



永續報告書

Sustainability Report

燦坤

8年商標註冊



獨家代理





目錄

關於本報告書
經營者的話
永續亮點特輯

1	永續治理	
1.1	永續治理架構	07
1.2	利害關係人議合	08
	鑑別利害關係人	08
	利害關係人溝通管道與成效	09
1.3	重大主題鑑別	11
	2025 重大主題鑑別流程	11
	2025 燦坤重大主題	12
	2025 重大主題衝擊邊界	13
	2025 重大主題管理方針	15

4	綠色營運	
4.1	低碳燦坤營運	51
4.1.1	綠色消費生活	51
4.1.2	低碳門市	52
4.1.3	包裝包材管理	53
4.1.4	綠色物流	54
4.2	環境節能管理	55
4.2.1	溫室氣體管理	55
4.2.2	能源管理	56
4.2.3	廢棄物管理	58
4.2.4	水資源管理	59

2	用心經營	
2.1	關於燦坤	19
2.2	公司治理	23
2.2.1	經營績效	24
2.2.2	董事多元化政策	25
2.2.3	功能性委員會	29
2.3	誠信經營	30
2.4	法規遵循	33
2.5	風險管理	33
2.5.1	資訊安全管理	35
2.5.2	氣候變遷風險	37

5	友善職場	
5.1	燦坤專業團隊	61
5.1.1	燦坤團隊	61
5.1.2	人才吸引與留任	62
5.1.3	員工福利制度	64
5.1.4	人才培育與發展	66
5.2	健康安全職場	69
5.2.1	職業安全衛生管理	69
5.2.2	員工健康促進	72
5.2.3	員工人權保障	73

3	安心購物	
3.1	創新專業服務	41
3.1.1	創新消費體驗	41
3.1.2	客戶關係管理	43
3.1.3	客戶健康與安全	46
3.2	永續供應鏈	47
3.2.1	供應商評估管理	47
3.2.2	永續採購推動	48
3.3	客戶隱私維護	49

6	社會共融	
6.1	社區回饋與公益參與	76

附錄

附錄一：GRI 指標對照表	79
附錄二：SASB 指標對照表	85
附錄三：永續揭露指標電子通路業	87
附錄四：上市上櫃公司氣候相關資訊	88
附錄五：會計師有限確信意見報告	90

關於本報告書

GRI 2-2

GRI 2-3

GRI 2-4

GRI 2-5

歡迎閱讀《燦坤實業 2025 永續報告書》。燦坤實業股份有限公司（以下簡稱「燦坤」或「我們」）始終秉持「3C 永續生活領航者，科技守護綠色未來」之願景，將環境、社會及公司治理（ESG）議題深度融入零售決策與日常營運體系。本報告書詳實紀錄了燦坤在 2025 年推動永續轉型的階段性成果，展現我們對經濟、環境及人群之正面貢獻。我們期許透過此份報告，傳遞燦坤持續深耕綠色消費、守護美好未來的堅定決心，並與各方利害關係人共創永續價值。

意見回饋

燦坤實業股份有限公司 永續發展部

地址：114 台北市內湖區堤頂大道一段 331 號 5 樓

電話：(02) 7720-3999 分機 10510

聯絡人：鄭錦櫻 永續發展部 公司治理主管

網站：[燦坤 3C- 傳遞美好生活價值](#)

報告期間與邊界

本報告書揭露 2025 年（1 月 1 日至 12 月 31 日）的永續績效，財務數據以燦坤實業公開揭露之合併財務報告為主，其他永續資訊揭露範疇包含燦坤總部、全台各地門市、物流倉儲、印尼子公司 TKPDI，並於報告書各章節註明各項數據單位與邊界。除上述揭露據點外，其餘子公司為一般控股公司且無實質營運，故未納入本報告書範圍，完整子公司列表請參閱[公開資訊觀測站 > 單一公司 > 電子文件下載 > 關係企業三書表專區](#)

報告書管理

內部管理

本報告書之各項資訊及數據係由各部門負責人提供資料後，由該部門主管進行審核，永續發展部再次確認資訊與數據之正確性，最終經由董事會及永續工作小組成員核定並公開揭露。

外部認證

財務數據：資誠聯合會計師事務所（PwC）

永續資訊：利安達聯合會計師事務所，依照財團法人中華民國會計研究發展基金會發布之確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」出具有限確信報告。

報告週期

報告週期為每年發行一次，本期無資訊重編。

本期出版日期：2026 年 8 月

前期出版日期：2025 年 8 月

預計下期出版日期：2027 年 8 月

依循標準

參照全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）於 2021 年所發布之永續性報導準則（GRI Standards, GRI 準則）及「上市公司編制與申報永續報告書作業辦法」撰寫。

同時對應「氣候變遷相關財務揭露（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）」及「永續會計準則委員會（Sustainability Accounting Standards Board, SASB）」，對應揭露內容詳見[附錄](#)。

經營者的話

GRI 2-22

致利害關係人：

在全球永續轉型的浪潮中，燦坤秉持「3A4 心」的核心理念：Anytime、Anyone、Awesome，結合用心、安心、貼心、放心的價值承諾。我們深信，企業的價值在於打造「共生共榮」的融合生態圈。2025 年，我們不僅持續追求財務成長，更透過務實的量化管理，將永續目標轉化為可衡量的行動，致力於讓生態圈內的每一個成員都能共享價值。

環境永續 | 低碳營運、綠色轉型的實踐團隊

作為 3C 通路領導者，燦坤積極響應 2050 淨零目標。2025 年，我們於內湖總部完成 813 片太陽能板增設，全台累計達 3,591 片並成功併網，藉此將閒置空間轉化為綠能生產基地，具體落實低碳營運的策略藍圖。在循環經濟方面，燦坤運用全台密集的門市網絡，打造出最便利的「綠色回收循環圈」。我們不只是銷售 3C 產品，更承擔起產品全生命週期的責任，透過專業的家電回收機制，讓舊設備中的資源得以再生利用，有效減輕大地負擔，與消費者共同守護生活環境。未來，我們將持續攜手供應商推動節能家電，守護我們的綠色家園。

公司治理 | 誠信經營、專業領航的治理團隊

誠信是燦坤不可逾越的「紅線」。我們推動扁平化決策與高頻應變，落實專業經理人治理。2025 年，我們持續強化董事會多元性，女性董事比例維持在 43% 的領先水準。面對資安風險，我們投入 881 萬元精進防護體系，並達成員工誠信經營宣導率 100%。面對 AI 時代，我們不單打獨鬥，而是與蔡司、小林眼鏡強強聯手打造「護眼生態圈」，透過專業分工穿越景氣循環，為股東創造長期穩定的投資價值。

社會共融 | 人才培育、社區關懷的共融夥伴

燦坤致力於縮短科技與人的距離。針對超高齡社會，我們啟動「樂齡 CARE 服務平台」，將全台門市轉型為社區關懷中心，目標服務超過 30,000 人次，並透過「異地關懷」服務解決數位落差。在人才發展上，我們投入教育訓練費用較去年成長 12.33%，全面支持員工職涯精進。此外，面對自然災害，我們迅速投入暖心應援，協助社區恢復正常生活。透過持續推動「會員制 2.0」，以科技與人情味深化與全台會員的信賴連結。

展望未來，面對永續轉型的挑戰與機會，我們持續以穩健踏實的行動作為回應。期盼與所有利害關係人攜手同行，在穩固經營的基礎上，推動創新改變，共建永續未來。

董事長暨永續長 林技典



永續亮點特輯

燦坤身為 3C 通路領導品牌，以穩健步伐實踐永續轉型。我們由營運核心出發，將環境保護、社會責任與公司治理深植於日常行動；憑藉創新精神，我們積極深耕在地服務，進而彰顯「黃色榮耀」的永續價值。

環境永續 Environmental



設置電動車充電樁有效減少
121噸碳排量

綠色採購金額
55.54億元



總部增設
813片太陽能板

能源用量
減少 10.40%



社會共融 Social



社區公益投入
150,729元

平均教育訓練
9.16小時/人



員工教育訓練
費用成長 12.33%

總部及內湖旗艦店取得
AED安心場所認證



僑光科技大學「2025年第六屆
產學合作績優實習機構」

誠信治理 Governance



TCFA「服務天使獎」
TCFA「傑出店長獎」
TCFA「優良店長獎」
TCFA「店務心得優異獎」

TCFA「服務金賞認證」
(2024年通過評鑑，2025年金賞授證)



客戶滿意度
平均 93.7分

內部誠信經營
100% 宣導完成



女性董事比例 43%

1 永續治理

1.1 永續治理架構

1.2 利害關係人議合

1.3 重大主題鑑別

對燦坤而言，永續經營源於對社會的長期承諾與健全的治理文化。身為 3C 通路的一份子，我們透過完善的治理機制，將永續精神融入公司營運決策，確保組織在追求業務成長的同時，能落實透明當責，為所有利害關係人締造永續共榮的價值。



1.1 永續治理架構

GRI 2-12

GRI 2-13

GRI 2-14

GRI 2-23

GRI 2-24

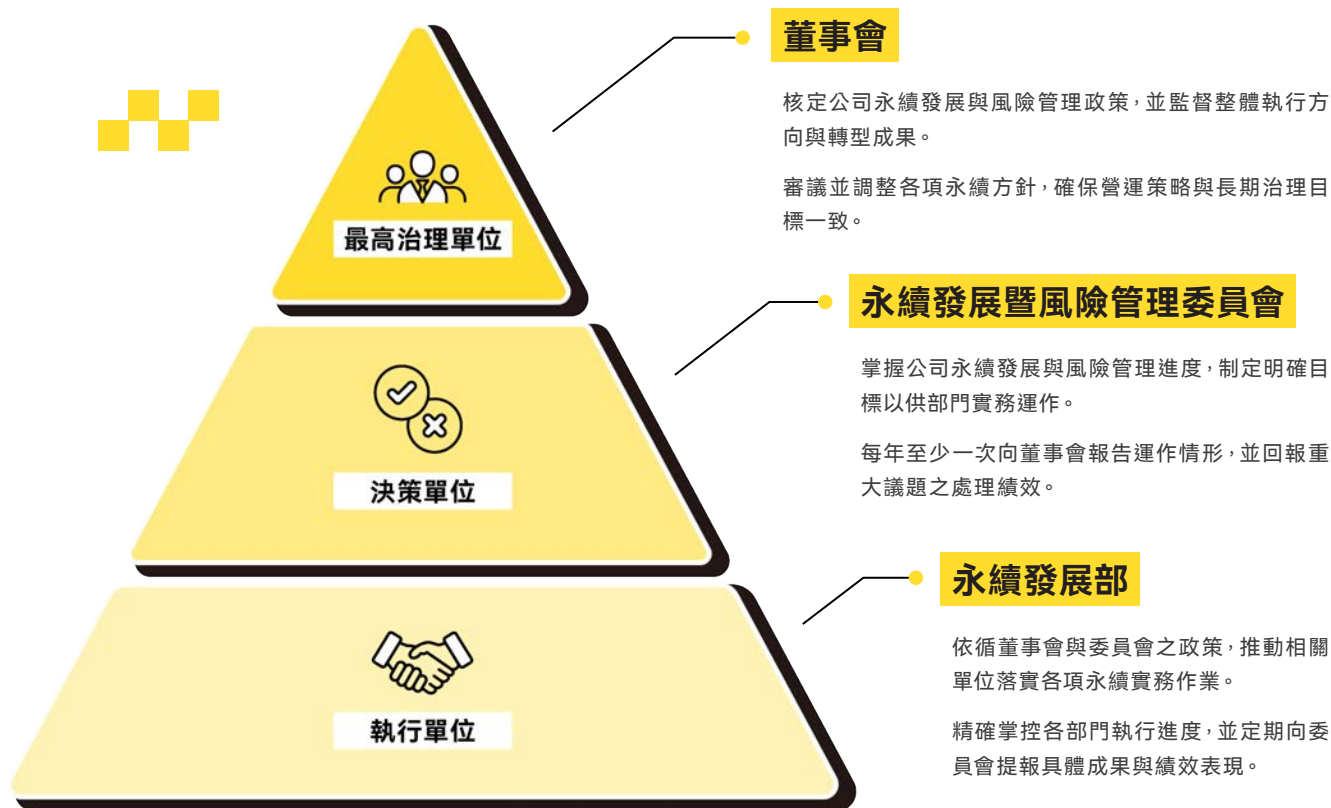
為落實 ESG 核心理念並納入長期發展策略，燦坤於 2024 年將「風險管理委員會」正式更名為「永續發展暨風險管理委員會」，賦予其引領企業永續經營的指導職能。

本委員會負責督導永續發展方針、審議永續報告書，並執行董事會之各項決議。透過定期追蹤治理績效與風險管理成效，本委員會於 2025 年共召開 2 次會議，以實質行動持續強化組織的穩定性與競爭力。

永續發展暨風險管理委員會

- 政策審議** 審視並推動公司永續發展與風險管理政策。
- 架構評核** 審視風險管理架構之妥適性與完整性。
- 策略控管** 審視重大風險策略，包含風險胃納或容忍度。
- 督導改善** 審視重大風險議題管理報告並督導改善機制。
- 績效回報** 定期向董事會報告風險管理執行情形與成效。

我們致力深耕治理、環境、人權與社會關懷，將各項永續成果透明揭露於[官方網站](#)，與您共創永續的美好未來。



1.2 利害關係人議合

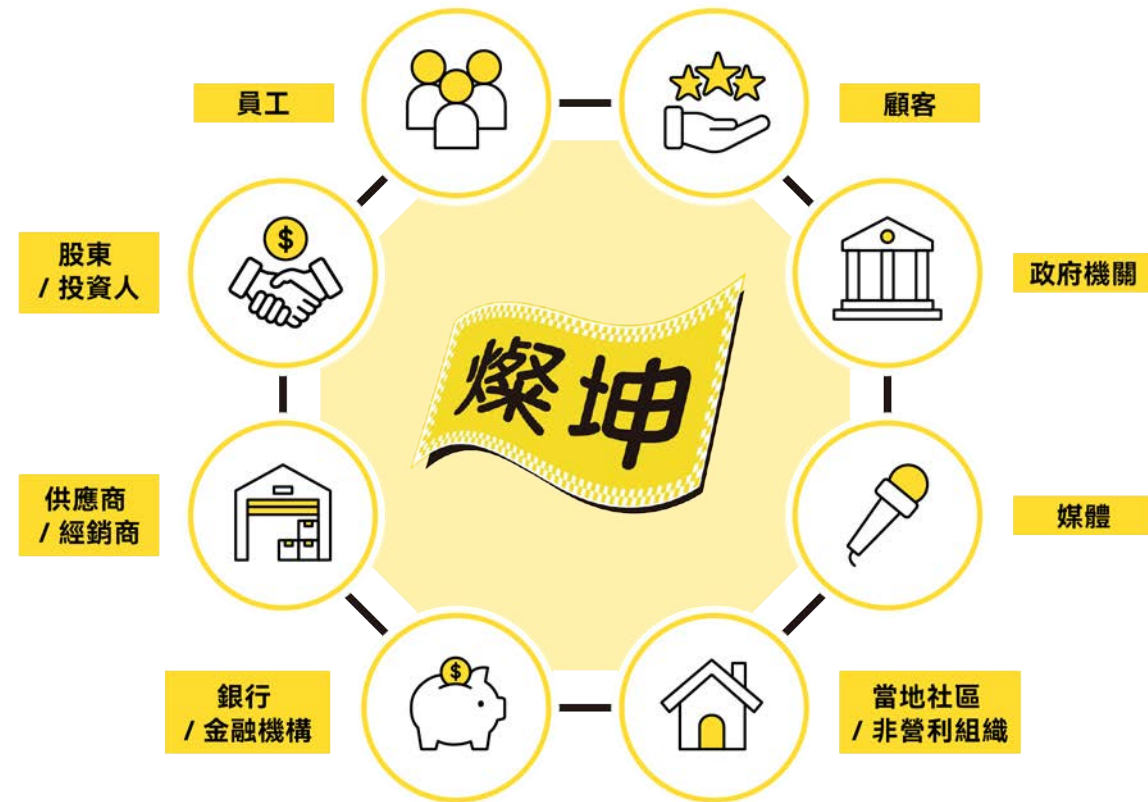
GRI 2-29

鑑別利害關係人

燦坤參考 AA1000 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES)，從依賴性、責任、影響力、多元觀點及張力等五大面向進行評估。經由永續發展小組之專業評析，精準鑑別出 8 大類關鍵利害關係人，作為後續溝通與議合的核心對象。

我們致力於與各利害關係人建立多元且緊密的溝通管道，並於公司官網設置利害關係人專區，主動傾聽各界最真實的訴求。透過深入互動獲取寶貴建議，精準鑑別企業潛在的風險與管理契機，進而持續精進營運方針，實踐企業永續經營的承諾。

本公司重要利害關係人共計 8 大類，分別為：



利害關係人溝通管道與成效

利害關係人	對燦坤的重要性	溝通議題	溝通管道與頻率		2025 年度溝通成果
 員工	員工是公司最重要的資產，透過完善照護實現雙方同步成長。	 職業安全衛生  勞資關係  資訊安全與客戶隱私  經營績效  人才吸引與留任	每季	勞資會議	■ 員工教育訓練總時數 18,225 小時 ■ 生日禮金、三節禮金、員工補助發放 15,547,766 元
			每半年	績效考核面談	
			每季	職工福利委員會、職業安全衛生委員會	
			常設性	內部網站及電子郵件、公司佈告欄、員工內部申訴信箱	
 顧客	顧客為營收核心，其需求驅動本公司創新與服務轉型。	 資訊安全與客戶隱私  客戶關係管理  行銷與標示  誠信經營  客戶健康與安全  產品與服務創新	不定期	行銷宣傳活動、本公司官方網站、社群平台	■ 家電安裝滿意度 91.4% ■ 維修客戶滿意度 95.5% ■ 配裝滿意度為 92.6%
			常設性	行動 APP、客戶滿意度調查問卷、消費者申訴管道、客服專線	
 股東 / 投資人	股東為出資者，本公司以公平、透明為原則揭露相關資訊。	 經營績效  公司治理  誠信經營  產品與服務創新  反競爭行為	每季	發布財務報告	■ 舉辦 4 次線上法人說明會，說明業務績效及策略發展方向 ■ 共發布 18 則重大訊息
			每年	法人說明會、股東會、發布股東會年報	
			不定期	公司官網、新聞發佈、公開觀測站重大訊息公告	

利害關係人	對燦坤的重要性	溝通議題	溝通管道與頻率	2025 年度溝通成果
 政府機關	確保營運流程皆符合各地政府規範，並協同推動環保節能與社會政策。	- 職業安全衛生 - 資訊安全與客戶隱私 - 公司治理 - 誠信經營 - 稅務	不定期 推動環境相關活動、會議、參與座談或研討會	- 響應環境部綠色環保集點 - 汰換老舊家電節能補助政策
 供應商 / 經銷商	彼此為共榮夥伴，確保產品與服務符合標準並具備永續精神。	- 誠信經營 - 客戶關係管理 - 永續供應鏈管理	不定期 供應鏈管理系統、原廠安裝教育訓練、業務會議、專人拜訪及電子郵件	- 與往來 174 家廠商簽立企業廉潔條款契約 - 供應商簽署企業社會責任承諾書
 媒體	媒體是燦坤產品行銷的重要管道，透過建立良好的媒體關係，強化市場競爭力。	- 產品與服務創新 - 行銷與標示 - 誠信經營	不定期 專線、電子信箱、社群平台及報章雜誌	0 則錯誤不實廣告訊息
 當地社區 / 非營利組織	燦坤結合全台門市資源，深耕在地社區合作，以共好模式支持各據點營運，實踐與地方共榮之目標。	- 社會參與 - 資訊安全與客戶隱私 - 客戶關係管理	不定期 社區關懷活動、協辦公益活動、捐助與贊助	- 公益社福活動 33 場 - 社區清掃活動 20 場
 銀行 / 金融機構	建立良好的金融夥伴關係，燦坤能確保營運資金穩定，維持企業穩健成長與永續發展。	- 經營績效 - 稅務 - 誠信經營	不定期 會議、專人拜訪及電子郵件	與金融機構維持穩定合作關係，溝通借款、聯名卡優惠活動

1.3 重大主題鑑別

GRI 2-25

2025 重大主題鑑別流程

GRI 3-1

本報告書之編製基礎依循 GRI 3：重大主題 2021 準則，並導入歐盟雙重重大性原則 (Double Materiality)。我們同時評估「環境與社會對企業之財務影響」以及「企業營運對外在經濟、環境與社會的衝擊」，深度分析各項永續議題的衝擊性與發生可能性。經系統性評估後，本公司聚焦於 11 項重大主題，將其納入核心管理範疇，作為推動永續經營的行動準則。

燦坤深知利害關係人議合是驅動企業成長的核心動能。我們採用每兩年一次的定期檢核程序，動態調整重大議題的優先順序，確保溝通重點與產業脈動保持同步。藉由年度永續報告書的發布，本公司透明揭露各維度的管理實績，並持續優化溝通管道與互動頻率，致力於與利害關係人共同開創長期價值。

重大性分析流程

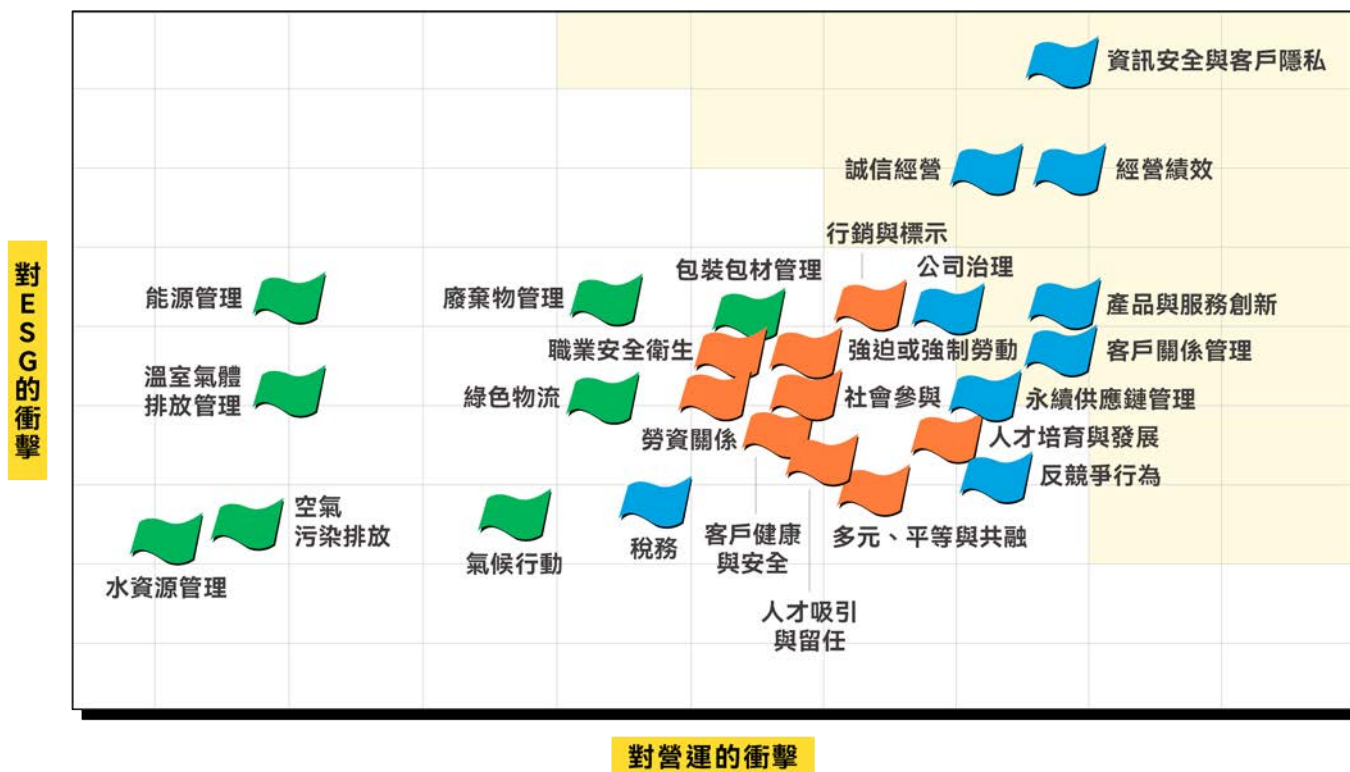


2025 燦坤重大主題

GRI 3-2

本公司透過繪製雙重大性矩陣圖分析各項永續議題對公司營運之衝擊，以及公司對外部經濟、環境與社會之衝擊，經由永續發展推動小組內部審議，最終確立年度 11 項重大主題，作為本年度永續資訊揭露與目標管理之核心架構。

雙重重大性衝擊矩陣



項次	面向	重大主題
1	經濟面	資訊安全與客戶隱私
2	經濟面	經營績效
3	經濟面	誠信經營
4	經濟面	產品與服務創新
5	經濟面	客戶關係管理
6	經濟面	公司治理
7	經濟面	永續供應鏈管理
8	社會面	行銷與標示
9	社會面	人才培育與發展
10	環境面	包裝包材管理
11	環境面	能源管理



2025 重大主題衝擊邊界

以下說明重大主題對內部營運及外部利害關係人與價值鏈的衝擊影響，並於對應章節中回應衝擊管理方針與績效。

■ 代表直接衝擊 ▲ 代表間接衝擊

重大主題	衝擊說明	對應 GRI	回應章節	衝擊邊界與程度		
				上游	中游	下游
				供應商夥伴	燦坤實業	顧客
 公司治理	以健全的治理政策，保障所有利害關係人權益，並強化營運韌性，提升整體產業競爭力	■ GRI 2-9~2-21 治理	CH2 用心經營		■	
 誠信經營	建立完備誠信經營原則，若未落實將導致員工、顧客、供應商等權益受損	■ GRI 205 反貪腐	CH2 用心經營	■	■	■
 資訊安全與客戶隱私	若未落實資訊安全管理，造成資訊外洩風險提升，造成內外部利害關係人權益受損	■ GRI 418 客戶隱私	CH2 用心經營	■	■	■
 經營績效	增加營收可投入更多資源於產品創新及員工回饋，帶來更大的正向成長	■ GRI 201 經濟績效	CH2 用心經營		■	
 永續供應鏈管理	維持與供應商長期誠信夥伴關係，優先採購永續推動較完整的供應商，促進 3C 家電永續節能的循環	■ GRI 308 供應商環境評估 ■ GRI 414 供應商社會評估	CH3 安心購物	■	■	▲



重大主題	衝擊說明	對應 GRI	回應章節	衝擊邊界與程度		
				上游	中游	下游
				供應商夥伴	燦坤實業	顧客
 客戶關係管理	確保服務品質達到客戶滿意，保持暢通的客訴管道，維護客戶消費體驗	 GRI 416 顧客健康與安全	CH3 安心購物	▲	■	■
 產品與服務創新	持續投入開發創新產品與服務，積極拓展合作的夥伴，增進客戶生活福祉，帶動產業創新	 自訂重大主題	CH3 安心購物	▲	■	■
 包裝包材管理	未有效降低包材用量或選用環保材質，造成環境資源浪費	 GRI 301 物料	CH4 綠色營運	▲	■	
 能源管理	積極推動能源管理與減量計畫，降低營運過程使用能源，落實節能減碳	 GRI 302 能源	CH4 綠色營運		■	
 行銷與標示	確保行銷內容具公信力，避免因消費者接收到不正確的資訊導致糾紛	 GRI 417 行銷與標示	CH3 安心購物		■	■
 人才培育與發展	建立完善教育訓練機制，積極培育內部人才，規劃員工職涯發展計畫，培養優秀產業人才	 GRI 401 勞雇關係  GRI 404 訓練與教育	CH5 友善職場		■	

2025 重大主題管理方針

GRI 3-3

	 公司治理	 誠信經營	 資訊安全與客戶隱私	 經營績效
政策承諾	保障股東權益、強化董事會職能、提升資訊透明度為公司治理原則	確保所有同仁在日常工作中落實誠信原則，誠信成為燦坤運作核心價值	提升機敏性資料安全與個人資料保護管理機制，確實保護個人資料隱私	以 3C 家電為基礎，拓展新的市場機會，確保股東獲得穩定的投資報酬
管理方針與行動	依據公司治理評鑑指標內容，規劃提升內部治理措施	- 落實全體同仁誠信經營教育訓練與測驗 - 要求供應商簽署誠信經營相關條款	- 建置完備資訊安全管理架構 - 定期進行弱點掃描、軟硬體設備更新修補	透明公告財務相關資訊
目標制定	女性董事比率達 33%	員工誠信經營宣導率 100%	0 件資安、個資事件	營收穩健成長
2025 年度執行成果	- 女性董事比例提升至 43% - 舉辦 4 次線上法說會	- 員工誠信經營宣導率 100% - 年度全體員工誠信經營教育訓練測驗 1 次 - 內部誠信經營公告次數 6 次	- 投入 881 萬元提升資安相關設備 - 社交工程演練點擊率相較 2024 年下降	WanDau 商業模式業績較 2024 年成長 18%
檢核機制	定期每年執行董事會績效評估檢核董事職能	年度例行內部稽核確保遵循誠信經營守則，並透過定期年度員工行為準則測驗	由內部稽核單位確保資安制度遵循，落實資訊安全辦法檢查之要點	每月經營管理會議檢視預算達成，並動態對策管理
負責單位與申訴管道	官網投資人專區： 燦坤 3C – 傳遞美好生活價值	人力發展部 聯繫信箱：help@tk3c.com	資訊安全推動小組： isms_info@tk3c.com	官網投資人專區： 燦坤 3C – 傳遞美好生活價值

	 永續供應鏈管理	 客戶關係管理	 產品與服務創新
政策承諾	透過供應商管理，確保採購商品之品質穩定讓消費者安心購物，同時採購節能商品，以推動永續發展	保持透明且暢通的客訴管道，透過官網、客服專線及門市服務，與完善的客訴處理流程，確保消費者能輕鬆回饋意見、維護消費者權益	深入了解市場需求與趨勢，以 3C 家電為發展核心，持續整合新的服務模式，為消費者帶來全新消費體驗
管理方針與行動	■ 優先採購節能商品，為消費者提供更多永續選擇 ■ 落實供應商合約，透過供應商管理系統追蹤合約情形	顧客關係課保持透明且暢通的客訴管道，客訴處理流程	■ 積極拓展新型態門市與開發市場進行整合銷售 ■ WanDau 智慧家居專案持續主動開發合作夥伴
目標制定	供應商廉潔條款簽署比率 100%	行動 APP 會員數持續成長、客戶滿意度持續提升	持續投入創新的銷售模式、行銷內容，以提升客戶體驗
2025 年度執行成果	■ 供應商廉潔條款簽署比率 98.9%，除 Apple、HP 採該公司廉潔條款外，其餘公司 100% 簽署本公司廉潔條款 ■ 綠色採購金額 55.54 億元	行動 APP 會員數持續成長	■ 推出燦坤速速 GO 三小時配達物流，累計服務 3,385 位顧客 ■ 與外送平台合作，完成 28,956 筆訂單
檢核機制	依循內部商品採購與相關作業流程管理，確保管理機制落實執行	每月檢討各區門店 Google 評論分數，了解客戶的想法與回饋	新商品開發部每週追蹤營業目標
負責單位與申訴管道	採購單位信箱：product_supplier@tk3c.com	聯繫信箱：call_center@tk3c.tsannkuen.com 燦坤 3C 客服專線：0800-095-885	聯繫信箱：help@tk3c.com

	 包裝包材管理	 能源管理	 行銷與標示	 人才培育與發展
政策承諾	優先採用可回收或再生的包材，並透過優化設計減少電商包材用量，以降低環境負擔	降低門市用電度數，門市用電最佳化	提供經嚴謹檢視的行銷與標示內容，建置完善的處理流程，維護消費者權益	重視員工的職涯成長，確保提供員工在專業技能持續精進的資源
管理方針與行動	■ 鼓勵員工參與包裝減量創新，提出可行方案 ■ 優化包裝方式，減少電商包材用量	■ 汰換老舊空調設備為節能空調 ■ 門市汰換老舊高耗能燈管及招牌設備 ■ 關閉非必要電源開關，節省電力消耗	■ 確保廣告資訊正確 ■ 建置廣告資訊更正處理流程	■ 顧問式銷售訓練 ■ 定期舉辦一般能力與專業能力教育訓練
目標制定	設定平均包裝材減重率目標逐年減少 25%~35%	總部空調節能設備年減 144 噸碳排放 溫室氣體管理目標： 短期：較基準年 (2024)，年減 1.2% 中期：較基準年 (2024)，至 2030 年減 10% 用水量管理目標： 較基準年 (2024)：2030 年前，年減 1%	0 件廣告不實資訊	提升門市同仁專業服務能力與品質
2025 年度執行成果	■ 燦坤電商使用之緩衝材、紙箱等均符合第三方驗證機構標準 ■ 重複使用紙箱比例 100%	■ 能源使用較 2024 年減少 10.40% ■ 全台門市 33 家導入電價管理電錶	■ 0 件廣告不實資訊 ■ 社群平台粉絲數成長	■ 教育訓練投入 10,110,000 元 ■ 員工平均教育訓練時數 9.16 小時
檢核機制	每半年召開內部會議，審視包材減量情形，提出改善措施	導入智慧能源管理系統，即時通知調整	定期檢視並更新各大廣告平台與管道的廣告資訊	人力發展部落實教育訓練管理辦法、年度 KPI 工作憲章等規章
負責單位與申訴管道	運籌服務部 燦坤 3C 客服專線：0800-095-885	運籌服務部 燦坤 3C 客服專線：0800-095-885	燦坤 3C 客服專線：0800-095-885 聯繫信箱：help@tk3c.com	人力發展部 聯繫信箱：help@tk3c.com

2 用心經營

2.1 關於燦坤

2.2 公司治理

2.3 誠信經營

2.4 法規遵循

2.5 風險管理



2.1 永續治理架構

GRI 2-1

GRI 2-6

燦坤實業創立於 1978 年，秉持「3A4 心」精神與「誠信正直、團隊、創新專業、感恩」的經營理念，致力實踐「專業 3C 服務，創新生活體驗」之企業願景。我們以提供顧客與會員最佳消費體驗為使命，攜手國內外頂尖品牌建立新零售策略夥伴關係，並充分發揮電商平台優勢，提供 24 小時全時段服務。透過自有專業物流及配送安裝團隊，整合全台近 300 家直營門市的服務量能，提供消費者量身打造的客製化體驗，並以整合創新的產品服務，為現代生活提案多元的解決方案。

燦坤用心傾聽客戶的聲音、用心做好每一個環節。

讓每位來到燦坤的消費者，都能擁有放鬆愉悅的心情，輕鬆打造屬於自己的智慧科技生活風格！

4心級服務

用心的經營、安心的購物環境、貼心的服務、
放心把需求交給燦坤。



3A消費體驗

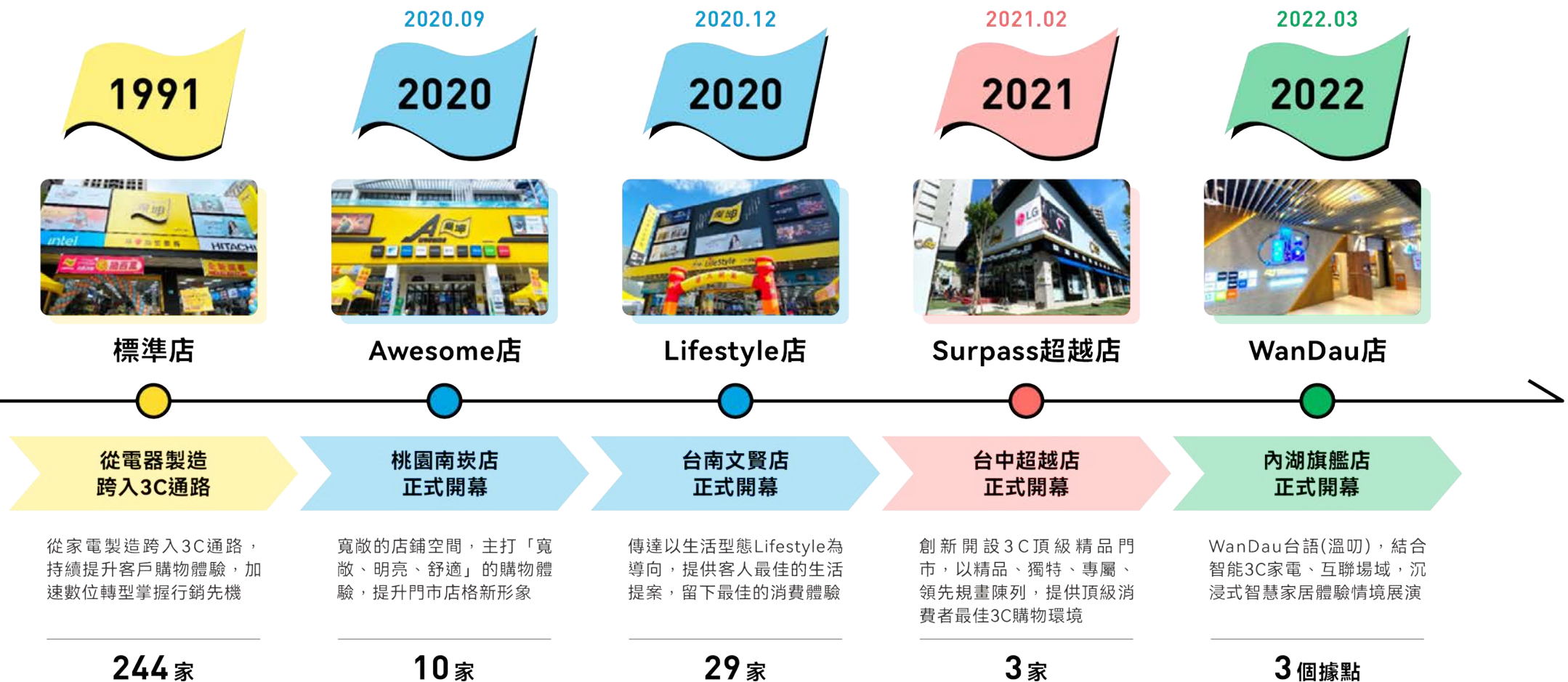
讓每位來到燦坤的消費者能隨時滿足
生活中的各種需求！



燦坤門市發展

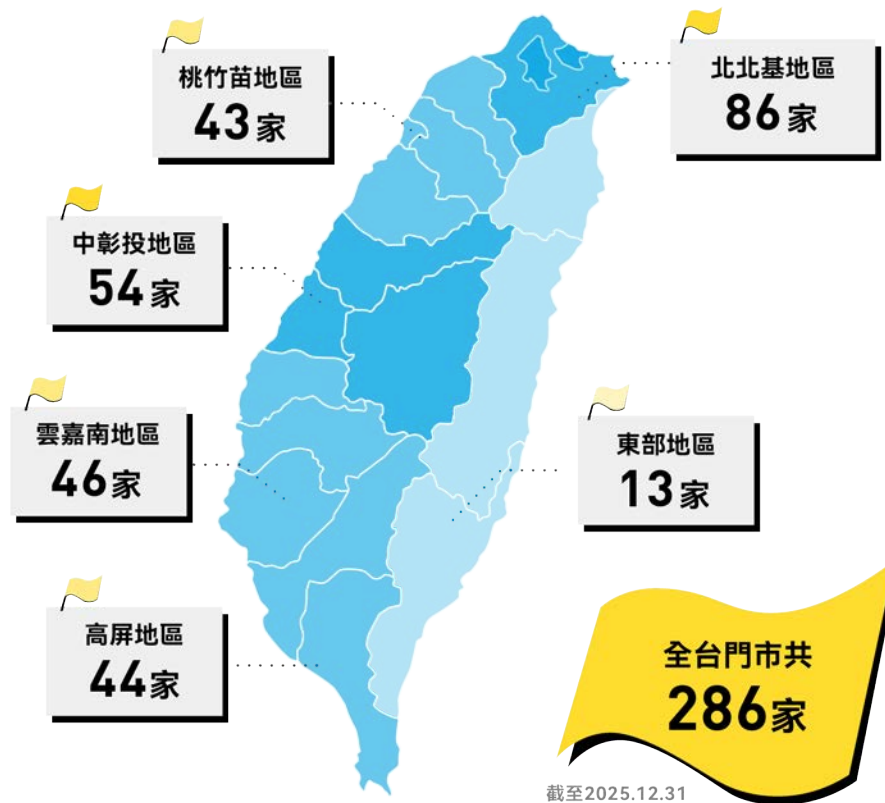
燦坤秉持著「以顧客需求為核心」的理念，持續傾聽市場需求與顧客回饋，調整自身角色與市場定位，並透過打造不同類型的門市，依據不同的消費行為與生活模式，設計出專屬購物體驗。未來燦坤也將持續透過創新升級門市體驗，滿足消費者多元化的需求，逐步打造兼具專業、舒適與智能化的購物環境，讓 3C 更貼近每位顧客的日常生活。

燦坤 5 大門市類型



自 1991 年跨足 3C 通路以來，我們不斷成長與進步，從 2000 年發展至 60 家連鎖門市，至今已展店達到 286 家分店，未來也將持續拓展與創新。

全台門市分佈為：一般店 (244 家) Awesome 店 (10 家)、Lifestyle 店 (29 家)、Surpass 超越店 (3 家)。此外，WanDau 店分別於北、中、南三地各設立一個據點，上述資訊統計截至 2025 年底。關於更多門市詳細資訊，可至[官網](#)查詢。



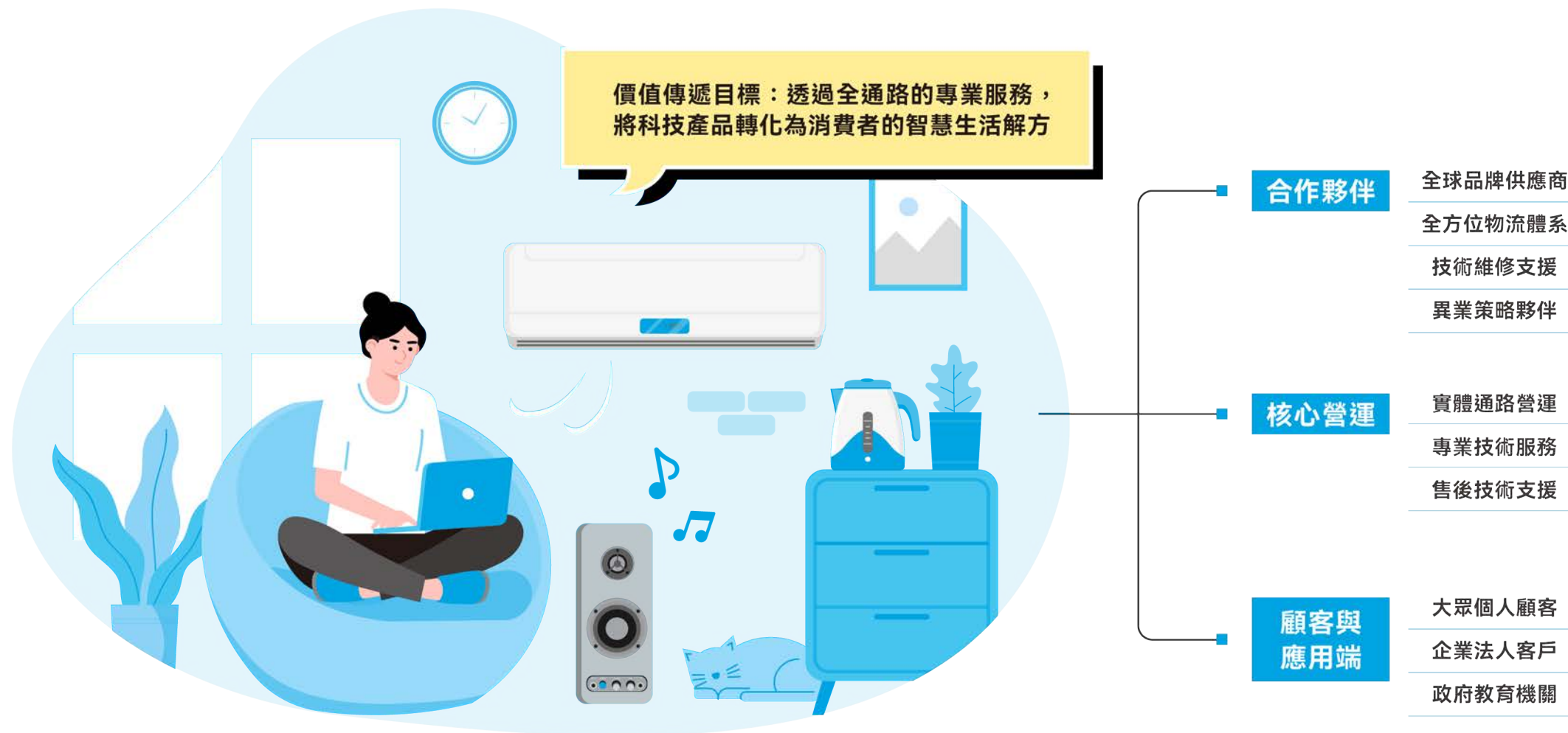
註 1：WanDau 店非獨立門市，故不計入總店鋪數。

註 2：離島門市「金門店、金門山外店」計入北北基地區；「澎湖店」計入中彰投地區。

燦坤經營理念



燦坤價值鏈架構

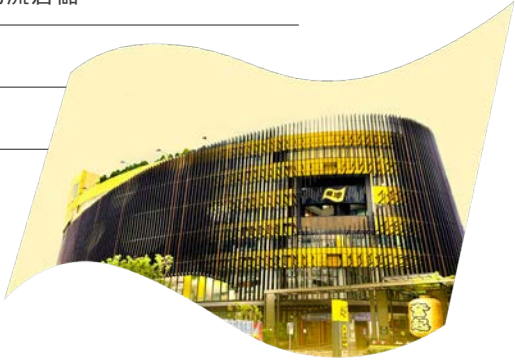


2.2 公司治理

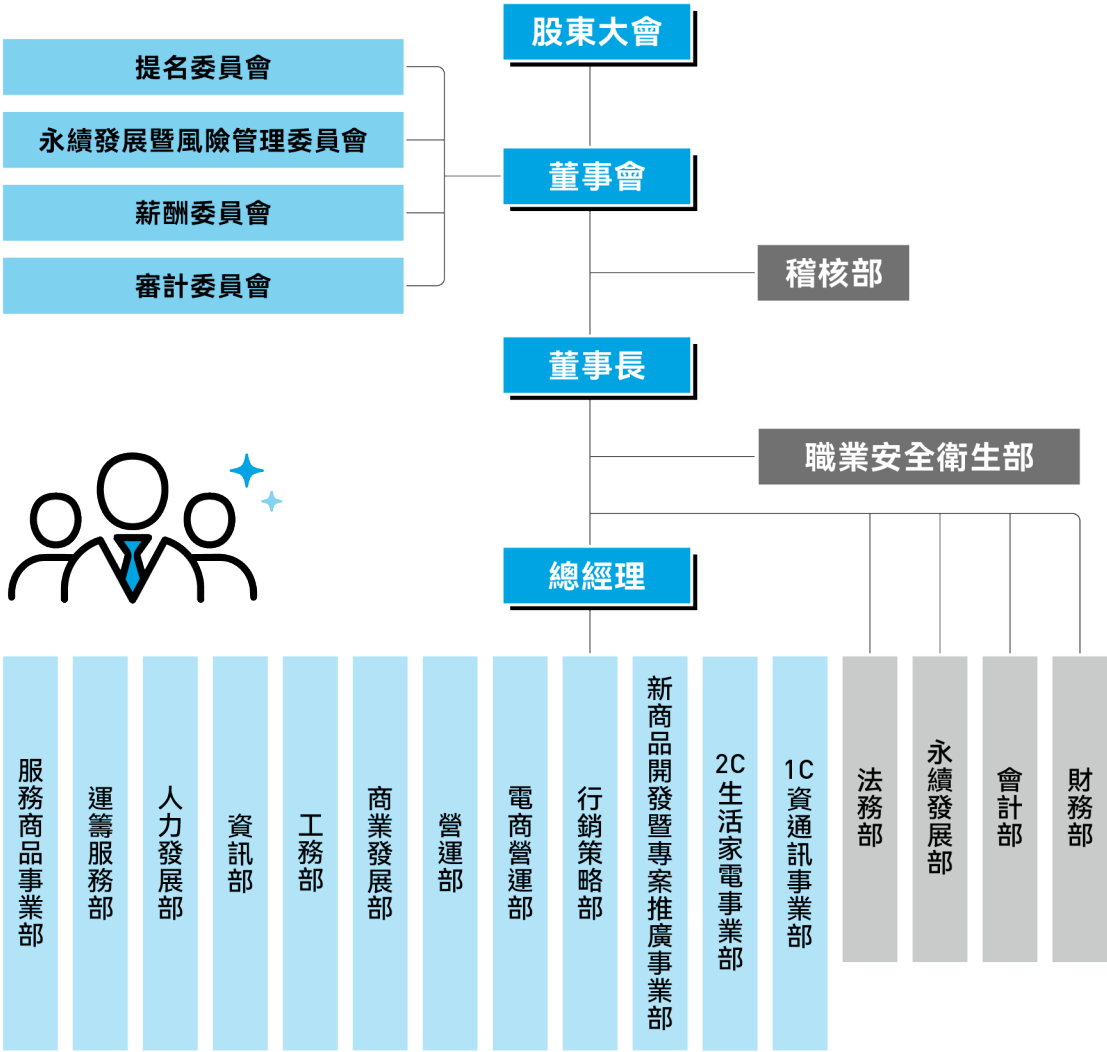


燦坤秉持誠信原則持續推動公司治理。董事會為最高治理架構，負責監督公司策略與執行成效，確保穩健運作以維護利害關係人的權益，董事會落實誠信經營與永續發展承諾，並透過完善的盡職調查與風險管控機制，將對社會與環境的責任納入核心決策中，確保企業營運符合法規與道德標準。

公司名稱	燦坤股份有限公司 股票代號：2430
成立日期	1978 年 11 月 2 日
員工人數	1,969 人
總部位置	台北市內湖區堤頂大道一段 331 號
服務據點	286 家門市（截至 2025.12.31）、4 區物流中心、8 個物流倉儲
資本額	11.68 億元
產業別	電子通路業



公司治理架構



2.2.1 經營績效



燦坤在穩定中追求發展，於 2025 年度達成合併營業收入新台幣 17,676,935 千元。面對外部環境變遷與消費市場調整之挑戰，雖營收與獲利表現隨市場環境有所調整，本公司仍積極展現營運效率並強化成本管理架構。同時，我們仍堅持投入資源於同仁薪資福利與社會參與，以具體行動實踐對社會的回饋承諾，展現企業在變局中對長期價值的守護。

本公司恪遵中華民國相關稅務法規，積極履行企業公民義務，2025 年度所得稅費用為新台幣 19,637 千元。在政府資源運用與專案推動方面，本公司於 2025 年總計獲得政府補助款新台幣 9,246,332 元，並將其具體投入於創新研發、人才培育及永續環境等關鍵領域。

其中，在科技照護研發方面，積極執行「樂齡 CARE 服務平台創新研究」；在人才發展層面，則運用「企業人力資源提升計畫」與「青年就業旗艦計畫」資源，協助青年職能成長並強化職場銜接；此外，為響應淨零轉型政策，本公司亦獲得太陽光電發電設備及商業服務業節能設備汰換補助，透過硬體升級與再生能源建置，精進能源使用效率並達成減碳目標。

近三年財務績效

單位：千元

	項目	2023 年	2024 年	2025 年
	營業收入	19,984,883	18,985,720	17,676,935
	營業毛利	2,980,484	2,859,601	2,660,053
	營業損益	356,775	284,785	140,935
	本期淨利	278,736	188,437	81,183
	員工薪資福利	1,284,524	1,258,469	1,245,272
	現金股利	467,200	256,960	175,200
	所得稅費用	73,279	47,285	19,637
	社會投資 / 捐款	61	268	258

燦坤積極建立多元的產業對話通路，透過參與各大專業公、協會，深化與同業間的資訊交流與技術合作。我們旨在精準掌握法規政策之演進、預判消費市場趨勢並接軌最新的創新技術。藉由強化外部連結，本公司不僅厚植在 3C 零售產業的影響力，更致力於以實踐行動推動產業的整體成長與永續轉型。

近三年稅務治理

單位：千元

	2023 年	2024 年	2025 年	平均值
稅前淨利 (A)	352,015	235,722	100,820	229,519
所得稅費用	73,279	47,285	19,637	46,734
所得稅率 (%)	20.82%	20.06%	19.48%	20.36%
已支付所得稅 (C)	65,079	88,088	34,167	62,445
現金稅率 (C)/(A)	18.49%	37.37%	33.89%	27.21%

註：2023 年現金稅率較低係因當年度符合財政部核示之紓困條例，故免辦理營所稅暫繳。

2025 年度公協會參與實績

	參與身份	2025 年投入金額
TCFA 台灣連鎖暨加盟協會	會員	會費 30,000
台北市電腦公會	會員	會費 15,000
台中市電腦公會	會員	會費 2,600
高雄市電腦公會	會員	會費 2,400



2.2.2 董事多元化政策



燦坤深信具備多元視野的決策核心是企業永續經營的基石。依據本公司《公司治理守則》第 20 條，董事會成員集體具備營運判斷、財務分析、經營管理、危機處理、產業知識、國際視野、領導及決策能力，以全方位職能落實治理目標。

我們積極實踐性別均衡，目前女性董事席次比例達 43%，具體展現本公司對多元參與的重視。2025 年度共計召開 6 次會議，相關運作資訊與重大決議均即時公開於官網，確保利害關係人之知情權，建立透明且具備應變韌性的治理體系。

職稱	姓名	性別	年齡			專業能力							
			41-50	51-60	61-70	營運判斷	會計及財務分析	法律專業	經營管理	危機處理	產業知識	領導能力	決策能力
董事長	林技典	男											
董事	蔡淵松	男											
董事	蔡宗憲	男											
董事	林正峯	男											
獨立董事	高秀枝	女											
獨立董事	盧貞秀	女											
獨立董事	林卉娟	女											

董事會提名與遴選流程

本公司董事會由 7 位董事組成，任期三年，採候選人提名制度。為保障股東權益，持股 1% 以上之股東得提名候選人，連選得連任。本公司設有提名委員會，依據《公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法》之規定，明定董事候選人須具備相關資格，並嚴謹審核其多元性、獨立性及專業經驗，確保治理成員之優質素養。

董事會多元性、獨立性與專業性

多元性

本公司於《公司治理實務守則》明定董事會成員多元化方針，成員組成綜合考量性別、國籍、文化、專業背景與產業經歷等面向，以納入多方專業視角。

獨立性

制定《獨立董事職責範疇準則》，確保獨立董事能善盡職責，有效提升董事會運作效能。目前7席董事中，**獨立董事達3席，比例約43%**。

專業性

董事積極參與內外部進修，議題涵蓋風險管理、公司治理、企業永續、防制洗錢與打擊資恐及資訊安全等。**本報告年度每位董事平均進修時數達6小時。**

董事進修政策

本公司除每年參考內外部環境變化與發展需求規劃主題課程外，亦不定期提供各進修機構之專業資訊供董事參考，使其依自身專業背景及需求安排進修。2025 年，本公司依據《工作場所性騷擾防治措施準則》對董事、經理人及性騷擾防治委員進行 30 分鐘之防治宣導；另依本公司《內部重大資訊處理作業程序》，對董事及內部人進行 1 小時之股權相關法規宣導。

2025 年度董事進修情形

	姓名	主辦單位	課程名稱	進修時數
法人董事代表人	林技典	社團法人中華公司治理協會	公司治理 3.0「永續報告書」實務解析（上）（下）	6 小時
法人董事代表人	蔡淵松	社團法人中華公司治理協會	公司治理 3.0「永續報告書」實務解析（上）（下）	6 小時
法人董事代表人	蔡宗憲	社團法人中華公司治理協會	公司治理 3.0「永續報告書」實務解析（上）（下）	6 小時
法人董事代表人	林正峯	社團法人中華公司治理協會	公司治理 3.0「永續報告書」實務解析（上）（下）	6 小時
獨立董事	高秀枝	社團法人中華公司治理協會	公司治理 3.0「永續報告書」實務解析（上）（下）	6 小時
獨立董事	盧貞秀	社團法人中華公司治理協會	公司治理 3.0「永續報告書」實務解析（上）（下）	6 小時
獨立董事	林卉娟	社團法人中華公司治理協會	公司治理 3.0「永續報告書」實務解析（上）（下）	6 小時

董事利益衝突迴避

為確保董事會運作之獨立性，依本公司《董事會議事規則》規定，董事應秉持高度自律。若董事會所列議案涉及董事自身或其代表之法人利害關係，致有害於公司利益之虞時，該董事應於當次會議說明利害關係之重要內容，且不得參與討論及表決，亦不得代理其他董事行使其表決權。

此外，董事之配偶、二親等內血親，或與董事具有控制從屬關係之公司，若就該議案有利害關係者，視為董事就該事項有自身利害關係。若有違反迴避規定而參與表決者，其表決權無效。

2025 年度內部自評成效

2025 年度內部評估結果均為「優良」，顯示整體治理機制運作健全。本年度評核重點涵蓋營運參與、決策品質、組成結構、成員選任與進修及內部控制等面向：



註：關於各功能性委員會之詳細評估結果，請參閱本報告書「[2.3 功能性委員會運作](#)」章節。

董事會績效外部評估

本公司明定外部績效評估至少每 3 年執行一次。最近一次於 2023 年 11 月委託第三方獨立專業機構辦理，該單位透過問卷及實地訪查，針對董事會之組成、指導、授權、監督、溝通、內控與風險管理、自律等 8 大構面進行評核。外部評估報告已於 2024 年 1 月出具，相關建議事項與因應措施並於 2024 年 1 月 31 日向董事會報告完竣。

▶ 詳細評估內容請參閱燦坤官網連結：[董事會績效評估結果](#)

董事與高階管理階層薪酬制度

本公司設有薪資報酬委員會，定期檢討董事及經理人之績效評估與酬金政策。薪酬結構之訂定兼顧營運績效、永續目標及業界水準，並提報董事會決議，以確保酬勞與公司長期價值一致。

董事及獨立董事

酬金包含「董事報酬」與「業務執行費用」。其訂定程序依據《董事會績效評估辦法》，參酌成員對營運之參與程度、貢獻價值及國內外同業支給水準，給予合理報酬。

高階管理階層（總經理及副總經理）

酬金結構包含固定薪資、績效獎金、退職（休）金及員工酬勞。發放標準依據年度預算達成率、營運績效額度，並落實《薪資及津貼管理規章》之審核程序。

獲利共享機制

依本公司章程規定，年度如有獲利，應提撥 1% 至 7% 作為員工酬勞（含符合條件之從屬公司員工），由董事會決議以股票或現金發放，並提報股東會，具體實踐與員工共享經營成果之承諾。

內部控制與風險稽核

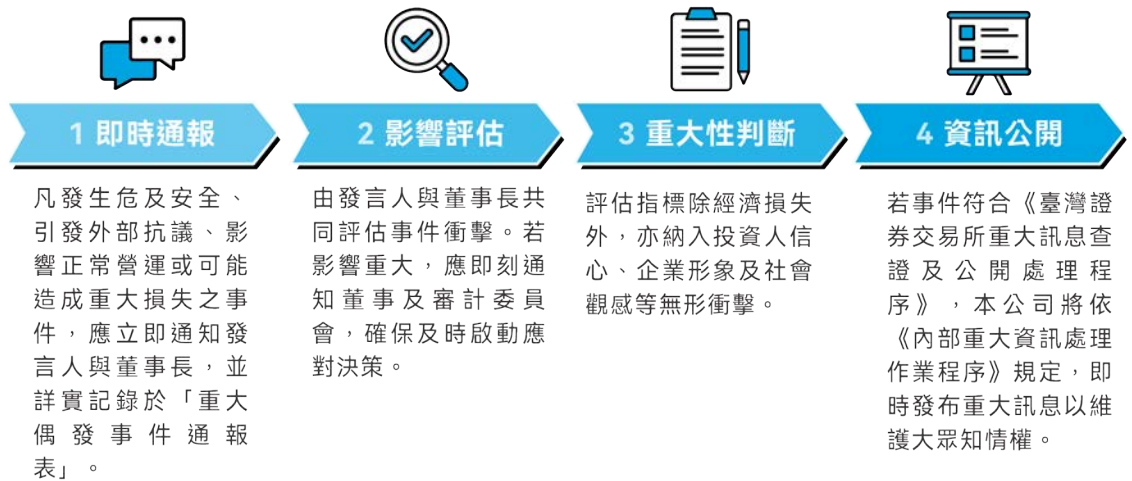
燦坤為落實誠信經營並強化風險管控，於董事會下設置獨立行使職權之稽核部，由稽核主管及專任人員共 2 名組成，專責協助管理階層建置並落實內部控制制度。在執行實務上，稽核單位每年依據風險評估結果擬訂「年度稽核計畫」，報經董事會核定後執行，並透過每月定期查核會計制度與內控遵循狀況，確切掌握各項業務之執行成效。

此外，稽核部每季向董事會提報稽核執行情形與績效，針對潛在缺失主動提供改善建議，以預防性管理思維精進營運品質。透過嚴謹覆核內部控制制度、衡量營運效能及確保財務報導之可靠性，本公司確保各項業務皆符合現行法令規範，達成制度持續且有效實施之長期治理目標。

重大事件溝通流程

為提升經營資訊透明度，燦坤制定《內部重大資訊處理作業程序》，確保面對重大事件時能透過標準化流程迅速通報與評估影響，以降低風險並保障利害關係人權益。

重大事件應變機制



列舉 2025 年公司重大改變與事件相關訊息如下：

溝通日期	重大事件 / 訊息
2025/01/21	通過本公司公司治理主管異動討論案。
2025/02/27	通過擬訂本公司基層員工範圍定義案。
2025/05/09	1. 通過本公司 2025 年第一季合併財務報告討論案。 2. 通過本公司稽核主管變更討論案。
2025/08/08	1. 通過資誠聯合會計師事務所變更本公司財務報告查核簽證會計師案。 2. 通過本公司 2025 年第二季合併財務報告討論案。 3. 通過本公司「2024 年永續報告書」討論案。
2025/11/07	1. 通過本公司 2025 年第三季合併財務報告討論案。 2. 通過本公司設置提名委員會相關事宜討論案。
2025/12/19	通過訂定本公司「關係人相互間財務業務相關作業規範」討論案。

更多重大資訊溝通情形，請見「[公開資訊觀測站](#)」。



2.2.3 功能性委員會

GRI 2-20

為強化董事會之監督職能與管理品質，燦坤設置審計、薪資報酬、永續發展暨風險管理及提名等四大功能性委員會。各委員會皆由具備專業背景之成員組成，定期召開會議以落實公司治理之深度與廣度。



審計委員會

監督公司財務報表之允當性、內部控制之有效性、法規遵循情形及風險管控。

委員會名單

召集人：高秀枝
委員：盧貞秀、林卉娟

監督職權

1. 公司財務報表之允當表達
2. 簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效
3. 公司內部控制之有效實施
4. 公司遵循相關法令及規則
5. 公司存在或潛在風險之管控

2025年會議次數6次，出席率 **94%**
(含親自及代理出席)



薪資報酬委員會

薪資報酬委員會旨在協助董事會規劃並評估公司整體薪酬福利政策，以及董事與經理人之酬金合理性。

委員會名單

召集人：高秀枝
委員：盧貞秀、林卉娟

監督職權

1. 定期檢討本規程並提出修改建議
2. 訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構
3. 定期評估董事及經理人之薪資報酬

2025年會議次數4次，出席率 **100%**
(含親自及代理出席)



永續發展暨 風險管理委員會

本委員會前身為「風險管理委員會」，於2024年12月20日更名，強化多元治理面向並推動燦坤之永續經營。

委員會名單

召集人：林技典
委員：高秀枝、林卉娟

監督職權

1. 制定、推動及強化公司永續發展及風險管理政策、年度計畫及策略等
2. 審視風險管理架構之妥適性
3. 審視重大風險議題之管理報告並督導改善機制
4. 督導永續資訊揭露事項並審議永續報告書
5. 督導本公司永續發展守則之業務或其他經董事會決議之永續發展相關工作之執行
6. 檢討、追蹤與修訂永續發展及風險管理執行情形與成效，並定期向董事會報告執行情形

2025年會議次數2次，出席率 **100%**
(含親自及代理出席)



提名委員會

本委員會秉承董事會授權，以善良管理人之注意義務履行職責，負責董事會成員之選任與專業傳承。

委員會名單

召集人：高秀枝
委員：盧貞秀、林技典

監督職權

1. 遴選並審核董事之適任人選，並評估獨立董事之獨立性，向董事會提出候選人建議名單
2. 審視董事會、各委員會及各董事之績效評估
3. 評估獨立董事之獨立性
4. 規劃並執行董事進修計畫
5. 其他經董事會指示本委員會辦理之事項

更多功能性委員會執行情形，詳見 [官網](#)

功能性委員會績效自評

燦坤定期針對功能性委員會進行績效評估，範疇涵蓋營運參與度、職責認知、決策品質、成員選任及內部控制等構面。2025 年度各委員會自評結果皆為「優良」，顯示運作效能良好。

評估單位	核心評估項目	平均得分（滿分 5 分）
審計委員會	營運參與、職責認知、 決策品質、成員選任、 內部控制	4.88 ★★★★★
薪資報酬委員會	營運參與、職責認知、 決策品質、成員選任	4.86 ★★★★★
永續發展暨風險 管理委員會	營運參與、職責認知、 決策品質、成員選任、 內部控制	4.68 ★★★★★
提名委員會	營運參與、職責認知、 決策品質、成員選任	4.89 ★★★★★

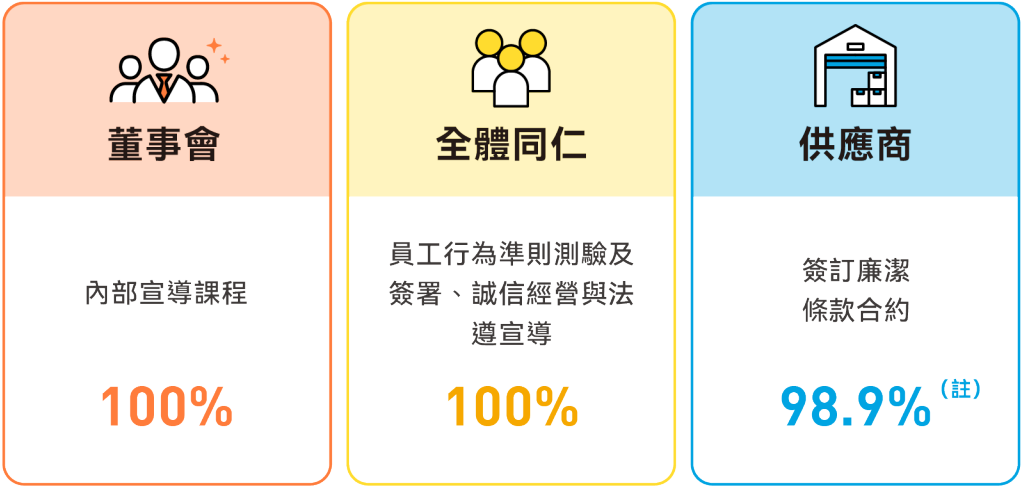
2.3 誠信經營



誠信是燦坤與顧客、夥伴及員工建立長期互信的核心。我們秉持「公平、誠實、守信、透明」四大準則，將誠信文化深植於企業核心價值。

2025 年誠信政策溝通成果

我們致力於打造透明公平的經營環境，將誠信文化由董事會推廣至全體同仁，並延伸要求供應商夥伴共同遵循。透過內外的同步深化，建構更具韌性的商業合作體系。



註：除部分供應商採該公司的廉潔條款外，其餘公司均簽署燦坤廉潔條款。

誠信經營文化建立

燦坤對「不誠信行為」採取零容忍政策，並由人力發展部組成專責之「誠信經營小組」，每年定期向董事會呈報執行成效。2025 年接獲 1 件供應商違反誠信守則案，本公司已迅速辦理結案，並啟動下列程序以示警惕：

即時處置與嚴厲懲戒：經查證屬實後，立即下架該供應商商品並辦理退貨。

中止合作與評估機制：鑑於該品牌商違反合約誠信條款，目前已全面暫停各項合作計畫；後續須待其提出具體有效之改善與補償方案後，本公司再行評估恢復往來的可能性。

誠信相關規章列表

為確保企業運作符合道德與法規要求，燦坤遵循「上市上櫃公司誠信經營守則」制定並落實一系列內部規章，並將相關規章公告於[公司官網](#)。

 誠信經營守則	明訂員工與合作夥伴應遵循的基本原則，如禁止利益衝突與不當得利。
 誠信經營作業程序及行為指南	具體規範本公司人員於執行業務時應注意之事項，禁止提供或收受不正利益、不得洩漏營業秘密等。
 道德行為準則	要求董事、經理人、全體員工在工作中秉持正直態度，維護公司聲譽。
 檢舉制度辦法	保障檢舉管道暢通，保護檢舉者權益，並對違規行為進行調查與處理。

誠信訓練與溝通

人力發展部以制度文件、訓練宣導、內部公告與申訴管道四大面向，推動誠信經營管理行為，確保同仁執行業務時有所依循，並建立可追溯且持續精進的管理流程。2025 年訓練與溝通成果如下：

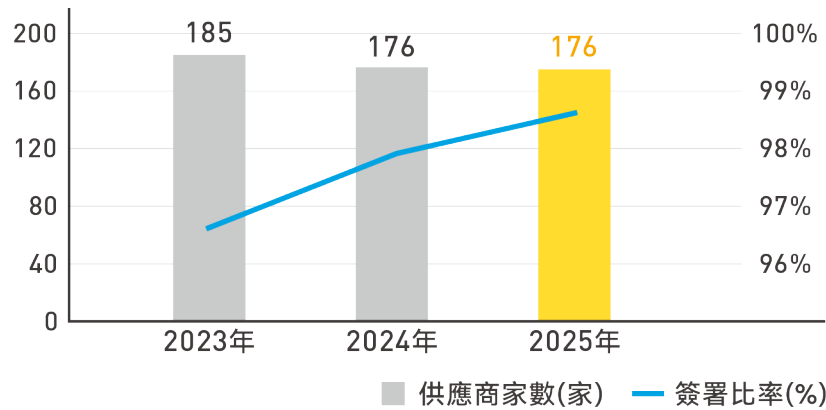
 行為準則簽署	於人事資料手冊納入自律保證書等文件，2025 年完成全體員工簽署。
 誠信教育訓練	依據誠信經營作業程序推動測驗與講座，共 1,933 人 完成行為準則暨性平宣導測驗，並舉辦 1 場誠信講座，參與人數共 143 人 。
 公司內部公告	透過內網發布訊息提升同仁之法規意識，2025 年共公告 3 則規章辦法 ■ 工作場所性騷擾防治與懲戒辦法 ■ 員工行為準則 ■ 執行職務受侵害預防計畫
 誠信申訴管道	設置員工關懷與不正舉發信箱專責受理，協助早期發現並處理疑慮事件。

合作夥伴廉潔治理規範

燦坤深知優質商品源自清廉的合作關係，因此將董事會通過之「誠信經營政策與行為指南」視為供應鏈合作基石。我們不僅致力於提升商品品質，更要求採購程序必須符合最高道德標準。

在合作啟動階段，本公司嚴格執行合約簽署規範，並結合數位系統精進供應商資料庫管理，確保每一筆採購皆具備高度透明度與可追溯性。透過持續精進供應商管理程序，我們在提升營運效率之際，更建構了穩定且誠信的供應網絡，以此實踐對消費者最核心的品質承諾。

近三年供應鏈廉潔條款合約簽署比率



註：除 Apple、HP 採該公司廉潔條款外，其餘公司 100% 簽署本公司廉潔條。

檢舉與保護制度

為維護本公司誠信經營與道德準則之實踐，燦坤訂定《[檢舉制度管理辦法](#)》並經董事會核准公告實施。針對董事、經理人、全體同仁、供應商或客戶等相關人員，若發現違反公司制度、法律法規或損害公司名譽之行為，均可透過專責管道提出檢舉。本公司致力於精進檢舉處理程序，確保所有案件皆獲得公正處置，並嚴格保障檢舉人之合法權益。

檢舉案件標準處理流程

1 案件受理	檢舉人可採書面、口頭或匿名方式提出。受理單位依情事判定是否立案；若涉及董事或高階主管，則須呈報至獨立董事（審計委員會）。
2 案件調查	確認立案後，由法務、人發及稽核部展開協作調查，以一個月內結案為原則（得視情況延長）。承辦人員若與當事人員利害關係，應主動迴避以維護公平。調查結果將呈報經營主管或審計委員會；若涉及重大違規或損害，須提交審計委員會進行個案報告。
3 案件處置	查證屬實者，由人發部依內部規章執行懲處；若違反在地法律，則會同法務部處理。在作成懲處決定前，本公司提供被檢舉人表達意見之機會，以維護其合法權益。
4 案件保存	相關人員負有保密義務，以免檢舉人遭受不公平對待。所有調查紀錄均保存五年；涉及訴訟者，相關資料續予保存至訴訟終結止。

透明的申訴管道

公司設置獨立且有專責人員管理之檢舉管道供員工、供應商，以及其他外部利害關係人檢舉非法、違反人權、員工行為準則之行為。

燦坤致力於深化同仁誠信觀念，並嚴格執行誠信文化之制度規範。若經查證屬實有偽造出勤紀錄、不當累積會員卡消費紀錄、私自使用公司資產或挪用、侵佔公司財物等行為，本公司將依工作規則終止僱傭關係，以維護職場紀律與公司利益。

為完善申訴處理程序，本公司設置專責部門受理相關案件。若檢舉對象涉及內部同仁，由人力發展部依規執行懲處；法務部則負責提供專業法律諮詢，確保各項處置程序皆符合法令規範與程序正義。

申訴管道

外部 | 不正舉發檢舉申訴

Email: audit@tk3c.com

內部 | 同仁違規檢舉申訴

Email: help@tk3c.com



產品服務

作為國內 3C 通路的領導者，燦坤長年深耕資訊產品與家電市場，我們不僅提供豐富的商品選擇，更結合專業導購與完善售後服務，為消費者創造全新的購物體驗。

我們透過一站式購物模式與各大品牌深度合作，串聯全台門市與數位通路。對燦坤而言，擁有最齊全的商品與最密集的服務據點，是我們對顧客的承諾，也是與產業夥伴共創雙贏的基礎。

資訊類產品	家電類產品	服務性商品
系統 - PC - DIY - 平板/NB	大家電 - 冰箱 - 洗衣機 - 空調	家電清潔服務 - 空調 - 洗衣機
數位 - 印表機/墨水匣 - 網路/隨身碟 - 耳麥/鍵鼠喇叭	小家電 - 廚房 - 健康 - 美容小家電	保固延長服務 - 小家電 - 行動裝置
行動通訊 - 手機配件 - 軟體/遊戲 - 門號	影音劇院 - 音響/家庭劇院/電視 - OA/相機/翻譯機	行動裝置保險 JustCare
	AIOT	資通訊商品照護服務 BoBeeCare

2.4 法規遵循

GRI 2-27

燦坤持續強化法規遵循管理，各部門於日常營運中均依據相關法規辦理業務，並透過定期宣導與教育訓練，提升同仁之法遵意識。

此外，本公司配合內部控制程序，辦理年度法令遵循評析，由各單位自我檢視當年度之合規狀況，以降低風險事件發生之可能性。本公司參照證交所與金管會規範，將單一事件累計罰鍰達新台幣 100 萬元以上定義為重大違規。**2025 年未發生任何重大違規事件，亦無涉及反競爭或壟斷之法律訴訟。**

當違規事件發生時，公司由相關部門與法務單位共同釐清原因與影響範圍，擬定具體改善對策，包含修正內部作業流程、加強教育訓練或調整相關規範，作為後續制度精進與風險預防之參考。

法規宣導與教育訓練實踐

為降低違規事件發生之風險，本公司針對法規變動與趨勢進行相關宣導及教育訓練。2025 年度共計 **2,076 人次** 參與各項專業課程，以提升同仁之法遵意識與風險防範能力。

	訓練內容	訓練人次
法規遵循	誠信經營與法遵宣導講座	143
資訊安全	社交工程防護教育訓練、 資訊安全宣導測驗	1,933

近兩年違規事件說明

2024 年		
違規類別	違規件數	罰款金額（元）
 職業安全	5 件	-
 都市計畫	3 件	180,000
 廢棄物清理	1 件	6,000

2025 年			
違規類別	違規件數	罰款金額（元）	2025 年改善措施
 勞動	1 件	120,000	透過勞資會議精進加班管理，由主管監督同仁出退勤並完善補申請程序
 都市計畫	5 件	360,000	未來在門市據點設立前將持續加強新據點選址審查機制

2.5 風險管理

為確保本公司之健全經營、永續發展及公司治理，並建立有效之風險管理機制，以強化本公司營運管控，制定 **《風險管理政策與程序》** 並公告於公司官網，相關風險類型及因應措施如下：



風險管理流程



風險類型	風險衝擊說明	風險因應	風險負責單位
 法遵風險	若公司活動未能遵循主管機關法規，或內部規範不夠周全，導致財務或商譽損失。	各部門於營運流程遵守相關法規，並加強日常宣導	各部門、法務部
 智慧財產風險	若智慧財產授權文件不完整或未妥善管理，可能導致後續銷售爭議，影響品牌聲譽與顧客對品牌的信任。	持續透過內控稽核、契約確保智慧財產權利上之歸屬	法務部
 資訊安全風險	3C 通路涉及大量會員個資、交易紀錄及營運機密資料，若資訊安全管理不善，可能導致個資外洩風險、訂單無法處理，影響顧客權益。	設置資訊安全工作小組，強化資安事件處理能力 ▶ 詳見 2.5.1 資訊安全管理	資訊安全管理審查委員會、個資小組
 氣候變遷風險	因消費者偏好改變，若未即時回應節能產品的需求市場，可能造成市場競爭力下降。	研擬將氣候因素納入公司治理和業務策略中 ▶ 詳見 2.5.2 氣候變遷風險管理	營運部、運籌服務部

智慧財產管理

我們透過智慧財產管理計畫，以自有商標及取得合作供應商相關智慧財產授權來維護通路品牌，確保智慧財產的合法取得、維護與運用，並強化與供應商的合作機制，以符合智慧財產相關法規，鞏固品牌價值，並降低潛在的法律與營運風險。定期於每年第四季將智慧財產相關事項提報至董事會報告，2025 年共報告 1 次。

智慧財產管理制度

- 1 透過合約確保與供應商的著作與商標權利
- 2 不定期辦理智慧財產及保密相關教育訓練
- 3 透過內部稽核確保智財權使用及歸屬
- 4 定期審視智慧財產權使用的有效性

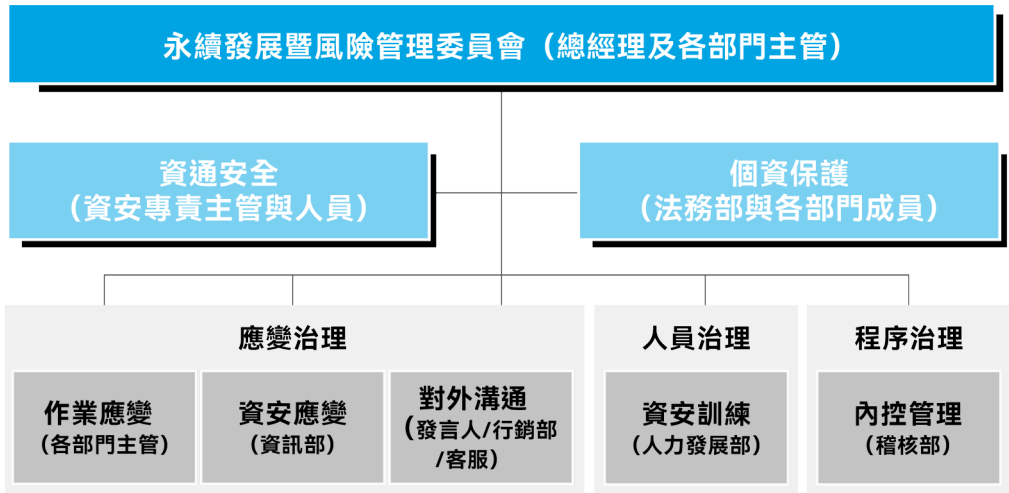
2.5.1 資訊安全管理

GRI 418-1

隨著資安風險日益攀升，燦坤導入 ISO 27001 建立資訊安全管理架構，並訂定「ISMS 資訊安全規範」。我們透過日常教育訓練、不定期社交工程演練及資安宣導評量等多元方式，深植全體同仁對風險的警覺性，確保顧客資訊安全。此外，公司落實定期追蹤政府法令動向，包含《上市上櫃公司資通安全管控指引》與《零售業個人資料檔案安全維護管理辦法》，將規範納入 ISMS 資訊安全規範中，確保制度與時俱進。

資安管理組織架構

本公司由資訊部成立專責之「資訊安全推動小組」，並設立「資安專責主管及資安專責人員」，導入 ISO 27001 建置資訊安全風險管理架構，訂定「ISMS 資訊安全規範」，保護客戶隱私及公司內部資訊不外流。



資安教育訓練

加強資訊安全教育訓練，2025 年總部社交工程教育訓練，共 129 人次參與，針對全台門市人員，進行社交工程防護宣導，說明「遭受社交工程攻擊的實際案例」與「如何防範釣魚信件的措施」。教育訓練內容如下：

主題	內容	參與人次	總時數
 新進人員 資訊安全 基本訓練	- 公司管理規定說明 - 員工行為準則、工作規則、假勤管理辦法 - 員工教育訓練與訓練政策 - 智財權、保密及競業禁止 - 會員個人資料 / 消費紀錄 / 信用卡號不得外洩，遵循個人資料保護法	214	0.5 小時
 資訊部新進人員 資訊安全管理架構說明	- 資訊安全高階管理系統 - 資訊安全政策 - 資訊安全組織等	4	1 小時
 總部人員 社交工程防護教育訓練	- 社交工程的危害 - 社交工程的常見攻擊手法 - 遭受社交工程攻擊的實際案例 - 如何防範釣魚信件（社交工程）的措施	129	0.5 小時

資安人員教育訓練內容大綱

- 1 資訊安全高階管理系統
- 2 資訊安全政策
- 3 資訊安全事件管理
- 4 通訊與作業管理安全組織
- 5 業務持續管理
- 6 存取控制



資訊安全宣導考試

每年全體員工須於內部教育訓練網站，進行資安教育訓練課程及測驗。測驗成績須達滿分才為及格，未及格者需重複進行測驗至通過為止，**2025 年度教育訓練測驗制度之執行率達 100%**，共計 1,933 人次完成測驗。

2025 年資安宣導考試大綱

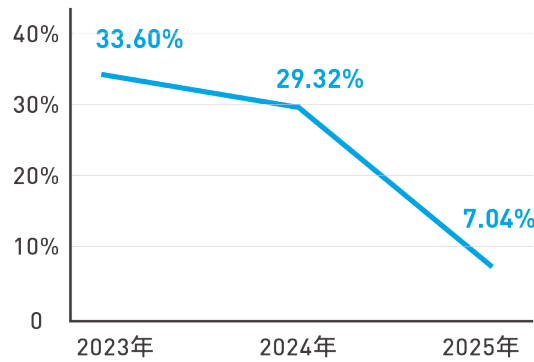
× □ −

- 資訊安全高階管理系統
- 資訊安全政策
- 資訊安全事件管理

- 通訊與作業管理安全組織
- 業務持續管理
- 存取控制

社交工程演練

近三年社交工程演練點擊率



為提升全員對資安威脅的警覺性，公司除辦理定期教育訓練外，亦執行釣魚郵件模擬演練。演練採取嚴謹指標，於兩週內發送五封模擬郵件，並以「點擊次數兩次以下」為合格標準；針對未達標人員，則通報所屬部門主管並列入重點宣導對象。

2025 年演練成效顯著，釣魚郵件點擊率較往年數據大幅降至 7.04%，展現員工辨識惡意攻擊之能力逐年提升。未來將持續優化演練流程，深植員工防護意識。

資安事件說明與預防機制

2025 年度本公司未發生任何資安事件。我們建構了完整的應變管理流程，透過事前預防、事中應變及事後強化的三階段策略，鞏固數位韌性：

事件發生前 降低受駭可能性與建立組織韌性	■ 定期安全備份 ■ 應用服務存取控制與定期檢視 ■ 帳號存取控制與安全管理 ■ 網路微分段 ■ 實施端點監控與告警分析
事件發生時 最大程度降低受影響範圍與衝擊性	■ 隔離受感染設備 ■ 盤點受影響範圍 ■ 保全現場證據 ■ 啟動備援機制
事件發生後 強化內部資安防護能力	■ 確保安全復原 ■ 事件調查與強化安全政策 ■ 確保網路環境的安全性

為進一步強化防禦深度，2025 年更導入「機敏文件傳輸加密機制」及「網域帳號多因子認證機制」。針對個資安全管理，燦坤訂有嚴謹的緊急應變程序，確保事故發生時能迅速通報、即時應對並建立回饋學習機制，將潛在風險降至最低。

資安資源投入

2025 年，燦坤總計投入 881 萬元用於資安防護體系之全面升級，實踐軟硬體同步強化的管理方針。在設備防護方面，本公司建置次世代防火牆、行動裝置管理、主機端點防護監控及機房資料儲存系統等設備；同時積極推動專業人才培育，安排同仁參與 EC-Council CCT 網路安全認證技師專業課程，確保技術職能緊跟國際資安趨勢，全面提升資安防護與數位管理實力。



2.5.2 氣候變遷風險

GRI 201-2

隨著全球氣候風險加劇，世界經濟論壇（The World Economic Forum, WEF）已連續多年將「極端天氣事件」列為全球首要威脅。觀察 2025 年台灣極端氣候頻率上升與法規監管趨嚴，本公司深刻體認氣候議題已非單純環境事務，而是攸關核心經營模式轉型的關鍵。我們積極落實氣候相關風險與機會的鑑別程序，建立具備高度韌性的管理制度，確保在淨零轉型的進程中穩健前行，實踐對環境與社會的長期責任。

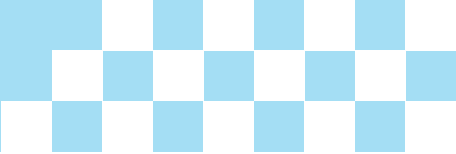
治理

本公司董事會及管理階層重視氣候相關風險與機會，並將董事會定為氣候議題的最高治理單位，董事會下設立功能性委員會—「永續發展暨風險管理委員會」，由董事長擔任召集人，負責督導永續發展策略方針之制定。

委員會下設有「永續發展部」，作為日常執行與跨部門協調之專責單位，推動包括溫室氣體盤查、能源管理及永續目標管理等具體方案。各項執行成果將定期彙報董事會審閱，以確保氣候治理透明度與連貫性。2025 年度，永續發展暨風險管理委員會共召開 2 次會議，重點聚焦於氣候風險識別結果、節能改善進度及盤查數據確認，持續推動董事會對氣候相關議題的有效監督。

策略

本公司依循「氣候相關財務揭露（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）」架構，由各單位依據日常營運中所觀察到的市場趨勢與異常狀況，初步評估氣候變遷可能造成的影響。永續發展部負責統整各單位所鑑別出的氣候議題，深入分析其對公司財務與營運的衝擊程度，並據此制定相關因應策略。



	議題類型	對燦坤的影響	與財務相關的影響	因應策略
 實體風險	 立即性  極端氣候事件  颱風、強降雨  長期性  平均氣溫上升	 極端氣候（如強颱或強降雨）因其難以預測，導致燦坤門市營運或電商運送營運穩定性下降  台灣近年來季節溫度變化落差大，季節性商品檔期（如：夏季冷氣、冬季電暖器）銷量難以預測  溫度上升可能影響門市顧客購物與員工工作環境，因此需要增加門市 / 倉庫的冷卻需求，來維持舒適的室溫，導致能源消耗增加	 因颱風造成部分門市淹水導致營業中斷，產生營業收入減少  門市 / 倉儲淹水導致貨物損害，產生資產損毀、修繕費用增加  極端強降雨，貨物運輸、物流延誤費用、運輸成本上升  溫度上升使門市 / 辦公室空調用電量增加，進而推高電價，造成營業費用上升  汰換能源效率較差的舊設備，購置能源耗損低的設備，汰換設備費用增加	 新門市選址避免低窪地區  於門市 / 運輸倉儲做足防淹水機制，增設相關阻水設備、並於產品下增加高度  門市做足防淹水機制  後勤團隊備援，即時應對防颱措施  汰換現行舊款設備水冷式主機，導入變頻等相關高效機種  搭配循環扇，控制維持室溫 26~28 度  門市選址考慮坐向、採用環保隔熱建材
	 轉型風險	 市場風險	 永續意識抬頭，消費者對於永續商品需求提升，若未及時回應市場需求，造成市場競爭力下降	 引進更多節能商品，可能導致進貨成本上升  投入更多行銷資源，加強與顧客溝通永續理念，行銷廣告費用增加
 政策法規風險		 法規要求日漸嚴苛，如「氣候變遷因應法」、「國際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」、「碳費徵收辦法」等規章，若未及時回應法規可能造成違規風險	 因應《氣候變遷因應法》的溫室氣體減量目標，主管機關要求執行碳盤查，進而產生碳盤查作業費用  若被列管為碳費徵收對象，將增加管理費用	 保持對新法規政策的敏銳度，積極回應主管機關政策

	議題類型	對燦坤的影響	與財務相關的影響	因應策略
 機會	 產品和服務  消費者偏好轉變	■ 永續意識抬頭，消費者對於永續商品需求提升，積極掌握市場機會	■ 增加節能商品選擇，配合政府推出節能家電補助，提升消費者購買意願，提高營收	■ 設置節能專區，推廣環保集點、變頻、一級能效商品等， ■ 提升綠色採購比例 ■ 透過網路社群，加強與消費者溝通環保理念
	 產品和服務  開發服務多樣化	■ 以 3C 家電為創新基礎，燦坤開發新服務模式的機會，提升市場競爭力	■ 業務活動多元化，開發創新服務，提升聲譽形象，進而推高商品需求，建立不同營收來源	■ 與華城充電站合作，於燦坤商場設置電動車充電樁，持續開發新服務商機
	 資源使用效率	■ 使用能源效率更高的設備，同時在配送服務採用更高效率的運輸方式	■ 導入能源管理系統、穩定電力供應，精準監控不必要耗電，降低能源使用成本 ■ 倉儲作業導入無紙化系統，降低中長期營運成本	■ 於總部與門市導入能源管理系統，持續擴大能源監測數量 ■ 物流作業採用運輸路徑最佳化、倉儲管理作業無紙化 ■ 採用低碳建材、LED 燈盤、高效冷氣空調

風險管理

燦坤依循《風險管理政策與程序》落實風險控制，為了將氣候變遷與永續相關風險納入本公司整體風險管理架構，2024 年底將原「風險管理委員會」正式更名為「永續發展暨風險管理委員會」，作為統籌永續與營運風險之治理機制。同時，我們設立跨部門溝通機制，串聯第一線業務單位與後勤管理部門，由各部門主管針對其業務範疇內之潛在衝擊（如營運中斷、供應鏈延遲、消費者偏好轉變及法規變動等）執行初步辨識與評估，相關鑑別結果與因應措施將定期彙整提報至董事會審議。

指標與目標

本公司已成立溫室氣體盤查小組，負責統籌內部溫室氣體相關數據蒐集與盤查作業，並依據《溫室氣體盤查議定書》（The GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard）進行溫室氣體盤查。2025 年溫室氣體排放量為：22,067.4193 tCO₂e，由利安達聯合會計師事務所依據 ISAE 3410《溫室氣體陳述之確信業務之國際準則》執行有限確信。依據「上市櫃公司永續發展路徑圖」，個體公司依規需於 2026 年完成盤查，2028 年完成確信，合併報表子公司需於 2027 年完成盤查，2029 年完成確信且與財務報表範圍一致。詳見 [4.2.1 溫室氣體管理](#)。

3 安心購物

3.1 創新專業服務

3.2 永續供應鏈

3.3 客戶隱私維護



3.1 創新專業服務

3.1.1 創新消費體驗

燦坤始終相信「科技是為了貼近生活」，我們不只賣產品，更將專業服務從門市銷售延伸到產品的定期保養、專業維修、技術諮詢與物流配送，串聯起一套遍布全台的 3C 服務網。我們在乎的不僅是商品交付的瞬間，更是希望透過各類生活場景的連結，精進每位顧客在數位生活中的流暢感受。

對燦坤來說，真正的創新來自對需求的細膩察覺與溫暖回應。我們將持續強化這些與日常接軌的專業職能，透過團隊整合與專業深化，打造更有溫度的科技零售生態。在推動營運成長的同時，我們也將永續責任融入日常作業，在每一項服務實踐中達成社會價值的長遠發展。

寵物照護 — 燦坤寵物會員卡

2025 年，燦坤因應人口結構變遷及「寵物家人化」趨勢，正式推出「寵物會員卡」。我們將照護服務從居家生活延伸至「毛小孩」，憑藉 3C 通路龍頭的資源整合優勢，為會員毛家庭提供全方位的服務。

隨著台灣寵物登記數超越新生兒，燦坤精準鎖定醫療支出與居家照護的痛點，串聯慈愛動物醫院、全國動物醫院及國寶寵物等領導品牌進行異業結盟 (MOU)。透過實質回饋如免費健檢、疫苗補貼、美容住宿折抵及游泳體驗券，有效降低養育門檻。

此外，我們導入 AI 智慧監控設備與各品牌 Tag 尋物器，運用數位科技解決飼主的遠端照護焦慮。全台門市更定期舉辦「汪喵同樂會」，邀請專業醫師與訓練師進駐衛教，將實體門市轉化為溫暖的社區寵物友善空間。燦坤期盼藉由專業醫療與科技的連結，減少因醫療負擔衍生的棄養問題，落實企業社會責任。



視覺防護 — EyeCare 護眼生態圈

燦坤正式宣布與小林眼鏡及蔡司 (ZEISS) 展開策略合作，啟動「EyeCare 護眼生態圈」計畫，並於內湖旗艦店成立全台首間「AI 眼鏡概念館」。在 AR/VR 與 AI 科技融入生活的數位時代，燦坤主動跨出 3C 領域，將品牌承諾從「科技銷售」升級為「全家人的視力守護者」。

針對現代人的數位視力保健需求，我們結合 3C 通路資源、小林眼鏡的視光實務經驗與蔡司的頂尖光學技術。消費者在燦坤選購 AI 智慧眼鏡後，可直接到小林眼鏡享有精準驗光與專業配鏡服務，並獲得蔡司高品質鏡片的選配優惠。這套跨產業的整合機制，確保每位使用者都能在專業技術保護下，平等且舒適地享受前瞻科技。

透過這套透明且專業的合作模式，燦坤成功消弭了創新科技與視力健康間的隔閡。我們堅信，科技的進步不應以犧牲視力為代價，而是要在完善的護眼防線下，為全家人開啟更寬廣的視覺視野。此外，全台指定門市更巡迴舉辦「小小驗光師體驗營」，將視力保健觀念向下扎根，成功將傳統門市轉化為深具意義的守護空間。



高齡關懷 — 樂齡 CARE 服務平台

燦坤積極響應政府「服務業創新研發計畫」，全力打造「樂齡 CARE 服務平台」。面對台灣高齡化社會與數位落差的挑戰，我們重新定義門市功能，將全台實體據點轉型為「社區關懷中心」，成為解決長者科技孤獨感的核心力量。

我們透過「樂齡科技關懷幫手」到府服務、整合電視介面的「AI 虛擬修繕師」以及互動式「樂齡生活教練」節目，全方位支援高齡者的數位生活。燦坤投入超過兩百萬資金於資訊安全與專業人力培育，預計服務覆蓋將達 30,000 人次，致力於創造一個友善、無壓力的數位學習環境。

藉由親切的擬人化介面與門市同仁的到府關懷，我們填補了外漂子女不在身邊的陪伴空缺，有效降低獨居長者的孤獨感與居家意外風險。燦坤期盼不僅是銷售設備，更要建構一個友善長者的「不老經濟圈」，讓智慧科技成為樂齡生活中最溫暖的陪伴。

智慧轉型 — AI 虛擬修繕客服

2025 年燦坤邁入 AI 客服新紀元，正式啟動「AI 虛擬修繕師」系統。我們整合累積數十年的專業家電維修經驗，特別針對不擅長操作數位產品的樂齡族群，提供 24 小時、可視化的故障排除導引，將複雜的維修程序轉化為直覺且親切的互動體驗。

透過 24 人專家團隊與 AI 的深度協作，用戶僅需透過簡單的語音或電視介面指引，即可即時解決電視無畫面或家電設定等日常難題，預計自主修繕成功率可達 80%。這套系統在優化客服

效率的同時，也有效減少了不必要的退換貨與廢棄物產生，積極推動資源永續利用。

當 AI 轉化為長輩的「數位夥伴」，科技不再是冷冰冰的門檻，而是能促進家庭和諧、減輕照顧者壓力的友善工具。燦坤將在 AI 轉型浪潮中，持續領航零售業，樹立兼具科技與溫情的服務標竿。

跨界共生 — 燦坤 × 萊爾富生態圈

燦坤攜手萊爾富開啟「會員制 2.0」合作計畫，透過「共生共榮」的策略思維，將 3C 專業通路與超商民生系統深度整合。我們致力於打破地理限制，發揮門市互補的優勢，讓專業家電服務能深入工業區與偏鄉，達成全台無縫的服務覆蓋。

本次結盟以「萊購物」購物平台為核心，萊爾富會員可隨時進入燦坤專屬賣場，享受精準的 3C 導購與回饋方案。萊爾富全台近 1,700 家門市與燦坤據點相輔相成，不僅能有效減少末端物流的碳足跡，更讓偏鄉居民能就近獲得 3C 諮詢與取貨服務，縮減城鄉數位落差。

透過異業結盟達成數據共享與物流資源整合，創造雙方獲利的穩健模式。燦坤將持續以開放思維，將智慧生活服務無死角地配送至台灣每一個角落，讓便利與專業在鄰里間並聯發光。



	寵物照護	燦坤會員寵物卡		智慧轉型	AI 虛擬修繕師
	視覺防護	EyeCare 護眼生態圈		跨界共生	燦坤 × 萊爾富
	高齡關懷	樂齡 CARE 服務平台			

3.1.2 客戶關係管理

GRI 2-26

秉持 3A4 心的服務精神，致力於為每位顧客提供最專業與貼心的服務。

我們以誠信、透明與關懷為原則，不斷在服務中注入溫度，讓顧客在快速變化的消費環境中，始終感受到安心、放心。



燦坤榮膺 — 2025 台灣連鎖暨加盟協會多項大獎

燦坤深耕通路服務專業，積極參與台灣連鎖暨加盟協會（TCFA）之各項評選，展現卓越的門市經營實力與服務韌性。在服務品質維護與專才表揚方面，公司持續落實優質服務承諾，蟬聯「服務金質認證」，並有兩位同仁榮獲「服務天使獎」殊榮，獲獎者分別涵蓋第一線服務績優人員及幕後支援營運之專才，充分展現燦坤由前線服務至後勤體系，全員一致的專業凝聚力與品牌向心力。

在門市領導人才的選拔中，燦坤亦於素有連鎖業「奧斯卡獎」美譽的傑出店長評選展現堅強戰力，全台共有 11 位店長榮獲「2025 全國商店優良店長」殊榮。在競爭激烈的選拔中，本公司不僅奪得最高榮譽「傑出店長獎」，更於「店務心得優異獎」項目取得全台第三名的佳績。除了肯定門市主管的經營管理能力，也代表燦坤在專業人才培育與營運經驗累積上，已獲實質成效，持續發揚企業長期建立的专业品牌精神。



「持續秉持服務不分網內外的精神，把我的專業送到顧客手中。」

— 服務天使獎 | 南區修繕 | 林瑞堯

「不是天生發光，而是願意一次次用心照亮別人。」

— 服務天使獎 | 金城門市 | 江心儀

「顧好一家店，就是把數字和人都顧好。透過優化商品結構，提升家電專業度，最終創下門市近年最佳成績。我的目標很明確：讓新景美店成為文山區最強、最有活力的3C賣場！」

— 傑出店長 | 新景美門市 | 楊永晟



服務天使



服務天使



TCFA服務金質



傑出店長



優良店長獎



店務心得優異獎

打造優質服務體驗，強化團隊專業能量

透過建立完善的門市人才培育制度，我們深耕服務禮儀與商品專業知識培訓，養成具備高度專業感的服務團隊。藉由第一線同仁的日常觀察與經驗累積，不斷精進應對方式；從傾聽需求出發，針對顧客選購時的疑慮提供專業引導，協助顧客挖掘潛在需求，提供最契合的商品組合與服務方案。

我們深信，服務品質的提升不應僅止於標準流程的執行，更應建立在對顧客的理解上，讓選購 3C 家電的過程轉化為溫暖且安心的消費體驗。



專業人員培訓制度

為確保顧客在商品安裝、使用與售後維修各階段，均能獲得穩定且一致的服務品質，燦坤持續精進後勤團隊的教育訓練。針對「電氣維修、配裝服務與售後諮詢」等實務範疇，安排新進人員接受系統化訓練，確保技術人員能精準掌握服務流程並符合顧客期待。**2025 年新進人員完訓率達 100%。**

客戶滿意度調查

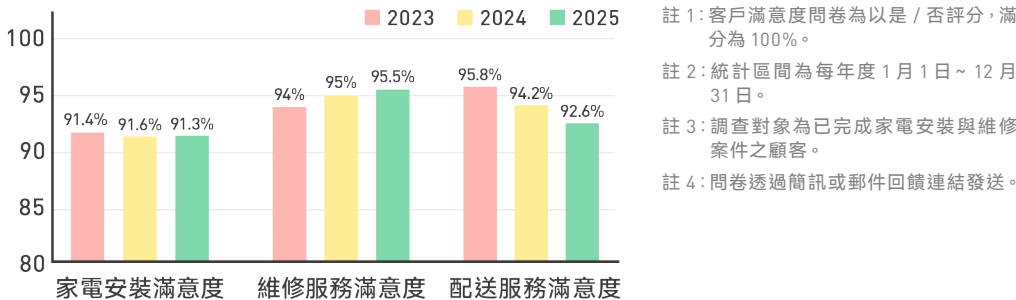
燦坤將顧客滿意度視為核心經營指標，採取多元監測機制，結合主動調查與第三方平台評價，全面掌握消費者的服務體驗。透過針對安裝與維修服務的問卷回訪，以及 Google 評論的門市

體驗評估，我們能精準掌握消費者在售後環節的真實感受，並將其作為服務精進與績效管理的重要依據。

在完成安裝或維修服務後，我們會由門市或客服同仁透過電話、簡訊等管道，主動了解顧客對服務品質與商品使用心得，確保服務流程持續完善。

燦坤近三年客戶滿意度調查結果

燦坤定期針對「家電安裝」、「維修服務」與「配送服務」三大面向進行滿意度追蹤，近三年各類服務項目的滿意度整體維持在 90% 以上，未來我們將持續強化回饋追蹤效率，提升顧客對燦坤的專業信賴。



客戶滿意度調查項目

維修品質	維修品質與修復後產品的狀況是否良好	維修耗時	完成維修所需的總體時間是否合理
回報更新	維修狀態或有延誤的情況是否及時更新	服務態度	維修地點員工的專業態度與服務表現
專業能力	技術人員的專業能力與解決問題是否稱職	預約體驗	預約流程是否快速、親切、溝通順暢

門市體驗回饋

為持續追蹤顧客的購物體驗，燦坤將 Google 評論評分視為門市服務品質的重要外部觀測指標。各門市每月定期記錄顧客留下的評分與意見，並由店端回報至區域主管進行彙整管理。

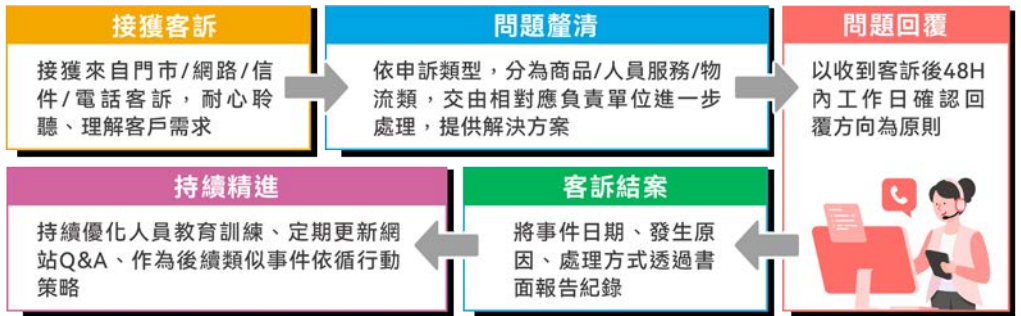
營運部將 4.2 分（滿分 5 分）設定為基本服務水準，要求各分區每月針對各店評分變化進行嚴格控管。若門市評分低於標準，必須提出具體的改善計畫與追蹤回饋，以確保服務品質穩定。2025 年全台門市 Google 平均評分為 4.34 分，較 2024 年的 4.31 分成長 0.03 分，顯示顧客信賴度持續提升。

多元顧客溝通管道

我們重視每一位顧客的回饋，並建立完善的申訴處理機制。當團隊接獲來自門市、官網、客服電話或電子郵件等多元管道的回饋時，服務團隊秉持「耐心傾聽、即時應對」原則，深入理解顧客需求。針對不同類型的申訴，由專責單位依據商品、物流或人員服務等類別精準分派，確保問題能迅速獲得回應與解決。

客訴事件因應流程

燦坤於接獲申訴後的兩個工作日內，即啟動案情確認並制定處理方向，並將完整流程記錄於系統備查。藉由定期的案件分析，我們將顧客建議融入人員培訓與官網 Q&A 更新，讓各項回饋成為提升服務品質的核心動力。



線上客服中心，服務零時差

為使顧客快速獲取資訊、高效解決常見問題，燦坤於官網設置「**客服中心**」專區，提供分類清晰、操作便利的自助查詢服務。



專區依問題屬性清楚分類，涵蓋訂單進度、付款方式、商品規格、退換貨政策、會員權益、購物金使用及門市資訊等多項主題，每項主題下設有細化子選項與條列式說明，並搭配引導連結提供詳盡解答。顧客無需聯繫客服同仁，即可在第一時間自行找到所需資訊。

線上客服聯繫

燦坤設置「線上客服系統」，為了補足傳統電話客服與實體通報的時段限制，提供具備彈性與隱私性的溝通管道。

無論會員或非會員均可填寫的線上表單。顧客僅需填寫基本聯絡資訊（姓名、電話、電子郵件）及問題主旨與內容，即可將意見回報至客服系統，由專人依問題類型分派至相關單位後續處理。

透過回饋制度標準化欄位設計與自動分類流程，有效提升通報處理效率與紀錄追蹤透明度，展現本公司對用戶回饋的重視與制度化回應的承諾。

燦坤多元溝通管道	
電話客服	燦坤 3C 客服專線 0800-095-885 02-7700-6598 服務時間：平日 09:30~12:00&13:00~18:00
線上客服	官網線上客服中心 ：即時查詢訂單、付款、退貨、門市等常見問題
電子郵件	燦坤服務信箱：call_center@tk3c.tsannkuen.com
門市服務	於全台門市營業時間現場向服務人員反映，人員協助處理或通報後勤單位進行後續處置

3.1.3 客戶健康與安全



商品安全控管程序

燦坤始終將「顧客安心」視為經營之本，不僅在產品效能與價格取得平衡，更深度聚焦於每一項商品的安全性。我們建構了涵蓋從導入、銷售到售後服務的完整價值鏈防線，透過分階段的風險控管，在第一線守護消費者的使用權益。2025 年引進之新商品皆經過嚴謹的合約審查程序，達成上架前合格率 100% 的卓越紀錄。



重大商品事件管理

我們透過建立「緊急狀況處理作業標準書」，確保在發生異常情況時，能即時回應、快速處置，並主動保護顧客的使用安全。2025 年未發生重大商品召回或違反有關健康和安全的法規。當接獲通報疑似重大商品事件，依以下流程處理：



商品行銷與標示

燦坤長期透過多元通路推廣優質商品，包含實體門市的宣傳活動、線上購物平台的專屬企劃，以及 Facebook、Instagram、LINE 等社群媒體的即時互動，積極傳遞商品價值。

在強化品牌溝通的同時，為保障消費者權益，確保所有商品資訊與促銷內容真實、清楚且不具誤導性。燦坤依據《消費者保護法》、《公平交易法》及相關商業法令，建立嚴謹的商品行銷資訊查核程序，執行合規揭露並貫徹誠信溝通原則。所有促銷資訊主要由供應商或品牌端提供，並經由採購部門與行銷同仁執行多重確認，審核要項涵蓋商品名稱、價格內容、優惠條件、使用限制、適用期間以及圖片一致性等，確保所發布的資訊完整、準確且合法，讓消費者能獲取透明且可信賴的購物資訊。

2025 年無違反商品標示或行銷傳播之違規事件



消費者保護法

0 件違規 ✓



商品標示法

0 件違規 ✓

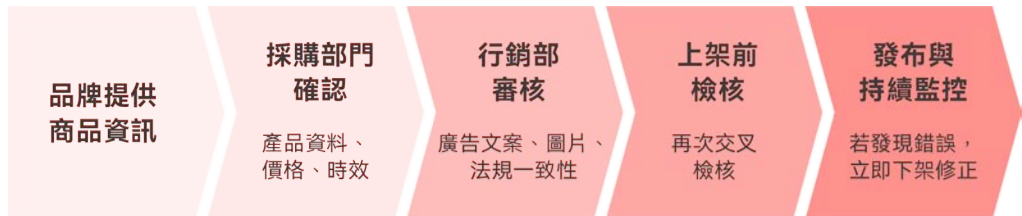


公平交易法

0 件違規 ✓

商品標示管理流程

燦坤建立了嚴密的商品標示管理流程，若發現任何行銷內容或標示資訊有誤，行銷部門將立即下架並撤除相關廣告素材。同時，由採購單位與品牌供應商執行溝通，確保資訊修正準確。展望未來，我們將持續秉持誠信原則回應市場，守護消費者的資訊權益。



3.2 永續供應鏈

3.2.1 供應商評估管理



燦坤深耕具備高韌性與透明度的供應鏈體系，將永續經營理念內化至採購決策中。我們嚴格執行供應商評選流程，確保每項商品在導入市場前，皆通過全方位的品質鑑定與風險控管程序。為維護商品來源的穩定性與價格競爭力，我們優先對接一級原廠與策略性代理商，透過嚴謹的跨部門審核，建構高品質的產品防線。

目前本公司的資訊與家電供應體系，主要由國際領導品牌及原廠直營代理組成，這不僅讓我們在進貨成本上具備顯著優勢，更能串聯原廠技術資源，達成更即時、更具保障的售後支援服務，為顧客創造長遠價值。

燦坤供應商銷售服務政策

本政策為燦坤提供銷售服務之主要依據。供應商應於與燦坤簽訂服務基本條款合約前，確實詳閱並理解本政策內容；合約簽訂後，即表示供應商同意履行本政策之規範。

商業道德	■ 必須符合基本法律規範及道德、忠實信守
勞動條件	■ 不得使用童工 ■ 不得有男女 / 宗教 / 國籍 / 省籍或種族等歧視 ■ 應依當地法令要求繳納社會保險金 ■ 勞動場所之安全與健康環境 ■ 薪資必須符合當地最低工資

 環保	■ 不得使用當地政府公告禁止使用之原物料 ■ 工作場所應注意物料的回收、排放，並符合相當地的環境保護法令 ■ 使用具能源效益的生產設備或廠房
 社會公益	■ 鼓勵供應商積極投入公益活動
 資訊與個資安全	■ 對燦坤會員資料負有保密義務 ■ 不得以任何方式公開或洩露給第三人

供應商評估與管理

燦坤為保障消費者獲得品質穩定且價格合理的商品，執行多來源供應策略，針對核心品項盡可能與兩家以上的原廠或代理商建立合作關係。此舉不僅強化了貨源穩定度與價格管控力，更能有效分散對單一品牌的依賴風險，提升營運韌性。此外，本公司主要商品均由具備規模與信譽的一級代理商或原廠供應，從源頭確保售後支援的即時性與專業素養。

嚴謹的商品導入流程

燦坤訂有完善的新商品導入作業流程，確保所有上架商品均符合營運策略、市場趨勢與法規要求。供應商須提交詳盡的商品提案，內容涵蓋產品規格、建議售價、法規認證文件（如：BSMI、節能標章等）及促銷規劃。採購單位將依此執行價格競爭力、供貨穩定性及潛在風險的初步評估，達成嚴密的選品初篩。

通過初審之案件將提交商品部主管執行綜合研判，審視品類重疊度、價格區間合理性及促銷彈性。若涉及特殊品類，亦會要求補充產品測試報告、產地證明與責任保險文件。最終審查結果將提報由董事長、會計長、法務長與兩位採購長組成之「新商品開發審議會」執行終端核定，構築專業的決策防線。

上架前查驗與門市銷售準備

獲審議通過的商品由採購單位執行建檔、簽約與物流規劃。在商品正式進入通路前，須再次確認條碼、包裝標示及說明書是否符合《商品標示法》與各項法令規範。同時，相關資訊將納入門市教育訓練教材，協助第一線同仁精確掌握商品特性，確保顧客在選購時能獲得透明、正確的資訊與專業服務。

3.2.2 永續採購推動

燦坤積極響應政府推動的綠色標章制度，將環境友善視為商品採購與選品的核心基準。我們優先導入具備節能、省水或環保標章等具公信力認證的產品，並透過與供應商的深度溝通，持續精進商品導入流程，逐步提升環保產品的上架比例，確保消費者在選購過程中，擁有更多元且優質的環境友善選擇。

此外，燦坤也攜手經濟部「綠色集點平台」合作，推出綠色商品專屬優惠與集點回饋機制。我們鼓勵顧客在消費的同時累積綠點，用於兌換永續商品或支持公益捐贈，進一步擴大綠色行動的社會影響力。透過多元的推廣方式，燦坤不僅全面落實綠色採購，更將「低碳生活」理念無縫融入消費流程，致力成為引導大眾實踐永續生活的最佳夥伴。

2025 年燦坤節能商品採購

	產品貼有節能標章表示在使用過程中可有效減少電力消耗，有助降低碳排放與用電成本。常見於冷氣、冰箱、電風扇、電熱水瓶等電器產品。	燦坤採購金額 38 億 冰箱、空調冷氣等
	用於標示具備良好用水效率的產品，具有省水標章代表該產品在達到基本功能外，能有效降低耗水量，有助減少水資源浪費，常見於如馬桶、水龍頭、洗衣機等。	燦坤採購金額 13.71 億 洗衣機等
	強調產品在原料取得、生產製程、使用階段及廢棄處理等過程中均對環境影響較小，具有全生命週期的環保考量。	燦坤採購金額 3.83 億 除濕機、資訊商品等

3.3 客戶隱私維護

GRI 418-1

燦坤擁有超過 300 萬名註冊會員，我們深知個人資料保護與隱私議題對顧客的重要性。我們嚴謹遵循《個人資料保護法》及相關資安規範，致力於建立嚴密的隱私保護體系與透明的資料使用政策，確保每一位顧客在與燦坤互動的過程中，都能感受到尊重與安心。

燦坤資安與個資管理架構

本公司資訊安全推動架構涵蓋整體機敏性資料的風險控管。燦坤設立獨立於資安推動小組之外的「個資管理小組」，由法務部主導，召集各部門專責人員統籌執行。個資管理小組負責制定並監督保護政策、處理個資查詢與異常事項；當涉及會員個資議題時，將由該小組主導應對與處置。



燦坤會員個資管理機制

個資收集與使用管理

燦坤於提供會員服務、電子商務、產品保固及客服諮詢等過程中，均依法蒐集必要之個人資料，包含姓名、聯絡方式、消費紀錄及設備資訊。所有資料之運用嚴格限定於原始蒐集目的範圍內，並於會員註冊頁面及隱私權聲明中明確揭露。我們承諾，未經會員明確授權，絕不將個人資料提供予第三方進行行銷用途。

資訊安全技術與防護措施

為防範內部操作疏漏或外部惡意入侵導致資料外洩，燦坤採用多層防護架構，包含防火牆、資料加密、權限控管與備份機制，並定期進行資安演練與弱點掃描，強化整體資訊安全防禦能力。針對委外資料處理，我們亦訂定合約要求受託方遵守同等級資安規範，並保留稽核與查驗權限。

顧客權益保障與應變機制

為維護顧客的知情權與自主權，我們於官網公告[《個人資料保護條款》](#)，提供資料查詢、更正及刪除等申請管道。若發生可能影響顧客權益之事件，將依規定即時通報主管機關，並通知受影響對象採取必要應對措施。

燦坤將持續追蹤國內外資安與隱私趨勢，研議導入更高標準管理制度，深化顧客資料治理能力，善盡企業責任，守護顧客信賴。

4 綠色營運

4.1 低碳燦坤營運

4.2 環境節能管理



4.1 低碳燦坤營運

4.1.1 綠色消費生活

燦坤秉持「讓科技貼近生活」的理念，將「綠色消費」視為核心營運重點。我們從舊家電回收、推廣綠色採購到積極配合政府節能補助政策，致力於建構全方位的永續行動架構，落實綠色通路平台的關鍵角色，引導每位顧客在選購行為中參與環境永續。**2025 年度，燦坤共計協助回收逾 12,487 件 3C 類及小家電產品，總重量約 17,586 公斤**，以實質行動降低環境負荷，減少電子廢棄物對生態造成的衝擊。

酒矸倘賣嘸：落實資源循環，守護環境價值

作為台灣 3C 通路的領導品牌，燦坤秉持永續經營與環境友善的核心價值，不僅致力於提供多元化的家電商品與服務，更積極落實產品全生命週期管理責任。我們深知 3C 電子產品若於報廢階段缺乏妥善的回收處理機制，其內含之重金屬與化學物質將對環境造成長期衝擊，甚至危害消費者健康與生態系統。

為此，燦坤積極推動「酒矸倘賣嘸」舊換新專案，建立跨部門的資源循環協作機制，除針對資通訊產品提供舊換新「折價金」回饋外，更首創門市回收站，率先針對生活家電推行舊換新服務，並提供「獨家換新價」以強化消費者參與資源回收的驅動力；同時，透過整合全台門市第一線同仁的主動引導，銜接後勤物流系統與專業回收處理商，確保回收廢機進入合法合規的循環體系，具體降低潛在環境風險並落實永續管理。

環保集點購：引領綠色消費，共創永續願景

燦坤秉持「綠色生活，環保選購」之核心理念，深度接軌環境部「環保集點」計畫，將永續商品全面納入點數回饋體系。主動引導消費者優先選購具備環保標章、節能標章、省水標章、碳足跡標籤及 MIT 微笑標章之 3C 與生活家電，將環境友善的價值轉化為具體的購物行動。

消費者於全台燦坤門市或線上購物平台選購綠色產品，並綁定載具結帳，即可獲得點數獎勵；本計劃目前已涵蓋冰箱、洗衣機等生活家電，並延伸至資通訊產品與辦公用品，實現綠色消費與日常生活的無縫接軌。作為

環保集點 X 燦坤 3C 家電



環境部的重要策略夥伴，燦坤積極建構全民綠色行動平台，鼓勵民眾透過低碳採購累積綠點，用於折抵消費或兌換永續商品。透過此商業模式的創新與整合，燦坤不僅提升了綠色產品的市場普及度，更透過落實責任消費，以實際行動響應全球低碳循環轉型願景。

綠色集點換購商品



循環新契機：建構高效回收，實踐資源再生

燦坤與全台最大二手 3C 回收商「US3C」達成策略合作，針對廣大消費大眾推出深度的綠色環保回收專案。我們深知 3C 產品汰換節奏快速，若缺乏專業處理將造成資源浪費與環境壓力；透過此次合作，燦坤將回收能量從門市延伸至消費者的家門口，為個人及企業用戶提供全方位的 3C 產品處置管道。不論是 iPhone、MacBook 等行動裝置，或是各類 Android 與 Windows 筆電，均能透過專業、智慧化的現場鑑價，確保舊機價值得以精準轉換。

為了提升回收便利性，燦坤與 US3C 共同打造「免費到府估價」服務，率先於北北基地區提供專業的現場鑑價與回收支援。這項服務不僅讓消費者能安全、放心地回收舊裝置並置換新機，更透過 US3C 的租賃與再銷售管道，賦予舊產品第二次生命，實現真正的資源循環。這不僅是燦坤對環境管理的責任，更是我們提升顧客體驗、推動 3C 產業邁向低碳循環的重要里程碑。

節能汰換購：加速家電轉型，落實低碳生活

燦坤深切體認老舊家電不僅耗電量高，長期使用產生的額外電費更增加家戶經濟負擔。為此，我們積極響應政府「家電汰舊換新節能補助」政策，並主動整合企業資源，推出指定商品優惠與原廠精選好禮，希望減輕消費者換新時的負擔。我們扮演推動家電轉型的支持角色，由門市同仁提供專業建議，陪伴消費者將家中高耗能舊家電，更換為具備「一級能效」認證的省電產品；這不僅能協助民眾實質節省電費，更能從源頭提升能源使用效率。透過這份關懷，我們與消費者共同減少能源損耗與碳排放，有效緩解生活用電對環境的衝擊，展現燦坤攜手全民邁向 2050 淨零轉型目標的堅定承諾。

節能補助計畫

配合能源署 2025 年度補助政策，燦坤透過門市引導與優惠整合，積極協助消費者汰舊換新，落實低碳節能願景。

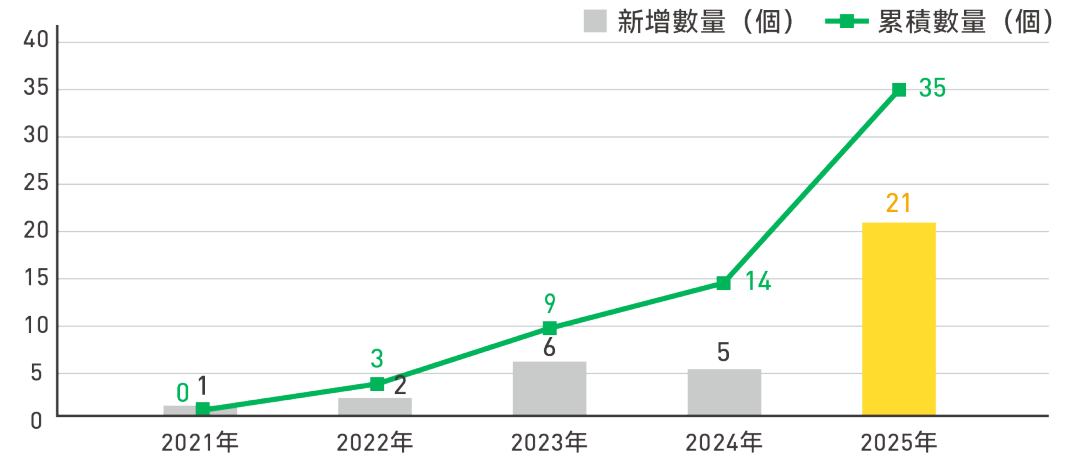


4.1.2 低碳門市

綠能新佈局：完善充電服務，守護低碳出行

燦坤致力將低碳理念融入門市營運，透過空間設計與能源管理優化，在提供舒適環境的同時，主動減輕環境負擔並提升資源效率。為響應電動運輸趨勢，我們與華城電能深度協作，截至 2025 年底，已於內湖旗艦店、台中五權店及新岡山店等全台 15 家指定門市設置共 35 座充電樁，涵蓋快、慢充多元規格。這項服務不僅提升顧客的購物體驗，更將門市轉化為節能據點，賦予綠色通路全新的永續價值。

燦坤門市充電樁數量



2025年電動車充電樁執行成效

全台合作
營運 **15** 站

燦坤電動車充電站

站點累積
10,141 人使用



充電樁設置門市：

台中五權店、內湖旗艦店、華榮店、神山超越店、光復店、基隆安樂店、淡水中山店、新岡山店、彰化中正店、嘉義旗艦店、新四維店、五甲店、右昌店、安南店、南崁店，合計 **15** 家門市，共 **35** 座充電樁。

減少 **121,363 kg** 碳排放量

▶ 相當於 **10,114** 棵樹年吸碳量
1/3 座大安森林公園年吸碳量



永續綠門市：導入節能設計，打造低碳空間

燦坤於全台門市導入智慧照明與高效能空調系統，並嚴選低碳建材以降低建築能耗。我們透過優化資源使用效率，將永續理念轉化為舒適且友善的購物場域，在提升能源績效的同時，也為消費者提供更優質的綠色空間體驗，實踐對環境永續的堅定承諾。

節能措施	措施說明	執行成果
LED 照明	燈具使用 LED 照明，減少門市照明耗電	6 家整修門市與 1 家新開門市進行照明升級，總計使用 763 支，涵蓋 LED 燈盤、燈管等節能照明設備
變頻空調	安裝節能變頻空調、調節賣場溫度與室內循環，降低用電	新開門市裝設 11 台節能空調，既存門市共更換 21 台一級能效變頻空調
低碳建材	採用低碳石膏板，於隔間牆面及天花板裝修，減少碳足跡	新門市 100% 採用通過內政部「綠建材標章」認證的石膏板，確保建材健康、低碳且耐用，降低對健康與環境的衝擊
節能風扇	安裝節能風扇輔助空調循環，提升賣場空氣流通效率，降低冷氣負載與用電量	2025 年於整改和新開門市安裝 35 台高效節能風扇，搭配空調系統運作，有效提升冷房效率，減少整體能源消耗與碳排放



綠建材標章證書



綠能再升級：擴大發電布局，加速零售轉型

為響應 2050 淨零路徑，燦坤落實能源轉型策略，將內湖總部大樓打造為示範型綠能基地。**2025 年於總部屋頂增設 813 片太陽能板，燦坤全台據點累計裝設規模達 3,591 片**；其中總部之發電裝置容量為 357.72 瓩 (kW)。

本專案自 2025 年 9 月正式併網上線，截至年底累計發電量達 118,784.8 度。透過「自用為主、餘電躉售」模式，優先支應營運辦公之電力需求，並將剩餘之 6,400 度綠電回饋至台電電網。不僅能最大化能源利用效率，亦為區域電網穩定性做出實質貢獻，展現燦坤落實低碳營運與支持淨零轉型之決心。

4.1.3 包裝包材管理



鑑於電商營運規模的持續擴張，燦坤深切體認包裝廢棄物對環境造成的潛在衝擊。為落實綠色物流責任，我們嚴格遵循環境部公告之《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》，將「精準減量」與「資源循環」納入標準化作業流程，在積極回應政府政策的同時，實踐環境友善營運之承諾。

管理策略：精準包裝與原箱出貨

燦坤秉持「適量、減量」之核心原則，從源頭減少資源耗損：

精準包裝控管：建立網購出貨秤重與體積匹配機制，依商品規格挑選最適尺寸之紙箱。我們嚴格執行緩衝材控管，確保其重量比例維持在整體包裝的 15% 至 40% 之合理區間，杜絕過度包裝。

原箱貼單出貨：針對由原廠進貨且外盒結構足以保障運輸安全之商品，執行「不二次裝箱」政策，直接貼單出貨，徹底消除額外包材需求。我們持續盤點倉儲內適用品類，從入庫端即落實標準化規範。

資源循環與內部物流管理

我們透過外部系統引進與內部作業精進雙管齊下，最大化包材使用效率：

循環系統應用：燦坤持續與「配客嘉 PackAge+」深度合作，導入可重複使用之循環包裝系統，每一循環箱平均可循環使用 3 至 5 次，有效替代一次性紙箱。該體系由配客嘉負責專業回收與清潔消毒，確保包材衛生安全並重新投入循環使用。

內部管理精進：2025 年燦坤將管理重點落實於「出貨判斷精準度」，規範物流人員依訂單內容優先選用最適材積之循環箱，透過提升包裝空間利用率，強化循環包材的周轉效率，達成資源減量之目標。

2025 年包材使用績效與稽核

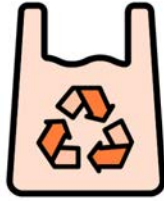
2025 年度因電商訂單規模與出貨量顯著成長，帶動包材總使用量上升至 53.67 公斤，較 2024 年度之 28.23 公斤有所增加。儘管總重量隨營運規模擴張而變動，燦坤仍透過精進入庫商品分類管理與出貨數據監控，致力將單位包裹之包材使用強度維持在合理區間。

為確保減量成果之客觀與透明，我們維持「每半年一次」由第三方會計師進行包材使用量之正式確信與稽核。所有營運數據均定期提交環境部備查，確保績效具備高度可驗證性，作為持續精進包裝策略之實質依據。

2025 年燦坤電商包材使用情形

可再生包材	非再生包材	
紙箱 51.707 公斤	緩衝材 0 公斤	封箱膠帶 1.963 公斤

燦坤電商包材使用規範

包材	紙類包材	塑膠包材
不使用 PVC 材質 	90% 以上為回收紙 	25% 以上為再生料 

供應鏈管理與內部教育

為確保包材符合最新環境法規，我們落實嚴謹的進貨檢視程序，要求合作供應商必須提交包裝材料之合格證明文件，從源頭端進行品質把關。同時，我們透過系統化的內部訓練，深化員工及合作夥伴對於減量政策之認知，鼓勵門市與物流端同仁參與「永續創新改善提案」，共同尋找可行的減量解方，將環保意識轉化為企業 DNA。

4.1.4 綠色物流



燦坤於全台建置四大區域物流中心，串聯北、中、南及東部之倉儲與配送據點，全面提升門市供貨、電子商務出貨及維修件運輸效率。為落實綠色運輸轉型，我們致力於建置永續車隊，透過高效能路徑調度與節能管理，打造低碳化的綠色物流體系。



運輸路徑精進與減碳成效

我們透過配送頻率彈性調整與路徑規劃，加強運輸資源效率：

路徑最佳化管理	每日平均排定 32 車次，透過最短路徑規劃降低行駛里程與燃油消耗。 2025 年度總車次下降 1.4%，燃油用量顯著減少 26,501 公升，減幅達 9.09%。
「2 日 1 配」策略	依據門市訂單量與即時需求動態調整，將全台 55 間門市改為兩日配送一次，有效減少停靠點數與配送負荷。 2025 年度總配送點數下降 7.4%。

倉儲資源循環與無紙化作業

燦坤將循環經濟理念導入倉儲作業，延長包材使用週期並推動數位轉型：

包材循環利用	採取「進貨紙箱再利用」政策，優先保留規格邊長 30cm 以上之廠商進貨紙箱作為出貨使用，並將門市回倉紙箱轉為退貨包裝。2025 年度達成出貨紙箱 100% 重複使用，無額外採購新紙箱。同時，全面回收廠商到貨填充物作為緩衝材，取代單次性耗材採購。
裝載效率提升	貫徹「滿箱出貨」原則，規範未滿箱之貨件以兩日為限暫緩配送，以提升車輛裝載率。 2025 年度出貨總箱數下降 16.7%。
全流程無紙化	從進、出貨到退貨程序全面導入 PDA 數位化作業，僅保留必要之簽收單據。 2025 年度約減少 16,500 張紙張使用（約 66 箱），節省支出達 28,710 元。

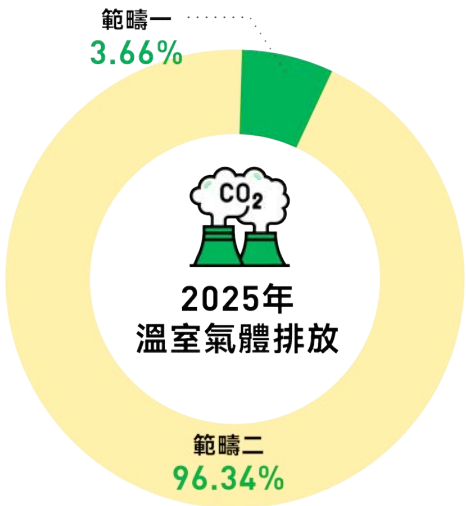
車隊管理與營運韌性

車輛汰換與監控	燦坤之運輸車輛全面採行租賃模式，以建構高效能之綠色車隊。我們建立嚴格的車輛汰換機制，原則以 5 年為作業基準，若個別車輛維修頻率偏高，則縮短至 3 年即進行汰換，確保車隊維持低油耗與低排放之優異性能。此外，全數車輛均配置衛星定位系統（GPS）實施即時監控，藉此精進調度作業與路徑管理效率。2025 年度所屬承租車輛均符合 5 年內之汰換標準，整體運作效能良好。
營運不中斷機制	針對高度依賴系統之配貨作業，我們已著手建立系統異常標準作業流程，確保於收發貨階段遭遇系統故障時，仍能維持基本營運韌性，後續將持續完善應變體系。

4.2 環境節能管理

4.2.1 溫室氣體管理

面對氣候變遷的嚴峻挑戰，燦坤以「科學盤查、精準減碳」為核心策略，積極實踐環境治理責任。自 2024 年完成集團首次全面性溫室氣體盤查後，我們持續深化碳管理機制。2025 年盤查作業嚴謹遵循《溫室氣體盤查議定書》（The GHG Protocol）標準執行，年度溫室氣體排放量為 22,067.4193 公噸二氧化碳當量 (tCO₂e)，並取得由利安達聯合會計師事務所依據 ISAE 3410《溫室氣體陳述之確信業務之國際準則》執行有限確信。同時，我們也持續推動能效提升計畫，包含導入智慧電表、升級空調與照明系統，並積極擴展太陽能再生能源之應用。展望未來，燦坤將持續強化營運能效，致力為消費者打造更具永續價值的綠色消費體驗。



項目	項目	排放量 (tCO ₂ e)	
		2024 年	2025 年
範疇 1 直接溫室氣體排放	移動式燃燒源、逸散性排放源	2,066.1792	807.4968
範疇 2 間接溫室氣體排放	外購電力	22,896.8557	21,259.9225
溫室氣體總排放量		24,963.0349	22,067.4193
營業額（百萬元）		18,985.72	17,676
溫室氣體排放密集度（tCO ₂ e/百萬元）		1.315	1.2484

註 1：盤查邊界：燦坤內湖總部辦公室、全台 293 家門市（含離島及 2025 年已閉店 7 家門市）、全台 6 個物流據點（另外有 2 個物流據點與門市共用設備，故未計入）、印尼 TKPDI。

註 2：全球暖化潛勢 (GWP) 引用 IPCC 第六次評估報告 (AR6)。

註 3：範疇一排放源來自：固定式燃燒排放源：柴油發電機、液化石油氣桶裝瓦斯；移動式燃燒排放源：汽 / 柴油公務車、汽油割草機；製程排放源：乙炔鋼瓶、WD-40 除鏽潤滑劑、噴燈瓦斯（丁烷）；逸散排放源：冰箱、飲水機、冷氣、冰水機等冷媒設備。

註 4：台灣電力係數採用經濟部能源署公告之民國 113 年度電力碳排係數：0.474 公斤 CO₂/度。

註 5：IEA (2025) Emission Factors-CO₂ emissions per kWh of electricity and heat (gCO₂/kWh)-INDONESIA 2024：0.7868 kgCO₂/度。

4.2.2 能源管理



燦坤營運據點遍佈全台，能源消耗以電力為大宗。為優化資源利用效率，本公司貫徹用電監測自動化，透過智慧電表掌握能耗趨勢，並汰換照明、空調等高耗能設備，從源頭落實節能管理。

2025 年整體能源用量為 168,870.67 GJ，較 2024 年顯著減少 10.40%，能源密集度則降至 9.55 GJ/ 百萬元營收。分析能源結構，電力佔比達 94.39%，其中門市用電佔總體 90.07%。有鑑於此，我們鎖定門市端作為能源轉型的核心，藉由精準監測與節能技術的深度應用，在強化營運效益的同時，極小化環境衝擊。

在再生能源布局上，燦坤積極擴大綠能應用範疇。2025 年本公司完成內湖總部太陽能發電設備裝設工程，並採取「自發自用為主，餘電躉售」之策略，實質貢獻台灣再生能源發展。未來，我們將逐步推動低碳服務模式，朝向永續經營目標穩步邁進。

	溫室氣體種類	溫室氣體年總排放當量 (tCO ₂ e)	
		2024 年	2025 年
範疇 1	固定燃燒直接排放量	0.4687	0.1083
	移動燃燒直接排放量	791.4346	712.2080
	工業製程之直接製程排放及移除量	0.0084	0.0054
	人為系統中溫室氣體釋放產生的直接逸散排放量	1,274.2675	95.1751
直接排放當量總計 (tCO ₂ e)		2,066.1792	807.4968
範疇 2	外購電力產生的排放量	22,896.8557	21,259.9225
總排放當量總計 (tCO ₂ e)		24,963.0349	22,067.4193

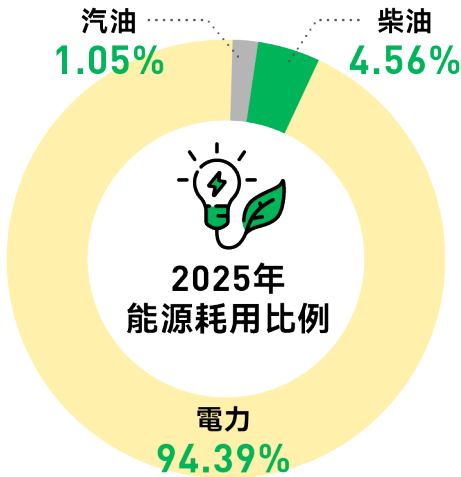
燦坤節能措施

內湖總部節能	
電子簽核系統	簽呈以電子簽呈方式進行，預計一年可省下 16,500 張紙，共計節省 1.0164 tCO ₂ e
辦公室節能	汰換高耗能設備，更新節能照明及空調設備；推行午休關燈一小時，落實嚴謹的下班用電管理，要求同仁於每日下班前，確實關閉電子產品之電源

門市節能	
用電監控系統	與今時科技合作建置智慧管理系統及雲端可視化系統，運用數據監控，提升用電效率 ▶ 共 33 家門市導入電價管理
照明設備節能	- 門市全面汰換 LED 燈管及招牌設備 - 招牌燈依據日照時間進行動態調控，降低能源損耗

運輸作業節能	
一級節能貨車	使用一級能效貨車，作為物流配送，2025 年共租賃 65 台
數位化倉儲作業	降低紙本作業，商品進貨、驗收、入庫等全程使用 PDA 作業，不使用紙本
物流車班實施二日配	各區挑選貨量較少的小型門市，不實施每日物流車到店，減少車輛柴油油耗

燦坤能源耗用量



註 1：2023 年車用汽油熱值 7800 kcal/L、柴油熱值 8400 kcal/L，來源：環境部溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版。

註 2：2024 年車用汽油熱值 7609 kcal/L、柴油熱值 8642 kcal/L，來源：環境部 113 年度公告低位熱值。

註 3：2025 年車用汽油熱值 7586 kcal/L、柴油熱值 8636 kcal/L，來源：環境部 114 年度公告低位熱值。

註 4：1kcal=0.0011622kWh，1000 kWh =3.6GJ

註 5：盤查邊界：全台門市、總公司、後勤物流配送、印尼 TKPDI。

註 6：2023 年用電度數未扣除分租、未加回承租分攤。

項目	單位	2023 年 ¹	2024 年 ²	2025 年 ³
直接能源耗用－汽油	公升 (L)	65,261.00	64,690.17	55,961.50
直接能源耗用－柴油	公升 (L)	251,049.00	236,100.95	213,059.45
液化石油氣	公斤 (KG)	－	－	20.00
間接能源耗用－電力	千度 (MWh)	50,002.89	48,231.54	44,163.76
間接能源耗用－綠電	千度 (MWh)	－	－	112.38
能源總量	GJ	195,353.09	188,476.69	168,870.67
營業額	百萬元	19,984.88	18,985.72	17,676.94
能源密集度	GJ/ 百萬元	9.7750	9.9273	9.5532

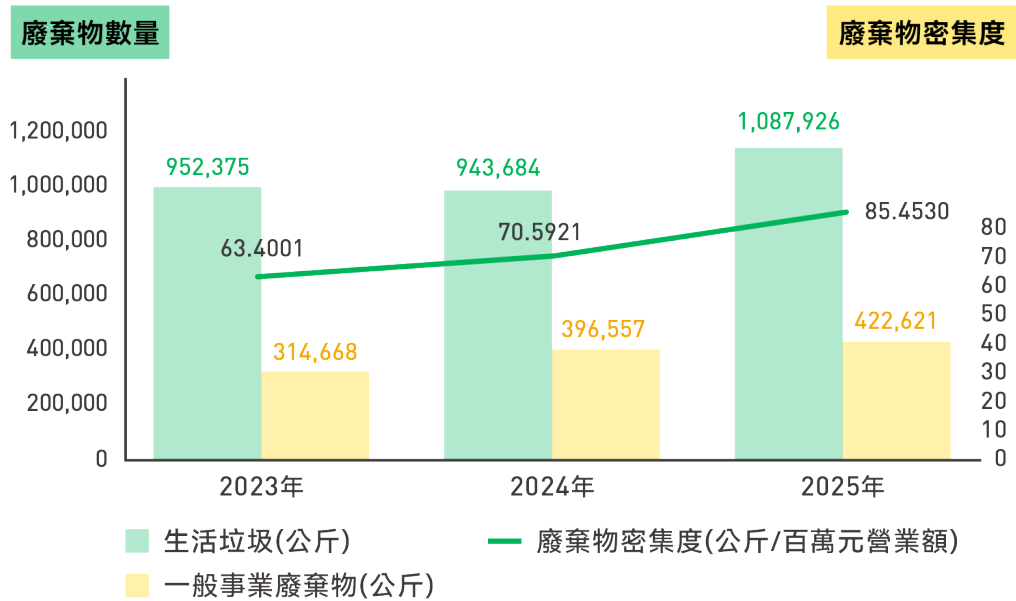
4.2.3 廢棄物管理

燦坤致力於強化終端廢棄物管理，透過建立門市電子廢棄物及耗材回收機制，積極落實綠色循環經濟。我們要求配送人員依政府「廢四機」規範回收大型家電，降低 3C 廢棄物之環境衝擊，落實綠色循環經濟。2025 年廢棄物總量 1,510,547 公斤，較 2024 年略有上升。主要係因 2025 年首度納入印尼子公司(TKPDl)使統計範疇擴大。燦坤將持續強化門市端源頭減量與資源分類，並提升新納入據點之管理力道。

廢棄物減量目標

燦坤以 2025 年為基準年，係該年度盤查邊界已完整涵蓋內湖總部、全台門市、物流據點及 TKPDl，為首個具完整可比性之年度。減量目標為至 2030 年前，較基準年每年減少 0.8% 之廢棄物總量，並自源頭減量、資源分類及委外處理三面向推動。

燦坤近三年廢棄物產生量



	2023 年	2024 年	2025 年
生活垃圾（公斤）	952,375	943,684	1,087,926
一般事業廢棄物（公斤）	314,668	396,557	422,621
小計（公斤）	1,267,043	1,340,241	1,510,547
廢棄物密集度（公斤 / 百萬元營業額）	63.4001	70.5921	85.4530

註 1：門市生活垃圾計算方式為（當月約當正職人數 × 當月日數 × 環境部公告每人每日一般廢棄物產生量）；總部與後勤單位則依清運合約實際重量統計。

註 2：2025 年新增印尼子公司（TKPDl）廢棄物數據。

註 3：一般事業廢棄物（門市整改、清運）依第三方清運單據統計；若單據僅載明車次或體積，則依車輛容積換算為公斤數。

家電回收廢棄物處理

我們推動「酒矸尙賣嘸」舊換新專案，結合政府「節能補助政策」，引導消費者汰換高耗能家電，轉用高能效產品。針對回收之廢棄電器，燦坤建立嚴謹的追蹤機制。

當顧客完成舊換新購買流程後，由燦坤安裝人員於現場回收舊機器並開立回收聯單，後續由回收人員將廢棄電器運送至具環境部認證資格之合格回收場，並將聯單資料提供予回收商備查。回收商需將回收紀錄登錄於環境部系統，以完成完整回收程序，確保資訊可追溯、過程合法合規，落實資源循環再利用的責任。

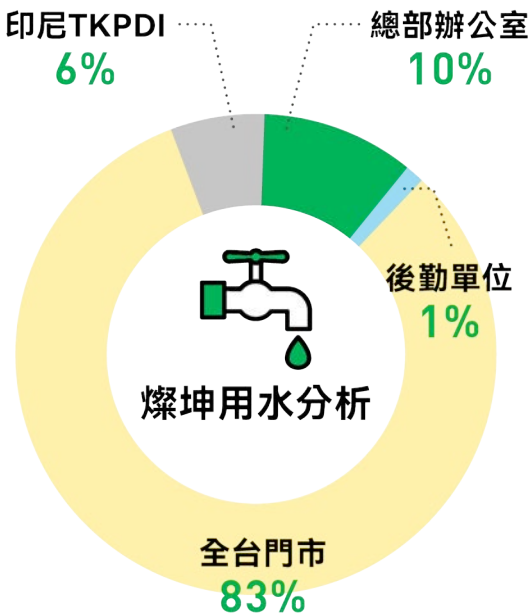
燦坤廢棄物減量措施

作業電子化	■ 導入電子簽核線上系統、配送安裝作業導入 APP
廢棄物回收利用	■ 空紙箱重覆利用，當作物流及維修的商品包材 ■ 大型家電包材保麗龍會收集到物中心，數量足夠後會請回收廠商載運

4.2.4 水資源管理

燦坤營運據點之用水來源皆為民生用水（自來水），並嚴格遵循法規要求，將生活污水排入地方政府之污水處理系統。2025 年全公司總取水量為 265.513 百萬公升。全台門市為最主要的用水來源，占整體用水的 83%，透過設備汰換、日常維護管理及配合地方政府節水倡議，積極減少資源耗損，落實水資源管理目標。

2025 年燦坤用水情形



燦坤節水措施

定期檢查設備	- 定期檢查水管管路，及時修復漏水問題 - 完成總部大樓 / 部份後勤據點，頂樓及露台防漏水工程
操作人員節水訓練	針對操作人員規劃節水操作教育訓練課程，強化人員知識與操作敏感度，降低不必要的耗水行為。

我們參考 Aqueduct 初步評估各據點之水風險程度，結果為中低風險程度，設定近、中、遠期節水目標，透過不斷宣導教育訓練及文宣，讓同仁對於節水觀念深刻，化為行動執行。

燦坤近三年自來水取水量

	2023 年	2024 年	2025 年
取水量（百萬公升）	278.114	293.309	265.513
營業額（百萬元）	19,984.88	18,985.72	17,676.94
密集度（百萬公升 / 百萬元營業額）	0.0139	0.0154	0.0150

註 1：盤查邊界為總部辦公室、全台門市、與全台物流中心、印尼子公司（TKPDI）。
註 2：2025 年新增印尼子公司（TKPDI）數據。



5 友善職場

5.1 燦坤專業團隊

5.2 健康安全職場



5.1 燦坤專業團隊



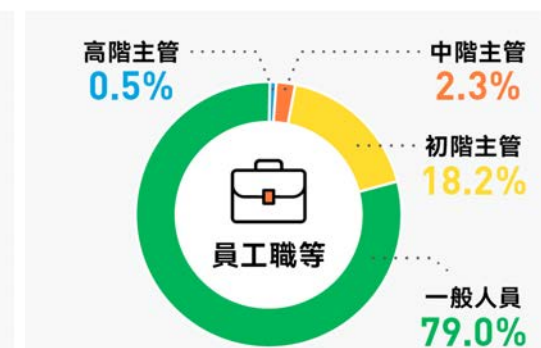
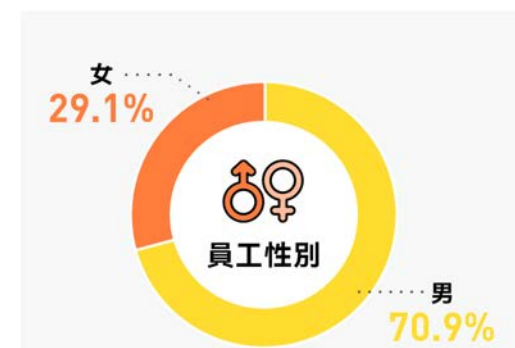
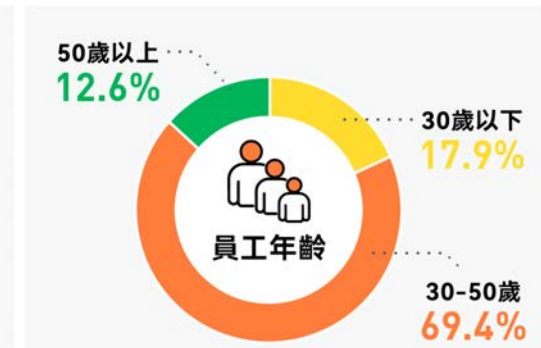
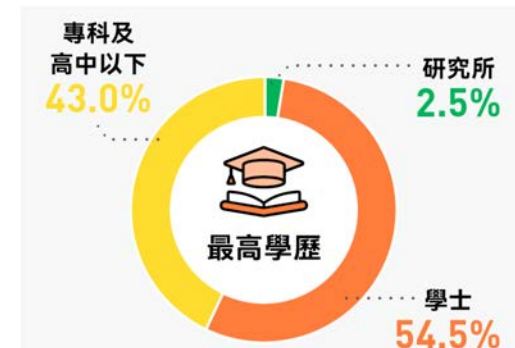
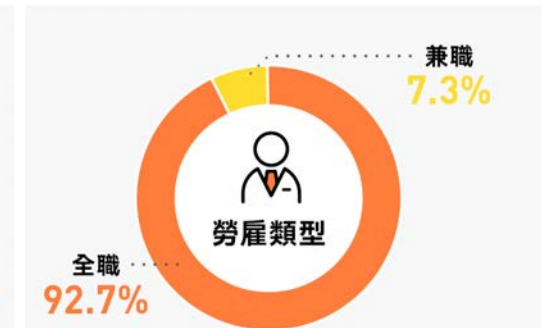
5.1.1 燦坤團隊

人才是燦坤最核心的資產，我們將「專業、誠信、用心」的核心理念植入團隊精神，打造出專業與誠信兼備的企業文化。藉由系統化的職能培訓，我們全力支援同仁精進專業，並建立透明公正的職場環境；讓每一位同仁的專業表現，都能成為顧客心中最值得信賴的 3C 服務指標。



燦坤 2025 年員工類型

燦坤深耕台灣，將在地人才視為成長基石。營運據點管理職 100% 由本國籍同仁擔任。我們透過在地人才的栽培與提拔，建立具備本土專業韌性的經營團隊。



	總部辦公室				門市人員				後勤人員			
	男		女		男		女		男		女	
	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比	人數	佔比
30 歲以下（人）	14	0.7%	27	1.4%	204	10.4%	93	4.7%	11	0.6%	4	0.2%
30-50 歲（人）	72	3.7%	78	4.0%	833	42.3%	269	13.7%	93	4.7%	22	1.1%
50 歲以上（人）	31	1.6%	17	0.9%	104	5.3%	56	2.8%	34	1.7%	7	0.4%
合計（人）	117	5.9%	122	6.2%	1,141	57.9%	418	21.2%	138	7.0%	33	1.7%

2025 年全體同仁總計 1,969 人，其中包含 20 名原住民族同仁與 33 名身心障礙同仁。身心障礙同仁占比達 1.68%，優於法規標準；我們致力建構平等的職場空間，讓不同背景的同仁都能在燦坤發揮所長，共同營造多元共融的勞動環境。

針對全球營運支援，印尼子公司 TKPDI 聘用 18 名專業外包同仁，職責涵蓋清潔、保全及維修等領域。我們除了確保營運流程完全符合當地法令規範外，更藉此具體實踐企業責任經營的承諾。

管理職與非管理職之性別佔比

	男		女	
	人數	佔比	人數	佔比
高階主管	9	0.5%	1	0.1%
中階主管	33	1.7%	12	0.6%
初階主管	327	16.6%	31	1.6%
一般人員	1,027	52.2%	529	26.9%
合計	1,396	70.9%	573	29.1%

註：高階主管定義為協理級以上、中階主管定義為經副理級、初階主管定義為課長階級。

5.1.2 人才吸引與留任

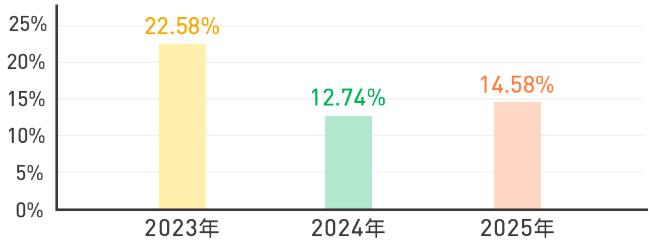


燦坤深植人才培育，藉由制度化招募與具競爭力的薪酬福利，開拓多元職涯路徑。我們積極打造安心成長、誠信發揮的工作環境，將員工的用心與創新轉化為顧客最貼心的服務體驗，奠定企業穩健成長的根基。

為強化人才穩定性，燦坤落實友善職場精神與完善的留才機制。2025 年員工離職率為 14.58%，相較於 2023 年之 22.58% 已大幅下降 8 個百分點，顯見留才政策之長期成效。儘管 2025 年離職率較 2024 年 (12.74%) 微幅回升，本公司仍保持高度關注，並透過直屬主管面談以掌握異動動機。經分析，同仁離職主因為個人生涯規劃與家庭因素；若反映事項涉及組織運作，則由相關部門啟動制度檢討與精進程序。

在個人職涯發展方面，我們持續推動跨部門輪調機制，協助同仁開展多元職能空間；針對家庭照顧需求，則推廣育嬰留職停薪與家庭照顧假，並輔以靈活的門市調店留任機制，有效減少因個人生活環境變動導致的人才流失，進而維繫與同仁的正向循環關係，穩固企業永續經營之核心競爭力。

近三年離職率



2025 年燦坤新進與離職率

	總部辦公室		門市人員		後勤人員	
	男	女	男	女	男	女
<30 歲（人）	2	7	87	33	4	2
30-50 歲（人）	4	8	32	15	5	0
>50 歲以上（人）	0	2	2	1	1	0
合計（人）	6	17	121	49	10	2
新進比例（%）	0.30%	0.86%	6.15%	2.49%	0.51%	0.10%

	總部辦公室		門市人員		後勤人員	
	男	女	男	女	男	女
<30 歲（人）	-	7	96	36	5	1
30-50 歲（人）	-	4	57	32	12	5
>50 歲以上（人）	2	1	12	4	4	0
合計（人）	11	12	165	72	21	6
離職比例（%）	0.56%	0.61%	8.38%	3.66%	1.07%	0.30%

註 1：新進率 = 新進人員 / 2025 年底員工總數
註 2：離職率 = 離職人員 / 2025 年底員工總數
註 3：燦坤門市人員的新進、離職率較高，因與零售業人力結構與工作特性相關

人才吸引策略

 內部推薦與輪調	人力發展部與各部門主管
 線上招募平台	官網 / 104/1111/123/ 台灣就業通
 實體管道	就業博覽會 / 校園徵才
 員工管道	內部徵才招募
 其他管道	徵才文宣與影音曝光

產學合作計畫與人才紮根

燦坤深耕人才向下紮根，致力於與大專院校構築長期的戰略夥伴關係。透過深度產學合作機制，我們引導在校學生提早與職場接軌，在實務作業中精進應用能力，厚植「畢業即就業」的競爭優勢。同時，本公司積極對接政府人才補助計畫，系統化地預育專業新血，不僅有效緩解人力缺口，更達成校園與企業共榮雙贏的目標。在具體成效上，燦坤因長期投入人才培育，於 2025 年榮獲僑光科技大學頒發「第六屆產學合作績優實習機構」殊榮，此項獎項肯定了本公司在實習制度規劃與人才輔導上的卓越表現。透過各類產學鏈結，我們成功吸引並留任更多具備潛力的優秀人才，為企業的永續經營儲備穩健的生力軍。

產學合作名單

- 中正大學

■ 樹德科技大學

■ 德明財經科技大學

■ 正修科技大學

■ 僑光科技大學



5.1.3 員工福利制度



燦坤設立職工福利委員會，規劃同仁福祉及各項團體活動。2025 年全年度共舉辦 14 場活動，內容涵蓋總部與門市之家庭日、電影欣賞及聖誕抽獎等，提供同仁與家人互動及跨單位交流的機會。此外，透過辦理淨灘活動，號召同仁走入自然環境，將環境守護意識納入日常互動中，實踐對環境永續的參與。

在保障機制方面，所有正職員工皆納入福委會保障範圍，享有完整的福利制度；同時，公司亦提供團體保險與健康檢查等補助予兼職員工，確保全體同仁皆能獲得基本的健康與安全保障。

燦坤 6 大福利措施

禮金 / 補助	- 董事會生日禮金 - 結婚禮金、生育禮金每胎 4,800 元 - 奠儀金、住院慰問金、急難救助金 - 三節禮金、勞動節禮金 - 社團補助金、員工聚餐補助金	2025 年共發放 15,547,766 元
健康照護	- 全額補助團體保險（包含兼職同仁） - 員工健康檢查補助（包含兼職同仁） - 專業醫師專業健康諮詢	100% 員工團體保險
福利設施	- 總部上下班交通車 - 總部按摩椅設施 - 汽機車停車場 - 哺集乳室	交通車每日載運 180 人次

員工頒獎	久任員工頒獎表揚	感謝同仁長期的信任與付出。年資達 25 年、30 年及 35 年之久任同仁，由單位主管代表進行午餐餐敘，並頒發專屬獎座、感謝卡及燦坤 K 幣 2,000 元，以實質獎勵感謝其職涯貢獻。2025 年全年度共表揚 22 位 久任同仁
員工優惠	員工專屬新產品優惠體驗	提供新上市商品優惠價購買，包含電子衣櫥、淨水器、智慧電子鎖等生活家電，以及空調室內機保潔服務
福委活動	- 各地區家庭日活動 - 減重競賽	連續五年舉辦減重競賽，2025 年共有 51 位 同仁響應
運動社團	- 登山社 - 羽球社（每週四定期舉行）	社團活動總補助金額為 23,760 元

健康促進社團活動



羽球社



登山社

退休制度

燦坤依勞基法規定，辦理員工退休金支付；並確保公司足額提撥，保障員工未來請領退休金的相關權益。

舊制退休金	按每月薪資總額 2% 提撥員工退休準備金，專戶存入台灣銀行
新制退休金	按每月 6% 薪資提撥至勞工保險局之個人退休金專戶



本公司截至 2025 年底，選擇舊制退休金員工佔 19%、新制退休金佔 81%，2024 年 7 月經台北市政府勞動局核准，自 2025 年 8 月至 2026 年 7 月暫停提撥，因專戶累積金額足以支應退休金給付所需。

退休員工反聘與專業留任

為延續營運經驗並確保專業傳承，具備資深實務資歷之退休同仁，公司設有反聘機制，視實際經營需求評估回任。回任同仁之權益比照正職員工，採取一年一約之彈性合作模式，確保專業閱歷得以持續發揮貢獻。2025 年全年度共計有 1 位回任同仁，透過此方式將經營見解傳承予後進，協助組織穩定發展。

育嬰假

燦坤配合政府推動之育嬰留職停薪制度，同仁於育嬰階段可依個人需求申請留職停薪，以兼顧家庭照顧與專業成長。為保障同仁復職後之職涯延續性，公司除提供原職復職保障外，更建立「家庭照護轉調機制」：若同仁因育兒需求產生居住地異動或出勤時間考量，公司將媒合合適之門市或單位職缺，協助同仁在變動的生活階段中，仍能於組織內穩定發揮所長。

	男	女	合計
A.2025 年符合申請育嬰留停人數	73	40	113
B.2025 年實際申請育嬰留停人數	9	11	20
C.2025 年預計育嬰留停復職人數	7	14	21
D.2025 年實際育嬰留停復職人數	7	8	15
復職率（D/C）	100.00%	57.14%	71.43%
E.2024 年育嬰留停復職人數	6	13	19
F.2024 年育嬰復職持續工作一年	4	11	15
留任率（F/E）	67%	85%	79%

公平的薪酬制度

本公司任用員工以學經歷背景、專業技能等為核定薪資水準。核薪標準不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、性別、性傾向、年齡等有所不同，給予員工公平、平等、合理之薪酬待遇。

基層人員基本薪資，與勞基法基本薪資比率皆為 1，台灣地區店內人員薪資 100% 符合法規最低薪資。

基層人員薪資與當地法令基本薪資比率

	 台灣地區 ¹		 印尼地區 ²	
性別	男	女	男	女
比率	1.04	1	1	1

註 1：法令基本薪資參考勞動部公告之 2025 年基本薪資 28,590 元。

註 2：印尼地區參考當地公告之基本薪資 5,938,885 元印尼盾。

2025 年一般員工及管理階層平均薪資比

	基本薪資		平均薪酬 ¹	
	男	女	男	女
高階主管	1.52	1	1.61	1
中階主管	1.04	1	1.1	1
基層主管	1.15	1	1.04	1
一般員工	1.04	1	1.03	1

註 1：平均薪酬 = 基本薪資 + 獎金 + 福利金 + 臨時工資。

非主管全時員工薪資概況

	2023 年	2024 年	2025 年
非主管全時員工人數	1,897	1,834	1,771
非主管全時員工薪資平均數	663	683	710
非主管全時員工薪資中位數	629	643	674

2025 年非主管全時員工為 1,771 人，非主管全時員工薪資平均數為 710 千元，非主管全時員工薪資中位數為 674 千元，與 2024 年相比，全時員工人數降低，年薪資平均數增加 3.95%、年薪資中位數增加 4.82%。

燦坤年度總薪酬比率

	2023 年	2024 年	2025 年
年度總薪酬比率 ¹	25.99	23.70	23.16
年度總薪酬變化比率 ²	-493.59%	-253.96%	62.11%

註 1：年度總薪酬比率 = 組織薪酬最高個人之年度總薪酬 / 所有員工（不包括該薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數。

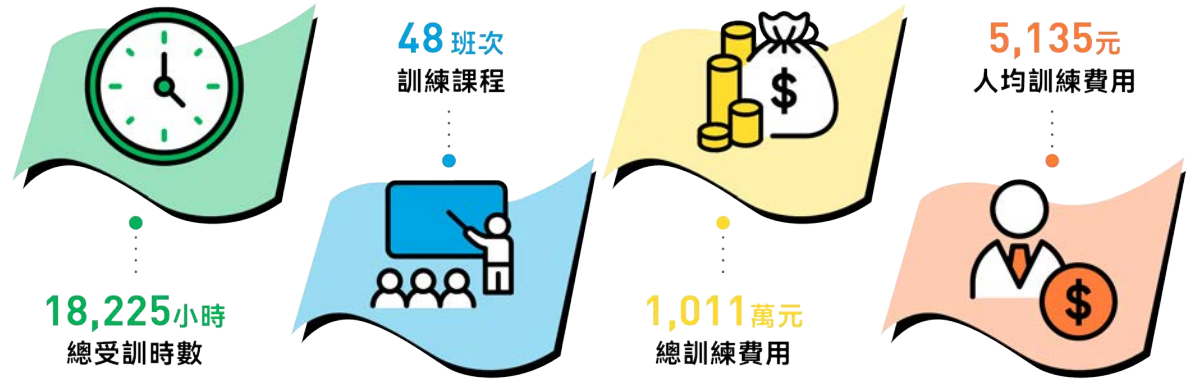
註 2：年度總薪酬變化比率 = 組織薪酬最高個人之年度總薪酬增加百分比 / 所有員工（不包括該薪酬最高之個人）之年度總薪酬中位數增加百分比。

5.1.4 人才培育與發展



我們始終相信，企業的永續競爭力來自於對人才的長期投入。秉持著 3A (Anytime、Anyone、Awesome) 與 4 心 (用心、安心、貼心、放心) 的理念，我們致力於打造一個尊重差異、重視潛能、並提供公平發展機會的學習環境。

燦坤 2025 年教育訓練重點績效





燦坤人才培育 6 大面向

燦坤為延續良好企業文化，透過人才的培養，提高員工績效與素質，進一步提升顧客滿意度，同時達到人才與企業的共同成長。

燦坤人才培育列表

訓練類別	說明	班次	訓練人次
 專業訓練	服務禮儀、商品專業知識、外訓課程	33	1,687
 管理能力	管理職能課程、核心職能課程、年度策略會議	9	513
 人權教育	勞動桌遊體驗及勞動知識講解課程	2	43
 誠信經營	誠信經營與法遵宣導講座、員工行為準則暨性平宣導	2	2,076
 資訊安全	社交工程防護教育訓練、資訊安全宣導測驗	2	2,062

教育訓練投入概況

燦坤深植人力資本之長期價值，將同仁專業素養之精進視為組織成長的核心驅動力。我們透過建構系統化且具備高度職能對位性的培育體系，針對不同職務屬性與管理層級，量身打造差異化的學習路徑，旨在協助每位同仁於職涯發展中精進專業深度與管理範疇，達成人才競爭力與經營目標的同步增長。

2025 年整體教育訓練總時數達 18,225 小時，男性平均訓練時數為 10.04 小時、女性平均訓練時數為 6.99 小時，整體人均訓練時數為 9.16 小時。

人才教育訓練時數

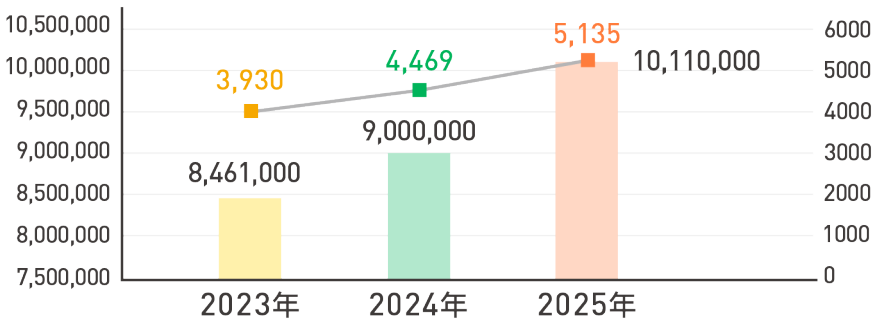
	訓練時數		員工人數（人）		平均訓練時數	
	男	女	男	女	男	女
總公司	848.79	745.05	121	124	7.01	6.01
門市人員	13,192.19	3,227.11	1,156	418	11.41	7.72
後勤人員	171.95	39.87	138	32	1.25	1.25
合計	14,212.92	4,012.04	1,415	574	10.04	6.99

	訓練時數		員工人數（人）		平均訓練時數	
	男	女	男	女	男	女
高階主管	21.61	3.82	11	2	1.96	1.91
中階主管	49.24	20.34	32	11	1.54	1.85
基層主管	6,867.65	495.09	312	31	22.01	15.97

註：基層主管為課級主管及門市店長；中階主管為理級主管；高階主管為部門最高主管。

近三年教育訓練投入金額

近三年訓練費用



燦坤深植人力資本之長期培育，近三年教育訓練總投入金額與人均費用皆呈現穩健成長趨勢。2025 年訓練總費用為新台幣 10,110,000 元，較 2024 年之 9,000,000 元增長 12.33%；人均教育訓練費用亦由 2024 年之 4,469 元提升至 5,135 元，增幅達 14.90%。除了充實訓練資源之廣度，公司亦重視每位同仁之學習深度與實質受益程度，透過專業團隊之建構，強化組織之永續經營韌性。

新進人員培育

為了協助新進同仁快速融入企業團隊，培訓內容涵蓋企業文化、經營沿革、規章制度及職場環境安全等範疇。針對總部、門市及後勤單位之職能需求，提供對應之入職引導與行政支持，協助同仁穩定銜接工作崗位。2025 年共計辦理 76 人次，總訓練時數達 76 小時。

專業人才職能精進

透過多元化課程強化各單位同仁之專業職能，致力打造優質服務團隊。本年度重點培訓計畫涵蓋三大領域，全面提升服務品質與組織運作效能：

門市戰力強化

辦理「商品動力營」，深化第一線同仁對新品特色之掌握，確保提供顧客專業的諮詢服務。

頂級服務深耕

推動「精品管家培訓」，鎖定高消費客群之服務需求，培育具備全方位專業素養之精品管家人才。

領導職能發展

開設「管理職能訓練」，針對各階層主管提升決策與帶領團隊之職能，進而帶動組織整體績效。

商品動力營

掌握新品特點提升
門市銷售能力

參與人次：**1,241**人
訓練時數：**9,928**小時

精品管家培訓

遴選優秀人才
打造全方位精品管家

參與人次：**8**人
訓練時數：**272**小時

管理職能訓練

提升領導職能與組織績效

參與人次：**55**人
訓練時數：**385**小時

顧問式銷售訓練

為滿足消費者多元化之 3C 生活需求，公司針對門市管理職同仁辦理顧問式銷售訓練，將傳統銷售模式提升至專業諮詢層次。透過系統化之需求探詢與專業服務引導，旨在協助同仁精確理解顧客潛在需求，進而提供適切之生活解決方案，強化門市服務深度與經營績效。

訓練類別	課程重點	堂數	參與人次
股副理顧問式銷售	建立顧問式銷售體系之應用，深化以顧客為導向的需求探詢技巧；同時提升商品特性說明與說服力，精確掌握異議問題處理，強化門市銷售領導力。	1	20

員工績效評估與發展制度

燦坤致力於落實公平、透明之績效評估體系，以同仁日常工作實績為核心，進行客觀之績效評核。針對個別表現異動之個案，公司亦建立專案輔導與配套改善機制，以確保同仁職涯發展之正向循環。2025 年全體員工（含兼職人員）均已依規完成年度績效評核，達成 100% 績效評估涵蓋率。

	考核方式	執行頻率	做法說明
管理階層	管理能力自評	每半年乙次	依據管理考核辦法，針對領導指標與團隊具體表現進行自我評分
全體員工	自評回饋	每半年乙次	針對考核期間之工作實績與 KPI 達成率進行自評
	評核分級	每半年乙次	由主管依據年度表現進行五級評核（1A 至 5A，5A 為最高評分）
	績效面談	不定期	針對工作表現異動之同仁進行專案輔導

5.2 健康安全職場

5.2.1 職業安全衛生管理



燦坤深切關懷每位同仁的健康與安全，致力於建構保障全員生命財產安全的友善職場。自 2023 年起，本公司取得衛生福利部「健康職場認證」，並推動各項安全衛生管理程序，確保同仁在各營運據點皆擁有安全、舒適且健康的工作環境。燦坤以「零災害」為長期目標，持續優化作業流程與防護措施。

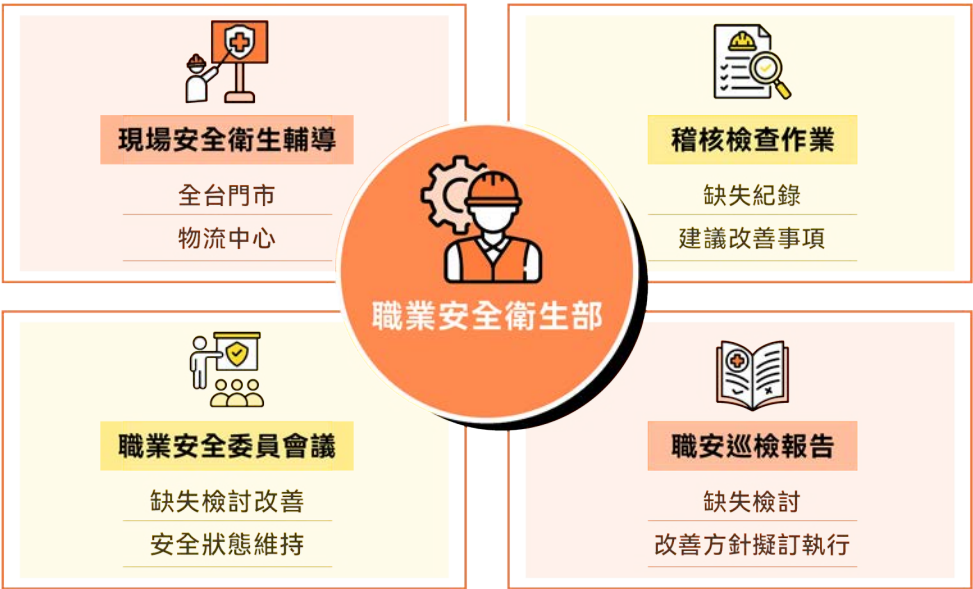
職業安全衛生管理架構

為強化安全管理能見度，燦坤制定「職業安全衛生管理計畫」及「職業安全衛生自動檢查計畫」，由職安專責部門每月前往全台門市與物流中心執行現場稽核與輔導，並針對巡檢發現之缺失提出改善建議。

職業安全衛生委員會

燦坤依據《職業安全衛生管理辦法》設立「職業安全衛生委員會」，由指定單位一級主管、職安衛專業人員、醫護人員及超過三分之一的勞工代表組成。委員會每季定期召開會議，負責對雇主擬訂之政策提出建議，並審議安全衛生教育訓練、作業環境監測、健康促進及承攬業務管理等重大事項。2025 年共召開 4 次職業安全衛生委員會會議，藉此考核現場管理績效並追蹤各項安全提案之執行成效。

燦坤職業安全衛生管理流程





職場風險評估與危害鑑別

燦坤依循職業安全衛生管理體系，建立完善的危害鑑別與風險評估流程，並制定內部管理程序，系統化識別營運活動中潛在的安全與健康風險來源。我們秉持「預防優先」的管理原則，針對識別出的風險採取具體的控制與改善行動。

危害鑑別涵蓋所有部門作業項目，評估範圍包括人員、設備、作業程序、作業環境及相關法規要求，評估結果則作為風險等級分類之依據，並將重大及高度風險項目列為年度職業安全目標與行動方案的優先管理重點。

職安日常作業與事故調查程序

日常稽核作業

職業安全衛生部門定期巡查全台門市與作業場所，針對工作環境、機械設備、工程採購發包及危害性化學品等項目進行檢查。若發現異常缺失，將即時要求單位限期改善，並彙整專案報告進行追蹤管理。

事故調查處理程序

本公司依事故嚴重程度，區分為「重大災害」、「一般意外事故」及「虛驚事故」三類，並採取分級調查與通報流程。所有事故均須追蹤後續預防方案的執行狀況，確保事件獲得有效處置，並從中建立防範對策，防止同類事故再次發生。

風險評估等級與控制規劃

	風險等級	風險控制規劃	備註
不可接受風險	5 重大風險	須立即採取風險降低設施，在風險降低前不應開始或繼續作業	對於重大及高度風險者須發展降低風險之控制設施，將其風險降至中度以下
	4 高度風險	須在一定期限內採取風險控制設施，在風險降低前不可開始作業，可能需要相當多的資源以降低風險，若現行作業具高度風險，須儘速進行風險降低設施	
	3 中度風險	須致力於風險的降低，例如： ■ 逐步採取風險降低設施、以逐步降低中度風險之比例 ■ 對於嚴重度為重大或非常重大之中度風險，宜進一步評估發生的可能性，作為改善控制設施的基礎	
可接受風險	2 低度風險	暫時無須採取風險降低設施，但須確保現有防護設施之有效性	須落實或強化現有防護設施之維修保養、監督查核及教育訓練等機制
	1 輕度風險	不須採取風險降低設施，但須確保現有防護設施之有效性	

職業安全教育訓練

燦坤重視同仁在工作環境上的安全，定期安排教育訓練與複訓，共計 5,243 小時。

對新進員工到職時即辦理「安全衛生教育訓練」3 小時，及在職員工每年辦理「安全衛生教育訓練」1 小時；各類職安證照，從事作業管理人員、設備操作人員及急救、搶救人員，每年須接受各類資格證照初訓及回訓，課程時數依「職業安全衛生教育訓練規則」規定辦理。



新進人員職安訓練



AED+CPR 急救課程訓練



冷氣安裝危害職安訓練



危險性化學品教育訓練

2025 年職業安全教育訓練列表

訓練課程	對象	參與人次	總時數
在職人員職業安全衛生教育訓練	全體同仁	1,380	1,380
堆高機操作人員	-	10	30
屋頂作業主管		11	66
有機溶劑作業主管		1	6
特定化學物質作業主管		1	6
承攬商職業安全衛生教育訓練	承攬商	470	1,410
丙種職業安全衛生業務主管初訓	門市店長	8	168
急救人員安全衛生教育訓練		8	128
防火管理人訓練初訓		9	108
(一般業) 職業安全衛生業務主管複訓	門市店長 物流主管	55	330
急救人員安全衛生在職教育訓練		46	138
防火管理人訓練複訓		93	558
後勤物流同仁職業安全衛生教育訓練	後勤同仁	298	298
AED+CPR(新光保全)		104	104
新進人員職業安全衛生教育訓練		171	513
合計	-	2,665	5,243

AED 安心場所認證

燦坤積極打造令人安心的營運場域，2025 年本公司總部及內湖旗艦店正式取得「AED 安心場所認證」。目前於全台灣關鍵據點總計設置 8 台自動體外心臟電擊去顫器 (AED)，佈署範圍涵蓋北區、桃園、中區及南區等大型物流中心、高雄配裝倉、企業總部與內湖旗艦店。透過全台物流與營運據點的救護設備配置，建構起周全的緊急應變體系，確保同仁與顧客在各個場域都能獲得及時的安全保障。

營運據點職業傷害統計

營運據點	可記錄職業傷害		嚴重職業傷害		職業傷害類型	矯正預防措施
	件數	比率	件數	比率		
總部	4	1.05	0	0	通勤傷害	教育訓練與宣導
台北	4	1.05	0	0	通勤傷害	教育訓練與宣導
新北	7	1.84	0	0	通勤傷害	教育訓練與宣導
桃竹苗	5	1.32	0	0	通勤傷害	教育訓練與宣導
中彰投	4	1.05	0	0	通勤傷害	教育訓練與宣導
雲嘉南	5	1.32	0	0	通勤傷害	教育訓練與宣導
高屏	3	0.79	0	0	通勤傷害	教育訓練與宣導
宜花東	2	0.53	0	0	工作場所	現場巡視及時改善
後勤	8	2.11	0	0	通勤傷害	教育訓練與宣導
TKPDI	0	0	0	0	無	

註 1：職業傷害比率 = 傷害件數 / 總經歷工時 × 1,000,000。
註 2：嚴重職業傷害定義：無法或難以於六個月內恢復至受傷前健康狀態的傷害。
註 3：可記錄職業傷害統計包含失能傷害（損失日數達 1 日以上者）。

5.2.2 員工健康促進



燦坤深植「以人為本」的核心價值，長期深耕同仁健康促進領域，致力於營造安全且具包容性的友善職場。我們透過建置完善的健檢體系、辦理衛教推廣、推動母性健康保護及強化全台據點之急救資源配置，全方位守護同仁的身心狀態並降低潛在職安風險，實踐企業永續經營與守護員工福祉的承諾。

燦坤職業安全衛生管理流程

健康檢查

- 安排巡迴健檢，與 8 間以上個地區健檢機構合作
- 2025 年理級主管健檢：344 名

註：一般員工每 2 年健檢一次；主管級健檢定義為理級主管以上，每 1 年健檢一次

健康衛教宣導

電子郵件發布健康衛教宣導：疫苗施打宣導、戒菸宣導、腦心血管異常負荷宣導、低溫寒害預防宣導、高溫熱危害預防宣導、公費流感疫苗接種預防宣導...

健康設備

- 健康中心 1 間
- 急救醫療箱 315 箱
- 輪椅、氧氣瓶組、甦醒球
- AED 設置 8 台
- 按摩椅 4 座

AED 安心診所

- 設置 AED 8 台，定期每半年維護設備
- 舉辦 CPR 急救與 AED 使用教育訓練，共 104 人參與
- 安排人員參與 CPR+AED 指導員、急救課程訓練

母性健康保護

- 健康衛教宣導
- 執行工作場所危害辨識
- 2025 年完成 9 名母性保護辨識，並提供專業保健輔導
- 哺集乳室
- 親子友善停車位

健康職場認證

- 推動菸害防制工作、各項健康促進工作
- 不定期發布個人健康管理宣導
- 高/低溫發布預警訊息與預防措施

職醫臨場服務

- 特約職護每月至總部臨場服務一次，辦理四大計畫與指引
- 特約職醫每年臨場服務 4 次，辦理職災復工評估

職業健康資源與照護服務

項目	重點策略	2025 年實踐成果
 2025 年理級主管健康檢查	提供理級主管每年自選特約健檢機構之權利，安排優於法規標準的檢查項目，以保障身心健康。	參與人數：344 名。
 母性健康保護	遵循法規指引，建立完善的調查、評估與管理流程，確保同仁安心工作，維護職場健康狀態。	母性健康保護計 9 名，職安部偕同主管完成工作場所危害辨識，並提供同仁保健輔導。
 健康講座	不定期舉辦各類身心健康主題講座，推廣正確的預防保健知識，營造良好的職場環境。	■ 4 月 23 日：中和旗艦店【職場壓力與心理調適】 活動成效：協助同仁掌握情緒管理技巧，建立正向心理素質，計 15 名參與。 ■ 5 月 28 日：總部【中醫筋骨與用藥安全】 活動成效：針對久站或久坐之健康風險，由專業中醫傳授筋骨養生與安全用藥知識，計 36 名參與。 ■ 10 月 15 日：總部【職得用心待你 - 幸福捕手】 活動成效：推廣職場心理健康關懷，建立同仁間的互助支持系統，計 20 名參與。 ■ 10 月 17 日：總部【職場性騷擾防治宣導】 活動成效：強化同仁對職場尊重與法律權益之認識，建構安全友善的執業環境，計 189 名參與。 ■ 11 月 26 日：總部【膝力人生健康講座】 活動成效：針對門市及倉儲同仁提供膝關節保護與日常保健建議，計 156 名參與。

5.2.3 員工人權保障



在燦坤，我們深信每一位同仁的聲音都值得被聽見。為了營造一個公平、信任且充滿尊重的工作環境，我們透過每季定期的勞資會議，建立起透明且對等的交流平台。勞資雙方能針對工作條件、福利與職場權益展開充分對話，共同實踐開放的企業文化。

我們的六大人權政策

一、多元包容與平等的機會

不因個人性別、種族、階級、年齡、婚姻、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、容貌、五官、身心障礙等，有任何差別待遇之語言、態度及行為，共同致力營造一個有尊嚴、安全、平等、免於歧視與騷擾的工作環境。

二、禁止強迫及強制勞動

尊重員工意願，禁止強迫勞動。

三、禁用童工

僱用標準符合當地法規最低年齡限制。

四、合理薪資及工作條件

依法令規範提供員工合理薪資及相關福利條件。

五、健康安全職場工作環境

本公司遵循職業安全衛生法規，參照國家標準 CNS-45001 自主建立職業安全衛生管理系統，防止災害、降低工作場所之危害及風險，確保可提供安全之工作環境，保障勞工安全與健康。

六、和諧勞資關係

提供多元、開放的溝通管道，定期召開勞資會議，致力促進勞資雙方和諧，營造良好勞資關係，有效調解意見差異。

▶ 詳細人權保障內容請參考燦坤官網連結：[燦坤人權保障](#)

雙向溝通的實踐成效

我們透過每季一次的勞資會議，廣泛討論薪資、工作規則與人事管理等核心議題。勞方代表由同仁選舉產生，每屆任期四年，並於屆滿前 90 日啟動改選，確保溝通不中斷。**2025 年我們共召開 4 次勞資會議，決議內容適用於全體同仁，涵蓋率達 100%**。即便公司目前未成立工會，仍能藉由這套制度化的流程與申訴管道，充分反映同仁關切的權益事務。

營運最短預告期

當本公司有勞基法第十一條重大營運變化且影響擴及員工之情事，公司會提前與同仁進行聘僱溝通，並依勞基法規定之預告期：工作三個月以上一年未滿者，於十日前預告之；繼續工作一年以上三年未滿者，於二十日前預告之；而繼續工作三年以上者，於三十日前預告之，守護同仁權益。

性騷擾事件處置與改善

燦坤對於職場不法侵害採取「零容忍」立場。2025 年本公司共受理 1 件性騷擾申訴案件，接獲通報後人力發展部立即啟動處置程序。相關處置包含：

職場侵害防治：若同仁在執行職務時遭遇不法侵害或性騷擾，可直接透過申訴管道反映，由人力發展部依程序辦理。

即時保護與安置：依公司規定召開委員會調查並決議，將涉案同仁調離原崗位。

精進申訴與防治程序：全面檢視現行政策，透過內部公告重申禁止職場性騷擾聲明，精進調查時效與透明度。

本公司已完成個案處置，更將相關經驗轉化為預防動能，透過後續的教育訓練精進全員平權意識。

性騷擾申訴處理流程圖



性別平等教育訓練

燦坤透過「全方位普及教育」與「專項深度講座」雙軌並行，精進同仁的平權意識與法治觀念。以下為 2025 年相關課程執行實績：

一、行為準則與平權認知普及教育

本項活動針對全體同仁執行，旨在鞏固職場行為核心準則，確保每位同仁皆具備基礎的性別平等素養。年度員工行為準則暨性平宣導測驗：共計 **1933 人** 參與，訓練時數 **0.5 小時**。

二、職場性平意識深化與防治專題講座

本系列課程邀請專業講師或透過專題宣導，強化同仁在職場中的防治能力。

2025.05.27

勞動教育課程—性騷擾防治講座：參與人數 **23 人**，訓練時數 **1.5 小時**。

2025.09.22

性別平等與性騷擾防治講座：參與人數 **20 人**，訓練時數 **0.5 小時**。

2025.10.17

職場性騷擾防治宣導：參與人數 **132 人**，訓練時數 **0.5 小時**。

申訴管道與安心保障

員工申訴管道

電話：02-7720-3999 分機：10916 | 傳真：(02)2795-6093

信箱：help@tk3c.com | 聯絡人：人力發展部 人資長

6 社會共融

6.1 社區回饋與公益參與



6.1 社區回饋與公益參與

2025 年公益活動投入

	總金額	百分比
現金資本	87,059	58%
人力資本	4,800	3%
實物	54,090	36%
管理成本	4,780	3%
合計	150,729	100%

燦坤深耕全台社區，將服務精神轉化為守護鄰里的實質行動。我們持續鼓勵員工主動投入各類公益事務，期盼透過企業資源與同仁的攜手參與，將每一份細微的善意匯聚成深遠的影響力。我們相信，溫暖的行動能跨越地域界線，傳遞至社會每一個需要被看見的角落。2025 年 燦坤共計投入 150,729 元 於公益行動，並藉由全台門市推動多方面的社會參與。

環境共好：社區清掃，守護綠色門市圈

為了實現鄰里共存共榮的承諾，燦坤將顧客服務的熱忱，轉化為守護在地環境的實際行動。我們由各區店長帶頭號召，鼓勵門市同仁定期組成「社區清掃志工隊」，深入周邊巷弄與公共設施進行環境維護。透過彎腰打掃的親身參與，我們不僅協助提升了周邊社區的居住品質，更在實地服務中拉近了品牌與居民間的信賴連結，讓每一間燦坤門市都成為支持在地生活圈最堅實、溫暖的後盾。



愛心匯聚：認購待用，守護弱勢生活權

燦坤同仁主動響應由 7 位罹患軟骨發育不全症青年創立的「小聚人」公益行動。我們不僅認同其提供身心障礙者工作權益的理念，更以實際行動認購多份愛心餐盒與待用餐，支援獨居老人與弱勢族群。透過這份暖心的餐飲傳遞，燦坤門市與在地公益團體攜手，將關懷轉化為實質的社會支援力，持續發揮善心造福人群，實踐企業公民的社會責任。

銀髮守護：科技量測，暖心傳遞健康愛

燦坤發揮 3C 通路的核心優勢，將科技應用化為有溫度的陪伴以響應超高齡社會的照護需求。我們透過與基層里長及社福機構結盟，安排門市團隊主動走入社區共餐據點，運用智能量測設備，協助長輩輕鬆追蹤身體質量指數 (BMI) 等健康指標。此外，在歲末年終與重要節慶期間，同仁亦發起物資募集與中秋禮盒認購，親送至獨居長者家中。藉由數位科技的輔助與實質的物資應援，我們期盼建立更緊密的鄰里防護網，讓在地長輩享有健康且充滿關懷的樂齡生活。





熱血傳愛：挽袖捐血，匯聚社會正能量

為紓解國內醫療血庫時常面臨的告急壓力，燦坤以實際行動展現企業公民的當責精神。由全台各區店長擔任號召者，帶領門市同仁踴躍參與「熱血公益」捐血活動。這份熱忱不僅展現了團隊「用心、貼心」的服務精神，更成功推廣周邊社區居民與進店顧客共同響應，將個人的善意涓滴成河，為醫療前線挹注關鍵的救援力量。我們持續於各據點串聯捐血資源，讓門市成為凝聚社會正能量的愛心樞紐，實踐與人群互助共好的營運承諾。

蔚藍守護：全台淨灘，維護海岸生態美

守護地球環境是企業不可推卸的跨世代責任。2025 年，燦坤同仁自發性串聯全台，發起多場海岸線淨灘行動。從北海岸到中部及東部海域，皆有團隊成員揮汗彎腰、清理海漂垃圾的身影。在齊心復育潔淨沙灘的過程中，同仁們深刻體認到源頭減廢的迫切性，並將這份體悟轉化為日常的環保行動，積極向大眾推廣垃圾分類與減塑理念。我們期許透過親近土地的綠色志工服務，喚起內部員工與社區居民的生態保育意識，以眾人之力減輕自然負擔，為下一代保留純淨美麗的海洋風景。



附錄

附錄一：GRI 指標對照表

附錄二：SASB 指標對照表

附錄三：永續揭露指標電子通路業

附錄四：上市上櫃公司氣候相關資訊

附錄五：會計師有限確信意見報告





附錄一：GRI 指標對照表

使用聲明	燦坤實業已參考 GRI 準則報導 2025/1/1~2025/12/31 期間內，GRI 內容索引表中引述的資訊				
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021				
適用的 GRI 行業準則	無				
類別	主題	指標代號	指標名稱	揭露章節 / 內容	頁碼
GRI 2 一般揭露 2021	組織及報導實務	2-1	組織詳細資訊	2.1 關於燦坤	19
	組織及報導實務	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	2
	組織及報導實務	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	2
	組織及報導實務	2-4	資訊重編	關於本報告書	2
	組織及報導實務	2-5	外部保證 / 確信	關於本報告書	2
	活動與工作者	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	2.1 關於燦坤	19
	活動與工作者	2-7	員工	5.1.1 燦坤團隊	61
	活動與工作者	2-8	非員工的工作者	5.1.1 燦坤團隊	61
	治理	2-9	治理結構及組成	2.2 公司治理	23
	治理	2-10	最高治理單位的提名與遴選	2.2 公司治理	23
	治理	2-11	最高治理單位的主席	2.2 公司治理	23
	治理	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.1 永續治理架構	7



類別	主題	指標代號	指標名稱	揭露章節 / 內容	頁碼
GRI 2 一般揭露 2021	治理	2-13	衝擊管理的負責人	1.1 永續治理架構	<u>7</u>
	治理	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	1.1 永續治理架構	<u>7</u>
	治理	2-15	利益衝突	2.2.2 董事多元化政策	<u>25</u>
	治理	2-16	溝通關鍵重大事件	2.2.2 董事多元化政策	<u>25</u>
	治理	2-17	最高治理單位的群體智識	2.2.2 董事多元化政策	<u>25</u>
	治理	2-18	最高治理單位的績效評估	2.2.2 董事多元化政策	<u>27</u>
	治理	2-19	薪酬政策	2.2.2 董事多元化政策	<u>27</u>
	治理	2-20	薪酬決定流程	2.2.3 功能性委員會	<u>29</u>
	治理	2-21	年度總薪酬比率	5.1.3 員工福利制度	<u>66</u>
	策略、政策與實務	2-22	永續發展策略的聲明	經營者的話	<u>4</u>
	策略、政策與實務	2-23	政策承諾	1.1 永續治理架構	<u>7</u>
				2.2 公司治理	<u>23</u>
				2.3 誠信經營	<u>30</u>
				3.2.1 供應商評估管理	<u>47</u>
				5.2.3 員工人權保障	<u>73</u>
	策略、政策與實務	2-24	納入政策承諾	1.1 永續治理架構	<u>7</u>
				2.2 公司治理	<u>23</u>
				2.3 誠信經營	<u>30</u>
				3.2.1 供應商評估管理	<u>47</u>
				5.2.3 員工人權保障	<u>73</u>



類別	主題	指標代號	指標名稱	揭露章節 / 內容	頁碼
GRI 2 一般揭露 2021	策略、政策與實務	2-25	補救負面衝擊的程序	1.3 重大主題鑑別	11
	策略、政策與實務	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	2.3 誠信經營	32
				3.1.2 客戶關係管理	45
				5.2.3 員工人權保障	73
	策略、政策與實務	2-27	法規遵循	2.4 法規遵循	33
	策略、政策與實務	2-28	公協會的會員資格	2.2.1 經營績效	23
	利害關係人議合	2-29	利害關係人議合方針	1.2 利害關係人議合	8
	利害關係人議合	2-30	團體協約	5.2.3 員工人權保障	74

類別	主題	指標代號	指標名稱	揭露章節 / 內容	頁碼
GRI 3 重大主題 2021	重大主題揭露	3-1	決定重大主題的流程	2025 重大主題鑑別流程	11
	重大主題揭露	3-2	重大主題列表	2025 燦坤重大主題	12
	重大主題揭露	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	15

特定主題揭露 — 重大主題

類別	主題	指標代號	指標名稱	揭露章節 / 內容	頁碼
公司治理					
治理	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	15
	策略、政策與實務	2-9~2-21	治理	2.2 公司治理	23



類別	主題	指標代號	指標名稱	揭露章節 / 內容	頁碼
誠信經營					
治理	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	15
	反貪腐 2016	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	2.3 誠信經營	30
	反貪腐 2016	205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	2.3 誠信經營	30
資訊安全與客戶隱私					
社會	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	15
	客戶隱私 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.5.1 資訊安全管理	35
				3.3 客戶隱私維護	49
經營績效					
治理	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	15
	經濟績效 2016	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	2.2.1 經營績效	24
	經濟績效 2016	201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	5.1.2 人才吸引與留任	62
永續供應鏈管理					
經濟	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	3.2 永續供應鏈	16
	客戶關係管理				
社會	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	16
	顧客健康與安全 2016	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的影響	3.1.3 客戶健康與安全	46



類別	主題	指標代號	指標名稱	揭露章節 / 內容	頁碼
產品與服務創新（自訂重大主題）					
治理	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	16
	包裝包材管理				
環境	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	17
	物料	301-1	所用物料的重量或體積	4.1.3 包裝包材管理	53
	能源管理				
環境	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	17
	能源 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	4.2.2 能源管理	56
	能源 2016	302-3	能源密集度	4.2.2 能源管理	56
	能源 2016	302-4	減少能源消耗	4.2.2 能源管理	56
	能源 2016	302-5	降低產品和服務的能源需求	4.1.4 綠色物流	54
	行銷與標示				
社會	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	17
	行銷與標示 2016	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	3.1.3 客戶健康與安全	46
	行銷與標示 2016	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	3.1.3 客戶健康與安全	46
	行銷與標示 2016	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	3.1.3 客戶健康與安全	46



類別	主題	指標代號	指標名稱	揭露章節 / 內容	頁碼
人才培育與發展					
社會	GRI 3 重大主題	3-3	重大主題管理	2025 重大主題管理方針	17
	勞雇關係 2016	401-1	新進員工和離職員工	5.1.1 燦坤團隊	61
	訓練與教育 2016	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	5.1.4 人才培育與發展	67
社會	訓練與教育 2016	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	5.1.4 人才培育與發展	67
	訓練與教育 2016	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.1.4 人才培育與發展	67

特定主題揭露 — 一般主題

主題	指標代號	指標名稱	揭露章節 / 內容	頁碼
GRI 201 經濟績效 2016	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	2.5.2 氣候變遷風險	37
GRI 202 市場地位 2016	202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	5.1.3 員工福利制度	64
GRI 401 勞雇關係 2016	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	5.1.3 員工福利制度	64
GRI 401 勞雇關係 2016	401-3	育嬰假	5.1.3 員工福利制度	64
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-1	職業安全衛生管理系統	5.2.1 職業安全衛生管理	69
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-3	職業健康服務	5.2.1 職業安全衛生管理	69
			5.2.2 員工健康促進	72
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	5.2.1 職業安全衛生管理	69
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	5.2.1 職業安全衛生管理	69



主題	指標代號	指標名稱	揭露章節 / 內容	頁碼
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-6	工作者健康促進	5.2.1 職業安全衛生管理	69
			5.2.2 員工健康促進	72
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-7	預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	5.2.1 職業安全衛生管理	69
GRI 403 職業安全衛生 2018	403-9	職業傷害	5.2.1 職業安全衛生管理	69
GRI 405 員工多元化與平等機會 2016	405-1	治理單位與員工的多元化	5.1.1 燦坤團隊	61
GRI 405 員工多元化與平等機會 2016	405-2	女性對男性基本薪資與薪酬的比率	5.1.3 員工福利制度	64
GRI 416 顧客健康與安全 2016	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	3.1.3 客戶健康與安全	46

附錄二：SASB 指標對照表

主題	指標代碼	揭露指標	單位	揭露內容 / 章節
零售及配銷之能源管理	CG-MR-130a.1	(1) 總能源消耗量、(2) 電網電力百分比，及 (3) 再生百分比	十億焦耳 (GJ), 百分比 (%)	(1) 總能源消耗量：168,870.67GJ (2) 電網電力百分比：94.15% (3) 再生百分比：0.24% 4.2.2 能源管理
資料安全	CG-MR-230a.1	辨認及因應資料安全風險之作法之描述	-	2.5.1 資訊安全管理
	CG-MR-230a.2	(1) 資料被侵害數量、(2) 係屬個人資料被侵害之百分比、(3) 受影響之客戶數量	數量, 百分比 (%)	2025 年未發生資料洩漏之情事。 2.5.1 資訊安全管理



勞動實務	CG-MR-310a.1	(1) 平均時薪及 (2) 賺取最低工資之店內及配銷中心員工之百分比，按地區別	元、百分比 (%)	(1) 燦坤兼職人員依勞基法給薪為時薪 190 元 (2) 門市及物流中心賺取最低工資人員佔 13.58%
	CG-MR-310a.2	店內及配銷中心員工之 (1) 自願及 (2) 非自願離職率	百分比 (%)	門市人員離職率：15.2%、後勤人員離職率：15.8% 非自願離職人數為 3 人
	CG-MR-310a.3	與違反勞動法律相關之法律程序所造成之貨幣性損失總額	元	2025 年發生一件違反勞動相關法規，詳見 2.4 法規遵循 。
勞工多元與共融	CG-MR-330a.1	(a) 高階管理階層、(b) 非高階管理階層及 (c) 所有其他員工之 (1) 性別及 (2) 多元群體之代表性之百分比	百分比 (%)	(a) 高階管理階層：男 90% 女 10% (b) 非高階管理階層：男 89.3% 女 10.7% (c) 全體員工：男 66% 女 34% 燦坤實業全體員工共計 1,969 人，包含 20 位原住民族員工及 33 位身心障礙員工。 5.1.1 燦坤專業團隊
	CG-MR-330a.2	與違反就業歧視有關之法律程序導致之貨幣性損失總額	元	2025 年未發生違反就業歧視相關法規之情事。
產品取得、包裝與行銷	CG-MR-410a.1	經第三方環境或社會永續取得標準認證之產品收入	元	節能標章：38 億 省水標章：13.71 億 環保標章：3.83 億 3.2.2 永續採購推動
	CG-MR-410a.2	對評估及管理產品中化學品相關風險或危害之流程之討論	-	3.1.3 客戶健康與安全
	CG-MR-410a.3	對減少包裝對環境影響之策略之討論	-	4.1.3 包裝包材管理



附錄三：永續揭露指標—電子通路業

編號	指標	指標種類	年度揭露情形	單位
一	消耗能源總量、外購電力百分比及再生能源使用率	量化	1) 消耗能源總量：168,870.67GJ [2] 外購電力百分比：94.15% [3] 再生能源使用率：0.24%	十億焦耳 (GJ)、百分比 (%)
二	總取水量及總耗水量	量化	總取水量為 265.513 千立方公尺，全數為一般民生用水。	千立方公尺
三	所產生有害廢棄物之重量及回收百分比	量化	未產生有害廢棄物。	公噸 (t)、百分比 (%)
四	說明職業災害類別、人數及比率	量化	2025 年度燦坤主要類型包括上下班交通事故、工作場所蚊蟲咬傷及搬運過程碰撞事件，共發生職業災害 42 件，均無重大職業災害。	比率 (%)、數量
五	產品生命週期管理之揭露：含報廢產品及電子廢棄物之重量以及再循環之百分比	量化	燦坤持續推動循環經濟，協助消費者妥善處理不再使用的電子產品與家電，回收後交由合格第三方回收廠商處理，以減少電子廢棄物對環境的衝擊。 目前尚未統計回收重量與再利用比例。	公噸 (t)、百分比 (%)
六	與使用關鍵材料相關的風險管理之描述	質化描述	3.2.1 供應商評估管理	不適用
七	因與反競爭行為條例相關的法律訴訟而造成的金額損失總額	量化	無發生此情事。	報導貨幣
八	依產品類別之主要產品產量	量化	燦坤為以販售 3C 與家電產品為主的零售通路主要營運型態為商品銷售及門市服務，故無適用之產品產量數據。	依產品類型而不同

附錄四：上市上櫃公司氣候相關資訊

項目	執行情形
敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	本公司成立「永續發展部」，針對氣候變遷所帶來之影響及風險，每年至少一次將結果向永續發展暨風險管理委員會報告，由永續發展暨風險管理委員會負責評估重大風險及追蹤執行成效，每年至少一次向董事會報告該年度運作情形及重大議題。
敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務 (短期、中期、長期)。	辨識氣候變遷對於所處行業可能產生之實體風險、轉型風險與機會，詳見本報告書 P.37~39 。
敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	極端氣候事件與轉型行動包含：颱風、強降雨、平均氣溫上升、市場風險、環境法規等，詳細對燦坤之財務影響詳見本報告書 P.37~39 。
敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	本公司已設置風險管理委員會並訂有「風險管理政策與程序」，明訂風險管理之執行流程，針對各類型風險進行鑑別與管理，包含氣候風險之辨識評估。為落實永續發展，於 2024 年 12 月 20 日將原風險管理委員會，更名為「永續發展暨風險管理委員會」，主要重點將著重於推動各項永續事務及以更多元角度監理相關執行成效。
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。	本公司尚未使用情境分析評估氣候變遷風險韌性，但將積極考慮引入此方法。
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。	本公司揭露對於實體風險、轉型風險及氣候機會的因應措施，詳見本報告書 P.37~39 。
若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	本公司尚未採用內部碳定價作為規劃工具。
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。	本公司以 2024 年為基準年設定溫室氣體減量目標，涵蓋範疇一及範疇二排放，適用邊界為內湖總部辦公室、全台 293 家門市 (含離島及 2025 年已閉店 7 家門市)、全台 6 個物流據點及印尼子公司 (TKPDI)。短期目標為較基準年年減 1.2%，中期目標為 2030 年較基準年減少 10%。2025 年排放量 22,067.4193 tCO ₂ e，較基準年 24,963.0349 tCO ₂ e 減少 11.6%，已達成當年度短期目標。本公司未使用碳抵換額度或再生能源憑證 (RECs) 達成上述目標。



溫室氣體盤查資訊

敘明溫室氣體最近兩年度之排放量 (公噸 CO₂e)、密集度 (公噸 CO₂e/百萬元) 及資料涵蓋範圍。

2025 年溫室氣體排放量為：22,067.4193 tCO₂e，密集度為 1.2484 tCO₂e/百萬元

盤查邊界：燦坤內湖總部辦公室、全台 293 家門市 (含離島及 2025 年已閉店 7 家門市)、全台 6 個物流據點 (另外有 2 個物流據點與門市共用設備，故未計入)、印尼 TKPDI。

溫室氣體確信資訊

敘明截至年報刊印日之最近兩年度確信情形說明，包括確信範圍、確信機構、確信準則及確信意見。

由利安達聯合會計師事務所依據 ISAE 3410《溫室氣體陳述之確信業務之國際準則》執行有限確信。

減量目標、策略及具體行動計畫

敘明溫室氣體減量基準年及其數據、減量目標、策略及具體行動計畫與減量目標達成情形。

基準年：2024 年，範疇一及範疇二排放量 24,963.0349 tCO₂e。

減量目標：短期較基準年年減 1.2%；中期 2030 年較基準年減少 10%。

達成情形：2025 年排放量 22,067.4193 tCO₂e，較基準年減少 11.6%，達成當年度目標。

策略及具體行動計畫：持續推動門市能源管理，汰換老舊空調為節能機種、全面汰換 LED 燈管及招牌設備、建置智慧能源管理及雲端可視化系統、招牌燈依日照時間動態調控；物流端租賃一級能效貨車並實施二日配；內湖總部完成太陽能發電設備裝設，採「自發自用為主、餘電躉售」策略，2025 年綠電使用 112.38 MWh。



附錄五：會計師有限確信意見報告

永續報告書確信報告

利安達聯合會計師事務所
10294台北市信義區信義路1段10號(遠東百貨大樓)
電話：(02)8779-0266 傳真：(02)8779-0151

會計師有限確信報告

燦坤實業股份有限公司 公鑒：

本事務所接受燦坤實業股份有限公司(以下簡稱「貴公司」)之委託，對 貴公司 2025 年度永續報告書中所選定之特定揭露指標(以下簡稱「確信資訊」)執行有限確信程序以提供有限確信報告。有關本次案件之確信資訊適用基準，請參附件一「確信程序重要提示」。

管理層對永續報告書之責任

管理層之責任係依全球永續報告書協會(Global Reporting Initiative-GRI)發布之 GRI 原則編製永續報告書及所選定之確信資訊，其應設計、討論實行及維護與編製永續報告書有關之必要內部控制，以確保所選定之確信資訊真實與準確於與所選定之重大事實相符。

會計師有限確信報告之確信程度與程序

本會計師係依照確信基準第 3000 號「非審計財務資訊之有限確信報告」規劃及執行有限確信工作，基於所執行之程序所獲取之確信資訊，對上述確信資訊(請參附件一)在所有重大方面是否真實與準確表達取得有限確信意見報告。惟對於管理層提供、有關確信資訊所執行程序之性質與時間不同，其範圍相對較小，故取得之確信程度明顯低於合理確信程度者。

確信工作

本會計師係基於專業判斷規劃及執行確信程序，以獲取相關確信資訊之有限確信證據，並依內部控制內定有之重大限制，因此本會計師所有意見已存在重大不實表達。本會計師執行確信程序包括：

- 對參與編製確信資訊之管理層及相關人員進行訪談，以了解編製確信資訊之政策、流程、內部控制及資訊系統，以確認可能發生重大不實表達之風險。

• 前述的資訊選取相關文件及紀錄之樣本進行檢查、驗算、重新執行、觀察及分析程序，以取得有關確信之證據。

重大限制

由於諸多確信項目係屬財務資訊，相較於財務資訊之確信意見有更大之限制，故該等資訊之相關性、重大性與準確性之解釋可能涉及更多管理層之重大判斷，故後續解釋，故不同判斷對會計師之確信意見亦可能有不同之影響。

獨立性及品質管理與遵循事項

本會計師及所屬會計師事務所遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，惟該次之重大事實存在，故本會計師、專業能力及專業上之責任之注意、維護及專業行為。本會計師所屬會計師事務所遵循品質管理準則「第一會計師事務所之品質管理」之規範，設計、討論實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及適用之法令規範相關之政策與程序。

確信範圍

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現 貴公司民國 2025 年度永續報告書中所選定之確信資訊在所有重大方面有系統性誤差導致重大不實表達之情形存在之情形。

其他事項

本確信報告出具後，貴公司對於確信資訊之資訊或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊執行確信工作之責任。

利安達聯合會計師事務所
會計師 吳明儀

中華民國 一 一 年 六 月 三 十 日

附錄一

編號	確信資訊	適用基準
4.2.1 資訊管理	2025 年資訊管理與資訊安全： 新台幣 300 萬元	內部控制系統、 內部風險管理
4.2.2 環境影響	2025 年所產生溫室氣體之數量： (1) 直接溫室：1,000,000 公噸 (2) 一般事務溫室：422,625 公噸	內部控制系統、 環境風險管理
4.2.3 水資源	2025 年所消耗之水量： 265,535 萬公升	水資源管理、 內部控制系統
4.2.4 能源管理	2025 年所消耗之能源： 再再生能源：348,800.67 GJ (1) 總耗電量：348,800.67 GJ (2) 再再生能源佔比：0.13% (3) 再再生能源佔比：0.13%	能源管理、 再再生能源管理、 內部控制系統
4.2.5 員工福利	2025 年員工福利支出總額： (1) 員工福利支出總額：10,000 小時 (2) 員工福利支出總額：6,999 小時	員工福利管理、 內部控制系統

溫室氣體有限確信報告

利安達聯合會計師事務所
10294台北市信義區信義路1段10號(遠東百貨大樓)
電話：(02)8779-0266 傳真：(02)8779-0151

會計師有限確信報告

燦坤實業股份有限公司 公鑒：

本會計師係依照確信基準第 3000 號「非審計財務資訊之有限確信報告」規劃及執行有限確信工作，基於所執行之程序所獲取之確信資訊，對上述確信資訊(請參附件一)在所有重大方面是否真實與準確表達取得有限確信意見報告。惟對於管理層提供、有關確信資訊所執行程序之性質與時間不同，其範圍相對較小，故取得之確信程度明顯低於合理確信程度者。

確信工作

本會計師係基於專業判斷規劃及執行確信程序，以獲取相關確信資訊之有限確信證據，並依內部控制內定有之重大限制，因此本會計師所有意見已存在重大不實表達。本會計師執行確信程序包括：

- 對參與編製確信資訊之管理層及相關人員進行訪談，以了解編製確信資訊之政策、流程、內部控制及資訊系統，以確認可能發生重大不實表達之風險。

不實表達風險，故將從財務資訊選取中必要之資訊，以及非財務資訊之重大限制。本會計師係依照確信基準第 3000 號「非審計財務資訊之有限確信報告」規劃及執行有限確信工作，基於所執行之程序所獲取之確信資訊，對上述確信資訊(請參附件一)在所有重大方面是否真實與準確表達取得有限確信意見報告。惟對於管理層提供、有關確信資訊所執行程序之性質與時間不同，其範圍相對較小，故取得之確信程度明顯低於合理確信程度者。

確信工作

本會計師係基於專業判斷規劃及執行確信程序，以獲取相關確信資訊之有限確信證據，並依內部控制內定有之重大限制，因此本會計師所有意見已存在重大不實表達。本會計師執行確信程序包括：

- 對參與編製確信資訊之管理層及相關人員進行訪談，以了解編製確信資訊之政策、流程、內部控制及資訊系統，以確認可能發生重大不實表達之風險。

確信範圍

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現 貴公司民國 2025 年度溫室氣體資訊在所有重大方面有系統性誤差導致重大不實表達之情形存在之情形。

其他事項

本確信報告出具後，貴公司對於確信資訊之資訊或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊執行確信工作之責任。

利安達聯合會計師事務所
會計師 吳明儀

中華民國 一 一 年 六 月 三 十 日

附錄一

確信資訊	確信量
溫室氣體之數量	(以二氧化碳當量/噸)
溫室氣體之數量	807,200
溫室氣體之數量	21,299,925
合計	22,007,125



2025 永續報告書 Sustainability Report