

# 特力集團永續報告書

SUSTAINABILITY REPORT

# 2023

# 目錄 CONTENT

## 關於特力

- 2 年度亮點
- 3 董事長的話
- 4 企業概況
- 6 關於本報告書

## 永續價值與議題管理

- 7 永續價值創造
- 8 呼應聯合國永續發展目標
- 9 組織與實踐
- 10 重大性評估
- 12 利害關係人議合
- 13 重大議題管理績效
- 14 重大議題管理方針

## 策略執行 – 穩健經營

- 24 經濟績效
- 26 風險管理
- 31 公司治理

## 策略執行 – 責任供應鏈

- 38 合作基礎
- 39 風險評估與管理

## 策略執行 – 綠色產品及營運

- 44 綠色採購
- 46 綠色包裝
- 47 物流管理
- 48 綠色行銷
- 49 能源管理
- 51 廢棄物管理

## 策略執行 – 幸福企業

- 54 多元、平等與包容
- 56 全方位培力青年
- 58 人才培育與員工發展
- 61 人權保護與樂活工作
- 63 勞雇關係及員工參與
- 65 職業健康安全

## 策略執行 – 社會共榮

- 69 為健康安全把關
- 71 強調顧客服務
- 76 保護顧客隱私
- 77 積極社會參與

## 附錄

- 82 確信項目彙總表及確信報告
- 84 GRI 準則對照索引表
- 86 永續會計準則 (SASB) 對照表
- 86 TCFD 及氣候相關資訊索引表

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

# ▶▶▶ 2023 年度亮點

特力集團持續在 2023 年達成許多卓越的永續成就，展現我們致力永續發展的決心與努力，以回應各利害關係人對我們的期待。

(E) 環境 (S) 社會 (G) 治理



<p><b>循環經濟</b> <b>積極貢獻之供應商</b> 特力連續四年獲 Walmart 永續專案 Project Gigaton : Giga-Guru 肯定</p>						<p><b>零碳標竿</b> <b>推廣節能生活</b> 特力屋士林店獲頒 2023 年臺北市零碳標竿獎</p>		<p><b>低碳商場</b> <b>綠色商店</b> 特力屋獲澎湖縣及桃園縣政府頒發綠色商店績優廠商</p>		<p><b>綠色消費</b> <b>+19.5%</b> 特力屋零售綠色標章商品品項數成長 鼓勵消費者進行綠色消費</p>		<p><b>綠色物流</b> <b>-2,341.36 噸</b> 2023 年越庫作業為特力物流運輸減少碳排放量</p>		<p><b>循環經濟</b> <b>+14.4%</b> 鼓勵回收舊式燈泡及乾電池回收數量分別成長 14.7%、14.4% 活動價值增長 14.4%</p>			
<p><b>職場永續</b> <b>健康與安全</b> 特力榮獲職安署頒發職業健康與安全指標績優企業</p>			<p><b>客戶服務</b> <b>92.8%</b> 2023 年特力屋及 HOLA 平均滿意度達 92.8% 忠誠水平逾九成</p>			<p><b>多元平等</b> <b>47%</b> 女性員工管理職佔所有員工管理職的 40.7% 總部員工管理職女性佔比達 47%</p>			<p><b>人才培育</b> <b>14.8</b> 2023 年員工全年平均學習時數為 14.8 小時 平均滿意度 94 分</p>			<p><b>社區關懷</b> <b>回饋鄉里 防災合作</b> 響應防災政策 新北市政府表揚特力屋防災績優企業</p>					
<p><b>廉潔承諾</b> <b>100%</b> 全體員工 / 供應商皆完成廉潔承諾書簽署</p>		<p><b>責任管理</b> <b>100%</b> 落實供應商評估制度 要求善盡 ESG 管理責任</p>		<p><b>經濟績效</b> <b>百大服務企業</b> 2023 年天下雜誌二千大調查：特力名列服務業第 55、貿易類第一</p>		<p><b>個資保護</b> <b>管理績優</b> 特力通過《dp.mark》更新驗證 取得 ISO27001 資訊安全認證</p>		<p><b>資訊透明</b> <b>永續報告銀獎</b> 特力集團獲第十六屆 TCSA 永續報告獎貿易百貨類銀獎</p>									
<p><b>降低包裝對環境的衝擊</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 創意研展團隊開發環保包裝，獲國際肯定。</li> <li>✓ 訂定綠色包裝規範</li> <li>✓ 執行降 PVC 政策</li> <li>✓ 規範網際網路商品包裝材料及重量</li> </ul>			<p><b>照顧員工</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 提供員工身心健康照顧措施</li> <li>✓ 招募及培育政策符合人權條款，平等、不歧視。</li> <li>✓ 雇用原住民、身心障礙者、中高齡族群</li> <li>✓ 進行滿意度或意見調查</li> <li>✓ 多面向協助年輕世代發展職涯</li> </ul>			<p><b>永續治理</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 董事及高階主管參與公司治理及永續發展委員會</li> <li>✓ 公司治理及永續發展執行委員會領導跨組織管理代表完成各項任務</li> <li>✓ 委員會定期向董事會報告</li> <li>✓ 舉辦董事會永續發展群體智識進修課程</li> </ul>			<p><b>攜手供應鏈</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 執行供應商現場稽核</li> <li>✓ 輔導供應商完成永續作為</li> <li>✓ 舉辦供應商大會、相互交流</li> <li>✓ 與供應商合作進行永續專案</li> </ul>								
<p><b>零碳經濟</b> <b>參與台灣首批碳權交易</b> 迎接國際減碳浪潮 特力集團 </p>						<p><b>永續創新</b> <b>+1 座</b> 再獲德國 iF Design Award 包裝設計獎</p>						<p><b>環境友善</b> <b>GOOD DESIGN AWARD</b> 可負擔的永續 HOLA REAL 洗劑系列榮獲日本 GOOD DESIGN AWARD 及金點設計獎 雙重肯定</p>					

## 關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 董事長的話

## 重視永續，贏得信任

特力集團董事長

李永秋



走入後疫情時代，經濟活動逐漸回歸，但世界早已變化萬千；俄烏戰爭、原物料價格上漲、通膨壓力、各國大幅升息、人才短缺、地緣政治等利空因素，對全球產業發展及企業經營，都帶來相當程度的挑戰。接下來，誰能走得遠？除了勇氣與耐力，重視永續的企業文化，更是贏得別人信任、持續站穩市場的基石。

企業想要成功，需要有能力與許多人合作，不可能單打獨鬥；尤其在這個快速變遷的時代，專業硬實力已演進到既廣又深，過往的經驗早已無法適用於現在這個多元社會，因此必須結合有共同價值觀、相互信任的各領域專家，發揮協作成果，才能達成多贏。

自多年前，特力即要求員工及供應商全面落實誠信廉潔；供應商須認同特力永續經營的理念與準則，以此為建立長期夥伴關係的基礎。特力並保障各地區員工之合法權益，尊重勞動人權，杜絕任何差別待遇與侵犯人權的行為，亦建構完整的職涯發展計畫和績效考核、升遷制度，鼓勵員工積極成長。這些有意義的作為，呼應特力對永續治理的堅持，深化彼此的信任。

謹慎回應、管理風險，包括嚴重性越來越顯著的氣候風險，也是贏得信任的關鍵要素。市場上不乏企業經營者為了追求利潤而忽略風險，但很少消費者或合作夥伴會願意因此而受到牽連，甚至造成損害。近來不少個資侵入案件、食品安全事件等，皆不斷提醒各大企業，沒有永續信念就會失去信任、失去繼續攜手成長的機會。所以，特力分別從不同層面建立風險管理機制，以有效辨識、衡量及控制公司各項風險，支持公司走得穩、走得長。

特力自我期許以負責任的態度面對永續議題，訂定策略、目標、行動計畫且不斷檢視、改善等，皆納入我們的管理方針。特力貿易長期響應 Walmart 永續專案 Project Gigaton，連續四年獲得 Giga-Guru 肯定（積極貢獻之供應商）；特力零售事業則大幅增加綠色標章商品品項數，2023 年成長率達 19.5%，帶領消費者走向綠色生活；特力提供全員平等機會，培育多元人才不遺餘力，2023 年女性員工管理職佔所有管理職的 40.7%，總部員工管理職女性佔比達 47%；社區管家投入逾 5,500 人次舉辦的 3,879 場社區服務活動，成為維護社區安全舒適的重要力量。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 企業概況

### 領導居家產業發展

- 專注經營、投資居家產業逾 45 年，深耕全球大型零售企業。
- 亞太頂尖專業貿易商，首家在台上市貿易公司。
- 台灣最大家居家飾通路業者，引領產業發展。
- 領先全球化經營，供應鏈佈局橫跨歐美亞洲。
- 屹立台灣百大服務企業 37 年

### 2023 年財務績效

- 集團合併營收：新台幣 354.1 億元
- 貿易事業營收：新台幣 188.1 億元
- 貿易出貨量：新台幣 268.9 億元
- 零售事業營收：新台幣 139.9 億元

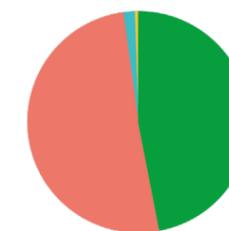
### 組織規模及服務

- 公司全名：特力股份有限公司 ( 股票代碼：2908)
- 員工人數：全集團 3,922 人
- 創立時間：1978 年 8 月 10 日
- 董事長：李麗秋
- 總部位置：台北市內湖區新湖三路 23 號 6 樓
- 資本額：新台幣 50.99 億元
- 主要產品及服務：貿易事業、零售通路、營建機電、物流倉儲、電子商務

註 1：上述資訊截至 2023 年 12 月 31 日  
 註 2：特力集團概述及發展歷程，請掃描 QR Code 詳閱。



產品及服務主要銷售地區 ( 單位：新台幣\_百萬元 )

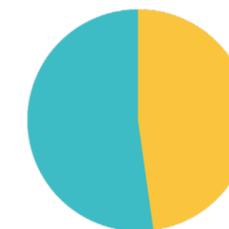


地區別	2023 年金額	佔比
亞洲	16,653	47.0%
美洲	18,041	51.0%
歐洲	593	1.7%
澳洲及其他地區	123	0.3%

全球佈局 在 8 個國家 / 地區，設立 12 個營運據點、5 座物流中心。



產品及服務內外銷佔比 ( 單位：新台幣\_百萬元 )



地區別	2023 年金額	佔比
內銷	16,908	47.8%
外銷	18,503	52.2%

註：財務資訊來源為特力 ( 股 ) 公司 2023 年度年報

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

### 貿易事業

模組化專業服務，創新整合、靈活客製、一站滿足



### 服務價值鏈



## 關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 零售事業

## 發展策略

- 強化客戶體驗，促進健康居家生活。
- 發展社區店，貼近客戶生活圈。
- 整合線上線下，發展通路品牌。
- 引進國際品牌，開創聯名商機。

## 台灣零售門店數 (截至：2023 年 12 月 31 日)



• 特力屋：27



• HOLA：27



• 特力屋 - 社區店：35



• hoi! 好好生活：10

## 服務價值鏈



## 關於本報告書

本報告書係特力集團 (以下簡稱為「特力」) 第九次發行之永續報告書，歡迎閱覽及提供回饋。

## • 指引與準則

內容係參照全球永續性報告書協會 (Global Reporting Initiatives, GRI) 發布之 GRI 永續報告準則 2021(GRI Sustainability Reporting Standards 2021) 及臺灣證券交易所發布之「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」進行編製。亦符合永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 之 Multiline and Specialty Retailers & Distributors 產業揭露主題及國際金融穩定委員會 (Financial Stability Board, FSB) 發佈之 Final Report: Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures(TCFD) 進行揭露。

## • 報告時間

本報告書揭露 2023 年 (自 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日止) 年度 E(環境)S(社會)G(公司治理)之相關績效。部份內容之前期數字，業依最近年度之衡量方式及範疇進行調整，俾便與本年度報告書內容比較，揭露以本年度報告書為準。

## • 報告邊界與範疇

本報告書邊界以特力集團旗下的特力股份有限公司、特力屋股份有限公司及特力屋室內裝修設計股份有限公司為主，包括集團總部、楊梅物流中心及零售門店。其中，特力屋股份有限公司以台灣主要自有零售通路為本次揭露範疇核心，包含特力屋及 HOLA 和樂家居。

本年度報告書擬定透過「以家為本」為主軸，呈現特力集團在公司治理 (含經濟)、社會、人群 (含人權)、環境等面向之執行績效。預計在未來的報告中逐步納入其他關係企業數據，以具體呈現特力集團落實 ESG 的完整資訊

## • 報告書內部管理

本報告書中的財務績效部分為經會計師簽證後之公開發表資訊，所有財務數字以新台幣為計算單位。本公司 2013 年起之財務數據皆採用國際財務報導準則 (IFRS)。其他數據係由內部自行盤查與統計結果，而環境績效採用之計算和估計基礎，來自政府公開資訊並自行計算而得。

## • 內部稽核

1. 本報告書所揭露之數據或資料，係由各權責部門提供，並由各部門主管檢視內容之正確性。
2. 送呈公司治理及永續發展委員會審閱後核定
3. 每年向董事會報告企業永續發展年度執行成果

## • 外部認證

財務數據：勤業眾信聯合會計師事務所 (Deloitte & Touche)  
 永續數據：資誠聯合會計師事務所 (PWC 依照確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」出具有限確信報告)

## • 發行時間

特力集團以每年定期發行一次為目標，並於本公司網站 (www.testritegroup.com) 中揭露，包括中文及英文版本。  
 上一發行版本：2023 年 6 月 (中文)、9 月 (英文) 發行  
 現行發行版本：2024 年 6 月 (中文)、9 月 (英文) 發行  
 下一發行版本：預計 2025 年 6 月 (中文)、9 月 (英文) 發行

## • 本報告書聯絡單位

特力集團 (Test Rite Group)  
 公司治理及永續發展執行委員會  
 地址：台北市內湖區新湖三路 23 號 6 樓  
 電話：(02) 8791-5122  
 Email：penny.chang@testritegroup.com  
 公司網址：www.testritegroup.com  
 永續網頁請掃描 QR Code



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

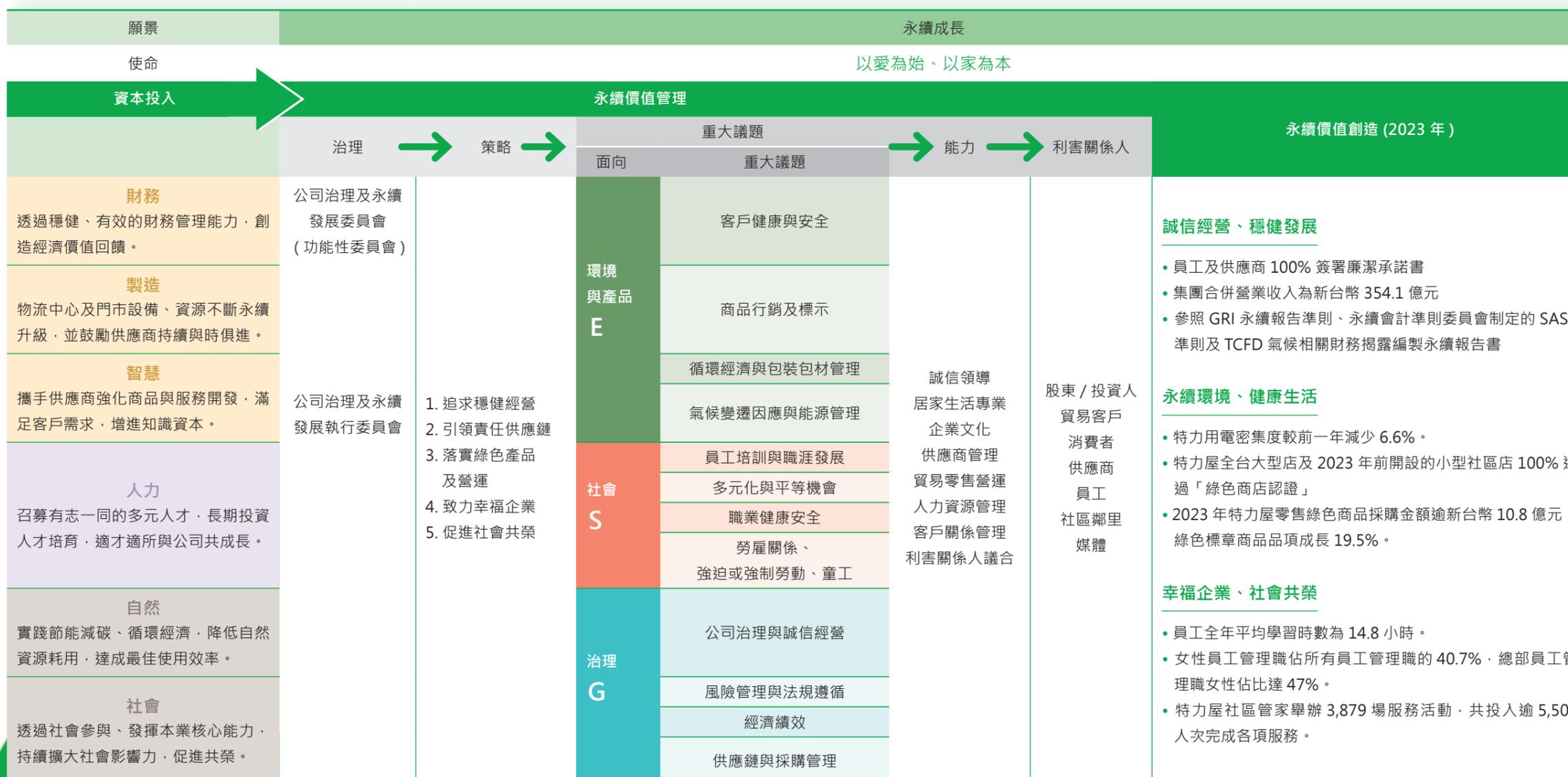
幸福企業

社會共榮

附錄

## 永續價值創造

特力集團四十多年來經營的是「家」的產業。我們從一個小小的五金工具貿易商一路走來，發展成佈局全球的貿易零售集團。不變的是，我們以「家」為中心，從家具家飾、DIY 工具到居家修繕或營建電機，家的大小事都是特力的事。在永續成長的願景引領下，特力致力落實五大永續策略，進而創造影響力不斷擴大的永續價值。



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 呼應聯合國永續發展目標 (SDGs)

在創造企業永續競爭力的同時，特力以自身產業特性與優勢支持永續發展目標，積極回應 SDGs 17 項目標的精神與理念，不僅展現我們實踐永續發展的決心，亦透過與利害關係人的議合，擴大影響力。

### SDGs 評估 & 管理流程



辨識影響、確認現狀



確認關鍵機會、  
評估資源及優先順序



採取行動、追蹤調整

面向	特力策略	回應 SDGs	行動	頁碼
環境與產品 E	落實綠色產品及營運	7 8 11 12 13	開發環境友善的綠色商品	P.44~45
			實踐綠色包裝、符合國際標準	P.46
			邀請消費者及供應商優化能源管理	P.49~50
			減少資源消耗、鼓勵回收與再利用	P.51~52
社會 S	致力幸福企業	3 4 5 8 10	促進多元融合、確保機會平等	P.54~55
			培育新世代及國際、跨領域人才	P.56~57
			建立終身學習、追求高績效文化與機制	P.58~60
社會 S	促進社會共榮	3 4 8 11	創造重視人權、身心健康的工作環境	P.61~62
			照顧客戶的健康	P.69~70
			為減少弱勢貧困、失學貢獻己力	P.76~79
			支持、提升合宜的學習環境	P.81~82
治理 G	追求穩健經營	8 13	關懷、解決社區居家議題	P.80
			追求包容及永續的經濟成長	P.37~42
			創新發展、創造優質就業機會	P.24~25, P.56~58
			落實誠信、透明的公司治理	P.31~36
治理 G	引領責任供應鏈	3 4 7 8 10 12 17	建立完整風險管理系統	P.26~30
			建立全球夥伴關係、促進交流合作	P.37~42
			制訂供應商永續行為準則及具體管控措施	P.38~39
			管控供應商永續風險、建立輔導機制	P.39~42
			攜手供應商善盡永續責任、確保永續生產模式	P.44~45, P.69~70

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 組織與實踐

特力成立「公司治理及永續發展委員會」，負責推動永續經營管理，董事長李麗秋擔任召集人及主席，每年至少開會二次並向董事會報告，由董事會督導特力永續發展之策略與成果，及永續報告書資訊揭露情況。

特力於 2012 年成立「企業社會責任委員會」，由集團總經理擔任主任委員，集團各事業部門相關主管出任委員。為加強推動永續經營管理，特力於 2022 年 11 月將「企業社會責任委員會」改組為「公司治理及永續發展委員會」，並經董事會通過提升為功能性委員會，由 4 位獨立董事（賴永吉、劉廷揚、黃心賢、李逸川）、董事長李麗秋及執行副總經理石有儀、營運長何采容等高階經理人組成。

為確保永續行動有效管理，特力另設有「公司治理及永續發展執行委員會」，由總經理擔任主任委員並指派高階經理人擔任副主任委員（中欣實業總經理謝有全）及環境永續、社會共榮、公司治理小組組長（分別為中欣實業總經理謝有全、特力集團公關總監沈汝康、特力公司治理主管林素玲），領導各委員（跨組織管理代表）及其指派之小組成員完成各相關任務與因應措施。

整體而言，公司治理及永續發展委員會主要審議事項包括：

- 一、制定公司治理及永續發展之願景、政策及目標，並擬定公司治理及永續發展之相關管理方針及具體推動計畫。

二、辨識及評估公司治理及永續發展相關議題的風險和機會，及決定因應策略。

三、督導公司治理及永續發展執行情形與成效之追蹤、檢視與修訂。

四、審查並修訂本公司永續發展實務守則、公司治理守則、風險管理辦法、永續報告書等。

五、其他經董事會決議由本委員會辦理之事項。



願景與目標



風險與機會



督導與檢視



審查與修訂



### 2023 年特力集團永續治理主要精進作為 / 永續教育

性質	內容	提報董事會	具體執行
溫室氣體盤查及查證	「溫室氣體盤查及查證」第一季執行進度報告	2023 年 03 月	✓
溫室氣體盤查及查證	「溫室氣體盤查及查證」第二季執行進度報告	2023 年 05 月	✓
溫室氣體盤查及查證	「溫室氣體盤查及查證」第三季執行進度報告及特力集團永續報告書發行報告	2023 年 08 月	✓
風險管理	本公司董事責任險投保報告	2023 年 08 月	✓
溫室氣體盤查及查證	碳盤查教育訓練、重大性主題工作	2023 年 08 月	✓
誠信經營	誠信經營政策與防範方案之監督執行報告	2023 年 11 月	✓
風險管理	資通安全風險管理執行狀況報告	2023 年 11 月	✓
風險管理	本公司智慧財產管理計畫及執行情形報告	2023 年 12 月	✓
風險管理	風險管理執行進度報告。	2023 年 12 月	✓
公司治理	通過本公司高階管理階層接班計畫案。	2023 年 12 月	✓
公司治理	通過本公司董事成員接班計畫案	2023 年 12 月	✓
公司治理	通過本公司委任簽證會計師事務所提供非確信服務清單討論案	2023 年 12 月	✓
公司治理	通過本公司簽證會計師獨立性、適任性評估及委任案	2023 年 12 月	✓
溫室氣體盤查及查證	「溫室氣體盤查及查證」第四季執行進度報告	2023 年 12 月	✓

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 重大性評估

特力通過各類管道與我們的利害關係人溝通，將其關注的議題彙整，並依循永續性脈絡、重大性、完整性及利害關係人包容性，評估主要利害關係人重大考量面，並進行衝擊評估。

為實踐永續並因應國際發展趨勢，2023 年本公司自 GRI 準則主題、TCFD 指南、SASB 指標和國內外同業關注議題中，就特力集團之情形，以及與特力之相關性、收集同產業標竿企業資訊進行辨識，藉由內外部討論，採交集方式鑑別出產業中具共通性之 17 項主題。

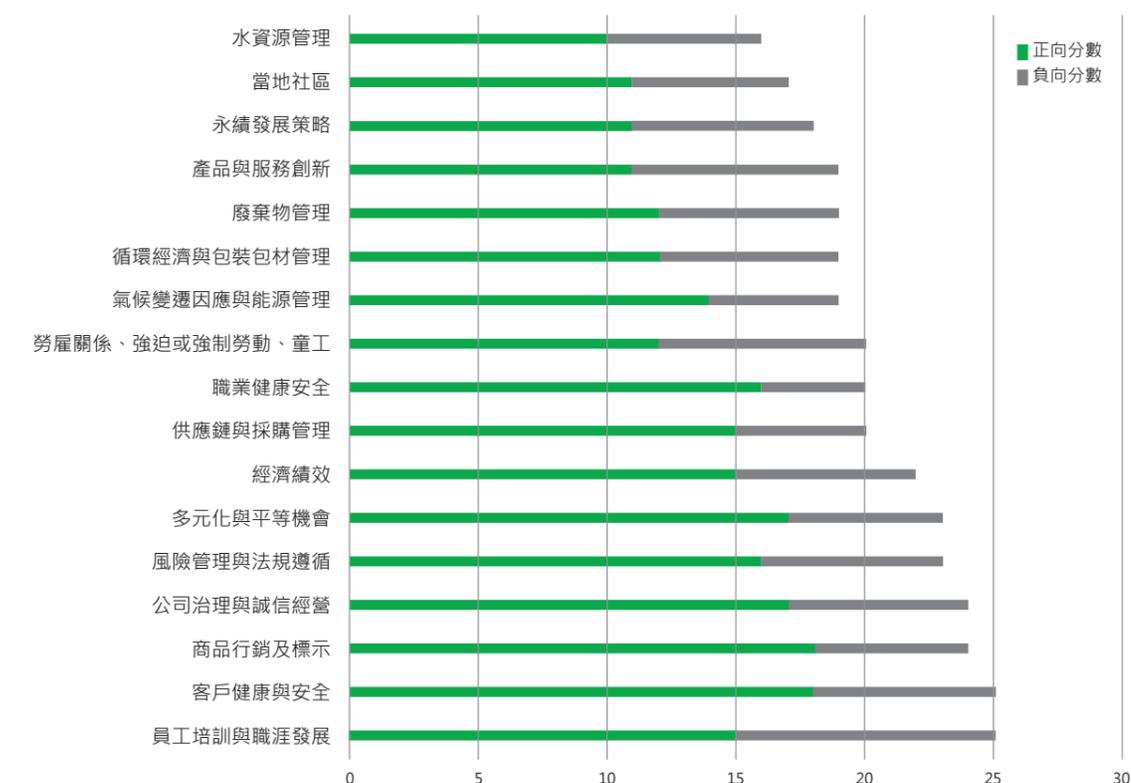
特力以問卷或訪談方式，共取得 121 份重要外部利害關係人有效問卷，了解利害關係人的看法及關注議題，分析議題關注程度，包括股東/投資人(5 份)、客戶(21 份)、消費者(36 份)、供應商/承攬商(28 份)、員工(29 份)、其他(2 份)等。我們將其關注的議題彙整，並依循永續性脈絡、重大性、完整性及利害關係人包

容性，評估主要利害關係人以及重大考量面，同時透過整合最新年度國內外標竿企業及貿易零售產業相關研究報告，鑑別出應新增之重大議題的利害關係人關注程度。

再依重要外部利害關係人關注議題順序排列結果，發放內部衝擊度問卷 110 份，考量議題正負面發生的可能性機率及影響特力嚴重程度大小進行評分加總後，由特力集團公司治理及永續發展執行委員會與各工作小組，確認與篩選 2023 年的 12 項重大議題。

重點	流程	說明
鑑別與評估	① 鑑別利害關係人	7 大利害關係人 17 個關注議題
	② 了解永續的組織脈絡	利害關係人議合 (P.12)
	③ 鑑別實際與潛在衝擊	10 項 SDGs 12 個重大關注議題
	④ 評估衝擊顯著性	3 4 5 7 8 10 11 12 13 17
確認與檢視	⑤ 完整性、包容性	12 個重大議題 重大議題分析與說明 (P.11)
	⑥ 持續檢視	GRI/SASB

2023 特力集團關注議題衝擊評估結果 (按照分數排名)



關於特力

## 永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 2023 年特力集團重大議題分析及調整說明

面向	重大議題	對應 GRI	相關 SASB 主題	營運重要性及風險分析						回應 / 頁碼	年度差異
				創新	財務	環境	客戶滿意	法遵	其他風險		
環境與產品 E	客戶健康與安全	GRI 416			■		■	■		社會共榮 _P.69	
	商品行銷與標示	GRI 417, GRI 417-1, GRI 417-2	產品採購、包裝和行銷		■		■	■		社會共榮 _P.70	
	循環經濟與包裝包材管理	GRI 301				■		■		綠色產品及營運 _ P.46	排名調整↑
	氣候變遷因應與能源管理	GRI 302, GRI 305, TCFD	能源管理		■	■			■	穩健經營 _ P.28 綠色產品及營運 _ P.49	排名調整↑
社會 S	員工培訓與職涯發展	GRI 404		■			■	■	■	幸福企業 _ P.58	
	多元化與平等機會	GRI 405, GRI 406	勞動力多元與包容性	■				■	■	幸福企業 _ P.54	排名調整↑
	職業健康安全	GRI 403						■	■	幸福企業 _ P.65	排名調整↑
	勞雇關係、強迫或強制勞動、童工	GRI 401, GRI 402	勞工權益	■				■	■	幸福企業 _ P.61	排名調整↑
治理 G	公司治理與誠信經營	GRI 2-9~2-21, GRI 205			■		■	■		穩健經營 _ P.31	排名調整↑
	風險管理與法規遵循	GRI 2-27, GRI 416-2, GRI 417-2~3	資料安全		■		■	■		穩健經營 _ P.26, P.35	排名調整↑
	經濟績效	GRI 201		■	■				■	穩健經營 _ P.24	排名調整↑
	供應鏈與採購管理	GRI 204, GRI 308, GRI 414		■	■	■	■			責任供應鏈 _ P.37 綠色產品及營運 _ P.44	排名調整↑

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 利害關係人議合

企業與利害關係人的交流與溝通，是落實永續發展的基礎，特力集團重視利害關係人的意見，持續透過與利害關係人溝通及議合，掌握所關注的永續議題及鑑別特力的重大議題，並結合特力的永續願景及執行架構，發展我們的永續策略，進而實現價值創造，以符合利害關係人期望。

依照特力的業務型態，主要的利害關係人分為七類，包括：股東/投資人、貿易客戶、消費者、供應商、員工、社區鄰里、媒體等。特力秉持透明公開的精神，以多元溝通管道揭露資訊與收集意見，確保與利害關係人溝通能獲得有效且良好之成果。為了建立暢通的利害關係人溝通管道，我們透過附表所列方式，增進雙方的了解。

利害關係人溝通策略

透明	多元	包容	持續
公開透明的溝通與資訊揭露	建立多元暢通的溝通管道	尊重不同的價值觀與看法	不斷斷、有意義的溝通

利害關係人	意義 / 重要性	關注議題	議合方法 / 頻率	2023 年議合情形
股東 / 投資人	股東 / 投資人是特力的投資者，他們的支持會影響公司資金的穩定度。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 經濟績效</li> <li>● 公司治理與誠信經營</li> <li>● 職業健康安全</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 股東會 (每年)</li> <li>● 網站投資人專區 (不定期)</li> <li>● 電話或投資人關係信箱 / 股務信箱 (即時)</li> <li>● 公開資訊觀測站 (不定期)</li> <li>● 法說會 (每年)</li> <li>● 年報 (每年)</li> <li>● 財報 (定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 召開 1 次股東會</li> <li>● 召開 1 次法說會</li> <li>● 股東及投資人不定時以電話提問皆全數回覆</li> <li>● 召開 8 次董事會</li> <li>● 發佈 16 次新聞稿</li> </ul>
貿易客戶	貿易是特力兩大業務之一，與貿易客戶的長期穩固關係，是影響貿易營收的重要因素。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 員工多元化與平等機會</li> <li>● 公司治理與誠信經營</li> <li>● 經濟績效</li> <li>● 客戶健康與安全</li> <li>● 商品行銷及標示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Email、電話 (即時)</li> <li>● 面對面 / 視訊會議 (不定期)</li> <li>● 客戶產品開發會議 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 舉行海外客戶產品開發 (視訊) 會議 212 次以上</li> <li>● 實體客戶 / Buying trips 57 次以上</li> </ul>
消費者	消費者是零售業務的主要銷售對象，他們對企業的偏好度與忠誠度，直接影響業績。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 產品與服務創新</li> <li>● 客戶健康與安全</li> <li>● 公司治理與誠信經營</li> <li>● 永續發展策略</li> <li>● 商品行銷及標示</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 型錄、EDM (不定期)</li> <li>● 傳統媒體 (不定期)</li> <li>● 電話、Email (即時)</li> <li>● 顧客滿意度調查、顧客意見單 (交易後)</li> <li>● 客服中心 (即時)</li> <li>● 簡訊、網站 (不定期)</li> <li>● 社群媒體 (不定期)</li> <li>● 店端服務 (即時)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 只要顧客有消費，公司即會發送顧客滿意度調查問卷。</li> <li>● 特力屋、HOLA 收到的客戶意見反映皆全數回覆</li> <li>● 特力屋透過社群媒體發佈 252 則以上資訊</li> <li>● HOLA 透過社群媒體發佈 411 則資訊</li> </ul>
供應商	供應商是貿易與零售主要商品來源，有良好的供應商關係，才能確保優質商品與服務。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 供應鏈與採購管理</li> <li>● 經濟績效</li> <li>● 商品行銷及標示</li> <li>● 風險管理與法規遵循</li> <li>● 永續發展策略</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 電話、Email (即時)</li> <li>● 社群媒體 (即時)</li> <li>● 業務 (視訊) 會議 (不定期)</li> <li>● 驗廠 (不定期)</li> <li>● 供應商大會 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 特力貿易完成 329 家供應商驗廠評估</li> <li>● 特力屋零售完成 269 家供應商驗廠評估</li> <li>● 在越南舉行供應商大會</li> </ul>
員工	特力是服務業，有熱情服務的員工，才能創造企業的永續經營。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 員工培訓與職涯發展</li> <li>● 客戶健康與安全</li> <li>● 商品行銷及標示</li> <li>● 產品與服務創新</li> <li>● 公司治理與誠信經營</li> <li>● 風險管理與法規遵循</li> <li>● 員工多元化與平等機會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 績效面談 (每年 2 次)</li> <li>● 董事長的信、EIP 公告 (不定期)</li> <li>● 員工關係各項活動 (不定期)</li> <li>● EAP 員工生活協助方案 (依個人需求)</li> <li>● 員工座談會 (不定期)</li> <li>● 員工意見信箱與申訴專線 (不定期)</li> <li>● 福委會、職安衛委員會 (每季)</li> <li>● 內部刊物 (每月)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 召開 4 次勞資會議</li> <li>● 召開 4 次福委會會議</li> <li>● 完成績效考核及面談作業 3,644 人</li> <li>● 完成新人簽署及宣導誠信經營守則及性騷擾防治，公司全體同仁完成電子或紙本簽署率達 100%</li> <li>● 員工意見專用電子信箱共收受及處理 6 則意見</li> </ul>
社區鄰里	特力在全台各縣市幾乎都有零售門店，好的社區鄰里關係，是在地深耕、企業回饋社會的重要環節。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 客戶健康與安全</li> <li>● 顧客滿意度與行銷溝通</li> <li>● 客戶隱私</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 志工日 (不定期)</li> <li>● 社區服務 (不定期)</li> <li>● 公司網站、媒體 (不定期)</li> <li>● 緊急事件服務 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在全台共舉辦 3,879 場社區活動</li> <li>● 設 58 位社區管家，與近 7,068 個社區住戶進行不定期溝通。</li> </ul>
媒體	透過媒體的傳播，使社會大眾更了解特力的企業發展、企業活動以及緊急事件之應變措施。	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 產品與服務創新</li> <li>● 法規遵循</li> <li>● 經濟績效</li> <li>● 顧客滿意度與行銷溝通</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新聞稿、報章雜誌報導、媒體採訪 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 發佈 50 則以上新聞稿</li> <li>● 平面媒體報導 1,078 則以上</li> <li>● 電視台採訪 46 次以上</li> <li>● 大型媒體活動 2 次以上</li> </ul>

### 溝通成果

- 在 ESG 議題備受關注的情況下，越來越多企業出現「碳焦慮」及難以確認如何有效轉型，不少特力供應商也反映面臨資源的問題。因此特力透過輔導，協助供應商了解如何節能減碳，並藉由特力集團在居家產業的領導地位，攜手第一銀行推出「e 起動起來 ESG 永續供應鏈金融合作」，由第一銀行提供優惠利率融資專案，支持企業低碳轉型。
- 疫情結束後，媒體及消費者多次回饋期待有更多體驗活動可以參與，故零售通路採購及行銷相關部門積極回應，推出相對應的商品與服務，如特力屋手創空間課程及各類型免費講座體驗課程，如：電動工具講座、淨水體驗講座、油漆壁癌 DIY 講座、收納講座等、HOLA 推出 SNOW TOUCH 冰紗車等，滿足大眾走進線下的體驗需求。
- 為了解員工對於績效管理的滿意度，特力每年定期針對績效管理進行問卷調查，已連續三年超過 97% 員工有安排與主管的績效面談，且高達 99% 的員工表示透過績效面談，主管能提供具體的回饋與發展建議。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

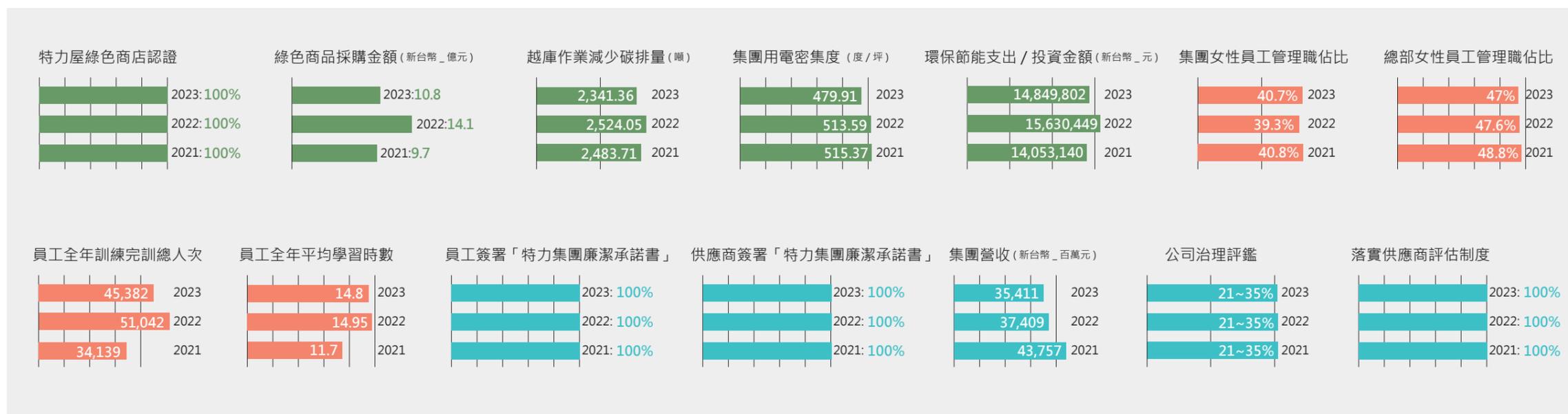
附錄

## 2023 年特力集團重大議題管理績效

特力集團依據公司願景、國際指標及產業特性，為永續發展訂定因應策略及目標，並定期檢視績效達成情形，必要時調整相應之管理方針。

面向	重大議題	對應 SDGs	2023 重要管理指標	達成情形	管理方針
環境 與產品 E	客戶健康與安全		特力屋門市 100% 取得綠色商店認證	☑	詳見 P.17
	商品行銷與標示		特力屋零售綠色商品採購金額達新台幣 10 億元以上	☑	詳見 P.14
	循環經濟與包裝包材管理	7 8 11 12 13	越庫 (XD) 作業為特力物流運輸減少 2,000 噸以上碳排放量	☑	詳見 P.15
	氣候變遷因應與能源管理		用電密集度較前一年減少 4% 以上	☑	詳見 P.16
社會 S	多元化與平等機會		集團及總部女性員工管理職佔比達 40%	☑	詳見 P.18
	員工培訓與職涯發展		員工全年訓練完訓總人次 ≥ 50,000 人次	⊕	詳見 P.18
	職業健康安全	3 4 5 8 10 11	員工全年平均學習時數達 ≥ 14 小時	☑	詳見 P.19
	勞雇關係、強迫或強制勞動、童工		舉辦 4 場勞資會議，謹遵公司人權政策。	☑	詳見 P.19
治理 G	公司治理與誠信經營		員工 / 供應商 100% 簽署「特力集團廉潔承諾書」	☑	詳見 P.20
	經濟績效	3 4 7 8 10 12 13 17	全年營收突破新台幣 400 億元	⊕	詳見 P.20
	風險管理與法規遵循		公司治理評鑑達 21%~35%	☑	詳見 P.21
	供應鏈與採購管理		100% 落實供應商評估制度	☑	詳見 P.22

(☑：達成目標 · ⊕：達成率 >95% · ⊕：績效下滑)



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 2023 年特力集團重大議題管理方針

重大議題	商品行銷及標示					
對應之重大主題	行銷與標示					
衝擊邊界	組織內	組織外				
	公司 / 員工	股東	貿易客戶 / 消費者	社區鄰里	供應商	媒體
	☑		☑		☑	
揭露項目	GRI 3-3, GRI 417-1, GRI 417-2					
意義 / 衝擊	特力的產品 / 服務資訊標示若清楚正確且符合法規要求，對於消費者辨識永續綠色產品會有很大助益。但若未有相關標示或標示不合規，便可能誤導消費者，甚至遭受主管機關懲處。					
組織政策	執行各項產品及服務之行銷與標示，須符合當地法規要求，達成鼓勵綠色消費、逐步落實綠色通路的目標。					
權責單位	商品管理部、供應鏈品質管理部、零售通路行銷單位					
投入資源	QAQC(品質管控)定期抽檢商品標示；行銷部門投入資源加強對外宣導					
申訴機制	顧客意見調查表；顧客滿意度調查；零售通路購物網「聯絡客服」載明之各聯絡管道。					

管理目標		行動計畫		2023 管理績效
短期目標	● 特力屋門市 100% 取得綠色商店認證	正面衝擊管理	● 銷售之商品力求包裝、門市展示清楚標示及認證標章並符合商標法。 ● 結合以節能、低碳、健康及環保為主題的行銷推廣。	● 特力屋全台大型店及 2023 年前開設的小型社區店 100% 通過「綠色商店認證」
	● 100% 清楚標示及符合法規要求的商品資訊			
中長期目標	● 綠色商品零售行銷推廣累計觸及人數達 116 萬人次 / 年	● 100% 清楚標示及符合法規要求的商品資訊	● QAQC 定期抽檢商品標示，確保認證商品符合商品標示法。 ● 系統控管商品標示效期，若有效期逾期狀況會通知採購人員，立即更新認證。	● 2023 年有四件違反商品標示法規事件，皆立刻要求廠商改正標示或下架停止販售，未產生重大影響。
	● 特力屋門市 100% 取得綠色商店認證			● 2023 年綠色商品零售行銷推廣累計觸及人數逾 413.1 萬人次 / 年
	● 綠色商品零售行銷推廣加總累計觸及人數達 240 萬人次 / 年			

(短期：≤ 2024 年，中長期：2025~2027 年)

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 2023 年特力集團重大議題管理方針

重大議題	循環經濟與包裝包材管理					
對應之重大主題	物料					
衝擊邊界	組織內	組織外				
	公司 / 員工	股東	貿易客戶 / 消費者	社區鄰里	供應商	媒體
	☑	☑	☑		☑	
揭露項目	GRI 3-3、GRI 301-2					
意義 / 衝擊	簡化包裝包材、減少廢棄物、善用再生原物料以創造循環經濟，是全球零售業面對環境污染的共同議題，各國政府亦制訂相關法規，引導業者加速轉型。					
組織政策	針對自有品牌商品，要求在開發階段就將環保概念融入設計中，包括採取環境友善商品設計、使用環保包材、簡化包裝、平整包裝以節省運輸耗能等。					
權責單位	商品管理部					
投入資源	開發替代材質人力、開發新供應商人力					
申訴機制	顧客意見調查表；顧客滿意度調查；零售通路購物網「聯絡客服」載明之各聯絡管道。					

管理目標		行動計畫		2023 管理績效
短期目標	● 特力屋包裝含 PVC 材質商品佔比：4%	正面衝擊管理	● 與供應商合作開發其他環保替代材料，因應環保趨勢。 ● 與供應商合作開發使用再生料商品 ● 建置環保回收服務機制，增加服務曝光度，加強對外溝通。 ● 網際網路購物包裝紙箱逾 90% 由回收紙製造，擁有環保標章或 FSC 森林認證標章，選擇使用再生料的氣泡布材料供應商。	● 2023 年特力屋包裝含 PVC 材質商品佔比從 8% 再降至 7% ● 2023 年 HOLA 環保材質商品包裝佔比：96.6% ● 2023 年特力屋及 HOLA 符合環保包裝品項數：41,209 ● 2023 年網際網路購物包裝材料及包裝方式皆符合法規要求 ● 特力屋回收燈泡 / 乾電池活動創造逾新台幣 237 萬元價值
	● HOLA 環保材質商品包裝佔比：45% ● 網際網路購物包裝材料、包裝方式及包材減重率符合法規要求			
中長期目標	● 特力貿易：2025 年塑膠泡殼包裝佔比為 0%，重大客戶 Walmart 自有品牌產品包裝實現 100% 可回收利用。			
	● 特力屋包裝含 PVC 材質商品佔比：0% ● HOLA 環保材質商品包裝佔比：80% ● 網際網路購物包裝材料、包裝方式及包材減重率符合法規要求。			

(短期：≤ 2024 年，中長期：2025~2027 年)

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 2023 年特力集團重大議題管理方針

重大議題	氣候變遷因應與能源管理					
對應之重大主題	氣候變遷、能源、排放					
衝擊邊界	組織內	組織外				
	公司 / 員工	股東	貿易客戶 / 消費者	社區鄰里	供應商	媒體
	☑	☑	☑		☑	☑
揭露項目	GRI3-3、GRI 201-2 (請見穩健經營_風險管理章節)、GRI 302-1、3、4、5、GRI 305-1、2、5					
意義 / 衝擊	近年全球氣候變遷劇烈，對企業經營帶來新興風險。特力致力推廣低碳生活，並期望透過綠色營運及低碳行銷，降低營運上的氣候衝擊、掌握更多新機會，邁向永續發展。					
組織政策	特力積極因應氣候變遷對集團的影響，並響應聯合國永續發展目標，各部門依據功能制定指標與策略，定期向公司治理及永續發展委員會、董事會回報成果，深化集團管理力度。					
權責單位	營運管理服務 / 營運支援處、商品管理部					
投入資源	節能減碳執行費用；商品開發及檢測費用					
申訴機制	investor@testritegroup.com；總部大樓管理單位專線 886-2-87915900；零售通路購物網「聯絡客服」載明之各聯絡管道。					

管理目標		行動計畫		2023 管理績效	
短期目標	● 特力屋零售綠色商品採購金額達新台幣 10 億元以上	正面衝擊管理	積極引進綠色產品，推動綠色消費，響應政府推廣，進而把握綠色商機。	負面衝擊管理	● 2023 年特力屋零售綠色商品採購金額逾新台幣 10.8 億元，達成率為 108%。
	● 集團用電密集度逐年減少 4%				
中長期目標	● 核心營運碳排放量逐年減少 5%				● 特力貿易出口至美國及歐洲所有木製品，100% 取得 FSC 認證。
	● 零售事業綠色標章商品銷售品項數逐年成長 5%				● 2023 年特力用電密集度較前一年減少 6.6%
	● 特力貿易出口至歐洲及 Walmart 所有木製品，100% 取得 FSC 認證。				● 2023 年 XD (越庫) 作業為特力物流運輸減少 2,341.36 噸碳排放量

(短期：≤ 2024 年，中長期：2025~2027 年)

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 2023 年特力集團重大議題管理方針

重大議題	客戶健康與安全					
對應之重大主題	顧客健康與安全					
衝擊邊界	組織內	組織外				
	公司 / 員工	股東	貿易客戶 / 消費者	社區鄰里	供應商	媒體
	☑	☑	☑	☑	☑	
揭露項目	GRI3-3、GRI 416-1~2					
意義 / 衝擊	販售之商品及食品皆攸關公眾利益，企業須負重大社會責任，在管理上應做好本份，以合乎普羅大眾的期望。特力集團了解健康安全議題對社會乃至公司本身的重要性，每年皆定期檢視相關作業，確保消費者權益。					
組織政策	特力在誠信、當責、顧客導向的企業文化下，秉持「品質用心」的價值主張，提供消費者安心、優質的商品。同時，特力屋持續將「健康」與「安全」列為四大營運主軸之中，以期為消費者創造更健康、安全及舒適的居家空間。					
權責單位	顧客滿意管理處、QA/QC、商品部					
投入資源	各事業體均須投入資源，建立專業團隊、技術及制度等，支持品管作業順利執行。2023 年，特力屋及 HOLA 品管作業成本及驗證費用為新台幣 17,709,957 元。					
申訴機制	建立多元申訴管道，包含網路平台、電話專線及店端諮詢等，傾聽顧客需求與積極回應顧客，並以系統化管理模式，定期追蹤進度與管理成效。 ● 特力屋服務專線：0800-008-007 ● HOLA 和樂家居服務專線：0800-003-888 ● 零售通路購物網「聯絡客服」載明之各聯絡管道					

管理目標		行動計畫		2023 管理績效
短期目標	● 商品後市場抽測通過率達 94.5%	正面衝擊管理	負面衝擊管理	● 2023 年商品後市場抽測通過率為 92.19%
	● 重大食安及其他涉及健康安全之事件零容忍			
中長期目標	● 商品後市場抽測通過率達 95%	● 特力屋零售通路決定推動減少使用 PVC 策略，與供應商合作逐年降低商品的 PVC 原料，改以 PP、PE 等其他無毒原料取代；旗下自有品牌商品的相關建材皆為講究環保、無毒的綠建材。	● 每月進行自有品牌商品客訴分析，當月若有單品涉及品質疑慮達三件，則會召開商品品質改善會議。	● 2023 年高風險食品抽測比率為 7.5%
	● 重大食安及其他涉及健康安全之事件零容忍			
	● 嚴謹處理重大商品事件	● HOLA 推動供應商主動於原物料或產品生產階段時，自主查驗，並簽署符合國家安全規範聲明書。	● 每季定期召開商品品質管理季會，檢視商品品質管理結果，以確保管制機制之有效性。	● 2023 年末發生重大食安及其他涉及健康安全之事件。
	● 30 家 HOLA 供應商主動於原物料或產品生產階段時，自主查驗，並簽署符合國家安全規範聲明書。			
	● 嚴謹處理重大商品事件	● 從採購源頭原料落實生產控管、供應商評鑑、門市食品品質效期管理及品管部後市場抽測等關卡，並制訂「食品安全管理機制」。	● 凡高交易金額、高食安風險及高媒體風險之食品，皆須經第三方公證單位檢驗通過。	● 2023 年 35 家 HOLA 供應商簽署符合國家安全規範聲明書
	● 40 家 HOLA 供應商主動於原物料或產品生產階段時，自主查驗，並簽署符合國家安全規範聲明書。			
			● 每年進行重大食安事件模擬演練、內部稽核一次。	
			● 定期進行食品衛生安全教育訓練。	

(短期：≤ 2024 年，中長期：2025~2027 年)

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 2023 年特力集團重大議題管理方針

重大議題	<b>多元化與平等機會</b>
對應之重大主題	員工多元化與平等機會
衝擊邊界	組織內 公司 / 員工
揭露項目	GRI3-3、GRI 405-1、GRI 405-2、GRI 406-1
意義 / 衝擊	特力在台灣、中國大陸及海外各地組成不同背景的多元團隊，各自擁有不同的專才、享有公平發展機會，是激發組織創新、邁向全球整合型企業的成長動能。  特力因產業特性及重視員工多元化，不會因性別、性傾向、年齡、種族等差異而有差別對待，拒絕任何形式的職場霸凌，讓員工在放心做自己的職場環境中與公司一起努力向前進。為保障員工權益，公司制定人權政策、工作規則等以確保員工合法、公平的職涯發展機會。
組織政策	
權責單位	人力資源管理部
投入資源	性騷擾防治教育訓練、維護與制定相關政策與制度之人力。
申訴機制	● 申訴專線：02-8791-6668 分機 6885 ● 申訴信箱：hr_service@testritigroup.com

重大議題	<b>員工培訓與職涯發展</b>
對應之重大主題	員工培訓與職涯發展
衝擊邊界	組織內 公司 / 員工
揭露項目	GRI 3-3、GRI 405-1、GRI 405-2
意義 / 衝擊	特力視員工為公司重要資產，因為人才是企業核心競爭力與永續經營的關鍵，故長期投入資源於多元人才培育，期使同仁可在公平的工作環境中，與特力一同成長。  特力大學依循集團訓練管理辦法，每年依據經營策略、營運目標及訓練需求評估的結果，規劃全公司管理、通識與特定專業的年度訓練計畫，以有效推展並落實集團員工培訓與職涯發展的目標管理與作業執行。
組織政策	
權責單位	人力資源管理部
投入資源	2023 年員工培育總投入金額為新台幣 5,338,027 元、年度訓練開課數達 772 堂、員工年度總學習人時為 58,176 小時，其中數位混成學習人時為 29,470 小時，佔比為 51%。
申訴機制	● 申訴專線：02-8791-6668 分機 6885 ● 申訴信箱：hr_service@testritigroup.com

管理目標	行動計畫	2023 管理績效
<p><b>短期目標</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 建立性別友善的職場文化，持續辦理性騷擾防治教育訓練，完訓率 100%。</li> <li>● 致力推動職場性別平等，女性員工管理職佔比達 40%。</li> </ul>	<p><b>正面衝擊管理</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 持續宣導性別平等與尊重，每年要求員工完成性騷擾防治教育訓練課程。</li> <li>● 定期檢視各主要營運據點 / 事業體之員工及管理職性別比例</li> </ul>	<p><b>負面衝擊管理</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 定期更新年度性騷擾防治教育訓練之案例內容，與時俱進。</li> </ul>
<p><b>中長期目標</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 女性員工管理職佔比達 50%</li> <li>● 擴大宣導性別平等，透過集團線上課程、EAP 講座等管道積極倡議性別平等、多元共融之觀念。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 性騷擾防治教育訓練應訓練人數 3,873 人，完成率 100%。</li> <li>● 女性員工管理職佔所有員工管理職的 40.7%，總部員工管理職女性佔比達 47%。</li> <li>● 近四年皆無發生職場歧視事件及財物損失</li> </ul>

管理目標	行動計畫	2023 管理績效
<p><b>短期目標</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 每員工全年訓練完訓總人次 ≥ 50,000 人次</li> <li>● 員工全年平均學習時數 ≥ 10 小時；平均滿意度 ≥ 94 分</li> </ul>	<p><b>正面衝擊管理</b></p> <p>近年展開門市儲備主管培訓計畫，依照培育藍圖，透過系統化訓練與定期評量回饋，並接軌零售業務核心與管理職能的發展計畫，引導同仁在實務歷練中成熟發展、獨當一面，養成零售經營管理人才。</p>	<p><b>負面衝擊管理</b></p> <p>新世代學習方式改變，導致實體培訓不見得能高效傳遞知識並轉換，所以特力集團提升數位學習運用的比例，進而搭配實體訓練形成混成學習，依不同需求挑選適合的培訓方式，也能降低交通上的時間成本。</p>
<p><b>中長期目標</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 建構數位混成的學習模式，員工進行自主學習比率 ≥ 60%。</li> <li>● 儲備零售經營管理人才的完備率 ≥ 90%</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2023 年員工全年訓練完訓總人次達 45,382 人次</li> <li>● 2023 年員工全年平均學習時數為 14.8 小時，平均滿意度 94 分。</li> </ul>

(短期：≤ 2024 年，中長期：2025~2027 年)

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 2023 年特力集團重大議題管理方針

重大議題	<b>職業健康安全</b>																		
對應之重大主題	職業安全衛生																		
衝擊邊界	<table border="1"> <tr> <th colspan="2">組織內</th> <th colspan="4">組織外</th> </tr> <tr> <th>公司 / 員工</th> <th>股東</th> <th>貿易客戶 / 消費者</th> <th>社區鄰里</th> <th>供應商</th> <th>媒體</th> </tr> <tr> <td>☑</td> <td>☑</td> <td>☑</td> <td>☑</td> <td>☑</td> <td>☑</td> </tr> </table>	組織內		組織外				公司 / 員工	股東	貿易客戶 / 消費者	社區鄰里	供應商	媒體	☑	☑	☑	☑	☑	☑
	組織內		組織外																
公司 / 員工	股東	貿易客戶 / 消費者	社區鄰里	供應商	媒體														
☑	☑	☑	☑	☑	☑														
揭露項目	GRI 3-3、GRI 403-1~10																		
意義 / 衝擊	提供安全的工作環境並維護員工身心健康是特力集團長期致力實踐的目標，我們深信唯有健康的員工才會造就公司的成功。																		
組織政策	公司重視員工的安全與健康，建置風險辨識流程、採取管理行動，並持續進行宣導及相關調查、改善，致力打造健康活力的職場。																		
權責單位	職業安全衛生委員會																		
投入資源	職業安全衛生管理人員、健康服務護理人員、各級主管																		
申訴機制	● 內部溝通及申訴管道：02-8791-6668 分機 5787 ● 承攬商 / 人對於職業安全衛生有相關問題時，除可與業務窗口聯繫外，亦可經由 0800-086889 專線反映任何問題。																		

重大議題	<b>勞雇關係、強迫或強制勞動、童工</b>						
對應之重大主題	勞雇關係						
衝擊邊界	<table border="1"> <tr> <th colspan="2">組織內</th> </tr> <tr> <th colspan="2">公司 / 員工</th> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">☑</td> </tr> </table>	組織內		公司 / 員工		☑	
	組織內						
公司 / 員工							
☑							
揭露項目	GRI 3-3、GRI 401-1~3、GRI 402-1						
意義 / 衝擊	特力相信唯有在工作中感到幸福的員工，才能夠帶給顧客感動的服務體驗。秉持此一信念，我們致力於提供員工最幸福、最溫暖的工作環境，並不斷精進，促使主管與員工像家人般互相扶持，共同成長，讓特力這個「家」得以更穩固。						
組織政策	重視勞工人權，嚴格遵循公司人權政策及勞動相關法規，讓員工充分獲得法定保障。公司提供多元福利，包括完善的保險、退休制度、彈性上下班等，保障員工工作權益。公司落實多元暢通的溝通管道，確保員工身心健康；舉辦員工座談會，確實建立公司與同仁有效且值得信賴的溝通橋樑。						
權責單位	人力資源管理部						
投入資源	員工意見申訴處理單位、各級主管						
申訴機制	● 申訴專線：02-8791-6668 分機 6885 ● 申訴信箱：hr_service@testritegroup.com						

管理目標	行動計畫	2023 管理績效
<p><b>短期目標</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 每年執行職場環境危害辨識及風險評估，改善不可容忍風險作業或環境。</li> <li>● 全體員工須 100% 接受每三年三小時職安衛教育訓練，強化安全意識。</li> </ul> <p><b>中長期目標</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 持續職安衛管理系統有效運作</li> <li>● 合作夥伴主要負責人員職安衛教育訓練及危害告知覆蓋率達 100%</li> </ul>	<p><b>正面衝擊管理</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 以國際職業安全衛生管理系統 (ISO45001) 為主架構，逐步推動台灣職業安全衛生管理系統，運用系統化管理機制 (PDCA)，持續提升管理績效。</li> <li>● 每年皆持續辦理職業安全衛生在職教育訓練</li> </ul> <p><b>負面衝擊管理</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 職災事件做成案例宣導，避免重複發生。</li> <li>● 安全衛生相關證照造冊列管，確保安全衛生教育訓練有效維持。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2023 年員工 100% 接受每三年三小時職業安全衛生在職教育訓練。</li> <li>● 2023 年全台門店全面更換取料機重要零件，降低取料機危害風險。</li> </ul>

管理目標	行動計畫	2023 管理績效
<p><b>短期目標</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 謹遵公司人權政策，不強迫勞動、禁用童工。</li> <li>● 定期舉辦 4 場勞資會議、不定期舉行員工座談會，並鼓勵員工有任何問題可即時與直屬主管溝通，或利用各項溝通管道適時反映。</li> </ul> <p><b>中長期目標</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 謹遵公司人權政策，不強迫勞動、禁用童工。</li> <li>● 針對員工座談會所提出之建議，除 100% 處理與回應外，更落實持續追蹤並主動關懷，以確實建立公司與同仁有效且值得信賴的溝通橋樑。</li> </ul>	<p><b>正面衝擊管理</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 訂定 / 宣導公司人權政策，謹遵公司人權政策，不強迫勞動、禁用童工。</li> <li>● 針對新進與離職同仁進行調查或訪談，並舉辦員工座談會以直接傾聽基層員工的心聲，進一步認知員工的需求，蒐集有助公司持續發展的各項建議。</li> </ul> <p><b>負面衝擊管理</b></p> <p>提供多元且暢通的雙向溝通管道，確保員工的意見及問題可即時回應。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2023 年總部與門店持續舉辦 4 場勞資會議</li> <li>● 2023 年總部不定期舉辦跨部門員工座談會，針對員工座談會所提出之建議 100% 處理與即時回應。</li> <li>● 謹遵公司人權政策，未發生強迫勞動、雇用童工之情事。</li> </ul>

(短期：≤ 2024 年，中長期：2025~2027 年)

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 2023 年特力集團重大議題管理方針

重大議題	經濟績效					
對應之重大主題	經濟績效					
衝擊邊界	組織內					
	組織外					
	公司 / 員工	股東	貿易客戶 / 消費者	社區鄰里	供應商	媒體
	☑	☑				
揭露項目	GRI 3-3、GRI 201-1					
意義 / 衝擊	股東 / 投資人是特力的投資者，經濟績效為他們決定是否投資公司的主要參考指標，他們的支持會影響公司資金穩定度。					
組織政策	特力為公司發展竭盡努力，無論在貿易、零售或其他轉投資事業上，持續妥善規劃、用心管理；善用金融工具，資金來源多元化，以期強化資本結構、提高股東權益報酬率。					
權責單位	集團財務管理部					
投入資源	業務單位、採購及行銷團隊、集團財務及法務管理部					
申訴機制	投資人信箱：investor@testritegroup.com；集團網站「投資人關係」專區之「聯絡我們」					

重大議題	公司治理與誠信經營					
對應之重大主題	反貪腐					
衝擊邊界	組織內					
	組織外					
	公司 / 員工	股東	貿易客戶 / 消費者	社區鄰里	供應商	媒體
	☑	☑	☑		☑	☑
揭露項目	GRI 3-3、GRI 205-1~3					
意義 / 衝擊	誠信 (Integrity) 是特力不變的企業文化：成員須遵循集團的組織文化、價值觀、公司規章，及社會倫理道德規範；表現坦率和真誠，贏得他人信任。					
組織政策	鑑於貪腐對社會穩定與安全及公司發展構成威脅，危害永續發展及法治，特力以最高誠信標準經營，除了符合法律要求，更要求員工與供應商遵循公司反貪腐規範。					
權責單位	人力資源管理部、集團財務管理部、集團稽核室					
投入資源	董事會秘書、人資人員、法務人員、採購人員、全體員工					
申訴機制	● 台灣 +886-2-8791-5965 & +886-2-8791-5966 ● 大陸 +86-21-2408-2888 轉 5965 & 5966 ● Whistleblowing@testritegroup.com					

管理目標	行動計畫	2023 管理績效
<b>短期目標</b> 全年營收突破新台幣 400 億元 ● 提高東南亞採購比重 ● 拓展東南亞零售市場 ● 提供零售客戶整合及增值服務	<b>正面衝擊管理</b> ● 貿易方面：發揮既有優勢，積極發展東南亞及全球供應鏈；深化全方位整合服務模組，以加值服務與客戶、供應商共創成長；持續投資本業，擴大家的產業；落實 ESG 理念，創造營運成長優勢。 ● 零售方面：全力發展線上線下整合，引領消費新形態，滿足新的消費者需求；建立 ESG 理念，落實新形態營運。	● 特力集團 2023 年合併營業收入為新台幣 354.1 億元，較前一年減少 5.3%。 ● 特力貿易事業 2023 年營收為新台幣 188.1 億元，較 2022 年同期增加 2.3%，隨著大部分歐美零售商客戶庫存去化接近尾聲，既有客戶拉貨動能已逐漸明朗，新客戶出貨動能亦穩定發酵中。 ● 台灣零售事業 2023 年營收為新台幣 139.9 億元。消費者對居家用品需求降低及目前興起國內外各地報復性旅遊潮，導致全年營收較 2022 年同期下滑 14.5%。
	<b>負面衝擊管理</b> ● 貿易方面：改善、強化東南亞採購及倉儲物流服務，滿足需求及優化供應鏈風險管理。 ● 零售方面：加速擴大服務網，持續發展社區店，貼近客戶生活圈，有效解決社區住戶居家問題。	
<b>中長期目標</b> 全年營收突破新台幣 450 億元 ● 完善國內倉儲自動化，提高營運效率及收益。		

(短期：≤ 2024 年，中長期：2025~2027 年)

管理目標	行動計畫	2023 管理績效
<b>短期目標</b> ● 公司治理評鑑：達 21%~35% ● 董事組成多元化：至少 2 席女性、獨立董事席次過半 ● 員工 100% 簽署「特力集團廉潔承諾書」 ● 供應商 100% 簽署「特力集團廉潔承諾書」	<b>正面衝擊管理</b> ● 透過董事會及功能性委員會進行重要營運管理準則溝通及會議討論，如資通安全風險管理、智慧財產管理計畫等。 ● 透過網站提升治理資訊透明度 ● 透過內部多元管道持續宣導廉潔觀念	● 2023 年全體員工 100% 完成廉潔承諾書的簽署；貿易與零售供應商 100% 完成簽署。 ● 2023 年公司治理評鑑結果為 21%~35%。 ● 董事成員中有 2 位女性、獨立董事席次過半
	<b>負面衝擊管理</b> ● 訂定治理相關辦法或規定、簽署廉潔承諾 ● 隨時掌握法令以訂定及修正相關辦法或規定，並不定期進行內部宣導 (如誠信經營守則、誠信經營作業程序及行為指南、永續發展實務守則、公司治理守則等)。	
<b>中長期目標</b> ● 公司治理評鑑：達 6%~20% ● 董事組成多元化：任一性別董事席次達 1/3、獨立董事席次過半 ● 每年至少進行一次誠信廉潔教育訓練，全體員工 100% 完成。 ● 員工將誠信廉潔的企業文化價值內化，於日常工作中皆遵循誠信廉潔準則。		

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 2023 年特力集團重大議題管理方針

重大議題	風險管理與法規遵循					
對應之重大主題	環境、社會和經濟法規遵循					
衝擊邊界	組織內	組織外				
	公司 / 員工	股東	貿易客戶 / 消費者	社區鄰里	供應商	媒體
	☑	☑	☑	☑	☑	☑
揭露項目	GRI 3-3、GRI 307-1、GRI 416-2、GRI 417-2~3、GRI 419-1					
意義 / 衝擊	符合主管機關及當地法令、對風險有效掌握及因應是公司健全經營的基礎。特力集團恪守各項法令，妥善進行風險管控，並透過宣導及教育，強化內部法治觀念，達成有效管理及法令遵循。					
組織政策	舉凡涉及跨國業務，即依客戶規範及當地政府主管規定要求；涉及本地業務，即依相關法規或進口產地規定要求等，據以執行各項產品與服務行銷與標示。同時將集團組織及新興風險納入風險管理範疇，由董事會及各營運單位共同參與並推動執行。					
權責單位	集團法務部、集團財務管理部					
投入資源	法務人員、稽核人員、環安人員、產品檢測人員、風管人員、輔導顧問及認證評鑑費用					
申訴機制	集團法務部；全國各門市；投資人信箱：investor@testritegroup.com；零售通路購物網「聯絡客服」載明之各聯絡管道。					

管理目標		行動計畫		2023 管理績效
短期目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>風險管理：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 各業務單位執行風險管理之辨識分析及因應措施</li> <li>■ 資安風險：2023 年取得 ISO27001 資訊安全認證</li> </ul> </li> <li>● <b>法規遵循：</b>減少重大違規事件，整合集團現有各項法遵資源進行以下事項優化與辦理，進一步有效降低集團營運面臨的各項法遵風險。 <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 整合與更新重大違規事件標準</li> <li>■ 整合各部門法遵需求與協助推動</li> <li>■ 法規遵循優化管理並組織管理小組成員</li> </ul> </li> <li>● <b>稽核任務：</b>計畫性稽核任務達成率 100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 定期對集團全體員工進行資訊安全教育訓練</li> <li>● 法情通報機制再優化：如建立節能標章系統</li> <li>● 強化法令遵循力度：如重新檢討門店儲存空間設置標準，並且進行倉庫安全的法遵盤點。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 訂定風險管理辦法</li> <li>● 各業務單位根據其業務，對於可能發生之風險及影響程度，予以辨識、分析、衡量、回應、監控審查及報告，並提改進因應措施。</li> <li>● 因應主管機關與當地法令需求，提供集團員工各項不同法律服務。</li> <li>● 投保資安保險、信用保險及營運相關保險。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 2023 年未發生影響公司營運之重大違規事件</li> <li>● 2023 年環境違規事件總計 2 件，社會及產品違規事件總計 4 件，稅務違規事件 1 件，罰款總金額為新台幣 324,452 元，並已於時限內完成改善。</li> <li>● 2023 年達成資安維護執行目標，並取得 ISO27001 資訊安全認證。</li> <li>● 2023 年計畫性稽核任務達成率 100%</li> </ul>
	中長期目標			

(短期：≤ 2024 年，中長期：2025~2027 年)

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 2023 年特力集團重大議題管理方針

重大議題	供應鏈與採購管理					
對應之重大主題	採購實務、供應商環境、供應商社會評估					
衝擊邊界	組織內			組織外		
	公司 / 員工	股東	貿易客戶 / 消費者	社區鄰里	供應商	媒體
揭露項目	GRI 3-3、GRI 204-1、GRI 308-1~2、GRI 414-1~2					
意義 / 衝擊	特力主要業務包含貿易及零售兩大範疇，本身的營業項目不涉及生產製造，主要產品由供應商提供。供應商總數超過三千家，遍及台灣、中國大陸及東南亞各地，因此須妥善管理供應鏈，以降低供應鏈風險對公司業務所產生的衝擊。					
組織政策	特力對於供應商均要求善盡 ESG 管理責任，而非僅以法令最低標準為滿足。特力對供應商的經營策略：期許雙方發展為長期穩健的夥伴關係。					
權責單位	供應鏈品質管理部					
投入資源	配備人員充足的 QA/QC/FA( 供應鏈管理 ) 組織架構；建立職人學校訓練中心。					
申訴機制	供應鏈品質管理部 Supplier Chain Quality Management <ul style="list-style-type: none"> <li>資深經理 Leo.Liu_ 劉國弘 電話 TEL : 86-21-24082888-2851 郵箱 E-mail : leo.liu@testritegroup.com</li> <li>資深經理 Eastman.Xiang_ 向偉明 電話 TEL : 86-21-24082888-8146 郵箱 E-mail : Eastman.Xiang@testritegroup.com</li> </ul>					

管理目標	行動計畫		2023 管理績效	
<b>短期目標</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>落實供應商評估制度，要求評核結果為「不接受」的供應商提出改善計畫，且於期限內改善完成。</li> </ul>	<b>正面衝擊管理</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>特力推行供應商評估制度，並訂有供應商準則，要求供應商遵守有關社會、環境、公司治理等條款。</li> <li>品管部門提供輔導措施，協助工廠改善作業品質。</li> <li>為擴充平台服務能量、強化工班服務水準，特力屋斥資建置北 / 中 / 南區訓練中心「職人學校」，進行專業工班訓練。</li> </ul>		<b>負面衝擊管理</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>設有 QA/QC/FA( 供應鏈品質管控及供應商評估 ) 部門，負責對供應商進行驗廠、驗貨及產品抽測，以實現對不良品質輸出的有效控制。</li> <li>每年會依據服務事業夥伴之服務滿意度表現，以及夥伴 KPI 表現情況，進行夥伴留任與汰換評估。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023 年特力貿易 A/B 級供應商佔比 97.3%，B 級別供應商數量增加 12 家，充分落實評估政策，總體水平穩中有升。</li> <li>2023 年特力屋零售對 91 家工廠進行環境衝擊評估，設有多項評估項目，平均單項達成率為 64.62%，較 2022 年下降 1.43%。</li> </ul>
<b>中長期目標</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>針對評估結果為待改善的供應商提出培訓計畫</li> <li>要求評核結果為「待改善」之服務事業合作夥伴提出改善計畫</li> </ul>				

(短期：≤ 2024 年，中長期：2025~2027 年)

# 穩健經營

特力集團秉持誠信經營、永續治理的信念，致力追求穩健成長、提升績效，並持續發揮永續影響力、呼應各利害關係人的期待，積極落實企業社會責任。



SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS



## 〔章節重點〕

**經濟績效** 財務績效  
外部環境  
參與公協會

**風險管理** 系統性管理  
危機應變  
新興風險 - 氣候變遷  
新興風險 - 資安防護  
營運風險 - 智財保護

**公司治理** 治理結構  
誠信經營  
法規遵循

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 經濟績效

特力成立以來，勤懇務實踏穩每一步，不隨意躁進，在適切評估後勇於投資、超前部署。多年來集團規模穩步成長，具備維持穩定股利及維護股東權益的實力，為股東創造長期投資價值。

### 財務績效

2023 年受到國際通膨及升息壓力持續影響、烏俄戰爭膠著、美中科技爭端再起等，全球貿易供應鏈和台灣零售居家產業均面臨挑戰。特力集團全年度合併營收為新台幣 354 億 1 千萬元，年減 5.3%，歸屬於母公司業主損益為新台幣 2.58 億元，基本每股盈餘計新台幣 0.52 元。2023 年發放現金股利每股新台幣 0.58 元。

特力貿易事業 2023 年營收為新台幣 188.07 億元，較去年同期增加 2.3%，隨著大部分歐美零售商客戶庫存去化接近尾聲，既有客戶的拉貨動能已逐漸明朗，新客戶出貨動能亦穩定發酵中。貿易事業 2023 年出貨量為新台幣 268.9 億元，年減 6.4%，主要因為客戶調節庫存進度不同，影響出貨安排；但自 2023 年下半年開始，出貨量呈現明顯成長趨勢，顯示大型零售商調節庫存水位已陸續展現成效，拉貨逐漸增加。

### 特力集團經濟績效

(單位：新台幣\_百萬元)

項目	細項說明	2021	2022	2023
直接經濟價值之產生		43,835	37,502	35,549
營業收入	銷貨淨額	43,757	37,409	35,411
	利息 / 股利 / 租金 / 權利金收入	93	96	153
	出售資產收入 (損失) (有形 / 無形)	(15)	(3)	(14)
直接經濟價值之分配		38,000	33,806	31,926
營運成本	因營運活動所產生之成本	32,992	28,232	26,319
員工薪資與福利	薪資、紅利、獎金、員工福利 (退休金、保險)	3,919	4,032	3,938
支付給資金提供者	利息費用、股利支付、特別股股利	821	1,072	1,230
政府往來	租稅 (不含遞延稅款)、罰款	264	466	435
社區投資	捐贈、贊助、投資	4	4	3
經濟價值之保留 (直接經濟價值之產生 - 直接經濟價值之分配)		5,835	3,696	3,624
	營業成本	(33,902)	(28,306)	(26,518)
	營業毛利	9,855	9,103	8,892
	營業費用	(9,095)	(8,906)	(8,422)
	營業淨利	760	197	470
	營業外收支	252	227	(209)
	稅前淨利	1,012	424	261
	本期淨利	818	452	281
	每股盈餘	1.58	0.86	0.52

註：2021 年及 2022 年修改租稅 (不含遞延稅款)、罰款，增加當年度支付企業營利事業所得稅及稅捐費用。經濟績效詳情請掃描 QR Code。



台灣零售事業 2023 年營收為新台幣 139.9 億元；受到房市交易冷淡、經濟趨勢仍未見明朗之影響，消費者對居家用品需求降低以及消費行為呼應國內外各地報復性旅遊潮，導致全年營收較 2022 年下滑 14.5%。面對外在環境嚴峻的挑戰，特力零售通路仍穩居台灣 DIY 及居家飾品龍頭地位，營運上絲毫不懈怠。特力零售事業在深入社區接觸客戶與了解需求後，將積極加速拓展社區網絡，以提供鄰近住戶快速優質居家商品及服務。

面對外在環境帶來的不確定性，臺灣零售持續擬定「以客戶為中心」的策略方向，面對外在環境帶來的不確定性，臺灣零售持續擬定「以客戶為中心」的策略方向，持續強化服務行銷溝通，擴張服務性商品銷售，提供給客戶最多元且新穎的服務，打造特力零售通路之獨特性。

### 特力稅務政策

為因應稅務治理之國際趨勢，貫徹遵循法規、落實企業永續發展及提升股東價值，本集團訂定稅務管理政策如下：

#### 💰 稅務方針

- 遵循所有營運所在地之稅務規範
- 關係企業交易遵循常規交易原則及經濟合作暨發展組織 (OECD) 公布的移轉訂價準則
- 遵循相關規定與準則執行稅務揭露與處理
- 不以避稅為目的進行租稅規劃
- 與稅務機關建立相互尊重關係
- 公司重要決策皆需同步考量租稅的影響
- 依據營運環境評估稅務風險

#### 📁 治理與議合

- 各公司會計主管執行日常稅務行政與管理，當有稅務相關決議 (包含重大稅務法令變動) 時，由各公司會計主管提報財務長、營運長及董事長核准。
- 特力集團定期檢視重大稅務法令變動狀況及預計影響，且定期向審計委員會說明。
- 執行人員與外部稅務諮詢機構合作取得專業服務及強化專業知識。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

### 外部環境

2023 年全球經濟受制於終端市場需求不振及產業庫存調整影響，經濟成長力道趨緩。儘管國內民間消費仍相對穩定，但台灣外貿表現受到商品輸出疲弱、廠商資本投資因全球借貸利率走高而轉趨保守，致使台灣經濟增長未達預期水平。依據主計總處公布之數據，2023 年台灣年經濟成長率為 1.34%。

展望 2024 年，目前台灣外銷受到美國高科技產品強勁需求的推動，加上大型零售商去化庫存已告一段落，全球終端需求可望逐漸回溫。台灣內需因就業市場穩定發展、各項民間消費指標表現仍強，顯示民間消費力道穩健，台灣經濟成長後勢可期。

目前零售居家產業受制國內外各地報復性旅遊潮，消費者居家用品需求降低。本公司將持續關注國內外政治經濟情勢與產業鏈結動態，積極掌握業務發展契機，妥適管理各項經營風險，持續強化企業體質，提升經營績效。

#### 外部環境關注重點



公司別	參與公協會名稱	2021	2022	2023
特力(股)	中華民國三三企業交流會	✓	✓	✓
	中華民國公開發行公司股務協會	✓	✓	✓
	中華民國電腦稽核協會	✓	✓	✓
	台北市進出口商業同業公會	✓	✓	✓
	社團法人中華公司治理協會	✓	✓	✓
	社團法人中華民國內部稽核協會	✓	✓	✓
	楊梅幼獅擴大工業區廠商協進會	✓		✓
	European DIY Retail Association (EDRA)	✓	✓	✓
	Global Home Improvement Network (GHIN)	✓	✓	✓
	社團法人花蓮律師公會	✓		
	胡志明市台灣商會	✓	✓	✓
	中華民國中東經貿協會		✓	✓
	中華民國資訊經理人協會		✓	✓
	中華民國物流協會		✓	✓
	台灣女董事協會			✓
	特力恩瑞(股)	台北市度量衡商業同業公會	✓	✓
特家(股)	台北市進出口商業同業公會	✓	✓	✓
特力屋室內裝修(股)	台北市室內設計裝修商業同業公會	✓	✓	
	台北市電器商業同業公會	✓	✓	
	台北市廚具商業同業公會	✓	✓	
特力屋(股)	中華民國內部稽核協會	✓	✓	✓
	中華民國電腦稽核協會	✓	✓	✓
	中華徵信所會員	✓	✓	✓
	內湖科技園區發展協會	✓	✓	
	台中市百貨商業同業公會	✓	✓	✓

公司別	參與公協會名稱	2021	2022	2023
特力屋(股)	高雄市百貨商業同業公會	✓	✓	✓
	台北市米穀商業同業公會	✓	✓	✓
	新北市米穀商業同業公會	✓	✓	✓
	宜蘭縣米穀商業同業公會	✓	✓	
	台北市度量衡商業同業公會	✓	✓	✓
	台北市進出口商業同業公會	✓	✓	✓
	宜蘭縣商業會會員	✓	✓	✓
	桃園市米穀商業同業公會	✓	✓	✓
	台南商業公會	✓	✓	✓
	苗栗縣米穀商業同業公會	✓	✓	✓
	新竹市米穀商業同業公會	✓	✓	✓
	台中市米穀商業同業公會	✓	✓	✓
	中華民國無店面零售商業同業公會	✓	✓	✓
	高雄市直轄市商業會	✓	✓	✓
	護理師護士公會	✓	✓	✓
	台北律師會	✓	✓	
	高雄市米穀商業同業公會	✓	✓	✓
	高雄縣米穀商業同業公會	✓	✓	
	新竹縣米穀商業同業公會	✓	✓	✓
	彰化縣米穀商業同業公會	✓	✓	✓
臺南市直轄市米穀商業同業公會	✓	✓	✓	
屏東縣米穀商業同業公會	✓	✓		
嘉義市米穀商業同業公會	✓	✓	✓	

註：特力集團總裁何湯雄為現任中華民國中東經貿協會常務監事

### 參與公協會

特力積極參與外部公協會，除了交流學習，亦希望能發揮影響力，貢獻特力在國際居家產業的專業與經驗，協助台灣、全球產業不斷升級。



參加「流通大師經典講座」



台灣女董事學會參訪特力



EDRA/GHIN 參訪特力集團

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 風險管理

特力集團因業務經營範圍涵蓋面向較廣，我們分別從不同層面建立完整風險管理系統，以有效辨識、衡量及控制公司各項風險，將重大風險控制在可接受範圍，以利追求穩健、永續經營。

### 系統性管理

#### 組織：

自董事會以降，特力成立公司治理及永續發展委員會，含公司治理單位及各事業體主管、全體員工均共同參與落實，協力降低整體經營風險。

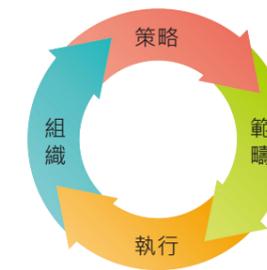
#### 策略：

公司治理單位及各級組織相關權責單位主動進行風險辨識分析，並透過實務操作持續調整作法。高階主管及董事會監督評量、改善成效；平時依據業務管理系統執行監控對應，如跨年度策略會議、年度計畫、例行季會及月會；遇有突發重大危機事件，則召集危機應變小組討論對應。另為提升

效率，成立集團專案管理部及台灣零售顧客滿意管理處等，由組織面支持風險管理相關作業。

#### 範疇：

特力的風險管理範疇如附表。其中，氣候變遷的減緩與調適是當今企業永續發展的焦點，隨著國內外強制性法規趨嚴、大規模天災的發生，乃至氣溫變化造成消費者購買行為的改變等，對於企業的營收、成本、資產價值，甚至商譽等，可能產生規模不等的衝擊。



### 特力風險管理架構

風險類型	風險管理範疇
營運風險	供應鏈、產品及原物料價格波動、產品研發與服務、營運模式改變等各項營運要素變動風險。
財務風險	包括因利率、匯率等波動產生之市場風險，交易對象之信用違約風險，通貨膨脹、融資、流動性管理、股利分配、匯率、利率避險、財務投資及策略性投資、租賃及重大資本支出財務管理之風險等。
法遵風險	因未能遵循各式法律規範而可能衍生之風險或各項可能侵害公司權益之法律風險等；或契約規範不周、越權行為、條款疏漏、交易對方不具法律效力等因素，導致契約無效或無法約束交易對方依照契約履行義務而造成損失之風險。
資訊安全風險	資訊資產可能遭受不可承受的風險，而無法確保資訊之機密性、完整性與可用性，包括未經授權者，仍可存取資訊、無法確保資訊內容及資訊處理方法為正確而且完整、經授權的使用者當需要時，無法及時存取資訊及使用相關的資產等，而造成可能之損失。
人力資源風險	員工之人權議題及公司人力資源發展與管理，如吸引人才、留置人才、發展培育人才等議題相關之風險。
氣候變遷風險	氣候變遷與天然災害等環境議題對企業營運及財務影響的衝擊，辨識氣候變遷所展開之溫室氣體排放管理、碳權管理、能源管理及符合國際及當地環保法令等。

### 特力風險管理執行流程



- **辨識：**  
找出需要管理的風險因子
- **分析：**  
運用各項資訊來判斷風險事件發生之可能性
- **訂定量測標準：**  
透過量化、質化或半量化分析方式訂定量測標準。
- **決定胃納：**  
依風險等級研議出優先順序，決定可承受的風險。
- **評量：**  
訂定適當之衡量方法，作為風險管理的依據。
- **回應：**  
採取以下措施適當回應：迴避、降低、轉嫁、承擔
- **監督與審查：**  
業務執行單位應設置風險監控機制及績效評量指標

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

### 危機應變

#### 重要性：

全球化及科技發展，促使國際商業環境變化多端。在外部環境上，企業面臨跨產業、跨市場的激烈競爭，也受到天然災害、人為戰爭等事件，甚至是國內外法規變動的影響；在內部環境上，組織要面對員工及管理階層培育、公共議題和市場端事件、公司機密資料與個人隱私安全管理等挑戰。完善的危機因應機制，不僅是特力永續經營的關鍵，也是特力對利害關係人的責任。

#### 內部管理：

根據《特力集團危機應變管理辦法》，貿易及零售兩大事業體於內外部可能形成危機的原因細分成各項事件，並視程度不同做出區隔，一旦程度到達最高等級（紅燈警示），則啟動危機應變小組，由執行長召集各相關部門主管即時對應；同時各部門在主管之外，平日均設定危機處理小組聯絡人，並通過模擬演練等方式，確保各部門同仁知悉各項可能的危機，以及如何與單位聯絡窗口取得聯繫、進行通報。

#### 外部溝通：

危機若導致營運受影響，必須向員工、客戶、消費者、供應商等進行溝通；若造成財務受影響，必須向政府主管機關、證券監理單位、投資人或機構等進行溝通；若致使形象受影響，必須向媒體、社會大眾、公協會社團等進行溝通。



特力集團危機應變小組組織架構



特力危機管理系統執行流程



特力集團危機預警機制

危機類別	預警機制	危機類型
<b>公司營運</b>	各事業單位平時即有例行月會、季會等安排，具備基本檢視營運狀況功能，遇有跨單位事宜需要協調解決時，另有集團專案管理室可以建立專案執行追蹤。	! 天災 / 意外相關事件 ! 供應商發生問題或爭議 ! 資訊 / 個資相關事件 ! 員工行為相關事件
<b>財務操作</b>	本公司為股票上市公司，各項程序必須以證監單位的規定為標準，同時在董事會之下設有稽核室，負責內部檢視查察，年度則有外部會計師簽核，做為外部稽核。設有集團投資人關係部及發言人對外溝通。	! 財務 / 股務相關事件
<b>公司形象</b>	透過各單位工作人員與建立顧客關係管理等機制，儘量收集所有利害關係人對於公司的意見回饋，希望能在危機形成之前，及時做出正確回應。	! 商品 / 服務 / 消費者 / 市場端相關事件 ! 公共議題相關事件

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

### 新興風險 – 氣候變遷

#### 治理

公司氣候相關治理策略擬定由執行長 / 總經理擔任主任委員的「公司治理及永續發展執行委員會 - 環境永續小組」負責，定期向公司治理及永續發展委員會及董事會報告，接受董事會監督、建議及核定相關政策。

特力已將氣候相關風險與機會管理納入既有的風險管理範疇中，由部門鑑別其業務功能相關的氣候變遷風險與機會項目，並提出因應措施，經部門高階主管審核後定期呈報給委員會，做為擬定氣候相關治理策略的基礎。

#### 策略

導入氣候相關風險與機會辨識機制，完整盤點及評估各項風險與機會議題對集團營運之影響，並提出相對應因應策略與措施。

### 風險鑑別、評估、管理

特力整合氣候風險與機會評估於既有風險管理架構，由部門依據營運狀況評估與鑑別氣候變遷相關的風險 / 機會項目，並提出因應措施。透過每年的教育訓練、定期檢視執行現況，持續掌握風險與機會動態，減少我們的環境足跡及其他衝擊，善盡氣候公民之責。

#### 特力氣候變遷風險與機會辨識流程

#### 1 篩選風險與機會

依產業特性，篩選出與國內外零售業相關的氣候風險與機會議題。

#### 2 公司訓練與盤點

- (1) 深度討論氣候相關議題，了解各風險定義，研析國內法規、市場及科技趨勢。
- (2) 針對各議題進一步進行複合型分析，透過衝擊可能性、影響程度及發生時點等因子，了解風險與機會對特力的衝擊與影響。

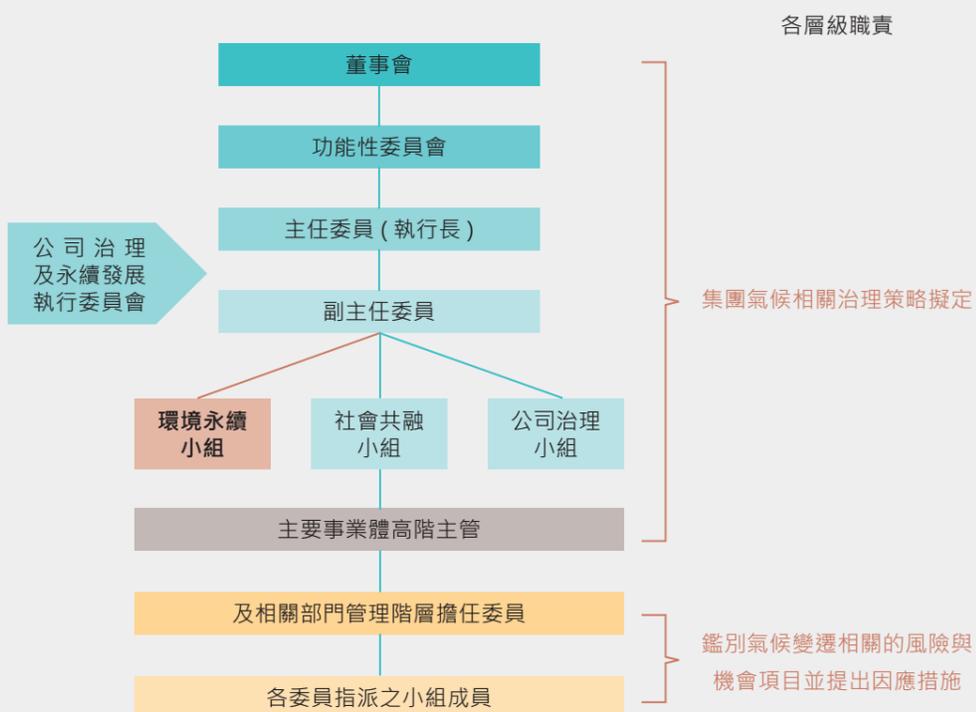
#### 3 辨識重大風險與機會

- (1) 依據盤點內容並依衝擊可能性 (L) 及影響程度 (M) 評估風險值，歸納出公司整體重大風險與機會。
- (2) 蒐集氣候風險與機會之相關資訊與管理機制 / 策略

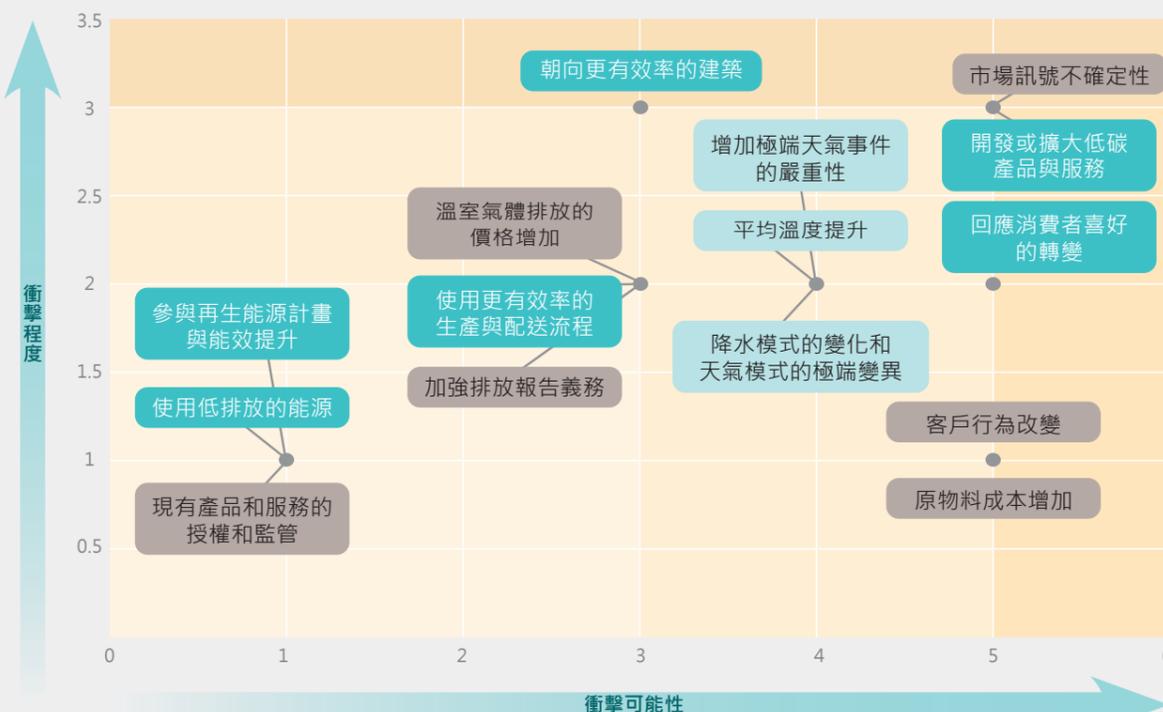
#### 4 高階管理層確認與管理

經由公司治理及永續發展委員會討論、審查所辨識的結果，確認重大氣候風險與機會，並進一步針對風險進行管控。

氣候風險治理組織圖



特力氣候變遷風險與機會矩陣圖



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

指標 & 目標

	能源耗用	溫室氣體排放	綠色採購
指標	特力之用電熱點為商場照明與辦公室用電，透過力行能源管理，致力減少能源耗用與環境足跡。	特力之溫室氣體排放主要來自範疇二排放，我們努力降低碳排量，以減少各項營運對環境的傷害。	隨著氣候變遷，消費者對低碳或節能商品更具意識，若能回應市場需求，將是特力的商機。
目標	集團用電密集度逐年減少 4%	核心營運碳排放量逐年減少 5%	●特力屋零售綠色商品採購金額達新台幣 10 億元以上 ●綠色標章商品銷售品項數逐年成長 5%
2023 執行成果	●2023 年集團用電度數為 51,939,627.1 度，用電密集度較前一年減少 6.6% ●2023 年特力屋用電密集度較前一年減少 11.4%	●2023 年核心營運碳排放量較前一年減少 4.3% ●2023 年 XD 作業為特力物流運輸減少 2,341.36 噸碳排放量	●2023 年特力屋零售綠色商品採購金額逾新台幣 10.8 億元以上 ●2023 年特力屋零售銷售綠色標章商品品項數達 2,112，成長 19.5%

特力氣候風險 / 機會影響及因應

轉型風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>溫室氣體排放的價格增加</li> <li>加強排放報告義務</li> <li>現有產品和服務的授權和監管</li> <li>客戶行為改變</li> <li>市場訊號不確定性</li> <li>原物料成本增加</li> </ul>
實體風險	<ul style="list-style-type: none"> <li>增加極端天氣事件的嚴重性</li> <li>降水模式的變化和天氣模式的極端變異</li> <li>平均溫度提升</li> </ul>
機會	<ul style="list-style-type: none"> <li>使用更有效率的生產與配送流程</li> <li>朝向更有效率的建築</li> <li>參與再生能源計畫與能效提升</li> <li>使用低排放的能源</li> <li>開發或擴大低碳產品與服務</li> <li>回應消費者喜好的轉變</li> </ul>

風險類別	議題定義	對特力集團影響	影響期程 / 財務影響	因應策略
轉型風險 市場風險	市場受氣候變遷的影響而不穩定	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場會因各地政府氣候因應法規的變動而受到影響</li> <li>與氣候攸關的商品 (如棉被、毛毯等) 需求量將變得難以預測</li> </ul>	<p>【長期】</p> <p>BAU 情境下，以台灣未來碳費法規推估未來因應成本，模擬台灣 2025 年預期業務成長情況下，符合台灣法規要求之碳費對財務影響約占整體營收之 0.08%；Well-below 2oC 之 Net Zero 情境下，年排放量之碳費支出對財務影響約占年營收之 0.28%。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過持續與供貨廠商的密切合作，在第一時間掌握法規變動以因應後續進貨和銷貨。</li> </ul>
急性風險	極端氣候越趨劇烈造成之營運衝擊	<ul style="list-style-type: none"> <li>門店可能因極端降雨造成淹水，使營運中斷。</li> <li>因極端天氣事件造成運輸中斷，供應商無法於預定交期內出貨。</li> </ul>	<p>【短期】</p> <p>台灣每年平均遇 3~4 個颱風，如果氣候情況日趨嚴峻，預估於 2021~2030 年，台灣每年可能遭遇近 8 個強烈颱風，將會對全國門市造成衝擊，對財務影響約占年營收 0.36%。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>門市選址評估該地區之淹水風險</li> <li>所有門市皆投保營運中斷險</li> <li>各門市訂定防災 SOP，門市負責人依檢核表確實查核各防災措施。</li> <li>採購部門提早規劃供應商訂單交期時間，並建立備用供應商。</li> </ul>
實體風險 慢性風險	天氣模式改變造成之影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>原物料價格因長期氣候變化而提高，造成商品毛利降低。</li> <li>商品受氣候影響而有供貨危機，例如部分商品製造過程耗水高，可能受缺水或長期乾旱影響而斷貨。</li> </ul>	<p>【長期】</p> <p>—</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>採購部門定期追蹤全球原物料價格趨勢，以提前因應。</li> <li>行銷部門必要時移轉因氣候影響而短缺之商品買氣</li> <li>供應商評鑑加入更全面的環境及氣候相關檢核，以確保對長期氣候變化有較強的調適能力。例如選擇木材商品供應商時，只採用通過 FSC 認證者。</li> </ul>
	平均溫度提升帶來之衝擊	<ul style="list-style-type: none"> <li>均溫升高造成電力需求增加使成本上升，同時導致各門市面臨限電或斷電之危機。</li> <li>氣溫過高，商品製造工廠放高溫假造成訂單逾期交貨。</li> </ul>	<p>【中期】</p> <p>因全球暖化與氣候變遷衝擊，使得營運上的能源成本日益增加。平均氣溫上升會影響特力營運，因門市需冷卻降溫系統以維持運作，但隨溫度上升，需裝設更多的冷卻設備或提升其運轉效率，並且耗費更多電力能源，對財務衝擊約占年營收 0.05%。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>施行節電措施，降低氣候造成之缺電風險。</li> <li>各門市設有緊急發電機以維持限電時的營運供電，並能短時間內調派油車，維持發電機運作。</li> <li>採購部門定期追蹤原物料期貨價格因能源短缺之波動，以提早因應。</li> </ul>
機會 產品與服務	開發或擴大低碳產品與服務，以應需求增加。	<ul style="list-style-type: none"> <li>隨著氣候變遷，消費者對於低碳或節能商品更具意識，若能回應市場需求，將是特力零售的商機。</li> </ul>	<p>【長期】</p> <p>隨著全球永續消費意識提高，消費者愈加趨於選擇對環境友好的低碳產品或服務。預估在 2025 年，特力所推出的綠色商品與服務將創造約新台幣 2.5 億元商機，2030 年約新台幣 3.5 億元。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>特力屋在賣場設置顯眼的節能專區，因應此波商機。</li> <li>特力屋零售打造「綠色通路」，引進綠色商品，包括：通過認證的省水標章、節能標章、環保標章、FSC 森林認證及綠建材、再生原物料製成的商品等。並設立獎勵機制，鼓勵購買。</li> <li>在行銷方面，特力零售製作綠色型錄，並透過網路社群與消費者互動，推廣綠色商品。</li> </ul>

註：上述影響期程之定義：短期為 <3 年，中期為 3~5 年，長期為 >5 年。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

### 新興風險 – 資安防護

#### 管理架構：

特力建立資訊安全管理體系，強化資訊安全作業及環境防護能力，提升資訊安全管理及技術、維運能力，落實資訊安全政策，符合 ISO27001 國際認證標準，透過年度續審作業，不斷精進。

#### 管理措施：

我們訂定資訊安全管理政策，制定資訊系統評鑑及風險處理計畫；持續執行 ISMS (Information Security Management System) 有效性量測及矯正預防措施，符合外部稽核評鑑標準；定期進行資訊安全防護教育訓練，強化資訊環境安全及人員的資安意識。放眼中長期，特力將深化集團資訊系統之資訊安全管理能力，降低資安風險；每年由公正獨立的第三方單位進行續審，每三年進行重審，確保資訊安全管理體系的有效運作。

#### 教育訓練：

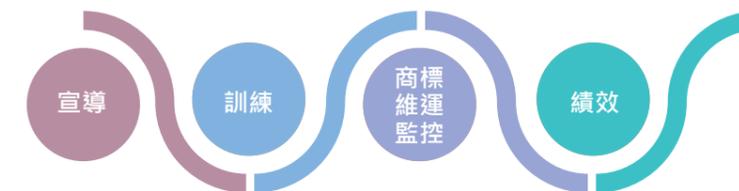
定期進行資訊安全防護教育訓練，強化人員的資安意識。

### 營運風險 – 智財保護

特力集團在 2020 年導入台灣智慧財產管理規範 (TIPS) 及取得驗證。2020 年同步擬定目標後即投入公司資源並逐步執行，透過不斷的 PDCA，能有效控管智慧財產權潛在風險並成功降低維運成本。

持續落實 TIPS 制度、有效管理智慧財產權，進而妥善運用，將使業界、消費大眾體認特力對智財的重視，可加深合作認同感，促進市場銷售不斷成長。

### 2023 年特力 TIPS 執行成果



**宣導：**2023 年 4 月進行特力集團全員營業秘密宣導，且員工 100% 簽署承諾文件。

**訓練：**進行 2 次智慧財產權教育訓練，參與者逾 1,200 人次，測驗通過率為 100%。

**商標維運監控：**主動進行商標監控及維權，包括：2 筆中國大陸商標異議 / 無效宣告、歐洲及英國各 1 筆撤銷競爭商標、3 筆台灣主動維權案件。

**績效：**2023 年 10 月再次通過 TIPS 驗證。

資安防護行動	定期完成資訊安全相關教育訓練	定期執行資訊應用系統弱點掃描及滲透測試，以確保資訊環境安全。
管理目標	新進及一般員工：一年舉辦一次「電子郵件安全宣導」及「資訊安全須知」教育訓練，員工 100% 通過資安教育訓練課程之考試標準。	針對檢核需關注之風險弱點，須於期限內完成修補措施及配套管理辦法。(2023 年共執行二次弱點掃描及一次滲透測試)
2023 達成狀況 <span style="float: right;">✓</span>		

Certificate TW2300000516  
The management system of  
**Test Rite International Co., Ltd.**

9F, No. 23, Xinyu 3rd Rd., Neihu Dist., Taipei City 114, Taiwan (R.O.C.)  
has been assessed and certified as meeting the requirements of  
**ISO/IEC 27001:2013**

For the following activities:  
Provision of information security related management activities by Information Technology Management Division the following items in accordance with the Statement of Applicability version 20230519:  
- Development, operation and maintenance of Supply Chain Management (SCM) System  
- Operation and maintenance of the "value-added order provides E-trustee system" entrusted by BMS Link Co., Ltd.  
- The management, operation and maintenance of Computing Server Room and network.

This certificate is valid from 27 August 2023 until 31 October 2025 and remains valid subject to satisfactory surveillance audits.  
Issue 1, Certified since 27 August 2023

Authorised by  
Jonathan Yap  
Global Head, Certification Services  
SGS United Kingdom Ltd.  
Rosewood Business Park, Elmwood Park, Cheshire, CH45 3EN, UK  
t+44 (0)151 355 6888 www.sgs.com

SGS, UKAS, IAF

提升資訊安全管理及技術、維運能力，落實資訊安全政策，符合 ISO27001 國際認證標準。



台灣智慧財產管理規範  
驗證通過證書  
Certificate of Taiwan Intellectual Property Management System

**特力股份有限公司**  
Test Rite International Co., Ltd.

級別 Level: **A**  
證書號 Number of Registration: TIPS-2023-cert-056  
證書有效期 Date of Expiration: December 31, 2025

管理標的 Item	專利 Patent	商標 Trademark	著作權 Copyright	營業秘密 Trade Secret
--------------	--------------	-----------------	------------------	----------------------

受評部門：稽核室、人力資源管理部、專案管理部、  
法務部、資訊系統管理部、台北總務處  
受評地點：台北市內湖區新湖三路 23 號 6 樓

Registered Department: Auditing Division, Human Resources Department, Project Management Office, Legal Department, Information Technology Department, Taipei General Affairs Department  
Registered Address: 6F, No. 23, Xinyu 3rd Rd., Neihu Dist., Taipei City 114518, Taiwan (R.O.C.)

產業發展署 署長  
Director General  
Industrial Development Administration, MOEA

**連錦漳** *Ching-Chang Lian*

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 公司治理

特力以追求永續成長為企業經營願景。多年來公司持續引進專業經理人、對內建立各項營運管理制度，以落實誠信、透明的公司治理，成為對外推動品牌經營、發展創新業務的基礎。

特力集團於證交所及櫃買中心共同委託財團法人證基會辦理之「上市上櫃企業公司治理評鑑」中，2023 年為 21%~ 35%，以下將從不同面向，闡述特力集團在落實公司治理的各種具體作為。

### 治理結構

為落實公司治理，特力公司在董事會之下設立審計委員會、薪資報酬委員會、公司治理及永續發展委員會與稽核室以健全監督功能及強化管理機能。

董事會有聘用執行長（總經理）權責，由其統管各項事務向董事長報告。本公司設置財務單位為公司治理專責單位，負責公司治理相關事務，董事會並通過指定財務資深副總經理兼任本公司治理主管，負責督導並執行公司治理之運作。公司治理相關內容亦可掃描 QR Code 詳閱。



### 董事會運作

特力公司董事會為本公司治理最高機構，董事會設董事 7 人，其中 4 人為獨立董事。

### 多元化政策：

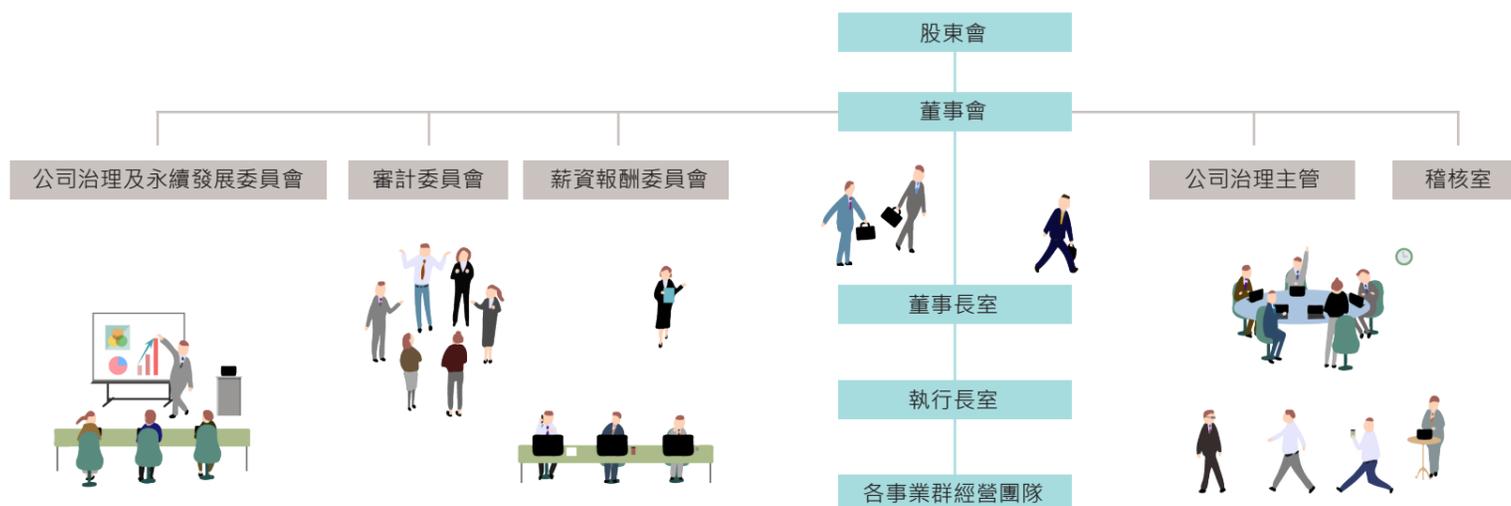
為了建立良好公司治理，促進董事會組成與結構之健全發展及強化董事會職能，於「公司治理實務守則」及「董事選舉辦法」訂有多元化政策，明定董事會成員組成應考量考量多元化，並就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當之多元化方針，宜包括但不限於以下二大面向之標準：

- (1) 基本條件與價值：性別、年齡、國籍及文化等。
- (2) 專業知識與技能：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。

並為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備營運判斷、會計及財務分析、經營管理、危機處理、產業知識、國際市場觀、領導及決策等能力。

### 獨立董事佔比逾半：

四位獨立董事並成立審計委員會，取代監察人職權。2023 年共召開八次董事會議，出席率為 92.86%。各成員之專業資格、兼任職務、支付酬金等相關資料揭露，可在公開資訊觀測站或公司官網參閱特力（股）公司 2023 年度年報。



### 特力董事提名與遴選

**流程：**本公司董事選舉採候選人提名制度程序為之，並採用累積投票制，由股東會就董事候選人名單中選任之。本屆董事係由董事會討論通過，並依公司法第 192 條之 1 規定，於公告受理董事候選人提名期間，受理持股 1% 以上股份之股東提出候選人名單，並於董事會審理董事候選人名單，經董事會評估其符合董事所應具備條件及參考董事會績效評估結果後，送請股東會選任之。

**任期：**2021 年股東會選出本屆董事會成員，由 7 位董事擔任，其中有 4 位獨立董事，獨立董事席次達董事席次二分之一以上，董事成員中有五位男性、二位女性，女性董事佔比為 28.6%，任期三年，為 2021 年 8 月 27 日至 2024 年 8 月 26 日。

### 本公司董事長：

由本屆第一次董事會由董事互推選李麗秋（代理總經理）擔任董事長。

### 避免和緩解利益衝突：

- 依據本公司董事會議事規範及審計委員會組織規程規定，董事或委員對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞者，得陳述意見及答詢，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。
- 董事之配偶、二親等內血親，或與董事具有控制從屬關係之公司，就會議之事項有利害關係者，視為董事就該事項有自身利害關係。
- 依據公司法第 209 條規定，董事為自己或他人為屬於公司營業範圍內之行為，董事須事前對股東會說明其行為之重要內容，並取得股東會許可。
- 依據本公司關係人相互間財務業務相關作業規範，本公司與關係人相互間財務業務相關作業，除法令或章程另有規定者外，應依本作業規範之規定辦理。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

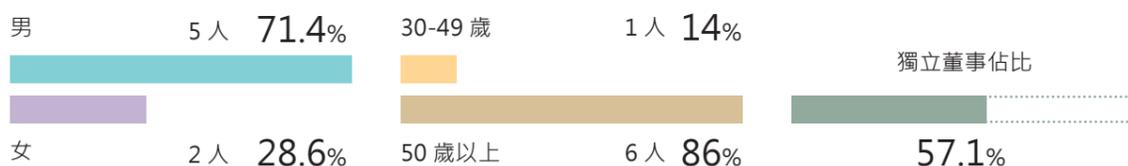
**董事進修：**

本公司董事並依《上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點》，每年度完成進修課程，以保持核心價值及專業優勢與能力；進修內容詳見附表。

**績效評估：**

董事會每年執行一次內部績效評估作業，評估範圍包括董事成員、董事會及功能性委員會（審計委員會、薪資報酬委員會、公司治理及永續發展委員會）等，於每年年度結束時辦理當年度內部績效自評作業，並每三年執行一次外部績效評估，內部或外部績效評估結果於次一年度第一季結束前提報董事會。

**特力董事呈現多元、專業及獨立性**



多元化核心項目	營運判斷能力	會計及財務分析	經營管理能力	危機處理能力	產業知識	國際市場觀	領導決策能力	法律	專業能力
董事姓名									
李麗秋董事長	●	●	●	●	●	●	●	●	產業知識
何湯雄董事	●	●	●	●	●	●	●	●	營運判斷
何采容董事	●	●	●	●	●	●	●	●	經營管理
賴永吉獨立董事	●	●	●	●	●	●	●	●	危機處理
劉廷揚獨立董事	●	●	●	●	●	●	●	●	領導決策
黃心賢獨立董事	●	●	●	●	●	●	●	●	領導決策
李逸川獨立董事	●	●	●	●	●	●	●	●	產業知識

註：可掃描 QR Code 詳閱董事會成員專業背景。



日期	董事會永續發展群體智識進修課程	主辦 / 協辦單位	時數
2023/02	數位經濟下的競爭與消費者保護議題	財團法人中華公司治理協會	3
2023/03	企業韌性臺灣競爭力	中華民國工商協進會	3
2023/05	從 ESG 企業永續發展看上市櫃公司的資安治理策略	社團法人中華公司治理協會	3
2023/08	外部影響多角化管理，創造企業正向價值	社團法人中華公司治理協會	3
2023/10	董事忠實義務與法律責任解析	社團法人中華公司治理協會	3
2023/10	全球經濟趨勢及產業展望	社團法人中華治理協會	3

**獨立董事與內部稽核主管及會計師溝通政策**

- (一) 稽核主管定期向獨立董事交付稽核報告及追蹤複查報告。
- (二) 獨立董事須審核年度稽核計畫之可行性，內稽、內控書面制度修訂之完整性，及內部制度聲明書之真實性等。
- (三) 發現重大違規事項之稽核報告立即呈報獨立董事。
- (四) 獨立董事與簽證會計師每年至少一次定期單獨溝通會議；若遇有重大事項時得隨時召集會議。
- (五) 簽證會計師列席審計委員會就年度及每季財務報告進行討論與溝通。
- (六) 審計委員會及董事會每年定期會對會計師進行獨立性、適任性評估。



相關內容可掃描 QR Code 詳閱。

**董事會績效內部自評**

**說明** **董事會績效評估：**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及內部控制等五個面向進行評估。  
**董事成員績效自評及同儕績效評估：**公司目標與任務之掌握、董事職責認知、對公司營運之參與程度、內部關係經營與溝通、董事之專業及持續進修及內部控制等六個面向進行評估。  
**審計委員會績效評估：**對公司營運之參與程度、審計委員會職責認知、提升審計委員會決策品質、審計委員會組成及成員選任及內部控制等五個面向進行評估。  
**薪酬委員會績效評估：**對公司營運之參與程度、薪酬委員會職責認知、提升薪酬委員會決策品質、薪酬委員會組成及成員選任等四個面向進行評估。

**結果** 2023 年董事會、董事會成員、功能性委員會績效評估 - 自評及同儕評估結果：優等

**獨立性董事會績效外部評估**

**說明** **執行評估：**應至少每三年由外部專業獨立機構或外部專家學者團隊執行評估一次。  
**最近一次委託評估：**委託臺灣董事會績效協進會進行董事會績效評估，進行七大構面績效分析，包括：「董事會組成與結構」、「董事之選任及持續進修」、「董事會對公司營運之參與程度」、「提升董事會決策品質」、「內部控制」、「環境、社會與公司治理」及「價值創造」等，並於 2022 年 12 月 30 日完成評估報告。

**結果** **董事會治理優點摘要：**

- 公司董事會成員專業背景多元化，一般董事產業經驗豐富，對公司營運非常嫻熟。
- 公司追求永續發展與成長。
- 董事會以身作則，除每年進行自我評估外，每三年亦委託外部獨立機構進行董事會績效評估一次。
- 公司的資通安全管理架構以 ISO27001 為基礎，內化落實到各部門之管理、執行與查核等工作。
- 公司重視智慧財產，於 2020 年導入台灣智慧財產管理規範 (TIPS) 並取得驗證。
- 公司相當重視接班計畫，公司亦持續進行特力集團菁英人才培育專案。



特力董事會績效評估辦法可掃描 QR Code 詳閱。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## ■ 薪資報酬委員會

為落實公司治理，健全董事、監察人及經理人之薪資報酬制度，特力於 2011 年 12 月 21 日設置薪資報酬委員會，由董事會委任獨立董事擔任委員。薪酬委員會組織規程經董事會核准，目前成員為四人，為本公司獨立董事，任期同董事會。2023 年共召開四次薪酬會議，出席率為 100%。

薪資報酬委員會依照特力公司治理守則，於章程訂定董事酬金或依股東會決議明訂董事之酬金，董事之酬金應充分反映個人表現、公司長期經營績效、對公司營運參與程度及貢獻之價值，並參照同業水準議定之，也應綜合考量公司經營風險，對於獨立董事得酌訂與一般董事不同之合理酬金。

## ■ 審計委員會

為健全本公司治理制度，強化內部財務、會計、內稽內控等監督機制及管理功能，特力於 2018 年 6 月 19 日設置審計委員會，審計委員會成員由全體獨立董事組成，目前成員為四人，任期同董事會。

審計委員會組織規程經董事會核准，審計委員會依照審計委員會組織規程所訂定之職權事項進行審議，協助董事會做出最佳決策。2023 年共召開七次審計委員會議，出席率為 100%。審議的事項主要包括：依證交法第十四條之一規定訂定或修正內部控制制度；內部控制制度有效性之考核；簽證會計師之委任、解任或報酬；年度財務報告及半年度財務報告；盈餘分配案及資本公積發放現金案等。

## ■ 公司治理及永續發展委員會

為落實公司治理並推動永續發展目標，特力於 2022 年 11 月 10 日設置公司治理及永續發展委員會，公司治理及永續發展委員會由 4 位獨立董事(賴永吉、劉廷揚、黃心賢、李逸川)、董事長李麗秋及執行副總經理石有儀、營運長何采容等高階經理人組成，目前成員為七人，任期同董事會。

公司治理及永續發展委員會依照經董事會核准之組織規程及職權事項進行審議，協助董事會做出最佳決策。2023 年共召開二次委員會議，出席率為 100%。

## ■ 稽核室

特力集團設有稽核室直接隸屬董事會，其為執行本公司及各子公司內部稽核作業，範圍涵蓋所有業務、財務等營運與後勤管理單位，以確保有效落實內部控制制度；稽核人員依據董事會通過的稽核計畫執行，該稽核計畫乃依據已辨識之風險擬訂，另視需要進行專案稽核。稽核結果每月除呈獨立董事核閱外，每季定期彙總呈報董事會、審計委員會，及每年至少一次獨立董事與稽核主管溝通會議，以使董事會及審計委員會成員均知悉稽核室運作。稽核室人力目前編制八名。

稽核室依風險評估結果，擬訂次一年度之計畫性稽核方向。因應各項業務實際運作及確保稽核過程中無疏漏，會於計畫性稽核任務設定若干關鍵點(Key Point)，以確定稽核工作均已完成。2023 年度稽核計畫規劃 84 件(貿易事業體佔 54%、零售事業體佔 46%)，已執行 84 件，達成率 100%。稽核工作屬於通才型職能，透過稽核案例分享會議，使成員彼此學習多元工作技能，逐步提升稽核部門整體風險辨識力。

### 特力董事薪酬決定程序

#### 【董事及員工酬勞】

依公司法及公司章程規定辦理，公司年度如有獲利，應提撥不低於 1% 為員工酬勞，由董事會決議以股票或現金分派發放。公司得以前項獲利，由董事會決議提撥不高於 2% 為董事酬勞。員工酬勞及董事酬勞分派案應提股東會報告。但公司尚有累積虧損時，應預先保留彌補數額，再依前項比例提撥員工酬勞及董事酬勞。

#### 【個別董事酬勞】

以董事會通過盈餘分配之董事酬勞總金額 \* 個別董事所得權數計算之，權數採以下項目擔任董事 / 獨立董事、對公司營運參與程度及貢獻價值、為公司融資需求擔任連帶保證人、董事會績效評估(含環境、社會與公司治理)得分結果及任職期間等計算所得權數。以上分配須經由本公司薪資酬勞委員會衡量整體董事會表現、公司經營績效、公司未來營運及風險胃納進行審查，提案董事會通過後發放。

#### 【功能性委員會委員酬勞】

以固定酬勞 \* 功能性委員會績效評估得分結果計算之，以上分配仍須經薪資酬勞委員會審查，提案董事會通過後發放。本公司薪資報酬委員會亦定期(至少每年一次)評估檢討董事及經理人之薪資報酬政策、制度、標準與結構，並將建議提交董事會討論，以謀公司永續經營與風險控管之平衡。



#### 【車馬費】

參考同業水準，依董事出席董事會情形支付。



### 2023 年度特力集團稽核計畫執行情況

案件	貿易	零售
定期性	34	33
週期性	7	5
子公司稽核	4	1



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

### 誠信經營

特力深信企業要永續經營，必須秉持公平誠信的原則，以奠定與客戶及供應商之長久業務關係。因此公司明訂從董監事、全體員工到所有合作的供應商，都要秉持誠信經營理念，遵守各種業務規範，以保護企業商譽及核心競爭力。

公司平日加強宣導各項業務活動均須兼顧企業社會責任、確保企業道德；且遵循政府法令、秉持誠信經營與拓展業務；要求所有員工不得從事任何形式之不公平商業行為，並絕對禁止從事任何形式的賄賂或不正当利益、舞弊、脅迫或其他不法行為，及迴避可能之利益衝突。

特力每年會進行所有營運據點之貪腐風險評估，2023 年無發現重大貪腐風險。針對公司內外部可能發生違反倫理或不合法行為，以及組織誠信相關問題，在公司最高治理機構董事會之下設有稽核室，直接向董事會報告。若有違反誠信經營原則者，經查證屬實，特力集團將終止合作關係。各項

舉報案件均由專案小組進行調查，並依年度向董事會彙報稽核調查結果。

#### 制訂政策、監督執行、檢視風險：

特力為落實誠信經營的管理規範，除經董事會通過制訂《誠信經營守則》外，另頒布《誠信經營作業程序及行為指南》，其內容包含作業程序、行為指南及教育訓練等，以建立良好之公司治理與風險控管機制，創造永續發展之經營環境。

特力集團指定人力資源單位為專責單位，配置充足之資源及適任之人員，辦理誠信經營守則之維護，及誠信經營作業程序與行為指南之修訂、執行、解釋、諮詢服務暨通報內容登錄建檔等相關作業及監督執行，並定期檢視與衡量風險，向董事會報告（至少一年一次）。

附表列舉誠信經營守則部分內容，本公司嚴格要求全體人員遵守，並於內部管理及外部商業活動中確實執行。

#### 申訴管道與保密機制：

本公司提供舉報管道，包含：員工申訴專線、外部申訴專線、電子信箱，並對於檢舉人身分及檢舉內容確實保密。本公司對違反誠信經營規定者，會於公司內部網站揭露違反人員之違反時間、違反內容及處理情形等資訊。



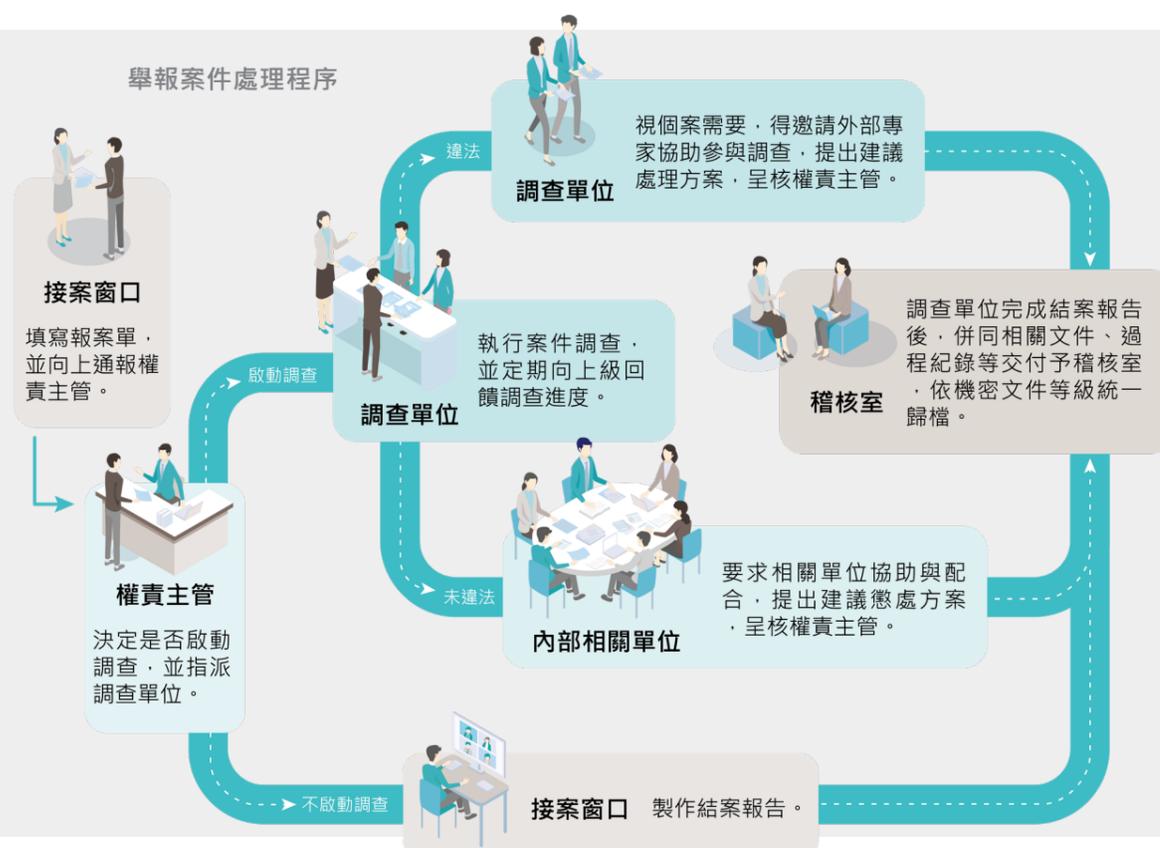
### 特力集團誠信經營守則

禁止不誠信行為	從事商業行為之過程中，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何不正当利益，或做出其他違反誠信、不法或違背受託義務等不誠信行為，以求獲得或維持利益。
法令遵循	應遵守公司法、證券交易法、商業會計法、政治獻金法、貪污治罪條例、政府採購法、公職人員利益衝突迴避法、上市上櫃相關規章或其他商業行為有關法令。
禁止行賄及收賄	不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何形式之不正当利益，包括回扣、佣金、疏通費或透過其他途徑向客戶、代理商、承包商、供應商、公職人員或其他利害關係人提供或收受不正当利益。
禁止提供非法政治獻金	對政黨或參與政治活動之組織或個人直接或間接提供捐獻，應符合政治獻金法及公司內部相關作業程序，不得藉以謀取商業利益或交易優勢。
禁止不當慈善捐贈或贊助	對於慈善捐贈或贊助，應符合相關法令及內部作業程序，不得為變相行賄。
禁止不合理禮物、款待或其它不正当利益	不得直接或間接提供或接受任何不合理禮物、款待或其他不正当利益，藉以建立商業關係或影響商業交易行為。

註：以上為守則摘要，該守則完整內容請掃描 QR Code



### 舉報案件處理程序



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

**政策溝通及訓練：**

本公司對全體員工持續透過內外部官方網站、內部定期管理會議，要求各業務承辦單位應對與公司從事商業行為之相對人進行宣導，使其充分瞭解公司誠信經營之決心、政策、防範方案及違反誠信行為之後果。誠信經營政策與人力資源政策結合，設立明確有效之獎懲制度。

台灣及中國大陸地區，於總部新進同仁到職當日會進行誠信經營政策宣導，說明誠信是特力不變的企業文化，以及公司經營對廉潔誠信之重視；2023 年共 163 人次參與訓練（佔大中華總部新人的 100%），時數為 16 小時。

**全員簽署「廉潔承諾書」：**

特力自 2015 年開始執行簽署「廉潔承諾書」，並提供繁中、簡中、英文及德文等四種版本以方便全球各營運據點員工閱讀及簽署（對供應商提供繁中、簡中、英文三種版本）。其後每年定期公告宣導並由負責單位：人力資源部以電子簽署或公告方式進行誠信廉潔的提醒，2023 年全集團同仁 100% 完成簽署廉潔承諾書。

**違反誠信廉潔事件零容忍**

時間	事件描述	利害關係人	處理狀況
2023 年 3 月	利用職務之便違反公司規定、圖利自己	員工	免職
2023 年 3 月	利用職務之便違反公司規定、圖利自己	員工	免職
2023 年 6 月	利用職務之便違反公司規定、圖利自己	員工	免職
2023 年 7 月	規避事實並竄改出勤紀錄	員工	免職
2023 年 8 月	隱瞞資訊，提供虛假不實資料	員工	免職
2023 年 9 月	利用職務之便違反公司規定、圖利自己	員工	免職
2023 年 10 月	利用職務之便違反公司規定、圖利自己	員工	免職

註：2023 年因貪腐違規行為與商業夥伴終止合約或未續約的事件總數為 0

**員工、供應商 100% 簽署「廉潔承諾書」**

董事會	員工	供應商
<p>董事會成員嚴守經本公司董事會通過《特力誠信經營守則》及《特力誠信經營作業程序及行為指南》，並就誠信經營守則簽署聲明書。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全體在職員工完成 2023 年度 100% 簽署</li> <li>新進同仁於到職時簽署</li> <li>留職停薪同仁於復職時簽署；產假/長假同仁排除簽署名單，併同於下一年度簽署作業。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>所有貿易供應商 2023 年度 100% 簽署</li> <li>所有零售供應商 2023 年度 100% 簽署</li> </ul>

註：上述供應商為特力(股)公司及特力屋(股)公司商品進貨供應商。

**法規遵循**

符合主管機關及當地法令是公司健全經營的最基本要求。特力集團恪守各項法令，妥善進行風險管控，並建立相關機制，達到有效管理及確保法令遵循之目的。

特力架構法遵作業原則（法遵管理體系維運、建置 B2B 系統自動化提醒）、建立事件通報機制（制定事件通報模式、定期模擬事件演練）、促進部門溝通執行（橫向部門促進溝通、彙整評估法律分析）、強化內部法治概念（法遵基礎概念建立、專業人員培養與訓練）等，致力達成法遵目標。

2023 年法遵訓練列舉及違規事件可詳附表。

2023 年影響公司營運且依特力集團危機應變管理辦法召開會議之重大違規事件為零；一般違規事件總計 7 件，包括：環保違規事件總計 2 件，社會及產品違規事件總計 4 件，稅務違規事件 1 件，罰款總金額為新台幣 324,452 元。針對違反法規事件，我們皆採取積極態度完成改善，並加強內部宣導。

2023—外部	重要法遵訓練	主辦單位
台商轉進建立供應鏈韌性的投資評估及案例分析		台北內湖科技園區發展協會
智慧財產案件審理新篇章與實務發展研討會		中華民國全國工業總會
台商海外投資：越南、泰國和印度之市場進入及業務經營實務		理慈國際科技法律事務所
中東歐投資環境與商機分享		中華民國全國工業總會
經營社群媒體涉及之著作權問題		經濟部智慧財產局
人性是資訊安全最大的漏洞 - 從社交工程了解駭客最新的攻擊手法		財團法人資訊工業策進會科技法律研究所
電商個資宣導說明會		數位產業署
公平交易委員會對於不實廣告法規及案例宣導說明會		公平交易委員會
2023 年度 TIPS (A 級) 暨公司治理之智財法遵培訓課程		財團法人資訊工業策進會科技法律研究所
2023 TIPA 國際研討會：商標布局與訴訟攻防		經濟部智慧財產局 智慧財產及商業法院
112 年度專利法令說明會		經濟部智慧財產局
112 年度商標法令說明會		經濟部智慧財產局
科專個資及反詐騙實務講座		經濟部技術處
綜合商品零售業個人資料檔案安全維護管理辦法宣導說明會		商業發展署

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

經濟績效

風險管理

公司治理

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

2023—內部重要法遵訓練	受訓對象	訓練方式	目標	課程概述
顧客抱怨處理進階課程	門店值班經理	線上	提升門店同仁客怨處理與基本法律觀念	1. 公務機關來函或到店檢查實例 2. 爭議事件與建議處理原則 3. 闡述事件通報概念重要性
TIPS 教育訓練—智財管理政策、目標及實務運作 TIPS 智財權基本概念暨導入實務	指定集團總部單位同仁	線上	協助同仁認識 TIPS 規範並提高對智慧財產權認識與保護	宣導智財管理政策、目標及實務運作 基本智慧財產權觀念與 TIPS 制度導入實務。
TIPS 教育訓練—核心概念及常見問題 貿易常見專利問題解析	指定集團總部單位同仁	線上	協助同仁認識 TIPS 規範並提高對智慧財產權認識與保護 協助同仁加強智財權的認識及使用注意事項	工作中常見智財問題之教育訓練
貿易業務部門法律進階分享	指定貿易業務同仁	線上	協助業務同仁理解與供應商交易依據的法律文件與內容；彙整常見貿易法務問題，使學員辨識情境與應對方法	1. 專利檢索與評估方法 2. 與供應商間交易的法律文件、契約重要條款說明
全員個資認知保護訓練	● 新人—個人資料保護認知訓練（新人學程，3 個月內完成） ● 全員—個人資料保護認知線上課程	線上	將正確的個人資料保護觀念與認知傳達給同仁	常見個人資料管理與保護措施
2023 年個資侵害事故緊急應變演練暨教育訓練	指定集團總部單位同仁	實體	強化同仁個人資料保護管理重要性之認知與個人資料保護管理責任，同時因應不同情境落實保護之執行方式。	1. 事故情境演練 2. 事故應變前之準備要項 3. 事故應變處理計畫之啟動條件 4. 事故應變處理作業程序 5. 事故發生後之檢討及強化
2023 年個資文件課程：〈四階文件繪製教材〉說明	指定集團總部單位同仁	實體	強化同仁盤點與管理個資之實務操作	1. 繪製方式 2. 填寫說明 3. 應用須知

2023 年違規事件說明

環境法規遵循 

無違反項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>無違反噪音管制法</li> <li>無違反空氣汙染防治法</li> <li>無違反廢棄物清運法</li> </ul>
違反項目	<ol style="list-style-type: none"> <li>特力屋股份有限公司違反傳染病防治法第 25 第 2 項規定，因受裁處人未自主管理所轄區域，滋生登革熱病媒蚊，核有違反傳染病防治法第 25 條第 2 項規定，遭裁罰新臺幣 12,000 元。</li> <li>特力屋股份有限公司特力家居南崁分公司未依規定維護建築物合法使用與其構造及設備安全，違反建築法第 77 條第 1 項，遭裁罰新臺幣 60,000 元。</li> </ol>
矯正措施	<p>違反項目皆已改善完畢，並持續進行以下措施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全面盤點容易積水處，增加排水方式，若無法增加排水方式則請清潔人員協助掃除。</li> <li>商管人員落實環境巡檢，每天下班前全面檢查後方可下班。</li> <li>雨天由每天早班值班經理巡檢停車場、商管、地下室，確認積水排除並拍照回覆幹部群組。</li> <li>戶外商管倉儲空間全面淨空，降低積水風險。</li> <li>宣導所有容器一律倒置，避免積水風險，無法倒置的容器於底部開口（回收箱），使其不積水。</li> <li>店長不定期抽查，每週至少二次。</li> </ul>

社會法規遵循 

無違反項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>無使用童工</li> <li>無涉及歧視</li> <li>無侵犯原住民權利</li> <li>無侵犯結社自由</li> <li>無強迫勞動</li> </ul>
違反項目	<ol style="list-style-type: none"> <li>特力屋股份有限公司違反勞動基準法第 24 條規定，遺漏折算某些員工加班補休之加班費，爰依同法第 79 條第 1 項第 1 款及第 80 條之 1 規定，遭罰鍰新臺幣 5 萬元整。</li> <li>特力屋股份有限公司新竹分公司及和樂新竹分公司涉違反都市計畫法第 36 條，遭主管機關處罰，罰款金額新臺幣 120,000 元。</li> <li>特力屋股份有限公司關稅遲繳滯納金，遭罰新臺幣 1,702 元整。</li> </ol>
矯正措施	<ol style="list-style-type: none"> <li>違反項目皆已進行改善完畢</li> <li>優化 HR 系統，便於確認時數後結算，避免遺漏。</li> </ol>

公司治理法規遵循 

無違反項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>無違反公司法</li> <li>無違反證券金融法規</li> <li>無涉及貪汙事件</li> <li>無違反政治獻金法</li> <li>無反競爭行為</li> <li>無反托拉斯事件</li> <li>無反壟斷事件</li> </ul>
違反項目	特力股份有限公司逾申報期限始自動申報扣繳憑單，遭財政部國稅局處罰鍰新臺幣 750 元整。
矯正措施	已於主管機關處罰前即自動申報

產品法規遵循 

違反項目	特力屋股份有限公司銷售「HOLA EVA 柔軟兒童室內拖鞋」等商品標示「專利字號：D144859」，涉有廣告不實，違反公平交易法第 21 條第 1 項規定，遭處以新臺幣 8 萬元。
矯正措施	<ol style="list-style-type: none"> <li>全數下架違法標示商品。</li> <li>特力屋股份有限公司於線上供應商管理平台（B2B 平台）發布公告，要求供應商須主動維護其商品證照或專利號等，如有異動，應立即通知本公司，供應商須同意本公告內容方得進行後續合作。</li> </ol>

# 責任供應鏈

近年特力積極培養供應商成為策略合作夥伴，攜手優化作業效率、商品品質及技術研發；更重要的是，協同善盡 ESG 責任，達成雙贏，共創永續市場。

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



### [ 章節重點 ]

#### 合作基礎

營運機制  
管理流程  
準則與承諾

#### 風險評估與管理

供應商評估與管理 - 特力貿易  
供應商評估與管理 - 特力屋零售  
服務事業夥伴管理  
營建機電事業分包商管理

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

合作基礎

風險評估與管理

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 合作基礎

公司對供應商的經營策略志在求精，而非求量；供應商須認同特力永續經營的理念，非僅以符合法令標準為滿足，以此為長期合作基礎。

特力的主要業務包含貿易及零售兩大範疇，本身的營業項目不涉及生產製造，供應商總數超過三千家，並遍及台灣、大陸及東南亞等地。

特力供應商的類型可區分為兩類，分別為自有品牌商品（Private Label；簡稱 PL）與非自有品牌商品（Non-Private Label；簡稱 Non-PL）供應商。目前 PL 商品佔所有商品比例仍低，大部分產品由供應商提供。

### 營運機制：

由於產品品質攸關貿易客戶及零售顧客對特力的評價與喜好，因此供應商的挑選與商品品質把關，為特力企業營運之重要關鍵，基於此，我們設有 QA/QC（品質管控）部門，負責對貿易及零售之供應商進行驗廠、驗貨及產品測試。

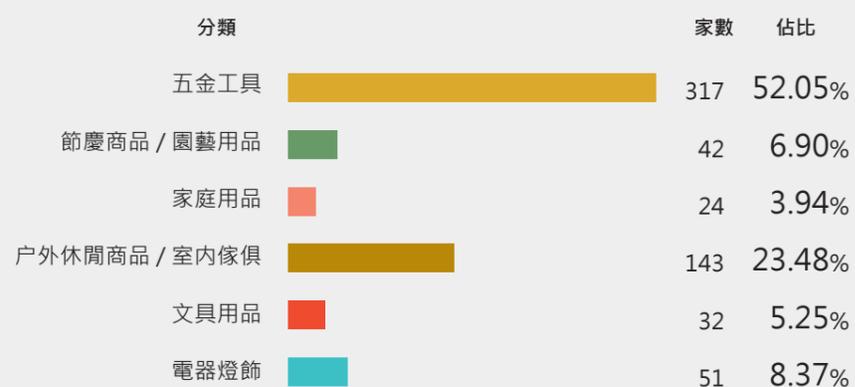
### 管理流程：

特力對供應商的評鑑有一套標準作業流程（依 ISO9001、ISO14001 與 ISO 45001 等環境及勞工相關條文訂定驗廠標準），經 QA / QC 評鑑後，將供應商分級，後續並依規定進行複審及定期稽核。

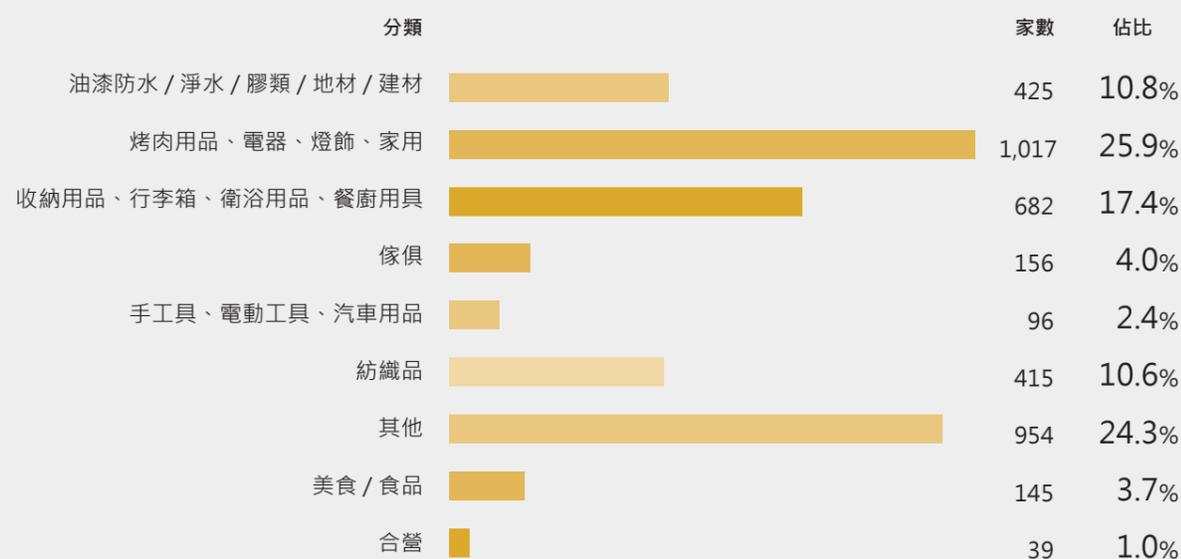
### 準則與承諾：

特力對內外銷訂單均要求供應商遵守永續發展實務守則，並制訂供應商準則（Supplier Code of Conduct），此標準目前已成為公司評估供應商的重要依據，據此標準對供應商制訂相關的行為準則及具體管控措施。特力的供應商標準（行為準則）是特力基於國際社會普遍接受的規則及客戶要求對其供應商在社會和環境影響方面的基本期望，摘要內容如附表。

2023 年特力貿易供應商類型 & 數量



2023 年特力屋零售供應商類型 & 數量



### 特力供應商評鑑作業流程



註：驗廠未通過之工廠，特力不會下單。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

合作基礎

風險評估與管理

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 特力供應商標準 (TR Supplier Code of Conduct)

法律合規性	遵守其生產地的國家、地方和行業的法規與標準。
員工僱傭	對於雇員的聘用應符合當地勞動基本法規與客戶要求。
自願勞動	禁止使用童工、強迫勞工、抵債勞工或契約勞工。所有的員工應該享有平等的工作機會。
勞動時間	必須向工人提供休息日，必須保證工作時間符合法律規定。
薪酬	供應商應向所有工人支付符合或超過法律標準的工資、加班補貼及福利。
健康與安全	供應商應為工人提供安全、健康的工作環境並符合相應的安全和健康法律法規。
環境	供應商應保證全部生產設施符合環保法律要求，包括所有相關廢棄物處理、空氣排放、棄置、有毒物質和有害廢棄物處理的法律。
衝突礦產	供應商應確保其供應鏈未在產品中使用衝突礦產：錫、鎢、鉭、金。衝突礦產來源於在生產時被敵對勢力控制的礦區。
反賄賂	供應商不得容忍、允許或參與賄賂、貪汙或不道德行為，無論是在與公眾人員還是私營機構個人開展交易之時。
符合其他法律法規要求及最終客戶的期望。	供應商應符合其他法律法規要求及最終客戶的期望，包括客戶的行為守則要求。

註：以上為重點摘要，完整內容請掃碼 QR Code 詳閱。



## 審慎管理任何化學及有害物質

特力集團一向儘可能避免使用任何化學及有害物質，並積極進行管理。

- 樹脂顆粒運輸過程**：特力要求供應商應採取有效措施，確保負責任的處置原材料和運輸樹脂顆粒。供應商應在運輸和處置過程中使用合適的設備和流程，防止生產前樹脂顆粒的損失。
- 優先順序化學品**：特力要求供應商應確保在特力產品中減少、限制或消除優先性化學品的使用。供應商應在產品中用安全的化學品或非化學替代品取代優先性化學品。每年，供應商應提供出售給特力的產品中所含優先性化學品清單和物質安全資料表。如果含量超過 100ppm，優先性化學品必須揭露，不管是否有意加入。

## 風險評估與管理

特力各事業體對供應商皆有制訂合宜的評鑑機制與管理對策，以控管相關風險可能造成的衝擊，進而透過輔導、溝通，達成永續共好。

## 供應商評估與管理 - 特力貿易

由於特力貿易的客戶皆為歐美零售大廠，其對永續重要議題多採取零容忍政策，如全球零售龍頭 Walmart 提出永續指標 (Sustainability Index)，要求所有供應商遵循其關注的道德議題 (Ethical Issue)、環境議題 (Environmental Issue) 及安全議題 (Security Issue) 等，其他如 HD、QVC 等超過 40 個零售客戶亦有相關要求，因此特力貿易會協同供應商配合其所有規範。

此外，特力會參與國際大型零售客戶的問卷調查，問卷內容包括：員工健康與安全、負責任的採購、化學品管理等永續相關議題。2023 年特力參與 Walmart Packaging, Forests, Textile 等問卷調查，善盡供應商 ESG 資訊揭露之職責。

**風險評估**：結合過去幾年的數據統計分析與總結，為了有效地對供應商進行評估，特力貿易制訂了「供應商業務評估制度」，評估等級如附表。特力貿易過去幾年皆執行供應商驗廠，充分落實評估政策，推動供應商持續改進，近三年各等級供應商家數詳見附表。2023 年貿易合作供應商評估總數為 329 家，其中 A 級供應商佔比 13.1%，B 級供應商佔比 84.2%，B 級供應商數量增加 12 家，總體水準穩中有升。

2023 年供應商驗廠作業中，特力貿易共對 329 家廠商進行環境衝擊評估，包括廢棄物處理、空氣排放、有毒物質和有害廢棄物處理等，鑑別其是否對環境具有重大實際或潛在負面衝擊。其中 50 家工廠均因缺少地方政府性文件，如環評批復文件等，導致潛在負面影響。這些工廠正在與當地政府積極溝通和配合改善中，目前尚無供應商經評估後終止合作關係。

對於品管未能合規供應商，QA 會搭配輔導措施，指導工廠改善與提高作業品質，下頁附表列舉 2023 年二個改善實例。

## 特力貿易供應商業務評估等級

等級	審查結果	有效期
<b>A</b> Good 良好	1. 審核分數 $\geq 80\%$ 2. 無童工和 / 或強迫勞工和 / 或誠信問題及無其他嚴重問題點。	兩年
<b>B</b> Acceptable 接受	1. $60\% \leq FA < 80\%$ 2. 無童工和 / 或強迫勞工和 / 或誠信問題及無其他嚴重問題點。	一年
<b>C</b> Unacceptable 不接受	1. 審核分數 $< 60\%$ 2. 現場發現童工，則審查結果是不接受。	需提出改善計畫，並重新通過 QA 審核，否則立即終止合作。

註：FA=Factory Assessment

## 特力貿易供應商驗廠評估結果

年份	總數			
2021	7 (2%)	309 (87%)	39 (11%)	355
2022	14 (4.2%)	265 (80.3%)	51 (15.5%)	330
2023	9 (2.7%)	277 (84.2%)	43 (13.1%)	329

註：等級 C ■ 等級 B ■ 等級 A ■

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

合作基礎

風險評估與管理

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

永續共好

### 成功輔導曹縣手工藝品供應商建立品管體系

**7/11<sup>23'</sup>** FA 人員在執行審核時發現工廠沒有建立品管體系，產品從前期的開發設計、試產、量產，都沒有制定有效的管控方式，現場物料的存儲、區域的規劃等都非常混亂，最終驗廠失敗。

在現場，審核員已根據工廠出現的問題逐條解釋，並告知工廠正確的處理方式，強調只有系統管理並落實，才能夠確保輸出合格的产品。因此，審核員指導工廠管控產品的源頭，從產品設計開發、樣品管理著手，並在量產中提出制定完備的檢驗規範、安排專人檢驗監督、現場管理指導，其需要做到整潔有序、有明確的區域劃分，杜絕優品與不良品混放等。

審核員離廠後，工廠也不時向其請教，審核員都一一回復並指導。工廠先將必要的環節改善完畢，且配合持續整改。

**7/28<sup>23'</sup>** 在工廠與特力審核員的努力下，工廠改善完畢重驗審核合格。但工廠仍然不滿足於現有成果，計畫精益求精，不斷探索改進，爭取作出更好的管理。

### 供應商評估與管理 - 特力屋零售

特力屋零售的供應商管理有兩大主軸，分別為前端的合約管理（篩選合格及符合需求的供應商）以及 B2B 商務平台（提供全面及完整的服務，讓需求及供應兩端營運，溝通暢通無阻）。

#### 供應商承諾：

特力屋零售為強化供應商管理，自 2012 年起便要求合作供應商皆需締簽附有「企業社會責任條款」及「廉潔規範條款」之合約書，相關條文摘要如附表。

根據上述合約書，特力屋零售於遴選供應商加入合作名單時，即善盡審核查證責任。審查範圍包含維護人權、勞工工時、不得僱用童工、保障工作安全、降低環境衝擊等，並於簽訂合約時明訂相關條款，若有違背誠信原則、善良風俗、破壞公司商譽、影響公眾利益等，自得逕行解約。

針對自有品牌（PL）商品，則透過 QA / QC 部門執行品質政策，從商品開發、製造開始把關，除確保產品符合國家規範外，並主動定期驗廠，善盡 ESG 管理責任。

#### 特力屋零售要求供應商

100% 締簽附企業社會責任條款及廉潔規範條款的合約書

#### 社會、環境

- ✗ 破壞消費者信任
- ✗ 損害消費者權益
- ✓ 控制排放之物質

#### 勞工、人權

- ✗ 禁僱用童工
- ✗ 禁止工作超時
- ✗ 禁止種族歧視
- ✓ 提供健康與安全的工作環境

#### 誠信廉潔

不得直接或間接以任何方式、對任何地方之職員、授權人、代理人、代表人、受任人或上開人員之關係人，提供或試圖提供任何款項或利益。

#### 風險評估：

特力屋零售將供應商分為 A、B、C、D 四個等級，並就個別供應商之風險評估等級，判定須每三年、兩年或一年進行定期稽核，或是立即終止合作。被評鑑為 D 級的廠商，公司在系統上將無法對其下單，除非該廠商提出改善計畫，相關部門通知 QA 複審並通過後，始能重新下單。

2023 年供應商驗廠作業中，特力屋零售已對 91 家工廠進行環境衝擊評估（內容包括以下五項），鑑別其是否對環境具有重大實際或潛在負面衝擊，其中有 91 家供應商經鑑別後發現有重大實際或潛在負面的環境衝擊；2023 年平均單項（如下）達成率為 64.62%，較 2022 年下降 1.43%。目前尚無供應商經評估後終止合作關係。

1. 廠區是否有建築項目環境影響評估報告（涵蓋所有生產工序過程）？
2. 廠區是否有廢氣、廢水、噪聲監測報告和環評批復？
3. 工廠是否有排汙許可證？
4. 工廠有使用地下水或取用江湖泊水，必須取得取水許可證？
5. 工廠是否與一個由資質單位簽訂協議，回收危險廢棄物？

#### 特力屋零售供應商分級評估

等級	審查結果	有效期
<b>A</b> Excellent 優秀	1. 審核分數 $\geq 75\%$ 2. 無童工和 / 或強迫勞工和 / 或誠信問題及無其他嚴重問題點。	三年
<b>B</b> Satisfactory 滿意	1. $60\% \leq FA < 75\%$ 2. 無童工和 / 或強迫勞工和 / 或誠信問題及無其他嚴重問題點。	兩年
<b>C</b> Acceptable 接受	1. $45\% \leq FA < 60\%$ 2. 無童工和 / 或強迫勞工和 / 或誠信問題及無其他嚴重問題點，結果是可接受的、需改善。	一年
<b>D</b> Unacceptable 不接受	1. 審核分數 $< 45\%$ 2. 現場發現童工 / 和強迫勞工或 / 和誠信問題及其他嚴重問題點，則審查結果是不接受。	需提出改善計畫，並重新通過 QA 審核，否則立即終止合作。

註：FA=Factory Assessment

永續共好

### 成功輔導廣東中山廚衛電器供應商完善檢驗作業

**9/13<sup>23'</sup>** FA 在執行驗廠時，發現工廠在樣品管理流程、產品標識與可追溯性、產品檢驗管控程序及培訓方面均存在不足，驗廠結果失敗。但工廠有強烈合作意願，並願意不斷改進品質管制體系中的問題點。

特力 FA 針對發現的問題開立 CAP(Corrective Action Plan)，並詳細指導工廠如何從原料管控制到成品檢驗，完善檢驗作業流程，細化產品的檢驗標準並作好記錄。另外要求工廠須加強檢驗人員的培訓，以提高技術能力，提升品質管制能力。

**10/24<sup>23'</sup>** 在工廠依 CAP 完成改進後，重驗通過，成為特力合格供應商。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

合作基礎

風險評估與管理

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

特力屋零售供應商驗廠評估結果

等級	2021	2022	2023
<b>A</b>	13	9	<b>20</b>
<b>B</b>	26	28	<b>30</b>
<b>C</b>	39	47	<b>44</b>
<b>D</b>	9	5	<b>4</b>
PL 有效期廠商	149	151	171
總數	236	240	269

註 1：PL 有效期廠商包含：第三方公證檢驗合格或符合免驗資格。

註 2：符合下列資格之低採購金額廠商，可申請免驗廠：

- 新廠商：首張訂單金額小於美金 8,000 元
- 既有廠商：前一年度淨進貨金額小於新台幣 3 百萬元

## 服務事業夥伴管理

除了貿易與零售之供應商外，特力屋亦提供裝修工程服務，結合裝潢與修繕的策略夥伴，建立專注於服務的正式組織，招募並培訓具裝修專業職能之人才，成立北中南服務網。

### 管理流程：

特力屋室內裝修事業服務團隊向來是從客戶角度出發，在確認客戶相關裝修需求後，挑選最適合的工班夥伴進行服務。所有服務事業合作夥伴必須具備政府單位核可之營業登記許可，特力並要求施工夥伴須嚴守公司契約，且透過各種稽核評鑑方式，選用合格工班夥伴，確保顧客獲得應有的服務品質。

我們每年定期規劃舉辦夥伴教育訓練，持續聚焦培育優質合作夥伴，並邀請一定金額以上之發包廠商或特殊技能工班參與溝通及培訓。同時，建立一套夥伴評鑑制度：

1. **新進服務事業夥伴的評鑑**：主要由工程部督導負責，藉由工程實績及參觀，評鑑其財務、信用承攬能量，並徵詢同業口碑。

2. **既有裝修夥伴的評鑑**：依據其進行中的施工案件，由督導進行工程抽檢、完工後抽樣、顧客滿意度調查、年度評鑑等不同階段評估，作為服務夥伴是否續約的依據。

惟工程服務種類眾多，個別依其負責品項設定年度評鑑標準，其中包含硬體裝備與人員專業，以冷氣工班為例，年初簽約前需進行車輛、裝備、證照等項目評鑑後，方進行簽約，並強制教育訓練，通過測驗才可接案。

正式接案後，每月依照工班 KPI 評定排名，並針對低於標準的工班予以輔導，倘若發生重大客戶抱怨、連續違反公司規定，或連續三次以上評鑑低於低標，將予以停班停權，嚴重時解約處分。

2023 年合作工班數共 292 家、解約 126 家合作工班（包含一次性工班），年度解約率為 43.2%。

### 夥伴承諾：

特力屋零售除了對施工品質的要求外，為了善盡 ESG 管理責任，自 2016 年起，服務事業夥伴的合約均增加人權條款，包括：遵守相關勞動法規、禁用童工、無強迫勞動、不得有危害勞工基本權利之情事等，並透過夥伴會議、實地訪視工地現場，強力宣導人權條款的重要性。

## 服務事業夥伴管理流程



服務事業夥伴訓練成果

訓練統計	2021	2022	2023
訓練時數	2,746	2,450	2,708
訓練人次	961	452	523
訓練天數	164	95	99

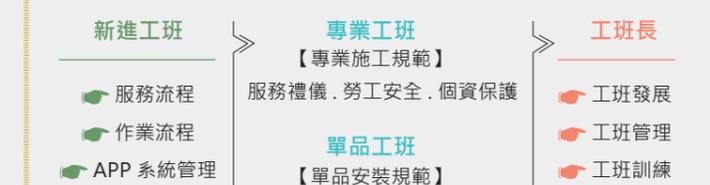
服務事業夥伴簽約數量

年份	簽約數		
	2021	2022	2023
數量	318	355	292

## 建置北中南訓練中心

為擴充平台服務能量、強化工班服務水準，特力屋好幫手斥資建置北 / 中 / 南區訓練中心「職人學校」，進行專業工班訓練，包含設立職人訓練中心授課教室，搭配多媒體與實品展示提供多元化學習場所，內容涵蓋勞工安全與法規、服務標準流程、禮儀訓練、樂齡專屬服務等。訓練中心並設有實作演練區，不僅是工班實作與體驗的學習場所，也是實測技能的場地，規劃有實境展演區、綜合實作區、油漆體驗區、浴室體驗區等，完整訓練課程以提升工班素質。

### 職人學校發展藍圖



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

合作基礎

風險評估與管理

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

### 營建機電事業分包商管理

特力旗下營建機電事業，藉由審查登錄、分析及評鑑，慎選合格分包商，作為公司採購依據，以期不斷提升施工品質。材料及工程分包商考評建議、審查由各工務所 / 工務部執行，工程辦公室負責建立合格廠商之名錄及管理。

評估及管理機制主要分二大階段：審查登錄與定期評鑑。

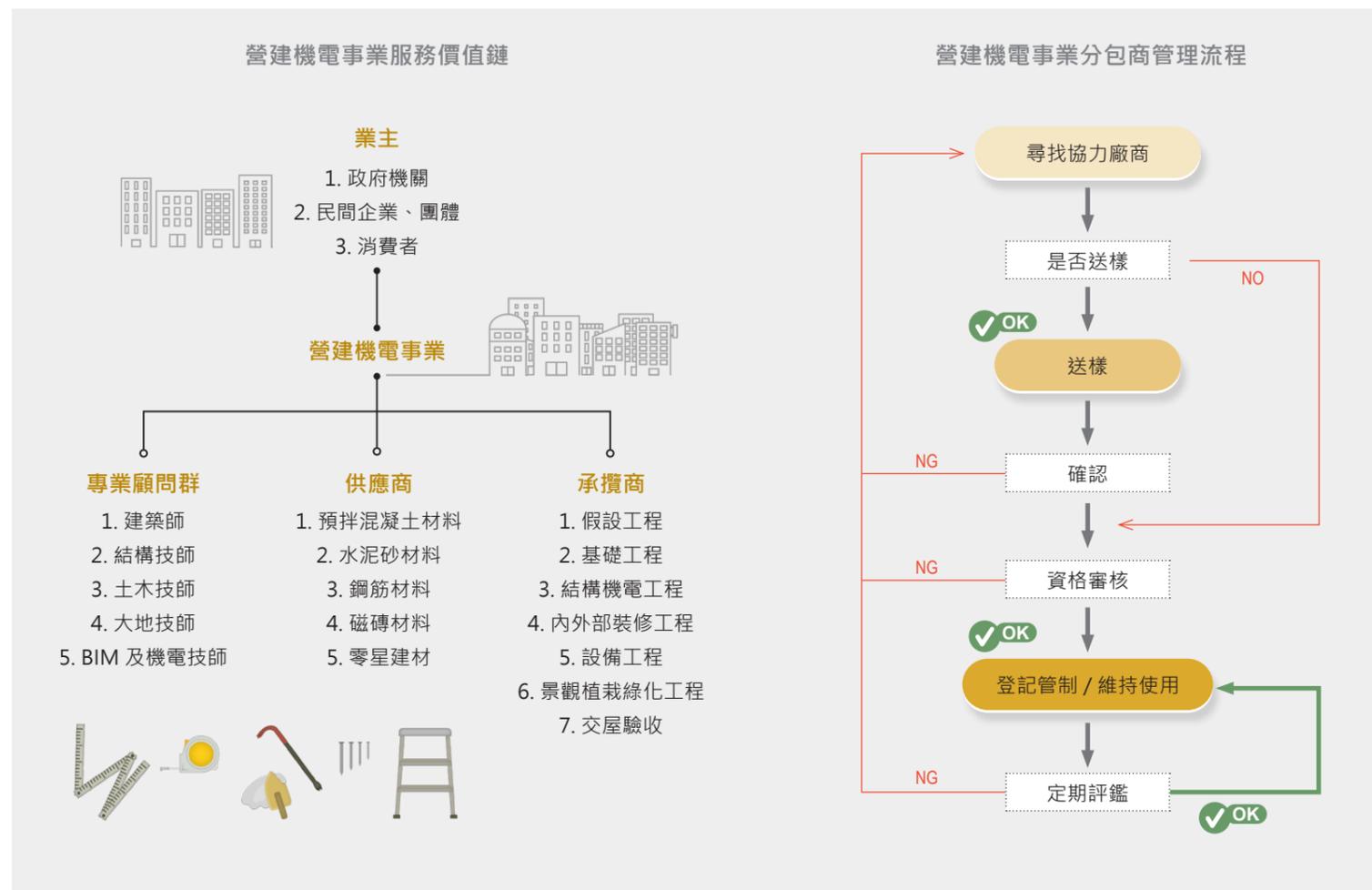
**1. 審查登錄：**新進廠商需填寫【廠商資料卡】，並提出「營利事業 / 工廠登記證、歷年實績、完稅證明」等資料供資格審查。審核通過後即可登錄至「廠商資料庫」。

**2. 定期評鑑：**對於曾經配合之分包商，專案承辦於工程結案時應填寫【分包商評鑑表】，作為合格廠商資格審查之依據。後續於各單項工程完工時或每半年作定期評鑑，經評鑑為合格者繼續選用。

- 單項工程完工後經評鑑為不合格者：停權六個月以上，並視同新進廠商管理。
- 定期評鑑結果為不合格者：加強輔導直至改善為止。
- 如果仍無法達公司基本要求：於工程管理系統「廠商資料庫」中除名。

#### 廉潔承諾：

所有工程合約中皆納入了廉潔承諾條款，禁止行賄或給付其他不正當利益，確保供應商能夠遵守道德及法律標準。



# 綠色產品及營運

特力以貿易起家，很早即掌握歐美的綠色概念，因此秉持環保思維，落實於貿易零售商業價值鏈中，從產品開發、綠色採購、行銷包裝、物流運輸、能源管理、廢棄物管理等環節，積極應對氣候變遷。



SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS



## 〔章節重點〕

**綠色採購** 綠色商品  
無毒健康建材  
在地採購

**綠色包裝**

**物流管理**

**綠色行銷**

**能源管理** 用電管理  
用油管理  
綠色商場

**廢棄物管理** 無紙化商務作業  
電子化服務  
廢棄物處理

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

綠色採購

綠色包裝

物流管理

綠色行銷

能源管理

廢棄物管理

幸福企業

社會共榮

附錄

## 綠色採購

綠色採購是落實綠色消費的第一步；特力屋零售致力開發環境友善的綠色商品與建材等，減少銷售之商品對環境及人類健康產生傷害，引領大眾實現環保新生活，一起維護永續的環境。

### 綠色商品

特力各事業體支持客戶及消費者響應綠色消費。特力貿易出口至美國及亞洲所有木製品，100% 取得 FSC 認證；零售事業積極引進綠色商品，特力屋也是台灣第一家禁用禁售白熾燈泡、大力推廣 LED 商品的居家零售通路。

2023 年度特力屋零售綠色商品總採購金額逾新台幣 10.8 億元，較前一年減少 23.1%；其中，含回收再利用物料之商品採購金額達新台幣 25,079,530 元，佔比為 2.3%。

2023 年特力屋零售綠色商品採購金額

類別	項目	金額
綠色標章	省水、節能、環保、綠建材、FSC、能效 1 級、能效 2 級、能效 3 級	657,336,791
	Saving Energy(節約能源) <sup>1</sup>	144,197,698
	Reduce (減少使用) <sup>2</sup>	58,518,883
	Reuse(物盡其用) <sup>3</sup>	169,465,793
	Recovery(非 100% 回收再生) <sup>5</sup>	17,503,539
環境友善	Recycle(100% 回收再製) <sup>4</sup>	7,575,991
	Refuse(替代環保材質) <sup>6</sup>	26,674,093
總計 (單位：新台幣_元)		1,081,272,788

註 1：減少能源消耗的方式以保護資源，減少對環境的污染。

註 2：減少產品製造過多廢棄物，產品改採用可降解材料。

註 3：可重覆使用產品、容器，直接再利用。

註 4：產品含有 100% 舊原料回收再生材料 (如 HOLA 推出回收塑料再製的 REAL 環保多功能衣架，通過 GRS 全球回收標準認證 100% RPET 材質，沒有提煉過程、減少碳排製程。)

註 5：產品含有部分舊原料回收再生材料 (如 HOLA 推出兼顧機能與造型的設計，運用 70% 回收塑膠與自然纖維組成的荷蘭 Handed By 編織籃。)

註 6：拒絕一次性塑料製品，以較環保原料取代舊原料。

發展再生料商品：特力屋 2023 年與收納類商品供應商合作發展含 20% 再生料商品，銷售量近 10 萬組，2024 年預估再成長 10%。2024 年與供應商合作導入環保稻殼地板，透過回收農業廢棄物，循環再利用製成防水地板。

HOLA 推出永續自有品牌「REAL 系列」，其中，REAL 環保多功能衣架使用 GRS 認證 100% 無汙染的回收材料 (RPET) 製成，讓本來即將走進海洋或土壤的廢棄塑膠重新蛻變。REAL 洗劑以溫和不含皂鹼的親膚皂液為基底，添加天然植萃精油，最後填裝進 GRS 認證 100% 無汙染回收塑料 (RPE) 製成瓶身，使用完畢可再生製造，重複

### HOLA 以 5R 標準實現永續體驗

特力旗下家居品牌 HOLA 積極履行永續責任，透過 5R (Reduce, Reuse, Refuse, Recycle and Recovery) 訂定品牌環境保護標準、積極選用環保認證或標章的供應商，期待提供消費者永續商品的「Re 選品」，從日常耗品實現對環境有利的購買選擇。2023 年 HOLA 更承諾於 2030 年達成全品牌超過五成商品符合 5R 標準，嚴格為未來選品以及新產品線開發把關。

供應商選擇上，HOLA 嚴格挑選取得環保認證或標章的供應商，自有品牌多選用 FSC 認證之木材、GRS 認證之再生塑膠、蘭精認證之天絲™ 品牌纖維等具可溯源性以及可靠原料製成，製程除降低對環境的衝擊外，也可提高回收及再生利用率。

為實現 5R，雖生產成本相較一般商品平均高出約 20%，但品牌擁有較強的議價空間，能夠在實現永續的同時兼顧價格，提供消費者以及環境更友善的選擇。

年份	2019	2020	2021	2022	2023
特力屋零售綠色標章商品品項數	645	792	1,973	1,768	2,112

註：綠色標章商品銷售品項數係統計該年度於 12 月 31 日持續有效的綠色標章認證產品，進而納入計算其年度銷售淨額。

使用一年後可減少 10 至 20 個塑料瓶器；HOLA REAL 洗劑系列並獲得世界四大設計獎項之一日本「GOOD DESIGN AWARD 2023」及華人市場頂尖設計獎項之一「2023 金點設計獎」雙重肯定。

減少 PVC 策略：考量一般使用 PVC(聚氯乙稀)原料時，為加強其安定性，多會添加對環境及健康有害的塑化劑或安定劑，故特力屋零售通路決定推動減少使用 PVC 策略，與供應商合作逐年降低商品的 PVC 原料，改以 PP、PE 等其他無毒原料取代。

例如：蓮蓬頭 PVC 軟管更換成不鏽鋼軟管，內管升級為 EPDM 內管，並開發無磷苯無毒塑膠地磚，浴室止滑墊、室內踏墊也減少 PVC 材質，改用 TPE、橡膠等其他替代原料。特力屋含 PVC 材質商品佔比已降至 10.3%。

2023 年特力屋綠色標章商品所含品項

綠色標章	品項數
 省水標章 經濟部水利署全力推動省水標章制度，符合規格之產品即頒發省水標章使用證書，有助消費者選購及達到節約用水之目的。	171 如馬桶、水龍頭、蓮蓬頭、水材配件等
 節能標章 經濟部能源局受理廠商自願性申請「節能標章」認證，一般消費大眾可藉由「節能標章」辨識何者為高能源效率產品。	224 如風扇、燈泡、冷氣、熱水器、瓦斯爐等
 環保標章 環保標章是環保署依據 ISO 14024 環保標章原則與程序而定，目的是鼓勵對環境造成較少衝擊的產品與服務，驅動環境保護潛力。	113 如洗碗精、油漆等
 FSC FSC 是森林監察委員會提供的森林認證，此機構為非營利國際機構，凡印有該標誌的木材，即表示木材來自次森林或人工種植的森林，而不是原始森林。	1,291 如板材、木傢俱等
 綠建材 綠建材標章制度可助有效評斷並整合建材之健康、生態、再生、高性能資訊，以提供民眾選用材料時之依據，確保舒適健康室內居住及永續地球環境。	40 如傢俱、層板、板材等
能源一級 台灣訂定國家能源效率標準，鼓勵汰換老舊設備器具。「能源效率標示」為強制性，共分五級，所有耗能產品皆須標示，級數越低代表耗能越少、越節能。	77 如除濕機、電冰箱、開飲機等
能源二級 能源效率標示，為強制性，共分五級，所有耗能產品皆須標示，級數越低代表耗能越少、越節能。	156 如除濕機、電冰箱、開飲機等
能源三級 能源效率標示，為強制性，共分五級，所有耗能產品皆須標示，級數越低代表耗能越少、越節能。	40 如除濕機、電冰箱、開飲機等

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

綠色採購

綠色包裝

物流管理

綠色行銷

能源管理

廢棄物管理

幸福企業

社會共榮

附錄

無毒健康建材

特力屋室內裝修服務注重顧客居家健康，在裝修材料上追求環保無毒。旗下自有品牌商品的建材種類涵蓋範圍相當多元，皆為環保、無毒的綠建材，包括可因應各種居家風格與量身訂製的優質系統櫃、市售口碑極佳的 E1 級以上 V313 板材；以及質感精美的廚具、木地板等，從最前線的建材端落實品質控管，為消費者的居家安全嚴格把關。

其中，E0 板材的製作過程不需砍伐巨木，可利用再生木製造，具有天然、無汙染之特點，其甲醛釋放量低於 0.5mg/L 以下，是近零甲醛的無毒健康板，可說是最符合自然生態的環保素材。

多年起，裝修團隊又針對衛浴改裝工班指定用料，提出全面使用符合環保標準規範的水泥製品，並選用乾拌水泥砂，提升居家環境的品質。

從綠建材走向綠建築：

為推廣綠建築，特力集團旗下中欣團隊所屬「特欣國際」生產、銷售多



桃園市桃園區中路四社會住宅取得銀級綠建築標章

款環境友善商品，其中，PRO 950 樓板隔音墊取得高性能綠建材標章；MD120 牆面打底用袋裝水泥砂為無甲醛、低逸散之健康綠建材，協助客戶落實健康環境；相關產品已推廣應用至超過 150 個建案。

另有符合循環經濟理念的 MT500 隔熱砂漿產品，可幫助建築物外牆阻絕熱源，使建築物外牆系統 Ui 值（平均熱傳透率）小於 2.0，協助國內近 50 個建案取得綠建築標章。

中欣團隊所屬「統營營造」承攬的所有案件皆採用綠建材，甚至優於法律規範使用率，其也將永續環保理念推廣至各建案，包括導入綠化、保水、節能、二氧化碳減量等。

其中，「臺北市南港區中南社會住宅」取得銀級綠建築標章及銀級智慧建築標章；「桃園市桃園區中路四社會住宅」取得銀級綠建築標章；另有 3 項社會住宅在建工程已取得候選綠建築及候選智慧建築證書。

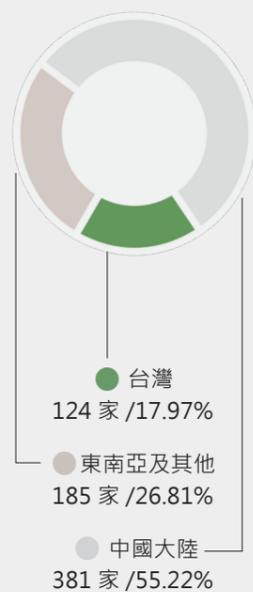
在地採購

特力貿易為世界各地的知名零售賣場，如 Walmart、O'Reilly、Menards、Costco、QVC、Lowe's、The Container Store、Soriana、Tepro、Home Depot 等，供應物超所值的商品，集團主要供應商來自台灣、中國大陸、東南亞和其他地區。特力並依據多數供應商所在地，就近設立上海、深圳、越南、印度等貿易辦公室。

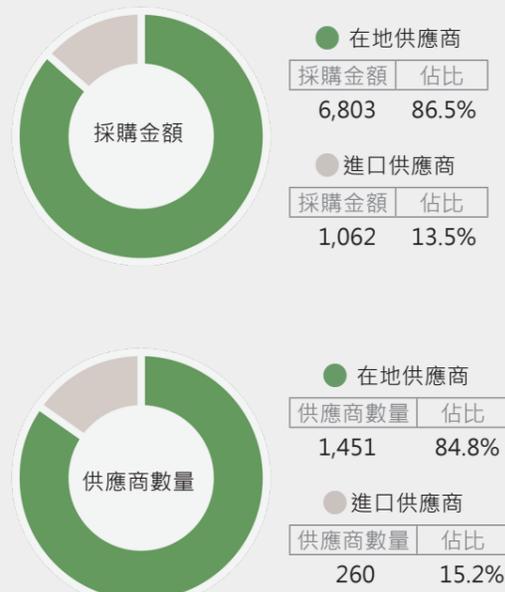
特力屋零售包含特力屋及 HOLA 兩大通路，大部份採購支出以台灣供應商為主。雖然同步發展品牌代理業務，自國外引進全球知名品牌，但仍保有高度在地供應鏈，平均約占八成五，2023 年在地採購金額約新台幣 68 億元。

此外，為促進在地特色及經濟包容性，特力近年來與以台灣農產品製作為主之未上市上櫃在地優質農產供應商持續合作，在扶植優質在地供應商的策略下，即使面對嚴峻的外在環境挑戰，2023 年銷售金額仍維持一定水平。

2023 年特力貿易供應商家數及營運地區



2023 年特力貿易供應商家數及營運地區



扶植台灣在地優質農產供應商



銷售金額（銷售金額單位：新台幣\_元）

2021 年	134,991,110
2022 年	96,904,642
2023 年	73,913,579

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

綠色採購

綠色包裝

物流管理

綠色行銷

能源管理

廢棄物管理

幸福企業

社會共榮

附錄

## 綠色包裝

集團致力推行環保包裝、包裝減量；特力屋零售訂定自有品牌 ( PL ) 商品的綠色包裝規範，特力貿易朝 2025 年塑膠泡殼包裝佔比為 0% 的目標努力，與國際接軌。

為履行環境保護責任，特力遵循國際有關環保法律規定（例如歐盟 directive 94/62/EC and its amendments - Directive (EU) 2018/852、美國 Model legislation (toxics in packaging)/CONEG 等），要求相應出口包裝品印刷供應商使用大豆環保油墨，避免製程或回收過程造成環境污染。

走向國際標準：為減少塑膠對環境產生衝擊，特力貿易認同國際客戶作法，自多年前便開始限制使用塑膠泡殼包裝，近年塑膠泡殼包裝的營業額佔比約 1.8%，朝 2025 年佔比為 0% 的目標努力，實踐完全綠色包裝、符合國際標準，並協助客戶達成碳減量。目前特力貿易出口至 Walmart 的產品，100% 無塑膠泡殼包裝。

開發環保包裝：特力貿易事業部與設計團隊長期合作設計開發多項環保商品包裝，並於 2023 年再獲 1 座德國 iF Design Award 包裝設計獎。Steel Head Tools 以減少垃圾為商品包裝設計概念，循環使用不可避免的包裝，降低商品包裝購買後被丟棄的想法；採用多個拉鍊袋的工具包，有序收納不凌亂，使用翻找方便。以可重複使用環保水洗紙張作為工具包裝材料，運用縫製將多個拉鍊袋結合為一體收納包，傳達節約資源和減少廢物的可持續發展概念。

訂定綠色包裝規範：特力屋零售為開發更多符合環保概念之自有品牌 ( PL ) 商品，訂定自有品牌 ( PL ) 商品的綠色包裝規範，在包裝上採用綠

色材料及綠色設計，並印製識別標章，落實省資源、易回收、低汙染之環保主張。呼應降 PVC 策略，特力屋及 HOLA 致力將商品包裝改以紙材、PE、PP 取代。

2023 年特力屋含 PVC 商品包裝佔比成功降至 7%，2023 年起「一次性商品」全面禁用 PVC 原料使用；HOLA 環保材質包裝佔比達 96.6%。

零售業的紙箱用量一向很大，特力零售通路多年前即實施紙箱回收，希望重複使用、減少用量。因自有品牌商品採用綠色包裝，特力屋近年廢紙箱的回收量呈現穩定下降，2023 年較前一年再減 15.3%。

「hoi! 好好生活」則致力全店減少塑膠外包裝，例如，將寢具的 PP 袋改為緞帶及環保不織布包裝；茶香氛包裝則使用馬口鐵盒，利於重複使用。經大力推動後，hoi 約有一半商品已減少塑膠外包裝，其中以寢具為主要調整品類。

### 特力貿易出貨減少包裝尺寸與使用量

原出貨三明治 (雙泡殼) 卡片尺寸：21.5x27.5(H)cm  
產品重新排列，尺寸縮小。  
可懸掛彩盒尺寸：11.5x4.5x21.5/26cm

原出貨三明治 (雙泡殼) 卡片尺寸：38x32(H)cm  
產品重新排列，尺寸縮小。  
披薩盒包裝，彩盒尺寸：22x21x5.5cm

### 特力屋零售 PL 商品綠色包裝規範

項目	作法
環保材質	外箱：1. 使用玻璃、紙、可分解塑膠 (PET)、金屬等作為包裝材料，外箱不可打釘。 2. 使用廢紙回收，製成紙漿模塑、緩衝包材或填充物。
符合國際要求	內盒：1. 禁止使用 PVC 包裝。 2. 不得使用保麗龍。 3. 印刷使用環保塗料。 所有包裝材料中金屬材料的部分，其鉛、鎘、汞和六價鉻四種重金屬的總量須 <100ppm。
包裝減量	1. 每種產品包裝的材料不超過 3 種，以利回收。 2. 禁止過度包裝規定，規範產品包裝層數不可超過三層、體積比小於 1、重量低於產品。

### 特力屋紙磚回收量持續減少

	2020	2021	2022	2023
總重量 (公斤)	642,640 (-7.79%)	636,544 (-0.95%)	574,210 (-9.79%)	486,610 (-15.3%)

註：上述統計不含近年新開設之特力屋社區店

### 特力屋零售網際網路商品包裝重量

商品重量 (公斤)	包裝重量比值
0.25~1	0.38
1~3	0.24
>3	0.11
平均每件包裝材料	約 0.229 公斤

註 1：以上包裝重量比值及使用之包裝材料，均符合行政院環境部規範；立本會計師事務所出具核閱報告書。

註 2：商品包裝重量比值計算 = [ 網際網路購物包裝材料重量 / ( 網際網路購物包裝材料重量 + 商品總重量 ) ] X100%

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

綠色採購

綠色包裝

物流管理

綠色行銷

能源管理

廢棄物管理

幸福企業

社會共榮

附錄

## 物流管理

特力物流中心藉由使用替代及循環載具、整併出貨、統一配送、控管運輸油耗等，每年成功減少 2,000 公噸以上的碳排放量。

### 統一轉運：

為了讓全台門市的商品運送更有效率、並減少商品運送過程中的碳排放量，特力的物流作業除了重複使用貨物框籠棧板以及整併出貨、規劃物流最適配送路線等，更致力與供應商一同改善運送方式，將原本各供應商直接配送到全台各門店的作業，改為由物流中心統一轉運（Cross-docking 越庫作業，簡稱 XD），以減少總運輸量，確實執行節能減碳。

### 自購棧板：

為降低對環境的衝擊，楊梅物流中心自多年前即使用物流箱代替紙箱出貨，並改用自購棧板。物流箱使用壽命平均約有 5 年左右，且耐衝擊性佳，撞擊或重壓時不易損壞，可妥善保護零散出貨商品，避免商品在運送過程

中損壞。自購棧板有別於一般通路上使用的棧板，可降低棧板遺失風險，損壞後還可自行維修再使用，增加棧板壽命。

### 汰換老舊車輛：

楊梅物流中心到全台特力屋及 HOLA 門店的配送作業，均委外給專業運輸公司。為了控管運輸油耗，降低對環境的衝擊，近年我們攜手運輸公司展開老舊車輛汰換計畫。現今車種均符合 5 期環保法規。

為推廣居家節能減碳生活，降低產品和服務對環境的衝擊，特力屋零售從各面向與消費者進行溝通、宣導，每年還積極與中央及地方政府合作，響應其各項節能政策與綠生活相關活動。

### 特力越庫作業 (XD) 執行流程

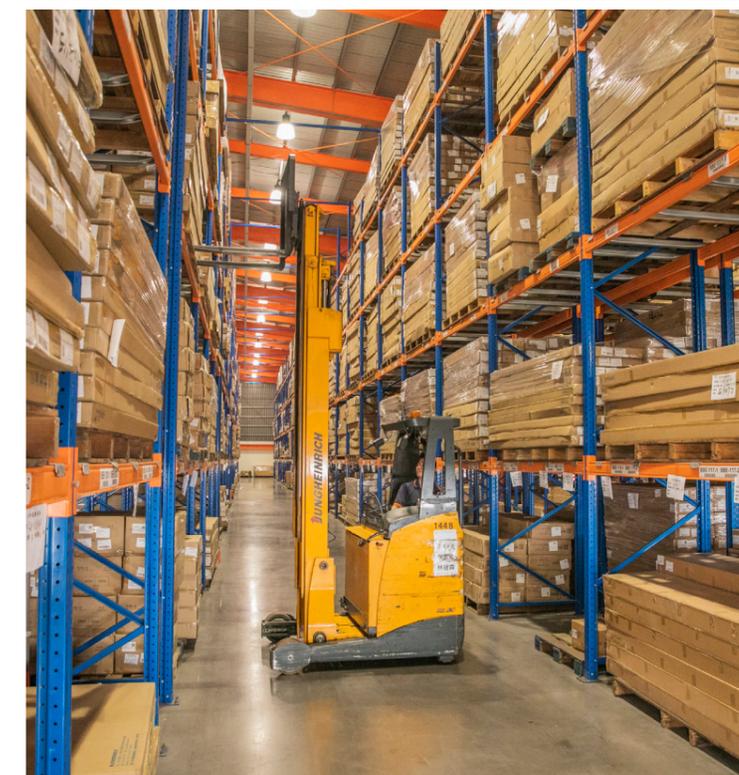
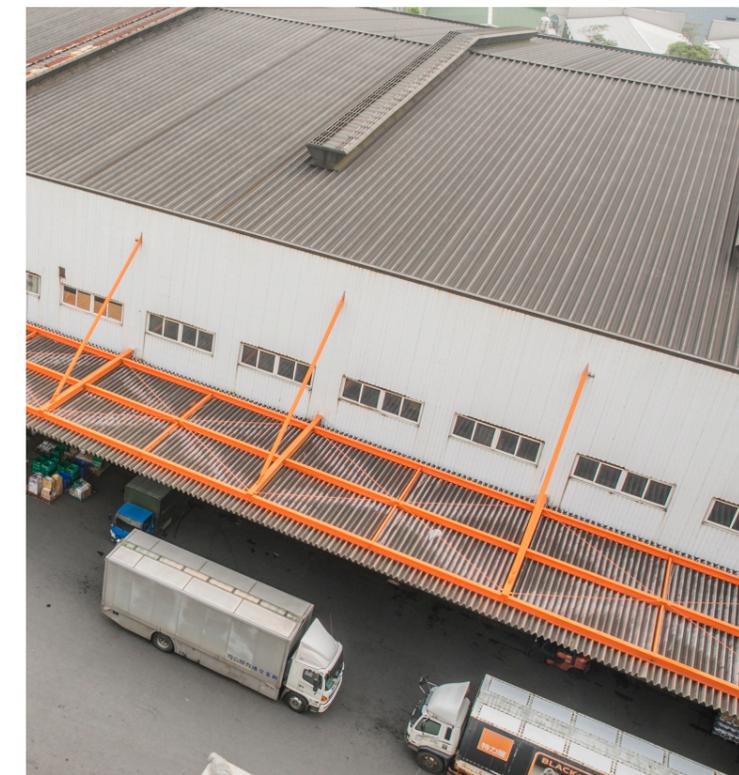


### XD 作業為特力物流運輸減少碳排放量

項目	2021	2022	2023
XD 訂購單	19,148	19,440	18,029
A: 無 XD 時總碳排放量 (公噸)	2,512.59	2,550.9	2,365.75
B: 實施 XD 總碳排放量 (公噸)	28.88	26.85	24.39
每年減少里程數 (公里)	3,160,960.6	3,212,306.5	2,979,803.4
每年減少耗油數 (公升)	1,053,653.5	1,070,768.8	993,267.8
C: 減少之碳排放量 (公噸)	2,483.71	2,524.05	2,341.36

註 1：因門市遍佈全台，遂以台北到台中的距離 167 公里，為單趟的里程計算基礎；耗油數以每公升可供 35T 貨運車行走 3 公里；並參照環境部碳足跡計算係數 - 移動源，車用汽油熱值 (Kcal 千卡): 7,800 及排放係數 (公斤 CO<sub>2</sub>/TJ): 69,300 計算。

註 2：上述 C=A-B



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

綠色採購

綠色包裝

物流管理

綠色行銷

能源管理

廢棄物管理

幸福企業

社會共榮

附錄

## 綠色行銷

特力屋一直將「綠色購物環境」視為重要的 ESG 績效指標，透過多元措施與行銷推廣，協助消費者有能力，打造低耗能的居家環境，減少碳排放。



為推廣居家節能減碳生活，降低產品和服務對環境的衝擊，特力屋零售從各面向與消費者進行溝通、宣導。

- **銷售人員宣導：**向第一線接觸消費者的銷售人員宣導，使其了解推廣節能產品的意義與活動重要性，也讓銷售人員更投入配合門市節能觀念及產品的推廣。
- **配合政府進行推廣：**如參與各地節能季、綠色生活與消費活動等；與政府相互配合，積極與媒體溝通節電訊息，擴大宣傳。
- **設置節能專區：**賣場特別設置專區，將節能商品集中陳列，並以立牌、POP 指引民眾其他節能標章產品位置，讓民眾輕易找到更多節能產品。
- **製作數位型錄：**配合節能商品促銷，製作型錄與民眾溝通居家全方位節能減碳解決方案；同時減少印刷紙本型錄，改為 EDM 寄送會員，並置於購物網站上。相較前一年，2023 年因紙本型錄所產生的碳排放量大幅減少 90.9%。
- **打造綠色體驗區：**實際打造綠色體驗區，讓民眾直接感受節能商品的各項優點。且為了讓消費者可親身體驗 LED 的節能效益，特力屋還在門市打造「LED 體驗館」，以情境展演的方式，讓民眾體驗 LED 高變化性、

高演色性 (演繹色彩的能力) 等優點，示範居家各空間不同的生活氛圍。

- **推行綠色購物：**特力屋及 HOLA 已全面停售非環保購物袋，並免費提供回收紙箱，鼓勵消費使用或購買環保購物袋。同時，為響應政府及節能紙張的政策，多年來特力屋零售皆積極向消費者推廣使用電子發票。
- **設計獎勵機制：**針對能源效率一、二級產品，提供各式促銷優惠，例如現金回饋、折價券、活動抽獎、分期零利率等。並配合政府節能活動提供購物優惠，如與地方環保局合作「節電認同券」活動，提供節能商品購物優惠。

為鼓勵民眾淘汰節能效率較差的舊式燈泡，自 2013 年起，每年特力屋會推動為期約一個月的燈泡回收獎勵活動，每回收一顆可獲得 5 點特力屋會員紅利點數。2022 年 6 月起，為持續響應環保、鼓勵更多消費者參與回收活動，特力屋增加活動頻次為每周六參與回收活動即可享有獎勵。2023 年共回收 132,714 顆燈泡、兌換 663,570 點；另回收 1 顆乾電池送 1 點，共回收 1,714,272 顆乾電池、兌換同額點數，兌換數較 2022 年提升約 14%；若以 1 點可抵 1 元計算，價值達 2,377,842 元，成果豐碩。

HOLA 推出舊物新生行動，針對羽絨被及不鏽鋼鍋製品建立回收機制，每成功捐贈一件可以兌換 10 點點數。

2023 年特力屋及 HOLA 紙本型錄用紙量銳減

年 / 紙本型錄用紙量 (張)	總計 (張)	碳排放量 (噸)
2021	19,073,334	152.59 (+21.57%)
2022	11,426,652	91.41 (-40.09%)
2023	1,044,111	8.35 (-90.86%)

註：計算原則：每張紙之碳排計算乃根據台灣產品碳足跡資訊網 Paper Star 影印紙 (A4, 80g) 之數據，每張紙碳排放量 8 公克，進行推估計算。

特力屋鼓勵回收舊式燈泡 & 乾電池

項目	2021	2022	2023
回收燈泡數	67,168 (+8.2%)	115,723 (+72.3%)	132,714 (+14.7%)
回收乾電池數	794,420 (+0.6%)	1,499,106 (+88.7%)	1,714,272 (+14.4%)
兌換燈泡贈送點數	335,840	578,615	663,570
兌換乾電池贈送點數	794,420	1,499,106	1,714,272
活動價值 (新台幣_元)	1,130,260 (+71.2%)	2,077,721 (+83.8%)	2,377,842 (+14.4%)

- **APP 及網路社群互動：**特力零售通路不斷透過社群媒體以趣味插圖及文案溝通節能作法，與消費者即時互動。2023 年特力屋及 HOLA 各項綠色行銷宣傳活動，共觸及逾 413.1 萬人次。



### 行銷 LED 為地球多種上千萬棵樹

特力屋在 2023 年持續結合以節能、健康、環保、為客戶省錢為主題的行銷活動，鼓勵消費者從事綠色消費；以 LED 商品為例，2023 年共約售出 140.5 萬顆 LED 燈泡及約 26.3 萬支 LED 燈管，約可減少 13.9 萬噸的碳排放量，相當於為地球多種 1,211.7 萬棵樹。

LED 燈泡 / 燈管銷售量	2021	2022	2023
LED 燈泡 (單位: 顆)	1,678,865	1,628,097	1,405,132
LED 2 呎燈管 (單位: 支)	125,423	129,398	110,814
LED 4 呎燈管 (單位: 支)	156,130	173,078	152,639
一年約可減少之用電度數 (單位: 度)	334,087,549.6	326,503,179.9	282,068,255.1
約可減少之碳排放量 (單位: 噸 CO <sub>2</sub> e)	170,050.6	161,619.1	139,341.7
約多種植樹木 (單位: 萬棵)	1,478.7	1,405.4	1,211.7

#### 計算方式：

- 電力碳排放係數依經濟部能源署最新公告計算，2021~2023 年度電力排放係數分別為：0.509、0.495、0.494 公斤 CO<sub>2</sub>e/度。因每年電力排放係數公告與永續報告書編製期之時間差，影響統計結果，故相關數據以最新一期永續報告書揭露為準。
- 依據行政院農業委員會林務局資料，單株樹木 1 年約可吸收 5~18kg 的二氧化碳，平均值取 11.5kg。
- 瓦數雖不同，以平均保守瓦數計算使用一顆 9W LED 燈泡亮度相較於一顆 60W 白熾燈泡的使用，一天使用 10 小時來計算。  
節省電 (度)：(60W-9W)×10 小時×365 天/1,000=186 度 / 年  
減少碳排放量：186 度×0.494kg CO<sub>2</sub>e=91.88kg CO<sub>2</sub>e  
一顆 9W LED 燈泡多種植樹木 (棵) 數量：91.88kg/11.5kg (平均值計)=7.99 棵樹
- 4 呎燈管主要瓦數 18W；2 呎燈管主要瓦數 9W；18W LED 燈管亮度相較於一顆 45W 傳統 T8 燈管的使用，一天使用 10 小時來計算。  
節省電 (度)：(45W-18W)×10 小時×365 天/1,000=98.6 度 / 年  
減少碳排放量：98.6 度×0.494kg CO<sub>2</sub>e=48.71kg CO<sub>2</sub>e  
一支 4 呎 18W LED 燈管 (2 呎 9W LED×2 計算) 多種植樹木 (棵) 數量：48.71kg/11.5kg (平均值計)=4.2 棵樹

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

綠色採購

綠色包裝

物流管理

綠色行銷

能源管理

廢棄物管理

幸福企業

社會共榮

附錄

## 能源管理

特力積極因應氣候變遷，力行能源管理，尤其致力減少影響甚鉅的用電量、開發自產電力，且每年進行必要設備檢視與汰換，保護環境並減少營運成本。

### 用電管理

2023 年特力外購電網能源消耗百分比為 100%，暫無再生能源消耗，但特力已完成總部大樓及特力家居高雄館的太陽能建置工程，現採自發電售予台電，並以特力集團總部和特力家居高雄館之使用量為短期目標及發展基礎，2023 年再生能源發電量達到當館總用電量 13.6%，2023 年轉供 83,000 度太陽能發電，並取得再生能源憑證。

特力不論在總部辦公室、楊梅物流中心或是各個零售通路，都全面使用節能環保的照明設備，並調整合理的契約用電容量。特力屋會依季節調整耗電量大的空調使用時間或強度；特力屋北屯店獲得臺中市「商場低碳認證」，特力屋內湖店及士林店、特力總部大樓也進行機房設備汰舊換新，汰換傳統大型存儲設備，全面改用可減少碳排放量的小型快閃存儲設備，估計每年約可減少 13,590 度用電量 (約 48.9GJ) 及 6.92 噸碳排放量。

2023 年特力集團用電量統計

總用電 (G 焦耳)	2021	2022	2023
特力屋	130,410.6	133,724.1	123,184.2
HOLA	52,234.5	51,311.0	54,276.0
特力楊梅物流中心	2,535.7	2,686.8	2,387.6
特力總部辦公室	8,011.1	7,094.8	7,177.4
總計 (G 焦耳)	193,191.9	194,816.7	187,025.2
總用電度數	53,652,201.4	54,103,415.1	51,939,627.1
用電密集度 (度 / 坪)	2021	2022	2023
特力屋	573.11	573.77	508.51
HOLA	593.24	589.82	615.44
特力楊梅物流中心	54.08	57.30	50.92
特力總部辦公室	647.05	573.04	579.7
總用電密集度	515.37	513.59	479.91
對比前一年		-0.3%	-6.6%
能源間接 (範疇二) 排放量	2021	2022	2023
排放強度 (噸 CO <sub>2</sub> e / 坪)	0.26	0.25	0.24
總碳排放量 (噸 CO <sub>2</sub> e)	27,309.0	26,781.2	25,658.2
對比前一年		-1.9%	-4.2%

註 1：電力碳排放係數依經濟部能源署最新公告計算，2021~2023 年度電力排放係數分別為：0.509、0.495、0.494 公斤 CO<sub>2</sub>e / 度。因每年電力排放係數公告與永續報告書編製期之時間差，影響統計結果，故相關數據以最新一期永續報告書揭露為準。GWP 值以 IPCC AR6 報告為準。

註 2：以上門店用電量僅計入截至 2023 年底營運滿一年以上者，特力屋含大型店及社區店共有 60 家門市納入統計。

註 3：HOLA 北屯店之用電度數合併至特力屋揭露

註 4：上述 2023 年總用電密集度 = 上述總用電度數 / 營運地樓板面積 (108,226.73 坪)

註 5：上述 2023 年特力總部用電密集度 = 上述總部辦公室用電度數 / 總部辦公室樓板面積 (3,438.4 坪)

註 6：上述總碳排放量 (噸 CO<sub>2</sub>e / 度) = 上述總用電度數 \* 電力排放係數 / 1000

### 用油管理

在柴油的消耗使用上，特力屋的柴油使用設備主要為堆高機、發電機，楊梅物流中心為堆高機，總部及 HOLA 則無柴油使用。特力屋依過往實務經驗，調整發電機備用油料，以避免過多剩餘油料變質。目前測試頻率為每兩週運轉運轉 15 分鐘。

在颱風季節，特力屋密切關注氣象預報，若遇即將發佈海上颱風警報時，門店會即時提早測試發電機運轉是否正常，不受每兩週限制，兼顧緊急發電需求以及合理控管備用油料與運轉測試。

為降低公務車汽油及柴油的油耗，公司逐年編列預算汰換耗能舊公務車，近年特力屋加強數位行銷，持續優化各項活動訊息露出，減少公務車的油耗。

### 永續共好 – 供應商一起節電

特力不僅自身投入節電，亦積極邀請供應商加入節電的行列，尤其貿易團隊近年持續輔導，每年皆有不錯的成效。附表為 2023 年輔導案例及成果分享。



廠商	措施	節電 節水	能源使用量 (GJ)	節省費用 (美元 / 年)
越南 供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 照明：白天時盡可能關閉一些不需要的光源</li> <li>● 壓縮空氣：升級為高能效空壓機</li> <li>● 注塑機：安裝變頻器</li> <li>● 吹塑機：安裝變頻器以提高能效</li> <li>● 製冷系統：安裝更為高效的冷卻裝置</li> </ul>	12,400 度	44.7	約 1,240
浙江 工具供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 照明：關閉不需要的光源</li> <li>● 壓縮空氣：定期清潔熱交換器表面</li> <li>● 製冷系統：確保冷凝器處於陰涼、通風位置</li> <li>● 暖通空調：減少門的打開時間</li> <li>● 電機：安裝變頻器</li> <li>● 扇 / 風機 / 抽風機：減少打開時間</li> </ul>	10,600 度	38.2	約 1,011
漳州 電器供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 照明：改用高效能電燈</li> <li>● 製冷系統：外界溫度較低時，停止使用機械式冷卻系統，並使用冷卻塔或者自由空氣冷卻。</li> </ul>	8,000 度	28.8	約 1,350
彰化傢俱供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 照明：關閉不需要的光源</li> <li>● 電機：實施電機定期維護計畫</li> </ul>	11,030 度	39.7	約 1,605

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

綠色採購

綠色包裝

物流管理

綠色行銷

能源管理

廢棄物管理

幸福企業

社會共榮

附錄

特力屋及楊梅物流中心柴油消耗量

單位：G 焦耳	2021	2022	2023
特力屋 (堆高機、發電機)	238.88	265.47	199.57
楊梅物流中心 (堆高機)	379.57	391.87	333.88
總能源消耗量	618.46	657.34	533.46
直接 (範疇一) 碳排量 (噸 CO <sub>2</sub> e)	46.58	49.51	40.18

註：柴油碳排係數採能源局公告數值 7.41 噸 CO<sub>2</sub>e /TJ 計算。GWP 值以 IPCC AR6 報告為準。

特力屋公務車汽油及柴油購油量

單位：G 焦耳	2021	2022	2023
汽油	356.61	365.96	326.05
柴油	15.69	23.04	34.84
總能源消耗量	372.31	389.01	360.89
直接 (範疇一) 碳排量 (噸 CO <sub>2</sub> e)	26.94	28.17	26.17

特力總部公務車汽油及柴油購油量

單位：G 焦耳	2021	2022	2023
汽油	382.38	353.70	350.95
柴油	27.60	24.81	30.24
總能源消耗量	409.98	378.51	381.2
直接 (範疇一) 碳排量 (噸 CO <sub>2</sub> e)	29.70	27.42	27.63

註 1：特力屋全台公務車皆使用汽油燃料，唯北屯店之公務車使用柴油。

註 2：油品碳排係數採能源局公告數值，柴油 7.41 噸 CO<sub>2</sub>e /TJ、汽油 6.93 噸 CO<sub>2</sub>e /TJ 計算。GWP 值以 IPCC AR6 報告為準。

### 善用視訊會議

特力的營運據點遍及兩岸與全球，在日常作業中，多年來公司鼓勵同仁善用視訊會議，一來提高溝通效率，二來減少差旅產生的時間成本及運輸造成碳排放。根據附表統計，將部分兩岸及國內差旅改成視訊會議，2023 年約可減少 331 噸碳排放量。

項目	2021	2022	2023
召開視訊會議 (次)	19,515	24,292	28,932
減少碳排放量 (噸)	531.9	277.71	331.0

註 1：兩岸視訊計算原則參照中華航空網站之航機排放二氧化碳量的計算方法。每次差旅會議以 2 人為計。2023 年台北 - 上海來回差旅會議碳排放量 = 0.25 噸 CO<sub>2</sub>e × 2 人 × 434 次 = 217 噸 CO<sub>2</sub>e。

註 2：國內差旅計算原則，參照環境部碳排放計算器。每次差旅會議以 2 人計算，交通工具以自用車、距離以 10 公里為準 = 0.002 噸 CO<sub>2</sub>e × 2 人 × 28,498 場次 = 114 噸 CO<sub>2</sub>e。

### 綠色商場

特力屋致力推動節能省電營運政策及推廣銷售綠色環保相關商品，並教育同仁身體力行，以擴大省電節能的效益。特力屋以 2018 年為基準，至 2021 年已節省 14.3% 用電量。特力屋最新目標為：以 2022 為基準，至 2024 年用電密集度低 2%，至 2027 年用電密集度降低 5%；特力屋 2023 年用電密集度為 508.5，較前一年減少 11.4%。

特力屋要求所有中大型門店皆須 100% 通過行政院環境部「綠色商店認證」。2019 年下半年起，為就近提供消費者所需的服務與解決方案，特力屋積極深入社區快速展店，所有新開立的社區小型店亦全力取得「綠色商店認證」；截至 2023 年前開設的小型社區店，全數通過「綠色商店認證」。



(上) 特力屋士林店獲頒 2023 年臺北市零碳標竿獎  
(下) 特力屋桃園三家門市 (南崁店、平鎮店、八德店) 獲頒綠色商店績優單位

### 特力屋目標：最綠商場

#### 治理

##### 建立能源查核專責組織

- ▶ 各店設立節約能源推動小組：擬定節能管理計畫及節約能源工作，推動落實節能政策與教育宣傳。
- ▶ 定期檢視：定期請廠商到店檢視各店空調效能，逐年編列預算汰換老舊冷卻主機與壓縮機。
- ▶ 配合政府：配合與善用經濟部與台電對企業的節電輔導措施，提升節能效。
- ▶ 碳排管理：南崁店先行完成碳盤查並建立制度，後續將據此推廣至各門店，實施碳排管理。

#### 營運

##### 商場空間能源使用管理

- ▶ 力行 5R 原則降低環境負荷 (Reduce, Reuse, Recycle, Rethink, Reject)
- ▶ 士林店藉由過去取得 ISO50001 認證經驗，依專業節能管理作業制訂 SOP，提供其他分店節能管理依據，取得顯著節電成效。
- ▶ 賣場於營業前開放部分電源；電扶梯改為紅外線感應啟停裝置；空調設定為 26~28°C，秋冬季節適時調整為送風；天氣較冷時空調設備提供外氣，引入新鮮空氣。

#### 推廣

##### 提供完整環保節能商品線

- ▶ 持續開發綠色商品，不定期針對環保節能商品推出優惠促銷，打破民眾對於節能商品高門檻印象，鼓勵民眾優先購買節能商品。
- ▶ 定期與賣場工作人員進行綠色消費教育訓練，提供綠色商品知識及販售技巧。
- ▶ 各店積極與各地政府合作推廣節能活動及參與評比

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

綠色採購

綠色包裝

物流管理

綠色行銷

能源管理

廢棄物管理

幸福企業

社會共榮

附錄

## 廢棄物管理

特力集團雖不涉及製造，營運上也不會產生有害廢棄物，但仍希望透過減少資源消耗、提高電子化作業及妥善處理廢棄物，降低環境負擔，進而促進回收及循環經濟的發展。

### 無紙化商務作業

目前特力內部已採「無紙化」作業流程，包括早於 2001 年即導入 B2B 商務平台，後續並於該平台再導入相關行政作業，除了節省紙張浪費外，還能降低作業錯誤，並可將減少的成本回饋給消費者，驅動合作廠商重視環保概念。

統計 2023 年所節省的行政表單 (如訂購單、驗貨單、退貨單等) 及發票數量，相當於減少碳排放量約 12.13 公噸 CO<sub>2</sub>e。若計入供應商方，則節省之數量為 24.26 公噸 CO<sub>2</sub>e。

特力 2023 年因無紙化商務作業減少碳排放量

項目	2021	2022	2023
減少表單張數	2,270,033	2,022,789	1,517,327
減少碳排放量 - 特力 (公噸 CO <sub>2</sub> e)	18.16	16.18	12.13
減少碳排放量 - 含供應商 (公噸 CO <sub>2</sub> e)	36.32	32.36	24.26

計算原則：每張紙之碳排放計算乃根據台灣產品碳足跡資訊網 Paper Star 影印紙 (A4, 80g) 之數據，每張紙碳排放量 8 公克 CO<sub>2</sub>e，進行推估計算。

### 電子化服務

**電子發票**：呼應減少使用紙張，特力屋零售旗下門店多年前即與政府合作，大力推廣電子發票，並獲頒電子發票績優營業人。2023 年，特力屋零售電子發票使用率已達 47.4%。

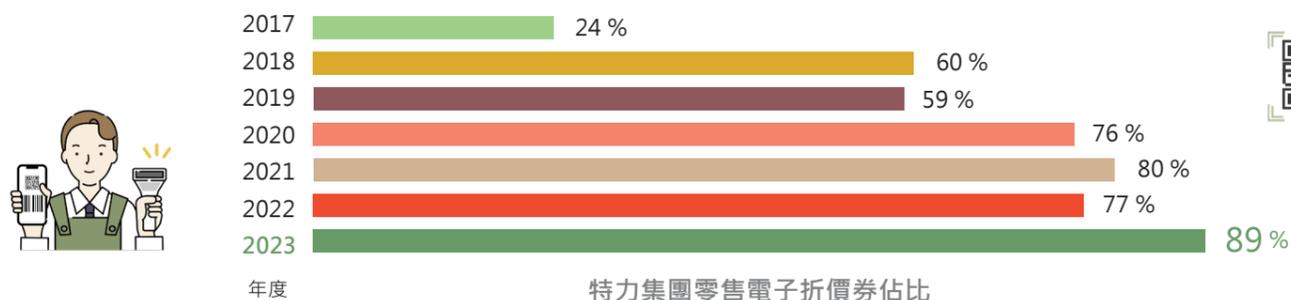
**APP**：零售通路透過 APP 的無紙化作業，使以往常見的紙本折價券、型錄、工具租借表單、課程報名表等，得以線上作業，減少紙張的消耗。近三年零售事業的電子折價券佔比，從 80% 左右提升至逾 89%。

特力屋零售推廣電子發票

項目	2021	2022	2023
電子發票張數 (A)	3,645,906	3,384,071	3,296,779
紙本發票張數 (B)	5,288,074	4,580,515	3,663,559
碳排放係數 (克 CO <sub>2</sub> e / 張)	8	8	8
實際碳排放量 (噸 CO <sub>2</sub> e)	42.3	36.6	29.2
節省碳排放量 (噸 CO <sub>2</sub> e)	29.2	27.1	26.4
電子發票 % (C)	40.8%	42.5%	47.4%

註 1：計算原則 = 以每張紙碳排放量 8 公克，進行推估計算 (根據台灣產品碳足跡資訊網 Paper Star 影印紙 (A4, 80g) 之數據。)

註 2：上述 C=(A/A+B)/100



**電子價標**：零售通路選點試行電子價標以減少列印紙張，2023 年已在七家大型門店與數家 hoi 門店完成建置，每家門店一個檔期會更換價標約 3,647 個，估計一年共會消耗 58,352 張 A4 紙，使用電子價標後可減少約 0.47 噸的碳排放量。未來除持續增加門店的電子價標建置外，包括結合其他系統做周邊的自動化控管與營運升級效益、人員生產力提升等，都是值得努力的方向。

### 固廢資用、節能減碳、投入研發

特力集團旗下中欣實業團隊以「固廢資用、節能減碳」為主題，近年積極投入科研工作，致力於開發綠色商品，以期減少營造及生活廢棄物。

- **「創新型廚餘發酵處理系統」專案**：目標為提供廚餘在地去化之解方，並減少廢棄物運輸碳足跡、減少廚餘掩埋與焚燒所造成的環境汙染。透過廚餘發酵後產生沃土，可進一步利用於商場植栽美化、農業耕種和屋頂隔熱等多元用途。亦計畫與在地中小學進行產學合作，協助學校建置自給農場進行環境教育，傳遞惜食惜福的理念。
- **成立特欣金精密工業，開發導入輕量化系統金屬組合模具工法，以取代傳統木製模板**：目標為改善與優化進度、成本、安全、品控、環境等營運管理層面。鋁合金模板搭配系統化配模可縮短施工工期，提升施工精度，並大幅提升施工安全。其為可再生材料，同時具備重複使用率高的優勢，可減少營建廢棄物，工程用材生命週期得以延長，並可做永續規劃。
- **成立特弘永續公司，投入再生綠建材研發**：傳統營建業的建材多為碳排熱點，為減少建材造成的碳排放及建築工程的隱含碳，中欣團隊特欣國際持續投入再生綠建材研發，2023 年成立特弘永續公司進行產品開發及概念性認證 POC。特弘永續以循環經濟考量，將營建廢棄物做為再生資料，研發具市場需求與高質化之非結構性「再生」、「健康」雙綠建材，建立固廢資用的循環路徑，以期有效解決廢棄物的去化問題，減少碳水足跡及環境足跡。
- **規劃零售商場及門店節能減碳專案**：2023 年啟動特力家居及特力屋節能減碳新措施的專案規劃，包括升級機房設備、增設監控系統和系統雲端架構等，預計 6 年可為 15 家商場 / 門市節電約 810 萬千瓦時。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

綠色採購

綠色包裝

物流管理

綠色行銷

能源管理

廢棄物管理

幸福企業

社會共榮

附錄

### 廢棄物處理

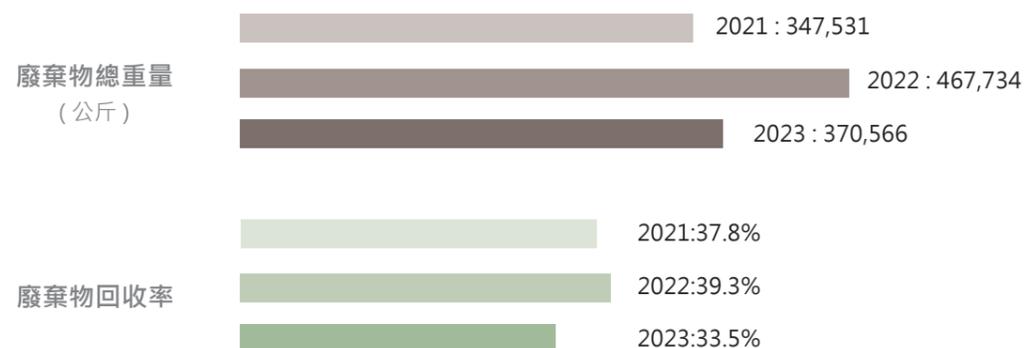
特力每年投入人力與經費，針對各項廢棄物做好分類及後續處理，並進行回收宣導，定期檢視回收率。

在特力屋營運過程中，因有較多廢紙箱，門店在回收時會將廢紙箱壓成紙磚，再委由專業廠商代為回收處理；目前特力屋在全台均洽談可配合的資源回收廠，定期至各門店回收廢紙箱。

為了提高能源使用效率，特力在節能設備上著重對照明設備的投資，並調整合理的契約用電容量。

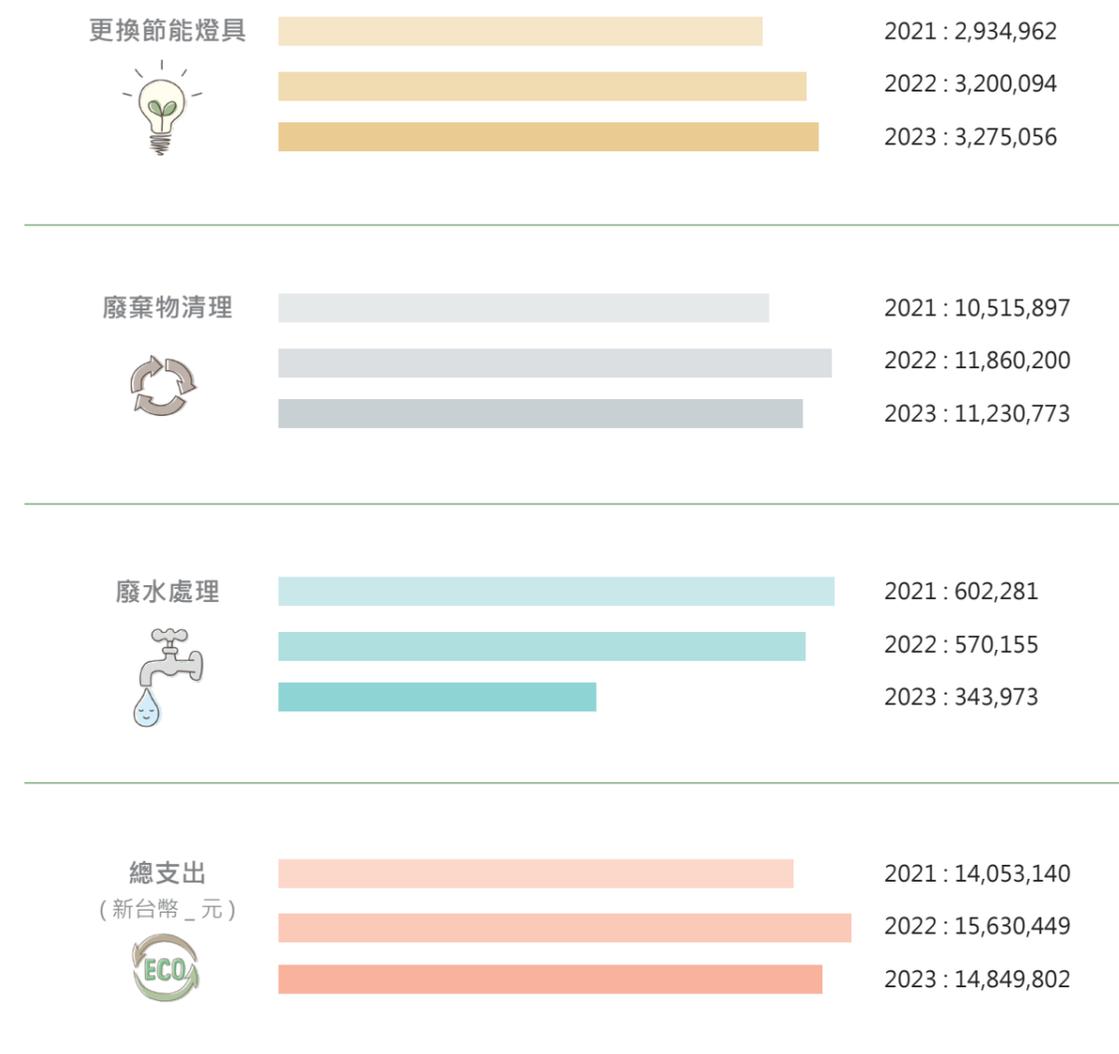
特力總部及楊梅物流中心廢棄物統計

廢棄物總類	廢棄物性質	項目	處理方式	回收處理方式	2022 年度回收量 (公斤)	2023 年度回收量 (公斤)
不可回收	一般廢棄物	生活垃圾	委託政府核可之廢棄物處理廠商處理	可燃垃圾焚化	284,000 (約)	246,300 (約)
		玻璃		不可燃垃圾掩埋		
		陶瓷				
可回收	一般廢棄物	寶特瓶	委交專業合格的資源回收廠商回收再利用	轉賣大盤商	34,508 (約)	12,598 (約)
		鐵罐				
		鋁罐				
		廢膠膜				
		紙類				
資訊設備 (電腦/筆電)			861	569		
廢棄物總量 (公斤)					467,734	370,566
廢棄物回收率					39.3%	33.5%



特力環保節能支出 / 投資

項目	2019	2020	2021	2022	2023
更換節能燈具	3,706,546	2,666,756	2,934,962	3,200,094	3,275,056
廢棄物清理	7,916,732	9,141,155	10,515,897	11,860,200	11,230,773
廢水處理	432,249	481,300	602,281	570,155	343,973
總支出 (新台幣_元)	12,055,527	12,289,211	14,053,140	15,630,449	14,849,802



# 幸福企業

人才是特力集團最重要的資產，因此，提升專業技能、提供良好的晉升管道及投資新世代，協助人才在幸福的工作環境中順利發展，創造員工與企業雙贏，一直是特力努力的方向。



## 〔章節重點〕

### 多元、平等與包容

多元雇用  
性別友善  
消除歧視  
全球總覽

### 全方位培力青年

深耕校園  
暑期實習計畫  
青年就業旗艦計畫  
新鮮人 GREEN PROGRAM  
培訓計畫 - 零售門市儲備菁英  
培訓計畫 - 國際業務儲備人才

### 人才培育與員工發展

特力大學  
終身學習  
公平績效考核  
門店專業人才  
菁英人才

### 人權保護與樂活工作

合理薪資與工時  
工作與身心平衡

### 勞雇關係及員工參與

創造雙向溝通  
提高人才留任率

### 職業健康安全

職業安全衛生委員會  
職業安全衛生教育訓練  
處理程序與統計

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

## 多元、平等與包容

特力重視員工的多元性，我們在台灣、中國大陸及海外各地組成不同背景的多元團隊，擁有不同專才，是激發組織創新、邁向全球整合型企業的成长動能。

### 多元雇用

依公司組織發展與業務需求，特力實施多元化招聘，重視多樣化人才，包含在學生、社會新鮮人、轉職菁英、二度就業與中高齡就業者。

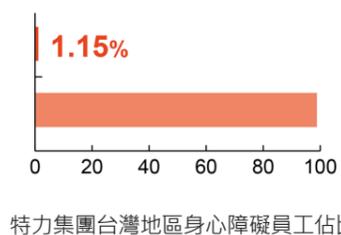
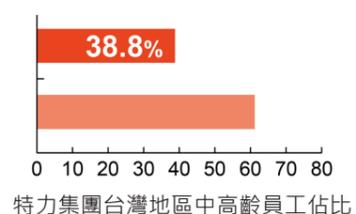
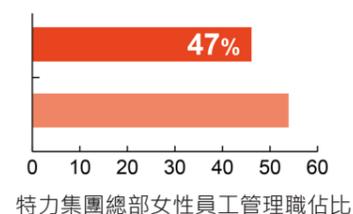
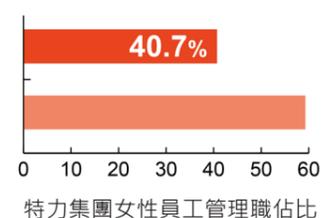
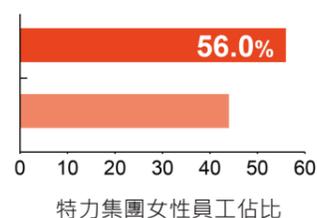
近年因貿易業務發展，特力提高對印度、越南外籍生/僑生之人才需求，積極透過校園、政府單位與社群媒體接觸目標人才，提供實習與正職工作機會，搭配完整培訓計畫，為國際人才增進全方位貿易專業知識與管理能力。

截至 2023 年底，集團旗下特力貿易全球<sup>(註)</sup>及特力屋零售台灣區員工總

數共有 3,922 人，無重大變化。整體而言，女性員工佔比 (56%) 略高於男性員工。其中，女性員工管理職佔所有管理職的 40.7%，總部女性員工管理職佔比甚至達 47%，顯見特力推動職場性別平等的成效。

特力台灣地區依聘僱合約分成全職員工及兼職員工；兼職員工係指工作合約有區間或工作時數每周末滿 40 小時的員工。因特力屋零售在台灣通路逾百家，零售門店配合年節旺季、促銷檔期，以及假日尖峰時間排班調度等需求，所以聘有兼職員工。

特力集團向為中高齡友善職場，台灣中高齡員工約佔整體員工 4 成，重視資深員工的知識、經驗資產。



註 1：以上統計截至 2023 年 12 月 31 日  
註 2：2023 年集團內無發生女性員工晉升受阻之申訴案件

男女平均薪資比 (%)	2021						2022						2023						
	台灣		大陸		海外		台灣		大陸		海外		台灣		大陸		海外		
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	
貿易	管理職	1	0.90	1	0.93	1	1.36	1	1.01	1	0.96	1	1.08	1	1.03	1	0.94	1	1.37
	非管理職	1	1.03	1	1.00	1	1.38	1	1.00	1	0.94	1	1.10	1	1	1	0.97	1	1.02
零售	管理職	1	1.04	-	-	-	-	1	1.03	-	-	-	-	1	0.97	-	-	-	-
	非管理職	1	1.02	-	-	-	-	1	1.02	-	-	-	-	1	0.98	-	-	-	-

### 台灣地區育嬰留停人數、回任率與留任率

年度	性別	享有育嬰假之員工總數	實際留停人數 (A)	應復職人數 (B)	實際復職人數 (C)	復職率 (C)/(B)	前年留停復職 (D)	前年復職在職滿 1 年 (E)	留任率 (E)/(D)
2021	男	36	8	8	5	62.50%	6	6	100.0%
	女	35	39	38	23	60.53%	35	27	77.14%
2022	男	17	11	11	10	90.91%	5	4	80.00%
	女	36	41	55	37	67.27%	23	23	100.0%
2023	男	24	13	8	4	50.00%	10	9	90.00%
	女	49	41	37	30	81.08%	37	26	70.27%

註 1：男女平均薪資比定義為平均薪資。  
註 2：海外資料包含美國及東南亞地區辦公室。

註 1：本表「享有育嬰假之員工總數」以當年度申請(陪)產假人數計算。  
註 2：計算公式：  
復職率 = 育嬰假後實際復職的員工總數 (C) / 育嬰假後應該復職的員工總數 (B)  
留任率 = 前年度復職後滿 1 年人數 (E) / 前年度復職人數 (D)

### 性別友善

■ **平等薪酬**：根據統計，在多數營運地區，無論管理職或非管理職，特力女性員工的平均薪資皆高於男性員工。

■ **由上而下公平發展**：特力女性員工所獲得的訓練資源皆與男性員工相同，享有公平的發展機會。

■ **育嬰留職停薪**：申請育嬰留職停薪不分男女，2023 年復職滿一年的留任率分別為 90%(男性員工)及 70%(女性員工)，特力樂意協助員工銜接人生的每一階段。

■ **優良集哺乳室**：為支持女性員工產後哺乳及響應政府政策，特力提供方便又兼具隱私的集哺乳環境，減緩育兒壓力。

■ **彈性工時、員工協助服務方案**：透過彈性工時及員工協助服務方案 (EAP)，讓育兒員工可獲得兼顧工作與家庭的支持。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

### 全球總覽

截至 2023 年底	台灣	中國大陸	海外
貿易	282	389	234
零售	3,017	-	-
員工總數 (人)	3,299	389	234
佔比 (%)	84.12	9.92	5.97

註：本章節揭露之特力貿易全球員工包含台灣、中國大陸及海外地區（美國、越南、印度、新加坡）員工。針對歐洲地區員工資料，因公司遵守 GDPR 規定（歐盟資料保護規章 General Data Protection Regulation），礙難揭露該地區員工資訊，故本章節資料皆不包含歐洲地區。

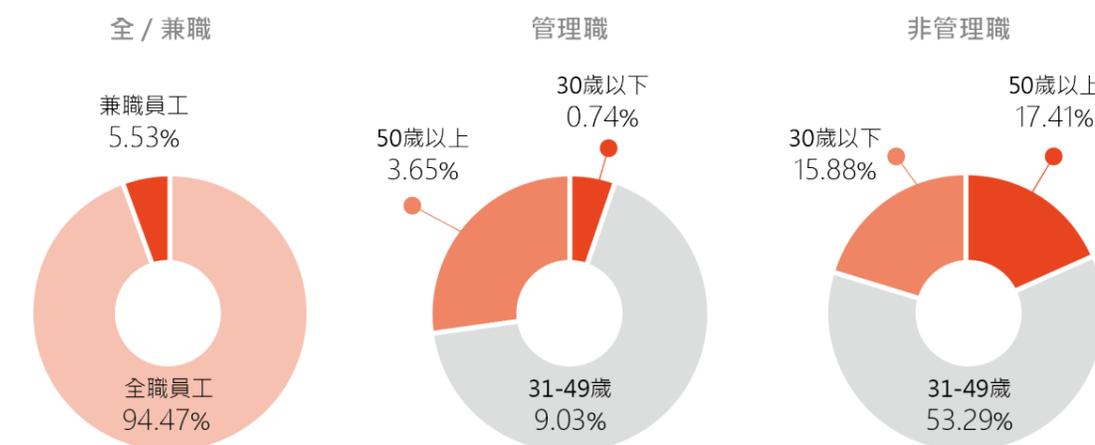
勞雇類型與性別	台灣		中國大陸		海外		
	男	女	男	女	男	女	
貿易	全職員工	105	177	157	232	118	114
	兼職員工	0	0	0	0	2	0
零售	全職員工	1,256	1,546	-	-	-	-
	兼職員工	88	127	-	-	-	-
總數	全職員工	1,361	1,723	157	232	118	114
	兼職員工	88	127	0	0	2	0
總員工數	1,449	1,850	157	232	120	114	

註 1：2023 年特力的全職員工佔比為 94.47%，兼職員工佔比為 5.53%，不論全職或兼職員工，皆依工作時數等比享有員工福利。

註 2：2023 年特力非員工工作者資訊如下：

- 非員工工作者人數：199 人
- 契約關係：派遣（含定期合約及短期支援）
- 工作類型：物流、商品企劃、商品維護、賣場活動支援
- 人力計算方式：固定工時共 28 人，短期支援 171 人，合計 8,058 工時。
- 顯著波動：因應門店調整規劃，短期支援人力改以派遣為主。

職務 / 年齡 / 性別 (%)		截至 2023 年底					
佔比 (%)	年齡	台灣		中國大陸		海外	
		男	女	男	女	男	女
管理職	30 歲以下	0.43	0.25	0.03	0.00	0.03	0.00
	31-49 歲	4.39	2.70	0.54	0.64	0.51	0.25
	50 歲以上	1.43	1.38	0.36	0.13	0.25	0.10
非管理職	30 歲以下	6.14	8.13	0.15	0.66	0.38	0.41
	31-49 歲	17.62	25.78	2.70	4.44	1.22	1.53
	50 歲以上	6.94	8.92	0.23	0.05	0.66	0.61
	總數						



事業體	職務 / 年齡 / 性別 (人)	截至 2023 年底						
		台灣		大陸		海外		
		男	女	男	女	男	女	
貿易	管理職	30 歲以下	-	-	1	-	1	-
		31-49 歲	6	10	21	25	20	10
		50 歲以上	10	23	14	5	10	4
	非管理職	30 歲以下	8	19	6	26	15	16
		31-49 歲	49	87	106	174	48	60
		50 歲以上	32	38	9	2	26	24
零售	管理職	30 歲以下	17	10	-	-	-	-
		31-49 歲	166	96	-	-	-	-
		50 歲以上	46	31	-	-	-	-
	非管理職	30 歲以下	233	300	-	-	-	-
		31-49 歲	642	924	-	-	-	-
		50 歲以上	240	312	-	-	-	-
總數	管理職	30 歲以下	17	10	1	0	1	0
		31-49 歲	172	106	21	25	20	10
		50 歲以上	56	54	14	5	10	4
	非管理職	30 歲以下	241	319	6	26	15	16
		31-49 歲	691	1,011	106	174	48	60
		50 歲以上	272	350	9	2	26	24
總員工數		1,449	1,850	157	232	120	114	

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

### 消除歧視

特力各地區員工佔比—依多元化指標類別分

年份	地區	截至 2023 年度			
		台灣		中國大陸	
類別	區域	人數	佔比 (%)	人數	佔比 (%)
身心障礙 / 殘疾人	總部	9	1.06	2	0.51
	門店	29	1.18	-	-
	合計	38	1.15	2	0.51
原住民	總部	3	0	-	-
	門店	23	0.94	-	-
	合計	26	0.79	-	-

年份	地區	截至 2023 年度			
		台灣		中國大陸	
類別	區域	人數	佔比 (%)	人數	佔比 (%)
身心障礙 / 殘疾人	男	23	1.59	1	0.64
	女	15	0.81	1	0.43
	合計	38	1.15	2	0.51
原住民	男	10	0.69	-	-
	女	16	0.86	-	-
	合計	26	0.79	-	-

年份	地區	截至 2023 年度			
		台灣		中國大陸	
類別	區域	人數	佔比 (%)	人數	佔比 (%)
身心障礙 / 殘疾人	管理職	1	0.24	-	-
	非管理職	37	1.28	2	0.62
	合計	38	1.15	2	0.51
原住民	管理職	4	0.96	-	-
	非管理職	22	0.76	-	-
	合計	26	0.79	-	-

註：海外地區無聘雇身心障礙 / 殘疾人及原住民（「殘疾人」為中國大陸對「身心障礙」者的用語）

## 全方位培力青年

特力積極經營青年族群，藉由線上線下資訊整合，以多元方式接觸年輕學子，與他們互動，分享特力「全球佈局，在地經營」經營策略，及如何在快速變動時代中整合跨界資源，提供年輕學子不同觀點與視野。特力從多面向協助年輕學子發展個人職涯。各項招募及培育計畫可掃描 QR Code 詳閱。



### 深耕校園

特力除善用貿易、零售領域既有優勢與長期累積之經驗，積極培養各類專業人才外，在現今快速變動的商業環境中，為能與世界趨勢同步接軌，特力積極走入校園，提前培育莘莘學子，希望從基礎開始，打造未來的跨領域人才。這是公司極為重要的招募策略。

類別	關鍵人才	門店區域人才
策略	<ul style="list-style-type: none"> <li>鎖定集團重點職務人才相關系所：參與校園徵才活動，透過數位招募平台、社群網站、影音媒體與人才庫媒合等多元管道，強化特力雇主品牌。</li> <li>加強宣傳：搭配特力集團人才招募網站宣傳，以及主動出擊提供關鍵系所 e-DM 與影片，介紹更完整徵才資訊，提升集團重點職缺曝光度，並增加潛在人才黏着度。</li> <li>搭配專案：暑期實習生計畫、Green Program 與零售門市儲備主管培訓計畫。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>瞄準全台各區域大專院校：與目標學校合作門店實習計畫，除提供門店人才來源，並讓學生提早體驗職場，決定未來職涯發展方向。</li> <li>搭配專案：門店兼職生、學期學年實習計畫。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>耕耘 63 間學校中的 130 個關鍵系所，較前一年增加 21 間學校與 19 個系所</li> <li>2023 年整體應徵人數逾 1,054 人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極經營地區性學校，觸及重點人數達 35,000 人。</li> </ul>
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>截至 2023 年，共培育 109 位集團單位實習生。</li> <li>實習期間表現卓越者，畢業後優先考慮雇用為正式員工，迄今共有 16 位實習生畢業後曾加入特力大家庭。</li> <li>實習生在特力兩個月的生活中，能透過更高、更廣的視野，進而瞭解自己未來的職涯選擇。</li> </ul>	

### 暑期實習計畫

特力集團每年提供支薪的實習機會，讓年輕學子能夠提早體驗職場生活，培養良好的職場態度並驗證所學，難得的職涯探索機會有助培養職場競爭力。

類別	關鍵人才	門店區域人才
策略	<ul style="list-style-type: none"> <li>鎖定集團重點職務人才相關系所：參與校園徵才活動，透過數位招募平台、社群網站、影音媒體與人才庫媒合等多元管道，強化特力雇主品牌。</li> <li>加強宣傳：搭配特力集團人才招募網站宣傳，以及主動出擊提供關鍵系所 e-DM 與影片，介紹更完整徵才資訊，提升集團重點職缺曝光度，並增加潛在人才黏着度。</li> <li>搭配專案：暑期實習生計畫、Green Program 與零售門市儲備主管培訓計畫。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>瞄準全台各區域大專院校：與目標學校合作門店實習計畫，除提供門店人才來源，並讓學生提早體驗職場，決定未來職涯發展方向。</li> <li>搭配專案：門店兼職生、學期學年實習計畫。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>耕耘 63 間學校中的 130 個關鍵系所，較前一年增加 21 間學校與 19 個系所</li> <li>2023 年整體應徵人數逾 1,054 人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極經營地區性學校，觸及重點人數達 35,000 人。</li> </ul>
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>截至 2023 年，共培育 109 位集團單位實習生。</li> <li>實習期間表現卓越者，畢業後優先考慮雇用為正式員工，迄今共有 16 位實習生畢業後曾加入特力大家庭。</li> <li>實習生在特力兩個月的生活中，能透過更高、更廣的視野，進而瞭解自己未來的職涯選擇。</li> </ul>	

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

### 青年就業旗艦計畫

為協助青年快速融入職場並發揮所長，特力近年積極爭取參與勞動部勞動力發展署「青年就業旗艦計畫」，藉由務實致用的職場訓練計畫，讓青年在三至六個月培訓期內，瞭解職場所需實務操作技能，縮短青年適應職場的時間，並提升工作效能。

透過「青年就業旗艦計畫」，特力每年皆成功培訓一定數量的門店及總部人才，近六年共成功培育 161 位青年。

### 新鮮人 GREEN PROGRAM

為活化組織、維持成長創新動能，同時也提供更多就業機會給社會新鮮人，特力集團透過任用應屆畢業生，積極網羅優秀的年輕人才，並為社會新鮮人量身打造專屬培育計畫「GREEN PROGRAM」。

#### 培育計畫重點

- 提供 2.5 年完整的學習發展藍圖
- 帶領青年完成紮實的工作歷練與任務挑戰，加快年輕人深耕零售與貿易產業的步伐，獲得更多發展機會。
- 可藉此培育出更多的儲備人才

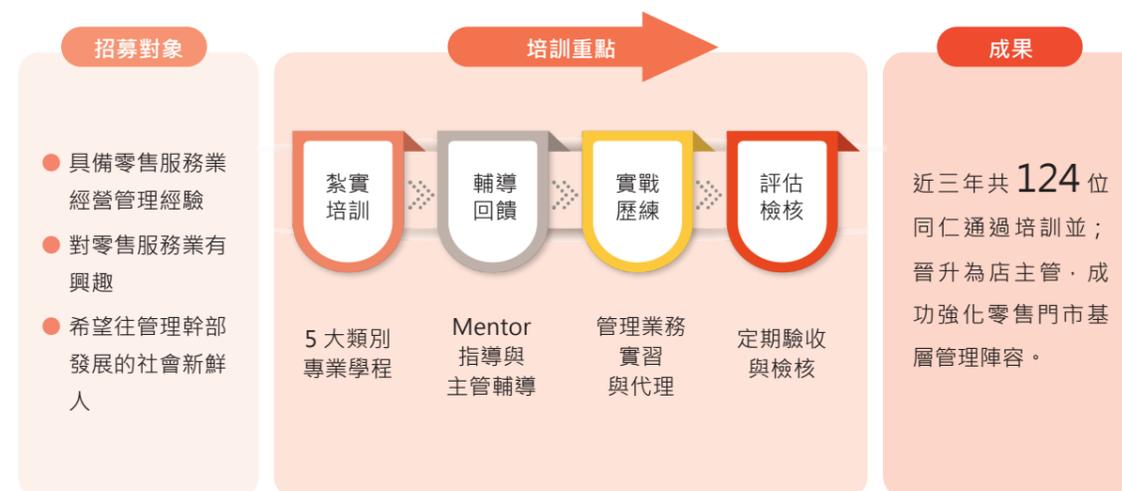
#### 目標人才

- 有強烈企圖心與成就動機，勇於嘗試、願意接受挑戰。
- 喜愛商品企劃、開發、採購與行銷工作，對市場最新趨勢充滿好奇。
- 想要一同翻轉新零售、發揮創意
- 有意透過線上線下整合以實現各種可能的人才

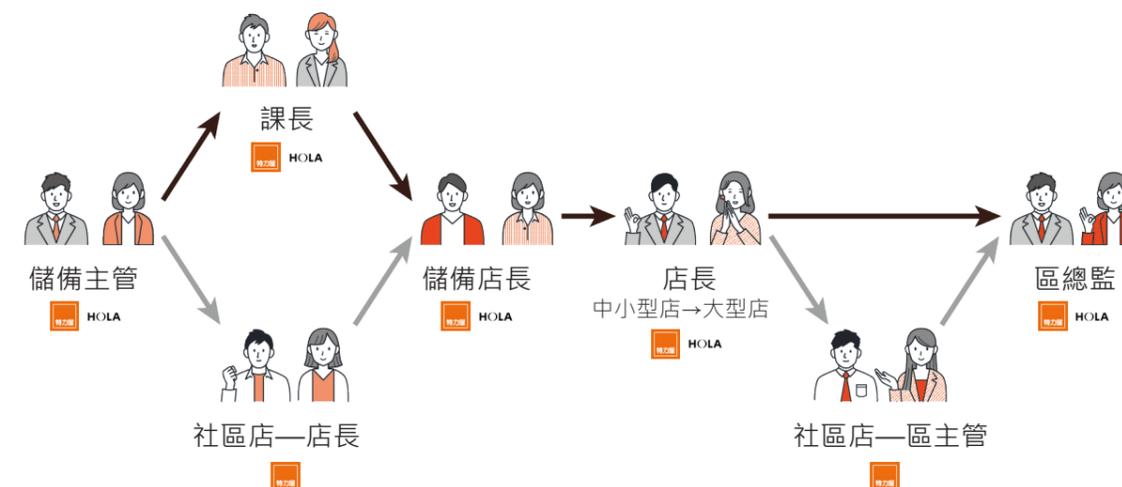


### 培訓計畫 - 零售門市儲備菁英

因應零售發展策略，特力自 2020 年展開門市儲備主管徵才與培訓計畫，透過系統化培訓、明確的發展藍圖與定期評量回饋，引導同仁接軌零售業務核心與管理職能，在實務歷練中成熟發展、獨當一面，逐步成為零售經營管理人才。



### 零售門市儲備主管發展藍圖



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

### 培訓計畫 - 國際業務儲備人才

全球競爭環境改變，因應國際趨勢與貿易業務策略，特力積極拓展南向發展，成就貿易事業更大的格局與新樣貌。首要之務，即推出國際業務儲備人才培訓計畫，針對「在校生」與「新鮮人」進行招募與訓練，培育國際業務儲備人才。

招募管道

包括校園徵才活動、僑生就業博覽會及 Contact Taiwan 等多重招募管道

目標人才

- 對國際貿易、跨國供應鏈管理有興趣。
- 勇於嘗試、願意接受挑戰之多元國籍青年學子。
- 期許在完成培訓後，可成為獨當一面的國際貿易人才。

成果

2023 年已成功網羅 4 位分屬越南、印度及印尼國籍之新血加入特力集團，使集團全球布局的商業策略，更趨完善

### 青銀合作，共創成就

迎接壯世代浪潮、鼓勵職場青銀共融，為促進中高齡族群再就業，特力透過企業參訪以及支持政府政策，積極創造中高齡職涯發展機會。

除了集團內推廣中高齡就業、參與中高齡就業及繼續僱用高齡者補助計畫，2023 年 11 月更響應臺中市政府「中高齡百變·職涯培力」計畫，在特力屋及 HOLA 北屯店與全國勞工大聯盟工會共同進行樂齡企業參訪活動，共有 26 位中高齡者透過各領域專家指導及親自實作體驗，增進跨領域學習，了解零售業工作內容及友善的工作環境。

## 人才培育與員工發展

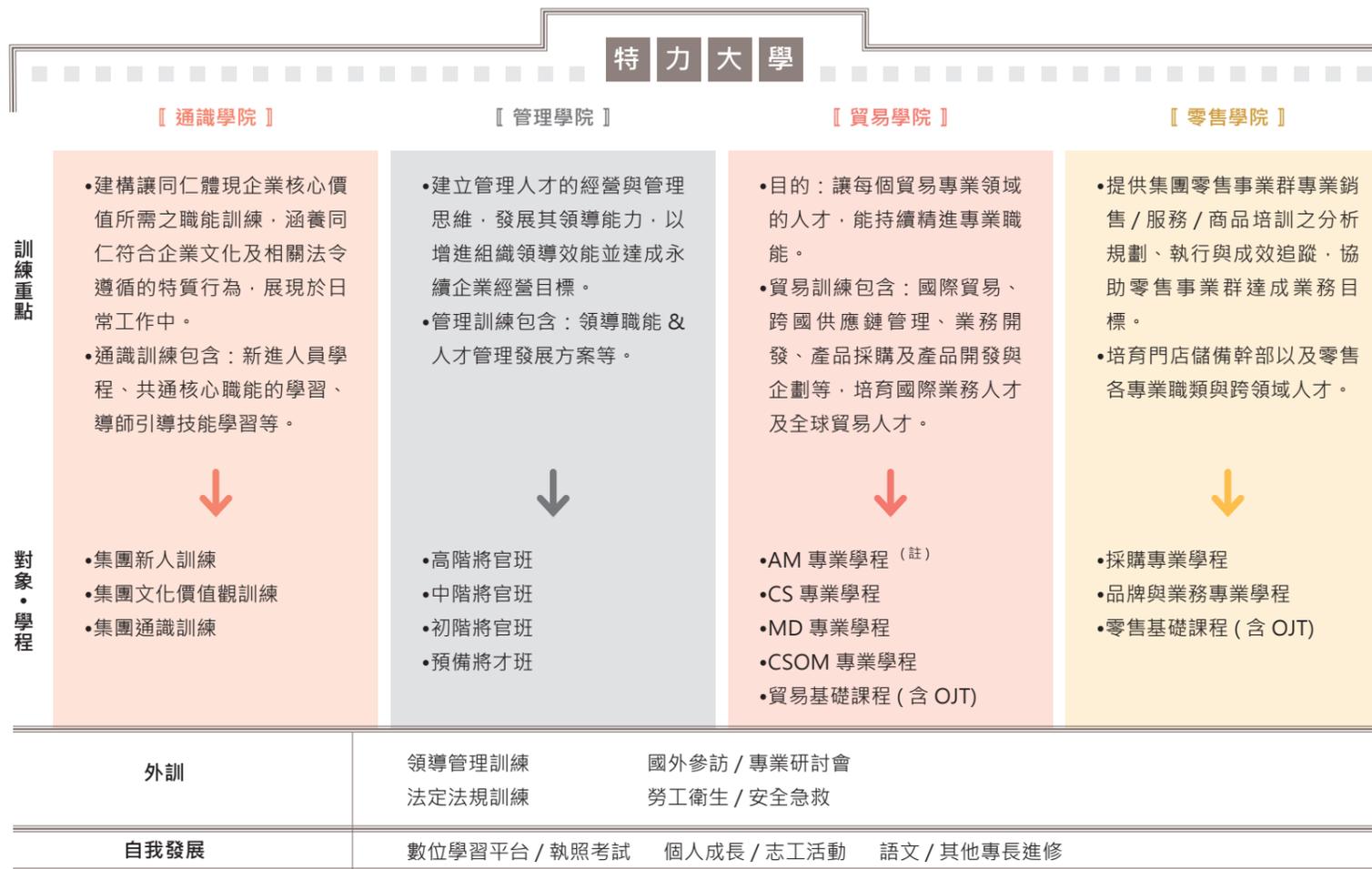
特力視員工為公司的重要資產，除了建構完整的職涯發展計畫和績效考核、升遷制度，並設有特力大學，提昇員工在職的專業技能與知識，鼓勵員工積極成長。

### 特力大學

特力擁有完整且豐富的教育訓練系統，稱之為特力大學，設有四個學院，包括管理學院、零售學院、通識學院、貿易學院等。各學院依據公司願景、

經營策略、中長期計畫，制定各學院訓練藍圖，以系統化方式培育各階管理及專業人才。

同時，各學院以訓練藍圖為本，根據年度營運計畫、各單位訪談等，規劃每年度全公司的管理、通識及特定專業訓練計畫。



註：AM：Account Management CS：Customer Sales MD：Merchandise CSOM：Customer Sales Operation & Management OJT：On Job Training

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

## 鼓勵終身學習

## 整合式內部訓練：

特力大學運用內部教練、內部講師的引導及線上教學，強化學習效能，並輔以案例討論和實際的技巧演練，打造整合式內部訓練，將學習成果持續應用於工作實務；同時，主管結合業務發展及工作實務教導的方式 (On-Job-Training) 來培育人才，對組織與團隊績效目標帶來加乘效果。

## 提升人才經營管理能力：

為培育特定領導人才，特力集團提供學費補助，以利同仁至國內外大學攻讀與業務相關之系所課程，並取得教育部認可的學位，提升人才經營管理能力與素質。

## 制定外部訓練計畫：

當內部訓練無法滿足培訓需求，各單位可自行制定外部訓練計畫，包括參與政府機關法定相關課程、目前或未來業務所需之專業知識或技能訓練、有關市場 / 政府法令 / 專業技術等趨勢新知之研討會、應公司或個人發展需求之課程。

## 2023 年特力大學訓練總經費

(學院別)	(年度別)	2021	2022	2023
 管理學院		1,073,288	1,135,900	969,883
 通識學院		192,421	130,443	466,167
 零售學院		2,576,356	4,474,155	2,885,044
 貿易學院		631,732	1,822,247	1,016,933
 集團訓練總費用 (單位：新台幣)		4,473,797	7,562,745	5,335,027

## 發展數位學習：

隨著成人學習架構與型態的改變，特力大學大幅提升數位學習運用比例，並將各種訓練課程依不同屬性及其目的結合為混成培訓，包含數位影片、線上直播、實體訓練等，促進全球同仁的參與，透過上課影像紀錄、學習履

歷，突破實體空間限制、擴大訓練觸及人數。目前亦針對儲備幹部課程進行混成設計，活化既有授課模式，強化學員學習效能及教學資源妥適運用，確保門店管理人才適時到位。

## 特力大學內部教育訓練統計

內部訓練人次及人時	2021		2022		2023		
	非管理職	管理職	非管理職	管理職	非管理職	管理職	
訓練人時數 (小時)	6,812	24,364	7,114	17,483	20,259	8,518	
	男	3,849	27,686	4,963	20,817	22,856	6,543
	女	3,849	27,686	4,963	20,817	22,856	6,543
總訓練人時 (小時)	40,178	10,661	52,050	12,077	43,115	15,061	
訓練人次 (人)	29,608	4,440	40,679	10,214	36,411	8,971	
總員工數 (人)	3,911	520	3,876	539	3,427	535	
每人受訓時 (小時)	10.3	20.5	13.4	22.4	12.5	28.1	

## 特力大學總訓練人次 / 人時及滿意度

訓練人次及人時		2021	2022	2023
內部訓練	梯次數	199	583	348
	訓練人次 (人)	34,048	50,893	44,932
	訓練人時 (小時)	50,839	64,127	54,634
	平均滿意度 (滿分 5 分)	4.7	4.7	4.8
外部訓練	訓練人次 (人)	91	149	424
	訓練人時 (時)	949	1,880	3,542
合計	總訓練人次	34,139	51,042	45,382
	訓練總人時 (時)	51,788	66,007	58,176
	總員工數 (人)	4,431	4,415	3,962
	每人受訓時 (小時)	11.7	14.95	14.8

## 特力大學數位課程統計

年度訓練課程 / 人次 / 人時		2021	2022	2023
課程數	總課程數	199	583	772
	數位課程數	123	318	371
	數位課程佔比	62%	55%	48%
訓練人次 (人)	總訓練人次	34,139	51,042	45,382
	數位課程人次	31,915	47,507	40,227
	數位課程佔比	93%	93%	89%
訓練人時 (小時)	總訓練人時數	51,787	66,007	58,176
	數位課程人時	39,361	40,968	29,470
	數位課程佔比	76%	62%	51%

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

## 公平績效考核

特力秉持對員工的關懷，協助員工在公司內成長與發展，進而推動高績效企業文化。在此思維下，公司透過人才評估機制與各職系職涯發展藍圖等配套，讓內部人才獲得更多晉升機會。公司也開放輪調機制，鼓勵同仁輪調不同職務或擁有跨國歷練機會，全集團每月平均有 100 人次以上內部輪調，以支應集團業務發展及創造人才培育機會。

為了落實高績效文化，特力推動連結公司經營績效的績效計畫與管理 (Performance Planning & Management, PPM)，以員工工作成果及期望行為為基礎，給予相對應的獎勵或輔導。

### 持續溝通績效目標：

績效計畫與管理為一套以年度為單位、持續進行的管理循環系統。藉由績效計畫、績效檢核、績效評估三大階段，透過主管與員工持續溝通績效目標，與即時掌握員工目標達成進度，適時回饋、獎勵及輔導，以激勵員工表現，亦連結經營績效，使集團各階層達成目標，鞏固高績效文化。

### 連結人力資源決策及個人發展：

特力績效評估結果會影響人力資源決策、績效改善措施及個人發展。人力資源決策部分包括晉升、調薪、績效獎金、轉調條件等評估；個人發展部分則包括發展性訓練、外部訓練、菁英人才管理等方面的評估；若績效評估結果為有待改善，則會啟動輔導機制，如經輔導仍無法改善者，將依法終止僱用，持續精進人力素質。

特力參與績效計畫與管理人數統計

年度	2021	2022	2023
參與人數	3,975	4,034	3,644
實施百分比	99.9%	99.9%	100%

註：績效管理制度為集團全體員工所必須完成，比率無法達成 100% 之原因為特殊狀況未完成績效考核，例如員工於最後評核階段離職、留停中等因素故未完成。

## 門店專業人才

集團注重各級員工發展，尤其在專業訓練上，已發展出各專業領域的教育訓練藍圖，針對不同職務給予所需的課程訓練。其中，為了強化第一線門店銷售同仁的專業知識與技能，集團近年致力打造門店專屬的培育專案。

## 菁英人才養成

對於菁英人才的培育，我們設計出不同專案，連結訓練培育、晉升發展、薪酬及輪調制度，逐步養成並保留公司關鍵人才。

社會新鮮人 【Green Program】	門店潛力幹部 【門店儲備幹部培育 / 檢核】	集團領導人才 【集團人才管理與發展計畫】
<p>每年定期舉辦校園招募，甄選優秀的社會新鮮人進入集團，量身打造完整的學習發展藍圖。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑為一套培育門店潛力人才搭配幹部晉升的制度。</li> <li>☑內部計劃性挑選儲備幹部人選，也招攬外部新血。</li> <li>☑依據相應的管理職能提供由五力 (專業、銷售、服務、培育及管理) 架構的完整培訓、輔導、檢核制度。</li> <li>☑透過重新設計之派任評估中心及專業達人驗收、運營報告、人員輔導、走店觀察，確保通過檢核同仁能夠成為門店即戰力。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☑每年定期進行人才管理與發展計畫，儲備集團領導人才庫。</li> <li>☑經由嚴謹的 Talent Council 討論組織人才發展策略及目標、評估勝任度，以及定義職涯發展目標與人才培育計劃和所需相關資源。</li> <li>☑為個人職涯發展做準備，並關注個人領導心態的強化與改變。</li> </ul>

門店專業訓練	重點	成果
<p><b>知識管理</b></p> <p>特力屋 核心專業知識 管理發展專案</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>組成達人聯盟</b>：將門店專業「老師傅」組成各品類專業達人聯盟，賦予蒐集、組織專業知識之任務，定期舉辦達人小組 Workshop，依據知識架構，聚焦討論產出各品類專業知識，提供各單位應用，內容包含商品、服務、體驗與專業訓練。</li> <li>• <b>檢視與編修教材</b>：達人聯盟每年都會執行專業品類知識教材的檢視與編修，另針對集團推動到府丈量服務需求，邀集達人開辦直播教學，錄製專業數位課程，再搭配實體面授課程，加乘訓練效益。</li> </ul>	<p>持續精進特力屋專業形象及傳承相關知識。</p>
<p><b>專業檢定</b></p> <p>門店專業技能 知識檢定</p>	<p>針對門店第一線的銷售同仁，公司有規劃商品訓練與專業檢定、達人認證等相關的活動。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 透過訓練課程與專業技能的實際操作，讓同仁學習專業商品知識。</li> <li>2. 再運用線上學習平台進行筆試檢定以及實作與風格演繹等實測關卡，確認同仁的學習成果，通過檢定的同仁可獲得專業徽章。</li> </ol>	<p>2023 年有 <b>80 位</b> 同仁透過檢定分級制度，完成培訓並取得專業徽章。</p>
<p><b>策略培訓</b></p> <p>社區店 展店專業培訓</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>結構化訓練課程</b>：配合營運策略啟動社區展店計畫，同步加強訓練課程之結構化 (設定每位同仁的主修與副修品類專業)。</li> <li>• <b>結合線上與實體</b>：結合線上課程與實體檢定活動，輔以賣場實習機制及案例分享來強化訓練成效，提升同仁專業技能，確保顧客獲得專業服務。</li> </ul>	<p>【社區店培訓店數】</p> <p>年度</p> <p>2021 10 家</p> <p>2022 8 家</p> <p>2023 2 家</p> <p>【培訓人數】</p> <p>年度</p> <p>2021 112 人</p> <p>2022 64 人</p> <p>2023 19 人</p>

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

**幸福企業**

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

**人權保護與樂活工作**

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

## 人權保護與樂活工作

特力保障各地區員工之合法權益，並尊重勞動人權，杜絕任何差別待遇與侵犯人權的行為。除鼓勵員工追求高績效外，亦希望同仁可樂於工作，在特力創造平衡、身心健康的生活。

特力集團支持並遵循《聯合國世界人權宣言》、《商業與人權指導原則》、《聯合國全球盟約》、國際勞工組織《工作基本原則與權利宣言》等國際人權公約之原則與精神，以及全球各營運據點所在地之法令規範，杜絕任何違反人權的行為。

特力集團訂定由集團董事長簽署核准之人權政策，全力保障現職員工（含契約及臨時人員），亦期許供應商及承攬商格遵下列原則以維護人權。特力集團人權政策可掃描 QR Code 詳閱。



人權保護原則	要點	說明
▶ 合理工作條件及安全健康的工作環境	遵守營運地點當地勞工及環境之相關法規，以確保員工擁有合理的工作條件及安全健康的工作環境。	
▶ 平等任用，免於歧視與騷擾	落實職場多元性致力營造平等任用，免於歧視與騷擾之工作環境，不因個人性別、性傾向、種族、階級、年齡、婚姻、語言、思想、宗教、政治立場、籍貫、出生地、容貌、五官、身心障礙等有差別待遇。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 近三年來皆無發生職場歧視事件及重大申訴，也未因就業歧視造成財物損失。</li> <li>• 公司提供公開且透明的職涯發展與晉升制度，優先自內部拔擢人才。門店管理人才超過九成自內部晉升。</li> </ul>
▶ 不強迫勞動、禁用童工		
▶ 尊重隱私權與員工自由結社之權利		
▶ 嚴禁性騷擾，加強宣導及有效處理	嚴禁工作場所之性騷擾行為，訂定性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法，提供案例宣導、教育訓練、諮商服務等，並加強主管認知與應變能力，以利有效處理相關事件。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 公司設置專線電話及電子信箱，受理性騷擾事件之申訴。</li> <li>• 教育訓練：                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 為保護員工免於性騷擾，特力致力於改善就業場所設施，鼓勵員工參加性騷擾之防治教育課程。</li> <li>• 公司每年針對在職員工進行性騷擾防治教育訓練，2023 年共有 3,873 人參與，員工參與率 100%。</li> </ul> </li> </ul>
▶ 暢通溝通管道，提供申訴機制	建立暢通勞資溝通管道，定期舉辦勞資會議並提供申訴機制，如有違反人權事宜，即時進行調查程序並執行補救及改善措施。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 申訴專線：02-8791-6668 分機 6885</li> <li>• 申訴信箱：hr_service@testritegroup.com</li> <li>• 員工另可透過員工服務協助方案 (EAP) 及員工座談會反映人權相關事項</li> </ul>
▶ 定期監督、追蹤與評鑑	重視人權議題、提高人權意識，訂定風險減緩措施與衝擊補償措施，由相關單位透過定期監督、追蹤與評鑑機制，掌握人權議題、控制計畫執行成果。	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 風險評估與減緩：特力建立人權盡職調查計畫及風險評鑑機制，加強員工的人權意識，以降低潛在危機與衝擊。</li> </ul>

## 合理薪資與工時

特力集團聘雇員工除符合各國法令規範之最低薪資外，每年參與市場薪資調查，依據各國薪資水準及市場行情訂定具有競爭力之薪酬策略，並且逐年檢視與調整。

### 平等 & 統籌敘薪：

敘薪標準依據員工之學經歷、專業知識技術、專業年資與個人績效表現來決定，不因性別、宗教、種族、國籍、黨派差異而有所不同，由 HR 統籌管理；公平的敘薪標準是提供平等發展機會、激勵員工追求高績效的重要基礎。

### 薪酬反映經營成果：

公司亦會將經營成果（含環境、社會及公司治理）與工作績效反映在高階經理人、全體員工的薪酬。特力若有重大營運變化，最短預告期至少十四天，並由集團高階管理者召開集體溝通會議。若需資遣員工，公司訂有集團資遣管理辦法，依勞動相關法令，大中華地區至少十日告知員工，其他地區則依當地法令規定，並依照當地法令給付資遣費或經濟補償。

### 彈性、合法工時：

特力台灣員工每日正常工作時間為八小時（不包括休息用膳時間），每週不得超過四十小時。本公司因業務需要及各單位工作特性，為主管機關指定的行業，經勞資會議同意後，得依勞動基準法第三十條第二項、第三項及第三十條之一等規定實施彈性工時。

由於季節或節慶關係，會因換班、準備、服務顧客或補充性工作，必須在正常工作時間以外工作者，經勞資會議同意後延長工作時間。因工作需要加班時，加班人員需事先申請，並經權責主管核准。加班時數上限遵循各地法規規範。

### 額外假別：

除了法定規範外，公司額外於志工日、運動會皆提供公假，鼓勵同仁投身公益及運動健身。並根據政府防疫規範，提供如防疫隔離假、防疫照顧假、防疫接種假、家庭照顧假等，協助同仁平衡工作與照顧家庭之需求。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

## 工作與身心平衡

特力不僅用心經營家的產業，更透過緊密深刻的員工活動，用心營造員工與公司的「家人關係」。其中，健康促進相關活動是重中之重，因為健康是人生最大財富，同仁的健康更是公司相當重視的部分。秉持著「愛家人」的理念，公司透過舉辦各式講座及活動，宣導健康相關知識與培養同仁檢視、管理自我健康狀況的能力。

為全面照顧全體同仁的健康，無論是正職或兼職同仁，公司提供大中華區兩年一次優於勞工健康保護規則所規定的健檢福利。且自 2017 年起與職業醫學專科醫師合作提供勞工健康服務，2023 年於總公司及門店針對人因工程、過勞預防、母性保護等健康議題，進行 66 次、共 198 小時臨場健康服務。形塑職場健康文化的同時，透過定期關懷讓同仁更加瞭解自身健康風險及維持健康生活型態的重要性，並做好自我健康管理及定期異常 / 疾病追蹤。

此外，基於重視員工的工作與身心平衡，在工作之餘，特力大力倡導員工從事正當的休閒娛樂，除了透過福委會提供補助經費鼓勵員工籌組社團之外，公司也無償提供場地，讓員工可以進行團體活動，例如太極拳、瑜珈、有氧訓練課程等。除了透過以上課程紓解壓力、調劑身心之外，更可增進跨部門交流，以及充實生活內涵等目的。

特力台灣地區的福利制度不僅提供給全職員工，兼職員工亦享有全部的員工福利。然因在職時間不同，會依在職期間按比例給予福利。其他營運據點會依當地民情與法規進行調整。

特力(股)公司非擔任主管職務之全時員工薪資	2022	2023	2023vs.2022
非擔任主管職務之全時員工人數	315	301	-14
非擔任主管職務之全時員工「薪資平均數」	929	963	+34
非擔任主管職務之全時員工「薪資中位數」	816	850	+34

註 1: 上表薪資平均數及薪資中位數單位：新台幣仟元

註 2: 根據 SASB 指標，報告期間內門市及配送中心以時薪計算之人員平均時薪為新台幣 180 元，領取當地最低薪資的員工佔比為 6%。

2023 年促進員工身心健康主要活動	參與人數	滿意度
線上健康講座 (4 場)	302	95.0% (5.67 分，滿分為 6)
線上健走 (3 場)	1,733	82.4% (4.12 分，滿分為 5)
母親節 DIY	限量 33 位媽媽參與	97.5% (5.85 分，滿分為 6)
員工協助服務方案 (EAP)	98	96.9% (96.9 分，滿分為 100)

## 福利 - 生理健康



- **員工健檢**：特力期望透過定期健康檢查讓大家工作與生活都能更安心、更健康。我們在整個大中華區包含正兼職人員，皆提供兩年一次的全額健康檢查補助。除了規劃優於勞工健康保護規則所規定項目外，公司亦依據員工的年齡增加健檢內容及補助。2023 年符合受檢資格人數為 1,801 人，實際參與健檢人數為 1,745 人，參檢率為 96.89%。
- **人壽與醫療保險**：為了讓同仁享有更完善的保障，除了勞保、健保及勞退外，公司也提供個人保險 (包含壽險、醫療、意外、癌症險及重大疾病險)，並全額負擔同仁的保險費。同時亦提供企業優惠方案的保險保障，讓同仁可為直系眷屬自費加保醫療及癌症保險，照顧同仁、更照顧同仁的家人。特力公司為台灣全體員工加保防疫險，降低同仁可能因疫情而產生的風險，意外發生時可因應家庭經濟需求。

## 福利 - 財務健康



- **員工折扣與家庭購物日**：為回饋員工，集團員工至特力屋/HOLA 特力和樂家居消費，均享 9 折優惠。此外，每位員工可再為親友申請一張「親友折扣卡」，與家人共享優惠福利。另公司規劃特定員工家庭購物日，最高可享有 8 折優惠，用最優惠的價格購買最優質的居家用品，一同打造幸福家庭。
- **年節及生日禮金**：員工於重要節慶時獲特力 Pay 購物金，電子化方式讓購物更輕鬆。生日禮金：每位員工享有新台幣 1,000 元生日禮金。
- **特約商店**：福委會於全台灣共有超過 270 家特約商店，讓同仁可以享受到食、衣、住、行、育、樂等多元豐富的企業特約服務。
- **交通津貼及房屋補助**：針對因業務而有外勤需求的主管或同仁，提供新台幣 8,000~21,000 元的配車津貼或加油補助。為體恤配合公司離鄉發展的同仁，公司依派駐地點與住家距離，提供新台幣 3,000~20,000 元的住房補助。
- **退休制度**：本公司與合併公司適用「勞工退休金條例」之退休金制度，係屬政府管理之確定提撥退休計畫，依員工每月薪資 6% 提撥退休金至勞工保險局之個人專戶。
- **婚、喪、生育、住院與急難救助金**：
  - 結婚禮金：新台幣 3,600 元祝賀金，若當事人雙方皆為員工可個別請領。
  - 生育禮金：享有新台幣 2,000 元祝賀金，可不限胎次請領。8 周以上小產給予生育慰問金。
  - 公傷慰問金：未住院或住院 3 日以內提供新台幣 1,000 元慰問金，住院滿 3 日以上提供新台幣 2,000 元慰問金。
  - 傷病住院慰問金：住院滿 3 日以上提供新台幣 2,000 元慰問金。
  - 急難救助金：依個案提供急難救助慰問金新台幣 1 萬~3 萬。
  - 喪葬慰問金：員工本人喪葬慰問金新台幣 11,000 元，三等親內家屬喪葬慰問金新台幣 2,100 元。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

## 福利 - 心靈健康



- **休閒育樂活動**：由福委會統籌規劃年度各種休閒育樂活動，鼓勵員工忙碌之餘，從事學習進修、興趣培養、舒壓保健或透過旅遊體驗不同人文、開拓視野及放鬆心情，達到同仁工作與身心平衡的目的。
- **員工協助服務方案 (Employee Assistance Program, 簡稱 EAP)**：為協助員工解決工作及生活上的問題，公司領先零售同業與新竹市生命線協會合作推辦「員工生活協助方案」，提供心理、法律、理財等員工關懷與諮詢服務。
  - 2023 全年度共有 98 人次使用第一階段諮詢服務，包含初步晤談、服務諮詢、情緒支持、追蹤關懷、資源轉介、管理諮詢、個案討論與行政服務。
  - 後續共有 44 件進入第二階段諮詢服務，透過協會專業諮詢顧問進行一對一協助，包含家庭關係 14 件、法律諮詢 10 件、感情議題 6 件、財務諮詢 5 件等為大宗。



## 勞雇關係及員工參與

在視員工為「家人」的理念下，特力致力於打造「員工對公司」以及「公司對員工」雙向且開放的溝通管道，促使公司與員工朝向共同目標前進。

## 創造雙向溝通

公司在乎每位同仁的感受與想法，並鼓勵同仁勇於提出。因此，公司設有員工關係處，積極創造正面暢通的溝通環境，並透過多方宣導與互動交流，確保同仁的心聲皆能得到妥善回應。

特力集團未組織工會，故未簽訂團體協約。



溝通管道	說明
1 主管溝通	當員工有任何工作上的問題或想法，公司鼓勵員工言所當言，隨時向主管提出意見，並在第一時間協助員工解決問題。透過友善的互動，營造組織彈性開放的溝通氛圍。
2 勞資會議 / 員工座談會	本公司依法每季舉辦勞資會議，由各部門與門店代表，及高階主管共同參與，針對同仁關心且重視的議題，進行跨部門討論及溝通。 特力長期進行多元溝通管道系列宣導，鼓勵同仁積極提出建言，並藉員工座談會踴躍發言、提問。針對員工提出的問題，公司會確保員工心聲皆能收到妥善回覆，且致力整合各部門資源和力量共同解決。
3 員工意見信箱與申訴專線	公司特別設置各式意見專線與信箱，當員工遇到重大工作問題、發現違反廉潔行為，或是對於產品及公司營運有任何不同見解及創新點子，皆可透過匿名方式，使用意見信箱與申訴專線發聲。 2023 年共有 6 件意見反映，皆責成權責單位成立調查小組進行了解、評估與溝通，所有案件都已結案。後續並持續追蹤，確保此溝通管道的有效性。
4 滿意度調查	特力會針對主題性議題進行員工滿意度調查，以期易於聚焦且迅速規劃改善方案，使勞資雙方順利凝聚共識，貼近員工需求。
5 PPM 績效面談	每年透過 PP (Performance Plan)、PR (Performance Review)、PE (Performance Evaluation) 面談，員工可清楚知道工作目標、期待與成果。
6 Group EIP 公告	公司架設 EIP 系統 (Enterprise Information Portal 企業資訊入口網)，建立一個完善的資訊整合平台，成為組織發展與協作的重要基礎，更可將所有與同仁切身相關的重要訊息，即時傳達給全體員工，包含人事組織異動、規章改版通知、各類員工活動及福利訊息等。
7 《Talking People》	《Talking People》是特力凝聚組織文化與傳遞公司訊息的內部期刊。每個月固定發行，報導公司重要訊息及創新資訊，藉此深化特力的企業文化。刊物並分享生活健康文章，以及優良員工的服務事蹟等，還鼓勵員工主動投稿。
8 《特力愛家人》Facebook 粉絲團	透過《特力愛家人》Facebook 粉絲團社群平台，傳遞公司大小訊息、分享各通路近期消息，讓全體員工、一般民眾更認識公司，提升雇主品牌的親切度與競爭力。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

## 提高人才留任率

除了透過不同類型的測評工具和行為事例面談法辨識人才，提高人才與組織的適配度外，特力更鼓勵同仁推薦親友加入公司。台灣總部近 2 年報到新人中，內部推薦佔比為 27%，且留任率近 7 成。

公司也持續優化新人面試及報到流程，以提升新人好感度。2023 年台灣總部從面試邀約至新人入職報到，整體滿意度調查結果平均達 4.5 分（滿分 5 分）。

特力大學（人資訓練單位）會提供新人學程，包含公司簡介、文化宣導、專業訓練，以及一系列的 e-learning 線上課程，幫助新進同仁快速融入團隊。特力每位新進同仁都會由一位內部認證導師（Mentor）帶領，關懷並協助新人適應環境，降低自行摸索工作任務、工作環境的挫折感。同時在新人到職第一週，會由主管與新人共同擬定 OJT（On Job Training 在職訓練）檢核表，讓新人能透過討論，了解自己的工作職責、業務目標及努力方向。

同時，公司內提供完整的職涯發展管道，使優秀人才得以透過晉升，追求更具挑戰性的工作；並提供符合當地市場競爭性的報酬，以留任關鍵人才。另建立透明開放的內部轉調機制，鼓勵同仁歷練不同職務、跨部門學習，2023 年轉調成功率達 75%，滿足同仁個人職涯發展規劃。



## 特力在職、離職、新進員工總覽

特力正式員工人數		台灣			中國大陸			TRPC*			東南亞			總計		
年度	事業體	在職	離職	新進	在職	離職	新進	在職	離職	新進	在職	離職	新進	在職	離職	新進
2021 (底)	貿易	349	35	40	443	103	103	168	53	91	57	16	22	1,017	207	256
	零售	3,130	940	1,023	-	-	-	-	-	-	3,130	940	1,023	-	-	-
2022 (底)	貿易	347	61	55	439	63	42	168	46	49	54	11	15	1,008	181	161
	零售	3,147	965	951	-	-	-	-	-	-	3,147	965	951	-	-	-
2023 (底)	貿易	282	43	14	389	68	26	159	30	22	73	14	23	903	155	85
	零售	2,802	893	381	-	-	-	-	-	-	2,802	893	381	-	-	-

註\*：TRPC= Test Rite Products Corp. USA Office

註 1：正式員工不包含兼職人員。

## 新進員工率——以事業體及地區分

年份	2021			2022			2023		
	台灣	中國大陸	海外	台灣	中國大陸	海外	台灣	中國大陸	海外
%	0.96	2.48	2.72	1.32	1.01	1.54	0.38	0.71	1.23
貿易	6.17			3.87			2.32		
零售	24.67			22.89			10.39		

註：上表統計範疇為正式員工，不包含兼職人員。

## 新進員工率——以年齡分

新進員工率 (%)	2021	2022	2023
30 歲以下	14.59	11.41	4.42
31-49 歲	14.40	13.53	7.14
50 歲以上	1.86	1.83	1.15

註：上表統計範疇為正式員工，不包含兼職人員。

## 新進員工率——以性別分

新進員工率 (%)	2021	2022	2023
男	13.41	11.29	6.00
女	17.43	15.48	6.71

註：上表統計範疇為正式員工，不包含兼職人員。

## 離職率——以事業體及地區分

離職率 (%)	地區	2021	2022	2023
貿易	台灣	0.84	1.47	1.17
	中國大陸	2.48	5.0 (總)	1.85
	海外	1.66	1.15	1.20
零售		22.67	23.23	24.35

註 1：上表統計範疇為正式員工，不包含兼職人員。

註 2：特力透過績效管理制度與工具，協助主管與員工管理 & 定期追蹤個人績效，並會針對績效未能依計畫改善者進行盤點，以達成汰弱留強、建立活性組織文化的目的，因此有時會影響特定年份之離職率。

註 3：依據 SASB 指標，2023 年門市及配送中心員工的自願離職率為 23.0%，非自願離職率為 5.6%。

## 離職率——以年齡分

離職率 (%)	2021	2022	2023
30 歲以下	11.31	10.40	9.79
31-49 歲	14.40	14.66	15.27
50 歲以上	1.95	2.53	3.52

註：上表統計範疇為正式員工，不包含兼職人員。

## 離職率——以性別分

離職率 (%)	2021	2022	2023
男	11.89	10.90	11.78
女	15.77	16.68	16.80

註：上表統計範疇為正式員工，不包含兼職人員。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

**幸福企業**

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

**職業健康安全**

社會共榮

附錄

## 職業健康安全

公司重視員工的安全與健康，關懷並尊重全體員工，致力打造健康活力的職場，拒絕任何形式的職場霸凌，全力排除影響安全的潛在風險；唯有健康的員工才會造就公司的成功。



### 管理制度：

特力屋零售為中度風險之事業單位，為保障員工安全與健康，我們遵循職業安全衛生法並建立許多職業安全衛生管理制度，落實職業安全衛生管理。特力開始在總公司初步建置系統化的管理制度與系統，以國際職業安全衛生管理系統 (ISO45001) 為主架構，配合多項管理標準文件，強化組織安全管理運作。現階段該系統所涵蓋之員工數為 598 人，無非員工，執行內外部稽核亦以此為準。

### 風險評估：

綜合職業安全衛生相關法令及作業環境監測報告顯示，我們的工作環境並不致使員工罹患特定疾病，每年各部門及門店均會在職業安全衛生管理人員協同指導下，實施危害辨識及風險評估，並依各種作業面向辨識環境及作業之危害；如有評估出無法容許的風險，定會積極改善並降低至不逾風險容忍度上限。

### 內外部稽核：

2021 年起，各單位對職業安全衛生管理系統執行事項實施內部稽核，以確保管理系統的持續運作；除集團稽核每年進行稽查 1 次，公司還會聘外部職業安全衛生專業顧問每年進行 2 次稽查，總部職業安全衛生管理單位每年則會不定期稽查。2023 年內外部稽核均無重大發現。

### 職業安全衛生委員會

參照法規，特力設有職業安全衛生委員會，委員會包含 1 名主任委員與 11 位委員，其中勞方代表人數佔 33%，符合法令規範。

### 治理：

委員會獨立運作並由總經理擔任主任委員，直接督導管理，透過規劃、實施、檢查及改進等管理功能，每季召開安全衛生委員會議，會議討論主題

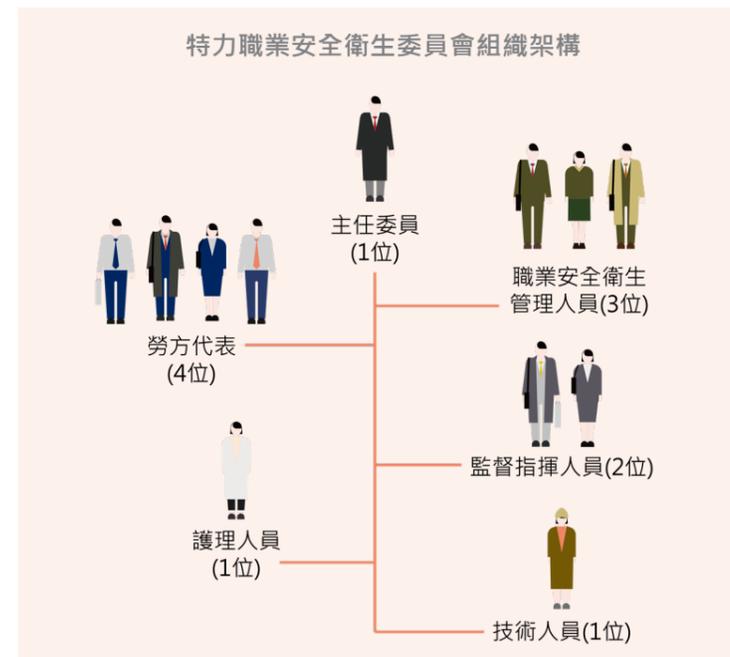
包含建議職業安全衛生政策、職業安全衛生管理計畫、安全衛生教育訓練等 12 項職業安全衛生重要議題，以及新冠毒病的疾病防護等新型態生物風險均被納入商討。如同仁有職安衛相關疑慮，也可向委員會勞方代表或職業安全衛生管理人員反映，於會議中提出研議，以實現安全衛生管理目標。

基於職業安全衛生管理系統 (ISO45001) 運作，公司會定期召開管理階層審查會議，確認職業安全衛生目標執行情況與績效成果。

### 優化：

2023 年公司決議編列較高預算，全面更換取料機重要零件，為同仁建置更安全可靠的工作環境；亦建立更即時的線上職災通報系統，以快速處理職災案件，並完備事後的統計調查及加強職災預防。

特力屋另聘請專業醫師為所有員工提供免費的健康諮詢服務，組織內部的職業安全管理人員及護理師也可為員工安全健康的問題，提供專業建議與幫助。



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

附錄

### 2023 年特力職業安全衛生委員會重要議題及措施

#### 1. 審議作業環境測定結果應採取之對策

- ◆ 依法實施作業環境監測，監測結果均符合法令規定。

#### 2. 審議健康管理及健康促進事項

- ◆ 舉辦 APP 管理統計健走步數活動，配合獎勵活動鼓勵員工健走。

#### 3. 審議安全、衛生教育訓練實施計畫

- ◆ 增加 ISO45001 內部稽核人員訓練人數

#### 4. 審議職災調查報告 (含虛驚事故)

- ◆ 滑倒 / 跌倒及壓傷等職災事故量增多，提供案例、製作訓練教材，加強內部宣導。

接受每三年 3 小時職業安全衛生在職教育訓練。特力為了讓員工擁有充實的安全衛生觀念與知識，以避免職場環境中潛藏危險因子，每年皆聘請職業安全衛生專業人士持續為同仁進行職安衛教育訓練，亦不定期將安全衛生資訊提供給門店，使第一線同仁保持高度職安衛意識。

**案例宣導：**2023 年總部共發出包括壓傷、墜落、物體飛落等 8 份職災案例予門店，要求各店據此對全店同仁執行教育訓練，預防職災發生。

**承攬商：**除了特力屋員工，我們也積極管理承攬商的職業安全，確認符合公司要求，如對全體冷氣裝修業者實施安全衛生教育訓練，要求承攬商於作業現場拍照回傳至特力屋，查核是否符合標準；承攬合約也同步規範安全衛生條件，確實保障承攬商安全與健康。

委外承攬商若於上下班途中或工作中發生意外，應第一時間通知工程服務部區域督導，公司可視情況協助進行現場急救或就醫，並通報派工中心進行人員調度，承攬商不用擔心因意外造成之損失而受處份。

如承攬商對於職業安全衛生有相關問題時，除可跟業務窗口聯繫外，亦可經由 0800-086889 專線反映任何問題。

割傷，總部接收到訊息時，都會將事故原因及防止對策傳達至門店，要求對員工進行教育訓練，以避免類似事故重覆發生。

附表為 2023 年大中華地區員工 (含中國大陸及台灣) 的死亡率、嚴重傷害率、可紀錄之職業傷害率等統計，2023 年無因公死亡事故，現場可急救之輕傷排除計算，其餘因公受傷或上下班途中車禍皆屬此計算範疇。

對象	特力職安衛教育訓練內容	時數
新進員工	新人安全衛生教育訓練	3 小時
一般員工	安全衛生在職教育訓練	3 年 3 小時
職業安全衛生業務主管	安全衛生在職教育訓練	2 年 6 小時
職業安全衛生管理人員	安全衛生在職教育訓練	2 年 12 小時
勞工健康服務護理人員	安全衛生在職教育訓練	3 年 12 小時
特殊作業人員	安全衛生在職教育訓練	3 年 3 小時
急救人員	安全衛生教育訓練	16 小時
急救人員	安全衛生在職教育訓練	3 年 3 小時

註：另有聘請專業醫師為所有員工提供免費健康諮詢服務，組織內部的職業安全管理人員及護理師亦可針對安全健康問題為員工提供專業建議與幫助。

### 職安衛生教育訓練

在職教育：依據職業安全衛生教育訓練規則第 17 條規定：在職員工需

職災分析：在職業災害的分析統計中，員工最常因拆卸包裝商品時不慎

### 提升營造產業職安衛管理品質



#### 1. 重視外籍移工權益

在現今多元文化社會中，外籍移工已成為許多產業不可或缺的勞動力。但由於文化、語言及工作環境的差異，外籍移工可能面臨職業安全衛生的認知落差。考量外籍移工的需求，特力旗下中欣實業團隊協助將「營造工程職業安全衛生管理識別標示」翻譯成多國語言版本，包括英文、印尼文及越南文等，幫助外籍移工更好地理解及遵守職業安全衛生規範。

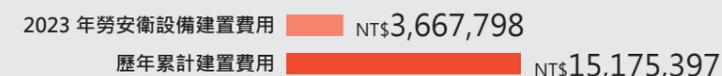
#### 2. 開設「台灣職安卡」訓練課程

為提升營造工地人員對職業安全的瞭解，進而降低職災率，中欣實業團隊特別開設「台灣職安卡」訓練課程，供員工、供應商、監造單位及業主免費參加，徹底落實進場工作者須全數持有「台灣職安卡」。「台灣職安卡」為 6 小時訓練課程 (原受訓費用為 \$1,500/人)，取得資格之勞工可受僱於全國各營造工地，無須再重覆接受相同訓練。



#### 3. 建置勞工安全衛生設備

為確保各承攬廠商之現場施作者都能擁有合格的安全配備，我們在承攬金額超過一定門檻的工程合約中納入了「勞工安全衛生設備」建置條款，透過代扣代付機制，嚴格把關，確保供應商於勞工進入工地前購足契約總金額費用 0.5% 之合格職業安全設備，供現場施作人員使用。



#### 4. 職業安全衛生政策與獲獎

中欣旗下統營營造致力維持工地的環境安全衛生，每月執行定期職業安全衛生委員會會議並更新管理手冊，嚴格執行嚴密的三階權責管理組織。2023 年榮獲勞動部頒布的職業安全衛生優良單位獎項，肯定統營對職安衛的付出。



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

多元、平等與包容

全方位培力青年

人才培育與員工發展

人權保護與樂活工作

勞雇關係及員工參與

職業健康安全

社會共榮

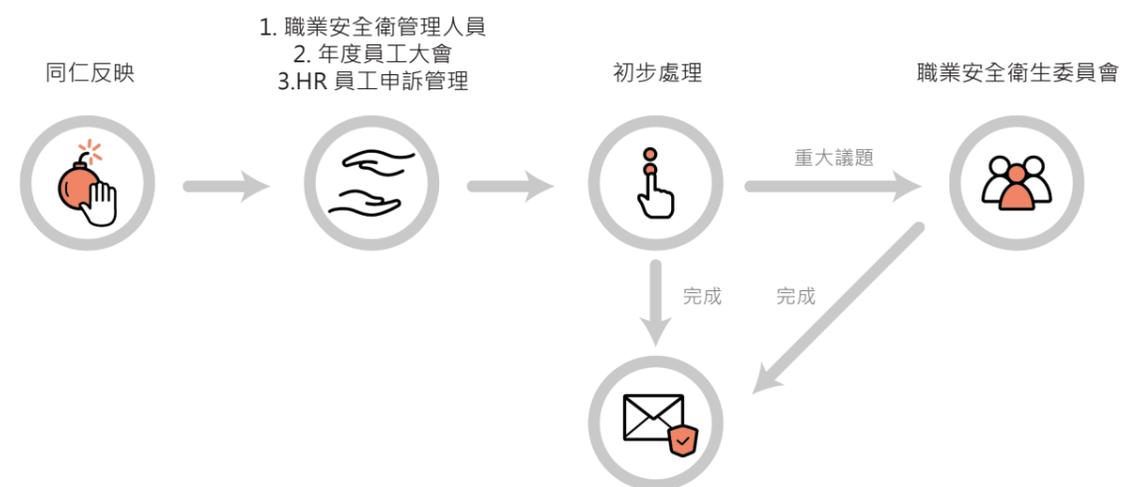
附錄

處理程序與統計

職業災害發生緊急應變程序



職安衛申訴處理程序



特力大中華地區員工傷害率、損工日數率、缺勤率統計 (總部 vs 門店)

項目	2023 年					
	總部			門店		
	可紀錄之職業傷害	嚴重傷害	死亡	可紀錄之職業傷害	嚴重傷害	死亡
人次	3	0	0	23	1	0
死亡率	0			0		
嚴重傷害率	0			0.21		
可紀錄之職業傷害率	1.41			4.87		
缺勤日數	3,039			10,406		
工傷假天數	5.5			518		

特力大中華地區員工傷害率、損工日數率、缺勤率統計 (以性別分)

項目	2023 年					
	男			女		
	可紀錄之職業傷害	嚴重傷害	死亡	可紀錄之職業傷害	嚴重傷害	死亡
人次	14	0	0	12	1	0
死亡率	0			0		
嚴重傷害率	0			0.27		
可紀錄之職業傷害率	4.53			3.19		

- 註 1：各表人次同件數。
- 註 2：傷害率計算範圍不含現場可急救之輕傷。
- 註 3：嚴重傷害係指根據職業安全衛生法第 37 條應於 8 小時內通報勞檢的職災，包括：
  - (1) 發生死亡災害
  - (2) 發生災害之罹災人數在三人以上
  - (3) 發生災害之罹災人數在一人以上，且需住院治療。
- 註 4：以預定工作日做為應工作日數計算之用。
- 註 5：計算公式：死亡率 = (死亡次數 / 總經歷工時) × 1 百萬  
 嚴重傷害率 = (嚴重傷害次數 / 總經歷工時) × 1 百萬  
 可紀錄之職業傷害率 = (可紀錄之職業傷害 / 總經歷工時) × 1 百萬
- 註 6：2023 年未發生火災及相關死傷。

特力集團組織外裝修工作者失能傷害頻率統計

項目	2023 年					
	男			女		
	可紀錄之職業傷害	嚴重傷害	死亡	可紀錄之職業傷害	嚴重傷害	死亡
北台灣人次	2	0	0	0	0	0
中台灣人次	1	0	0	0	0	0
南台灣人次	1	0	0	0	0	0
總經歷工時 (小時)	70,875,780			0		
死亡率	0			0		
嚴重傷害率	0			0		
可紀錄之職業傷害率	0.06			0		

- 註 1：組織外工作者 (裝修工人) 並非固定為特力集團工作，因此工時以各案件種類預估工時乘上 2023 年公司承包之案件數而定。
- 註 2：上表人次同件數。
- 註 3：計算公式：
  - 死亡率 = (死亡次數 / 總經歷工時) × 1 百萬
  - 嚴重傷害率 = (嚴重傷害次數 / 總經歷工時) × 1 百萬
  - 可紀錄之職業傷害率 = (可紀錄之職業傷害 / 總經歷工時) × 1 百萬
- 註 4：現場可急救之輕傷排除計算，其餘因公受傷或上下班途中車禍皆屬此計算範圍。嚴重傷害係指根據職業安全衛生法第 37 條應於 8 小時內通報勞檢的職災，包括：
  - (1) 發生死亡災害
  - (2) 發生災害之罹災人數在三人以上
  - (3) 發生災害之罹災人數在一人以上，且需住院治療。

# 社會共榮

特力集團藉由不斷提升商品控管及服務品質、關心社區需求、保障消費者權益，提高台灣居家生活品質，並積極回饋社會以匯聚更多美善，以具體行動支持社會向上的力量。



## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



### 〔章節重點〕

- 為健康安全把關** 商品品質控管 - 特力貿易  
商品品質控管 - 特力屋零售  
商品行銷與標示  
食品安全
- 強調顧客服務** 顧客滿意度  
傾聽與精進  
重大商品事件  
貼心服務
- 保護顧客隱私**
- 積極社會參與** 弱勢支持  
社區關懷  
教育推廣

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

## 為健康安全把關

特力集團透過在居家軟裝、硬裝、修繕裝潢等領域的專業能力，幫助民眾提升居家生活品質，並嚴肅且積極地捍衛顧客健康，尤其三年疫情教會大家，必須更加重視居家環境的安全。

### 商品品質控管 - 特力貿易

特力貿易出口之商品除須符合當地國家標準外，另有部份客戶特別指定的商品須經第三方公證單位檢驗，且需改善至全面通過檢驗方可出貨。

此外，QA/QC 還會不定期將供應商生產之商品，送至第三方公證單位進行檢測（如全國公證檢驗、台灣電子檢驗中心等單位），包括標示檢查、構造檢查、游離甲醛含量檢查等，以確保商品品質。2023 年總抽測件數計 493 件，通過率達 100%，相關細節如附表。

### 商品品質控管 - 特力屋零售

「健康」與「安全」持續列為特力屋的四大營運主軸之中，希望為消費者打造更健康、安全、舒適的居家環境。

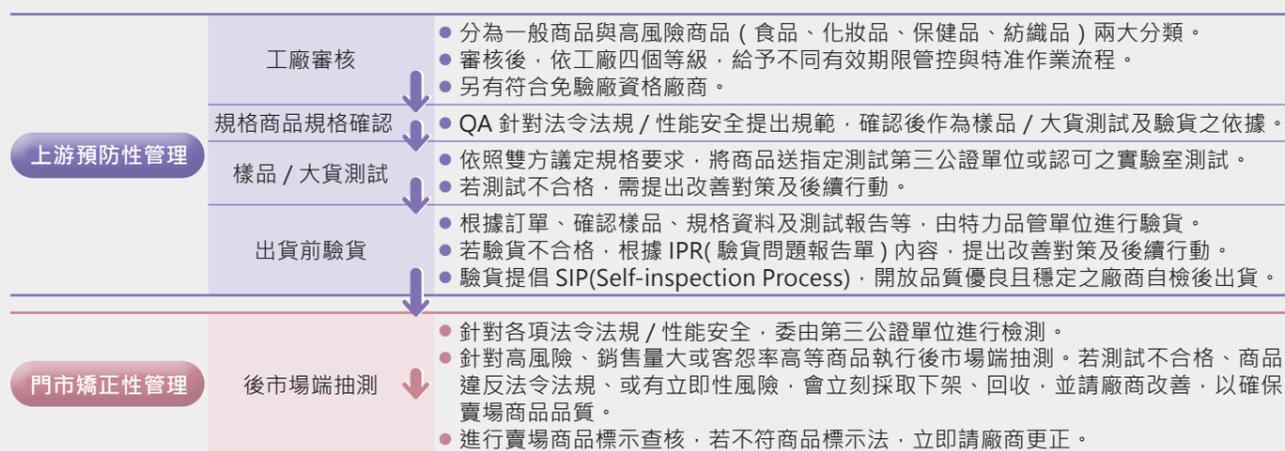
**自有品牌：**特力屋零售為提供給消費者品質更好、功能更專業、以及價格更超值的商品，所有自有品牌（PL）商品，從開發製造過程即進行多項檢驗測試；不僅產品層層嚴格把關，要求符合 CNS 國家標準之外，針對架上販售的商品，亦進行定期檢驗，主動維護消費者權益，讓商品擁有長期穩定的好品質。

**重要品類：**除了自有品牌商品須全數通過檢驗外，特力屋零售持續對重要品類如紡織品、餐具 / 鍋具、燈泡 / 燈具等，均要求符合國家及市場標準，且這些品類下所有商品均需全面通過第三方公證單位檢驗，方可上架販售。

**國家安全規範聲明書：**HOLA 進一步推動供應商主動於原物料或產品生產階段時，自主查驗，並簽署符合國家安全規範聲明書，如紡織品符合 CNS15290 國家紡織品安全規範，2023 年共有寢具、衛浴紡品 / 家飾等 35 家供應商簽署，後續預計有更多供應商響應 HOLA 的號召。

2023 年經由 QA/QC 執行特力屋零售針對自有品牌（PL）商品及非自有品牌（Non-PL）商品市場端抽測，檢測件數共 192 件，通過率為 92.19%；未通過者須提出改善計畫，必要時會立即下架。賣場販售商品品質穩定維持在高水準，消費者可以在特力旗下零售通路中買到品質穩定且優良的商品。

特力屋零售商品價值鏈品管流程



特力屋零售後市場端抽測

商品類別	2021			2022			2023		
	檢測件數	通過件數	通過率	檢測件數	通過件數	通過率	檢測件數	通過件數	通過率
PL 商品	29	27	93.10%	24	22	91.67%	25	23	92%
Non-PL 商品	294	279	94.90%	260	246	94.62%	167	154	92.22%
總計	323	306	94.74%	284	268	94.37%	192	177	92.19%

特力貿易商品抽測統計

商品類別	年份	檢測件數	通過件數	通過率	解決方案
燈飾、小家電、烤爐、文具、餐具鍋具	2022	215	214	99.53%	①
	2023	176	176	100.00%	
雜貨 & 五金工具 & 電動工具	2022	236	235	99.58%	②
	2023	258	258	100.00%	
傢俱	2022	61	61	100.00%	
	2023	59	59	100.00%	
總計	2022	512	510	99.61%	
	2023	493	493	100.00%	

2023 特力屋零售重要品類 100% 通過第三方公證單位檢驗

商品類別	販售品項數	通過檢測佔比	銷售金額 (單位：新台幣_元)
紡織品	9,306	100%	1,317,119,982
餐具、鍋具	5,286		278,950,661
燈泡燈具	2,872		834,543,983
板材	1,844		241,515,519

① QA 測試失敗的產品需雙方主管或副總經理評估及核准後才能送出

② 已確認刪除未通過抽測商品之包裝文案上的手柄材質

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

### 商品行銷與標示

為了取得客戶信任與滿意，商品行銷與標示是一大關鍵。

**政策：**針對外銷或販售商品之標示，特力貿易均要求供應商須符合當地政府商標法相關規定，包括產品來源、產品內容物的成份以及產品使用安全須知等。而在商品的包裝印刷上，特力貿易謹遵歐盟國家對包裝材料的回收標示，使消費者能清楚瞭解包裝材料之屬性，便於使用後進行廢棄物回收處理。特力屋零售亦要求全數供應商在商品標示上，包括產品來源、產品內容物的成份以及產品的使用安全，均須依循政府規定、相關法規或進口產地要求。

**抽測：**2023 年特力屋零售針對商品標示的後市場抽測比例為 1.68%。

抽測商品以自有品牌、客怨風險高、新上市、銷售數前五名等商品及其他重要管道需求為主。根據 2023 抽測結果，特力屋及 HOLA 合格率分別為 95.6%、93.4%。2023 年有四件違反商品標示法規事件，發現後皆立刻要求廠商改正標示或下架停止販售，未產生重大影響，也未導致罰款。

### 食品安全

近來社會大眾廣泛注意食品安全問題，雖然食品並非特力主業，但在特力屋零售通路門店，仍有引進少數食品以服務消費者。特力在誠信、當責、顧客導向的企業文化下，秉持「品質用心」的價值主張，提供消費者安心、優質的商品。

**政策：**對於食品安全，我們以嚴格的標準，做為顧客品質把關的第一道

防線，落實採購從源頭原料生產把關、供應商評鑑、門店效期管理及品管部後市場抽測等關卡，制訂「食品安全管理制度」，並遵循台灣法令規定，確實執行。

此外，除了符合國家標準之外，特力也自主性訂出高於市場的標準，只要是高交易金額（前一年交易金額超過五百萬以上）、高食安（例如：茶）及高媒體風險（例如油、醬油）之食品，皆需經第三方公證單位檢驗通過，檢測日必須為上架前一年內。

**抽測：**後續 QA/QC 會再到店端做後市場抽測，抽測頻率為二個月一次。2023 年高風險及一般食品的抽測比率分別為 7.5% 及 1.8%；2023 年並未發生重大食安及其他涉及健康安全之事件。



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

## 強調顧客服務

特力一路走來，始終以客戶為中心，不斷提升客戶服務品質、傾聽客戶的聲音，並將客戶的回饋視為珍貴禮物，擴大其價值，自我期許提供客戶最佳體驗。

### 顧客滿意度

為實踐「顧客導向」的企業文化，特力屋零售多年前即透過「顧客導向服務專案」，進行資料收集及分析，以找出顧客痛點與服務落差、展開各權責部門改善方案與制訂服務關鍵指標，並以「指標檢視」與「服務稽核」兩大項目，持續進行 PDCA 的管理循環，來改善服務品質及提升顧客滿意度。

同時並建立「全面品質管理」( Total Quality Management ; TQM ) 架

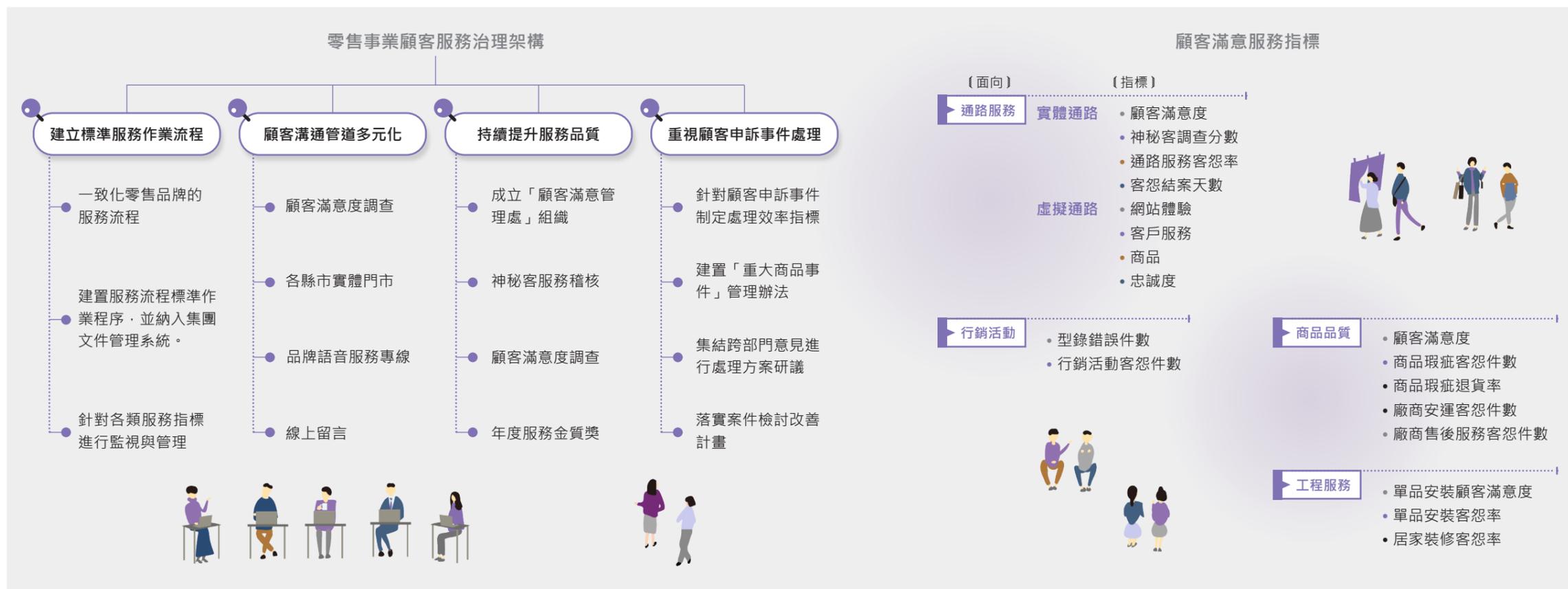
構及「顧客滿意管理處」組織，整合供應商與後勤支援部門，共同協助業務部門提供符合顧客期待的產品 / 服務。後勤行政單位須為第一線服務人員提供即時協助，亦須將顧客意見經由內部改善途徑，產出服務提升方案，並定期追蹤服務提升方案之執行成效。

**服務指標：**特力屋零售會以顧客意見及內部營運績效為基礎，制訂各項服務指標，其涵蓋：通路服務、行銷活動、商品品質及工程服務等四大面向。每年年終也會定期檢視各項服務指標達成狀況，並據此擬定來年服務策略及服務相關目標。

為此，顧客滿意管理處及客戶分析暨市場調查部每年執行顧客滿意度調查，藉以貼近顧客並傾聽顧客聲音，培養與顧客長期且忠誠之良好關係，作為持續改善與提升整體滿意度的參考依據。

**調查機制：**只要顧客有消費，公司即會發送顧客滿意度調查問卷，全年度無間斷蒐集，希望藉此方式蒐集顧客第一時間的體驗感受，並做服務改善。特力屋室內裝修針對購買特力屋單品安裝服務之顧客，透過簡訊進行安裝滿意度抽樣調查，並就滿意度調查結果及工程督導現場審核結果，訂定獎懲制度；對於顧客反映較不滿意的部份，則由專人協助輔導，確保整體施工品質。

同時，為提升整體服務品質及效率，特力屋室內裝修建立了智能派工機制，以最短時間、最佳路徑、顧客評價、督導成績及客怨件數綜合評量，質優的工班優先派工，確保施工品質。



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

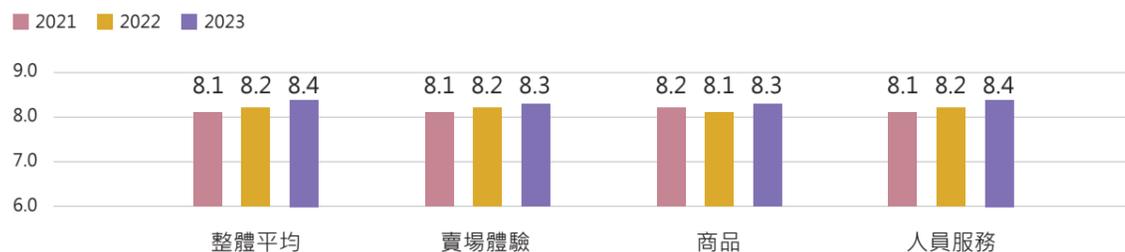
強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

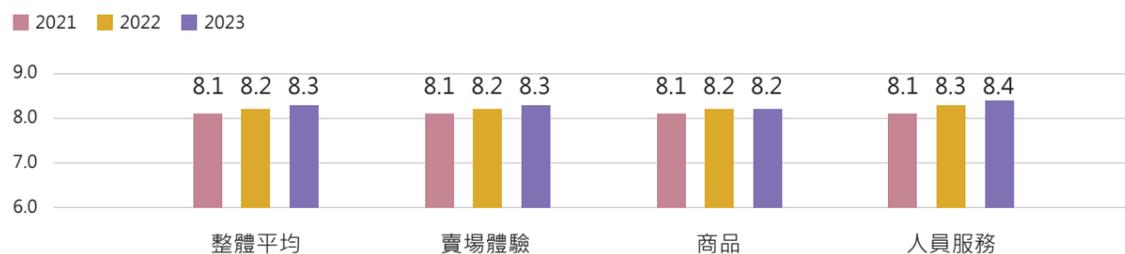
顧客滿意度調查 – 特力屋



消費忠誠度	2021	2022	2023
未來繼續來店購買的意願	94%	94%	95%
對於特力屋的願意推薦指數	90%	91%	91%

註 1：本滿意度為 9 分量表，1 分為非常不滿意，9 分為非常滿意。  
 註 2：特力屋在顧客完成交易後以 APP 推播方式進行問卷調查  
 註 3：以上統計區間：2023 年 1 月 1 日 ~12 月 31 日期間每日蒐集。該期間全台門店共有 8,861 名當月有購買商品的消費者參與問卷調查，後續針對回收樣本進行分析。  
 註 4：2023 年特力屋整體平均滿意度為 8.4 分 (滿分為 9 分，滿意度達 93.3%)。

顧客滿意度調查 – HOLA



消費忠誠度	2021	2022	2023
未來繼續來店購買的意願	94%	94%	95%
對於 HOLA 的願意推薦指數	90%	90%	92%

註 1：本滿意度為 9 分量表，1 分為非常不滿意，9 分為非常滿意。  
 註 2：HOLA 在顧客完成交易後以 APP 推播方式進行問卷調查  
 註 3：以上統計區間：2023 年 1 月 30 日 ~12 月 31 日期間每日蒐集。該期間全台門店共有 3,856 名當月有購買商品的消費者參與問卷調查，後續針對回收樣本進行分析。  
 註 4：2023 年 HOLA 整體平均滿意度為 8.3 分 (滿分為 9 分，滿意度達 92.2%)。

顧客滿意度調查 – 特力屋室內裝修

年份	發送簡訊數	回饋簡訊數	回覆率	平均分數
2021	50,521	16,684	33%	8.46
2022	57,970	19,045	33%	8.6
2023	78,192	24,453	31%	8.7

註 1：滿意度為 9 分量表，1 分為非常不滿意，9 分為非常滿意。  
 註 2：以簡訊 E 化方式進行滿意度調查  
 註 3：以上統計區間：2023 年 1 月 1 日 ~12 月 31 日。2023 年共有 24,453 回覆筆數。  
 註 4：2023 年特力屋室內裝修整體平均滿意度為 8.7 分 (滿分為 9 分，滿意度達 96.7%)。

特力屋室內裝修智能派工機制

- 1 質優先派》》 智能派工**
  - 評量基礎
    - 最近時間
    - 最佳路徑
    - 電訪滿意度
    - 顧客評價
    - 督導成績
    - 客怨件數
- 2 APP 派工 / 回報》》 APP 派工 APP 完工回報**
  - 問題反映
  - 驗收文件
- 3 事後滿意度調查》》 滿意度調查**
  - 抽樣電訪
  - 顧客簡訊
  - 事後調查
- 4 後續措施》》**
  - 輔導：**針對低於標準者進行輔導
  - 獎勵：**顧客提出讚揚，公司將依管理辦法給予獎勵。
  - 淘汰：**違反公司規定或連續三次以上評鑑低於低標，予以停班停權或解約處分。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

### 傾聽與精進

為了落實客戶導向服務，特力屋零售藉由收集顧客的聲音，成立專案小組，並透過跨部門的整合與討論，提升流程開發的品質與效益。過去透過這個機制，已分別針對會員加入方式、結帳系統、發揮服務價值等進行必要的檢視與調查，2023 年也不例外。

#### 表揚員工：

有熱忱的員工，才能創造高度顧客滿意度，而顧客滿意的正向回饋，也會直接提升員工的工作熱忱與績效。因此，公司要求第一線服務同仁全員參與「感動服務關鍵時刻」課程訓練，公司每月也會挑選出服務 + 專業的感

動服務案例進行表揚。在持續落實各項顧客滿意升級計畫後，2023 年特力屋收到兩千一百多封的顧客感謝信、HOLA 收到兩千七百多封以上的顧客感謝信。

#### 客怨處理：

除了感謝信外，特力向來對於客戶抱怨非常重視，並以解決顧客問題及滿足顧客需求為優先的態度積極處理，且大部份的客戶抱怨均能在第一時間與顧客達成共識。公司針對「客戶抱怨處理」訂有標準作業流程，除分別設有專責人員即時處理、追蹤處理狀況及確認處理內容外，並結合「會員管理系統」功能，作為記錄及追蹤管理工具；亦設定客戶抱怨處理結案天數的指標，積極管理客戶抱怨的處理效率。

#### PDCA 精進服務：

特力屋零售運用 PDCA 模式管理，以確保流程的品質與績效，並提升品牌與顧客之價值。同時，為了確保服務品質，公司除訂定標準化流程與門市自主管理外，也導入內部稽核與外部神秘客專業稽核，並結合跨部門的專業，持續精進服務與商品品質。

特力屋 &HOLA 客怨率

項目	通路	KPI	2021	2022	2023
客怨率	特力屋	0.40‰	0.30‰	0.28‰	0.26‰
	HOLA	0.16‰	0.18‰	0.11‰	0.37‰

### 感動服務

#### 解決了我的燃眉之急



因為需要採購餐桌，但餐桌是要提供給坐輪椅的老人家使用，所以市面上餐桌統一高度 74cm 的都不符合需求，在跑了許多間家具行得到的答案都是需符合輪椅高度 (78cm) 以上的餐桌得要訂製，但訂製起來一張餐桌動輒一萬多元，預算有限實在是無法購買下去。

在朋友介紹下認識特力屋三峽店的社區管家洪誌祺先生，洪先生在了解情況後耐心與我討論能取代訂製的其他方法，包括使用桌腳腳墊等，最後提供一款能夠調高高度且收納方便的折疊桌商品給我，解決了我的燃眉之急。

而因為是跨區訂購，在運送過程要和我所在地區的特力屋店聯繫溝通，服務台的曾信恩先生非常盡力地為我處理運送的所有問題，不厭其煩為我爭取權益。兩位服務熱心並且體貼的態度讓我倍感溫暖、印象深刻，日後只要有相關的需求都會想到他們，一定會再有合作的機會！

#### 找她服務很安心又值得

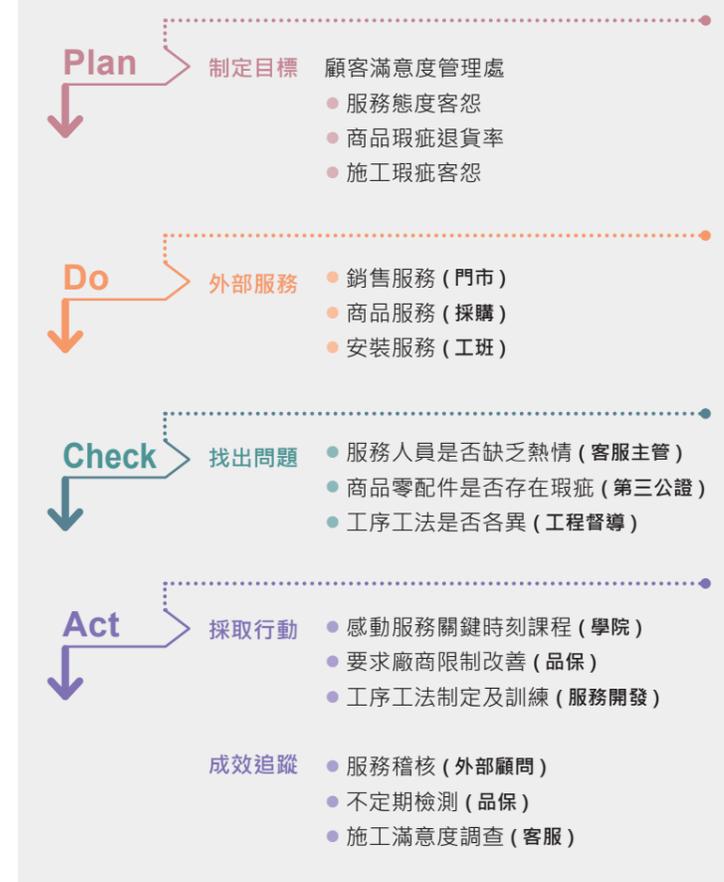


我很喜歡 HOLA 土城店龍鳳小姐的服務，這兩天有去找她詢問棉被的事情，她也很親切的解答很好，之前有一次去買櫃子她也陪同我過去傢俱區看，但是沒有找到我要的，後來她花了很多時間幫我上網找，終於找到了我喜歡的櫃子，是線上獨賣的。

然後她下網路單到我們家，但先生在收到貨馬上組裝的時候，發現商品瑕疵，有一塊板缺了一角，我們不知所措。龍小姐她就幫我們反應給網站的客服，客服讓我們用 mail 回覆瑕疵的狀況，可是我跟先生都不太會用 mail，她也協助處理，用我 line 給她的照片再 mail 到網站客服，之後我有收到網站客服的訊息，說要用攝影的方式把瑕疵部位的照片要傳給廠商，也都是她花了很多時間幫我們處理，有一天還特地到我們家教兒子怎麼拍攝，然後再傳到客服網站上，真是幫了我們大忙。

非常感謝過程中總是耐心的周到的服務讓我們倍感貼心，別的百貨都沒有這樣的服務，慶幸當初找她服務很安心又值得，真的很謝謝！以後只要是網站上要買的，我一定親自去店找她下單，開心放心！

特力屋零售精進服務管理模式



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

## 重大商品事件

每當發生重大商品事件時，本公司依《重大商品事件管理辦法》進行跨部門會議，將重大商品事件從通報、處理到結案，以標準化流程控制，力求事件處理的效率與效果並重。並經由事件後續檢討中得到學習經驗，避免相同情事發生，且加強組織重大事件的處理能力，提供消費者更健康、更優質、更安全的商品。

在特力屋超過 5 萬個、HOLA 超過 4 萬個的銷售商品品項中，2023 年僅發生 2 件商品瑕疵自主召回案件，說明如下：

### 【案件 1.】

- 事件摘要：發現特力屋「傑越塑鋼椅」椅腳斷裂有人傷風險。
- 執行方案：召回
- 執行內容：以電話 + 簡訊方式通知顧客自行丟棄商品並到店辦理退費，同時致贈禮券向客戶致意。

### 【案件 2.】

- 事件摘要：發現 HOLA「10L 雙供電感應垃圾桶」電池有安全疑慮。
- 執行方案：召回
- 執行內容：以電話 + 簡訊方式通知顧客 HOLA 將回收原有鋰電池並提供新款鋰電池更換，同時致贈禮券向客戶致意。

## 特力重大商品事件標準處理流程

### 1 通報

- 同仁接獲商品 / 服務重大事件訊息，須立即通報單位主管及顧客滿意管理處。
- 將事件相關人事時地物記錄於系統中，以利後續追蹤處理。

### 2 會議

- 由顧客滿意管理處召集緊急小組會議，會議依「重大商品事件管理辦法」進行討論。
- 小組基本成員包括商品部、服務業務部、集團公關、業務部、品保及法務。
- 將會議決議內容通報零售一級主管

### 3 執行

- 個案：提供解決方案、與顧客溝通處理
- 通案：要求供應商進行全面性處理，包括下架、召回或檢修。

### 4 追蹤

- 業務部客服主管追蹤執行進度並回報緊急小組成員
- 執行過程若有任何問題，即時進行討論與調整。

### 5 結案

- 顧客滿意管理處於通案處理執行結束後，三天內向小組成員及零售主管提出結案報告。
- 結案報告包括「通案處理結果」及「事件檢討與學習」



## 貼心服務

特力屋零售因傾聽顧客聲音，了解消費者需求後，從通路發展出許多創新的貼心服務，形成特力屋零售獨特且熱忱的服務特色及文化，服務開發流程詳附件。

### ✓ 解決顧客臨時需求

HOLA 提供免費衛生棉 & 生理期用的濕紙巾，有哺乳室的門店免費提供 L 號嬰兒用紙尿布，另外也有行動電源出借服務，藉以解決顧客的臨時需求。

### ✓ 首創「寵物專用推車」

家裡的寵物也是我們摯愛的家人，必須受到尊重，所以我們特設寵物專車以方便民眾與這位「家人」一同購物。有別於其他賣場，我們的寵物專車皆有提供尿布墊，並且在每次使用後都進行消毒，確保下一位顧客能安心使用，讓寵物坐得更舒服，打造友善賣場。特力屋及特力和樂的內湖店和士林兩店皆有獲台北市友善寵物空間認證。

### ✓ 推行友善服務

為關懷友善族群購物便利，自 2018 年初起，推動門市「友善服務」，於全台特力屋、HOLA 門市常駐「友善服務專員」，協助銀髮族、孕婦、行動不便顧客，迎賓導購、專屬窗口結帳、商品搬運上車等一條龍購物服務，讓目標客群可降低排隊結帳等候時間，快速由專人服務，提供貼心友善的賣場服務。

### ✓ 開設樂齡學堂

依據調查，國內退休銀髮族仍有高度人際與學習需求，銀髮族也將是未來零售業的主要客群。特力屋於指定門市開設「樂齡學堂」，運用手創空間資源，每季不定期開辦符合銀髮族的手作課程，如植栽換盆園藝、油漆、LED 燈區導覽、水龍頭安裝、馬桶水箱更換介紹等。另外，也舉辦居家 DIY 小常識、簡易木工、花藝園藝等講座，以滿足銀髮族心理層面需求，讓銀髮族群更能活化退休人生、快樂生活。



### ✓ 網路下單 到店取貨

特力屋零售提供顧客網路下單後，可選擇至最近的特力屋或 HOLA 分店進行取貨；當顧客於網路店進行結帳流程後，客服人員會先備好商品，再傳送簡訊通知顧客到店取貨，為顧客節省商品運費，提高取貨便利性。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

✔ 智能選枕

台灣每 4 人就有 1 人有睡眠問題，睡眠不良會影響日常的身心狀態。HOLA 提出好眠三度完整寢臥方案，包含枕頭高度、棉被溫度、寢臥舒適度等，其中枕頭高度物理治療師把關的智能選枕系統再升級，透過超過五萬筆消費者數據，新增枕頭品項、調整人體測量細節推出 2.0 版本，只要 15 分鐘就能夠讓消費者找到自己合適的枕頭，藉此希望讓全台灣人能夠更好眠。

✔ 智能選墊

床墊的軟硬度，決定好眠的深度。人體脊椎有其獨特曲線，太硬或太軟的床都無法完美貼合，因此，HOLA 協助消費者以科學方式挑選床墊。BedMATCH™ 為杜克大學醫學中心所使用的診斷系統，根據不同人體的年紀、身高、體重、密度、疼痛指數等 5 種變數，經過 18 項人體計算，轉化為一千次科學計算公式，為每位睡眠者的獨特身形和睡姿找出最理想的床墊。



他們臉上的喜悅，非常有意義

我時常會去北投文化社區國宅去做行動諮詢服務，這是個大型社區而且居住者幾乎都是長輩居多，因為長期深耕經營，所以常在社區做服務，社區有任何大大小小的活動，幾乎也都會參加，所以很多人都知道我這個特力屋社區管家。

這個社區我很熟，這裡的人就像我的家人、長輩一樣，我時常在想如何把社區管家這份工作做得更有溫度，除了做好服務，怎麼樣可以為這些長者們做得更多。有一天我們也會變老，凡事如果能將心比心，思考的層面就會不一樣，做出來的事也會更加不同，能夠給他們更多的幫助。

看到他們臉上的喜悅，那是非常有意義而且是相當有成就感的。

特力屋士林店 呂信達

解決顧客困擾，提升服務溫度

對於能夠幫助顧客解決問題，我覺得是一件非常開心的事情，或許對我們來說只是一件小事，但對於顧客卻是天大的事情，當我們試著把顧客當家人或朋友般的對待，把顧客的問題也當成自己的問題，服務的溫度自然也會隨之提升。

特力屋新莊店 張光儀

站在客人的角度去觀察與感受

從一開始簡易的空間了解，到互相分享自己的生活細節與經驗，我們一同考量住進去後，傢俱使用上可能會遇到的問題等等，我站在客人的角度去觀察與感受，家裡選購傢俱後可能會遇到的問題與擔憂，也幫顧客一一化解所有的問題，到最後我的傢俱規劃方案也得到薛小姐的認同。

當她很安心地把家裡鑰匙交到我手上的時候，其實我的內心是充滿成就感的，感謝她對我的信任，而我也沒有讓她失望，最後佈置完的家她也很驚訝，因為她意想不到在預算有限的情況下，原來自己家真的可以變成這麼美，她非常的滿意與喜歡，也很感謝我們的幫忙，而我也很開心能成就一個美的居家空間。

HOLA 左營店 許雅茵

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

## 保護顧客隱私

特力屋零售是台灣最大居家通路業者，擁有超過 800 萬個註冊會員，因此非常重視會員的個人及交易資料保護，尤其在這個科技環境繽紛多元的時代，我們會全力捍衛客戶隱私。

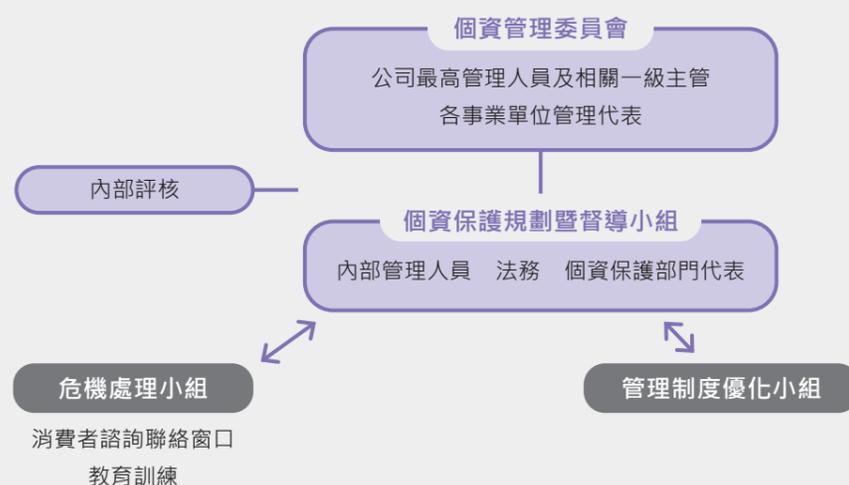
### 治理與規範：

公司內部設有個資管理委員會，下轄個資管理代表並組成個資保護規劃暨督導小組，協助各部門進行個資保護管理措施之維運，以確實遵循《個人資料保護法》。除了逐步建立各項個資保護與管理規範、確保系統上應有的安全防護外，並選派代表參加「台灣個人資料保護與管理制度 (TPIPAS)」個資管理師及個資內評師等認證 (2023 年特力共有內評師 8 位、管理師有 12 位)，亦辦理個資保護的內外部教育訓練。

### 內部稽核與外部驗證：

特力每年定期由個資內評小組進行內部評核，並主動申請且通過《TPIPAS 台灣個人資料保護與管理制度規範》驗證審查。旗下包括特力屋 (股) 公司及特力屋室內裝修 (股) 公司順利取得經濟部委託資策會科法所辦理之《dp.mark》個資保護標章，也是國內第一家取得此標章之居家通路業者，效期為兩年。

特力個資保護管理委員會組織架構



### 2023 年委員會監督及討論重點：

1. 個資管理體系稽核結果：2022 年 TPIPAS 個資驗證結果、2023 年總公司個資內評結果、2023 年門店個資內評結果、2023 年個資委外廠商審查。
2. 個資管理體系日常運作現況暨前次管審會追蹤項目：個資管理有效性指標執行結果 (KPI)、各單位風險評鑑均在可承擔的風險值說明、個人資料管理體系改善建議 (內部人員發現並向上呈報之風險；改進組織個資管理體系之有效性技術、產品、程序；可能影響個人資料管理體系外部法令法規之變更；使用者或相關利害團體之回饋意見；主管機關所提出之需求)、案例解析。

後續公司同步遵循 TPIPAS 相關要求，逐年檢驗公司個資保護的狀態，以及設定 KPI 作為個資保護狀況的指標，且於 2023 年持續通過《dp.mark》更新驗證。

### 外部廠商簽署承諾：

近年來特力屋零售積極發展線上通路，為持續落實個人資料保護及管理，並遵循《個人資料保護法》保障個人資料當事人之權利，公司與委託參與或經手個人資料檔案處理作業之外部廠商簽約時，一併簽署個資承諾事項，以作為外部廠商遵循之依據，並要求外部廠商及其作業人員確實遵守。且每年針對外部廠商定期按所簽署之個資承諾事項內容進行自我評估，確認外部廠商於合約期間內是否依要求落實；如有必要將進行實地審查，以做為後續採購、續約或契約異動之參考。

### 緊急應變處理：

經判斷為個人資料事故時，特力將盡速確認影響範圍，掌握該事故個資遭不法蒐集、處理、利用之情形。為預防損害擴大，同步採取緊急措施、監控輿情與顧客進線反應狀況，諮詢法律顧問以啟動相關法律程序，依事業群最高管理主管決定，對當事人進行說明，或判斷後續應向多少顧客發送防詐騙簡訊，在快速有效之因應下，將傷害降至最低。如該事故致使客戶權益受損，我們將提供當事人補償或法律協助，盡最大努力維護客戶權益。此外，特力也立即要求外部廠商進行資安防護改善及預防，事後並查核是否確實執行。在召開事件檢討會議後，特力會將此製成案例，於網路平台公告各外部廠商進行宣導，以減少再次發生的可能。

### 教育訓練：

特力每年定期進行個資侵害事故緊急應變教育訓練暨作業演練，訓練人員於發生個人資料檔案侵害事故時，得以緊急應變。  
申訴管道：如對於本公司涉及個人資料之相關事項有任何問題或發現有疑似個資事件，客戶可逕洽特力零售事業群各公司實體門店服務台詢問，或點擊各公司網站如 <https://www.trplus.com.tw/memberServiceRights>，留言線上客服，本公司將有專人儘快提供服務。

### 建立個資管理績效指標：

為了確實執行個人資料保護，特力訂有個資管理量測指標，每半年量測一次，2023 年並無任何投訴事件發生。

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

項次	特力個人資料管理目標	量測指標	目標值	達成
1	符合我國個人資料保護之各項法律，及主管機關之函令等要求。	所有活動應符合個人資料保護法與施行細則、中央目的事業主管機關規定與合約條款之要求進行作業，不得有任何違反法令、主管機關規定與違約事件發生。相關資料洩露投訴情事零發生。	0 次	X
2	符合 TPIPAS 之要求			
3	維護個人資料當事人之人格權，提供其個人資料的合法自主權。	受理當事人刪除或停止處理、利用個人資料之請求，皆於 30 天內回覆准駁決定，無超過期限之情事。	100%	✓
4	對個人資料之蒐集、處理及利用過程，以誠實及信用方法為之，不逾越特定目的之必要範圍，並應與蒐集之目的具有正當合理之關聯。	員工應接受個人資料保護相關教育訓練，且通過課程考試標準。	100%	✓
5	提供個人資料檔案適當的安全管理措施，確保公司盡良善管理之義務。	處理個人資料檔案之資訊系統應定期盤點使用者帳號，避免內部人員非經授權之存取行為。	100%	✓

註：

- (1) 資料外洩事件總數 =1
- (2) 個人資料 (PII) 被外洩之百分比 =100% (資料外洩事件：1，個資外洩事件：1)
- (3) 受資料外洩影響的客戶人數 =1

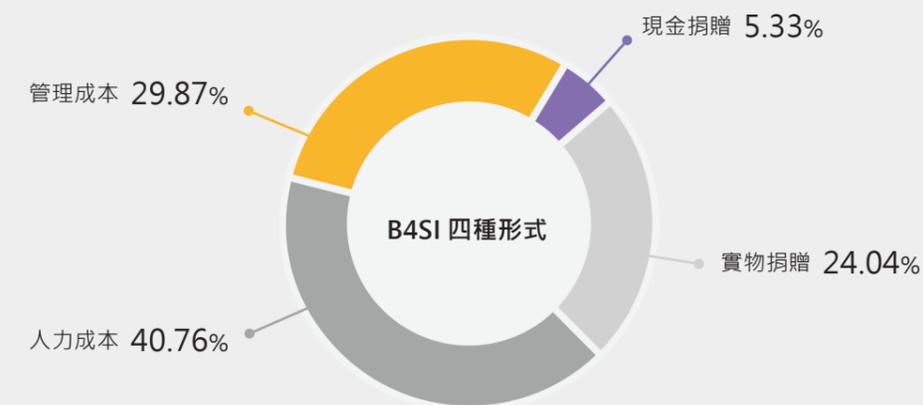
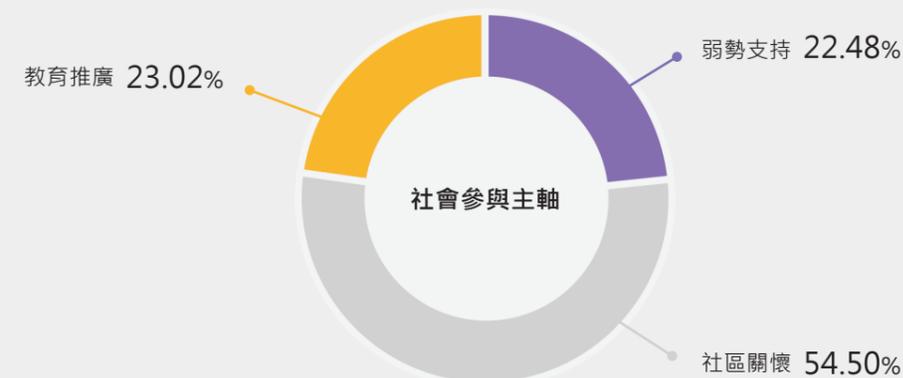
2023 年特力個資訓練

課程名稱	訓練方式	訓練時數	受訓人數
<b>全員個資認知保護訓練</b> ● 新人 - 個人資料保護認知訓練 (新人學程，3 個月內完成) ● 全員 - 個人資料保護認知線上課程	線上課程	0.5 小時 / 人	新人：86 人 全員：3,482 人
IT 以及各部門個資窗口	外部訓練		24 人 (參與資策會舉辦之個資隱私講座)
2023 年個資侵害事故緊急應變演練暨教育訓練	實體課程	1 小時	82 人 (除各部門窗口外，尚包括危機處理窗口)

## 積極社會參與

特力關心每個人的家，因此特力希望結合集團獨有的專長，藉由對弱勢、社區關懷，改善許多人的家庭生活品質及提高社會前進動能。並希望透過不同形式的合作，為產業培育更多人才。

集團內外攜手合作，逾 42,000 人次受益



統計期間：2023 年 1 月 1 日 ~12 月 31 日

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

## 弱勢支持

活動	服務對象	投入 / 效益	社會影響力
聖誕心願認養 守護童年夢想	世界和平會 受助孩童	<p><b>投入：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● HR 同仁及公司管理階層透過每年的聖誕月，號召集團同仁一起認養孩子的心願。</li> <li>● 6 年來集團同仁共親自採買及送出 5,400 份禮物，並附上親手寫下的祝福話語。</li> </ul> <p><b>效益：</b>為 900 個家庭提供節慶禮物，增添過節氣氛。</p>	<p><b>內部影響：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 培養同仁樂於付出及關心人的特質，呼應公司文化。</li> <li>● 專責部門及管理層長期推廣，可提高員工對公司的認同感，進而吸引更多優質、有志一同的夥伴加入特力。</li> </ul> <p><b>外部影響：</b></p> <p>在溫馨時節裡，為弱勢孩童傳遞一份關愛並實現他們的願望，可激勵孩子及他們的家人，對社會長保感恩與希望，種下善的種子，減少悲劇發生的可能性。</p>
樣品拍賣 與捐贈	基督教救助 協會及其他 弱勢團體	<p><b>投入：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 商品部同仁每季投入人力整理所有樣品，並挑出品質及安全性符合要求的樣品，進行拍賣。</li> <li>● HR 同仁居間協調受贈單位及物流，依約將樣品送抵義賣場地。</li> <li>● 管理成本：HR 同仁追蹤義賣成果，並評估如何精進效益。</li> </ul> <p><b>效益：</b>2023 年義賣所得 123 萬，增加公益基金，幫助 4 個機構為急難、弱勢或社區送暖。</p>	<p><b>內部影響：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 讓員工能夠以實惠的價格購得產品</li> <li>● 號召同仁累積公益基金、發揮善力。</li> <li>● 減少浪費、創造循環經濟，將廢棄或閒置物品轉為有價值的禮物。</li> </ul> <p><b>外部影響：</b></p> <p>讓更多經濟弱勢家庭、育幼院及協會，能得到更多幫助。</p>
特力家居 公益平台	社福機構、 弱勢團體	<p><b>投入：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 分享特力家居全台各館的場地、會員、行銷、人力等資源，支持各項公益活動的成功舉辦。</li> <li>● 透過既有管道，邀請特力家居各館所在地區居民一起共襄盛舉。</li> </ul> <p><b>效益：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2023 年特力家居全台各館共舉辦 14 場募款活動、32 場慈善捐贈、27 場社區投資及 4 場商業促進活動。</li> <li>● 有效降低公益活動成本，進而支持社福 / 弱勢團體舉辦更多有意義的活動。</li> </ul>	<p><b>內部影響：</b></p> <p>強化企業內部文化，提高場地的無形價值。</p> <p><b>外部影響：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 77 場活動觸及人數逾 101,000 人，對企業及活動帶來正面影響。</li> <li>● 商業活動結合公益活動，提升通路品牌形象、強化消費者認同。</li> <li>● 透過商場影響力，致敬軍警消防醫護、社工及志工，贈送禮品感謝他們對社會的付出。在 2023 年已送出致敬禮 1,065 份。</li> </ul>
苗栗縣政府 兒少護家案 計畫	弱勢家庭	<p><b>投入：</b></p> <p>攜手苗栗縣政府推動「脆弱家庭兒少護家計畫」，發揮特力中欣的修繕長項，以每兩個月執行一期計劃進行物資捐贈及修繕工程。期能填補政府資源未及之處，結合社政單位以提供脆弱家庭兒少的生活物資及居住環境改善服務，協助兒少在安全的住家環境中成長。</p> <p><b>效益：</b>提供生活物資 656 件予 617 家庭；完成居家水電安全檢修 43 案件；完成住所破漏簡易修繕 53 案件。計有 352 戶家庭受益。</p>	<p><b>內部影響：</b></p> <p>藉本案，促使集團內部開始關注脆弱家庭與兒童需求，進而願意提供更多支持。</p> <p><b>外部影響：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 本案共計有 21 名社工、15 家工班廠商加入執行計畫。</li> <li>● 藉由在修繕及施工期間，主動發掘案家的用電安全並及時維修，工班師傅也會提醒案家正確用電 / 水知識概念，避免案家及鄰里因使用不當而發生意外。</li> <li>● 透過水電檢修及修繕，改善屋況，強化受益者的正向影響，並更願意與外界溝通交流。</li> <li>● 藉此拋磚引玉，促使更多人關注脆弱家庭與兒童需求，進而協助。</li> </ul>



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

● 認養聖誕心願，守護童年夢想

聖誕時節傳遞的是愛與關懷的動人心意，特力集團已經連續六年為世界和平會陪伴的孩子們一圓聖誕心願。2023年集團旗下的員工天使們總共幫助15個縣市、900位孩子達成聖誕願望，累積暖送幸福達5,400人次。



孩子們寫下的心願大部份是生活上質樸又必要的，例如學習上需要的各種文具、日常缺乏的用品與衣物；有的關乎自己正在萌芽的夢想與充滿願景的目標；還有很多孩子在許願時也想到關照自己的家人，期待辛苦的家人們也能一同感受收到禮物的歡樂。

這是文化影響力的實踐，同仁們多年來不僅費心包裝，更會附上給孩子們的祝福話語，每次總有細心的天使考量孩子的閱讀能力，搭配注音或是全注音書寫，但願孩子們接受到每一份關懷。

特力聖誕月傳送愛的禮物

年份	2018	2019	2020	2021	2022	2023
禮物	610	790	771	1,034	1,295	900

● 善用資源、擴大公益基金

除了一年一度的特力志工日外，特力也希望將公益的DNA納入員工活動中，讓全體同仁無時無刻都可以實踐對社會貢獻的理想與目標。故自2014年2月起，商品設計單位將開發階段、品質優良且安全的樣品進行整理並捐贈出來，依數量多寡由人力資源部規劃約一個月一次的內部愛心義賣，不僅讓員工能夠以實惠的價格購得產品，更將義賣所得全額存入公益基金之中。截至2023年，透過義賣所獲得的公益基金將近130萬元，包括有一批傢俱用於卡奴風災急難救助。



● 發揮特力家居公益平台

作為台灣首家居家主題的大型購物商場，特力集團旗下商場-特力家居長期贊助、分享既有資源，協助無數社福機構及有需要的團體舉辦各式義賣、募款等公益活動，期盼吸引廣大消費族群從認識、了解、進而共同參與，傳遞、擴大公益的力量。2023年特力家居全台各館共舉辦14場募款活動、32場慈善捐贈、27場社區投資及4場商業促進活動。



藉由商場平台及各項活動，特力特別向軍警消防醫護、社工及志工致敬，感謝專職人員無私的貢獻。

● 脆弱家庭兒少護家計畫

特力旗下中欣實業秉持建構「幸福家園」企業宗旨，攜手苗栗縣政府推動「脆弱家庭兒少護家計畫」，發揮結合政府與企業之綜效，企業員工及社工協調分工，協助有急需但「未列入政府補助門檻或資格之脆弱家庭」獲得資源，幫助脆弱家庭兒少生活安定，改善其家庭生活與環境條件，促進家庭恢復正常運作。



計畫結合特力核心能力，提供生活物資捐贈、居家水電安全檢修及住所破漏簡易修繕三大項資源。2023年總計提供生活物資656件、完成居家水電安全檢修43案件、完成住所破漏簡易修繕53案件，計有365戶家庭受益。



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

### 社區關懷

分佈全台各縣市的特力集團旗下各門市，為回饋社區、支持社區發展，每年皆發揮既有資源及專長，舉辦上千場次社區相關活動，包括 DIY 修繕講座、社區跨年活動、鄰里義賣活動等，增進相互了解，讓施與受皆受益。

2023 年特力屋 58 位社區管家在全國 7,068 個社區共舉辦了 3,879 場的服務活動。透過社區店及社區管家，特力屋可主動深入接觸社區與家庭，拉近與民眾的距離，也讓他們更容易理解如何藉由我們的服務解決居住空間上的問題及提高生活品質。同時，社區民眾的即時回饋也可幫助特力屋持續發現新的或各地不同的居家需求，有助我們持續開發新服務。

### 高齡化社會：

隨著社會快速變遷，我們已充分感受到許多社區既存的居家問題，因為生活型態及家庭組成的改變，而無法真正獲得解決，尤其許多傳統社區更是因缺乏知識、行動力及年輕世代的加入，阻礙了整個環境的改善，例如，社區長者不知如何詢問或解決家中的大小問題，甚至擔心開口諮詢會麻煩別人，這突顯出高齡化社會中的居家生活品質必須受到更多關注。

### 檢測修繕需求：

事實上除了高齡化、獨居者與日俱增等社會現象所引發的居家服務需求，台灣許多社區的屋齡約在 20~40 年，通常存在不少隱形修繕需求，如管線老舊、牆面龜裂、防火防災設備不足等，這些問題雖然重要，也可能影

響健康安全，但因缺乏急迫性而常被忽略，一般家庭也沒有建立定期檢測維修的觀念與習慣，更遑論美化更新以求更加舒適。

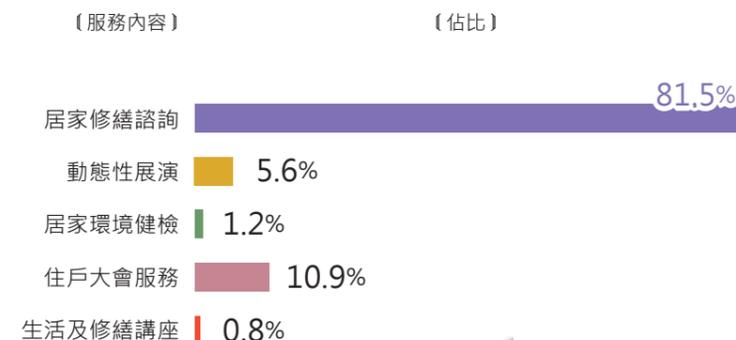
### 推動社區防災意識：

臺灣是天然災害的高風險地區，常見如地震、颱風等，甚至引發間接性火災，一旦發生天災，面臨災害威脅人口超過 9 成，高居世界第一。因此特力屋積極在社區進行各項防災教育，建議民眾平時應養成自主防災的準備工作，包括：準備緊急照明設備、定期檢視居家環境與修繕、固定家具等，預先做好防災準備，守護家園免煩惱。另配合內政部防災月活動，特力屋全國門店均設置防災專區，推廣各類防災商品，強化民眾防災意識。

2023 年特力屋除了持續與新北市政府締約建立夥伴關係，發揮行政組織與企業能量，共同推動社區與企業防災能力，協助社區鄰里提升自助、互助之實質效能；也與林口區公所簽訂企業防災合作備忘錄，公所與消防局第二救災救護大隊將針對居家安全有疑慮且無力負擔的弱勢個案建立通報平台，媒合轉介給特力屋，以公益服務或優惠方式為個案提供居家安全修繕服務。

活動	服務對象	投入 / 效益	社會影響力
社區管家服務	社區居民	<p><b>投入：</b> 特力屋培育 58 位社區管家，在全台各地與 7,068 個社區建立聯絡網，提供專業、及時的居家諮詢與相關服務。</p> <p><b>效益：</b> 2023 年在全國共舉辦了 3,879 場的服務活動。</p>	<p><b>內部影響：</b> 強化門店與社區的連結及同仁的社區服務意識。</p> <p><b>外部影響：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 幫助社區住戶了解如何解決居家空間修繕問題，以提高生活品質。</li> <li>● 藉由推廣，突顯高齡化社會中，居家環境安全與舒適度必須受到更多關注。</li> <li>● 透過社區管家的主動服務與宣導，正面影響社區管理者，促進雙方溝通與信任度，亦可提高整體社區生活的和諧。</li> </ul>
推動防災意識	社區居民	<p><b>投入：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 特力屋全國門店均設置防災專區，推廣各類防災商品，強化民眾防災意識。</li> <li>● 配合中央及地方政府防災政策，配置專業人力進行相關服務。</li> <li>● 投入行銷人力與資源，透過自媒體及其他管道，積極向公眾宣導。</li> </ul> <p><b>效益：</b> 與新北市政府締約建立夥伴關係、與林口區公所簽訂企業防災合作備忘錄、特力屋新莊店獲頒新北市企業防災績優企業。</p>	<p><b>內部影響：</b> 成功防災推廣也為特力屋帶來商業效益，進而獲得更多開發防災商品及專業服務人力的資源，為社會安全帶來正向循環。</p> <p><b>外部影響：</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 每年各門店設置防災專區，長期為台灣各地 800 萬個會員家庭累積、增進防災意識。</li> <li>● 特力屋長期建立的正面、專業企業形象，吸引媒體目光並協助傳播相關資訊，有助消費者重視與接受各項防災建議，提高政府推廣防災意識的效益。</li> </ul>

### 2023 年特力屋社區管家服務活動



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

教育推廣

活動	服務對象	投入 / 效益	社會影響力
特力家居盃設計大賽	年輕設計人才	<b>投入：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>組成產學專案小組，全年度進行賽事籌辦、推廣及評選，是全國居家類別學生賽事獎金最高的設計大賽（新台幣 60 萬 / 年）。</li> <li>邀請產業專家，導入業師輔導及設計工作坊，強化商品開發 / 模型製作能力。</li> <li>根據 B4SI，2023 年投入成本逾新台幣 450 萬，1~11 屆逾新台幣 3,250 萬元。</li> </ul> <b>效益：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>第十一屆收到來自全台 38 所大專院校共 556 件作品參賽，觸及人數逾 100,000 人次。</li> <li>1~11 屆累計 5,140 件參賽作品，共有 7,710 位學生參賽。</li> <li>全台特力家居盃比賽作品巡迴展（桃園 / 高雄 / 台南 / 台北），參觀人數累計約 2,355,000 人次。</li> </ul>	<b>內部影響：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>提供學生實習機會，培育與業界接軌的設計人才，有機會擴大自己的人才庫，並促進新舊人才的相互交流與激盪。</li> <li>員工經常接觸居家創意設計作品及永續議題，可以提升員工的美學素養和環保意識，有助於拓寬公司成員視野、社會責任及 ESG 發展。</li> </ul> <b>外部影響：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>藉由業界專家的前瞻格局與實務經驗，幫助同學提升視野，縮短產學差距。</li> <li>有效結合理念與實務，加快未來居家市場的創新發展。</li> <li>2023 年首屆加入 ESG 概念，以「永續綠活宅」為主題，激發參賽者對永續發展的關注，成為具有創造力和社會責任感的綠色設計能手。</li> </ul>
鍛鍊長者手部協調	銀髮族	<b>投入：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>建立特力屋手創空間專屬團隊，致力對外進行各項推廣，希望幫助年長者實踐活到老學到老的健康人生哲學。</li> </ul> <b>效益：</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>根據 5 場課程後針對與會約 250 位學員的調查回饋，收到無數好評。</li> </ul>	<b>內部影響：</b> 台灣將邁入超高齡社會，服務需求勢必增加，因此特力屋致力拓展相關服務，豐富年長者的生活，成為社會安定力量之一。  <b>外部影響：</b> 鼓勵銀髮族參與 DIY 手創課程，可兼顧身心成長，包括訓練手部肌肉、智識學習、團隊合作等，適合的參與者條件較不受限，可擴大年長者社交層面。

● 特力家居盃設計大賽展現 ESG 新觀點！

由特力集團旗下的中欣實業股份有限公司、特力家居居家生活購物中心、和樂文化基金會主辦，國立臺灣科技大學建築系、教育部北區技職大聯盟協辦的特力家居盃設計大賽，2023 年首屆加入 ESG 概念的主題為「永續綠活宅」，鼓勵學生創新設計對環境友善的作品，為地球盡一份心力，共同追求永續發展。



2023 年有來自全台 38 所大專院校共 556 件作品參賽，初選由專業評審團選出室內設計組 19 名入圍、13 名佳作；傢俱設計組 15 名入圍、14 名佳作；商品設計組 15 名入圍、14 名佳作；以及最終決選分別在各組選出一位金、銀、銅獎，連同數名優選。

特力家居總經理謝有全表示：「特力家居盃賽事舉辦 11 年來不斷擴大規模，展現了企業成長動能及善盡社會責任，挖掘更多台灣未來設計新星。隨著 ESG 成為顯學，並在全球掀起趨勢浪潮，我們希望這場比賽能夠激發參賽者對永續發展的關注，更期許未來台灣學生從設計研發階段，能夠注入就地取材概念並延長產品生命週期，成為具有創造力和社會責任感的設計師，成就美好綠色家園。」



有關特力家居盃設計大賽相關資訊，請掃描 QR Code 詳閱。

【室內設計組】金牌 引菌絲體建材展現生態循環美學

本屆室內設計組金牌由國立臺灣師範大學設計系蕭妃媛、國立臺灣大學社會系張博榮兩位同學獲得殊榮，作品以「菌絲體」材料為媒介，發想出如生物體般「新陳代謝」的循環建築空間，創造居家生活的無限可能性。室內格局部分，居住者可依空間使用需求，以模組化房屋組件改變自家住宅大小，居住者住得舒心，建物也可永續傳承，照顧全家人及下一代的健康。跨領域連結設計與人文科系的參賽組合，共同創作出突破設計框架思維作品，獲得評審團的高度肯定。



【傢俱設計組】金牌 「SADOU」、「尼龍再造繩椅試驗所」體現永續想像力

由大同大學工業設計系周姿羽「SADOU」、實踐大學工業產品設計系楊凱翔「尼龍再造繩椅試驗所」兩位同學共同拿下傢俱設計金牌。「SADOU」是一張強調人與自然共處一室、具有循環利用特點的茶桌，泡茶過程中的水資源，可以透過集水回收成為植物生長的養分，茶渣則被用來除臭和除濕，可應用於居家環境的清潔，減少對化學藥劑的依賴。



「尼龍再造繩椅試驗所」的設計靈感來自古早台灣的塑料板凳，椅子設計採用了逐漸消失的傳統繩結技術及再生尼龍材質為基礎，並在編織繩結中建構支撐力，期望經典設計喚起人們的回憶，展現創新、環保和文化傳承的多重價值。



關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

為健康安全把關

強調顧客服務

保護顧客隱私

積極社會參與

附錄

● 鍛鍊長者手部協調



現今高齡社會老年人口數逐年增加，因此特力屋手創空間規劃了銀髮族專屬的 DIY 課程，讓年長者也能活到老學到老，並於 2023 年再次與老五老基金會合作，推出一系列體驗活動，藉由工機具的實際操作與不斷的摸索學習，鍛鍊年長者的手部協調性，並從兩兩相互協作、完成作品的體驗中，獲得不一樣的成就感。

老五老基金會成立 25 年以來，致力於老人專業服務與倡議，秉持「使能、尊重、團隊合作」之核心價值，鼓勵健康長輩持續社會參與；提供弱勢、獨居長輩維持生活所需；促進跨世代間的交流，從知老、敬老到愛老，期待創造「越老活越好」環境，讓所有人有機會選擇自己想要的生活。

根據 5 場課程後針對與會約 250 位學員的調查回饋，特力屋收到無數好評，其中以學習到木板的差異性及工具的正確操作方式等知識補充量最多，這也激勵特力屋持續推廣銀髮族群活到老學到老的課程，希望藉由本身的手創專業能力，豐富長輩們的生活。

**【商品設計組】金牌**

**「肌力家 +」為樂齡生活帶來全新體驗**

該作品由南臺科大創新產品設計系的歐祐辰和林沛誼共同研發，並憑藉卓越的表現贏得商品設計金牌殊榮。在現今高齡化社會中，設計者們希望透過「肌力家 +」來降低長者罹患肌少症的風險，提高退休銀髮族群的生活品質。不僅如此，他們還開發出一款「互動式肌力訓練套組」，透過簡單多樣化的運動器材組裝，搭配 AR 音樂互動軟體，長者可以進行有趣且具有挑戰性的運動，達到「健康老化、快樂生活」的目標。評審對肯定了他們對於銀髮族需求的洞察及對人類生存與健康發展的深度思考。

確信項目彙總表

編號	編號	標的資訊	報導基準	頁碼
1	2023 年特力屋、HOLA 及特力屋室內裝修整理顧客滿意度。	<p>【圖表】特力屋顧客滿意度調查結果 2023 年特力屋整體平均滿意度 8.4 分；整體賣場體驗滿意度為 8.3 分；商品滿意度為 8.3 分；人員服務滿意度為 8.4 分。</p> <p>【圖表】HOLA 顧客滿意度調查結果 2023 年 HOLA 整體平均滿意度 8.3 分；整體賣場體驗滿意度為 8.3 分；商品滿意度為 8.2 分；人員服務滿意度為 8.4 分。</p>	統計 2023 年度特力屋及 HOLA 之整體顧客滿意度調查回覆分數加總除以總回覆筆數，得之 2023 年度整體顧客滿意度平均值。	72
2	截至 2023 年 12 月 31 日特力屋零售綠色採購之採購金額。	<p>【圖表】特力屋室內裝修 - E 化滿意度調查結果 E 化滿意度調查平均分數為 8.7 分。</p> <p>【圖表】2023 年特力屋零售綠色商品採購金額 總計新台幣 1,081,272,788 元</p>	<p>統計 2023 年度特力屋室內裝修 E 化滿意度調查回覆分數加總除以總回覆筆數，得之 2023 年度滿意度平均分數。</p> <p>統計於 2023 年 12 月 31 日持續有效的綠色標章認證產品及對環境有益之 2023 年度採購金額。所稱之綠色標章包含以下類型：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 經濟部水利署發給之省水標章；</li> <li>2. 經濟部能源局發給之節能標章；</li> <li>3. 行政院環保署發給之環保標章；</li> <li>4. Forest Stewardship Council 發給之 FSC 認證；</li> <li>5. 財團法人台灣建築中心發給之綠建材認證；</li> <li>6. 經濟部能源局之能源效率標章。</li> </ol>	44
3	截至 2023 年 12 月 31 日具備管理部屬職能之女性管理職佔所有具備管理部屬職能之管理職的百分比。	<p>女性員工管理職佔所有員工管理職的 40.7%，總部員工管理職女性佔比甚至達 47.0%。</p>	統計 2023 年 12 月 31 日具備管理部屬職能之女性員工人數及其佔比。	54
4	2023 年度回收燈泡數及回饋顧客點數。	2023 年共回收 132,714 顆燈泡、兌換 663,570 點。	統計 2023 年特力屋燈泡回收獎勵活動總回收燈泡數及回饋顧客點數。	48
5	2023 年度綠色標章銷售品項。	<p>【圖表】特力屋零售綠色標章商品品項數 2023 年特力屋銷售綠色標章商品品項數為 2,112 項。</p>	<p>統計於 2023 年 12 月 31 日持續有效的綠色標章認證產品之 2023 年度銷售品項數。所稱之綠色標章包含以下類型：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 經濟部水利署發給之省水標章；</li> <li>2. 經濟部能源局發給之節能標章；</li> <li>3. 行政院環保署發給之環保標章；</li> <li>4. Forest Stewardship Council 發給之 FSC 認證；</li> <li>5. 財團法人台灣建築中心發給之綠建材認證；</li> <li>6. 經濟部能源局之能源效率標章。</li> </ol>	44

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 確信報告



### 會計師有限確信報告

特力股份有限公司 公鑒：

本會計師受特力股份有限公司（以下簡稱「貴公司」）之委任，對 貴公司選定西元 2023 年度永續報告書所報導之關鍵績效指標（以下簡稱「所選定之關鍵績效指標」）執行確信程序。本會計師業已確信竣事，並依據結果出具有限確信報告。

#### 標的資訊與適用基準

本確信案件之標的資訊係 貴公司上開所選定之關鍵績效指標，有關所選定之關鍵績效指標及其適用基準詳列於 貴公司西元 2023 年度永續報告書第 82 頁之「確信項目彙總表」。前述所選定之關鍵績效指標之報導範圍業於永續報告書第 6 頁之「報告書範疇與邊界」段落述明。

#### 管理階層之責任

貴公司管理階層之責任係依照適用基準編製永續報告書所選定之關鍵績效指標，且設計、付諸實行及維持與所選定之關鍵績效指標編製有關之內部控制，以確保所選定之關鍵績效指標未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

#### 先天限制

本案諸多確信項目涉及非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天性之限制。對於資料之相關性、重大性及正確性等之質性解釋，則更取決於個別之假設與判斷。

#### 會計師之獨立性及品質管理

本會計師及本事務所已遵循會計師職業道德規範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。

資誠聯合會計師事務所 PricewaterhouseCoopers, Taiwan  
110208 臺北市信義區基隆路一段 333 號 27 樓  
27F, No. 333, Sec. 1, Keelung Rd., Xinyi Dist., Taipei 110208, Taiwan  
T: +886 (2) 2729 6666, F: +886 (2) 2729 6686, www.pwc.tw



本事務所適用品質管理準則 1 號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定會計師事務所設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令有關之政策或程序。

#### 會計師之責任

本會計師之責任係依照確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」規劃及執行有限確信案件，基於所執行之程序及所獲取之證據，對第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標是否未存有重大不實表達取得有限確信，並作成有限確信之結論。

依確信準則 3000 號之規定，本有限確信案件工作包括評估 貴公司採用適用基準編製永續報告書所選定之關鍵績效指標之妥適性、評估所選定之關鍵績效指標導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險、依情況對所評估風險作出必要之因應，以及評估所選定之關鍵績效指標之整體表達。有關風險評估程序（包括對內部控制之瞭解）及因應所評估風險之程序，有限確信案件之範圍明顯小於合理確信案件。

本會計師對第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標所執行之程序係基於專業判斷，該等程序包括查詢、對流程之觀察、文件之檢查是否適當之評估，以及與相關紀錄之核對或調節。

基於本案件情況，本會計師於執行上述程序時：

- 已對參與編製所選定之關鍵績效指標之相關人員進行訪談，以瞭解編製前述資訊之流程，以及攸關之內部控制，以辨認重大不實表達之領域。
- 基於對上述事項之瞭解及所辨認之領域，已對所選定之關鍵績效指標選取樣本進行查詢、觀察、檢查及重新執行測試，以取得有限確信之證據。

相較於合理確信案件，有限確信案件所執行程序之性質及時間不同，其範圍亦較小，故於有限確信案件所取得之確信程度亦明顯低於合理確信案件中取得者。因此，本會計師不對 貴公司所選定之關鍵績效指標在所有重大方面，是否依照適用基準編製，表示合理確信之意見。



此報告不對西元 2023 年度永續報告書整體及其相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信。

#### 有限確信之結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現第一段所述 貴公司所選定之關鍵績效指標在所有重大方面有未依照適用基準編製之情事。

#### 其它事項

貴公司網站之維護係 貴公司管理階層之責任，對於確信報告於 貴公司網站公告後任何所選定之關鍵績效指標或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

資誠聯合會計師事務所

會計師 蔡亦亭



西元 2024 年 6 月 20 日

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## GRI 準則對照表

使用聲明	特力集團 已依循 GRI 準則報導 2023/1/1-2023/12/31 期間的內容。
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021
適用的 GRI 行業準則	無

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼
一般揭露			
組織及報導實務			
GRI 2: 一般揭露 2021	2-1 組織詳細資訊	關於特力 - 關於本報告書	4
	2-2 組織永續報導中包含的實體	關於特力 - 關於本報告書	6
	2-3 報導期間、頻率及聯絡人	關於特力 - 關於本報告書	6
	2-4 資訊重編	2023 年無資訊重編之情形	
	2-5 外部保證 / 確信	附錄 - 會計師有限確信報告	82, 83
活動與工作者			
GRI 2: 一般揭露 2021	2-6 活動、價值鏈和其他商業關係	關於特力 - 關於本報告書	5, 6
	2-7 員工	幸福企業 - 多元、平等與包容	54, 55, 56
	2-8 非員工的工作者	幸福企業 - 多元、平等與包容	55
倫理與誠信			
GRI 2: 一般揭露 2021	2-9 治理結構及組成	穩健經營 - 公司治理	31-33
	2-10 最高治理單位的提名與遴選	穩健經營 - 公司治理	31
	2-11 最高治理單位的主席	穩健經營 - 公司治理	31
	2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色	永續價值與議題管理 - 組織與實踐	9
	2-13 衝擊管理的負責人	永續價值與議題管理 - 組織與實踐	9
	2-14 最高治理單位於永續報導的角色	永續價值與議題管理 - 組織與實踐	9
	2-15 利益衝突	穩健經營 - 公司治理	31
	2-16 溝通關鍵重大事件	永續價值與議題管理 - 組織與實踐	9
	2-17 最高治理單位的群體智識	穩健經營 - 公司治理	32
	2-18 最高治理單位的績效評估	穩健經營 - 公司治理	32
	2-19 薪酬政策	穩健經營 - 公司治理	33
	2-20 薪酬決定流程	穩健經營 - 公司治理	33
	2-21 年度總薪酬比率	省略理由：薪酬為特力機密資訊	
	2-22 永續發展策略的聲明	關於特力 - 董事長的話	3
	2-23 政策承諾	幸福企業 - 人權保護與樂活工作	61
	2-24 納入政策承諾	穩健經營 - 公司治理	34, 35
	2-25 補救負面衝擊的程序	穩健經營 - 公司治理	34, 35
2-26 尋求建議和提出疑慮的機制	穩健經營 - 公司治理	34, 35	
2-27 法規遵循	穩健經營 - 公司治理	35, 36	
2-28 公協會的會員資格	穩健經營 - 經濟績效	25	
2-29 利害關係人議合方針	永續價值與議題管理 - 利害關係人議合	12	
2-30 團體協約	幸福企業 - 勞雇關係及員工參與	63	

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼
重大主題			
GRI 3： 重大議題 2021	3-1 決定重大議題的流程	永續價值與議題管理 - 重大性評估	10
	3-2 重大議題列表	永續價值與議題管理 - 重大性評估	11
經濟績效			
GRI 3： 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	20
GRI 201： 經濟績效 2016	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	穩健經營 - 經濟績效	24
公司治理與誠信經營			
GRI 3： 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	21
	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	穩健經營 - 公司治理	34, 35
GRI 205： 反貪腐 2016	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	穩健經營 - 公司治理	34, 35
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	穩健經營 - 公司治理	34, 35
風險管理與法規遵循			
GRI 3： 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	21
	GRI 307：有關環境保護的法規遵循 2016	307-1 違反環保法規	穩健經營 - 公司治理
GRI 416：顧客健康與安全 2016	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	穩健經營 - 公司治理	36
GRI 417： 行銷與標示 2016	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	穩健經營 - 公司治理	36
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	穩健經營 - 公司治理	36
GRI 419： 社會經濟法規遵循 2016	419-1 違反社會與經濟領域之法律和規定	穩健經營 - 公司治理	36
供應鏈與採購管理			
GRI 3： 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	22
GRI 204： 採購實務 2016	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	綠色產品及營運 - 綠色採購	44, 45
GRI 308： 供應商環境評估 2016	308-1 採用環境標準篩選新供應商	責任供應鏈 - 風險評估與管理	39-41
	308-2 供應鏈對環境的負面衝擊，以及所採取的行動	責任供應鏈 - 風險評估與管理	39-41
GRI 414：供應商社會評估 2016	414-1 使用社會準則篩選新供應商	責任供應鏈 - 合作基礎	38-40
	414-2 供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	責任供應鏈 - 風險評估與管理	39, 40

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼
行銷與標示			
GRI 3 : 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	14
GRI 417 : 行銷與標示 2016	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	社會共榮 - 為健康安全把關	70
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	社會共榮 - 為健康安全把關	70
循環經濟與包裝包材管理			
GRI 3 : 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	15
GRI 301 : 物料 2016	301-2 使用回收再利用的物料	綠色產品及營運 - 綠色採購、綠色包裝	44, 46
氣候變遷因應與能源管理			
GRI 3 : 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	16
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	穩健經營 - 風險管理	28-29
GRI 302 : 能源 2016	302-1 組織內部的能源消耗量	綠色產品及營運 - 能源管理	49-50
	302-3 能源密集度	綠色產品及營運 - 能源管理	49
	302-4 減少能源消耗	綠色產品及營運 - 能源管理	49-50
	302-5 降低產品和服務的能源需求	綠色產品及營運 - 能源管理	49-50
	GRI 305 : 排放 2016	305-1 直接 ( 範疇一 ) 溫室氣體排放	綠色產品及營運 - 能源管理
305-2 能源間接 ( 範疇二 ) 溫室氣體排放		綠色產品及營運 - 能源管理	49
305-5 溫室氣體排放減量		綠色產品及營運 - 能源管理	49-50
多元化與平等機會			
GRI 3 : 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	18
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	幸福企業 - 多元、平等與包容	54-56
	405-2 女男基本薪資和薪酬的比率	幸福企業 - 多元、平等與包容	54
GRI 406 : 不歧視 2016	406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動	幸福企業 - 多元、平等與包容	18
員工培訓與職涯發展			
GRI 3 : 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	18
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	幸福企業 - 人才培育與員工發展	59
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	幸福企業 - 人才培育與員工發展	58-60
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工比例	幸福企業 - 人才培育與員工發展	60
職業健康與安全			
GRI 3 : 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	19
GRI 403 : 職業安全衛生 2018	403-1 職業安全衛生管理系統	幸福企業 - 職業健康安全	65
	403-2 危害辨識、風險評估及事故調查	幸福企業 - 職業健康安全	65
	403-3 職業健康服務	幸福企業 - 職業健康安全	66

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	
職業健康與安全				
GRI 403 : 職業安全衛生 2018	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	幸福企業 - 職業健康安全	66-67	
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	幸福企業 - 職業健康安全	66	
	403-6 工作者健康促進	幸福企業 - 人權保護與樂活工作	62	
	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	幸福企業 - 職業健康安全	65-67	
	403-8 職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	幸福企業 - 職業健康安全	65-66	
	403-9 職業傷害	幸福企業 - 職業健康安全	67	
	403-10 職業病	幸福企業 - 職業健康安全	67	
	勞雇關係、強迫或強制勞動、童工			
	GRI 3 : 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	19
	GRI 401 : 勞雇關係 2016	401-1 新進員工和離職員工	幸福企業 - 勞雇關係及員工參與	64
401-2 提供給全職員工 ( 不包含臨時或兼職員工 ) 的福利		幸福企業 - 人權保護與樂活工作	62-63	
401-3 育嬰假		幸福企業 - 多元、平等與包容	54	
GRI 402 : 勞資關係 2016	402-1 關於營運變化的最短預告期	幸福企業 - 人權保護與樂活工作	61	
客戶健康與安全				
GRI 3 : 重大議題 2021	3-3 重大議題管理	永續價值與議題管理 - 重大議題管理方針	17	
GRI 416 : 顧客健康與安全 2016	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的影響	社會共榮 - 為健康安全把關	69-70	
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	穩健經營 - 公司治理	36	
經濟				
GRI 201 : 經濟績效 2016	201-3 定義福利計劃義務與其他退休計畫	幸福企業 - 人權保護與樂活工作	62-63	
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	社會共榮 - 積極社會參與	78-79	
GRI 207 : 稅務 2019	207-1 稅務方針	穩健經營 - 經濟績效	24	
	207-2 稅務治理、管控與風險管理	穩健經營 - 經濟績效	24	
環境				
GRI 306 : 廢汙水和廢棄物 2016	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	綠色產品及營運 - 廢棄物管理	52	
社會				
GRI 412 : 人權評估 2016	412-1 接受人權檢核或人權衝擊評估的營運活動	責任供應鏈 幸福企業 - 人權保護與樂活工作	61, 39, 40	
GRI 413 : 當地社區 2016	413-1 經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	社會共榮 - 積極社會參與	80	
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	社會共榮 - 保護顧客隱私	76	

關於特力

永續價值與議題管理

穩健經營

責任供應鏈

綠色產品及營運

幸福企業

社會共榮

附錄

## 永續會計準則 ( SASB ) 對照表

揭露主題	指標代碼	指標性質	指標描述	對應章節	頁碼		
能源管理	CG-MR-130a.1	量化	(1) 能源消耗總量 ( GJ ) (2) 外購電網能源消耗百分比 (3) 再生能源消耗百分比	綠色產品及營運 - 能源管理	49-50		
			資料安全	討論與分析	說明組織辨識與處理資料安全風險方法程序	社會共榮 - 保護顧客隱私	76-77
					CG-MR-230a.2	量化	(1) 資料外洩事件總數 (2) 個人資料 ( PII ) 被外洩之百分比 (3) 受資料外洩影響的客戶人數
勞工權益	CG-MR-310a.1	量化	(1) 員工平均時薪 (2) 基本時薪員工數占比	幸福企業 - 人權保護與樂活工作	62		
	CG-MR-310a.2	量化	(1) 自願離職率 (2) 非自願離職率	幸福企業 - 勞雇關係及員工參與	64		
	CG-MR-310a.3	量化	因違反勞基法造成的財物損失	穩健經營 - 公司治理	36		
勞動力多元性與包容性	CG-MR-330a.1	量化	(1) 管理階層和 (2) 所有員工的性別 / 種族百分比	穩健經營 - 多元、平等與包容	97		
	CG-MR-330a.2	量化	因就業歧視造成的財物損失	2023 年無此情事發生	-		
產品採購、包裝和行銷	CG-MR-410a.1	量化	經過第三方永續 / 社會方面認證的產品 營收	綠色產品及營運 - 綠色採購、綠色行銷	44, 48		
	CG-MR-410a.2	討論與分析	揭露用於評估管理產品中的化學品相關風險之流程	社會共榮 - 為健康安全把關	69-70		
	CG-MR-410a.3	討論與分析	討論降低包裝對環境衝擊的策略	綠色產品及營運 - 綠色包裝	46		

營運指標	指標代碼	指標性質	指標描述	對照揭露 / 頁碼
行業活動	CG-MR-000.A	量化	門市及配送中心數量	門市：第 6 頁 配送中心：第 4 頁
	CG-MR-000.B	量化	門市及配送中心占地面積 ( m2 )	門市：約 302,832.2 m2 配送中心：約 42,969.3m2

註：使用 SASB 指標為消費品產業 ( Consumer goods ) 之零售業標準揭露原則 ( Multiline and Specialty Retailers & Distributors )，2018-10 版本。

## 氣候相關財務揭露

(Task Force on Climate-Related Financial Disclosures · TCFD) 及上市上櫃公司氣候相關資訊索引表

TCFD 建議揭露事項	上市上櫃公司氣候相關資訊	對應章節	頁數	
治理				
TCFD 1(a)	描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況。	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。	穩健經營 - 風險管理	
TCFD 1(b)	描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色。			28
策略				
TCFD 2(a)	描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會。	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 )。	29	
TCFD 2(b)	描述組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊。	3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	穩健經營 - 風險管理	
TCFD 2(c)	描述組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境 ( 包括 2° C 或更嚴苛的情境 )。	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。	29	
風險管理				
TCFD 3(a)	描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。	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。	穩健經營 - 風險管理	
TCFD 3(b)	描述組織在氣候相關風險的管理流程。			28
TCFD 3(c)	描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度。			28
指標與目標				
TCFD 4(a)	揭露組織依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標。	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。	穩健經營 - 風險管理	
TCFD 4(b)	揭露範疇 1、範疇 2 和範疇 3( 如適用 ) 溫室氣體排放和相關風險。	9. 溫室氣體盤查及確信情形	穩健經營 - 風險管理 綠色產品及營運 - 能源管理	
TCFD 4(c)	描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現。	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。	穩健經營 - 風險管理 綠色產品及營運 - 能源管理	



**TESTRITE**  
特力集團



**HOLA**

台北市內湖區新湖三路23號6樓  
+886-2-8791-5888  
[www.testritegroup.com](http://www.testritegroup.com)