

2024年度

誠品生活 永續報告書

Sustainability Report

前言

關於本報告書

董事長的話

關於誠品生活

2024年永續績效總覽

P.3

P.4

P.7

P.8

1

●

永續發展

1.01 永續推動小組

1.02 永續發展願景

1.03 利害關係人溝通

1.04 重大主題分析

P.21

P.22

P.24

P.27

2

●

公司治理 永續經營

2.01 公司治理組織

2.02 誠信經營與法遵

2.03 風險管理

2.04 資訊安全與隱私保護

P.33

P.40

P.42

P.44

3

●

文化生活場域經營、誠摯款待

3.01 空間營造與商場安全

3.02 顧客服務與滿意度

3.03 供應鏈管理

P.48

P.52

P.60

4

●

幸福職場 多元包容

4.01 職場多元包容與人權

4.02 員工關懷

P.65

P.77

5

●

社會共好 藝文推廣

5.01 社會共好

5.02 藝文推廣

P.89

P.101

6

●

環境永續

6.01 資源循環與廢棄物管理

6.02 氣候變遷因應

6.03 能源管理

6.04 綠色倡議

P.115

P.119

P.123

P.126

附錄／

GRI Standards指標對照表

上市上櫃公司氣候相關資訊索引表

外部認證

P.127

關於本報告書

報告書組織邊界及編輯原則

誠品生活依全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）所發布之 GRI 永續報告準則（GRI Sustainability Reporting Standards, GRI Standards），編製 2024 年永續報告書，依循 GRI 準則與「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」為揭露標準。

本報告書涵蓋公司 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日在公司治理與誠信經營、客戶服務管理、人才任用與培育、員工關懷、社會共好與藝文推廣、資源循環利用等層面在永續發展政策的推動與績效展現。

本報告書有關企業永續發展之有關揭露以誠品生活股份有限公司為主。惟經濟績效指標揭露為合併報表中的實體，與公司年度財務報告一致。

本報告書所揭露的統計數據，係公司自行統計與調查的結果，並採用國際通用指標呈現，若有推估之情形，會於各相關章節註明。為求活動績效完整性，部份內容會涵蓋 2024 年 1 月 1 日之前，以及 2024 年 12 月 31 日之後。

報告書外部查證

項 目	依循標準	查證機構
財 務	會計師查核簽證財務報表規則及一般公認審計準則	資誠聯合會計師事務所
資訊安全	ISO/IEC 27001 資訊安全管理認證	英國標準協會
網購包材	確信準則 3000 號「非歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」	安候建業聯合會計師事務所

內部編輯審核與定稿

本報告書內容及數據由各權責單位提供資料，由永續推動小組彙整並做整體規劃與編製，送交專案委員會及總經理核閱後定稿後出版。本報告書未有外部保證或確信。

報告週期

本公司致力推動永續發展，已分別發行 2019 及 2020 年度 CSR 企業社會責任報告書。本報告書為本公司第一本永續報告書，不適用資訊重編情形。本次發行日期為 2025 年 8 月。下一年度發行日期為 2026 年 8 月。

聯絡方式

如對報告書內容有任何問題，請洽以下聯絡窗口：
負責單位：永續推動小組
電子信箱：csr@eslite.com
電話：+886-2-66385168
聯絡地址：臺北市信義區松德路 204 號地下一樓

董事長的話

誠品生活承襲母公司誠品的核心價值，於日常營運中實踐多重企業社會責任、落實雙利哲學（profit and benefit），積極創造股東利潤及社會利益，企盼為企業、社會及環境永續發展貢獻力量，成為一個懷抱真心誠意、創造人們內心喜悅的品牌；一個具備真材實料、創造人們生活幸福的企業；打造一個充滿真情實感虛實融合的文化生活生態圈！

在2013年上櫃之際，我寫下了以下關於誠品生活英文命名的六種思考，盼望誠品生活團隊可以持續銘記這家公司的目標與使命。

「誠品生活」英文命名「spectrum（光譜）」的緣由是這樣的：

1. Light, made up of the color spectrum, illuminates the darkness.
光是一種能量！
誠品生活期盼成為明亮溫暖與正面能量的精神場所！
2. A spectrum is a compounded phenomenon, and it does not demand conformity.
光譜是一種複合現象，不追求制式化與單一性。
誠品生活團隊期許用心經營複合多元的豐富文化場域！
3. A spectrum has unity, but is also comprised of elements that are individual, with each distinct component contributing to the whole.
光譜內的色彩五花八門卻有其共通與相互依存性，每種顏色皆可獨立識別，並也經常同時與其他顏色緊密相連結，因之再產生新的色彩！
誠品生活的經營內容含納跨業種與多品牌的獨立特色，彼此擁有共同堅持的調性質感與品質要求，連鎖而不複製，期勉高標準與創意表現！
4. People from different backgrounds can see one same color in a spectrum differently according to the current lighting, atmosphere and their moods.
來自不同背景的人在不同的情境看著光譜內同樣的顏色，很可能會生起不同的覺受。
誠品生活尊重個別的差異，盼望透過重新詮釋既有概念，賦予一般事物新鮮的面貌，融合誠品的核心價值：人文、藝術、創意、生活，接納並鼓勵多元的可能性！
5. People from different backgrounds can find a lot in common in different colors and experience the same feelings and similar opinions.
來自不同背景的人觀觀光譜中不同的顏色，也可能會發現其中諸多的相似之處。
誠品生活期待與個別迥異的客人相互輝映出共享的靈感、意義與色度，過程中透過經驗多面向的主題活動與品牌，一起趣味探索、自然成長！
6. Some elements of the spectrum cannot be seen, likewise, life contains unseen elements such as feelings, emotions, curiosity and creativity...
可見光譜只占寬廣的電磁波譜的一小部分，仍有絕大部分的光線無法為肉眼所覺察……
誠品生活了解看不見的事物並不表示它們不存在，反而更需要藉由看得見的事物去觀察、體會與想像不可見的知與未知！我們期盼與人們分享與體會生命中不可見的層疊交融的情感，共同創造精采的當下與深刻的回憶！

誠品生活持續深耕打造虛實融合的全通路文化生活生態圈，致力提供實體人文關懷融合數位服務、實踐創意經濟，並邁向永續發展的全通路平台。在全體合作夥伴與團隊同仁攜手努力下，實體通路業績穩步提升，2024年終端營收達新台幣241億元，較前一年度成長約6%，依據國際財務報導準則，合併IFRS營收68.46億元，雙雙寫下新高紀錄，在可實現全通路綜效的虛實整合經營之路上再邁出再堅實有力的一大步。

同時，誠品生活也持續關注永續議題，除了結合知識、美學、身心靈療癒、時尚、設計、創意等多樣化主題與內容，策畫舉辦數千場藝文展演活動，也在日常營運中運用設計巧思綠化場域空間、落實廢棄物減量與資源循環，本年度亦啟動溫室氣體排放盤查與管理作業，期盼在推廣人文藝術、致力將創意融入生活之際，號召會員和各地民眾一同對環境與社會付出關懷、推動響應綠色永續生活。

我們期盼藉由持續創造與提供安頓身心的空間場所精神，以及融合多元創意經濟與文化內容的商品、服務、活動，成為會員與讀者顧客之於美好生活品質的追求與嚮往之地，亦期許與更多民眾攜手孕育社會長期的人文氣質，分享善、愛、美的感動，實踐將人文、藝術結合創意融入到民眾生活的經營初衷，為自身與眾人帶來幸福！

誠品生活董事長兼總經理 吳旻潔





圖片版權所有：有境設計、雲室攝影

關於 誠品生活 eslite spectrum

企業願景

成為全球華人社會深具影響力
且獨具一格之文化創意產業領導品牌，
並對提升人文氣質積極貢獻！

承襲誠品創辦人吳清友的經營理念——人文、藝術、創意、生活，誠品生活憑藉著專業、獨特品味、多元通路，和文化創意活動平台的整合經營能力及創新經營模式，逐步發展成為一涵蓋書店、畫廊、展演、商場、餐飲、藝文旅館、物流等以文化活動為基底的複合式文創平台，運用「人、活動、空間、商品、服務」為核心元素，構建多元的活動、多元的空間、多元的文化，以及多元精彩的市民參與。

誠品生活與母公司誠品長年支持贊助「誠品文化藝術基金會」，以推廣閱讀為核心使命，「有書讀、愛讀書、讀好書」為目標，期望撒下書的種子、灌溉閱讀習慣的養分。基金會從2010年成立迄今已邁入第十四年，隨著時間的驗證，能在這片土地上耕耘出遍地書香的人文社會。

誠品生活為「創意經濟的全通路平台」，誠品則是「多元文化的內容提供者」，打造華人社會獨特之「虛實融合 (OMO) 的全通路文化生活生態圈」與深度的文化內涵，攜手誠品文化藝術基金會，共同提升社會閱讀能量，進而活絡文化生活的動能。

我們期待誠品生活聚焦發展 ESG 之 S(social)——多樣化與共融。以「身心靈的豐富與療癒、幫助人們發展智慧、培養一個溫暖的靈魂」為顧客創造價值。有機會引領人們從生活的美好品味與細膩體驗中，豐富自己 (enrichment)、參與社會 (engagement)、創造樂趣 (entertainment)，在無限的生命旅程中閃閃發亮！

多樣的文化空間



誠品生活：創意經濟的全通路平台

eslite spectrum : An Omni-Channel Platform for Creative Commerce

- ◆ 結合文創與產業的實體通路、電商平台、倉儲物流、生活品牌、餐旅事業
- ◆ 打造線上下融合服務，實體通路訴求大小並行，結合線上多元身心靈選品
- ◆ 強調與人為善的心念、創意行銷的能力、生活產業的展售、文化事件的創造
- ◆ 期許成為兼具觀光價值、跨界結合、文化生活、體驗分享的身心靈療癒品牌

誠品文化藝術基金會

eslite Foundation for Culture and the Arts

- ◆ 致力閱讀分享，培養青少年閱讀習慣，融入在地攜手學校社區共創
- ◆ 結合社會資源深入執行，成為一個值得信賴與合作的閱讀推廣平台
- ◆ 深耕人文，建立「有書讀、愛讀書、讀好書」的美好日常閱讀社會

誠品：多元文化的內容提供者

eslite : A Provider of Diverse Cultural Content

- ◆ 綜合書店、畫廊、展演，當代文化內容之深度經營者
- ◆ 投資誠品生活線上下融合全通路平台以創造整合綜效
- ◆ 華人文化創意與延伸品牌價值服務之會員經濟創造者
- ◆ 持有、積累、應用「誠品」品牌資產的終端控股公司

豐富的文化內涵

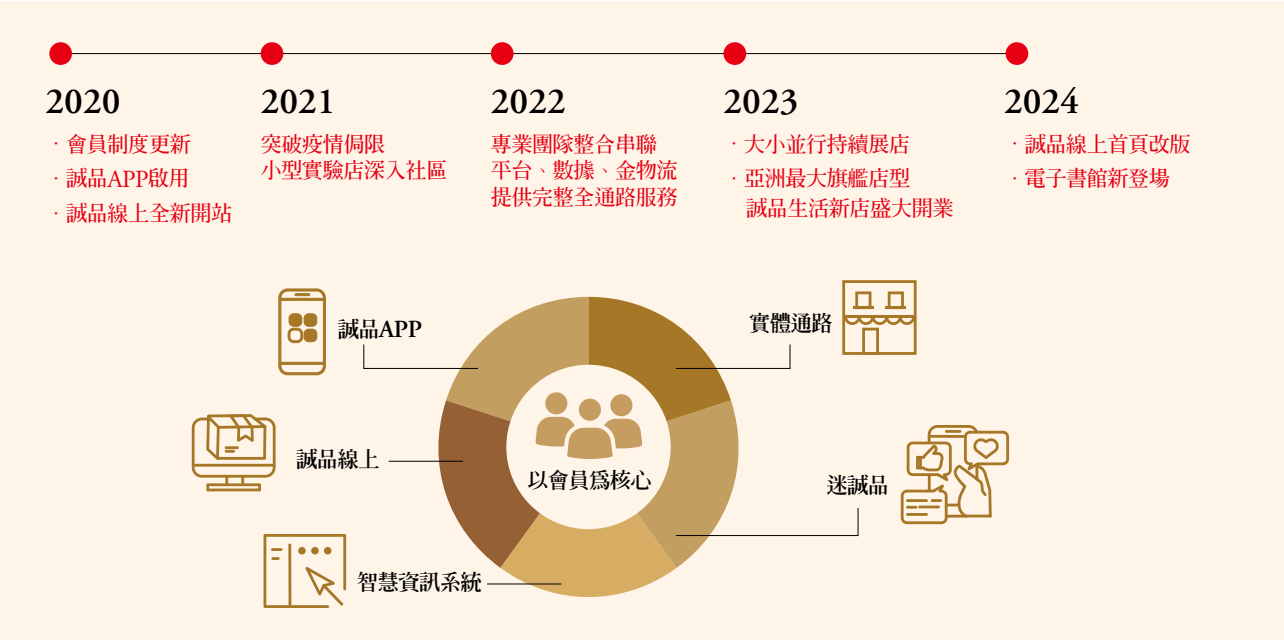


2024年永續績效總覽

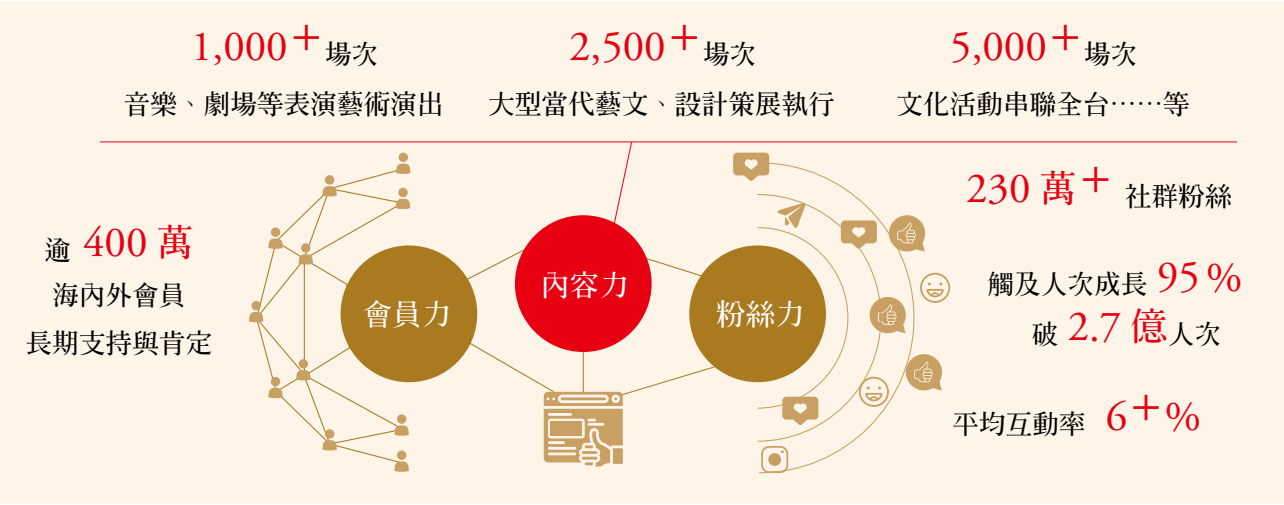
§ 經濟面（公司治理）



● 誠品生活持續深耕打造「虛實融合 (OMO) 全通路文化生活生態圈」



● 誠品生活以獨具一格文化品牌力、最具能量文創動員力串連線上下，會員力、內容力、粉絲力持續躍進



§ 社會面

● 誠品文化藝術基金會多年來持續推動「閱讀分享計畫」，結合民間資源，共同為閱讀資源相對匱乏地區募集好書，並建構供需平台，因應各單位不同需求提供所需書籍內容。



● 誠品文化藝術基金會「為孩子的未來帶路—SDGc 永續閱讀募書行動」響應全球 ESG 趨勢，藉由企業及各界群眾力量重點募集 SDGs 相關好書，亦與誠品線上合作，邀請讀者購書後轉贈，2024 年共提供 8 所偏鄉學校近 400 冊全新好書。

● 誠品生活 expo 多年來積極推廣台灣蓬勃創意設計能量，目前已號召超過 1,200 家新創文化設計品牌曾參與夢想市集、400 個品牌進入誠品生活全台各店、誠品生活 expo 門市及誠品線上，分享展售超過 3,000 款創意設計商品。

● 「迷誠品 Podcast」聚焦趣味與深度兼具的內容經營，開播以來創作逾 400 集節目，涵蓋文學、財經商管、身心靈療癒等多元主題，透過與各界嘉賓對談交流激盪多元觀點，吸引近 800 萬次下載，獲 Apple Podcast 說書節目最佳排行台灣 TOP 1、香港 / 新馬 TOP 10。

§ 環境面

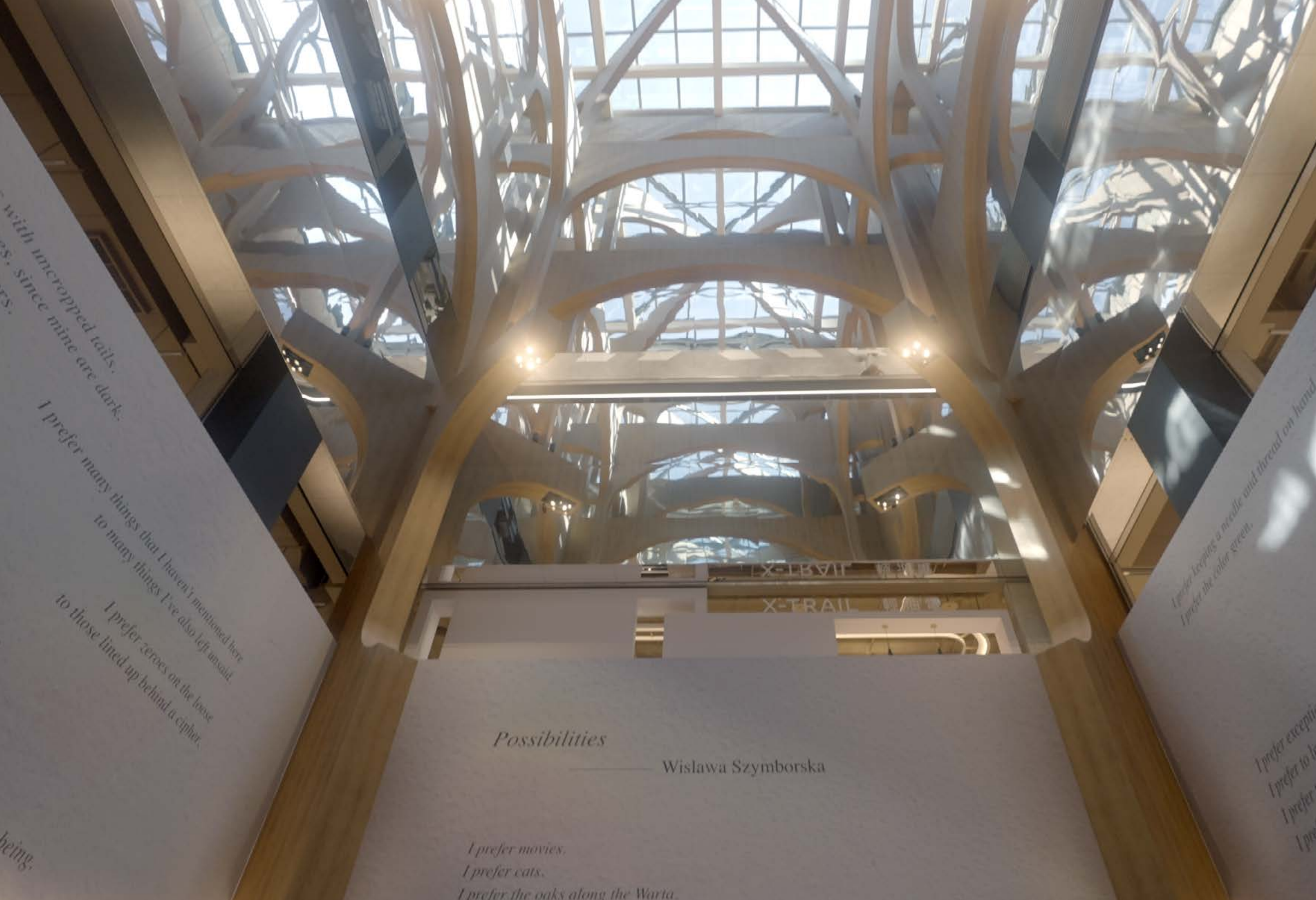
● 積極推動會員卡數位化，2024 年僅極少量的小童學卡為實體卡，其餘黑金白實體會員卡已 100% 改為電子會員卡提升使用便利性與資料精準度，並減少紙卡製造與寄送所造成的資源浪費。

● 誠品線上遵守《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》積極推動網購包裝減量，2024 年平均網際網路購物包材重量較前一年度有效降低 57.6%。

● 導入 AGV 自動化倉儲系統，提升作業效率並打造「關燈倉儲」，相較傳統作業節省約 34% 用電量並降低 50% 以上人工作業時間。

● 本公司自 2020 年推動行政表單電子化，累計逾 18 萬件流程，提升行政效率與響應環境保護。

● 2024 年首度與臺北流行音樂中心合作，推出「誠品綠色生活節 x 北流音樂趴」，邀請 60 多家攤位、10 組音樂團隊響應，結合音樂、生活與永續實踐並攜手財團法人看見・齊柏林基金會，引導民眾意識臺灣環境變遷議題，呼應綠行動。



圖片版權所有：有玳設計、雲室攝影

誠品生活新店

eslite spectrum Xindian

連結眾人之所，探索明日之城
A Place for All People,
A City for Tomorrow

亞洲最大誠品生活，升級詮釋誠品空間
美學與創意生活主張，巧妙結合商業、
文化、創意、公益、社區性與國際化，
匯聚人流、創造盛事，提供民眾遊逛、
社交、聚會、餐飲、尋寶、學習與汲取
靈感的立體微型城市！

獲獎實績

誠品生活新店 榮獲2024台灣光環境獎

營造非典型商場的人文氛圍，也展現企業獨特的文化精神

由財團法人中強光電文化藝術基金會主辦的「2024台灣光環境獎」，在照明專家周鍊召集下，由評審團徵選出年度最具代表性的光影之作。

延續立體微型城市的空間設計理念，以象徵傳遞書香的光進行設計，並藉由不同區域、材質上的分別，呈現出整體空間的樣貌。從低樓層的紅磚區到最上層的圖書館殿堂，分別營造出紅磚區的黃昏光感、商場區域 4000k 的暖白光，到最後 30 米挑高天井的自然光灑落，形成一個自然的連結；透過燈具的韻律表現，使對稱的商場空間更為生動。評審團認為，本作品的光以人文為基底，隨著建築空間和材質的轉換，創造了調性一致，卻帶有豐富表情的光感，溫暖中帶有精神；營造非典型商場的人文氛圍，也展現企業獨特的文化精神。

企業總覽與發展

企業簡介

誠品生活股份有限公司（以下簡稱「誠品生活」或「本公司」）於西元 2005 年 9 月 26 日成立。總部設立於台北。

公司性質	上櫃公司	產業別 / 主要業務	文化創意業；主要從事文化創意相關之全通路發展經營、商場委託經營及管理顧問業務、各類旅館用品設備之買賣進口、各類廚房用具及設備買賣與安裝、酒窖經營、各類食品之進口代理及零售、旅館經營等。
董 事 長	吳旻潔		
資 本 額	新臺幣 4.74 億元		
營 業 額	新臺幣 68.46 億元		
員工人數	1,369 人	營運據點	誠品生活之海內外營運據點截至 2024/12/31 止，共 53 家。

持續深耕打造「虛實融合 (OMO) 全通路文化生活生態圈」

誠品生活近年來持續深耕打造「虛實融合 (OMO) 全通路文化生活生態圈」(Human Touch with Digital Links)，致力提供實體人文關懷融合數位服務的全通路平台，並持續發展會員經濟。

誠品生活仍將以強化全通路營業方向為主軸，以大小並行之實體展店策略持續提升獲利，大店訴求建立城市差異化生活地標，小店深耕在地化增加經濟規模，誠品線上則計畫結合實體通路擴大圖書市占率以深化對於顧客興趣的了解，並擴充跨品類選品品項，虛實並進互導線上下流量，進一步強化會員經濟。

第一曲線：
複合商場、餐旅事業群及旅館事業群之既有事業，本質以「實體複合通路經營」為主軸，持續於海內外不同城市展店，並以書店、跨品類選品、體驗活動等，為商場創造主題與獨特優勢的主要競爭特色。

第二曲線：
誠品線上 (含物流) 之創新事業，本質以「虛實通路融合經營」為主軸，同步擴展多類別的商品品類，並以線上線下消費會員導流與交叉行銷推薦作為主要競爭特色，力拚誠品線上於未來 3 年達到損益平衡。

誠品生活主要事業體分為全通路發展事業、餐旅事業及旅館事業。

虛實融合（OMO）全通路文化生活生態圈

OMO

整合線下上的系統，客戶資料與消費數據分析，更精準掌握受眾輪廓，並融合線上下通路相關服務與行銷策略，依據顧客當下的需求與偏好，提供個人化的銷售與服務，精準行銷。

文化生活

經由人文、藝術、創意融入生活，實現個人自我成長、社會參與和生活樂趣分享，創造個體存在於現代人際社會的身心靈富足感（enrichment，engagement，entertainment）。

全通路

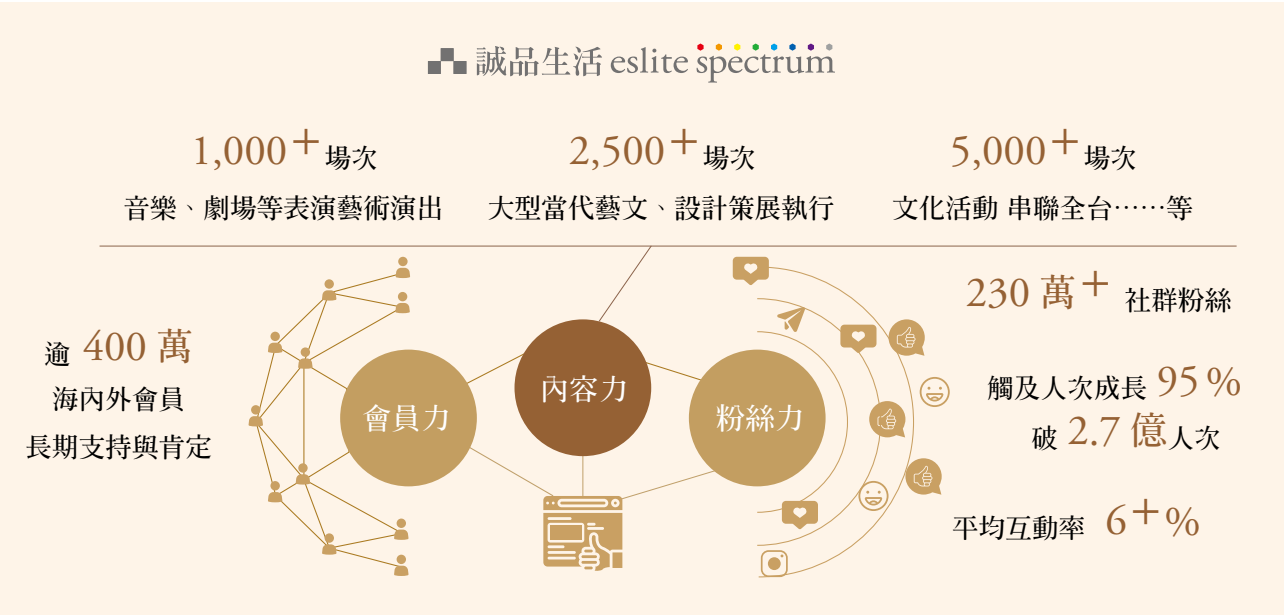
實體通路、電子商務、內容網站、各式社群、會員APP、簡訊、電郵、顧客服務等，所有接觸到客戶的管道皆是全通路的一環，透過崇熙設計安排彼此之間的關係，使客戶可在線上下自由移動享受誠品優質服務。

生態圈

企業圍繞著一個創新（想法、產品或服務），在一個商業生態系統內共同演化出各項能力。關鍵有三：共生、互生、再生，追求整個體系核心競爭力的共同提升。

全通路發展事業

以複合商場實體通路大小規模並行、多元化商場開發以及電子商務線上下融合的全通路發展為經營主軸，結合文化動能與商場營運專業，以整合型的會員服務，提供更豐富多元的創意生活服務。不論是實體通路、電子商務、內容網站、各式社群、會員 APP 以及顧客服務等所有接觸到顧客的管道，皆為誠品生活全通路的一環，透過重新設計和安排，使顧客可以在線上下自由移動享受誠品生活的優質服務。



● 實體通路發展與規模

誠品生活以「實體複合通路經營」為主軸，持續於海內外不同城市展店，並以書店、跨品類選品、體驗活動等，為商場創造主題與獨特優勢的主要競爭特色。

海內外營運據點截至 2024/12/31 止，共 53 家。分別為台灣 39 家、香港 11 家、蘇州 1 家、東京 1 家、吉隆坡 1 家。複合商場實體通路大小規模並行，以經營規模分為旗艦店、大型店、中型店、小型店，另有委管店（委託經營管理），代表店別如下：

實體通路 海內外據點



旗艦店 商場規模：9,000 坪以上



- 家數 2
- 代表店別：
誠品生活新店
誠品生活蘇州

大型店 商場規模：4,500 ~ 9,000 坪



- 家數 4
- 代表店別：
誠品生活松菸
誠品生活南西
誠品生活武昌
誠品生活 480

中型店 商場規模：450~4,500 坪



- 家數 21
- 代表店別：
誠品生活西門
誠品生活新板
誠品台大
高雄義享

小型店 商場規模：450 坪以下



- 家數 24
- 代表店別：
新竹巨城
雲林虎尾
高雄駁二

委管店 委託經營管理及商業管理顧問



- 家數 2
- 代表店別：
勤美誠品綠園道
中信金融園區

● 誠品線上 eslite.com

誠品生活持續深耕「虛實融合 (OMO) 的全通路文化生活生態圈」，2020年推出「誠品線上」平台，彙聚全台最豐富繁簡中、英、日文書籍，特搜歐美日韓等全球首發特色文具及各國生活風格設計選品，也涵蓋流行設計、香氛保養、兒童親子、特色美食、生鮮食材、3C 科技等豐富品項，應有盡有，同時提供電子書服務，支援多平台跨螢閱讀，帶來更加便利的數位閱讀體驗。

「誠品線上」串連誠品生活全通路，結合誠品線上、誠品 APP 和深入全台各城市鄉鎮的實體據點，以及智慧物流服務，將線上與線下顧客相互導流，同步擴展多類別的商品內容，為誠品生活所有會員與全台民眾創造更加豐富精彩的內容及虛實整合體驗！



● 迷：誠品 MEET eslite.com

迷誠品以「閱讀、人文、生活美學」為核心，打造承載文化記憶與靈感傳遞的數位內容平台。結合誠品深厚的人文藝術能量，透過專題策展、影音創作與社群互動，推動閱讀普及與文化共創，實踐 ESG 中「社會責任」的永續願景。從書籍推薦到身心靈探索，迷誠品引領大眾在數位時代中品味知識、感受美好，激發思辨與連結的力量，持續以數位影響力為社會注入溫度與希望。



餐旅事業

採多角化經營，主要業務包括設備業務、工程服務、餐旅用品及零售門市等，除供應專業廚房／洗衣房設備及旅館用品外，同時自營酒窖。代理世界一流品牌銷售與服務，為台灣可完整提供「規劃設計－銷售－安裝－售後服務」整體專案服務之公司。本著「將美好事物帶入生活」的理念，餐旅事業致力引進全球各地品質優良風格獨特的生活用品、食品，多年來廣為飯店、餐飲業界採用外，更希望藉由零售通路之拓展推廣給更多的民眾，讓品味生活隨手可得。



旅館事業

位於台北松山文創園區之誠品行旅定位為台灣自創品牌的精緻旅館，期許創造國際旅人聯想台灣自創精緻旅館品牌的口碑。誠品行旅除館營餐廳外，同時積極推廣館外餐廳以及打造誠品會員黑卡中心 eslite premium，提供晨醒人到夜讀人都能盡情享受的餐食。



「場所精神」的延續與創造

誠品生活的核心價值是將「人文、藝術、創意融入生活」，透過空間、活動、人來創造獨具一格的「場所精神」，實體通路堅持「場所精神」的延續與創造，迄今已成為經營橫跨台灣、香港、蘇州、日本東京及馬來西亞吉隆坡文創平台的獨特場域，針對不同規模及地域屬性的通路進行空間及商場規劃，目前商場營業總面積約11萬坪。

特有的人文風格及空間氛圍，加上獨具一格的藝文活動企劃，受邀及選擇具知名度高、集客力強、互補性大的合作對象，使誠品生活商場業種組合更具吸引力，同時，誠品生活商場在建築及空間規劃均強調融入在地精神及商場特色，不僅獲得顧客肯定，也透過此種獨特經營規劃能力吸引合作夥伴，攜手共創永續經營商業模式。

1989

誠品敦南店

eslite Dunnan Store

1999年打造全球首家
不打烊書店



2005

誠品信義店

eslite Xinyi Store

最大綜合旗艦店打造閱讀
與生活的博物館



2012

誠品銅鑼灣店

eslite Causeway Bay Store

躍動城市中的心靈停
泊港口



2013

誠品生活松菸店

eslite spectrum Songyan Store

首次結合表演廳、電影院、文創實
演共同營運的文化內容綜合體



2015

誠品生活蘇州

eslite spectrum Suzhou

一座人文閱讀、創意探索
的美學生活博物館



2017

誠品 R79

eslite UNDERGROUND R79

中山地下書街—誠品R79
全長逾270米

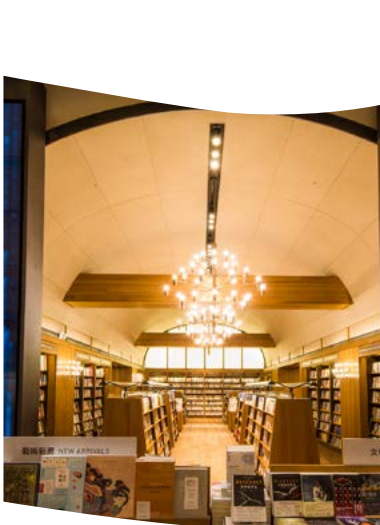


2018

誠品生活南西

eslite spectrum Nanxi

全新獨立大店開幕，期待打造
跨文化的「生活聚場」



2019

誠品生活日本橋

eslite spectrum Nihonbashi

首度跨出華人圈，首家日本據點



2020

香港

誠品書店奧運店

深入旺角社區
奧海城商場

誠品生活荃灣店

D.PARK 愉景新城商場

誠品書店屯門店

V city商場



2022

誠品生活吉隆坡

eslite spectrum Kuala Lumpur

前進馬來西亞開展
東南亞首店



2023

誠品生活新店

eslite spectrum Xindian

連結眾人之所，探索明日之城 A Place for All
People, A City for Tomorrow 亞洲最大誠品生活，
升級詮釋誠品空間美學與創意生活主張，巧妙結合
商業、文化、創意、公益、社區性與國際化，匯聚
人流、創造盛事，提供民眾遊逛、社交、聚會、餐
飲、尋寶、學習與汲取靈感的立體微型城市！



2024

誠品生活 480

eslite spectrum Taichung 480

於台中七期市政路打造
一座跨界創作的城市生活美學館



營運績效

2024年誠品生活在實體通路業績提升下，合併 IFRS 營收較前一年度成長約 3%，達新臺幣 (以下同)68.46 億元，終端營收約為 241 億元，較前一年度成長約 6%。誠品生活 2024 年度稅後淨利為 0.12 億元，合併後每股盈餘 0.27 元，為四年來首度轉虧為盈，終結前三年受疫情、大店開辦費用與投資誠品線上所形成的虧損，亦顯示自 2024 年起實體通路的獲利已可弭平誠品線上前期投資赤字。

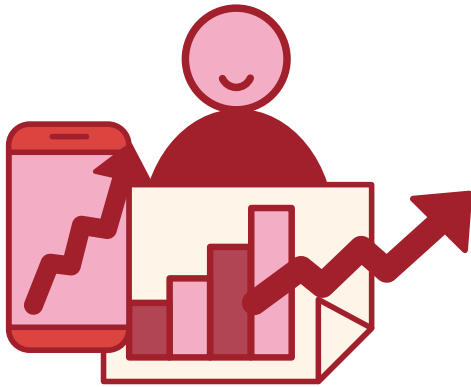
更多有關財務績效的資訊，請詳本公司 2024 年度年報。



2024 年度主要營業內容

單位：新臺幣仟元；%

營業類別	2024 年度	
	銷售金額	比重
全通路銷售服務	4,693,358	69
餐 旅 收 入	1,677,998	24
其 他	474,598	7
合 計	6,845,954	100

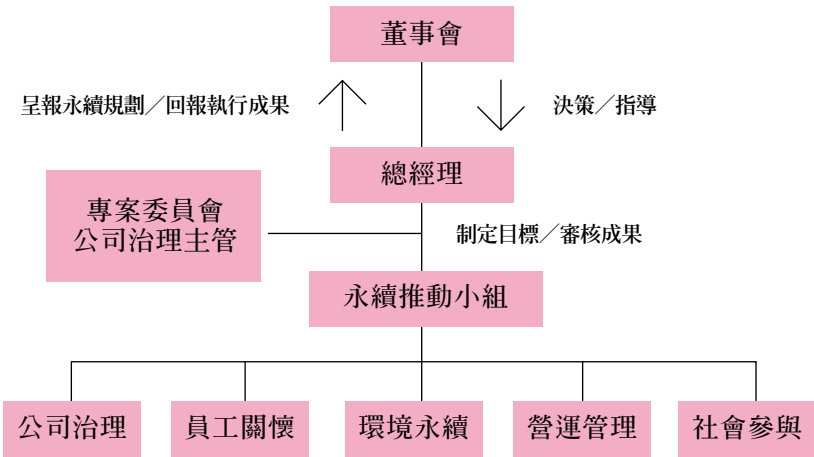


1 永續發展

1.01 永續推動小組

為強化 ESG 治理與落實永續發展理念，誠品生活 2024 年 11 月設置「永續推動小組」，由總經理擔任委員會召集人，主要負責擬定各項永續專案方針與執行，並指派公司治理主管監督管理，協助董事會督導永續資訊管理相關事務。

「永續推動小組」分別由公司內部相對應之部門最高管理者兼任管理推動，目前設有公司治理小組、員工關懷小組、環境永續小組、營運管理小組及社會參與小組，「永續推動小組」一年至少召開 1 次會議，負責相關永續事務的推動，落實於公司日常營運，推進公司朝向良善治理、社會共融與環境責任之永續目標穩健前行。



永續推動小組主要職責包括：

- 公司治理小組
負責規劃與推動公司治理架構、誠信經營政策及法規遵循機制，涵蓋內控稽核、風險管理、財會制度及資訊揭露等與公司營運治理相關事宜。
- 員工關懷小組
負責員工招募、任用、教育訓練、職涯發展與福利制度規劃，並推動員工權益保障、平等職場、多元包容與勞資關係溝通等相關議題。
- 環境永續小組
負責企業營運所涉之環境管理政策與實務執行，包括能源使用、碳排放、水資源管理、廢棄物處理、綠色採購及氣候變遷應對策略之規劃與檢討。
- 營運管理小組
負責營運過程中與產品安全、顧客服務、供應鏈管理、資訊安全及數位化服務等相關議題之推動與監督，確保顧客體驗與品牌信任。
- 社會參與小組
負責推動企業社會責任相關事務，包括社會關懷、公益參與、社區互動、在地共融等，強化企業與社會之正向連結。

1.02 永續發展願景

- 願景：成為全球華人社會深具影響力且獨具一格之文化創意產業領導品牌，並對提升人文氣質積極貢獻！
- 定位：實踐創意經濟、致力永續發展的全通路平台
- 價值與理念：
 - ◎身心靈的豐富與療癒，幫助人們發展智慧，培養一個溫暖的靈魂
 - ◎將人文、藝術以創意的途徑融入到人們生活之中
- 使命：
 - ◎為企業、環境及社會永續發展貢獻力量，聚焦發展 ESG 之 S (social) 面向：多樣化與共融
 - ◎成為一個懷抱真心誠意 創造人們內心喜悅的品牌
 - ◎成為一個具備真材實料 創造人們生活幸福的企業
 - ◎打造一個充滿真情實感 虛實融合的文化生活生態圈
 - ◎於日常營運實踐多重企業社會責任，落實雙利哲學（profit and benefit）—為股東創造利潤、為社會創造利益

永續策略藍圖：

- 核心理念：充滿多樣化與共融價值的文化生活生態圈
- 永續承諾：為顧客創造價值，豐富自己 enrichment、參與社會 engagement、創造樂趣 entertainment
- 策略主軸與目標：
 1. 建構安心生活場域
誠品生活秉持「以人為本」的初衷，關注每一位顧客與同仁的身心健康與安全福祉，從職場安全、顧客空間動線、食品與商品品質、資訊保護等層面，落實全方位的風險管理。透過制度化的標準與即時應變機制，致力打造安全舒適的文化生活體驗場域，亦成為最值得顧客與合作夥伴信賴的藝文體驗推廣平台。
 2. 連結人文生活價值
誠品生活相信幸福來自人與人之間真誠的連結，以及日常體驗中所累積的感動。秉持既在地又國際的經營視野，誠品生活攜手顧客、員工、社區與品牌夥伴等各方利害關係人，共同營造充滿溫度的文化場域與職場環境，透過創新服務內容與跨界合作，實踐共融共好的永續生活願景。
 3. 藝文體驗走進日常
誠品生活以推廣文化藝術為使命，長年投入展覽策畫、創作扶植與國際文化交流，致力於讓藝術成為日常生活的一部分。透過開放場域資源、舉辦多元展演活動與支持新銳藝術創作者，提升大眾接觸藝文的可近性，同時關注偏鄉與弱勢族群藝文與閱讀推廣，攜手社會各界共築文化共好願景。

4. 實踐綠色永續生活
面對全球氣候變遷與環境挑戰，誠品生活積極思索文化場域與永續環境之間的和諧關係，透過空間綠化設計、節能減碳措施、循環包裝導入與綠色採購推廣，推動生活中可實踐的環境友善行動。同時串聯供應鏈與顧客參與綠色行動，一同減少生態足跡，朝向更永續的未來前進。

誠品生活自我期許成為深具社會價值的文化創意生活產業，以文化為基底，注入更多的人文關懷與文藝氣息，不斷實踐對美好社會的追求和貢獻。為呼應全球永續發展趨勢，誠品生活秉持「與人為善」的初衷，深化企業核心職能，擘劃具誠品特色的永續發展藍圖。以「打造充滿多樣化與共融價值的文化生活生態圈」為願景，聚焦「建構安心生活場域」、「連結人文生活價值」、「藝文體驗走進日常」、「實踐綠色永續生活」等四大策略主軸，在文化與生活交織的場域中，實踐有溫度的永續行動。

誠品生活致力守護利害關係人的身心健康與安全，從制度面強化職場與公共安全管理機制，並以數位轉型與綠色經營為推手，強化營運風險掌控力；同時，持續優化顧客體驗與職場環境，攜手員工、品牌夥伴與社區居民，共築幸福生活場景，落實企業與在地共榮的理想。在環境面，誠品生活面對氣候變遷與資源有限的挑戰，積極推動綠建築設計、節能設施導入、永續商品策展與消費倡議，降低經營與消費過程中的環境足跡，形塑永續文化場域；而在文化面向，則持續深耕藝文推廣與創作扶植，串聯國內外藝術能量，關注文化平權與社會公益，讓藝術走入日常，讓關懷成為共感。

未來，誠品生活將依循這四大永續主軸，訂定明確的短、中、長期發展目標，從場域經營、顧客體驗、供應鏈管理到社會共融，推動具體行動方案，期盼與所有利害關係人攜手打造可持續發展的全通路文化生活生態圈，共創共好永續的美好未來。

1.03 利害關係人溝通

為履行企業社會責任，深化利害關係人之溝通與互動，誠品生活與利害關係人建立透明及暢通的議合管道，並將其意見納入公司管理方針與營運活動，以達永續經營之目標。誠品生活依循 AA1000 SES（AA1000 Stakeholder Engagement Standard）的五大原則（責任、影響力、張力、多元觀點及依賴性）定義出主要利害關係人，並向本公司管理層及相關單位同仁發送利害關係人鑑別問卷進行調查，最終鑑別出員工、股東、顧客、供應商（含文創工作者）、政府、社區（含社群），共 6 大類利害關係人。

為與利害關係人建立良好的溝通方式，運用多元管道及機制，傾聽、了解與回應利害關係人需求，藉由持續溝通與議合，共創彼此效益與信任。2024 年各利害關係人溝通管道及關注議題如下：

利害關係人	員工	股東
利害關係人對組織意義	誠品生活深信員工是支持公司進步、推動組織創新與轉型以及保持永續競爭力最重要的資產之一	股東/投資人是支持誠品生活經營發展的主要關鍵，對公司之營運績效與永續發展最為關注
主要關注議題	<div><div>• 人才招聘與薪資福利</div><div>• 員工培育與職涯發展</div><div>• 職場安全與健康關懷</div><div>• 資訊安全與個資保護</div><div>• 品牌管理</div><div>• 法規遵循</div><div>• 營運績效</div></div>	<div><div>• 營運績效與股東權益</div><div>• 公司治理及誠信經營</div><div>• 法規遵循</div><div>• 品牌管理與企業形象</div><div>• 利害關係人溝通</div></div>
溝通管道、頻率及回應	<div><div>• 召開勞資會議及職工福利委員會與同仁進行溝通 (每季)</div><div>• 召開趨勢講座、行銷交流會進行議題分享及內部交流 (每半年)</div><div>• 透過內部網站及公告通知與同仁進行溝通 (即時／不定期)</div><div>• 進行各類教育訓練課程 (不定期)</div><div>• 依事業單位需求召開營運績效會議 (不定期)</div><div>• 進行員工績效考核 (每半年)</div><div>• 舉辦員工身心健康活動 (不定期)</div><div>• 設置公司內部溝通管道（專責處理單位、專用信箱及專線電話）(即時)</div></div>	<div><div>• 召開股東會，並於會議上回覆股東相關問題 (每年)</div><div>• 召開法人說明會，並於會議上回覆投資人相關問題 (每年至少2次)</div><div>• 財務資訊公告 (每季)</div><div>• 年報公告 (每年)</div><div>• 於公開資訊觀測站揭露重要財務及業務相關資訊 (不定期)</div><div>• 官網揭露公司治理相關資訊及最新財務資訊等訊息 (不定期)</div><div>• 於公司網站提供投資人專用電子郵件信箱與聯絡電話，為投資者與公司之間建立暢通的溝通管道 (即時)</div></div>
行動成效	<div><div>• 舉辦4場勞資會議及4場福委會議</div><div>• 舉辦2場趨勢講座暨行銷分享會</div><div>• 進行各類教育訓練課程，共計6,925人次參與</div><div>• 每月事業單位營運績效會議（頻次依各事業單位需召開）</div><div>• 員工100%參與績效考核評核</div><div>• 舉辦「誠品聚所」4項活動，減重比賽、徵文比賽、藝文講座 (我們與芭蕾的距離)、員工活動日，共計700人次參與</div></div>	<div><div>• 1次股東會及5次董事會議</div><div>• 舉辦2次法人說明會</div><div>• 發布中英文重大訊息各25則</div><div>• 每月營收公告於公開資訊觀測站及官網</div><div>• 每季財報揭露於公開資訊觀測站及官網</div><div>• 定期透過電話或電子郵件回答投資人提問</div></div>
主要窗口	人力資源處 黃小姐 電話：02-8789-8880#210 信箱：ER@eslite.com	財務管理處 鄭先生 電話：02-6638-5168#207 信箱：ir@eslite.com

利害關係人	顧客	供應商(含文創工作者)
利害關係人對組織意義	顧客是品牌的傳播者，誠品生活透過多元服務管道、善用線上下通路數據，提供客製適需的服務，秉持「與人為善、分享幸福」的初衷款待顧客，深化顧客與誠品生活的情感聯繫	誠品生活攜手品牌供應商、文創工作者、承攬商等合作夥伴，於線上下提供專業完善且安全舒適的閱讀與藝文生活場域，以及多元豐富的商品組合、優惠回饋，積極創造附加價值，帶給顧客美好愉快的遊逛體驗；餐旅事業則與供應商共同提供優質設備與商品，透過「規劃設計－銷售－安裝－售後服務」全方位解決方案專業服務，與客戶共創環保節能、安全高效的營業環境
主要關注議題	<div><div>• 顧客隱私保護</div><div>• 人權平等</div><div>• 產品品質與責任</div><div>• 食品安全</div><div>• 公共安全與衛生</div><div>• 資源循環利用</div></div>	<div><div>• 品牌管理</div><div>• 產品品質與責任</div><div>• 顧客關係經營</div><div>• 顧客隱私保護</div><div>• 永續產品服務</div><div>• 法規遵循</div><div>• 資源循環利用</div></div>
溝通管道、頻率及回應	<div><div>• 服務台 (即時)</div><div>• 0800免付費顧客服務專線 (即時)</div><div>• 客服信箱、客服線上留言 (即時)</div></div>	<div><div>• 電話 (即時)</div><div>• E-mail (即時)</div><div>• 通訊軟體群組 (即時)</div></div>
行動成效	<div><div>• 客服電話、信件、線上客服共服務20萬人次</div><div>• 受理187件顧客意見，顧客滿意回饋佔59.9%，高於客訴意見16.6%</div><div>• 80.6%客訴意見於3天內結案</div><div>• 每月發布逾200種分群電子報／EDM／簡訊訊息／APP推播訊息</div><div>• 年度舉辦超過250場分群會員活動</div></div>	<div><div>• 每日／每週調整誠品線上品牌與商品露出配置，以提升新鮮感並強化各合作廠商宣傳曝光</div><div>• 每季開發至少30家新廠商</div><div>• 文創平台expo針對各潛力品牌，每季進行1次品牌發展會議；其餘品牌則各進行約1至2次訪談會議</div><div>• 針對重點檔期（如誠品生活週年慶、禮物節等）及各店會員日活動，與全台逾千家品牌專櫃洽談商品推薦／優惠折扣等合作</div><div>• 每年3月、9月調整各店樓面配置，引進新品牌，以提升新鮮感及吸引力</div><div>• 每月固定召開一次清潔會議與一次保全會議、每季召開一次空調會議</div><div>• 響應節能環保趨勢，於各餐旅專案推展供應商研發之節能設備，全年度提供至少9種節能進口設備</div></div>
主要窗口	客服中心 電話：0800-666-798 信箱：service@eslite.com	通路發展事業群商品開發 李小姐 電話：02-6638-5168#831 餐旅事業群採購業務 陳小姐 電話：02-2503-7687#510 商品暨供應鏈採購總處 周小姐 電話：02-8789-8880#754 文創平台expo 邱小姐 電話：02-6638-5168#805 檢舉信箱：audit@eslite.com

利害關係人	政府	社區(含社群)
利害關係人對組織的意義	政府要求誠品生活遵循經濟、環境、商品責任及食品安全相關法規規範，且善盡宣導責任，協助降低企業營運風險	透過長期穩健經營與多元創意企劃活動，傳遞豐富藝文內容與生活美學，並活絡商圈經濟、活化傳承社區文化，落實企業社會責任
主要關注議題	<div><div>• 法規遵循</div><div>• 顧客隱私保護</div><div>• 產品品質與責任</div><div>• 品牌管理</div><div>• 食品安全</div><div>• 公共安全與衛生</div><div>• 資源循環利用</div></div>	<div><div>• 顧客關係經營</div><div>• 營運績效</div><div>• 品牌管理</div></div>
溝通管道頻率及回應	<div><div>• 法規查核 (定期)</div><div>• 研討會 (不定期)</div><div>• 公文 (不定期)</div></div>	<div><div>• 親自拜訪 (不定期)</div><div>• 電話拜訪 (不定期)</div><div>• 舉辦實體活動 (不定期)</div><div>• 社群互動 (每日)</div><div>• 深入社區開展特色店點 (不定期)</div></div>
行動成效	針對政府推動的「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」法規，誠品生活於2023年制定實施策略，與供應商合作提升包裝合規率，每年提報主管機關年度減量成果	<div><div>• 誠品生活南西自策出版《成為台灣人，吃早餐》風格早餐地圖，以中英雙語搭配插畫，推薦南西、赤峰、雙連、迪化街、大稻埕等大台北西區商圈逾25家特色美食名店，共同規展城市深度觀光與文化體驗</div><div>• 誠品生活松菸2024年打造全新的24小時書店&音樂館，讓都市人半夜睡不著覺也有地方去！與大巨蛋商圈共同推展夜經濟</div><div>• 誠品生活新店，以豐富台灣原生植物打造的「野花園」露台與緊鄰的7千坪綠湖生態公園相互呼應，打造誠品生活新店成為一座不分男女老少、全家大小，所有人都可以在其中自然交會、盡情探索的「明日之城、眾人之所」</div><div>• 2024年度海內外營運據點舉辦逾5,000活動</div><div>• 線上全社群經營包含14個FB粉專逾191萬追蹤、11個IG帳號近40萬追蹤、6個LINE官方帳號逾7萬好友</div></div>
主要窗口	法務室 葉小姐 電話：02-87898880#133	通路發展事業群 松菸店主管 王小姐 電話：02-6636-5888 #6601 南西店主管 張小姐 電話：02-2581-3358 #2801 西門店主管 洪小姐 電話：02-2388-6588 #501 迷誠品專用信箱：meeteslite.service@eslite.com

1.04 重大主題分析

重大主題分析流程

爲了解利害關係人評估誠品生活對永續議題之衝擊程度，誠品生活依循 GRI 3：重大主題 2021 進行永續議題重大性分析，重大議題鑑別過程包含鑑別、排序、確認與檢視四個步驟，作爲本報告揭露內容之基礎依據。

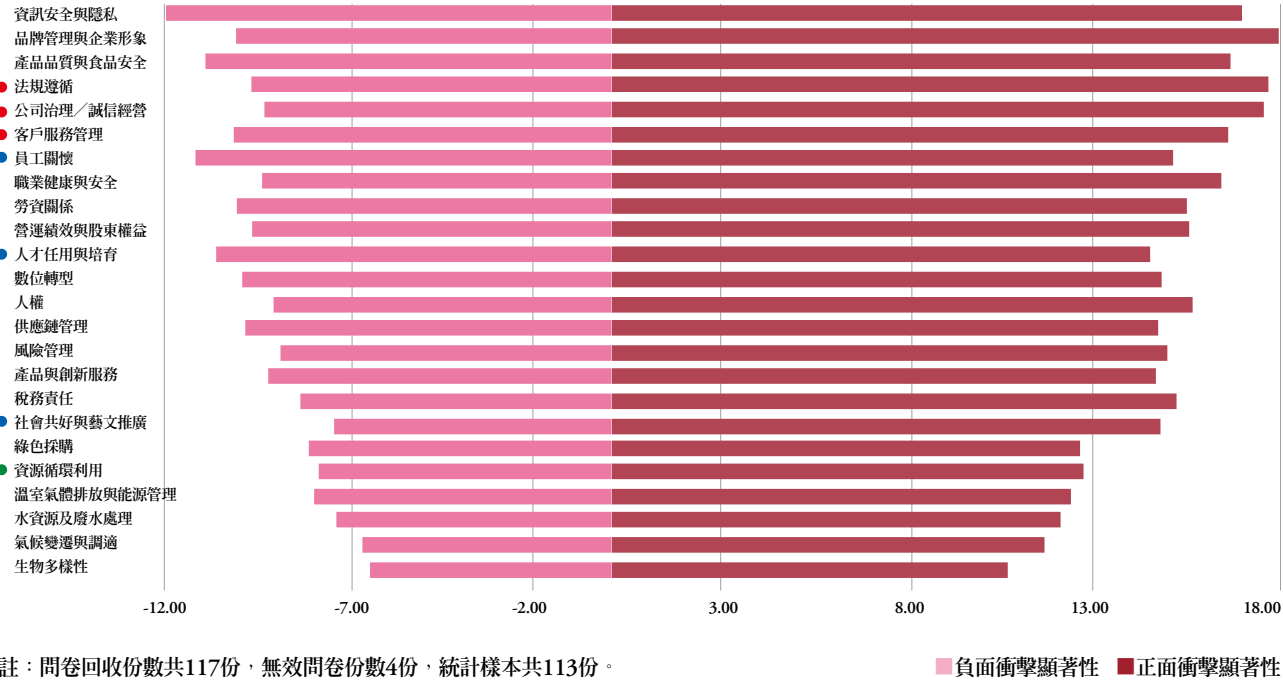


2024年重大主題分析

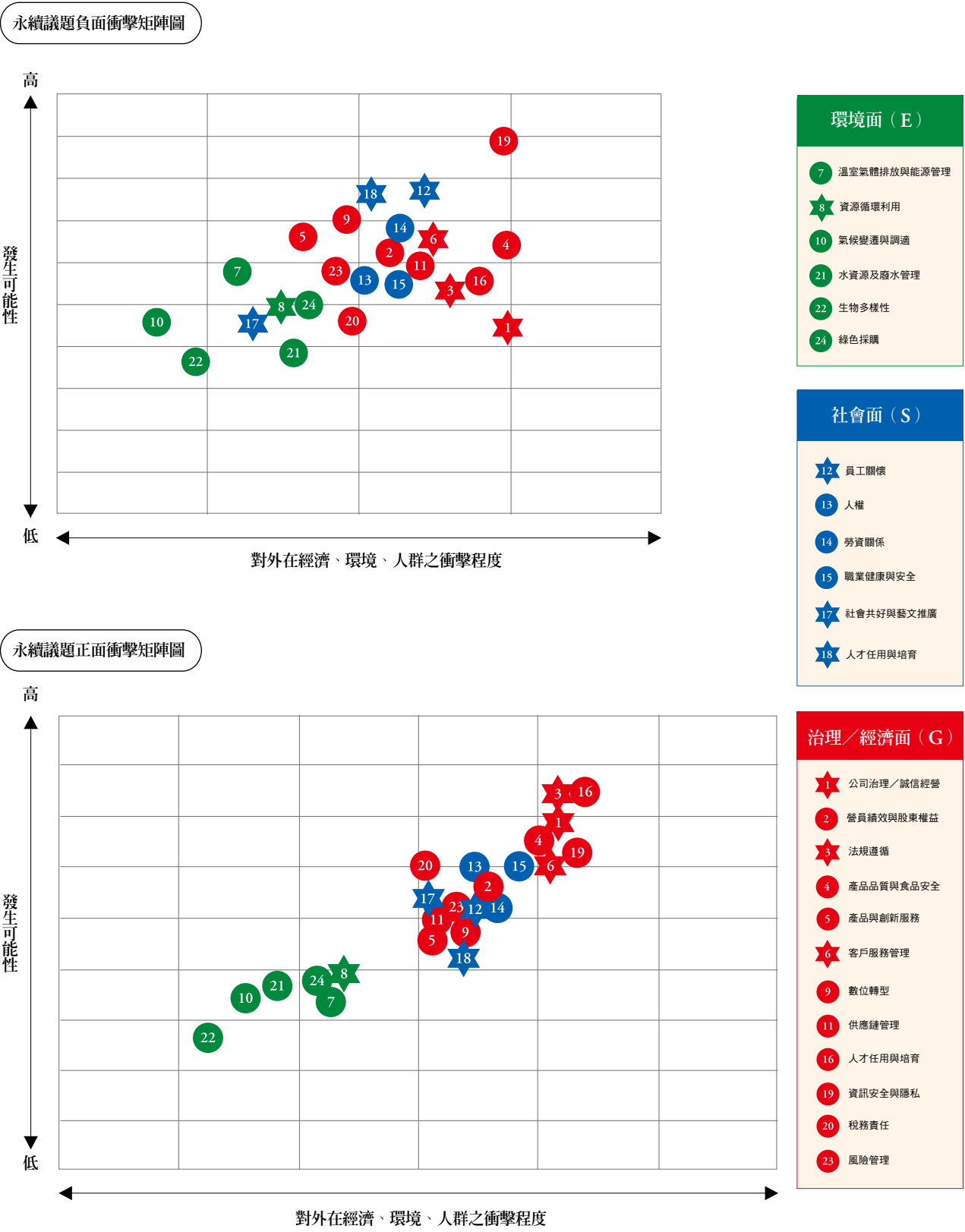
2024年度透過正負面衝擊之發生機率與規模，計算出各永續議題衝擊程度，以正面衝擊程度與負面衝擊程度加總進行評估，經考量產業重大議題、國際趨勢、並參考外部顧問意見確認，鑑別出之重大主題包含「資源循環利用」、「社會共好與藝文推廣」、「員工關懷」、「人才任用與培育」、「公司治理／誠信經營」、「客戶服務管理」，共計6項重大主題。其中重大主題「公司治理／誠信經營」考量其與永續議題「法規遵循」性質相似，經內部討論後，以「公司治理／誠信經營」為重大主題名稱，將兩議題合併進行揭露。

依據 GRI 永續準則 2021 年版對於衝擊評估分為正面衝擊及負面衝擊。正面衝擊評估面向為發生可能性及影響規模與範疇；負面衝擊評估面向為發生可能性及嚴重程度，計算出各永續議題衝擊顯著程度並依據結果進行討論，考量產業重大議題、國際趨勢、並參考外部顧問意見，決定為重大主題。

正負面顯著性衝擊評估橫條圖



重大主題分析矩陣圖



重大主題對照表

依鑑別出的重大主題進一步評估其對公司組織內外部之環境、社會、治理（經濟）的衝擊及其對應的 GRI 準則重大考量面暨管理方針對應章節列表如下：

●直接影響；●間接影響

面向	重大主題	重大主題的衝擊在價值鏈上的位置			對應GRI2之主題準則	權責小組	回應章節	對應 SDGs
		上游	公司內部	下游				
環境	資源循環利用				201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會 301-1 所用物料的重量或體積 301-2 使用回收再利用的物料 305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放 305-2 能源間接（範疇二）溫室氣體排放 305-4 溫室氣體排放強度 306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊 306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理 306-3 廢棄物的產生 306-4 廢棄物的處置移轉 306-5 廢棄物的直接處置	●物流處 ●通路發展事業群 ●餐旅事業群	第六章	
社會	人才任用與培育				2-7 員工 2-8 非員工的工作者 202-1不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率 202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例 401-1 新進員工和離職員工 404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數 404-2 提升員工職能及過渡協助方案 404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比 405-1 治理單位與員工的多元化 405-2 女性對男性基本薪資加薪酬的比率	●人力資源處	第四章	
社會	員工關懷				401-2 提供給全職員工的福利 401-3 育嬰假 402-1 關於營運變化的最短預告期 403-1 職業安全衛生管理系統	●人力資源處	第四章	

面向	重大主題	重大主題的衝擊在價值鏈上的位置			對應GRI2之主題準則	權責小組	回應章節	對應 SDGs
		上游	公司內部	下游				
社會	員工關懷 (續)				403-2 危害辨識、風險評估、事故調查 403-3 職業健康服務 403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通 403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練 403-6 工作者健康促進 403-7 預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊 403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者 403-9 職業傷害 403-10 職業病 406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動 411-1 涉及侵害原住民權利的事件	●人力資源處	第四章	   
社會	社會共好與藝文推廣				203-1 基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	●公共事務處 ●通路發展事業群	第五章	 
治理／經濟	客戶服務管理				416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊 416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件 417-1 產品和服務資訊與標示的要求 417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件 417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	●電子商務事業群 ●通路發展事業 ●群餐旅事業群	第二章	 
治理／經濟	公司治理誠信經營				2-9 治理結構及組成 2-10 最高治理單位的提名與遴選 2-11 最高治理單位的主席 2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色 2-13 衝擊管理的負責人 2-14 最高治理單位於永續報導的角色 2-15 利益衝突 2-16 溝通關鍵重大事件 2-17 最高治理單位的群體知識 2-18 最高治理單位的績效評估 2-19 薪酬政策 2-20 薪酬決定流程 2-21 年度總薪酬比率 2-27 法規遵循 206-1 反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動 418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	●法務室 ●股務室 ●稽核室 ●資訊暨商業應用創新處 ●創新處 ●人力資源處	第二章	 

2 公司治理 永續經營

重大主題	公司治理 / 誠信經營（含法規遵循）	
衝擊描述	正面實際衝擊：確保公司各項運作符合法規要求並落實誠信經營，以維護利害關係人權益，進而吸引投資人與顧客支持及招募到優秀人才。	
	負面潛在衝擊：若違反公司治理、誠信經營及法規要求，可能導致罰款成本、損害利害關係人權益及公司形象，若有重大違法事件將影響公司誠信聲譽及品牌價值。	
政策／承諾	透過制訂公司治理及誠信經營相關制度、辦法並透過有效的內控制度管理，可合理防止舞弊、貪汙和重大財務損失。	
採取行動	明確規範董事會運作、股東會治理、誠信經營政策、道德行為準則等規章制度及設立匿名檢舉信箱並保障檢舉人權益。	
追蹤評核機制	<ul style="list-style-type: none">定期進行內部稽核，檢視財務與營運流程是否符合法規與政策。定期舉辦資安檢測及社交工程演練。	
管理目標	短期目標 (2026年)	中長期目標 (2028年 ~2030年)
	<ul style="list-style-type: none">要求供應商簽署誠信承諾書。維持取得資訊安全管理系統（ISMS）ISO 27001 認證。零重大資安事件。	<ul style="list-style-type: none">針對董事、員工、供應商進行反貪腐、反舞弊合規教育訓練。零重大資安事件。
年度績效	<ul style="list-style-type: none">2024年並無發生影響公司營運重大事件。2024年度董事會出席率為93%。2024年度公司治理評鑑之成績級距為21%~35%。取得 ISO/IEC 27001 資訊安全管理系統（ISMS）驗證。誠品 APP 通過行動應用資安認證（Mobile App Security Certification）第三級（Level 3）行動資安認證。	
利害關係人的參與	詳利害關係人溝通情形章節。	

2.01 公司治理組織

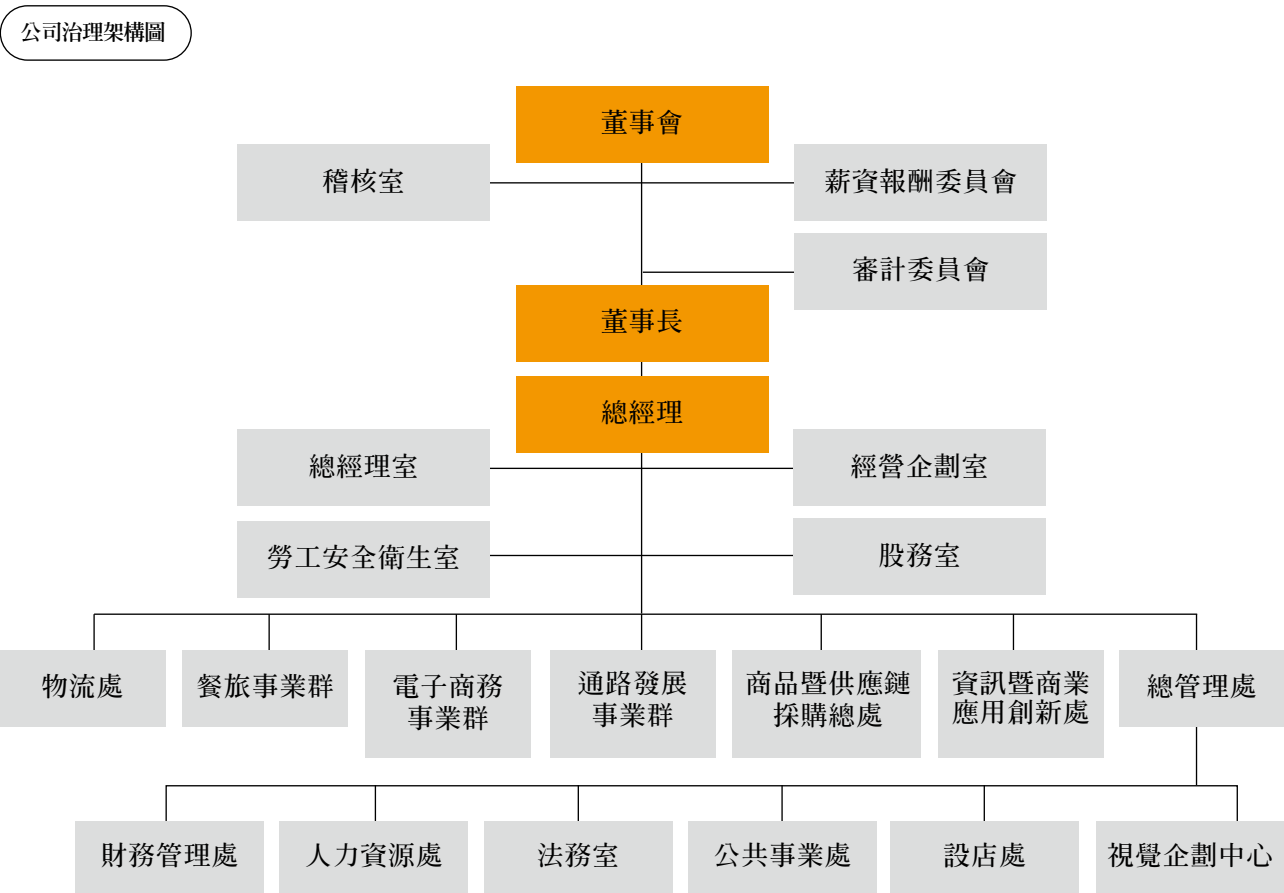
2.01.01 治理結構

本公司董事會為最高治理單位，負責制定營運策略、監督管理團隊運作，並對股東與利害關係人負責。為強化財務資訊透明度、提升經營績效與推動企業永續發展，董事會下設有審計委員會與薪資報酬委員會，分別就財務與內部控制監督、以及高階主管薪酬制度進行審議與建議，透過由上而下的治理架構，健全公司治理體系。

在永續策略管理方面，董事會亦為環境、社會與公司治理（E、S、G）衝擊管理之最高決策與監督組織。審議重大決策事項時，一併考量對環境、社會與公司治理可能產生之影響、風險與機會綜合評估，並重視利害關係人之意見與期望。利害關係人之辨識與溝通議合機制，請詳見本報告「1.03 利害關係人溝通」章節。

本公司亦持續檢視治理政策與內控制度之有效性，確保決策過程公平、公正且具透明度，以實現穩健營運與永續經營的治理目標。

誠品生活 2024 年度公司治理評鑑之成績級距為 21%~35%，顯見本公司於公司治理的各種具體作為良好。



2.01.2 董事會

誠品生活第七屆董事會成員共董事9名(含4名獨立董事)，董事選舉依據《公司法》第192-1條採候選人提名制度，由股東會就董事候選人名單中選任之。

董事長由董事會董事互選一人，由三分之二董事出席及出席董事過半數同意，本屆董事長由吳旻潔小姐擔任，並兼任總經理，讓本公司得到有力及一貫之領導，更有效果及有效率地規劃及執行長遠業務策略。

董事會每季至少召開1次，2024年總計召開5次，平均出席率為93%，董事會運作情形請詳本公司2024年度年報第18頁。

董事會成員介紹

職 稱	姓 名	主要學經歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
董事長	頤宗投資(股)公司 法人代表：吳旻潔	英國雪菲爾德大學廣電新聞所碩士 誠品(股)公司執行副總經理、台灣英文新聞(股)公司特刊記者	董事長：誠品(股)公司、誠建(股)公司、頤宗投資(股)公司、誠品文化藝術基金會 董事：Eslite Hong Kong Limited、Galaxy Star Holdings Corporation、Loyal Sun Holdings Corporation、Top Sight Holdings Corporation、禮食公益飲食文化教育基金會 總經理：誠品生活(股)公司
董事	誠建(股)公司 法人代表：吳明都	亞東工專電機科 誠品(股)公司執行副總經理	董事長：謳力室內裝修(股)公司 董事：誠品(股)公司、誠品旅館事業(股)公司、香港誠品生活有限公司、香港誠品文化有限公司、Galaxy Star Holdings Corporation 誠品生活(股)公司餐旅事業群總經理
董事	誠品(股)公司 法人代表：張家祝	美國普渡大學工學博士 中華開發金融控股(股)公司董事長、中華郵政(股)公司董事長、中華航空(股)公司董事長、中國鋼鐵(股)公司董事長、高雄捷運(股)公司董事長、經濟部部長、交通部常務次長、中華大學校長、交通大學教授兼交通運輸研究所所長	董事長：台北市交通文教基金會、孫運璿學術基金會 獨立董事：遠東國際商業銀行(股)公司 台灣旅遊交流協會理事長
董事	誠品(股)公司 法人代表：趙正義	美國威斯康辛大學都市及區域規劃碩士 Managing Director, Jones Lang LaSalle, Taiwan、台北市、新北市、台南市等都更審議委員	正義不動產估價師事務所所長、臺北市政府財政局市政顧問、桃園市政府促參委員、臺南市政府促參委員、基隆市政府都市計劃委員、高雄市政府都更審議委員
董事	游士逸	臺灣大學機械工程系學士 網勁科技(股)公司執行長、阿里巴巴集團天貓國際跨境O2O事業部總監、阿里巴巴集團淘寶海外台灣總經理、譯遊科技(股)公司總經理、資迅人(股)公司網路專案協理/共同創辦人	董事長：拿拿科技行銷(股)公司、融合風創(股)公司 監察人：未來進行曲(股)公司 執行長：拿拿科技行銷(股)公司

職 稱	姓 名	主要學經歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
獨立董事	陳郁秀	法國國立巴黎音樂學院鋼琴及室內樂第一獎 公共電視文化事業基金會董事長、中華電視(股)公司董事長、行政院文化建設委員會主任委員、國立中正文化中心兩廳院董事長、中華文化總會秘書長、臺灣大學共同教育中心暨國企系兼任教授、臺灣師範大學音樂學系教授	董事：白鷺鷥文教基金會 獨立董事：帝圖科技文化(股)公司
獨立董事	蘇艷雪	美國卡內基梅隆大學工業管理碩士 和碩聯合科技(股)公司投資長、華碩電腦(股)公司投資長、瑞銀證券董事總經理暨亞太區科技產業研究部主管	董事：光點影業(股)公司 獨立董事：環球水泥(股)公司、華擎科技(股)公司 獨立非執行董事：高偉電子控股有限公司
獨立董事	姚仁祿	東海大學建築系學士 東海大學建築系教授、臺北藝術大學講座教授	董事長：大小媒體(股)公司、大小創意齋有限公司、禮食公益飲食文化教育基金會 董事：雲門文化藝術基金會、冠德玉山教育基金會、辜公亮文教基金會、印證教育基金會、慈濟學校財團法人 獨立董事：晶碩光學(股)公司 慈濟傳播人文志業基金會合心精進長
獨立董事	柯棣吟(註)	日本法政大學經營管理學系學士 衣蝶百貨(股)公司副總經理 京站實業(股)公司董事兼總經理	董事：家康企業(股)公司 宏匯(股)公司商場營運中心執行董事

註：2025年5月28日選任。

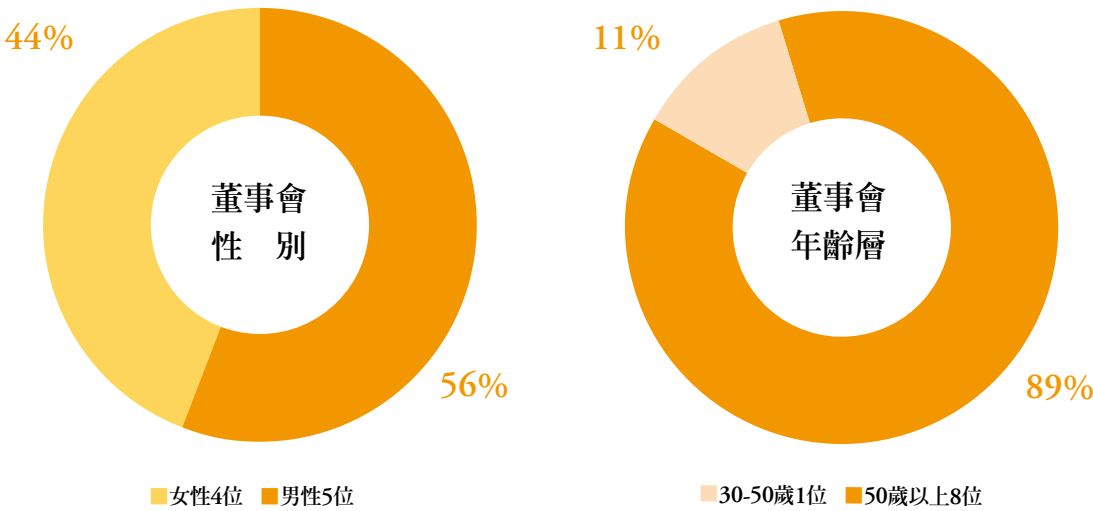
利益迴避機制

誠品生活依據《公司法》第206條與〈董事會議事規則〉第16條規定，若董事對於會議之事項，與其自身或其代表之法人有利害關係時，應於當次董事會說明其自身利害關係之重要內容，並不得加入討論及表決以進行迴避，亦不得代理其他董事行使表決權。董事會成員及其利益迴避情形(包含董事會日期、應迴避董事、議案內容、應利益迴避原因以及參與表決情形)，請詳本公司2024年度年報第19頁。

董事會多元性

董事候選人提名與遴選將董事組成多元性納入考量，依據誠品生活〈公司治理實務守則〉第20條第3項，董事會成員組成應考量多元化，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，並就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當之多元化方針，宜包括但不限於以下二大面向之標準：一、基本條件與價值：性別、年齡、國籍及文化等。二、專業背景（如法律、會計、產業、財務、行銷或科技）、專業技能及產業經歷等。現任第七屆9名董事會成員於經營管理、營運判斷、財務會計、產業知識、領導決策、國際市場觀等領域具有豐富經驗與能力，請詳下表：

姓名/多元化項目	性別/年齡	兼任員工身分	獨立董事任期年資	經營管理	營運判斷	財務會計	產業知識	領導決策	國際市場觀
吳旻潔董事長	女/30-50歲	✓	不適用	✓	✓	✓	✓	✓	✓
吳明都董事	男/50歲以上	✓	不適用	✓	✓		✓	✓	✓
張家祝董事	男/50歲以上		不適用	✓	✓	✓	✓	✓	✓
趙正義董事	男/50歲以上		不適用	✓	✓	✓	✓	✓	✓
游士逸董事	男/50歲以上		不適用	✓	✓	✓	✓	✓	✓
陳郁秀獨立董事	女/50歲以上		3-6年	✓	✓		✓	✓	✓
蘇艷雪獨立董事	女/50歲以上		3-6年	✓	✓	✓	✓	✓	✓
姚仁祿獨立董事	男/50歲以上		3年以下	✓	✓		✓	✓	✓
柯憐吟獨立董事	女/50歲以上		1年以下	✓	✓		✓	✓	✓

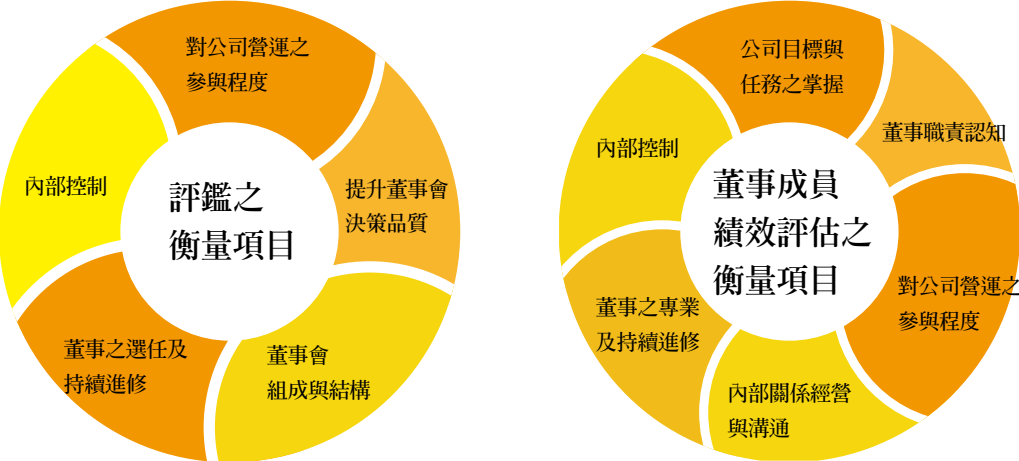


董事進修

為增進董事之專業知識及技能，誠品生活每年度依據產業特性、公司發展策略、董事之學經歷背景等，安排董事進行環境、社會與公司治理等議題相關之專業課程。董事會進修情形（包含參與董事、進修日期、主辦單位、參與課程資訊、時數等），請詳本公司2024年度年報第28~29頁。

董事會績效評估

為提升董事會職能 / 功能性委員會運作效率及公司治理效能，誠品生活訂有〈董事會績效評估辦法〉，每年定期辦1次整體董事會、個別董事成員及功能性委員會之績效評估，評估方式採用書面問卷方式進行。2024年度績效評估結果均為「顯著超越標準」(平均總分達90分以上)，顯示董事會、薪資報酬委員會及審計委員會成員均能認知職責、熟悉公司運作及環境，有效提升董事會整體決策品質；本公司董事會運作績效良好，其評估結果已提報2025年2月27日董事會，其中個別董事績效評估結果將作為未來董事提名參考。



評估週期	評估期間	評估範圍	評估方式	評估內容	評估結果
一年一次	2024/01/01~2024/12/31	整體董事會	董事會內部自評	五大面向 (1)對公司營運之參與程度 (2)提升董事會決策品質 (3)董事會組成與結構 (4)董事之選任及持續進修 (5)內部控制	顯著超越標準
一年一次	2024/01/01~2024/12/31	薪資報酬委員會	委員會內部自評	五大面向 (1)對公司營運之參與程度 (2)功能性委員會職責認知 (3)提升功能性委員會決策品質	顯著超越標準
一年一次	2024/01/01~2024/12/31	審計委員會	委員會內部自評	(4)功能性委員會組成及成員選任 (5)內部控制	顯著超越標準
一年一次	2024/01/01~2024/12/31	個別董事成員	董事成員自評	六大面向 (1)公司目標與任務之掌握 (2)董事職責認知 (3)對公司營運之參與程度 (4)內部關係經營與溝通 (5)董事之專業及持續進修 (6)內部控制	顯著超越標準

董事會及高階管理階層之薪酬政策

董 事	高階管理階層
<p>本公司董事之薪資報酬依本公司「公司章程」第三十一條之一規定，公司年度如有獲利，應提撥不低於百分之一為員工酬勞，及不高於百分之五為董事酬勞；第二十七條規定，不論公司營業盈虧，公司得支給報酬。依本公司「董事酬金給付辦法」、考量董事績效評估結果（包含對公司營運之參與程度、提升董事會決策品質、董事會組成與結構、董事之選任及持續進修、內部控制等五大面向共計43項評估指標）並參酌同業水準，給予董事合理酬金，經薪資報酬委員會審議提交董事會決議，並不定時檢視經營情形以適時檢討酬金制度。</p>	<p>本公司經理人依「薪資報酬委員會組織規程」第七條之一所訂，包含總裁、總經理、副總經理、各事業單位最高主管（依職責與實質授權程度認定）。經理人之薪資報酬，依「薪資報酬委員會組織規程」第七條所定給付酬金之組合，包括現金報酬、認股、分紅入股、退休福利或離職給付、各項津貼及其他具有實質獎勵之措施。每年業經薪資報酬委員會審議後，提交董事會決議發放。本公司薪酬之決議請詳本公司2024年度年報。</p> <p>薪資政策除考量個人績效目標達成率及對公司貢獻度外，並參酌公司整體營運績效等，給予適當合理報酬。</p> <p>註：「非擔任主管職務之全時員工薪資平均數、中位數，及前述數據與前一年度之變動情形，請詳公開資訊觀測站</p> <div></div> <p>(股票代碼 2926)</p>

誠品生活董事及經理人之薪酬評估尚未與 ESG（環境、社會、公司治理）相關目標連結，未來將進一步評估納入與其職務相關之 ESG（環境、社會、公司治理）目標，並將其列為年度績效考核的重要指標之一，以強化企業永續發展與社會責任的落實。

溝通關鍵重大事件

- 各委員會定期召開會議並向董事會報告，公司管理階層亦定期提供董事本公司重要報告及資訊，如下說明。2024年間，本公司關鍵重大事件請詳本公司於公開資訊觀測站發布之重大訊息。
- 會計部門：每季財務報告
 - 內部稽核部門：每季稽核報告／每年稽核計劃
 - 財務部門：不定期法說會簡報

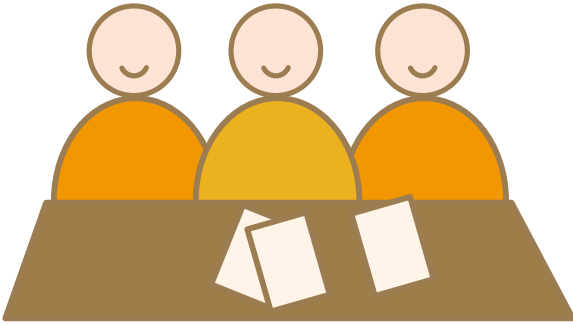
此外，高階管理階層與董事會成員保持密切聯繫，若有任何關鍵重大事件可隨時溝通，相關內容請詳本公司2024年度年報有關董事會 / 審計委員會 / 薪資報酬委員會運作情形資訊。

2.01.3 功能性委員會

審計委員會	薪資報酬委員會
<p>審計委員會主要係監督公司財務報表允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內控有效實施、公司遵循相關法令及規則以及管控公司存在或潛在之風險。本公司簽證會計師於每季審計委員會會議報告當季財務報表查核或核閱結果。</p> <p>本委員會由全體獨立董事組成，2024年共召開5次，委員出席率為81%。審計委員會成員資料、運作情形，請詳本公司2024年度年報第21-22頁。</p> <p>此外本公司每年至少召開1次獨立董事與會計師及獨立董事與稽核主管之單獨座談會。</p> <div><p>審計委員會組織規程</p><div></div></div>	<p>薪資報酬委員會之職務，以專業客觀之角度，就本公司董事及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估，並於董事會提出建議及提供其決策之參考，並以善良管理人之注意，忠實履行其職權，並將所提建議提交董事會討論。該委員會由3位獨立董事組成。2024年度共召開2次，委員平均出席83%，薪資報酬委員會相關成員資料、運作情形，請詳本公司2024年度年報第30頁。</p> <div><p>薪資報酬委員會組織規程</p><div></div></div>

積極參與公（協）會

誠品生活積極參與國內外產業相關公、協會與非營利組織，如台北市進出口商業同業公會、台北市機器商業同業公會、台北市廚具商業同業公會、台北市度量衡公會、台灣大廚房餐飲設備發展協會、台灣國際年輕廚師協會及中華民國內部稽核協會之會員，以充份與產業會員緊密交流、學習並建立互助合作關係。



2.02 誠信經營與法遵

誠品生活重視誠信經營與企業社會責任，為落實誠信正直之企業文化，董事會陸續通過〈公司治理實務守則〉、〈誠信經營守則〉及〈道德行為準則〉相關規章、準則及申訴制度等，並於公司內部網站佈達，供員工遵循。

期許形塑公司誠信和當責的文化。將遵循最高道德標準的承諾體現在所有的商業活動中，公司各項政策請詳誠品生活官網。



重要公司內規

此外，誠品生活遵守《公司法》、《證券交易法》、《商業會計法》、《政治獻金法》、《貪污治罪條例》、上市上櫃相關規章或其他商業行為有關法令，作為落實誠信經營之基本前提，並持續追蹤國內外法規變動情形，評估對公司可能造成的潛在風險及影響，以確保公司政策規範合宜。

誠信經營

為確保誠品生活員工理解並落實公司的政策承諾、誠信經營及職業道德，公司另訂有〈員工行為準則〉明確規範誠信信用原則、道德行為準則、保守營業機密義務、公平交易及妥善保護公司資產內容，並不定期透過公司內部網頁、公司內部電子郵件等方式宣導，以提升同仁從業道德與法規遵循的認識。

同時，建立商業關係前，應先評估該往來對象之合法性、誠信經營政策，以及是否曾有不誠信行為之紀錄，以確保商業經營方式公平、透明且不會要求、提供或收受賄賂，誠品生活亦要求商業合作夥伴遵守合約中有關誠信及永續之規定；要求不合格之供應商，其合理期間內改善。

為加強落實勞工人權、環境保護、健康安全、道德規範等項目之訓練與宣導，確保遵循企業道德規範及政府法令，2024年舉辦相關內、外部教育訓練課程（含資訊安全基礎課程、社交工程演練課程、個資法令遵循及個人資料蒐集處理利用、個資事故緊急應變處理、營業秘密保護、防範內線交易管理作業及法令宣導、一般職業安全衛生教育訓練、急救人員安全衛生教育訓練及由背信、不合營業常規交易之案例，論企業稽核人員職業道德與舞弊防治之策略等），計7,312人次及7,548人時。

檢舉 / 申訴制度

為健全公司治理之監督功能，公司內外部均設有相關諮詢及舉報管道，並透過公司內部公告 / 電子郵件及官網告知員工及其他利害關係人諮詢及舉報管道。

本公司〈檢舉制度〉明訂凡涉及違反公司適用的法令、政策、制度、誠信、道德準則或任何損害公司權益或有損害之虞的行為得透過 Email 或信函檢舉，由稽核主管負責檢舉案件之受理及立案，由總經理指定專案負責人或調查小組執行調查，再根據調查結果向總經理提出報告，內容包括檢舉案由、調查過程、處理建議及後續檢討改善措施等，並得視案件情節向董事會報告。

舉報管道如下：

項 目	檢舉事項	檢舉管道
外 部	凡涉及違反下列事項 1. 違反公司適用的法令 2. 違反公司政策、制度或誠信、道德準則 3. 任何損害公司權益或有損害之虞的行為	Email：audit@eslite.com 關小姐 信函：台北市信義區松德路204號 B1 稽核主管親啟
內 部	員工申訴信箱	Email：ER@eslite.com 黃小姐

本公司接獲上述舉報案件後，立即依案件性質安排權責單位調查，並妥善記錄及追蹤處理。除符合法令或配合公務機關調查，或屬眾所周知之資訊外，檢舉案件專責人員嚴格保密檢舉案件相關訊息，避免檢舉人 / 申訴人受到不公平對待或報復。對於確認屬實的個案，則視情節採取包括終止僱傭契約或業務往來及採取必要的法律行動。同時，亦會透過公司內部電子郵件宣導，提供員工認知並預防類似案件再次發生。

本公司2024年人資單位接獲舉報案件共3件，1件成案，係違反《性別平等工作法》第13條第2項，已依規定啟動調查程序，採取糾正及補救措施請詳4.01.2 多元包容與人權維護內容，防範類似事件再次發生。

法遵情形

法令遵循為企業經營之根本，誠品生活日常營運均遵照國內外相關法令規定辦理，定期蒐集彙整經營相關之法令規範，如有新增或修訂，權責單位立即檢視現行的經營模式與行為合規程度，並提供相關資訊予經營階層決策參考，以適時適度調整本公司相關營運策略。

誠品生活2024年未有利益衝突、洗錢或內線交易、商品安全、貪腐、環保裁罰及重大違反經濟相關法律（註）及規定之情事，亦無任何非法金錢制裁之事件發生。2024年亦無發生反競爭、反托拉斯和壟斷法規相關之訴訟與判決案。

2024年共發生11件違規受罰案件（包含知悉性騷擾情形未能及時採取有效糾正措施1件，罰款新臺幣10萬；消防安全檢查未完善3件，罰款新臺幣2萬~8萬不等；室內裝修送審2件，每件罰新臺幣6萬元及抽獎活動稅額延遲送至稅捐稽徵機關、噪音檢測及工程車違規等5件小額罰款總計約9仟元），已針對各項案件進行檢討改善，以期遵照法規，符合主管機關要求。

註：重大違規係指案件裁罰金額達新臺幣30萬元以上。

2.03 風險管理

誠品生活面對外在快速變化的環境及內部經營管理的考驗，唯有持續辨識、分析、衡量、監控，掌握內外部風險，方能即時應變。

為有效評估與掌握公司風險承擔能力，就營運相關的環境／社會／公司治理3大面向歸納出9大風險類別（包含環境風險、公共安全風險、食品安風險、勞動安全風險、個人資料風險、資通安全風險、財務風險、經營風險及人力資源風險）；由各營運單位評估各項業務活動風險，制定相應措施，預防風險發生，進行第一線的控制管理；透過訂定作業管理辦法，使各單位執行業務時，辨識、衡量風險，進一步監督管控風險，並適時調整、持續優化，使風險發生的頻率及影響最小化。

稽核室依法令及風險評估結果擬定稽核計畫，除依年度稽核計畫執行各項稽核作業外，亦不定期檢視法規異動或新辨識出的風險，執行專案稽核，持續監控並追蹤管理，確保各單位風險管理有效運作，並定期向董事會報告年度稽核計畫及各季稽核作業執行情形。

風險類型、衝擊說明及因應策略

面向	風險類型	風險衝擊說明	潛在機會與因應策略
環境	環境風險	氣候變遷導致極端氣候事件頻率與強度增加，影響營運據點設備損壞或使用年限減少、造成倉庫庫存商品受損、商品運輸中斷和同仁通勤途中可能受到傷害，將增加建築設備維護成本、員工人事成本及商品成本增加等財物影響	<ul style="list-style-type: none">盤點與氣候變遷相關的風險與機會，鑑別對營運的衝擊程度。隨時留意颱風、豪雨動態，平時定期檢視排水系統，於容易淹水區域增設防水閘門設備。建置防災機制及投保保險，降低營運風險以減少公司營運成本增加。
社會	公共安全風險	可歸咎於我方因素，所造成之風險事件，致總部、各營業處所及非特定人造成財物及機會損失的情況	<ul style="list-style-type: none">營業據點不定期向各專櫃人員說明消防設備操作方式/逃生路線，並自主召集各專櫃人員進行消防演練每半年依消防法規進行消防演練及檢視消防設備有效性及申報
	食品安全風險	消費者日益重視食品安全，主管機關相關法規亦日趨嚴格，可能導致公司受罰或商譽受損之風險	<ul style="list-style-type: none">通路發展事業：<ul style="list-style-type: none">進櫃前：確認食品業者(如：餐飲專櫃、包裝食品)已投保產品責任險每半年抽查：進櫃業者持續更新投保產品責任險不定期抽查：抽查食品業者衛生管理狀況餐旅事業：<ul style="list-style-type: none">對其販售之食品(如：茶葉/橄欖油等)不定期自主委請SGS抽驗
	勞動安全風險	未依勞動安全相關法規或其他非特定因素，造成勞工臨時性、永久性意外傷害之不確定事件	<ul style="list-style-type: none">舉辦同仁定期健康檢查及健康衛教講習

面向	風險類型	風險衝擊說明	潛在機會與因應策略
治理	個人資料風險	因個人資料外洩，致非特定個人權益受損之不確定事件	<ul style="list-style-type: none">執行年度個資盤點及風險評鑑並產出改善報告各部門遇有會員/消費者表示有個人資料外洩之虞時，立即通報個資暨資安管理委員會，並進行後續查驗
	資通安全風險	現代企業業務營運高度依賴數位技術和資訊系統，可能面臨駭客攻擊、勒索病毒或消費者個資或消費資料遭竊風險	<ul style="list-style-type: none">訂有相關資訊管理辦法，定期檢視有效性，以降低可能對公司營運及形象造成之損害投入一定預算於資訊安全預警及防護，並建立資訊安全通報程序，以降低駭客入侵機會影響公司營運定期進行資訊安全教育訓練
	財務風險	國內外經濟金融情勢變動，影響公司收入、成本、匯率、利率，進而影響損益及現金流量	<ul style="list-style-type: none">負責資金調度與應用、監控利率變化，以確保降低資金成本並有足夠的現金流檢視追蹤應收帳款，以即時確保債權
	經營風險	1.通路發展之租金、折舊籍人事等固定成本相對較高，當不景氣或商圈變化時，容易陷入虧損風險 2.零售業物流規模有限，影響公司效能 3.供應鏈管理 4.工程安全	<ul style="list-style-type: none">展店經營趨向大型化，以有效分攤固定成本，提高議價能力；展店流程標準化，以迅速展店，降低各項行政成本。採用有效管理之倉儲管理系統，如：電子標籤輔助揀貨系統、自動分揀系統、AGV機器人揀貨系統，以提升物流作業效率強化上游廠商，成為長期夥伴關係，定期檢視庫存周轉合理因應展店計畫，尋訪專業合規的設計工程公司，以提升展店改裝工程安全
	人力資源風險	零售業人員流動性高，容易導致服務品質下降之風險	<ul style="list-style-type: none">完善人才培育制度，建立系統化教育訓練，提供多元教育訓練機會，提升競爭力勞資申訴機制，提供友善溝通管道建立開發多元招募管道，如：勞工再就業

2.04 資訊安全與隱私保護

誠品生活重視資訊安全與個人資料保護，已導入資訊安全管理系統（ISMS），並依據國際標準 ISO/IEC 27001:2022 架構設計與運作，於 2024 年通過英國標準協會（BSI）驗證（有效期限為 2024 年 5 月至 2027 年 5 月）。透過全面的風險評估與管理機制，本公司持續強化作業安全性、合規性與穩定性，以確保各方利害關係人的權益與資訊安全。

2.04.1 資訊安全與個資保護管理機制

為強化資安與個資治理，誠品生活於 2023 年設立專責資安單位「資訊安全技術部」，並制定〈資通安全政策〉，配置資安專責主管與專業人員，涵蓋資安事件應變、威脅防禦、漏洞管理、教育訓練等核心職能。

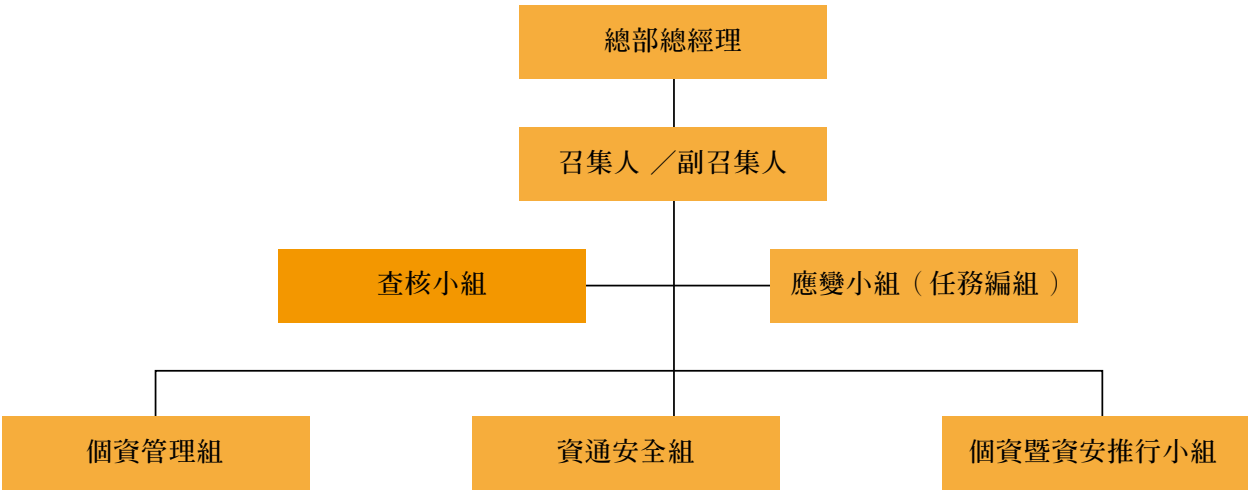
2024 年進一步成立「個資暨資安管理委員會」，由總經理室下轄新設個資暨資安管理委員會，每年召開一次管理審查會議，必要時得召開臨時會議，呈報管理階層相關會議討論與決議事項。委員會下轄個資管理組、資通安全組及應變小組（任務編組），負責整合資訊安全與個人資料保護管理機制，並規劃、審議與推動政策、風險控管、制度稽核與持續改善。

委員會下設有以下工作小組：

- 個資管理組：制定與執行個資管理規範與流程，確保符合法規與內部控制要求。
- 資通安全組：推動資訊與通訊安全制度與技術措施，維護資訊資產安全。
- 個資資安推行小組：配合個資管理組及資通安全組，推動宣導及落實制度。
- 應變小組（任務編組）：針對個資或資安事件迅速因應，由相關業務單位負責人組成。
- 查核小組：定期或不定期稽核制度執行成效，提出改善建議。



個資暨資安管理委員會



2.04.2 資安實務與個資保護

公司積極導入國際標準框架如 NIST Cybersecurity Framework 2.0、Cyber Defense Matrix 及 CIS Controls v8.1，強化資安治理成熟度、預警與應變機制，全面提升數位資產防護力，亦持續優化資訊安全管理機制，全面提升資安防護能力，以確保各方利害關係人的權益與資訊安全。

因應駭客攻擊日益複雜，本公司採行資安縱深防禦策略，於端點部署端點偵測與回應（EDR）與託管式偵測與回應（MDR）全天候監控與分析服務，結合防毒軟體實施多層次防護。內部網路導入網路存取控制網路存取控制（NAC）技術，VPN 連線已導入雙因素驗證（2FA）機，內部服務採快速身分驗證聯盟技術 FIDO（Fast IDentity Online），強化資通安全防護層級及身分驗證防護認證安全。網路層設有防火牆、入侵防禦系統（IPS）及網路偵測與回應（NDR）技術，並導入應用防火牆（WAF）、垃圾郵件防護系統及外部攻擊面管理（EASM）機制，阻擋應用層攻擊與惡意郵件威脅，確保外部連線安全性，強化數位資產防護。透過安全運營中心（Security Operations Center, SOC）7x24 小時監控核心系統的主機、網路設備與資安設備相關日誌，落實通報應變機制；日常定期情資分析與資安演練，全面提升防禦能量。同時，為強化個人資料保護與降低資料外洩風險，於關鍵業務系統導入資料遮罩（Masking）與隱碼（Tokenization）技術，依使用情境揭露必要資訊，實踐資料最小化。資料視覺化平台實施多層控管，包括：最小權限原則（Principle of Least Privilege, PoLP）與身分識別與存取管理（Identity and Access Management, IAM）、定期權限審查、閒置帳號管理、操作日誌稽核與個資自動清除機制，確保個資安全、合法與合規使用。

3

文化生活場域經營、誠摯款待

重大主題	客戶服務管理	
衝擊描述	正面實際衝擊：透過良好的服務流程並設有多元的溝通管道，使顧客意見能夠即時獲得回應，提升對公司的滿意度及信任關係，間接促進經濟成長。	
	負面潛在衝擊：如消費爭議處理或不當管理顧客資訊，恐造成罰款或公司形象受損，並使顧客權益受損。	
政策／承諾	誠品生活款待服務顧客以「與人為善、分享幸福」為初衷，因此傾聽顧客的心聲是至關重要的，不僅能更加了解顧客的需求和不滿，以盡速進行因應調整，以提高顧客的信任感和忠誠度；另提供會員優質服務、傳遞誠品生活理念、提升會員權益、加強會員溝通及創造會員價值為理念，持續優化各項會員軟硬體服務以提升會員滿意度。	
採取行動	<ul style="list-style-type: none">各商場設有顧客服務中心或服務台，面對面受理及處理顧客意見。設置 0800 免付費顧客服務專線單一服務窗口。設立線上智能客服、文字客服系統，並善用數位工具，提供多元化的服務及訊息傳遞管道。安排新進同仁基礎服務訓練，並依到職時間、職務需求，另安排進階服務訓練及不定期主題訓練，強化同仁的服務觀念和服務品質。電話訪查門市服務專業知識及服務流程的正確性。	
追蹤評核機制	每月彙整顧客服務意見處理及改善進度，提供店級以上主管掌握顧客意見及服務管理重點。每月公告各門市電話訪查結果及疏失重點提醒，管理主管根據訪查結果對於同仁進行必要的教育訓練或改善措施，以持續優化顧客服務體驗。每月的電話訪查評分，亦會列入門市服務團體獎的評選項目之一，以激勵門市維持一致且良好的顧客服務品質。	
管理目標	短期目標 (2026 年)	中長期目標 (2028 年 ~2030 年)
	<ul style="list-style-type: none">遵循相關法令規範（例《消費者保護法》、《商品標示法》及《食品安全衛生管理法》等）外，控管商品標示與品質，確保顧客權益。優化線上下服務體驗。	<ul style="list-style-type: none">持續妥善處理顧客意見並確保處理時效。持續優化線上下服務體驗。
年度績效	<ul style="list-style-type: none">受理 187 件顧客意見，顧客滿意回饋佔 59.9%，高於客訴意見 16.6%。客訴意見 80.6% 於 3 天內結案。0800 免付費顧客服務專線成功接通率 94%；文字客服成功接通率 73%。餐旅事業進口食品（如酒、咖啡豆、茶葉、橄欖油等），2024 年度皆取得檢驗合格證書及自主檢驗合格率 100%。	
利害關係人的參與	詳利害關係人溝通情形章節	

2024年度完成下列成果：

項目	成果
資安檢測次數	持續檢視系統安全性，執行超過 15 次資安檢測（含滲透測試、弱點掃描等），同時對發現之弱點進行修補改善，提升系統安全及穩定性
資安教育訓練	為提升公司同仁資安意識辦理 2 場全員資安課程、5 場資訊人員訓練及 2 場社交工程演練
資安團隊	擁有 10 項資安相關資格證照如 CISSP、CPENT、iPAS 中級資安工程師、ISO27001:2022 主導稽核認證等，總計 28 張證照。
社交工程演練	為增強同仁對惡意釣魚信件抵抗力，執行 4 次社交工程演練，未通過同仁另行安排加強資安意識教育訓練
供應鏈查核	為確保供應鏈安全，實地稽核 11 家合作夥伴資安機制，對未符合要求者提出改善建議，以識別與降低供應鏈潛在攻擊風險。
偽冒頁面處置	積極保護客戶資料安全及維護品牌形象，檢舉下架 20 個以上偽冒網站，防範品牌濫用與詐騙
管理會議	召開超過 20 場資安與個資治理會議，持續監控與精進管理成效
維持 EASM 評等	為強化數位資產風險管理，本公司導入「External Attack Surface Management（外部攻擊面管理）」系統，2024 年維持在 Excellent 等級，提升資安防禦深度與營運韌性
導入 FIDO（Fast IDentity Online）數位驗證機制	為提升電商系統的身分驗證安全性，誠品線上後台導入 FIDO（Fast IDentity Online）數位驗證機制，減少憑證遭竊取及密碼外洩風險，有效降低帳戶遭受攻擊的可能性
APP 資安認證	為提升客戶使用的安全性，誠品 APP 通過行動應用資安認證（Mobile App Security Certification）第三級（Level 3）行動資安認證，達成高標準資安保護
導入資料遮罩（Masking）與隱碼（Tokenization）技術	關鍵業務系統實施資料遮罩 (Masking) 或隱碼 (Tokenization) 技術，確保資料在查詢、顯示或內部分析過程中，僅呈現必要資訊，有效落實資料最小化原則，並降低內部濫用或第三方存取風險。

3.01 空間營造與商場安全

3.01.1 空間設計與營造

誠品生活據點「誠品生活新店」與「誠品生活480」，從建築空間到自然景觀規劃，皆可見其對永續、綠化及綠色設計理念的實踐，展現出企業積極融入環境友善與社會永續發展的承諾。

首先，在空間設計與建築規劃方面，「誠品生活新店」邀集建築師蕭博文、景觀設計師吳書原及視覺藝術家鄒駿昇，共同打造「明日之城」概念商場，強調空間的垂直穿透性與光線運用。整體空間設計最具永續指標意義者，莫過於位於4樓書店的30米挑高天井，利用自然光灑落室內閱讀區，有效減少白天照明用電，並創造溫暖明亮的閱讀氛圍。這不僅提升顧客的停留品質，也展現對節能環保的實際投入。

在綠化方面，「野花園」露台栽植台灣低至高海拔的原生植物，由濱海植物、平原野花、原生蕨類到高山林相，形成樓層與植栽垂直對應的生態景觀系統。這樣的設計不僅強化建築與環境的融合，更具教育意涵，引導民眾認識台灣多樣的生物地景。

誠品生活新店緊鄰7,000坪綠湖生態公園，透過露台綠化與外部自然連結，提供城市居民一處「可呼吸的文化場域」，在都市水泥叢林中創造綠洲般的療癒空間。景觀設計師吳書原運用 IFLA 與 PPA 得獎經驗，導入可長期維護的在地原生植物系統，降低灌溉與養護能耗，並提升在地生態鏈的延續性。



誠品生活新店打造1.9萬坪「明日之城、眾人之所」



商場正中央以十字軸設計公共街道；知名藝術家黃本蕊創作的10米高巨型兔子「太極尼尼」藝術裝置熱情迎賓！



商場4F誠品書店打造挑高30米天井，邀請讀者在光合廣場隨著不同時間的光影變化，沉浸式體驗與眾不同的閱讀氛圍



台灣海拔原生植物打造「野花園」露台，展現台灣之美



設計獨特12米巨型圓拱，打造一座立體微型城市，並帶來獨一無二的遊逛體驗



商場3F「顛倒花園迷宮」打造奇幻童話世界，激發無限想像

誠品生活480位於台中七期，總面積7,500坪，緊鄰台中國家歌劇院。該據點延續誠品對「生活美學」與「環境融合」的重視，在建築與展覽設計中也融入綠化意象與自然元素。特別是在1F設有戶外「野花園」景觀平台，不僅為商場導入自然綠意，更成為戶外裝置藝術展演的舞台。

開幕期間邀請國際塗鴉藝術家 Craig & Karl 在「野花園」展示色彩鮮明的大型戶外裝置，呼應友善互動與自然共生的理念。這不僅是藝術策展，也展現誠品對開放空間與自然結合的重視。

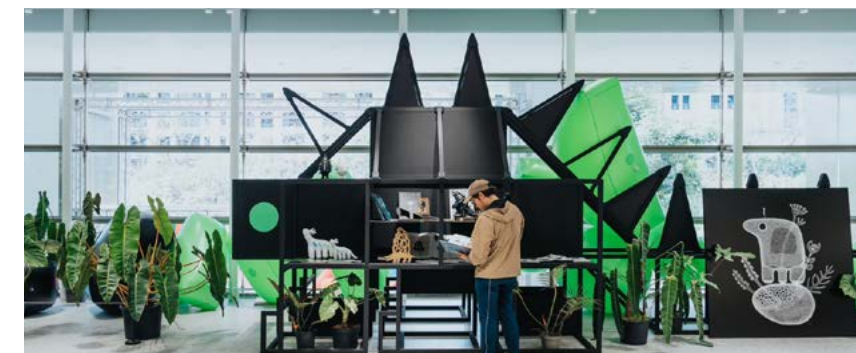
此外，誠品生活480書店內部也設計了「美感探索導覽」與環境意象展覽，如由日本藝術家 EMU 發想的《Ark of Art》展覽，呼應方舟與生態未來的意象，強化「自然即是藝術、生活即是永續」的概念。這些展覽藉由空間、視覺與自然的融合，深化顧客對環境議題的感知與參與。



誠品生活480 | 國際知名品牌合作的兩位塗鴉創作大師Craig & Karl首次來台展出！特別於誠品生活480綠意盎然的1F野花園展出



誠品生活480 | 日本當代藝術家EMU於1F推出名為「Ark of Art – Carry On Together」台灣個展，以「Ark方舟」概念祝福開幕大吉，更有全新啟程之意。



誠品生活480 | 台灣跨域藝術家陳普也於2F展開「怪獸力畫室 Monster Studio」，創作長達7.5公尺的大型怪獸裝置藝術，鼓勵大家勇敢發揮創意與

在上述據點的空間設計策略不僅是視覺與氛圍的美學實踐，更產生實質的環境效益：

- 減碳節能：大量使用自然光源與自然通風設計，減少空調與照明耗能。
- 都市綠島效應：導入原生植栽降低熱島效應，提供生態棲地並提升都市氣候韌性。
- 民眾環境教育：透過植栽導覽、童書區的自然教育主題、藝文展覽深化環保意識。
- 商業永續價值：以綠色設計吸引重視環境與健康的消費者，強化品牌差異化。

3.01.2 商場安全

- 為確保顧客與員工安全，並符合相關法規標準，誠品生活商場安全管理內容涵蓋多個層面。主要包括消防安全、設備安全、廚房安全、用電安全、水質管理、空氣品質、環境清潔、保全及食品安全管理。
- 消防安全方面，商場每半年全面檢測消防設備，包含滅火器、警報系統、灑水設備及排煙設備等，確保設備正常運作。商場也定期安排員工、專櫃廠商參與消防演練，使員工、專櫃廠商能夠熟悉逃生動線與應變措施。
- 設備安全方面，定期維護與檢測商場內的電梯、手扶梯、高低壓設備、空調系統等，以確保運作穩定並避免突發故障影響商場運營與顧客安全。委託合格廠商維護設備，並設有應變機制，以即時處理突發狀況。廚房安全方面，主要針對餐飲專櫃與美食街專櫃廠商進行管理，包括定期檢查廚房設備使用狀況，確排煙設備、爐具及瓦斯管線安全無虞。此外，要求所有餐飲業者定期清潔排煙管道，遵守食品衛生相關規定，以確保廚房運作符合安全標準。
- 用電安全方面，定期巡檢電力設備，透過監測溫度技術檢測電盤接點情況。此外新進駐或改裝的專櫃廠商，均有專業電力工程人員審核…，確保用電安全。
- 水質管理方面，涵蓋飲用水與排水系統的維護，定期清洗水塔與水管，並進行水質檢測，確保提供安全的飲用水。此外亦定期檢測商場內部排水系統，防止堵塞或污染問題。
- 空氣品質管理，定期檢測室內空氣品質，特別是二氧化碳濃度及懸浮微粒含量，以確保場內環境舒適並符合標準。除定期檢測空氣品質外亦定期清潔與更換空調系統的濾網與排風系統，以維持良好空氣流通。
- 環境清潔方面，清潔人員每日巡檢與維護，公共區域、洗手間、電梯內部等，確保商場整潔。每月亦安排專業公司進行滅鼠、消毒及病媒防治，以防止害蟲孳生。
- 保安全管理，大型商場委託專業保全人員進行 24 小時巡邏，透過監視系統監控各出入口及重要區域。保全人員定期接受培訓，提高應對突發事件的能力，例如衝突及緊急事故等。



每半年進行消防自衛編組演練



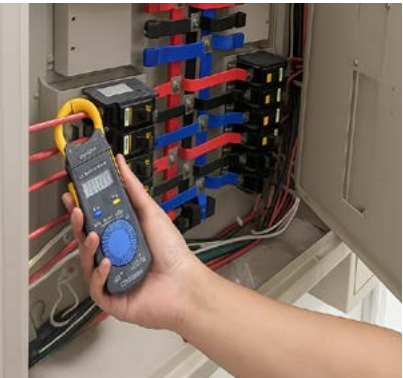
設備維護保養



委託專業廠商進行空氣品質檢測



定期廚房瓦斯檢查



負載電流量測



飲水機濾心更換

透過上述商場安全管理措施，確保顧客與員工在一個安全、衛生的環境中活動，並確保所有專櫃廠商遵循相關規範，提升商場的整體安全與管理品質。

3.01.3 商品安全

商場專櫃銷售之商品除一般性商品外，亦涵蓋化妝品、包裝食品及醫療器材等，均依據《商品標示法》、《化粧品衛生安全管理法》、《食品安全衛生管理法》及《醫療器材管理法》等相關法規辦理。2024 年曾接獲主管機關函示指出部分文具商品之商品標示資訊有遺漏情形，經即時下架該等商品，全面檢視並依規完成標示後重新陳列販售，並報請主管機關複查確認後結案。2024 年間並無遭主管機關處以金錢制裁之情事。

餐旅事業進口商品，包含設備、零件、清潔劑、旅館用品、咖啡豆，均遵循進口相關法規辦理，並進行自主檢驗。在零售市場販售商品以酒、咖啡豆、茶葉、橄欖油等食品為大宗，同時投保產品責任險，以維護客戶與消費者的權益與健康，具體說明如下：

- 廚房設備 / 咖啡機 / 磨豆機 / 旅館用品：取得 BSMI 認證項目，依法規取得檢驗合格證書，合格率 100%。
- 清潔劑：取得 Intertek 檢驗公司食品用清潔劑衛生標準合格證明。自主檢驗合格率 100%。
- 咖啡豆：除依法進行邊境檢驗外，額外委請 Intertek 檢驗公司進行赅麴毒素與黃麴毒素檢驗合格。自主檢驗合格率 100%。
- 用電安全方面，商場定期巡檢電力設備，並透過溫度監測技術檢測電盤接點異常情況。針對新進駐或改裝的專櫃廠商，需經過專業電力工程人員審核，確保用電安全。
- 茶葉：除依法進行邊境檢驗外，並取得 Intertek 檢驗公司農藥殘留檢驗合格。自主檢驗合格率 70%，市場銷售合格率 100%。
- 果醬：除依法進行邊境檢驗外，並取得 Intertek 檢驗公司食品添加物使用範圍及限量暨規格標準。自主檢驗合格率 100%。

3.01.4 餐飲專櫃管理

商場特別重視食品安全，所有餐飲專櫃均需符合《食品安全衛生管理法》標準，並接受定期稽查。主要措施如下：

- 控管保存溫度：商場內所有餐飲業者須使用合格冷藏與冷凍設備，確保食品在適當溫度下存放，防止變質。每日進行廚房環境巡檢，於晚間打烊時檢查餐桌與工作檯面清空，確保各專櫃廠商垃圾、廚餘不留置過夜。
- 清潔環境與器具：定期檢查餐飲業者的操作環境與廚房衛生狀況，包括砧板、刀具、料理台等，確保符合衛生標準。每日完成專櫃自評檢查表，並委託專業的消毒公司執行每月環境消毒。
- 人員衛生管理：要求餐飲從業人員定期健康檢查，並配戴適當的衛生裝備，如口罩、手套及髮帽，以減少食品污染風險。
- 為持續維持餐飲衛生安全，確保整體供餐流程符合食品良好衛生規範。誠品生活南西、松菸商場餐飲專櫃獲得餐飲衛生管理分級評核認證標章。



3.02 顧客服務與滿意度

誠品生活的服務觀是「成就生命・分享眾生」，落實款待人、款待心，以「人」為終極關懷的心念。待客如親、將心比心，以專業與關懷提供顧客需要的服務，是每位同仁的期許。

誠品「善、愛、美」的觀念深植於誠品生活企業文化裡，誠品同仁體會在誠品不僅是一份工作，而是生命價值的延伸。誠品生活是由空間、服務、活動、商品、人，共同營造出一種文化氛圍，不僅僅是閱讀的場所，更陪伴著生命的成長，傳遞著故事與溫情。

誠品生活秉持「以人為本」的初衷，以顧客導向作全盤思考，打造出流暢的個人化服務，並強化與顧客互動交流的關係，透過漸次啟動的全通路基礎建設、社群經營及數位服務軟硬體建置，規畫線上下顧客端到端（e2e）的服務旅程，落實提供顧客有感體驗的個人化服務。

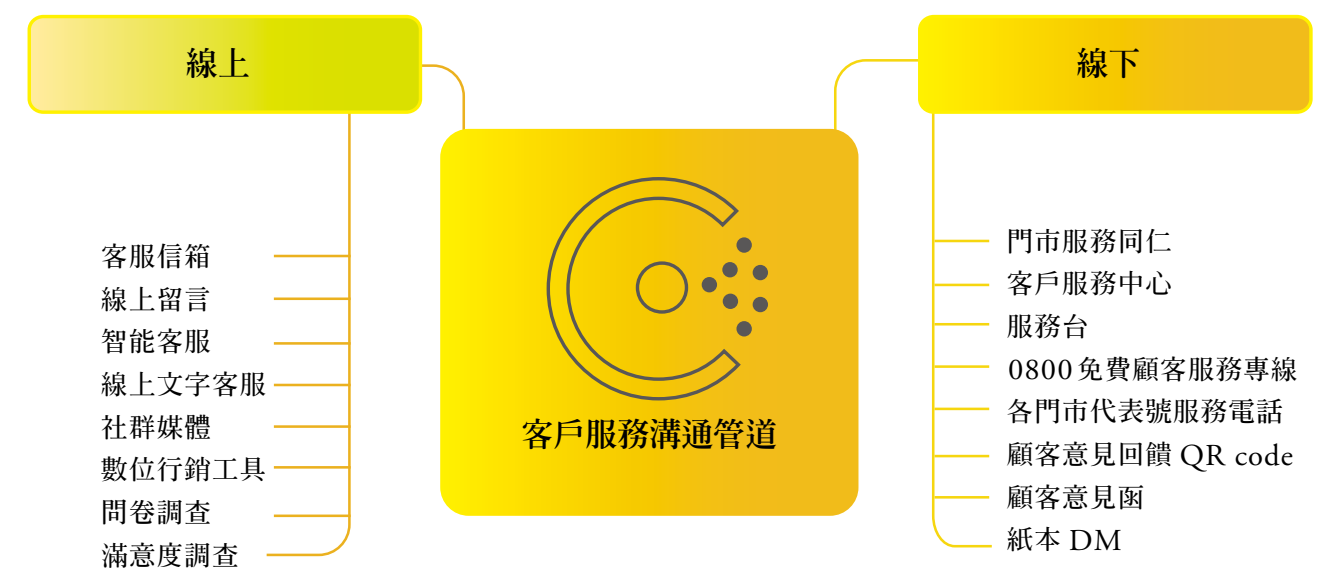
3.02.1 多元顧客溝通管道

誠品生活款待服務顧客以「與人為善、分享幸福」為初衷，因此傾聽顧客的心聲是至關重要的，不僅能更加了解顧客的需求和不滿，以盡速進行因應調整，也得以提高顧客的信任感和忠誠。因此，誠品生活提供多元的溝通管道，滿足各族群、各世代不同的需求，藉以強化與顧客的溝通連結。除了於各門市設置顧客服務中心或服務台，提供顧客可直接面對現場第一線服務同仁進行諮詢或問題反映外，也設置 0800 免付費顧客服務專線單一服務窗口，各門市亦有服務電話代表號提供電話服務。

隨著數位化的發展，設立線上客服系統，顧客可以於官網及 APP 的智能客服和線上文字客服進行詢問和反饋；且透過 APP 可自行查詢商品資訊、行銷活動、會員權益及消費累計等服務資訊，亦可線上完成商品訂購或門市商品預訂的便捷服務。同時也運用 APP、迷誠品、電子 DM、簡訊、YouTube、Podcast 等各式數位工具，即時向顧客傳遞最新資訊，讓顧客在不同的接觸點上都能獲得一致的品牌訊息，增強整體行銷效果。於 Facebook、Instagram 等社交平台設立官方帳號，因應各世代不同的需求，提供多元且可與顧客互動的訊息傳遞及溝通管道。

雖數位行銷越來越普及，考量仍有一部分顧客較少使用網路或更喜歡透過實體信件來接收資訊，亦會依據各項活動的對象或屬性內容，不定期透過寄送紙本 DM，強化與不同族群顧客的溝通連結。為了更直接全面且聚焦蒐集顧客對於特定商品或服務的想法意見，透過不定期的問卷調查及滿意度調查，有助更加了解各族群顧客的需求或對於商品服務的偏好，以作為後續調整之參考依據，持續保持企業的創新性與競爭力，2024 年誠品生活無未遵循行銷傳播相關法規的事件。

顧客服務溝通管道



2024年具體成效



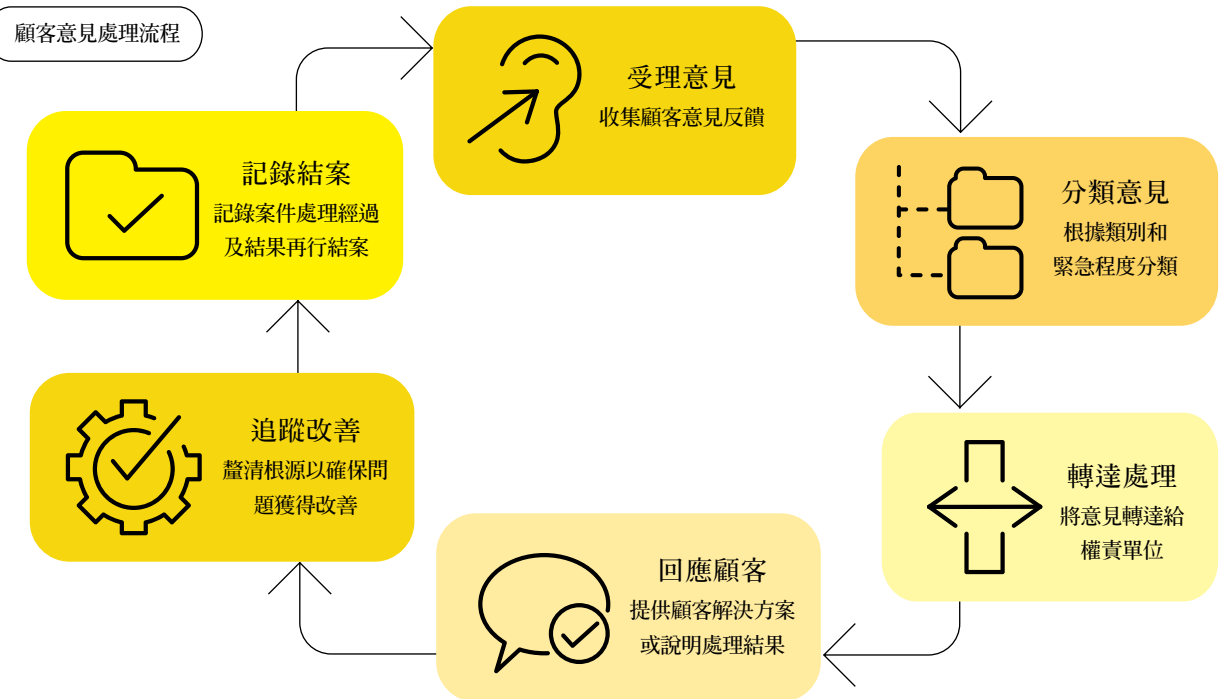
除前述全通路發展業業的服務外，誠品生活餐飲事業群代理世界一流餐飲設備與洗衣房設備品牌，為企業用戶建構餐廚與旅館設施，提供專業規劃和工程服務，為台灣可完整涵蓋「規劃設計－銷售－安裝－售後服務」整體專案服務之品牌。為深入了解客戶需求、促進與客戶互動與資訊交流，於前期規劃設計安排會議充分了解客戶想法並提供專業建議，於安裝執行透過現場工地會議與客戶溝通協調。後端維修保固服務，設有緊急維修專線，幫助客戶即時解決維修問題。餐飲事業群致力於成為客戶強而有力的後盾，創造雙贏的夥伴關係，成為客戶重要的策略夥伴。

3.02.2 顧客服務管理措施

顧客意見函無紙化

顧客意見函全面改版為提供顧客意見回饋 QR Code，只需掃描 QR Code 即可線上填寫並送出，不僅提升意見反映的處理效率，亦減少紙張印製，用行動一起對地球更好。若顧客不方便掃描填寫，亦可由門市服務台同仁現場直接受理協助。收到顧客意見後，會先依據意見類型，區分為重大、客訴、建議、讚美案件類型，判斷需立即處理的問題，以確保緊急或影響較大的問題能優先處理。處理意見時會依據意見內容所屬權責轉達負責單位處理回覆，若屬於客訴問題，需進一步跟進問題根源，並追蹤改善方案後方可結案，以有效避免問題再度發生。

顧客意見處理流程



服務之星優良服務評選

評選單位每月收集各服務管道的顧客讚美意見，依據服務態度、溝通技巧、專業知識與解決問題能力、關鍵時刻四大面向，評選優良服務同仁，提報每月服務之星，進行公開表揚。藉由訪談服務之星得獎同仁，分享其服務心得及理念，提供作為同仁學習效法的服務典範。每季另評選季服務之星個人獎及團體獎，給予得獎同仁和團隊實質的獎勵回饋，激發同仁的服務熱忱和服務士氣，進而提升顧客服務品質。

電話服務訪查

門市管理主管透過定期的工作成果考核及走動式管理，確保門市的服務品質。考量電話溝通服務亦是顧客服務體驗的其中一環，每月由總部客服單位執行電話服務訪查機制，透過一致的評分標準，全面且客觀的進行各門市電話服務評價。訪查單位根據當月的行銷活動或服務流程重點，擬定電話訪查題目，分別依電話禮儀及專業知識的答題表現進行評分，確認電話接聽同仁是否依循公司服務流程，提供適切有禮且正確專業的電話服務。

各店電話訪查結果，每月彙整提供給管理主管，根據訪查結果對於同仁進行必要的教育訓練或改善措施，以持續優化顧客服務體驗。每月的電話訪查評分，亦會列入門市服務團體獎的評選項目之一，以激勵門市維持一致且良好的顧客服務品質。

2024年具體績效



● 電子商務服務升級

2024年4月個資保護措施，移除「誠品線上貨到門市通知」、「誠品線上取件提醒通知」通知信上之出貨明細；2024年7月升級內部資安規格，訂單管理系統改以 OETH 多因子認證方式，不再單獨輸入帳號、密碼方式登入，避免釣魚等惡意攻擊，造成個人帳密洩露的風險（線上客服使用電腦為管控電腦，僅能連線公司內部網路）；2024年11月誠品線上販售電子書，透過電子書服務上線，減少紙耗、降低 CO2e 排放量。

● 亮點故事

案例一

顧客告知：友人的家人過世後，友人及其家人都處於傷痛狀態，自己過去也曾面臨此情況，當時是透過閱讀【走向春天的下午】後療癒了自身的傷痛，因此也想分享給友人，希望能帶給友人及其家人溫暖；顧客在誠品線上訂購此書，收件人為友人，詢問客服是否可以將其要寫給友人的一封信也夾在書中一併出貨，線上客服同仁在收到顧客訴求後，立即聯繫物流同仁將待出的貨件找出來後，協助將顧客提供的信件內容印列出來，裝入紙袋後裝箱出貨；後續顧客亦來電感謝團隊給予的協助。

案例二

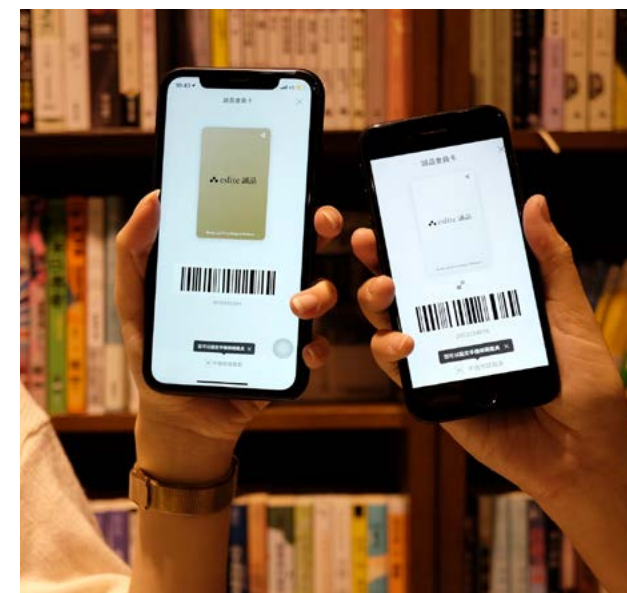
顧客參加書店舉辦的新書發表會，中途突感身體不適，故離開活動區移步到書區坐下，現場同仁察覺顧客異狀，立即通報店內各單位。書店同仁讓顧客倚靠在身上，持續安撫並與顧客對話，讓顧客保持意識，另位同仁拿著電扇調節空氣，也有同仁拿精油幫助顧客舒緩身體的緊繃感，Cafe 同仁亦協助給予溫開水，樓管、總務、服務台同仁聯繫救護車並清理出救護人員的通道，亦有同仁通知家屬。當日店內各單位專業分工各司其職的救護流程與應變措施，讓當時沒有熟悉的親友在身邊的顧客，依然感受到安心和安全感。事發兩天後，顧客特地回到門市，遞上親手繪製的手寫卡片，感謝當日同仁們的妥善照顧與專業分工，在顧客無助時，給予最溫暖的力量！



3.02.3 會員輪廓與服務策略

誠品生活思考如何在透過現有的服務中繼續擴充服務的接觸點，並利用雲端商業服務系統來作為持續提供主要客群具有創新的服務體驗，透過科技化的輔助來強化誠品生活與會員的連結，觸發各種可能的促銷活動來提高誠品客群的回購動機，藉由延伸的接觸點來吸引路過的客群，甚至讓未曾曾在誠品生活消費過的消費者都可以觸及到誠品生活提供的線上與線下的服務情境。讓各個不同通路的消費者在購買後可留下數據到誠品顧客關係管理中進行數據的分析，作為提供各項創新服務的最佳支援。

誠品會員輪廓與服務策略



3.02.4 商場服務台

商場服務台作為顧客服務的第一線窗口，負責處理顧客的各類意見，包括讚美、建議及申訴。服務台的顧客意見處理流程可分為初步處理、後端處理、回覆顧客與結案四個步驟。

服務台人員遵循特定原則來確保高品質的顧客服務，並以同理心溝通，耐心傾聽顧客需求，確保理解其核心訴求，進而歸納抱怨原因，確保資訊無誤後再進行後續處理。此外，服務台人員應主動提出解決方案，提供明確的處理方式，讓顧客感受到商場的誠意與專業。

針對重複性問題，服務台應進行內部檢討，制定改進方案，並定期收集顧客意見，分析趨勢，以提升服務品質。此外，透過內部教育訓練，可提升服務人員的應變能力與溝通技巧。

為了提升服務效率，商場已導入數位工具，包括顧客意見回饋 QR Code，讓顧客可透過手機即時反映問題，並提供線上客服專線，以便利顧客服務管道，另外也透過電子化案件追蹤系統，確保所有案件均能有效管理並追蹤處理結果。商場服務台的核心目標是提升顧客滿意度，確保每位顧客的意見都能得到適當回應與處理。透過標準化的作業流程、有效的案件管理機制以及數位化工具的應用，商場服務台能夠提供更優質的顧客服務，進一步提升商場整體形象與顧客忠誠度。



3.02.5 體驗創新：數位轉型

現今消費環境早已虛實融合 (Online Merge Offline，簡稱 OMO)，OMO 著重在掌握顧客在消費旅程中的位置，更能蒐集到的完整顧客資料，確實地將消費行為分群、分眾，以達到品牌有效的精準行銷效用。誠品生活對於 OMO 全通路服務的開發並不單單視為另一種營銷通路的開端，而是將品牌精神擴大到更大的線上場域上，透過 OMO 全通路服務來達成以下三項品牌價值：

打造最貼近消費者的購物體驗：

誠品生活是「結合書店與各式品牌的複合式商場」，如同董事長吳旻潔所說，迎接嶄新的開始，就是將誠品及旗下「誠品生活」複合式商場，從實體通路，到電商、網站、社群、會員 App 及顧客服務等，線上線下融合的全通路發展為經營主軸，讓顧客可線上線下自由移動，進而打造為誠品生活虛實融合 (OMO) 全通路文化生態圈。

建立有利門市的銷售武器：

透過櫃員導購系統，協助櫃員與消費者溝通時更具象化的瞭解商品，並推薦商品及優惠給消費者，擴大商品接觸率，可將實體通路門市櫃員的業績能量拉展到線上，突破門市坪效限制，將服務體驗持續帶給顧客更深的品牌文化感受，更可快速締結訂單，不僅讓櫃員可以更有銷售衝勁與動力，增加其業績。進而透過完整的轉單系統，也提供供應商可以從下單、物品上架、物流運送等一站式營銷模式，滿足供應商的良性循環的需求，讓誠品生活可以適時的整合供應商的需求於線上進行推廣也可以為誠品生活帶來更多的導購轉換率。

整合線上線下數據：

誠品生活 OMO 全通路服務透過各系統間的串接及整合，收集線上線下的會員資料、購買紀錄、瀏覽產品行為、回購情況等各項數據，進行消費型態相關的商情分析，幫助公司針對不同的目標族群與設計行銷策略，亦能預測顧客未來服務需求，主動滿足顧客需求與有效促進消費動能，進而提升客戶品牌忠誠度，使顧客關係管理和整體營運更加智慧、具備更大效益，讓精準營銷驅動業績成長。

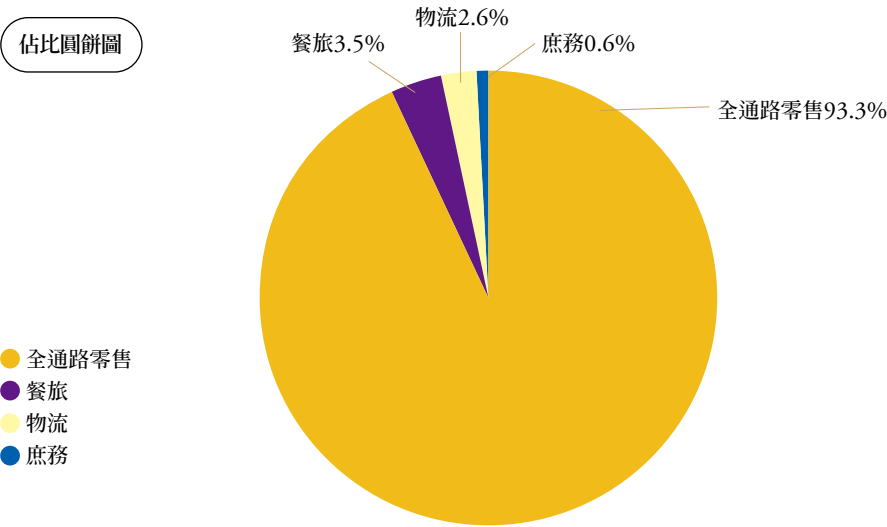
3.02.6 社群經營與行銷

社群為（粉絲）與品牌溝通互動的橋樑，包含有共鳴的內容、消費購物體驗回饋、掌握正確即時的品牌消息。誠品生活持續佈局全通路計畫，並致力於提供顧客有感體驗的全通路服務，目標是成為民眾「閱讀與生活的全通路平台」，長期建構誠品生活「全通路文化生態圈」，以顧客為中心，打通線下通路、誠品線上、迷誠品內容網站、各式社群、誠品 APP、簡訊電郵、顧客服務等相關環節。過去幾年來，誠品生活不斷的在線上與線下產生的綜效，更是從完善的會員系統中，累積起超過 400 萬海內外會員的肯定，在社群的經營上，更是有超過 230 萬的活躍粉絲，讓誠品生活的內容可以觸及超過 2.7 億人次，且平均的互動率也超過 6%。讓誠品生活可說是一個 OMO 最佳的示範服務場域，讓誠品生活可以由線下發動到線上活動的串連，在擁有大批忠實粉絲的簇擁下，將成為一股不可忽視的全通路力量。2024 年誠品全社群累積粉絲：14 個 Facebook 粉專總追蹤數：191.4 萬。11 個 Instagram 帳號總追蹤數：39.4 萬。6 個 LINE 官方帳號總好友數：7.1 萬。

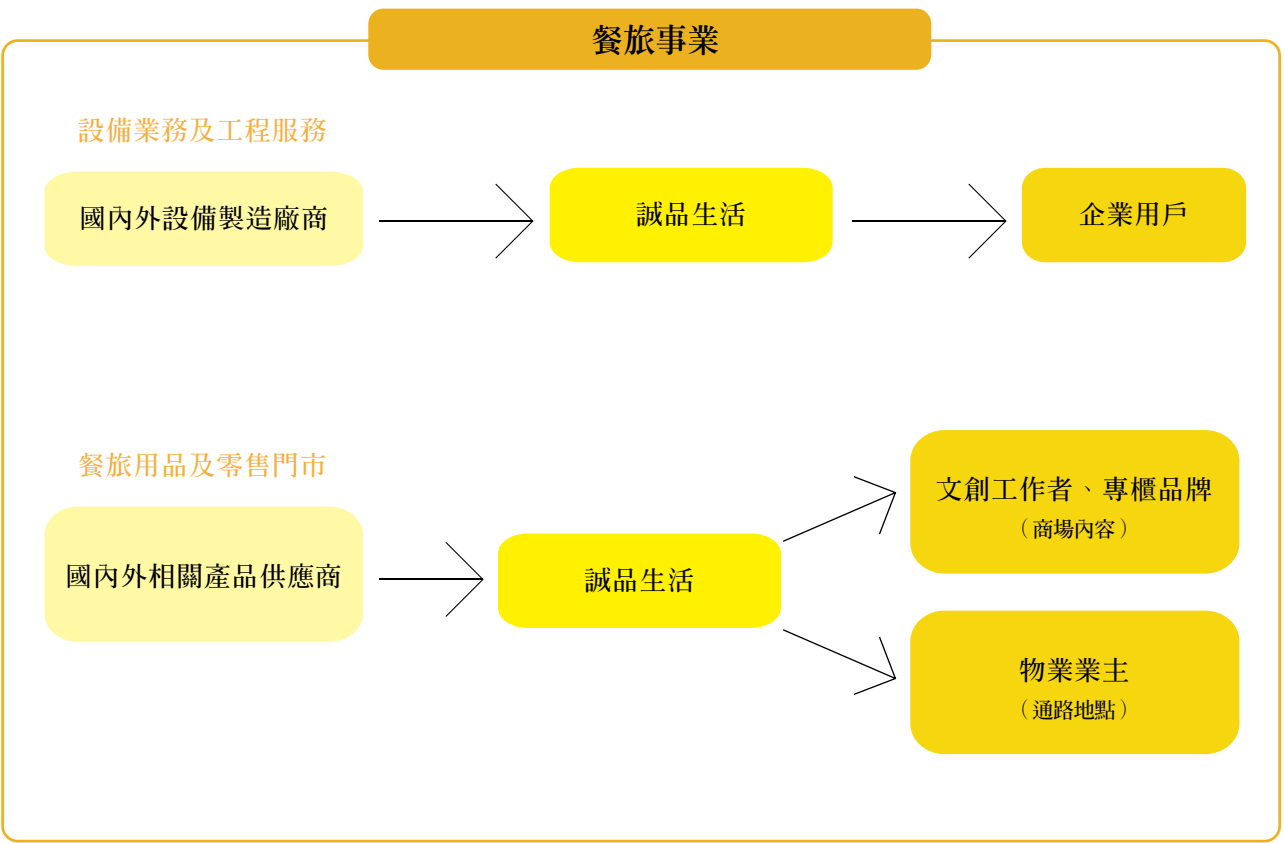
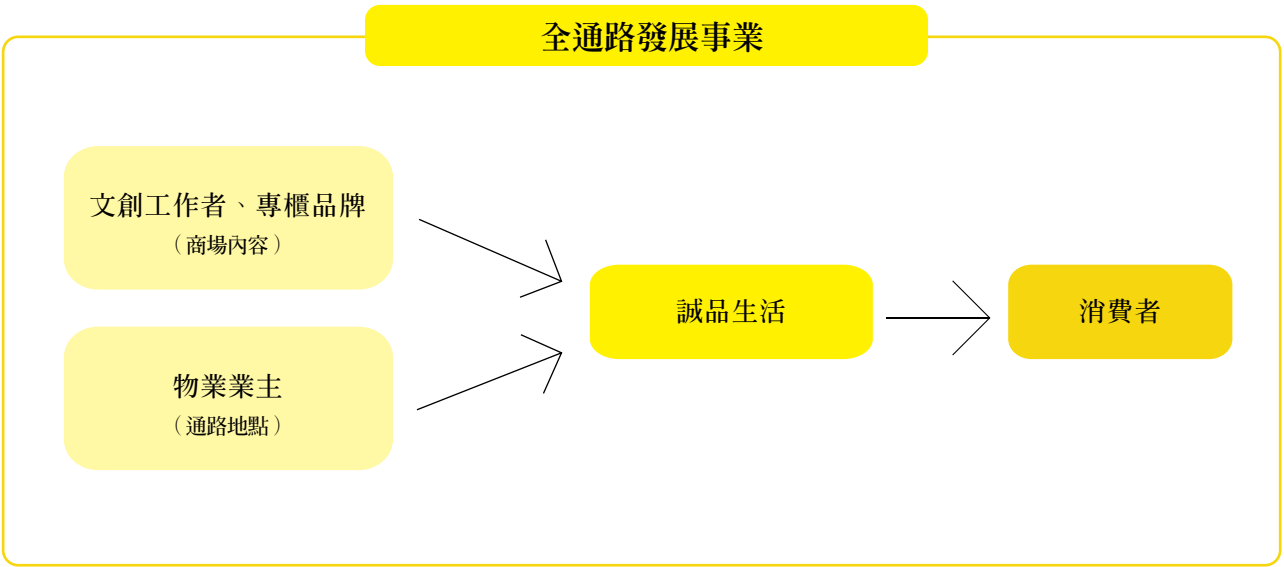


3.03 供應鏈管理

誠品生活主要營業項目包含文化創意相關之全通路發展經營、商場委託經營及管理顧問業務、各類旅館用品設備之買賣進口、各類廚房用具及設備買賣予安裝、酒窖經營、各類食品進口代理及零售等。截至2024年底，合作供應商總計3,898家，包含「全通路零售」、「餐旅」、「物流」、「庶務」等四大類，以提供誠品生活各地實體店點暨誠品線上豐富商品選擇之全通路零售類供應商為最大宗，佔比93.3%，包含餐飲與食品、文具與潮流創意設計、生活家居、圖書、服飾鞋包、美容保養等。透過與眾多供應商合作，打造富有誠品場所精神、可療癒身心靈的文化生活與閱讀場域，並提供多元豐富、獨具創意巧思與文化內涵的各類型商品內容、便捷高效的配送服務、品質精良的專業設備器具，為終端消費者與讀者帶來兼具品味與質感的美好生活體驗。



價值鏈概況



供應商評選與溝通

在廠商遴選上，我們採取嚴謹的審核流程。首先透過訪談深入了解潛在合作對象的生產環境、作業流程與營運狀況，確保其產品能符合市場需求與品質標準。此初步篩選階段重視廠商的創新能力與市場競爭力，作為後續合作的基礎。

接著進行資料審核，確認廠商是否遵循相關法規，特別是產品標示法及供應鏈合規要求，不僅關注產品品質與食品安全，也嚴禁任何仿冒或偽造行為，以保障消費者權益。審核通過後，雙方將簽訂《商品供應合約書》，建立穩健的合作關係，促進長期穩定發展。誠品生活2024年報告期間內供應鏈並無重大改變。

廠商與溝通流程

採購選品／選商原則



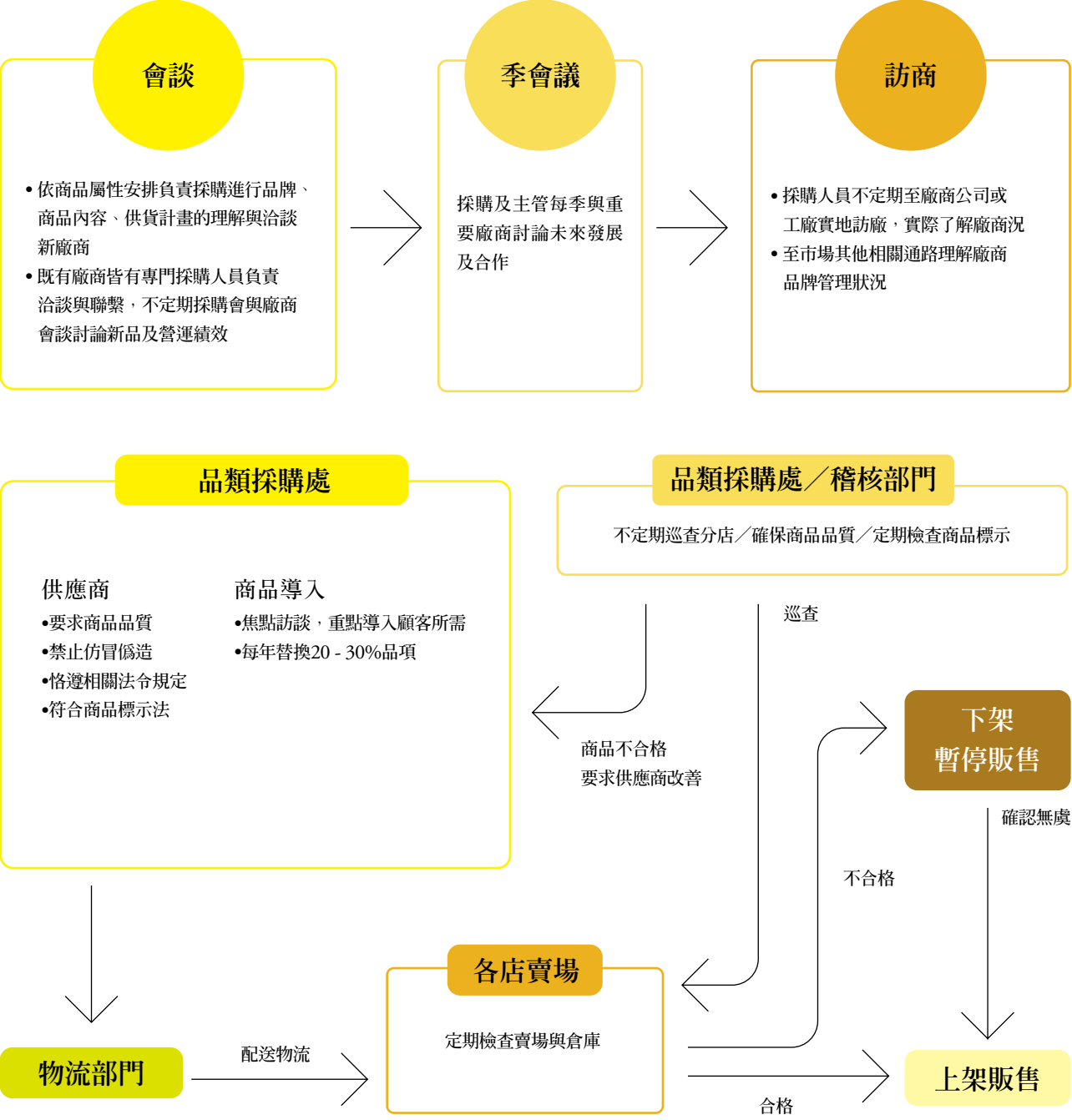
註：〈商品供應合約書〉第九條「商品瑕疵擔保」中，供應商應確保商品品質，禁止商品仿冒、偽造等等之情事，恪遵相關法令規定，其中強調供應商須遵守《食品安全衛生管理法》、《商品標示法》，使消費者能了解商品並正確使用，以保證商品安全。

供應商管理與稽核

在商品管理方面，無論是新廠商評選或既有廠商管理，我們均透過會談、季會、訪廠等方式與廠商保持良好溝通，並依實際情況即時調整合作模式。新廠商評選時，會優先審核其資本額、公司執照、營利事業登記證及相關專業執照等基本資格，並進一步評估其實績與營運能力；對於既有廠商，則從專業能力、服務品質、問題處理效率、臨時應變能力與配合度等多面向進行年度績效評核，藉此提升整體合作廠商的競爭力與品質。

在專櫃管理方面，針對新設櫃廠商，依據設櫃合約明確規範相關義務，並依照法規對其營運及商品品質進行管理。我們要求所有專櫃在施工期間使用一級防焰耐燃建材，地毯、窗簾或門簾等亦須提供防焰證明，供消防單位備查，以確保場域安全。進場施工前，施工圖均須經相關單位審核通過；專櫃人員則需完成品牌與商場雙重教育訓練，遵守專櫃人員手冊規範，並配合消防演練。專櫃人員的儀容、櫃位整潔與商品陳列皆列為每日稽核重點。此外，公司每月定期與廠商溝通各項事務，若發現缺失，將要求提出改善計畫並限期完成，透過長期且密切的合作關係，協助廠商穩定發展、提升業績。

供應鏈選商流程



供應商管理規範重點

4 幸福職場 多元包容

重大主題	人才任用與培育	
衝擊描述	正面實際衝擊：重視員工學習與成長，培育員工具多元職能，提供良好且平等的職涯發展機會，積極提升組織競爭力以面對市場挑戰。	
	負面潛在衝擊：若培訓或職涯規劃不足或未建立多元文化的環境 將導致員工流動率高，增加訓練成本或流失人才。	
政策／承諾	對於人才發展藍圖規畫與關鍵人才的傳承培育有積極的使命，秉持「創意臻於終身學習」的理念，建立優質的學習環境，建構完善的六大學苑課程、全方位的人才發展體系，以及完善的職涯發展規劃。	
採取行動	誠品生活重視每位同仁的職能發展，培訓範疇包含新人訓練、通識課程、法遵課程（性騷擾防治、個資法令、資通法令、職業安全衛生等）、核心職能培訓、專業職能培訓、管理職能培訓，搭配實體課程、同步遠距教學、E-learning 數位課程、趨勢分享講座、分享交流會議、迷誠品 Podcast 等多元的培訓模式，讓全體同仁不受時間與空間之限制，透過無疆界的學習模式持續精進職能，並賦予專案歷練和跨部門協作的機會擴展多元職涯面向，使其與公司共同穩健成長。	
追蹤評核機制	<ul style="list-style-type: none">每年依據企業發展策略增修職能，提升訓練品質與提供個人化訓練資源。每月事業單位營運績效會議上，將討論各項人力管理措施執行成效。	
	短期目標 (2026年)	中長期目標 (2028年 ~2030年)
管理目標	<ul style="list-style-type: none">持續提供學習機會與多元培訓計畫，提升員工技能與職涯發展。鼓勵提供身心障礙族群投入職場，增進勞動參與度。	<ul style="list-style-type: none">持續提供多元教育訓練資源。取得 TTQS 人才發展品質管理系統銅牌。
年度績效	<ul style="list-style-type: none">2024年同仁訓練總時數為9,974小時，受訓總人次為6,925人次，每人平均受訓7.9小時，投入教育訓練金額超過168萬。每年6月和12月針對年度績效進行檢視和評估，執行率為100% 並提供公開透明之晉升、輪調制度和管道，達到激勵同仁士氣和薪酬績效公平化。2024年統計身心障礙、原住民及外籍（僑外生留台）員工佔整體員工百分比0.7%、0.9%、1.2%，於招募平台開設身心障礙、原住民專區。	
利害關係人的參與	詳利害關係人溝通情形章節。	

4.01 職場多元包容與人權

4.01.1 人力概況

本章所揭露之內容及說明是以台灣誠品生活股份有限公司為主要揭露範疇。2024年誠品生活聘雇對象以台灣員工為主，當地雇用比例達100%，全員工人數為1,369人（正職86%、兼職14%），其中以30-50歲員工為核心族群，占總員工人數之60%；整體男性與女性同仁比例，為38%、62%；高階管理階層男女比例為59%、41%。

另非員工的工作者為301人，均為透過外包廠商雇用，分別為物流現場作業人員81人、營運據點及辦公室清潔人員191、保全人員29人。報導期間內及報導期間與前期比較，員工與非員工的工作者人數沒有重大顯著波動。

員工結構

分類	男性		女性		總數	
	人數	比例	人數	比例	人數	佔比
永久聘雇員工人數 (A)	454	33.16%	720	52.59%	1,174	85.75%
臨時員工 (B)	3	0.22 %	3	0.25%	6	0.44 %
無時數保證的員工 (C)	61	4.46%	128	9.35%	189	13.81%
全職 (D)	454	33.16 %	720	52.59 %	1,174	85.76 %
兼職 (E)	64	4.67 %	131	9.57 %	195	14.24 %
員工人數 (F)	518	37.84%	851	62.16%	1,369	100%

註1：員工人數統計截至2024/12/31日，以實際員工人數統計計算。
註2：員工人數(F)=永久聘雇員工(A)+ 臨時員工(B)+無時數保證的員工(C)= 全職員工人數(D)+兼任員工人數(E)
註3：永久聘雇員工=簽訂無固定期限（即無限期）合約的全職員工。
註4：臨時員工：簽訂有期限（即固定期限）合約的員工。該合約在指定時間到期，或在具有評估時程的特定任務或事件完成時結束（如工作專案結束或原被代理職務的員工回任、約聘員工）。
註5：無時數保證的員工：沒有被保證每天、每週或每月的最低或固定工作時數的員工，但其可能需視要求而處於可工作狀態，例如計時員工、臨時員工、零時契約（zero-hour contracts）員工、待命（on-call）員工。
註6：全職員工：每週、每月或每年之工作時數係根據國家有關工作時數的法律和實務定義之員工。
註7：兼職員工：每週、每月或每年之工作時數少於全職員工之員工。
註8：報導期間內及報導期間與前期比較，員工人數沒有重大顯著波動。

高階管理階層男女比例

項目	高階管理階層	
雇用當地居民（台灣）為高階管理階層人數	男	女
	16	11
比例	59%	41%

註1：重要營運據點為誠品生活股份有限公司。
註2：高階管理階層為總監級以上主管，總人數為27人。

人員流動情形

分類			2022			2023			2024		
			男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計
整體	未滿30歲	人數	87	311	398	88	325	413	122	292	414
		百分比	7%	25%	32%	7%	25%	31%	9%	21%	30%
	30-50歲	人數	290	457	747	303	472	775	327	488	815
		百分比	23%	37%	60%	23%	36%	59%	24%	36%	60%
	50歲以上	人數	55	51	106	65	65	130	69	71	140
		百分比	4%	4%	8%	5%	5%	10%	5%	5%	10%
	合計	人數	432	819	1,251	456	862	1,318	518	851	1,369
		百分比	35%	65%	100%	35%	65%	100%	38%	62%	100%

人員流動情形（續）

分類			2022			2023			2024		
			男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計
新進	未滿30歲	人數	102	314	416	93	328	421	106	210	316
		百分比	8%	25%	33%	7%	25%	32%	8%	15%	23%
	30-50歲	人數	99	169	268	95	138	233	104	116	220
		百分比	8%	14%	22%	7%	10%	18%	8%	8%	16%
	50歲以上	人數	5	10	15	3	7	10	14	8	22
		百分比	0%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	2%
	合計	人數	206	493	699	191	473	664	224	334	558
		百分比	16%	39%	56%	14%	36%	50%	16%	24%	41%
	總新進率		16%	39%	56%	14%	36%	50%	16%	24%	41%
離職	未滿30歲	人數	81	265	346	81	279	360	52	184	236
		百分比	6%	21%	28%	6%	21%	27%	4%	13%	17%
	30-50歲	人數	81	132	213	84	152	236	75	120	195
		百分比	6%	11%	17%	6%	12%	18%	5%	9%	14%
	50歲以上	人數	8	7	15	4	5	9	12	8	20
		百分比	1%	1%	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%
	合計	人數	170	404	574	169	436	605	139	312	451
		百分比	14%	32%	46%	13%	33%	46%	10%	23%	33%
	總離職率		14%	32%	46%	13%	33%	46%	10%	23%	33%

註：整體人數統計範圍包括誠品生活股份有限公司正職及兼職(部分工時)同仁，並含當年12月31日留職停薪中之員工。

4.01.2 多元包容與人權維護

公司嚴格遵守《性別平等工作法》與各項勞動法規，絕不因國籍、性別、種族、殘疾、婚姻、年齡、政治立場等進行差別待遇，禁止僱用未滿18歲者、強迫勞動及任何形式之職場霸凌、歧視與騷擾，並保障每位員工之基本人權與工作平權。

落實多元平等共融

誠品生活重視人才為最重要的資產，秉持公平公開、唯才適用的原則，透過多元招募管道進行人才招聘，包括人力銀行網站、校園徵才、就業博覽會、產學合作及內部員工推薦等，並於內部同步公告職缺，提供同仁多元發展機會。

員工男女職務比例

分類統計		整體員工人數			整體員工組成								
					未滿30歲			30-50歲			50歲以上		
		男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計
高階管理職	人數	16	11	27	0	0	0	7	3	10	9	8	17
	百分比	1.2%	0.8%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.2%	0.7%	0.7%	0.6%	1.2%
一般管理職	人數	168	198	366	14	14	28	122	153	275	32	31	63
	百分比	12.3%	14.5%	26.7%	1.0%	1.0%	2.0%	8.9%	11.2%	20.1%	2.3%	2.3%	4.6%
專業職	人數	270	511	781	70	181	251	176	301	477	24	29	53
	百分比	19.7%	37.3%	57.0%	5.1%	13.2%	18.3%	12.9%	22.0%	34.8%	1.8%	2.1%	3.9%
兼職	人數	64	131	195	38	97	135	22	31	53	4	3	7
	百分比	4.7%	9.6%	14.2%	2.8%	7.1%	9.9%	1.6%	2.3%	3.9%	0.3%	0.2%	0.5%
總計	人數	518	851	1369	122	292	414	327	488	815	69	71	140
	百分比	37.8%	62.2%	100.0%	8.9%	21.3%	30.2%	23.9%	35.6%	59.5%	5.0%	5.2%	10.2%

註1：以誠品生活股份有限公司2024/12/31在職人數(含留職停薪人員)為統計基準。
註2：一般管理職指組長至資深經理等主管；高階管理職指總監以上主管。

為促進多元共融與就業平等，本公司持續聘用身心障礙、原住民及外籍（僑外生留台）工作求職者，依2024年統計身心障礙、原住民及外籍（僑外生留台）工作求職者佔整體員工百分比0.7%、0.9%、1.2%，並鼓勵招募中高齡求職者，2024年間招募29位45歲以上同仁，佔2024年整體新進同仁比例約7.7%，截至2024年12月31日止留任率約65.5%。

此外，公司推動管理職與專業職雙軌發展制度，協助同仁適才適所，並對離職同仁進行離職面談與慰留機制，持續提升員工忠誠度與留任率，打造共融且可長遠發展的職場環境。

員工多元人才比例

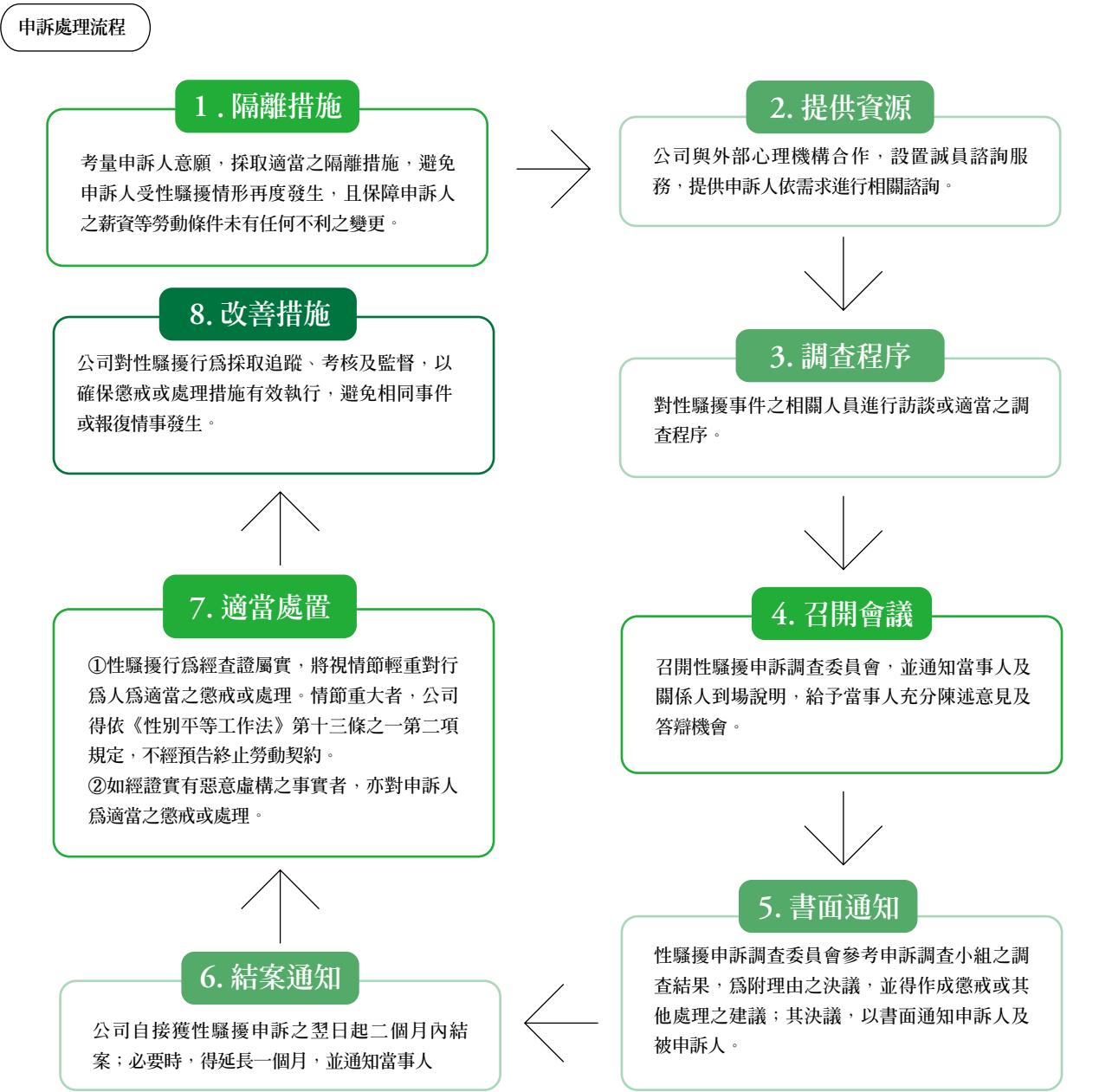
分類統計		整體員工人數	多元人才類型		
			身心障礙	原住民	外籍
高階管理職	人數	27	1	0	0
	百分比	2.0%	0.1%	0.0%	0.0%
一般管理職	人數	366	1	1	0
	百分比	26.7%	0.1%	0.1%	0.0%
專業職	人數	781	4	10	10
	百分比	57.0%	0.3%	0.7%	0.7%
兼職	人數	195	3	1	6
	百分比	14.2%	0.2%	0.1%	0.4%
總計	人數	1369	9	12	16
	百分比	100%	0.7%	0.9%	1.2%

人權維護 嚴禁歧視文化

誠品生活恪遵《聯合國世界人權宣言》、《聯合國商業與人權指導原則》與《聯合國全球盟約》等國際人權標準，尊重並平等對待所有同仁，包括正職、約聘、臨時人員及實習生。我們致力確保工作機會均等，禁止任何形式之歧視，無論於聘僱、薪酬、晉升、資源分配等方面，皆不因種族、性別、年齡、宗教、性傾向、身心狀況、政治立場等因素產生差別待遇，並落實以實際能力和貢獻度為衡量指標，確保全體同仁之權利與機會均等。2024年並無發生任何侵害原住民權利的事件。

2024年發生1件歧視事件如下說明：

違反事項	處理結果	預防及補救措施
雇主於知悉工作場所性騷擾之情形時，未採取立即有效之糾正及補救措施。	人力資源處知悉後，立即針對相關人員進行訪談、初步調查及召開內部調查會議，並進行一系列預防及補救措施。	1.內部官網設置性騷擾防治專區，以加強宣導相關知識和應避免之行爲。 2.總公司及各事業單位皆落實張貼性騷擾防治海報，並設置專責處理單位、信箱及專線電話；專責處理單位於接受通報時，將立即啟動相關調查及召開性騷擾申訴調查委員會。 3.依據性別平等工作法、工作場所性騷擾防治措施準則及性騷擾防治法訂定內部辦法。 4.性騷擾防治課程列為新進同仁必修及在職同仁和董監事年度必修之回訓課程。



4.01.3 薪酬與績效考核

提供基層員工較法定基本工資高之起薪標準，並依學經歷、工作經驗、績效表現、專長技能等條件給予員工公平、合理之薪酬待遇，建立適才適所的工作環境。

薪酬政策

誠品生活秉持公平原則，依據員工職責、能力、績效及貢獻核定薪資，並定期參考市場薪資水準進行檢視與調整，提供具競爭力與激勵性的薪酬待遇。薪資制度不因性別、年齡、種族、宗教、婚姻或身心障礙等因素而有差異，全面落實男女同工同酬。另依營運績效與個人表現，彈性發放年終獎金、酬勞等變動薪酬，以吸引、激勵並留任優秀人才。

2024年基層人員薪資與國家基本工資比較

項目	女	男
基層人員的起薪水準與基本工資之比例	1.15	1.15

註1：以台灣誠品生活股份有限公司為統計基準。
註2：計算公式為基層人員起薪÷國家基本工資，基本工資數據來自行政院主計總處與勞動部。

各職級性別薪資／酬金比較

員工類別 (台灣)	2022年			2023年			2024年		
	薪資	酬金	總薪酬	薪資	酬金	總薪酬	薪資	酬金	總薪酬
管理職	1.20 : 1	1.67 : 1	1.26 : 1	1.19 : 1	1.39 : 1	1.22 : 1	1.13 : 1	1.20 : 1	1.14 : 1
非管理職	1.13 : 1	1.56 : 1	1.16 : 1	1.11 : 1	1.35 : 1	1.13 : 1	1.18 : 1	1.41 : 1	1.21 : 1

註1：總薪酬 = 薪資 + 酬金。
註2：表格內薪酬比例女性薪酬皆為1。
註3：管理階層定義為組長級以上主管。
註4：表數據統一四捨五入至小數點第二位。
註5：重要營運據點為誠品生活股份有限公司。

績效考核制度，誠員適性發展

誠品生活有一致且完整的考核制度，公開透明的考核標準與內容，是各單位進行目標管理時最佳的輔助工具。考核制度以溝通組織發展目標及工作重點，評估同仁工作績效、整合同仁職涯發展需求、規劃同仁訓練發展計畫，以期達到激勵同仁士氣及薪酬績效公平化之目的。誠品生活2024年績效考核制度，執行率為100%。

• 新進同仁績效考核制度

新進員工於進入公司滿三個月前進行工作期滿考核，透過績效考核制度使權責主管和同仁進行雙向直接針對組織發展目標及工作重點進行溝通，促進主管與新進同仁交流，主管亦協助同仁工作績效達成及優化，給予適當之建議、輔導和學習適應狀況關懷，考核過程及結果亦作為新進同仁適任性評估，同時亦為各項薪酬與職涯發展之參考指標。

• 年度績效考核制度

正職員工績效考核共分為三階段進行，年初的目標設定、年中評核與年底評核，透過績效考核制度使權責主管和在職同仁持續溝通組織發展目標及工作重點外，同步讓主管和同仁訂立明確的目標，除日常工作定頻與同仁確認工作進度外，並提供公開透明之晉升、輪調制度和管道，達到激勵同仁士氣和薪酬績效公平化之目的，此外，亦依據同仁個人發展計畫，提供培訓資源、適性安排專案和輪調歷練，以持續提升同仁經驗和能力。

2024年輪調人數為115人，輪調率9.6%，同仁輪調均依法令規範辦理，以保障同仁權益，相關制度規範除於新進同仁到職培訓課程說明外，管理規章中亦有明訂相關制度且公開於揭示於公司內部網站供同仁自主查閱，公司另設有調任津貼補助管理辦法，以補貼同仁因應公司業務需求接受輪調至其他工作地點時之生活安頓。

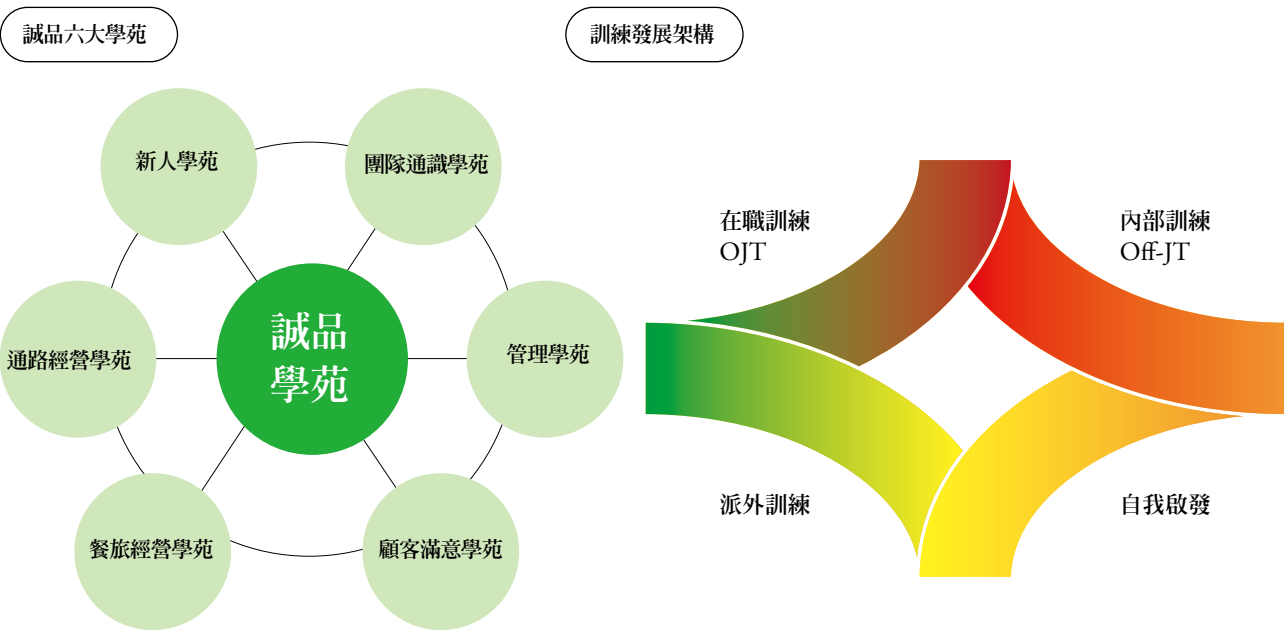
年度	2022			2023			2024		
性別	男	女	整體	男	女	整體	男	女	整體
不同層級定期接受績效及職涯發展檢核的員工百分比									
管理階層	12.6%	15.3%	27.9%	12.7%	14.9%	27.6%	13.2%	16.4%	29.6%
非管理階層	21.9%	50.2%	72.1%	21.9%	50.5%	72.4%	22.2%	48.2%	70.4%
新進人員	16.5%	39.4%	55.9%	14.5%	35.9%	50.4%	9.8%	21.4%	31.2%
不同員工類別定期接受績效及職涯發展檢核的員工百分比									
前勤人員	12.1%	26.2%	38.3%	13.2%	28.1%	41.3%	10.8%	22.0%	32.8%
後勤人員	22.5%	39.2%	61.7%	21.4%	37.3%	58.7%	24.6%	42.6%	67.2%

註1：以台灣誠品生活股份有限公司為統計基準。 註2：管理階層定義為組長級以上主管。

4.01.4 人才培育與發展

職涯發展

誠品生活對於人才發展藍圖規畫與關鍵人才的傳承培育有積極的使命。秉持著「創意臻於終身學習」的理念，建立了優質的學習環境及建構完善的六大學苑課、全方位的人才發展體系，以及完善的職涯發展規畫。誠品學苑（各領域的專業技能訓練與管理技巧訓練）、崗位輪調歷練、外派歷練、展店專案歷練、跨境人才受訓交流、從基層到幹部的成長藍圖，讓有創意、有理想的人才都有實踐生涯夢想的機會。同仁除了在工作之外，經由公司提供的專業規畫、充足資源，不斷精進自我專業、培養廣泛興趣，甚至於能夠協同仁自我成長、人生探索、生涯發展，讓工作不只是工作，更是一種樂趣，誠品生活也不僅僅只是工作場所，更能將個人職涯與人生價值觀、生命力與專業力緊密結合。



• 多元學習管道

誠品生活提供全體同仁能在組織中不斷進修、成長的學習發展管道，包含以下內容：

1. 內部訓練 OFF- JT

依據同仁專業職能、核心職能與管理職能，建構誠品六大學苑，並發展各學苑課程，使同仁清楚掌握個人學習路徑。

各單位亦有完整的不同領域之專業訓練課程，同仁可依工作需求或個人學習發展選擇課程進修。新進同仁到職後須接受新人訓練與基礎訓練，除了認識組織外，透過基礎訓練學習工作的基本知識、提升技能。為了讓同仁能夠持續學習與發展，亦針對不同職務及職等規畫訓練發展訓練課程，並培育內部講師，透過內部培訓機制，協助各單位培育人才，促進同仁自我成長。除了課程講授外，公司備有擬真環境之系統平台，提供同仁模擬真實環境操作練習。

2. 在職訓練 OJT

透過單位主管、資深同仁的經驗傳承，同仁於日常業務中做中學，實踐專業學習，包括工作教導、參與會議與執行任務等。

3. 派外訓練

因應多元領域發展需求，除了內部知識的傳遞與專業課程規畫，為了讓同仁能有更寬廣的國際視野與跨產業、跨文化的經營學習，公司另外訂定外訓管理辦法；同仁可依不同專業職務所需，向公司提出專業訓練之申請，透過系統化的專業課程指導，有效學習不同的產業知識，並積極貢獻於工作中。

4. 自我啟發

期許同仁在專業工作與個人生活間取得良好的平衡，鼓勵同仁成立讀書會，透過輕鬆、非正式的學習管道，交流分享心得，進而共同成長。

多元學習管道

管道	內部訓練（OFF-JT）		在職訓練（OJT）	訓練發展專案
	誠品學苑	發展檢定	專案任務	人才發展專案 中高階主管培訓 儲備幹部培訓 發展藍圖
中高階主管	管理學苑	個人發展計畫	職務輪調	
基層主管	團隊通識學苑	內部講師發展	部門研討	
一般員工	顧客滿意學苑	工作教導認證	知識傳承	
	餐旅經營學苑		在崗學習	
	通路經營學苑	專業認證	實作應用	
新進員工	新人學苑	基礎認證	績效發展	

• 雙軌職涯發展

一直以來，誠品生活視人才為組織最重要的資產，依據不同的專業職能，量身建構職涯發展途徑，提供雙軌制的職涯晉升體系，讓同仁依照職涯規劃選擇往管理職發展，或朝專業領域持續精進，踏實築夢並展現各自精采。



• 誠員學習與發展

依職務、職能、年資等多面向綜合評估，規劃完整培訓體制，2024年同仁訓練總時數為9,974小時，受訓總人次為6,925人次，每人平均受訓7.9小時，投入教育訓練金額超過新台幣168萬元。

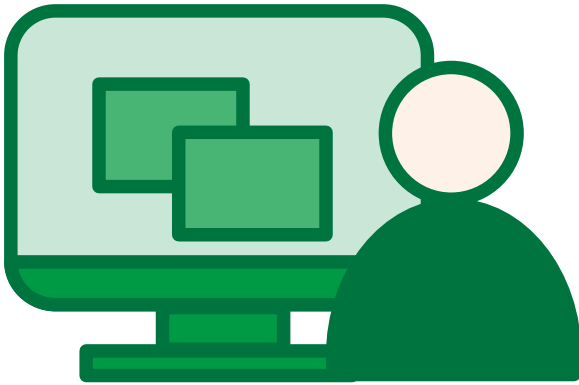
誠品生活重視每位同仁的職能發展，培訓範疇包含新人訓練、通識課程、法遵課程（性騷擾防治、個資法令、資通法令、職業安全衛生等）、核心職能培訓、專業職能培訓、管理職能培訓，搭配實體課程、同步遠距教學、E-learning 數位課程、趨勢分享講座、分享交流會議、迷誠品 Podcast 等多元的培訓模式，讓全體同仁不受時間與空間之限制，透過無疆界的學習模式持續精進職能，並賦予專案歷練和跨部門協作的機會擴展多元職涯面向，使其與公司共同穩健成長。

此外，誠品生活建置專櫃人員教育訓練手冊，並藉由晨會向專櫃人員進行教育訓練，2024年主要訓練內容包含收銀機操作及帳務管理、外籍旅客退稅作業、各類禮券形式說明、誠品會員制度、退換貨須知、服裝儀容、服務禮儀及行為規範等，運用手冊進行專櫃人員基礎和專業能力培訓，以達到彈性和反覆閱覽之效益。

教育訓練平均時數

類別		2022			2023			2024		
		男	女	整體	男	女	整體	男	女	整體
職位	管理階層	5.8	5.8	5.8	7.9	6.8	7.3	7.1	7.1	7.1
	非管理階層	5.2	5.1	5.1	8.6	7.6	7.9	7.4	7.3	7.4
職類	前勤單位	4.2	3.5	3.7	4.5	4.6	4.6	5.3	5.0	5.1
	後勤單位	6.0	6.4	6.3	10.6	9.5	9.9	8.9	8.8	8.8

註1：以台灣誠品生活股份有限公司為統計基準。
註2：管理階層定義為組長級以上主管。



2024年度教育訓練實績

培訓類別	培訓計畫	培訓成果		年度培訓人次
		年度舉辦梯次數	年度培訓時數	
新進同仁訓練	為協助新進同仁快速適應公司環境、企業文化，並熟悉相關規範與技能，課程包含企業文化、經營理念與願景、工作管理規範、個資法令、營業秘密保護、基礎服儀、資安防護、社交工程、一般職安衛訓練、性騷擾防治等課程，協助新進同仁遵循公司政策、建立良好的職場禮儀與風險預防意識，以融入團隊與降低適應期的不安全感。	年度開設 13 門課 舉辦 11 梯次 視訊課程	1,988 小時	1,171 人次
專業職能訓練	專業課程為提升同仁具備職位職務之專業知識與技能，以勝任職位需求。內訓課程包含基礎認證系列課程、服務相關課程、法律實務研討課程等；同仁亦可依職務需求申請參與外部進修課程，以持續強化其專業職能。	年度開設 119 門課 內訓 107 門、 外訓 12 門	1,780 小時	1,345 人次
管理職能訓練	管理課程為強化管理職同仁具備領導能力、部屬培育、團隊協作等管理技能，以協助組織能有效運作並持續發展。課程包含主管的角色與職責、跨世代領導影響力、面試技巧等。	年度開設 6 門課 內訓 4 門、外訓 2 門	151 小時	36 人次
職業安全衛生	職安課程為確保同仁皆於安全健康之環境下工作，減少職業災害與事故發生。內訓課程包含新人一般職業安全衛生教育訓練、職安三年回訓課程、健康講座等；同仁亦可依職務需求申請參與外訓課程，包含職安業務主管、防火管理、急救、室內空氣品質維管等，以共同維護職場作業安全。	年度開設 76 門課 內訓 10 門、 外訓 66 門	3,426 小時	1,139 人次
公司治理制度	為強化企業內部管理機制，確保資訊安全，並提升同仁對相關法規的理解與遵循，課程包含內控制度、資訊安全、ESG 培訓及相關法遵課程、企業永續等，以避免法律風險與資訊外洩。	年度開設 20 門課 內訓 10 門、 外訓 10 門	2,629 小時	3,234 人次
2024 年度培訓實績		234 門課	9,974 小時	6,925 人次

4.02 員工關懷

重大主題	員工關懷		
衝擊描述	正面實際衝擊：安全友善的工作環境及企業文化，使員工留任率提升，為社會人群提供良好福利制度能吸引優秀人才。		
	負面潛在衝擊：如未能打造安全與健康職場，無法保障同仁安全工作環境，將造成組織意外損害與人才損失。		
政策／承諾	誠品生活重視每位同仁之安全與健康，致力落實職業安全衛生管理措施，以建構讓同仁安全、安心的工作環境，並制訂職業安全管理相關計畫、制度規範及辦法，促進同仁健康的照護措施，以保護同仁權益，亦針對已發生之職業災害事件研議和擬定改善對策，藉由系統化的管理措施，促進誠品生活同仁、專櫃人員等全體工作者之安全與健康，杜絕職業災害發生。		
採取行動	員工關懷：提供優於法規之健康檢查及外部免費諮詢專線，全方位關懷員工身心健康。 職場安全：遵循職業安全衛生法規，建立安全規範，藉由教育訓練與緊急應變演練，提升主管及同仁應變能力，致力降低事故發生。		
追蹤評核機制	<ul style="list-style-type: none">每月發送健康誠報，結合時事提供同仁最新的健康資訊。每季舉辦誠員聚所員工活動，凝聚員工向心力。每季舉辦勞資會議，佈達最新勞動法令或公司議題進行討論及決議。		
管理目標	短期目標（2026 年）	中期目標（2028 年）	長期目標（2030 年）
	<ul style="list-style-type: none">每年重大職安事件 0 件。兼職新進同仁 100% 參與一般職業安全衛生教育訓練。全體同仁 100% 接受每三年三小時職業安全衛生教育回訓課程，強化安全意識。	<ul style="list-style-type: none">規劃及實施員工滿意度調查機制。完備職安衛管理系統管理架構。	<ul style="list-style-type: none">持續提升員工滿意度調查分數，目標平均較前次平均分數提供 10%。
年度績效	<ul style="list-style-type: none">職業安全衛生委員會 2024 年度共召開 4 次，主係向事業單位主管、勞工代表說明公司職業安全衛生管理作業要點，以協助監督和建議職業安全及健康相關規劃。2024 年全體同仁 100% 接受每三年 3 小時職業安全衛生教育回訓課程。誠員聚所 2024 以健康促進為主軸，舉辦活動包含減重比賽、徵文比賽、藝文講座（我們與芭蕾的距離）、員工活動日，總計 700 人次參與，提升同仁對健康照護意識和養成規律運動的習慣。		
利害關係人的參與	詳利害關係人溝通情形章節。		

4.02.1 員工權利

退休金制度

誠品生活退休金制度恪守《勞動基準法》及《勞工退休金條例》，為符合資格之同仁提撥退休金。2005年7月1日以後到職員工適用新制，每月提撥6%薪資至個人專戶，並依法加保勞保與勞退；適用舊制者則依年資及平均工資提撥至專戶，確保退休給付穩健。另每年委由專業精算師評估提撥金額，以保障員工退休權益。

工作變動預告期通知

誠品生活如遇重大營運變化，工作變動預告期通知將依據《勞動基準法》第16條規定，依照員工年資提前預告員工如下：

- 1、繼續工作3個月以上1年未滿者，於10日前預告。
- 2、1年以上3年未滿者，於20日前預告。
- 3、3年以上者，於30日前預告。

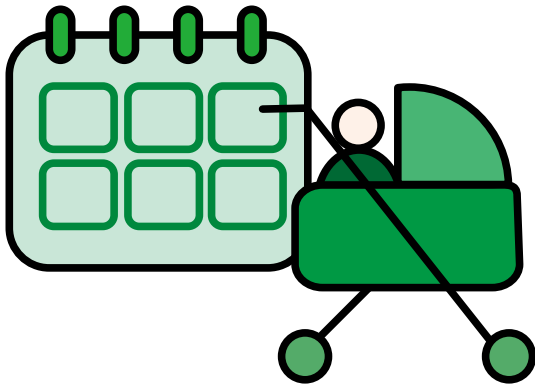
職工福利委員會

誠品生活依《職工福利委員會組織準則》設置職工福利委員會，定期舉行勞資會議，統籌公司職工福利委員會經費並推動各項福利措施，同時建立無障礙的溝通管理，讓同仁的建言與心聲都能受到重視，讓雙向溝通機制順暢進行，聽取員工意見並即時交流，更可使公司更精準地規畫各項管理制度，共創和諧、互信、安全、互助的工作環境。

公司依法自每月營收收入提撥職工福利金，2024年總計提撥約669萬元職工福利金。

育嬰留職停薪

誠品生活相當關切每位員工的家庭、育嬰與托嬰等議題，我們遵循「性別工作平等法」規定，任職滿半年以上之同仁，若有照顧家庭3歲以下幼子女之需求，可申請育嬰留職停薪。期望協助每位員工取得職涯與家庭的平衡。2024年育嬰留職停薪共有22位有申請資格，申請人數有14人，育嬰留職停薪復職率及留任率為78%及75%。



近三年育嬰留職停薪統計

項目	2022		2023		2024	
	男	女	男	女	男	女
當年度符合育嬰假申請資格人數 (A)	12	10	11	8	12	10
當年度實際育嬰假申請人數 (B)	1	7	4	8	6	8
申請率 (B/A)	8%	70%	36%	100%	50%	80%
請育嬰假者於當年度應復職人數 (C)	0	9	2	7	5	9
當年度實際申請復職人數 (D)	0	7	0	4	5	7
復職率 (D/C)	-	78%	0%	57%	100%	78%
上一年度復職人數 (E)	0	3	0	7	0	4
上一年度復職滿一年人數 (F)	0	3	0	4	0	3
留任率 (F/E)	-	100%	-	57%	-	75%

註:符合育嬰假申請資格人數之計算方式，係以統計員工任職滿6個月後，於其每一子女滿3歲前之員工數。

4.02.2 員工福利

誠品生活視員工為公司之重要資產，除了依照法規規範提供勞保、健保外，亦提供各項完善之福利予全職員工。



專欄：誠員聚所

「誠員聚所」為誠品生活員工關係活動之統稱。目標以誠品同仁為中心，長期傳遞「身心豐足 × 卓越成長」之關懷，打造活力健康的員工關係與組織文化。

2024 年度推出七彩活動，誠就精彩

活動	計畫說明
誠員諮詢服務	公司與外部專業心理機構合作，推動誠員諮詢服務，其服務範疇包含心理、健康、醫療、法律、管理及理財等多元化諮詢項目，以提供同仁紓壓、情緒反應和紓解之資源與管道。
健康誠報	每月精選一則與職場健康、安全相關之議題，以提供同仁掌握重要之健康與安全資訊。
誠員健康管理	主動追蹤和關懷年度健檢報告數值異常之同仁，並提供臨場醫師一對一健康諮詢服務予同仁自主掌握健康狀態，以建立同仁健康照護機制。
臨場諮詢服務	年度定頻舉辦臨場醫師一對一健康諮詢服務，以提供同仁針對健康照護議題進行諮詢和自主管理。
誠員健康講座	年度定頻舉辦健康講座，議題包含如何看懂健檢報告、維持健康體態之飲食管理等議題，以提升同仁對健康管理之意識。
減重活動	透過活動機制和激勵獎金喚起同仁重視和維持良好健康體態之重要性，活動為期三個月，總計 83 人參與（個人組 53 人、團體組 30 人），最終總體重較原本下降 26%，達到良好的活動成效。
誠員活動日	秋季誠員活動日，包含三對三籃球競賽、躲避球比賽、趣味競賽等，促進同仁彼此間、同仁與家人間之交流與互動，形成正向健康職場迴圈，本次活動總計 276 人報名參賽，參與率較預期超出 72.5%。



4.02.3 健康安全職場

誠品生活制訂職業安全衛生管理規章及職業安全衛生管理計畫，並設置勞工安全衛生室作為公司職業安全衛生業務之最高決策與管理單位，且明訂各級人員及職業安全衛生相關人員之管理權責，總機構及各事業單位依法設置職業安全衛生人員、防火管理人員及急救人員等職安相關人員，並取得應備證照。以防止職業災害，維護同仁安全與健康，創造一個安全健康舒適的工作環境。

誠品生活勞工安全衛生室隸屬於總經理轄下，負責核定安全衛生政策、綜理全公司安全衛生管理事項，範圍涵括所有工作者，包含誠品生活同仁 1,369 人，佔 23.4%；非誠品生活同仁 4,475 人，佔 26.6%，依據法令規範制訂職業安全衛生相關法規，以落實人員安全管理，2024 年度全體工作者無發生法定之重大職業災害。一旦有同仁發生工傷事故，各事業單位職業安全衛生人員將即時通報總機構勞工安全衛生室，職業安全衛生人員亦同步展開事故調查並分析災害原因、擬定改善計畫及實施預防教育訓練，以防止事故再次發生，同時，針對受傷同仁進行復工評估和輔導，誠品生活亦正著手規劃導入 ISO45001 職業安全衛生管理系統，以全面提升職業安全衛生管理標準，降低相關危害及風險。

職業安全衛生政策

遵循法規	落實教育訓練
遵循職業安全衛生法及職業安全衛生法令規章及指引，建立職業安全衛生規範及標準，定期自主檢核職業安全業務，依循法令規定，取得職業安全相關證照（例：甲種職安衛業務主管、防火管理員等）以及定期回訓機制。	依職業安全衛生教育訓練規則規定，落實執行新進同仁和在職同仁一般職業安全衛生教育訓練及 3 年在職回訓；現行使用之數位教材為誠品生活所自製，並經勞動部審核通過，藉以對頻同仁實際工作場域和項目，以建立同仁對職業安全衛生的重視程度和降低事故發生機率。
守護誠員健康	同仁積極參與
誠品生活提供同仁優於勞工健康保護規則所規定之健康檢查制度，未滿 40 歲者，每三年一次；年滿 40 歲者，每兩年一次；依年齡、職等、職類及作業內容，提供不同頻度及健檢方案供同仁選擇；此外，公司與專業醫療單位合作執行臨場健康服務計畫，管理同仁健康事宜，以提供同仁們健康的職場環境。	公司所制訂之職業安全衛生相關辦法及數位課程皆公開揭示於公司內部網站和數位學習平台，開放同仁自主查閱，以此建構良好的溝通互動平台，提升全員共同參與和推動職業安全衛生。
引導安全指標	PDCA 定頻檢視
各部門主管負責指揮監督職業安全衛生作業事項，並支持安全衛生政策和計畫之推行，以預防職業災害發生，定期舉辦營業場所消防演練及緊急應變措施，提升同仁危機應變處理能力。	依循與落實 PDCA 管理模式，進行規劃、執行、定頻查核檢視，並針對風險處擬定和執行改善計畫，以確保職場環境及作業零風險。

職業安全衛生教育訓練

誠品生活落實職業安全衛生教育訓練，以建立全體同仁具備職業安全衛生觀念、知識和預防措施，讓全體同仁皆能於安全、安心及健康的環境下工作。

1. 每位新進同仁皆須參與一般職業安全衛生教育訓練，2024 年度參與之新進同仁總計 272 位，完訓率為 100%。

2. 每年定頻針對到職屆滿三年的同仁進行職業安全衛生教育回訓課程，2024 年度參與之在職同仁總計 505 人，完訓率為 100%。

3. 各事業單位每年舉辦緊急應變演練，確保熟悉緊急應變相關處理流程，以因應災害發生時之通報、疏散、相關緊急應變措施及後續防止災害發生之改善措施。

課程項目	培訓對象	參與人次	訓練總時數	完訓率
一般職業安全衛生教育訓練	新進同仁	272 人次	816 小時	100%
一般職業安全衛生回訓課程	到職屆滿三年之在職同仁	505 人次	1,515 小時	100%

危害辨識、風險評估及事故調查

誠品生活依「 職業安全衛生法 」第 18 條內容，賦予員工有立即發生危險之虞時，可行使報告及退避權。發生職業危害或緊急危險情況時，工作者可與其部門主管反應，再通報至勞工安全衛生室，以瞭解危害性，以利評估後進改善。誠品生活依法不得對勞工予以解僱、調職、不給付停止作業期間工資或其他不利之處分。我們以「事故預防」、「事故處理」及「事故調查與改善」三個階段，建立管理流程，落實管控職場安全風險。



事故預防	
辨識危害	<ul style="list-style-type: none">制訂事故紀錄與調查方法。落實新知識和預防措施衛生教育訓練，建立同仁具備與自身作業相關之可能風險及危害，以降低職業災害發生率。每月發佈一則健康誠報，內容為職安衛相關的注意事項，以作為宣導機制。
風險評估	<ul style="list-style-type: none">總機構及各事業單位皆設置職業安全衛生人員，並落實辦公環境和商場樓面巡檢。針對專櫃進撤櫃和其施工作業區，增加巡檢頻次並查核和確保其遵守職業安全規範。執行法定作業環境檢測，並針對不合規處立即改善。鼓勵同仁針對虛驚事故進行通報，以加強宣導，預防職業災害發生。
績效評鑑	巡檢缺失改善率為 100%，若無法限期改善者，亦須擬定相關的改善計畫及排程，以確保缺失落實改善。
改善缺失	<ul style="list-style-type: none">針對無法立即改善之缺失，皆先進行拍照，並於改善後再次拍照，藉以對照改善前後之差異，作為改善進度之追蹤和績效評估之依據。各事業單位之職業安全衛生管理人員每月皆定頻填寫檢核報表，並依據 PDCA 管理模式進行優化調整，以降低職業災害發生。

事故處理	
處理機制	<ul style="list-style-type: none">依勞工健康保護規則設立急救人員，遇事故發生時，第一時間啟動緊急應變程序，商場營業人員並隨同協助作業。總機構及各事業單位每半年進行一次緊急事故應變處理流程演練，以建立相關的緊急應變知識和熟悉作業流程，以能於發生事故時第一時間處置。公司設有 333 處理原則，並制訂賣場安全教育訓練課程，以建立同仁具備緊急應變處理程序和相關緊急應變措施之能力。
通報機制	<ul style="list-style-type: none">制訂意外事故通報機制、相關表單和通報窗口，以確保相關窗口能即時掌握訊息和即時因應處理。若遇法定職災事故，將於 8 小時內通報勞動檢查機構。

事故調查與持續改善	
事故調查	每個月針對職業災害事件進行統計和原因分析，以追究根因，預防再度發生。
檢討改善	由勞工安全衛生室向上彙報職災事件統計和調查結果，並請相關部門落實改善計畫，以預防發生職業災害。
績效評估	<ul style="list-style-type: none">持續追蹤後續的改善成效。依事故通報資料分析結果並進行檢核與追蹤，並確保落實改善。若改善績效未達預期成果，將重新檢視事故預防措施，並再次研擬相關改善計畫。

員工健康管理與促進

誠品生活以人爲本，堅信誠員永續，企業永續的原則，致力打造健康、幸福的職場環境，公司設置誠員聚所，以此推動多項誠員健康促進方案及活動，並藉以達到工作生活平衡的目標。

• 2024 年誠員健康守護計畫

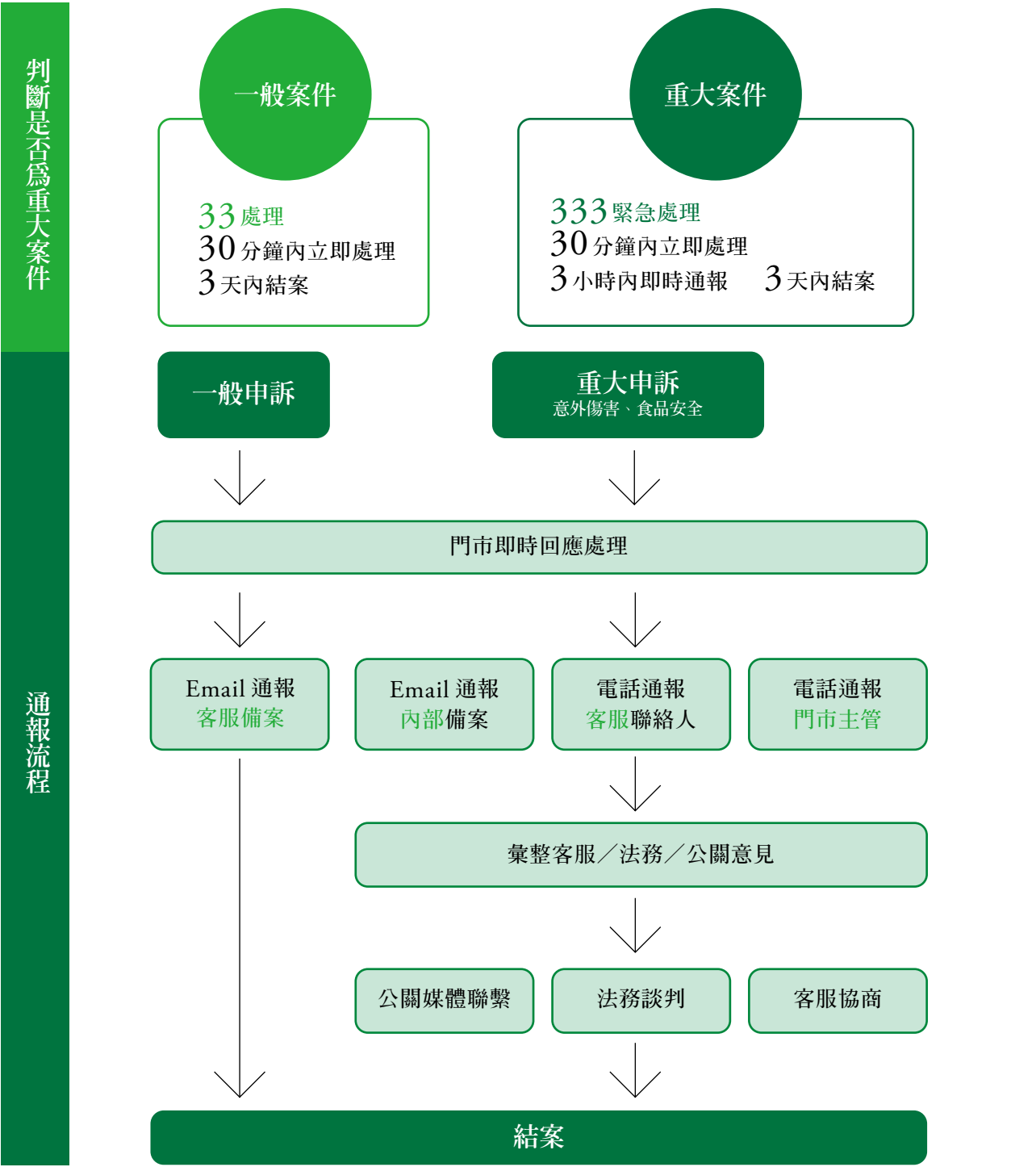
類別	項目
健康檢查制度	誠品生活提供同仁優於勞工健康保護規則所規定之健康檢查制度，未滿40歲者，每三年一次；年滿40歲者，每兩年一次；依年齡、職等、職類及作業內容，提供不同頻度及健檢方案供同仁選擇，以守護同仁健康。
臨場健康服務	<div>公司與專業醫療單位合作執行臨場健康服務計畫，進行同仁健康管理，以提供同仁們健康的職場環境。</div> <div><ul style="list-style-type: none">• 異常工作負荷預防措施：由臨場護理師與職業安全衛生人員針對同仁實施異常工作負荷評估，以協助辨識和評估工作型態、環境及暴露風險，並依風險評估結果，由臨場醫師進行健康指導，提供工作調整、環境改善或其他健康保護措施之建議。• 人因性工程危害預防措施：由臨場護理師會同職業安全衛生人員針對同仁進行肌肉骨骼傷病調查與分析，且依據調查結果評估其主要危害因子，並擬定和執行改善計畫。• 母性健康保護措施：由職業安全衛生人員提供妊娠及分娩之女性同仁與臨場醫師和護理師進行一對一健康諮詢服務，並由臨場醫師進行初步風險評估和提供改善建議。• 職場不法侵害預防措施：由職業安全衛生人員進行職場不法侵害風險評估，且職場不法侵害防治課程已列爲新進同仁和在職同仁的年度必修課程，以確保清楚知道職場不法侵害的定義、樣態和行爲，杜絕不法侵害發生之可能性。• 落實四大計畫：年度針對總機構及各事業單位進行四大計畫巡檢，以落實符合職業安全衛生法及相關職安法令規範。• 臨場健康諮詢服務：年度定頻舉辦臨場醫師一對一健康諮詢服務，以提供同仁針對健康照護議題進行諮詢和自我管理。• 健康講座：年度定頻舉辦健康講座，議題包含如何看懂健檢報告、維持健康體態之健康飲食管理等議題，以提升同仁對於健康管理自主管理和照護意識。</div>

合作夥伴勞動安全推動與管理

- 誠品生活針對合作夥伴（供應商及專櫃）執行以下事項，以建立職業安全相關知識，預防危害發生：
1. 誠品生活每半年定期針對各商場工作人員（含同仁及專櫃）進行消防演練，以確保商場全體工作人員知悉緊急應變事故處理流程。
 2. 每日進行晨會，宣達各項注意要點，以確保商場全體工作人員能熟知商場作業規範和應變處理規範。
 3. 供應商進入商場作業時，需簽署動前教育告知單，以確保知悉職業安全相關作業規範。

職業災害處理流程

誠品生活依循事件通報處理流程及事故紀錄與調查處理方法之程序，當誠品生活同仁或專櫃人員、承攬人員、工作者發生職業災害時，事故單位依循333處理原則執行，由現場職安人員及值班主管立即於30分鐘內處理及回應，3小時內通報總部相關權責單位，3天內針對職災事故進行調查與結案；若爲重大職災，除依333處理原則即時因應和通報外，勞工安全衛生室亦依職業安全衛生法規定，於8小時內通報勞動檢查機構，並由職安人員會同勞工代表展開調查，並將調查及分析之相關結果呈報最高主管知悉，且預防事故再度發生。



職業災害與職業病

誠品生活 2024 年總計發生 6 件職業傷害事件，職業傷害類型以不當動作為 5 件、被切 / 割 / 擦傷為 1 件，如下表所示，針對經常發生職業傷害類型之事故原因進行檢討、改善和教育訓練，以強化同仁具備安全意識，避免不安全的動作和行為再度造成事故之發生。

2024 年職業傷害統計			
類型	同仁		
	男性	女性	總計
職災件數 (A)	2	4	6.00
GRI 準則下的通勤事故件數 (B)	0	0	0
工作總時數 (C)	852,000	1,552,000	2,404,000
失能傷害頻率 (FR) (D)	2.34	2.57	2.49
損工日數 (E)	16	5	21
失能傷害嚴重率 (SR) (F)	18	3	8
嚴重職業傷害件數 (排除死亡人數) (G)	0	0	0
嚴重職業傷害率 (H)	0.00	0.00	0.00
職業傷害造成死亡件數 (I)	0	0	0
職業傷害造成的死亡比率 (J)	0	0	0
可記錄之職業傷害件數 (K)	2.00	4.00	6.00
可記錄之職業傷害比率 (L)	2.34	2.57	2.49
職業病所造成的死亡件數 (M)	0	0	0
職業病所造成的死亡比率 (N)	0	0	0
可記錄之職業病事件總計 (含死亡件數)(O)	0	0	0
可記錄之職業病率 (ODR) (P)	0	0	0
缺席總天數 (Q)	0	0	0
缺勤率 (AR) (R)	0.00%	0.00%	0.00%
職業傷害類型	不當動作 x 2 件	不當動作 x 3 件 被切/割/擦傷x 1 件	不當動作 x 5 件 被切/割/擦傷x 1 件

註1：職業傷害之統計範圍為所有員工及所有非員工但其工作及 / 或工作場所受組織所管控之工作者。

註2：「員工」之統計範圍為【誠品生活全體同仁】。

註3：「非員工」但其工作及 / 或工作場所受組織所管控之工作者，2024 年無發生職業災害事件，故職業傷害所造成的死亡件數、嚴重的職業傷害件數及可記錄之職業傷害的數量與比率皆為 0。

註4：失能傷害頻率（FR）＝（職災件數／工作總時數）× 1,000,000，採計至小數點以後取兩位，第三位以後捨棄。

註5：失能傷害嚴重率（SR）＝（損工日數／工作總時數）× 1,000,000，採計至整數位，小數點以後捨棄。

註6：嚴重職業傷害件數：指工作者無法恢復的傷害（如截肢）、或無法於六個月內恢復至受傷前健康狀態的傷害。

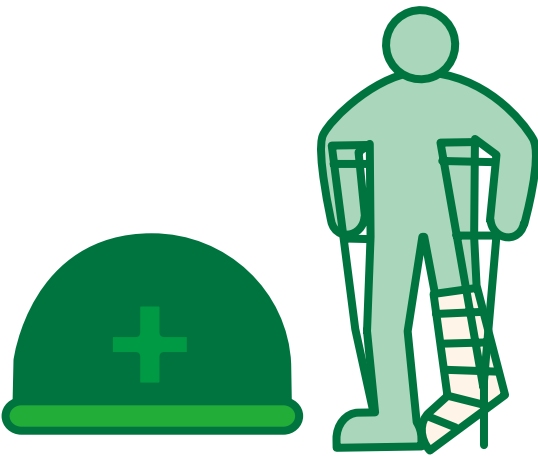
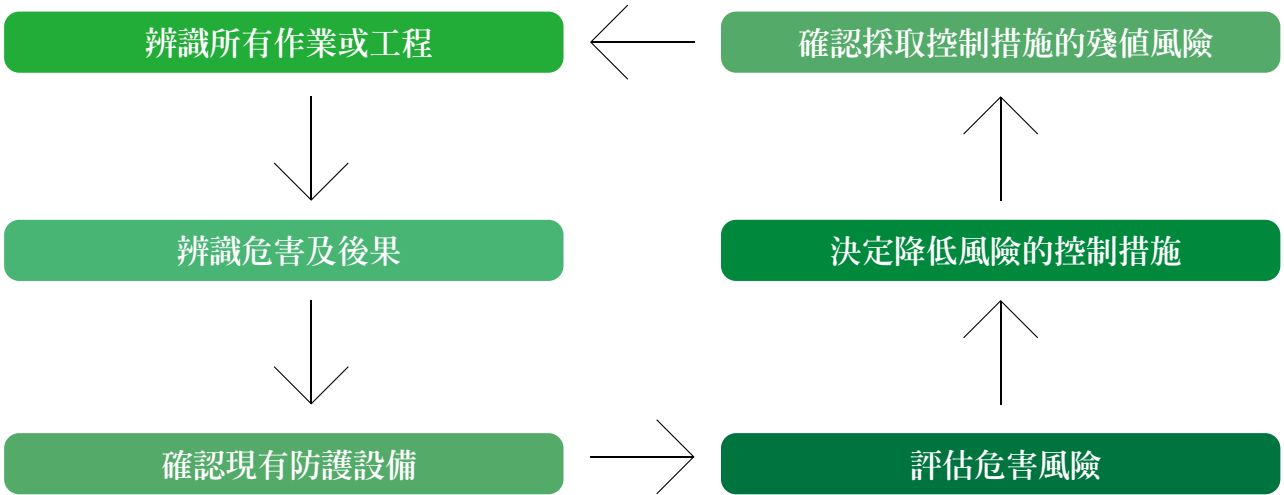
註7：嚴重職業傷害率＝（嚴重職業傷害件數／工作總時數）× 1,000,000，採計至小數點以後取兩位，第三位以後捨棄。

註8：可記錄之職業傷害件數：為可記錄之職業傷害數（含 GRI 準則定義的通勤交通事故），包含死亡人數、嚴重職業傷害人數。

註9：可記錄之職業傷害比率＝為每一百萬工時內發生的可記錄之職業傷害數（含 GRI 準則定義的通勤交通事故），公式為：（可記錄之職業傷害件數／工作總時數）× 1,000,000，採計至小數點以後取兩位，第三位以後捨棄。

註10：缺勤率(AR)=（缺席總天數／工作總時數）× 100%。

誠品生活針對各職類同仁進行危害鑑別與風險評估，最常見的職業病類型為職業性腕隧道症候群、肩頸背肌肉痠痛等，職業安全衛生人員藉由職業安全衛生危害鑑別及風險與機會評估表，將可能發生職業病之作業項目，依工作頻率、曾經發生之相關事件、社會心理危害、人因性工程等，依嚴重度、發生機率及風險控制成效等考量決定風險等級，當風險等級為重大風險時，將啟動風險管控，後續由職業安全衛生人員擬定當年度職業安全衛生計畫並進行改善。2024 年誠品生活全體同仁因職業病死亡人數、可記錄之職業疾病件數為 0 件。



5 社會共好 藝文推廣

重大主題	社會共好與藝文推廣	
衝擊描述	正面實際衝擊：本公司透過多元主題策劃與創意展演活動形式，將多樣化藝文內容和體驗融入誠品生活各地空間場域，並串聯延展至地方商圈與社區，讓民眾得以親近參與，促進社會的凝聚與共融。	
	負面潛在衝擊：若減少舉辦藝文活動，恐影響品牌特色與文創產業活力；如文化創意內容不足，可能降低品牌差異性，並減少相關文創產業工作者展演與交流機會。	
政策／承諾	誠品生活始終以「人文、藝術、創意、生活」為核心價值，期許為深具社會價值的文化創意生活產業，結合知識、心靈、藝文、美學、餐旅、時尚、設計、創意與生活的多元內容，注入人文關懷與藝文氣質，實踐將人文、藝術結合創意融入到民眾生活，打造華人社會獨特之「虛實融合 (OMO) 全通路文化生活生態圈」。	
採取行動	<ul style="list-style-type: none">以實體空間為載體，連結創作者與大眾，透過展演活動、創意市集、策展合作與新銳設計扶植計畫，持續鼓勵並推動藝文發展與交流，厚植城市的人文底蘊。以永續文化生活生態圈為目標，從在地連結到國際交流，拓展藝術與設計的影響力。長期投入公益活動與社會議題關懷，攜手各界合作夥伴串聯社群力量，善盡企業公民責任，擴大文化參與的深度與廣度。積極培育青年創作者與新創品牌，提供平台與資源，協助其在商業與創意之間找到平衡點，實現可持續的發展。	
追蹤評核機制	各部門每月經營管理會議將檢討討論各項藝文活動執行成效，以確認落實年度計畫提列項目，並符合公司核心價值與目標。	
管理目標	短期目標 (2026年)	中長期目標 (2028-2030年)
	每年舉辦至少一場永續相關主題活動。	北中南各獨棟大店每年自策舉辦一場特色企劃活動，帶動人流與區域活絡。
年度績效	<ul style="list-style-type: none">全台各地誠品生活全年策劃舉辦上千場活動，吸引千萬人次到店參與。誠品生活「expo」成立至今已經超過1,200個品牌曾參與夢想市集，超過400個文創設計品牌入駐誠品生活各店通路及誠品生活文創平台 expo，面向涵蓋手作設計商品、創意雜貨、居家生活良品、健康食材等一應俱全，充分展現台灣蓬勃的創意設計能量。	
利害關係人的參與	詳利害關係人溝通情形章節。	

5.01 社會共好

誠品生活自創立以來，始終以「人文、藝術、創意、生活」為核心價值，致力打造融合文化與生活的多元場域，讓藝術融入日常、文化深入社會。身為文化創意生活產業的領先品牌，誠品生活堅信文化推廣是促進社會共好的重要動能。我們以實體空間為載體，連結創作者與大眾，透過展演活動、創意市集、策展合作與新銳設計扶植計畫，持續鼓勵並推動藝文發展與交流，厚植城市的人文底蘊。

在實踐 ESG 理念的過程中，誠品生活以永續文化生活生態圈為目標，從在地連結到國際交流，拓展藝術與設計的影響力。長期投入公益活動與社會議題關懷，攜手各界合作夥伴串聯社群力量，善盡企業公民責任，擴大文化參與的深度與廣度。同時積極培育青年創作者與新創品牌，提供平台與資源，協助其在商業與創意之間找到平衡點，實現可持續的發展。

2024年，誠品生活透過四大主軸深化「社會共好 藝文推廣」的實踐，包括：「社會共好，公益參與」、「在地共生，商圈共榮」、「多元策畫，藝文推廣」、「文創平台，扶植新銳」，透過文化參與帶動正向循環，持續擴展文化影響力的邊界。未來，誠品生活將秉持 ESG 理念致力企業永續發展，結合人、空間、活動、商品、服務形塑獨具一格之場所精神，深耕虛實融合全通路文化生活生態圈。

5.01.1 社會共好・公益參與

誠品文化藝術基金會 — SDGs 永續閱讀募書行動

「過去和孩子說故事，總是說著：從前 從前……
現在，我們該好好談談未來了。」



2015年，聯合國爲了解決氣候變遷、經濟成長、社會平權、貧富差距等難題，提出「2030永續發展目標」(Sustainable Development Goals, SDGs)，其中包含17項核心目標，指引全球共同在2030年前，實現經濟、環境、社會三個面向的平衡發展，透過教育實踐改變個人和社會轉型。

誠品生活長年支持贊助誠品文化藝術基金會，其中「閱讀分享計畫」多年來媒合各界閱讀資源，至2024年已轉贈逾220萬冊捐書，送達全台各地近4,000個閱讀小站。然而，隨著科技時代瞬息萬變，氣候變遷、能源不足、糧食危機、貧富差距、環境破壞…等各種失衡問題不斷衍生，許多舊時書籍經過5年、10年後已無法爲孩子的成長提供正確且宏觀的知識養份，爲了避免以「過去」的讀本教導「現在」的孩子，面對「未來」，因此，「亟需SDGs永續發展相關書籍」成爲全台各級學校、公益團體、兒福機構等教育單位迫切需求。

根據誠品文化藝術基金會統計，近5年來逾6成書籍申請單位需要SDGs永續閱讀相關書籍，以6-15歲國中小學校及兒少服務單位最多，前5大對應目標包含優質教育、良好健康與福祉、減少不平等、消除貧窮、和平正義與有力的制度，趨向「社會公平」主題。爲此，誠品文化藝術基金會於2024年提出「『爲孩子的未來帶路』SDGs募書計畫」，持續藉由企業及各界群眾力量重點募集SDGs相關好書，多年來亦與誠品線上合作，提供讀者可隨時透過線上平台選購全新閱讀禮物、直接送達「閱讀分享計畫」理現現場的服務，以零時差的新知陪伴孩子成長，讓孩子們透過永續書單學會核心素養、知識、能力和態度，以全新眼光重新看待世界正所發生的問題，找出各種可能的解決方案，一同爲地球永續一起努力！本案2024年獲兩家企業支持，提供8所偏鄉學校近400冊全新好書。



圖片來源：屏東縣新園鄉新園國小



圖片來源：屏東縣三地門鄉口社國小



圖片來源：花蓮縣瑞穗鄉富源國小／花蓮縣光復鄉太巴塢國小



圖片來源：臺中市東勢區新成國小



誠品線上書展頁截圖



誠品文化藝術基金會「閱讀分享計畫」SDGs永續書籍受贈學校回饋

●苗栗縣文華國小
「不僅要教過去的知識，也要教孩子適應未來的社會」是教學團隊一致認同的理念，於是我們在各年級課程中融入聯合國17項「永續發展目標 SDGs」及規劃對應的主題書單。在改建學校圖書館期間，不僅將 SDGs 理念融入新館設計，也透過誠品文化藝術基金會「閱讀分享計畫」募集補足校內較少的科普類別藏書，並深切地期望誠品文化藝術基金會「永續閱讀募書行動」，能透過社會企業挹注多元 SDGs 主題書籍，讓教師能運用豐富教材，在課程中與孩子進行多文本分析，進而培養社會責任與解決問題能力、實踐永續發展，成為具備全球視野的新一代公民。

例如，在完成「SDG15陸域生命」課程後，孩子們日常中也開始注意起道路旁的「注意野生動物」或「石虎出沒」等警示標誌。一年級的小雅說：「我們不能再破壞動物的家了！」她提醒家人開車時減速慢行，避免石虎遭受路殺；二年級的小言是班上的「知識王」，平時最愛閱讀科普書籍，在讀完《小石虎找新家》後，小言極富使命的說道：「我要把保育石虎的觀念，也讓住在鄉下的爺爺知道！」

●台中市新成國小
新成國小所在位置相對偏遠，校內班級數少而弱勢學生比例偏高，藏書更新速度往往不及學生閱讀速度，因此向誠品文化藝術基金會申請的二手書籍中，特別是圖片豐富的繪本和知識漫畫，深獲學生們的喜愛。面對國際永續發展趨勢，新知資訊融入教育的浪潮已勢不可擋，老師們決定嘗試將17項 SDGs 發展目標融入日常教學，希望孩子能對全球性重大議題有更進一步的認識。

然而，偏鄉小校購書經費不足，缺乏與時俱進的 SDGs 書籍，舊有的書報資源也難為孩子提供現今正確且宏觀的知識素養，因此，懇切期盼社會企業與誠品文化藝術基金會「永續閱讀募書行動」的支持，幫助孩子透過閱讀發展可應變未來世代各項課題的技能，讓社會議題不再與自己無關。

例如，受邀參加夜宿圖書館活動時，同學們參與以「SDGs6潔淨水與衛生」為主題的《國王的洗澡水》繪本劇演出，開始對 SDGs 永續發展議題展現好奇；課程中製作永續專題時剛好遇上鋒面天天下雨，透過國語日報節錄「海葵發威，多校傳災情」報導，對應「SDGs13氣候行動」，從中延伸探討人為肇因，藉以呼籲同學們要珍惜資源愛護地球。



誠品生活文創平台expo—輕山漫旅 綠色生活節

誠品生活文創平台 expo 長期致力推廣永續、友善環境，2024年「綠色生活節」活動以「輕山漫旅」為主題，特別邀請「看見·齊柏林基金會」合作，透過齊柏林導演珍貴攝影作品欣賞台灣奧妙自然景色，真切地感受大地的脈動，同時，也攜手擁有國際 B 型企業認證綠色品牌 AROMASE 艾瑪絲，透過天然髮品清潔與保養，實踐美好綠色生活，用心呵護環境永續！



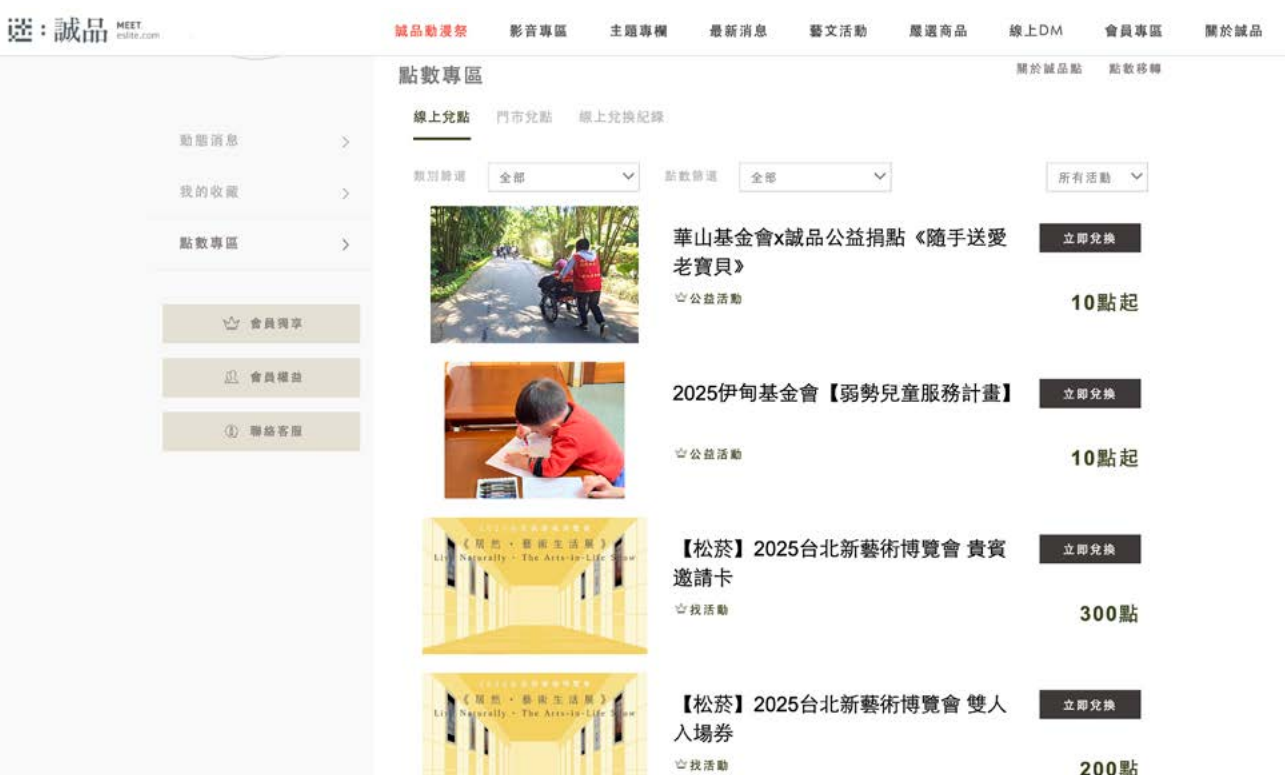
此外，2024年誠品生活文創平台 expo 也首度攜手台北流行音樂中心合作打造「LIVE！享綠生活派對」，結合風格生活、音樂盛會、永續實踐的概念，現場匯集文創設計、生活風格、花藝植栽、手作體驗、療癒甜點美食等逾60家品牌，從推廣環保知識到重視環境永續的生活用品多元體驗，邀請大家以簡單、創新的方式實踐綠色日常。

同場也展出齊柏林導演《飛閱台灣》攝影作品，一覽島嶼山岳與自然美景，並邀來10組 LIVE 音樂表演輪番登場！包括入圍2024金曲獎最佳新人獎的新生代唱作人「鄒序」、文青都市女聲「黃小楨」、主打療癒心靈創作的「守夜人」樂團，以及 Tizzy-Bac 樂團主唱「the Huiting 陳惠婷」、知名音樂文化工作者「DJ 林貓王」、擁有獨特嗓音的創作歌手「柔米」等，以輕鬆、慢靈魂音樂曲風響應綠色永續潮流，體驗結合「音樂 X 生活 X 永續」的最 Chill 綠色生活節！



誠品生活松菸 —— 松菸 · 永續生活種可能

以綠色思維一同閱讀「生活未來式」！誠品生活松菸2024年春季特別邀請獲評為年度怪物職人的傅星翰、曾獲國際插畫大獎的喇叭吮、活耀於各種設計展的 Daya Chang 等3位藝術家，跨界對談與共同策展永續生活的實踐方式，也結合環保永續、文創、藝術理念，邀請藝術家與小朋友運用街頭噴漆、繪畫、快時尚舊衣回收拼貼等方法，於戶外揮灑創意現地創作2米高巨型畫作，展現永續精神態度與主張！此外，也特邀台灣創新永續品牌 REHOW 與藝術家林哲璋，透過廢棄織帶和拉鍊於誠品生活松菸 1F 打造3米高「天中樹」，呈現多元的日常永續公式。色彩繽紛的織帶將樹枝緊密纏繞，綴以一朵朵由拉鍊轉化形體而成的人造彩色花苞，帶領大家從創意角度切入，探索發現最適合自己的生活未來式。



誠品會員 —— 誠品點公益捐點行動

誠品生活秉持「與人為善」的永續經營之道，致力參與城市文化創作，也積極關懷社會，2011年起發起會員捐點公益活動，攜手廣大會員朋友將消費累積點數轉換為小額捐款，截至2024年底為止，共對外捐助超過500萬點。

2022年起與華山基金會、伊甸基金會兩大社福機構開始合作會員公益捐點活動，只要於迷誠品網站或誠品 APP 登入會員帳號，動動手指即可樂捐誠品點數。涓滴心意可支持華山基金會提供長者關懷訪視、家務服務、居家環境改善、身體照顧、物資及餐食協助、陪醫取藥、年節關懷、促進社會參與等服務，讓長輩身心靈皆獲得妥善照護，或也可選擇透過伊甸基金會「弱勢兒童服務計畫」關懷慢飛天使，讓早期療育服務深入社區與家庭，打造弱勢孩子可安心成長的友善環境。

5.01.2 在地共生・商圈共榮

誠品生活南西 —— 自策發行中山南西商圈遊逛地圖

以「跨文化生活聚場」為定位的誠品生活南西，2018年開業以來，每年定期推出「商圈遊逛地圖」分享在地多元生活文化，6年多來蒐羅推薦台北市中山南西赤峰商圈特色咖啡館、甜點、酒肆、藝文地標、風格選品店、遊逛秘境等，引領讀者與全球旅人以獨特新鮮視角深入街廓巷弄，探索一座城市的日常美好。

2024年全新策畫出版《成為台灣人，吃早餐——風格早午餐地圖》，以中英雙語搭配插畫，推薦台北南西、赤峰、雙連、迪化街、大稻埕等街區逾25家特色美食名店，例如好吃到會上癮的「鴉片粥」、充滿濃濃蘭陽風味的鴨賞紫米飯糰、油條蛋餅、牛肉炒麵、以健康為訴求的地中海系農夫早餐盤、焦糖洋蔥肉排漢堡、莓果法式吐司等各種中西式美食應有盡有，打造台北西區最豐富早午餐攻略！

誠品生活南西《風格早午餐地圖》特別規劃「大稻埕」、「雙連 & 赤峰」2大美食與文化散策路線，並邀請美食平台 Taipeiater 創辦人 Charlene、在台東京饕客作家 Tatsuya 加碼分享內行人才知道的口袋美食名單與必逛風格小店。完整地圖內容與遊逛路線除提供線上閱覽，亦可於台北當代藝術館、捷運台北車站、西門、台北101/世貿等站及機場捷運A1遊客中心取得紙本刊物。



誠品生活新店 —— 在地社區的創意展演聚場

期盼打造一座不分男女老少、全家大小，所有人都可以在其中自然交會、盡情探索的「眾人之所、明日之城」！亞洲最大「誠品生活新店」首次會員日活動「Turn on your smile 微笑生活」於2024年春季連假登場，全店策畫喜劇舞台、喜劇電影院、馬戲雜耍等25場豐富展演讓人笑聲不斷，瞬間紓解生活壓力，也邀請會員盡情放聲大笑，達100分貝即可現場玩轉扭蛋機抽誠品點數10,000點，盡情釋放微笑多巴胺！

挑高12米的展演場域「黑盒子」迸發豐沛藝文能量，單口喜劇、漫才短劇、Live Podcast 邀現場觀眾一問一答、即興共創，暢聊人生趣味哲學，還有「Skyline Film 屋頂電影院」精選播映《金牌特務：金士曼起源》、《雞不可失》等經典動作喜劇，陪伴會員一同放鬆身心、享受歡笑盛宴！

分享生活中美好的歡笑時刻！誠品生活新店獨特垂直式展演空間「紅廳」則迎來紅遍歐美亞洲的東京代官山超人氣「MR.FRIENDLY 友善先生」2024年海外首發限定作品展。25件限定作品，由神秘官方藝術家 Misuta Tike 藉現代藝術風格融合 MR.FRIENDLY 招牌八字眉經典外型，持續傳達核心理念 Love & Peace，近2米高巨型展板畫作等眾多全新作品也在台北首次公開亮相！還有逾30款人氣周邊同步快閃現身，一起分享 MR.FRIENDLY 為世界帶來的幸福祈願。





誠品生活 480 — 「Ah ! Q 來一夏」夏日藝術季

對抗炎炎夏日，「跨界創作的城市生活美學館」誠品生活480特別推出「Ah ! Q 來一夏」夏日藝術季，為台中七期商圈注入可愛氛圍！

本次攜手台灣新銳藝術家 Alan Hong 打造5款大型軟萌「阿 Q 雲朵」，除了躺臥在大門口迎賓，也化身電風扇、冰淇淋等可愛樣貌藏身在480各樓層角落，等待大家前來探索。還有4款獨家「阿 Q 雲朵」聯名療癒週邊，像是「放空懶洋洋」漂浮雲朵雙層玻璃杯、結合野花園盎然花朵「漫步野花園」手機支架、清爽透藍色系「袋走一片雲」肩背袋等，皆能以誠品點數加購入手，期間限定「雲朵拍貼機」也驚喜現身，4款超萌雲朵滿滿相片框陪伴大家珍藏美好時刻！



熱情響應亞洲唯一世界級
Red Bull「F1 賽車展演賽」

2024年9月，Red Bull 於台中七期市政路前封街舉辦 Red Bull Showrun，帶來全台首次 F1 賽車街頭競速展演。位於市政路核心位置的誠品生活480也熱情響應，除了展演賽當天帶來熱鬧市集與街頭飲料吧，也推出特別活動，9/13-9/27 全館消費滿額即可獲得限量 Gold Pass，享獨特視角欣賞一級方程式賽車競演！



5.02 藝文推廣

5.02.1 多元策畫・藝文推廣

誠品生活新店——四大展演空間 展現多樣化藝文生活體驗

以一座「立體微型城市」為設計靈感的誠品生活新店，1F 核心「中廣場」坐落由知名藝術家黃本蕊創作的10米高巨型兔子「太極尼尼」藝術創作，開業以來吸引眾多民眾造訪與之俏皮過招，並創下百萬筆網路搜尋紀錄，成為新店最具代表性的藝文標誌之一。2024年誠品生活新店邀請台灣藝術家陳普聯手打造手持放大鏡探索生活樂趣的全新藝術裝置「好奇咖咪 CA ME」接棒登場，每日整點還有色彩斑斕的聲光展演準時上演，8種色調美麗光影一展誠品生活場域的多元光譜能量，傳遞療癒身心靈的美好！



承襲人文、藝術、創意融入生活的品牌核心理念，誠品生活新店精心打造3大展演空間：3F「實驗場」近500坪規模，挑高12米跨兩層樓，能透過多重角度體驗垂直觀展的視覺享受，兩側的大階梯平台可靈活規畫展場空間設計，亦是閱讀休憩的城市廣場；同樣挑高12米的3F 多功能活動場域「黑盒子」可容納500名觀眾，可進行靜態講座、脫口秀、動態音樂演出等多元形式活動表演；貫穿2-4F的獨特垂直式展覽空間「紅廳」，則以無牆美術館為概念創造藝文展出的無限可能性，邀請眾人在探索明日之城的過程中，也能與藝術流動連結。



誠品生活西門 X 武昌——好年節貪吃地圖

大過好年！誠品生活西門、武昌號召「貪吃地圖」之旅，精選推薦西門町周6大熱門排隊美食，像是60年甜品老店「楊記冰店」明星商品花生玉米加圓冰，經6小時熬煮的鬆軟花生粒搭上香甜玉米粒的豐富口感，為品嚐甜食一大享受，還有隱藏巷弄間神秘難尋的「梁山泊小籠湯包」，一口咬下皮薄餡多的小籠湯包，是只有內行老饕才知道的限量美食！或是風靡日韓的「三兄妹雪花冰」豆花加粉圓，每日堅持手作，豆花香醇風味令各地遊客意猶未盡，多種美食口袋名單都在地圖中一目了然，憑誠品點指定點數即可兌換品嚐！還有最萌胖虎與肥龍齊拜年！誠品生活武昌喜迎《我不是胖虎 - 其樂龍龍》快閃店，2024以龍年為主軸，邀請最萌老虎代表胖虎與肥龍一同化身「龍虎門神」迎賓，還有過年必備紅包袋、春聯、門簾、餐墊、存錢筒等全新設計逾80款週邊商品，營造滿滿春節居家氛圍！



誠品生活松菸——展現誠品生活最多元業態的豐富精彩



● 誠品生活松菸商場：夏日熱 Soul 祭

7月盛夏，誠品生活松菸連兩日打造超盛大戶外派對「夏日熱 Soul 祭」，限時搜羅全台100家占卜塔羅、美食調酒、現地創作、風格服飾等個性品牌；邀請聲林之王新星艾瑞瑞、全方位製作人歌手田亞霍等20組實力派歌手熱情演出，日夜嗨唱不間斷，戶外大型帳篷也蒐羅筋骨整復、花卉家飾手作等夏日放鬆主題邀民眾入內體驗，還有台灣植物專門藝術家賴怡璋帶頭打造近2米高台灣淺山喬木樹，可將願望化為樹葉紙卡現地共創枝葉繁盛的祈願大樹！



● B1 誠品畫廊：劉小東—媽祖巡遊創作

邀請享譽全世界的藝術家劉小東於2024年來台參加大甲媽祖繞境進香活動，親身體驗這場獲得Discovery探索頻道譽為與梵蒂岡聖誕彌撒、麥加朝聖並列的世界三大宗教盛事！追隨媽祖四天四夜、曾體驗扛起媽祖座駕的劉小東，透過攝影、速寫、水彩、紀錄片、日記手稿等形式，記錄遶境沿途的熱烈場面，深入揭示這場宗教盛事帶給他的藝術啟發與情感共鳴，並以巨幅油畫《過橋》與《日巡》經彩呈現信徒的虔敬神情、鑼鼓陣頭的震撼，以及煙硝四起的熱鬧氛圍，將宗教體驗轉化為充滿情感的藝術表達，引領觀者共遊這場融合信仰、藝術與生活的壯闊旅程。





• B1 誠品表演廳：誠品室內樂節

全台最具指標性古典樂盛事「誠品室內樂節」，2024年特別邀請到榮獲慕尼黑ARD大賽首獎的法國超新星「Arod 弦樂四重奏」首度訪台，台灣首位奪得伊莉莎白女王國際音樂大賽首獎的小提琴大師胡乃元也領銜 Taiwan Connection 新秀音樂家演繹室內樂必聽經典《死與少女》，還有台灣知名指標性四重奏團「Infinite 首席四重奏」以及台灣卓越室內樂組合「藝心弦樂四重奏」輪番登台獻藝，並同步推出多場系列免費講座、入門解說、獨家大師班等，引領民眾一同親炙國際級演出、輕鬆入門室內樂的迷人之美！



• B1 誠品電影院：林奕華「一一三部曲」舞台映画

向永遠的影壇巨人楊德昌致敬！榮獲「香港藝術家年獎」的導演林奕華獲授權，將譽為「21世紀最偉大電影」之一的楊德昌導演經典之作《一一》搬上舞台，並由其擔任首席創作顧問兼監製，共同推出林奕華「一一三部曲」舞台映画，結合舞台劇的真實臨場感，於誠品電影院打造一場大型藝術實驗，巧妙產生新舊時代的全新對話，拓展電影欣賞的更多可能！



• 3F 誠品書店：書寫便利店

讓文具迷淪陷的「書寫便利店」特展，8/15起於誠品生活松菸店3F藝文空間限時開張！嚴選台灣及歐美日等多國書寫工具，現場還設置專屬「御PEN當」、「INK料BAR」的區域，內含逾千款最新潮流設計的特色文具，像是香菜、紅酒和冰淇淋汽水等多款限定風味墨水，都可以在活動當天試寫試聞。還有首度推出的超萌自創IP角色「筆筆&墨墨」，獨家代言超過20款的話題商品，為平凡日常點綴一番可愛氣息。



• 誠品行旅：攜手凱肯酒莊，邀請阿根廷傳奇名廚推出聯名餐酒鉅獻

對美好生活飽藏無限想像的 eslite hotel 誠品行旅，於 2024 年 11 月攜手阿根廷凱肯酒莊（Kaiken Ramos Generales），獨家推出「拉丁界最偉大的美食明星」弗朗西斯·馬爾曼（Francis Mallmann）親自創作的餐酒饗宴，以極富荒野魅力的安地斯美食與阿根廷料理，搭配多款指定葡萄酒，由 eslite hotel 誠品行旅 The Chapter 餐廳主廚呂芳坤 Allen 打造華麗強烈的風味，帶來彷彿一秒飛達南美的極致味蕾饗宴！



• 誠品酒窖：飲檳作樂—香檳博覽會

致力推廣世界葡萄酒文化的「誠品酒窖」，2024年8月策畫全台首場「法國香檳博覽會」限時4天於松山文創園區創意空間盛大登場！現場匯集法國香檳區46個品牌、逾450款共8,000瓶以上精選佳釀，香檳界勞斯萊斯、007詹姆士龐德最愛香檳、跨越80年時光的最珍藏1943年份香檳都將驚喜現身！展場盡收傳承百年菁英品牌、經典風味、獨立創新小農香檳、珍稀年份老酒、新手入門等各式酒款應有盡有，也邀請葡萄酒品鑑專家職人舉辦香檳主題講堂，精彩呈現延續數百年法國香檳最正宗的風土滋味與釀造工藝！

全英語文學行腳節目《Wandering Words: Authors and Their Hometowns》

探訪知名作家與他們的產地，並介紹給全世界！誠品生活首度製作全英語文學行腳節目《Wandering Words: Authors and Their Hometowns》，邀請定居台灣12年、以細膩手繪紀錄台灣街景的知名英國藝術家 Tom Rook 擔綱主持，親自拜訪作品獲美國哈佛大學及哥倫比亞大學中文系選為指定必讀的排灣族作家亞榮隆·撒可努、「土地詩人」吳晟、國際外譯本最多的小說家李昂等3位台灣知名作家，深入探訪作家們的家鄉環境與生活經歷，挖掘文學作品背後的靈感線索和源自家鄉土地的滋養孕育，期待讓世界透過不同角度認識作家與文學創作，也看見台灣鄉土之美。



迷誠品 Podcast —— 不只是閱讀，更是身心的療癒、陪伴與成長！

去誠品生活逛逛，一晃就是一下午，
在這裡，遇見志同道合、交心的朋友；
在這裡，汲取知識、借鑑前人的經驗。
最溫暖的地方是，如同一個小型社會，包容所有人，不管喜好什麼……

在線上，也有個這樣的地方——「迷誠品 Podcast」

無論你在哪裡，透過「迷誠品 Podcast」，聆聽語句裡的真實，藉由多元觀點發現生命的不同面貌，重溫「在誠品」的感覺，閱讀世界，體驗生活。

迷誠品 Podcast，24小時線上陪伴，製播3年多來已企劃製作逾400集節目，聽眾遍及台灣、香港、馬來西亞、新加坡等，累計近800萬次下載、完聽率超過80%，曾獲 Apple Podcast 說書節目最佳排行台灣 TOP 1、香港/新馬 TOP 10，以多元主題、深度分享，和全球聽眾一起領略思想的跨越以及美好生活的想像。



BookStory 閱讀書店故事

結合 Books、Bookstore 及 Story 概念，誠品生活與誠品書店於 2024 年世界閱讀日推出「BookStory 閱讀書店故事」全新閱讀特企，精選全台 12 家特色店點，每月推出獨家主題企劃店以及不打烊閱讀日，詮釋閱讀的多種樣貌、翻開每間書店的故事。



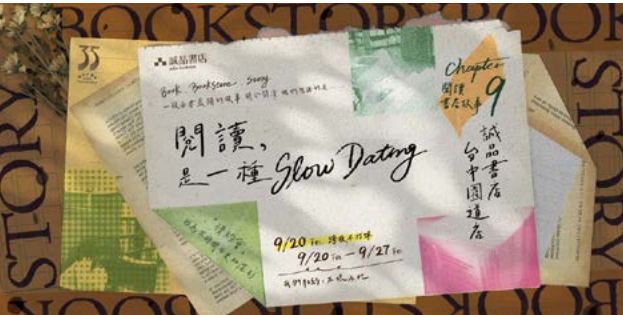
Chapter 1. 480 市政店
閱讀，是一種美的觀察

開啟感官的敏銳度
以細膩的觀察發現生活中的異常之處
一起探索並感受這世界多彩的美



Chapter 3. 中友店
閱讀，是一種在場證明

每本書都是謎團 一字一句都是線索
你已收到神秘邀請函
歡迎加入故事推理小隊 一起尋找真相



Chapter 9. 綠園道店
閱讀，是一種 Slow Dating

將時光倒轉 回到那個浪漫純粹的年代
我們相約 不慌不忙
一起共舞 看劇 寫情書



Chapter 10. 新板店
閱讀，是一種心靈換氣

閱讀 是生活中的換氣時刻
翻開書頁 將心靈模式切換成自由式
在無垠的文字與想像中自在悠游



Chapter 4. 駁二店
閱讀，是一種浪漫迷航

從書店到海上 白天到晚上
一起描繪專屬駁二店的閱讀想像
一起踏上屬於書本和自己的浪漫迷航



Chapter 5. 香港銅鑼灣店
閱讀，是一種時間變形

敘述與被敘述 符號等待說明
在首句與末句之間
時間為意象 詮釋未竟



Chapter 12. 台大店
閱讀，是一種記憶顯影

當書卷之光翻過指尖
歷史不再沉睡
深埋的回憶從字裡行間映現



Chapter 13. 虎尾店
閱讀，是一種營養大補帖

我們可以一起閱讀
把書籍與文字沉澱
將養分化作內心與精神的補藥

5.02.2 文創平台・扶植新銳

誠品生活文創平台 expo —— 肖年頭家

誠品生活文創平台 expo (eslite × platform original) 以推廣台灣豐厚的原創文化創意與設計能量為底蘊，秉持「培育深具潛力之華人新創設計品牌，提供設計師豐沛行銷資源與經營管理實務經驗」的理念，致力打造一個促進台灣新創文化設計品牌工作者創意理念與作品可具體實現，並永續發展茁壯的交流平台。以五大培育階段為架構，誠品生活 expo 長期不斷發掘創意人才，透過各種展售交流機會面對市場，並系統性協助新創文化設計品牌循序成長，深化品牌設計實力與經營韌性，更進一步提升國際能見度，推動台灣原創文化創意品牌邁向更廣大的世界舞台。自2013年成立至今，已與數百家新創設計品牌合作，在全台 expo 15 家店點及誠品線上主題館展售逾 3,000 種以上商品。

2024年誠品生活 expo 共舉辦3次評選、5場肖年頭家市集，包含迎春市集新店場、夢想市集南西場、綠色生活市集北流場、耶誕市集松菸場、耶誕市集南西場等，邀請200個品牌共襄盛舉，包含各式精選插畫文具、療癒香氛、美妝保養、服裝配件、金工飾品以及風格飲食選品，陪伴不同領域的設計夢想家透過創業實踐對於未來生活更加美好、創新的想像，吸引10萬人參與。





誠品生活尋光行動——尋找熱愛表演 閃閃發光的你！

誠品生活以「文化創意產業」為發展根本，秉持「人文、藝術、創意、生活」的核心理念，2022年10月起推出【藝享空間 表演換宿】計畫，2024年更名為【誠品生活 尋光行動】，無償提供誠品生活全台指定空間場域，邀請具才華與熱情的表演者報名申請現場演出，讓有實力、熱愛表演的創作者與表演者可共享空間、展現自我，持續推動藝文活動的多元發展。

徵選類型包含音樂類（樂器演奏、流行音樂演唱、人聲合唱等）、舞蹈類（街舞、默劇、表演藝術等）、特技／雜耍類（魔術秀、折氣球等）、其他（行動藝術、故事閱讀、現場繪畫如顏繪等），獲遴選之創作者與表演者，除了可免費使用指定場地盡情展現才華與創意，活動後亦可享誠品行旅住宿款待，期盼透過多樣化的表演活動在誠品生活各場域輪番登場，傳達正向、溫暖的氛圍，為顧客帶來療癒愉快的遊逛體驗，也成為支持創作者與表演者發表作品的平台。



誠品 Fun 聲——盡展超新星 LIVE 魅力！

誠品生活松菸 B1 設置的誠品表演廳，每年規劃多元主題節目，邀請深受年輕世代喜愛或具獲獎經歷的獨立樂團與音樂創作人現場演出，為青年創作者提供展現才華與激盪創意的展演平台。在國際建築大師伊東豐雄精心設計打造、兼具古典優雅與現代風格的空間中，演繹風格多變的音樂形式，從情感洋溢的靈魂樂、內斂柔情的搖滾樂，到磅礴激昂的古典樂，共同交織出獨特且豐富的感官體驗！2017年迄今，共邀請21組音樂人合作，舉辦共25場 LIVE 演出。

2024年「誠品 Fun 聲」由創造多首破百萬流量單曲的台灣節奏藍調歌手 LINION 揭開序幕，除了歌迷熟悉的 Neo-Soul、R&B、Jazz、Fusion 等多元特色曲風，更跳脫 Live House 框架，在充滿古典空間氛圍的誠品表演廳，以全新演奏形式獻上靈魂音樂與古典的優雅激盪！接續，受全台音樂祭競相邀約的搖滾樂團「庸俗救星」也跳脫過往與粉絲唱跳狂歡的舞台演繹，嘗試以文青內斂的演出形式唱進歌迷心坎裡！擅長在迷幻多變的曲風中展現各種情緒的「庸俗救星」，本次除了跨界特邀「Who Cares 胡凱兒」樂團鼓手兼小提琴手推出限定合作曲目，還有備受矚目的最新單曲獨家首演，帶來動人心弦的音樂饗宴。



2024 誠品新聲——青年室內樂徵選

位於誠品生活松菸 B1 的誠品表演廳，長期推廣古典室內樂現場演出及賞析，為發掘青年音樂人才、迎接古典樂新星誕生，每年盛夏舉辦「誠品新聲—青年室內樂甄選」，無償贊助演出場地、軟硬體設備與行銷宣傳資源，協助獲選音樂家與古典樂表演團體踏上夢想舞台、於誠品表演廳現場舉辦「eslite YOUNG—誠品新聲 新秀音樂會」，並提供民眾自由索票入場，為古典音樂圈注入新活力，帶動更多聽眾親臨鑑賞。

本屆「誠品新聲——最佳青年室內樂團」獲選團隊為「Trio 1478 鋼琴三重奏」，由來自巴黎高等音樂院的小提琴詹芷旻、美國茱莉亞音樂院的大提琴陽逸柔及德國科隆音樂與舞蹈學院的鋼琴何昱瑾組成。因在臺灣的高中同窗情誼再度聚首，以昔日班號 1478 為名，在 2024 年「誠品新聲—青年室內樂甄選」中嶄露頭角、脫穎而出。本次誠品新聲新秀音樂會以《日出·迴聲》為題，Trio 1478 鋼琴三重奏以嫻熟的演奏默契，帶來貝多芬充滿戲劇張力的《鬼魂》以及經典必聽的史麥塔納《g 小調鋼琴三重奏》。此外也特別以法國劇情長片《日出時讓悲傷終結》為題，帶來法國當代作曲名家菲利浦·赫爾桑特改編自馬蘭·馬雷的《聖女日南斐法修道院的鐘聲》變奏曲，透過日出意象，與聽眾一同展開一場音樂療癒之旅。



6 環境永續

重大主題	資源循環利用	
衝擊描述	正面實際衝擊：使用再利用或循環包裝材料，有效減少廢棄物產生，有助減少溫室氣體排放。	
	負面潛在衝擊：若未重視使用資源循環利用或積極引導綠色商品，不符合政府規範 / 市場需求，恐遭罰鍰、降低企業競爭力及影響品牌形象，進而造成經濟及環境衝擊。	
政策／承諾	遵守環境部「網購包裝減量計畫」，從包裝減量、環境友善材質、循環包裝三大方向著手，一起推動環境永續發展的行列！	
採取行動	<ul style="list-style-type: none">誠品線上遵守《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》，並積極推動網購包裝減量。誠品生活 expo 支持環保，與台灣具有環保理念夥伴合作，共同推廣環境友善商品。	
追蹤評核機制	每年向環境部申報網際網路購物包裝減量成效。	
管理目標	短期目標 (2026 年)	中長期目標 (2028~2030 年)
	<ul style="list-style-type: none">誠品線上遵守《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》，並積極推動網購包裝減量。內部持續推動各項電子表單，節省用紙量。	<ul style="list-style-type: none">網際網路購物包裝材料、包裝方式及包材減重率，配合法規滾動式調整。落實氣候政策，制訂短中長期溫室氣體排放目標。
年度績效	<ul style="list-style-type: none">誠品線上紙類包材採用 90% 以上再生紙製作、塑膠類包材採用達 25% 再生料製作，在環境友善與保護出貨商品考量下，調節出貨包裝規格，降低出貨包件體積與重量；於箱體面積 40% 以下使用環保水性油墨印刷，減少油墨耗用；採用水性壓克力環保膠製成的環保膠帶，2024 年度（第一年）網購包裝材使用減量符合法規要求。誠品生活 expo 推動「綠色生活節」議題結合財團法人看見 齊柏林基金會打造主視覺，以「輕山漫旅」的氛圍，將永續、環保核心理念集結逾 60 組在地永續設計品牌，共同推廣環境友善商品。內部持續推動電子表單，共完成超過 18 萬件電子表單流程，節省用紙並提升管理效益。誠品生活會員卡自 2020 年已開始全面數位化，目前僅極少量的小童學卡為實體卡。營業道具優先考量可重複利用性並設置專屬倉庫存放調度，提高資源再利用率，減少物資浪費。	
利害關係人的參與	詳利害關係人溝通情形章節。	

6.01 資源循環與廢棄物管理

6.01.1 資源循環

包材減量

為實踐環境友善的經營理念，誠品線上遵守《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》積極推動網購包裝減量，透過訂定耗材使用規範，調整出貨包裝規格，降低出貨包材的體積與重量，已大幅減少耗材與緩衝塑膠材使用量，2024 年平均網際網路購物包材重量較前一年度有效降低 57.6%。

包裝材料及回收使用情形			單位：公噸
包裝材料	2023 年	2024 年	
可再生材料			
原色環保紙箱 (採用 90% 以上再生紙製作)	174	138	
不可再生材料			
環保膠帶	1	3	
塑膠包材	0	3	
緩衝材	26	24	
總重量	201	168	
回收物料			
原色環保紙箱	157	124	
塑膠包材	0	1	
使用回收再利用的物料總量	157	125	
當年物料總量	201	168	
使用回收物料之百分比	78%	74%	

註：包裝材料重量採四捨五入取整數位。



誠品線上 eslite.com

採用友善環境材質的包裝



誠品線上 eslite.com

誠品線上 eslite.com

紙類包材採用90%以上再生紙製作

採用友善環境且含再生材料的塑膠包材，塑膠類再生料摻配比率達25%不使用PVC材質

印刷面積40%以下使用環保水性油墨印刷，減少油墨耗用

採用水性壓克力環保膠製成的環保膠帶，不僅環保安全、方便易撕，不含有害物質

6.01.2 廢棄物管理

誠品生活主要廢棄物為一般廢棄物與廚餘，無有害廢棄物產生。我們遵循環保法規，委託具環保署登記資格之合格廠商清運處理，並確保廢棄物妥善管理。一般廢棄物委由焚化處理；資源回收物（紙類、寶特瓶、瓶罐、木棧板等）大多由合格廠商或回收業者再利用；廚餘則交由畜牧場回收作為飼料或堆肥。誠品生活亦響應政府政令宣導及規範，包含不再提供一次性塑膠吸管 / 美食街、餐飲櫃內用時，不得提供各類材質的免洗餐具 / 與商場專櫃廠商攜手減塑，鼓勵提供自備環保餐具優惠等活動。

2024 年廢棄物量係透過相關單位個別依據清運廠商提供數據或合約約定數據進行統計。2024 年度統計範圍為 16 家營業據點及物流中心，共計產生 3,465 公噸廢棄物。

廢棄物產出結構

單位：公噸

環境指標		2024 年
資源回收類 (註2)	廢紙	
	廢棄物的產生	123
	廢棄物的處置移轉	123
	廢棄物的直接處置	-
	木棧板	
	廢棄物的產生	44
	廢棄物的處置移轉	44
	廢棄物的直接處置	-
生活垃圾 (註3)	廢棄物的產生	2,468
	廢棄物的處置移轉	-
	廢棄物的直接處置	2,468
廚餘 (註4)	廢棄物的產生	830
	廢棄物的處置移轉	830
	廢棄物的直接處置	-
廢棄物總量		
廢棄物的產生		3,465
廢棄物的處置移轉		997
廢棄物的直接處置		2,468

註1：統計範圍包含誠品生活新店/ 480 /武昌/松菸/南西/板橋/西門/新板/台大店/亞東醫院店/站前店/ R79/駁二/台北車站捷運店/捷運敦化店/虎尾16家營業據點及物流中心。而部份百貨店點由房東統一集中處理；後勤辦公室由社區管委會該縣市家庭垃圾處理，故未計算在內。

註2：物流中心及部份營業據點雖執行資源分類(瓶罐、紙類、塑膠等)，但因統一交給合格廠商無償清運處理，故未統計重量。

註3：生活垃圾僅部份營業據點有統計數據，未統計即依合約規定重量進行計算。

註4：廚餘以有餐飲或美食街的營業據點計算。

註5：生活垃圾類別皆採離場焚化(不含能源回收)方式處理。

廢棄物處置移轉情形

單位：公噸

環境指標		2024 年
非有害廢棄物（廢紙、木棧板、廚餘）		
現場（A）	再使用準備	2
	再生利用	-
	其他回收作業	-
離場（B）	再使用準備	-
	再生利用	165
	其他回收作業	830
現場及離場 （A）+（B）	再使用準備	2
	再生利用	165
	其他回收作業	830
總量		997

註1：統計範圍包含物流中心廢紙、木棧板及有餐飲或美食街營業據點的廚餘進行計算。
註2：廢紙及廚餘係依合格廠商清運商提供數據計算；木棧板再使用準備的數據，係依物流現場人員視外觀狀態遴選可重複利用的棧板處理量平均值推估，以作為場內理貨循環使用、供應商運送貨物重複使用。



6.02 氣候變遷因應

近年來氣候變遷導致的極端氣候事件發生頻率及強度日漸益增，使企業營運直接或間接受到氣候變遷衝擊，對公司營運產生的影響。誠品生活已於 2024 年進行溫室氣體排放盤查並持續將持續透過氣候議題的管理以降低氣候風險帶來的衝擊，同時關注全球淨零趨勢，響應節能減碳，逐步加強管理作為，以提高本公司於永續議題上之競爭力及韌性，為股東、員工及社會創造長遠價值。

治理

董事會在永續發展管理策略上，扮演監督與指導角色。本公司設「永續推動小組」由各部門進行權責分工，並以董事長擔任召集人；永續推動小組下設有溫室氣體盤查小組，主要鑑別氣候相關衝擊、評估氣候變遷風險與機會以及提出因應氣候衝擊措施，不定期向高階管理層彙報，期能掌握外在環境的氣候變化與市場動態，更全面地考量營運策略規劃。永續推動小組之執行概況將規劃定期於董事會中報告，並聽取董事意見予以調整。

策略

本公司透過跨部門討論，鑑別短期（1~2 年）、中期（3~5 年）及長期（5 年以上）的氣候風險與機會說明如下：

短期風險

實體風險：颱風及致災性暴雨等氣候異常事件，影響營運據點設備損壞或商品運輸中斷或同仁受傷，將增加相關成本；因應措施：平時定期檢視排水系統及投保商業火災綜合保險（含天災），降低營運風險以減少公司營運成本增加。

轉型風險：依循《氣候變遷因應法》及「永續發展路徑圖」公司進行碳盤查及減碳規劃，將增加營運費用支出；因應措施：隨時關注法規的制定及修訂，適時規劃、調整未來碳盤查及減碳計畫及目標，避免違法導致懲處的風險。

中期風險

實體風險：全球氣候溫度持續上升，導致營運場所用電成本增加，夏季悶熱亦使設備過熱、損壞等維護費用增加；因應措施：尋找解決門市空調與製冷設備用電因而成本增加的可行方案，定期檢查和量測溫度，根據實際狀況及時調整空調系統，避免多餘能源消耗及電費。

轉型風險：國內政府推動碳費徵收政策，若公司受政策調整被納入，恐增加營運成本；因應措施：優先使用節能設備或汰換耗能空調設備，降低溫室氣體排放，以減少未來碳費政策可能帶來的財務衝擊。

長期風險

轉型風險：對於氣候政策越趨嚴格，預期未來可能面臨更多氣候法規規範，若未能及時因應，可能導致違規受罰及企業聲譽下降等風險；因應措施：持續關注國內外法規變化，了解法規趨勢以提早因應。

短期機會

產品與服務：近年顧客環保意識提升導致消費習慣改變，偏好對環境衝擊較低的產品趨勢提升；因應措施：推廣永續及引進低碳商品 / 餐廚設備，即時回應顧客期望，以維持並增加營業收入。

氣候變遷相關風險及因應措施

風險類型	風險項目	對公司策略 / 營運 / 財務的影響	因應策略行動方案及財務影響	因應行動與成果
實體風險（立即性）	颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高	【短期】 <ul style="list-style-type: none">受氣候變遷影響，颱風、豪雨及洪水越加嚴重與頻繁，將可能使公司營運據點面臨天然災害，造成商場、資訊設備、生財器具等財產價值損害，增加建築物設備維護成本。颱風或淹水可能造成同仁通勤途中可能有職災、缺勤、或人員傷亡等情形發生，將可能增加相關員工人事成本。氣候災害可能造成營運受阻或中斷，造成營收下滑；或造成倉庫庫存商品受損，淹水造成設備損壞或使用年限減少，供貨減少將增加商品成本。	<ul style="list-style-type: none">遇颱風天時各店物管同仁會進行留守機制，定時巡檢及確保各重要設備正常運作，並隨時進行回報。平時定期清理各排水溝與排水孔，檢視排水系統是否正常運作，降低雨勢過大造成淹水的機率，管道疏通清潔維護。注意颱風、豪雨動態，加強維護清潔排水溝，陸上警報發佈後，啟動相關防颱措施，避免不必要災損發生。倉庫選址評估該區域淹水的風險，另增加防颱設備。投保合適的險種（如商業火險），降低災害造成之營運影響。	<ul style="list-style-type: none">本公司落實氣候防計畫行動及增加防颱設備，因應強颱來襲，皆有效抵擋強風豪雨造成的損失。公司倉庫有卸貨碼頭，樓地板遠高於路面；物流中心的儲存區域位於較高樓層，故近年來台灣颱風來襲，倉庫均未受到影響。
	平均氣溫上升	【中期】 <ul style="list-style-type: none">極端高溫及夏季日數增加造成的空調能源成本增加，因辦公室位處地下室，空調設備散熱不佳，夏季悶熱易使設備過熱、損壞，維護費用提高。氣溫上升導致空調效能拉高，夏季電價波動造成營運成本提升。	<ul style="list-style-type: none">定期抄表與量測館內溫度，依據實際現場狀況隨時控管空調系統盡量達到最適化，避免多餘的能源損耗。空調設備定期維護檢測，監控室內溫度隨時調整。關閉無使用之燈光，響應隨手關燈，減少不必要用電。淘汰能效差的空調設備，優先汰換建北辦公區超過年限的空調主機，主機含管線整理與安裝等，設備成本增加。	本公司2024年落實控管空調系統及汰換設備，將降低耗電量及電費，並減少碳排放。

風險類型	風險項目	對公司策略 / 營運 / 財務的影響	因應策略行動方案及財務影響	因應行動與成果
轉型風險（政策與法規）	強化排放量報導義務	【短期】 <ul style="list-style-type: none">依循國內主管機關因應氣候變遷設立之減碳目標，公司需進行碳盤查及減碳規劃。	<ul style="list-style-type: none">因應碳排放報導義務進行碳盤查，2024年增加相關營運費用。	<ul style="list-style-type: none">規劃誠品生活母子公司減碳計畫及目標。
	國內政府碳費徵收	【中期 / 長期】 <ul style="list-style-type: none">政府機關碳管理規範更嚴格，未來將針對企業開徵碳費，若無落實碳排放管理，公司超量碳排放將會產生罰款，額外增加營運成本。	<ul style="list-style-type: none">留意政府碳費徵收規定，政府推動碳定價機制，公司需要更加重視碳排放管理和風險管理，增加教育訓練成本 / 人力成本。	<ul style="list-style-type: none">誠品生活母子公司宣導及因應措施隨時追蹤法規趨勢，避免違法導致懲處的風險。
轉型風險（市場）	客戶或消費者對永續或減碳議題的意識提高	【中期】 <ul style="list-style-type: none">因氣候變遷改變，使消費者之環保意識提升，期望提供永續綠色商品，且重視包材的使用，增加產品成本。商品若不符合消費需求可能遭到市場淘汰，導致營業收入減少。	<ul style="list-style-type: none">因應全球或地區性的永續意識抬昇，與文創工作者共同推廣選用低碳或對環境衝擊較低之產品。	<ul style="list-style-type: none">2024年推動生活多多綠相關活動，提高消費者購買意願，提升產品銷售。
轉型風險（名譽）	氣候變遷相關商譽風險	【中期】 <ul style="list-style-type: none">若未積極進行溫室氣體管理或因應氣候變遷作為與低碳排產品，無滿足利害關係人期待，將面臨負面輿情與降低顧客信任與滿意度，影響企業聲譽。若未積極引進符合客戶需求的環保節能設備，將面臨客戶信任與滿意度降低，影響業界的聲譽與客戶的流失，導致營業收入減少。	與代理商、供應商密切配合，發展環保節能設備，滿足客戶端對於環保節能的追求。	進口符合客戶綠建築與環保節能設備，順利完成客戶端的需求。

氣候變遷相關機會及因應措施

機會類型	機會項目	對公司策略 / 營運 / 財務的影響	因應策略行動方案及財務影響	因應行動與成果
產品和服務	開發新產品和服務的研發與創新	【短期】 • 順應消費者偏好改變，推出更多類型的低碳／綠色產品，將有助提升公司品牌的綠色形象，強化永續競爭力，進而帶來新商機及為公司帶來營收。	誠品生活全通路發展事業引進低碳／綠色產品，並與供應商舉辦永續概念活動，帶來新商機及為公司帶來營收，2024年舉辦三項活動推動永續理念： • 誠品生活 expo 6月開始將「綠色生活節」議題結合財團法人看見齊柏林基金會，將永續、環保核心理念集結逾60組在地永續設計品牌，於全台各 expo 門市進行為期4個月策展，6月與B型企業品牌合作策展，推廣綠色品牌產品。 • 6月底與臺北流行音樂中心攜手打造綠色生活派對，結合風格生活、音樂盛會、永續實踐的概念，從推廣環保知識到重視環境永續的生活用品等多元體驗專區，邀請消費者以簡單、創新的方式實踐綠色日常。 • 8月與好感良物品牌進行合作策展，以山水插畫意象創作出許多環保購物袋等居家生活好物，讓顧客減少使用塑膠袋等一次性產品。	• 餐旅事業持續提供更節能與友善環境的設備，與業主取得雙贏的局面。 • 藉由活動持續推動永續理念，吸引更多重環保、綠色產品的合作夥伴與消費者，亦提升誠品生活之品牌永續形象。

註：氣候變遷相關風險及機會影響時程定義為短期(1-2年)、中期(3-5年)及長期(5年以上)。

極端氣候事件及轉型行動對財務之影響：

針對極端氣候（颱風及致災性暴雨等氣候異常事件、全球氣候溫度持續上升）、轉型行動（碳盤查、碳費徵收、企業聲譽）、機會（產品與服務）對財務之影響，如前揭之風險與機會表格說明。本公司將持續透過氣候議題的管理以降低氣候風險帶來的衝擊，同時關注全球淨零趨勢，響應節能減碳，逐步加強管理作為。

氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度：

為了鑑別和評估與本公司營運相關的重大衝擊或風險，參考氣候變遷相關財務揭露工作小組（Task Force on Climate Related Financial Disclosures, TCFD）發布之氣候相關財務資訊揭露建議架構指引原則，由「永續推動小組」透過問卷及小組溝通定期評估氣候變遷風險，以具體了解潛風險在對財務的影響，提出因應對策及目標，未來逐步整合納入風險管理制度。

6.03 能源管理

6.03.1 溫室氣體盤查

因應全球減碳趨勢與法規要求，誠品生活自2024年起依據溫室氣體盤查議定書（GHG Protocol）針對台灣營運57個據點（含營業場所及辦公場所）進行範疇一及範疇二盤查。依公司營運特性，能源使用以外購電力為主，另有部分天然氣、公務車輛汽（柴）油、冷媒設備及排污設備之溫室氣逸散。本公司溫室氣體種類包含二氧化碳、甲烷、氧化亞氮及氫氟碳化物，依其相關係數轉化成二氧化碳當量呈現。2024年度溫室氣體排放總量為9,503.13公噸CO₂e，其中範疇一1,447.32公噸CO₂e，佔整體排放15%；範疇二8,055.81公噸CO₂e，佔整體排放85%。

誠品生活秉持「永續環境」理念，逐步完成本公司及合併公司盤查，透過掌握碳排放來源與量化結果，提升資源與能源管理效能，持續朝節能減碳、環境永續邁進，實踐企業對永續的承諾。

溫室氣體盤	2024年	單元
範疇一：直接排放	1,447.32	公噸 CO ₂ e
範疇二：間接排放	8,055.81	公噸 CO ₂ e
溫室氣體盤查總量	9,503.13	公噸 CO ₂ e
溫室氣體排放強度	1.66	公噸 CO ₂ e／個體營收銷售額（百萬元）

註1：範疇一包含冷媒設備、天然氣、公務車輛汽(柴)油及排污設備之溫室氣體逸散。
註2：範疇二主要台灣電力公司用電量。
註3：氣體種類有二氧化碳(CO₂)、甲烷(CH₄)、氧化亞氮(N₂O)及氫氟碳化物(HFCs)；並未產生生物源之二氧化碳排放量。
註4：統計資料範圍為台灣營運57個據點(含營業場所及辦公場所)，以營運控制之方式彙編。
註5：經GHG盤查計算，並使用IPCC最新公布的全球暖化潛勢值，所以使用IPCC於2021年公布的第六次評估報告，選擇各項溫室氣體適用的GWP值。
註6：因首年進行盤查，故訂定基準年為2024年。
註7：本表數據統一以小數點第二位表達。
註8：換算係數採用環境部公告的「溫室氣體排放係數管理表6.0.4版」及經濟部能源局公告的「2024年度外購電力排放係數」，溫室氣體排放量＝活動數據X全球暖化潛勢值(GWP)X排放係數。
註9：溫室氣體排放強度為：銷售密集度（溫室氣體排放量公噸CO₂e/個體營收銷售額(百萬元)）;2024年本公司個體個體營收銷售額為5,737百萬元。

6.03.2 水資源管理

誠品生活水源均來自自來水公司，主要耗用以商場營運為主。因應氣候變遷可能導致缺水危機，誠品生活辦公室及商場廁所優先採用具省水標章之水龍頭、沖水馬桶等裝置，以節約水資源。公司同仁定期派人檢視給水及排水設備，若發現異常，立即安排修復，以減少漏水造成的水資源浪費，同時響應節能。未來將逐步擴大統計範疇至全公司用水量並追蹤用水量的變化，以作為未來用水管理之參考依據。

項目	2023年	2024年
辦公場所	9,018度	8,731度
商場	264,698度	542,889度
總計用水消耗量	273,716度	551,620度

註：統計範圍包含總部辦公室、建北辦公室、物流中心及大型營業據點(誠品生活新店、南西、松菸、武昌、480)，總計8處；2023年其中新店及480係試營運後才統計計算，故非完整年度。

6.03.3 綠色營運

本公司為提升各項資源之利用效率，善盡環境保護責任，持續將環境永續概念落實在各個業務經營環節中，此外也響應政府各項節能減碳措施，為我們的地球盡一份心。

●設備置換

於政府機關強制禁用鹵素燈泡與白熾燈泡前，誠品生活自主提早於2016年逐步汰換為LED燈具，並於2017年於商場全面使用高效率商用燈具並降低商場熱源，再搭配空調主機隨室外氣溫調動主機之負載及出冰水出水溫度，可達良好能源控制。



●優先採用環保綠建材

提供既能讓顧客身心安頓，也兼顧環境保護與生態平衡的空間。門市改裝或新展店時，天花板、隔間壁面、地坪材料及油漆塗料…等均優先選擇綠建材，使用面積達裝修面積60%以上，減少建材對健康安全、地球資源及生態環境之危害。



●電子禮券數位化

為響應環保並提升贈禮流程效率，公司推行電子禮券服務，包含電子折價券、滿額贈禮券與生日回饋等，透過APP或簡訊即時發送與使用，取代傳統紙本券。



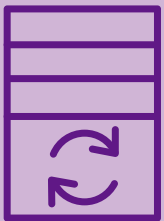
●節能倉儲

本公司導入AGV（無人搬運車）自動化倉儲系統，採用「貨就人」（Goods to Person, G2P）作業模式，有效提升倉儲作業效率與節能效益。於貨物上架、揀貨與盤點等流程中，藉由自動化搬運降低作業人員從事非必要移動的頻率，顯著減少走動距離與疲勞感，同時提升作業準確率與可靠度。經統計，在相同單據處理量下，約可節省50%至60%因行走產生的無效作業時間，達成與傳統作業同等的工作效能。此外，AGV自動化設備可於無照明環境中運作，自動化存放區域無須持續照明，有效打造「關燈倉儲」環境，相較傳統倉儲用電量降低約34%，兼具營運效率與節能減碳。



●營業道具再利用設計

誠品生活優先採用可重複使用之營業道具設計，如活動式書櫃、可移動中島櫃及標準化金屬構件，並設置專屬倉庫統一調度，有效提升資源使用效率、降低耗損與浪費。



●內部表單電子化成效

為實踐綠色辦公與數位治理策略，公司自2020年起推動內部行政表單全面電子化，涵蓋人事、財務、採購、差旅報支、合約審核等流程，提升行政效率。截至2024共累積完成超過18萬電子表單流程（註）。此外，電子化流程具備權限控管、留痕紀錄與即時稽核功能，有效提升內部合規與風險管理能力。
註：本資料包含誠品集團（台灣）電子表單數據。



●綠色提袋

全 台 expo BEAUTY 門 市 自 2022 年 5 月 起 邀 請 大 眾 一 同 響 應 「 # 外 出 自 備 購 物 袋 」，凡消費不另購買提袋，每筆消費將捐贈5元予NGO團體—RE-THINK 重新思考。
2024年4月 expo BEAUTY 提袋選用FSC™認證紙材，確保木材並非來自濫墾濫伐的森林，而是來自FSC認證的負責人工林維護天然森林的永續經營，同時也放置RE-THINK重新思考的捐款箱讓有興趣參與小額捐款的朋友，可以和expo一同幫助環境教育的持續推廣！



●會員卡數位化

本公司積極推動會員制度數位化轉型，自2020年起，僅極少量的小童學卡為實體卡，其餘黑金白卡已全面數位化原實體會員卡全面改為電子會員卡，會員可透過APP與POS系統整合，提供會員查詢點數、兌換禮品、接收個人化優惠等一站式功能。除有效降低紙卡製造與寄送所產生之資源浪費，亦提升顧客使用便利性與參與度，有效提升會員活躍度及資料精準性。



●雲端發票

為落實節能減碳與數位轉型目標，誠品生活全面推行電子發票系統，鼓勵顧客以雲端方式儲存發票，減少紙本印製與耗材使用。透過行動裝置或會員APP綁定載具，發票開立與兌獎流程皆可於線上完成，提升顧客便利性並強化資訊安全管理。



●空瓶回收

攜手綠色永續品牌綠藤生機、Reise米膚於expo指定門市響應空瓶回收計畫，鼓勵顧客將用完的產品空瓶帶回門市，並提供空瓶回收折抵消費的優惠；這些空瓶經過回收後，會被分類並送往專業回收廠進行再生利用，讓廢棄空瓶有機會重生為新的產品。



6.04 綠色倡議

2023年6月開始，由誠品生活 expo 推動「生活多多綠！綠色生活節」。依循四大主張「與人友善、動物友善、海洋友善、環境友善」，致力於將永續生活導入日常，與台灣本地永續設計品牌合作，邀請民眾參與「自綠任務」行動，例如使用環保杯、海洋友善商品等。2023年10月7日–10日，於誠品生活新店舉辦為期4天的快閃市集活動，集結逾百個永續品牌，延伸綠色生活理念至地區性門市場域。

2024年6月22–23日誠品生活跨足誠品生活場域，首度與臺北流行音樂中心（簡稱北流）合作，在北流文化館推出「誠品綠色生活節 x 北流音樂趴」，邀請60多家攤位、10組音樂團隊響應，結合音樂、生活與永續實踐，以互動體驗區如「零浪費飲食學」、「再生手搖杯」等方式，並攜手財團法人看見・齊柏林基金會於現場，引導民眾意識台灣環境變遷議題，呼應綠行動。

同年，7月25日–9月30日特別邀請財團法人看見・齊柏林基金會於誠品生活新店2-3F紅廳舉辦《看見・福爾摩沙 公益攝影展》，以展出齊柏林導演20幅影像作品，藉由齊導演的作品帶領民眾感受台灣自然生態景色之奧妙，與天災、人造破壞的衝擊，期盼在推廣人文藝術之際，能引導大家重視台灣環境永續重要性，一同響應綠色生活。



附錄：GRI Standards指標對照表

使用聲明	誠品生活股份有限公司已依循GRI準則報導2024年1月1日起至12月31日止期間的內容
使用GRI 1	GRI 1：基礎2021
GRI 行業準則應用	無

主題	揭露項目	對應章節(含省略理由／說明)	頁碼
GRI 2：一般揭露 2021			
組織概況			
組織及報導實務	2-1組織詳細資訊	關於誠品生活	P12
	2-2組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	P3
	2-3報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	P3
	2-4資訊重編	關於本報告書	P3
	2-5外部保證/確信	關於本報告書	P3
活動與工作者	2-6活動、價值鏈和其他商業關係	關於誠品生活 3.03落實供應鏈管理	P20 P60
	2-7員工	4.01職場多元包容與人權	P65
	2-8非員工的工作者	4.01職場多元包容與人權	P65
治理	2-9治理結構及組成	2.01公司治理組織	P33
	2-10最高治理單位的提名與遴選	2.01公司治理組織	P34
	2-11最高治理單位的主席	2.01公司治理組織	P34
	2-12最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.01 永續推動小組	P21
	2-13衝擊管理的負責人	1.01 永續推動小組	P21
	2-14最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書 1.01 永續推動小組	P3 P21
	2-15 利益衝突	2.01公司治理組織	P35
	2-16 溝通關鍵重大事件	2.01公司治理組織	P38
	2-17 最高治理單位的群體智識	2.01公司治理組織	P37
	2-18 最高治理單位的績效評估	2.01公司治理組織	P37
	2-19 薪酬政策	2.01公司治理組織	P38
	2-20 薪酬決定流程	2.01公司治理組織	P38
	2-21 年度總薪酬比率	基於公司內部薪酬保密限制無法揭露	-
	2-22 永續發展策略的聲明	1.02 永續發展願景	P22
	2-23 政策承諾	2.02 誠信經營與法遵 4.01 職場多元包容與人權	P40 P69
策略、政策與實務	2-24 納入政策承諾	1.01 永續推動小組 2.02 誠信經營與法遵	P21 P40
	2-25 補救負面衝擊的程序	2 公司治理 永續經營	P32
		3文化生活場域經營、誠摯款待	P47
		4 幸福職場 多元包	P64
		4 幸福職場 多元包	P77
		5 社會共好 藝文推廣容	P88
		6 環境永續	P114

主題	揭露項目	對應章節(含省略理由／說明)	頁碼
GRI 2：一般揭露 2021(續)			
策略、政策與實務(續)	2-26 尋求建議和提出疑慮的機制	2.02 誠信經營與法遵	P40
	2-27 法規遵循	2.02 誠信經營與法遵	P41
	2-28 公協會的會員資格	2.01公司治理組織	P39
利害關係人議合	2-29 利害關係人議合方針	1.03利害關係人溝通	P24
	2-30 團體協約	本公司無成立工會	-
主題	揭露項目	對應章節	頁碼
GRI 3：重大主題 2021			
重大主題	3-1 決定重大主題的流程	1.04重大主題分析	P27
	3-2 重大主題列表	1.04重大主題分析	P30
	3-3 重大主題管理	2 公司治理 永續經營	P32
		3文化生活場域經營、誠摯款待	P47
		4 幸福職場 多元包	P64
		5 社會共好 藝文推廣容	P77
6 環境永續		P88	
		P114	

特定主題	揭露項目	對應章節	頁碼
公司治理 誠信經營			
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	2 公司治理 永續經營	P32
GRI 206：反競爭行為 2016	206-1反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	2.02誠信經營與法遵	P41
GRI 418：客戶隱私 2016	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.04資訊安全與隱私保護	P44

特定主題	揭露項目	對應章節	頁碼
客戶服務管理			
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	3 文化生活場域經營、誠摯款待	P47
GRI 416：公共政策 2016	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3.01空間營造與 商場安全	P50
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.01空間營造與 商場安全	P51
GRI 417：行銷與標示 2016	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	3.01空間營造與 商場安全	P51
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	3.01空間營造與 商場安全	P51
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	3.01空間營造與 商場安全	P53

特定主題	揭露項目	對應章節	頁碼
人才任用與培育			
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	4 幸福職場 多元包容	P64
GRI 202：市場地位 2016	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	4.01 職場多元包容與人權	P71
	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比列	4.01 職場多元包容與人權	P66
GRI 401：勞雇關係 2016	401-1 新進員工和離職員工	4.01 職場多元包容與人權	P65
GRI 404：訓練與教育 2016	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	4.01 職場多元包容與人權	P75
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	4.01 職場多元包容與人權	P76
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	4.01 職場多元包容與人權	P72
GRI 405：員工多元化與平等機會 2016	405-1 治理單位與員工的多元化	2.01 公司治理組織 4.01 職場多元包容與人權	P36 P68
	405-2 女性對男性基本薪資與薪酬的比率揭露	4.01 職場多元包容與人權	P71

特定主題	揭露項目	對應章節	頁碼
員工關懷			
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	4 幸福職場 多元包容	P77
GRI 401：勞雇關係 2016	401-2 提供給全職員工的福利	4.02 員工關懷	P79
	401-3 育嬰假	4.02 員工關懷	P78
GRI 402：勞/資關係 2016	402-1 關於營運變化的最短預告期	4.02 員工關懷	P78
GRI 403：職業安全衛生 2018	403-1 職業安全衛生管理系統	4.02 員工關懷	P81
	403-2 危害辨識、風險評估及事故調查	4.02 員工關懷	P82
	403-3 職業健康服務	4.02 員工關懷	P84
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	4.02 員工關懷	P81
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	4.02 員工關懷	P82
	403-6 工作者健康促進	4.02 員工關懷	P80
	403-7 預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	4.02 員工關懷	P81
	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	4.02 員工關懷	P81
	403-9 職業傷害	4.02 員工關懷	P86
	403-10 職業病	4.02 員工關懷	P87

附錄：上市上櫃公司氣候相關資訊索引表

特定主題	揭露項目	對應章節	頁碼
員工關懷 (續)			
GRI 406：不歧視 2016	406-1 歧視事件以及組織採取的改善行	4.02 員工關懷	P69
GRI 411：原住民權利 2016	411-1涉及侵害原住民權利的事件	4.02 員工關懷	P69

主題	揭露項目	對應章節(含省略理由／說明)	頁碼
社會共好與藝文推廣			
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	5 社會共好 藝文推廣	P88
GRI 203：間接經濟衝擊 2016	203-1 基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	5.01 社會共好 5.02 藝文推廣	P89 P101

特定主題	揭露項目	對應章節	頁碼
資源循環利用			
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	5 環境永續	P114
GRI 201：經濟績效 2016	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	6.02氣候變遷因應	P119
GRI 301：物料 2016	301-1 所用物料的重量或體積	6.01資源循環與廢棄物管理	P117
	301-2使用回收再利用的物料	6.01資源循環與廢棄物管理	P117
GRI 305：排放 2016	305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放	6.03能源管理	P123
	305-2 能源間接（範疇二）溫室氣體排	6.03能源管理	P123
	305-4 溫室氣體排放強度	6.03能源管理	P123
GRI 306：廢棄物 2020	306-1 廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	6.01資源循環與廢棄物管理	P117
	306-2 廢棄物相關顯著衝擊之管理	6.01資源循環與廢棄物管理	P117
	306-3 廢棄物的產生	6.01資源循環與廢棄物管理	P117
	306-4 廢棄物的處置移轉	6.01資源循環與廢棄物管理	P118
	306-5 廢棄物的直接處置	6.01資源循環與廢棄物管理	P118

上市上櫃公司氣候相關資訊	對應章節(頁碼)	補充說明
1.敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理	6.02氣候變遷因應 P.119	-
2.敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務 短期、中期、長期	6.02氣候變遷因應 P.119	-
3.敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響	6.02氣候變遷因應 P.119	-
4.敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度	6.02氣候變遷因應 P.122	-
5.若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響	-	目前尚未使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性
6.若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標	-	目前尚無因應管理氣候相關風險之轉型計畫
7.若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎	-	目前尚未使用內部碳定價作為規劃工具
8.若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證 RECs) 以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源 及數量或 再生能源憑證 RECs) 數量	-	目前尚未設定氣候相關目標
9.溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫	6.03溫室氣體盤查P123	目前尚未有溫室氣體確信與減量目標、策略及具體行動計畫

附錄：外部認證



Certificate of Registration

INFORMATION SECURITY MANAGEMENT SYSTEM - ISO/IEC 27001:2022

This is to certify that: Eslite Spectrum Corporation
Rm. 7, 4F.
No. 88, Yanchang Rd.
Xinyi Dist.
Taipei City
110055
Taiwan

Holds Certificate No: **IS 725170**

and operates an Information Security Management System which complies with the requirements of ISO/IEC 27001:2022 for the following scope:

The provision of (1) development, operation and maintenance of Loyalty Management System; (2) operation and maintenance of Warehouse Management System and Electronic Commerce System, network infrastructure and server rooms management, and related supporting information processing activities within IT Operations Department, and Technology, Development Department, Cyber Security Technology Department, and Information Technology and Automation Department for Eslite Spectrum Corporation and Eslite Corporation.
This is in accordance with the Statement of Applicability, Eslite_ISMS-L2-13, version 5.0 dated 28 August 2024.

For and on behalf of BSI:


Michael Lam, Senior Vice President, APAC Assurance

Original Registration Date: 2018-05-08
Latest Revision Date: 2024-12-14

Effective Date: 2024-05-08
Expiry Date: 2027-05-07

Page: 1 of 2



...making excellence a habit.™

This certificate was issued electronically and remains the property of BSI and is bound by the conditions of contract.
An electronic certificate can be authenticated [online](#).
Printed copies can be validated at www.bsi-global.com/ClientDirectory or telephone +886 (02)2656-0333.
Taiwan Headquarters: 2nd Floor, No.37, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
A Member of the BSI Group of Companies.

Certificate No: **IS 725170**

Location	Registered Activities
Eslite Spectrum Corporation Rm. 7, 4F. No. 88, Yanchang Rd. Xinyi Dist. Taipei City 110055 Taiwan	The provision of (1) development, operation and maintenance of Loyalty Management System; (2) operation and maintenance of Electronic Commerce System, network infrastructure and server rooms management, and related supporting information processing activities within IT Operations Department, and Technology, Development Department, Cyber Security Technology Department, and Information Technology and Automation Department for Eslite Spectrum Corporation and Eslite Corporation.
Eslite Spectrum Corporation 8F. No. 35, Ln. 188, Ruiguang Rd. Neihu Dist. Taipei City 114062 Taiwan	The operation of server room management activities. (co-location)
Eslite Spectrum Corporation 2F. Building E., No. 65, Sec. 1, Shuangfu Rd. Pingzhen Dist. Taoyuan City 324011 Taiwan	The provision of operation and maintenance of Warehouse Management System, network infrastructure and server rooms management, and related supporting information processing activities within Information Technology and Automation Department for Eslite Spectrum Corporation and Eslite Corporation.

Original Registration Date: 2018-05-08
Latest Revision Date: 2024-12-14

Effective Date: 2024-05-08
Expiry Date: 2027-05-07

Page: 2 of 2

This certificate relates to the information security management system, and not to the products or services of the certified organisation. The certificate reference number, the mark of the certification body and/or the accreditation mark may not be shown on products or stated in documents regarding products or services. Promotion material, advertisements or other documents showing or referring to this certificate, the trademark of the certification body, or the accreditation mark, must comply with the intention of the certificate. The certificate does not of itself confer immunity on the certified organisation from legal obligations.

This certificate was issued electronically and remains the property of BSI and is bound by the conditions of contract.
An electronic certificate can be authenticated [online](#).
Printed copies can be validated at www.bsi-global.com/ClientDirectory or telephone +886 (02)2656-0333.

Taiwan Headquarters: 2nd Floor, No.37, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
A Member of the BSI Group of Companies.



安侯建業聯合會計師事務所
KPMG

台北市110615信義路5段7號68樓(台北101大樓)
68F., TAIPEI 101 TOWER, No. 7, Sec. 5,
Xinyi Road, Taipei City 110615, Taiwan (R.O.C.)

電話 Tel + 886 2 8101 6666
傳真 Fax + 886 2 8101 6667
網址 Web kpmg.com/tw

會計師有限確信報告

誠品生活股份有限公司 公鑒：

本會計師接受誠品生活股份有限公司（以下簡稱「誠品生活」）之委託，對誠品生活民國一一三年度網際網路購物包裝減量成果（以下簡稱「減量成果」）中所揭露之標的資訊（以下簡稱「確信標的資訊」）執行有限確信程序並出具報告。

確信標的資訊與適用基準

誠品生活依據環署基字第1121010684號公告發布之網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式之規定編製及揭露減量成果及其適用基準詳列於附件一。

管理階層之責任

誠品生活應設定減量成果，並依前述適用基準編製及允當表達民國一一三年度減量成果所涵蓋之確信標的資訊，且負責建立及維持與減量成果編製有關之必要內部控制，以確保減量成果所揭露之確信標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師係依據財團法人中華民國會計研究發展基金會（以下簡稱「基金會」）所發布之確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」規劃並執行工作，以對第二段所述之確信標的資訊是否存有重大不實表達出具有限確信報告。另，本會計師執行有限確信時，對與有限確信攸關之內部控制取得必要之瞭解，以設計當時情況下適當之有限確信程序，惟其目的並非對誠品生活公司民國一一三年度減量成果之相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信。

獨立性及品質管理規範

本會計師及所隸屬會計師事務所已遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行為。此外，本會計師所隸屬會計師事務所遵循品質管理準則，維持完備之品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

所執行程序之彙總說明

本會計師係針對第二段所述之確信標的資訊執行有限確信工作，主要執行之確信程序包括：

- 取得誠品生活民國一一三年度減量成果，並閱讀其內容；

~ 1 ~

KPMG, a Taiwan partnership and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.



- 訪談誠品生活管理階層及攸關員工，以瞭解用以蒐集及產出確信標的資訊之相關作業流程與資訊系統；
- 基於對上述事項所取得之瞭解，就減量成果揭露之標的資訊執行分析性程序，或於必要時檢視核對相關文件，以獲取足夠及適切之有限確信證據。

上述確信程序係基於本會計師之專業判斷，包括辨識確信標的資訊可能存有重大錯誤或不實表達之範圍並評估其潛在風險，設計足夠且適切之確信程序暨評估確信標的資訊之表達。本會計師相信此項確信工作可對本確信報告之結論提供合理之依據。惟本會計師對於有限確信案件風險之瞭解及考量低於對合理確信案件者，所執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小，因此有限確信案件中取得之確信程度明顯低於合理確信案件中取得者。

先天限制

誠品生活民國一一三年度減量成果內容涵蓋非財務資訊，對於該等資訊之揭露內容可能涉及誠品生活管理階層之重大判斷、假設與解釋，故不同利害關係人可能對於該等資訊有不同之解讀。

結論

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現第二段所述確信標的資訊有未依適用之基準編製而須作重大修正之情事。

其他事項

提報中央主管機關年度減量成果係誠品生活管理階層之責任，本確信報告出具後誠品生活對任何確信標的資訊或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

安侯建業聯合會計師事務所

會計師：

黃郁婷

事務所地址：台北市信義路五段七號六十八樓

民國一一四年三月三十一日

~1-1~

