

2024 環球購物中心 永續報告書

Sustainability Report



目錄

Contents

經營者的話	3	永續發展藍圖	12
永續成果展現	5	重大主題鑑別與管理	14

1 公司治理	23	3 友善職場與人才發展	56
1.1 組織概況	23	3.1 人才組成	56
1.2 治理架構	28	3.2 人才培育與發展	61
1.3 風險管理	30	3.3 薪酬與福利制度	68
1.4 誠信經營與法規遵循	32	3.4 人權承諾	71
1.5 資訊安全與顧客隱私保護	34	3.5 職業安全衛生	74
1.6 供應商管理	38		
2 綠色商場	40	4 永續環境	78
2.1 數位服務	42	4.1 氣候變遷因應	78
2.2 安心商場	47	4.2 能資源管理	81
		5 社區共融與幸福社會	89

附錄

GRI 準則對照	95	SASB 準則對照	97
TCFD 氣候相關議題管理	98	第三方查證聲明書	99

報告範圍及編撰原則

本報告書為環球購物中心 (以下簡稱 Global Mall，本公司或我們) 第三本永續報告書，展現本公司投入永續發展的成果，建構日常美好生活對於整體經濟、環境、社會 (人群，包含其人權) 的影響。

報導邊界

本報告書的資料涵蓋範圍包括 Global Mall 總公司，新北中和、屏東市、南港車站、板橋車站、新左營車站、桃園 A8、林口 A9、桃園 A19 等八個分店及環球健身中心。

涵蓋時間

2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日

報告書撰寫依循原則

本報告書參考全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 永續性報導準則 (GRI Standards 2021) 進行編制；並參考永續會計準則委員會 SASB (Sustainability Accounting Standards Board) 指標、氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 架構進行揭露。

報告書管理流程

本報告書的資料蒐集工作由各部門代表提交初步資料，經彙整與編製作業，再由各部門主管及專案總窗口確認，最終經董事長審閱後發行。

外部保證

本報告書委由台灣德國萊因技術監護顧問股份有限公司，依照 AccountAbility AA1000 保證標準 v3 進行查證，相關揭露對照及聲明書請見報告書附錄。

報告書發行

- 上一次報告書已於 2024 年 8 月出版。
- 本次報告書預計於 2025 年 8 月出版。
- 下一次報告書預計於 2026 年 8 月出版。

發行管道及聯絡方式

本報告書資訊同步彙整至本公司官方網站 ESG 專區，如果您對於本報告書的內容有任何建議或疑問，歡迎利用下方資訊與我們聯絡。

聯絡人及聯絡資訊：

- 聯絡單位：管理處
- Email: gm_esg@twglobalmall.com
- 聯絡地址：臺北市松山區民權東路三段 169 號 8 樓
- 聯絡電話：02-2969-2989*7732

版權所有：本刊保留所有權利，文章如需轉載，請徵詢本公司同意及書面授權。

經營者的話

“

邁向創立二十週年，

打造韌性與永續共生的零售新樣貌

”

2024 年對 Global Mall 而言，是承先啟後的重要里程碑。即將邁入創立二十週年的我們，身處都市發展與零售轉型的交會點上，重新思考企業存在的價值與對未來的責任。我們深信：「商場不只是商場」，而是城市與生活共生的節點，更是推動永續影響力的起點。

公司治理 | 誠信透明，邁向永續韌性

永續不是倡議，而是日常。依循著冠德集團的永續藍圖，不僅自 2022 年成立永續發展委員會，整合跨部門資源，讓永續成為經營策略的核心。2024 年，更完成了 ISO 27001 資訊安全驗證，強化個資保護與內控管理，提升公司風險韌性。

此外，我們持續強化供應鏈永續治理，新進品牌社會責任承諾書簽署率超過 90%，展現零售業在誠信經營與價值鏈管理上的領導力。

環境責任 | 建構低碳健康商場，落實綠色轉型

面對氣候變遷挑戰，我們率先成為全台首家通過 SBTi（科學基礎減碳目標）認證的百貨商場，承諾 2030 年前減碳 42%。我們擴大溫室氣體盤查至全台八家分店，導入智慧能源管理系統，年節電超過 450 萬度。

2024 年創新啟動廚餘酵素轉化技術，於桃園 A19 店示範推行，2024 年已處理逾 1,500 公斤廚餘，相當於減碳 6.5 棵樹的吸碳量，並預計擴展至其他分店。

我們也在全台推廣無紙化服務與數位會員整合，APP 使用者突破 140 萬，年平均減少逾 240 萬張紙本印製，從系統性與日常實踐中落實環境責任。

社會共融 | 從人出發，鏈結幸福生活

幸福的城市，需要有溫度的空間。Global Mall 以人為本，連續多年榮獲「幸福企業金獎」，全面強化員工薪酬、職安與職涯發展，提升組織向心力與使命感。

此外，我們推動「未來永續小學堂」，將商場化為永續教育體驗場，結合繪本、生態角色、互動課程與回收行動，吸引數萬名親子參與。同時設立寶特瓶回收機與紙袋共享站，建構綠色生活習慣；更將永續向外擴散，連續三年推展「愛循環」專案，結合學生創意與改裝建材，改造偏鄉校園空間，累積再利用建材超過百噸。

展望未來 | 從在地實踐到全球視野

從創立至今，我們始終秉持「開創幸福價值」的理念，在城市中深耕、在社區中共生。面對未來，Global Mall 將持續朝向「低碳、共融、智慧、韌性」的商場藍圖前行。我們將深化軌道經濟布局，強化品牌永續協作，並運用數位工具推動 OMO 虛實整合，打造兼具服務力、創新力與永續力的零售典範。

我們相信，每一位利害關係人，都是推動改變的力量。感謝過去一年與我們同行的顧客、同仁、品牌夥伴與社區居民，讓 Global Mall 不只是商場，而是實踐永續、傳遞希望的城市起點。

董事長 **馬志綱**

永續成果展現





環境保護

- ☑ 天下雜誌評選為符合《巴黎協定》升溫**不超過 1.5°C** 目標「成效卓越企業」
- ☑ 首家百貨通過 SBTi 科學基礎減碳目標驗證，以 2022 年為基準年，朝 2030 年目標**減碳 42%**
- ☑ 百貨首家導入「酵素處理廚餘去化」零空污、零水污、低碳排、實踐循環經濟 2024 年試行逾 **1,500 公斤** 廚餘轉化有機肥
- ☑ 2024 年完成「全據點」溫室氣體盤查，**減少約 300 公噸二氧化碳**
- ☑ 綠色採購較去年**成長 124%**，連續三年榮獲 Buying Power 獎項
- ☑ 餐飲專門店 **100%** 採用節能 / 省水標章設備
- ☑ 設置 ECOCO 寶特瓶智能回收機，**年回收 42 萬個寶特瓶**
- ☑ 手提袋循環共享站，減少一次性購物袋，**年回收 5,552 個紙袋**
- ☑ 無紙化綠色消費，全方位 APP 服務一次完成，**年減少 240 萬張紙張印刷**



社會參與 / 幸福職場

- ☑ 獲頒《HR Asia》「2024 亞洲最佳企業雇主獎」
- ☑ 連續三年舉辦**超過 200 場**永續小學堂系列活動，參與人次**超過 1,800 位**親子家庭
- ☑ 「愛循環」專案導入 SROI 社會影響力評估衡量影響力，每投入 1 元創造 **3.6 倍**社會效益價值
- ☑ 「愛循環」專案：利用商場每年定期改裝換櫃之建材廢棄物，與大學建築系合作，重新改造偏鄉學校教室空間，讓資源再生活化，**減少超過 100 噸**建材廢棄
- ☑ 推動「行健有機米」插秧與收割體驗，邀請員工**共學共耕**，收成善用，**回饋社會**



營運治理、創新服務

- ☑ 獲 2024 年《工商時報》「台灣服務業大評鑑」百貨／購物中心類銅牌獎，新北中和店服務人員以專業表現脫穎而出，於逾 2,100 位參選者中榮獲僅 **30 席**的「服務尖兵獎」
- ☑ 榮獲台灣永續能源研究基金會 2024 年 TCSA 企業永續報告書銀獎
- ☑ 供應商社會責任承諾書簽署率 **92%**
- ☑ 深化會員經營，2024 年會員數**超過 135 萬**

特刊一

愛在偏鄉迴響——
Global Mall「愛
循環」公益計畫近 **1500** 個
小時投入近 **2200** 公里
累積里程**20** 位
建築系師生投入**42** 噸
循環建材再利用

| 從一場搬遷開始的愛——看見資源被浪費，也看見可能性

商場專櫃的改裝，產生大量的閒置建材，Global Mall 媒合大學專業科系老師、學生及偏鄉校園，共同攜手改造學校交流空間，實際實踐建材循環再生，讓永續共享、共生不斷扎根。自 2022 年起，首度與學校合作，讓永續教育深入至偏鄉，跨界合作讓商場、專櫃改裝替換的建材具有被二次使用的價值。2024 年為第三年執行「愛循環」專案，與文化大學「北海小英雄 USR」計畫團隊共同合作，改造「金山高中文史教育基地」。

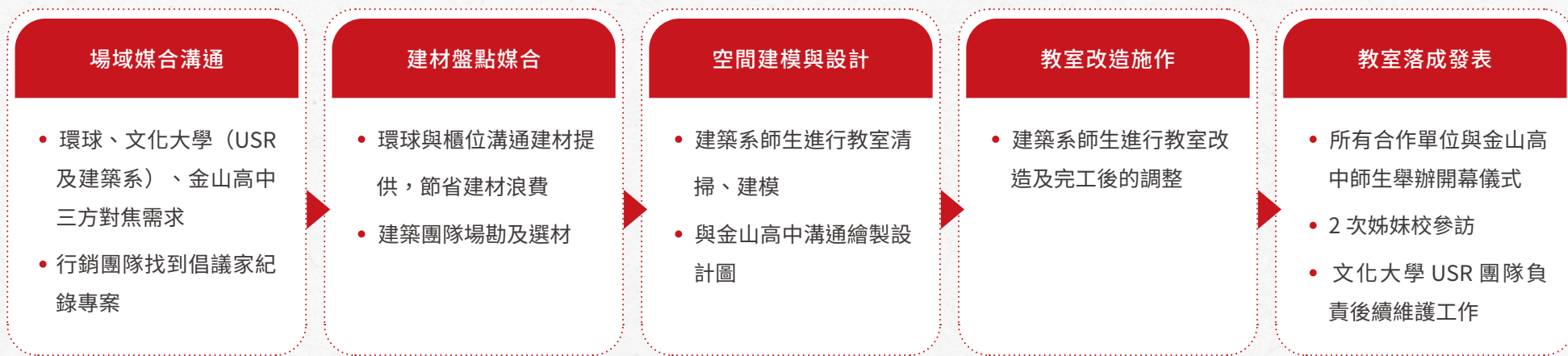
改造過程中最艱鉅的挑戰，是如何將既有的建材，設計成符合新空間的需求。團隊必須至各店盤點材料的狀態，評估其可再利用性。這些建材，沒有標準規格、沒有現成模組，一切都需重新設計、再構思應用方式。從拆卸到重組，從運送到安裝，每一步都考驗著團隊的溝通、創造與執行力。最終團隊使用 42 公噸改裝的建材重新裝潢學校閒置空間，賦予廢材新生命，打造全新樣貌的「文史教育基地」。



SDGs 永續發展面向



共創・再生・共學——愛循環的永續行動地圖



被點亮的，不只是教室

文史教室的落成，不僅為校園閒置空間帶來煥然一新，更是學生創意學習的空間，將「文化具象化」的場域。學生分享「以前只聽過這些故事，但現在，我們有自己的地方可以講自己的歷史」；教師也提到「這樣的空間讓教學更多元，也能引發學生主動探索的動機」。此專案為學生帶來提升多元視野、加深在地認同感等具體成果，亦提升教師的教學能力與永續視野，同時文化大學建築系學生獲得實作與溝通歷練。兼具教育共融、資源循環與青年培力，展現具擴散性與制度化潛力的社會影響力。

導入 SROI 社會投資報酬率分析，持續擴大教育平權與資源循環影響力

Global Mall 團隊導入 SROI（Social Return on Investment）社會投資報酬率分析，根據實際投入與利害關係人調查，最終估算結果顯示：

- 每投入 1 元資源，可產生 **3.60 元** 的社會價值。
- 效益範圍在 **1.77 元至 4.87 元** 之間，即使考量保守情境仍具正向回報。
- 成果存續期 **平均超過 3 年**，且每年僅約 30% 自然遞減，展現其長期性。
- 本計畫對成果的貢獻度達 **50% ~ 56%**，為主要變革推手。

若以具體成效計算，本案所創造的影響價值為：

為偏鄉社區創造價值：**NT\$1,627,485**

為專案參與者（包括學生、員工）創造價值：**NT\$1,560,764**

為學術端（文化大學）創造價值：**NT\$595,880**

這不只是投資回報數字，而是來自學生的笑容、教師的肯定、青年實作的信心，以及社區看見希望的力量。

未完的愛，正在前往更多角落

未來，「愛循環」將持續前進——媒合更多可用建材、深入更多偏鄉地區、導入技職青年參與，讓實作經驗轉化為職涯起點，也讓教育平權與資源再生真正落地。這項專案不是一次性的 ESG 活動，而是 Global Mall 對「永續」的長期承諾：運用商場營運中的可回收資源，建構社會共融的實驗場；透過員工參與，培育企業內部 ESG 文化；串聯學校、地方社群的合作，逐步實現制度化、可複製的循環教育基地模型。

在愛循環的故事裡，搬遷的不只是建材，而是價值的轉譯；投入的不只是人力與資源，更是信念與溫度。這是一場跨越距離與部門的協作，也是企業重新定義「責任」與「行動」的開始。從城市出發、在偏鄉落地，讓曾經被遺忘的材料，成為點亮希望的種子。

“

「每一塊重新定位的建材，都成為故事的起點；而每一次跨界攜手，都是愛的續章。」

”



- ▲ 學生將更換的建材重新組裝於文史教室
- ◀ 學生至專櫃現場測量改裝預計拆除的建材

特刊二

廚餘不再只是「剩餘」——

Global Mall 廚餘循環行動的永續實踐

每一份剩食，都值得被重視

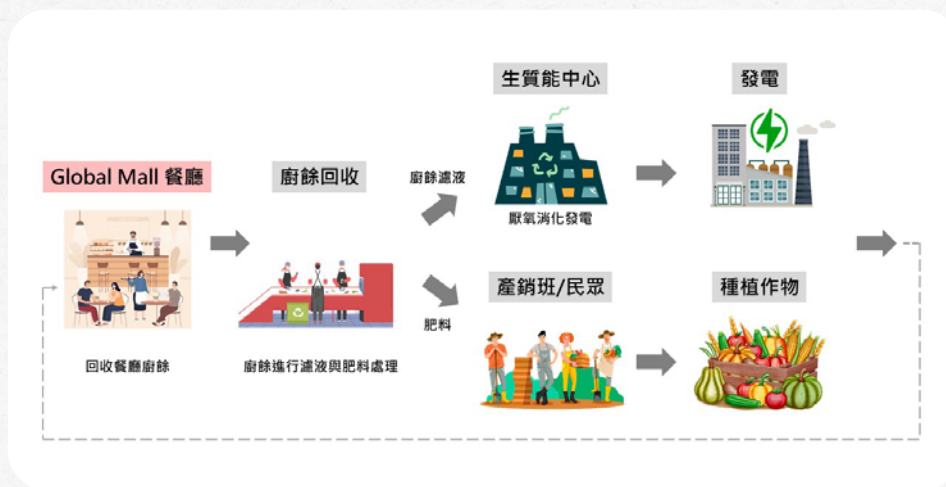
在日復一日的商場營運裡，餐飲櫃位所產生的廚餘常被視為理所當然的「廢棄物」。Global Mall 與專業再利用業者攜手合作，啟動「廚餘循環生態系」計畫，打造一套結合廚餘回收、有機肥生產、生質能利用與永續農產供應鏈的完整循環體系，讓商場不僅止於服務消費，更成為社會與環境的參與者。

把剩食變資源，三小時完成的循環奇蹟

在這項合作模式中，廚餘從商場端開始回收，透過運送廠商每週定期清運，進入由再利用業者設計的快速處理流程。整體轉化過程包含進料、挑揀、粉碎、脫水、預拌、熟化反應與出料等七個步驟，僅需約 3 ~ 3.5 小時，便可完成從「廚餘」到「有機肥料與廢水」的高效轉化。

轉化後產出的廢水會被送至生質能中心進行厭氧消化，用以發電；堆肥則透過串聯產銷班與農民，用於種植不同季節的農作物，包含稻米、高粱、西瓜與南瓜，落實從食物端到農田再回流的完整循環鏈。

這不只是技術的突破，更是一種對資源價值的重新定義：原本應丟棄的廚餘，如今成為驅動綠色農業、能源再生與餐飲永續的動力核心。



SDGs 永續發展面向



串聯供應鏈，創造減碳效益

為了實現規模化與制度化的成效，透過串接設備端、運送端、農業產銷班與餐飲品牌，建立一套閉環式的食物循環經濟模型。中間的價值鏈不僅涵蓋技術與回收執行單位，更包含消費者、餐飲品牌與在地農民，讓每一份廚餘的去向都能被追蹤、被再利用。

廚餘循環再定義：從低碳轉化走向氣候實踐

相較傳統將廚餘作為飼料的處理方式，Global Mall A19 館試辦導入之新型廚餘去化流程，可降低約 45% 至 50% 的碳排放，並有效減少堆置或養殖過程中產生之甲烷等高溫室效應氣體排放。

以 2024 年試行成果為例，單一館別試行期間共處理廚餘 1,570 公斤，減碳效益估算為 78.50 公斤 CO₂e。若此措施全年推行，預估可處理廚餘達 10,205 公斤，累計減碳效益可達 510.25 公斤 CO₂e。¹

¹ 此廚餘去化流程所採用之碳排放計算方法，已通過具公信力之第三方溫室氣體查證，相關數據具備一致性與可追溯性。

從剩食開始，為未來留下更多可能

廚餘，從不應是終點。

透過「轉廢為能」的實踐，我們看見了廚餘的另一種身分：能源的載體、農業的沃土、教育的起點。這條從回收、再生到再利用的循環之路，是 Global Mall 與所有合作夥伴攜手走出的永續之道。

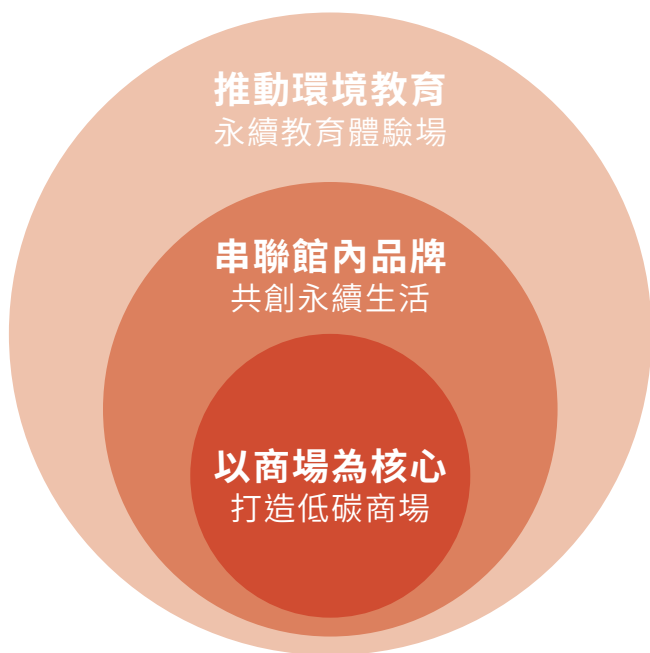
未來，我們將持續擴大合作規模，與更多業者攜手推動廚餘處理科技的在地落地，讓這個循環生態系不只是專案，而是日常生活的一部分。

永續發展藍圖

打造幸福日常

實現永續生活

以「同心圓」推動 ESG 發展



永續推動組織

冠德企業集團近年積極發展永續行動，每月定期固定召開集團 ESG 會議；每季舉辦 1~2 場次集團 ESG 論壇，共同討論及研擬集團各家公司永續發展行動方案。Global Mall 於 2022 年正式成立「Global Mall 永續發展委員會」（以下簡稱 ESG 委員會），由總經理擔任召集人，經營企劃室擔任推動小組，以及 4 大工作小組（綠色低碳小組、創新服務小組、永續供應鏈小組、員工幸福與社會共融小組）代表，負責溝通與協調集團及內部各項永續發展事務。

永續發展組織架構



Global Mall 永續發展委員會權責

面向	負責內容	權責部門
召集人	掌握永續發展之方向	總經理室
永續發展推動小組	彙整各項永續資訊、規劃執行永續相關專案	經營企劃室
環境面代表	協助列控各分店營運造成的環境影響情形，推動節能減碳	管理處
社會面代表	協助將永續與行銷結合、推行與外部團體之社會公益專案 負責員工關懷照顧、職場健康等推動	行銷處 管理處
治理面代表	負責永續供應鏈相關規劃與推動	管理處、商品處

發展藍圖

擴大規模

- 實體店鋪持續展店
- 發展新型態

數位升級

- OMO 擴大串聯
- 運用科技深化會員經營

城區複合經營

- 串聯商圈 / 社區，推展主題活動、獨特體驗

永續發展

- 永續商場營運、綠色供應鏈、永續教育體驗



重大主題鑑別與管理

為辨識 Global Mall 永續發展的重大議題，參考 GRI 2021 年新版的重大議題鑑別流程，評估 Global Mall 在環境、經濟、人 / 人權等各項議題的衝擊程度，並依據其實際與潛在的衝擊進行管理。藉由重大主題識別，同時管理各項營運衝擊，並針對各項衝擊提出指標與目標。

(1) 利害關係人鑑別與溝通

為評估 Global Mall 永續發展之重大主題，我們參考 AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000 SES) 所訂定之五大原則（依賴性、責任、關注度、影響力與多元觀點），並結合各部門主管訪談結果，識別出與營運高度相關之 10 類利害關係人，包含：關係企業／子公司、員工、客戶、顧客、股東、供應商／承攬商、政府、媒體、外部組織（如大專院校與 NGO）及當地社區。

考量 Global Mall 營運模式之特性，供應商範疇定義相對廣泛，除涵蓋商品或服務提供者外，亦包括商場營運場地提供者（如房東）與商場內各品牌專門店。

鑑別利害關係人後，Global Mall 依其關注重點建立多元溝通機制，透過日常營運互動、顧客意見表、廠商定期稽核與滿意度調查、社群平台互動、利害關係人問卷等方式，持續蒐集關注議題與改善建議。所蒐集之意見與回饋將由永續發展推動小組彙整，作為重大主題鑑別、永續行動規劃與資訊揭露之參考依據，以強化對外溝通成效並提升整體營運韌性。

(2) 建立永續議題清單

我們參考國際 ESG 趨勢、GRI 準則、SASB 百貨零售業準則，以及市場環境與公司發展策略之後，定義出各項公司營運活動可能對經濟、環境、人 / 人權造成影響的議題。最後共選出 25 項永續議題。

(3) 評估 Global Mall 營運活動對於經濟、環境，人 / 人權的衝擊程度

ESG 委員會將上述各利害關係人所關注之永續議題整合成「永續議題衝擊影響評估表」，此評估表共 25 項永續議題，每一項議題皆由外部顧問專家根據其議題對環境、經濟、人群（包含人權）可能產生之正面、負面、實際已發生、潛在之衝擊做彙整分析，並請內部高階主管先閱讀並理解各項議題衝擊分析，再針對各項議題正負面衝擊分析考量其「影響程度」和「發生可能性」並給予評級，每項重大議題計分皆需加總正負面衝擊分數，而正負面衝擊分數則由「影響程度」和「發生可能性」兩者相乘加總而成。

(4) 評估 Global Mall 內部營運衝擊

除了考量各永續議題對外部經濟、環境與人群（包含人權）之衝擊外，Global Mall 亦同步納入內部營運層面的衝擊影響進行評估。ESG 委員會特別將各項永續議題對本公司營運績效之影響納入分析，包括：對營收成長的促進或風險、顧客滿意度之變化、員工向心力與留任穩定度，以及潛在之營運中斷或管理風險等。為強化評估的務實性與代表性，邀請內部高階主管依據其專業經驗與日常營運觀察，針對每項議題就營收成長、客戶滿意、員工向心力與營運風險的影響程度進行量化評分。最終，將各主管評分做加總計算，作為該議題之綜合評分。

(5) 決定揭露重大主題事項

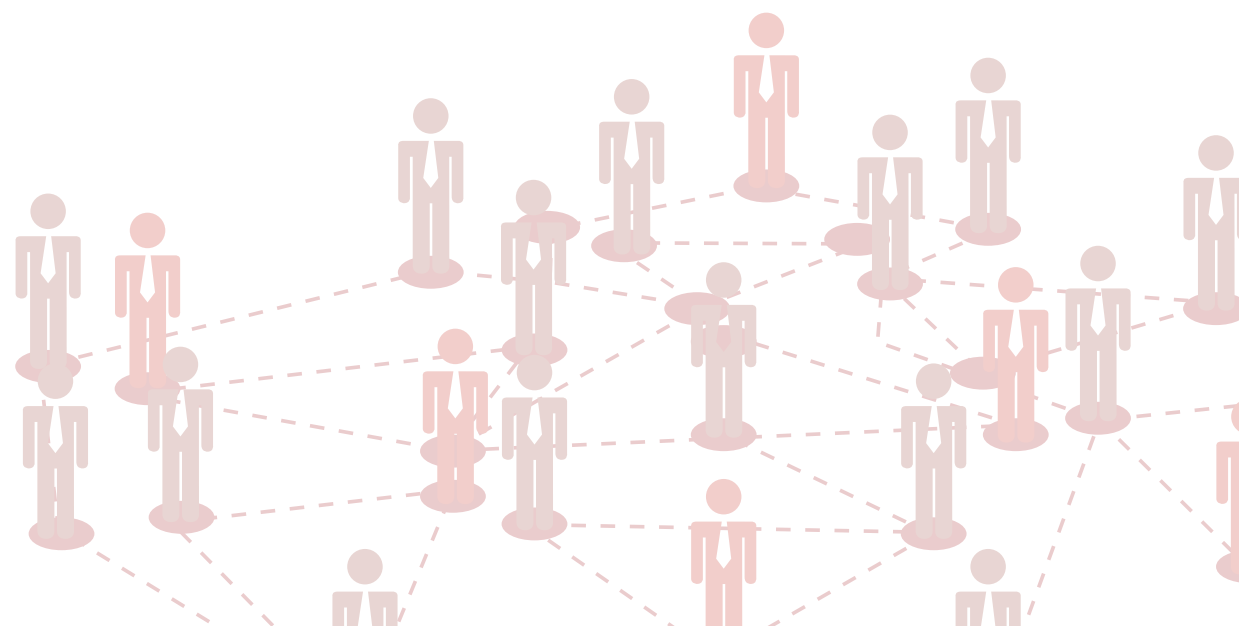
本年度依對於經濟、環境，人 / 人權的衝擊程度以及內部營運衝擊程度作為重大議題排序基準，經 ESG 委員會各成員與各高階主管最終確認，決定出 2024 年度 5 項重大性議題。Global Mall 將此 5 項重大主題作為本報告書與利害關係人溝通之重大議題，針對各項議題揭露管理方針、年度成效等具體作為，藉以回應各利害關係人需求與期望。

各類利害關係人關注議題與溝通管道 / 頻率

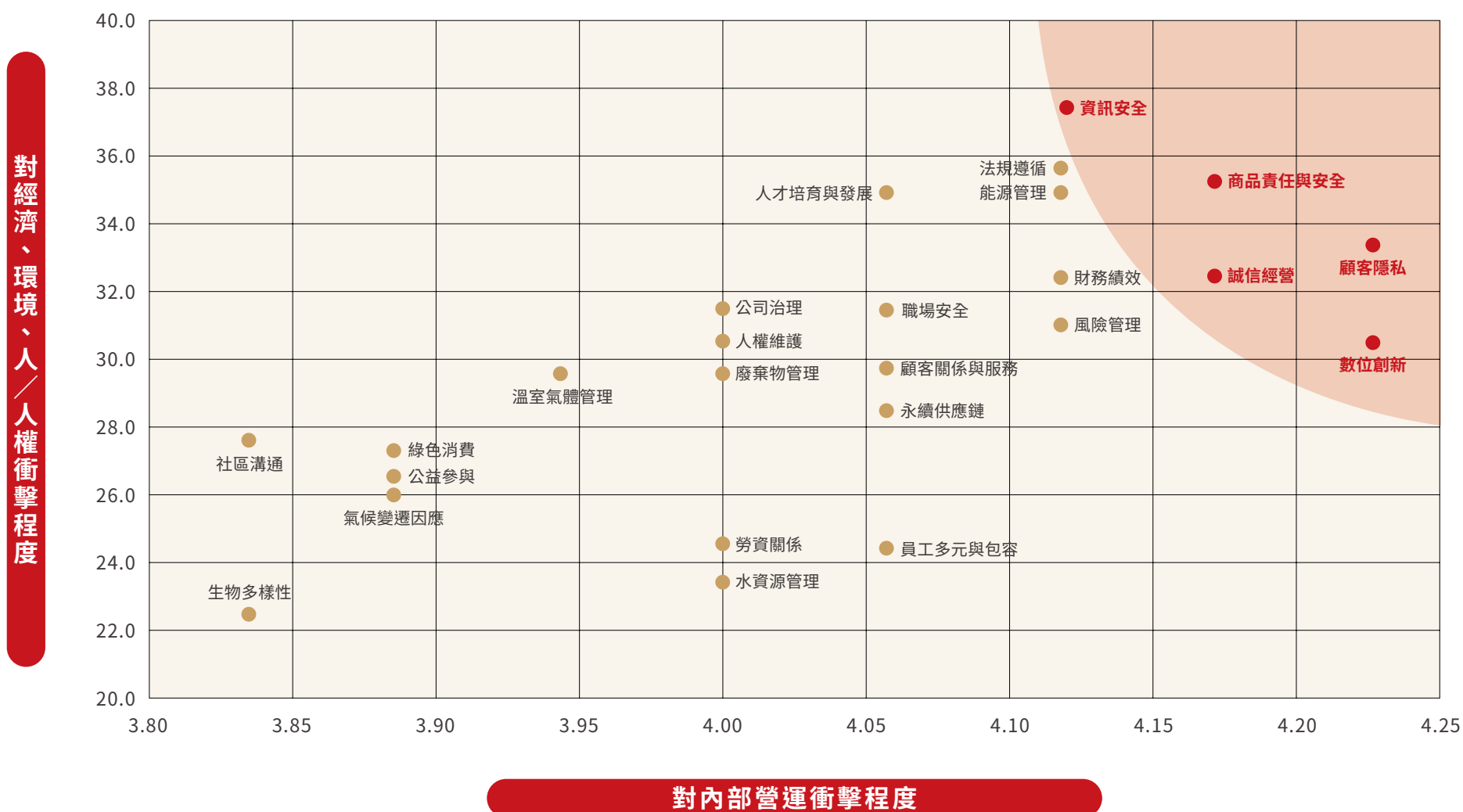
利害關係人	對公司的意義與重要	主要關注議題	權責單位	溝通管道或方式		溝通說明
				定期	不定期	
關係企業 / 子公司	關係企業和子公司是公司擴展市場、分散風險和提升財務表現的關鍵合作夥伴	誠信經營 法規遵循 公司治理 財務績效	稽核室 財務處 管理處 經營企劃室	例行會議	- 電話 - Email	了解集團整體營運發展方向
員工	營造一個安全、健康、有保障的工作環境可提升員工認同，有助於吸引和留住人才，進一步增強公司的競爭力	員工多元性與包容性 工作者人權 勞雇關係 人才留任與發展 職場安全與健康	人力資源部 總務部	- 例行會議 - 勞資會議 - 教育訓練 - 申訴信箱 / 專線	- Email - EIP 公告 - 主管溝通 - 公司 Teams 群組	員工職能強化 員工健康關懷
客戶 (專門店)	專門店提供多元化的產品和服務，吸引消費者匯集。其提供的服務品質直接 / 間接影響到商場的整體人流和營收績效	顧客關係與服務 永續低碳的消費體驗 商品責任與安全 媒體關注 永續供應鏈	商品處 建設處 管理處 營業處	- 開店早會 - 檢討會議 - 常會 / 交流會	- 電話 - Email - 系統公告	低碳商場營運理念

利害關係人	對公司的意義與重要	主要關注議題	權責單位	溝通管道或方式		溝通說明
				定期	不定期	
顧客 (消費者)	顧客滿意度和忠誠度直接影響到商場的營收、品牌形象和市場競爭力。了解顧客需求、提升購物體驗、提供多樣化的商品和服務，都是環球持續努力的方向	顧客關係與服務 招商與品牌櫃位選擇 低碳消費體驗 商品責任與安全 顧客隱私 數位創新	商品處 營業課 行銷部 總務部 人力資源部 電子商務處	廣告宣傳	- 即時反應 - 客服電話 - 意見問卷 - 自媒體	傳遞低碳永續商場及永續教育場理念
股東	股東對公司的整體財務、策略方向和經營表現有著重大影響，公司需保持透明的財務報告和有效的溝通，以確保股東的信任和支持	公司治理 財務績效 公司營運策略 風險管理	稽核室 財務部 管理處	- 定期召開股東會 - 公開資訊觀測站	--	召開股東會，了解營運發展成果
供應商 / 承攬商	提供各類商品、設施維護及其他必要支持，是確保商場日常營運和服務品質的關鍵夥伴	職場安全與健康 廢棄物管理 誠信經營 法規遵循 永續供應鏈	建設處 管理處 營運分析部 商品處 電子商務處	- 廠商聯誼會 - 協調會	- 宣傳會議 - 電話 - Email - 後台系統公告	了解環球永續發展目標方向及配合政策遵循
政府	政策和法規直接影響商場的經營環境，守法合規營運，不僅確保商場能長久經營，亦能建立商場的公共形象和良好商譽	誠信經營 法規遵循	財務處 管理處 稽核室 經營企劃室	- 主管機關會議 - 現場稽核 - 審查會議	- 座談會 - 研討會	確保營運符合法規
媒體	媒體在商場的公共形象、品牌推廣和危機管理中扮演重要角色。與媒體維持良好互動，有助於提升品牌知名度、正面形象和消費者信任	社區關係 ESG 響應倡議 品牌影響力 財務績效 顧客關係與服務	行銷處 電子商務處	- 新聞稿 - 媒體記者會 - 新聞監測	- 電話 - Email - 自媒體 - 採訪 - 報章雜誌	各式檔期行銷活動宣傳合作

利害關係人	對公司的意義與重要	主要關注議題	權責單位	溝通管道或方式		溝通說明
				定期	不定期	
外部組織 (大專院校 / NGO)	學術機構和非政府組織 (NGO) 提供專業知識、數據支持和社會洞察，幫助我們制訂更完善的環境友善規劃、社會公益活動和創新推動計畫	社區關係 品牌影響力 響應 ESG 倡議	經營企劃室 行銷處 管理處 建設處	定期合作活動	- 電話 - Email	認同品牌並共同推動 ESG
當地社區	商場直接影響到營運所在地的經濟發展、交通便利性和周遭居民生活品質，商場的形象和口碑也仰賴社區居民的支持和認同	社區關係	行銷處 人力資源部 分店販促課 分店營業課	- 公益活動 - 行銷活動	- 社群媒體 - 新聞稿	辦理公益活動



重大議題衝擊矩陣圖



重大主題價值鏈衝擊對應

● 直接衝擊 ◎ 促成衝擊

重大主題	對公司的意義	價值鏈衝擊邊界			對應 SDGs 目標	對應 GRI 準則主題	對應章節
		上游	Global Mall	下游			
資訊安全	確保資訊安全不僅保障顧客隱私權，還能防止資料洩露和詐騙事件的發生，資訊安全事件會嚴重影響顧客信任度和公司形象，因此必須持續強化資訊安全措施和因應能力		●	◎	 	GRI 418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1.5 資訊安全與顧客隱私保護
法規遵循	遵循法規是企業永續經營基礎，合規經營能夠降低法律風險、避免罰款和法律訴訟，同時也有助於維護良好的企業形象和社會大眾信賴度	◎	●	◎		GRI 205 反貪腐	1.4 誠信經營與法規遵循
商品責任與安全	商場中所提供的商品與服務直接關係到顧客的健康、安全和信任。商品責任與安全不僅有助於提升顧客滿意度和忠誠度，還有助於防止品牌形象受損					自訂重大主題	1.6 供應商管理 2.2 安心商場
人才培育與發展	協助員工職涯發展、教育訓練和福利保障，有助於提高員工的工作表現和滿意度，亦能減少人員流動、吸引優秀人才加入，進而提升整體營運效率和服務品質	◎	●	◎		GRI 404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數 GRI 404-2 提升員工職能及過渡協助方案 GRI 404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	3.2 人才培育與發展 3.3 薪酬與福利制度

重大主題	對公司的意義	價值鏈衝擊邊界			對應 SDGs 目標	對應 GRI 準則主題	對應章節
		上游	Global Mall	下游			
能源管理	商場的日常運營涉及大量空調、照明等能源使用，能源管理的成效直接影響到營運成本和碳排放。透過節能技術、高效設備使用，商場可以顯著降低營運成本，減少環境影響，實踐永續發展		●	◎	--	GRI 305-1 直接 (範疇一) 溫室氣體排放 GRI 305-2 能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放 GRI 305-3 其他間接 (範疇三) 溫室氣體排放 GRI 305-5 溫室氣體排放減量	4.2 能資源管理

本年度重大議題與去年重大議題無差異，僅排序上有不同

重大主題管理方針

議題	政策與承諾	管理作為	目標設定	管理指標	2024 年目標設定	2024 年目標達成狀況
資訊安全	善盡資安與隱私保障之責，並建立「資訊安全，人人有責」的觀念	- 環境安全防護定期維護與保養 - 定期進行系統個資檔案保護自我檢核 - 定期進行資安風險評估 - 改善內部作業流程 - 引進外部解決方案	- 保障員工 / 顧客 / 供應商的資料安全，確保資料不外洩 - 每年至少辦理一次資訊安全教育訓練 - 新進員工完成教育訓練達成率 100%	- 資安事件 - 個資檔案保護檢核 - 外部資安弱點掃描	- 保障員工 / 顧客 / 供應商的資料安全，確保資料不外洩 - 每年至少辦理一次資訊安全教育訓練 - 新進員工完成教育訓練達成率 100% - 導入 ISO 27001 會員資安	- 未發生資安相關重大事件 100% 新進員工完成資安教育訓練 - 完成 ISO 27001 資訊安全驗證
商品責任與安全	承諾確保商品 / 服務符合安全標準，嚴格把關品質，並迅速處理任何商品問題，保障消費者權益	不定期巡檢，進行常態性監控與稽核，確保運作合規	- 保證商品皆符合安全標準，減少不合格商品流入市場 - 確保廠商皆需提供產品責任保險，以保障把關消費者安全	- 顧客回饋 - 環境衛生檢查 - 專門店保險義務 - 餐飲人員健康檢查	- 持續推動簽署社會責任承諾書 - 落實確保各項契約及保險符合規範	2024 年度新進供應商簽署回覆率達 92% - 未發生重大商品瑕疵召回事件
法規遵循	嚴格遵循相關法規，確保所有營運活動符合法規要求，並提供員工持續教育，建立法治精神於企業文化之中	- 法規定期審閱並更新 - 員工教育與培訓，提高員工法規意識與合規操作能力 - 風險管理：建立風險管理系統，預測並防範潛在法規違規風險	- 持續提升公司內部稽核機制，確保營運活動合法合規 - 每年至少舉辦一次法規遵循相關課程，提升員工法規意識	餐飲衛生管理認證家數	- 優化作業流程，提升內部稽核機制，確保各項活動符合法令及公司政策 - 每年至少舉辦一次法規遵循相關課程，提升員工法規意識	2024 年度無違反食安健康、標示、環保等政府法規

議題	政策與承諾	管理作為	目標設定	管理指標	2024 年目標設定	2024 年目標達成狀況
人才培育與發展	提供明確職涯發展規劃，讓每位員工發揮所長	- 參與集團公益活動可列入教育訓練時數 - 指定同仁需參與年度主題課程 - 建構公司人才培育與發展機制 - MA 儲備幹部計畫 - 集團 / 分店 / 部門輪調機制	每人每年受訓時間至少 12 小時以上	- 留任率 - 績效考核 - 福利制度	【留任率】 - 目標離職率降低至 25% 以下 【績效考核】 - 績效考核：透過績效考核制度進行內部人才升遷發展 【教育訓練】 - 以內訓為主軸，強化新人基礎職能、提升專業職能及主管管理職能。 - 每人每年受訓時間至少 12 小時以上 - 每季 3 小時新人向心力課程：優化辦理季新人訓，增強對公司認同度、提升新人任職穩定性 - 每月 2 小時建設處專業職能：每月舉辦建設處職能課程，降低分店進撤櫃疏失 - 高階主管服務提升共識營優化公司形象 - 外部相關獎項參與	2024 年離職率 42% 2024 年新人留任率為 66% - 每位員工每年受訓時間至少 12 小時 85% 同仁參與 2024 年度績效考核 2024 年調薪（含晉升）人數占比達 100%
能源管理	持續積極推動打造綠色低碳商場	- 遵循 ISO14064-1 或主管機關標準執行溫室氣體盤查 - 逐步汰換為節能設備 - 定期會議，內部檢核能源耗用情形 - 每年申報民間企業綠色採購	- 規劃中長期減碳路徑 - 推動專門店節能	- 用電減量目標 - 溫室氣體減量成果	- 擬定中長期大型耗能設備改善評估 - 公區節電 3% - 新進駐專門店 100% 採用具節能標章設備	- 全據點完成溫室氣體盤查 - 相較 2023 年減少約 300 公噸二氧化碳 - 公區節電 3 %

CH1 公司治理

1.1 組織概況

組織基本資訊

組織名稱	環球購物中心股份有限公司
成立時間	2002 年 11 月 14 日
總公司位置	臺北市大安區和平東路三段 131 號 8 樓
董事長	馬志綱
總經理	陳依華
實收資本額 (元)	38 億 1,000 萬元
主要產品與服務	百貨零售
2024 年員工總數	407 人
分店數	北中南共有八家分店



Global Mall 環球購物中心新北中和首間店成立於 2005 年，隸屬於冠德企業集團，秉持「誠信、服務、創新、永續」的經營理念，以實現日常生活幸福“Living In Joy”為宗旨，串聯線上線下打造提供生活娛樂購物體驗，更以複合城區經營為方向，從車站、住宅到商圈推動複合性發展，一站滿足消費者所有日常生活所需的方便、安心的服務。

Global Mall 全台共有八家分店，依照類型可分為全客型及車站型商場：

1. 全客型商場 (新北中和 / 屏東市)：

主打一站式滿足，亦為在地商圈的生活中心；提供購物、聚餐、體驗、娛樂休閒等一站式全方位服務，滿足居民每日日常生活需求，從全家大小購物需求、餐廳美食、超市、生活雜貨到體驗活動，成為在地生活中心及區域指標。

2. 車站型商場 (南港車站 / 板橋車站 / 新左營車站 / 桃園 A8 / 林口 A9 / 桃園 A19)：

為全台發展最多的車站型連鎖商場，主要串聯多鐵共構或機場捷運，以一日生活圈提供美食、購物便利服務為主。

此外，Global Mall 旗下還擁有兩個事業品牌：SPORTS+ 環球健身中心和環球 Online。SPORTS+ 環球健身中心於 2010 年成立，面積約 672 坪，位於新北市板橋車站新板特區，這是 Global Mall 跨足商場經營之外的新事業，提供專業健身服務；環球 Online 則於 2019 年推出，是 Global Mall 線上購物平台，以「樂享生活 有我就購」為宗旨，整合線上和線下資源，滿足顧客的多樣需求。

| 全台分店位置 & 沿革

📍 全客型

📍 車站型

📍 Global Mall 新北中和

成立時間 2005 年

營業坪數 約 24,000 坪

特色 Global Mall 首家分店，亦為日本永旺購物中心技術輸出海外的第一個據點

📍 Global Mall 板橋車站

成立時間 2010 年

營業坪數 約 6,000 坪

特色 第 2 家開幕店，首次與台鐵合作的車站型商場

📍 Global Mall 林口 A9

成立時間 2017 年

營業坪數 約 1,500 坪

特色 全台第五間車站型據點，以美好食光為主軸

📍 Global Mall 新左營車站

成立時間 2013 年

營業坪數 約 2,695 坪

特色 為南台灣第一間車站型購物中心

📍 Global Mall 屏東市

成立時間 2012 年

營業坪數 約 6,600 坪

特色 Global Mall 3 號店，深獲在地居民的好評

📍 Global Mall 南港車站

成立時間 2016 年

營業坪數 約 3,043 坪

特色 第 7 家開幕店

📍 Global Mall 桃園 A8

成立時間 2015 年

營業坪數 約 5,500 坪

特色 桃園首間車站型購物中心，也是首間與桃園機場捷運相連的購物中心

📍 Global Mall 桃園 A19

成立時間 2021 年

營業坪數 約 6,000 坪

特色 全台首家綠色永續商場

| 願景

與時俱進：以初心的溫暖，打造享樂的生活，持續朝商場升級 / 數位轉型 / 永續智能方向邁進。

| 核心價值

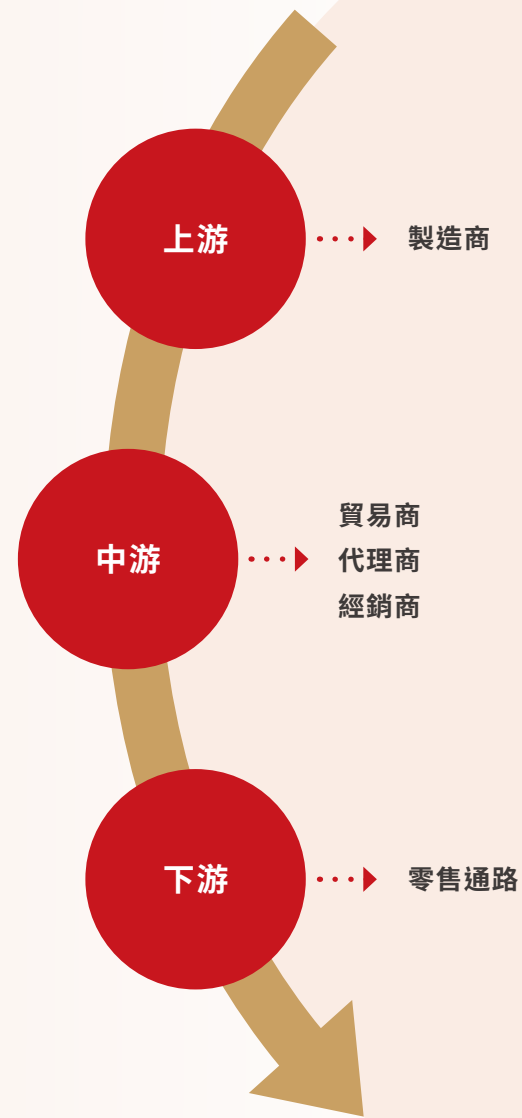
以服務、創新、效率為核心，創造並滿足所年齡層一站式購足的購物環境。

產業價值鏈

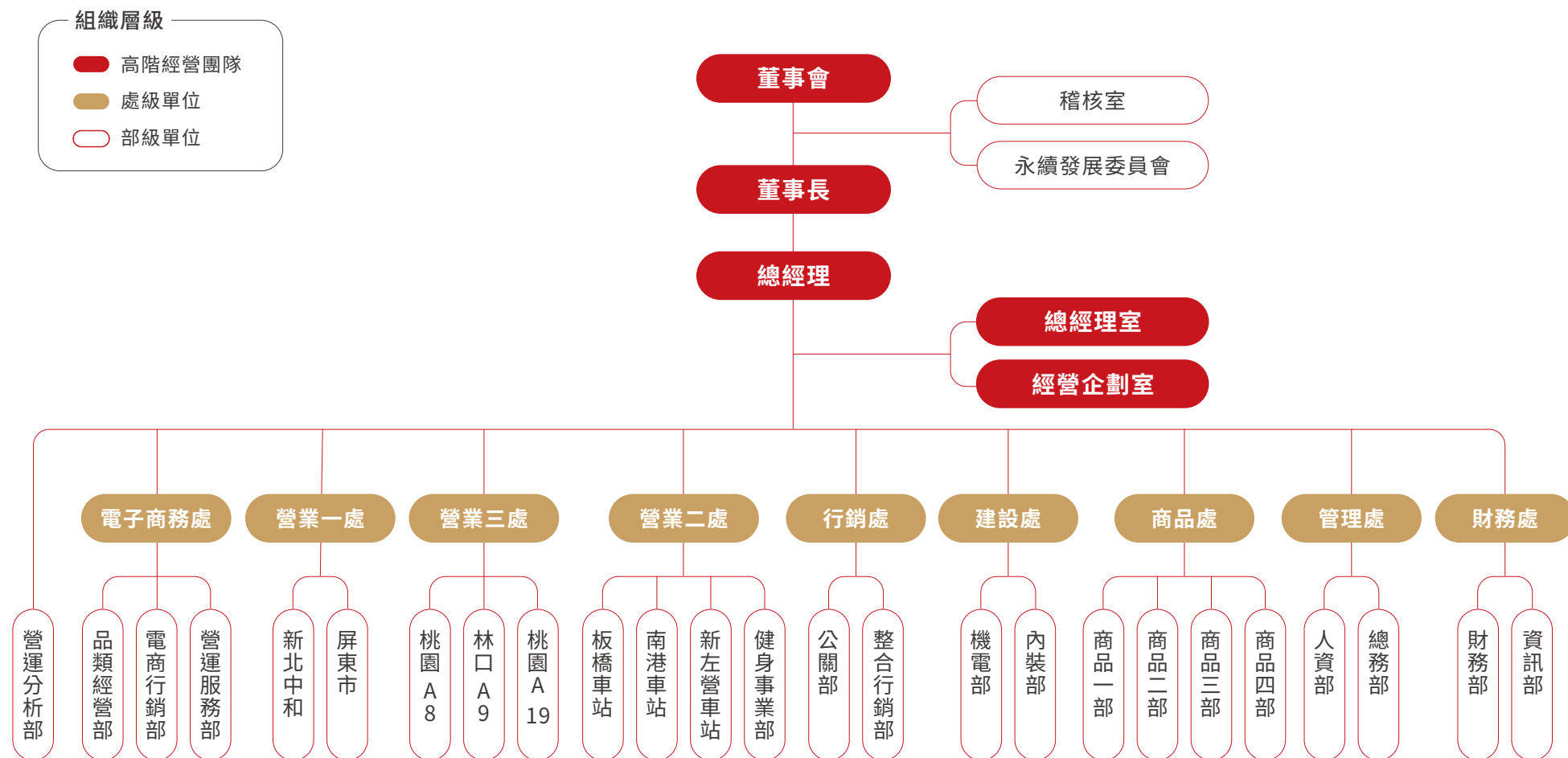
貿易百貨業主要是由貿易公司將國內外商品引進國內市場銷售，而百貨業則是零售市場的核心，透過賣場管道銷售各類商品，從化妝品、服裝、日常用品到生活家電、鍋具、生鮮食品、文具、傢具等。貿易百貨業的供應鏈分為上游、中游和下游三個部分。

在上游，製造商負責生產各類商品，這些商品將供應給下游的零售管道。中游則包括貿易商、代理商和經銷商，他們負責代理和分銷國內外的商品。貿易商提供多樣化的產品選擇，代理商則代表企業銷售產品並賺取佣金，而經銷商擁有商品的所有權，負責銷售並獲取利潤。

下游則是零售管道，這些零售商從批發商、中間商或製造商處購買商品，然後直接銷售給最終消費者。零售商包括連鎖便利店、3C 賣場、百貨公司和直營門市，負責面對消費者並提供直接的銷售服務。這些零售管道是消費者購物的主要途徑，且透過不斷改進的數位工具，如購物 APP 和電子支付，提升消費者的購物體驗。



組織架構



各部門職掌說明

單位	職掌項目
稽核室	公司稽核制度之建立與執行；評估公司作業實施成效及品質管理
永續發展委員會	推動公司永續發展政策及 ESG 專案
總經理室	協助總經理執行相關行政事務，統整總經理交辦事項
經營企劃室	- 公司中長期商業規劃 - 城區商圈經營 (整合集團資源、異業合作) 或特殊專案 - 開發業務
營業處	綜理各店各項營運績效與管理目標
電子商務處	- 負責電商商品定位及特色差異化 - 線上商品銷售業績達成 - 館內外品牌之商品招商、營運管理、行銷活動、客服、物流等
行銷處	- 負責市場行銷研究調查，行銷策略規劃及執行 - 全台行銷企劃及異業結合 - 媒體宣傳、公關活動事宜 - 會員分析及深化顧客關係經營

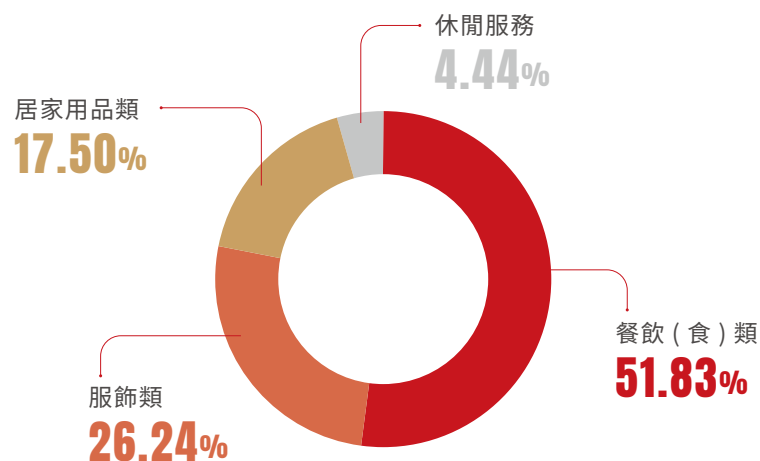
單位	職掌項目
商品處	- 實體各店商品定位及商品策略規劃 - 擬訂實體店年度改裝策略 - 每月商品發展趨勢分析 - 集團性、新業態、趨勢亮點品牌導入實體店及電商 - 新展店籌備事宜
建設處	- 開發案與競標案評估整合 - 專門店改裝及新展店之商環境規劃及執行 - 機電設備工程規劃執行
管理處	- 負責人力資源整合達成公司發展策略目標 - 負責整合整體作業流程優化及效率提升 - 總務年度採購發包作業、行政管理優化、年度行政稽核計劃及執行 - 負責公司對外法律事務及合約簽訂前之擬訂及審查
財務處	- 會計及稅務規劃及執行 - 資金調撥及取得 - 營業績效管理 - 資訊策略規劃與執行 - 資訊系統開發與導入 - 資訊安全管理

經營績效

隨著零售市場逐漸朝向體驗導向與數位整合發展，台灣百貨業者近年積極強化全通路佈局與會員經營機制，以因應消費者行為的轉變與品牌忠誠度再造的需求。百貨通路的角色已不再侷限於商品銷售平台，更轉化為結合生活提案、在地連結與社群互動的多功能場域。

在此產業脈動下，Global Mall 持續優化營運策略與顧客體驗，2024 年整體營業額相較 2023 年成長 4.5%。成長主因包括來客人數提升 1.3%、每位顧客平均消費額增加 3.6%，反映集客力與顧客黏著度雙雙提升的趨勢。除業績成長外，Global Mall 亦強化線上線下整合服務、推動永續市集與友善回收等行動，展現以永續導向創造營運價值的努力成果。

主要銷售類型佔比



參與公協會

Global Mall 長期參與各項公協會活動，透過參與外部組織與各領域優秀專家學者交流，促進整體產業的資源整合，並藉由跨界合作擴大永續影響力。

參與的公協會	擔任職務 / 角色	目的
台灣連鎖暨加盟協會	會員	提升台灣連鎖產業經營品質，推動企業間互相交流與成長
中華民國購物中心協會	會員	促進同業之交流與成長，提升購物中心之經營管理能力，並整合產業資源，創造價值，以帶動經濟之繁榮發展
台灣軌道經濟發展協會	理監事、會員	以連結軌道運輸與商業活動、城鄉發展為主軸，作為知識共享與產業創新的發展平台，促進國內軌道經濟發展為宗旨，打造軌道經濟新世代

1.2 治理架構

本公司最高治理機構為董事會，由董事長擔任最高管理代表，並負責整體決策、營運監督與對公司經濟、環境、人權及社會影響的管理責任。董事會下設稽核室與永續發展委員會，依據冠德企業集團之「董事會議事規範」運作，確保公司依法經營、有效防制利益衝突，並持續提升經營績效。

本屆董事會由五名董事組成，另設一名監察人，以強化治理制度與監督能量。公司重視董事會成員之專業背景與多元產業經驗，所有成員皆具備企業管理專長與國際市場視野，並展現穩健的領導與決策能力。

董事會原則上每季召開一次，得視公司重大事項由董事長臨時召集。2024 年度共召開 7 次會議，整體出席率達 95%，審議議題包含經營績效檢討、內部控制運作、責任單位指派及追蹤改善進度等，透過制度性治理機制，強化公司整體營運透明度與持續改善力。

董監事成員

► 屆期：第八屆

職稱	姓名	性別	年齡區間	任期	所代表法人
董事長	馬志綱	男	41 ~ 50 歲	2024.05.28~2027.05.27	冠德建設股份有限公司
董事	李潤之	男	51 ~ 60 歲	2024.05.28~2027.05.27	冠德建設股份有限公司
董事	林敬淵	男	41 ~ 50 歲	2024.05.28~2027.05.27	冠德建設股份有限公司
董事	石傳捷	男	61 歲以上	2024.05.28~2027.05.27	冠德建設股份有限公司
董事	陶韻智	男	41 ~ 50 歲	2024.05.28~2027.05.27	-
監察人	周冠群	男	51 ~ 60 歲	2024.05.28~2027.05.27	-

► 屆期：第七屆

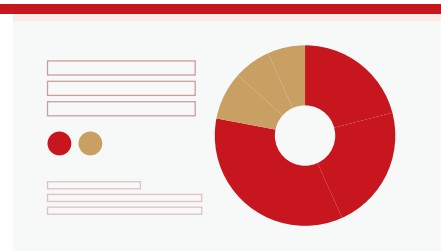
職稱	姓名	性別	年齡區間	任期	所代表法人
董事	范錦華	女	51~60 歲	2021.07.02~2024.07.01	冠德建設股份有限公司
董事	劉玠廷	男	41~50 歲	2021.07.02~2024.07.01	冠德建設股份有限公司
董事	黃章榮	男	61 歲以上	2021.07.02~2024.07.01	齊魯企業股份有限公司
監察人	陳榮太	男	61 歲以上	2021.07.02~2024.07.01	-
監察人	陳國平	男	61 歲以上	2021.07.02~2024.07.01	-

利益衝突迴避

為避免發生利益衝突情事，於議案涉及董事個人之利害時，會自請迴避並不得代理其他董事行使表決權。

董事績效考核

依循集團作業辦法，Global Mall 董事會整體績效評估的衡量項目包括：對公司營運的參與程度、提升董事會決策品質、董事會的組成與結構、董事的選任及持續進修及內部控制。同時，董事成員個人績效評估則著重於：對公司目標與任務的掌握、董事職責的認知、對公司營運的參與程度、內部關係的經營與溝通、董事的專業能力及持續進修，以及內部控制，共同確保董事會和個別董事都能有效履行其職責，並促進公司整體運營的健康發展。2024 年董事績效評估皆為良好。



1.3 風險管理

面對快速變遷的零售環境，Global Mall 將風險辨識與管理視為永續經營的重要基礎。因應市場競爭加劇、消費行為轉變、法規要求提升及供應鏈挑戰等不確定因素，本公司已建置完善之風險管理架構，定期識別、評估與應對營運過程中可能發生之風險事件，確保營運穩定性與治理透明度。

本公司目前將風險分類為九大面向：市場風險、外部環境風險、法律風險、反貪腐風險、投資風險、營運風險、人員風險、供應鏈風險與資訊安全風險。各議題由相關權責單位進行識別與管理，並透過跨部門功能性會議建立通報與追蹤機制。稽核室負責監督執行狀況，並定期向董事會報告整體風險管理執行情形。

此外，公司已訂有多項內部作業辦法與應變計畫，涵蓋異常營運處置、資料保護、合約管理、採購風險防控等，逐步強化整體風險應變韌性。

風險分類與意義

風險類別	定義範疇	因應對策
市場風險	國內外市場需求變化或競爭，有礙企業實現營運目標之風險	- 外部宣傳費用成本增加，故輔以口碑推薦，建置「好物系統」。由專櫃人員以現場推薦的方式，提供顧客優惠的價格；另外也結合實體店面及虛擬通路的「網購店取」，建立虛實整合的購物新通路。 - 觀察競業平台進行優化： ☑ 增加平台活動模組，加強行銷活動推廣 ☑ 優化顧客體驗：調整折價券到期通知的內容、不同出貨方式可統一結帳等
外部環境風險	自然災害、氣候變遷、傳染病等外部不可控風險，使來店人流減少，影響公司收益	- 推動商場內及辦公室各項節能減碳做法，以降低對自然環境的影響程度。 - 為強化營運對外部環境不確定性的應變能力（如疫情、天災、交通中斷等），推動「線上下單、分店取餐」等彈性服務機制，減少顧客等候時間並降低接觸風險，強化服務可近性與顧客信任。
法律風險	企業營運過程中，因未符法令致有裁罰、商譽損失，或因與供應商、消費者發生履約爭訟之風險	- 進行法治宣導、教育訓練，加深同仁執行業務時辨識法律風險之能力 - 推動供應商管理、溝通管道，並訂定「供應商社會責任承諾書」 - 建立良好顧客服務與申訴管道，注重消費者權益，致力減少爭議



風險類別	定義範疇	因應對策
反貪腐風險	防止利益衝突，避免圖私利之機會	- 定期向員工宣導 - 要求簽署「經理人聲明書」，確保其在執行職務時遵守道德行為相關規範準則
投資風險	業主往來及新展店經營狀況	定期報告會議及列控改善
營運風險	分店重大管理事件、營運績效達成狀況	- 營業績效查核 - 查核制度及追蹤
人員風險	人才之選、育、留之問題	人才之選：因應 Global Mall 線上購物平台成立，初期為遴選多位由各分店門市同仁進行規劃，以及招聘各大有平台經驗 / 數位行銷經驗之相關人才進行初始建置及營運，並同步門市實體櫃位及網路招商。 育才：借鑒各平台專職人才過往經驗，進行標準作業流程的建置，並擬定出 SOP 規範。同時積極培育內部人才，制定職能計畫，提供員工合適教育訓練與職涯規劃，共創正向發展的職涯體驗。 留才：建立升遷機制，以制定公平考核標準、考核員工績效並酌以營業績效及職業發展審核適當給予員工獎勵。
	企業背景文化差異	- 鑒於電子商務處招聘人員多數皆具備 EC 電商平台營運操作 / 數位行銷經驗，致使企業化與 EC 通用觀念需多加磨合，初期會進行新進人員的企業文化目標 / 發展 / 沿革 / 背景 / 營運方式的教育訓練，從中取得雙邊平衡，以利線上商城可順利營運。 - 藉由實體營運門市過往經驗及模式，融合 EC 營運操作模式，並進行滾動式調整，既可以符合以往實體百貨經驗，同時可以突破不同於以往 EC 營運流程，創新出環球 online 專屬的 EC 營運模式。
供應鏈風險	百貨業品牌商、承攬商眾多，來往間易產生狀況	- 著重於線上 / 線下之合作供應商的服務維運，協助解決供應商與消費者端的相關消費性衍生問題 (客訴 / 瑕疵 / 退换货 / 商品諮詢等)，並協助館內品牌供應商因此新增環球 online 線上銷售管道。 - 針對於新進合作供應商可能無實體門市經驗，又希冀進駐百貨業種，初步以臨時櫃形式嘗試合作，於過程中加以輔導，互利互惠。

風險類別	定義範疇	因應對策
資訊安全	為掌握顧客消費旅程，蒐集顧客個資、交易資料做後續數據統計分析是百貨經營的一環，相關資料的傳遞、資料保存亦是資安的重要課題	外部（營運服務、顧客隱私） - 導入資安產品提升防護等級 - 檢視顧客個資需申請特別權限 - 顧客交易資料皆經過加密處理 內部（員工） - 從內部建立「資訊安全人人有責」的觀念 - 公司內部資料傳遞時，電子檔案以密碼加密保護文件內容 - 對新進人員提供資安教育訓練課程：定期實施社交工程演練，強化內部員工的資安相關知識

* 2024 年 Global Mall 無重大風險管理缺失發生。

1.4 誠信經營與法規遵循

誠信經營

Global Mall 將誠信視為企業治理與永續發展的根本，致力於在日常營運中落實公平、公正與透明的原則。公司已訂定誠信經營相關內規，涵蓋反貪腐、反賄賂與禁止不正當競爭行為等要求，作為管理階層與全體員工共同遵循的準則。

建立管理階層自律機制

為強化高階管理人員的誠信責任，Global Mall 要求所有經理人簽署《經理人聲明書》，明確承諾在執行職務時，恪守道德行為與誠實信用原則。聲明書內容包含防止利益衝突、避免圖利行為、保護公司資產、維護資訊機密、公平交易與法令遵循等多項條款，並設有鼓勵揭露與懲戒機制，作為誠信制度之重要依據。

教育訓練

公司每年定期辦理誠信經營教育訓練，協助員工釐清與工作相關之道德風險，並透過案例分享提升辨識與應對能力。2024 年度全體同仁均完成至少一小時的誠信經營守則課程，完訓率達 100%。未來亦將持續優化訓練內容，並納入各職級實務需求，讓誠信文化逐步內化於日常營運之中。

法規遵循

在多變的營運環境中，Global Mall 積極建構法規遵循管理架構，確保公司營運符合各項適用法令與規範。涵蓋範圍包括公司治理、勞動法規、職業安全衛生、消費者權益、誠信經營、環境保護以及零售相關營業規範等。各項內控制度皆依循法規要求設計，並設有定期檢視與調整機制。2024 年 Global Mall 未發生任何重大違反經濟或環境相關法規之情形。

風險辨識與內部管控

公司將法律風險區分為外部與內部兩大類型。外部法律風險主要來自與顧客、供應商及其他利害關係人間的契約履行、申訴處理或資訊揭露等互動過程；內部法律風險則與公司治理結構、內部作業規範、誠信政策落實及人員行為有關。Global Mall 透過風險評估與稽核查核制度，定期確認法遵執行情形，並由稽核部門向董事會報告，確保風險管理具備透明性與追蹤力。

落實法規素養

為增進同仁對適用法規之了解與應用，公司定期辦理教育訓練與內部宣導，並視實際需要提供法規更新與實務解析。此外，鼓勵各部門依所涉領域主動檢視內部流程與制度，提出法遵建議與優化方向，使法規遵循不僅止於義務，而成為日常營運的基本素養與風險預防機制之一。

內控稽核

為確保營運流程符合公司治理與永續管理原則，Global Mall 建立完整之內部控制制度，透過年度稽核計畫、專案查核與風險評估，強化營運透明度與組織韌性，落實對重大風險與永續議題的預防與管控。

稽核執行成果

2024 年度內部稽核作業共完成一般查核 181 件與專案查核 4 件，稽核完成率達 100%，整體作業中無重大缺失，重大缺失比率為 0%。稽核作業依據年度計畫，針對各項管理與營運面向，持續監督制度執行與改善成效。

年度稽核重點

2024 年內部稽核作業聚焦於營運關鍵流程與潛在風險項目，從管理、營運、投資及資訊安全四大面向擬定查核計畫，各計畫稽核重點如下：



管理面：聚焦分店合約管理、工程進度與行政流程，強化現場執行與文件控管的一致性與合規性。



營運面：以營收目標達成與營運績效為主軸，檢視行銷條件核決、毛利率管理及數位業務推展情形。



投資面：針對關係企業與合作業主間之往來進行稽核，確保契約履約過程符合合作規範與公司治理原則。



資訊安全面：依據集團政策辦理資安查核，聚焦於資料保護、存取控管及系統使用安全性，降低營運中斷與資安風險。

永續議題與內控整合

面對 ESG 永續趨勢與資訊揭露要求，公司持續將永續議題納入內稽內控框架，並依集團統一規章展開落實。現階段主要作法包含：

現行機制

依循集團政策，將 ESG 指標納入內部控制作業與稽核項目管理，確保永續議題亦納入制度性監督範圍。

未來方向

預計從三方面加強永續資訊治理：

強化 ESG 風險辨識與控制能力，提升永續目標達成績效；

透過內稽與內控機制，強化對永續資訊的追蹤與審查；

依據國際準則與國內最新法規，滾動調整內部管理制度，提升制度對應能力。

Global Mall 將持續透過制度化的風險控管與稽核監督，深化內部治理效能，確保各項營運活動與永續價值目標緊密連結，強化整體組織穩健與責任治理基礎。

1.5 資訊安全與顧客隱私保護

Global Mall 堅定承諾保障資訊安全與顧客個人資料隱私，視其為數位永續治理的核心基石。秉持「資訊安全，人人有責」的理念，全面建構涵蓋制度、技術與人員管理的資訊安全管理體系，確保資料的機密性、完整性與可用性，並符合《資通安全管理法》、《個人資料保護法》及國際標準之要求。2024 年，Global Mall 已完成 ISO/IEC 27001 資訊安全管理系統（ISMS）驗證，認證範圍涵蓋機房管理、會員平台與電子商務平台的委外開發、維護及網路管理等資訊作業流程。

資訊安全治理架構

公司設有跨部門「資訊安全管理小組」，統籌擬訂資訊安全政策、推動年度計畫、回應法規變化與技術發展。資訊安全政策依 PDCA 管理原則運作，包含以下三大核心構面：



* 2024 年度共辦理超過 15 場資安教育訓練，參訓人次逾 100 人，測驗平均通過率達 90%。

技術防護與作業控管

Global Mall 建立完整的資訊防護體系，涵蓋端點、網路、應用與資料存取多重防線：

EDR 裝置防護

部署於個人主機與虛擬化系統，透過與外部資安團隊協作，即時掌握異常並主動處理威脅。

弱點掃描與漏洞修補

2024 年持續每年兩次弱點掃描，並於 30 天內完成缺失修補，確保系統更新與安全性。

DLP 系統建置

2023 年完成覆蓋率 90%；2024 年第一季已實現 100% 建置，全面防範資料外洩風險。

TWCERT/CC 聯防合作

串接國家級威脅通報系統，有效阻擋惡意 IP 封包與潛在外部攻擊。

APP 與 API 控管

依據工業局規範，每年通過 TAF 認證之實驗室進行安全檢測，並獲 L3 安全標章（涵蓋交易功能）。API 串流全面加密，並委外進行弱掃測試。

個資保護與顧客隱私管理

公司以保護顧客資訊為首要責任，依《個資法》與國際標準落實以下措施：

資料最小化與授權控管：個資僅限授權人員依職務存取，全程加密傳輸。

自主權保障：APP 用戶可隨時查詢、更正或刪除個人資料與帳號，操作流程透明且即時。

申訴與通報流程：制定《資訊安全事件暨事故標準》，明定個資申訴接收、處理與結案程。

保存與銷毀政策：簽帳單、租借單、訴願資料等依規定保存 18 個月至 5 年，逾期即安全銷毀。

其他顧客個資管理項目

項目	管理方式	保管單位
簽帳單	僅有離線交易才會印出實體簽帳單，專櫃於結帳時交由各分店財務處理，簽帳單保管於適當地點，保管期限 18 個月，並於到期後銷毀	財務課
名條	資訊產出的名條檔案相關欄位隱碼顯示並加密保護文件，檔案由各申請單位妥善保管	販促課
紙本訴願資料	相關資料留存 5 年，並於到期後銷毀	服務組
顧客租借單	顧客於商場內租借嬰兒推車等各式用品，留存租借登記資料 1 年，並於到期後銷毀	財務課
員工個資	正職 / 離職同仁個資統一由總部歸檔留存，待年限到期後銷毀	人力資源部



APP 資安強化與會員保護

Global Mall APP 安全性管理措施，具體作法如下：

資料加密與密碼規範：

帳號登入與個資處理全程加密，密碼採用強度設計（含大小寫、數字、特殊符號）。

多因素驗證與裝置綁定：

自 2023 年起啟用裝置認證與異動檢測，防止非授權登入。

APP 認證與檢測：

2024 年再次通過 L3 安全檢測等級，並委託第三方實施弱點掃描與交易模擬測試。

會員自主管理機制：

用戶可主動查詢歷史紀錄、變更授權、移除帳號，強化個資控管自主性。

教育訓練與意識推廣

新進訓練：

每位新進員工 100% 完成入職資安教育，課程每月舉辦 2 次，每次 1 小時。

定期宣導與演練：

透過 EIP 系統與內部信件於 2024 年共發送 3 次資安警示與勒索防範資訊。

社交工程模擬：

每年 2 次釣魚信演練，每次為期 2 週，並對受測人員實施 4 小時進階回訓。

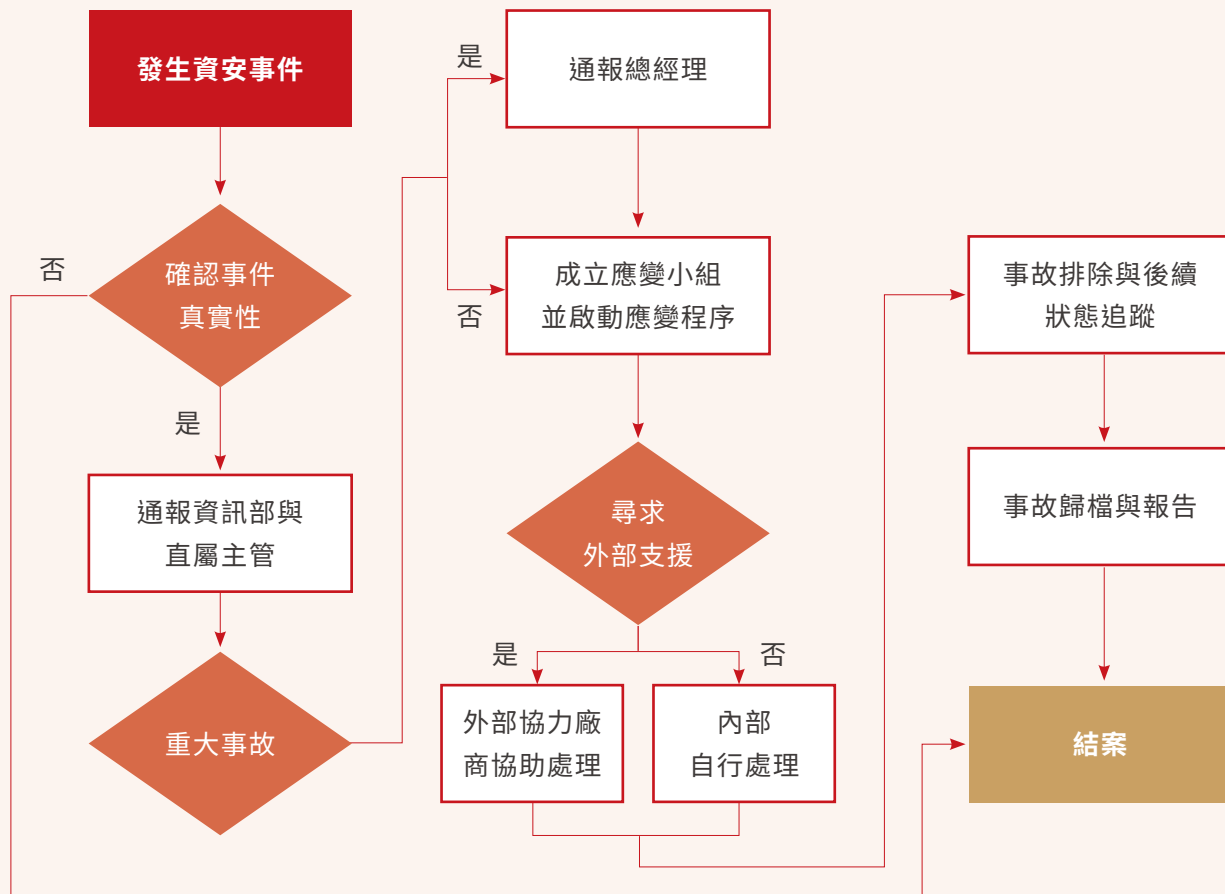
內部通報制度：

設有匿名舉報管道，員工可即時回報疑似資安或個資異常。

資訊安全事件處理程序

Global Mall 依循「資安事件通報程序」，規範資安事件處理程度。當資安事件發生時，首先應通報資訊部與直屬主管，在事件被判定為重大事故後，立即成立應變小組、啟動應變程序並呈報總經理，由案關單位成員組成專責小組，第一時間提出對應策略，並由公關部門針對新聞媒體、輿論回饋分析並由法務部門評估法律風險。

危機處理流程



第三方合作與外部稽核

廠商管理與資安條款：

所有合作單位須簽署保密與資安責任協議，涉及個資處理者須接受稽核。

API 與資料傳輸稽核：

每年進行 API 傳輸加密測試與安全憑證驗證。

年度外部稽核：

2024 年由資策會執行全範圍滲透測試並通過 ISO 27001 認證續審。

Global Mall 將持續深化資訊安全治理的廣度與深度，從制度、技術到文化全面提升應變能力與數位信任基礎。未來將逐步擴大 ISO 認證覆蓋範圍，納入更多關鍵營運場域與資訊系統，提升整體資安框架完整性。同時，引進 AI 威脅辨識與回應技術，強化即時風險預警與異常行為偵測能力。Global Mall 持續落實資訊安全承諾，強化顧客信任基礎，實現數位轉型中的永續營運與價值創造。

* 在 2024 年，Global Mall 未發生任何個人資料外洩或重大資訊安全事件，亦未收到任何經證實的侵犯客戶隱私、失竊或遺失客戶資料的投訴。

1.6 供應商管理

Global Mall 之供應商主要可分為兩大類型：一為「承租廠商（專門店）」，二為「承攬商（包含維護保養及物業管理等）」。為確保顧客能獲得一致且優質的服務體驗，我們針對不同類型供應商設計對應之管理流程，透過制度化管理與現場查核機制，持續提升整體服務效率與品質。

供應商分類與管理方式

依照供應商性質進行分類管理，分別制定作業準則與配套制度。日常營運中，透過 SOC（Service Operation Check）查核流程，進行各項服務執行品質之稽核；同時亦定期召開跨部門主管會議，針對現場發現之異常、待改進事項或顧客回饋進行檢討與追蹤，以形成持續改善循環。

透過上述管理機制，Global Mall 積極與供應商夥伴共同提升營運效率與服務細緻度，實踐顧客導向的經營理念，打造安心且值得信賴的消費環境。

供應商類別	管理與稽核項目
承攬商 (物業管理 / 清潔 / 機電)	☒ 每日填寫工作日誌，以記錄執勤當日館內所有狀況及回報事項
承租廠商 (專門店)	☒ 依照營運性質訂有「專門店進櫃暨撤櫃程序」、「請款付款作業辦法」、「專門店租賃及代扣管理作業辦法」 ☒ 透過「餐飲櫃設備清潔管理作業辦法」、每月至少 2 次以上、定期安排消毒 (如經同意由品牌自行消毒，則需另提供消毒報告)

承攬商篩選機制

為確保營運所需服務具備專業性與穩定品質，Global Mall 在篩選新進承攬廠商（包含維護、保養、物業管理等）時，採行多元評估機制。透過資料審查、面談訪查與綜合評選等方式，逐一評估廠商之技術能力、服務經驗與風險控管機制，並與內部業務單位共同討論與確認，選擇最符合商場營運需求之合作夥伴，確保委外服務品質與效率符合顧客期待。

強化供應鏈 ESG 管理

Global Mall 積極推動供應商永續責任管理，自 2022 年起正式導入《供應商社會責任承諾書》，要求所有新進承攬商及專門店簽署此承諾書，承諾遵循本公司永續發展理念，涵蓋基本人權保障、環境友善實踐、誠信營運及社會共融等核心價值，同時要求其上游供應鏈亦應一併遵守。承諾書明訂，若供應商違反內容規定，Global Mall 得視情節終止或解除契約，以確保整體供應鏈行為符合永續標準。2024 年度新進供應商簽署永續相關承諾之回覆率為 92%；針對尚未完成簽署的供應商（占比 8%），公司持續展開溝通與協調，並以 100% 簽署完成為目標。

《供應商社會責任承諾書》重點涵蓋



1. 勞工與人權：

禁止強迫勞動與童工、規範工時與福利、杜絕職場歧視與騷擾、保障女性員工權益。



2. 員工健康與安全：

建立安全作業環境、防範職業災害、完善緊急應變、防疫管理、落實健康與食宿條件管理。



3. 環境友善：

落實污染預防、資源節用、危害物質控管、廢棄物及廢水處理、節能減碳與合法排放。



4. 道德規範：

強調誠信經營、資訊揭露、智慧財產保護與個資安全。

* 2024 年度合作進駐之供應商，於 Global Mall 營運期間內，皆無發生重大環境或社會相關裁罰紀錄。

CH2 綠色商場

Global Mall 以打造「永續生活日常化」為核心目標，推動綠色理念從商場經營落實至顧客日常體驗，讓永續不再只是口號，而是融入每一次消費、每一項選擇的行動中。我們以「同心圓」概念擘劃綠色行動範疇，從商場本體出發，連結品牌專櫃、帶動商圈合作，逐步擴展至更具影響力的低碳生活圈，建構橫跨內外部利害關係人的永續實踐網絡。

身為倡議永續生活的零售平台，Global Mall 持續於各據點推動節能減碳、減塑無紙化、友善環境設施等多元作為，並鼓勵顧客透過參與回收行動、綠色商品選購與數位交易，形成商場與社會共同轉型的綠色動能。

綠色商場措施

類別	實行項目	作法	2024 年成果
無紙化推動	紙本 DM 減量	- 僅於主要主要行銷檔期或特殊節慶郵寄紙本 DM，其餘月份全數改 EDM 寄發 - 提供誘因，鼓勵會員下載 APP 接收優惠資訊	- 年度減少實體 DM 12 萬冊印製，用 EDM 與顧客溝通共發出 852.9 萬封 EDM 2024 年實體 DM 發出數量占全年發出 DM 1.13% 2024 年 EDM 發出數量占全年發出 DM 98.87%
	推動使用電子禮券	- 不主動發紙本禮券，引導顧客下載 APP 登入會員領取電子禮券 - 活動憑證 / 兌換券 / 折價券皆採會員 APP 領取	平均使用率達 87%
	推廣使用電子載具	訓練專櫃同仁，於結帳時主動詢問顧客會員 APP 是否有綁定載具，或是否要刷電子載具	平均使用率達 59%

類別	實行項目	作法	2024 年成果
鼓勵回收	設置 ECOCO 智能回收機	將 ECOCO 智能回收機台導入至商場，為顧客提供回收寶特瓶、PP 飲料杯及電池的服務	年回收 42 萬個寶特瓶
源頭減量	以租代買	- 檔期活動時常需使用的花車、裝飾道具等，採以租賃方式，減少短期需求產生之資源消耗 - 鼓勵快閃櫃位採用循環再生展架	循環再利用，減少檔期資源消耗
	禁用一次性塑膠杯	配合政府政策，將各館內一次性塑膠杯替換成紙杯	每年減少上萬個一次性塑膠杯

綠色消費

隨著環保意識的抬頭，綠色消費已成為全球消費趨勢的重要指標。消費者越來越重視產品的環保特性，期望在購物的同時能為地球的永續發展貢獻一份力量。Global Mall 深刻了解綠色消費重要性，近幾年一直努力推行綠色消費，透過導入環保材質及環保設計包裝的商品，我們不僅提供消費者更多元的選擇，也在實際行動中落實環保理念。目前商場內已經有 206 家品牌加入綠色消費行列，涵蓋 3C 產品、服飾配件、生活雜貨及家用家電等多個領域。此外，也引進或鼓勵餐廳 40 家環保餐廳品牌，滿足消費者的綠色飲食需求。藉由這些轉變，Global Mall 不僅希望能為消費者提供高品質、環保的商品和服務，更期望能夠帶動更永續生活體驗。

項目	內容
零售品牌	加入商品使用環保材質 / 成分、商品採環保設計包裝、販賣環保用具品牌共 206 家；其中知名品牌包含 3C 類 (APPLE)、服飾配件類 (Roots、Timberland、UNIQLO、adidas Originals、NIKE、new balance、K-SWISS、palladium、HILLTOP、TRAVELER、The North Face、ABC mart)、香氛類 (THE BODY SHOP、L'ERBOLARIO)、快速配鏡類 (JINS)、家用家電類 (MUJI、Nitori、HOLA、全國電子)、生活雜貨類 (DAISO)、藥妝類 (康是美藥粧店) 等。
餐飲品牌	統計已加入環保餐廳品牌共 40 家；其中知名集團品牌有瓦城集團 (大心新泰式麵食)、豆府集團 (韓姜熙的小廚房)、大成集團 (勝博殿)、饗賓集團 (開飯川食堂)、全家集團 (大戶屋)、開展集團 (T.G.I.Friday's)、和億集團 (添好運)、統一集團 (COLD STONE)、米塔集團 (大河屋)、富錦樹集團 (燒肉 like)、連鎖品牌 (春水堂、朱記餡餅粥、YAYOI 彌生軒、丸龜製麵、SUSHIRO、天仁茗茶、米哥烘培坊、LOUISA)。

特色品牌介紹

SEGAWAY NINEBOT

"Segway-Ninebot 全球擁有超過 1000 項專利，簡化人和物的移動，短距離交通領導品牌，所生產的電動滑板車已經超過 1000 萬台，市佔率高達 49%，全球總騎行里程已超過 7,958,168,888 公里（可以來回月球 2070 次），幫地球減少 383,582,654 公斤的碳排放（等於多種植 21,429,199 棵樹），滿足多元化和個性化需求！

VIOLET 躍紫綠能

堅持綠色能源，朝向全電動生活概念發展，投入電池研發與新型車款開發，還給人類一個乾淨、舒適的空氣。期望隨著全球淨零轉型為目標，邁入能源轉型的關鍵時代，為 2050 淨零碳排放寫下永續篇章。

2.1 數位服務

會員經濟策略：以人為本，深化長期顧客關係

面對零售產業結構持續轉型與消費型態分眾化發展，Global Mall 將會員經營視為核心經營策略之一，致力於打造以顧客為中心的會員生態圈。透過數據分析與顧客輪廓識別，強化個人化、差異化的溝通方式與回饋機制，提升會員忠誠度與品牌黏著度，進一步實現永續的顧客關係管理。

我們依據會員特性與行為模式發展**五大經營策略**，涵蓋從獲客、黏客到轉化的完整路徑設計：



數位發展目標



數位轉型推動會員經營與消費體驗升級

因應零售環境持續數位化與消費行為快速演變，Global Mall 於 2024 年持續推動數位服務升級與系統整合作業，強化會員經營效益並優化顧客線上與線下的整體體驗。我們以數位平台作為串聯據點與顧客的溝通核心，強化數據應用與消費歷程追蹤，達成精準溝通與顧客黏著度提升之目標。

數位轉型三階段策略

短期

線上線下導流

開通線上通路：將館內品牌與活動促銷專區商品上架至電商平台，並於實體促銷專刊設置線上購買 QR code，將實體人流導引為線上轉單。

便利的消費體驗：推行美食到店取與電子票券等 O2O 服務，實現線上下單、線下取件的便利體驗。

口碑流量帶動：運用門市現場宣傳與推薦機制，鼓勵消費者分享、轉介與再消費，促進服務體驗曝光與平台活絡。

中期

豐富消費者生活提案

線上線下品項互補：拓展線上招商與品項組合，強化實體與數位內容互補性。

整合銷售推進：透過實體陳列推薦與數位會員推播，推動購物歷程整合，帶動業績成長。

長期

擴大 OMO 智慧服務

線上線下共創價值：透過平台招募與營運支援，拓展商戶數位能量。

智慧生活圈建構：導入會員個人化推薦、智慧導購與互動設計，強化周邊商戶與顧客的長期互動，打造永續商業生態圈。



數位服務藍圖與成果

2024 年完成官方網站與電商平台整併，新增線上報名與預約功能，顧客可於線上便利完成活動體驗與服務預約流程，數位接觸點擴及至會員註冊、報名與停車服務等生活情境，打造無縫串聯的數位場域。網站商品項目從 30,000 項擴充至 80,000 項，提升顧客商品搜尋與比較效率。

此外，整合數位工具與門市服務，逐步建構線上線下服務整合機制，透過消費數據回饋與使用行為分析，強化行銷精準度與顧客輪廓識別，進一步提升使用者整體體驗與交易轉換率。

數位服務導入

數位化已成為永續實踐的關鍵工具。環球購物中心進一步優化 OMO 購物體驗，整合館內外品牌與環球 Online 商城，提供如美食快取、限定便當預訂、健康禮品預購等線上線下整合方案，提升顧客便利性與節能減碳效果。例如於端午節期間，推動「OMO 美食專刊」，促使消費者透過數位平台提前選購與預約自取，降低現場排隊與資源浪費。

此外，透過環球 APP 推動會員專屬活動，如「點數放大兌換」、「環保參與兌點」、「節能比對領點數」等機制，促進顧客養成以點數為誘因的綠色行為改變。APP 亦作為 ESG 活動的主要資訊發布與參與媒介，包含活動打卡任務、社群任務投稿、抽獎回饋等，強化永續教育與行動實踐。

系統優化與平台升級

為實現後台資料整合與操作體驗一致性，Global Mall 建構統一的數據平台，推動跨系統整合與營運資料自動化管理。APP 平台則進行多項改版與介面優化，整合兌換與餐廳訂位服務，新增分店搜尋與線上預約功能，使顧客操作流程更為直覺便利。

2024 年 APP 改版提升使用者體驗成效顯著，根據統計，整體使用人次較 2023 年同期提升 6.8%，顯示整合式平台可有效提升顧客回訪與互動意願。

最多元便捷的支付方式

Global Mall 共提供 14 種多元支付方式，為百貨最多。根據統計使用各項多元支付的占比逐年升高，2024 年交易筆數成長約 18.9%。

多元支付種類

1	GM Pay
2	Line Pay
3	台灣 Pay
4	全支付
5	橘子支付
6	街口支付
7	玉山 Wallet
8	Pi 錢包
9	UnionPay 銀聯
10	悠遊卡
11	悠遊 Pay
12	iPASS 一卡通
13	微信
14	雲閃付

GM APP 為顧客打造全方位便利服務

無紙化會員服務

GMpay 電子支付

可同步綁定信用卡、會員、發票載具、停車資訊。消費時出示付款條碼供銷售人員掃描，即可一次完成支付、累點、停車折抵與發票載具。創造無發票、無停車券兌換的便利體驗。

- 電子錢包可綁定多張信用卡
- 支援付款安全鎖密碼設定
- 掃描結帳後，可查詢交易紀錄



APP 會員點數、電子券回饋

消費時出示會員 QR Code 供服務人員掃描，即可累積會員點數，還能兌換會員獨享電子券。

- 出示會員 QR Code 享回饋權益
- 累積會員點數，可折抵消費金額
- 回饋電子禮券、贈品優惠、銀行禮券

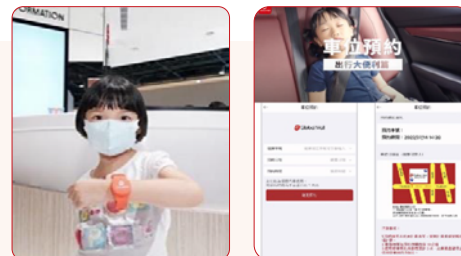
打造便利預約服務

• 環球提供全方位的便利預約服務，包含進商場時的「車位預約」、享美食的「餐廳預約」與「美食快取」預約、休閒活動的「館內活動報名」。顧客可預先於 APP 兌換相關點數與禮品，並在現場享有服務。



打造兒童友善服務

- iKids 車位預約服務：為有幼小兒童的家長提供車位預約服務，家長可以透過 APP 事先預定車位，於指定時間內進場停車，避免等待排隊的麻煩。
- iKids 兒童安全手環：家長可至服務台免費借用 iKids 兒童安全手環，並綁定至家長 APP。若兒童超出安全距離範圍內或接近商場出口，家長的 APP 可收到連續警示通知，確保兒童安全。



打造餐食服務

- APP 餐廳訂候位服務：顧客可以透過 APP 預定餐廳座位，避免久候，並清楚了解親子友善設施，帶兒童輕鬆享受美食時光。
- APP 美食快取服務：環球在高鐵站點提供美食便利服務，顧客可透過 APP 進行餐點指定時段快取預定，經過站點時即可取餐。



提升服務品質：從顧客滿意邁向顧客感動

在多元且競爭激烈的零售與餐飲市場中，顧客對於服務的要求早已不僅止於「滿意」層次，而是轉向更具情感連結與個人化體驗的「感動服務」。本公司為回應顧客期待、強化專門店經營韌性，自 2024 年起推動「服務優良專門店獎勵競賽」，藉由制度化輔導與管理機制，全面提升門市服務品質與顧客體驗。

服務品質提升推行重點

共識營與目標設定

透過「Kick-off 共識營」，聚焦三大面向：**服務項目改善**、**營業管理強化**與**服務意識培養**，並由內部營業主管設定年度目標與 KPI，形成全公司一致的服務標準。

獎勵機制與績效評核

自 2024 年起導入「服務優良專門店獎勵競賽」，以每季為單位進行評核。參與對象為零售與餐飲業種之全體專門店。評核機制包含以下四大指標：



銷售力：業績達成率與實際銷售成果



團隊力：員工合作與現場氛圍維持程度



配合度：對各項營運政策與行銷活動的執行力



改善力：針對顧客意見回饋進行優化的能力

前三名專櫃除於店長會議公開表揚外，另頒發獎勵禮券，鼓勵專櫃人員持續投入優質服務。

導入服務稽核與訓練流程

建立完整的「服務稽核流程」與標準表單，強化營業現場服務覆核機制。重點稽核項目包含：

- ☑ 破冰術應用
- ☑ FAB 商品介紹技巧 (Feature、Advantage、Benefit)
- ☑ 店鋪營運能力與現場分工安排

搭配服務優化教案，定期舉辦「專門店講座」、「實際案例分享」、「神秘客結果分析」，逐步提升第一線人員的應對能力與應變反應。

從顧客滿意邁向顧客感動

Global Mall 持續強化顧客導向文化，服務重點已由「消除顧客不滿」逐步邁向「創造顧客感動」，期望透過每一次互動累積品牌好感與忠誠。2024 年推動前線服務策略升級，透過制度化的教育訓練與現場輔導機制，協助同仁理解顧客需求轉變與溝通情境應對，從標準化流程進階至情感連結與個人化互動的精進。

訓練內容聚焦於服務行為鏈的深化——由「觀察顧客行為」進而「理解其需求」，透過細緻關懷延伸至「創造價值體驗」，強調同仁在每一個服務節點皆能發揮主動與彈性，進一步強化顧客體驗的獨特性與記憶點。



推動成果與持續優化

2024 年推動首年度已完成四季評核與專案輔導流程，累積以下成效：



服務品質 提升指數

根據神秘客評核，Global Mall 第四季整體服務評分優於 2023 年同期平均。



淨推薦值 上升

2024 第四季整體淨推薦值與同期相比淨推薦值提升 **11.2%**，顯示顧客願意推薦意願增加。

透過制度優化與文化深植並進，Global Mall 將持續提升服務品質，強化前線人員能力，推動顧客體驗持續進化，為建立永續且具競爭力的零售服務體系奠定基礎。

2.2 安心商場

2.2.1 食品安全

食品安全是消費者健康的重要保障，也是商場經營的核心責任之一。面對消費者對食品衛生與飲食安全意識的提升，Global Mall 將食品安全管理視為企業社會責任的重要實踐，從制度建立、現場稽核到進駐商戶管理，建構完整而可追溯的監管機制，確保消費者享有安全、安心的用餐環境。

■ 食品安全政策與管理架構

Global Mall 已依據《食品安全衛生管理法》及政府餐飲衛生評核標準，建立內部衛生規範與操作辦法，作為管理各據點進駐餐飲專門店的依據。2024 年採用「分散式管理模式」，由各商場之現場管理人員負責依規範進行不定期稽核，搭配各餐廳每日自主檢查，形成雙層防護機制。

2024 年樓管人員共完成 24 次實地稽核，所有發現事項皆於 7 日內完成改善；餐廳自主檢查表單提報率達 100%。此外，我們亦要求餐飲人員每年度參加衛生教育課程並提供健檢資料，確保從業人員健康與專業素養。

供應鏈控管與進駐廠商管理

在選擇進駐之餐飲廠商時，Global Mall 採行嚴謹篩選制度，納入食品來源合法性、處理流程合規性與品牌信譽等為基本門檻，合作後則要求每半年提交食品安全相關證明（如檢驗報告、合格證明），並須投保產品責任險與食物中毒保險，以強化顧客權益保障。

針對已進駐商戶，Global Mall 建置下列日常管控制度：

- ☑ **每日自主清潔檢查表**：涵蓋環境清潔、食材保存、用電安全與設備維護等面向，並要求專門店每日填寫並提交紀錄。
- ☑ **每月夜間衛生稽核與水質檢驗**：由管理人員定期查核廚房、儲物空間與衛生死角。
- ☑ **清潔與防疫措施**：要求餐飲專櫃每月執行至少 2 次消毒，並繳交消毒單據備查。
- ☑ **法規與標示規範**：配合政府禁用一次性塑膠與 PLA 餐具之規定，並要求張貼肉品原產地、重組肉、基改食品等標示。
- ☑ **認證與評鑑推動**：協助進駐餐廳參與政府「餐飲衛生管理分級評核」，並鼓勵申請「環保餐廳」認證。

餐飲設備管理標準

Step 1	確定各廚房油煙排風量	為保證淨化效果，在實際設計時排煙風量要求嚴格，按照餐飲廚房設備需求評估裝設排風罩。
Step 2	選擇與設置排煙風機和補氣風機	- 依各餐飲廚房排煙量需求由商場規劃選定排煙風機規格和設置位置，由於風機噪音較大須設置於專屬排煙機房內，且需要做降噪處理。 - 當廚房處於工作狀態時，由於排煙風機系統投入運行，廚房內處於負壓狀態，造成商場新鮮風滲透和餐廳的空氣大量補入廚房，所以須在廚房內設置補風系統補充新鮮風量，約為廚房排出的廢氣量的 80%。
Step 3	設置油煙水洗機	水洗機設備設置於排煙風機的前端並由風管相連結，利用水霧吸收油煙，將油煙導入由過濾層、噴霧裝置、填料及除水層所構成之水洗機中，使油煙被水霧吸收而自氣體中分離，達到污染防制的目的。
Step 4	配置排煙風管和補氣風管	排煙風機和補氣風機藉由風管的銜接至各餐飲廚房內，風管大小配合風量需求而定，於廚房內風管銜接口設有手動閘閥可做為風量調節和商場與櫃位的風量量測介面，於手動閘閥後段廚房風管配置和施做由櫃位自行規畫設計。
Step 5	配置油煙靜電機	水洗機設備設置於排煙風機的前端並由風管相連結，利用水霧吸收油煙，將油煙導入由過濾層、噴霧裝置、填料及除水層所構成之水洗機中，使油煙被水霧吸收而自氣體中分離，達到污染防制的目的。
Step 6	加裝集氣風罩	集氣煙罩一般採用整體加工，包括擋板、過濾、集油、集水等設備，多為專業公司搭配爐具需求製作。

餐飲設備保養

- (1) 每季進行水洗機保養
- (2) 每半年進行排水管疏通
- (3) 每半年進行排油煙管 / 餐飲專門店油煙罩清潔

閉館後定期檢查

- (1) 每日：餐飲專門店依「餐飲專門店自主清潔檢查表」進行自主檢查。
- (2) 每周：分店營業處營業課依「餐飲專門店自主清潔檢查表」進行複查。
- (3) 每月：分店管理處依「餐飲專門店清潔檢查表」進行月抽查。
- (4) 餐飲專門店未符合規定者，分店營業處及管理處依相關規定開立餐飲專門店罰單。

食品安全事件處理與顧客溝通機制

Global Mall 建立清晰的食安事件應變流程，包含：

即時檢查與處置

一旦發生食安通報，立即檢查餐點與製備環境，視情節停止相關品項販售，並啟動初步調查。

產品抽驗與衛生單位配合

主動配合衛生主管機關進行產品抽驗與資料提供。

顧客健康保障

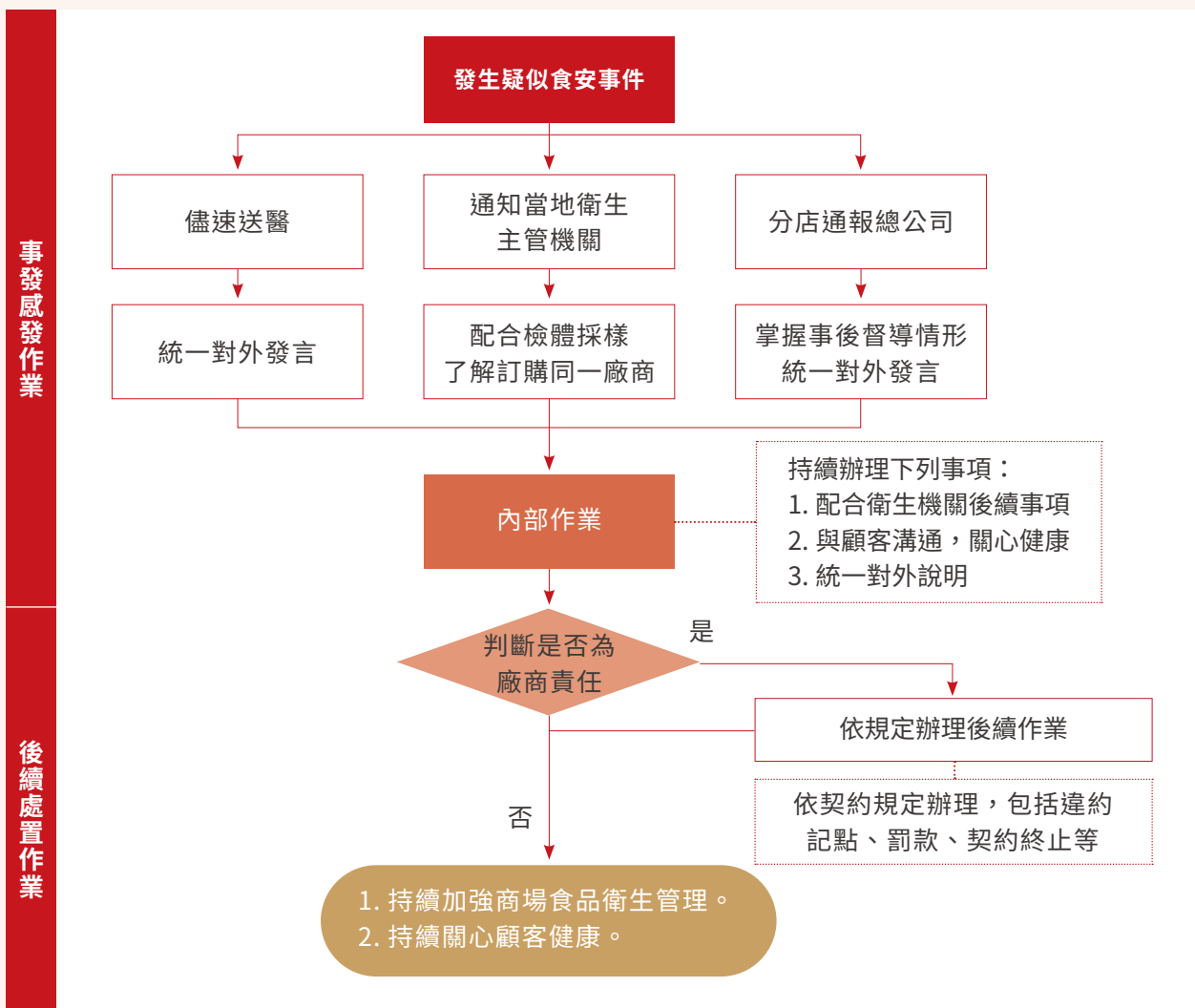
如顧客有不適情形，第一時間協助就醫與慰問，並由專門店依產品責任險處理後續事宜。

經驗回饋與制度更新

每次事件均納入內部案例資料庫，作為教育訓練與規範修訂依據。

顧客可透過現場服務台或官方 APP 提出食品安全相關意見與回饋，公司建置「數位顧客系統」即時接收訊息與追蹤處理進度，確保資訊透明與責任落實。

食安事件處理流程



為持續強化食品安全管理成效，Global Mall 規劃於 2025 年起推動以下措施：

- 擴大食品安全稽核頻率與稽核場域涵蓋範圍；
- 發展「數據化檢核系統」，導入數位表單與分析機制，提升食安資料即時性與可追蹤性；
- 強化進駐商戶教育輔導制度，提升自主管理能力；
- 持續導入 ESG 指標於餐飲稽核，例如環境友善包裝使用率、永續選品比例等，落實商場營運與環境責任的整合治理。

透過制度深化與現場落實雙軌並行，Global Mall 將持續以高標準守護顧客飲食安全，實踐零售通路應有的社會責任與永續經營承諾。

2.2.2 環境安全

商場安全是營運管理的基礎工作，直接關係到顧客人身安全與整體消費體驗，也與商場品牌信任與長期發展密切相關。為提供顧客穩定、舒適且無虞的購物環境，Global Mall 推動「七大安心購物商場行動計畫」，從設施設備、環境整潔、人流控管至緊急應變機制，逐步完善安全管理機制，持續提升商場整體營運韌性。

建築物公共安全檢查

為確保建築物的安全性和穩定性，我們定期進行全面的公共安全檢查。這些檢查包括對建築結構、消防設施和應急出口的詳細檢查和測試，確保所有設施均符合安全標準，為顧客和員工提供一個安全的環境。

停電防火防災實地演練

我們定期進行停電、防火和防災實地演練，模擬各種緊急情況，提高員工和顧客的應對能力。這些演練期望確保在緊急情況下，所有人都能迅速、安全地撤離並獲得及時救援，最大限度地減少潛在風險。

消防安全檢查

消防安全是確保商場顧客安全的首要任務之一。我們定期檢查和維護消防設施，包括滅火器、煙霧探測器和消防通道，確保所有設備在緊急情況下能夠正常運作，且依法定期進行消防演練，確保員工熟悉緊急程序。

強化防火安全設施

隨著電動車使用率逐年上升，商場停車空間面臨更多元的風險管理挑戰，特別是在電池起火等突發事件下，需具備更即時且有效的應變能力。為強化停車場安全管理，Global Mall 已於全台各商場所轄之停車場設置「防火毯」等初期應變設備，作為針對電動車輛火災事件之第一線防護工具。

商場清潔管理

我們採取高標準的清潔管理措施，保持商場內外的環境整潔，包含日常清潔、高頻率接觸區域的消毒，確保衛生環境符合健康標準，為顧客提供一個乾淨、舒適的購物環境。

SGS 飲用水檢測

為保障顧客的健康，我們定期進行 SGS 飲用水檢測。這些檢測確保商場內提供的飲用水符合國際安全標準，防止水質污染，為顧客和員工提供安全的飲水環境。

空氣品質管理檢測

我們對商場內的空氣品質進行嚴格管理和定期檢測，確保室內空氣清新、無污染。我們使用高效的空氣淨化系統，並定期檢測空氣中的有害物質濃度，確保空氣品質達到健康標準。

安心場所認證

為強化現場緊急狀況下的即時應對能力，Global Mall 場館內皆設置自動體外心臟電擊去顫器（AED），並推動基層及管理同仁完成急救訓練，目前 Global Mall 已取得「安心場所認證」，相關設施配置與人員訓練作業已完成標準化，並納入日常營運管理程序中，作為強化場域安全管理與顧客保護機制的一環。

主要設備定期維養及檢查項目如下：

類別	執行項目	檢查頻率
衛生安全 維護設施	各樓層 AED 日常巡檢	每日
	賣場廁所清潔、設施巡檢	每日
	賣場公共區域消毒、設備查核	每日
	接駁車設備、內部清潔	每日
	醫護室 / 哺乳室清潔巡檢	每日
	哺乳室設備檢查	每日
公共安全 設施	消防安全設備自主檢查	每日
	賣場高壓機房設備檢查	每日
	空調機房安全巡檢	每日
	設備機房安全巡檢	每日
	賣場給 / 排水狀況巡檢	每月
	櫃位瓦斯設備檢查	每月
	室內空氣品質檢測	定期檢查：每年 政府申報：每兩年
其他設備	建築物公安安全檢查簽證及申報	每年
	飲用水設備保養	每季
	電梯設備	每週
	水塔保養	每半年
	冰水主機保養	每年
	發電機保養	每年

空氣品質管理



室內空氣品質公告場所定期檢測結果		
公告場所編號	210 03 04 0007	檢驗測定結果
公告場所名稱	環球購物中心股份有限公司桃園分公司-Global Mall桃園A19	採樣點1 • CO ₂ = 500 ppm (合格) • CO= 0.8 ppm (合格) • HCHO= <0.02 ppm (合格) • PM ₁₀ = 8 µg/m ³ (合格)
管制室內空氣 污 染 物 項 目	1. 二氧化碳(CO ₂) ; 2. 一氧化碳(CO) ; 3. 甲醛(HCHO) ; 4. 粒徑小於等於十微米(µm)之懸浮微粒(PM ₁₀)	
室內空氣污染 物 採 樣 點	採樣點1：3F展示區-17 採樣點2：2F展示區-31	採樣點2 • CO ₂ = 531 ppm (合格) • CO= ND ppm (合格) • HCHO= <0.02 ppm (合格) • PM ₁₀ = 4 µg/m ³ (合格)
定期檢測日期	中華民國111年05月25日至 中華民國111年05月26日止	(若無，請劃斜線)
檢驗測定機構	昇洋環境科技股份有限公司	

廢氣處理

Global Mall 依《空氣污染防制法》和餐飲業油煙空氣污染物管制相關規範，制定本公司「餐飲櫃設備清潔管理作業辦法」，確保各分店餐廳排煙對環境的影響降到最低，維持館內員工與顧客的健康。

餐飲廢氣處理的流程圖

油煙廢氣 > 氣罩 > 前處理裝置-擋板煙罩+靜電機 > 管末處理設備-水洗機 > 風車 > 煙囪 > 排放



消費者受傷處理

由於購物中心內的繁忙人流和多樣化的設施，意外事故無法百分之百避免。顧客受傷的情況可能包括輕微的擦傷、扭傷，甚至更嚴重的骨折或頭部受傷。這些事故不僅對顧客的健康造成影響，還可能對購物中心的聲譽和經營帶來不利影響。為避免顧客受傷情況變得嚴重，Global Mall 採取一系列預防和應急措施。這些措施包括定期檢查和維護設施、加強員工培訓、完善的應急處理程序以及設立急救站等。通過這些措施，Global Mall 致力於提供一個安全、舒適的購物環境，確保每一位顧客在享受購物樂趣的同時，也能夠感受到全面的安全保障。

消費者商場受傷處理程序

通報	接獲相關單位事件通知，由警衛室轉知服務課、總務課及營業課值班人員，現場協助處理
處理	- 先由服務課同仁協助傷勢初步處理 - 由總務課及營業課從旁協助，視嚴重程度決定是否通報 119
關懷	處理單位拍照存查，紀錄來賓聯繫方式，並進行後續關懷
追蹤改善	後續針對每一事故案件進行分析，區分事故案件類型，並進行預防性提醒及防範，以減少顧客事故案件發生

設置 AED 及專業培訓

為提高應急處理能力，確保顧客在突發心臟停頓等緊急情況下能夠即時獲得救助，我們遵循衛生福利部公布的「應置有自動體外心臟電擊去顫器之公共場所」規範，全面設置自動體外心臟電擊去顫器（AED），並對相關人員進行專業培訓，以確保在關鍵時刻能夠迅速、有效地提供協助。

根據衛生福利部公布之「應置有自動體外心臟電擊去顫器之公共場所」規範，各分店皆設 AED，以避免顧客於商場臨時突發狀況，總計 11 台。各分店皆設有 AED 管理員，所有管理員皆接受並完成心肺復甦術及 AED 相關訓練，且固定每二年接受複訓一次，館內員工高達 85% 皆已取得 AED 證照。

據點	AED 數量	據點	AED 數量
新北中和	3	新左營車站	1
屏東	2	桃園 A8	1
板橋車站	2	桃園 A19	1
南港車站	1		



貼心服務 友善空間

在現代社會中，購物中心不僅是購物的場所，更是人們休閒娛樂的重要場所。因此，提供貼心服務和友善空間，讓每一位顧客都能享受舒適、安全和愉快的購物體驗，是我們始終追求的目標。為此，我們不斷完善各項友善措施，從環境設施到人性化服務，全方位提升顧客的滿意度和安全感，努力營造一個讓人安心、愉快的購物環境。

類別	項目	說明
全齡友善	輪椅租借	各分店提供輪椅推車租借，提供有需求的顧客使用，全館 10 台輪椅推車
	失智友善標誌	2023 年南港車站店配合臺北市南港區健康服務中心更新引導指標圖、新增樓層標示與離重要地標距離等
	優良公廁	每年獲頒優良金質公廁
	全齡友善電梯	中和店試辦 2 台全齡友善電梯
親子友善	哺乳育嬰室	每家分店皆提供舒適的哺乳育嬰室，讓父母在逛街的同時，仍有舒適哺乳空間滿足需求
	專屬婦幼車位	• 新北中和：23 格 • 屏東市：5 格 • 桃園 A8：12 格 • 林口 A9：2 格 • 桃園 A19：13 格
	iKids 兒童安全手環	家長可至服務台免費借用 iKids 兒童安全手環，綁定家長 APP。若兒童已遠離家長安全距離範圍 3.6.9 米 或已靠近商場出入口，則家長 APP 可收到連續警示通知，確保兒童安全
	友善寵物用餐區	中和 3 樓戶外美食街提供寵物用餐區，讓毛孩與家人們可以共同享用美食不受限
	兒童廁所 / 親子友善廁所	• 桃園 A8：B1 設有兒童專屬廁所 • 桃園 A19 設有專屬親子友善廁所 • 新左營設有專屬親子友善廁所 • 屏東店都設有專屬兒童專屬廁所
	推車租借	除一般嬰兒推車租借，更推出造型推車租借服務，全台娃娃車租借服務共 100 台嬰兒車及 50 台造型推車

2.2.3 商品安全管理

商場商品 / 服務管理機制

為確保消費者權益以及健康安全，在與專門店品牌商簽訂合約時，透過合約明訂以下條款，作為商品安全控管之依據：

- 品牌商需確保所售出之商品或服務絕非仿冒品，且絕無侵害他人智慧財產權（包括但不限於商標法、專利法、著作權法）或其他違反法令之情事，如有違反規定，Global Mall 有停售商品或終止合約之權利
- 所出售之商品、服務或營業場所內如有瑕疵、危害人體健康或任何消費爭議等情事，除應無條件更換無瑕疵之商品或退還價金予消費者外，並應以熱誠且積極之態度解決消費爭議
- 除基本意外險義務外，食品銷售廠商需加保一定金額之食品衛生安全之責任險

電商商品管理機制在與供應商簽立合約後，供應商須提供相關保險及商品資訊，供電商同仁進行商品上架資訊檢核，確保商品符合基本規範及頁面資訊詳細後，商品才會正式於專門店上架販售。

商品上下架流程

在抽查或收到顧客反映商品有問題後，我們會先與顧客、供應商同步溝通了解商品情況，並且聯繫確認商品保存條件、出貨品質檢驗等相關事項。為保障顧客權益，被反應有問題的商品，會先由環球自行下架，並通知供應商回收檢驗，後續再評估是否重新上架。

商品由電商處自行下架調查後，確認需要召回者，會透過以下流程保障顧客權益：



✱ 2024 年線上販售無重大瑕疵商品被召回，實體分店及環球 Online 皆無發生違反健康安全 / 標示等法規之事件。若發生相關產品或服務違規事件內部將啟動調查。

CH3 友善職場與人才發展

Global Mall 重視職場勞動權益，提供優於業界的薪資與福利，並設計完善的人才培訓計畫和儲備幹部機制，培養多元專業各類人才。Global Mall 亦秉持母公司冠德集團在其《企業社會責任實務守則》中的相關承諾，遵循國際公約，確保員工的平等權利與工作權利，履行保障人權的責任。

3.1 人才組成

2024 年度 Global Mall 總公司與 8 個分店共有 407 名員工，包含 349 永久聘僱員工，以及 6 名短期臨時員工，其中男性同仁 143 人（35%）、女性同仁 264 人（65%），員工人數與 2023 年相比無明顯波動。Global Mall 秉持多元開放的原則，以開放包容的態度歡迎優秀人才的加入，不因性別、年齡、種族（國籍）、宗教、婚姻狀況、政黨等因素而有差別待遇。

員工結構

Global Mall 為台灣在地購物中心，目前未有海外市場。

類別	男	女	合計
總員工數	143	264	407
永久聘僱員工	134	215	349
臨時員工	0	6	6
全職員工	134	221	355
兼職員工	9	43	52

註：臨時員工為總公司實習生；兼職員工為分店工讀生；未聘請無時數保證的員工

非員工的工作者

類別	外包商
服務範圍 (工作類型)	- 清潔人員 - 機電人員 - 保全人員 - 資訊人員
數量	166
契約條件	簽訂定期契約

依員工職務類型統計

管理職級員工

截至 2024/12/31

年齡	性別	人數	比例
30 歲以下	男	0	0
	女	0	0
	小計	0	0
31~50 歲	男	12	48%
	女	13	52%
	小計	25	100%
51 歲以上	男	7	44%
	女	9	56%
	小計	16	100%

一般員工

截至 2024/12/31

年齡	性別	人數	比例
30 歲以下	男	30	25%
	女	89	75%
	小計	119	100%
31~50 歲	男	77	44%
	女	99	56%
	小計	176	100%
51 歲以上	男	8	62%
	女	5	38%
	小計	13	100%

註：

- 「管理職級」為經理級以上
- 比例計算 = 該類別人數 / 2024 年底全體同仁數

多元聘僱

Global Mall 持續以多元包容的開放心態加強招募，且符合法規要求。

身心障礙人士聘用

性別	人數
男	1
女	1
小計	2

外籍人員聘用

性別	人數
男	0
女	1
小計	1

| 人才招募與留才

Global Mall 深知人才對於企業發展的重要性，因此我們致力打造一個充滿活力與創新的工作環境，以吸引更多具備創新思維且充滿熱忱的人才加入我們的團隊。

Global Mall 與大專院校有著緊密的合作關係，推出實習計畫，為學生提供寶貴的實務經驗，讓同學在學習期間便能深入了解我們的營運模式，培養未來的專業人才。Global Mall 亦積極參與大型就業徵才活動，並與各大人力資源平台合作，廣泛宣傳我們的職缺和企業文化。此外，為了鼓勵同仁積極推薦優秀人才，我們也設立推薦獎金制度。員工推薦成功的新進員工不僅能夠迅速融入公司文化，還能夠激發整體團隊的向心力與凝聚力。

在 Global Mall，我們同樣非常重視員工的意見與感受，並且理解員工的穩定性對於公司永續發展之重要程度。因此，當員工表達離職意向時，我們會採取多種措施進行慰留。首先，我們會安排一對一的面談，由直屬主管或人力資源部門負責，深入了解員工離職的原因，並尋求可能的解決方案。如果問題涉及工作環境或職位調整，我們會根據實際情況進行改善或提供其他職位選擇，以滿足員工的需求。

其次，我們會提供適當的獎勵和激勵措施，例如薪資調整、額外福利或職業發展機會，藉此提高員工的工作滿意度和歸屬感。此外，亦透過建立定期的溝通機制，由員工提供意見反饋，即時了解員工的想法和需求，並積極採取措施進行改進，從根本上減少員工離職的可能性。

2024 年 Global Mall 聘用 178 位新進員工，新進員工率達 44%，離職員工人數為 172 人，離職率為 42%，非自願離職 0%。

依年齡與性別員工占比

類別	組別	男性人數	佔男性員工比例	女性人數	佔女性員工比例	合計
新進員工年齡	30 歲以下	35	47%	407	58%	102
	31~50 歲	30	50%	407	40%	72
	51 歲以上	1	3%	407	2%	4
	小計	66	100%	407	100%	178
離職員工年齡	30 歲以下	34	39%	349	58%	86
	31~50 歲	31	56%	6	42%	79
	51 歲以上	3	5%	4	0%	7
	小計	68	100%	104	100%	172

註：新進 / 離職率計算方式 = 報導年度的新進 / 離職總人數 / (年初人數 + 報導年度新進總人數)

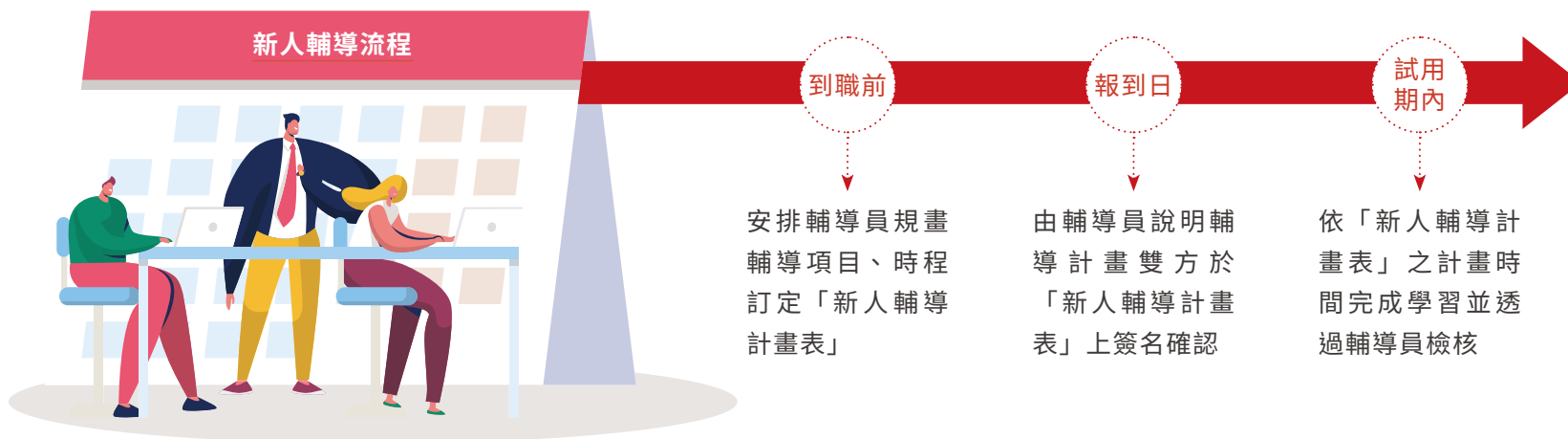
輔導員制度

為協助新進同仁在試用期間順利適應職場文化與工作環境，Global Mall 建立制度化的「新人輔導員制度」，由具經驗的同仁擔任輔導角色，提供在地化、持續性的支持與引導，協助新進人員快速熟悉公司制度、作業流程與團隊文化。該制度適用對象為所有正職新進同仁（不含約聘與工讀生），並自報到前即啟動輔導規劃，落實從迎新、融入到試用考核的全程陪伴。

輔導員的主要職責包括：

- 協助新人了解公司文化、制度與作業流程；
- 適時提供生活作息與身心健康方面的協助與關懷；
- 分享工作經驗，協助新人提升實務應對與職場融合能力；
- 規劃「新人輔導計劃表」，並於報到當日向新人說明輔導內容；
- 每月填寫輔導紀錄，提供用人主管參考作為試用期評核依據。

2024 年度共計輔導 178 名新進人員，累計實施輔導時數達 85,440 小時，整體新人留任率為 66%。藉由完善的輔導制度，Global Mall 有效協助新進同仁順利融入職場，提升新人留任率與部門運作穩定性。未來將持續優化輔導資源內容，深化實務交流，透過持續陪伴與對話，強化新進同仁對工作的投入感與對企業文化的認同度。



產學合作計畫

2024 與大專院校產學合作，讓學生可以提早了解百貨服務業職場，提供包含營業部門、電商部門等各項職務，2024 年共有 6 位實習生加入，提供產業實際學習機會，配合學校包含：德明科大、致理科大、亞東科大、醒吾科大等。

2024 參與政府徵才活動包含台北市政府花博徵才、桃園青年局職場對接計畫、青年就業領航計畫等。

台灣人才永續行動聯盟

人才永續一直是 Global Mall 重視的目標，為了打造更加多元、平等、共融的職場，我們響應加入「2024 TALENT, in Taiwan，台灣人才永續行動聯盟」，將持續以行動支持，和 400 多家聯盟夥伴推動倡議，要為每一位工作人創造更好的未來。

Global Mall 承諾在以下六大指標持續努力：

- ☑ 意義與價值
- ☑ 多元與包容
- ☑ 獎酬與激勵
- ☑ 身心與健康
- ☑ 培育與成長
- ☑ 溝通與體驗



員工溝通

為促進工作環境的和諧，Global Mall 每季皆定期舉行勞資會議，若有特定議題需討論將不定期召開會議進行溝通，透過信任的溝通管道交流意見與想法，使勞資雙方在各項管理措施上達成共識。2024 年，我們總共舉行四次勞資會議，主要討論的議題涵蓋勞動條件、福利方案及會議運作等方面。

溝通管道

- ☑ 勞資會議
- ☑ 內部專線：(02)2969-2989 分機 7730
- ☑ 電子郵件：hr_global@twglobalmall.com

重大營運變化預告期：依法每季舉辦「勞資會議」，若因重大營運變化影響員工權益或改變職務條件等事件，需中止與部分員工之僱用關係時，將依《勞動基準法》之規定提前預告。



3.2 人才培育與發展

Global Mall 深知人才是企業發展的核心，致力於為員工提供全方位的培訓與發展機會，打造一個充滿活力與創新的工作環境。為實現這一目標，我們設計一系列完善的教育訓練課程，並透過政策與多樣管理措施，確保員工能夠在公司內部持續成長，發揮所長。

政策與承諾

Global Mall 始終承諾為員工提供明確的職涯發展規畫，協助每位員工在公司內部發揮其所長。我們的職涯規畫包括個人目標設定、發展路徑規畫及相對應的培訓計畫，期望協助員工實現自我價值與職業理想。

教育訓練課程



1 新人訓練

針對新進員工設計的新人訓練，課程內容除協助他們加速融入工作環境，了解公司文化及營運模式，使其能夠快速適應並加深對公司信賴感。新人訓練涵蓋公司歷史、企業文化、內部規章制度以及基本職能培訓，確保新員工在初期即能夠有效完成工作職責。

2 專業職能訓練

為提升員工在各自職位上的專業技能，我們提供多樣化的專業職能訓練課程。這些課程根據不同部門和職責量身定制，涵蓋從基礎知識到高階技能的全面培訓，讓員工能夠在專業領域內不斷精進，提升工作效率與品質。

3 年度主題課程

根據公司年度重點議題設計的主題課程，期望能有效提升整體員工素質，增強團隊的綜合競爭力。這些課程設計都以當前法規要求、市場趨勢等主題展開，幫助員工抓住產業發展動態，保持專業上的前瞻性。

4 滿意度調查

訓練課程結束後，皆會進行員工滿意度調查，以持續改進課程品質。透過收集員工的反饋意見，我們能夠針對培訓過程中的不足之處進行調整和優化，確保每一位參訓員工都能獲得最佳的學習體驗。

管理作為

為確保教育訓練的有效性，我們實施一系列具體的管理作為：

- 1 每位員工每年受訓時間至少 12 小時以上：**我們要求每位員工每年至少參加 12 小時的培訓課程，員工吸取各類新知，以保證專業度能持續成長。
- 2 公益活動計入教育訓練時數：**我們鼓勵員工積極參與集團公益活動，這些活動不僅有助於提升社會責任感，還能計入年度教育訓練時數，激勵員工全面發展。
- 3 新進員工需完成指定的專業職能課程：**新進員工需在到職三個月內，必須完成公司指定的專業職能課程，確保其具備執行工作所需的基本能力。
- 4 指定人員需參與年度主題課程：**根據職務需求，我們指定部分員工需參與年度主題課程，提升其在特定領域的專業知識和技能，為公司未來發展高階儲備人才。
- 5 建構公司人才培育與發展機制：**我們致力於構建完善的人才培育與發展機制，包括 MA 儲備幹部計畫，為公司培養未來的管理人才。
- 6 提供集團、分店、部門輪調培育機會：**為了增強員工專業技職能和跨部門合作能力，我們提供集團、分店及部門間的輪調培育機會，使員工能夠在不同的工作環境中獲得多樣化的經驗和成長。

管理指標

為有效評估和提升教育訓練的品質，Global Mall 係制訂一系列管理指標：

- 1 教育訓練管理辦法：**制定詳細的教育訓練管理辦法，規範培訓的內容、流程及評估標準。
- 2 人才推薦獎勵辦法：**設立人才推薦獎勵辦法，鼓勵現有員工推薦優秀人才，並對成功推薦者給予獎勵。
- 3 員工獎酬機制：**建立完善的員工獎酬機制，根據員工的工作表現和培訓成果，提供相應的獎金和獎勵。
- 4 年度調薪及升遷機制：**根據員工的績效表現和培訓進展，制定年度調薪及升遷計劃，激勵員工不斷追求卓越。

評估機制

我們透過以下評估機制來確保培訓計劃的有效性：

- 1 新人期滿考核：**對新進員工進行期滿考核，評估其在試用期間的表現和學習成果，確保其具備正式上崗的能力。
- 2 績效考核管理辦法：**制定績效考核管理辦法，定期評估員工的工作表現和培訓效果，作為調薪和升遷的重要依據。
- 3 員工留任率：**透過分析員工留任率，評估培訓計畫對員工滿意度和忠誠度的影響，進一步改進和優化培訓措施。

透過以上措施，Global Mall 致力於不斷提升員工的專業能力和工作滿意度，為公司未來的發展灌注持續的動力。我們相信，只有不斷培育和發展人才，才能夠在激烈的市場競爭中立於不敗之地，實現公司長遠目標。

人才發展訓練藍圖



教育訓練課程

課程類型	課程類型	課程內容
外部訓練	管理類	中高階管理職能、共通職能
	專業類	數據行銷、客戶服務 & 客訴因應、服務優化、問題分析與解決、資策會講座、EAP& 核心職能 (集團)
內部訓練	營業類	中高階管理職能、共通職能
	招商類	合約管理與系統操作、招商實務
	管理類	財務作業規畫、公文寫作入門、總務作業管理
	建設類	圖審流程與機電圖審查

＊ 2024 年度培訓時數超過 300 小時以上，員工出席率高達 9 成以上，課程滿意度平均 93 分。

年度接受教育訓練的平均時數

項目	男性主管	男性非主管	女性主管	女性非主管
人數	17	113	15	183
總時數 (小時)	200.5	1,180.8	214.8	2,347.8
平均時數 / 人	11.8	10.4	14.3	12.8

績效考核制度

Global Mall 以審慎的態度進行年度績效評核，這不僅是員工晉升的重要依據，同時影響薪資調整、獎金發放及升遷決定。我們期望透過全面完善考核制度，來了解員工在工作上的表現，並激勵員工發揮潛能，持續提升工作能力。

績效目標設定

Global Mall 每年會為全體員工制定「年度績效目標」，這不僅有助於了解員工的工作狀況，還能激勵員工在達成既定目標的過程中，不斷提升自己的專業能力和工作效率。透過設定明確的績效目標，我們期望員工在日常工作中不斷進步，實現個人和公司的共同成長。

績效評核範圍

每年定期根據「績效考核作業辦法」，對全體員工進行工作績效評估。評核對象包含所有員工，但未滿三個月的新進人員、實習生以及留職停薪的員工不在評核範圍內。

考核標準制定

Global Mall 的績效評核標準會根據不同的職級和部門來制定，確保考核標準的合理性和針對性。我們會考量各個工作崗位所需的能力、工作指標及應具備的技能，設立符合各職級與職務的評估標準。這些工作指標涵蓋員工年度貢獻度、工作目標達成度與整體能力提升等方面。我們相信，透過這樣的標準設定，能夠更全面地評估員工的實際表現，並確保他們的績效符合公司預期的目標和方向。

績效考核實施

在實施績效考核過程中，我們會特別關注各項指標的衡量，並確保評估過程的公平性。Global Mall 強調，績效評估絕不因性別、年齡或其他非工作成就因素而有任何差異或不公平現象。我們堅信只有在公平公正的評估基礎上，才能真正有效激勵員工，提升他們的工作動力和滿意度。

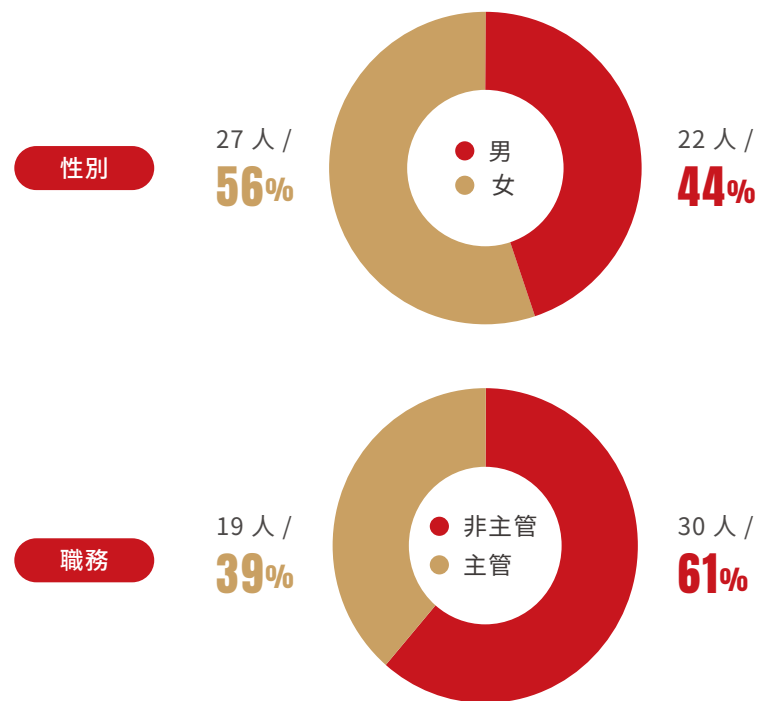
績效考核結果應用

2024 年，我們已完成所有應執行年度考核的人員評估，並將評估結果作為薪資調整、獎金發放及升遷決定的重要依據。

資深員工獎

為感謝同仁的長期付出，與公司共同成長茁壯，每年尾牙活動時皆頒贈資深員工獎座 (5 年以上)，2024 年共有 28 位同仁獲獎。

2024 年接受職涯發展檢視之比例



2024 年績效考核統計

	項目	員工總數	接受檢視人數	佔比
男性	主管職	19	18	94%
	非主管職	115	105	91%
	小計	134	123	92%
女性	主管職	22	19	86%
	非主管職	193	156	81%
	小計	215	175	81%
小計	主管職	41	37	90%
	非主管職	308	261	85%
	小計	349	298	85%

註：

1. 人數計算基礎為 2024 年 12 月 31 日在職員工
2. 年度未服務滿六個月員工不參加當年度考績評核



MA 儲備幹部計畫

面臨市場競爭環境的變化，Global Mall 透過多元管道與培訓計畫，積極儲備人才資源，針對大專院校進行 MA 儲備幹部計畫，為公司培訓儲備分店之基層主管。該計畫針對應屆畢業生和 30 歲以下的年輕人，期望能為公司注入新觀點，突破現有框架，讓 Global Mall 的经营理念激盪出新火花，為公司儲備優秀的營業及行銷人才。此計畫至 2024 已培育出 8 位優秀幹部（晉升課長 3 位、晉升高專 2 位、專員 2 位）。

1. 核心職能訓練

課程：MA 新人訓

學習內容	時間
產業發展趨勢及前景、百貨零售的魅力所在	10:00-11:00
新人訓（公司發展目標、組織介紹、人資制度 & 系統、24F 部門介紹）	11:10-15:00
新人訓（資訊安全）	15:10-15:40
MA 培訓計畫說明、應具備的心態及態度	15:40-16:40
交流茶會（MA 自我介紹、主管致詞勉勵）	16:50-17:10
新人訓課後測驗、心得回饋及 QA 時	17:10-18:00

2. 專業職能訓練

1 營業基礎

學習內容	時數
分店公司簡介、經營方針	3
賣場行動基準、防災安全知識、安全及突發事件管理、開閉店流程	3
POS 機操作教學、環境介紹、公共設施操作及位置	4

2 營業現場工作重點

學習內容	時數
晨會流程及注意事項、服儀宣導、禮儀訓練、銷售演練	4
開閉店流程、現場巡檢及管理要點、客訴處理要點、客戶服務	
廠商洽談紀錄表	
賣場管理、商品陳列、專櫃人員管理	
廣播稿、條件表、竣工審圖、進撤櫃	

3 系統教學 I

學習內容	時數
業績追蹤與查詢說明	4
專櫃進撤場作業說明	
行政作業系統使用說明	
環球 online 訂單管理、系統操作、提品	

4 系統教學 II

學習內容	時數
合約前置作業說明	3
合約建立與請款作業說明	

5 行銷策略

學習內容	時數
商場定位、客群、品牌及鄰近同業競爭市場差異化	4
全館業種分佈及專門店位置	
各業種主力及熱銷商品、業績報表解讀、業績分析	
選品及檔期促銷活動	

3.3 薪酬與福利制度

薪酬政策

致力於打造一個全面的薪酬福利體系，以確保每位員工都能在工作中感受到被尊重和支持，無論是高階主管還是基層員工，都應得到公平對待。Global Mall 的薪酬福利政策涵蓋薪資及各項津貼，亦包括考量員工在職涯發展和工作滿意度等多方面的需求。

薪酬政策的設計與實施

在薪資政策方面，Global Mall 不僅為員工提供穩定的工作環境和合理的薪酬報酬，同時制定詳細的「薪資作業程序」和「晉升調薪調任作業程序」，以確保薪酬政策的透明性和公正性。我們定期執行調薪計畫和晉升計畫，透過這些措施不僅激勵員工提升工作績效，也保持公司薪酬體系的競爭力，持續確保公司的永續經營。

薪酬競爭力

為確保薪酬體系的競爭力，Global Mall 定期進行市場調查，了解行業內其他企業的薪酬水平，並根據市場變化進行調整。我們希望透過具有競爭力的薪酬吸引和留住優秀人才，保持公司的市場領先地位。

晉升與調薪機制

我們制定系統化的晉升與調薪機制，確保每位員工都有機會在公司內部得到公平的發展。每年依據員工的工作表現、貢獻度和專業成長進行評估，並根據評估結果進行適當的薪資調整和職位晉升。2024 年 Global Mall 調薪 (含晉升) 人數占比達 100%。

2024 年薪資統計

項目	2023 年	2024 年
非擔任主管職務之全時員工人數 (人)	298	294
非擔任主管職務之全時員工薪資平均數 (元 / 人)	42,200	42,933
非擔任主管職之全時員工薪資中位數 (元 / 人)	38,000	39,000

註：參考臺灣證券交易所編訂發布之「非擔任主管職務之全時員工」，係指企業全體受雇員工（或常雇員工）扣除擔任主管職務者（經理人）、海外分公司員工、部分工時員工、及符合排除豁免統計人員後之全時員工人數（含台籍、外籍員工）。

2024 年薪資統計

項目	男性	女性
基層人員基本薪資	34,000	34,000
(法定) 基層人員最低薪資	27,470	27,470
超過法定最低薪資倍數	1.23	1.23

依性別揭露不同職級薪酬比率

2024 年

職級	男性	女性
主管職	1	0.85
一般員工	1	0.92

註：依 2024 年各職級薪資總額／群組人數計算平均薪資，基本薪資係以 2024 年底在職同仁月全薪（經常性薪資）計算；另考量因新進、離職而未滿一年的同仁，可能因獎金發放因素造成比率計算結果之偏差，因此計算「基本薪資＋獎金」時排除未滿一年之同仁。

年度總薪酬比率

- 組織中薪酬最高個人之年度總薪酬與組織其他員工年度總薪酬之中位數的比率為 4.5:1
- 組織中薪酬最高個人年度總薪酬增加之百分比，與組織其他員工平均年度總薪酬增加百分比之中位數的比為 0.3:1

員工福利

Global Mall 相當重視員工的工作與生活平衡，提供多樣化的福利制度，讓員工能夠在職場和生活中獲得全方位的支持。我們的福利項目涵蓋基本保障、禮金和津貼、健康檢查、運動健身、餐會活動、完善訓練、樂活生活、優惠活動及多元升遷等，期望透過這些措施，營造一個健康、快樂且充滿活力的工作環境，讓每位員工都能感受到公司的關懷與支持。



備註：相關福利項目主要適用對象為 Global Mall 正職員工。

福利項目	內容
基本保障	勞保、健保、陪產檢及陪產假、育嬰假、生理假、特別休假、產假、產檢假、家庭照顧假；員工體檢、勞退提撥金、職災保險
禮金和津貼	結婚禮金、生育津貼、傷病慰問、年終獎金、端午及中秋獎金、生日禮金等
健康檢查	員工健康檢查補助、餐飲櫃位同仁健檢，守護員工身體健康
運動健身	運動會、環球健身中心器材使用、員工專屬運動課程
餐會活動	舉辦尾牙、慶生會、聖誕節交換禮物等各項活動
完善訓練	專業及管理職能訓練、多元化學習包括讀書會、共識營、講座等
樂活生活	生日假、旅遊補助，使員工在工作與生活上平衡
優惠活動	每月員購活動、冠德建設購屋優惠
多元升遷	公開透明暢通的升遷管道，多元職涯發展

備註：相關福利項目主要適用對象為 Global Mall 正職員工。

結婚 / 生育津貼

因應少子化社會趨勢，為鼓勵員工找到合適的另一半共組家庭，並鼓勵女性員工安心生產，提供相關禮券津貼如下：

項目		禮券津貼
結婚賀禮		20,000 元
生育賀禮	第一胎	10,000 元
	第二胎 (含) 以上	20,000 元

育嬰留停

為讓所有員工都能在工作 and 家庭生活中取得平衡。Global Mall 依據相關法規訂定「育嬰留職停薪辦法」，以保障所有員工的權益。由於百貨服務業的特性，Global Mall 的員工中女性占多數，也因此我們特別制定相應的福利措施，確保女性員工在職場上能獲得應有的保障和支持。我們依據《性別工作平等法》和《勞動基準法》，提供包括家庭照顧假、生育津貼在內的多項福利措施，並針對懷孕員工進行職務調整，以減輕她們的工作負擔。

2024 年 Global Mall 享有育嬰留停資格人數共計 10 人，實際申請育嬰留停 5 人，預定復職人數為 5 人，實際復職 2 人，留任率 100%。

項目	性別	2022	2023	2024
符合育嬰假申請資格人數	男	2	1	2
	女	4	10	8
	總數	6	11	10
實際申請資格人數	男	2	1	0
	女	4	9	5
	總數	6	10	5
應復職人數	男	2	1	2
	女	4	6	3
	總數	6	10	5
實際復職人數	男	2	1	1
	女	4	3	1
	總數	6	4	2
復職率	男	100%	100%	50%
	女	100%	50%	33.3%
	總數	100%	66.67%	40%
當年度復職滿一年人數	男	0	0	1
	女	0	4	3
	總數	0	4	4
留任率	男	0%	0%	100%
	女	0%	100%	100%
	總數	0%	66.67%	100%

註：1. 復職率 = 實際復職人數 ÷ 應復職人數 × 100%

2. 留任率 = 當年度復職滿一年人數 ÷ 上一年度復職人數 × 100%

特殊節慶 - 綠色中秋節

有鑑於中秋烤肉活動經常為準備食材產生大量一次性垃圾，且歡聚時刻容易大魚大肉，2024 年中秋節，我們邀請同仁在歡度佳節同時，也力行健康飲食及友善環境。

推薦幾種方式健康環保過佳節：以瓦斯爐或電烤盤取代木炭，減少碳排放、減少高油脂飲食、不使用一次性免洗餐具、避免高鈉調味料、做好垃圾及廚餘分類、減少飲用含糖飲料及減少加工品攝取等。

退休制度

為保障員工基本權利，Global Mall 依勞動基準法規定，按月提撥每月工資 6% 勞工退休金至個人專戶。依照員工其退休金適用給付標準（含工作年資及年齡等），依其當時應適用之法令規定計算；員工任職於關係企業公司，年資合併計算，員工退休時按任職於各企業公司之年資比例支付退休金。

目前 Global Mall 針對即將退休員工預計以個案方式處理，協助後續退休規劃。未來將依照需求規劃過度協助方案。

3.4 人權承諾

Global Mall 遵循冠德企業集團在人權保障的理念，並致力於在人權承諾方面的落實。根據集團《企業社會責任實務守則》第 18 條的規定，本公司需遵守相關法規，並且依循國際人權公約，保障性別平等、工作權及禁止歧視等權利。為履行保障人權的責任，我們亦制定相關的管理政策與程序，具體措施包括：

- **發布企業人權政策或聲明：**Global Mall 公開發表企業人權政策，明確承諾尊重和保障每位員工的人權，這些政策涵蓋性別平等、工作權和反歧視等方面，確保所有員工在公平、公正的環境中工作。
- **評估公司營運活動及內部管理對人權的影響：**我們定期進行評估，以確保公司在營運過程中不會對員工的人權造成任何不利影響。這些評估涵蓋公司各個層面的運營活動和內部管理，確保每個環節都符合人權標準。我們根據評估結果訂定相應的處理程序，盡可能減少發生違反人權事件之可能性。
- **檢討企業人權政策或聲明的實效：**我們定期檢討和審視企業人權政策，以確保能夠有效保護員工的人權。這些檢討過程不僅包括內部審查，也會廣泛蒐集員工的意見和建議，確保政策能夠實際落地並產生效果。
- **揭露涉及人權侵害的處理程序：**當出現涉及人權侵害的情況時，我們會立即啟動相應的處理程序，並公開揭露處理過程，確保所涉利害關係人能夠得到公平的對待和處理。

Global Mall 勞動人權與員工福利保障政策

Global Mall 一向遵循國際公認的勞動人權標準，包括結社自由、集體協商權、關懷弱勢族群、禁止使用童工、消除各種形式的強迫勞動以及消除雇傭與就業歧視。我們確認在人力資源運用政策中，不存在基於性別、種族、社經階級、年齡、婚姻與家庭狀況等因素的差別待遇，從而落實在就業、雇用條件、薪酬、福利、訓練、考評與升遷機會的平等及公允。

主要措施

相關員工福利保障，由人力資源部門擔任人權與員工權益相關事宜的權責單位，並採取以下具體措施來保障員工的福利與人權：

提供健康的工作環境

- 每年為員工辦理健康檢查
- 優於政府政策提供有薪疫苗假
- 獲得安心賣場認證，推動員工取得 AED 及急救證照

杜絕不法歧視，確保工作機會均等

推動並落實平等機會，杜絕因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、懷孕、容貌、五官、身心障礙等因素的歧視，確保每位員工均享有公平的工作機會。

禁用童工

僅聘用年滿 18 歲的應徵者，堅決杜絕使用童工。

維持員工身心健康及工作生活平衡

推動各項公益活動和企業運動會，促進員工身心健康和團隊凝聚力。

禁止強迫勞動

- 嚴格遵循勞動法令，不強迫或脅迫員工進行勞務行為。
- 明確規定加班需求需事先獲得員工同意，並提供加班費或補休。

性別平等與性騷擾防治

- 制定並公告內部作業辦法，推動性別平等。
- 設立性騷擾防治申訴機制，提供相關事件的處理流程，確保員工在安全、尊重的環境中工作。

Global Mall 致力於創造安全、尊重的工作環境，並堅持保障所有員工及求職者的權益。我們透過一系列的措施和政策，積極防治性騷擾，並提供完善的申訴和處理機制，以確保每一位成員都能在公平、公正的環境中工作。我們將繼續優化這些措施，確保其在實踐中發揮最大效能，實現員工與公司的共同成長與發展。每位員工的權益都應得到尊重和保障，這是我們一貫堅持的信念，也是我們不斷努力的方向。

女性保護與性騷擾防治

為提供同仁（包含受僱者、派遣勞工、技術生及實習生）及求職者或受服務人員免於性騷擾之工作及服務環境，並採取適當之預防、糾正、懲戒及處理措施，以維護當事人權益及隱私，我們依照依法訂定公司之《性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法》，明確定義性騷擾範圍、設置性騷擾申訴處理委員會、申訴及救濟機制、評議程序、保密責任及輔導或醫療轉介服務等。

針對性騷擾事件之申訴，我們設置專線電話、傳真、電子信箱，並將相關資訊於工作場所顯著處公開揭示。員工於工作場所遇有性騷擾時，可透過以上管道申訴，同時透過集會公告等各種傳遞訊息方式，加強宣導有關性騷擾防治措施及申訴管道；並定期實施防治性騷擾之教育訓練，於在職訓練中，合理規劃性別平權及性騷擾防治相關課程，並將相關資訊於工作場所顯著之處公開揭示。

完善的申訴與處理機制

Global Mall 為同仁（包含受僱者、派遣勞工、技術人員及實習生）設置專屬申訴電話、傳真與電子信箱，申訴範圍包含勞基法、職業安全衛生法、勞動檢查法、就業服務法等各項法令相關內容。明定所有參與申訴審理過程之人員均應保密，違反時依本公司懲獎辦法議處，且為維護申訴人權益，不因申訴事件受不當處置。

- 權責單位：人力資源部
- 專線電話：(02)2969-2989 #7730
- 專線傳真：(02)2969-3279
- 申訴電子信箱：hr_global@twglobalmall.com

人權相關教育訓練

冠德集團組織文化與核心職能

受訓人次	課程時數	總計受訓時數
156	0.25	39

個人資料保護法

受訓人次	課程時數	總計受訓時數
359	1	359

不法侵害 - 職場溝通技巧

受訓人次	課程時數	總計受訓時數
167	1	167

性騷擾防治

受訓人次	課程時數	總計受訓時數
167	1	167

3.5 職業安全衛生

職場安全是保障員工健康和福祉的基本要求，更是企業永續發展的重要基石。雖然我們尚未運行 ISO 45001 職業安全管理體系，但我們始終致力於透過一系列嚴謹的措施和政策，來確保員工在安全的環境中工作。

職業安全的重要性

職業安全是企業穩定運營和長期發展的關鍵。對於 Global Mall 而言，提供安全的工作環境不僅能保護員工的身心健康，還能提高工作效率，減少工傷事故的發生，從而降低企業運營風險。我們深知，只有當員工感到安全和健康時，才能全心全意地投入工作，為公司創造更多的價值。

強化職業安全的措施

建立完善的安全管理制度

Global Mall 制定相關的職業安全管理機制，涵蓋各項安全規範、緊急處置流程。我們確保每位員工在入職時都能了解基本的工作安全知識和緊急應變處理方法。此外，我們定期檢討和更新安全管理制度，根據最新的法規要求和實際情況進行調整，確保其時效性和適用性。

定期安全檢查與風險評估

我們定期進行安全檢查和風險評估，識別和消除潛在的安全隱患。這些檢查涵蓋所有工作場所和設施，包括電梯、消防設備、逃生通道等關鍵設施。我們建立了詳細的檢查記錄，並根據檢查結果立即採取相應的改進措施，確保每一個工作環境都符合安全標準。

安全培訓與教育

Global Mall 重視對員工的安全培訓和教育。我們不定期舉辦各類安全講座和培訓課程，涵蓋火災應急處理、急救知識、設備安全操作等多方面內容。我們鼓勵員工積極參與這些培訓，不斷提升他們的安全意識和緊急應變能力。

職業安全衛生課程

受訓人次	課程時數	總計受訓時數
182	3	546

建立緊急應變機制

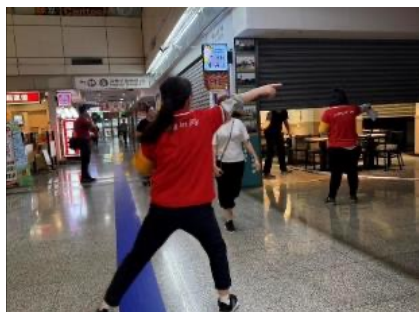
為應對各類突發事件，Global Mall 建立了完善的應急響應機制。我們制定了詳細的緊急方案，涵蓋火災、地震等各類災害的應急處理措施。我們設立了緊急應變小組，負責在突發事件中指揮和協調各項緊急行動，確保事件能夠迅速、有效地得到控制和處理。我們定期進行緊急演練，檢驗緊急方案的可行性和有效性，並根據演練結果進行改善。此外針對各項天然 / 作業異常的災害作業及緊急處理程序，為落實預防並保障人員安全，減輕災害損失，訂有「天然 / 異常災害管理作業辦法」。

火災、消防申報作業程序



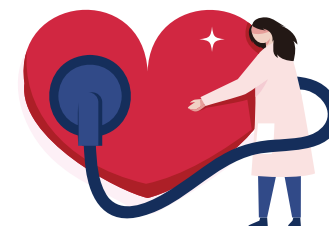
定期消防演練

除基本定期檢查防火避難設施及設備檢查，每年度皆依照消防法定期辦理自衛消防演習訓練，設有專責任務編組單位，每半年定期舉辦疏散演練，以確保種子同仁具備災害應變能力。



健康檢查與福利

除安全措施，我們還注重員工的身體健康。我們為員工提供定期的健康檢查，及時了解員工的健康狀況，並根據檢查結果提供相應的健康指導和建議。



健康促進

員工健走

Global Mall 深知員工的健康是企業成功的基石，因此我們積極推動各種健康活動，鼓勵員工在工作之餘保持身心健康。為提升員工的體能與健康狀態，我們每季度舉辦健走活動，並邀請全體同仁共同參與。

✦ 2024 年環球夥伴們總共累積健走步數累計 295,838,260 步。

趣味健走活動

為推廣健康生活型態並培養規律運動習慣，Global Mall 自 2024 年推行趣味健走活動，鼓勵員工透過線上健走平台累積日常步數，提升參與運動的意願。活動以各部門及分店為單位，採人均步數作為競賽指標，前 3 名優勝單位可獲得現金禮券，此活動不僅結合趣味競賽與獎勵機制，亦透過部門間的互動，營造積極正向的運動氛圍。

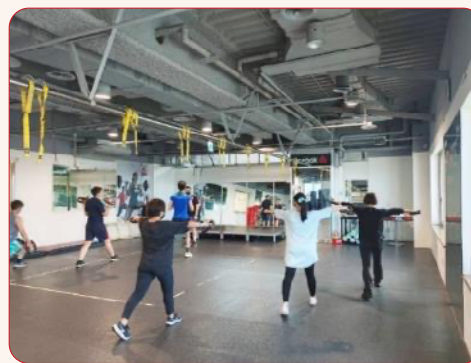


健身中心

為提升員工健康福祉並促進身心平衡，Global Mall 積極推動健康促進措施，成立健身中心並提供完善的器材及多元化的團體課程。健身中心全面開放員工免費使用健身器材，並推出一對一教練課程半價優惠，鼓勵員工善用資源養成規律運動習慣。2024 年更推出「健康家庭日」活動，將健康關懷延伸至家庭成員，邀請員工攜帶親友體驗健身房及團體課程，分享健康生活的樂趣。

為增進參與意願，自 2024 年起每季舉辦健身運動促進比賽，活動分為個人與團體兩類。員工只要每累計運動五次，即可兌換電影票；而團體競賽則依運動紀錄人均次數排名前三名，分別獲得最高 3,000 元至 1,000 元不等的現金禮券。

2024 年參與健身運動相關活動人次已超過 1,500 人次，Global Mall 不僅強化員工的身心健康，也希望透過企業的關懷氛圍，促進員工及其家庭建立更健康、積極的生活型態，進而提升整體工作活力與幸福感。



舉辦身心健康講座與宣導

Global Mall 持續關注員工身心健康，2024 年積極舉辦多場健康講座及宣導活動，協助員工提升健康意識與自我管理能力。針對工作壓力與心理健康議題，特別安排「職場壓力分析與紓壓實務」課程，由專業心理師解析壓力來源並傳授實用的紓壓技巧；同時也規劃「增肌減脂策略解析」講座，協助員工掌握正確的營養與運動觀念，打造更健康的生活型態。

除實體講座外，亦透過內部通訊及社群平台推播健康資訊，包括疫苗接種宣導、低碳飲食建議及世界無菸日健康提醒等，藉由多元化管道推廣健康知識，讓員工能隨時掌握實用資訊。這些措施不僅提升員工對健康管理的重視，也逐步在企業內部形塑積極正向的健康文化。



駐點服務安排

醫師服務：每年提供 3 次駐點服務，主要內容涵蓋一般健康檢查、慢性疾病追蹤及健康風險評估，並針對需要後續治療或特殊檢查的員工提供轉診建議與健康管理方案。

護理師服務：每月 2 次定期駐點，提供基礎健康檢測（如血壓、血糖、心率測量等）、用藥諮詢及健康宣導，確保員工能及時獲得基本醫療照護及預防保健知識。



員工參與與溝通

我們鼓勵員工積極參與職業安全管理相關課程，並設立多種溝通渠道，讓員工可以隨時反映安全問題和建議。我們也會定期舉辦勞資會議，聽取員工對職業安全的意見和建議，並根據這些反饋進行改進。

✳ 2024 年 Global Mall 全體員工均無發生法定重大職業災害，且無人因公死亡或罹患職業病。

CH4 永續環境

4.1 氣候變遷因應

在全球積極呼籲淨零目標下，我們了解到氣候變遷對企業運營具有關鍵性的影響，因此我們採用由國際金融穩定委員會（Financial Stability Board, FSB）公布的氣候相關財務揭露建議（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）的架構與工具，來全面鑑別和管理氣候相關的風險與機會。這些措施不僅幫助我們評估可能的財務衝擊，還能據此制定相應的對策，並設定短期、中期和長期的目標，以確保企業的永續發展。Global Mall 承諾每年根據 TCFD 的要求，公開揭露氣候相關風險管理和財務影響的詳細資訊。我們的揭露內容包括風險與機會的鑑別結果、財務衝擊評估、管理策略以及目標實踐情況。

治理結構

在治理結構方面，Global Mall 董事會是整體氣候治理的最高決策單位。我們依照永續發展委員會的組織架構進行內部議和與管理。由於氣候變遷議題涉及層面廣泛，永續發展委員會由各功能單位代表參與，這些代表來自不同部門，負責評估和因應氣候相關的風險與機會。

永續發展委員會定期召開會議，討論氣候變遷相關法規政策及資訊，並制定相應的策略和行動計畫。我們強調跨部門合作，確保各部門都能夠了解和參與氣候變遷應對的過程，從而提升整體的應對能力和反應速度。

策略

Global Mall 採用 TCFD 框架，找出實際與潛在的氣候相關風險及機會。我們根據分店所在營運據點的氣候情境，進行情境假設，以推估可能出現的衝擊範圍與財務影響。我們進一步進行相關財務評估與應對策略，以確保營運持續而不受中斷，從而實現企業的永續經營。

實體風險

包括極端天氣事件（如颱風、暴雨、缺水等）對營運設施和員工的影響。為此，我們加強設施的防災設計和預防措施，並制定緊急應變計畫。

轉型風險

包括政策變動、技術變革和市場需求變化等。我們密切關注政府政策和市場動向，及時調整策略以適應新環境。

風險管理

在風險管理方面，Global Mall 依照風險發生的可能性及衝擊性進行風險鑑別，並針對鑑別出的風險與機會，使用財務角度評估衝擊程度，包括直接和間接的經濟損失。我們評估極端天氣事件對營運設施的破壞、政策變動對營運成本的增加，以及市場需求變化對銷售的影響。針對風險較高的項目，進行長期持續追蹤管理，並密切關注主管機關的政策方向，以確保對營運可能產生的影響。

整合風險管理流程

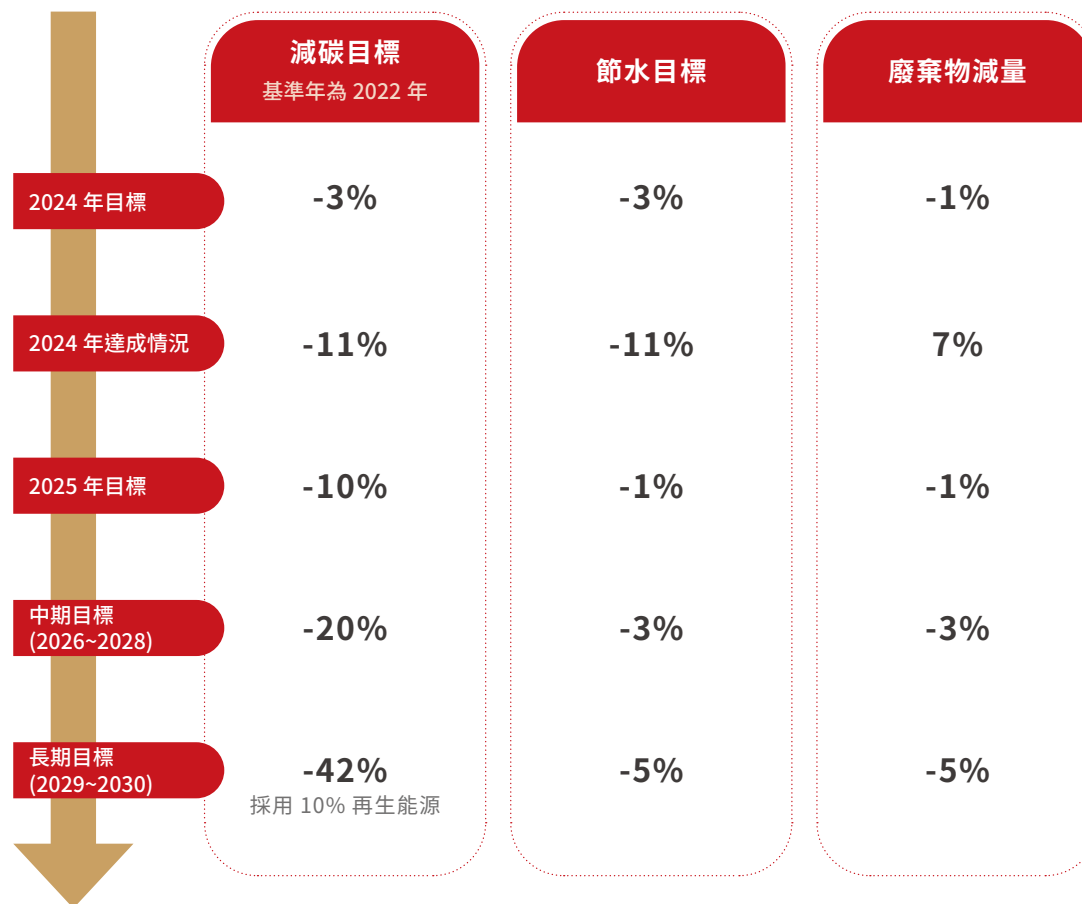
我們將氣候風險納入企業整體風險管理流程，確保其在日常營運和決策中得到充分考量。這包括定期執行風險評估，並針對高風險、高機會狀況制定應對措施。

強化內部監控

設立內部監控機制，監督氣候風險管理措施的執行情況，並根據最新的市場趨勢和政策變動，及時調整管理策略。

指標與目標

為更有效地管理風險和推動氣候行動，Global Mall 採用了科學基礎減量目標倡議（Science Based Targets initiative, SBTi）來設定具體的指標與目標。這一方法幫助我們將企業的減碳承諾與全球氣候科學標準相對應，確保我們的行動具有科學依據和可行性。



通過採用 SBTi 的減碳目標框架，Global Mall 能夠設定具有科學依據的減碳目標，這不僅提升我們在氣候行動中的透明度和可信度，也確保我們的減量目標與國際標準一致。我們相信，通過這些具體的指標與目標，我們將能夠在應對氣候變遷的同時，實現企業的永續發展，為員工、客戶和整個社會創造更多的價值。

氣候相關風險與機會的鑑別

在氣候相關風險部分，我們鑑別出前幾項風險與潛在財務影響如下：

類型	氣候相關風險	潛在財務影響
轉型風險	法規不確定性	未來環保相關法規變動不確定性，將會增加商場營運成本以應對新法規。為因應法規變動，需調整營運流程和增加設備來符合要求，員工也需進行額外培訓以適應新規範等。
	消費者改變偏好	受到氣候變遷影響，近年來夏季愈發炎熱，冬季周期變短，從商品銷售的角度來看，直接影響到季節性服裝的銷售，例如冬季羽絨衣的銷量明顯下滑，夏季涼感服裝較過去更受歡迎。此外，隨著消費者環保意識提升，消費選擇趨向環保優良廠商與產品，非低碳產品將逐漸被替換淘汰。
實體風險	立即性： 極端天氣事件增加，強度變強	- 商場淹水和設施損壞，影響營業時間； - 顧客流量減少，導致銷售下滑； - 供應鏈中斷，影響商品供應； - 員工上下班受影響，造成人力安排、服務品質和安全危害
	長期性： 平均氣溫上升	- 冷氣需求增加，導致能源成本上升； - 炎熱天氣降低客流量，特別是夏季高溫時段； - 商品儲存和展示環境設備需加強，如增加冷藏設備

TCFD 機會矩陣

氣候相關機會

類型	氣候相關風險	潛在財務影響
轉型機會	資源效率提升	因應 2050 淨零目標，政府鼓勵企業積極減碳，推出相關減免或補助專案活動，百貨公司可以通過節能方案獲取破權。這不僅有助於公司達成其環保目標，還能將獲得的破權轉化為經濟利益。例如，企業可將多餘的破權出售或用於抵消自身未來的碳排放，開拓新的收入來源和商業機會。
	市場改變： 積極開發與回應利害關係人（如專門店、消費者等）對於永續產品的需求，探詢新市場的商業及夥伴關係	- 消費者對環保和永續產品的需求日益增加。百貨業可以通過積極引入和推廣永續產品來吸引這部分市場。提供有機食品、環保服飾、可再生能源產品等，能夠滿足消費者的需求，增強品牌形象。 - 積極探索新市場並與具備相同永續理念的企業建立合作，可以開拓更多商業機會。例如，與環保品牌合作，推出聯名產品，或在百貨公司內設立專門的永續產品區，提升顧客的購物體驗和滿意度。 - 面對市場趨勢的改變，百貨業可以開發創新產品和服務。



4.2 能資源管理

Global Mall 致力於打造綠色低碳商場，積極推動環保措施，以確保企業的永續發展。我們的政策與承諾包括多方面的具體措施和目標，這些措施由專門的權責單位負責執行和管理，並通過一系列的管理作為和管理指標來確保實現。以下是我們的具體行動計劃和目標：

政策與承諾

積極打造綠色低碳商場：Global Mall 致力於減少碳足跡，推動各項節能減碳措施，提升能源使用效率，並透過商場綠色採購等途徑實現環境永續目標。

管理作為

● 遵循 ISO 14064-1:2018 執行溫室氣體盤查

每年完成溫室氣體盤查，並依據結果制訂減碳措施。

● 逐步汰換為節能設備

替換高耗能設備為高效節能設備，如高效空調系統。

● 定期會議檢核能源耗用情形

定期召開會議，檢討能源使用狀況，尋找進一步節能的機會。

● 申請綠色採購認證

推動綠色採購，選用環保產品，並申請相關認證以證明我們的承諾。

能源耗用

Global Mall 主要的能源耗用來自於商場營運的電力及天然氣使用，包含公共區域及專門店，2024 年消耗能源共計 307,987.732 十億焦耳 (GJ)。

能源類別	據點	度數	能源耗用統計
電力使用 (千度)	環球購物中心	34,842.4072	125,432.6659
	專門店	38,019.9705	136,871.8938
天然氣 (km³)		1238.3186	46,436.9475
合計熱值 (單位：十億焦耳 GJ)			308,741.0572

備註：

- 電力：依據經濟部能源署公告之《能源產品單位熱值表》，每千瓦小時 (kWh) 折合熱值為 860 千卡 (kcal)，相當於 0.0036 GJ，每千度電約折合 3.6 GJ。
- 天然氣：依據欣欣天然氣公司公告之年度熱值數據，本報告所採用之天然氣熱值為 8,962 kcal/m³，相當於 0.0375 GJ/m³，每千立方公尺天然氣約折合 37.5 GJ。



溫室氣體管理

Global Mall 自 2023 年起開始進行溫室氣體盤查，2024 年已完成所有營運據點的溫室氣體盤查及外部查證，將以此基準規劃長期減碳目標。根據盤查結果，主要排放來自於外購電力使用，以及提供租賃之專門店間接使用的排放。

溫室氣體排放量統計

類別	涵蓋項目	2023 排放量	2024 排放量
直接排放	- 固定燃燒 - 移動燃燒 - 直接逸散	1,377.3354	1,369.6021
能源間接排放	輸入電力之間接排放	17,934.3915	16,515.3010
運輸之間接排放	員工通勤、商務差旅	1,919.4143	2,021.3396
組織使用產品之 間接排放	- 使用燃料及電力之上游排放 - 營運廢棄物焚化處理產生之排放 - 接駁車服務之排放	4,867.5793	6,057.7844
與使用組織產品 有關之間接溫室 氣體排放	下游租賃資產之排放	26,462.3120	26,435.0527
總排放量 (公噸 /CO ₂ e)		52,561.0325	52,399.080

備註：

- 採營運控制權法。2024 年盤查範疇為總公司與八家分店。
- 各類溫室氣體之全球暖化潛勢 (GWP) 係選用 IPCC 第六次評估報告之估值。
- 轉換係數來源為環境部 113 年 2 月 5 日公告溫室氣體排放係數。
- 經濟部能源局提供年度電力排碳係數，2022 年採 0.509 計，2023 年排放量採 0.494 計算 (單位：公斤 CO₂e/度)，2024 年排放量採 0.474 計算 (單位：公斤 CO₂e/度)。

服務碳足跡

在全球氣候變遷挑戰日益嚴峻的背景下，企業對環境責任的承諾已成為永續發展的重要指標。碳足跡盤查作為衡量環境影響的關鍵工具，不僅協助企業識別主要的碳排放源，更能引導制定精準的減碳策略。Global Mall 積極響應全球永續發展趨勢，將碳足跡管理視為推動綠色營運的核心，從原料取得、服務階段到廢棄階段進行全生命週期評估，致力於打造低碳的購物環境。

不同於僅聚焦於商品的碳排放，Global Mall 進一步關注商場營運層面的「服務碳足跡」，也就是消費者自進入商場至離開的整個購物體驗過程所產生的碳排放。

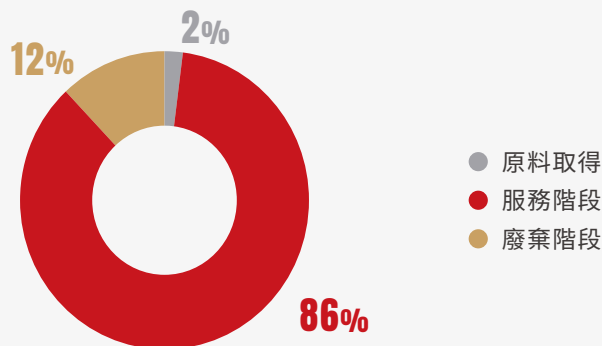
以 2024 年度的碳足跡盤查成果為例，環球購物中心已完成中和店與板橋車站店兩大據點的服務碳足跡評估，並揭露每平方公尺每小時的碳排放量。結果顯示：

- 新北中和店服務碳足跡為 17.17gCO₂e/ 每平方公尺·每小時，其中服務階段（如空調、照明及營運管理）佔比最高，達 86%；廢棄階段及原料取得分別為 12% 與 2%。
- 板橋車站店因人流密集及設備運轉需求較高，服務碳足跡為 34.00gCO₂e/ 每平方公尺·每小時。同樣以服務階段為主要排放來源 84%，其次為廢棄階段 13% 及原料取得 3%。

此結果不僅突顯營運階段為溫室氣體排放的關鍵熱點，也提供後續減碳作為的重要依據。環球購物中心將據此持續優化空調與照明能源效率、強化廢棄物資源化利用，並在不同據點試行低碳營運措施，以逐步降低整體服務碳足跡。

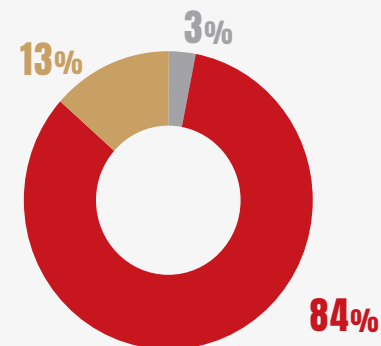
環球購物中心 - 新北中和店

服務碳足跡為 17.17gCO₂e/
每平方公尺·每小時



環球購物中心 - 板橋車站店

服務碳足跡為 34.00gCO₂e/
每平方公尺·每小時



節能減碳行動

Global Mall 透過各項節能措施和管理策略，致力於降低不必要的能源浪費。我們從照明、空調、電梯運行和冷藏設備等多個方面著手，確保在節能的同時，維持高效的營運和優質的顧客服務。這些措施不僅有助於減少碳排放，還能降低營運成本，提升整體的永續發展能力。我們將持續優化這些措施，推動綠色低碳的商場發展，為環境保護和企業永續發展貢獻力量。

項目	做法
更換照明設備	已逐步汰換傳統燈具 / 燈泡，採用 LED 等高效照明設備
更換感應式燈具	將後場、員休室及辦公室部分區域改為改感應式燈具，減少忘記關閉造成的能源浪費
冷氣外溢控制	1. 保持大門常閉，減少冷氣外洩 2. 視人潮時段調整，停止自動門，以開啟側門取代
外氣交換	依照氣候適時採用外氣交換，減少冰水主機負載，可達到節能及室內空氣品質提升等效益
電梯分層停靠	部分分店有 2 台以上的電梯，於非假日離峰時段，視人潮 / 車潮調整運轉台數
冷藏設備陳列標示	專門店冷藏 / 冷凍櫃外放置食品說明標示 (名稱 / 保存期限)，以減少為拿取物品而長時間開啟冰箱

綠色能源 - 太陽能發電

屏東地區擁有豐富的日照資源，自 2019 年起，Global Mall 在全客型的屏東店設置面積達 2200 平方公尺的太陽能板，作為太陽能租賃場域，將生產的電力躉售給台灣電力公司，不僅有助於減少碳排放，亦產生多重經濟和環境效益。

在 2024 年，屏東店的太陽能板總發電量達 25.6 萬度（256,000 kWh）。根據經濟部能源署公告 2024 年最新電力排碳係數 0.474 公斤 CO₂/度換算，減少約 121.3 噸的二氧化碳排放，相當於 0.94 座大安森林公園每年的碳吸收量。

4.2.1 水資源管理

Global Mall 所有分店均位於都會區，所有分店取水來源皆為自來水，主要以商場營運使用的生活耗水，以及冷卻水塔用水為主。因應未來極端氣候可能造成的缺水風險，目前已積極推動各店公共區域更換使用省水標章設備，且規劃新進櫃亦須符合相關規範，以達到有效水資源管理的目標。所有放流水皆符合 100% 放流標準，2024 年 Global Mall 無收到任何環保法規之裁罰。

2024 年 Global Mall 整體用水量 862.337 百萬公升，較去年 2023 年增 28.078 百萬公升增 3.37%。主要原因係因國內消費信心恢復，百貨公司人流量大幅度的回升。

各分店取水來源

項目	取水來源	取水種類	放流區域
新北中和	新店溪、翡翠水庫	自來水	公共下水道系統
屏東市	深井	自來水	公共下水道系統
板橋車站	三峽河抽水站及鳶山堰、石門水庫	自來水	公共下水道系統
南港車站	翡翠水庫	自來水	公共下水道系統
新左營車站	南化水庫、阿公店水庫	自來水	公共下水道系統
桃園 A8	石門水庫	自來水	公共下水道系統
林口 A9	石門水庫	自來水	公共下水道系統
桃園 A19	石門水庫	自來水	公共下水道系統
環球健身中心	三峽河抽水站及鳶山堰、石門水庫	自來水	公共下水道系統

廢水處理流程

廢（污）水處理是防止水污染的重要過程，Global Mall 之廢水，主要來自主題餐廳及美食街小吃產生之廢（污）水。為了有效處理商場內產生的廢（污）水。各分店均設有大型截油槽，經過攔渣、截油、添加除油垢與除臭藥劑等多重處理程序後，將廢水納管排放至縣市地下水道系統。

4.2.2 廢棄物管理

廢棄物管理

Global Mall 從百貨日常營運出發，透過分店和辦公空間落實垃圾分類與資源回收，致力減少資源消耗及降低環境污染。

我們提供的服務以百貨零售和餐飲為主，產生的廢棄物依環保法規規定，皆屬一般事業廢棄物，無產生有害廢棄物。各分店皆依法交由環保主管機關登記核可之專業廢棄物處理廠商清運，送交焚化爐以焚燒處理。

單位：噸

分店	廢棄物類別 (生活廢棄物 / 一般事業廢棄物)		廚餘	小計
	一般垃圾	資源回收		
新北中和	1,616	277	86	1,979
屏東市	159	59	74	292
板橋車站	578	46	255	879
南港車站	237	34	118	388
新左營車站	231	0	22	253
桃園 A8	210	28	50	288
林口 A9	153	21	903	1,077
桃園 A19	378	41	110	529
總計	3,561	506	1,618	5,685

註 1：資源回收種類包括：紙類、玻璃、塑膠、寶特瓶、金鐵類 (金屬、鋁罐、鐵罐)
註 2：新北中和回收項目另含餐飲廢油。
註 3：無統計係指由車站或大樓收集處裡，故無額外數據。

Global Mall x ECOCO

自 2021 年起，Global Mall 於新北中和、南港車站、桃園 A19 等分店，設立 ECOCO 機台，為顧客提供回收寶特瓶、PP 飲料杯及電池的服務，顧客可透過回收換取不同品牌店家之優惠回饋，後續亦將結合 GM APP 推廣行銷優惠活動，做環保的同時亦可帶動館內消費！

收集到的資源回收物會由 ECOCO 運至技術廠商，經處理後再製成新的商品，以達到循環的最大效益。



設立據點

- 📍 **Global Mall 新北中和**
站點位置 新北市中和區中山路三段 122 號 1F
機台種類 收瓶機、電池機
- 📍 **Global Mall 桃園 A19**
站點位置 桃園市中壢區高鐵南路二段 352 號 2F
機台種類 收瓶機
- 📍 **Global Mall 板橋車站店**
站點位置 新北市板橋區縣民大道二段 7 號 2 樓
機台種類 收瓶機
- 📍 **Global Mall 新左營車站**
站點位置 高雄市左營區站前北路 1 號 3 樓
機台種類 收瓶機
- 📍 **Global Mall 南港車站**
站點位置 台北市南港區忠孝東路七段 371 號 B1F
機台種類 收瓶機

寶特瓶回收成果 >>

2022 年	2023 年	2024 年
160,748 個	300,447 個	424,097 個

其他商場減廢推動

100%
完成

推動項目 全面替換成 FSC 認證材質

說明 印有 Global Mall 品牌 Logo 的購物提袋，全面改採具 FSC 認證之提袋。

長期執行

推動項目 以租代買

說明 商場檔期活動時常需使用的花車、裝飾道具。以及商場的防滑地墊，皆採以租賃方式，減少短期需求產生之資源消耗。

100%
完成

推動項目 禁用一次性塑膠杯

說明 配合政府政策，逐步將餐飲使用的一次性塑膠杯替換成紙杯。



4.2.3 綠色辦公室

因應內部積極推動永續發展，Global Mall 近兩年來致力於將辦公室轉型為低碳綠色辦公室，以降低營運過程中的環境影響。我們採取一系列具體措施，期望提升辦公室的環保效能，並推動員工對綠色辦公室的認識與實踐。

推展項目

影印機租賃代替購買

影印機租賃不僅可以降低初始購置成本，還能確保設備更新維護的便利性，減少廢舊設備對環境的負擔。

鼓勵文件數位化

鼓勵員工進行文件數位化管理，減少紙張使用，從源頭降低紙張消耗，並促進無紙化辦公的實現。

使用再生紙

在辦公室全面使用再生紙，減少對原生木材的需求，降低製紙過程中的能源消耗和碳排放。

非重要文件黑白印刷

為進一步減少影印資源的浪費，要求同仁非重要文件皆以黑白印刷，減少彩色墨水的使用。

綠化牆面及 SDGs icon 布置

在辦公室內部設置綠化牆面，並結合聯合國永續發展目標（SDGs）的標誌進行布置，讓員工在日常工作中加深對 SDGs 各項目標的認識。

設置文具共用區

設立文具共用區，供員工共同使用文具，減少重複購買的浪費。個人必要的文具則可通過申請進行採購，以控制消耗。

感應式燈具

在茶水間和洗手間安裝感應式燈具，有效降低因燈光長時間開啟造成的能源浪費。

辦公室植栽綠化

辦公室內部進行植栽綠化，不僅美化環境，還有助於提升空氣品質。並依節慶進行裝飾更換，如聖誕節時以聖誕紅美化辦公空間。

分區採切拉式開關

採用分區切拉式開關，讓先行下班的同仁可以提前關閉所屬區域的電源，避免不必要的耗電。

無紙化消費

為減少不必要的紙張印製，Global Mall 持續推動各項無紙化政策，包含優化 APP 功能、設置智能導覽機，提供顧客、非主要檔期減少紙本 DM 印製、以 APP 取代各類紙本禮券 / 兌換券、鼓勵使用電子載具等，減少消費額外產生的環境負擔。2023 年底推動減少消費明細印製，2024 年電子發票存載具使用率達 59%，減少印製超過 1,651 萬張發票明細。

綠色採購

Global Mall 2024 年綠色總採購金額相較 2023 年成長 124%，榮獲新北市環保局綠色消費表揚，並獲頒「113 年 Buying Power 社會創新產品及服務採購獎勵」之「採購獎參獎」。未來我們將持續提高綠色採購比例，選擇對環境相較友善的產品，朝更低碳的商場邁進。

綠色採購主要項目包含：



1. 公務車租賃



2. 辦公室設備租賃



3. 辦公室用品採購



4. 環境友善衛生用品



5. 影印機租賃



6. 影印紙採購



7. 資訊設備採購



CH5 社區共融與幸福社會

作為深耕社區、貼近民眾生活的商場品牌，Global Mall 環球購物中心始終以實際行動回應社會需求，透過長期且多元的公益參與，串聯企業夥伴、員工與消費者，共同為弱勢群體、環境保護及社區發展貢獻力量。從推動食農教育、參與環境保育，到支持弱勢兒童與家庭的生活需求，Global Mall 期望以商場為平台，連結更多資源，讓愛與關懷在日常中持續擴散，實踐「商場不只是購物空間，也是促進社會共好的重要據點」的價值。

打造永續教育體驗場域——未來永續小學堂

Global Mall 秉持「讓永續從日常生活開始」的理念，積極打造商場為兼具教育與體驗的永續推廣場域，期望讓綠色意識從小扎根。自 2022 年起，Global Mall 已連續三年舉辦「未來永續小學堂」系列活動，結合大型策展、親子課程與互動式體驗，年舉辦場次超過 200 場，逐步形塑商場成為推廣永續教育的重要據點。

2024 年，Global Mall 延續前兩年的基礎，以「節能」為主題推出全新課程，與「玩轉學校」共同開發專屬親子互動體驗。課程以獨家設計的生態小精靈繪本故事為主軸，結合情境解謎及實境挑戰，營造沉浸式學習體驗，幫助兒童在寓教於樂的過程中理解節能概念。同時，亦推出線上 Podcast，讓孩子可在家中或學校隨時接觸永續教育內容，延伸學習效益。

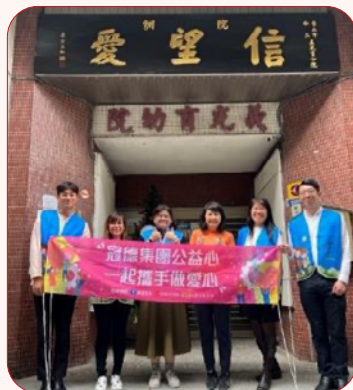
透過這些創新活動，Global Mall 不僅提供消費者低碳購物與綠色消費體驗，更進一步串聯品牌資源與社會力量，讓商場成為推廣永續價值的重要場域，從小培養下一代對環境友善與資源循環的認識。



讓愛心「放」出來：以實際行動支持公益

為鼓勵員工投入社會關懷，Global Mall 制定公益假制度，支持員工以實際行動參與各類公益活動。2024 年共計 123 人次參與公益服務，累計公益假時數達 406 小時，涵蓋環境保護、弱勢關懷及農業支持等多元領域。

活動內容包括「行健插秧趣」、「北海岸淨灘」、「安得烈包年菜」、「東北角鼻頭港淨灘活動」及「大溪新峰綠竹筍園農地」等，員工透過植樹、農事體驗、物資捐助與社區服務等方式，實際參與在地環境保護與社會公益。



與安得烈食物銀行同行，傳遞年節的溫暖

安得烈食物銀行長期致力於協助弱勢家庭，以穩定且有品質的物資配送，減輕家庭在基本生活需求上的負擔。每一份由志工親手打包的物資，不只是食物，更是一份跨越陌生人之間的溫暖與關懷。

Global Mall 自 2020 年起便與安得烈食物銀行攜手合作，至今已邁入第五年。2024 年愛心同樣不缺席，特別規劃愛心公益日，捐款新台幣 20 萬元支持年菜食物箱專案，由環球購物中心總經理陳依華、根基營造總經理陳俊明帶領員工與家眷們一起參與志工服務，一起親手將豐富的年菜禮盒打包整齊，送往需要幫助的家庭，讓他們也能在充滿年味的佳節中感受到團圓與祝福。



攜手響應 Earth Hour 地球一小時

Global Mall 積極響應由世界自然基金會（WWF）發起的 Earth Hour 地球一小時公益活動，呼籲大眾以實際行動關注氣候變遷。2024 年活動期間，全台八家分店同步參與，並首創百貨業大規模延長關燈時數至 20 小時，以減少不必要的能源消耗，展現企業對環境保護的決心。

除了實際的節能作為，各據點亦透過現場宣導與社群平台號召消費者一同響應熄燈行動，期望藉由商場的影響力，喚起更多人對能源議題與環境保護的重視，共同為減緩氣候變遷盡一份心力。



公私協力推動合理化施肥，守護水資源

Global Mall 持續以實際行動支持環境保護與水資源保育，2024 年攜手關係企業冠德建設、根基營造及北區水資源分署，共同參與「農地合理化施肥」推動計畫，期望透過公私協力減少化肥使用、改善石門水庫水質，實現環境與農業的永續發展。

2024 年 7 月，冠德集團號召旗下 80 名員工參與企業認養的合理化施肥場域——大溪新峰綠竹筍園區參訪活動。員工親自體驗採筍過程，品嚐以合理化施肥技術栽培的綠竹筍，深刻感受到此技術在保障農作物品質、降低成本及維護水質方面的實際成效。

除農事體驗外，員工亦參加「北水酷庫泥燒彩繪」活動，將原本作為廢棄物的水庫淤泥再利用製成陶器，並透過創意彩繪賦予其新的價值，展現循環經濟的理念。未來，環球購物中心亦計畫在商場設置農產品展售專區，推廣合理化施肥與有機農產品，串聯更多消費者一同支持友善環境的農業模式。



春耕、夏耘、秋收：Global Mall 與土地共舞，實踐全生命週期食農教育

為進一步落實食農教育的理念，Global Mall 已連續四年舉辦備受好評的「行健有機米插秧體驗活動」。此活動每年報名皆踴躍秒殺，凸顯了社會大眾對永續議題及親子共學的熱切需求。活動當日，上百位 Global Mall 員工、眷屬及義光育幼院師生共同捲起褲管，赤腳踏入泥土，親手將一株株青綠的秧苗小心翼翼地插入水田中。在友善耕作的實際參與中，體驗稻作種植的辛勞與不易，深刻體會人與土地的連結，進而提升對食農教育核心價值的理解與認同。

不僅止於春日的播種，Global Mall 更將食農教育的範疇延伸至秋日豐收的喜悅。透過持續規劃「割稻體驗活動」，讓參與者親身感受稻作從生長到收穫的全生命週期。在金黃稻穗垂首的季節，員工與家屬們再度踏入田間，彎下腰，親手使用鐮刀收割稻米。這份勞動的汗水，不僅讓大家深刻理解「粒粒皆辛苦」的真諦，也更直接地體會到大自然的豐饒與農民的辛勤付出。親身參與收割的過程，不僅是一場實踐教育，更是對食物來源與環境友善耕作方式的深刻體認，進一步強化了惜食愛物的永續觀念。

活動現場亦精心規劃一系列多元互動體驗，豐富參與者的學習歷程：由專業農友深入淺出地解說有機稻米的栽培奧秘與其對環境的益處；趣味橫生的插秧接力賽與稻草擲遠競賽，增添田間活動的歡樂氣氛；以及運用種子進行的再利用手作課程，啟發參與者對資源永續利用的創意巧思。活動尾聲，大家共同享用融合在地食材的農村餐，親身體驗「從產地到餐桌」的真實歷程，不僅深化了對食物的珍視，也更深刻地體悟到人類與自然環境共生共榮的普世價值。有員工溫馨分享，孩子們在活動前就充滿期待，親身參與不僅讓他們樂在其中，更增進了親子互動，這堂生動的戶外永續課程，無疑在他們心中播下了永續的種子。

Global Mall 透過契作有機稻田及舉辦插秧體驗活動，成功地將永續理念融入企業文化與員工活動中，展現企業在環境（E）、社會（S）面向上投入的具體成果。未來，我們將持續深化這份對土地的承諾，推廣更廣泛的食農教育。



聖誕節「圓夢計畫」公益禮物認購

在歲末年終，當節慶的鐘聲響起，聖誕的溫馨氛圍漸濃之際，對於許多弱勢孩童而言，一個小小的願望可能就是最遙不可及的夢想。Global Mall 深知每個孩子都值得被愛與關懷，因此長期以來，我們始終秉持著對弱勢兒童的深切關注，並透過實際行動，讓溫暖的光芒照進他們的生活。

2024 年，Global Mall 再次將這份愛心化為具體行動，與冠德集團一同舉辦意義深遠的「圓夢計畫」聖誕節公益禮物認購活動。為那些渴望被看見的孩子們，在年節時刻捎去一份關懷、一份希望，以及一份獨特的節日祝福。

本次活動共募集 438 份聖誕禮物，全數由集團員工熱情認購，所募集的禮物分別捐贈予 伊甸基金會、安得烈慈善協會及義光育幼院，作為孩子們的聖誕驚喜。透過這份聖誕「圓夢計畫」，不僅是滿足孩童在節慶中的一份心願，Global Mall 也期望透過持續推動此類公益計畫，逐步凝聚更多社會資源，共同為弱勢群體建構一個更友善、更有愛的成長環境。



2024 年各分店社區關懷活動

新北中和

活動名稱 Global Mall 愛心送暖公益活動
關懷對象 大同育幼院
活動內容 乾洗手酒精鑰匙圈手作 DIY、贈送麵包餐盒 & 聖誕禮物

板橋車站

活動名稱 Global Mall 耶誕愛心點燈
關懷對象 中華民國唐氏症基金會
活動內容 合唱團演出、愛心點燈、贈送聖誕小禮

南港車站

活動名稱 Global Mall 愛心送暖公益活動
關懷對象 中華文化社會福利事業基金會台北兒童福利中心
活動內容 贈送聖誕小禮、至台北兒童福利中心煮愛心湯圓分享

桃園 A8 林口 A9

活動名稱 Global Mall 愛心送暖公益活動
關懷對象 財團法人中華兒童與家庭促進協會
活動內容 物資捐贈

桃園 A19

活動名稱 Global Mall 愛心送暖公益活動
關懷對象 財團法人台灣省私立台灣國際兒童村
活動內容 晚餐饗宴、禮物發放

新左營車站

活動名稱 Global Mall 愛心送暖公益活動
關懷對象 財團法人星星兒社會福利基金會
活動內容 繪製聖誕、贈送聖誕小禮

屏東市

活動名稱 Global Mall 愛心送暖公益活動
關懷對象 屏東縣啟智教養院
活動內容 募集物資贈送、聖誕歌舞同樂、聖誕老公公發送小禮物



推廣全民運動與支持在地球隊，實踐健康永續願景

Global Mall 秉持促進全民健康與永續生活的理念，積極投入健康促進與體育文化推廣。旗下「Sports+ 環球健身中心」結合交通便捷與多元設施，成為都會族群日常運動的重要據點。桃園 A19 店更設有攀岩場、滑雪場及律動互動區等專業運動設施，藉由提供多元運動體驗，強化市民對健康生活型態的認同，實踐健康城市的願景。

於企業內部，Global Mall 積極打造健康友善的職場文化，除提供員工免費使用健身設施與專屬運動課程外，亦透過線上健走競賽及參與外部運動賽事等活動，鼓勵員工建立良好運動習慣，獲教育部體育署 2024 年度運動企業認證，彰顯企業對員工福祉與職場永續的高度重視。

在體育公益層面，Global Mall 長期關注台灣體育發展，持續投入資源支持職業運動與國家體育組織，並結合商場通路推動品牌化體育行銷，展現企業在推廣運動文化、強化地方連結與促進體育產業永續發展的實際行動。2024 年度投入逾新台幣千萬元，支持體育項目。支持中華職棒樂天桃猿隊，助力強化球隊經營動能與球迷參與體驗；同時贊助新北中信特攻、新北國王，促進職業籃球穩健發展。Global Mall 亦是 2024 年百貨唯一與中華奧會合作，全台各店設置應援打卡點及提供多項優惠活動。共同支持國際體育交流及選手訓練資源，實踐企業在體育發展上的社會責任承諾。



附錄

GRI 準則對照

使用聲明 環球購物中心股份有限公司已依循 GRI 準則報導 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期間的内容。

使用的 GRI GRI 1：基礎 2021

適用的 GRI 行業準則 無

一般揭露

揭露項目	章節	頁碼
GRI 2：一般揭露 2021		
2-1 組織詳細資訊	1.1 組織概況	23
2-2 組織永續報導中包含的實體	報告書範圍及編輯原則	2
2-3 報導期間、頻率及聯絡人	報告書範圍及編輯原則	2
2-4 資訊重編	本年度無資訊重編	--
2-5 外部保證 / 確信	參考第三方獨立意見聲明書	99
2-6 活動、價值鏈和其他商業關係	1.1 組織概況	23
	1.6 供應商管理	38
2-7 員工	3.1 人才組成	56
2-8 非員工的工作者	3.1 人才組成	56
2-9 治理結構及組成	1.2 治理架構	28
2-10 最高治理單位的提名與遴選	1.2 治理架構	28
2-11 最高治理單位的主席	1.2 治理架構	28

揭露項目	章節	頁碼
GRI 2：一般揭露 2021		
2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色	永續發展藍圖	12
2-13 衝擊管理的負責人	永續發展藍圖	12
2-14 最高治理單位於永續報導的角色	永續發展藍圖	12
2-15 利益衝突	重大主題鑑別與管理	14
2-16 溝通關鍵重大事件	重大主題鑑別與管理	14
2-17 最高治理單位的群體智識	1.2 治理架構	28
2-18 最高治理單位的績效評估	本公司未公開發行，僅有內部非公開之自我評估	--
2-19 薪酬政策	3.3 薪酬與福利制度	68
2-20 薪酬決定流程	3.3 薪酬與福利制度	68
2-21 年度總薪酬比率	3.3 薪酬與福利制度	68

揭露項目	章節	頁碼
GRI 2：一般揭露 2021		
2-22 永續發展策略的聲明	經營者的話	3
2-23 政策承諾	3.4 人權承諾	71
2-24 納入政策承諾	3.4 人權承諾	71
2-25 補救負面衝擊的程序	重大主題鑑別與管理	14
2-26 尋求建議和提出疑慮的機制	重大主題鑑別與管理 1.4 誠信經營與法規遵循	14 32
2-27 法規遵循	1.4 誠信經營與法規遵循	32
2-28 公協會的會員資格	1.1 組織概況	23
2-29 利害關係人議合方針	重大主題鑑別與管理	14
2-30 團體協約	無	--

重大議題	章節	頁碼
GRI 3：重大議題 2021	3-1 決定重大議題的流程	重大主題鑑別與管理 14
	3-2 重大議題列表	重大主題鑑別與管理 14
1. 能源管理		
GRI 3：重大議題 2021	3-3 重大議題管理	重大主題鑑別與管理 14
302 能源	302-1 組織內部的能源消耗量	4.2 能資源管理 81
	302-4 減少能源消耗	4.2 能資源管理 81
305 排放	305-1 直接 (範疇一) 溫室氣體排放	4.2 能資源管理 81
	305-2 能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	4.2 能資源管理 81
	305-3 其它間接 (範疇三) 溫室氣體排放	4.2 能資源管理 81
	305-5 溫室氣體排放減量	4.2 能資源管理 81

重大議題	章節	頁碼
2. 資訊安全		
GRI 3：重大議題 2021	3-3 重大議題管理	重大主題鑑別與管理 14
418 客戶隱私	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1.5 資訊安全與顧客隱私保護 34
3. 商品責任與安全		
GRI 3：重大議題 2021	3-3 重大議題管理	重大主題鑑別與管理 14
416 顧客健康與安全	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	2.2.1 食品安全 47
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.2.1 食品安全 47
417 行銷與標示	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	2.2.3 商品安全管理 55
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	2.2.3 商品安全管理 55
	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	2.2.3 商品安全管理 55
4. 人才培育與發展		
GRI 3：重大議題 2021	3-3 重大議題管理	重大主題鑑別與管理 14
401 勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	3.1 人才組成 56
	401-2 提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	3.3 薪酬與福利制度 68
404 訓練與教育	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	3.2 人才培育與發展 61
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	3.2 人才培育與發展 61
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	3.2 人才培育與發展 61
405 員工多元化與平等機會	405-1 治理單位與員工的多元化	3.1 人才組成 56

SASB 準則對照

多產品線專業零售商與經銷商 (Multiline and Specialty Retailers & Distributors)

議題	資料類別	單位	指標編號	內容	揭露內容
能源管理	量化指標	吉焦 (GJ), 百分比 (%)	CG-MR-130a.1	1. 能源總消耗 (GJ) 2. 總用電量百分比 % 3. 再生能源百分比 %	4.2 能資源管理
數據安全	討論與分析	質化說明	CG-MR-230a.1	具體描述數據風險鑑別的方式	1.5 資訊安全與顧客隱私保護
	量化指標	百分比 (%)	CG-MR-230a.2	1. 數據洩露的數量 2. 涉及個人資訊 (Personally Identifiable Information, PII) 洩露的百分比 % 3. 受影響的顧客數量	1.5 資訊安全與顧客隱私保護
勞動條件	量化指標	金額百分比 (%)	CG-MR-310a.1	1. 每小時平均工資 (新台幣：元) 2. 店內員工領取當地最低工資占全體員工的百分比 %	3.3 薪酬與福利制度
	量化指標	比率	CG-MR-310a.2	1. 店內員工自願離職率 2. 店內員工非自願離職率	3.1 人才組成
	量化指標	金額	CG-MR-310a.3	因訴訟引起的金錢損失總額 (新台幣：元)	0
職場多元包容	量化指標	百分比 (%)	CG-MR-330a.1	各性別占全體員工的百分比 %、各種族／族群占全體員工的百分比 %	3.1 人才組成
	量化指標	金額	CG-MR-330a.2	與就業歧視相關的法律訴訟所造成的總金額損失 (新台幣：元)	0
產品來源、包裝與行銷	量化指標	金額	CG-MR-410a.1	獲得第三方認證環境 / 社會永續認證的產品收入 (新台幣元)	N/A
	量化指標	量化說明	CG-MR-410a.2	評估衡量產品中的化學相關的風險或危害的說明	N/A
	量化指標	量化說明	CG-MR-410a.3	討論如何減少包裝對環境的影響	4.2.2 廢棄物管理
營運指標	量化指標	數量	CG-MR-000.A	1. 營運據點數量 2. 配送中心數量	1.1 組織概況 無配送中心
	量化指標	平方公尺 (m²)	CG-MR-000.B	1. 營運據點總面積 (單位：平方公尺 m²) 2. 配送中心總面積 (單位：平方公尺 m²)	1.1 組織概況 無配送中心

TCFD 氣候相關議題管理

項目	執行情形
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	4.1氣候變遷因應
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）	4.1氣候變遷因應
極端氣候事件及轉型行動對財務之影響	4.1氣候變遷因應
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	4.1氣候變遷因應
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。	尚未使用情境分析進行氣候風險評估，後續將視營運需求與國際趨勢，逐步評估導入可行性。
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。	4.1氣候變遷因應
若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	尚未導入內部碳定價機制，後續將視營運需求與國際趨勢，逐步評估導入可行性。
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。	4.1氣候變遷因應

第三方查證聲明書

ESG 永續報告書



獨立保證聲明

環球購物中心股份有限公司 2024 年永續報告書

簡介：

台灣德國萊因技術監護顧問股份有限公司，是德國萊因TÜV集團成員之一（以下簡稱「我們」或「台灣德國萊因」），受環球購物中心股份有限公司（以下簡稱「環球購物中心」）管理方委託對其2024年永續報告書（以下簡稱「報告」）進行外部保證。本次查證合約中規定的所有保證內容完全取決於環球購物中心。我們的任務是對環球購物中心2024年永續報告書作出一個公正和充分的判斷。

本保證聲明的預期讀者是關注環球購物中心在2024年度（從2024年1月到2024年12月）整個永續發展績效及影響其業務活動的有關的利害關係人。

德國萊因TÜV集團是一家世界性的服務供應商，在超過65個國家提供企業社會責任和永續發展服務，並擁有在企業永續發展查證、環境、社會責任和利害關係人溝通等領域的資深專家。此次查證過程中，我們查證團隊完全保持公正和獨立，並不參與報告內容的準備。

查證標準：

台灣德國萊因根據 AccountAbility AA1000 保證標準 v3 (AA1000AS v3) 中度保證的要求來實施本次查證工作。

查證範圍和類型：

我們根據 AA1000 保證標準 v3, 第 1 類型和中度保證等級，來查證環球購物中心 2024 年報告中所揭露的永續發展績效，並對揭露的資訊與數據進行評估，查證涵蓋下列內容：

- 依據 GRI 通用準則(2021)，社會、環境和經濟分類績效指標及相應的管理方法揭露，以及預定義的報告邊界。
- AA1000 利害關係人議合標準(2015)。
- SASB 準則，Multiline and Specialty Retailers & Distributors 永續會計準則。
- 遵循 AA1000 當責性原則(2018)，即包容性、重大性、回應性和衝擊性。

局限性：

台灣德國萊因執行本次查證協議定義的範疇，以及基於 AA1000 保證標準 v3 中度保證等級來實施本次查證。查證活動僅限於環球購物中心（位於台灣新北市）的現場，並無進行外部利害關係人的訪談。與查證有關的資訊與績效數據會侷限於本報告內容揭露。我們的查證未涵蓋財務年報及其財務數據，以及其他永續發展不相關的資訊。

查證方法：

台灣德國萊因查證活動涵蓋以下內容：

- 查證環球購物中心 ESG 相關管理實務、流程、以及績效表現來評估 ESG 管理系統，其中包括永續發展策略、公司治理、合規管理、風險管理、利害關係人溝通、重大議題分析、以及關鍵績效。
- 訪談環球購物中心高階管理層以及負責永續發展績效資訊收集和統計的相關管理人員超過 10 位。

- 透過隨機抽樣原則和應用分析程序，檢閱和查驗永續發展策略、管理實務以及績效資訊與數據，並測試這些資訊與數據的準確性。
- 收集與評估可驗證的原始證據和管理呈現，以支持環球購物中心遵照查證原則的程度。
- 查證執行團隊由台灣德國萊因於企業社會責任、環境、社會和利害關係人溝通領域具有豐富經驗的專家所組成。

對 AA1000 原則的遵守：

包容性：環球購物中心 2024 年報告書已識別出主要利害關係人且持續尋求其參與，過程考量利害關係人所關注之議題，並依此建立重大永續議題，以發展管理策略對永續進行負責任且適當的回應。證據顯示，這份報告書已反映出環球購物中心對利害關係人之包容性議題，並對企業內外都產生了實質影響。

重大性：環球購物中心已實施重大性議題鑑別，議題的識別基於利害關係人的需求和關注重點、企業內部政策考量以及對永續發展內容的理解與溝通，依此揭露議題的實質性與衝擊度。證據顯示，環球購物中心已適當地按照議題的優先性與重大性回應所識別出重大性議題，並展現企業的當責。

回應性：環球購物中心已針對利害關係人所關注的重大性議題進行回應，並透過多元的管道與措施與利害關係人議合，設定明確的量化目標以追蹤績效，適切地展現環球購物中心積極的回應性與當責的決心。

衝擊性：環球購物中心已有效地鑑別，透過透明、多元、公平且有效的方式揭露衝擊，並建立量測、監督、追蹤與管理流程。適切地展現環球購物中心對環境、社會、治理等面向的績效表現與衝擊程度，並在報告書中充分地揭露與報導。

查證結論：

基於上述查證方法和評估範疇內的活動，我們可以得出結論，於查證過程中，沒有任何實例和資訊與下述聲明有所抵觸：

- 環球購物中心 2024 年永續報告書符合 AA1000 保證標準 v3 第 1 類型和中度保證的要求以及全球報告倡議（GRI）通用準則 2021 與永續會計準則（SASB）的相關要求。
- 報告的內容包括聲明與主張均源自環球購物中心提供的書面證明文件和內部紀錄，充分反映了環球購物中心所取得的成績以及其面對的挑戰。
- 在報告中我們發現的績效數據是以系統和專業方式收集、儲存和分析，是環球購物中心永續管理運行的真實反映。

針對任何第三方依據此份保證聲明來對環球購物中心做出的評論和相關決定，台灣德國萊因將不承擔任何責任。



Taipei, Taiwan
2025-08-12

Vito Lin
Vito C. C. Lin

Technical Manager

台灣德國萊因技術監護顧問股份有限公司

溫室氣體盤查

證書

盤查標準

ISO 14064-1:2018

證書登記號碼

CF 50591257 2501

報告號碼

48277417 001

證書持有者：

環球購物中心股份有限公司

台灣 220234 新北市板橋區縣民大道二段 7 號 24F~25

確證與查證場址：

所包括場址已列於證書附件上

確證與查證機構：

台灣德國萊因技術監證顧問股份有限公司

確證與查證標準：

ISO 14064-3:2019

基準年：

- 2024 (2024.01.01~2024.12.31)

確證與查證年度：

- 2024 (2024.01.01~2024.12.31)

方案：

- 自願性溫室氣體方案

查證保證等級：

- 合理保證

彙總方法：

- 營運控制權法

實質性：

- 5%

溫室氣體種類：

- CO₂、CH₄、N₂O、HFCs、PFCs、SF₆、NF₃

確證與查證範圍：

基於取得的資訊進行評估之結論：

- 全球暖化潛勢(GWP): IPCC 2021, AR6

- 碳排放總量為 52,399.080 噸二氧化碳當量(tCO₂e)- 類別一 直接排放為 1,369.6021 噸二氧化碳當量(tCO₂e)- 類別二 間接 輸入能源排放為 16,515.3010 噸二氧化碳當量(tCO₂e)- 類別三 間接 運輸排放為 2,021.3396 噸二氧化碳當量(tCO₂e)- 類別四 間接 組織使用產品排放為 6,057.7844 噸二氧化碳當量(tCO₂e)- 類別五 間接 與使用組織產品有關排放為 26,435.0527 噸二氧化碳當量(tCO₂e)

- 類別六 間接 其他排放為 未量化

- 數據與資訊：

- 歷史性資料：類別一 / 類別二

- 歷史性資料及情境模型：類別三 / 類別四 / 類別五

有效性：

本證書僅對年度盤查的排放數據進行審查，非對管理系統進行驗證

2025-08-xx

台灣德國萊因技術監證顧問股份有限公司
台灣 105 台北市八德路四段 758 號 11 樓

This verification and validation is based on the information made available to TÜV Rheinland and the engagement conditions detailed above. Therefore, TÜV Rheinland cannot guarantee the accuracy or correctness of this information. TÜV Rheinland cannot be held liable by any party relying on or acting upon this verification and validation.

www.tuv.com

TÜVRheinland®
Precisely Right.



Global Mall