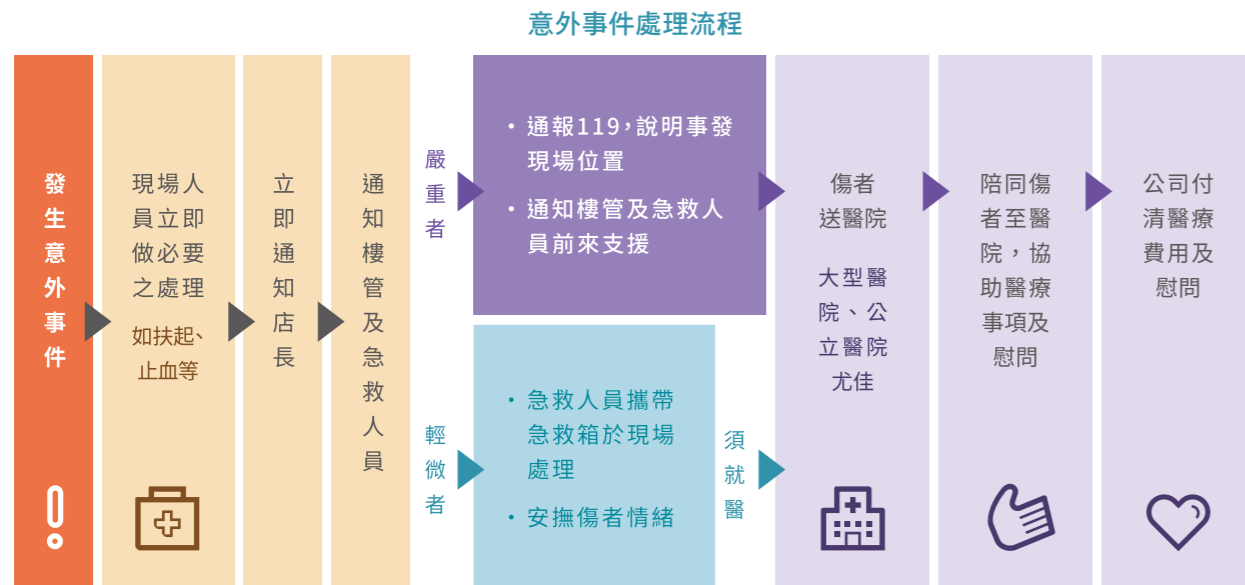


▶ 遠東百貨在各分公司裝設符合衛福部規定之自動體外心臟電擊去顫器 (Automated External Defibrillator, AED)，且各分公司皆有指定 AED 管理員，如此一來在發生突發性心臟停止跳動之意外時，便能提升急救效率，爭取搶救時機，板橋大遠百 (Mega City) 亦於 2014 年成為新北市首家通過「AED 安心場所」認證的大型百貨公司。遠東百貨每位 AED 管理員皆依法完成訓練，並由 AED 設備廠商每年定期辦理 AED 及心肺復甦術 (Cardiopulmonary Resuscitation, CPR) 課程，使公司員工及專櫃人員熟悉設備操作；AED 設備廠商亦定期進行設備檢查，確保 AED 設備可正常使用。





為能及時掌握及處理顧客於商場發生之緊急意外事件，進而化解或降低意外事件可能產生之危機，遠東百貨設有「營業（工作）場所意外事件處理作業標準」，若有顧客受傷，即刻依標準程序，通知專業急救人員協助作初步急救，並就近陪同傷者至大型醫療院所就醫。意外事件發生後，遠東百貨亦確實紀錄發生意外顧客之聯絡方式、意外事件發生之原因、地點、日期、傷勢及處理結果，意外發生的原因由相關單位立即檢討及改善，顧客的後續追蹤由課級以上主管進行關懷，確保顧客對遠東百貨之處理方式感到滿意之後，再將該意外事件結案歸檔。2015 年遠東百貨發生 1 起，愛買發生 6 起因顧客不慎跌倒受傷而產生意外保險賠償的案件，遠百零售集團均負起照護顧客的責任，遵循意外事件處理流程盡力妥善處理；此外我們也派員定時巡視現場，持續改良賣場環境，並適時進行廣播溫馨提醒顧客注意自身安全，避免意外事件再次發生。



儘管已建置完整的緊急事故處理程序，遠百零售集團對於顧客的安全維護始終未敢鬆懈，因為我們深知「預防重於急救」，商場安全必須著手於日常營運的細節，才能真正給予顧客安心的消費環境。

遠東百貨要求樓管人員每日巡視現場，發現有任何不安全狀況，例如地板不平、電線裸露、走道未淨空等，應立即改善。樓管及專櫃人員平日也須隨時注意物品存放、陳列道具是否不安穩或損壞，如有損壞，應立即修妥或換新。此外，若遇商場有小朋友追逐嬉戲或玩弄手扶梯設備等危險動作，樓管及專櫃人員會適時勸止。分公司各級主管固定於每日巡視現場，發現有任何不安全狀況便立即改善。客服人員亦會定時廣播提醒顧客注意安全事項，如娃娃車、年長者、身心障礙者不要搭乘手扶梯，應改搭乘電梯等。

city'super 分店均設有行政保全人員於營業時間內在賣場巡視，同時賣場同仁多數配有對講機，一旦發現行為可疑人士或是有狀況發生時，都能第一時間通報及進行應對處理；賣場亦於多處設置監視器，保障消費者安心購物的環境，若是顧客有財物遺失的情形，city'super 亦能協助其調閱監視器畫面進行確認，甚至顧客報案後協助提供警方所需資料。

### 2.3.4 智能管理零風險

遠百零售集團重視顧客於商場購物時的體驗與感受，更在乎顧客的安全與健康，我們持續完善安全衛生的硬體設施並加強管理，也致力為顧客打造零風險的購物環境。

遠百零售集團每日進行賣場清潔，消毒扶梯把手及電梯按鈕，並定期執行蟲害、鼠害防治與全館消毒。為了顧客的健康。在政府機關如衛福部公布之流行性疾病期間，對於從業人員進出進行消毒及監控，若從業人員感染流行性疾病，則協助其進行自主性居家隔離及管控。

遠百零售集團定期檢查項目

頻率	每天	每月	每季	每半年	每年
檢查對象	<ul style="list-style-type: none"> <li>商場檢查與樓面巡檢,確保、消防及逃生通道暢通</li> <li>用電安全如電源及插座,廠商不可私設電源及插座</li> <li>危害物品作業管制</li> <li>冰水主機運轉狀況檢查(二小時)</li> <li>打烊後檢查瓦斯及電源</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>發電機(每月二次)</li> <li>空調設備更換或清洗濾網</li> <li>冷卻水塔檢查及維護</li> <li>飲水機水質、防感電設施</li> <li>蓄水池檢查水塔清潔衛生、安全</li> <li>自行檢查消防設備及逃生路線</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>空調設備用電設備與馬達定期檢查</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消防安全與避難設備進行設備整體檢查</li> <li>檢測室內 CO<sub>2</sub> 濃度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>升降機、昇降梯</li> <li>機械停車設備</li> <li>高壓電氣設備</li> <li>低壓電氣設備</li> <li>發電機</li> <li>局部排氣裝置、空氣清淨裝置及吹吸型換氣裝置</li> <li>空調設備檢查</li> <li>冰水主機</li> <li>冷卻水塔</li> </ul>
管理方式	以檢點表每日檢查完畢之後交由管理人員及負責單位簽核確認	每個月進行細部檢查及維護	定期檢查	進行整體檢查	每年針對各項設備進行整體檢查
遠百零售集團自動檢查計畫					

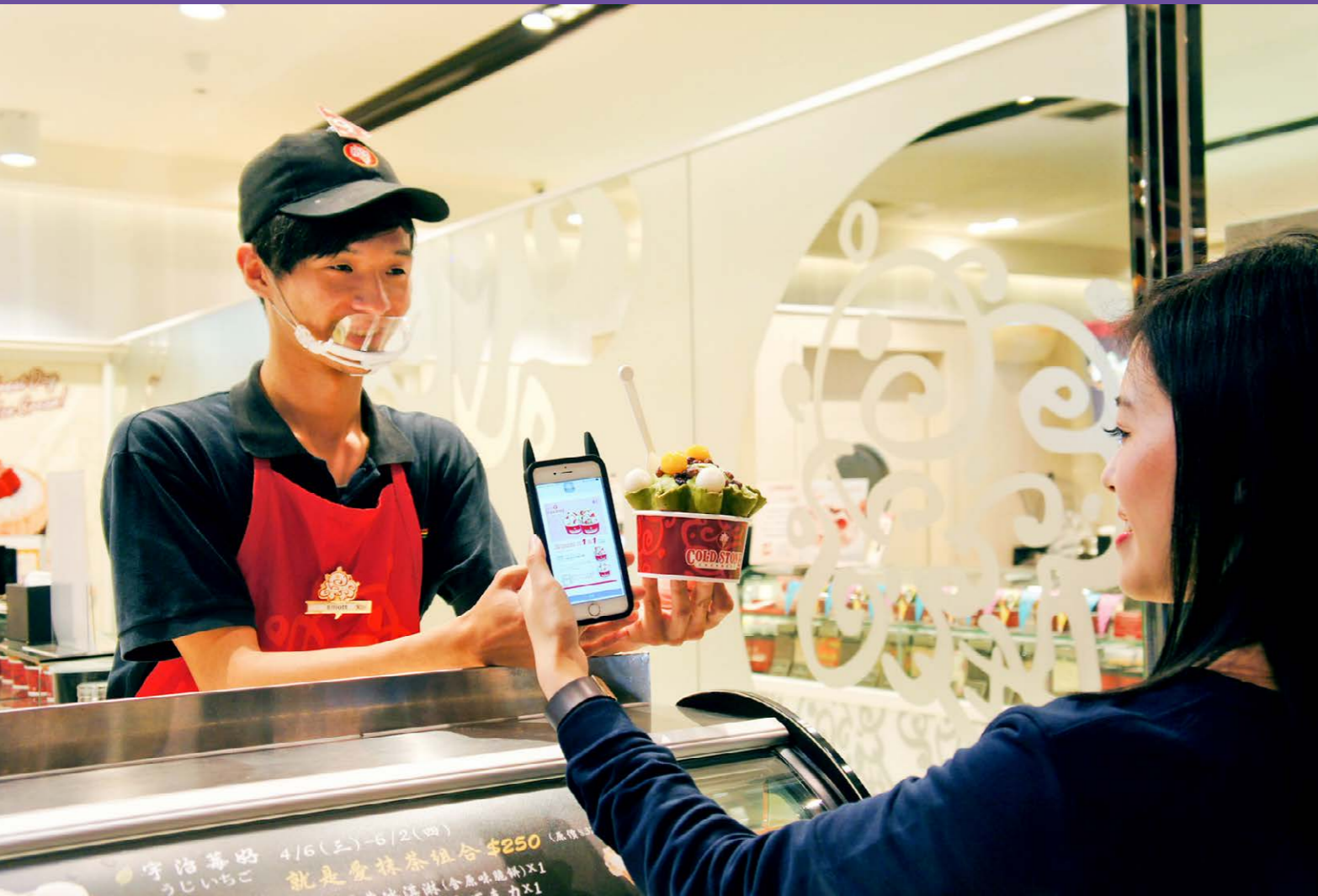
此外，針對商場環境安全，遠東百貨除每日進行商場檢查與樓面巡檢，制定「自動檢查計畫」，各分公司須據此進行檢查商場所有設備與硬體，並定期委託外部廠商進行檢測與維修。為確保商場室內空氣品質，遠東百貨定期檢測商場溫度，並每半年委託外部查證單位檢測室內 CO<sub>2</sub> 濃度，於 2015 年制定室內空氣品質維護管理計畫。遠東百貨之環境安全管理由大處著眼，小處著手，對於商場樓面之各類設備與器材，除了遵循政府法規之外，亦要求專櫃人員與樓面負責人員積極主動管理，盡力降低顧客於商場內之生命與健康風險。

為加強防災教育及防災意識，將意外事件對顧客所造成的風險降至最低，各公司亦定期辦理消防安全評估與消防演練，每位人員皆賦予消防編組任務進行演練，並由當地消防局人員講授緊急應變觀念，使每位人員熟悉緊急應變處置，保障商場安全。遠東百貨亦配合主管機關定期抽查檢視消防安全設施，若有不理想之處將立即修正。

北市府建管處及消防局於 10 月時進行商場公共安全及消防設備檢查，遠企購物中心因當天專櫃廠商正利用安全通道進貨，故有貨物暫時堆放導致抽檢缺失，遠企購物中心於隔天即完成改善並通過複查。台南大遠百及台中大遠百 (Top City) 也因類似事由之公共安全檢查，各罰款 12 萬元，事後樓面主管均提醒專櫃廠商安全第一的重要性，並加強消防安全宣導，避免類似事件再度發生。同月份板橋大遠百招牌「C」字起火時，即立刻依照消防緊急應變程序即時撲滅火勢，確保所有人員平安無事。

遠企購物中心於新進人員訓練中加入防災及急救課程，每半年配合「遠企中心聯合消防暨防護團講習」，講習內容為防災常識、緊急救護心肺復甦術教學、滅火器及消防栓實地操作演練，並每年安排「公共安全防護動態演練」，讓員工及專櫃人員實際模擬遇到災害緊急狀況時如何迅速安全逃生。

為了因應如梅雨、颱風及地震等天災侵襲可能造成之損害，city'super 制定「防颱（災）因應措施」，除了成立緊急應變小組以掌握整體防災事宜，進行設施檢查及防災準備外，並隨時確認最新災況，配合調整營業時間以保障顧客及員工的安全。此外，賣場也因應天災時的需求提供防颱（災）的商品以及民生必需品，用心協助顧客在天災來襲時能安全渡過。



# BEYOND SHOPPING

## 時尚購物智慧體驗



▶ 行動購物與網路社群串連，成為擁有 Omni-Channel 的百貨零售領導品牌 ◀

▶ 愛買推出線上購物服務，成為量販業虛實資源整合的最大龍頭，  
提供顧客一站購足的快速到貨服務 ◀

▶ 創新的 3D 虛擬試衣鏡、行動支付與科技推播 iBeacon 服務，科技購物零時差 ◀

▶ 為顧客抵禦食安風暴，嚴選國內外生鮮及食品，以高標準監督餐飲廠商 ◀

▶ 真誠服務，以消費者的心願而經營，近九成顧客對整體服務感到滿意 ◀



## 3.1 科技當道的購物美學

綠色購物與科技智能是遠百零售集團對於未來的承諾，我們將建構全通路的消費模式，提供智能化的購物體驗，帶領顧客走向「商場無邊界，虛實全體驗」的 Shopping 新主張，使遠百零售集團突破傳統零售經營模式的局限，躋身科技零售新領域。

### 3.1.1 虛實整合超體驗

面對電子商務的快速崛起，遠百零售集團近年積極整合實體店舖及網路通路，逐步走向全通路零售。遠百、愛買及 city'super 均打造行動版首頁並提供電子 DM，建構方便快速的行動網路入口，滿足顧客的購物需求，讓消費者可以依照心情與喜好，24 小時隨時隨地，想逛就逛、想買就買，享受虛實整合的全通路消費。

遠東百貨除在官網提供最新商品線上電子 DM 外，也配合檔期建立活動專頁，如 2015 年遠百週年慶活動日誌，顧客於線上即可掌握各分店的排隊商品、來店禮及活動時程等，讓週年慶資訊一網搞定。

因應社群媒體的興起，遠東百貨也積極經營 Facebook、官網等平台，增加與消費者的互動，2015 年粉絲團人數總計已將近 50 萬人，官網的日平均流量也近 7 萬人次。

2015 年 4 月，遠東百貨在時下最流行的手機社交軟體 LINE 開設官方帳號，開通時搭配文創檔期，推出與插畫家「山羊先生」合作的「太陽寶寶與山羊先生」貼圖供免費下載，貼圖使用次數總計近 2 千萬次，並結合實體門市來店禮、裝置藝術以及捷運彩繪列車等多元的行銷活動，成功地將社群粉絲也吸引到實體店內走動。2015 年遠東百貨 LINE 官方帳號加入好友人數超過 240 萬，每月平均推播 12 則訊息，on-air 每檔平均 10 萬人參與。遠東百貨持續傾聽顧客的聲音，用心滿足每一個人的期待，日新月異的智慧科技讓我們能夠進一步提供更加客製化、個人化的服務。

板橋大遠百 (Mega City) 以虛實互導的方式，根據顧客關係生命週期，利用多元數位媒體創造不同接觸點，跳脫傳統紙本 DM 與型錄宣傳模式，以低碳的行銷手法將宣傳效益極大化，並透過不同媒體的定位，與消費者進行溝通，提高顧客黏著度。商場內提供方便快捷的 Wi-Fi 上網服務，設置 iBeacon 觀察顧客的消費動態，預知顧客的購物需求，搭配遠東百貨 APP 推播，每月近 50 條不同的推播內容，精準提供商品訊息，增加消費者購物的樂趣和滿足感。

另一個虛實互導的最佳實例則是板橋大遠百 (Mega City) 及臺中大遠百 (Top City) 所展示的「3D 虛擬試衣鏡」。利用「體感偵測」與「擴增實境」技術，顧客不需走動、穿脫，即可試穿商品，男女老幼皆能輕鬆使用，連上行動裝置便能進行付款，廣受好評。遠百寶慶店也加入由資策會與 OPEN-LIFE 合作的「西門町智慧商圈導入」，透過佈建 iBeacon 微定位技術與 CheckMe APP 的紅利積點與兌換，打造西門町智慧商圈，讓消費者「逛到哪，點數跟到哪」，讓實體雲端零時差，提供創新的購物體驗，處處是驚喜。

山羊先生 LINE 貼圖



3D 虛擬試衣間



iBeacon 服務



愛買最新於 2015 年板橋開幕的南雅店，是全台營運據點中唯一實行 Omni-channel 的新概念店，不只全館提供免費 Wi-Fi，並提供 8 座 USB 手機充電區，只要下載「i 逛愛買」APP，就能即時看到賣場內最好康的訊息、商品搜尋及導購、停車場導引等，平均每日有 2,000 人次使用。全棟賣場以 iBeacon 數位科技推播訊息，逛到哪，推播到哪，商品好康透過手機推播馬上知道；賣場也設置 ifunction 機台，顧客可以透過機台瀏覽商品及購物；「線上購物體驗區」則提供網路上 10 萬支商品。愛買也是最早使用 NFC 支付機制的量販店，消費者可利用手機近距離支付，就像用感應式信用卡支付一樣，「噠」一聲就完成，讓結帳更快速方便。

愛買於 2015 年開始發行客製化的 eDM，並利用 Yahoo! 關鍵字廣告、Google 關鍵字廣告、圖像式廣告，以及 Facebook 粉絲團操作和官網訊息發布等數位媒體與顧客建立數位溝通管道，相較於 2014 年以紙本 DM 為主的行銷方式，共計減少印刷紙本 DM 約 280 萬份，不僅有助於環保減碳，也拉近了與顧客間的距離。

ifunction 機台



線上購物體驗區



city'super 積極推動網路與社群行銷，每月平均寄發 18,500 封電子報，Facebook 粉絲頁截至 2015 年底已累積將近 46,000 人，除此之外 city'super 亦定時在官網更新美食雜誌、時令食譜等豐富多樣且具知識性的相關內容，讓消費者接收到的不只是單純的商品訊息，而是更多元的生活風格提案，滿足了民生需求、也提昇了生活樂趣。尤其是各式時令食譜，一直以來都是 city'super 最受歡迎的服務之一，除了以紙本印刷置於各分店供消費者免費索取之外，亦同步於官網上傳電子版，並在全台最大食譜社群網站「愛料理」上開立品牌專區與美食愛好者進行互動，相較於只印刷紙本食譜，更能擴大影響力。city'super 發行的愛地球卡集點於 2016 年更進一步啟動全新雲端集點功能，取代往年紙本集點卡模式，除方便手機用戶以 APP 即時查詢外，更可減少因集點卡印刷所產生的紙張資源浪費，進一步以實際行動與消費者一起環保愛地球。

遠企購物中心亦運用社群媒體推廣館內外活動，於 Facebook 粉絲頁提供藝文活動、創意講座等資訊，並每月定期發布敦南廣場市集活動訊息，介紹即將參與活動的攤商，豐富粉絲專頁內容，透過社群網站的傳播力，和眾多 Facebook 使用者互動，提升粉絲滿意度及黏著度，讓時尚商圈更加親近人群。

遠百零售集團站在「隨經濟」的浪頭，積極建立虛實整合生態圈，緊密連結產品、服務與顧客，不只滿足顧客隨時隨地的購物需求，更實現了顧客夢想的消費方式，打造超乎想像的智慧購物品牌。

遠企購物中心 Facebook 粉絲頁





### 3.1.2 雲端購物逍遙遊

為了提供顧客全方位且零距離、零時差的消費體驗，並因應電子商務與行動購物之消費潮流，遠東百貨、愛買及 city'super 紛紛在集團企業共同建構的 GoHappy 快樂購物網開設線上購物平台，提供各類精緻商品，讓顧客隨時隨地享受便利的購物服務。在行動支付方面，繼 2014 年推出 Happy Cash 電子票證之後，2015 年 4 月更與歐買旗下的歐付寶合作，新增第三方支付功能，成為國內大型百貨業第三方支付先驅，消費者可在手機上直接刷卡付費，使結帳更為便利也更具隱私性。

除了 GoHappy 快樂購物網，遠東百貨也於官網下開闢各館購物平台，消費者可以線上購物，到店取貨，強化線上線下互動整合，獨家限量優惠商品不需現場排隊，只要滑鼠輕點就能輕鬆取得，運用數位消費打造低碳節能的綠色購物流程。

愛買自 2013 年加入 GoHappy 快樂購物網後，成為該平台銷售成長率最高的品牌。2015 年 9 月更與網路最大入口商城 Yahoo! 奇摩超級商城合作，提供愛買線上購物服務，正式成為量販業虛實資源整合的最大龍頭。憑藉著網路購物實體服務，所有民生用品可一次購足，以網購量販價、生鮮食材品項數最多，及品質保證等優勢，提供顧客更便利的網購服務，近兩年業績倍數成長，商品品項數更獲得 EZprice 評選 2015 台灣 B2C 網購平台業界成長率最高，達 46.33%，線上購物的快速到貨服務亦深受顧客好評，再搭配愛買行動閃購手機 APP，讓顧客不只跨越虛實，也能在螢幕與螢幕間輕鬆跨屏購物。

愛買線上購物在實體量販店的強力後援之下，線上商城的商品數量接近 2 萬項，搭配持續茁壯的物流體系推出快速到貨服務：冷凍冷藏商品在當天早上 9 點前下訂，就能在 12 小時內到貨；常溫商品則只要在早上 11 點前下單，就可以 9 小時到貨，讓每位顧客都能即時享受「一站購足」的便利與滿足。愛買的線上購物服務不斷精進，即使訂單成倍數成長，服務水準仍然受到極高肯定。

無論是親臨賣場或是漫遊於網路商場，遠百零售集團為了讓每一位顧客都能夠享受一貫的優質服務，我們對於配合提供線上購物的廠商也具有專門的規範，將我們自始至終為顧客著想的心意延伸到雲端，相關管理方式於下一節有更詳細的說明。

遠東百貨 LINE iOS/Android

遠東百貨 APP iOS/Android

遠東百貨官網 iOS/Android

i 逛愛買 APP Android

愛買行動閃購 APP iOS/Android

愛買於 GoHappy 開設的線上購物商城



愛買 Yahoo! 奇摩超級商城



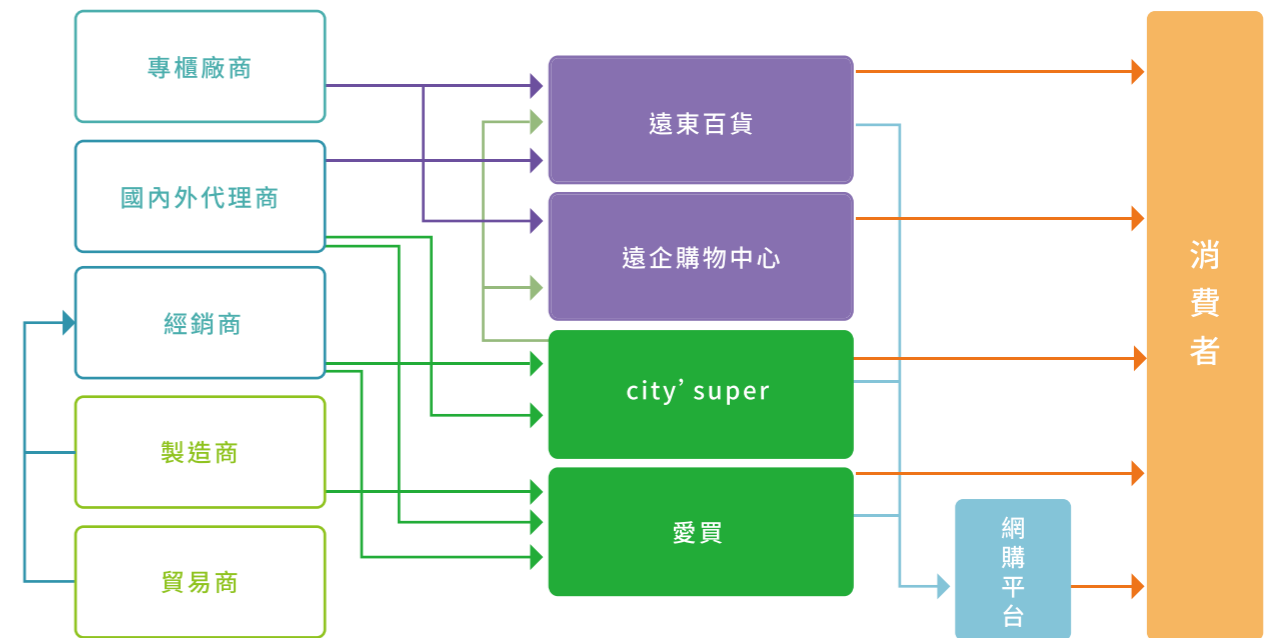
## 3.2 用心真誠的商品管理

遠百零售集團用最誠摯的心打點每一個環節，致力提供顧客流行時尚、精緻享受、隨意滿足與實惠生活。

### 3.2.1 攜手維護高品質

遠百零售集團經營類型橫跨百貨公司、量販店、頂級超市，商品及服務供應方式各有不同，為了提供給顧客高品質的商品及服務，我們也依據各種服務類型發展出適當的管理方式，遠百零售集團的商品及服務供應關係如圖。

遠百零售集團商品及服務供應關係圖



遠東百貨除了少部分自營商品之外，大部分的產品與服務皆由專櫃廠商提供。專櫃廠商的產品與服務品質牽動著顧客對於遠東百貨的評價與喜好，因此專櫃廠商的挑選與管理，是遠東百貨在營運上的關鍵任務。遠東百貨及遠企購物中心與專櫃廠商皆訂有合約，規範專櫃廠商所提供產品須具備合法正當性，不得侵害他人權利，且不得陳列、銷售政府規定之違禁品，亦不得違反相關法令。

每位員工皆是向顧客傳遞服務品質的重要媒介，為使顧客感受一致性的服務與基本的專業能力，遠東百貨訂定從業員服務手冊，專櫃廠商派駐之銷售人員需遵守手冊規範，並定期進行專櫃人員服務品質抽查以確保服務具備相當程度的基本水平。遠東百貨亦要求合作之貨運人員於賣場遞送貨物時須遵守相關規範，避免影響顧客購物環境品質。



愛買及 city'super 的供應商眾多，為了嚴格把關商品品質，採購合約中明文要求供應商應保證所提供之商品皆須符合明列之一切安全、衛生規範及法令規範，並於驗收時逐一核對檢視商品是否符合法規及合約規定。此外，愛買透過嚴選優良供應商，檢驗商品品質認證（如生鮮肉品 CAS 認證），委託 SGS 等專業檢測公司抽檢商品品質，以及自設快篩檢驗室等機制，從營運部門到產品檢驗，層層檢核把關，提供有保障的安心商品。

city'super 以供應多元的國際商品為特點，因此特別重視對於進口商品的品質管理，一般商品進口均先請國外代理商提供商品材質後，確認商品是否符合台灣進口法規後，才會進行採購。若為美妝保養品，則由香港公司統一協助確認是否符合進口法規後，再進行採購。

愛買委託供應商製造之自有品牌產品，亦於共同採購合約中明文規定供應商應依愛買要求或指定之規格或規範，製造供應該等商品，並保留與該商品相關的進貨、研發、生產製造、品管、出貨、檢驗與衛生安全等文件。除要求供應商提供相關的認證與證明，愛買並得自行或委託第三人對該商品進行檢驗與稽核，包括但不限於商品本身、研發、原料、設備與工具、生產製造及品質、環境衛生安全，及其相關管理流程與文件等，務必讓顧客買得放心，用得安心。

遠百零售集團供應鏈規範

專櫃規範		商品規範
<b>專櫃廠商合約規範</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>與遠百零售集團共同遵守相關法規與管理制度</li> <li>配合消費者要求商品退換或其他售後服務</li> <li>顧客爭議、求償、申訴或訴訟等狀況時提供完整協助</li> <li>販售之商品及服務有安全疑慮時，須先行下架，暫停販售，待安全無虞後，再重新上架</li> </ul>	<b>專櫃從業員從業員服動手冊</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>穿著遠百零售集團之制服或經核可之自有制服</li> <li>符合遠百零售集團出勤要求</li> <li>具有良好之服務禮儀</li> <li>符合要求之營業行為</li> <li>配合維持商場安全衛生</li> <li>配合接受消防安全、安全衛生等教育訓練</li> </ul>	<b>供應商合約規範</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>遵循遠百零售集團要求之相關法規</li> <li>商品需符合保存期限規定</li> <li>配合顧客退貨、品質保固等後續處理</li> </ul>

遠百零售集團對於線上購物廠商在提供產品與服務之規範

<b>產品品質</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>於銷售前持有合法證照，並具有提供及銷售該商品之正當權利</li> <li>產品須符合主管機關之法令規定</li> <li>食品類(含加工商品)：出貨商品應至少有保存期限二分之一以上之有效期限(特價品除外)</li> <li>美妝保養品：出貨商品應至少有保存期限三分之一之有效期限(特價品除外)</li> </ul>	<b>線上交易</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>最終結帳金額內含運送、包裝、稅捐等費用，不得另向顧客收費</li> <li>廠商應保持最低安全庫存量，以順利出貨</li> <li>不得拒絕或延遲出貨，若另有約定除外</li> </ul>
<b>版面刊登</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>資料正確合法</li> <li>不於線上訂購資料或其他相關廣告文案上，明示或暗示商品之療效、指稱為藥品或健康食品、或為其他任何不實或虛偽之陳述</li> <li>刊登之圖文不得侵害他人智慧財產權</li> </ul>	<b>售後服務</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>應提供消費者七日之商品鑑賞期，於商品鑑賞期限內無條件退換貨</li> <li>協助處理產品銷售後之消費糾紛</li> <li>提供商品瑕疵擔保、保固維修等售後服務</li> </ul>

### 3.2.2 標示明確有保障

對於遠百零售集團所販售之商品，我們皆積極推動商品正確標示，以保障消費者權益，使消費者在購買商品時，不至於因為標示不清而產生誤會，造成消費糾紛；此外遠百零售集團也希望以透明、清晰的商品標示，給予消費者實在、可靠的資訊，維持遠百零售集團企業經營的信譽，並藉此建立良好的商業規範。

秉持此原則，遠百零售集團依據各項商品特性制定內部規範進行管理，商場內所銷售之產品與服務皆須遵守主管機關之相關商品標示及規定，廠商於提供商品時即需符合規定，我們也進行定期的稽核與不定期的抽查，確保商品標示符合要求。

2015 年遠東百貨稽核單位依據內部管理規範，自行抽查上架化妝品專櫃商品之標示及保存期限，符合法令規範之比例超過 99%，包裝折損或標示不完整之商品則立即下架處理。對於產品標示，遠東百貨採取主動積極保護消費者之作為，因為清楚的商品標示不只是法令規範的遵循，而是顧客基本權益的維護，從而提升顧客滿意度，減少顧客因產品標示不清而造成之客訴、退換貨或交易糾紛，為遠東百貨與顧客帶來雙贏的效果。



### 3.2.3 行銷推廣求務實

零售業最主要的行銷宣傳工具為廣告文宣刊物，近年來由於標錯價格、促銷方案未清楚說明、限制性優惠條件未列出...等各種消費糾紛頻傳，因此遠百零售集團對於行銷推廣之文宣，皆要求清楚的價格標示及資訊告知，包括商品的標價、標章及認證、保存期限以及進口商品的來源等，以保障消費者的權益，減少消費糾紛的產生。

遠百零售集團之文宣刊物，無論其內容為廣告、促銷或活動贊助，皆須經由專櫃、廠商及集團內部權責單位三次以上的校閱確認，確定商品價格標示無誤才對外發行推廣。文宣品製作過程中，須落實校稿基本程序，並要求樓面管理人員加強確認廣告宣訊息之正確性，並符合公平交易法的要求。一旦發生誤刊事件，遠百零售集團將立即製作現場及官網之更正啟示，並規劃其他備用的優惠方案作為因應措施。

如發現禁止或有爭議的產品在賣場銷售，會立即透過數位媒體（如官網、Facebook 粉絲團、EDM、LINE 官方帳號、遠百行動 APP 等）、平面媒體（如 DM、新聞稿等）、及電子媒體等管道，以最快速的方式釐清真相，研擬後續處理方案，並於資訊整合之後對外公告，協助並提供消費者執行後續處理相關流程。

以愛買 2015 年中慶發生商品價格誤刊的事件為例，印刷完成後由員工再次校稿時即發現錯誤，愛買立即同步於店內製作更正公告告知顧客，商品部亦同步發函各店，並加強商品部及印刷廠的校稿機制，於每個環節加強校稿，降低事件再次發生的機率。

若因疏失導致上架文案有違反食品安全衛生管理法等相關規定，一旦接獲主管機關通知則立即下架並公告暫停販售，且要求廠商提供合法證明，也會持續加強工作人員對相關規範的瞭解，避免類似情況再度發生。針對政府公告之問題產品也立即與政府單位核對問題商品清單後，通報商品部、營運部即時下架，並由營運部擬定後續消費者退貨機制予各分店。各分店確認商品完成下架，並張貼問題商品退貨公告，完成以上程序再通報政府相關單位並再對媒體發布相關訊息。2015 年，遠百零售集團並無違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規，我們不以此為滿足，仍將持續加強內控管理及檢查機制，以保持產品及服務正確性達 100%。

### 3.3 安心餐飲的幸福生活

遠百零售集團提供的不僅是購物服務，而是在為顧客創造幸福生活。因此遠百零售集團所肩負的責任不是產品或服務本身，而是顧客的身心健康和生品質。質。

#### 3.3.1 優先把關安心食

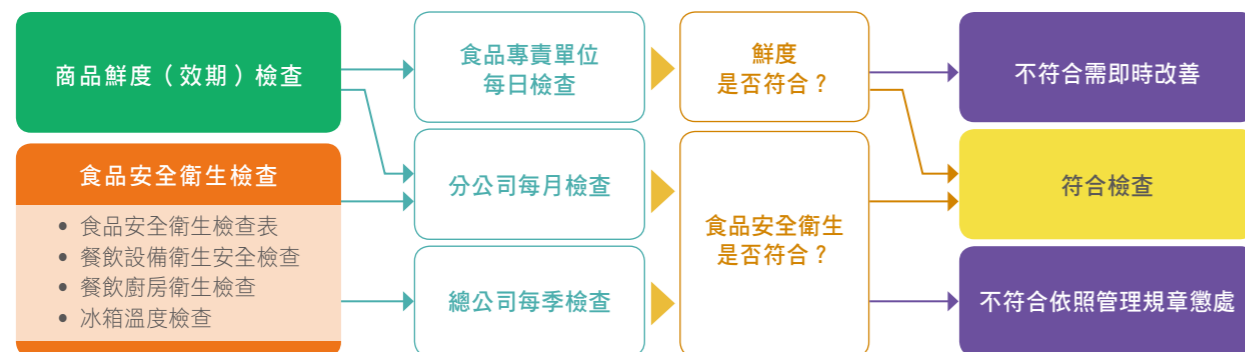
食安風暴的後勁持續席捲全台，餿油、添加物等問題食材引起社會人心惶惶，民眾外食比例明顯下降，然而在消費者對於餐飲業信心低落的情況下，遠百零售集團的餐飲收入卻呈現逆勢成長。這是因為顧客是遠百零售集團最重要的利害關係人，我們相當重視食品與餐飲安全，站在第一線為顧客把關，所以在食安風暴當中依舊獲得消費者支持。

為了顧客的健康著想，我們與餐飲專櫃的合約當中即要求廠商符合安全衛生規範，並預防性地進行餐飲及廚房安全衛生作業檢查，若發現有疑慮之食材、油品，便立即禁用並改善缺失。

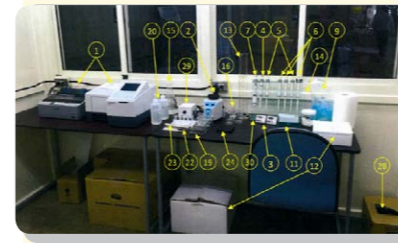
對於販售之食品類商品落實商品鮮度（效期）檢查工作，每月由賣場人員定期提供商品屆期明細表，每天依據賣場鮮度檢查區域圖進行地毯式檢查，並依據訂定之商品屆期標準下架辦理退貨或報廢。然為了盡量減少資源浪費，除於屆期 3 個月前進行商品變價作業外，現場主管可依據實際銷售狀況，報請店長及協理級主管是否將商品以更低價格進行出清。以 city'super 台中店為例，共分為 31 個區域，除假日外每日進行檢查，每 1.5 月整個賣場可完成一次的巡迴檢查。

city'super 從採購起即進行把關，採購時商品需符合食品衛生管理法，具有相關試驗報告、妥善的商品標示及說明，並對商品樣品進行審查及試吃。進貨後各分店定期檢查保存期限及標示，依規定時間將即期品下架，並辦理退貨及報廢相關作業。此外 city'super 也建立食品安全危機處理標準作業流程，若發生食安危機，將立即啟動標準作業流程並建立內外部溝通管道，保持最新資訊流通透明。

商品鮮度與食品安衛檢查圖



#### 亮點故事——愛買對於食安把關的用心



愛買對於包括烘焙、熟食及蔬果等生鮮商品均確認產地，生產過程及工作場所須符合衛生條件；賣場所上架之生鮮商品每 2 到 3 個月即送第三方 SGS 檢驗機構抽檢，確保符合食安衛生條件。2015 年 9 月官方檢查人員進行生鮮商品抽查時發生農藥或藥物殘留超標之情形，愛買立即針對政府通報的問題商品做下架與退換貨機制處理。從此愛買引進商品時，請廠商提供相關合格檢驗證明方能上架，並規劃於 2016 年 2 月在愛買桃園店與 SGS 合作設置快篩實驗室檢測相關商品，建立完整的把關機制，把顧客的安全及衛生視為第一優先。

愛買線上購物以「食品或餐飲服務等郵購買賣定型化契約應記載及不得記載事項」作為標準，確認食品、水果、生鮮、蔬菜類商品等商品說明均符合法令規範，且將管理流程提前至供應商端，於供應鏈平台增加商品資訊填寫介面，讓供應商可在新品上架或維護管理既有商品時，自行確認商品資訊是否符合規定，短期目標將於 2016 年 6 月前完成超過總商品數 20%、共 12,840 支商品資訊的提列與修改，確保顧客權益不受損害。此外，愛買委託供應商製造貼上愛買品牌之商品，亦須依愛買要求或指定之安全衛生規格或規範，並得自行或委託第三人對該商品進行相關檢驗與稽核。各分店依據過期品管理辦法均自主定期執行食品類商品有效期限檢查，避免顧客購買到過期產品。

遠百零售集團不僅要求所提供的食品安全無虞，也對商場內所提供之餐飲服務進行規範，確保餐飲廠商遵守相關要求，為顧客提供美味安全的安心餐飲，成為顧客最值得信賴的日常用餐選擇。

遠百零售集團對於餐飲安全採主動式管理，除了要求餐飲廠商合乎食品衛生管理法等相關規範與作業流程之外，亦於每日針對餐飲廠商進行食品安全衛生檢查，建立有關食品安全之檢查流程與管理制度，由專責單位統一管理。

遠百零售集團對餐飲廠商之要求與規範





### 3.3.2 嚴選商品好評高

四十多年來，遠東百貨始終走在顧客前面，親自為顧客把關挑選頂級的產品，帶領顧客體驗充滿精緻品味與非凡感動的時尚生活。1995年遠東百貨開始規劃自營食品專櫃——FE21' World Gourmet 異國美食館，由商品開發人員親自搜羅各國頂尖食材，從咖啡、橄欖油、紅酒醋到義大利麵醬等等，都是國外歷史悠久的頂級專業品牌。所有進口產品皆依據衛生福利部食品衛生管理法進行查驗，經認證合格產品方能在遠東百貨的自營食品專櫃販售。

遠東百貨自營商品專櫃堅持給予顧客最佳的产品，最好的享受，一旦產品發生問題，亦會以最迅速的速度降低對顧客的傷害與衝擊，並以最積極的態度解決問題。遠東百貨對於異國美食館上架之商品均嚴格把關，不辜負顧客對遠百的期望與信任。2014年9月台灣爆發劣質食用油風波，遠東百貨自營商品所販售之義大利橄欖油及加拿大芥花油純度高、品質優良，相當受到消費者歡迎，持續暢銷至2015年。

作為在地量販店，挖掘台灣各地特色農產、支持本土農業是愛買應有的責任。自2006年起即瞭解到推動臺灣在地好物，提供顧客優質臺灣產品的重要性，隔年開始與農委會合作「瘋台灣」系列主題活動，成為國內第一家無私投入、全心支持台灣農民以及推廣本土農業的通路。

愛買用誠意深入產地，由資深採購員全台跑透透、上山下海深入台灣每個角落，用專業與熱情，建立與農民之間的信任。少了中盤商，讓運輸與時間成本相對降低，不僅能找出最新鮮、最當令的在地生鮮，也塑造出與其他通路的差異化，躍升為台灣農產品通路的第一品牌。愛買力倡「產地直銷」，拉近產地跟餐桌的距離，讓消費者同步品嚐到從土地剛孕育出來的真實美味。

目前愛買線上購物有近5,000項生鮮商品，其中超過350項為產銷履歷、CAS、吉園圃蔬菜、CAS肉品、產銷履歷水產、新鮮現流魚等安心認證或產地直送商品。未來愛買希望每季持續推出一至二成具產銷履歷的臺灣好物，從源頭到賣場嚴格把關，以台灣小農的好物陪伴民眾渡過食安風暴，和顧客一起「瘋台灣」。

#### 亮點故事——

#### city'super 與顧客一起友善地球

除了品質保證的頂級商品外，遠東百貨更積極推動有機及公平交易商品，目前自營商品包括多款具ICEA有機認證的IRIS義大利麵，也將準備販售MOKAFLO與CORSINI公平交易有機咖啡。

city'super 致力成為頂級商品的供應商，以堅持嚴格的眼光挑選商品，提供國內外堅持產品品質且產量有限的小農商品，以及多種有機商品、具碳足跡標示的飲品以及具能源效率標示的節能燈泡等，合計近1,600項。此外，city'super 特地讓環境友善商品分佈在超市各處，隨時隨地融入顧客的購物習慣中，讓顧客在購物的同時可以有意外的收穫。

#### city'super 嚴選標章商品

標名名稱	有機認證	碳足跡	節能標示
數量(項)	975	6	2



#### 愛買瘋台灣推廣活動



#### 吉園圃台灣安全蔬果標章示意 與 產銷履歷示意



### 3.4 以客為尊的體貼服務

為長期有效的經營客戶關係，遠百零售集團需從各種不同的角度來瞭解顧客並進行顧客資料管理，以發展出適合不同客群需求之產品或服務，在維護消費者隱私的前提下，達到最佳的顧客滿意度、忠誠度、維繫率及營業利潤貢獻度。

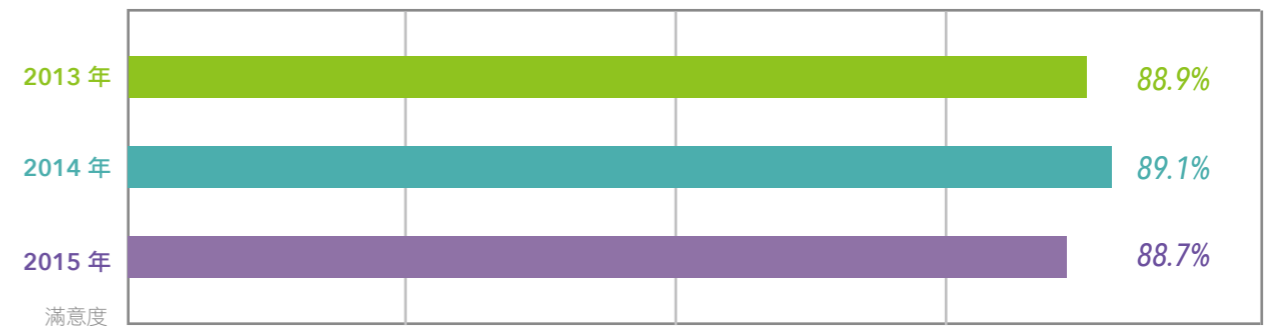
#### 3.4.1 顧客滿意為優先

作為百貨零售標竿企業，遠百零售集團明白，顧客是我們最好的導師，顧客的意見是我們最佳的改進方向，因此我們透過顧客滿意度調查與多種溝通管道，用心傾聽顧客的聲音，針對顧客所提出的意見檢討改進，朝著提供顧客最滿意的服務為目標而努力。

根據以Happy GO卡友為對象而進行的滿意度調查顯示，自2013至2015年，遠東百貨連續三年都獲得近九成的整體滿意度肯定，不論是專業知識、服務態度、處理效率以及處理能力都獲得顧客極高的評價。此外，遠百也每年定期於各分公司進行顧客滿意度調查，調查內容包括商場環境、硬體設施、服務人員、餐飲品質、促銷優惠及其他相關項目。滿意度調查之結果將與前一年度的結果做比較，針對滿意度較低之個別項目進行改善，並根據顧客滿意度之意見回饋，透過內部管理會議檢討，若是能夠立即改善的項目便即刻執行，若是商品面或環境面等需要長時間規劃洽談的項目，便進行審慎評估，做後續之追蹤與執行。

遠東百貨相信，我們永遠可以做得更好，因此顧客滿意度調查除了針對服務品質、硬體設施、商品行銷優惠等面向進行題組調查之外，也於問卷提供開放欄位，讓顧客留下對遠東百貨的鼓勵或批評，作為持續成長與進步的動力。

#### 遠東百貨顧客滿意度調查結果



#### 亮點故事——Mega City 感動服務 贏得顧客真摯感謝

2015年10月3日晚間，接近Mega City板橋大遠百商場的打烊時刻，一位老太太到1F服務臺請求協尋走失的先生，由於先生年事已高、又有輕微失智，令家屬們非常擔心。當時三位值班服務人員—吳依儒、萬音汝、謝秉義聽聞後，立即啟動尋人SOP，一方面安撫老太太的情緒，另一方面透過廣播協尋，並同步以LINE群組通知各樓面幹部、駐守各門口保全員及店內專櫃人員協助留意老先生的行蹤。很快地，一位專櫃人員帶著老先生來到服務臺，當老太太看見老先生的剎那，欣喜的眼淚奪眶而出，現場同仁均被老夫婦的鶼鶼情深所感動。

事後，老太太親筆寫了一封感謝函予遠東百貨徐雪芳總經理，對當日提供協助的工作人員表達謝意，並讚揚遠百同仁訓練有素，才能快速、確實、貼心、溫暖地協助顧客解決問題。徐雪芳總經理對同仁的表現與有榮焉，也勉勵同仁不忘初衷，持續提供顧客真心、熱情、感動的服務力，讓感動服務成為遠百持續前進的動力。

• 資料來源：遠東人月刊2015年12月號

愛買 2015 年針對新開幕之南雅店抽查客戶滿意度，調查方式採店內隨機訪問顧客，超過 9 成之板新店舊顧客對南雅店的購物環境規劃、設施、舒適度、環境衛生項目給予最高 5 分評價，且高達 90% 的客戶將愛買排在經常前往購物的優先順序第一名，整體滿意度分數高於過去的板新店。

愛買近年專注於發展電子商務，自 2015 年 9 月愛買線上購物在 Yahoo! 奇摩超級商城開站以來，提供消費者食衣住行到民生娛樂等各項商品，消費者在訂購出貨後的 40 天內，可對商品品質、出貨速度、售後服務三方面進行滿意度評分，消費者滿意度並會持續累積顯示於商城頁面。對顧客意見與客訴，最晚不超過 48 小時回覆為目標。針對低滿意度的案件，客服會一一去電關懷，向顧客瞭解原因，儘量給予補償或彌補以提高顧客滿意度。至 2015 年 12 月 31 日止整體顧客滿意度平均值為 8.7 分。（出貨品質：8.8 分、出貨速度：8.8 分、整體服務：8.6 分），分數為開站至今的顧客評分平均結果，顧客的評分不僅是鼓勵愛買精益求精的力量，更能夠提供潛在顧客作為服務品質的保證。

### 3.4.2 廣納建議心回應

遠百零售集團非常重視顧客的意見，無論是顧客對於商場軟硬體、產品或服務品質有任何不滿意或建議，皆可透過現場服務櫃檯、商場主管、顧客意見單、0800 客服專線、官網留言或是 e-mail 的方式向遠百零售集團反應，我們會有專人立刻了解情況並協助處理。若是因為專櫃廠商之產品造成顧客不滿，遠百零售集團亦不推卸責任，代替顧客向專櫃廠商反應，解決顧客的問題。

顧客是遠百零售集團最重要的利害關係人，無論是從企業社會責任的角度出發，或是站在服務業的立場，我們都必須對最重要的利害關係人一顧客—作出積極回應。客服人員需秉持迅速、傾聽、致歉、將心比心之原則，及時處理顧客的需求或意見。在客訴事件發生後，服務人員須依據顧客投訴處理程序，將顧客意見紀錄於「顧客意見表」上，請相關單位給予適當協助處理，負責單位則需於二至三天內提供處理結果，以確切掌握消費者申訴處理的黃金時間，力求在最短時間內回應消費者問題。

顧客投訴處理程序



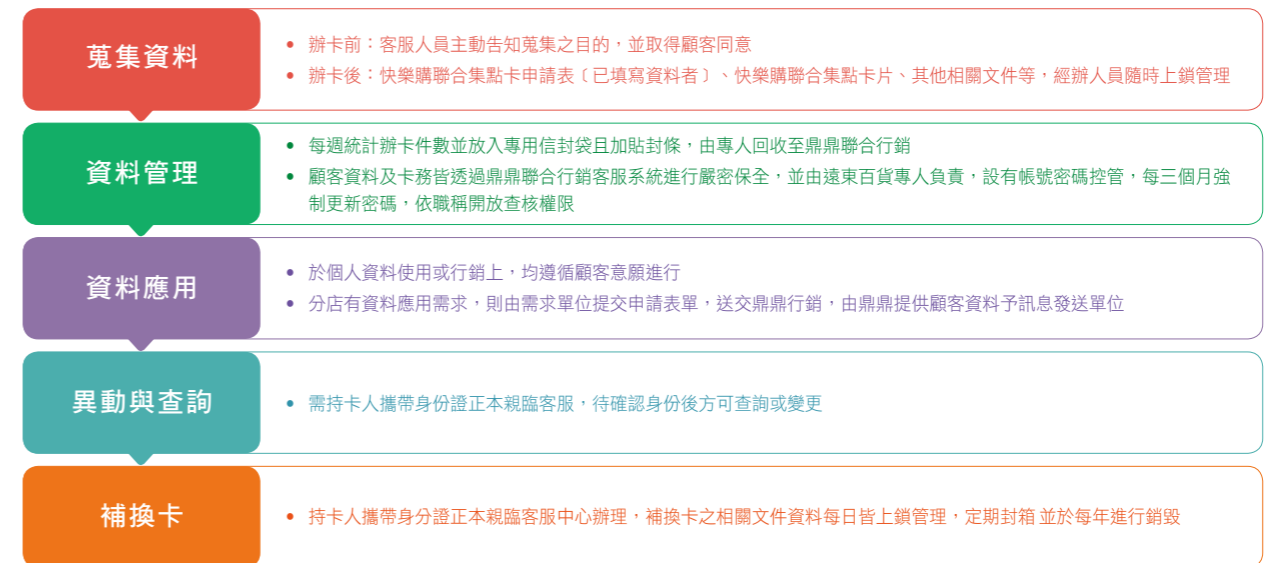
### 3.4.3 隱私保護零失誤

2012 年政府施行新版個人資料保護法（簡稱個資法）後，遠百零售集團於蒐集顧客個資時除需盡告知義務、具有特定目的且符合法律規定之事由外，並須對保有個資採取適當安全維護措施。遠東百貨遵循政府法規，於蒐集顧客個資及個資處理上，皆制定嚴格內部流程與規範。因此我們在 2015 年並未發生違反客戶隱私權或個人資料保護法之違規情事。

遠東集團於 2005 年發行 Happy Go 快樂購聯合集點卡，至 2015 年卡友已達到 1,200 萬人，是國內發行量最大的紅利集點卡。遠百零售集團為快樂購集點卡申辦之主要管道，同時也是主要的消費集點商店之一。因此，保護顧客於辦卡手續中所提供之個人資料，是我們在顧客隱私管理議題上最重要的責任。

顧客資料全數保存於快樂購卡紅利積點平台—鼎鼎聯合行銷股份有限公司，遠百零售集團僅留存會員編號對照檔，供日後與快樂購卡紅利積點平台對應資料，無法以任何方式取得會員資料或鑑別會員身分。快樂購卡紅利積點平台已取得 ISO 27001 (ISMS) 認證，並遵循台灣個人資料保護管理規範 (TPIPAS)，取得資料隱私保護標章 (Data Privacy Protection Mark, DP Mark) 授證。所有快樂購卡友之資料，皆於快樂購卡紅利積點平台之會員資料主機進行嚴格之加密與保管。

為確實遵循個資法之規定，遠百零售集團均遵循「快樂購聯合集點卡管理辦法」，針對顧客個人資料之蒐集、處理、利用及檔案安全維護作業建立相關流程，以有效控管卡片申辦過程中對於顧客資料之保護，相關流程請見表。



遠東百貨及遠企購物中心要求各專櫃廠商，依據個人資料保護法規進行銷售與會員建檔工作，不允許任意保留顧客隱私資料進行後續連繫動作，並要求專櫃廠商簽立（用印）個資保護法同意書建檔；外籍人士簽填之退稅表單也集中管理，以專用資料夾蒐集，保障顧客隱私。

以遠企購物中心辦理 HappyCash 快樂有錢卡之程序為例，證件影本上加蓋「僅供申辦 HappyCash 快樂有錢卡」之專用章後，收納於專用信封袋內，並用封條封籤每日清點及覆核，放置於各專用抽屜上鎖保管至指定回收日，由配合之物流公司派員回收。遠企購物中心也進行內部同仁定期檢查稽核，以及外部不定期派秘密人員測試稽查審核，並參加特約關係企業召開的月會評量結果回報檢討。

city'super 於蒐集 super e-card 會員個資時，皆以明確的書面資料對顧客善盡告知義務，說明個資蒐集僅限特定目的且符合法律規定，對於取得之個資亦採取適當安全維護措施。除各分店客服在營業第一線進行顧客服務外，總公司行銷部亦配置一名全職人員負責顧客關係管理工作，任何與顧客個資相關之資料皆經總公司行銷部顧客關係管理流程施行，以確保顧客隱私獲得最大保障。

愛買則於共同採購合約中明文規定供應商應遵守個資法之相關規定，並負保密義務。若供應商未能依個資法規定及愛買制定之相關標準作業程序處理及利用個人資料，而造成個人資料被竊取、洩漏、竄改或其他侵害者，供應商除須依合約規定負起責任外，應立即告知愛買並查明原因，且依愛買之指示作補救措施並通知當事人。電子商務業務則在訂單出貨過鑑賞期（7 日）後以亂碼遮蔽消費者個人資料且無法查詢，以維護客戶隱私。

寄送 DM 及辦理抽獎及回函等活動時，愛買在每個需蒐集消費者個資的環節，皆特別用心保護，避免遭有心人士盜取。舉辦行銷活動時相關公告中皆不會露出完整姓名、連絡方式或其他個人資訊，若有任何涉及消費者隱私之溝通事項，皆不可於公開平台對話，並且保留所有溝通之紀錄，確保愛買及消費者之權益。





# BEYOND HAPPINESS

## 幸福滿溢處處分享



▶ 適性的訓練發展體系，2015 年遠百零售集團教育訓練 26,699 人時 ◀

▶ 240 場次 CSR 相關活動，遠東百貨公益捐贈超過 1,400 萬元 ◀

▶ 重視同仁工作生活平衡，每年皆舉辦至少 1 次的員工旅遊 ◀

▶ 遠百零售集團推動女性友善職場，育嬰假申請率達 7 成以上 ◀

▶ 遠東百貨 7 成 營運據點皆榮獲無災害工時認證 ◀

## 4.1 適性發展的幸福職場

遠百零售集團橫跨百貨與零售業務，擁有多元面向的人才，因為有同仁的努力付出，才能成就今日的遠百零售集團。我們以誠信公正的原則對待每一位員工，給予員工應有的權利及優渥福利，讓員工在健全、平等、快樂的環境工作，並透過職涯訓練及透明晉升管道，讓員工創造自我價值，與遠百一同成長。

### 4.1.1 平等的薪酬政策

遠百零售集團提供人才適性的發展體系、高於政府規定的薪酬水準、公正的績效評估機制，及公開透明的員工晉升或轉調管道。

#### 薪酬待遇

遠百零售集團在朝向產業領先地位的目標邁進時，擁有優秀的人力是我們成功的根基。我們隨時掌握市場薪資資訊，適時調整薪酬福利，穩定內部同仁的同時，也吸引優秀的人才加入遠百大家庭。

遠百零售集團的薪酬標準不分性別，而是按其學經歷、工作與能力表現、所任職務及專長技能等條件核定，各公司的業務性質雖然不盡相同，但所有同仁的薪資皆高於勞動部規定最低基本薪資。除固定薪酬保障員工工作收入外，我們也訂有績效獎勵措施，讓同仁努力的付出有正面的回饋。2015 年遠百零售集團依職務類型區別，分為主管職、一般職員以及業務人員。主管職之男女員工平均薪資皆高於全國男女性平均經常性薪資。女男薪資比例方面，遠百零售集團整體主管職之女男薪資比例為 87.20%，一般職員的比例則為 99.59%，接近男女同酬；業務人員女男薪資比例高達 121.31%，主要原因是業務人員的工作性質較能使女性發揮專長，故女性在業務人員工作上較具優勢，薪資相對較男性業務人員高。

員工薪資結構與國家薪資結構之比較表

薪資項目	性別	遠百	遠企購物中心	city'super	愛買
主管職平均 > 平均經常性薪資 (%)	男	37.15%	64.93%	12.14%	26.38%
	女	18.81%	39.01%	0.30%	10.97%
一般職員平均 > 基本薪資 (%)	男	85.93%	67.55%	40.60%	31.13%
	女	77.93%	84.13%	36.10%	30.28%
業務人員平均 > 基本薪資 (%)	男	12.95%	N/A	N/A	N/A
	女	36.95%	44.96%	N/A	N/A

- 台灣平均經常性薪資與數據來自行政院主計總處，基本薪資為勞動部 2015 年公布之 20,008 元。
- 主管職為擔任管理職位或者同等主管職級的員工，業務人員為負責銷售、客服、收銀工作的同仁，其餘人員為一般職員。
- N/A 欄位代表無此類別員工。

#### 女男薪資比例

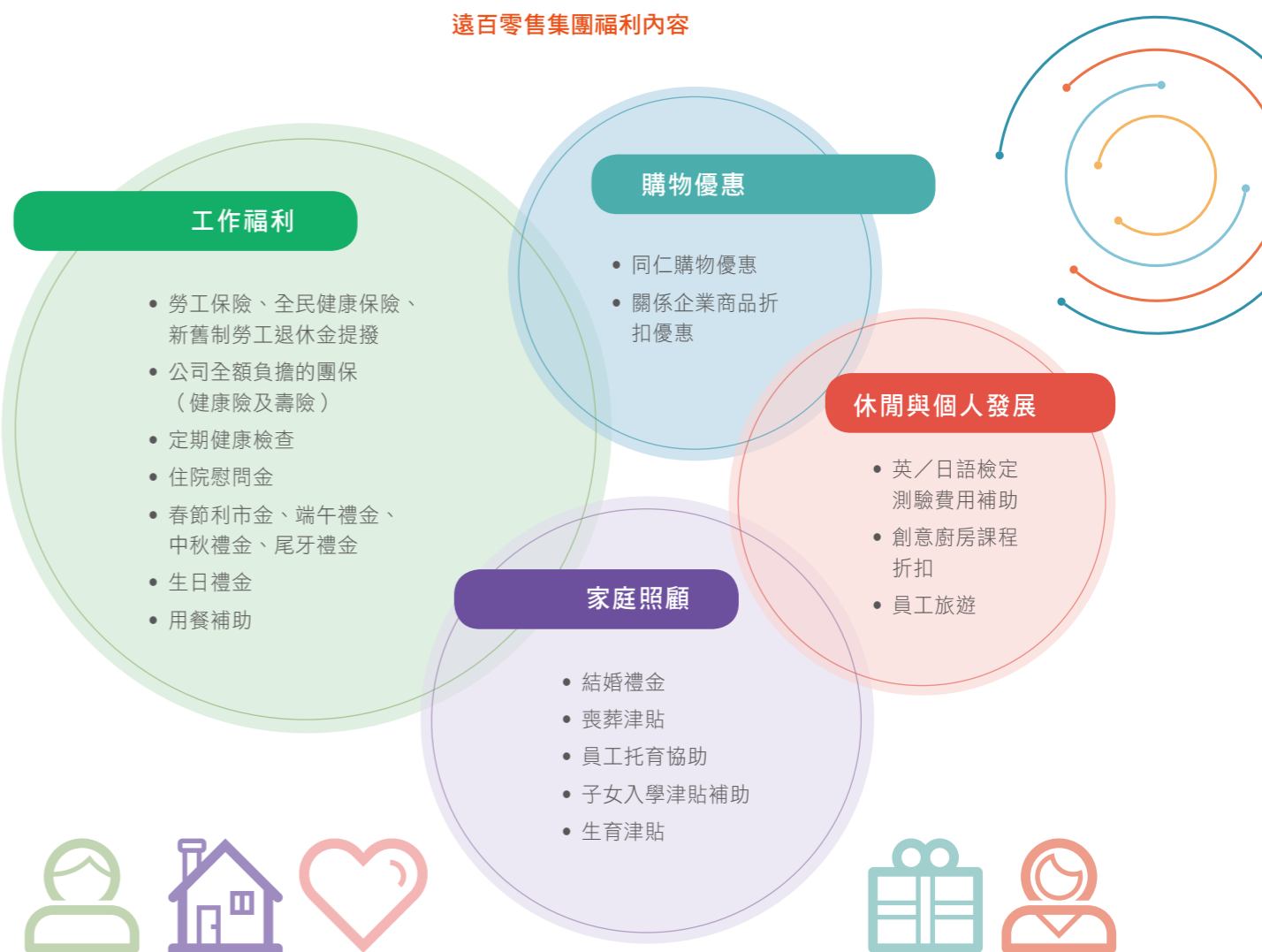
薪資項目	遠百	遠企購物中心	city'super	愛買
女性平均薪資 / 男性平均薪資	74%	73%	87%	84%

### 4.1.2 多元福利制度優

遠百零售集團提供給同仁優於法令規定的多元福利措施，讓集團成為同仁務實穩定的靠山，維護員工的身心健康與生活平衡。

#### 員工關懷與福利

除了工作上的薪酬與激勵措施，我們在員工家庭生活當中也扮演支持的後盾，讓公司福利能延伸到工作之外，提供員工全面性的照顧。遠百零售集團皆成立職工福利委員會，妥善規劃員工各項福利措施，除享有員工紅利、年終獎金、三節節金等各項薪酬獎勵外，另有員工購物優惠、關係企業商品折扣優惠、生日、結婚、生育、喪葬、住院慰問、子女入學津貼補助等多項福利措施。



#### 工作福利

遠百零售集團關懷照顧我們的員工，除了依法辦理勞工保險、全民健康保險外，亦提供員工全額補助的團體保險，讓員工獲得更多生活上的保障。為了使員工擁有良好的健康及體能狀態，我們提供優於法令的全員年度健康檢查，讓同仁每年都能追蹤身體狀態，做好自己的健康管理。遠東百貨也為同仁提供多元的健康照護保險，包含了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的負擔。



### 週年慶激勵大會

每年週年慶皆為百貨業最忙碌的時期，對於辛苦貢獻的同仁，除了薪酬上設計激勵獎金之外，也規劃了激勵大會，讓同仁在週年慶前一同享用餐點，配合舒壓的伸展教學，以及銷售教育訓練，讓同仁能以充沛的精神與活力，全力衝刺週年慶的業績挑戰。



### 退休福利

從員工的事業顛峰，一直到離開工作崗位的職涯歷程，都有公司一路上的支持。遠百零售集團依據勞動部所規範的勞工退休規定，訂有「員工退休辦法」，確保員工退休後的生活能得到保障。另外，遠東百貨與遠企購物中心均訂有優惠退休辦法，讓組織的人力代謝以及同仁的職涯安排都更有彈性。

符合舊制退休金確定給付制的同仁，每月按薪資百分之二提撥退休準備金，交由退休準備金監督委員會管理，並以該委員會名義存入銀行帳戶，退休金之支付則根據服務年資及退休前六個月之平均工資計算。對於符合新制確定提撥制的員工，公司依月投保金額的百分之六按月提繳至勞工保險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，確保遠百零售集團所有員工之退休金權利。

### 女性友善職場

我們瞭解育有子女的員工除了需要負擔托兒費用之外，更要擔心其子女是否受到妥善完整的照顧。為了讓員工可以安心工作，遠百零售集團與安全可靠的文教企業合作，讓員工子女交由公司所配合之文教企業托育，並享有註冊費折抵的優惠。我們也打造優質的哺乳友善環境，遠百零售集團在百貨商場空間設有哺乳室，讓員工與顧客皆能感受到遠百關懷母嬰的友善心意。相關詳細資訊可參考「2.3.3 安全貼心全客層」內容。

### 休閒活動

為幫助員工抒發日常生活緊張的壓力並提升部門員工的工作士氣，遠百零售集團不定時舉辦休閒與慶生活動，讓工作中充滿歡愉的氣氛。各公司每年都提供員工旅遊，讓員工身心放鬆的同時，也營造更溫暖的團隊氣氛。

遠東百貨在 2015 年帶領員工到苗栗三義參訪木鴨工廠，並且走訪山林。同時也舉辦員工競賽活動，各個隊伍為了爭取榮耀，盛情地為自己的成員拉票、歡呼，同仁間喧鬧聲迴盪在山谷裡，空氣中瀰漫著歡樂的氛圍，在享受愜意午茶時光後，劃下完美句點。

遠企購物中心則舉辦桃園、新竹一日遊，透過輕鬆休閒旅遊，增進員工情誼及團隊凝聚力；city'super 規劃了花蓮二日遊，讓員工遠離塵囂，到大自然中放鬆身心靈；愛買則是舉辦了飛牛牧場一日遊，讓全台各店員工能相聚交誼。慶生會更是每月能夠營造歡樂氣氛的時刻，凝聚員工之間的感情。新竹大遠百亦由員工及眷屬組成壘球隊，於每周日晨間練習，讓大家除了工作之外也能運動健身，交流感情。

遠東百貨苗栗三義鴨箱寶·四月雲小徑·綠葉方舟·悠閒挖寶一日遊



city'super 花蓮二日遊



遠企購物中心桃源仙谷 + 數碼天空一日遊



愛買飛牛牧場一日遊



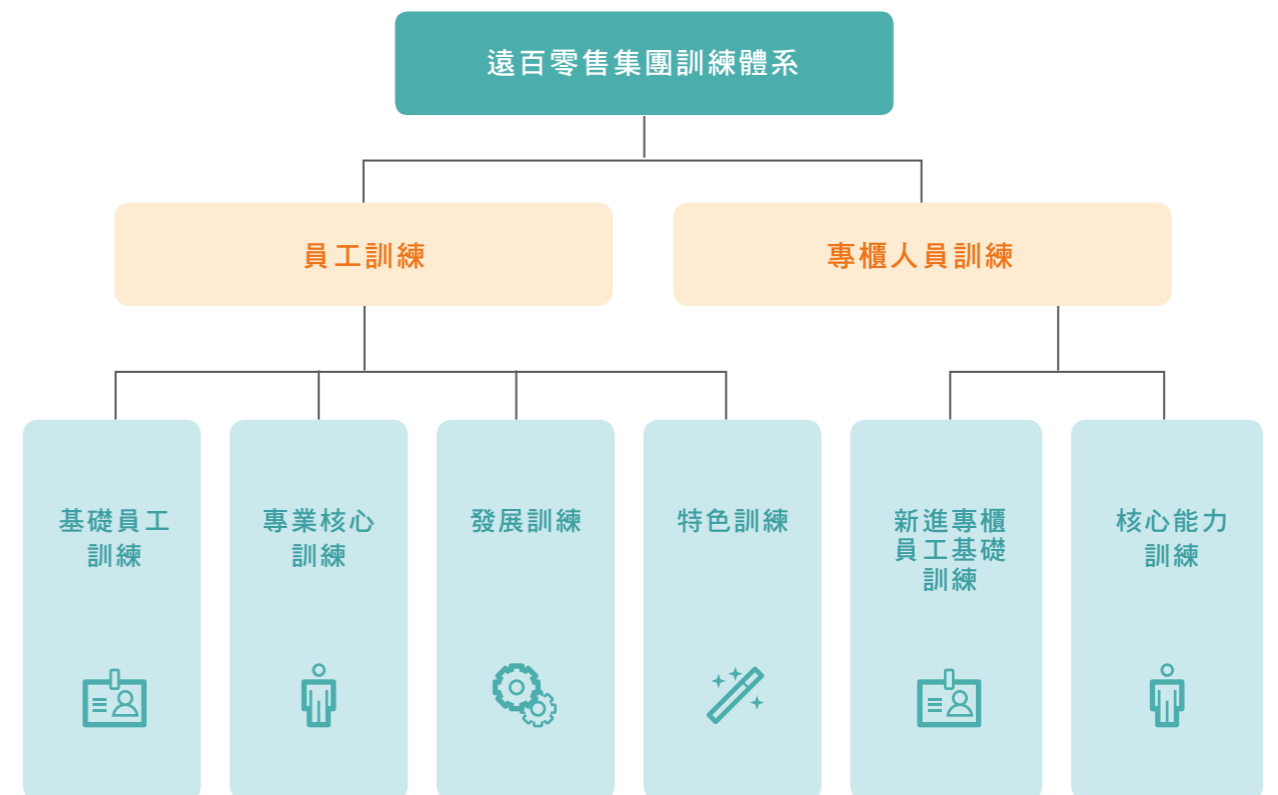
### 4.1.3 教育訓練富創意

遠百零售集團運用遠東集團的資源，架構全面性的訓練體系，並且發展各類型的核心領域課程，各公司均有基礎訓練、專業核心訓練、發展訓練以及其他特色訓練。遠百零售集團在 2015 年訓練時數總計 26,699 小時，每人平均訓練時數為 6.8 小時，員工並可以依業務需要，申請外部進修課程的機會。此外，由於專櫃廠商是百貨公司的合作夥伴，其員工素質也是遠百零售集團提升競爭優勢的關鍵基礎，因此我們的訓練不僅針對內部員工，也包含專櫃的服務人員，讓組織內外的同仁都能在工作上獲得支持以及合適的發展。

遠百零售集團平均受訓時數（單位：小時）

薪資項目	遠百	遠企購物中心	city'super	愛買	遠百零售集團
主管職	9.2	11.3	10.3	6.7	7.0
非主管職	9	13.8	3.5	3.8	5.9

• 愛買主管職包含店長、理級、技術師傅、課級人員。





## 員工教育訓練

### 基礎員工訓練

為了讓每位新進員工能在工作崗位發揮最大熱忱，遠百零售集團內各公司皆有基礎員工訓練制度與規範。新進員工透過基礎教育訓練瞭解遠百零售集團的核心價值、企業理念、社會責任及員工權利，協助新進同仁可以快速融入遠百零售集團的大家庭。基礎教育訓練課程依據聘僱新進員工的頻率，每半年或每年舉辦一次，且教材內容會視實際情況與工作需求不斷更新。

### 專業核心訓練

百貨零售業的營運快速而多變，舉凡食、衣、住、行、育、樂等滿足生活必需，以及時尚、流行、尊榮等追求精緻生活相關的商品與服務皆為遠百零售集團的核心專業。各公司依據不同業務性質所需，發展多元的專業核心訓練，課程內容涵蓋百貨產業趨勢、基本服務禮儀、彩妝技巧、應對客戶方式、勞工安全衛生、自我防衛技能等，讓員工可以活用所學於日常工作當中，更有效率地處理危機事件，同時幫助員工快速於工作領域中獨當一面。

遠東百貨於 2014 年 12 月至 2015 年 1 月間遴選各單位人員遠赴亞洲流行重鎮日本東京地區參訪各大百貨賣場與主要流行商圈，冀望透過國際化視野的拓展，瞭解最新流行趨勢與生活型態，滿足消費者對精緻品味的消費需求、創造流行生活的第一品牌。愛買在 2015 年提供生鮮技術訓練，讓員工針對麵包、熟食、肉品三類商品進行受訓及技能檢定，建構內部員工核心職能，2015 年完成檢定人數共 41 位。

### 發展訓練

為提升員工持續發展能力，員工可透過各公司所安排的課程，包含主管專業技能及電腦技術類課程，提升職場工作能力，同時在課程中與各分公司、關係企業之人才互相交流經驗，拓展視野並精練知識。

city'super 一直以來，透過價值創造提升國民的生活品味，故所有培訓皆以此為出發點，設計訓練藍圖連結人才發展，讓有心成長的夥伴可以規劃個人發展計畫。

### 案例——遠企購物中心

新進人員教育訓練包含「公司的使命與願景」、「購物中心基本概念」、「職業安全衛生暨消防設備安全」的課程，對於樓管與客服的新進人員也會特別規劃「樓面主管職責與營運管理」、「樓面主管的工作要項」、「服儀/服務/客訴處理」及其他相關工作的基本訓練。

### 案例——city'super

員工親赴海外學習交流，例如：香港、上海、日韓、美歐、加拿大等地區，汲取海外實務做法，為顧客導入最優質的環境、商品與服務。



### 案例——city'super

舉辦團隊共識營，建立員工團隊共識、啟發創新思維、凝聚向心力。



### 特色訓練：遠東百貨產學合作計畫

遠東百貨在 2015 年提供產學合作機會，與私立豫章工商一同推動辦理以實務技能學習為核心的就業導向課程專班，藉以增進學生實務技能及就業能力，協助學生未來職涯發展，提高就業意願及就業比率，呼應百貨產業人才培育需求。

2015 年 5 月 4 日至 5 月 26 日期間共計有 20 名實習生，分別安排至遠百寶慶店、遠百板橋店、板橋大遠百（Mega City）及遠百桃園店等單位進行產業實習體驗，落實培育在地化百貨專業人才的使命。



### 特色訓練：city'super 情境培訓

獨特、高品質的商品是 city'super 永續經營的差異化策略之一。city'super 的同仁們致力於提供顧客美好體驗（touching point），因此同仁對商品的內化瞭解非常重要。city'super 提供各種情境培訓，舉辦頂級食材教學與品嘗，例如：紅酒、清酒、起司、牛肉、異國食材醬料等，讓員工親身體驗，內化成個人經驗後引領消費者提升生活品味。



Wine and Sake 餐飲品酒  
Meat 精肉料理  
Cheese 起司搭配  
Customer 金牌服務  
Beauty and Cosmetics 美妝保養  
Seasonal Fashion Trends and Accessories 季節流行趨勢與搭配

### 專櫃員工教育訓練

進駐百貨商場的專櫃員工必須第一線面對顧客，不僅需符合專櫃品牌形象，更需達到集團在服務品質的高度要求。因此，遠東百貨與遠企購物中心的專櫃員工皆比照正式員工接受新進基礎訓練、核心能力訓練、基本服務禮儀訓練等，以精進服務品質，進而提升顧客滿意度。遠東百貨在 2015 年度每位專櫃廠商進駐員工皆接受過 2.3 小時的訓練課程。

### 2015 年遠東百貨專櫃人員代訓情況



代訓廠商派駐人員受訓時數 24,880 小時



代訓廠商派駐人員受訓人次 12,213 人次



#### 4.1.4 晉升透明促發展

遠百零售集團建立訓練架構讓每位員工能有適性的發展，我們設有績效考核與晉升制度，讓每位員工的付出和努力能夠得到適切的回饋，並提供同仁發揮的舞台以及明確的目標。

##### 績效考核制度

遠百零售集團的績效考核制度從新進人員開始一直到每年的年度考核皆有全面性的評估與激勵措施。新進員工於任職屆滿三個月及一年時，主管會透過新進員工所提交的工作心得報告與績效評估面談，協助解決新進員工在適應其職務之過程中的困難或問題，並適時給予工作指導。此外，遠百、遠企購物中心與愛買皆會依據每月或每季的考核結果核發績效獎金，藉此督導員工的工作進度，激勵員工提升工作績效，進而優化遠百零售集團的人力素質與服務品質。

遠百零售集團	新進人員考核時間	績效考核
	滿三個月及一年	每年、每月、每季
	滿三個月及一年	每年、每月
	滿三個月	每年
	滿三個月	每年、每季

##### 晉升制度

遠百零售集團提供員工公開透明的晉升或轉調管道：員工任職期間由各級主管就其學識、操守、工作能力及績效隨時加以考評，並因應工作職務、公司業務發展需求，及透過員工工作意願調查，適時安排專業訓練及職務輪調，以增廣員工歷練並晉升適任職務。員工轉調工作時，均依據主管機關法令函釋之調動五原則辦理，保障員工合法權益。

有關員工晉升或轉調之規範，除了新進員工到任時安排訓練課程外，亦於員工工作規則中明訂相關規範，並公開揭露於公司內部網站，供員工自行查閱。

此外，由於百貨零售業的產業特性，許多第一線的業務同仁皆是女性，因此我們積極鼓勵女性員工結婚生育後能夠持續其職涯發展。2015年，結婚生育後申請育嬰假之女性員工占符合申請資格之女性員工的比例為70%，復職率為60%，留任率為73%，顯示集團對女性員工的照顧，以及積極鼓勵員工育兒的成效。

##### 2015年遠百零售集團育嬰留停狀況

	符合育嬰假申請資格人數	實際申請人數	申請率	應復職人數	實際復職人數	復職率	上一年度復職人數	上一年度復職滿一年人數	留任率
	(A)	(B)	(B/A)	(C)	(D)	(D/C)	(E)	(F)	(F/E)
男	87	9	10%	7	3	43%	1	1	100%
女	122	85	70%	53	32	60%	22	16	73%
全部	209	94	45%	60	35	58%	23	17	74%

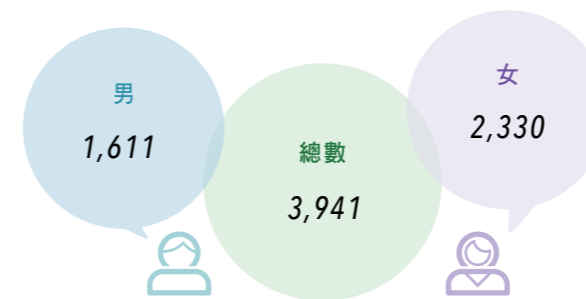
#### 4.2 成就分享的勞資關係

遠百零售集團優質的服務源自於同仁的熱誠，建構安全與舒適的工作環境是集團對同仁一貫的承諾，我們和同仁保持良好的溝通並提供完善的制度，造就平等與和諧的勞資關係與環境，使遠百零售集團成為同仁築夢的踏實根基。

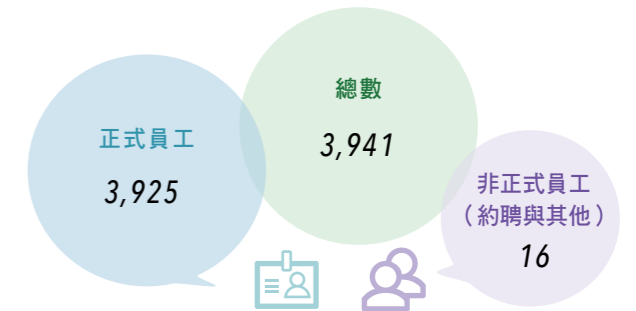
##### 4.2.1 人力結構展平衡

截至2015年底，遠百零售集團正式員工共計3,941名，另有約聘及其他員工共計16名，約聘員工所享有之教育訓練、福利、勞動權利等同於正式員工。全體員工皆為台灣籍，男性與女性員工所占比例分別為40%和60%。2015年新進員工有542名，其中男性佔49.6%，女性佔50.4%。離職員工共1,087名，遠百零售集團整體離職率約為27.6%，離職率較高的原因是因愛買2015年板新店結束營業，加上南雅店新開幕，員工人數浮動較大所造成。我們公平的招募作業與和諧的工作環境也讓同仁身分較多元化，2015年集團共聘用47名身障員工以及39位原住民員工。在遠百零售集團的重要營運據點，雇用台灣籍高階管理階層之比例為100%，目前擔任主管之男性與女性占比分別為71%和29%。







2015年遠百零售集團員工性別結構  
(含正式及非正式員工)









2015年遠百零售集團勞動契約統計



遠百零售集團員工年齡結構  
(含正式及非正式員工)







年齡結構	性別	2015
30歲以下		382
		565
	總數	947
30-50歲		998
		1,491
	總數	2,489
50歲以上		230
		275
	總數	505

2015年度離職員工性別及年齡分布

年齡結構	性別	2015	佔員工總數比例
30歲以下		44	1.12%
		141	3.58%
	總數	185	4.69%
30-50歲		65	1.65%
		144	3.65%
	總數	209	5.30%
50歲以上		9	0.23%
		5	0.13%
	總數	14	0.36%

• 愛買因系統統計資料限制，僅呈現離職員工總數，此表格不包含愛買離職人數，愛買2015年離職人員總數為679人。

2015 年度新進員工性別及年齡分布

年齡結構	性別	2015	佔員工總數比例
30 歲以下		156	3.96%
		177	4.49%
	總數	333	8.45%
30-50 歲		107	2.72%
		92	2.33%
	總數	199	5.05%
50 歲以上		6	0.15%
		4	0.10%
	總數	10	0.25%

高階主管性別分布

職級	性別	2015
副總級以上		8
		1
	總數	9
協理級		16
		5
	總數	21
經副理級		190
		81
	總數	271

#### 4.2.2 友善職場滿關懷

我們重視勞工人權，每位員工的勞動條件皆符合政府法規，並享有法定福利。此外，各公司亦提供通暢的勞資溝通管道，傾聽員工心聲。除了集團所雇用的員工之外，在百貨體系下的專櫃員工也是我們關懷的對象，專櫃廠商須依法維護其員工之勞動權利。

##### 合理工時

為了提供顧客便利與優質的服務，遠百零售集團的營業時間除特殊情况外需全年無休，但並不因此犧牲同仁的工作權益。依照勞動法令規範，遠百零售集團採行變形工時，員工出勤採排班輪休制度，各部門間分工合作，遇有重要檔期活動皆事先調整與安排排班表，適度調配人力，且未有強迫勞動情事，更嚴格禁止以威脅、騷擾或不人道待遇強制員工勞動。惟遇節慶檔期活動期間，工作業務量難免增加，針對同仁加班時數，我們均會核發加班費或給予有薪補休，並會於每月排班時數中適當調整，使員工獲得適時休息。我們也鼓勵同仁使用特休休假，如 city'super 會在每年年終時提醒各單位主管同仁的特休剩餘時數，以促進同仁特休使用率。遠百零售集團 2015 年無重大工時違規事件。

遠百零售集團重視員工出勤安全，遵循政府「天然災害停止上班及上課作業辦法」之規定，如遇颱風等天然災害，總公司會給予員工有薪颱風假；分公司則視風雨狀況決定是否營業，若有營業則視同假日加班。

##### 禁用童工

遵循本國勞動基準法規定，遠百零售集團嚴格禁止僱用未滿 16 歲的童工，且為了確保未成年員工之身心健康與安全，我們避免安排其從事危險性工作。

##### 保障原住民權利

我們重視工作權之平等，不以出生地、種族等作為聘僱員工的限制。遠東百貨與愛買營業據點遍佈全台灣，於花蓮設立的百貨及量販商場不僅促進地區發展，增加當地居民就業機會，更透過各種偏鄉關懷活動，頻繁與當地社區溝通與議合，為原住民兒童與青少年提供多元發展及自信建立的機會，並開闢原住民與國際文化交流的管道。

#### 勞資溝通制度

遠百零售集團積極配合國家勞動政策，集團內各分公司與各重要營運據點每季舉辦勞資會議，或不定期針對特定議題召開溝通會議，藉以相互交流想法與意見，增進勞資關係和諧。遠企購物中心因 2015 之前未超過法定召開勞資會議的人數門檻，改以每月月會召開之擴大主管會議作為勞資溝通管道，另也不定期針對特定議題召開溝通會議，未來將會依據勞資會議實施辦法建置及實施勞資會議制度。

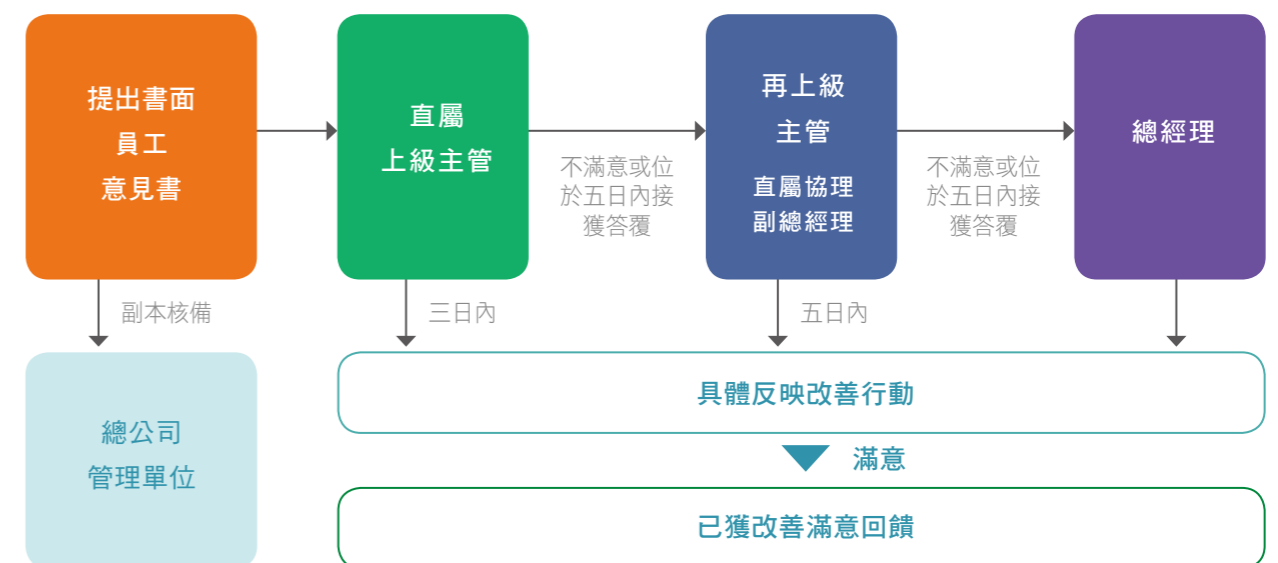
若遭遇重大營運變化且其影響擴及員工，遠百零售集團將遵循勞動基準法規定之最短預告告知員工相關資訊，以保障員工權利，惟 2015 年集團未有此情事。相關諮詢或談判的提前通知，悉依勞動基準法等規範辦理，以利我們與員工彼此尋求最佳解決方案。

我們尊重員工基本勞動原則及權利，遠東百貨已擬定員工社團管理辦法，並於 2015 年公告實施，鼓勵員工成立樂活、健康及聯誼服務類型社團，據此保障全體員工結社自由和集體協商之自由。2015 年無發生嚴重危及其結社自由和集體協商情事。

#### 員工申訴機制

我們積極和員工對話，除了從管理體制和溝通會議之外，也透過員工申訴機制來蒐集與回饋員工意見。遠百零售集團皆設有員工申訴管道，其中遠東百貨自 1990 年起即訂有「員工意見處理辦法」，並依此設有員工意見箱，廣納員工建議，擴大溝通管理。我們鼓勵各階層員工意見之溝通，除依循行政系統向主管人員或相關單位提出意見書申訴反應意見外，亦會指派專人負責接受建議、解決疑難。相關員工意見申訴機制在新進員工訓練時皆詳加說明，員工申訴之最高層級為零售集團最高主管總經理。員工申訴管道並不侷限於內部員工申訴機制，對於員工經由外部管道所提出之申訴，我們亦將積極面對，妥善處理。2015 年遠百員工申訴意見箱未收到重大的員工申訴事件。

員工意見處理辦法流程圖



#### 安心職場

遠百零售集團積極杜絕、防範任何歧視、霸凌與性騷擾等事件發生，讓每一位員工都能在工作崗位安心工作。我們除了提供性別平等的就業機會，強調男女平權之外，集團內的公司訂有「性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，尊重與公平對待所有員工。如有性騷擾相關申訴發生，由專責單位受理申訴意見，並進行後續追蹤處理。針對性騷擾防治議題，遠企購物中心 2015 年舉辦有性騷擾防治課程，共有 13 人參與，課程總時數 23.4 小時。透過完整的宣導及防範，我們建立了性別友善的工作環境，2015 年無發生任何歧視及性騷擾事件。



### 專櫃員工之勞動權利

百貨業設有專櫃，專櫃廠商多為國內外知名品牌，專櫃員工則分佈在各百貨營運據點。專櫃員工雖然不屬於遠東百貨的正式員工，但長期與遠東百貨並肩作戰，共同提供高品質的產品與服務給顧客，無論就實際面或情感面，專櫃員工皆屬於遠百大家庭的一份子。因此，我們於簽訂合約時要求專櫃廠商應依法履行保障其員工勞動人權及權利之責任，我們亦透過溝通管道瞭解專櫃員工的需求，若有發生任何違反勞動權利情事，分公司會向專櫃廠商反應，請廠商維護專櫃員工的勞動權利及尊嚴。

#### 亮點故事——遠東百貨對專櫃人員的關心與照顧

百貨公司的產業特性乃由專櫃廠商負責產品銷售以及專櫃服務，百貨公司則提供場地、硬體設施和现金流。2015 年由於颱風天百貨公司照常營業、櫃姐超時工作及久站等新聞，使得百貨專櫃人員之勞動議題備受利害關係人關注。

百貨公司雖然沒有直接管理專櫃人員的權力，然而由於百貨商場為專櫃人員主要工作地點，因此遠東百貨與專櫃廠商的合約中明定必須遵守勞動法規，在相關事件發生之後，遠東百貨即向專櫃廠商溝通應遵循勞動法令相關規定，樓面主管定期拜訪廠商時亦善意提醒專櫃人員勞動權益的重要性。

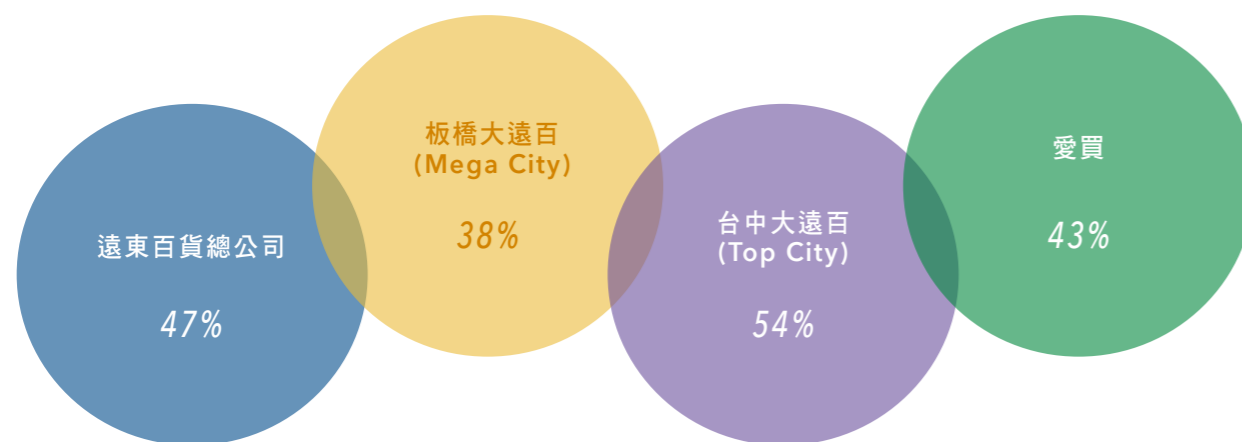
遠東百貨盡力提供專櫃人員友善的勞動環境，並不限制專櫃人員於工作時間喝水或坐下。2016 年 3 月 21 日台北市勞動局執行的「久站關懷專案檢查」，遠東百貨全數合格。

遠東百貨徐雪芳總經理於 2016 年 1 月接任中華民國百貨零售企業協會理事長之後，藉由協會的力量，舉辦勞動法規相關說明會，並廣邀同業、專櫃廠商、專櫃人員參與，讓百貨零售產業的服務人員對於勞動權益有更深的認識，希望能將遠百善盡企業社會責任的心，擴展到整個產業，進一步改善專櫃人員的勞動條件。

### 職業健康與安全

遠百零售集團皆遵守「職業安全衛生法」，並且依據相關規範設置委員會或者監督機制。遠東百貨與愛買皆設有職業安全衛生委員會，勞方代表均超過 1/3，符合「職業安全衛生法」規定。以遠東百貨為例，委員共有 17 人，由總經理擔任主任委員，主管代表由總經理指派，職業安全衛生委員會的勞工代表，乃由全體員工投票選舉產生。委員會每季召開會議 1 次，審議、協調及建議安全衛生相關事項。依勞動部「職業安全衛生管理辦法」規定，百貨零售業皆屬於中度風險事業，因此 2015 年遠百零售集團正職員工並無擔任具高特定疾病發生率的職務。

職業安全衛生委員會勞工代表比例



• 因遠東百貨總公司、板橋大遠百、台中大遠百、愛買總公司規模超過 300 人，故依法設有職業安全衛生委員。

### 員工健康與安全指標

工傷類別	性別	遠東百貨	遠企購物中心	愛買	city'super
工傷率 (IR)	男	0.379	0	5.93	3.47
	女	0.405	0	3.46	1.02
	總數	0.397	0	4.78	1.71
職業病率 (ODR)	男	0	0	0	0
	女	0	0	0	0
	總數	0	0	0	0
缺勤率 (AR)	男	4.68%	0.78%	N/A	0.16%
	女	0.31%	0.02%	N/A	0.14%
	總數	1.62%	0.81%	0.37%	0.288%
誤工率 (LDR)	男	1135.88	0	42.28	3.74
	女	12	0	6.13	0.60
	總數	349.1	0	28.71	1.48
死亡數	男	1	0	0	0
	女	0	0	0	0
	總數	1	0	0	0

- GRI 工傷引致損失工時比率 (IR) = 工傷事故總計 / 工作總時數 × 200,000
- GRI 職業病引致損失工時比率 (ODR) = 職業病事件總計 / 工作總時數 × 200,000
- GRI 缺勤率 (AR) = 缺勤天數 / 工作總天數 × 100%，缺勤天數包含病假與工傷假
- GRI 誤工率 (LDR) = 誤工天數 / 工作總時數 × 200,000

- 死亡數為因工傷亡的員工數
- 遠企購物中心 2015 年並未發生任何工傷意外事件
- 愛買因系統限制無法依性別統計缺勤率
- 工傷次數以及時數包含上下班交通事故

遠百花蓮店於報告期間有一名電梯維修員工在進行營業前例行準備工作時，不慎摔落電梯井傷亡。痛失員工寶貴生命，遠東百貨深感遺憾，為了避免類似事件再度發生，遠東百貨召開主管會議宣導，並且嚴格要求維修操作人員落實操作流程，盡力確保員工的職業安全。

遠東百貨響應勞動部推動「職場零災害」之理念，提高勞工及事業單位安全衛生意識，以消弭職業災害，並提升事業單位安全衛生自主管理能力。自 2006 年開始至 2015 年參與無災害工時記錄活動，發揚團隊合作精神，同心協力促進職業安全衛生，成功獲得無災害工時紀錄之表揚。

據點位置	參與時間	無災害工時
遠東百貨總公司	2008/10/02~2015/04/30	2,893,127 小時
遠百板橋店	2011/03/03~2015/04/30	1,466,046 小時
板橋大遠百 (Mega City)	2012/07/02~2015/04/30	1,374,034 小時
新竹大遠百	2010/10/13~2015/02/28	1,731,129 小時
台南大遠百	2008/10/02~2015/04/30	1,929,871 小時
高雄大遠百	2006/11/01~2015/02/28	2,976,911 小時
遠百桃園店	2008/10/02~2015/02/28	1,988,137 小時
遠百花蓮店	2010/09/01~2015/02/28	722,339 小時

## 4.3 全球在地的交流共融

遠百零售集團在追求營運發展時，從本業百貨零售出發，推己及人再擴大至整個環境，不僅顧及鄰近社區居民之需求，也積極善用企業核心能力，推動「思考全球化、行為在地化」(Thinking Globally, Acting Locally)，協助臺灣設計人才提升競爭力，讓世界看見臺灣，為臺灣時尚產業創造價值。

### 4.3.1 深耕鄰里在地情

遠百零售集團據點遍佈全臺，各據點之鄰近社區是我們的利害關係人之一，因此我們透過各種活動及管道，與社區居民維持良好關係，這也是我們責無旁貸的企業社會責任。

#### 與當地社區議合

百貨商場、超市與量販店是重要的民生消費地點，深耕各地的遠百零售集團長期和當地里長保持緊密聯繫，隨時知悉社區居民問題並解決，並於日常營運工作中維護社區安全與環境，遠百零售集團商場週邊之鄰里社區可透過官網上的「聯絡我們」信箱反應意見，我們一旦接獲舉報便會主動積極瞭解原因，研擬改善方案並實際採取行動。針對商場週邊環境問題的處理措施，請詳見第二篇「低碳樂活的未來想像」。

遠百零售集團的各營運據點在籌辦及進行重要活動，如母親節、週年慶、年中慶、歲末酬賓等檔期時，會吸引龐大人潮，造成車潮集中而道路壅塞。為了改善當地交通及停車問題，我們會與當地義交人員協同疏導車流、引導停車。例如遠企購物中心在舉辦大型戶外活動時，皆會主動向社區里長告知及通報管區派出所，並請里長協助向里民宣達活動事項，包括活動主題、地點及時間，避免戶外活動影響附近居民作息，如接獲民眾投訴，遠企購物中心也會立即紀錄，避免下次再發生同樣情事。

此外，遠百零售集團也經常與社區非營利組織合作舉辦活動，並於特定節日贈送禮盒、餐點給附近的弱勢家庭，或是邀請當地居民參與節慶活動。由我們所在的每一個據點，將溫馨串連成線，織起幸福網絡，覆蓋散播到這座寶島的每一寸土地。

2015年7月，遠東百貨更加積極融入當地社區，加入了具地方特色的太陽寶寶作為親善大使，成功拉近與各地顧客間之距離。以每一個遠東百貨為起點，讓太陽寶寶的和煦笑容溫暖照耀四面八方。

### 4.3.2 科技文化總匯流

擁有百貨公司、購物中心、量販賣場、頂級超市及電子商務，作為歷史最悠久的百貨零售集團，遠百零售集團不忘初衷，提供顧客最多元的購物選擇、最驚艷的消費體驗。

最新開幕的台中大遠百與板橋大遠百 (Mega City)，無論是商場面積、建築特色或是店舖規劃，都有別於其他百貨商場，帶給顧客耳目一新的驚喜感受，不用出國也可以享受異國風情。台中大遠百 (Top City) 以最新互動式投影科技帶領消費者感受身歷其境的未來庭園與海底風情，與台中地區的其他百貨創造高度差異化，提供顧客新穎時尚的消費選擇。板橋大遠百 (Mega City) 也打造主題式情境空間為特色，顧客進入百貨商場便彷彿置身貢多拉 (Gondola) 小船搖行中的威尼斯水都，並導入由新加坡引進的「大食代」美食街，飄散臺灣 50 年代的濃濃復古風情，在購物之外更增添了具體而真實的感官體驗。

2015年，板橋大遠百更與新北市政府合作推廣街頭藝人公共展演，與音樂表演、行動藝術、公益協助及美術類共 33 組不同藝人合作，讓威尼斯廣場更添藝術氣息。

遠百零售集團不僅在建築設計上帶領顧客徜徉新視野，我們也致力拓展商品及服務的科技時尚與文化深度，成為引介各國文化進入臺灣的橋樑，同時我們也全力扶植在地文創發光發熱，促進文化交流，讓顧客完整沉浸於獨特迷人的體驗中。

隨著近年美式文化席捲全球，不論是穿著、用品、音樂或美食都是全球流行的焦點。遠百零售集團與美國在臺協會 (American Institute in Taiwan) 合作，於全臺各店舉辦為期三週的「2015 美國週」慶祝活動，讓顧客不用出國就可以與全世界一同感受美國國慶的熱鬧氛圍；city'super 也邀請主廚料理美式風味安格斯牛小排、現場並有 DIY 美國冰淇淋及品酒活動；愛買則發起頂級 Prime 牛肉 1 元競標活動，活動所得全部捐助花蓮的偏鄉孩童。

除了美國商品展售會，美國文化體驗活動也是這一次美國展的活動主軸，美國在臺協會提供的行動圖書車來到台中大遠百 (Top City) 廣場，讓經過的大小朋友都能輕鬆體驗美國文化。美國週對促進美國商品與文藝藝術交流貢獻卓著，因此 9 月時遠東百貨徐雪芳總經理親自接受美國在臺協會頒贈「共創商情」獎座，遠百也成為本次十家獲獎企業中唯一的一家百貨業者。

遠百寶慶店  
Young 寶寶



板橋大遠百  
(Mega City)  
貢多拉寶寶



遠百板橋店  
綠精靈寶寶



遠百桃園店  
飛天寶寶



新竹大遠百  
科技寶寶



台中大遠百  
(Top City)  
花寶寶



遠百嘉義店  
嘟嘟寶寶



台南大遠百  
劍獅寶寶



高雄大遠百  
海洋寶寶



遠百花蓮店  
酋長寶寶







為了拉近與我們周遭國家的距離，遠百零售集團呼應潮流，為顧客提供道地的韓國及日本文化體驗。板橋大遠百 (Mega City) 於 3 月邀請了知名韓星舉辦簽唱會，活動當日湧入大量人潮。台中大遠百 (Top City) 及板橋大遠百 (Mega City) 也多次舉辦韓國商品展及韓國文化節，展期活動包括韓國人氣明星表演，韓國創意料理烹飪比賽，更配合推出中秋禮盒，藉由更全面、更精緻的韓國當地食品與文化展示，讓顧客能深入瞭解韓國風情，也間接提升業績。

「All Made in Japan」— 將真正的日本帶來台灣！為讓顧客能夠了解及體驗真正的日本，遠百零售集團邀請日本職人帶來當地的文化及飲食盛宴。板橋大遠百 (Mega City) 及台中大遠百 (Top City) 分別舉辦日本美食工藝展及 ZipanGood 精粹日本商品展等活動；板橋大遠百 (Mega City)、台中大遠百 (Top City) 及台南大遠百更與有著蘋果王國之日本青森縣弘前市合作辦理文化物產嘉年華，弘前市市長葛西憲之親自帶領各式道地的弘前美食及文物前來開幕儀式，現場更重現當地的傳統經典「青森睡魔祭」，為中日文化交流增添一筆佳話。

聖誕節時，遠百零售集團在板橋新都心與新北市政府合作舉辦 2015 歡樂耶誕城活動，以國際級投影科技與台灣音樂、插畫結合，打造全球唯一的 3D 環繞投影技術光雕耶誕樹，配合遊樂園、嘉年華與演唱會活動，成為市民最美好的聖誕節回憶。每到冬日，位於市中心豪華五星級酒店香格里拉遠東台北國際大飯店旁，低調奢華的遠企購物中心皆在廣場中聳立起 7 層樓高巨型聖誕樹，為遠東集團傳遞溫馨的耶誕氣氛。2015 年更準備了耶誕馬車，載著顧客一家大小邁向嶄新的一年；新竹大遠百打造全臺唯一「查理布朗耶誕樹」；遠百花蓮店也打造東臺灣聖誕城，豎起 9 公尺高的幸福聖誕樹，周圍環繞著耶誕光廊、暖暖雪屋等裝置，帶給東臺灣民眾最幸福的佳節氛圍。除了成功傳遞聖誕氣氛，全台各分店也串連愛心，於聖誕節慶活動中與各在地公益團體合作，號召消費者傳遞幸福散播愛。相關公益活動請見「4.3.3 社會關懷愛串連」。

2015 年 5 月遠百花蓮店微型藝術空間「微美館」正式啟用，再次顛覆百貨公司的既定印象，利用商場作為媒介，結合在地藝術家，重新演繹藝術與美的多元性，將藝術與生活完美結合，賦予百貨商場新的氣象與高度。

此外，遠百花蓮店與市公所、蔬果運銷合作社合作，於農曆年前舉辦蔬菜義賣活動，幫助農產銷售。高雄大遠百則與當地政府合作舉辦「型農新勢力」，以高雄大遠百為出發點開始一系列的「一卡皮箱秀型農」農產品推廣活動，塑造清新、現代農業的新形象；臺南大遠百則加入行銷地方的行列，包括與當地政府舉辦「2015 後壁區社區產業行銷活動」，推廣後壁區農產品，以及攜手臺灣虱目魚博物館，推出「虱目魚玩樂 PARTY」，讓民眾深入了解臺南虱目魚產業文化。台南大遠百也因成功推動整合各方資源，進行公益、藝術及百貨的全方位行銷，全年舉辦超過 130 場公益及藝文活動，並與積極拓展城市外交，持續與日本展開城市交流，獲得遠東集團頒發企業形象類的遠東精神獎。

全臺擁有 19 據點的愛買，最重要的 DNA 就是「在地精神」，從 2007 年開始與農委會合作一系列「瘋臺灣」活動，即是希望推廣在地農產品、支持臺灣農業發展。2015 年 6 月 17 至 30 日「瘋臺灣」檔期，主打超過 600 種具有產銷履歷的當季蔬果、肉品等，也與臺灣在地品牌合作促銷，更與米迦手工蛋糕合作，由民眾認購蛋糕，幫助 526 位屏東縣原住民文教協會的偏鄉孩子獲得課後輔導、餐費、教學等軟硬體設施。

遠企購物中心雖然定位為精緻時尚購物中心，但也積極與在地社區及本土產業合作互動，藉由舉辦假日市集、二手市集等活動，支持臺灣文創產業並關懷社會公益，成為凝聚社區居民的向心力。例如遠企購物中心於敦南廣場舉辦的「找點事，集」當中，不乏流浪貓 TNR 計劃協會、在地職人文創服飾配件、手工獨家限量美食等攤位，展現兼具優雅與品味的濃濃溫馨生活感。

city'super 蒐集多樣獨特的各國珍品，並配合檔期安排美國、日本香川及長崎、韓國、澳洲、法國、義大利、西班牙、以色列等異國風情商品特展，並在天母店、台中店、新竹店設立 superlife culture club 廚藝班，讓民眾不用出國也能學會烹飪各國美味料理。

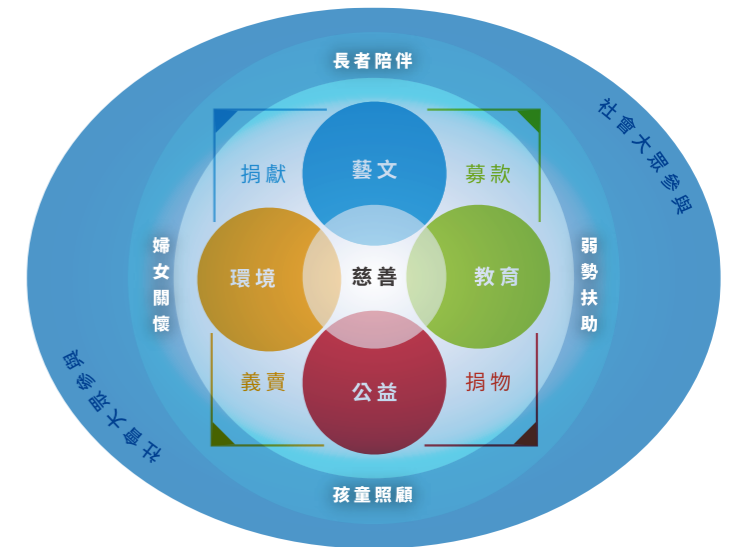
### 4.3.3 社會關懷愛串連

遠百零售集團長期以來秉持著「取之於社會，用之於社會」的精神，盡其所能為這片土地盡一份心力。維持社會的穩定、繁榮與進步是遠百零售集團心所嚮往，也是我們企業社會責任的願景。

遠百零售集團藉由通路優勢，積極投入社會貢獻與公益，結合百貨零售本業之行銷資源，舉辦義賣、邀請民眾捐贈善款，支持社會公益活動，透過各種活動發揮社會影響力。我們關懷耆老幼弱，深入偏鄉傳愛，誠心貢獻，不求回報，主動捐款捐物，提供各種資源給弱勢團體，以提升生活品質；我們也與學校、公益團體及政府機關合作，精心打造各式比賽、宣導及產學計畫等，提攜時尚藝術後進並推廣全民健康教育，作為培育下一代競爭力的幕後推手。遠百零售集團提供適當場地空間，支持藝文活動，增加偏鄉學童的學習機會，也落實全人教育，提醒社會大眾享受運動，關心健康，注重環境保護，與顧客一起學習成長。2015 年我們舉辦 240 場社會關懷活動，共計贊助及捐贈超過 1,400 萬元，遠東百貨用愛服務，只為創造更美好的生活。

遠百零售集團作為在地生活的一部分，我們會與大眾患難與共，2015 年 6 月八仙塵爆後我們發起捐贈、義賣以及一系列為傷者及親友加油打氣的活動，全台遠百愛的串連，攜手陪伴在每個人左右。

遠東百貨社會公益活動類型



#### 亮點故事——遠百愛的串連：您我一起來！ 為八仙樂園氣爆受傷的民眾加油集氣！

6 月 27 日，新北市八仙樂園發生粉塵爆炸案件，可謂近年來死傷最慘重的公共安全事件，全台各地莫不哀戚默禱。遠東百貨不僅關懷受傷的民眾，也關注家屬與親友受創的心，我們串起眾人的愛心、關心與用心，一同為受傷的家庭加油打氣。加油！臺灣！



- 遠東百貨全台 10 家店同步推出集氣留言板，一起為傷患加油打氣。
- 遠東集團共同捐出 2,000 萬元。
- 遠東百貨另發起員工捐款，並號召專櫃廠商及消費者共同響應，總計募得 101 萬元。
- 遠東百貨另舉行涼被義賣活動，共捐出 54,119 元。

- 遠東集團捐贈高效敷料 17,000 片，提供傷患醫療與後續照護所需。





# 遠東百貨 2015 年 慈善公益 活動總表

- 天南地北說相聲
- 圓夢運動鞋捐贈儀式 募鞋
- 弘前市嘉年華送愛到南家扶 捐蘋果
- 勵馨基金會 10 億人起義擊鼓反暴力
- 甜心甜馨情人節巧克力義賣 義賣所得 20,720 元、遠百捐贈 10,000 元
- 洋洋灑灑燈籠彩繪創作
- 點亮溫暖之光年節送愛到華山 捐近 50 盒年節禮盒
- 愛心蔬菜過好年義賣活動 義賣蔬果
- 遇見我的愛寵物情人萬歲 免費植入寵物晶片
- 五路財神臉譜展
- 羊咩咩邀你一起做環保裝置藝術
- 飢餓三十大會師為高雄祝福而跑
- 弘前市嘉年華城市交流會
- 綠色和平公益市集
- 「夢幻舞馬」千人公益場

遠東集團史上最大規模的公益活動，邀請偏鄉及弱勢孩童觀賞《夢幻舞馬》，遠東集團董事長徐旭東更首次化身「徐教授」教英文，希望讓更多偏鄉學童能從世界級舞台看到不同人生視野



- 孩童照顧
- 弱勢扶助
- 長者陪伴
- 婦女關懷
- 國際活動





- 追夢美國金手套傳承 贈送手套與棒球 30 組
- Wow 愛心漢堡義賣活動
- 玩具圖書巡迴車 首次來我嘉
- 消防體驗營
- 遠百公益心 暑期愛心餐
- 紙創藝裝置藝術展 安妮公主的試衣間
- 嘉義家扶中心義賣活動 捐款 11,667 元
- ICRT 樂活台南週 小小客服英語體驗營
- 台灣導盲犬協會 導盲犬宣導活動 募得 53,434 元
- 導盲犬藝展
- 日本物產展開展記者會
- 八仙氣爆捐贈 遠東集團共同捐助 2000 萬  
涼被義賣捐贈 54,119 元
- 牛仔改造達人選拔賽
- 新北市勞動部發展署 公益義賣 募得 21,246 元



共 14 場  
7 月

共 27 場  
8 月

- 親子蛋糕 DIY
- 阿布幸福家兒少關懷協會 認購愛心漢堡 認購漢堡
- 唐氏症基金會 秋節送愛記者會 捐贈 30,000 元
- 身障兒幸福夏令營
- 全國中等學校熱舞大賽
- 反毒反暴力反性侵害宣傳活動
- 兒童公益故事屋
- 助學行動勸募活動 捐款授贈
- 愛心認購助學計畫 我的文具季公益活動 募得 7,545 元
- 環台愛心漢堡胖卡義賣活動 義賣 150 個漢堡
- I coffee 成果發表會
- 創世基金會 我愛英雄爸爸為植物人加油
- 幸福嘉年華 彩繪 T 恤做公益 捐贈報名費
- 情人的黃襯衫 做陣來聽老情歌音樂會
- 銀髮閃閃 Re-start 認購包包獻愛心

- 森巴嘉年華記者會
- 日本插畫家教學活動
- 新北市勞工局 父親節庇護工場義賣活動 募得 47,658 元
- 給毛孩子一份爸爸的愛 寵物認養及疫苗免費施打  
寵物認養活動
- 寵愛老爹健檢樂 免費健檢
- 遠百公益心 挽袖獻熱血
- 海韻心熱血情 有愛獅界更美好 捐血
- 手 LASO 文創音樂市集
- 夏日水族展
- 魚中魚水族推廣
- 英雄鬆一下 假日按摩好輕鬆
- 歌仔戲互動劇場暨電子發票政策推廣  
西遊記 E 發票大作戰

- 中秋送愛在遠百捐贈儀式
- 小王子迷幻星球女裝服裝秀 產學合作
- 中秋袖幼幼 DIY
- 趣味油戲 DIY
- 一粒麥子行動書車 閱讀宣導活動
- Sony 粉紅絲帶快樂跑 募得款項 20,000 元
- 愛心認購 MOMO 熊 捐款 20,000 元
- 週慶造勢 衝破 20 億路跑
- 聯合藝術展開幕式
- 活水在流 溝仔尾歷史紀錄繪畫展
- 吳克群公益演唱會募款 捐贈 21,000 元
- 健康聯盟衛教宣導
- 阿罩霧風雲 II 電影特映會
- 248 農學市集
- 心路基金會 二手衣義賣 募得約 190,000 元
- 國際失智症月·珍愛記憶嘉年華



共 15 場  
9 月

共 21 場  
10 月

### 亮點故事—— 愛買耕耘在地 播下希望種子

在地精神是愛買最重要的 DNA，每逢年節，不忘關懷在地弱勢。今年端午，愛買捐贈上百份粽子予勵馨基金會，幫助弱勢家庭及婦女。農曆年節，全臺分店更提供年菜認購，今年募集了上千份年菜，協助「花蓮門諾基金會」與「弘道老人福利基金會」的弱勢老人們，一起過個溫飽好年。「取之於地方，用之於地方」，愛買未來仍將秉持最在地的精神，持續為這塊土地努力。

- 陽光基金會 公益畫展暨桌曆義賣 募得約 20,000 元
- 防暴舞蹈競賽
- 愛心包公益競標樂 捐贈競標所得 12,700 元
- 圓夢小王子小公主夢想走秀
- 歡慶萬聖節大遊行
- 讓 EYE 前進 導盲犬公益推廣
- 伊甸基金會 無障礙生活節宣導活動
- 惠光導盲犬 公益畫展暨義賣 募得 120,619 元
- 青春 young young 秀才藝成果百老匯
- 民歌四十民歌 傳奇分享會
- 新北市山藥節 記者暨展售會
- 台灣彩券 歡喜來捐血 捐血
- 歡慶雙十空手道表演
- 大型捐血社會服務活動 捐血
- 國稅局 電子發票宣導活動
- 微型創業鳳凰成果發表會 高屏澎東區成果展
- 長庚生技健康講座 搶救惡視力
- 反菸拒檳毒成果發表會
- 寶山秋收音樂會
- 妖怪咧變裝體操賽
- 超人氣人偶見面會





特定標準揭露

考量面	指標	章節	頁碼	未揭露資訊原因說明
<b>經濟面</b>				
經濟績效	管理方針 (DMA)	1.2.4 永續經營策略	22	
	G4-EC1 組織所產生及分配的直接經濟價值	1.2.3 財務績效	21	
	G4-EC2 氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	2.3.1 低碳管理綠服務	44	
		2.3.2 智能打造綠商場	46	
		3.1.1 虛實整合超體驗 3.1.2 雲端購物逍遙遊	54 56	
G4-EC3 組織確定福利計畫義務的範圍	4.1.2 多元福利制度優	69		
市場形象	管理方針 (DMA)	4.1 適性發展的幸福職場	68	
	G4-EC5 在重要營運據點,不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例	4.1.1 平等的薪酬政策	68	
	G4-EC6 在重要營運據點僱用當地居民為高階管理階層的比例			
間接經濟衝擊	G4-EC7 基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	2.2.2 時尚與自然並存 4.3 全球在地的交流共融	42 80	
採購實務	G4-EC9 於重要營運據點,採購支出來自當地供應商之比例	3.3.2 嚴選商品好評高	62	由於食品安全對於零售業具有重大性, CAS、產銷履歷及吉園圃皆為本地優良農產品之認證標章,因此以相關認證商品比例作為本指標之回應。
<b>環境面</b>				
能源	管理方針 (DMA)	2.1.1 全方位節能管理	36	
	G4-EN3 組織內部的能源消耗量			
	G4-EN5 能源密集度			
	G4-EN6 減少能源的消耗			
排放	管理方針 (DMA)	2.1.1 全方位節能管理	36	
	G4-EN16 能源間接溫室氣體排放量			
	G4-EN19 減少溫室氣體的排放量			
產品及服務	管理方針 (DMA)	2.3.1 低碳管理綠服務	44	
	G4-EN27 降低產品和服務對環境衝擊的程度			
	G4-EN28 按類別說明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比			
法規遵循	管理方針 (DMA)	2.2.2 時尚與自然並存	42	
	G4-EN29 違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額,以及所受罰款以外之制裁的次數			
交通運輸	管理方針 (DMA)	2.1.2 交通樞紐新思維	39	
	G4-EN30 為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊			
整體情況	管理方針 (DMA)	2.1.1 全方位節能管理	36	
	G4-EN31 按類別說明總環保支出及投資	2.2.1 減廢變身綠價值	41	

考量面	指標	章節	頁碼	未揭露資訊原因說明
供應商環境評估	管理方針 (DMA)	2.2.2 時尚與自然並存 2.3.1 低碳管理綠服務 3.2.1 攜手維護高品質 3.3.1 優先把關安心食 3.3.2 嚴選商品好評高	42 44 57 60 62	
	G4-EN33 供應鏈對環境的顯著實際或潛在負面影響,以及所採取的行動			
環境問題申訴機制	管理方針 (DMA)	2.2.2 時尚與自然並存 3.4.2 廣納建議心回應	42 64	
	G4-EN34 經由正式申訴機制立案、處理和解決的環境衝擊申訴之數量			
<b>社會面 — 勞工實務和尊嚴勞動</b>				
勞雇關係	管理方針 (DMA)	4.2.1 人力結構展平衡 4.1.2 多元福利制度優 4.1.3 教育訓練富創意	75 69 71	
	G4-LA1 按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例			
	G4-LA2 按重要營運據點劃分,只提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利			
	G4-LA3 按性別劃分,育嬰假後復職和留任的比例			
勞/資關係	管理方針 (DMA)	4.2.2 友善職場滿關懷	76	無工會故無簽署團體協約
	G4-LA4 是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期			
職業健康與安全	管理方針 (DMA)	4.2.2 友善職場滿關懷	76	
	G4-LA5 在正式的勞工健康與安全管理委員會中,協助監督和建議職業健康與安全相關規劃的勞方代表比例			
	G4-LA6 按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率,以及因公死亡事故總數			
	G4-LA7 與其職業有關之疾病高發生率與高風險的勞工			
訓練與教育	管理方針 (DMA)	4.1.3 教育訓練富創意 4.1.4 晉升透明促發展	71 74	
	G4-LA9 按性別和員工類別劃分,每名員工每年接受訓練的平均時數			
	G4-LA10 強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫			
	G4-LA11 按性別和員工類別劃分,接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例			
員工多元化與平等機會	管理方針 (DMA)	4.2.1 人力結構展平衡 4.2.2 友善職場滿關懷	75 76	
	G4-LA12 按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分,公司治理組織成員和各類員工的組成			
女男同酬	管理方針 (DMA)	4.1.1 平等的薪酬政策	68	
供應商勞工實務評估	管理方針 (DMA)	4.2.2 友善職場滿關懷	76	
	G4-LA15 供應鏈對勞工實務有顯著實際或潛在的負面衝擊以及所採取的行動			
勞工實務問題申訴機制	管理方針 (DMA)	4.2.2 友善職場滿關懷	76	
	G4-LA16 經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量			

考量面	指標	章節	頁碼	未揭露資訊原因說明
<b>社會面 —— 人權</b>				
不歧視	管理方針 (DMA)	4.2.1 人力結構展平衡	75	
	G4-HR3 歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動			
結社自由與集體協商	管理方針 (DMA)	4.2.2 友善職場滿關懷	76	
	G4-HR4 結社自由與集體協商			
強迫與強制勞動	管理方針 (DMA)	4.2.2 友善職場滿關懷	76	
	G4-HR6 已鑑別為具嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點和供應商，以及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動			
人權申訴機制	管理方針 (DMA)	4.2.2 友善職場滿關懷	76	
	G4-HR12 經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴的數量			
<b>社會面 —— 社區</b>				
當地社區	管理方針 (DMA)	2.1.2 交通樞紐新思維 4.3.1 深耕鄰里在地情	39	
	G4-S01 營運據點中，已執行當地社區議會、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比			
	G4-S02 對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運據點		80	
反貪腐	管理方針 (DMA)	1.3.2 誠信經營原則	25	
	G4-S03 已進行貪腐風險評估的營運據點總數及百分比，以及所鑑別出的顯著風險			
	G4-S04 反貪腐政策和程序的溝通及訓練			
	G4-S05 已確認的貪腐事件及採取的行動			
反競爭行為	管理方針 (DMA)	1.2.2 財務績效	18	
	G4-S07 涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果			
法規遵循	管理方針 (DMA)	1.3.2 誠信經營原則	25	
	G4-S08 違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數			
社會衝擊問題申訴機制	G4-S011 經由正式申訴機制立案、處理和解決的社會衝擊申訴之數量	3.4.2 廣納建議心回應	64	
<b>社會面 —— 產品責任</b>				
顧客健康與安全	管理方針 (DMA)	2.3.3 安全貼心全客層	47	
	G4-PR1 為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	2.3.4 智能管理零風險	50	
		3.3.1 優先把關安心食	60	
		3.3.2 嚴選商品好評高	62	
		G4-PR2 依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	3.3.1 優先把關安心食	

考量面	指標	章節	頁碼	未揭露資訊原因說明
產品與服務標示	管理方針 (DMA)	3.2.2 標示明確有保障	59	
	G4-PR3 依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比			
	G4-PR4 依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量			
	G4-PR5 客戶滿意度調查的結果			
行銷溝通	管理方針 (DMA)	3.2.1 攜手維護高品質	57	
	G4-PR6 禁止或有爭議產品的銷售	3.2.3 行銷推廣求務實	59	
		3.3.1 優先把關安心食	60	
		3.3.2 嚴選商品好評高	62	
客戶隱私	管理方針 (DMA)	3.4.3 隱私保護零失誤	64	
	G4-PR8 經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數			
法規遵循	管理方針 (DMA)	3.2.3 行銷推廣求務實	59	
	G4-PR9 因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額			



## 外部保證聲明書



## ASSURANCE STATEMENT

### SGS TAIWAN LTD.'S INDEPENDENT ASSURANCE REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE FAR EASTERN DEPARTMENT STORES' CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT of 2015

#### NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by Far Eastern Department Stores (hereinafter referred to as FEDS) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report for 2015 (hereinafter referred to as CSR Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the text, and data in accompanying tables, contained in this report.

The information in the FEDS' CSR Report of 2015 and its presentation are the responsibility of the management of FEDS. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in FEDS' CSR Report of 2015. Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of verification with the intention to inform all FEDS' stakeholders.

The SGS protocols are based upon internationally recognized guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting Guidelines (2013) for accuracy and reliability and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

This report has been assured using our protocols for:

- evaluation of content veracity at a moderate level of scrutiny for FEDS and moderate level of scrutiny for subsidiaries, joint ventures, and applicable aspect boundaries outside of the organization covered by this report;
- AA1000 Assurance Standard (2008) Type 1 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008); and
- evaluation of the report against the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Guidelines (G4 2013).

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, CSR committee members and the senior management at FEDS' headquarter in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant. Financial data drawn directly from independently audited financial accounts has not been checked back to source as part of this assurance process.

#### STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from FEDS, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, EICC, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

#### VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within FEDS' CSR Report of 2015 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of FEDS sustainability activities in 01/01/2015 to 12/31/2015.

The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. In our opinion, the contents of the report meet the requirements of GRI G4 Core Option and AA1000 Assurance Standard (2008) Type 1, Moderate level assurance.

#### AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

##### Inclusivity

FEDS has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, CSR experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns.

##### Materiality

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

##### Responsiveness

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

#### GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING GUIDELINES (G4 2013) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

##### Principles

The report, FEDS' CSR Report of 2015, is adequately in line with the GRI G4 Core Option. The material aspects and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material aspects and boundaries, and stakeholder engagement, G4-17 to G4-27, are correctly located in content index and report. Disclosures on more governance indicators are encouraged. Further descriptions of the specific goals and targets for each material aspect are recommended. It is also recommended to initiate assessments and management of the potential social risks in FEDS' brand supply chain.

#### Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.

Dennis Yang, Chief Operating Officer  
Taipei, Taiwan  
20 May, 2016  
WWW.SGS.COM



AA1000  
Licensed Assurance Provider  
000-8



*Beyond Our World*



*Beyond Shopping*



*Beyond Imagination*



*Beyond Happiness*





遠東百貨APP



LINE官方帳號



遠東百貨官網



本報告書採用環保大豆油墨印製



www.feds.com.tw