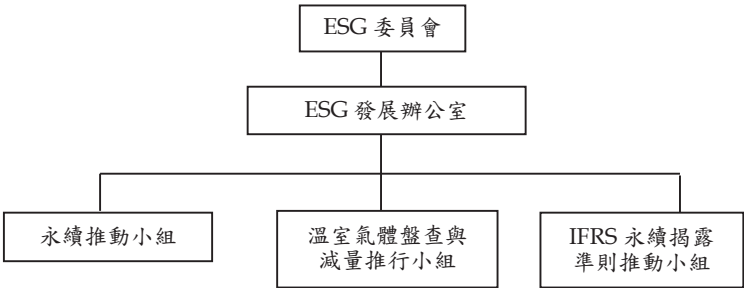


(五) 推動永續發展執行情形及與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
一、公司是否建立推動永續發展之治理架構，且設置推動永續發展專（兼）職單位，並由董事會授權高階管理階層處理，及董事會督導情形？	√		(一) 遵循ESG政策的願景與使命，已設置企業永續發展委員會，召集人為董事長，治理架構如下：  <pre> graph TD A[ESG 委員會] --> B[ESG 發展辦公室] B --> C[永續推動小組] B --> D[溫室氣體盤查與減量推行小組] B --> E[IFRS 永續揭露準則推動小組] </pre> (1)董事會為最高治理單位訂定公司永續發展方向，ESG委員會則負責企業永續發展政策、制度或相關管理方針及具體推動計畫之制定、推動與督導。 (2)ESG委員會於113年5月2日訂定永續發展委員會組織規程，並提113年7月31日董事會通過，該組織規程復於114年3月14日董事會通過修訂。113年8月6日ESG委員會開會審議通過112年度ESG報告書，並提113年8月14日董事會通過。ESG委員會113年11月6日成立IFRS永續揭露準則推動小組，訂定「永續報告書編製及確信之作業程序」及「永續資訊管理作業程序」，前述作業程序並經113年11月14日董事會通過。 (3)ESG委員會下設永續推動小組、溫室氣體盤查與減量推行小組及IFRS永續揭露準則推動小組，各小組成員由本公司及子公司員工兼任。各小組工作說明如下： 1.永續推動小組： a.負責永續資訊管理政策、遵循永續資訊揭露之相關法規及國際準	無。

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			則等，充分揭露具攸關性及可靠性之永續資訊，以提升永續資訊透明度。 b. 負責人權管理政策與程序、遵循人權相關法規及國際準則等、建立組織內所有成員（如員工、子公司等）及價值鏈重要成員內外部溝通、評估相關風險及管理機制，及促進社區發展及文化發展，以達成永續經營之目標。 c. 協助公司治理之法令遵循、教育訓練，及利害關係人溝通機制運作，以實踐公司永續發展之目標。 2. 溫室氣體盤查與減量推動小組： 於111年5月成立此小組，負責環境管理制度、遵循環境相關法規及國際準則等、評估永續轉型、提升資源使用率、氣候變遷因應機制，及設立環境管理專責單位或人員，以達成環境永續之目標。每月統計集團內各公司之能源耗用、油資、對外差旅車資之耗用，彙整溫室氣體排放量。 3. 國際財務報導準則(IFRSs)永續揭露準則推動小組： 本公司自115年會計年度起年報適用IFRS永續揭露準則，於114年11月成立此小組將本公司及組織內所有成員（如員工、子公司等），負責接軌(IFRSs)永續揭露準則報導。配合永續揭露準則導入之內部控制，更新IFRS永續資訊相關之內部控制作業手冊及辦理教育訓練。 (4) 各小組執行狀況及進度按季提ESG委員會審議，並向董事會報告。 (5) 113年度及截至114年3月31日止，小組成員共有7人次參加IFRS永續揭露準則相關課程66小時。 (6) 本公司及上市子公司於官方網站設立企業永續發展專區，提供利害關係人一個溝通管道，能即時反應相關事項，由ESG委員會迅速掌握與處理。並分別於113.11.14及114.3.14董事會報告永續發展委員會執行及推動情形。	

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因						
	是	否	摘要說明							
二、公司是否依重大性原則，進行與公司營運相關之環境、社會及公司治理議題之風險評估，並訂定相關風險管理政策或策略？	√		(7)本公司每二年一次透過紙本與線上問卷蒐集有效的利害關係人回饋。根據114年共33份由高階主管、ESG委員、部門主管及利害關係人對本公司27項永續主題「衝擊程度」的問卷排序結果，鑑別出共14項重大主題；另本公司持續秉持「取之社會，用之社會」的初衷長年贊助體育賽事與社會公益活動，並經高階主管審核認定「社會公益與社區參與」主題亦對公司具有重大影響，因此將其納入重大主題揭露。 (一)風險評估之邊界依為本公司所有子公司，有關溫室氣體盤查與查證則依「上市櫃公司永續發展路徑圖」進度執行。 (二)各公司重視利害關係人的意見與期待，除公司最高管理階層及各部門就其所處產業經營環境與風險，需適時檢視所屬業務對環境、社會及公司治理議題的衝擊，每年更透過與利害關係人問卷調查，了解各類利害關係人於環境、社會及公司治理所關注之議題，並以內部問卷及會議討論等方式，評估各議題之內外部衝擊度與影響。針對鑑別之重大議題，公司擬定相對應之管理方針與評估機制，每年追蹤目標達成情形，並揭露評估結果於永續報告書中，落實永續議題管理。同時據以審視公司各項風險及其風險管理相關機制之完整性，並依照風險管理決策及相關風險管理辦法監控各單位之相關風險。 (三)辨別環境、社會、公司治理相關重大議題之風險評估標準、過程、結果及風險政策或策略如下： <table><tr><th>面 向</th><th>風險評估項目</th><th>說 明</th></tr><tr><td>環境</td><td>環境管理制度 能源使用效率</td><td>1.本公司及子公司各營運場所皆需依循政府機構標準合法建立，以此標準降低對環境的衝擊。氣候變遷則依規定執行溫室氣體盤查與查證，盤查所有據點之碳排放，各部門依據自身業務範圍，辨識可能對營運有重大衝擊之氣候變遷，評估其風險及提出因應對策，並訂定未來溫室氣體排放的減碳目標。預計於未來視需要逐漸導入相關環境管理系統。</td></tr></table>	面 向	風險評估項目	說 明	環境	環境管理制度 能源使用效率	1.本公司及子公司各營運場所皆需依循政府機構標準合法建立，以此標準降低對環境的衝擊。氣候變遷則依規定執行溫室氣體盤查與查證，盤查所有據點之碳排放，各部門依據自身業務範圍，辨識可能對營運有重大衝擊之氣候變遷，評估其風險及提出因應對策，並訂定未來溫室氣體排放的減碳目標。預計於未來視需要逐漸導入相關環境管理系統。	無。
面 向	風險評估項目	說 明								
環境	環境管理制度 能源使用效率	1.本公司及子公司各營運場所皆需依循政府機構標準合法建立，以此標準降低對環境的衝擊。氣候變遷則依規定執行溫室氣體盤查與查證，盤查所有據點之碳排放，各部門依據自身業務範圍，辨識可能對營運有重大衝擊之氣候變遷，評估其風險及提出因應對策，並訂定未來溫室氣體排放的減碳目標。預計於未來視需要逐漸導入相關環境管理系統。								

評估項目	運作情形				與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明		
				氣候變遷導致極端氣候事件的頻率和強度日益增加，例如暴雨、颱風、洪水、乾旱，或是地震等自然災害，皆可能導致人員傷亡、財物折損、中斷供應鏈或營運生產，對企業的營運造成嚴重損失。因應措施有投保商業資產保險、存貨保險、商業中斷保險、公共意外責任險等，降低自然災害對業務造成的損失；進行自然災害風險評估，並建立緊急應變計畫及災害恢復計畫，確保在災害後能及時恢復業務運作；落實日常自動檢查作業，例如：門市建築物檢查、用電安全檢查、設備定期維修和保養；建立重大事件通報機制，建立後勤人力支援。 2.投資部門將針對屬於高碳排產業之公司，於投資前將檢核是否採取相關措施以減緩或調適氣候相關風險，並於投資後定期追蹤執行及改善情形，同時鼓勵投資於低碳排產業之公司。	
			社會	關懷員工 消費者保護 供應商管理 積極社會參與 1.依循相關勞動法規，以此作為治理風險評估標準。打造多元包容的安全平等職場環境，男女同工同酬，打造性別平等的職場。風險為若未遵循勞資相關法規，可能導致訴訟、財務和聲譽損失等風險；零售業競爭激烈、人員流動性高，容易導致服務品質及員工滿意度下降之風險。 管理策略為完善人才培育制度；建立系統性或電子化的教育訓練；提供多元教育訓練機會，讓同仁能方便取得資源，提升競爭力；逐步提升員工福利及員工滿意度，減少人員流動、提高服務品質；建立勞資申訴機制，提供同仁友善的溝通管道。 2.除嚴格把關商品及服務提供來源，掌控食品安全風險，以維護消費者權益及健康，更提供消費者服務	

評估項目	運作情形				與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明		
				專線及申訴機制。主管機關相關食品法規愈趨嚴格，若未遵循可能導致公司受到罰款及聲譽受損之風險。若供應商因不良管控流程使商品品質下降，可能導致提供不符合標準商品之風險。 管理策略為建置標準化產品安全管理流程，自主隨機抽驗產品；建置標準化問題產品處理流程，即時通報及下架；投保相關產品財務保險以規避風險，如產品責任險；深化供應商管理機制，嚴格執行供應商評鑑與遴選（除酒類為專賣事業，進貨較為集中外，其他進銷貨均非常分散，無集中之風險）；三商餐飲中央廚房112年已完成三廠的擴建並啟用，未來除了能提高產品自製率，並能充份掌握品質。 3.秉持著品質管理從源頭做起的思維模式，透過旗下子公司各自訂定適用於其產業的供應商管理制度，以確保供應商在製造與提供產品的過程中皆遵守法規規範，並符合職場健康安全、環境保護、勞工人權與道德要求等社會與環境面向的期望。 4.本公司及各子公司，基於「取之於社會，用之於社會」的初衷，關注公共議題，關懷弱勢族群，積極辦理與參與公益活動，善盡企業公民的責任，回饋社會，請詳本章節七之說明。	
			公司治理	重視公司治理 遵守誠信經營 風險管理 1.訂定公司誠信經營守則、道德行為準則、內部重大資訊處理暨防範內線交易管理作業程序及檢舉制度實施辦法，以此作為治理風險評估標準。保障股東、債權人及員工權益，透過強化董事會職能，投保董事責任保險，定期安排董監事參加公司治理相關進修課程，確保董事之專業性、獨立性及多元性。董事、經理人及員工均需遵守，防止貪腐與賄賂。	

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因	
	是	否	摘要說明		
				2. 尊重利害關係人權益，每2年透過與利害關係人問卷調查了解各類利害關係人關注之議題，並揭露評估結果於永續報告書中，提昇資訊透明度。 3. 辦理不誠信行為風險評估，分析及評估營業範圍內具較高不誠信行為風險之營業活動，並據以分析檢討。 4. 鑑別與分析財務、營運、轉型等風險。 (1) 本公司之子公司三商人壽，投資金融資產金額龐大，外幣金融資產超過8成，主要以美元計價，故國內外股債市、利率及美元兌新台幣匯率的波動，嚴重影響本公司資本結構、財務結構及經營績效，產生市場風險(匯率風險、利率風險、價格風險)、信用風險、流動性風險及作業風險等。管理策略為注意利率及匯率之變化及利用遠期外匯等方式規避匯率風險；信用風險之管理方式為限額控管，針對行業別、發行人及國家風險暴險等均分別訂有限額，並隨時監控，以避免風險過度集中；短期流動性風險管理除訂定資產流動性比率做為衡量與控管指標，相關部門已建立即時資金通報機制，運用適當貨幣市場工具進行日常資金調度；中長期流動性風險管理透過資產負債定期檢視，運用現金流量分析模型，監控資產負債配合情形以規劃降低相關風險；市場流動性風險方面，考量市場交易量與所持有部位之相稱性及鉅額交易部位對市場價格造成之變動等風險，訂定相關監控機制，並對日常交易集中度、投資部位限額、流動性資產配置亦有相關規範，以避免市場流動性風險的產生；作業風險管理目標是藉由各投資單位建立及有效執行健全之作業風險管理及監控機制。	

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因	
	是	否	摘要說明		
				(2)民生用品與餐飲零售業面臨商品同質性及替代性高，同業間的削價競爭以及異業跨業搶占市場（如超商及攤販進攻外食市場）等風險，導致市場被瓜分，公司利潤下降；門市經營的固定成本相對較高，包括人事、租金、折舊等。在面對不景氣或商圈變化時易陷入虧損風險；零售業物流規模有限，影響公司整體擴張效能。 民生用品零售業管理策略為引進海內外新產品、自有品牌商品研發；強化顧客關係管理（CRM）數據分析了解各銷售區域之消費特性，以滿足鄰里居民多樣化之民生用品及服務性商品需求、深耕社區；透過行銷活動強化會員關係，提高消費者對品牌的認同，避免參與價格戰；113年美廉社多達51家門市，店內導入「Tomod's特美事」貨架，豐富化妝品類；113年三商家購整合旗下美廉社、心樸市集及寵物好事資源，多達65家門市設立寵物貨架專區，擴大寵物零售生態圈；持續優化倉儲管理系統、電子標籤輔助揀貨系統、自動分揀系統外，並引進壓紙機等自動化設備，以降低倉儲管理成本、提升物流作業效率。 餐飲零售業管理策略為視市場變化需求推出新態樣或新服務型態，並針對舊商品持續改良產品口味；另已完成中央廚房建置，提升自製率，並掌控品質。 (3)因為現代企業已高度依賴數位技術和資訊系統來支持業務運營，企業有可能面臨駭客攻擊、勒索病毒、消費者個資及消費資料之竊取風險。	

評估項目	運作情形				與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明		
					管理策略為為強化本公司之資訊安全管理、確保個人資料、核心系統及網路安全，並於民國112年設立資安室，為資安專責單位，包含資安長、資安專責主管及兩名以上的資安專責人員，負責資通安全事務的規劃與執行。 ●訂定資通安全維護計畫，並定期檢視計畫，確保資訊之機密性、完整性、可用性級適法性，以及符合相關法令要求，降低資訊作業風險，保護資訊資產免於遭受內、外部蓄意或意外之威脅，維護資料、系統、設備及網路之安全，以保障公司利益及各單位資訊系統之永續運作。 ●訂定『資訊資產及風險評鑑管理要點』，盤點資訊資產，進行風險評鑑，針對核心業務系統存在風險進行風險管控。定期弱點掃描、滲透測試等安全檢測，進行弱點修補，透過風險控制與持續精進措施，降低駭侵團體與人為疏失之威脅，保護消費者個人資料與企業營運機敏資料之資通安全環境。 ●加入TWCERT 資安聯盟，不定期收到資安情資，強化資安聯防。 ●每年舉辦個資保護與資訊安全教育訓練時數3小時共121人次，以及定期發送資安宣導，提升員工資安意識。 ●每年進行電子郵件社交工程演練，113年測試對象157個使用者，總發信量314封，演練結果開啟率為10%，點擊率為1%，並針對未通過演練之同仁，再次進行資訊安全教育訓練。 ●建立核心系統備援機制，於IDC機房建立異地備援及備份，提高資安韌性。

評估項目	運作情形					與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明			
					●導入EDR威脅見識分析與回應平台，以情資持續預測未來攻擊，並全時監控異常行為。防堵進階持續性威脅(APT)與勒索軟體。 ●訂定資訊安全事件通報與應變作業流程。 ●導入資通安全威脅偵測管理(SOC)，判斷資安事件、預警或異常連線等行為。 ●三商i美食卡APP與線上訂購平台正式導入ISO 27001管理制度，全面強化資訊安全保障，確保會員資料與平台交易過程的安全性與隱私性並且進行進行漏洞掃描與風險評估。 5.請詳公司治理運作情形及履行誠信經營情形章節之說明。	
三、環境議題						
(一)公司是否依其產業特性建立合適之環境管理制度？	√		(一)遵守能源管理法、廢棄物清理法、一般廢棄物回收清除處理辦法、水污染防治法等相關法規。推動能源管理系統，明定公司各部門人員之管理職責，由能源管理委員會確認能管系統之運作績效。目前三商行導入 ISO 50001 能源管理系統，於 112 年 10 月 4 日通過重新審查，證書有效日期至 115 年 11 月 9 日。			無。
(二)公司是否致力於提升能源使用效率及使用對環境負荷衝擊低之再生物料？	√		(二)優先採購具節能標章的設備與產品，如持續汰換並使用節能燈具、選擇環保碳粉及綠建材、更換新冷媒的交換機等，減少有毒廢棄物的製造，提升資源使用效能。 近年持續更新廢(污)水處理設備，目標以高效率的處理方法，降低環境的負擔。 113度企業節能成果如下： (1) 建北大樓110年初汰換老舊冰水主機，以整棟樓109年總用電量作為基線，更換冰水主機後110年總用電量較基線降低了10.2%；111年較基線降低了11.4%；112年較基線降低了9%，113年較基準線降低了10%，平均每年節能效益皆維持10%左右。			無。

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因	
	是	否	摘要說明		
			(2) 門市節能措施及成果如下：		
			公司	節能策略	113 年計畫成果
			三商行	1.依循 ISO 50001 進行能源管理與分析、規劃執行年度節能行動計畫，並逐步複製管理模式至全門市。 2.計畫性實施全門市非節能 LED 燈具汰換、老舊空調汰換。 3.門市定期清洗/保養冷卻水塔與空調。	1.113 合計汰換空調設備數量： 空調主機—7 家店共 12 台。 冷卻水塔—3 家店共 3 台。 2.113 合計汰換 6 家店照明設備， 114 年預計排定 30 家門市完 成換裝節能燈具。 3.113 合計清洗保養空調數量： 空調主機—97 家店共 209 台。 室內送風機—19 家店共 133 台。 冷卻水塔—82 家店共 93 台。
			三商餐飲	1.節能設備採購。 2.使用節能燈具、空調設備。 3.排風馬達安裝變頻器。 4.室內裝修選用綠建材。	1.113 年度合計安裝變頻式冷氣機共 108 台，門市冷氣汰舊換新共12間門市（一級能效冷氣）。 2.採用節能LED燈具門市已達88%。 3.排風馬達安裝變頻器門市達9%。 4.門市室內裝修許可工程，綠建材使用率均達60%以上。
			三商家購	1.全面進行門市店裝優化，汰換老舊照 明及空調設備（以「平板燈」取代老舊 T8 燈管，平均一盞32W平板燈可取代1.83支20W的T8燈管，且可提升平均照度150流明）。 2.申請採購小額綠電。	1.113年全年度的新開店及改裝店均全面採用及汰換為平板燈，共換裝43間門市、裝設1,191盞平板燈(平均每店27.7盞)；採用節能LED燈具門市已達100%。 2.113年參與台電小額綠電銷售試辦計畫1萬度電(每度4.9元共計4.9萬元)，共10張再生能源憑證；預估節省碳排4,940公斤。(數據參考經濟部能源局113年12月9日公告的112年電力排碳係數)。

評估項目	運作情形					與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明			
(三) 公司是否評估氣候變遷對企業變遷對企業現在及未來的潛在風險與機會，並採取氣候相關議題之因應措施？ 						

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			回收機制。當廠商進貨至物流中心後，物流中心會直接利用廠商之紙箱包裝出貨至門市，門市人員收到商品後會將可堪用的紙箱回收留存，固定每週將紙箱寄回物流中心重複使用。依據物流中心提供回收率相關數據，而三商行113年回收的紙箱回收的紙箱可重複使用次數約4至6次。 三商家購113年空瓶回收6,545,520瓶，約294.55公噸。 為避免造成環境污染及有效進行廢棄物分類與回收，三商餐飲在門市餐廳設有回收設施及標示，以利後續回收處理，並依環保署《一般廢棄物回收清除處理辦法》之內容，填具「事業廢棄物清理計畫書」，將資料提交各地所屬環保局；同時三商餐飲與環保主管機關核准之處理廠商簽定廢棄物清運合約及廢食用油合約書，每月依約到店進行回收，其相關清除處理、運輸方法等皆符合政府相關法令，以確保廢棄物流向。113年三商餐飲門市廢油量共約474.025公噸，較去年下降4.14%。 113年中央廚房廢棄物清運總量約為422.384公噸，包含一般事業廢棄物為167.648公噸，及可回收廢棄物約為254.736公噸。其中資源回收廢紙類會先使用壓紙機壓成紙磚；塑膠瓶、玻璃瓶、鐵鋁罐、鐵桶、膠膜則是分類好後裝入太空包，再由合法廠商進行定期清運回收。廚餘及報廢食材由合格的清運業者負責清運後，送到合法的畜牧場（養豬業者）處理。113年中央廚房可回收廢棄物皆100%進行回收。	
四、社會議題 (一)公司是否依照相關法規及國際人權公約，制定相關之管理政策與程序？	✓		(一)招募新人採平等原則，並雇用身心障礙人士及二度就業婦女且遵循勞基法及相關法令規定，以保障員工權益。本公司尊重員工之基本人權，聘僱員工時依其學經歷及工作能力為判斷依據，對於不同國籍、政黨、種族、宗教、性別、年紀、身障均一視同仁，公平對待。另本公司遵守政府勞動法令，禁用童工，未僱用未滿16歲之員工。人員招募均透過公開管道，如人力銀行網站，充分揭露職缺以力行平等雇用政策。	無。
(二)公司是否訂定及實施合理員工福利措施(包括薪酬、休假及其他福利等)，並將經營績效或成果適當反映於員工薪酬？	✓		(二)依員工職別、工作職掌訂定符合市場競爭力及員工職涯發展之薪獎制度，並依據勞基法給予休假福利，同時提供員工團保、節慶禮券、各式津貼、久任獎勵等福利。亦制定績效評核獎勵金及晉升制度，針對績效表現優異及高潛力人才給予實質獎勵與晉升機會，以促進人才留任。	無。
(三)公司是否提供員工安全與健康之工作環境，並對員工定期實施安全與健康教育？	✓		(三)三商集團各公司依規定設有「職業安全衛生委員會」及「職工福利委員會」。每季召開勞資會議及職安衛委員會，並提供多元溝通管道（如：	無。

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
(四)公司是否為員工建立有效之職涯能力發展培訓計畫？	√		公司內部網站、例行性會議、董事長信箱等)加強勞資雙方的溝通。 三商集團致力打造安全與健康無虞的工作職場，定期檢討與改善工作環境，積極防止職業災害發生。為了解及推動各事業部門的職安衛相關業務，每三個月定期與各部門職安窗口召開窗口會議，報告與了解各部門職安衛執行業務時所遇到的情況及提供可改善之措施。職業安全衛生管理室訂定年度職業安全衛生管理計畫、執行職安衛教育訓練、健康促進宣導與講座、安排職醫與職護臨場服務、職災分析及預防、作業環境監測等作業。 另有關各業別員工人身安全健康與工作環境保護措施與其實施情形請詳本年報「肆、營業概況，五、勞資關係之(三)員工人身安全健康與工作環境保護措施與其實施情形」。 本公司 113 年度未發生火災事件。 (四)提供員工順暢的升遷管道及完整教育訓練，務求同仁能在既有崗位上執行勤務，同時進修取得升遷時必要之技能。 三商集團員工教育訓練主要以職級需求為分類的課程，並依組織發展各職級訓練項目，包括內部講師訓練、管理訓練及專業能力外訓。員工的教育訓練亦採用終生職涯學習的概念。透過一系列的職能學習，讓員工在晉升時，可以獲得符合該職位所需的各項核心職能。另規劃線上學習平台，使學習環境兼具多元與彈性化，提昇訓練效益及工作能力。	無。
(五)針對產品與服務之顧客健康與安全、客戶隱私、行銷及標示等議題，公司是否遵循相關法規及國際準則，並制定相關保護消費者或客戶權益政策及申訴程序？	√		(五)對產品與服務負責並重視行銷倫理。採購、生產、作業及服務流程，皆以確保產品及服務資訊透明性、安全性與優質服務體驗為宗旨，並制定且公開消費者權益政策，落實於各項營運活動中，防止產品或服務損害消費者權益、客戶隱私、健康與安全。各項產品通過相關驗證機關之查證標準並為產品投保責任險，秉持著顧客至上的態度，設有「0800顧客服務中心」，供顧客即時回饋意見，並追蹤後續結果，改善服務品質，以創造最大顧客滿意度為目標。 零售業商品品質管控策略如下： (1)三商餐飲中央廚房大園廠已於108年7月完成並取得FSSC/ISO 22000:2018及HACCP認證，並於112年6月完成追蹤查驗合格。另外，中央廚房大園廠的麵廠也於112年7月通過TQF續審並取得驗證證書。	無。

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			(2)強化自主檢驗能力：三商餐飲檢驗人員於112年12月參加TAF認可符合ISO/IEC 17043之「台美檢驗（SuperLab）能力試驗」進行微生物能力試驗，總生菌數（AOAC 990.12）、大腸桿菌群（AOAC 991.14）、大腸桿菌（AOAC 991.14）均通過測試。透過每年固定參與認可實驗室舉辦之能力試驗，藉以測試及了解檢驗人員之檢驗能力，以確保食材及最終成品品質均安全無虞。為強化自主檢驗能力，三商餐飲於109年12月23日取得ISO/IEC 17025 實驗室品質管理系統認證，並於113年12月完成延展認證，以確保認證系統、人員能力及檢測儀器的合規性。同年也對實驗室進行了設備升級，包括探針式溫度計、糖度計及電子磅秤的更換，並新購了指針式厚薄度計、分注器等新設備，以提升自主檢驗效能與品質。 (3)中央廚房每月進行1.成品、2.水質及冰塊、3.廠區環境落菌、4.機械設備塗抹及5.從業人員手部衛生塗抹5個類別的自主衛生檢驗，113年總共進行了287個抽樣點（較去年增加35%），共計2,556樣次的自主檢驗（較去年增加12%），合格率皆為100%。 (4)中央廚房依照監測計畫實施，113年共對33種原物料品項（占全部原物料21%）、128種成品（占全部成品76%）以及5次水質，共採190樣次進行第三方公正單位檢測，檢驗結果均100%合格，抽樣數會根據每年新商品數量或發生異常狀況進行調整。 (5)為實現從原料進廠到產品交貨各階段的有效追溯，三商餐飲透過內部ERP系統紀錄原物料、產品、供應商等基本資料，同時提供進銷貨、溯源管理、訂貨驗收、生產履歷登錄以及上傳至公有雲等功能。透過系統化管理不僅能減少人工和紙本作業，也強化了食品供應商原物料的追溯機制。 (6)113年符合我國食品法規規範的原料共計食材318項和非食材120項，其中100%的食材和98%的非食材均進行追蹤溯源管理，剩下2%未進行的為套籃袋非食材原料。 (7)商品標示：商品皆須遵守政府訂定之「商品標示法」，讓消費者能清楚知道商品內容與相關訊息，保障消費者權益。 (8)不良品處理辦法：經程序認定為商品品質不良者，一律即時下架辦理退貨或報廢。	

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			(9)秉持嚴謹監控商品的態度，定期執行商品抽查檢驗作業，確保能持續供應穩定的商品品質，並無違反政府相關法規；對於進口商品的品質亦經過嚴格把關，除了政府邊境查驗、專業報關行簽審，亦須經內部嚴格的商品審核合格後，方可入境。 (10)販售之商品皆有標示生產地、製造日期、成分與材質等必要資訊，並將「商品是否遵循《商品標示法》、《食品安全衛生管理法》及政府相關法令規定」列為新供應商的篩選標準，要求供應商須簽署協議書，保證其商品成分、製造、標示及廣告皆符合法規要求，並嚴格要求供應商應確保來料及商品品質，禁止侵害他人智慧財產權，恪遵相關法令規定。 (11)三商家購也將商品標示（包含條碼、日期標示、中文標示等）列為物流中心進貨驗收的必要項目，且依循《包裝內控設計管理制度》，對自有品牌商品的標示資訊進行把關，確保商品從製造、運輸乃至販賣都有清楚的標示資訊可以依循。 客戶隱私： (1)本公司訂有內部個資保護管理通報，對外則於合約加註個資保護條款，確保所有營運單位、供應商及顧客均受到個資保護，同時，我們也利用內評計畫及外部驗證制度，協助各部門持續檢討資訊安全保護系統之有效性，並存有紀錄。針對人員違反公司個資保護管理規則，亦訂定相當的懲處辦法。 (2)三商人壽通過ISMS資安管理系統(ISO 27001)、PIMS個人資訊管理制度(BS 10012)驗證，以確保提供客戶優質的服務，並妥善保護客戶的個人資料。為保護消費者與客戶權益，依金融消費者保護法，落實金融消費者保護，並依金融監督管理委員會「金融服務業公平待客原則」，建立以「公平待客」為核心之企業文化，深化客戶體驗，制定「公平待客管理會議運作辦法」並每季召開公平待客管理會議，113年共計召開4次，藉由此管理會議共同擬定執行方案及措施以落實公平待客十大原則，並於會後將管理會議事項提報董事會，以確保執行結果，透過董事會的參與，塑造本公司由上而下的公平待客文化。	

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			(3)113年三商行進行資訊安全檢測包括，網站、網頁、APP弱點掃描以及滲透測試，以及時發現問題，立即安排時間解決，並規劃AWS 系統建置之雲端網路環境建置，用心維護會員資料的安全。在APP資訊安全提升方面：會員密碼加密包含資料庫加密，忘記密碼作業流程調整，過去以發送密碼簡訊，調整後以發送驗證碼簡訊，後會員可依照收到驗證碼，去重新設定密碼後，再行登入會員，提升會員資料在傳輸過程中的安全性。 (4)三商餐飲內部則訂有資訊安全管理辦法，內容包含資訊安全事件通報與處理規範。0800客服在接獲客訴時，會直接予以回覆或交由門市處理，僅會記錄此次客訴內容，不會留存顧客相關個人資訊，留存於錄音主機之來電紀錄也由專人保管及列入個資盤點；三商i美食卡APP於會員申辦帳號時，必填個資僅有手機號碼及出生西元年月，且須經會員勾選同意服務條款及隱私權政策後方可完成註冊。為確保完善保護會員個資，資料皆保存於公司系統中並由專人管理，無紙本資料留存，若有相關行銷活動、抽獎活動等需公告名單時亦會將個資進行去識別化，保管期限屆滿或特定目的消失，將依「個資銷毀流程」進行個資銷毀處理。 (5)三商家購遵循「個人資料保護法」建立個人資料保護管理作業程序，112年成立了個人資料管理專責單位，負責推動個人資料保護管理事宜，包含定期執行個資盤點、風險分析、制度內評、通報修訂、資料銷毀、教育訓練等工作，並配合人資課程要求總部和門市同仁皆需完成個資線上必修課、定期執行資訊安全/社交等演練，確保資通安全管理制度之運作，範疇包含網路防護、軟硬體防護、資通環境定期檢測、行動app檢測、電子郵件社交工程演練等，並透過內外部資安管理訓練課程、辦理資訊安全教育課程及宣導。 申訴程序及流程： (1)三商人壽申訴流程為提供保戶書面(郵寄至台北市內湖區石潭路58號保戶申訴中心)、電話(客服專線0800-022-258)、傳真(02-2345-5747)、客服中心電子信箱(callcenter@mail.mli.com.tw)；申訴人提出申訴，將有專人受理與處理，並以電話或專函通知申訴人，相關資訊皆已揭露於公司官網。	

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
(六) 公司是否訂定供應商管理政策，要求供應商在環保、職業安全衛生或勞動人權等議題遵循相關規範，及其實施情形？	V		(2) 三商行113年透過0800消費者服務專線及官網信箱管道，處理了共548件顧客服務案件，全數案件皆已妥善回覆後結案。另外，電商部門也透過平台系統及服務專線為顧客服務，以在蝦皮商城為例，截至113年12月止，總共獲得56,127筆顧客評價，其中五星評價約占96%。 (3) 三商餐飲113年0800消費者服務專線共處理了約86,916件顧客服務，服務項目概括消費者詢問門市行銷優惠、門市地址電話、產品建議、美食卡app等等。其中關於客訴問題約有70件，較去年上升6%，客訴主要類別為餐點製作品質、服務流程、服務態度、環境衛生與其他等，全數案件均以客服流程妥善處理並回覆消費者。 (4) 三商家購設有顧客服務中心，消費者可透過客服專線和信箱提出申訴和意見，所有案件統一由客服中心協助回覆，並在提供消費者滿意的答覆後始得銷案，以確保消費者權益。113年客服件數共有18,606件，皆已全數完成回覆。 (六) 秉持著品質管理從源頭做起的思維模式，子公司各自訂定適用於其產業的供應商管理與評鑑制度，確保供應商在製造與提供產品的服務過程中皆遵守法規規範，並符合職場健康安全、環境保護、勞工人權與道德要求等社會面向的期望。 公司也以長期發展、共存共榮的理念，積極輔導供應商進行流程標準化、作業電腦化等，以提高供應商產能及商品良率。另外，與供應商建立長期、緊密的業務關係，也有助於對雙方整合資源和競爭優勢共同開拓市場，故旗下子公司每年固定舉辦多場供應商會議進行良性交流，期許能同心協力、創新產品與服務，帶給顧客良好的商品與服務體驗。 三商餐飲食品安全從源頭把關做起，堅持選擇合格之供應商，每年都會對新開發供應商及既有供應商進行評鑑，透過嚴謹的供應商評鑑和稽核制度，來確保我們所使用的原料及生產的商品安全無虞。在開發新供應商或新原料交易前，三商餐飲會採取嚴謹的評核程序，根據供應商工廠的各項認證及產品檢驗報告評核等級，例如是否符合國內相關法規規範、是否取得食品良好作業規範（GoodHygiene Practices, GHP）食品認證等，113年三商餐飲共進行了6家新廠商的實地訪廠，其實地評鑑等	無。

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因																																				
	是	否	摘要說明																																					
			級皆為A級(85分以上)，3家新廠商進行書面審核皆通過。評鑑項目如下表所示。 <table><tr><th>評鑑項目</th><th>書面審核</th><th>實地訪廠</th></tr><tr><td>投保產品責任險</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>食品安全管理相關認證</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>食品安全(輸入許可證、檢驗報告)</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>勞工健檢紀錄</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>廠內水質檢驗紀錄</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>消毒、除蟲紀錄</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>溯源管理</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>倉儲溫溼度控管</td><td>V</td><td>V</td></tr><tr><td>化學品及設施/設備管理</td><td>V</td><td rowspan="4">-</td></tr><tr><td>廠區及環境衛生</td><td>V</td></tr><tr><td>量測儀器校正紀錄</td><td>V</td></tr><tr><td>人員教育訓練紀錄</td><td>V</td></tr></table> 三商餐飲供應商遴選需為合法登記之公司（代理商/進口商）或工廠，並優先採用經系統認證之食材或供應商（CAS台灣優良農產品、TAP農產品產銷履歷、TQF台灣優良食品驗證、FSSC/ISO 22000 & HACCP食品安全管理系統等），共同為食品安全做把關。113年與101家供應商合作（分別為國內97家且皆取得食品業者登錄字號；國外4家皆取得HSCCP認證），其中國內至少取得一種系統認證之供應商共64家（占國內供應商64%），另有36家食材供應商及1家包裝膠帶等非食品級之耗材供應商尚未取得系統認證（占整體採購36%），未取得系統認證者多為中盤商或經銷商，公司為考量降低成本和庫存而選擇直接與中盤商購置，目前這些供應商也正積極導入建置食品安全系統中。	評鑑項目	書面審核	實地訪廠	投保產品責任險	V	V	食品安全管理相關認證	V	V	食品安全(輸入許可證、檢驗報告)	V	V	勞工健檢紀錄	V	V	廠內水質檢驗紀錄	V	V	消毒、除蟲紀錄	V	V	溯源管理	V	V	倉儲溫溼度控管	V	V	化學品及設施/設備管理	V	-	廠區及環境衛生	V	量測儀器校正紀錄	V	人員教育訓練紀錄	V	
評鑑項目	書面審核	實地訪廠																																						
投保產品責任險	V	V																																						
食品安全管理相關認證	V	V																																						
食品安全(輸入許可證、檢驗報告)	V	V																																						
勞工健檢紀錄	V	V																																						
廠內水質檢驗紀錄	V	V																																						
消毒、除蟲紀錄	V	V																																						
溯源管理	V	V																																						
倉儲溫溼度控管	V	V																																						
化學品及設施/設備管理	V	-																																						
廠區及環境衛生	V																																							
量測儀器校正紀錄	V																																							
人員教育訓練紀錄	V																																							

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			三商行將鞋類供應商評鑑結果分為四個等級：A級（95分以上）列為優良廠商、B級（94 - 85分以上）為合格供應商、C級（84 - 60分）廠商將減少交易並協助輔導改善、D級（小於60分）將不建議合作。 每年將依據不同產品需求，訂定基本目標評鑑率40%。113年鞋全家福合作供應商有96家，共評鑑51家供應商（評鑑率53.1%），較去年評鑑率上升0.5%。其中評比A級優良廠商20家（占比39%）；B級合格供應商30家（占比59%）；評比C級廠商1家（占比2%）；無D級供應商，其中C級以下供應商因商品未達公司要求已終止合作。 三商家購除了替顧客精選物美價廉的商品之外，也透過嚴選優良製造商推出自有商品。除了提供合格廠商基本資料外，亦建立商品技術規格書，並設置具備國際ISO 9001及ISO 22000的主導稽核員予以執行。三商家購於市售自有品牌商品的供應商合約中規定，供應商生產工廠需符合美廉社稽核條款，並將上架後的合作供應商分為A至E五個等級作稽核管理，每年乙次訪廠，稽核頻率依照不同等級進行調整：A級供應商3年一次；B級供應商2年一次；C級廠商每年一次；D級供應商給予6個月限期改善；E級供應商則評估複查或不採用。 113年三商家購合作的代工生產（簡稱OEM）供應商有61家，共評鑑58家（評鑑率95%）。其中評比A級優良廠商32家（占比55%）；B級合格供應商13家（占比22%）；C級供應商11家（占比19%）D級供應商2家（占比3%）；E級供應商0家。 為了與供應商進行有效溝通，子公司於113年共進行了1,617場供應商交流會議（三商行63場；三商家購1,554場），除了定期與供應商進行良性交流外，亦透過供應商管理平台（Supply Chain Management, SCM）不定期公告最新資訊於平台上，以即時回應供應商需求並達到利害關係人有效溝通。另外，在導入電子採購系統下，能降低供應商作業流程，以達到快速、精準的供應商管理目標。	

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
五、公司是否參考國際通用之報告書編製準則或指引，編製永續報告書等揭露公司非財務資訊之報告書？前揭報告書是否取得第三方驗證單位之確信或保證意見？	√		五、永續報告書係依循全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative, GRI）所發布的GRI:110永續性報導準則，以及AA1000:107當責性原則（AA1000AP AccountAbility Principles）進行報告書內容編製；同時符合臺灣證券交易所於113年1月26日修訂之《上市公司編製與申報永續報告書作業辦法》之規範揭露內容。另外，公司治理3.0要求上市櫃公司應參考揭露美國永續會計準則委員會（SASB）發布之準則，以強化永續報告書揭露資訊，本公司主要營收產業屬SASB準則「FN-IN保險業」類別，詳細內容請至三商美邦人壽保險股份有限公司之永續報告書查詢。 本公司112年永續報告書業經英國標準協會台灣分公司(BSI Taiwan)依循GRI Standards核心選項檢核，並取得檢核聲明，表明本公司出版之永續報告書依循GRI永續性報導準則的報告書方法及自我聲明符合GRI永續性報導準則核心選項係屬公允的，同時取得AA1000 AS保證標準，並經113年8月14日董事會通過。 目前113年度永續報告書正由報告書經英國標準協會台灣分公司（BSI Taiwan）依循GRI:2021永續性報導準則及AA1000:2018當責性原則第一應用類型中度保證等級進行查證中，預計於114年6月完成。本公司已架設網站，屆時將在ESG專區揭露永續報告書及相關資訊。	無。
六、公司如依據「上市上櫃公司永續發展實務守則」定有本身之永續發展守則者，請敘明其運作與所定守則之差異情形：無。				
七、其他有助於瞭解推動永續發展執行情形之重要資訊： 本公司及各子公司，基於「取之於社會，用之於社會」的初衷，關注公共議題，關懷弱勢族群，積極辦理與參與公益活動，善盡企業公民的責任，回饋社會。有關資訊簡述如下： （一）基於「回饋社會」的理念，本公司號召同仁組成「企業志工」實際參與社會公益活動。 （二）每年與贊助商共同舉辦「三商企業盃路跑賽」、「三商高球名人賽」及「慢速壘球協會辦理各項盃賽」，致力提倡全民健康運動。 （三）三商美邦人壽長期投入社會公益活動，關注弱勢群體，持續將溫暖與關懷傳遞到社會的角落。 1. 聚焦國人「健康風險」預防面向，長期支持國內體育發展，進而培養強健體魄，提升健康風險管理意識，推動多項運動賽事超過10年以上，推廣運動風氣不遺餘力。113年投入達2,876萬元，受惠人數達8.9萬人，期望透過鼓勵參與運動賽事，建立健康風險管理意識，促進全民健康發展。提供校園實習：藉由提供多間大學生實習專案，與保險、財務金融等相關科系合作，進行學術與實務交流，降低學用落差，促進學生與實務工作銜接。				

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
2.關懷兒童身心				
兒童是未來希望的幼苗，連續15年舉辦適合國小學童參與的「三商美邦人壽盃Teeball全國樂樂棒球錦標賽」，將運動的習慣向下扎根，培養孩童健康體魄；同時結合已舉辦21年的「保戶子女寫生比賽」，鼓勵保戶們利用假日，帶著子女外出寫生，不僅增進親子互動，也促進小朋友身心發展，協助家庭培育更多健康快樂的孩子，為國家奠定更堅實的發展力，113年Teeball樂樂棒球及保戶子女寫生比賽共計9,951位孩童參與。				
3.推動普惠金融教育				
積極開發符合高齡及弱勢族群需求之金融商品，更發揮本業專長，舉辦各項金融理財教育活動，包含偏鄉國小金融課程、保戶理財講座及保戶子女理財夏令營、高齡關懷公益活動、大專院校防詐公益講座及金融防詐闖關活動等，為學童、保戶、大專院校學生、高齡長者及社會大眾建立正確理財觀及提升防詐意識，2024年總計辦理60場活動，5,540人受惠。				
4.促進保險學術發展				
(1)贊助學術發展：連續11年贊助政大風險與保險研究中心投入保險學術發展、連續7年贊助政大金融科技產學合作聯盟支持金融科技創新，推廣金融相關知識。 (2)提供校園實習：藉由提供多間大學生生實習專案，與保險、財務金融等相關科系合作，進行學術與實務交流，降低學用落差，促進學生與實務工作銜接。 (3)推動微型保險：自103年起極力推動微型保險業務，積極與大專院校、兒福聯盟、犯罪被害人保護協會、南投縣政府等學校、社福團體與地方政府合作，以捐贈保險費方式提供經濟弱勢族群及大學專院校免繳學雜費學生一年期微型傷害保險，每人保額上限可達50萬元，協助減輕因遭遇突發意外事故對家庭所造成的經濟衝擊。113年受贈單位包括16所大專院校、2所高中（職）、3家社福機構及1個縣市政府，投保人數22,608名，捐贈保費逾503萬元。截至113年，累計投入逾3,900萬元，累積承保人數超過15萬人。合併微型保險保費捐贈及銘傳大學深耕計畫募款贊助，113年共捐款逾518萬元。其中「深耕計畫」係配合教育部政策，贊助該校強化弱勢學生的助學與輔導機制，讓使學生無憂學費與生活費，能夠安心學習，不需再為學費、生活費而擔心，可以全心專注於學業，透過且能藉由教育翻轉自己的未來。深耕體育活動。				
5.投入生態保育與社區服務				
持續號召員工投入公益，關注生態環境保育及幫助更多需要被協助的弱勢族群，以實踐企業永續。113年共參與114場公益活動，2,792人次投入志工行列，以每人每次3小時估算，服務時數達8,376小時。 (1)弱勢關懷志工：共27場，637人次；參與伊甸基金會、華山基金會、八德殘障教養院，以及創世基金會等NGO發起的公益活動。其中贊助「亞特盃心智障礙運動會」已26年，以保險保障守護身心障礙學生，讓學生透過參與體育運動的機會，訓練學習力增強體能及自信心，進而更能融入社會之中。 (2)金融教育宣導志工：共60場，503人次；同仁發揮自身金融專長，參與活動志工，透過偏鄉金融課程、保戶子女理財夏令營、高齡關懷、大專院校防詐公益講座及金融防詐闖關等活動，擔任課程小隊輔與關主，為學童、保戶、大專院校學生、高齡長者及社會大眾建立正確理財觀及提升防詐意識。 (3)生態環境保育志工：共10場，468人次；113年三特別透過「減廢」、「減塑」、「減碳」三面向，辦理大型生態保育活動，如於台北關渡濕地協助移除水田雜草、高雄茄苳濕地植樹、彰化伸港溼地及新屋蚵間海岸周邊淨灘，總計清理出1,018公斤海洋廢棄物，並種下100棵濱海原生樹種樹苗；此外，亦號召同仁們至各地慈濟環保教育站擔任資源分類志工，或組成志工團，投入淨山、淨灘等公益服務，為守護環境及生態保育盡一份心力。				

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司企業社會責任實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
(4)動物保護志工活動：共2場，31人次，首次透過新北市社會局及高雄市社會局的志願服務推廣中心媒合，邀請同仁前往板橋動物之家，陪伴照顧流浪毛小孩，亦攜手台灣獼猴共存推廣協會，於高雄市壽山動物園向遊客進行「食物不露白」的教育宣導、推廣防猴包的租借服務，傳遞正確的保育觀念，促進人類與野生動物的和諧共處。 (5)「三商有愛 熱血常在」捐血活動：共8場，311人次；長期與台灣血液基金會合作，每年固定舉辦捐血活動，113年亦捐款10萬元予財團法人罕見疾病基金會，並邀請罕見職人於總公司、台中及高雄活動現場進行公益義賣，鼓勵民眾捐血的同時，愛心做公益，幫助罕見疾病的病友們，113年全台共捐血5,233袋，歷年累計捐血總袋數已突破5.5萬袋。 (6)「三商美邦鞋力傳愛非洲」舊鞋募集活動：共7場，842人次；活動與「舊鞋救命國際基督關懷協會」合作，結合公益關懷與傳遞減廢、減碳及資源再利用的環保觀念，邀請同仁捐出家中閒置舊鞋，幫助非洲民眾遠離沙蚤病的侵害，共募得3,908雙二手鞋，並捐贈5萬元予「舊鞋救命國際基督關懷協會」，以實際行動展現國際關懷。 6.藝文推廣 (1)校園藝文推廣：自108年起連續16年贊助「iLook電癮派對校園活動」，巡迴全台各大專院校進行影展活動，並由同仁設置活動攤位與大學生流，增進校園藝文素養。提供優質的藝文電影，與年輕族群互動。2024年共辦理32場，活動觸及人數約4,084人，共219人次同仁參與。 (2)文創產業推動：贊助「113台灣燈會在台南」活動中，安平燈區「無限圓」及高鐵燈區「光之林」兩座燈飾作品，並結合元宵節提燈籠的習俗，於官方LINE舉辦互動問答抽獎活動，營造無所不在的燈會歡慶氛圍，將美感融入大眾生活。 (四)三商餐飲與社服機構合作舉辦友善餐廳義煮活動，113年共服務超過1,000名學童與師長。 (五)三商餐飲與其他同業攜手推動愛心餐食升級2.0的「希望好食堂」，協助需要幫助的弱勢族群進行餐食兌換，並為本專案設計客製化套餐，兼顧弱勢市民的營養；另也結合「e起復蔬全民相挺」餐食資源照顧到蔬食需求者。自開辦至截至113年底總計供應超過20,244份愛心餐食。 (六)三商餐飲也響應「新北市好日子愛心大平台待用餐計畫」，於111年9月與新北市政府社會局合作加入供餐行列，贊助愛心待用餐券，提供多元豐富的便當讓弱勢民眾可以溫飽，截至113年底統計已幫助逾16,531人次。 (七)三商餐飲也於111年加入eFOOOD食物分享地圖供餐行列，整合全台灣358間門市，提供在地非營利組織豐富的餐飲資源，分享溫暖給需要的弱勢族群。截至113年底，三商餐飲已提供逾3,788份餐食。 (八)三商行長年贊助公益機構發送鞋品兌換券給弱勢家庭孩童，113年贊助金額達342萬元。並長年贊助贊助單腳鞋銀行，113年共捐贈1,078隻單腳鞋給足障消費者。 (九)113年三商家購攜手台灣婦女展業協會共同推廣「為世界多準備一份有盼望的未來」關懷脆弱處境中婦幼族群，進行了多項分享及宣導，包含三商家購美廉社發起的「點點蒐集分享愛」消費集點公益活動，活動總共募集捐出35萬元；另外也舉辦2場員工宣導講座，更貼近了解脆弱處境家庭、性別平權與健康人權現況解析。 (十)中華飲食文化基金會提供博碩士論文獎助學金。 (十一)中華飲食文化基金會113年出版的《料理・台灣》雙月刊榮獲文化部第48屆金鼎獎雜誌類生活類獎，為出版界的官方最高榮譽，象徵對雜誌在文化與內容創新的高度肯定。 (十二)不定期以捐贈或捐款方式關懷弱勢團體，並積極配合政府推動環保、節能減碳等各項政策，以善盡企業之社會責任。				