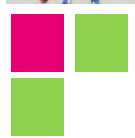


Corporate Social Responsibility

2013 企業社會責任報告書





目錄

■	關於我們的報告書	3
■	策略與願景	4
	2.1 經營者的話	4
	2.2 企業承諾	6
	2.3 企業社會責任組織	7
	2.4 利害關係人鑑別與溝通	8
■	關於寶雅	11
	3.1 公司簡介與品牌價值	11
	3.2 產品及產業概況	13
	3.3 營運模式	19
	3.4 營運績效	20
	3.5 獲獎紀錄	22
■	公司治理	23
	4.1 公司組織圖	23
	4.2 董事會與功能性委員會	24
	4.3 風險管理	27
■	員工照顧	28
	5.1 員工概況與統計比例	28
	5.2 員工薪獎與福利	30
	5.3 員工發展與訓練	31
	5.4 員工安全與保護	31
■	環境保護	32
	6.1 行動計畫與願景	32
	6.2 溫室氣體盤查	32
	6.3 環保及節能省碳方案	33
	6.4 用水量及節水活動	34
■	社區回饋	35
	7.1 伊甸守護商店	35
	7.2 兒童關懷與教育推廣	36
■	全球永續報告指標 GRI 對照表	37



關於我們的報告書

寶雅自 2014 起，每年發行「企業社會責任報告書」，向利害關係人公開呈現本公司於社會責任之政策、措施及成果，以及持續落實永續發展之決心，持續推動節省能源與減少資源浪費。本報告書於 2014 年 12 月發行，為寶雅第一本企業社會責任報告書，並依中文、英文版本發行。

報告書皆以電子版本公布於本公司網站：<http://www.poya.com.tw/>及公開資訊觀測站。

■ 報告期間與範疇

本報告書之期間由 2013 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 31 日，報告本公司於公司治理、員工照顧、環境保護、社會參與之各項措施。

報告範疇包含於台灣區域內寶雅各地分店與總公司，寶雅深耕台灣，無於台灣以外之地設立分店及總公司。

■ 參考指南

本報告書參照全球永續性報告協會 GRI G3.1 指標撰寫，應用等級達 B 級，並於全文最後提供全球永續報告指標 GRI 對照表供索引。

■ 資料計算基礎

報告書所揭露之數據，皆來自於自行統計及調查後之結果，財務相關數據來源為經會計師認證後公開發表之資訊，以圖表方式呈現。

■ 聯絡資訊

寶雅國際股份有限公司 財會處

地址：台南市民族路三段 74 號

電話：06-2411000

傳真：06-2412805

公司網址：<http://www.poya.com.tw>

E-mail：fin888@poya.com.tw

策略與願景

■ 經營者的話



2013年，全球經濟雖隨著經濟重回增長以及債務赤字的下降，歐美債務危機進一步深化的擔憂減弱，但國內因受到電費、工資調漲等經營成本的增加，又接連爆發食品安全與污染問題，重挫台灣食品安全形象，亦因而打擊消費者的信心，使得企業經營環境仍面臨嚴峻的挑戰。寶雅透過積極調整市場定位及提昇服務力，致力提升營運績效，並在全體經營團隊及所有同仁的努力下，得以突破充滿挑戰的經濟環境，在營運績效上仍能穩健成長。

近年來，寶雅積極拓展全台版圖，以爭取更高市占率及能見度，截至2013年12月底，全國店數已達87店(2013年度店數成長率17.6%)。在所有員工、供應商的支持及消費者的信任下，讓我們在2013的營收及稅後淨利，創下歷史紀錄。

寶雅成立17年以來，始終堅持公司治理並專注本業，致力深耕「卓越服務、環境清潔、客戶滿意」三大競爭優勢。我們秉持「積極創新、客戶導向、謹守誠信」的企業精神，提供客戶優良的服務及舒適的購物環境，本公司於追求企業成長的同時，亦不忘善盡企業社會責任之使命及對股東、政府、消費者、員工、供應廠商及社區等利害關係人之責任。

在節能環保上，我們透過電力管理、照明設計、空調規劃等導入最新節能技術，落實節能減碳的行動，全面提升能源使用效率。企業的社會責任是「讓社會更好」，為了更有制度地落實企業社會責任，我們於2014年成立「審計委員會」及「企業社會責任委員會」，提升公司治理制度的強度，掌握員工、客戶、股東、投資人、社區、供應商及政府等利害關係人關心的議題及趨勢，為所有利害關係人創造更高的價值。



策略與願景

寶雅對企業社會責任的承諾，需仰賴同仁的共同努力才能完成。因此，我們提供同仁安全舒適的工作環境，以及重視人才培育，提倡在工作與生活的平衡、暢通的勞資溝通，及適才適所專業培訓等方面的強化與改善。在社會公益方面，我們主動關懷社區發展、參與社會公益、關懷弱勢，藉由組織力量的參與，以擴大影響力，促進企業與社會的和諧共榮。

我們將持續朝「成為顧客更喜歡的寶雅」的目標邁進，希望寶雅所提供的商品與服務，能成為顧客消費需求的優先選擇，並持續落實環境、社會與公司治理等永續精神，以成為持續成長、永續經營的企業。

這是寶雅發行的第一本「企業社會責任報告書」，我們希望藉由這本報告書所包含之經濟、環境與社會等績效數據，可以將寶雅為達成目標所付出的努力，完整呈現給各位關注我們永續發展的朋友們。我們深愛台灣，亦珍惜地球有限資源，希望我們對社會的貢獻能發起拋磚引玉之效，也邀請大家一起與我們攜手同行。

董事長 陳建造

總經理 陳宗成





策略與願景

■ 企業承諾

寶雅秉持「積極創新、客戶導向、謹守誠信」的企業精神，提供客戶優良的服務及舒適的購物環境，本公司於追求企業成長的同時，亦不忘善盡企業社會責任之使命及對股東、政府、消費者、員工、供應廠商及社區等利害關係人之責任。我們對於企業社會責任政策的承諾如下：



一、維護社會公益

- 1.提供員工安全工作環境，善盡維護勞工安全管理的責任。
- 2.提供安全、健康、公平、適才發揮的工作環境，秉持誠信正直的態度、利潤共享的理念，建立和諧勞資關係。
- 3.完善的人事激勵及升遷制度，為員工職涯發展創造良好環境。
- 4.秉持人道待遇，杜絕任何形式的性虐待、性騷擾、歧視等行為。
- 5.關懷社區發展，參與社會公益，提升社會文化及關懷弱勢。

二、發展永續環境

- 1.珍惜自然資源，重視並持續落實環境保護措施，促進環境永續發展。
- 2.秉持對產品責任與行銷倫理，確保顧客權益，提昇顧客滿意度，成為顧客最值得信賴的伙伴。

三、落實公司治理

- 1.恪守國家法律及企業倫理、道德規範，堅持誠信，正派經營。
- 2.尊重智慧財產權。
- 3.依相關法規揭露企業社會責任相關資訊，提昇資訊透明度。
- 4.對商業往來者之個人資料保密並保護隱私。



策略與願景

■ 企業社會責任組織

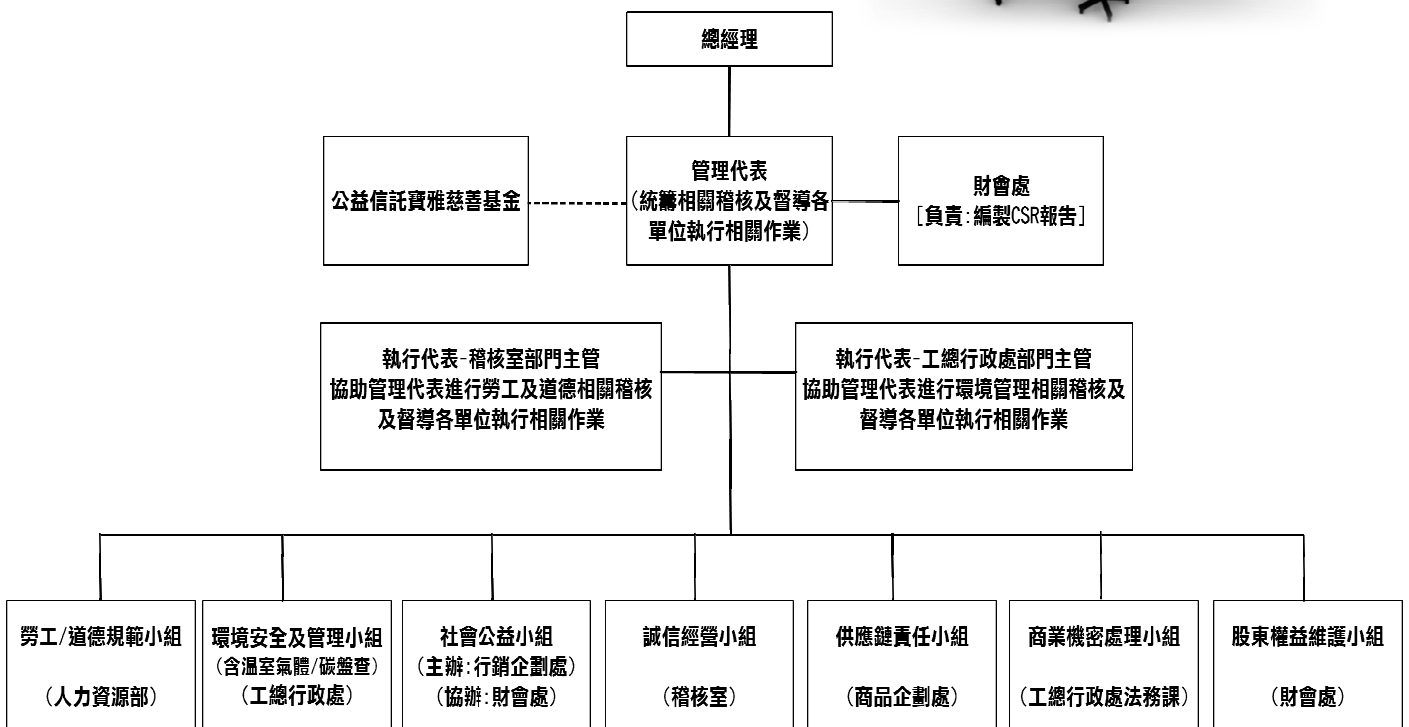
企業社會責任管理委員會為寶雅內部最高階的組織，負責統籌全公司企業社會責任及永續發展方向與目標擬定。

管理委員會下設有以下七個功能小組：勞工/道德規範小組、環境安全及管理小組、社會公益小組、誠信經營小組、供應鏈責任小組、商業機密處理小組及股東權益維護小組等。由主任委員不定期親自進行檢討，檢視年度目標的執行進度。

主任委員：總經理為董事會成員

核心委員：財務處、稽核室、工總行政處、人力資源部、行銷企劃處、商品企劃處等部門主管

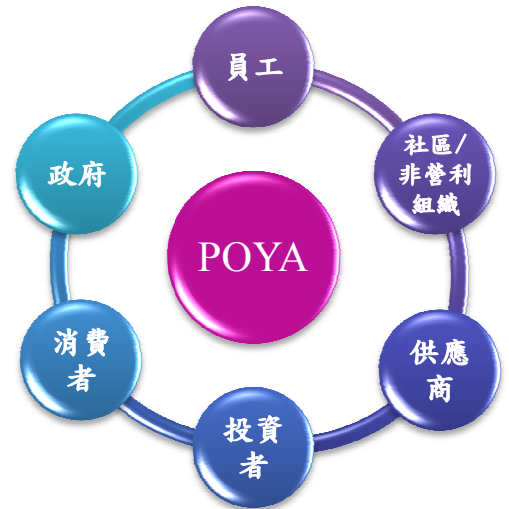
功能小組幹事：相關部門二/三級主管



策略與願景

■ 利害關係人鑑別與溝通

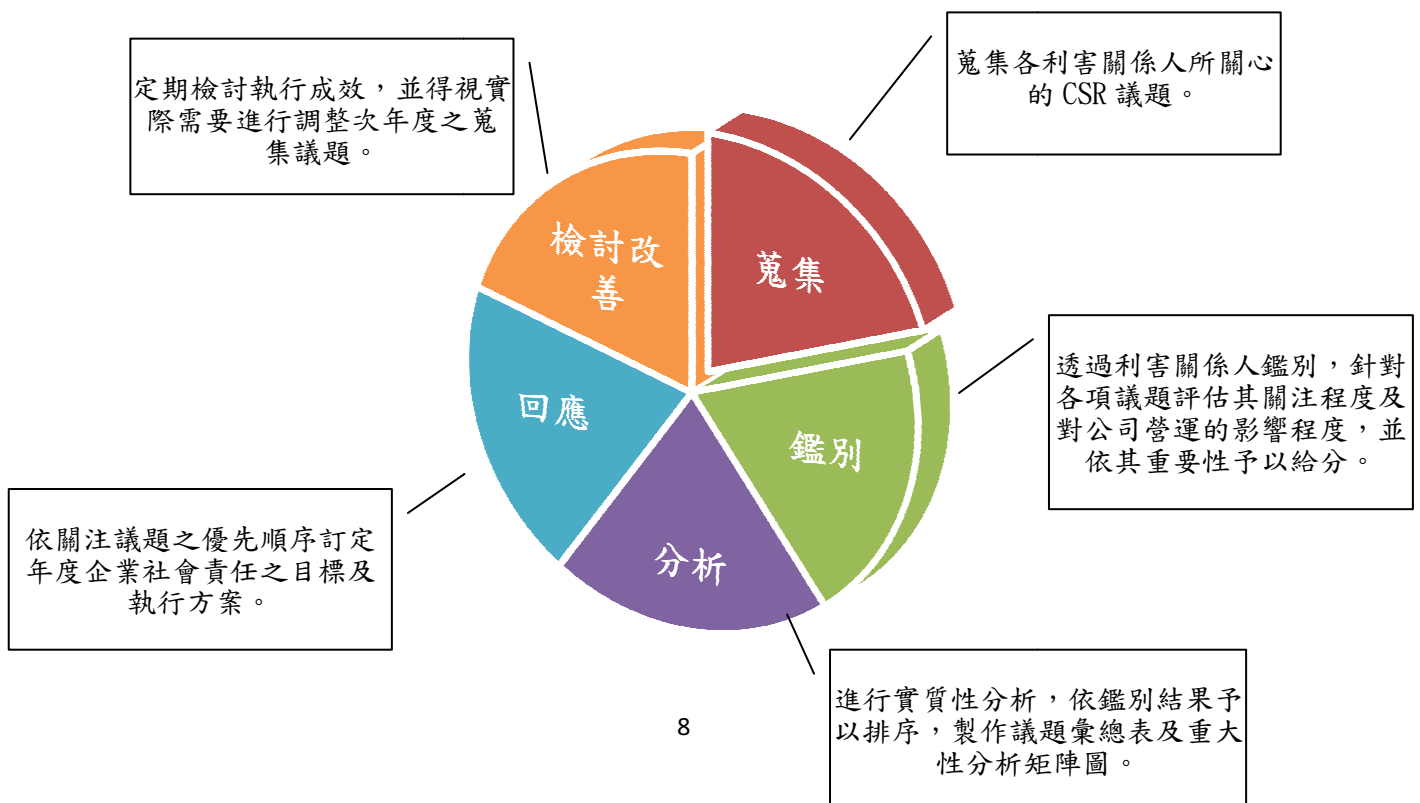
利害關係人溝通與關鍵性議題辨識，是落實企業社會責任的核心工作。我們希望聽見各類利害關係人的聲音，故提供多重溝通管道及主動資訊揭露，藉以與利害關係人保持良好的對話與溝通。



我們期能透過這本報告書與利害關係人進行有效溝通，為確認報告書中所揭露的資訊符合利害關係人所關切的議題，提供利害關係人對於永續資訊的需求，我們邀集了企業社會責任報告書小組成員，先釐清不同議題受到關切的程度後，再判斷各議題對營運的影響程度。經過內部同仁一併考量「關切程度」與「影響程度」後，我們得出各利害關係人關注之關鍵性議題與關鍵性議題矩陣。

以下分別列示我們關注議題之鑑別程序、利害關係人之溝通管道與關注議題彙整表、關注議題之重大性分析矩陣圖。

一、關注議題之鑑別程序



策略與願景

二、利害關係人之溝通管道與關注議題彙整表

誠信是寶雅一直以來的經營原則，而維持多元化的溝通管道，能幫助公司聽到各利害關係人真實的聲音，而主要的溝通管理如下表所示：

利害關係人與其主要 關切議題	溝通方式
<p>消費者</p> <p>商品安全與性價比、選擇豐富、服務品質、個資保護措施、申訴管道/問題解決程序</p>	<p>官網及電子信箱、0800 客服專線、Facebook 社群網站、不定期市場滿意度</p>
<p>投資者</p> <p>營運與財務狀況、資訊揭露透明、公司治理、股東權益、持續回饋獲利予投資者</p>	<p>每年召開股東會議、不定期參加法人說明會/證券商或證交所舉辦之國內外投資人說明會、依主管機關規定公告重大訊息、定期公告財報及年報、官網訊息揭露</p>
<p>員工</p> <p>薪資及福利、績效考核、人才培育、職涯發展、工作環境、勞資關係和諧、人權平等、溝通管道</p>	<p>各項管理辦法/獎懲異動公告、內部培訓課程、員工輪調機制、每月全員大會/營業 ABC 會議、職工福利委員會、主管信箱/Line</p>
<p>供應商</p> <p>公平採購、永續發展、供應商溝通平台、供應商遴選管理</p>	<p>不定期檢討報告或溝通會議、電子資訊平台、不定期訪廠活動/商品說明會、稽核管理</p>
<p>鄰近社區.非營利組織</p> <p>公益慈善、環境管理、社區關懷、溝通管道</p>	<p>社區關懷/維護、公益慈善、不定期參與鄰近社區活動</p>
<p>政府機關</p> <p>公司治理、遵守法令，配合法令宣導、社會公益、職業安全衛生</p>	<p>主管機關舉辦之法規座談會/研討會、主管機關政令宣達函文、監理機關之溝通</p>



策略與願景

三、關注議題之重大性分析矩陣圖

寶雅透過與不同利害關係人訪談與會議討論，依據訪談及會議討論，並考量公司內部組織對於各議題所產生的影響程度，進行以下重大性分析矩陣圖之繪製：



對公司永續營運的衝擊程度



關於寶雅

■ 公司簡介

寶雅發跡於台南，創辦人為董事長陳建造先生。所屬於台灣美妝雜貨商店，陳建造為此業態之先驅，由原先的飾品小批發商開始，憑著努力打拼的創業精神，陳建造先生奠定日後寶雅的營運雛形。

1993年總經理陳宗成先生加入經營團隊，以擴大高雄百貨精品之市場佔有率及營運規模為目的，於高雄開出第一家分店。隔年，連鎖體系成形，寶雅建立第一代企業識別系統，並於1998年正式採用”寶雅”為商標，完成第二代CIS規劃。



各階段的CIS



第一代



第二代



第三代



第四代

寶雅小檔案

- 成立日期: 1997年3月

- 2013年員工數: 2,854名

- 2013年資本額: 9.29億

- 主要業務: 綜合商品零售

- 公司地址: 台南市中西區
民族路三段74號

隨著營運版圖延伸及因應市場擴張計畫，寶雅於2000年與"永昌綜合證券股份有限公司"簽定上櫃輔導契約，並於2002年於櫃買中心正式掛牌。這不僅讓寶雅的經營邁入新紀元，而寶雅亦為全國第一家以『美妝雜貨專門店』股票上櫃之大型零售通路商。

2009年，寶雅成立台北營運總部，透過總部統一採購與資源共享，以期發揮強大的支援力量，讓寶雅營運更具優勢。此外，為了提供顧客更優質的服務，寶雅於2012年導入第四代店；為了滿足更多社區與市場需求，在經營者的帶領與同仁共同努力下，寶雅增加了分佈據點。至2013年底，寶雅全國總店數已達87間分店。寶雅亦為台灣連鎖暨加盟協會會員，協助促進連鎖加盟產業蓬勃發展。



關於寶雅

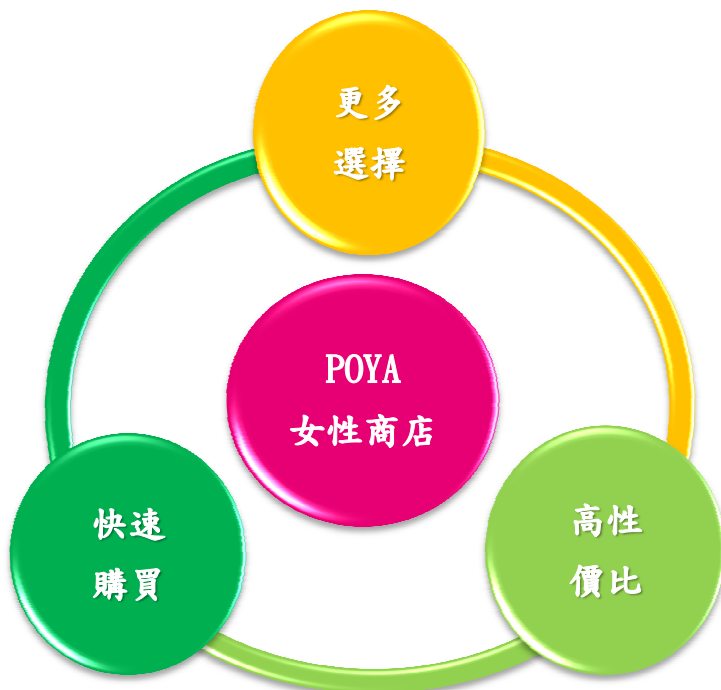
■ POYA 品牌價值

寶雅為個人美妝及生活用品專賣店，主要客群是介於 15-49 歲的女性。寶雅販售的商品高達四萬五千個品項，除了女性商品，寶雅亦販售男性及親子商品。一直以來，寶雅致力於提供更多選擇，希望藉此滿足女性消費者一次購足的需求。

寶雅十分重視商品的性價比，透過良好的商品開發能力，寶雅能快速反應市場需求，並為顧客挑選出好用、安全、實惠的商品，以降低顧客的搜尋成本。

近年來，寶雅致力於推出第四代店，我們強調全新及設計感裝潢、明亮且舒適的空間，希望讓顧客的購物體驗全面升級；而主動線的商場規劃與關聯性的商品呈列，亦能讓消費者方便且快速購買。

另一方面，2011 年寶雅推出新一代 CIS，希望透過豐富的色彩組合與圖像設計，能更明確傳達寶雅「美麗、流行、精彩」的品牌印象，並加深消費者對寶雅的認知與信賴。





關於寶雅

■ 產品及產業概況

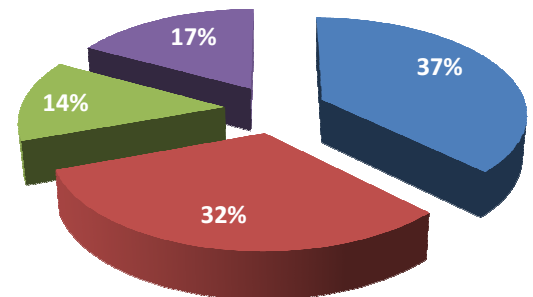
一、產品介紹

寶雅商品主要分成四大類，分別是美妝美材保養品、生活日用品、流行內衣襪與精緻個人用品，營業比重如右圖所示。目前，寶雅亦提供顧客免費包裝、寄物及部分停車等服務。未來，我們預計開發更多新的服務項目，包括提供化妝室；發展新興溝通平台，與顧客做即時、多元互動；經營 FB 粉絲頁，提供商品優惠訊息，新商品與活動介紹等。

各項商品介紹如下：

各項商品營業比重

■ 美妝美材保養品 ■ 生活日用品
■ 流行內衣襪 ■ 精緻個人用品



美妝美材保養品

主要有國內知名化妝品、保養品專櫃、醫美專櫃及開架式化妝保養品



生活日用品

包含家庭用品、生活雜貨、洗髮沐浴等日常生活所必需之商品



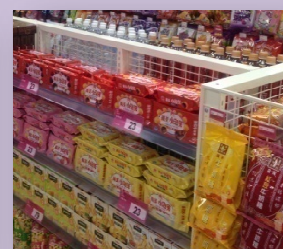
流行內衣襪

包含知名內衣專櫃外，尚引進個性化、流行化之內衣襪商品



精緻個人用品

包含食品、文具用品、皮件、流行飾品等精緻商品



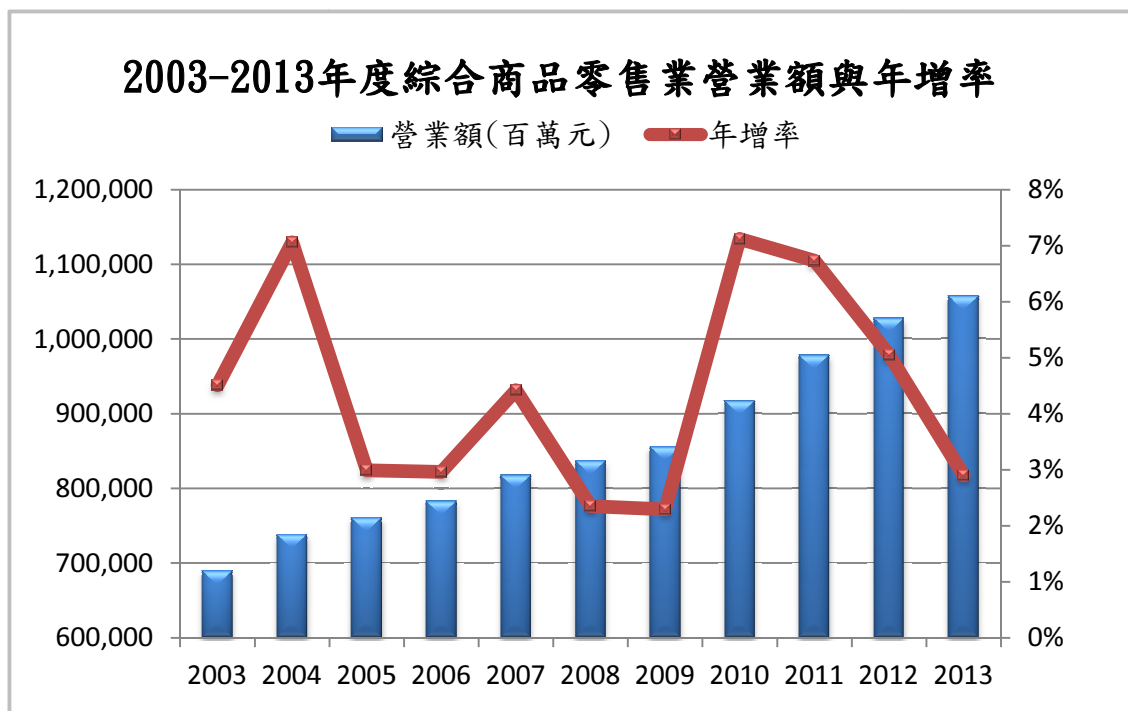


關於寶雅

二、產業概況

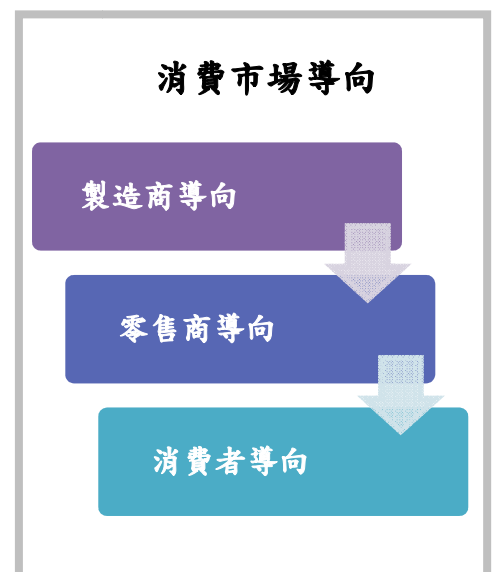
1. 產業之現況與發展

綜合商品零售業屬內需型產業，因所營商品涵蓋了食、衣、住、行、育、樂等各方面之民生需求，未來之成長性與國人之國民所得及消費支出情形息息相關，以我國近年來之國民所得與民間消費情形顯示近年來隨著國民所得提高，民間消費持續成長，且綜合商品零售業近年來營業額亦持續成長。(如下圖)



資料來源：經濟部統計處「商業營業額統計」

由於台灣綜合商品零售業之發展已相當成熟，現今的消費市場已由「製造商導向」、「零售商導向」邁入「消費者導向」的時代。消費者的購買能力與消費環境皆受全球經濟，高性價比及平價時尚購物風潮，交通工具普及化、家庭結構、區域發展等因素影響。當國民基本消費需求被滿足後，隨著生活水準提昇以及消費環境改變下，消費者之習性亦隨之改變，故便利迅速、舒適安全、生活品味等其他更具附加價值之消費服務，成為零售業者所需專注之發展方向。





關於寶雅

另一方面，零售業者為了因應消費者對購物型態與消費需求之轉變，目前除對食、衣、住、行之基本功能要求外，更加注重了育、樂以及休閒功能，故目前綜合商品零售市場之經營策略已逐漸由同質化走向差異化與個性化。

由於綜合商品零售業銷售之產品頗為大眾化，因此其消費群具有地域上之限制，業者為擴展市場、發揮規模經濟，必須不斷地擴展新據點，故經營型態有朝向連鎖化經營的趨勢。截至2013年底，寶雅經營87家分店，各區分布如下圖。

台灣綜合商品零售業之發展，近幾年整體零售通路型態已經開始與歐美零售通路形態發展趨勢相仿，從滿足所有食衣住行型態的綜合賣場(如量販店、百貨公司等)，在市場區隔化的趨勢下，漸漸發展出新型零售業態。本公司正是新型零售業態-女性商品的型態。

在銷售方面，由於營業據點的擴充以及聯合廣告行銷活動，創造自身的商店形象及知名度，能有效的吸引消費者來店消費，更可透過全省連鎖店，提供消費者無地域限制之各項服務。在進貨方面，由於採取集中採購方式，故進貨量達一定之經濟規模之下，可提高與供應商之議價空間，有效的降低進貨價格，形成競爭之優勢。因此，綜合商品零售業經營連鎖化成為市場未來之趨勢。

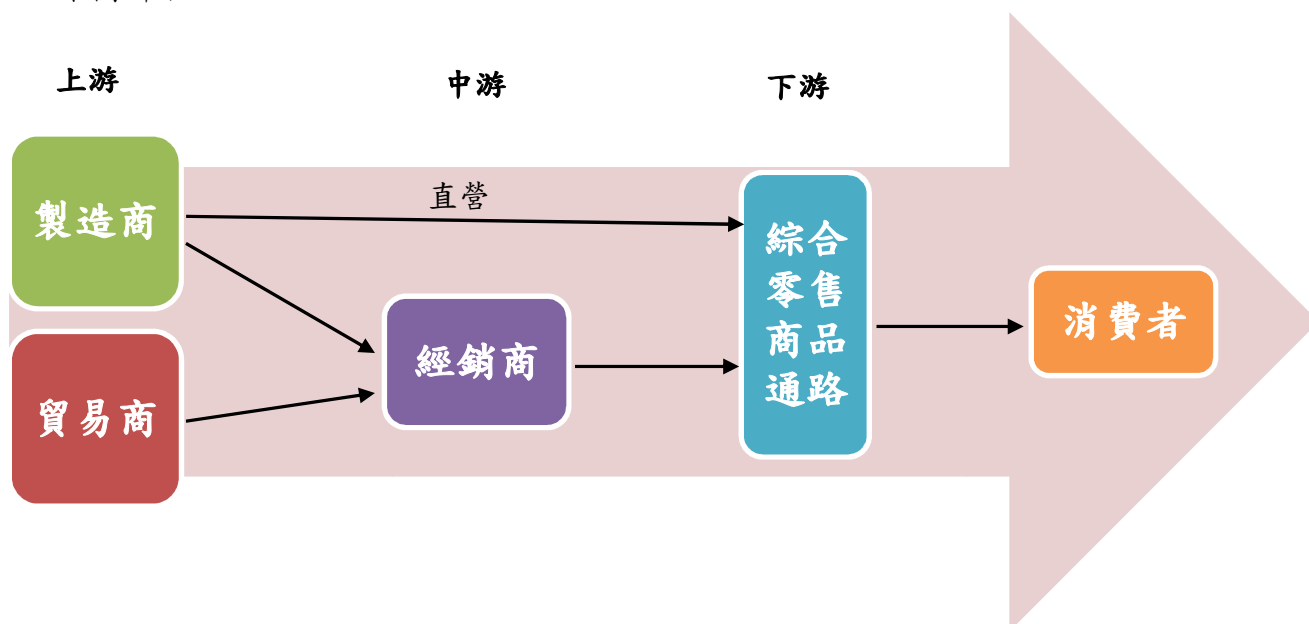




關於寶雅

2. 產業上、中、下游之關聯性

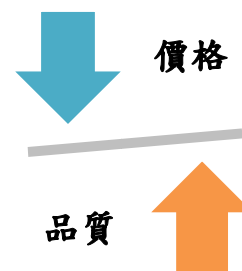
寶雅為綜合零售商品通路，位於產業下游，所販售的商品來源含蓋製造商、代理商或貿易商，為了提供顧客更好的商品品質與優惠價格，並達到降低成本的目的，寶雅逐漸直接轉向貿易商與製造商進貨。零售產業上、中、下游之關聯如下圖所示。



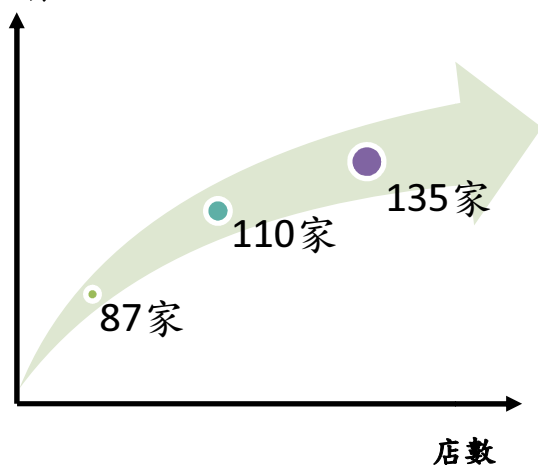
3. 產品發展趨勢

(1) 高性價比及平價時尚風潮

隨著消費習慣的改變，現在的年輕族群在採購行為上偏好高性價比及平價時尚風潮，唯有更貼近消費者需求，提供高性價比、平價時尚之商品，才能精準吸引現今消費者。



規模
經濟



(2) 大型化及連鎖發展

為了發揮經濟規模的效應，及拓展企業的全國性形象，零售通路朝大型及連鎖發展已成為市場的趨勢。大型化及連鎖的發展不僅能降低營運成本，亦可藉由連鎖化經營得以資源共享，使經營管理、商品採購、企劃行銷與開發及存貨管理等更具優勢，使其具經濟規模，提昇競爭力及知名度，達到市場占有率與快速複製的發展目的。



關於寶雅

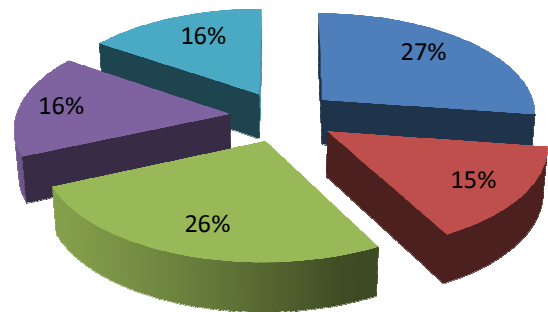
三、市場分析

寶雅所屬的產業別為綜合商品零售業之末端通路，根據經濟部統計處資料，綜合商品零售業包含的商店類型有百貨公司、超級市場、連鎖式便利商店、零售式量販店與其他綜合商店，其中寶雅為其他綜合商店類。

寶雅公司係採連鎖經營型態銷售生活精品百貨，行業的利基產品是時尚美妝美材保養品及精緻個人用品，因有此兩類產品以及現代舒適的消費空間得以與量販店、超市、便利商店、藥妝店區隔開來，成為零售業內獨立的一種分類。

各類商店2013年營業比重

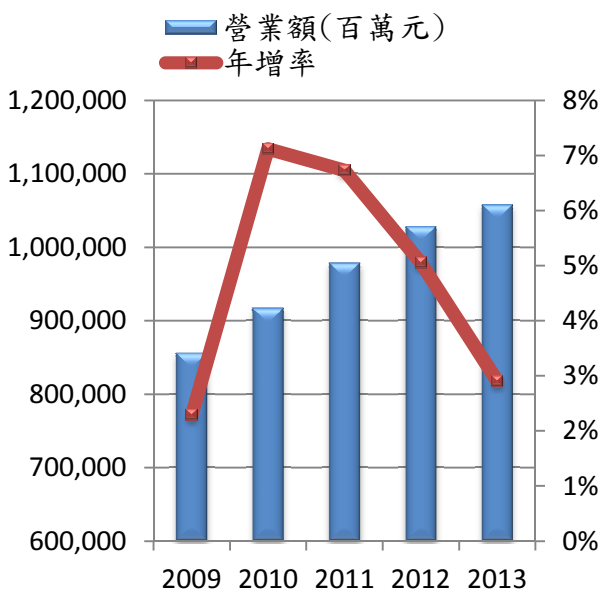
- 百貨公司
- 超級市場
- 連鎖式便利商店
- 零售式量販店
- 其他綜合商店



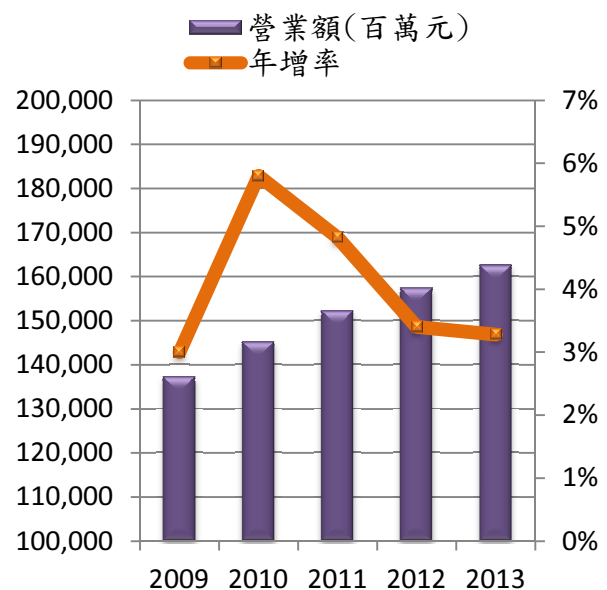
資料來源：經濟部統計處

隨著綜合商品零售產業的蓬勃發展(如 A 圖)，其他綜合商店的營業額也都逐年增加，並自民國 98 年開始，以超過 3% 的年增率成長。

A圖：2009-2013年度綜合商品零售業營業額與年增率



B圖：2009-2013年度其他綜合商店營業額與年增率



資料來源：經濟部統計處「商業營業額統計」

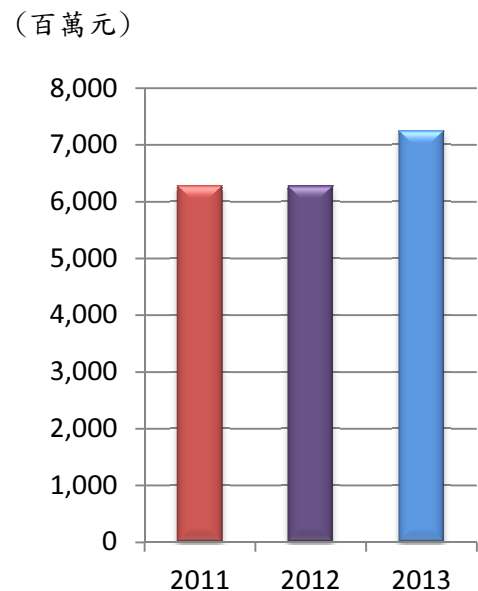
關於寶雅

隨著市場需求增加，以及在因應產業趨勢下，高性價比商品組合與連鎖化發展，寶雅的總營業額也逐年成長。如右圖所示，2013 年的營業額成長率為 15.57%。與 2013 年的市占率(佔其他綜合商店總營業額之比率)是由 3.98%增加至 4.46%。

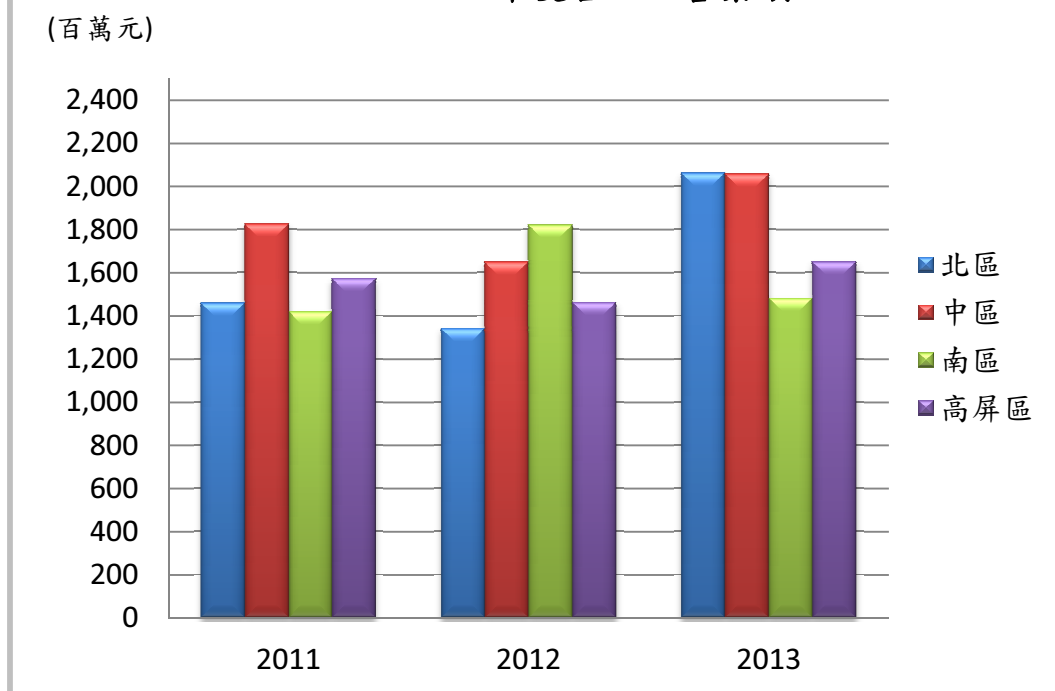
截至 2013 年底，寶雅於全國有 87 家大型據點，其中北區有 29 家，中區有 25 家，南區與高屏區共有 33 家(分布狀況請參閱圖 X)，2011-2013 年各銷售區的營業金額如下圖所示。

除了南區因改裝業績受影響以外，各銷售地區的營業金額皆有所成長，其中以北區的成長最為顯著，2013 年的成長率為 53.70%；其次是中區，2013 年的銷售金額亦有 24.79%的成長。由於北區銷售成長快速，也提高北區占總營業額的比重，由 2012 年的 26%增加至 2013 年的 28.4%。

2011-2013年度營業額



2011-2013年度各地區營業額





關於寶雅

■ 營運模式

營運模式

商品選擇

針對顧客需求，寶雅開發眾多流行性商品。同時引進多品牌多種類商品，並強調商品性價比及安全性，以吸引顧客選購。

商品採購

透過集中化且大量採購、POS系統、商業智慧決策系統與電子化採購模組，寶雅可以有效管理庫存並降低採購成本。

物流運送

寶雅致力於物流系統改善，透過集中式物流中心，寶雅可以降低各分店庫存，並簡化驗貨流程與人力成本。

商品販售與服務

寶雅具有良好的據點開發力，透過承租關係，寶雅能夠有效降低經營成本。寶雅也致力於店鋪提升，透過分店改裝，提供完善的購物空間。



採購商品：

- 美妝美材保養品
- 生活日用品
- 流行內衣襪
- 精緻個人用品



商品選擇

【推陳出新】—例如：寶雅販售小分量鍋具，以滿足單人或小家庭市場需求。
【商品安全】—如：寶雅引進 304 餐具與寶寶剪刀，提供顧客安心且實用好物。

商品採購

寶雅秉持共存共榮的態度與供應商建立永續的合作關係。透過廠商會談，供應商有反映管道。同時，寶雅準時付款與電子化作業，亦降低供應商作業流程。

物流運送

集中式物流中心，可有效降低供應商送貨次數，提升貨物運送效率。同時，亦能降低因運送所導致的廢氣排放。
透過單一中心接收驗貨，亦可簡化廠商結帳與對帳流程。

商品販售與服務

寶雅推出四代店，強調設計感裝潢、主動線規劃與關聯呈列，希望提供顧客舒適的購物環境，讓顧客快速且方便購物。
同時本著「服務第一，客戶至上」的理念，提供顧客完善服務。

責任與擔當

關於寶雅

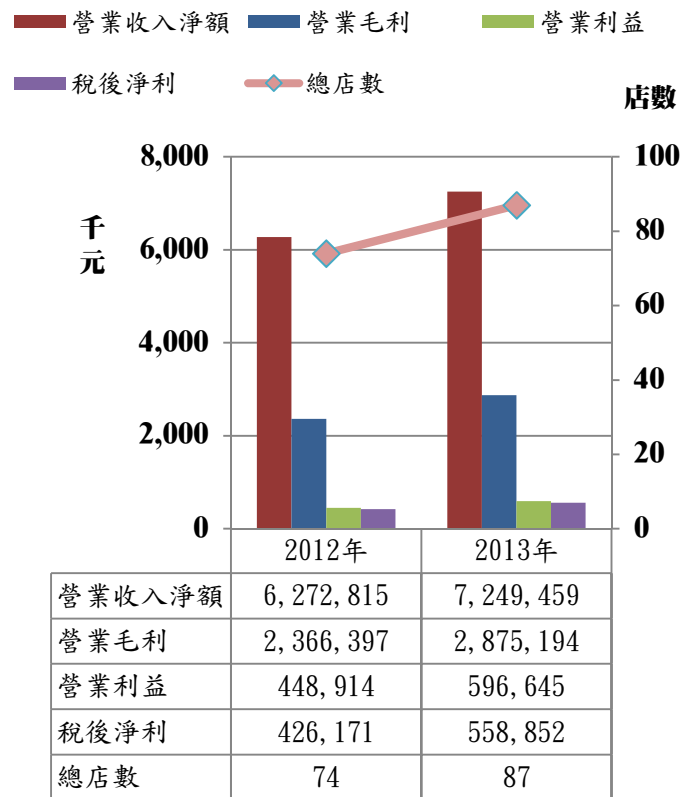
■ 營運績效

在良好的營運模式下，寶雅能夠提供顧客更多元的選擇，性價比更好的商品，及更舒適的購物體驗；同時，透過據點擴張，寶雅的總店數增加至 87 間，透過接觸更多目標客群與市場，以提升寶雅的營業收入。相較於 2012 年，寶雅的營收成長 16%。

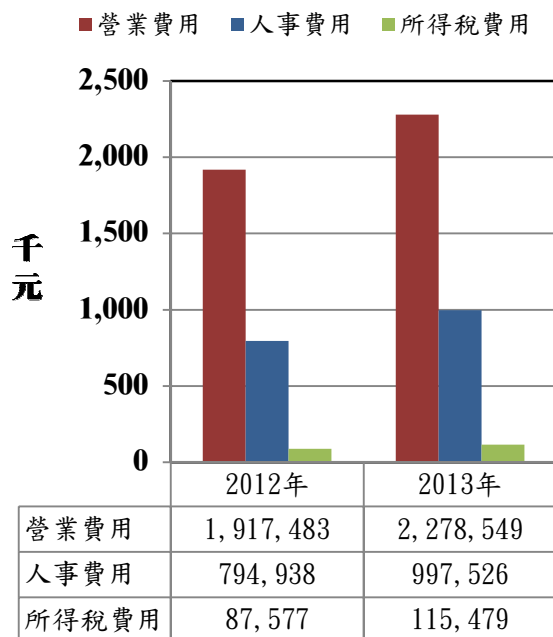
另一方面，隨著營業規模擴大，使得大量採購的效益發揮；且集中式物流配送，降低分店庫存與運送成本，寶雅的營業毛利與稅後淨利都是有顯著增加的。

由於 2013 年有 13 家分店新開幕，因此在人事費用與營業費用上都比 2012 年高。另外，負債比也有稍微提升。

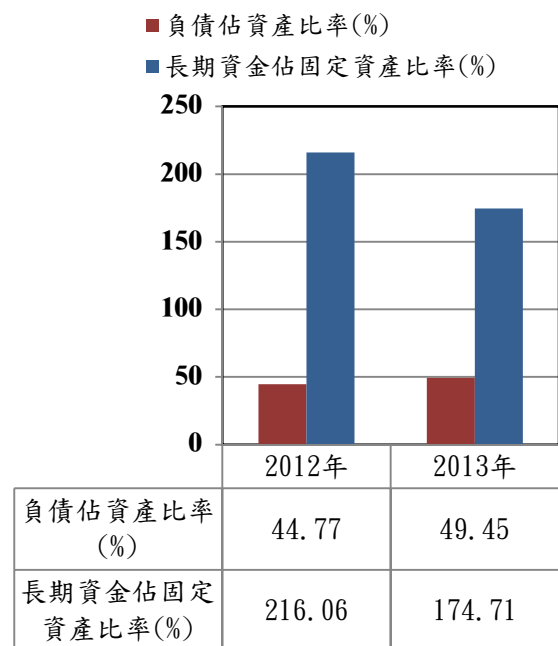
營運數字比較



費用比較



財務結構分析



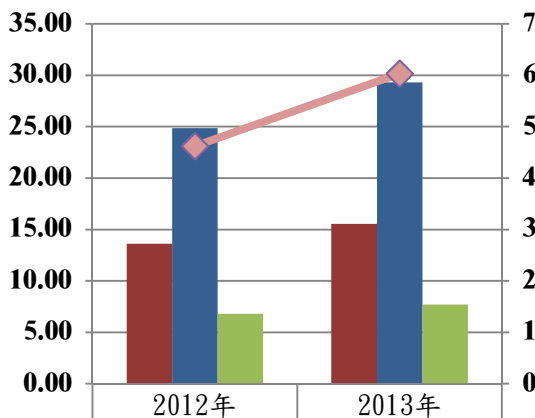
關於寶雅

寶雅十分重視股東權益，寶雅不斷地累積豐厚的市場經驗及專業技術，並妥善因應市場景氣變動所帶來的系統性風險。(近年來因電費、工資調漲等經營成本的增加，且接連爆發食品安全與污染問題，重挫台灣食品安全形象，進而打擊消費者信心，使得企業經營環境面臨嚴峻的挑戰。)

在經營團隊及全體同仁共同努力下，寶雅的獲利能力有所提升。股東權益報酬率(ROE)由2012年的24.84%提高至2013年的29.30%；而總資產報酬率(ROA)也增加了1.9%；每股盈餘達6.03元。一直以來，寶雅維持將近八成以上的股利發放率，因此在每股盈餘增加的情況下，現金股利也提高至4.8元。

獲利能力比較

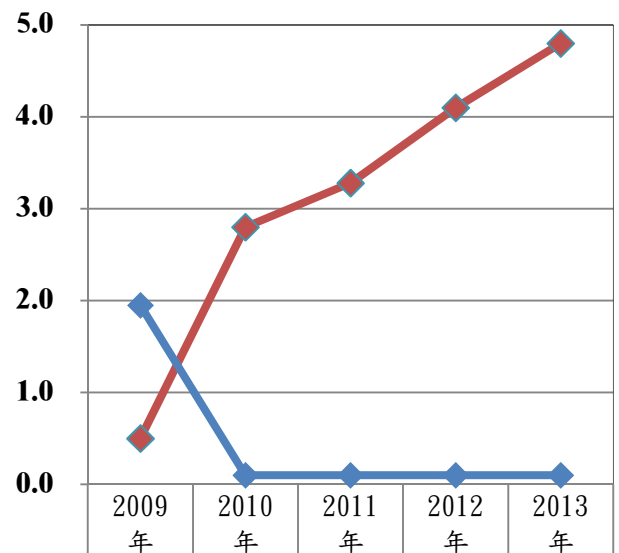
- 總資產報酬率(ROA)(%)
- 股東權益報酬率(ROE)(%)
- 純益率(%)
- ◆ 每股盈餘(元)



總資產報酬率(ROA)(%)	13.63	15.53
股東權益報酬率(ROE)(%)	24.84	29.30
純益率(%)	6.79	7.71
每股盈餘(元)	4.62	6.03

股利分配

- ◆ 現金股利
- ◆ 股票股利



現金股利	0.50	2.80	3.28	4.10	4.80
股票股利	1.95	0.10	0.10	0.10	0.10

關於寶雅

獲獎紀錄

長期以來，寶雅致力於培養優秀人才與提升顧客價值，這份努力不僅讓寶雅成為消費者所信賴的品牌，同時也深受社會大眾與政府單位的肯定與鼓勵，近期我們榮獲獎項如圖。這些榮譽肯定了寶雅團隊的努力與成果，我們將不斷自我挑戰、創新求變，用心經營品牌形象，樹立標竿學習的典範。透過更縝密的規劃、更靈活的策略與更積極的執行，提供消費者更好的服務與品質。

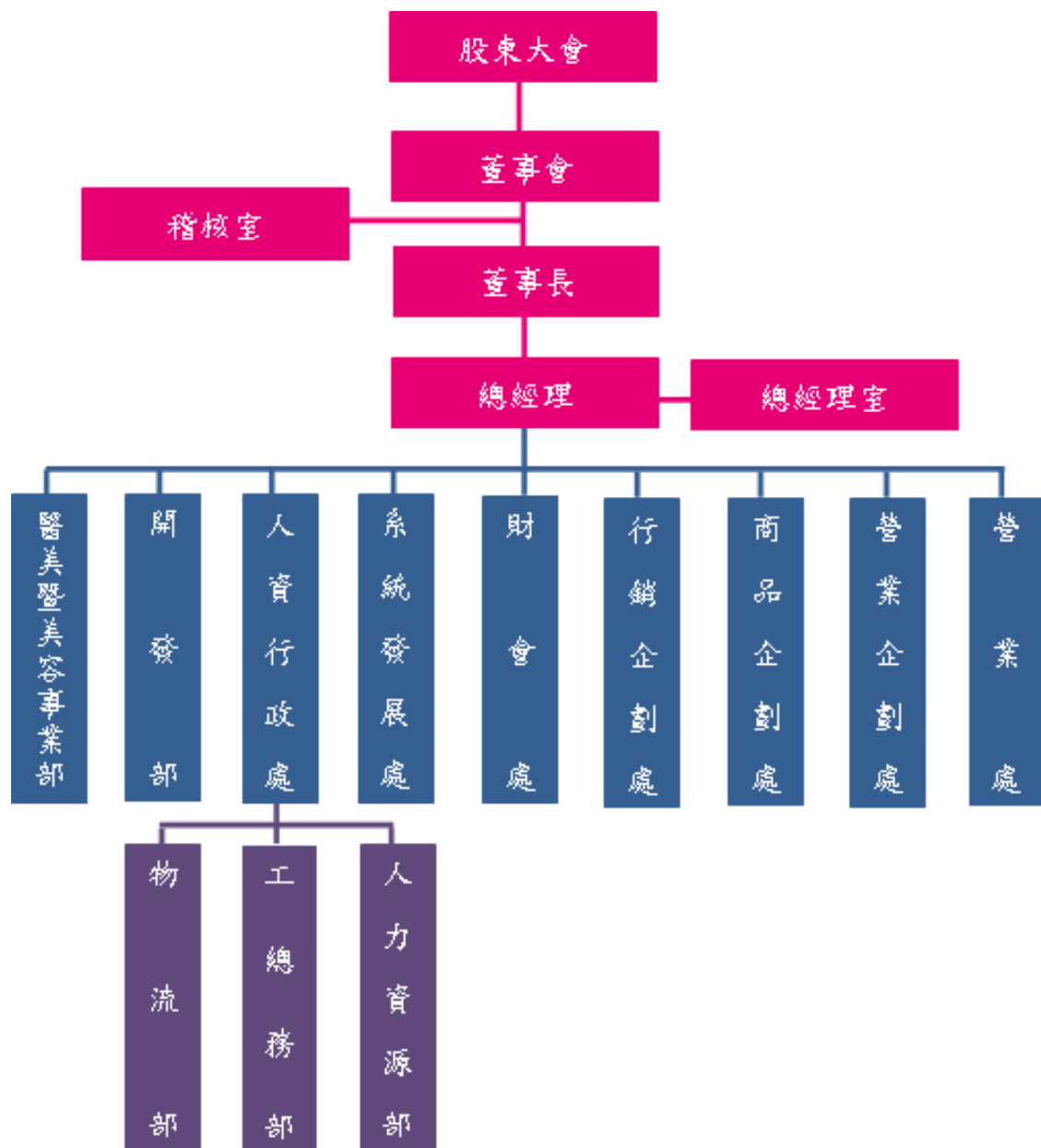




公司治理

本公司在公司治理方面，堅持並專注於本業，為有效及提升公司治理的強度，計劃於 2014 年成立「審計委員會」及「企業社會責任委員會」，並製定「公司治理實務守則」，來有效落實公司治理相關資訊之揭露。

■ 公司組織圖





公司治理

■ 董事會與功能性委員會

本公司為上櫃公司，依相關法規規定設有董事會、薪酬委員會等組織。此外，雖尚未訂有「公司治理實務守則」，但已有完備之內控制度及各項管理辦法，控管功能尚稱健全，公司運作均遵循「上市上櫃公司治理實務守則」、公司法以及證券交易法等法令規定，並逐步落實公司治理，目前已訂定「股東會議事規則」、「董事及監察人選舉辦法」、「董事會議事規則」及「薪資報酬委員會組織規程」。

一、董事會

寶雅董事會設有七席董事及三位監察人，其中包含有三席的獨立董事，以利強化公司治理。所有獨立董事皆符合相關工作經驗、專業資格與獨立性身分，以期能發揮獨立董事應有之功能；監察人為確保有效的內部控制，監督公司各項業務之執行並審視稽核單位出具之審查報告，適時提出各項建議並列席董事會，了解董事會運作情形。本公司每月至少召開一次董事會，遇有緊急情事時則隨時召集之，相關會議紀錄皆依規定辦理保存。並藉由董事會的召開讓董事更了解公司營運現況，來強化管理機能及加強公司治理。董事會成員目前兼任本公司及其他公司之職務狀況如下：

董事長
-陳建造

- 多慶投資(股)之董事長
- 寶亞投資(股)之董事
- 真慶投資(股)之監察人

副董事長
-陳范美津

- 寶亞投資(股)之董事長
- 多慶投資(股)之董事
- 真慶投資(股)之董事

董事兼總經理
-陳宗成

- 寶亞投資(股)之監察人
- 多慶投資(股)之監察人
- 真慶投資(股)之董事
- 桃園大飯店股份有限公司監察人



公司治理

董事 -孫達汶

- 台虹科技股份有限公司董事長
- 僑美開發股份有限公司董事長
- 英渥德科技股份有限公司董事長
- 有本投資股份有限公司董事長
- 昆山台虹電子材料有限公司董事長
- 訊聯生物科技股份有限公司獨立監察人
- 璟德電子工業股份有限公司獨立董事
- 衛展資訊股份有限公司董事
- 寶雅國際股份有限公司法人董事
- 和詮科技股份有限公司法人董事
- 聚隆纖維股份有限公司法人董事

獨立董事 -林財源

- 長榮大學經營管理研究所榮譽講座教授

獨立董事 -石博仁

- 永達技術學院企業經營管理系講師

獨立董事 -魏杏芳

- 長榮大學國際企業學系專任副教授兼系主任
- 國立成功大學經濟學系兼任副教授

監察人 -蔡德祥

- 中華民國超輕型載具航空運動協會監事

監察人 -謝宗坤

- 翰侑有限公司經理

監察人 -陳明賢

- 精華光學股份有限公司董事長兼副總經理
- 精華光學股份有限公司大中華區業務部副總經理
- Shine Optical Holding Groups Inc. 董事
- 美國 Optical Connection Inc. 董事
- Shine Optical (Samoa) Holding Groups, Inc. 董事
- 香港精華光學有限公司董事
- 寶雅國際股份有限公司監察人



公司治理

二、薪資報酬委員會

本公司於民國 100 年 12 月 26 日董事會決議通過設置薪酬委員會，以強化董事會薪酬管理機能，委員會由公司三位獨立董事所組成，協助董事會執行與評估公司整體薪酬福利政策以及董監事與經理人之報酬，確保薪資報酬安排符合相關法令並足以吸引優秀人才。薪酬委員會成員與其學經歷如下：

獨立董事 -林財源

- 美國 American M & N University 人力資源名譽哲學博士
- 國立政治大學企業管理研究所博士
- 國立政治大學會計研究所碩士
- 國立成功大學會計系副教授
- 國立中山大學企業管理系教授
- 國立中山大學總務長
- 國立中山大學夜間部主任及副校長
- 長榮大學副校長
- 廣州中山大學管理學院客座教授
- 淡江大學管理學系暨會計系教授
- 建準電機工業股份有限公司執行副總經理
- 大陸廣東商亮燈飾有限公司總經理
- 台灣中小企業銀行獨立董事
- 建準電機、堤維西交通工業薪酬委員會召集人
- 崇信會計師事務所執業會計師 (民61-77年)
- 會計師高等考試及格
- 證券投資分析師及格
- 台灣省會計師公會會員

獨立董事 -石博仁

- 中央大學財務管理碩士
- 中興大學統計系
- 台灣湯淺電池財務部辦事員
- 合作金庫助理員(普考統計)
- 合作金庫辦事員(乙等特考金融)
- 農民銀行助理員
- 中央信託局辦事員(高考金融)
- 玉山銀行領組

獨立董事 -魏杏芳

- 國立政治大學法律學系研究所博士
- 國立政治大學法律學系研究所碩士
- 教育部公費赴歐盟競爭總署博士後研究



公司治理

■ 風險管理

本公司專注於零售事業經營，其營運重大政策、投資案、銀行融資等重大議案皆經適當權責部門評估分析及依董事會決議執行；稽核室亦依風險評估結果擬訂其年度稽核計劃，並確實執行，以落實監督機制及控管各項風險管理之執行。本公司主要風險管理組織及各項風險管理執行與負責單位如下：

資本風險及財務風險

- 本公司採用全面風險管理與控制系統，以辨認本公司所有風險(包含市場風險、信用風險、流動性風險及現金流量風險)，使本公司之管理階層能有效訂定各項策略並執行，並依據法令、政策及市場之變化分析評估採取各項因應措施，且透過風險評估，不斷對風險項目進行管控及查核。

策略及營運風險

- 由營業處及總經理室進行策略營運事前的風險評估，並於事後作營運的績效追蹤，使企業的策略能符合願景及達成公司之營運目標。

稽核室

- 運用風險評估查核模式，協助公司內部各單位及關係企業檢視其影響目標達成之中高風險項目，並針對這些中高風險項目，瞭解其內控制度之充分性及有效性，提供制度規劃及流程設計等諮詢服務，並改善營運及管理風險以增加組織價值。

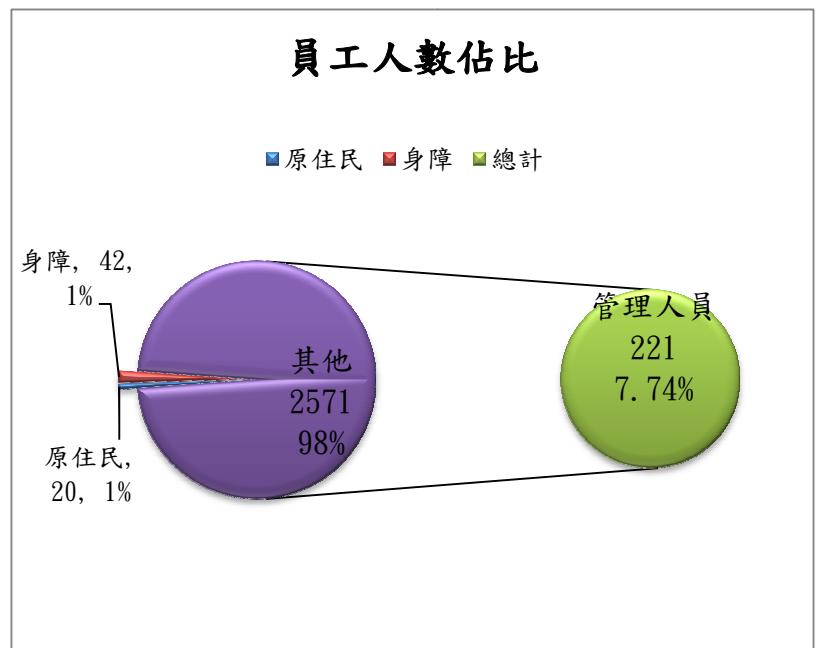
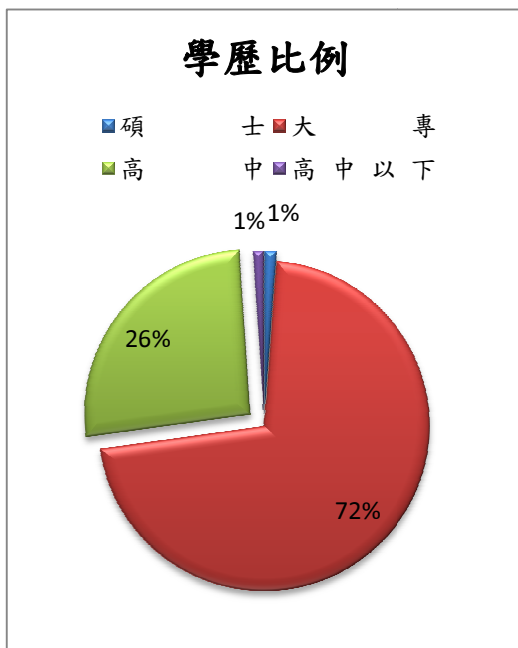
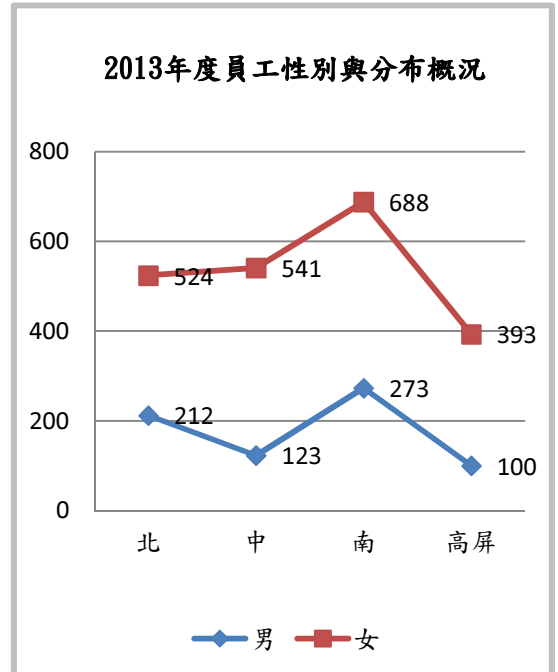
員工照顧

■ 員工概況與統計比例

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

截至2013年12月31日，寶雅家族共有2,854位成員，若包含物流的合作夥伴，則共約有3,000人。其中，女性員工占全體員工約75%，而男性員工則占25%，各地區的員工人數以南區最多，其餘地區人數如右圖所示。

在學歷分布上，寶雅大部分員工都是擁有大專學歷以上的。另外，管理人員占比約8%，而非管理人員約占92%，其中分別有1%的員工是具有原住民與身障身分的。



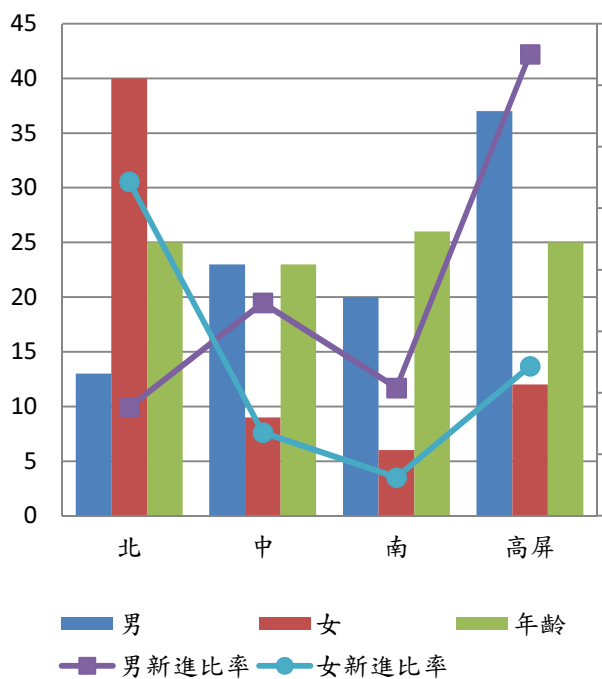
員工照顧

隨著店數增加，寶雅對於人力的需求日益提高。圖為 2013 年度新進員工概況，各區皆有新進員工，平均年齡都落在 20-25 歲，其中北區女性新進比率較高，而男性新進比率則是高屏區較高。

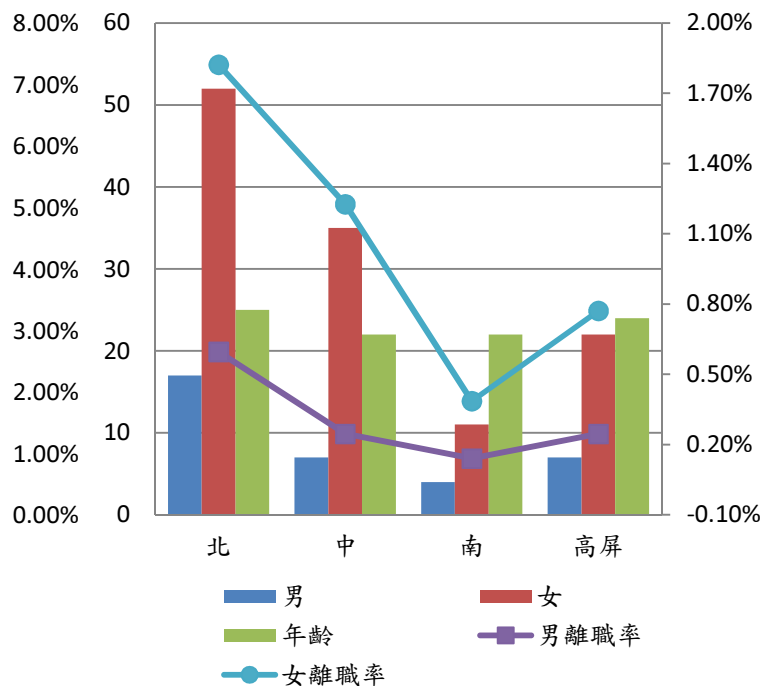
為了提高顧客價值與提供顧客更完善的服務，寶雅期待員工能符具備工作熱忱，並與寶雅共同努力成長。然而，快速變動與高度競爭的工作環境，導致人力部分流動，2013 年度離職人數中，女性員工的離職比率高於男性員工，其中以北區離職人數最高，而南區離職人數較低，整體而言離職員工平均年齡大約 20 歲左右。



2013年度新進員工人數



2013年度離職人數





員工照顧

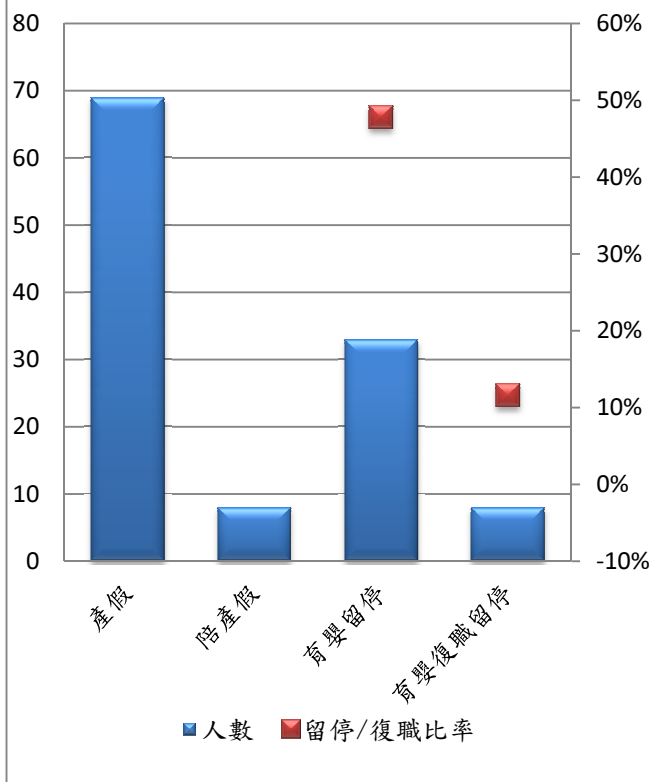
■ 員工薪獎與福利

寶雅在薪酬制度上，講求公平性，並排除因地區、年齡、年資、種族或性別之不同，而區別起薪或進行調薪。各位同仁皆是同工同酬，並經由綜合考績進行薪資調整，並提撥足額之退休金準備給予員工未來無後顧之憂。

寶雅除了設置福委會外，亦提供優於勞基法的福利回饋給寶雅員工，例如：提供健康檢查，為員工健康把關，並預防重大疾病之發生；實施員工入股與分紅計畫，讓員工更有工作動力，一同為寶雅的未來努力。



2013年度育嬰假人數



此外，寶雅亦致力於提供女性員工一個穩定保障的工作環境，除了產假、育嬰假外，員工可視個人情況申請育嬰留停。102年度，產假留停比例即達 47.83%。

其中留停員工中，回職人數占約 11.6%，部分員工是仍處於留停階段，而部分員工或因家庭關係，或因個人生涯規劃，無法回到寶雅就職。



員工照顧

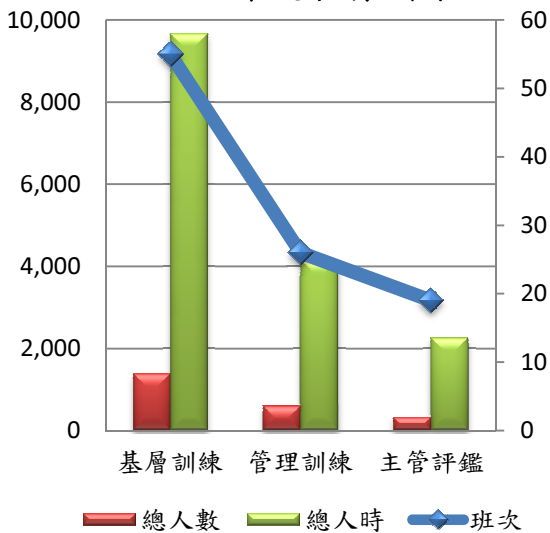
員工發展與訓練

一、人才培育

寶雅十分重視人才的養成及培訓，除了定期的訓練課程外，寶雅另外購買線上學習平台(E-Learning)，以提供員工完整且即時性的學習與訓練。

另一方面，寶雅亦建立公平公開公正的績效評估制度，使員工能在達成公司營運目標之前提下，亦能重視自我學習，以提升工作能力，完成個人生涯規劃。

2013年度教育訓練



二、職涯發展

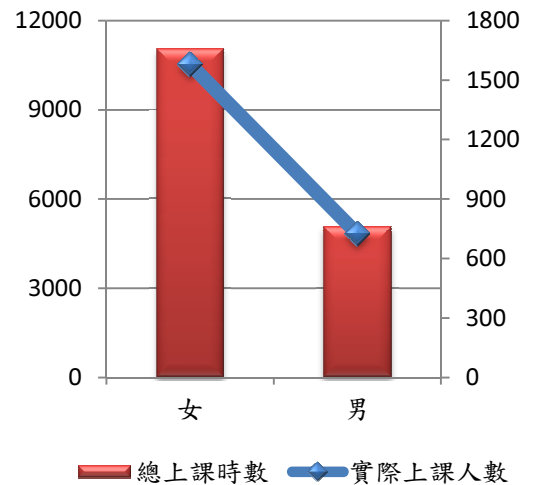
寶雅強調「能力給薪」，亦即重視員工的實力，而非以學歷或資歷做為升遷標準。

因此員工透過完整的升遷規劃、標準化的培訓機制，在完成受訓後，並依公司政策不接受廠商或外部人員之利誘，展現實質成效於工作上，經評鑑就有機會順利獲得晉升的機會。2013年，寶雅即投入將近210萬的費用在員工訓練與評鑑上。

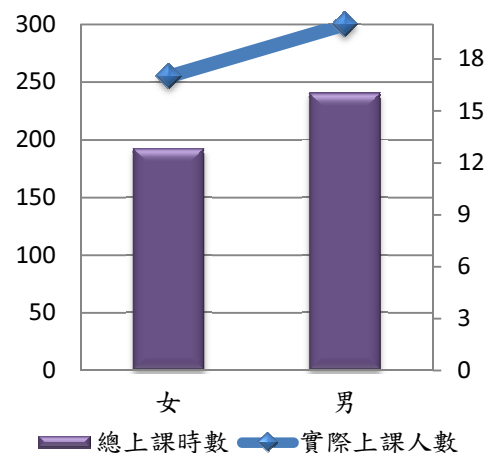
員工安全與保護

工作環境之安全是公司責任的一部分，因此除了針對分店及總公司舉行消防安檢、維護各項設施之完善與安全外，寶雅亦會派專業檢修人員至全省分店所擁有的幹部宿舍查驗其公共區域、家電安全、熱水器設備與防火設備，以維護宿舍衛生安全。在員工安全與保護政策下，2013年除因公出車禍導致職災38人外，寶雅尚未有因公司設施或政策導致人員傷亡。

員工訓練概況



勞工安全類訓練



環境保護

■ 行動計畫與願景



近年來氣候變遷快速，引起全球環保意識抬頭，聯合國政府間氣候變遷問題小組（IPCC）表示，三大溫室氣體排放量達到八十多萬年來最高。IPCC 警告，二一〇〇年前地球可能比前工業化時期升溫至少攝氏四度，將導致乾旱惡化、水災、海平面上升和物種滅絕，許多人恐會面臨饑荒、流離失所和爭奪寶貴資源衝突等困境。

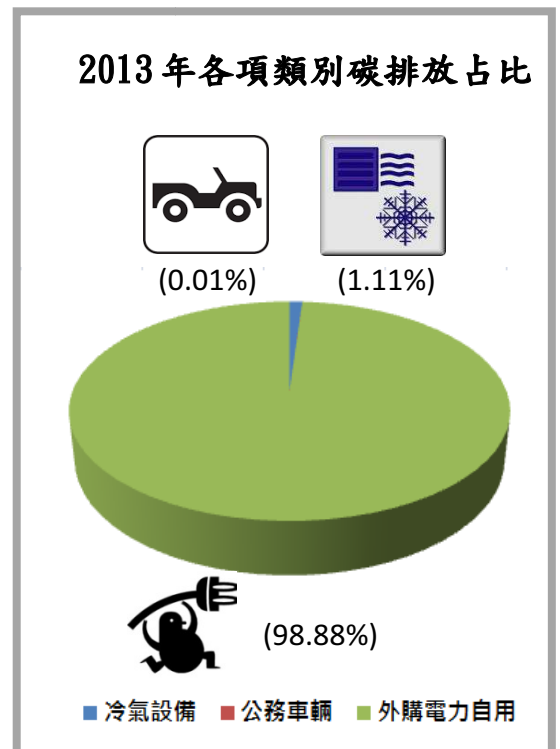
全球各界對於溫室氣體排放已列關注之重點，各國逐步協商規劃，共同保護環境，永續發展，寶雅身為全球的一份子，發展永續環境成為寶雅重要的課題，也成為我們企業社會責任政策的承諾。

■ 溫室氣體盤查

寶雅 2013 年於全台擁有 87 個大型門市，每日營業時間由早上十點至晚上十點半，為提供顧客舒適的購物空間，挑選多樣化的商品，於營業時間，從早到晚分店皆冷氣開放，主要直接排放源為分店冷氣之冷媒逸散，及總公司管理人員為管理巡視分店配有公務車數台，使用汽油，物流配送商為委外經營及廠商自送，2013 年著重物流發展，協助廠商減少送貨至分店次數，間接減少汽油之耗費與碳排放。

於範疇一(Scope1)-直接溫室氣體排放主要來源為：冷媒逸散及公務車燃油使用，範疇二(Scope2)-能源間接排放源為：分店及總公司之電力使用。

盤查期間從 2012 年開始，統計 2012 及 2013 年數據，冷媒逸散採排放係數法，依溫室氣體排放係數管理表 6.0.1 版，排放因子選用住宅及商業建築冷氣機，計算冷媒逸散，依固定源與移動源(燃料)CO2 排放係數之車用汽油計算燃油使用，電力使用依當年度外購電力排放係數計算碳排放，統計數據如下：





環境保護

2012 年					
範疇	類別	對應設備種類	設施/活動	CO2e(kg)	CO2e 占比
1	逸散性溫室氣體排放源	冷氣設備	設備所用冷媒逸散	306,968	1.06%
1	運輸移動式燃燒源	公務車輛	汽油使用	912	0.00%
2	外購電力	外購電力自用	電力使用	28,740,607	98.94%

2013 年					
範疇	類別	對應設備種類	設施/活動	CO2e(kg)	CO2e 占比
1	逸散性溫室氣體排放源	冷氣設備	設備所用冷媒逸散	361,095	1.11%
1	運輸移動式燃燒源	公務車輛	汽油使用	1,909	0.01%
2	外購電力	外購電力自用	電力使用	32,170,075	98.88%

■ 環保及節能省碳方案

一、賣場溫度控管

每日定時檢查賣場溫度，調整至適合溫度，節省能源。

二、定期清潔冷氣濾網及維持冷氣機房整潔

為維持冷氣效率，定期清潔冷氣濾網，避免能源浪費，且維持冷氣機房整潔，增加冷房效率。

三、採用節能產品

分店改裝及新開設之分店，逐步採購變頻冷氣及 LED 燈具，降低能源使用。

四、出入倉庫隨手關燈、關風扇

於倉庫貼文字標示提醒分店人員，於出入倉庫時隨手關燈、關風扇，避免浪費能源。

五、節能措施成果

2013 年平均每店電力使用度數下降 6.5%，約減少 1,870 噸 CO₂ 排放。



環境保護

六、導入統倉物流系統



導入統倉物流前，廠商需每周一~三次送貨至寶雅各分店，導入後廠商僅需送至寶雅，由寶雅整合送至各分店，依寶雅 2013 年 87 店，2013 年統倉入倉率由 25% 提昇至 37%，送貨距離依台中至台北 170 公里，每入倉廠商平均每週送貨 1 次，小貨車碳排放 0.25kgCO₂e 計算，預估可協助廠商降低 6,630 噸碳排放。

七、導入電子發票

於供應商端採電子發票，節省紙張，實施多年，並於 2013 年分店逐步導入電子發票，消費者端亦採用電子發票，響應政府政策，寶雅為台南地區第一家響應此政策的企業，並經財政部核定為使用電子發票績優營業人。

八、導入 IBM Connections



於 2013 年導入，加速跨部門、跨門市溝通效率，讓扁平化組織可以完善運作，同時讓門市店長與員工可以分享知識與心得，透過 E 化可以減少紙張耗用。

■ 用水量

寶雅 2013 年用水量為 152,152 度，用水完全來自於台灣自來水公司，不影響水源地，寶雅為一零售公司，用水皆為一般生活用水，用於清潔、馬桶沖廁……生活用途，除馬桶沖廁外，使用後之生活污水隨排水溝及雨水下水道流入河川。

■ 節水活動

- 一、部分分店改用變頻冷氣，減少冷卻水塔用水量。
- 二、部分分店廁所水龍頭加裝省水閥，減少水資源浪費。



社區回饋

■ 伊甸守護商店



從 2010 年起，寶雅參與伊甸守護商店。寶雅感謝消費者的支持與愛護，將感謝化為行動，於生活中落實「隨手行善」的概念，希望藉此幫助社會弱勢家庭，並與消費者一同響應公益。感謝寶雅消費者之愛心捐贈，以下為捐款明細。



於 2010/8/14 在台南 南方公園由擔任伊甸守護天使的**梁文音**頒「感謝狀」給寶雅生活館





社區回饋

■ 兒童關懷與教育推廣

與三峽農會幼稚園合作，辦理校外參觀活動。透過有趣的解說、臨場互動，與有獎徵答活動，建立兒童購買與付款原則，讓兒童能夠正確使用貨幣。同時，讓兒童了解商品的擺設與商店實際運作。

時尚折扣 精采生活

三峽農會幼稚園參觀活動

人資行政處

目的：與三峽農會幼稚園合作，辦理校外參觀活動！

活動花絮剪影

比比看~誰帥?誰美?

是我最愛~

來到寶雅我最愛~

哇,好多餅乾囉~(流口水)

發糖果囉!謝謝寶雅姐姐~

有獎徵答囉~要認真聽囉!!

寶雅姐姐~選我!選我!

參觀活動結束 (05:下次還要來寶雅玩囉~)

資料來源：擷取自寶雅月訊



全球永續報告指標 GRI 對照表

GRI 指標		相關章節與頁碼
1. 策略與分析		
1.1	機構最高決策者聲明	經營者的話, P4
1.2	關鍵衝擊、風險與機會說明	經營者的話, P4
2. 組織概況		
2.1	機構名稱	公司簡介, P11
2.2	主要品牌、產品和/或服務	產品及產業概況, P13
2.3	機構的營運架構, 包括主要部門、營運公司、分公司和合資公司	產品及產業概況, P13
2.4	機構總部所在地	公司簡介, P11
2.5	營運之區域與國家	公司簡介, P11
2.6	所有權與法律形式的性質	公司簡介, P11
2.7	機構供應的市場	產品及產業概況, P13
2.8	組織規模	公司簡介, P11
2.9	組織在報告期間的重大改變	公司簡介, P11
2.10	報告期間內所獲得的獎項	獲獎紀錄, P22
3. 報告參數		
3.1	資訊報告期間	關於我們的報告書, P3
3.2	上一份報告的日期	關於我們的報告書, P3
3.3	報告週期	關於我們的報告書, P3
3.4	查詢報告或報告內容的聯絡資訊	關於我們的報告書, P3
3.5	報告內容定義程序	利害關係者鑑別與溝通, P8
3.6	報告的界限	關於我們的報告書, P3
3.7	報告範疇或界限的特別限制	關於我們的報告書, P3
3.8	合營企業、子公司及國外採購業務	關於我們的報告書, P3
3.9	資料量測技術與計算基礎	關於我們的報告書, P3
3.10	解釋舊報告所載資訊重新陳述的效應及原因	關於我們的報告書, P3
3.11	報告的範疇、邊界或計算方法與以往報告的重大分別	關於我們的報告書, P3
3.12	表列各項標準揭露在報告中的位置	全球永續報告指標 GRI 對照表, P37
3.13	外部認證	關於我們的報告書, P3
4. 治理、承諾與議會		
4.1	機構的治理架構	公司治理, P23
4.2	指出最高治理單位的主席有否兼任行政職位	董事會與功能性委員會, P24
4.3	董事會中獨立及/或非執行成員的人數	董事會與功能性委員會, P24
4.4	股東及員工向最高治理單位提出建議或經營方向的機制	利害關係者鑑別與溝通, P8
4.5	高階經理人的薪酬與機構績效之間的關係	公司治理, P23
4.6	避免最高治理單位出現利益衝突的程序	公司治理, P23
4.7	最高治理成員在永續經營方面的資格與經驗	公司治理, P23
4.8	機構內部訂定的使命或價值觀、行為準則	公司治理, P23
4.9	最高治理者管理經濟、環保及社會績效的程序, 包括相關風險與機會及相關標準、行為準則與原則	風險管理, P27
4.10	評估最高治理者本身績效的程序, 尤其在經濟、環保及社會績效	公司治理, P23
4.11	解釋機構有否及如何處理預警的方針或原則	風險管理, P27
4.12	外部經濟/環境/社會約章、原則或倡議的參與或支持	利害關係者鑑別與溝通, P8



全球永續報告指標 GRI 對照表

GRI 指標		相關章節與頁碼
4. 治理、承諾與議合		
4.13	機構加入的一些協會及/或倡議組織	公司簡介, P11
4.14	機構議合的利害相關人族群清單	利害關係者鑑別與溝通, P8
4.15	辨識及選擇要議合之利害相關人的根據	利害關係者鑑別與溝通, P8
4.16	利害相關人參與的方法	利害關係者鑑別與溝通, P8
4.17	利害相關者主要關注之議題與組織之回應	利害關係者鑑別與溝通, P8
經濟績效指標		
EC1	產出及分配的直接經濟價值	營運績效, P20
EC2	因氣候變遷而對組織作業造成的財務負擔及其他風險、機會	行動計劃與願景, P32
EC3	組織擬定之福利計畫的承諾範圍	員工薪酬與福利, P30
EC4	來自於政府的重大財務援助	無此情事
EC5	在各主要營運地點的標準起薪與當地最低工資的比率	員工薪酬與福利, P30
EC6	在各主要營運地點對當地供應商的政策、實務及支出比例	寶雅的營運模式, P19
EC7	當地人員聘僱程序與高階主管比例	員工概況及統計比例, P28
EC8	為公共利益而提供之基礎建設、投資及服務	-
EC9	瞭解並描述重大的間接經濟衝擊	-
環境績效指標		
EN1	所用物料的重量或用量	-
EN2	透過再生程序製造的物料百分比	-
EN3	按主要來源劃分的直接能源耗用	環境保護, P32
EN4	按主要來源劃分的間接能源耗用	環境保護, P32
EN5	經環境保育及提高效率而節省的能源	環保與節能省碳方案, P33
EN6	提供具能源效益或已可再生能源為本的計畫	環保與節能省碳方案, P33
EN7	減少間接能源耗量的計畫, 以及計畫的成效	環保與節能省碳方案, P33
EN8	依各來源劃分的總耗水量	用水量, P34
EN9	因抽取水而嚴重影響到的水源	用水量, P34
EN10	循環再利用及循環用水的百分比及總用量	-
EN11	位於或鄰近於生態保護區之土地位置與面積	-
EN12	活動、產品及服務在生物多樣性方面的重大影響	-
EN13	受保護或經復育的棲息地	-
EN14	對生物多樣性影響的策略、現行行動及未來計畫	-
EN15	棲息地受機構作業影響的瀕臨絕種物種數量	-
EN16	按重量劃分直接與間接溫室氣體總排放量	環境保護, P32
EN17	按重量劃分其他相關間接溫室氣體排放量	環境保護, P32
EN18	減少溫室氣體排放的計畫及其成效	環保與節能省碳方案, P33
EN19	按重量劃分的臭氧層破壞物質的排放量	溫室氣體盤查, P32
EN20	氮氧化物、硫氧化物及其他重要氣體的排放量	-
EN21	按品質及目的地劃分的總排水量	-
EN22	按種類及處置方法劃分的廢棄物總重量	-
EN23	嚴重溢漏的總次數及溢漏量	-
EN24	依照巴塞爾公約定義之有害廢棄物輸出量與比例	-
EN25	受機構排水及徑流嚴重影響的水源及相關棲息地	-



全球永續報告指標 GRI 對照表

GRI 指標		相關章節與頁碼
環境績效指標		
EN26	降低產品及服務的環境影響的計畫及其成效	-
EN27	按類別劃分、售出產品及回收售出產品包裝物料的百分比	-
EN28	違反環保法令紀錄	-
EN29	運輸產品以及員工通勤所產生的重大環境影響	-
EN30	按種類劃分的總環保開支及投資	-
勞工實踐與合理工作績效指標		
LA1	按地區/國別、雇用類型、以及雇用合約，依性別進行總勞動力的細分	員工概況與統計比例，P28
LA2	按年齡、性別和區域區分計算新進員工人數、比例與員工離職人數和離職率	員工概況與統計比例，P28
LA3	在營業主要據點對全職、正式員工提供之福利	員工薪酬與福利，P30
LA4	受集體協商權保障的員工百分比	-
LA5	重要作業變更的最短通知期	-
LA6	勞資健康與安全委員會中，勞工代表的比重	-
LA7	區域與性別之工傷率、職業病比率、損失天數比率、缺勤率以及工作有關的死亡人數	員工安全與保護，P31
LA8	協助員工及其家庭或社區關於嚴重疾病之教育訓練、諮詢、預防與風險控制計劃	-
LA9	與工會達成的正式協定中，跟健康與安全有關的主題	-
LA10	按雇員類別與性別計算的單一雇員每年接受的訓練時數	員工訓練與發展，P31
LA11	協助員工轉職的技能管理及終身學習課程	員工訓練與發展，P31
LA12	接受定期評比及職業發展檢討的員工的百分比	-
LA13	公司高階管理和員工類別的組成，包括性別、年齡層、少數族群和其他多樣性指標	員工概況與統計比例，P28
LA14	依員工類別與重要營運據點的女性男性之基本薪資和報酬比率	-
LA15	依性別報告育嬰假後恢復工作和留存率	員工薪酬與福利，P30
人權績效指標		
HR1	載有人權條款，或已通過人權審查的重要投資協定數量及百分比	-
HR2	已通過人權審查的重要供應商，以及承包商的百分比	-
HR3	員工在作業中，涉及人權範圍的訓練	-
HR4	歧視個案的總數，以及機構採取的行動	無此情事
HR5	結社自由權利與支持其之行動方案	-
HR6	已發現可能為危害童工的作業	無此情事
HR7	辨識有強迫或強制性勞動風險的營運活動和重要供應商，且能量測消除所有形式的強迫勞動之貢獻	-
HR8	保全人員與人權考量相關之訓練	-
HR9	侵犯當地員工權利之個案	-
HR10	受到人權審查和(或)影響評估的營運的總數和比例	-
HR11	經由正式申訴機制與人權有關的申訴件數、處理和解決的數量	-
社會績效指標		
S01	評估與管理營運對社區的衝擊	-
S02	已作收購相關風險分析的事業單位總數與百分比	無此情事
S03	已接受組織的反收購政策及程序訓練的員工百分比	-
S04	因應特定收購事件案所採取的行動	無此情事
S05	對公共政策的立場，以及公共政策之發展與遊說的參與	-
S06	政治捐獻的總值	無此情事



全球永續報告指標 GRI 對照表

GRI 指標		相關章節與頁碼
社會績效指標		
S07	不公平競爭行為、反托拉斯與壟斷之法律行動與結果	無此情事
S08	違反法令之罰款與處罰紀錄	-
S09	對當地社區具有重大潛在或實際的負面影響的營運活動	無此情事
S010	對當地社區具有重大潛在或實際的負面影響之預防和減緩措施	-
產品責任績效指標		
PR1	產品與服務生命週期階段之健康與安全衝擊評估與改善	寶雅的營運模式，P19
PR2	違反產品與服務之健康與安全相關法令案件	-
PR3	標示產品及服務所需的資訊種類	-
PR4	違反規範產品與服務資訊標示的次數	-
PR5	滿足客戶需求的措施，包括調查客戶滿意度	-
PR6	為符合行銷推廣相關法律、標準及自願性規約而設的計畫	-
PR7	違反行銷推廣相關法律、標準及自願性規約而設的計畫	-
PR8	關於侵犯顧客隱私權及遺失顧客資料的實際投訴總次數	-
PR9	產品或服務違反法律和規章被處鉅額罰款的總額	-