



一  
針  
一  
線

實  
實  
在  
在

# 2014 年度 企業社會責任 報告書

Corporate Social Responsibility  
Report 2014



阿瘦實業股份有限公司  
SHUI-MU International Co., Ltd.

|                      |    |
|----------------------|----|
| ■ 關於我們的報告書           | 3  |
| ■ 經營者的話              | 4  |
| ■ 關於阿瘦               | 5  |
| 3.1 公司簡介             | 05 |
| 3.2 產業概況             | 08 |
| 3.3 營運策略             | 09 |
| 3.4 財務資訊             | 10 |
| 3.5 獲獎榮耀             | 11 |
| 3.6 公司治理             | 12 |
| 3.7 利害關係人議合及真實性考量面鑑別 | 19 |
| ■ 環境                 | 24 |
| 4.1 用水及節能減碳方案        | 24 |
| 4.2 總倉物流推動計畫         | 25 |
| ■ 社會                 | 26 |
| 5.1 育才、惜才            | 26 |
| 5.2 供應鏈管理            | 29 |
| 5.3 顧客服務             | 30 |
| 5.4 社會參與             | 31 |
| ■ GRI 指標索引           | 33 |

## 關於我們的報告書

阿瘦實業自 2014 年起，每年發行「企業社會責任報告書」，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，以及秉持“一針一線，實實在在”的經營精神以落實永續發展之決心，持續推動節省能源與減少資源浪費。本報告書於 2015 年 12 月發行，為阿瘦實業第一本企業社會責任報告書。

### ■ 報告書期間與範疇

本報告書資訊揭露期間為 2014 年度(2014 年 1 月 1 日至 12 月 31 日)，內容涵蓋公司治理、員工照顧、環境保護及社會參與之各項措施。

本報告書的組織範疇，涵蓋了阿瘦實業母公司及旗下子公司(不包含轉投資公司)與台灣區域內阿瘦皮鞋各地分店。

### ■ 報告書撰寫依據

本報告書係參照全球報告倡議組織 ( The Global Reporting Initiative, GRI) 所頒布之 G4 永續性報告指南，並依循「核心選項」之要求撰寫。

### ■ 資訊揭露與計算基礎

本報告書以中文版本，並揭露於本公司網站(<http://www.asogroup.com.tw>)，所揭露之資訊，涵蓋了財務、環境和社會面的政策與表現，在財務資訊部份，為與財報數字一致，呈現了阿瘦實業及旗下子公司的合併資料。

### ■ 聯絡資訊

阿瘦實業股份有限公司 財務處

地址：台北市中山區松江路 168 號 5 樓

電話：(02) 6618-9999

傳真：(02) 6618-1888

電子郵件：[IR@mail.aso.com.tw](mailto:IR@mail.aso.com.tw)

## 經營者的話

台灣的主要經濟指標在過去的一年中緩步回溫，GDP擺脫了先前的低檔表現，全年成長率約3.74%，出口、投資、失業率、股市等重要經濟指標的表現略有轉佳跡象。但若排除出口造成的成長，回顧整體內需產業景氣，由於成本上漲、產業趨勢變化、甚至是層出不窮的食安問題，大環境消費信心仍有不足之感，加上平價服飾等眾多品牌陸續崛起入侵後，消費者對於價格敏感度提升，也使消費者購買行為產生改變，以上都讓業者仍然面對著諸多的挑戰，需要業者更加努力，在這個充滿變化的時代中迎頭趕上。2014年鞋店連鎖產業的板塊結構並未有很大的變化，前五大通路的排名多年來仍維持不變，但各品牌的佈局卻已與過往不同。其中最值得一提的業界大事是本公司2014年9月正式掛牌上市，成為台灣第一家上市的本土鞋類零售業，且為求經營績效，進行展店佈局調整，於優化門市策略下，雖整體店數減少，但因體質獲得調整，使得在盈餘方面反而呈現成長趨勢。62年的龍頭企業能有如此興盛的發展，除了證明本土鞋類零售產業的競爭實力外，也宣示了產業仍有相當大的發展前景。

面對近年來產業發展及潮流趨勢等競爭環境，本公司將憑藉著經營團隊縝密策劃的策略與經營方針，除了強化既有通路之經營外，也亟思品牌價值之提升方案，以多元化發展的目標推動各項業務，讓公司具備更好的彈性與應變力，增長公司的經營績效。身為產業的領導者，我們認為唯有優質的產品與服務才是迎接未來挑戰的不二法門。相對於各競品業者仍固守透過折扣及促銷維持營收表現，本公司除維持必要促銷操作外，更透過高附加價值產品、服務升級、通路優化、會員經營等策略，不僅維持毛利率水準，也有效穩固顧客回購意願。透過未來通路與產品多元化發展推動及顧客CRM經營計劃，相信除能更進一步提高主顧客忠誠度之外，亦能吸引更多其他客層認同，並加大與競爭對手的差距。

今年本公司也將領先業界導入CSR社會責任機制，以更符合舒適健康、友善環境的標準，推出「用料實在」、「作工精緻」、「舒適好穿」的優質產品，全面性回應消費者對我們的期待。這不僅是因應消費趨勢的引導，更是身為產業領導品牌應盡到的責任與義務。我們相信，唯有呼應消費者對品牌的期待、呼應社會大眾對企業的期待，公司的經營與發展才能真正眾望所歸，未來，我們也將以實質的經營績效，呼應投資大眾對我們的期許！

董事長 羅榮岳

## 關於阿瘦

### 3.1 公司簡介

阿瘦起源於「阿瘦擦鞋號」，係由創辦人羅水木先生於 1952 年 11 月 5 日創設，後於 2003 年 8 月 25 日設立阿瘦實業股份有限公司。

本公司創立迄今邁入第六十三年，秉持「堅持做台灣最好的鞋」為經營理念，商品與服務品質深受消費者肯定，自 2002 年起進入快速發展期，在 2002~2007 年間，以每年 25~30 店的速度快速拓展，近年本公司除導入門市優化政策外，也進駐具有發展潛力的購物中心、賣場，因應消費市場改變的需求，2014 年重新評估通路佈局結構，對於所處商圈環境不佳的門市進行關閉或遷移調整；另一方面對於獲利較佳的門市進一步更新店裝，或評估擴大賣場面積成為「大店模式」。此外，也評估於購物中心和量販賣場展店設點，使通路佈局能適應新的消費者生活型態和消費習性，進而掌握社會變遷所帶來的新商機。

阿瘦歷經前 50 年保守紮根奠定良好基礎、10 年快速發展，除成立第二品牌 BESO 外，第三代 CI 亦在此期間啟用，門市亦加速擴展至近 260 店，近年則積極朝集團化目標邁進。

| 項目       | 內容  |
|----------|---|
| 阿瘦品牌成立時間 | 西元 1952 年 11 月 5 日                          |
| 阿瘦實業成立時間 | 西元 2003 年 8 月 25 日                          |
| 股票上市時間   | 西元 2014 年 9 月 15 日                          |
| 創辦人      | 羅水木 先生                                      |
| 董事長      | 羅榮岳 先生                                      |
| 資本額      | 新台幣 6.68 億元                                 |
| 員工數      | 984 人                                       |
| 營業處所     | 台北市中山區松江路 168 號 5 樓<br>台灣本島、金澎、大陸，共 258 家店櫃 |

### 【各階段的 CI】

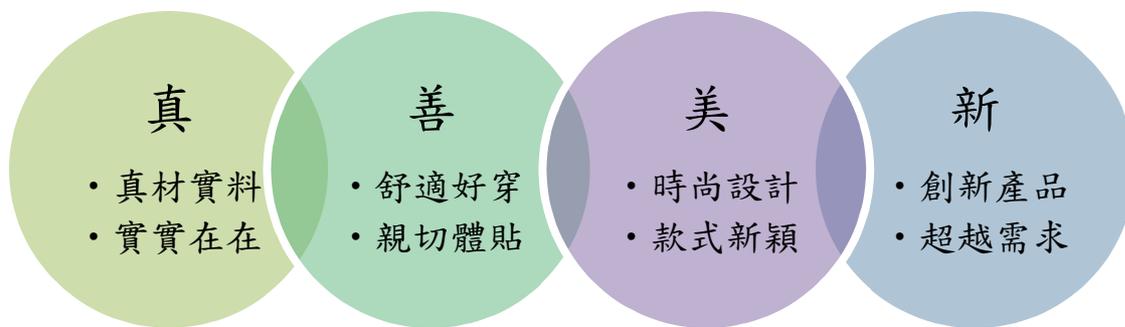
|   |  |
|---|--|
|  | <p>第三代 CI (2002-至今)<br/>阿瘦皮鞋：五十週年慶時，阿瘦更換 CI 為「A.S.O」(Amiable、Stylish、Outlook)，象徵國際化的品牌。</p>        |
|  | <p>第二代 CI (1987-2002)<br/>阿瘦皮鞋：更名後的阿瘦，開始採用英文標示的 CI，當時的「A-SO」是取名阿瘦的諧音，使用黑色與紅色圖文，代表著「紅美黑大方」的美意囉！</p> |
|  | <p>第一代 CI (1971-1987)<br/>阿瘦雙馬皮鞋：採用雙馬皮鞋，是因為總裁及他的大女兒生肖皆屬馬，故當時取名為「阿瘦雙馬皮鞋」。</p>                       |

阿瘦本著 總裁羅水木先生「一針一線，實實在在」的做事態度，至今走過一甲子，多年來，阿瘦始終以「堅持做台灣最好的鞋子」的信念，得到許多愛用者肯定。

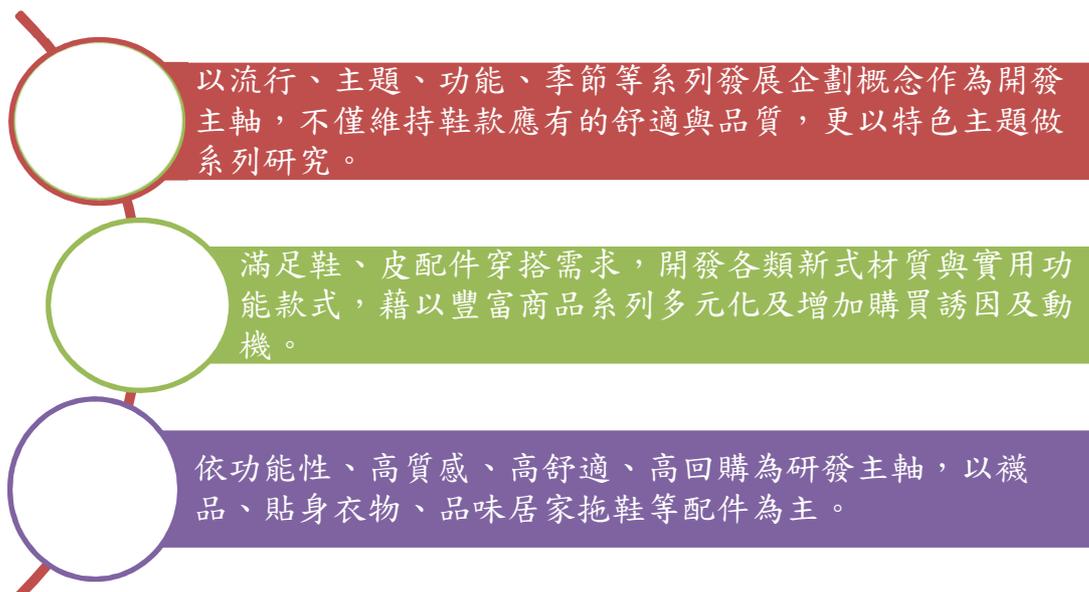
60年來，社會環境不斷變遷，阿瘦集團對產品的堅持與講究卻不曾改變，每一雙阿瘦皮鞋都是「用心、貼心、愛心」的完美呈現。數十年來傳統精湛工藝在阿瘦被保存下來，堅持品質為品牌承諾的長久之計，阿瘦為每一雙鞋注入獨立的靈魂，成為超越時代的藝術。

透過不斷地精進、研發，阿瘦打造每一雙結合了「時尚設計」與「精湛工藝」的鞋款。以「真、善、美、新」為品牌核心經營理念，向未來邁進！

### 【A.S.O 的核心理念】



阿瘦產品主要為鞋類、包類、襪類及其他類等，鞋類商品包含紳士鞋、淑女鞋、童鞋、氣墊鞋及運動鞋等；包類商品包含皮革、布質、尼龍材質等多種包款配件；襪類及其他類商品包含配件類、襪品、貼身衣物、居家拖、鞋類保養品等。阿瘦依據不同分眾客層，企劃多元、豐富化新商品，透過分眾需求類型、功能需求加值，拓展多元化商品化整合的新商機，依類別屬性敘述如下：



**【阿瘦集團品牌特色】**

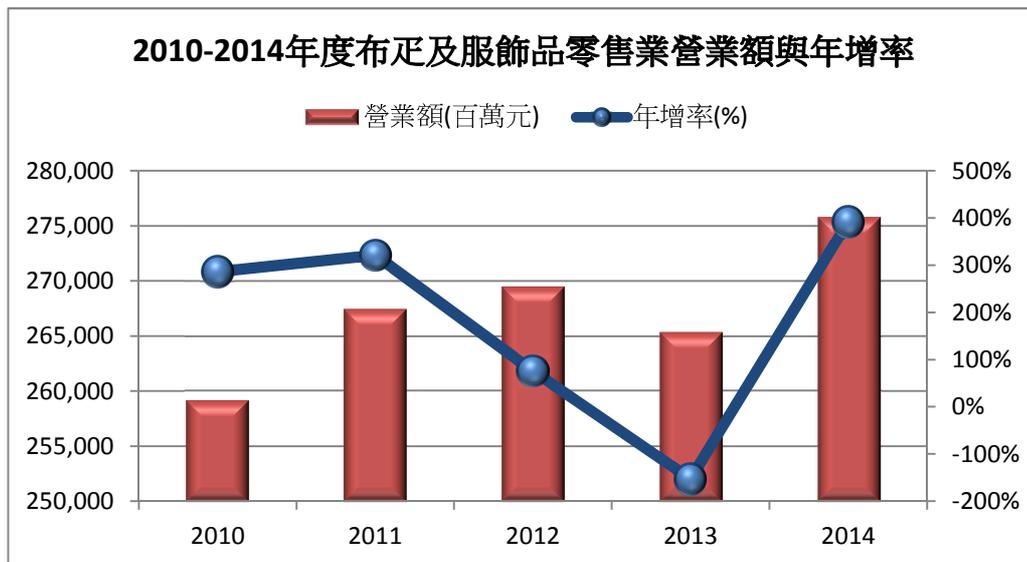
|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
|    |  |                       |  |
| <p>25-45歲男女</p> <p>時尚流行<br/>機能休閒<br/>嚴選皮料<br/>舒適寬</p>   | <p>20-35歲女性</p> <p>鮮豔色彩<br/>異材質設計<br/>流行風格</p>                                    | <p>20-35歲男女姓</p> <p>舒適好穿<br/>休閒輕運動<br/>健康新樂活</p>  | <p>20~29歲女性</p> <p>同西班牙<br/>「KISS」之意<br/>自信熱情<br/>時尚活潑<br/>舒適好穿<br/>平價時尚</p>        |
|   |   |                      |   |
| <p>1947年意大利天才鞋匠Silvio Salomon創辦了Calzaturificio RENATA制鞋工廠</p> <p>Vinaso繼承了RENATA六十年經典的製鞋工藝和意大利的時尚設計</p> <p>2011年由阿瘦實業取得大陸地區代理</p> |   | <p>2012年9月進駐台灣百貨專櫃</p> <p>品牌名稱為法語「藍兔子」之意</p> <p>來自美國紐約品牌</p> <p>融合紐約街頭與歐式雅緻風格</p> <p>時尚潮流，充滿可愛魅力少女風</p> |   |

**【阿瘦會員購物誌】阿瘦嚴選，美好生活的開始**


阿瘦集團除了關心消費者足部需求，更擴大以促進顧客生活的美好為願景，深入會員衣、食、住、行各層面，秉持「阿瘦嚴選」的精神，精心挑選「來源有保證、製程有保障、消費有保護」的優質商品，打造「嚴選品質、物超所值」的購物選單，滿足會員購物的需求。

### 3.2 產業概況

阿瘦係屬零售業，而零售業屬內需型產業，因所營商品涵蓋食、衣、住、行、育、樂等各方面之民生需求，故與國人之國民所得及消費支出密切相關，我國近年來之平均國民所得與平均每人民間消費支出除 2010~2014 年間受到金融風暴影響外，隨著國民所得逐年提升，民間消費意願亦隨之升高。根據經濟部統計處統計資料顯示，2012~2014 年度之零售業營業額分別為 3.7 兆元、3.8 兆元及 4 兆元之規模，其中布疋及服飾品之營業額分別為 2,695 億元、2,654 億元及 2,758 億元。國民所得維持一定水準，而民間消費支出持續增加，帶動零售業近年來之整體營業額穩定成長。



以台灣零售業之發展情形而言，消費市場由製造商主導，轉向零售商主導，再進入消費者主導之市場。隨著國民所得增加、週休二日休閒風氣、交通工具普及、家庭結構改變、婦女就業比率提高，使得零售業營業額維持穩定成長情況。因此，除了注重商品品質外，如何提供消費者舒適安全、生活品味、購買便利等更具附加價值之消費服務，持續提升消費者購買意願及購買力，成為零售業關注之發展方向。而由於零售業之產品大多為民生用品，因此其消費群受地域限制，業者為擴展市場，必須不斷地開發新據點，以發揮規模經濟，滿足消費者購物便利之需求，故零售業之經營型態朝向連鎖化趨勢發展。

本公司經營連鎖鞋店，除一貫秉持商品精緻化與優質化，更持續致力品牌形象工程，而連鎖化之趨勢不僅提高競爭力與知名度，也提升消費者對於連鎖品牌的信任感。而因消費習慣與認知的改變，鞋品已不僅是基本必需品，更是展現個人品味與美感的裝飾品，因此精品鞋業將成為消費主流趨勢。換言之，在台灣鞋類市場中，持續提供個性化、精緻化、年輕化、超值化商品，導入時尚流行元素，發展多元化商品策略，豐富消費者選擇是重要的產業營運發展重點。

### 3.3 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，阿瘦訂定了長、短期的營運策略；

#### ➤ 短期營運策略

- A. 鞏固現有市場，深耕 VIP 客戶，並導入全新顧客關係管理模組與顧客忠誠回饋計畫，以落實顧客管理並鞏固忠誠顧客促進持續回購，增加主要顧客群的貢獻度。
- B. 進行現有店裝的更新改裝，提供更優質之購物環境，並導入全新一代店裝風格，同時加入數位科技載具輔助銷售，以發展賣場體驗、互動式行銷，提昇賣場附加價值。
- C. 成立「A.S.O LIFE」線上購物平台，佈局自有虛擬通路，並進一步整合虛擬與實體通路資源，打造線上線下一致性的購物體驗。
- D. 提高商品提貨券的銷售率，以提升預收的券儲率，有效穩固主顧客群的回購。
- E. 強化與顧客的數位溝通管道(電子型錄、官網、Facebook 粉絲團、LINE@...)，有效率地傳遞行銷資訊，增加營業活動曝光度。
- F. 持續深化會員購物誌的銷售模式，有效運用會員人數與實體通路的優勢，並精進優質商品組合，以提供會員更優質的嚴選商品與更便利的銷售服務平台。
- G. 商品豐富化、多元化，透過有效的銷售、顧客、商品、活動之統計分析及行銷策略規劃，提升業績。
- H. 強化研發技術、商品能力、訂價策略等營運管理機制，以確保公司競爭力。
- I. 精進通路佈局及型態的管理力，並導入新的激勵獎酬計畫，以激勵營業團隊士氣，提高各門市店櫃的獲利能力，進而提升公司的營運績效。
- J. 持續投入德、智、體、群、美五育並進的人才訓練課程，推展全方位的優質服務團隊。
- K. 提高集團資金運用效益、評估及進行各種理財投資方案，控管投資風險並追求穩健報酬。

#### ➤ 長期營運策略

- A. 積極培育及儲備人才：大量培育商品設計、鞋品專業、銷售及經營管理之人才。
- B. 追求「促進顧客足下與生活的美好」之企業願景，發展健康促進商機，並結合產品創新與資通訊應用，創新健康促進商業模式。
- C. 強化組織資訊人才與能力，以加速配合營運所需之資訊系統建置，並持續精進、升級各項資訊系統，以資訊工具提昇公司整體管理營運效能，達到資訊治國的目標。
- D. 長期投入研發技術：持續不斷的創新鞋品功能和技術，提高商品競爭力。
- E. 以代理經銷及跨進電子商務的模式拓展海外市場，結合阿瘦製鞋專家與境外在地合作

夥伴的優勢，加速海外市場佈局。

F. 精實強化管理力：統籌運用資訊、物流、行銷之核心競爭力，增加人才招募培育及財務規劃控管，以擴張營運規模，增進收益與獲利能力。

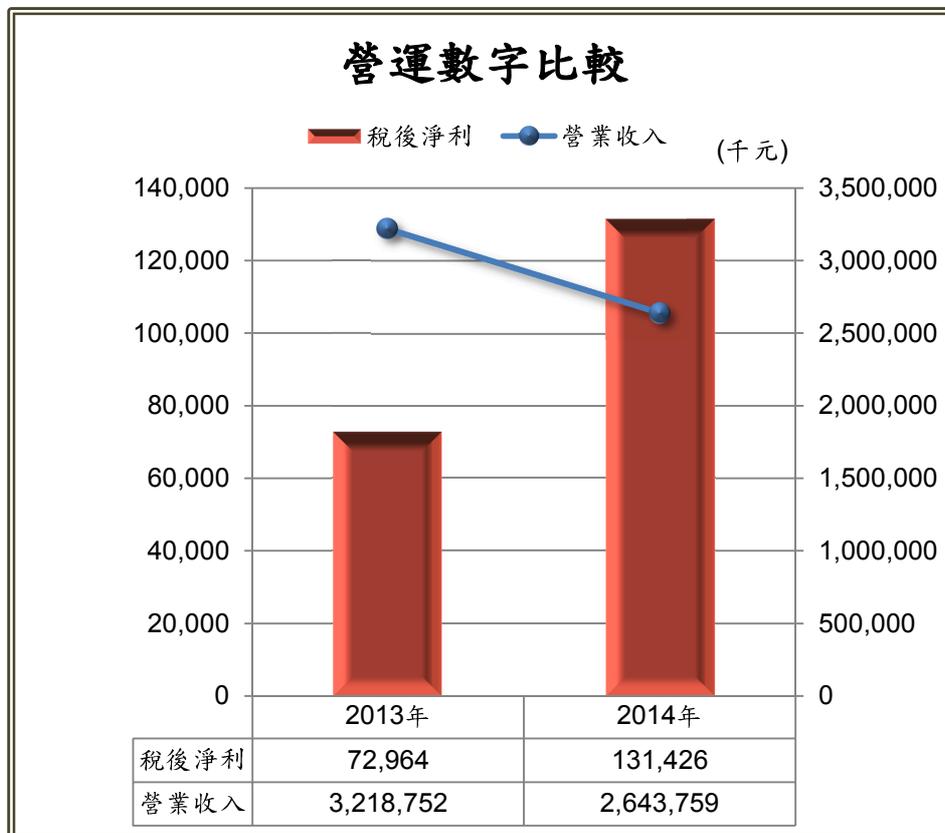
G. 多元化通路策略發展：以鞋、皮、配件為三大發展主軸，利用多品牌、多通路雙軌併行發展經營模式，讓商品更豐富多元化，並藉由實體通路及虛擬通路整合的經營方式，達成建構「阿瘦國際時尚集團」的長期目標。

### 3.4 財務資訊

阿瘦係以台灣內需市場為主之零售百貨業，2014年受到國內整體經濟環境不佳，消費者購買意願下降及2013年體質調整關閉虧損據點之影響下，業績呈現衰退，惟在內部組織精實及支出擷節下，2014年營業淨利及稅後淨利都有顯著增加。

阿瘦十分重視股東權益，一直以來阿瘦秉持實在做事的精神和原則，將焦點著重在公司獲利的改善，而非營收規模的擴張。2014年在經營團隊及全體同仁共同努力下，阿瘦獲利成長80%，股東權益報酬率(ROE)由2013年的4.92%提高至2014年的8.04%；而總資產報酬率(ROA)也增加了2.2%；每股盈餘2.03元，現金股利也較2013年提升。

### 營運績效



## 3.5 獲獎榮耀

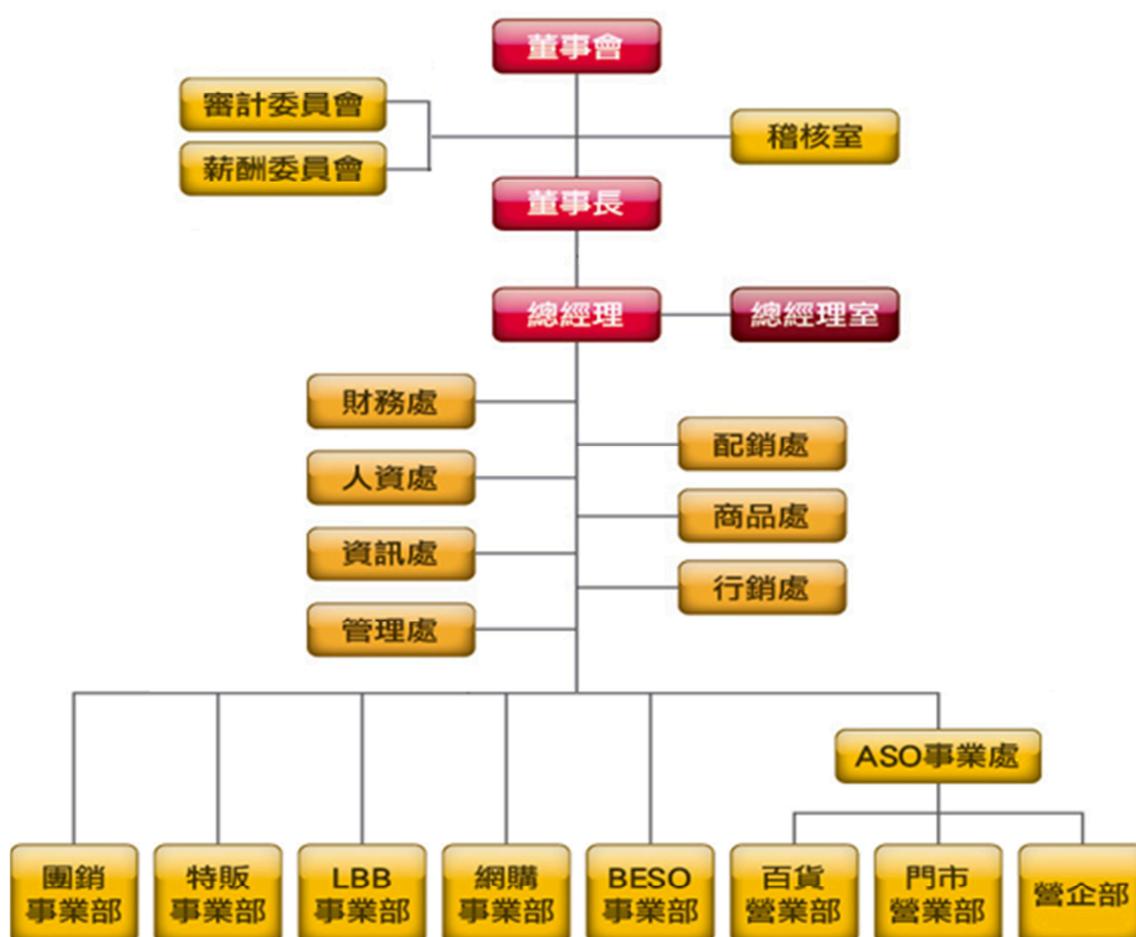
| 年份   | 獲獎項目   |
|------|--|
| 2014 | 瑞士日內瓦國際發明展金牌獎<br>美國匹茲堡發明展金牌獎<br>2011-2014 連續四年榮獲行政院經濟部『台灣精品獎』，創鞋業品牌新紀錄<br>第七屆金省能獎-工商產業組優等獎<br>台北市商店節能設計獎 |
| 2013 | 4 席台灣連鎖暨加盟協會『傑出店長獎』，業界最高<br>2013 行政院經濟部台灣精品獎   |
| 2012 | 2012 行政院經濟部台灣精品獎<br>金點設計獎工業設計大獎  |
| 2011 | 榮獲經濟部台灣百大品牌<br>2011 行政院經濟部台灣精品獎  |
| 2010 | 經濟部第 12 屆國家磐石獎<br>經濟部商業服務業優良品牌獎  |
| 2009 | 經濟部第 17 屆產業科技發展獎：傑出創新獎項<br>時報華文廣告獎<br>1995-2009 第一名理想品牌(蟬聯 14 年)   |
| 2008 | 創下 7 席台灣連鎖暨加盟協會『傑出店長獎』，打破連鎖業紀錄   |
| 2006 | 行政院經濟部台灣優良品牌獎  |
| 2005 | 第一家榮獲行政院經濟部鞋業優良楷模獎   |
| 2004 | 第一家榮獲優良服務商店 (G.S.P.) 認證  |



### 3.6 公司治理

阿瘦實業持續致力於追求公司治理及財務資訊透明化、即時化、公平化，而為完備與強化組織運作之機制，為健全公司治理及強化董事會薪酬管理機能，本公司董事會分別於2012年12月26日及2012年8月10日決議通過設置審計委員會及薪酬委員會，成立以來運作情形良好。另外，本公司設有發言人制度並有專責處理股東建議或糾紛之IR信箱、投資人專線及處理股務事務之股務代理機構。

#### ➤ 公司組織圖



## ➤ 董事會與功能性委員會

本公司於2014年9月成為台灣第一家連鎖鞋業品牌股票上市公司，依相關規定設有董事會、審計委員會及薪酬委員會等組織。此外，本公司訂有「公司治理實務守則」，且已有完備之內部控制及各項管理辦法，控管功能健全，公司運作均遵循「上市上櫃公司治理實務守則」、公司法以及證券交易法等法令法規，並逐步落實公司治理，目前已訂定「股東會議事規則」、「董事及監察人選舉辦法」、「董事會議事規則」及「薪資報酬委員會組織規程」、「公司治理實務守則」、「道德行為準則」、「誠信經營守則」、「審計委員會組織規程」。

### 一、董事會

阿瘦董事會設有七席董事，其中包含有三席的獨立董事，以利強化公司治理。所有獨立董事皆符合相關工作經驗、專業資格與獨立性身分，以期能發揮獨立董事應有之功能。本公司每季至少召開一次董事會，遇緊急情事時則隨時召開之，相關會議記錄皆依規定辦理保存。並藉由董事會的召開讓董事更了解公司營運現況，來強化管理機能及加強公司治理。董事會成員目前兼任本公司及其他公司之職務狀況如下：

#### 董事長兼總經理 羅榮岳

- 阿瘦(上海)貿易有限公司執行董事
- 阿瘦(南京)貿易有限公司執行董事
- 南通阿瘦貿易有限公司執行董事
- 薩摩亞商GLORY盟亮顧問有限公司董事
- 威榮投資(股)公司董事長
- 雙岳鞋業有限公司董事
- 岳芽泉(股)公司董事長
- A.S.O International Co., Ltd. 董事
- A.S.O International Holdings Co., Limited 董事

#### 董事

薩摩亞商GIANT大利  
顧問有限公司  
代表人：羅水木

- 仟樺建設(股)公司董事
- 乃榮投資(股)公司監察人
- 薩摩亞商GIANT大利顧問有限公司董事

董事  
羅榮科

- 阿瘦(上海)貿易有限公司監事
- 優尼聖企業(股)公司董事長
- 乃榮投資(股)公司董事長
- 碩榮(股)公司董事長
- 伊蘿興投資有限公司董事
- 伊蘿安企業(股)公司董事長
- 水木有限公司董事
- SUNVISION INTERNATIONAL CO., LTD 董事
- Grand Sky Group Limited 董事

董事  
王淑嫻

- BERNINI貝爾尼尼服飾集團首席顧問

獨立董事  
周正剛

- 金石堂圖書(股)公司董事
- 高砂紡織(股)公司董事長

獨立董事  
吳文欽

- 吳念真企劃製作有限公司董事長
- 玉品餐飲(股)公司獨立董事

獨立董事  
柳承志

- 凡甲科技(股)公司董事長特別助理
- 立全科技(太倉)有限公司執行董事
- 永冠投資(股)公司董事長

## 二、審計委員會：

本公司於 2012 年 12 月 18 日董事會決議通過設置審計委員會，使董事會健全監督功能及強化管理機能，委員會由公司三位獨立董事所組成，藉由其專業之分工及獨立超然之立場，協助董事會決策，並有效監督管理階層的經營活動。審計委員會成員與其學經歷如下：

| 獨立董事<br>周正剛  | 獨立董事<br>吳文欽  | 獨立董事<br>柳承志   |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 東海大學化學系學士</li> <li>• 台灣化學纖維(股)公司</li> <li>• 金石堂圖書(股)公司董事</li> <li>• 高砂紡織(股)公司董事長</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 輔仁大學會計學系學士</li> <li>• 吳念真企劃製作有限公司董事長</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 台灣大學EMBA財務金融組碩士</li> <li>• 資誠會計師事務所資深顧問</li> <li>• 凡甲科技(股)公司董事長特別助理</li> </ul> |

## 三、薪資報酬委員會：

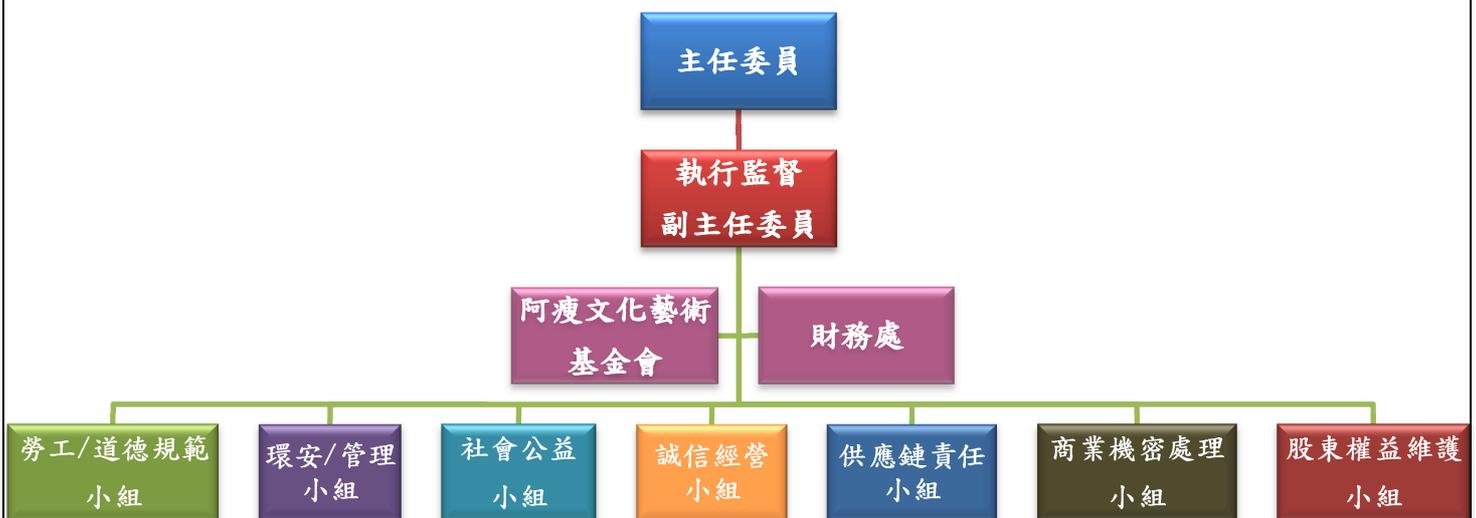
本公司於 2012 年 8 月 10 日董事會決議通過設置薪資報酬委員會，以強化董事會薪酬管理機能，委員會由公司三位獨立董事所組成，協助董事會執行與評估整體薪酬福利政策以及董監事與經理人之報酬，確保薪資報酬安排符合相關法令並足以吸引優秀人才。薪資報酬委員會成員與其學經歷如下：

| 獨立董事<br>周正剛  | 獨立董事<br>吳文欽  | 獨立董事<br>柳承志   |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 東海大學化學系學士</li> <li>• 台灣化學纖維(股)公司</li> <li>• 金石堂圖書(股)公司董事</li> <li>• 高砂紡織(股)公司董事長</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 輔仁大學會計學系學士</li> <li>• 吳念真企劃製作有限公司董事長</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 台灣大學EMBA財務金融組碩士</li> <li>• 資誠會計師事務所資深顧問</li> <li>• 凡甲科技(股)公司董事長特別助理</li> </ul> |

### ➤ 企業社會責任委員會

企業社會責任管理委員會為阿瘦內部管理組織之一，負責統籌全公司企業社會責任及永續發展方向與目標擬定。

管理委員會下設有以下七個功能小組：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。



## ➤ 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；稽核室亦依風險評估結果擬訂其年度稽核計畫，並確實執行，落實監督機制及控管各項風險管理之執行。

阿瘦評估公司各項營運，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，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。



上述風險之負責單位及風險管理方式如下：

|                       |   |
|-----------------------|---|
| <h3>財務風險</h3>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>負責單位：財務處、稽核室</li> <li>控管方式：               <ol style="list-style-type: none"> <li>訂定各項策略並執行</li> <li>風險評估查核模式</li> </ol> </li> </ul>              |
| <h3>市場風險</h3>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>負責單位：董事會、總經理室</li> <li>控管方式：               <ol style="list-style-type: none"> <li>訂定各項策略並執行</li> <li>針對可能發生之事場風險危機進行管控及處理</li> </ol> </li> </ul> |
| <h3>策略及營運<br/>風險</h3> | <ul style="list-style-type: none"> <li>負責單位：ASO事業處、行銷處</li> <li>控管方式：               <ul style="list-style-type: none"> <li>策略營運之事前風險評估及事後績效追蹤</li> </ul> </li> </ul>                    |
| <h3>災害風險</h3>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>負責單位：管理處</li> <li>控管方式：               <ul style="list-style-type: none"> <li>訂定應變措施管理辦法及規劃教育訓練制度</li> </ul> </li> </ul>                          |

➤ 內部稽核

本公司透過隸屬於董事會的稽核室來進行獨立、客觀地評估阿瘦公司的內部控制制度之完備性、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，同時協助管理階層履行其責任。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。

➤ 反貪汙、反貪瀆

阿瘦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」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，2014 年度並未有員工違反道德行為準則之情事。

### 3.7 利害關係人議和及真實性考量面鑑別

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。我們希望聽見各利害關係人的聲音，故提供多重溝通管道及主動資訊揭露，藉以與利害關係人保持良好的對話溝通。

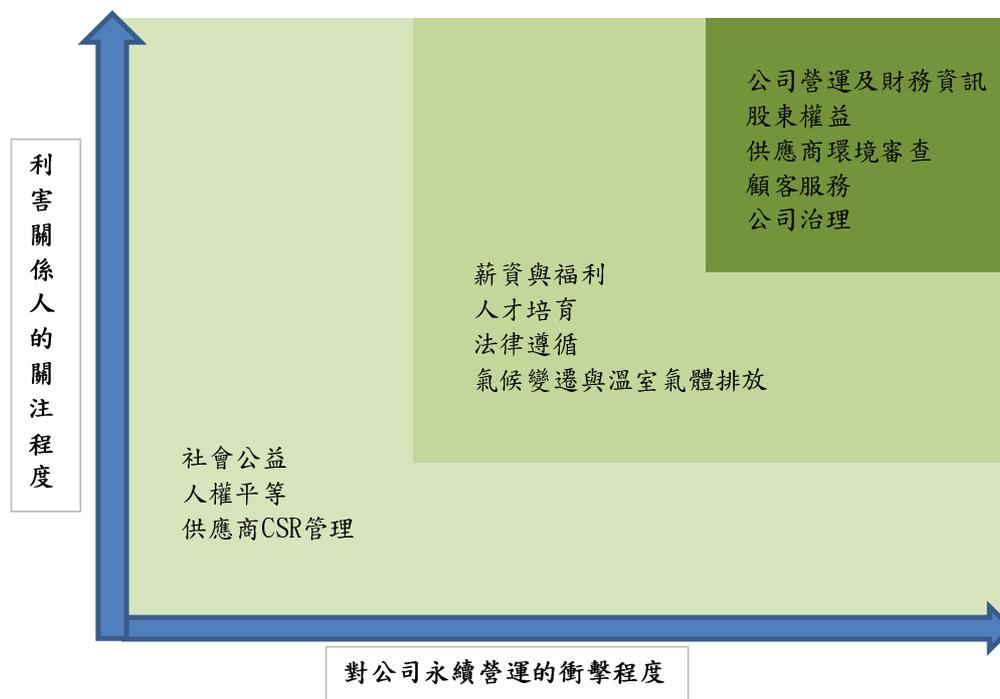
我們期許能透過這本報告書與利害關係人進行有效溝通，為確認報告書中所揭露的資訊符合利害關係人所關切的議題，提供利害關係人對於永續資訊的需求，除導入實質性分析方法外，2014年更參考GRI-G4將鑑別考量面之範圍與邊界納入，我們實質性分析流程說明如下：



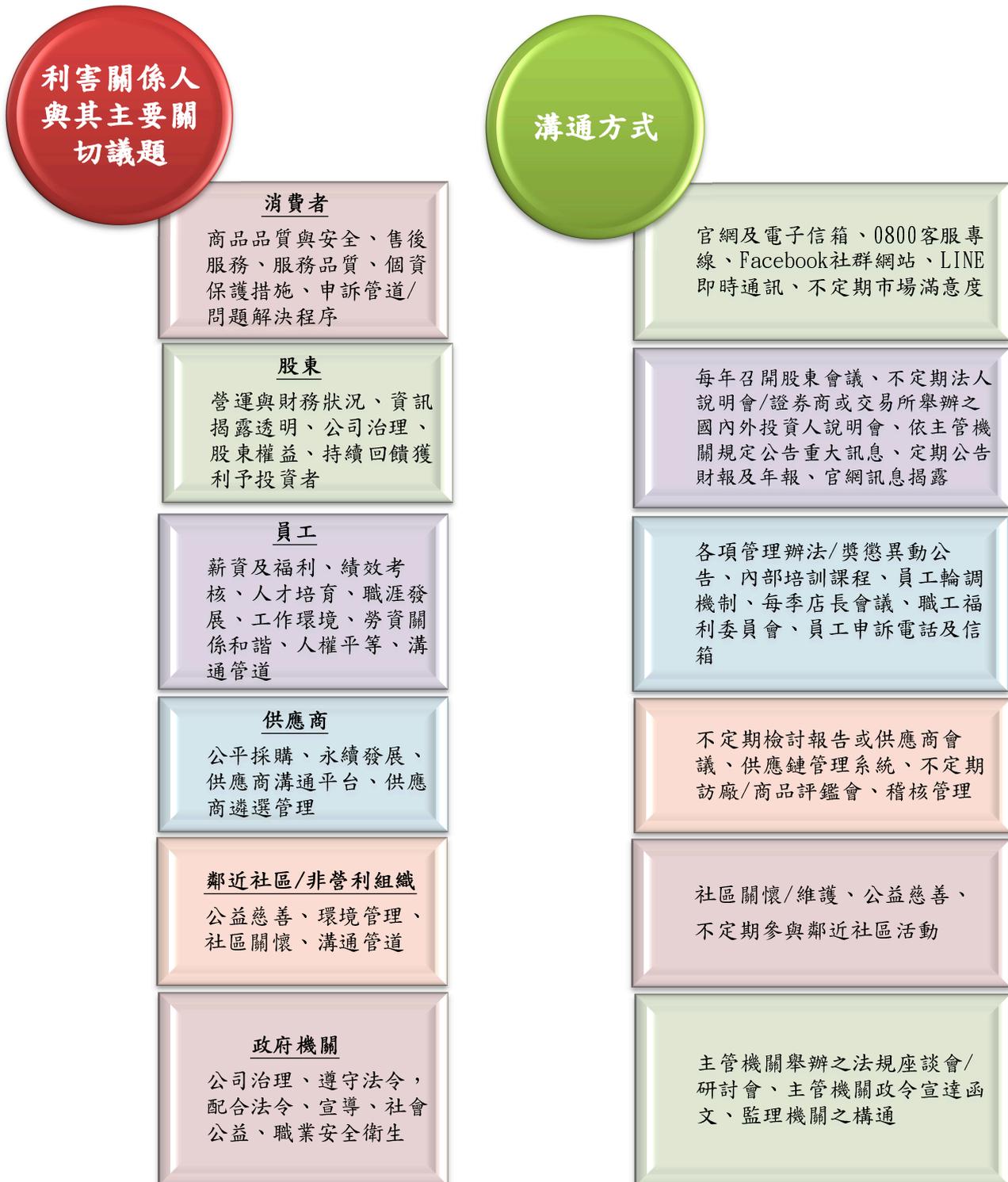
➤ 實質性議題分析與排序

下圖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。

本報告書將針對各重大實質性考量面，於各自章節做更詳細的說明，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集團官網-利害關係人專區或其他溝通管道予以回應。



一直以來，阿瘦秉持著提供最好的「商品」與「服務」而努力，透過多元的溝通管道，幫助公司聽到各利害關係人真實的聲音，主要的溝通管理如下表所示：



### ➤ 報告書重大考量面與邊界

完成重要關切議題之排序後，本報告書將針對各重大實質性考量面，於各自章節做詳細說明，以呼應排序出的重要關切議題。

此份企業社會責任報告書涵蓋之實質性組織內邊界為阿瘦集團及營業據點，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，以鑑別出本報告書之實質性考量面及邊界。

下表為實質性與邊界關係表，說明各個實質性方面所涵蓋到的邊界，相關考量面之管理方法則標註於GRI指標索引，於各實質性指標中說明。

| 類別  | 考量面         | 組織內邊界 |      | 組織外邊界 |     |    |
|-----|-------------|-------|------|-------|-----|----|
|     |             | 集團    | 營業據點 | 顧客    | 供應商 | 社區 |
| 經濟面 | 經濟績效        | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 市場形象        | ●     | ●    | ●     |     | ●  |
|     | 採購實務        | ●     | ●    |       | ●   |    |
| 環境面 | 原物料         | ●     | ●    |       | ●   |    |
|     | 能源使用        | ●     | ●    |       |     | ●  |
|     | 水資源使用       | ●     | ●    |       |     | ●  |
|     | 氣候變遷與溫室氣體排放 | ●     | ●    |       | ●   | ●  |
|     | 產品及服務       | ●     | ●    | ●     |     |    |
|     | 法規遵循        | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 交通運輸        | ●     | ●    | ●     |     |    |
| 社會面 | 勞雇關係        | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 職業健康與安全     | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 訓練與教育       | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 員工多元化與平等機會  | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 女男同酬        | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 勞工實務問題申訴機制  | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 投資          | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 不歧視         | ●     | ●    | ●     | ●   | ●  |
|     | 童工          | ●     | ●    | ●     |     |    |
|     | 強迫與強制勞動     | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 反貪腐         | ●     | ●    |       |     |    |
|     | 反競爭行為       | ●     | ●    | ●     |     |    |

|          |   |   |   |   |   |
|----------|---|---|---|---|---|
| 顧客的健康與安全 | ● | ● | ● |   |   |
| 產品及服務標示  | ● | ● | ● | ● |   |
| 行銷溝通     | ● | ● | ● |   |   |
| 顧客隱私     | ● | ● | ● |   |   |
| 社區參與     | ● | ● |   |   | ● |

●：具有實質性，且於本次報告書揭露。

## 環境

近年來全球氣候變遷正在加速發生，引起全球環保意識抬頭，聯合國氣候變遷問題小組(IPCC)表示，全球暖化帶來的風險和衝擊，遠比當初估計的更加嚴重，不僅威脅動植物的生存，還會造成飢荒、疾病、乾旱、洪水、甚至戰爭等等問題繼續惡化。儘管危機迫在眉睫，報告指出全球若能有共識，起而行，在未來幾十年內，有效減少溫室氣體排放，還是有機會避免最糟的後果。

而全球各界對於溫室氣體排放也已列關注之重點，各國逐步協商規劃，共同保護環境，永續發展，阿瘦身為全球的一份子，發展永續環境成為阿瘦重要的課題，也成為我們企業社會責任政策的承諾。

### 4.1 用水及節能減碳方案

阿瘦為減少碳足跡與溫室氣體減量，推行下列措施：

節能空調：室內辦公室冷氣設定 27 度。營業店面冷氣設定 26 度。

節能照明：室內辦公室照明分區控制，每天中午關燈一小時。營業店面陳列區全部改用 LED 燈取代傳統耗電的 T5、HQI 燈具及 BB 燈。

節能設備：選購環保標章、節能標章之電器產品。辦公室及全國營業店面下班後，電腦全面關機，工作日午休或離開座位區不辦公時段螢幕需關閉，非顛峰時段，影印機用畢轉換為省電模式。

節能用紙：除呈主管機關文件及稅務相關憑證及文件使用文書紙張外，公司文件或記錄全面採用無紙化電子文件簽核。公司亦選購再生紙。

減量廢物：辦公室及營業店面用完之印表碳粉匣交由回收廠處理。辦公區實施垃圾不落地，全員垃圾減量，實施垃圾分類、資源回收。

省水裝置：使用變頻式冷氣取代水塔式冷氣、廁所設立省水裝置。

除了上述各項措施外，阿瘦亦致力於鞋盒、紙箱回收，並透過積極推動，以鼓勵性質獎勵員工共同投入，如：每年頒發積極配合的營業前線同仁獎金與「愛地球達人」表揚，來提升回收的效能。近年來紙箱回收比例已超過 70%，而鞋盒回收也已突破 10%。自 2013 年起，新裝或改裝之營業店面，全面改用省電燈源、空調，以勵行節能活動。

2014 年用電度數較 2013 年大幅下降 14%，總計溫室氣體排放量減少約 102 萬 kgCO<sub>2</sub>e。

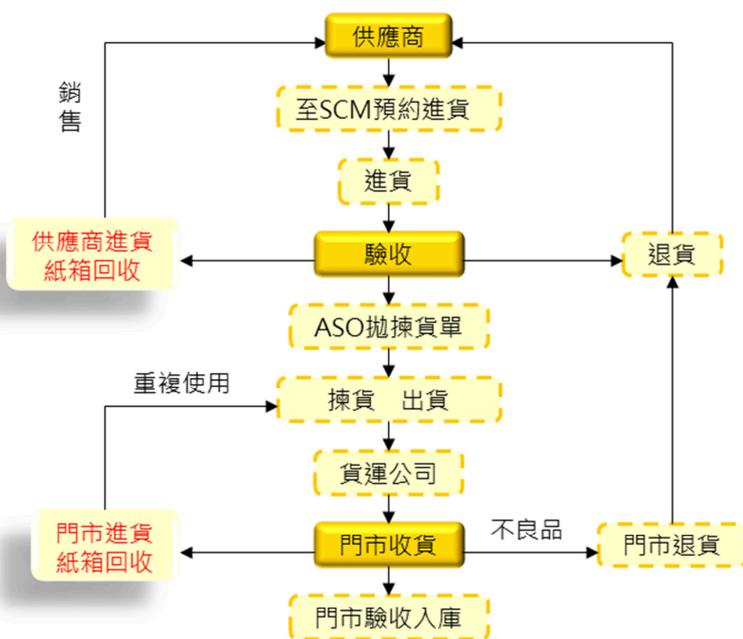
全省電費 2014 年 VS. 2013 年使用度數比較表：

| 場所   | 2014 年總度數 | 2013 年總度數  | 下降度數        | 下降幅度 |
|------|-----------|------------|-------------|------|
| 營業據點 | 9,591,036 | 11,148,607 | (1,557,571) | -14% |
| 總服務處 | 325,600   | 359,720    | (34,120)    | -9%  |
| 總計   | 9,916,636 | 11,508,327 | (1,591,691) | -14% |

### 4.2 總倉物流推動計畫

阿瘦開發第三方物流商，從供應商進貨到商品送達門市的流程，以「進貨標準化」及「系統化」的模式，妥善控管運費支出及提高到貨精確度，因此到貨準確率趨近於 100%，有效降低運送次數，進而減少碳排放量；並導入「今天供應商進貨，明天門市到貨」之物流機制，縮短進、出貨時間，提昇物流品質。

#### 物流管理



- 1. 導入DPS電子資料標籤揀貨系統
- 2. 出貨逐雙稽核、攝影保全系統

#### 到貨時效提升

| 年度        | 到貨時間(hr) |
|-----------|----------|
| 2007~2008 | 96       |
| 2009~2010 | 48       |
| 2011~今    | 24       |

#### 到貨準確率提升

| 年度        | 到貨準確率    |
|-----------|----------|
| 2009~2010 | 99.9997% |
| 2011~2012 | 99.9999% |
| 2013~2014 | 99.9999% |

## 社會

阿瘦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。

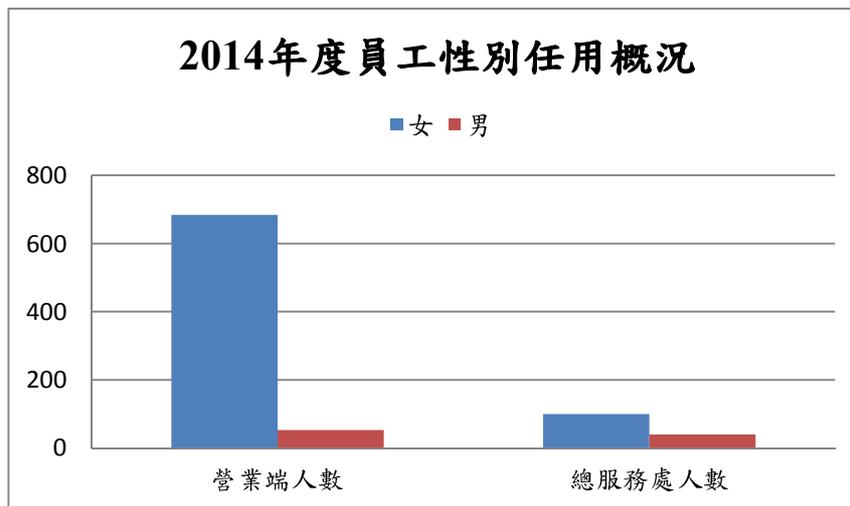
阿瘦認為員工是企業重要的資產之一，因此透過完善的人力資源制度，阿瘦提供員工合理且公平的薪資福利，舒適且安全的工作環境，透明的升遷管道及定期的教育訓練。阿瘦亦遵循人權的相關規定，並致力於防止歧視、童工、強制勞動等情事發生。

身為零售通路，阿瘦介於供應商與消費者中間。阿瘦的使命是「堅持品質、服務第一，成為顧客足下與美好生活的第一選擇」，透過有效且即時的供應商管理，阿瘦能夠掌握商品品質，並要求廠商遵循商品標示法。在長期發展下，阿瘦期待能與供應商共存共榮，一同為消費者創造更高價值！

### 5.1 育才、惜才

阿瘦為一連鎖鞋店，商品以流行、主題、功能、季節等系列為開發主軸，透過不斷地精進、研發，打造每一雙結合了「時尚設計」與「精湛工藝」的鞋款。希望帶給顧客「真、善、美、新」的品牌核心理念。因此，身為阿瘦的一份子，我們將生活融入工作，讓單調無趣的工作增添色彩，並在工作的同時提升流行的敏感度。

截至2014年12月31日止，阿瘦人共有984位，其中女性員工佔全體員工約89%，男性員工則佔11%。



為了提高顧客價值與提供顧客更完善的服務，阿瘦期待阿瘦人能具備工作熱忱，並與阿瘦共同努力成長。然而，快速變動與高度競爭的環境，導致人力的高度流動。

根據104人力銀行調查，近年一般服務業離職率約為17%，其中零售服務業離職率為23.5%，而阿瘦年度離職率高於業界均值；一般服務業60天的新進留任率平均為57%，而阿瘦平均值為59.7%高於平均值。

### ➤ 員工薪獎與福利

阿瘦在薪酬制度上講求公平性，並排除因地區、年齡、年資、種族或性別之不同而區別起薪或調薪，每位同仁皆是經由綜合考績進行薪資調整，並提撥足額之退休金準備讓員工未來無後顧之憂。

阿瘦除了設置福委會外，亦提供優於勞基法的福利回饋給阿瘦人，例如：員工旅遊及舒壓按摩，讓阿瘦人在工作之餘能有正當休假放鬆之外，也能夠與公司內的同仁一同出遊，凝聚向心力。



### ➤ 員工安全與保護

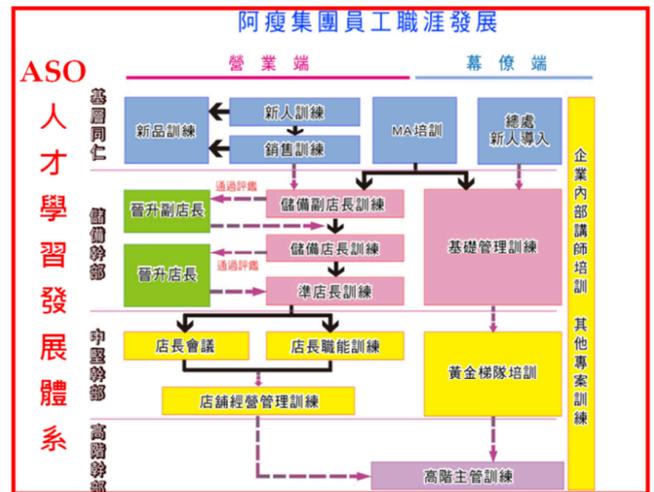
工作環境之安全是公司責任的一部分，因此，除了針對門市及總公司舉行消防安檢、維護各項設施之外，針對門市環境及安全管理亦訂定 SOP 守則，以加強門市人員緊急應變能力。此外，總服務處並安排兩名兼任勞安人員於每年固定受訓法定時數取得證照，替公司的員工安全把關。

➤ 員工發展與訓練

一、人才培育

阿瘦集團秉持以人為本的核心精神，致力於集團各職能人才之養成、儲備，並持續落實 TTQS 的精神辦理各項教育訓練。

本公司依照集團教育訓練藍圖，針對營業端及幕僚端，提供不同階層的多元化專業訓練，包括：新人訓練、專業訓練(與鞋技中心合辦商品知識認證班，共核發 525 份合格證書)、管理訓練、內部講師訓練等。

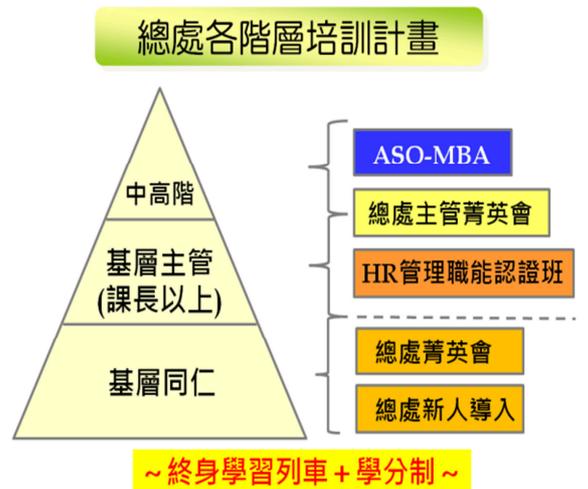
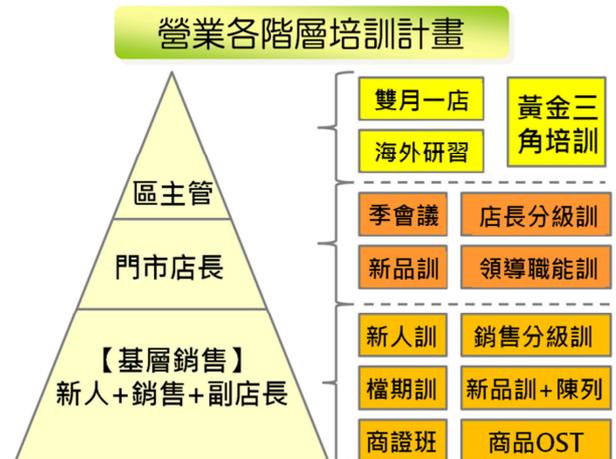


二、職涯發展

阿瘦集團 261 個營業據點全部都是直營店，店長全部都是自行培訓養成。公司從 2001~2013 年參選台灣連鎖暨加盟協會：全國傑出店長選拔，共榮獲 41 席，且其中有 5 年為企業得獎席次之冠。營業人才培訓與養成成為本公司重要的核心競爭力。

因應組織發展需求，辦理儲備幹部培訓和中階主管培訓課程，並於 2013 年首次開辦針對高階接班團隊養成的 ASO-MBA 課程(接班人計畫)，搭配跨部門專案任務，以培養多元商品和通路的經營管理人才。

為了於企業中落實「五育並重，全人發展」的人才培育理念，特聘請專業國手教練開立 ASO 體適能班，以培養強健體魄面對工作與生活中的各項挑戰；同時導入「學分制」，開辦各項美學課程、參訪活動和志工服務等，協助同仁全方位的學習成長。



### ➤ 員工申訴機制

阿瘦提供員工完善的溝通及申訴管道，於官網建立專區提供員工申訴，同時透過電子平台及內部網絡，如EIP，阿瘦能與員工進行有效的雙向溝通。若員工對於組織、制度或政策有任何想法，亦可透過電子信箱及0800免付費電話，提出想法。

### ➤ 人權保護

阿瘦對於員工一視同仁，不因性別、年齡、種族、膚色、宗教、黨派、殘障等情況歧視員工，阿瘦保障員工「人人有權享受平等保護，不受任何歧視」。2014年報告期間，阿瘦並未有任何歧視事件發生。

阿瘦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。阿瘦重視人權保護，並要求所有人權相關之議題皆遵循法令要求。阿瘦不雇用童工，2014年報告期間，阿瘦並未有任何使用童工之情事。

阿瘦並無強迫及強制勞動之事件，阿瘦確保用於提供服務之人力及整體的雇用條件皆屬自願性。阿瘦提供員工符合、甚至優於當地法令之最低限度工資與福利。阿瘦提供員工有薪假，不強迫員工之工時超過當地法令規定，並遵守加班工資的要求或必要的補償。

## 5.2 供應鏈管理

阿瘦為一歷史悠久之本土企業，合作之供應廠商大都配合多年，阿瘦秉持長期發展、共存共榮的理念，積極輔導供應商進行「廠房更新」、「作業電腦化」、「流程標準化」，提高供應商產能及商品良率。

阿瘦與供應商合作前，均會對供應商進行一系列評估，評估合格後才會列入本公司配合之供應商名單。其中針對有無影響環境與社會的評估重點如下：

1. 供應商是否領有合格營運之相關證照。
2. 供應商使用的物料是否符合本公司之要求，例如皮料不含六價鉻。
3. 供應商生產過程中可能產生的各式污染物，是否具備處理能力及相關處理的軟硬體設備。

供應商契約書中，供應商應確保來料及商品品質，禁止侵害他人智慧財產權等之情事，恪遵相關法令規定，並應配合公司在人權面、環境面、產品責任面倡導達到企業永續經營之使命，達到公司與供應商共同致力提升企業社會責任的目的。若供應商違反企業社會責任政策，且對社會及環境有顯著影響時，本公司得隨時解除契約。

若商品有任何問題或疑慮，阿瘦會優先考量消費者，將問題或疑慮商品快速下架，且停止販售，以保障消費者權益及安全。

為了與供應商進行有效溝通，阿瘦每半年舉辦「供應商會議」做良性交流，同時不定期揭露最新資訊於供應商管理平台 (SCM) 上，以回應供應商之需求。在使用電子採購系統下，阿瘦能降低供應商作業流程，以達到快速、精準的供應商管理目標。

## 5.3 顧客服務

### ➤ 商品品質及安全

阿瘦以「堅持品質、服務第一，成為顧客足下與美好生活的第一選擇」為宗旨，嚴格要求供應商應確保來料及商品品質，禁止侵害他人智慧財產權等之情事，恪遵相關法令規定。同時，商品有任何問題或疑慮，必先下架且停止販售，以確保顧客之安全。

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到商品之售價，保障消費者權益。

### ➤ 賣場安全及保障

阿瘦的展務部門會定期檢查、巡視並維護門市設備，以確保賣場安全。一旦門市人員發現設備有所損壞，亦立即通知展務部門人員進行維修。於賣場安全中，為因應可能產生之風險，阿瘦皆提前準備預防危險之發生。

阿瘦皆為顧客投保公共意外險，若顧客於任一阿瘦分店中發生意外，分店人員會陪同就醫，並申請理賠，以保障顧客之人身安全。

### ➤ 顧客隱私保護

為確保營運所需之個人相關資料能獲得妥善保護，阿瘦於 2014 年訂定個人資料保護管理辦法。根據該管理辦法，分店所填之資料或顧客相關之表單，均經妥善保管，不得任意翻閱，並定期銷毀相關個資資料，以維護顧客資料之安全。

## 5.4 社會參與

### ➤ 美麗山田，萌出孩子的美感與視野

有感於偏鄉地區孩子，因文化環境不利、資源有限等因素，使學童困於學習，教育不平等，難以接近“美”的世界，即便孩子們擁有對美感及文化的天分，卻缺少社會為他們開啟一扇窗，迎向美麗的風景。因此阿瘦集團於2011年創立阿瘦文化藝術基金會，開啟「美麗山田—偏鄉美學播種計畫」，著手推動以美學來進行公益回饋。



花蓮縣偏鄉地區，一所不到30位師生的美麗校園，阿瘦文化藝術基金會幫助每一位小朋友，實現一人擁有一支樂器的夢想，更讓他們在火車站近距離與觀眾接觸，無限激發小朋友的潛能；三峽山中的孩童，雖然擁有非常豐富的自然生態資源，卻沒有機會將這些與藝文創作結合，阿瘦文化藝術基金會更透過各式各樣的素材，引導出他們展現出各種天馬行空的想法。三年多期間，近50次的方案贊助執行，帶領近2,000位偏鄉學童親近美學、培養視野，透過美術、音樂、舞蹈、傳統工藝等方式，融入孩童的生活中，幫助孩子了解自己的成長空間，更傳承在地文化的認同情感。

阿瘦文化藝術基金會更於2014年榮獲內政部「2014年度暑期青春專案」民間優良贊助團體第二名殊榮，「美麗山田計畫」真正實現了「用文化藝術和社會共好，讓美學創意與生活相融」的理想，推動心美、人美、社會美的力量。未來阿瘦文化藝術基金會不僅是支持弱勢偏鄉學童，更將擴展至文化藝術人才養成。紮根台灣的阿瘦集團，更盼望美的力量在台灣紮下更深的根基。



➤ 阿瘦送愛不間斷，幫助弱勢走入希望

本公司設有愛心倉，凡國內有重大災害或社會弱勢需求時得開倉發送愛心鞋予需求之民眾。接受過阿瘦愛心鞋包括921災民、台灣世界展望會、家扶基金會、勵馨基金會等，除了物資到場協助，亦邀請同仁現場關懷弱勢。除了弱勢贈鞋，公司也力挺國際大事，以聽奧為例，公司贊助中華代表團開幕用鞋，鼓勵為國爭光；當世博台灣館在世界發光之前，也先行贊助工作人員用鞋。



此外，公司定期舉辦「專案營收全捐」捐助弱勢活動，指定特定商品之銷售收益，全數捐給弱勢團體維持工作需求，以2011年為例，4萬支愛心公益傘行動，共捐出665萬元予七個社會弱勢團體，以幫助弱勢朋友渡過難關。2012年公司特為景美女中國際拔河選手們研發製作專業之拔河鞋，並捐拔河鞋給

國手們練習時穿用。2014年高雄氣爆公司更號召員工與公司攜手共同捐款給紅十字總會專款專用捐助高雄氣爆案受難者。

➤ 彎腰清掃謙卑愛地球

近年來阿瘦積極參與台灣美化協會各項活動，包括公共廁所的清掃學習、鄰近社區的清潔美化等，均由董事長羅榮岳親自帶領員工一起參與，除了學習「凡事徹底、磨練心志、謙卑學習、感恩惜福」的精神，也期望彎腰清掃背後所帶來的謙卑、省思及愛地球的種種精神，能傳遞給更多人知道。



## ◎一般標準揭露

| GRI 指標       | 說明  | 報告章節  | 頁數                         |
|--------------|---|---|----------------------------|
| <b>策略與分析</b> |   |   |                            |
| G4-1         | 組織最高決策者對其組織與策略的永續性之相關聲明                   | 02 經營者的話  | P4                         |
| <b>組織概況</b>  |   |   |                            |
| G4-3         | 組織名稱                                      | 03 關於阿瘦-公司簡介  | P5                         |
| G4-4         | 主要品牌、產品與服務                                | 03 關於阿瘦-公司簡介  | P6-7                       |
| G4-5         | 組織總部位置                                    | 03 關於阿瘦-公司簡介  | P5                         |
| G4-6         | 組織在多少個國家營運、在那些國家有主要業務與報告所述之永續性主題相關        | 03 關於阿瘦-公司簡介<br>03 關於阿瘦-營運策略                                | P5<br>P9-10                |
| G4-7         | 所有權的性質與法律形式                               | 03 關於阿瘦-公司簡介  | P5                         |
| G4-8         | 機構所服務的市場(包括地區、服務的行業、客戶/受益者類型)             | 03 關於阿瘦-公司簡介<br>03 關於阿瘦-產業概況<br>03 關於阿瘦-營運策略                | P5<br>P8<br>P9-10          |
| G4-9         | 組織規模(資本額、營業據點總數、銷售額、員工總數)                 | 03 關於阿瘦-公司簡介<br>03 關於阿瘦-營運策略<br>03 關於阿瘦-財務資訊<br>05 社會-育才、惜才 | P5<br>P9-10<br>P10<br>P26  |
| G4-10        | 員工人數(揭露 d 岸地區與性別劃分之員工人數)                  | 05 社會-育才、惜才   | P26                        |
| G4-11        | 受集體協商協定保障之總員工數比例                          | *在台灣，阿瘦一般員工可透過福委會和員工申訴機制反映工作上相關問題。目前，阿瘦並無設立工會和員工協商機制。       |                            |
| G4-12        | 描述組織的供應鏈情況                                | 05 社會-供應鏈管理   | P29                        |
| G4-13        | 報告期間內、組織規模、架構、所有權或供應鏈的重大改變                | *阿瘦組織規模、架構、所有權或供應鏈定無重大改變。                                   |                            |
| G4-14        | 組織是否有因應之預警方針或原則(營運規劃中的風險管理方法，或開發及推出新產品方法) | 03 關於阿瘦-營運策略<br>03 關於阿瘦-公司治理<br>05 社會-供應鏈管理<br>05 社會-顧客服務   | P9<br>P12-18<br>P29<br>P30 |
| G4-15        | 組織參與或支持的外界發起的經濟、環境、社會公約、原則或其他倡議           | 03 關於阿瘦-獲獎榮耀<br>05 社會-育才、惜才                                 | P11<br>P26                 |
| G4-16        | 列出所加入的協會(如行業協會)和國家或國際性倡議機構，且：在協會          | *阿瘦為「連鎖加盟協會」之一員   |                            |

| GRI 指標          | 說明   | 報告章節                                    | 頁數     |
|-----------------|--|---|--------|
|                 | 佔有席位/參與專案或委員會/提供除了常規會費的大額資助/視會員資格具策略意義                           |   |        |
| <b>鑑別重大性與邊界</b> |  |   |        |
| G4-17           | a.列出組織合併財務報表或等同文件中所包含的所有實體<br>b.說明是否有在組織合併財務報表或等同文件中的實體未包含在此報告書中 | 股東年報<br>*所有在組織合併財務報表或等同文件中的實體接包含在此報告書中。 |        |
| G4-18           | a.說明界定報告內容和考量面邊界流程<br>b.說明組織如何依循「界定報告內容的原則」                      | 03 關於阿瘦-利害關係人議合及真實性考量面鑑別                | P19-23 |
| G4-19           | 列出在界定報告內容的過程中確定所有重大考量面   |   |        |
| G4-20           | 針對每個重大考量面，說明組織內部在考量面上的邊界   |   |        |
| G4-21           | 針對每個重大考量面，說明組織外部在考量面上的邊界   |   |        |
| G4-22           | 說明重新陳述前期報告所載資訊的影響，及重新陳述原因  | *無重新陳述之情事。                              |        |
| G4-23           | 說明範圍、方面邊界與此前報告期間的重大變動  | *無重新陳述之情事。                              |        |
| G4-24           | 組織進行議合的利害關係人群體   | 03 關於阿瘦-利害關係人議合及真實性考量面鑑別                | P19-23 |
| G4-25           | 利害關係人之鑑別   |   |        |
| G4-26           | 與利害關係人議合的方式，包括依照不同利害關係人群體及形式的議合頻率，並說明任何議合程序是否特別為編制此報告而進行         |   |        |
| G4-27           | 經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應這些議題與事項                           |   |        |
| <b>報告書基本資料</b>  |  |   |        |
| G4-28           | 報告期間   | 01 關於我們的報告書                             | P3     |
| G4-29           | 上一份報告日期  |   |        |
| G4-30           | 報告周期   |   |        |

| GRI 指標       | 說明  | 報告章節   | 頁數                                |
|--------------|---|--|-----------------------------------|
| G4-31        | 提供可回答報告或內容相關問題的<br>連絡資訊   |  |                                   |
| G4-32        | a.組織選擇的「依循」選項<br>b.針對所則選項的 GRI 內容索引<br>c.如報告書經外部保證/確信，請引述<br>外部保證/確信報告  | 01 關於我們的報告書<br>06 GRI 指標索引   | P3<br>P33                         |
| G4-33        | a.組織為報告尋求外部保證/確信的<br>政策與現行做法<br>b.如果未在永續報告書中附帶保證/<br>確信報告，則須說明以提供的任何外<br>部保證/確信的根據及範圍<br>c.組織與保證/確信雙方之間的關係<br>d.最高治理機構與管理階層是否參<br>與尋求永續報告書外部認證的程序 | *無相關之情事  |                                   |
| <b>治理</b>    |   |  |                                   |
| G4-34        | 組織的治理架構，包括最高治理機構<br>下的各個委員會，說明負責經濟、環<br>境、社會影響決策的委員會  | 03 關於阿瘦-公司治理   | P12-18                            |
| <b>倫理與誠信</b> |   |  |                                   |
| G4-56        | 組織的價值、原則、標準和行為規<br>範，如行為準則或倫理守則   | 03 關於阿瘦-產業概況<br>03 關於阿瘦-公司治理<br>05 社會-育才、惜才<br>05 社會-供應鏈管理<br>05 社會-顧客服務 | P8<br>P12<br>P26-30<br>P29<br>P30 |
| <b>經濟</b>    |   |  |                                   |
| <b>經營績效</b>  |   |  |                                   |
| G4-DMA       | 管理方針揭露  | 股東年報   |                                   |
| G4-EC1       | 組織所產生及分配的直接經濟價值   | 03 關於阿瘦-財務資訊<br>股東年報   | P10                               |
| G4-EC3       | 組織確定福利計劃義務的涵蓋範圍   | 05 社會-育才、惜才  | P26-30                            |
| <b>市場形象</b>  |   |  |                                   |
| G4-DMA       | 管理方針揭露  | 05 社會-育才、惜才  | P26-30                            |
| G4-EC9       | 於重要營運據點，採購支出來自於當<br>地供應商之比例   | 05 社會-育才、惜才  | P26-30                            |
| <b>採購實務</b>  |   |  |                                   |
| G4-DMA       | 管理方針揭露  | 05 社會-供應鏈管理  | P29                               |

| GRI 指標              | 說明                                 | 報告章節                              | 頁數         |
|---------------------|------------------------------------|-----------------------------------|------------|
| G4-EC9              | 於重要營運據點，採購支出來自於當地供應商之比例            | 05 社會-供應鏈管理                       | P29        |
| <b>環境</b>           |                                    |                                   |            |
| <b>能源</b>           |                                    |                                   |            |
| G4-DMA              | 管理方針揭露                             | 04 環境                             | P24        |
| G4-EN6              | 減少能源的消耗                            | 04 環境-用水及節能減碳方案                   | P24        |
| G4-EN7              | 降低產品和服務的能源需求                       | 04 環境-統倉物流推動計畫                    | P25        |
| <b>水</b>            |                                    |                                   |            |
| G4-DMA              | 管理方針揭露                             | 04 環境                             | P24        |
| G4-EN8              | 依來源劃分的總取水量                         | 04 環境-用水及節能減碳方案                   | P24        |
| G4-EN9              | 因取水而受顯著影響的水源                       | 04 環境-用水及節能減碳方案                   | P24        |
| G4-EN10             | 水資源回收及再利用的百分比與總量                   | 04 環境-用水及節能減碳方案                   | P24        |
| <b>排放</b>           |                                    |                                   |            |
| G4-DMA              | 管理方針揭露                             | 04 環境                             | P24        |
| G4-EN15             | 直接溫室氣體排放(範疇一)                      | 04 環境-用水及節能減碳方案                   | P24        |
| G4-EN16             | 能源間接溫室氣體排放量(範疇二)                   | 04 環境-用水及節能減碳方案                   | P24        |
| G4-EN19             | 減少溫室氣體的排放量                         | 04 環境-用水及節能減碳方案<br>04 環境-統倉物流推動計畫 | P24<br>P25 |
| <b>產品和服務</b>        |                                    |                                   |            |
| G4-DMA              | 管理方針揭露                             | 04 環境                             |            |
| G4-EN27             | 降低產品和服務對環境衝擊的程度                    | 04 環境-用水及節能減碳方案<br>04 環境-統倉物流推動計畫 | P24<br>P25 |
| <b>交通運輸</b>         |                                    |                                   |            |
| G4-DMA              | 管理方針揭露                             | 04 環境                             | P24        |
| G4-EN30             | 為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊 | 04 環境-統倉物流推動計畫                    | P25        |
| <b>社會：勞工實務與尊嚴勞動</b> |                                    |                                   |            |
| <b>勞雇關係</b>         |                                    |                                   |            |
| G4-DMA              | 管理方針揭露                             | 05 社會                             | P26-30     |
| G4-LA2              | 按重要營運據點劃分，只提供給全職員工(不包括臨時與兼職員工)的福利  | 05 社會-育才、惜才                       | P26-30     |
| <b>職業健康與安全</b>      |                                    |                                   |            |
| G4-DMA              | 管理方針揭露                             | 05 社會                             | P26-30     |

| GRI 指標            | 說明  | 報告章節                        | 頁數               |
|-------------------|---|-----------------------------|------------------|
| G4-LA6            | 按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數      | 05 社會-育才、惜才                 | P26-30           |
| <b>訓練與教育</b>      |   |                             |                  |
| G4-DMA            | 管理方針揭露  | 05 社會                       | P26-30           |
| G4-LA9            | 按性別與員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數                        | 05 社會-育才、惜才                 | P26-30           |
| <b>員工多元化與平等機會</b> |   |                             |                  |
| G4-DMA            | 管理方針揭露  | 05 社會                       | P26-30           |
| G4-LA12           | 按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成           | 03 關於阿瘦-公司治理<br>05 社會-育才、惜才 | P12-18<br>P26-30 |
| <b>社會：人權</b>      |   |                             |                  |
| <b>投資</b>         |   |                             |                  |
| G4-DMA            | 管理方針揭露  | 05 社會                       | P26-30           |
| G4-HR1            | 載有人權條款或已進行人權篩選的重要投資協定及合約的總數與百分比                   | 05 社會-育才、惜才                 | P26-30           |
| <b>不歧視</b>        |   |                             |                  |
| G4-DMA            | 管理方針揭露  | 05 社會                       | P26-30           |
| G4-HR3            | 歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動                               | 05 社會-育才、惜才                 | P26-30           |
| <b>童工</b>         |   |                             |                  |
| G4-DMA            | 管理方針揭露  | 05 社會                       | P26-30           |
| G4-HR5            | 已發現具有嚴重使用童工風險的營運據點及供應商，及採取有助於杜絕使用童工的行動            | 05 社會-育才、惜才                 | P26-30           |
| <b>強迫與強制勞動</b>    |   |                             |                  |
| G4-DMA            | 管理方針揭露  | 05 社會                       | P26-30           |
| G4-HR6            | 已發現具有嚴重強迫或強制勞動事件風險的營運據點及供應商，及有助於減少任何形式的強迫或強制勞動的行動 | 05 社會-育才、惜才                 | P26-30           |
| <b>社會：社會</b>      |   |                             |                  |
| <b>反貪污</b>        |   |                             |                  |
| G4-DMA            | 管理方針揭露  | 03 關於阿瘦-公司治理                | P12-18           |

## GRI 指標索引

| GRI 指標          | 說明   | 報告章節         | 頁數     |
|-----------------|--|--------------|--------|
| G4-SO4          | 反貪腐政策和程序的溝通及訓練                                     | 03 關於阿瘦-公司治理 | P12-18 |
| G4-SO5          | 已確認的貪腐事件及採取的行動                                     | 03 關於阿瘦-公司治理 | P12-18 |
| <b>反競爭行為</b>    |  |              |        |
| G4-DMA          | 管理方針揭露   | 03 關於阿瘦-產業概況 | P8     |
| G4-SO7          | 涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律訴訟之總數及其結果                      | 03 關於阿瘦-產業概況 | P8     |
| <b>社會：產品責任</b>  |  |              |        |
| <b>顧客的安全與健康</b> |  |              |        |
| G4-DMA          | 管理方針揭露   | 05 社會        | P26    |
| G4-PR1          | 為改善健康和 safety 而進行衝擊評估的主要產品和服務類別比例                  | 05 社會-顧客服務   | P30    |
| <b>產品及服務標示</b>  |  |              |        |
| G4-DMA          | 管理方針揭露   | 05 社會        | P26    |
| G4-PR3          | 依組織資訊與標示程序所劃分的產品與服務資訊種類，以及需要符合此種資訊規定的重要產品及服務類別的百分比 | 05 社會-顧客服務   | P30    |
| <b>社會：社會參與</b>  |  |              |        |
| -               | 社會參與活動成果   | 05 社會-社會參與   | P31    |