

# POYA

## 寶雅

2019

2019/01/01(-)

▶ 12/31(-)

# 企業社會 責任報告書

## CSR Report



## 時尚折扣 · 精彩生活

Make life amazing! Beautiful Popular Wonderful all in one place. Make life amazing!

# Make Life Amazing!

為妳打造 精彩生活



Make Life Amazing!

為妳打造 精彩生活



POYA 寶雅

## Table of Contents

### 01 關於我們的報告書

1.1 報告書期間與範疇	04
1.2 報告書編撰原則	04
1.3 報告書資訊揭露	04
1.4 報告書製作單位	04

### 02 啟動寶雅 CSR

2.1 經營者的話	06
2.2 榮耀寶雅	07

### 03 利害關係人之鑑別與溝通

3.1 利害關係人關注議題鑑別過程	09
3.2 寶雅之利害關係人與溝通管道	09
3.3 實質性議題分析與排序	11
3.4 報告書重大考量面與邊界	11
3.5 供應商企業社會責任規範	12

### 04 關於寶雅

4.1 公司簡介及產業概況	14
4.2 營運策略	18
4.3 財務資訊	19
4.4 投資人關係管理	20

### 05 環境

5.1 溫室氣體盤查	32
5.2 用水及節能減碳方案	34
5.3 統倉物流推動計劃	37

### 06 社會

6.1 員工關懷	42
6.2 供應鏈管理	51
6.3 顧客服務	54
6.4 社會參與	62
6.5 GRI 指標索引	63



# 關於我們的報告書

# 01



**1.1 報告書期間與範疇**

**1.2 報告書編撰原則**

**1.3 報告書資訊揭露**

**1.4 報告書製作單位**



# 01 關於我們的報告書

寶雅國際股份有限公司（以下簡稱「寶雅」）於 2014 年，首次發行「企業社會責任報告書」，並以一年發行一次為目標，揭露公司在環境面(E)、社會面(S)、治理面(G)三大面向之資訊，希望藉此向利害關係人公開呈現本公司於社會責任之政策、措施及成果，以及持續落實永續發展之決心。

## 1.1 報告書期間與範疇

本報告是以揭露永續發展績效及回應各重要利害關係人關切議題，並透過重大性分析，進行主要議題之回應。本報告書涵蓋期間主要為 2019 年(2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日止)，並以寶雅之台灣營運據點與總公司為揭露範疇。寶雅深耕台灣，並無海外營運據點或分公司。

## 1.2 報告書編撰原則

本報告書係依循全球永續性報告書協會(Global Report Initiative, GRI) 所公布的 GRI 準則架構所撰寫，並以核心選項 (Standard Core)揭露原則 編製而成。本報告書於附錄中附上對照表以供參閱。

## 1.3 報告書資訊揭露

本報告書將以中、英文兩種版本發佈，並揭露於本公司網站 (<http://www.poya.com.tw/>)及公開資訊觀測站。本報告書所揭露之數據，皆來自於自行統計及調查後之結果，財務數據為經會計師認證後公開發表之資訊。

## 1.4 報告書製作單位

如有任何建議或疑問，歡迎您聯絡我們，聯絡資訊如下，

寶雅國際股份有限公司 財務會計處

地址：台南市民族路三段 74 號

電話：+886-6-2411000

傳真：+886-6-2412805

E-mail：fin888@poya.com.tw

官方網站：



(中文)



(English)

# 啟動寶雅 CSR

## 02



### 2.1 經營者的話

### 2.2 榮耀寶雅



## 02 啟動寶雅 CSR

### 2.1 經營者的話

2019年受貿易戰影響，全球經濟表現不佳，上半年中美貿易戰影響全球企業信心，營運決策趨向保守應對，企業採購與投資意願降低，連帶衝擊新興市場及開發中經濟體。自第三季起，隨貿易戰影響加劇，各主要經濟體紛紛祭出相對寬鬆之財政政策及貨幣政策，以維持下半年之經濟穩建，民間消費部分，台灣受惠基本工資持續調升、政府政策與貿易戰促使台商回台投資增加，有助於穩定國內就業環境和持續帶動民間消費增長，行政院主計處統計2019年台灣經濟成長率為2.71%，由於新冠肺炎疫情衝擊全球供應鏈及最終需求，影響到台灣民間消費及服務輸出，主計處下修2020年GDP至156%。

面臨外部多變環境所帶來的衝擊，寶雅不斷透過市場定位差異化、提升服務力及發展高品質之商品，並致力提升營運績效，在全體經營團隊及所有同仁的努力下，截至2019年底止全國總店數達235家，其中包含寶雅230家與寶家5家，總營業收入淨額和稅後淨利達到158億元與19億元，分別再創歷史新高記錄。

追求企業成長的同時，寶雅亦落實公司治理。2017年股東會依相關內部辦法進行董事及獨立董事全面改選案，由新選任之全體獨立董事擔任審計委員，並選任第二屆提名委員、第三屆薪酬委員，有效提升本公司董事會功能。寶雅亦積極推動「電子投票」，透過提供股東多元化的表決管道，提升股東出席率及參與度，並健全公司經營體質。

在環境保護方面，寶雅持續導入最新節能設備，推動電子化系統，並於2015年規劃統倉物流中心，於2017年啟用南部物流中心，兩年間不斷改善提升效率，整體配送流程日趨成熟，而北部物流中心也於2019年1月正式稼動，完整零售版圖已然成型，以期創造更大效益。

在社會參與方面，2019年，持續贊助「台南市義勇消防隊」，期望能當第一線搶救生命之隊員的後盾；贊助「亞洲文化協會基金會」，期望ACC台灣獎助計劃繼續為台灣藝術家、學者和團體，培養更多有潛力的藝術家登上國際舞台；贊助「2019年台南市寧靜盃國際慢速壘球錦標賽」，為聽障朋友的賽事加油打氣；贊助「高爾夫球振興基金會」，支持台灣高爾夫球運動；參與荒野保護協會所舉辦之荒野台南海洋倡議活動-2019不只「撿」更要「減」-台南場，透過實際淨灘行動與捐款來支持環境保護的活動，以上捐款共計92萬元。寶雅期許為社會貢獻己力，以行動<sup>6</sup>感謝消費者的支持與愛護。

寶雅對企業社會責任的承諾，需仰賴同仁的共同努力。因此，寶雅提供同仁安全舒適的工作環境，建立公平、完善的薪資福利制度，重視人才培育、發展與訓練，並強化勞資溝通管道。

展望未來，寶雅將持續朝「成為顧客更喜歡的寶雅」的目標邁進，並落實環境、社會與公司治理等永續精神。這本報告書，涵蓋寶雅在經濟、環境、社會所付出的努力。在此，完整呈現給各位關注寶雅永續發展的朋友們。我們深愛台灣，亦珍惜地球有限資源，希望對環境及社會的貢獻能發起拋磚引玉之效，也邀請大家一起與我們攜手同行。



寶雅國際 總經理  
陳 宗 成

## 2.2 榮耀寶雅

第六屆  
公司治理評鑑  
前 5%

寶雅重視公司治理，積極掌握外部最新訊息，俾使寶雅之公司治理相關作法與時俱進，並成立薪酬委員會(2011年)，審計委員會(2014年)及提名委員會(2014年)，以健全董事會職能，同時維護股東權益。2014年，寶雅成立企業社會責任委員會，並自發性發佈企業社會責任報告書，以落實企業社會責任。一直以來，寶雅致力於公司治理。為了保障股東權益，以及兼顧利害關係人之利益，寶雅不斷提升資訊透明度，並自發性規劃符合主管機關要求之評鑑指標；截至2019年，寶雅已連續六年榮獲公司治理評鑑前5%之殊榮。

2019  
天下雜誌  
服務業評比  
第 112 大

秉持「積極創新、客戶導向、謹守誠信」的企業精神，寶雅持續提供顧客優良的服務及舒適的購物環境。2014年，寶雅榮獲天下雜誌兩千大企業調查中，服務業評比第158大，並於2019年進步至第112大。

# 利害關係人 之鑑別與溝通

## 03

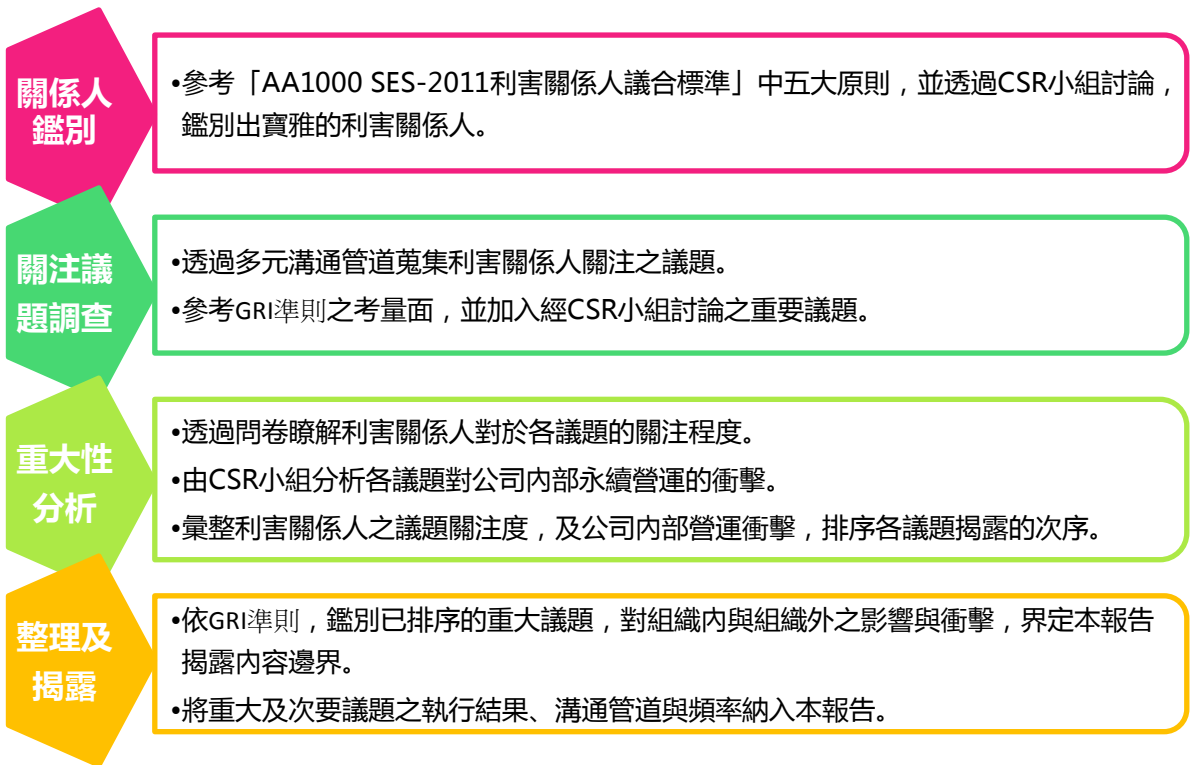
- 3.1 利害關係人關注議題鑑別過程
- 3.2 寶雅之利害關係人與溝通管道
- 3.3 實質性議題分析與排序
- 3.4 報告書重大考量面與邊界
- 3.5 供應商企業社會責任規範



# 03 利害關係人之鑑別與溝通

利害關係人溝通與關鍵性議題辨識，是落實企業社會責任的核心工作。為了聽見各類利害關係人的聲音，寶雅提供多重溝通管道及主動揭露資訊，藉以與利害關係人保持良好對話與溝通。

## 3.1 利害關係人關注議題鑑別過程



## 3.2 寶雅之利害關係人與溝通管道

寶雅參考「AA1000 SES-2011 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standards, SES)」中五大原則：依賴性、責任、影響力、多元觀點、及關注程度做為標準，透過CSR小組成員討論鑑別出以下利害關係人族群，分別如右：



誠信是寶雅一直以來的經營原則，而維持多元化的溝通管道，能幫助寶雅聽到各類利害關係人真實的聲音。

下表為寶雅利害關係人之關注議題及溝通管道：

關係人	關注議題	溝通管道及溝通頻率
投資人	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 公司營運及財務資訊</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 公司治理</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 股東權益</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 社會公益</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 法令遵循</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MOPS(依規定公告)</li> <li>▪ 法說會議(2019年共15次)</li> <li>▪ 投資人信箱(專人立即回覆)</li> <li>▪ 股東大會(一年一次)</li> <li>▪ 投資人網站(至少每月一次)</li> </ul>
員工	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 薪資與福利</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 人才培育</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 人權平等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 營業ABC會議(每月一次)</li> <li>▪ 內部全員大會(每月一次)</li> <li>▪ 內部培訓課程(至少每季一次)</li> <li>▪ KPI評核(至少每季一次)</li> <li>▪ 電子信箱(專人立即回覆)</li> <li>▪ 社群/通訊軟體/Notes/Connections平台(專人立即回覆)</li> <li>▪ 勞資會議(每季召開一次)</li> </ul>
顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 顧客服務</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 廠商環境審查</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 廠商CSR管理</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 法令遵循</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 人權平等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 問卷/市場調查(不定期舉辦)</li> <li>▪ 廣告DM(每月一次)</li> <li>▪ 官方/社群網站(專人立即回覆)</li> <li>▪ 電子信箱(專人立即回覆)</li> <li>▪ 免費客服專線(專人立即回覆)</li> <li>▪ 通訊軟體(專人立即回覆)</li> </ul>
供應商	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 廠商環境審查</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 廠商CSR管理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 電子資訊平台(即時更新訊息)</li> <li>▪ 不定期訪廠及商品說明會</li> <li>▪ 檢討報告或溝通會議(不定期舉辦)</li> <li>▪ 稽核管理(不定期舉辦)</li> </ul>
政府	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 公司治理</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 法令遵循</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 主管機關舉辦座談會(不定期舉辦)</li> <li>▪ 監理機關溝通(依規定執行)</li> <li>▪ 主管機關政令宣達函文(依規定執行)</li> </ul>
社區及 非營利組織	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> 社會公益</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> 氣候變遷與溫室氣體排放</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 社區關懷(不定期舉辦)</li> <li>▪ 社會公益(不定期舉辦)</li> <li>▪ 參與鄰近社區活動(不定期舉辦)</li> </ul>

### 3.3 實質性議題分析與排序

圖3.1為重大實質性議題矩陣圖，經由不同利害關係人對各議題之關注程度、詢問頻率、對公司是否具實質性及對公司影響程度高低，排序出需優先於報告書內回應的重要關切議題。本報告將針對各重大實質性考量面，於後面章節做詳細說明，以呼應排序出的重要關切議題。其他如與重要議題相關但關注程度與衝擊程度較低的議題，則會簡略涵蓋於內文，部份議題將透過本公司CSR網站或其他溝通管道予以回應。

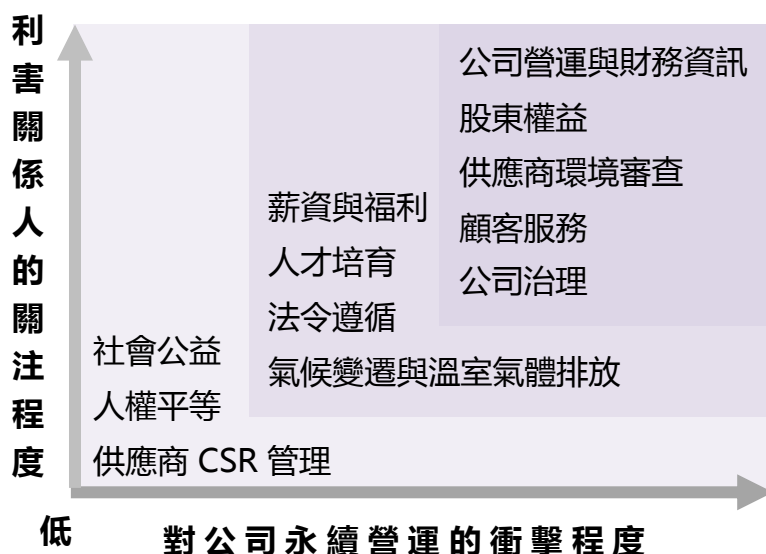


圖 3.1 重大實質性議題矩陣圖

類別	考量面	組織內邊界		組織外邊界		
		總公司	分公司	顧客	供應商	社區
經濟面	經濟績效	■	■			
	市場地位	■	■	■		■
	採購實務	■	■		■	
	反貪腐	■	■			
環境面	反競爭行為	■	■	■		
	能源使用	■	■			■
	水資源使用	■	■			■
	溫室氣體排放	■	■		■	■
	勞雇關係	■	■			
	職業安全衛生	■	■			
社會面	訓練與教育	■	■			
	員工多元化與平等機會	■	■			
	不歧視	■	■	■	■	■
	童工	■	■			
	強迫或強制勞動	■	■			
	人權評估	■	■	■	■	■
	顧客健康與安全	■	■	■		
	行銷與標示	■	■	■	■	

### 3.4 報告書重大考量面與邊界

本報告書涵蓋之實質性組織內邊界為寶雅總公司及分公司，組織外邊界包含顧客、供應商及鄰近社區。藉由判定各考量面是否對組織內外產生衝擊，以鑑別出實質性考量面及邊界。

### 3.5 供應商企業社會責任規範

寶雅是屬於個人美妝生活用品專賣店，從國內外美妝保養品、開架及醫美保健品牌、各式帽襪、內著服飾、百搭配件、生活良品、居家美學、各國休閒食品飲料、繽紛飾品、品牌專櫃等多元品類，提供多達六萬多項的優良嚴選商品。寶雅秉持一貫地服務熱誠，以貼近顧客生活及融合時尚元素為精進動力，提供顧客最專業便利、最新奇多元的購物體驗，提供顧客豐富精彩的購物環境及滿足顧客一次購足所需用品的期待。但，在追求賣場的商品豐富陳列之餘，寶雅仍不忘善盡社會責任之責，亦會導入包括下列訴求之產品：

- 1.健康無染、無漂、無泡化學劑系列衛浴織品：在規劃商品採購時，會依供應商生產程序是否符合要求，尋找合格廠商。
- 2.產品配分原料之管制：本公司OEM製造之自有品牌保養品，在製造過程中不得隨意更換配分原料，也不得隨意添加對人體有害之化學溶劑。
- 3.在地採購：儘量採用台灣當地有特色地區的商品，如寶雅多係向台灣襪子的故鄉-彰化社頭地區的工廠進行採購。
- 4.主要供應商包括P&G寶僑、巴黎萊雅、嬌生及耐斯等係致力於推行企業社會責任之企業，例如：P&G寶僑致力將其環境保護政策貫穿每一個專案，把永續發展的原則落實到日常工作中；嬌生一直以來即採用嚴格周密的安全保證程序，以確保其所製造的所有嬰兒和個人護理產品的安全與品質；耐斯企業符合ISO-9001、14001雙認證，符合環境管理系統標準。

寶雅均要求供應商履行合約時應秉持誠信原則，不得違反公序良俗方式。如有違反法律規定、違反食安相關法令政策，且對環境與社會有顯著影響或損害時，本公司有權終止或解除該契約，如因此造成寶雅損害或商譽受損時，寶雅亦會進一步求償。詳細之供應商企業社會責任規範可參閱本公司官網。

# 關於寶雅

# 04



4.1 公司簡介及產業概況

4.2 營運策略

4.3 財務資訊

4.4 投資人關係管理



# 04 關於寶雅

## 4.1 公司簡介及產業概況

寶雅發跡於台南，創辦人為董事長陳建造先生。所屬台灣美妝雜貨產業，係採連鎖經營型態銷售美妝雜貨，秉持「服務第一，客戶至上」的理念，不斷進行店鋪升級，以提供顧客更舒適的購物環境。寶雅亦致力於提供多元化的商品組合，賣場平均約345坪，販售高達六萬種品項商品，同時優化商品陳列與賣場規劃，藉此予以消費者最方便、最齊全、最專業的購物選擇，滿足消費者一次購足的消費期待。

寶雅的客群是介於15-49歲的女性。為滿足女性消費者的購物需求，寶雅提供平價且高性價比的商品，並以更貼近女性消費者的購物思維來擴大品類發展。

隨著營運版圖延伸及因應市場擴張計畫，寶雅亦成為全國第一家以『美妝雜貨專門店』股票上櫃之大型零售通路商。

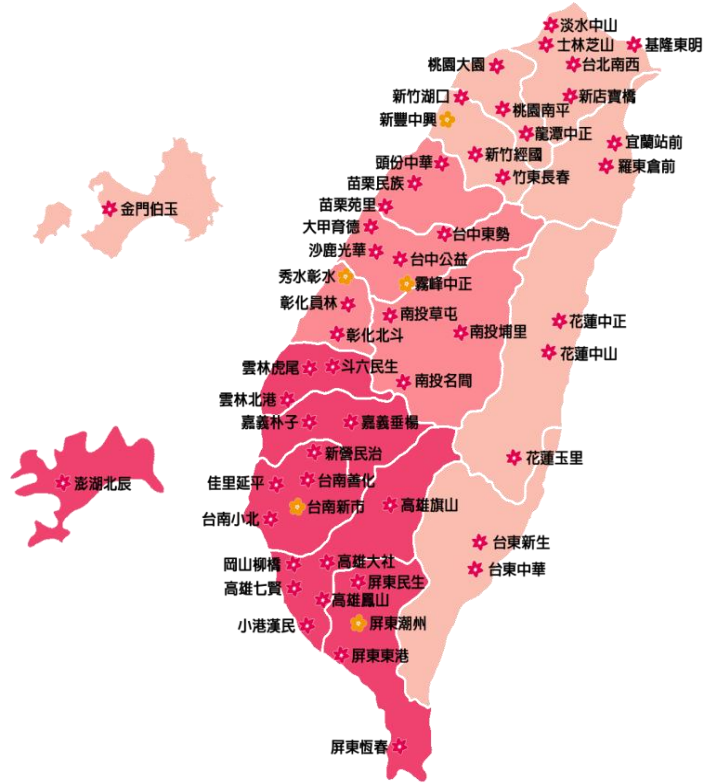


圖 4.1 寶雅全台 235 家據點 (截至 2019 年底，寶雅 230 家，寶家 5 家)



POYA 寶雅

### 寶雅小檔案

董事長	陳建造
成立日期	1997 年 3 月
上櫃日期	2002 年 9 月(股票代號 5904)
資本額	新台幣 9.76 億(2019 年)
產業別	綜合商品零售
總部地址	台南市民族路三段 74 號

## 寶雅主要商品



## 寶雅的產業概況

寶雅為綜合商品零售通路，根據經濟部統計處資料，2019 年台灣零售業之營業額為新台幣 3.8 兆元，年增率為 3.1%。其中綜合商品零售業年成長 4.1%，優於台灣整體零售業表現。綜合商品零售業的商店類型包含百貨公司、超級市場、便利商店、零售式量販店及其他綜合商品零售業，各商店類型之營業占比請視圖 4.2。

寶雅利基產品是時尚美妆美材保養品及精緻個人用品，提供一站式的購物服務，讓顧客擁有現代舒適的消費空間。區隔於百貨公司、超級市場、便利商店、量販店，寶雅成為綜合商品零售業內獨立的一種分類。

基於對誠信經營及健全發展的追求，寶雅於 2014 年訂定「誠信經營守則」，並依循相關競爭規定，以公平透明之方式進行商業活動，在 2019 年營運期間內並無反競爭、反托拉斯及壟斷等情事。

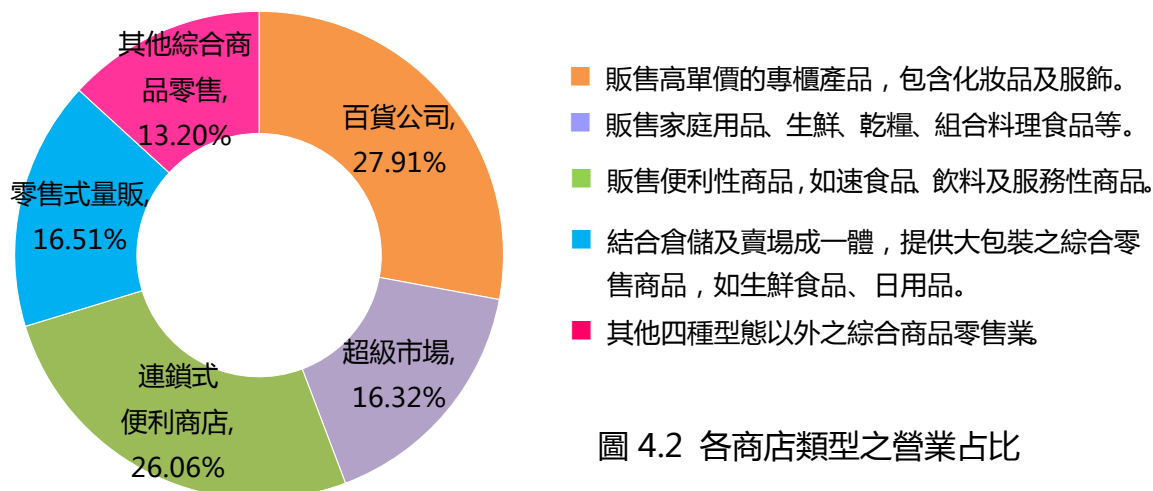


圖 4.2 各商店類型之營業占比

# 寶家 POYA HOME 五金百貨

寶雅於2019年新增五金百貨通路「寶家」，打造輕鬆上手，人人都能自己動手DIY的五金百貨，透過簡單改造，體驗生活品質及樂趣，讓每一位顧客都能感受「家」的溫度，讓「平價、簡易、便利」成為經營核心理念。截至2019年底，陸續成立5家分店。

POYA HOME 寶家，期盼讓每個家庭都感到輕鬆、自在與舒適，打造平價以及多樣化選擇的商場環境，我們以「易懂明瞭」的展現手法，引領解決生活上所遇到的一切大小問題，並提供友善的服務平台，帶給顧客最佳的消費體驗。從國內外專業五金、修繕配件、居家用品、生活良品、個人護理、各國休閒食品飲料等多元品類，提供各式各樣的優良嚴選商品。

秉持以零售業起家一貫地服務熱忱，以貼近顧客生活及融合時尚元素為精進動力，提供顧客最專業便利、最齊全多元的購物體驗，營造明亮寬敞、豐富精彩的購物環境，滿足顧客一次購足所需用品的期待。



## 寶家主要商品

五金百貨	食品	量販(個人用品)	質販(居家用品)
<ul style="list-style-type: none"><li>•專業五金：水料、燈具、油漆、螺絲、扳手等</li><li>•家用五金：鍋碗瓢盆、衛浴週邊用具等</li><li>•雜貨五金：收納桌椅、櫥櫃、祭祀用品、園藝工具等商品</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•傳統零嘴</li><li>•日韓小點</li><li>•菸酒冰品飲料</li><li>•速食泡麵</li><li>•冷凍食品</li><li>•各式調味料</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•臉部保養</li><li>•身體保養</li><li>•保養工具</li><li>•醫療保健用品</li><li>•洗髮沐浴</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•內衣褲襪</li><li>•流行髮飾</li><li>•文具</li><li>•運動用品</li><li>•3C週邊商品</li><li>•寢具毛巾</li></ul>

## 寶家的產業概況

台灣五金市場如同早年尚未整合的雜貨店，區域小品牌林立，根據調查，全台約有 1300 家大大小小的五金百貨，瓜分年營業額上看 800 億的市場。然而其定位較為簡單實惠，大部分賣場空間較為陰暗狹隘僅適合目的性消費，無法提供逛遊樂趣。由於規模不足，商品品質參差不齊，供應商區域性供貨也使得即使同一商品在同一品牌旗下，南北價格不一。經過幾年時間觀察，寶雅將其視為機會點，認為五金百貨市場大有可為，於 2019 年中正式以「寶家五金百貨」強勢切入此市場，同時設下 7 年 200 店目標，以快速展店搶攻市占並提升規模優勢，期許未來成為該領域之領導者，提供消費者更優質的購物環境，帶領五金百貨走向下一個里程碑。

## 4.2 營運策略

為追求企業永續成長，同時滿足消費者多元化需求，寶雅擬定以下三項營運策略：

### 連鎖化發展

深耕台灣市場，至 2019 年底，寶雅全台已有 235 個營運據點，包含 230 家寶雅、5 家寶家。除了熱鬧的大都會區，寶雅亦走進巷弄，將「美麗、流行、精彩」帶入鄉間，更跨海至離島，於 2014 年在澎湖設立第一家離島據點，2019 年金門店也正式開幕。展望未來，台灣近來購物中心蓬勃發展，寶雅也因此將目標由 400 店上調至 440 店，新增 40 家 MALL 店；而寶家期許 7 年內達 200 店，藉此壯大寶雅集團在台灣零售市場之版圖。

### 商品優化

寶雅定期舉辦焦點訪談會議，以掌握市場脈動，同時寶雅以更貼近女性消費者的購物思維來擴大品類發展，進行商品優化。

### 店鋪升級

2017 年著手規劃及測試第五代店，強調陳列優化：(1)規劃自由試妝，便利選購彩妝用品的 Make up zone 彩妝區；(2)規劃專業形象的品牌醫美專區；(3)針對市場流行話題、季節性或促銷期商品設置 Hotspots、主題櫃；(4)設置便利顧客搜尋的發光貨架。2018 年發展六代店，縮窄貨架，增加商品品項。除了提供消費者更多樣的商品選擇，我們亦致力創造最多元、便利的購物環境，提供顧客更加愉悅的一站式購物體驗。

<p><b>美麗</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Make up zone</li><li>■ 品牌醫美專區</li></ul>  <p>多樣選擇，提供試用      專業形象</p>	<p><b>便利</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 發光貨架</li><li>■ 體驗互動式購物</li></ul>  <p>輕易快速搜尋商品      提升購物體驗</p>
<p><b>流行</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ Hotspots 亮點</li><li>■ 4 呎主題櫃</li></ul>  <p>流行特色、好評推薦商品      主題陳列，便利選購</p>	

## 4.3 財務資訊

### 2019 年寶雅做到...



2019 年稅後淨利為 新台幣 **18.9 億元**

(較 2018 年成長 10.20%)



2019 年股東權益報酬率 **44.60%**

(較 2018 年成長 0.47%)

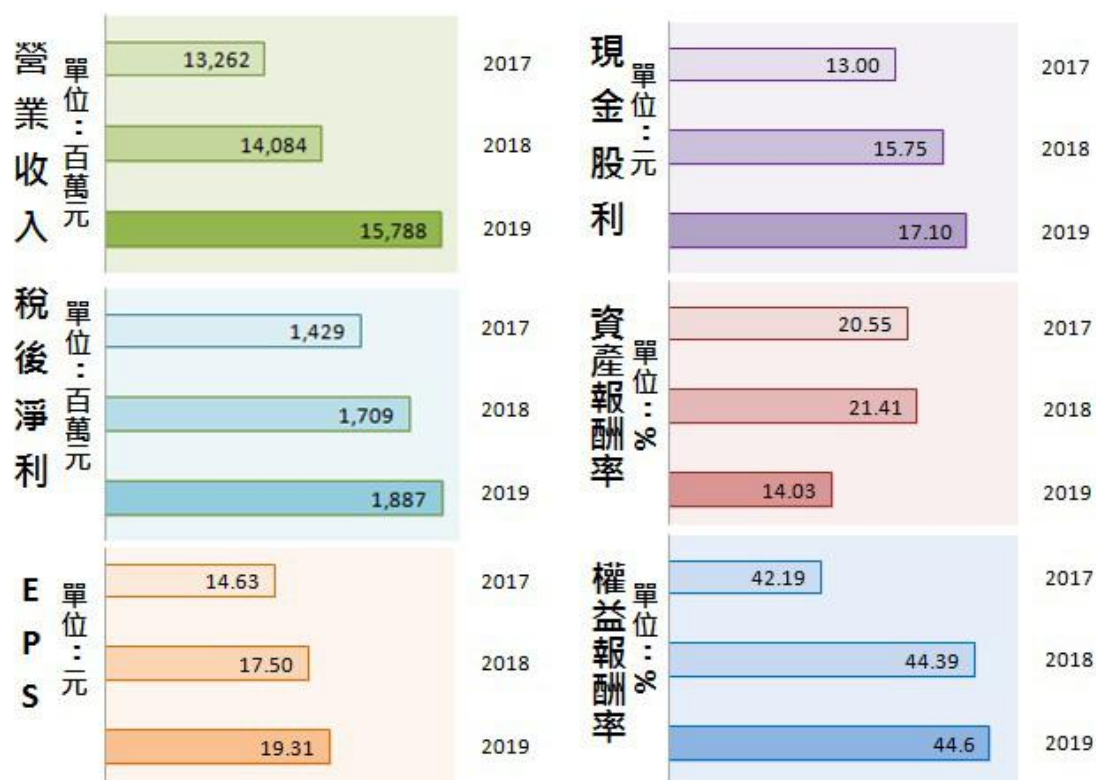


2019 年總店數達 **235 店**(含寶家 5 家)

(較 2018 年增加 34 家)

寶雅持續朝著「成為顧客更喜歡的寶雅」之目標邁進，並透過積極的展店策略、持續優化商品及店鋪升級來提升寶雅的品牌價值。在經營團隊及全體同仁的努力下，2019 年度的營業收入及稅後淨利達到 158 億及 19 億，分別再創歷史新高紀錄。詳細的營運概況、股東年報與財務報告書，可前往寶雅公司官網、公開資訊觀測站及以下網址觀看和下載：

[http://www.poya.com.tw/en/financial\\_reports\\_ch.html](http://www.poya.com.tw/en/financial_reports_ch.html)



## 4.4 投資人關係管理

投資人關係管理是企業永續經營的基石，近年來，寶雅遵循公司治理的精神進行許多制度與措施的變革及修正，包括實施電子投票制度、股東會議案採逐案表決，架設英文網站並設置投資人專區、重大訊息同步採中英文公告等。寶雅秉持企業誠信經營理念，致力於提升投資人關係，重視股東、投資人及相關利害關係人的意見，並將經營成果分享予全體股東。

投資人關係管理包括以下面向，分別做詳細說明：

- 1 維護股東權益及平等對待股東**
- 2 提升資訊透明度**
- 3 健全的公司治理**
- 4 強化董事會結構與運作**
- 5 落實企業社會責任**



## 維護股東權益及平等對待股東

### a.設置投資人及公司治理專區



寶雅於中文及英文官方網站,皆設置投資人及公司治理專區,提供即時查詢之服務。該專區亦提供財/年報、各項規章及董事會/股東會決議等訊息,以確保投資人進行決策前,能充分了解公司營運方針及概況。

### b.建立發言人制度及 IR 窗口

寶雅除委由股務代理機構(華南永昌綜合證券股份有限公司)代為處理相關業務外,並依發言人管理辦法設置發言人及代理發言人。透過發言人執行資訊之發佈、處理股東建議或糾紛,並遵循公司治理相關守則確保股東權益。此外,寶雅亦設置投資人聯絡窗口,以詳細答覆個人股東問題。



### c.推動電子投票

為維護股東權益,與股東充分溝通,寶雅針對股東常會之各項承認案及討論案,皆採逐案票決之方式。2015年起,寶雅自願採用電子投票,以期提高股東自決精神,健全公司經營體質。2019年度電子投票率為68%,整體投票率達88%。



## 提升資訊透明度

外部投資人需仰賴公司內部之資訊提供，以進行投資決策及評估，故資訊揭露可說是公司治理機制之重要一環。公司資訊透明度愈高，外部治理機制愈得以落實，而公司透明度的提昇也可以增加公司價值、降低籌資成本。

自 2014 年開始，寶雅積極提升資訊透明度，除遵循現行法規要求進行資訊揭露外，亦規畫自願性揭露指標。以下為寶雅各項資訊之揭露方式：

### 自願性揭露

- ① 於年報中，自願揭露個別董事之酬金
- ② 於股東會，自願推動電子投票制度
- ③ 自 2014 年起，自願每年編製企業社會責任報告書

### 中英文訊息

- ① 各項重大訊息
- ② 董事會決議事項
- ③ 公司重要內部規定
- ④ 財務報表
- ⑤ 企業社會責任報告書
- ⑥ 法說會簡報
- ⑦ 股東年報、開會通知書、議事手冊

### 資訊透明

- ① 建立中英文官方網站
- ② 提供財務公告時程
- ③ 更新最新版之年報及財報
- ④ 提供股務代理機構資訊/投資人服務信箱/發言人及代理發言人聯絡方式
- ⑤ 更新股東會相關資訊  
(股東年報、開會通知書、議事手冊)

### 法說會

2019 年，寶雅參與外部舉辦之法人說明會共計 15 次；並將法說會時程及會議簡報揭露於官網

## 健全的公司治理

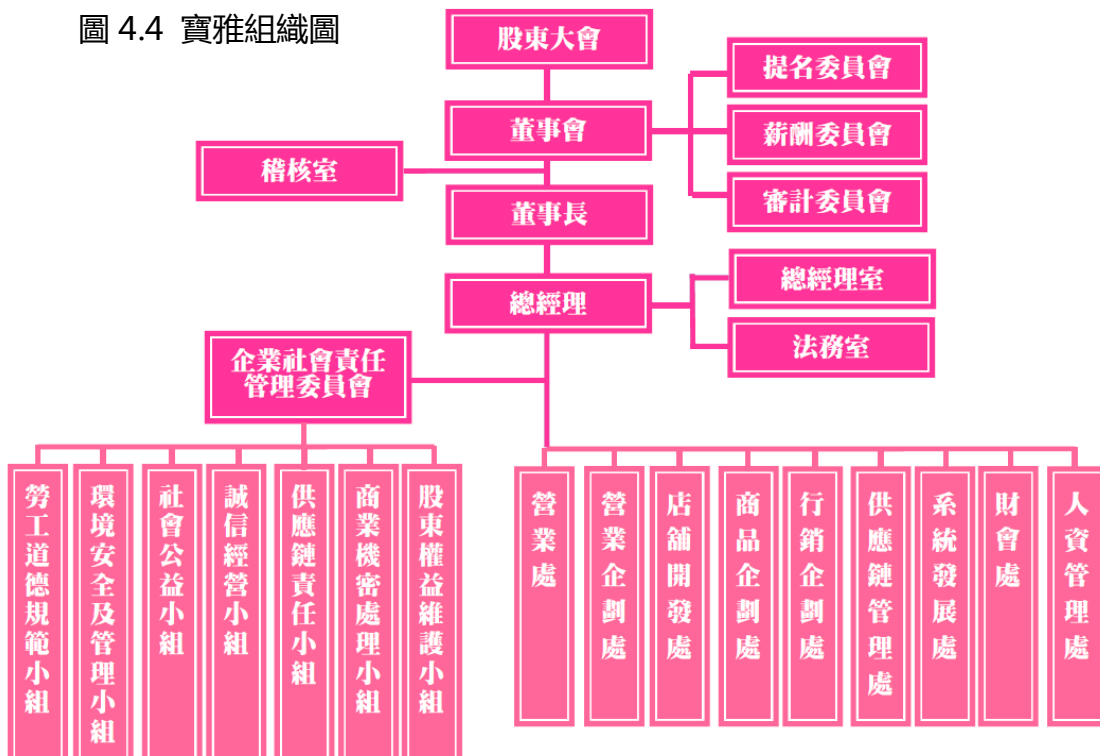
一直以來，寶雅致力於公司治理。為了保障股東權益，以及兼顧利害關係人之利益，寶雅不斷提升資訊透明度，並自發性規劃符合主管機關要求之評鑑指標。

自 2014 年起，寶雅積極健全公司治理制度，除配合主管機關規定、訂定各項守則外，亦自願設置獨立董事、審計委員會及提名委員會；自願每年發佈企業社會責任報告書，並予以揭露；自願於股東會推行電子投票並採取逐案票決，透過多元化的表決管道，提升股東出席率並參與公司決策及行使表決；自願訂定董事會績效評估辦法並於官網公布評估結果。透過建置有效的公司治理架構、保持透明揭露以及責任運作的方式落實公司治理，以維護股東權益。

2019 年，寶雅連續第六年獲得公司治理評鑑前 5% 企業之肯定，顯見寶雅在公司治理上的優良績效。寶雅將立足於過去的良好基礎上，透過不斷自我挑戰、創新求變，用謙虛踏實的態度一步一腳印地慢慢茁壯，把最好的寶雅提供給消費者。

本公司除依據公司法、證券交易法及其他相關法規外，並參考公司治理實務情形，建置有效的公司治理架構，以保障股東權益、尊重利害關係人、提升資訊透明度及強化董事會職能，並秉持企業誠信經營理念，持續透過有效的公司治理運作，實踐企業永續經營責任與提升公司經營績效。圖 4.4 為寶雅組織圖。

圖 4.4 寶雅組織圖



本公司於董事會下，設置審計委員會、薪資報酬委員會及提名委員會；並由總經理擔任主任委員，召集企業社會責任委員會，以落實公司治理，其方法如下：



本公司之公司治理政策及執行情形、公司章程、董事會議事規範、董事選任程序、審計委員會、薪資報酬委員會及提名委員會之組織規程、公司治理實務守則、誠信經營守則、誠信經營作業程序及行為指南、企業社會責任實務守則及道德行為準則等相關規範，均可至本公司官方網站查詢：

<http://www.poya.com.tw/>。

## 強化董事會結構與運作

寶雅於 2017 年股東會進行董事改選，採候選人提名制，任期為三年。同時，為確保董事會的獨立性並兼具利害關係人觀點，選任了三位獨立董事，並設置審計委員會取代監察人。董事會共七席董事，其中一席為女性董事。董事成員背景橫跨資訊、財務、會計、電子零組件製造、建材營造及影音文創等領域，並均具備執行業務所需之金融產業決策能力、產業知識、風險管理、管理能力等專業。董事會成員具備多元性，可提升寶雅在經營決策品質，並達到公司治理之理想目標。董事會成員目前兼任本公司及其他公司之職務如圖，董事會成員相關背景資料及落實多元化情形可參本公司官網及年報。



**陳建造** 董事長

多慶投資(股)董事長  
真慶投資(股)董事長  
高恆投資(股)董事長  
寶亞投資(股)監察人



**陳范美津** 副董事長

寶亞投資(股)董事長



**陳宗成** 董事兼總經理

五洋投資(股)董事長  
快桅投資(股)董事長



**林財源** 獨立董事

堤維西交通工業薪酬會委員  
東方設計大學董事長



**鍾俊榮** 獨立董事

三發地產(股)董事  
晶悅國際大飯店(股)董事  
城新投資(股)董事長  
長邑投資(股)董事長  
金基投資(股)公司監察人  
恩實投資(股)公司董事  
實全投資(股)公司董事



**劉致宏** 獨立董事

新揚科技(股)董事  
松揚電子材料(昆山)有限公司董事長  
柏文健康事業(股)獨立董事  
迅得機械(股)公司獨立董事  
建興資訊(股)董事長  
建聯投資(股)董事  
順來企管顧問(股)董事



**陳明賢** 董事

精華光學(股)董事長  
精華光學(股)大中華區業務部副總經理  
Shine Optical Holding Groups Inc. 董事  
Shine Optical (Samoa) Holding Groups, Inc. 董事  
香港精華光學有限公司董事

## 董事長未兼任行政職位

本公司之董事會為公司治理之最高機構，為落實公司治理之基本精神，強化董事會職能，本公司對於董事長與總經理之職權均有明確劃分，分別由不同人擔任之。

## 董事會運作情形

本公司每季至少召開一次董事會，遇有緊急情事時則隨時召集之，相關會議紀錄皆依規定辦理保存。董事會的召開讓董事更了解公司營運現況，依據管理階層提出之問題與策略，適時給予確切指導及追蹤，使經營方針能夠確實予以落實調整，強化管理機能及公司治理。董事會重要決議事項可參考本公司年報。

## 董事會進修

為使董事於任內能持續增進新知，寶雅每年定期安排董事進修，進修內容包括公司治理、企業社會責任、相關法規等課程。2019 年全體董事皆符合「上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點」續任董事進修時數(6 小時)之要求，進修情況可參詳寶雅官網投資人專區所公佈之年報。

## 董事會成員利益迴避

為善盡監督之責，當董事會運作時遇有董事發生利益衝突而必須迴避時，依本公司「董事會議事規範」第 15 條：『董事對於會議事項，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時，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。』規定執行之。本公司依規範確實遵守執行，我們會將涉及利害關係之董事姓名、利害關係重要內容之說明、其應迴避理由及迴避情形記載於董事會議事錄。2019 年董事會完整議事錄可於寶雅官網下載參閱。

## 董事酬勞

利潤的分配是交由董事會依照前一年度的公司盈餘，提交股東會決議。同時，薪資報酬委員會依據公司經營結果來衡量董事會的管理績效，因此，董事會成員的酬勞與公司績效具有密切關聯。公司章程訂定以當年度獲利狀況(即稅前利益扣除分派員工及董事酬勞前之利益)扣除累積虧損後，如尚有餘額應提撥不高於 6% 為董事酬勞。本公司 2019 年之董事酬金分配可參詳寶雅官網投資人專區所公佈之年報。

## 董事會責任險購買

本公司董事秉持誠信經營原則，無訴訟事件或違法行為之情事，並每年為董事購買「董監事責任保險」，定期檢討保單內容，以求續保條件之完備。2019 年向富邦產物保險續保董監事責任險，投保額度為美金 500 萬，續保起訖日期：自 2019 年 10 月 01 日起至 2020 年 10 月 01 日止。

## 內部稽核

本公司透過隸屬於董事會的稽核室來進行獨立、客觀地評估寶雅公司的內部制控制度之完備性、有效性及落實性，並適時提供改善建議，以合理地確保內部控制制度能持續有效實施。

稽核室會進行年度查核、專案查核、內部控制自行評估作業及專案諮詢服務，並提出內部稽核報告及工作底稿，以適時提供董事會與高階管理階層改善建議，確保內部控制制度得以持續有效實施。

稽核室每年會依前一年度風險評估結果擬定次年度稽核計劃，再運用風險評估查核模式確實執行稽核，同時協助公司內部各單位及關係企業檢視風險項目、制度規劃及流程設計，以降低營運管理風險，進而增加組織價值。

### 董事會整體評鑑項目

- ✓ 內部控制
- ✓ 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
- ✓ 董事的選任及持續進修

### 董事成員績效評估項目

- ✓ 內部控制
- ✓ 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

## 功能性委員會

董事會下設立審計委員會、薪酬委員會及提名委員會三個功能性委員會，藉以協助董事會履行其監督職責。本公司董事會、審計委員會、薪酬委員會及提名委員會，其運作分別係依「董事會議事規範」、「審計委員會組織規程」、「薪酬委員會組織規程」、及「提名委員會組織規程」規定執行之。審計委員會與薪酬委員會由三位獨立董事組成，各委員會之組織章程皆經董事會核准，且定期向董事會報告其活動與決議。



### 審計 委員會

☑ 協助董事會執行監督職責及負責公司法、證交法及其他法令所賦予之任務。本委員會係由三位獨立董事組成，其中有二位財務專家。委員會依本公司審計委員會組織規程運作，並定期每季召開。

☑ 2019 年共召開六次，獨立董事與公司內部稽核人員、簽證會計師溝通情況均良好。



### 薪酬 委員會

☑ 以強化公司治理與風險管理為目的，協助定期檢討本公司董事及經理人之薪資報酬，本委員會的職責為確保公司之薪資報酬安排符合相關法令並足以吸引優秀人才。本委員會係由三位獨立董事組成，依本公司薪資報酬委員會組織規程運作。

☑ 2019 年共召開四次，三位獨立董事出席率為 88%。



### 提名 委員會

☑ 為健全本公司董事會功能及強化管理機制，覓尋、審核及提名董事候選人、建構及發展董事會及各委員會之組織架構，每年進行一次董事會、各功能性委員會及各董事之績效評估，並評估獨立董事之獨立性。本委員會係由三位獨立董事及二位董事組成，依本公司提名委員會組織規程運作。

## 落實企業社會責任

### 企業社會責任委員會

本公司之企業社會責任委員會(下稱責任委員會)為寶雅內部負責企業社會責任之最高階組織，負責擬定並統籌企業社會責任及永續發展之方向與目標。

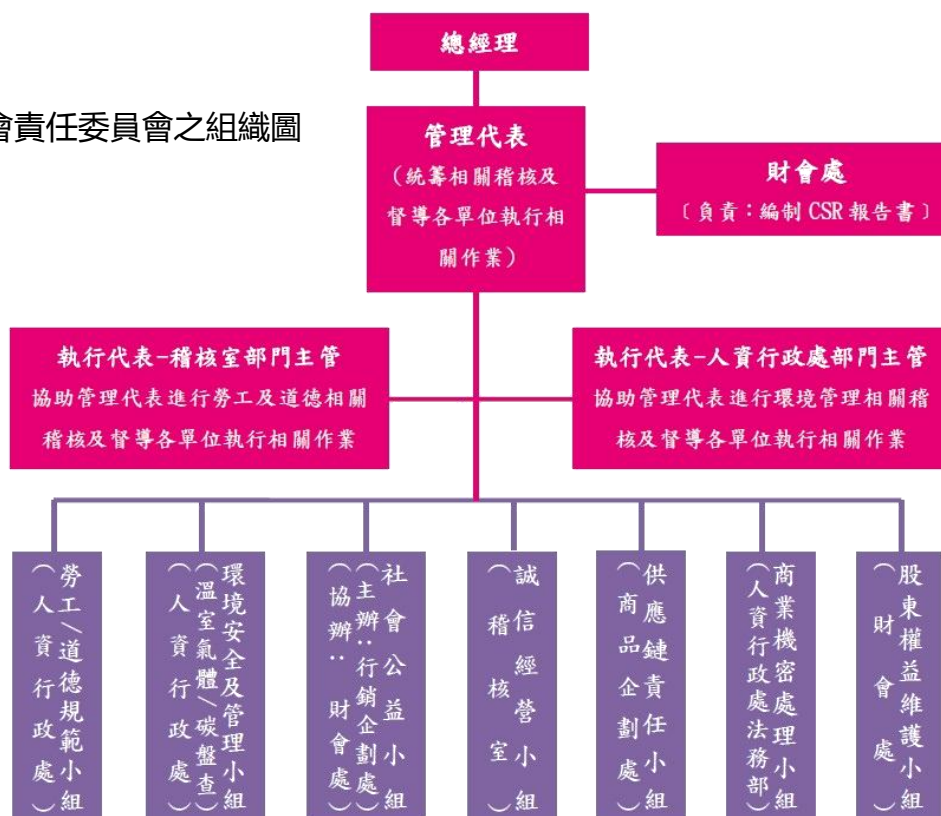
責任委員會下設有七個功能小組，分別為勞工/道德規範小組、環境安全及管理小組、社會公益小組、誠信經營小組、供應鏈責任小組、商業機密處理小組及股東權益維護小組等。由主任委員不定期親自進行檢討，檢視年度目標的執行進度。圖 4.7 為企業社會責任委員會之組織圖。

責任委員會之組織說明如下：

- 主任委員：總經理
- 核心委員：財會處、稽核室、人資行政處、行銷企劃處、商品企劃處等部門主管
- 功能小組幹事：相關部門二/三級主管

本公司已設定財會處為專(兼)職單位，負責企業社會責任政策、制度、具體推動計畫之提出及執行，並定期透過主任委員向董事會報告處理情形；自2014年起，寶雅自願每年編製企業社會責任書以協助利害關係人瞭解本公司企業社會責任運作狀況。

圖 4.7  
企業社會責任委員會之組織圖



## 風險管理

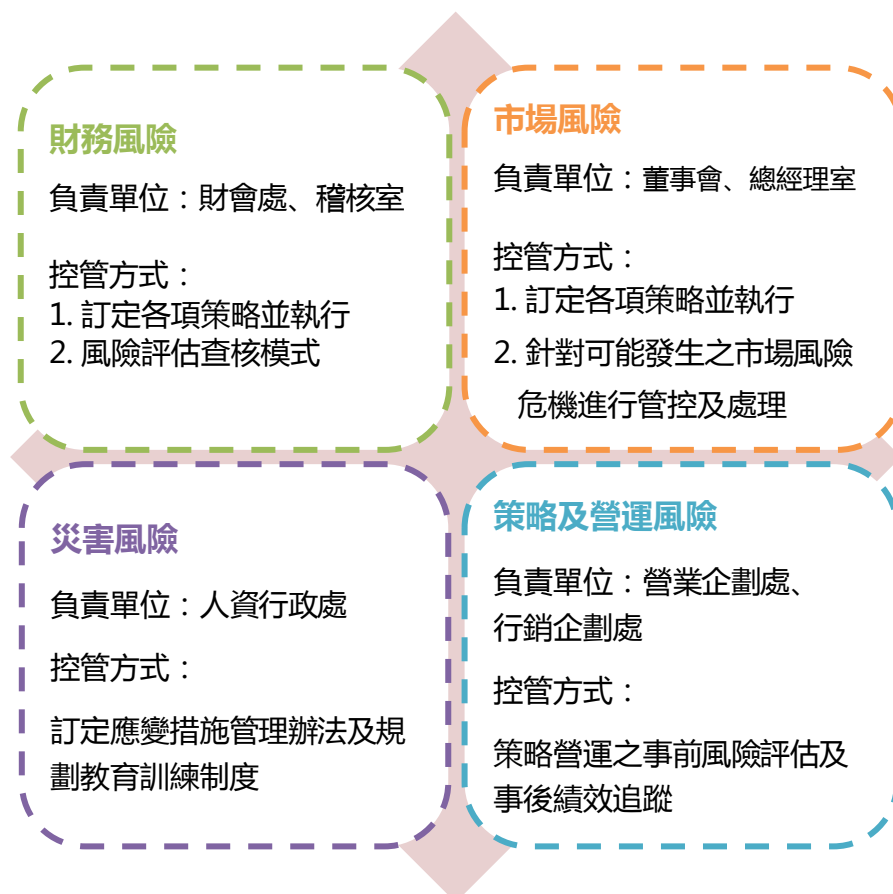
本公司重大營運決策皆經適當權責部門評估及分析後，再依董事會決議執行。寶雅自 1997 成立，能歷經 20 年的市場考驗，全憑對各項法令的審慎遵循、完善的風險管理策略與危機處理措施。

寶雅評估公司各項營運，將風險分為「財務風險」、「市場風險」、「策略及營運風險」、「災害風險」等四大面向，並針對各種不同風險，訂定負責單位並規劃其管理方法及危機因應步驟，以期將企業經營之不確定性降至最低。

## 反貪污、反貪瀆

寶雅本著誠信經營之理念，制定了相關「誠信經營守則」、「道德行為準則」及「誠信經營作業程序及行為指南」等落實企業社會責任之政策，供董事、經理人及公司全體同仁遵循，以提升企業由上至下之行為素養及從業道德。

我們堅決反對任何形式貪腐與賄賂，為避免圖利特定人士，於道德行為準則中明確規範不得藉由第三人提供、承諾、要求或收受任何不正當利益，並指定稽核室為專責監督單位，進行相關作業及執行監督。針對違反道德行為準則之個案，公司依個案情節進行懲處並公告之，2019 年度並未有員工違反道德行為準則之情事。



An illustration of a modern building with a white facade and orange accents. A tall sign on the left features the POYA logo and the Chinese characters '寶雅'. The POYA logo, a stylized profile of a woman's head, is also visible on the building's facade.

# 環境

# 05

**5.1 溫室氣體盤查**

**5.2 用水及節能減碳方案**

**5.3 統倉物流推動計劃**



# 05 環境

聯合國政府氣候變遷問題小組( IPCC )指出，全球氣溫持續上升將會導致冰層融化、海平面上升、動植物滅絕、缺糧、樹木大量枯死等嚴重後果。同時，全球暖化所造成的極端氣候，亦讓缺水、乾旱等問題浮出檯面。在2019年世界經濟論壇( World Economic Forum, WEF )發表的『全球風險報告』中，前十大風險中就有五項屬於環境風險，分別是極端天氣、氣候變遷減緩與調適措施失敗、天然災害、人為環境災害，以及生物多樣性損失與生態系統毀滅。其中，極端天氣已連續三年在風險發生可能性列為首位，更被視為最大風險。面對全球暖化、氣候變遷及水資源匱乏，身為地球村的一份子，寶雅對於環境保護責無旁貸。

## 5.1 溫室氣體盤查

寶雅非能源密集性產業，不會面臨因溫室氣體減量造成的立即性影響；然而，寶雅了解全球暖化是世界最嚴重的環境衝擊之一，我們支持減緩氣候變遷策略。

2012年寶雅開始進行溫室氣體盤查，並於2014年寶雅企業社會責任報告書中，首次揭露2012年及2013年之溫室氣體盤查結果。

透過定期的溫室氣體盤查，寶雅能夠有效控管因使用冷氣、公務車及外購電力所產生的溫室氣體排放，並進一步擬定節能減碳行動。右圖為此次溫室氣體盤查之相關資料。



### 報告書涵蓋期間

- ① 2015年1月1日至2019年12月31日
- ② 盤查該期間的溫室氣體排放量，並依各項盤查作業內容及結果進行揭露

### 組織邊界

- ① 依據 ISO14064-1 標準進行盤查
- ② 盤查範圍包含：台北及台南總公司、南北物流、截至2019年底之235家分店

### 氣體盤查範圍

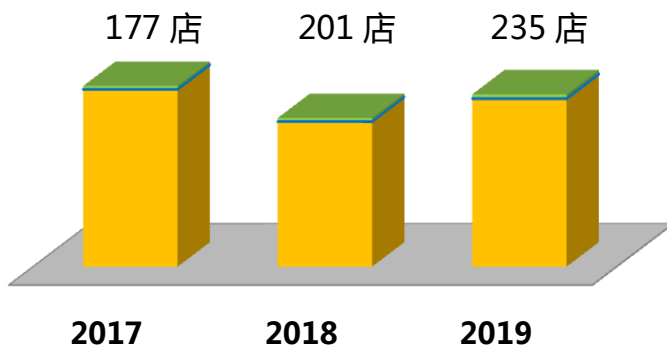
- ① 範疇一(scope 1)直接溫室氣體排放，來源：冷氣設備、公務車輛
- ② 範疇二(scope 2)能源間接排放，來源：外購電力自用

寶雅的分店數，2019年增加至235家。隨著分店數擴增，使用冷氣設備所產生的碳排放量亦隨之增加。至於外購電力因2017全面進行照明系統更換，從傳統燈管換成LED設備，節能減碳效果顯著。

另一方面，有鑑於展店需求、分店改裝活動及定期的巡店計畫，造成「運輸移動式燃燒源」之碳排放量增加。然而，該類別之碳排放占比為0.75%，並非是營運下主要的碳排放來源。

寶雅長久以來一直關注環境議題及環境責任，並以身為全球公民的一份子，致力於掌控及減少營運可能對自然環境所造成的影響。在導入變頻冷氣，及推動各項節能方案下(詳細說明請視5.2用水及節能減碳方案)，寶雅的單店平均碳排放是逐漸下降的，請參照下表之單店平均碳排放指標。

**2017-2019年寶雅之碳排放總量**



**溫室氣體盤查方法：**

- ① 冷媒逸散採排放係數法  
依溫室氣體排放係數管理表 6.0.1 版，排放因子選用住宅及商業建築冷氣機，計算冷媒逸散。
- ② 依固定源與移動源(燃料)CO<sub>2</sub> 排放係數之車用汽油計算燃油使用。
- ③ 電力使用，是依當年度外購電力排放係數計算碳排放。

類別	碳排放量(千斤)及佔比(%)			附註說明
	2017	2018	2019	
■ 逸散性溫室氣體排放源	599 1.55%	662 2.09%	742 2.03%	屬範疇一，為使用冷氣設備，所導致冷媒逸散
■ 運輸移動式燃燒源	211 0.37%	189 0.60%	275 0.75%	屬範疇一，為汽油使用於公務車輛，所導致溫室氣體排放
■ 外購電力	37,706 97.90%	30,837 97.31%	35,695 97.22%	屬範疇二，為外購電力自用，所導致間接性溫室氣體排放
<b>單店平均碳排放</b>	<b>213</b>	<b>158</b>	<b>156</b>	

## 5.2 用水及節能減碳方案

一直以來，寶雅對於環境保護相當重視，不僅加強宣導用水、用電觀念，並透過流程改善、設備更新、電子平台導入...等方式，來擬定合適的用水、節能及節紙方案。珍惜與愛護水資源是寶雅重要的責任之一，水資源的管理措施與主要內容如下：

### 用水方案

寶雅為一零售通路公司，水源主要來自台灣自來水公司，僅位於花蓮與高雄兩個營業據點有使用地下水。用水目的為一般生活用水。總部及各分店之用水僅供員工及部分消費者使用，對水源並未有顯著影響，使用後汙水均由下水道排放至河川及海洋。

**2019 年，寶雅平均用水量 ↓6.7% !**

下表為 2018~2019 年用水量(單位為度數)：

年度	總用水量	平均用水量
2019	192,646	1,025
2018	170,304	1,099

\*總用水量為寶雅總部及各分店之用水量總額。

\*平均用水量為總用水量除上各年度有使用度數之分店。



### 變頻冷氣取代水塔式冷氣

2013 年，寶雅開始導入新型的變頻冷氣(如圖 5.1)。並於 2014 年在新開分店中全面採用。目前 235 家分店中，67% 的分店是以變頻冷氣完全取代舊型的水塔式冷氣，其佔比較去年增加 5%。透過淘汰換新的方式，導入變頻冷氣，逐漸降低水塔式冷氣之使用。



圖 5.1

分店導入新型變頻冷氣

### 省水裝置使用、檢視及修復

寶雅的部分分店有提供顧客化妝室服務，為了推行節水行動，寶雅於部分分店及總公司廁所張貼提醒小語(如圖 5.2)，採購具省水標章之衛浴設備，並設立省水裝置，例如：省水水龍頭。

店鋪工程部門會定期派人檢視各分店及總公司的給水與排水設備，一旦發現任何異常或損壞，會立即予以修復，以減少漏水時所造成的水資源浪費。



圖 5.2

總公司推行  
省水裝置及標語

## 節能減碳方案

寶雅在日常營業中持續推動能源管理，定期執行溫室氣體盤查並配合政府政策積極推動各項節能減碳方案以達到節能目標。寶雅設定於 2021 年達成節省 10% 的目標，並達成每年較去年節能減碳 2%。2019 年，寶雅單店平均用電數為 264,627 度，較 2018 年下降 8%，較 2017 年下降 31%，較 2016 年下降 50.49%，在積極推動節能方案下，自 2012 年開始，寶雅單店平均用電數逐年改善。

2018 年寶雅透過 LED 照明設備於 2017 上半年陸續於分店全面性導入，經統計相較於未導入 LED 前，可減少約 26,113 噸碳排放量，相當於兩年內節省約 67 座大安森林公園的碳排放量，成果相當顯著。

寶雅的節能方案包括：

### ○ 分店導入感應式電能監控

分店倉庫裝設「照明自動點滅裝置」，落實節能政策。

### ○ 二樓透視設計(如圖 5.3)

採大片透明玻璃，高採光度，  
白天可減少電燈使用。

### ○ 招牌感光控制器

依照光線明暗度，自動開啟或關閉招牌燈。

### ○ 採用 LED 燈具(節能燈具)

總公司及各分店採用 LED 燈具，並定期分批更換  
年限到期之耗能燈管，維持有效亮度及節約能源。

### ○ 宣導節能理念(如圖 5.4 及圖 5.5)

鼓勵樓層四樓以下不使用電梯、中午休息時間  
關閉電燈、出入倉庫隨手關燈及風扇等。

### ○ 維護冷房設備

- 空調維持 26~28 度(每升一度可達 6% 的節能)。
- 總公司各樓皆裝窗簾阻絕日光照射，降低空調耗能。
- 縮減賣場閒置空間，減少冷氣及電力使用。
- 增加變頻冷氣之使用，變頻冷氣可省電約 30~35%
- 定時清潔冷氣濾網，維持冷氣運作效率。

圖 5.3 高雄三多店  
二樓透視設計




圖 5.4 分店隨  
手關燈之標語



圖 5.5 總公司宣導  
走樓梯標語



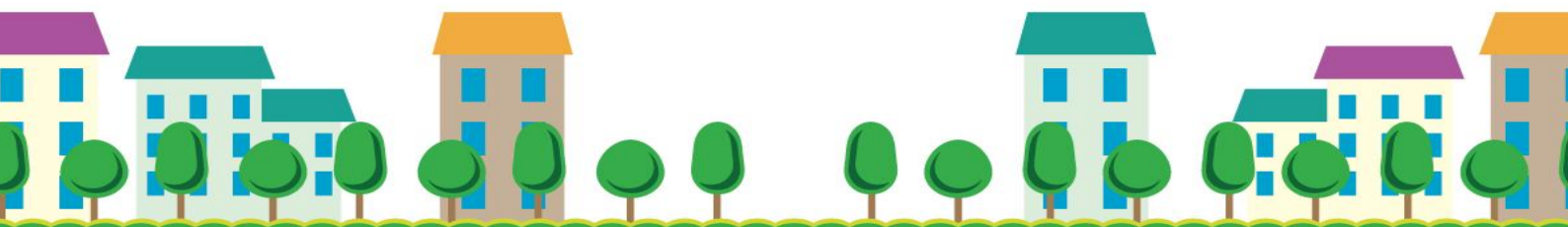
 參考環境品質文教基金會，  
一棵樹等同於減紙箱數 \* 0.6，  
每箱約為 5,000 張紙

### 節紙方案

除了降低溫室氣體排放，擬定節能減碳方案外，寶雅更推行節能政策。透過科技的進步，得以在寶雅逐漸成長茁壯之期，同步降低對地球的負擔。

於 2017 年，經由內部管理及店鋪管理電子化，減少非必要紙本輸出，總公司如稅報、傳票、薪資明細電子化，三節禮券改以虛擬福利金發放，分店則減少實體插卡，以及信用卡紙本簽單改以電子簽名等等。寶雅於 2019 年中進行 APP 升級改版，使其功能使用上，更加人性化，並增加其趣味性，藉此吸引會員下載並使用，力求建立其消費習慣，大力推廣 E-DM，逐步減少紙本 DM 的印刷。2017 年節省用紙量相當於 1876 棵樹，2018 年節省紙量相當於 3990 棵樹，2019 年節省紙量高達

# ...8,263 棵樹



### 5.3 統倉物流推動計劃

高雄物流中心於 2017 年 7 月正式上線；北部物流中心亦如期於 2019 年 1 月上線，南北兩倉分別可支應 200 家店的配送，作為寶雅 400 店展店目標最有力後盾。近年導入自主管理物流系統後，透過持續不斷的流程改善，作業效率年年提升。2016 年統倉率 64%；2017 年底為 75%；2018 年為 90%；2019 年，將統倉入倉率再次提升至 94%。

公司於 2019 年中推出新五金百貨品牌-寶家，由於品項規格與寶雅主要產品差異大，為此於北部物流中心旁增設寶家物流倉，於 2019 年底完工，目前可支應 50 店，未來將隨寶家發展逐步擴張。

透過物流中心進行集中式收貨與配貨，並降低能源消耗、廢氣及碳排放。在物流系統穩定運作下，寶雅能採取「夜間到店，隔日上架」模式。

從廠商端進貨之商品，可於物流中心統一卸貨及驗收，且物流系統得以支持分店進行小量訂購，減少店內庫存，使分店員工可省去繁瑣流程，專注於店內陳列、服務顧客，提升店內購物品質，帶給顧客更大的效益(圖5.6)。



#### 桃園物流中心

- ➔ 支應店數：200 家
- ➔ 2019 年 1 月開始營運



#### 寶家物流中心

- ➔ 支應店數：50 家
- ➔ 2019 年 12 月開始營運



#### 高雄物流中心

- ➔ 支應店數：200 家
- ➔ 2017 年 7 月開始營運



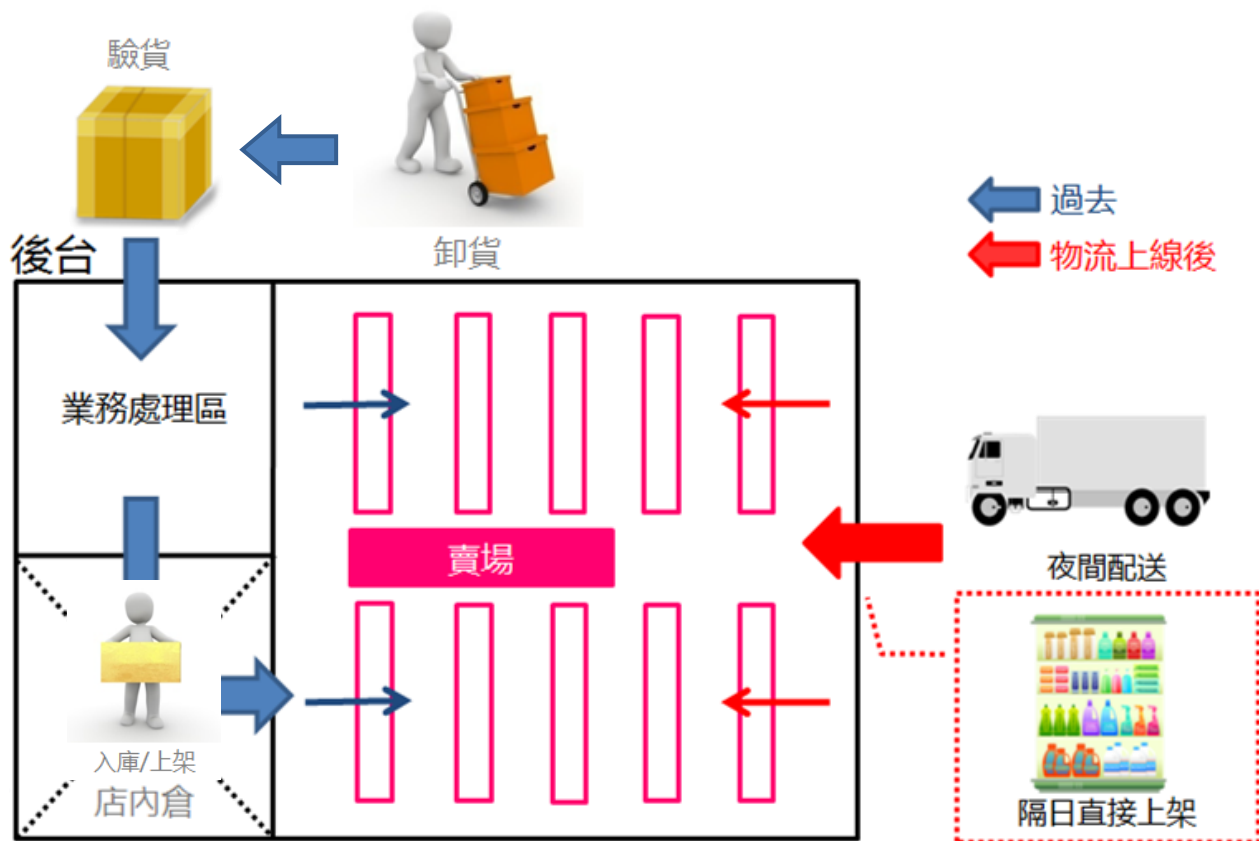


圖 5.6 「夜間到店，隔日上架」模式

物流系統穩定運作下，可簡化分店作業流程，店鋪員工可減少卸貨、驗收、入倉、出倉、整理倉庫等工作，且貨物得以夜間配送，於隔日由店鋪員工直接上架。

The top half of the page features a white line-art illustration of a building facade against a blue background. On the left, a tall vertical sign displays the POYA logo (a profile of a woman's face) and the Chinese characters '寶雅' (Poyaya). To the right, a horizontal sign also displays the POYA logo and 'POYA'. The overall style is clean and modern.

# 社會

# 06

- 6.1 員工關懷
- 6.2 供應鏈管理
- 6.3 顧客服務
- 6.4 社會參與
- 6.5 GRI 指標索引



## 06 社會

寶雅除了重視市場競爭力及企業的財務表現外，亦不遺餘力地投入社會責任，以維護其他利害關係人的權益。寶雅認為員工是企業重要的資產之一，因此透過完善的人力資源制度，寶雅提供員工合理且公平的薪資福利，舒適且安全的工作環境，透明的升遷管道及定期的教育訓練。

此外，身為綜合商品零售通路，寶雅介於供應商與消費者中間。寶雅的使命是「了解顧客需求，並讓顧客滿意」，透過有效且即時供應商管理，寶雅能夠掌握商品品質，並要求廠商遵循商品標示法。在長期發展下，寶雅期待能與供應商共存共榮，一同為消費者創造更高價值！

身為社會的一份子，寶雅不僅提供消費者優質的商品及完善的服務，更期許為台灣、為社會貢獻一己之力，以行動感謝消費者的支持與愛護。2019年本公司參與荒野保護協會所舉辦之荒野台南海洋倡議行動-2019不只「撿」、更要「減」-台南場，透過實際淨灘行動與捐款來支持保護環境的活動；贊助「國際單親兒童文教基金會」、贊助「順發3C舉辦公益路跑」、贊助「台南市義勇消防總隊」等等共捐款新台幣92萬元，期望藉由積極參與社會活動提升社會正向文化與價值觀。

身為社會一員，寶雅不僅提供消費者優質的商品及完善的服務，更期許為台灣、為社會貢獻一己之力，以行動感謝消費者的支持與愛護。



## 寶雅公司人權政策

寶雅公司恪守台灣及各營運據點所在地法規，支持並自願遵循《聯合國世界人權宣言》、《國際勞工組織基本公約的核心勞動標準》、《聯合國全球契約》及《聯合國企業和人權指導原則》等國際公認之人權標準，有尊嚴的對待及尊重現職同仁、契約及計時人員、實習生等，加強提升內部同仁與利害關係人的人權意識。

### 人權政策

- 提供員工有尊嚴及安全的工作環境
- 杜絕不法歧視以確保工作機會均等
- 禁用童工
- 禁止強迫勞動
- 協助員工維持身心健康及工作生活平衡
- 定期檢視及評估相關制度及作為
- 保持獨立申訴機制暢通，以提升關注
- 努力避免與他人共同侵犯人權
- 建立完善的客戶個人資料保護管理制度，維護客戶的隱私與權益

## 6.1 員工關懷


寶雅為女性商店，專賣時尚美妝、個人用品與生活雜貨，希望帶給顧客「美麗、流行、精彩」的品牌價值。因此，身為寶雅的一份子，我們將生活融入工作，讓單調的工作增添色彩，並在工作的同時提升生活流行的敏感度。

寶雅雇用員工不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、婚姻、容貌、五官、年齡、身心障礙或以往工會會員身分而予以歧視，亦積極雇用已婚及因家庭離開職場之二度就業女性員工。截至 2019 年 12 月 31 日，寶雅家族共有 4,454 成員，平均年齡為 29 歲。其中 1.1% 的員工是具有身障身分的；另外，也晉用 80 名原住民員工，提供包容多元文化的職場環境。

### 員工結構(2019 年 12 月 31 日在職人數)


# 全台共 4,454 位寶雅伙伴

#### ① 地區別：




北區	426	1,217
中區	212	915
南區	204	645
高屏區	173	662
合計	1,015	3,439

#### ② 依員工年齡：



<21 歲	131	411
21-30 歲	469	1,813
31-40 歲	297	882
41-50 歲	95	290
>50 歲	23	43

#### ③ 依員工學歷：




國中及以下	14	30
高中/職	185	939
二專/三專/五專	60	228
二技/四技/大學	732	2,220
研究所	24	22

#### ④ 依員工類別：




高階主管	61	79
中階主管	143	99
基層主管	201	890
一般員工	610	2,371

⑤依新進/離職員工：



	新進員工				離職員工			
	北區	中區	南區	高屏區	北區	中區	南區	高屏區
<21 歲	87	32	30	29	69	21	20	28
21-30 歲	237	109	79	103	161	89	56	77
31-40 歲	55	20	13	16	42	13	17	16
41-50 歲	15	3	2	4	7	3	2	3
>50 歲	0	1	0	0	1	1	0	0



	新進員工				離職員工			
	北區	中區	南區	高屏區	北區	中區	南區	高屏區
<21 歲	257	145	96	78	206	108	79	75
21-30 歲	669	431	254	287	525	398	220	265
31-40 歲	148	72	55	63	122	58	55	56
41-50 歲	54	9	5	9	44	3	5	12
>50 歲	8	1	1	1	3	2	3	1

2019年寶雅店數增加至235家，為了支應新開店及未來展店，寶雅對於人力需求日益提高。在人才招募部分，寶雅秉持公平、公開、公正且有效率之招募，依據專業能力與經驗遴選優秀適任之人才。另一方面，為了提高顧客價值與提供顧客更完善的服務，寶雅期待員工能具備工作熱忱，並與寶雅共同努力成長。然而，快速變動與高度競爭的工作環境，導致人力部分流動，上表為依地區、性別、年齡區分之新進及離職人數。

## 薪酬制度

寶雅在薪酬制度上，講求公平性，不因年齡、種族或性別而有所不同，各位同仁皆是同工同酬且優於政府最低基本薪資規定。然而，寶雅強調「能力給薪」文化，依據每位員工的專業知識、擔任職位及工作職責等客觀條件敘薪，並透過定期的綜合考績予以薪資調整。

除依個人績效提供營業績效獎金，讓表現優秀的同仁能獲得更好的激勵外，寶雅更以入股分紅方式與同仁共享經營成果，共創具競爭力的獎酬制度。另外，寶雅亦建立完善的退休金制度，透過提撥足額之退休金準備，讓員工未來無後顧之憂。



## 福委會

寶雅依據職工福利金條例之規定，組織福利委員會，以辦理員工福利事項，並依公司營運狀況確實提撥員工福利金至福委會。

近年來寶雅營收表現亮眼，福利金提撥金額也隨之成長，福委會將考量社會經濟狀況，每年檢視及調整各項福利制度及補助規劃。

寶雅女性員工佔比約 77%，為了保障員工權益，使之兼顧工作、健康及家庭，寶雅提供「生理假」、「家庭照顧假」、「產假」、「陪產假」、「哺乳時間」及「留職停薪辦法」等。總公司亦設有兼具便利性、隱密性與安全性之哺乳室，供女性員工使用。

### 生理假

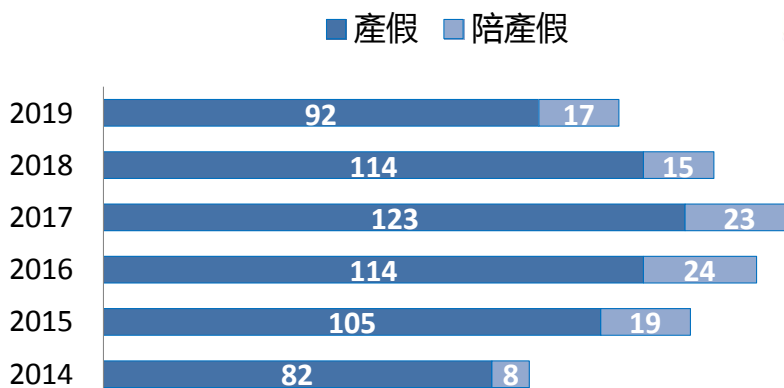
女性員工因生理日致工作有困難者，每月得請生理假一日，全年請假日數未逾三日，不併入病假計算。生理假為半薪假，不視為缺勤，故不影響全勤獎金及考績。

### 家庭照顧假

寶雅員工於其家庭成員預防接種、發生嚴重之疾病或其他重大事故須親自照顧時，得請家庭照顧假，全年以七日為限，其請假日數併入事假計算。家庭照顧假不視為缺勤，故不影響全勤獎金及考績。



## 2014-2019年產假及陪產假人數



## 2019 年育嬰留停員工佔比及回職率

寶雅配合政府推動育嬰留職停薪制度，並提供且保障期滿復職員工恢復原職。若員工因家庭照顧需要，得請家庭照顧假或提出轉調需求，則主動協助員工復職後轉任至適當職缺。

2019 年申請育嬰留停之員工佔產假員工總數比為 55%，截至 2019 年年底，育嬰留停員工回職率佔產假員工總數為 24%，部分員工仍處於留停階段，尚未達復職時間。少數員工因家庭關係，或個人生涯規劃，而期滿離職。

## 完善的工作環境

寶雅致力於改善員工辦公環境，2018年台北總公司為求提供員工更舒適的環境及工作場所，進行搬遷。嶄新的辦公室、茶水間及會議室增加便利性、機動性，同時也提升了工作氛圍。為提供分店人員便利的工作休息空間，於分店設置微波爐。寶雅亦早於政府規定自發性設置具隱密與安全之哺乳室，並提供冰箱、沙發等設備，增加環境功能性及便利性，使產後重返職場的同仁能同時兼顧家庭與工作。

工作環境安全是公司責任的一部分，因此除了對分店及總公司舉行消防安檢、維護各項設施之完善與安全外，寶雅亦會派專業檢修人員至全省分店的幹部宿舍查驗其公共區域、家電安全、熱水器設備與防火設備，以維護宿舍衛生安全。

為了宣導職務安全觀念，寶雅針對店舖工程部的相關人員，每年定期提供勞工安全訓練課程，讓員工能夠重視自身安全，並降低意外之發生。2019年勞工安全訓練上課時數共 119 小時。

寶雅針對每一分店進行改裝新建時，至少會投保兩千萬以上之工程相關責任險，現場會有工地主任進行監工和安全管理，若有意外發生，會由工地主任陪同就醫，並申請理賠。此外，施工期間(約兩個月)，場地皆使用防護欄，防止民眾進入。事故統計記錄和報告負責單位，為人資行政處負責。



## 員工訓練與發展

寶雅十分重視人才的養成及培訓，藉由定期的教育訓練課程及線上學習平台(如圖 6.1)，提供員工即時性的訓練與交流學習，進以提升員工的能力。課程類別請參照下表。

為因應寶雅中長期發展計畫之快速展店人才培訓需求，規劃完整、標準化的培訓機制，以師徒制的方式學習，並建立內部講師傳承制度，提供完善的學習環境與平台，協助內部同仁於短期內完成受訓並展現實質成效於工作上，順利獲得晉升機會，達到雙贏的成果。

# 2019 年共開課 67 堂！

# 上課員工數 1,530 人

# 較去年成長 19%。



圖 6.1 E-learning 線上學習平台

寶雅2019年度教育訓練之各項成果如下：

課程名稱	課程時數	開課堂數	上課人數	總上課時數
OJT 考核	7	28	755	5,285
課長評鑑	7	25	537	3,759
店副理評鑑	7	14	238	1,666
合計		67	1,530	10,710

課程名稱	班次	總人數	總人時	總費用(新台幣元)
基層訓練	28	755	5,285	1,236,100
主管評鑑	39	775	5,425	

## 完善培訓系統及升遷制度

員工透過完整的升遷規劃、標準化的培訓機制，在完成受訓後，並依公司政策不接受廠商或外部人員之利誘，展現實質成效於工作上，經評鑑就有機會獲得晉升的機會。圖 6.2 為寶雅之培訓系統及升遷制度。在完善的培訓系統下，寶雅能創造優質服務。



## 績效管理制度

寶雅建立公平公開公正的績效評估制度，使員工能在達成公司營運目標之前提下，亦能重視自我學習以提升工作能力，完成個人生涯規劃。寶雅強調「能力給薪」，亦即重視員工的實力，而非以學歷或資歷做為升遷標準，提供員工公平且合理的薪資報酬。

各部門主管對所屬員工每年考核二次，不同的職務訂定不同的考核制度；員工針對本期工作事項、各部門 KPI 事項、下期工作目標進行員工自評，考核結果作為升遷、獎金及加薪之依據，並透過績效目標設定及績效考核面談，發掘其才能、適任傾向，進而落實公司目標。



## 退休制度

寶雅有完善的退休金制度，透過提撥足額之退休金準備，能讓員工未來無後顧之憂。本公司適用舊制員工根據勞動基準法之相關規定訂立勞工退休辦法，由公司委請精算師精算後，每月按薪資總額之 2% 提列勞工退休準備金，並專戶儲存於台灣銀行(原中央信託局)，退休金之給付計算方式悉依據勞工退休辦法之規定給付。選擇新制及適用新制員工，依勞工退休金條例規定，每月退休金之給付計算方式依工資之 6% 提撥至個人退休金帳戶中。

## 員工關係管理

### 員工溝通

寶雅遵循各項勞動法令之規定致力於員工待遇、福利及工作環境的提升，並積極建立與員工間暢通的雙向溝通管道；包含日常口頭反應、每月召開全員大會及營業 ABC 會議、透過電子平台及內部網絡，如 EIP、Notes 與 Connections 平台與員工進行有效的雙向溝通，除讓員工了解公司經營管理活動和決策外，員工意見也皆能得到充分的重視與改善。

### 平等工作權

寶雅積極推動健康、平等的兩性工作環境。為保護員工免於性騷擾，本公司致力改善就業場所設施、鼓勵員工參加性騷擾防治之教育講習並於工作規則中訂定「性別工作平等及性騷擾防治」處理要點，以防治性騷擾事件之發生、保護被害人權益。於要點中提供員工受理性騷擾申訴之管道，並指定專人負責協調與處理。

### 申訴機制

寶雅設有員工意見信箱、0800 免付費電話及「員工申訴處理制度」，博採員工之建議，建立制度化的溝通與申訴管道，並對員工的疑惑與期望，做合理適切的答覆與處理。員工意見申訴方式如下：

- 一、員工如以口頭申訴，應由各部門受理人員作成紀錄，立即呈報處理。
- 二、員工如有權益受損，或有其他意見時，得以申訴表或其他書面直接依本公司申訴辦法循行政系統，提出申訴事項，各單位主管應立即查明處理，或呈報處理，並將結果或處理情形函覆申訴人。

為追求公司誠信經營發展，寶雅鼓勵員工舉報違法違規情事，並於人事規章中規定進行匿名檢舉以保護檢舉人，亦於道德行為準則中明訂保密方式；相關單位接獲舉發後即進行證據收集及深入調查，並以保密方式處理呈報案件。

### 人權保護

寶雅對於員工一視同仁，不因性別、年齡、種族、膚色、宗教、黨派、殘障等情況歧視員工，保障員工「人人有權享受平等保護，不受任何歧視」。2019年，寶雅未有任何歧視事件。

寶雅的營運活動及投資協議內容皆遵循各國法規辦理，故並未另載人權條款於合約書中。寶雅重視人權保護，並要求所有人權相關之議題皆遵循法令要求。寶雅不雇用童工，2019年報告期間，寶雅並未有任何使用童工之情事。

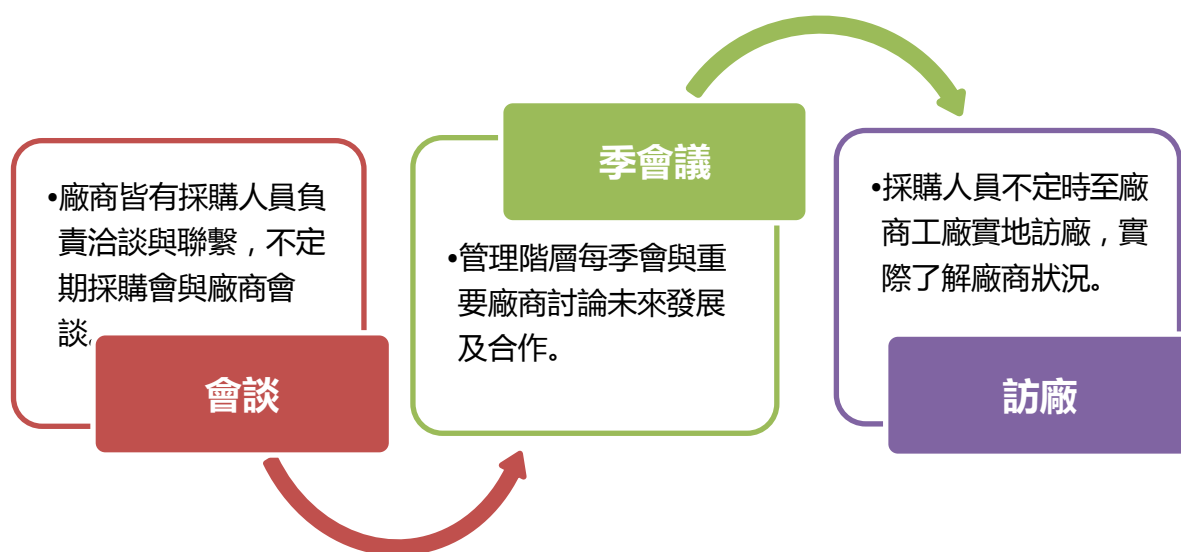
寶雅雇用員工前皆確保提供服務之人力及整體雇用條件皆屬自願性，故並無強迫及強制勞動之事件。寶雅提供員工符合、甚至優於當地法令之最低限度工資與福利及提供員工有薪特別假、女性員工生理假及男性員工陪產假、不強迫員工之工時超過當地法令規定，並遵守加班工資要求或必要補償。



## 6.2 供應鏈管理

寶雅為土生土長的台灣企業，採購來源皆來自於國內廠商，因無向外進口，故無匯率風險。目前合作供應商數目超過400家各種類型的廠商，包含國際企業、國內大廠、台灣中小企業，透過眾多供應商採購各式各樣之商品，提供顧客多選擇的品項，以期符合消費者需求。

寶雅的供應商眾多，最大供應商佔比低於 5%。秉持長期發展、共存共榮的理念，寶雅對於供應商的汰換頻率不高，通常是為了因應消費者需求改變，所進行的商品汰舊換新及供應商更換。



## 食安及產品安全

遵循寶雅之供應商管理流程，與供應商簽訂「供應商合約書」之前，寶雅會對供應商資料進行審核，並由採購部門進行訪廠，以了解供應商之生產環境、生產流程及營運概況，同時確保產品品質。

供應商契約書中，供應商應確保商品品質，禁止商品仿冒、偽造等等之情事，恪遵相關法令規定，其中強調供應商需遵守商品標示法，使消費者能瞭解商品並正確使用以保證商品安全。

2016年，寶雅曾發生販售過期品事件，由於商品數眾多，在商品檢查效期上較具挑戰性，商品於上架前或每月皆有定時檢查商品品質之機制，但執行力仍有落差，事件發生後，我們加強了營業企劃及稽核室稽核商品，一旦有異常商品，隨即通知所有分店，確認該商品在店內之品質。在這事件後，寶雅更重視商品品質及效期，將其列為營業檢查的要件之一。

寶雅每日上架商品時，分店人員再次檢查商品標示及品質，營業同仁會至分店徹底檢查及稽核單位也會隨機抽查分店商品，若商品有任何疑慮，寶雅會優先考量消費者，將疑慮商品下架，直到供應商確保商品品質無虞，才能再次上架，寶雅用心請消費者放心。圖6.4為寶雅每月執行品質查核之流程圖。

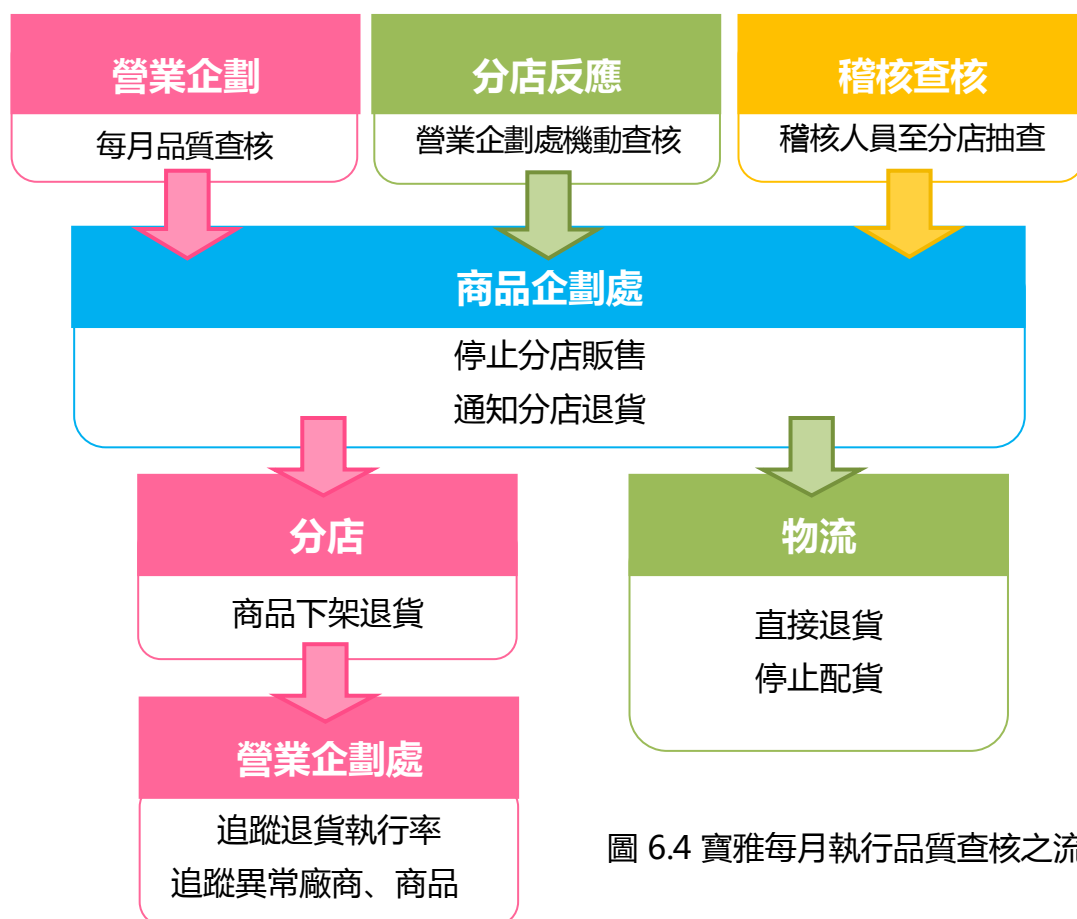


圖 6.4 寶雅每月執行品質查核之流程圖

## 供應商協同合作

根據賣場銷售數字及顧客焦點訪談，寶雅能夠掌握市場趨勢，開發商機。一旦確認商品具有市場潛在需求，寶雅將協同相關供應商進行商品的開發及生產。

為了增加供應商開發意願，寶雅會與供應商約定一定數量的進貨保證，另一方面，寶雅亦會將商品意見回饋由顧客傳遞予供應商，以協助商品開發。

在良好的供應商協同合作下，消費者能購得想要的商品，供應商能獲得更高的商品銷售，寶雅亦能提高業績與顧客滿意度，如此創造寶雅、顧客及供應商三贏的局面。

圖6.5為供應商協同合作模式。



圖 6.5 供應商協同合作模式

## 精準訂購

寶雅致力於訂購精準化，以減少「大量訂購，大量退貨」對供應商帶來之負面影響及營運風險。寶雅內部建置自動訂購系統，該系統會根據分店實際銷售量建議訂購量，並由分店各產品部門人員依據不同報表檢視該訂購量是否具合理性。最後，店經理會依據檢核之報表審查訂單以求精準訂購。



## 統倉物流計劃

未導入物流中心前，供應商需依各分店訂單檢貨，透過貨運車隊或是自行運送至寶雅各門市。隨著寶雅的分店數逐漸擴加，許多中小型供應商出現人力吃緊，運送產能不足等問題。

2011年寶雅開始啟動統倉物流計劃，供應商原需運送多次至分店，藉由統倉物流計劃便可降低為1次統一運輸至物流中心。統倉物流計劃能降低供應商營運難度、人力及運送成本，同時配合寶雅未來展店，一同成長。

### 6.3 顧客服務

寶雅始終以「成為顧客更喜歡的寶雅」目標邁進。我們重視商品品質與安全及消費者的購物所需，致力提供最舒適、安全、方便的購物環境及優質安心的產品。面對虛實整合趨勢，寶雅亦推動電子商務，滿足顧客多元化的需求。

#### 商品品質與安全

為了了解顧客需求，並讓顧客滿意，寶雅針對具代表性之顧客群，定期舉辦焦點訪談及隨同購物，以即時更新消費者需求，並予以落實。每年，寶雅替換將近20~30%品項，商品政策強調引進「安全性、高品質、更符合消費者之產品」。寶雅在供應商契約書中，明文要求供應商應確保商品品質，禁止商品仿冒、偽造等等之情事，恪遵相關法令規定。同時，寶雅定期檢查賣場與倉庫，將即期、破損、品質瑕疵、商品標示不全...等問題商品下架，總公司營業企劃及稽核部門皆會不定時巡查分店。若商品有任何問題或疑慮，必須先下架且暫停販售，待確認商品安全無虞後，才可上架。

#### 商品標示

寶雅嚴格要求供應商所提供之商品，必須符合商品標示法，使消費者能夠瞭解商品並能正確使用以確保安全。針對進口商品，寶雅要求附上中文標示及與原文標示內容一致之說明書；若該進口商品或服務於原產地有警告標示，亦應附上。

寶雅營業企劃處會定期於分店檢查商品標示，若有疑慮將與供應商確認並要求改善，持續發生問題之廠商將被汰除。

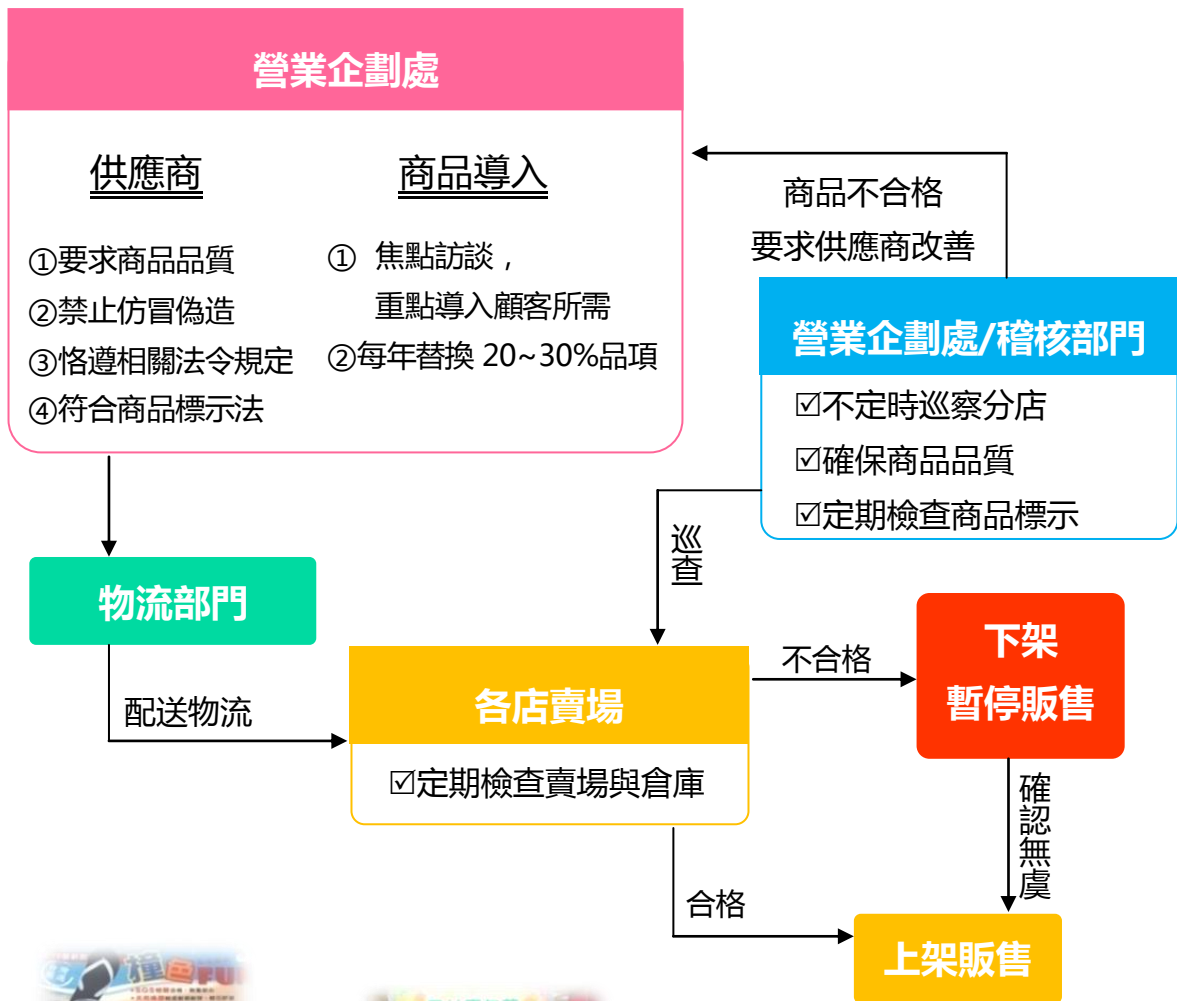
在賣場中，商品皆有標示售價，每月分店皆會依特價商品之售價，定期維護更換標示卡片，讓消費者能清楚知道商品之售價，保障消費者權益。



圖 6.6 寶雅之焦點訪談及隨同購物調查



## 寶雅對於商品品質安全的管理流程



**撞色橡膠人字拖**  
經 SGS 檢驗合格，  
無毒安心之商品



**果甘系列-水果乾**  
為新鮮原料製作，  
無人工添加零食



**不鏽鋼保溫瓶**  
304 材質，能耐  
酸鹼，具安全性



**KEYTOSS 環境商品**  
為無毒無臭，樂活環保商品



## 店鋪營造及賣場安全

寶雅始終秉持「服務第一，客戶至上」的理念，致力提供顧客完善服務，2017年寶雅推出第五代店型，規劃自由試妝、便利選購彩妝用品的彩妝區及專業形象的品牌醫美專區。2018年寶雅推出第六代店型，設計較窄貨架，擺放更多品項，提供多達六萬種商品，滿足顧客一站購足的需求。同時我們時刻關心顧客的健康與安全，為了帶給顧客更安全的購物環境，寶雅的店鋪工程部門會定期檢查、巡視並維護分店設備，以確保賣場安全。寶雅至今仍持續不斷提升賣場購物環境及安全設施改善，讓顧客擁有更優質的購物體驗。

### 第五代店：



#### 設置 Makeup Zone

規劃自由試妝，  
便利選購彩妝用品的彩妝區



#### 品牌醫美專區

規劃專業形象品牌醫美專區

### 第六代店：



#### 縮窄貨架

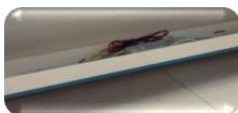
縮窄貨架設計，擺放更多品項

#### 一站購足

提供多達六萬種商品，多樣化的商品，  
滿足顧客一站購足的需求

### 寶雅賣場安全預防措施：

- ☑於賣場安全中，為因應所有可能產生之風險，寶雅提前準備並預防危險之發生；除了對分店人員加強宣導公共安全及消防安全觀念外，寶雅也為顧客投保公共意外險。若顧客於任一寶雅分店中發生意外，分店人員會陪同就醫，並申請理賠，以保障顧客之人身安全。
- ☑店鋪工程部門定期巡視維護分店設備，若有分店設備損壞，店鋪工程部門人員將立即進行維修。



為避免貨架中電線脫落、破損，於貨架內層中有保護電線之溝槽。



壁面貨架強化架構，防止貨架因地震搖晃而崩塌。



分店配置滅火器、消防栓、防煙垂壁、排煙機、逃生口、分店配置圖等設施。

## 分店經營查核制度

截至2019年底止全國總店數達235家，其中包含寶雅230家與寶家5家，為確保各分店保持穩定的服務品質，寶雅建立了完整的分店經營查核制度，以期有效控管各分店缺失。針對待改善分店，寶雅將會加強人員教育訓練，優化及調整作業流程、提升寶雅整體服務品質及親切專業形象。

### Step 1

#### 服務品質稽核

寶雅定期以神秘客方式來檢視服務人員對產品瞭解之程度、相關諮詢服務之提供、產品售後服務及與顧客良好的互動關係等是否符合標準並確實落實。

### Step 2

#### 標準作業程序(SOP)評核

每月定期針對各分店進行 SOP 評核。SOP 評核內容包括基本、陳列面、政策面以及庫存面四大面向，並根據各面向執行狀況以及落實程度，予以評分與分級。

### Step 3

#### 分店 KPI 會議

為每月單店績效檢視會議，由總經理主導，營企處及財會處人員共同參與。透過損益分析及單店營運報告，以確認單店問題及改善方向。



### Step 4

#### 單店經營輔導制度

針對 C 級分店，寶雅將安排改善經理進行單店輔導，並於每月分店 KPI 會議中追蹤執行成果。輔導事項將持續到單店經營已明顯改善且評核成績符合標準為止。透過輔導制度，能夠有效提升店長之訂購技巧、商圈經營、分店損益分析能力，並將營運經驗予以分享及傳承，以豐富寶雅知識庫。



完善的分店經營查核制度，能有效控管分店品質，同時培育更優秀的店長及分店人員，以下為顧客回饋小分享：

### 雲林麥寮店

4/9 客服人員接獲顧客洪先生 email 表揚  
今天去買蒂芭蕾的防曬帽，店裡缺貨了，但很急著要使用，所以就問店員幫忙查看，原本以為店員會嫌麻煩而不予理會，結果很盡力一直幫我詢問及調貨，態度也很客氣！讓我和我老婆很感動！希望能給予雲林麥寮店的副店長讚賞！

### 台中太平店

5/3 客服人員接獲顧客楊小姐 APP 表揚  
今日我於太平門市消費，後來接到門市的詢問電話確認是否掉了一包小孩藥袋？雖然藥袋並不屬於我，但感謝門市人員的貼心提醒，相信遺失藥袋的失主肯定很著急！貼心的服務人員是企業的福氣，有你們真好！謝謝！

### 豐原府前店

9/28 客服人員接獲顧客洪小姐 email 表揚  
今天晚上至豐原府前店購物，欲購鞋油，逛賣場多次未尋獲，離開前，詢問服務人員潘小姐，她馬上回答有該品項並告知正確擺放位置。我覺得潘小姐真的是位用心的員工！

### 台南小北店

5/18 客服人員接獲顧客吳先生 email 表揚  
您好，今日晚間在台南小北店購物，由於我本人剛好沒帶到手機，所以對於商品的相關會員優惠不是很清楚，幫我結帳的服務人員態度非常好，耐心向我解釋商品搭配的優惠跟組合，如果可以，希望能轉達相關部門給予表揚和極高肯定。



## 顧客個人資料保護管理政策

寶雅為配合政府「個人資料保護法」(下稱「個資法」)的實施，寶雅謹將顧客個人資料的使用維護事項聲明如下：

### ◆顧客個人資料之蒐集、處理及利用

(1)寶雅基於契約或類似契約履行事項、行政管理、資訊提供、統計調查及分析，及其他合於寶雅營業活動所需之特定目的內，蒐集顧客個人資料(資料類別請參照法務部公布「個人資料保護法之個人資料類別」代號 C001、C003、C011、C021、C038 等(包括姓名、身份證字號、出生日期、性別、婚姻狀況、聯絡方式、職業等之個人資料))。

(2)寶雅就顧客個人資料僅在上開特定目的內，於台灣地區(包括澎湖、金門及馬祖等地區)，供寶雅及協力廠商以合法合理方式利用，並以完成上開特定目的或執行業務所必須之期間為個人資料利用期間。

(3)顧客得選擇是否提供上開個人資料予寶雅；然而，當顧客提供之個人資料未臻完備時，將可能影響前述特定目的之遂行，亦影響顧客後續相關權益。並同意以電子文件作為表示個人資料保護法令或其他法令所規定書面同意之方法。

### ◆顧客個人資料之當事人權利

顧客得透過網路或電話(於寶雅客服信箱反應或洽服務專線 0800-033-168)，或親洽全省各門市進行個人資料查詢閱覽、製給複製本，並補充或更正，或請求寶雅停止蒐集、處理、利用或刪除顧客個人資料，或停止寄發資料或資訊。

### ◆個人資料保護政策

寶雅將盡力以合理合法之技術及保護程序，保障顧客個人資料。同時，寶雅分別就組織管理、環境管理及作業管理上作周全管理，營造充分保障個資安全的服務環境，以杜絕個人資料外流的疑慮：

(1)組織管理：寶雅內部設立個資保護小組，並建立個資風險評估及管理機制與個資檔案安全維護計畫，規劃個資蒐集處理及利用程序及業務終止後之個資處理方法，設置緊急應變程序及當事人行使權利之聯絡窗口，且落實員工個資教育訓練以及相關獎懲制度，以有效執行個人資料保護管理政策。

(2)環境管理：依據作業內容性質，實施必要之門禁管理。就個資的儲存媒體妥善保管並建置相應的防災設備。

(3)作業管理：界定個人資料之範圍，定期清查公司個資檔案並建立清冊，於作業電腦相關設備上設定認證機制、紀錄機制及警示機制，並定期測試前揭機制的有效性及穩定性，同時對外妥善監督受託機關，並將個資保護列為稽核項目。對於任何可能侵害顧客權益的措施，寶雅於知悉後必立即改進，並隨時歡迎指正。

## 電子商務計劃

智慧型手機及行動裝置普及後，網路購物蓬勃發展。網路購物的魅力在於不受時間地點限制，只要一機在手，馬上就能透過瀏覽、比價，選擇自己想要的商品購入結帳。對於忙碌的現代人而言，取代原先必須親自到實體店面採買，轉向虛擬購物空間，無非是省時又便利的選擇。有鑑於此，為提供更多元化的購物方式，寶雅於2014年開始著手規劃進軍YAHOO超級商城並於2018年設立蝦皮商城(圖6.7)，而後陸續發展FB及Instagram粉絲團(圖6.8)及寶雅APP平台，寶雅APP平台於2019年底累計下載次數達200萬人次。此外，寶雅預計於2021年改版APP並發展數位行動支付(POYA Pay)，期能有效增加顧客使用寶雅APP的廣度與頻率。



圖 6.7 寶雅 YAHOO 超級商城及蝦皮商城



圖 6.8 寶雅 FB 及 Instagram 粉絲團

- ☑ 運用 Facebook 及 Instagram 社群，將寶雅特色商品經由人氣部落客、模特兒示範使用，增加話題性，引起粉絲團熱烈討論。
- ☑ 由專業小編操作優惠活動、話題品、市場流行資訊等，與粉絲零距離互動，提供最親切的服務。



消費者可隨時瀏覽寶雅APP，即時獲得行銷活動、線上DM等訊息。APP可直接連至YAHOO超級商城的寶雅店鋪，提供消費者網路購物平台。消費者亦能登入FB粉絲團，取得更多商品資訊，與小編互動。



### APP 虛擬會員卡

集點好方便！

只要出示手機頁面，再也不會發生結帳時，東找西找卻找不到會員卡的窘境！



### APP 會員專屬優惠

針對每位會員 每期更新不同的專屬優惠，只要在結帳時出示 APP 頁面即可以優惠價購買。



## 6.4 社會參與

2019年寶雅參與荒野保護協會所舉辦之荒野台南海洋倡議行動-2019不只「撿」、更要「減」-台南場，透過實際淨灘行動與捐款來支持保護環境的活動；贊助「國際單親兒童文教基金會」、「順發3C舉辦公益路跑」、「台南市義勇消防總隊」等等共捐款新台幣92萬元，期望藉由積極參與社會活動提升社會正向文化與價值觀。

2019年3月，首次與大振豐洋傘攜手做公益，於3/27在寶雅學士店舉辦「把愛傳出去，為石虎撐起一把保護傘」公益捐贈儀式，共同捐出89,450元給台灣石虎保育協會，盼能喚起更多人對保護石虎的意識，鼓勵民眾以實際行動，共同為石虎生態撐起保護傘。

身為社會一員，寶雅不僅提供消費者優質的商品及完善的服務，更期許為台灣、為社會貢獻一己之力，以行動感謝消費者的支持與愛護。



## 6.5 GRI Standards 索引表

GRI 準則	揭露項目	揭露章節	頁碼
2016 一般揭露	102-1 組織名稱	04 關於寶雅-公司簡介及產業概況	p.14-17
	102-2 活動、品牌、產品與服務	04 關於寶雅-公司簡介及產業概況	p.14-17
	102-3 總部位置	04 關於寶雅-公司簡介及產業概況	p.14-17
	102-4 營運據點	04 關於寶雅-營運策略	p.18
	102-5 所有權與法律形式	04 關於寶雅-公司簡介及產業概況	p.14-17
	102-6 提供服務的市場	04 關於寶雅-公司簡介及產業概況	p.14-17
		04 關於寶雅-營運策略	p.18
	102-7 組織規模	04 關於寶雅-公司簡介及產業概況	p.14-17
		04 關於寶雅-營運策略	p.18
		04 關於寶雅-財務資訊	p.19
102-8 員工與其他工作者的資訊	06 社會-員工關懷	p.42-51	
	06 社會-員工關懷	p.42-51	
102-9 供應鏈	06 社會-供應鏈管理	p.51-53	
102-10 組織與其供應鏈的重大改變	*寶雅組織、供應鏈並無重大改變		

GRI 準則	揭露項目	揭露章節	頁碼
102-11 預警原則或方針		04 關於寶雅-營運策略	p.18
		04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
		06 社會-供應鏈管理	p.51-53
		06 社會-顧客服務	p.54-61
102-12 外部倡議		02 啟動寶雅 CSR-榮耀寶雅	p.7
		05 環境-溫室氣體盤查	p.32-33
		06 社會-員工關懷	p.42-51
102-13 公協會的會員資格		*寶雅為「連鎖加盟協會」及「台南億載會」之一員	
102-14 決策者的聲明		02 啟動寶雅 CSR-經營者的話	p.6-7
102-16 價值、原則、標準及行為規範		04 關於寶雅-公司簡介及產業概況	p.14-17
		04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
		06 社會-員工關懷	p.42-51
		06 社會-供應鏈管理	p.51-53
		06 社會-顧客服務	p.54-61
102-17 倫理相關之建議與關切事項的機制		06 社會-員工關懷	p.42-51
102-18 治理結構		04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
102-19 授予權責		04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
102-20 高階管理階層對經濟、環境和社會主題之責任		04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30

GRI 準則	揭露項目	揭露章節	頁碼
	102-21 與利害關係人諮商經濟、環境和社會主題	03 利害關係人之鑑別與溝通	p.9-12
	102-22 最高治理單位與其委員會的組成	04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
	102-23 最高治理單位的主席	04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
	102-24 最高治理單位的提名與遴選	04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
	102-26 最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
	102-27 最高治理單位的群體智識	04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
	102-28 最高治理單位的績效評估	04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
	102-31 經濟、環境和社會主題的檢視	03 利害關係人之鑑別與溝通	p.9-12
	102-37 利害關係人的參與	03 利害關係人之鑑別與溝通	p.9-12
	102-40 利害關係人團體	03 利害關係人之鑑別與溝通	p.9-12
	102-42 鑑別與選擇利害關係人	03 利害關係人之鑑別與溝通	p.9-12
	102-43 與利害關係人溝通的方針	03 利害關係人之鑑別與溝通	p.9-12

GRI 準則	揭露項目	揭露章節	頁碼
	102-45 合併財務報表中所包含的實體	股東年報（所有在組織合併財務報表或等同文件中的實體皆包含在此報告書中）	
	102-46 界定報告書內容與主題邊界	03 利害關係人之鑑別與溝通	p.9-12
	102-47 重大主題表列	03 利害關係人之鑑別與溝通	p.9-12
	102-48 資訊重編	*無相關之情事	
	102-49 報導改變	*無相關之情事	
	102-50 報導期間	01 關於我們的報告書	p.4
	102-51 上一次報告書的日期	01 關於我們的報告書	p.4
	102-52 報導週期	01 關於我們的報告書	p.4
	102-53 可回答報告書相關問題的聯絡人	01 關於我們的報告書	p.4
	102-54 依循 GRI 準則報導的宣告	01 關於我們的報告書	p.4
	102-55 GRI 內容索引	06 社會-GRI 指標索引	p.63-72
	102-56 外部保證/確信	*無相關之情事	

GRI 準則	揭露項目	揭露章節	頁碼
重大主題	103-1 解釋重大主題與其邊界	03 利害關係人之鑑別與溝通	p.9-12
	<u>經濟面</u>		
經濟績效	103-2 管理方針及其要素	股東年報	p.54-64
	103-3 管理方針的評估	股東年報	p.54-64
	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	04 關於寶雅-財務資訊 股東年報	p.19 p.91-154
	201-3 定義福利計劃義務與其他退休計畫	06 社會-員工關懷	p.42-51
市場地位	103-2 管理方針及其要素	06 社會-員工關懷	p.42-51
	103-3 管理方針的評估	06 社會-員工關懷	p.42-51
	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	06 社會-員工關懷	p.42-51
採購實務	103-2 管理方針及其要素	06 社會-供應鏈管理	p.51-53
	103-3 管理方針的評估	06 社會-供應鏈管理	p.51-53
	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	06 社會-供應鏈管理	p.51-53

GRI 準則	揭露項目	揭露章節	頁碼
反貪腐	103-2 管理方針及其要素	04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
	103-3 管理方針的評估	04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
	205-3 已確認的貪腐事件及採取的行動	04 關於寶雅-投資人關係管理	p.20-30
反競爭行為	103-2 管理方針及其要素	04 關於寶雅-公司簡介及產業概況	p.14-17
	103-3 管理方針的評估	04 關於寶雅-公司簡介及產業概況	p.14-17
	206-1 反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	04 關於寶雅-公司簡介及產業概況	p.14-17

GRI 準則	揭露項目	揭露章節	頁碼
<b>環境面</b>			
能源與溫室氣體	103-2 管理方針及其要素	05 環境	p.32-38
	103-3 管理方針的評估	05 環境	p.32-38
	302-4 減少能源消耗	05 環境-溫室氣體盤查	p.32-33
		05 環境-用水及節能減碳方案	p.34-36
		05 環境-統倉物流推動計劃	p.37-38
	302-5 降低產品和服務的能源需求	05 環境-溫室氣體盤查	p.32-33
		05 環境-用水及節能減碳方案	p.34-36
		05 環境-統倉物流推動計劃	p.37-38
	303-1 依來源劃分的取水量	05 環境-用水及節能減碳方案	p.34-36
	303-2 因取水而受顯著影響的水源	05 環境-用水及節能減碳方案	p.34-36
	303-3 回收及再利用的水	05 環境-用水及節能減碳方案	p.34-36
	305-1 直接(範疇一)溫室氣體排放	05 環境-溫室氣體盤查	p.32-33
305-2 能源間接(範疇二)溫室氣體排放	05 環境-溫室氣體盤查	p.32-33	
305-5 溫室氣體排放減量	05 環境-溫室氣體盤查	p.32-33	

GRI 準則	揭露項目	揭露章節	頁碼
	<b>社會面</b>		
勞 雇 關 係	103-2 管理方針及其要素	06 社會	p.40-62
	103-3 管理方針的評估	06 社會	p.40-62
	401-1 新進員工和離職員工	06 社會-員工關懷	p.42-51
	401-3 育嬰假	06 社會-員工關懷	p.42-51
職 業 安 全 衛 生	103-2 管理方針及其要素	06 社會	p.40-62
	103-3 管理方針的評估	06 社會	p.40-62
	403-2 傷害類別，傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及因公死亡件數	06 社會-員工關懷	p.42-51
訓 練 與 教 育	103-2 管理方針及其要素	06 社會	p.40-62
	103-3 管理方針的評估	06 社會	p.40-62
	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	06 社會-員工關懷	p.42-51

GRI 準則	揭露項目	揭露章節	頁碼
機會 員工多元化與平等	103-2 管理方針及其要素	06 社會	p.40-62
	103-3 管理方針的評估	06 社會	p.40-62
	405-1 治理單位與員工的多元化	04 關於寶雅-投資人關係管理 06 社會-員工關懷	p.20-30 p.42-51
不歧視	103-2 管理方針及其要素	06 社會	p.40-62
	103-3 管理方針的評估	06 社會	p.40-62
	406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動	06 社會-員工關懷	p.42-51
童工	103-2 管理方針及其要素	06 社會	p.40-62
	103-3 管理方針的評估	06 社會	p.40-62
	408-1 營運據點和供應商使用童工之重大風險	06 社會-員工關懷	p.42-51
強迫或強制勞動	103-2 管理方針及其要素	06 社會	p.40-62
	103-3 管理方針的評估	06 社會	p.40-62
	409-1 具強迫與強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	06 社會-員工關懷	p.42-51

GRI 準則	揭露項目	揭露章節	頁碼
人權評估	103-2 管理方針及其要素	06 社會	p.40-62
	103-3 管理方針的評估	06 社會	p.40-62
	412-3 載有人權條款或已進行人權審查的重要投資協議及合約	06 社會-員工關懷	p.42-51
顧客健康與安全	103-2 管理方針及其要素	06 社會-顧客服務	p.54-61
	103-3 管理方針的評估	06 社會-顧客服務	p.54-61
	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的影響	06 社會-顧客服務	p.54-61
行銷與標示	103-2 管理方針及其要素	06 社會-顧客服務	p.54-61
	103-3 管理方針的評估	06 社會-顧客服務	p.54-61
	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	06 社會-顧客服務	p.54-61