



每個人都自己“魅力的美廉社”

發行單位 三商家購股份有限公司 Simple Mart Retail Co.,Ltd
發行人 邱光隆
總編輯 蘇蕙蘭
責任編輯 媒體行銷部
視覺設計 通路行銷部

■ 台北市中山區民權東路三段4號地下一層
■ B1, No.4 Section 3, Minquan East Road, Taipei 10477, Taiwan(R.O.C)
■ TEL: (02)2506-1166 FAX: (02)2516-1066
■ www.simplemartretail.com

Corporate Social Responsibility | 2020 REPORT



三商家購 企業社會責任永續報告書

www.simplemartretail.com

關於本報告書

本報告書為三商家購股份有限公司(以下簡稱「三商家購」)首次發行之企業社會責任報告書,內容係參照全球永續性報告協會(Global Reporting Initiative,簡稱GRI)所公布之GRI Standards(以下簡稱GRI準則)架構撰寫,並遵循核心選項揭露原則編製而成。

報告發行時間與週期

本報告書揭露三商家購2020年度起在經濟、環境、社會與公司治理等永續主題之執行績效,為考量資訊之可比較性,部分資訊將溯及2020年度以前之數據。未來將以一年發行一版為目標,持續發行企業社會責任報告書。

邊界與範疇

本報告書邊界為「三商家購股份有限公司」與旗下子公司「心樸市集股份有限公司」,包含各營運辦公室、物流中心及所轄之全台各通路品牌,包含美廉社、美廉城超、美廉便利架、Go美廉、心樸市集。

連絡方式

本報告書將每年定期持續發行,並將相關內容放置於本公司官方網站的企業社會責任專區供下載瀏覽。若對本報告書內容有任何建議,歡迎與我們聯絡,聯絡方式如下:

三商家購股份有限公司

公司網站:www.simplemartretail.com
公司地址:臺北市中山區民權東路三段4號地下一層
公司電話:(02)2506-1166
聯絡單位:媒體行銷部 分機:1200

我們一起往17個永續發展目標邁進



經營者的話

總經理邱光隆 序言

民國95年突破以民生必需品“離家近就是貴”的零售戰場，創設三商家購美廉社，如今已邁向第16個年頭，秉持【創新、精實、熱情、信任】理念，持續為鄰里服務。

離家近，所以減少購物時，因為交通距離所產生的油耗汙染與時間的浪費，而新冠肺炎疫情期間更是突顯“離家近”的價值，因為「近」，讓社區生活得以持續，因為「近」，也讓店內二度就業婦女得以兼顧家庭與工作的平衡。此外，企業不斷鼓勵『創新』，門市同仁在疫情嚴峻的五月發揮同理心的巧思，建議公司在收銀櫃檯前提供透明垂簾，不但保護了門市工作夥伴，更讓消費者能安心購物與結帳。

民國104年以企業社會責任精神建立『心樸市集』品牌，落實執行環境保護並堅守食品安全，推行以回收紙袋取代塑膠袋的包裝，提倡袋袋相傳；從農田到餐桌，致力推廣食材不浪費，翻轉食物的零售新價值，讓好農作、好食材得以永續發展，我們更在不斷成長的同時，戮力推動不浪費的減法策略，用最低成本經營，把省下的每一塊錢都貢獻在價格和品質上，謹記當年創業時的『精實』初心。

美廉社店鋪沒有過度裝潢，以清潔牆面取代油漆粉刷，降低成本也減少甲醛和粉塵殘留所造成的空氣汙染；使用活動式貨架與結帳櫃檯，減少手工木作的建構與拆除等耗費與資源浪費；全店採用LED節能光源與變頻冷氣，並將所有冰箱散熱器移到室外，徹底隔絕室內熱源等。於民國109年和桃園市政府共同推動設置再生能源計畫，採取離峰儲存電能，尖峰供電的方式，減輕台電於尖峰時的電網輸出負荷。

今年我們將要慶賀全台800店的門市開設，朝每個鄰里都有美廉社的目標又跨進了一步，未來將發揮最大行動力，持續支援社區生活並實踐企業公民的正向社會影響力。

「熱情」是延續企業最隱形的核心價值，將舉辦的第33屆三商公益路跑活動，八月中旬已開始暖身，並以行動支持東京帕奧賽事，在門市推動公益集點卡，累積公益捐款約新台幣73萬元，透過捐贈中華民國殘障體育運動總會，支持帕奧選手長期訓練計畫，讓弱勢族群可以參與盛事並共同打造幸福生活。

零售業需要妥適的管理食品效期問題，多數業者會在產品下架或到期日前退回供應商，造成供應鏈的消耗與大量食物終因過期而報廢，製造更多環境汙染與垃圾問題。因此自民國107年起，我們開始推動不退貨的惜食活動，除了成立友善店，藉由提早降價促銷回饋社區鄰里居民外，秉持相互「信任」共好的理念，在萬華地區和里長進行臨近9個里的剩食計劃，未來更要擴大朝向全台319個里邁進。

今年年底即將掛牌上市，在董事會轄下的永續發展委員會以遵循SDGs17項永續指標為經營方針，並把「創新、精實、熱情、信任」的企業價值實踐於ESG的環境、社會與公司治理的三個指標中。零售通路是社區生活的支撐點，所有的員工、房東、加盟主和供應商都是我們的顧客，也是重要的利害關係人，與我們的經營息息相關，讓我們共同為社會永續一起努力。

邱光隆



目錄

04	經營者的話	Letter From The Management Team		
08	1. 永續發展策略 永續管理架構 利害關係人促動與經營 重大議題評估	Sustainable Development Strategy		
15	2. 三商家購總覽 營運概況 公司治理政策	Corporate Overview		
20	3. 品牌藍圖與供應鏈管理 品牌策略 產品開發與品質控管 供應鏈管理	Branding Blueprint And Supply Chain Management		
30		4. 社區服務與社會參與 通路發展策略 社區服務 顧客關係管理 社會參與		Community Service And Social Participation
41		5. 職場照護與員工發展 人力資源概況 職場安全與健康 員工多元培育計畫 員工薪獎福利 加盟發展		Employee Care And Development
53		6. 落實環境永續 環境管理概況 綠化推動實績 綠色供應鏈		Environment And Sustainability Projects



Sustainable Development Strategy

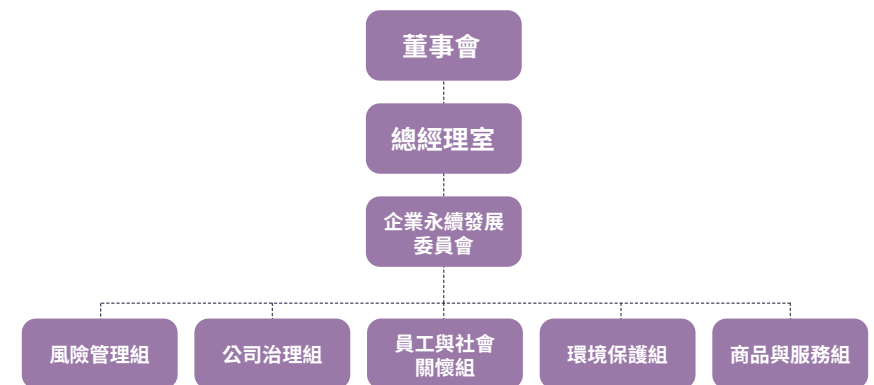
1. 永續發展策略

我們相信每個人心中都有自己魅力的美廉社，長時間不間斷供給顧客民生所需是我們的己任。持續經營社區店型，長期提供民生使之不匱，讓消費者生活豐足，心靈滿足是我們的使命。三商家購與民共同生活，永續經營美廉生活圈。

1.1 永續管理架構

為落實永續發展理念、實踐企業社會責任並建立健全的風險管理作業流程，本公司於總經理室下設置「企業永續發展委員會」負責企業社會責任政策、制度或相關管理方針之訂定，旗下設有「風險管理組」乃負責執行風險管理之權責單位，其每年召開二次以上會議定期向企業永續發展委員會報告風險管理結果，且由企業永續發展委員會向董事會彙報相關執行情形。

此外，另有由全公司各部門推派代表所組成之「公司治理組」、「員工與社會關懷組」、「環境保護組」及「商品與服務組」，依其職能性質分工負責各項企業社會責任具體推動計畫之提出及執行，以期達成公司永續經營、世界永續發展、與社會共好之長遠目標。



三商家購 可持續發展SDGs目標

針對可持續發展目標SDGs的五大使命

- 一、我們供給民生日常
- 二、我們打造企業文化學院
- 三、我們確保生產製造來源的善循環
- 四、我們矢志關心並行動於環境問題
- 五、我們許鄰里一個美好

SDGs目標1 終結貧窮：消除各地一切形式的貧窮

展店計畫不間斷，期許在每個鄉鎮鄰里都能有一間美廉社，2020年底破750家店。

SDGs目標2 消除飢餓：確保糧食安全，消除飢餓，促進永續農業

- 美廉社萬華區惜食專案：自2018年11月-2020年12月每月捐出即期物資一批共2,606公斤價值共261,001萬元。
- 開立「友善回饋店」專門店型：於2019年7月，在新北市土城區、新竹縣芎林鄉二地，正式開立「友善回饋店」專門店型。平均每月有40項、3萬件商品計畫性下架進入友善回饋店，以最低約3折促銷價格販售，每年可減少近40萬件商品。

SDGs目標3 健康與福祉：確保及促進各年齡層健康生活與福祉

- 財團法人桃園縣私立三商社會福利慈善事業基金會。
 - － 2020年捐款32萬財團法人臺灣名人賽高爾夫球運動振興基金會。
 - － 2020年捐款38萬第32屆三商盃公益路跑。
- 訂有「安全衛生工作守則」，提供安心及健康的職場。
- 依職業安全衛生法，每季召開「職業安全衛生委員會」。
- 配置勞工健康護理師，安排勞工健檢、供膳檢查，定期有特約醫生與護理師，對員工進行職務的適性評估、個人健康諮詢，不定期舉辦健康講座。
- 員工補助：社團補助金額，共計發放279,387元、旅遊補助金額，共計發放4,829,268元。

SDGs目標4 優質教育：確保有教無類、公平以及高品質的教育，及提倡終身學習

- 總部通識及專案課程培訓。
- 門市專業課程培訓。
- 年度店長大會舉行。
- 季刊『雀閱』印製及發行。
- 線上課程實施。

SDGs目標5 性別平權：實現性別平等，並賦予婦女權力

- 依循性別工作平等法。
- 設置哺乳室、哺乳專用冰箱，提供育齡期之女性勞工舒適、友善的職場環境。
- 設置3385員工服務專線電話，建置多元化溝通管道。

SDGs目標6 淨水及衛生：確保所有人都能享有水、衛生及其永續管理

- 物流部觀音倉符合廢水汙染物及一般事業廢棄物總量管制計畫，申請「桃園科技工業園區」汙染物排放權許可證(有效期限為：109/11/26~114/11/25)。
- 桃園科技工業園區每年每季進行汙水檢測，確保廠區水源安全無虞，2020年Q1-Q4檢測結果各項水檢測指標[合格]。

SDGs目標7 可負擔的潔淨能源：確保所有的人都可取得負擔得起、可靠、永續及現代的能源

- 心樸市集持續推廣愛惜資源等措施
- 物流部實施節約水電計畫。
 - 水費支出2020年較2019年降低29%
- 門市優化多項措施
 - － 老舊設備汰換
 - － 照明燈具減量
 - － 節能設備加裝
 - － 設定合理空調溫度
 - － 縮短設備運轉時間

SDGs目標8 合適的工作及經濟成長：促進包容且永續的經濟成長，讓每個人都有一份好工作

- 依勞基法給予男女平等就職機會。
- 設置職工福利委員會，提供員工各項福利制度，包含：三節禮金與券、年度尾牙春酒、員工年度健康檢查、在醫療/生育/結婚/災害/喪葬之相關補助、員工旅遊與社團補助。

SDGs目標12 責任消費及生產：促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式

針對店內銷售之各式商品，包含進口商品、自有品牌、散米散蛋、蔬果水畜、鮮食熟食等，進行高規格嚴謹的監控流程。

SDGs目標16

和平、正義及健全制度：促進和平多元的社會，確保司法平等，建立具公信力且廣納民意的體系

- 誠信經營委員會之設置及制度建立。
- 與合作廠商秉持誠信、廉潔之合作精神。
- 無論對應內部員工、外部顧客與合作夥伴，均依循個人資料保護法。
- 為降低門市詐騙、搶劫及竊案等發生頻率，案件不分金額、性別及發生次數均須報案處理。
- 2020年捐款30萬社團予法人中華民國刑事偵防協會。

SDGs目標17

多元夥伴關係：建立多元夥伴關係，協力促進永續願景

- 配合政府防疫政策，販售各式物資予消費者。
- 發放3,000片兒童口罩，700桶防疫酒精，盡微薄之力與社區里民共同防疫。
- 於2020年4月起提供口罩實名制2.0領用服務，作為政府之後盾。
- 於2021年與中正萬華區里長方荷生共同搭建319城鎮防災應變方案。
- 長期與東南亞、歐洲國家定量採購維持供應鏈穩定。

1.2 利害關係人促動與經營

三商家購絕對重視利害關係人的建議與期許，也重視利害關係之重大議題，我方所涉及之利害關係人包含民生需求、員工關係、公司治理、顧客服務、公益慈善投入與社會主動參與。針對各個面向研擬因應策略，與利害關係人保持良好溝通，透過價值主張積極回應，以利害關係人之權益把控為重要己任。鑑別我方利害關係人共計七類，包括：政府機關、股東投資人、顧客、員工、供應商、加盟主及媒體。同時於企業官方網站及公開資訊觀測站上提供：包含發言人、代理發言人、股務代理等完整聯絡資訊，透過專責單位回應利害關係人所關切之議題。

利害關係人	回應部門	對象	關注議題	溝通路徑(頻率)
政府機關	各相關部門	政府機關	法規遵循 政策配合 勞雇關係	● 公文往來(隨時) ● 公開資訊(不定期)
股東(投資人)	發言人 財會部(股務)	一般股東 法人股東 金融機構	公司治理 永續發展策略 風險管理 股東參與 營運績效	● 股東會(每年) ● 發布重大訊息(依法令規定) ● 公司網站投資人專區(隨時) ● 聯絡發言人(隨時)
顧客	營運部	消費者	客戶保護及溝通 服務品質 資訊透明 資訊安全	● 問卷調查(不定期) ● 申訴專線(隨時) ● 新聞稿發布(不定期) ● 公司網站 (隨時)
員工	人力資源部	企業同仁	員工福利 員工考核機制 勞資關係	● 勞資會議(每季) ● 員工會議(不定期) ● 員工信箱(隨時)
供應商	商品部	供應商	原料管理 供應鏈管理 品質安全管理	● 資訊調查(不定期) ● 供應商稽核及訪談(不定期)
加盟主	營運部	加盟主	加盟狀況 關係維繫	● 召開加盟說明會(每月) ● 召開加盟商大會(不定期)
媒體	媒體行銷部	生活消費線記者 財經線記者	公司策略規劃 供應鏈狀況 客戶關係管理	● 營運發展成果記者會 ● 民生議題發稿 ● 公共關係維持以及記者詢問

溝通管道與聯絡方式

股東會股務代理機構

宏遠證券股務代理專線：(02)2326-8818
重大訊息：媒體/公開資訊觀測站，即時露出/公告重要訊息，如公司治理、重要業務發展、營運績效等股東及投資人關注之相關資訊。
股務及投資人關係聯絡信箱：investor@simplemart.com.tw

員工

勞資會議、職工福利委員會及內部網站或內部電子郵件公告，不定期公告各項員工福利事項(健檢、團險等)、福委會資訊、公司重要營運訊息、教育訓練課程資訊、年度績效管理作業等訊息：
員工意見申訴專線 3385
溝通信箱：annie.su@simplemart.com.tw

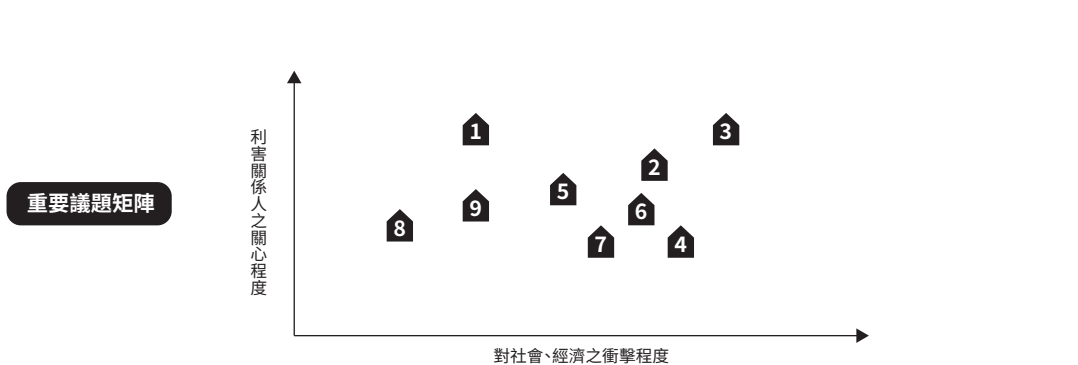
消費者與廠商

顧客服務電話：0800-42-6666
手機另撥：02-2792-0501
服務時間：周一~周日 8:30-24:00

1.3 重大議題評估

本企業為準確掌握利害關係人所關注的議題，並參考GRI永續性報導準則的四大原則—重大性、利害關係人包容性、永續性脈絡與完整性，形塑出企業與利害關係人所共同關心的議題。

重大主題	對應GRI主題	重大議題對於三商家購企業的影響	對應章節
1 品牌規劃與管理	GRI102一般揭露	三商家購旗下美廉社是品牌群中最成熟的品牌，企業同時也展開側翼品牌的開發，包括美廉社門市的線上二樓Go美廉、團購主力美廉便利架、鎖定上班族的超商餐廳美廉城超、主打健康有機的心樸市集等，致力打造多維度品牌鏈。	3.品牌藍圖與供應鏈 3.1品牌策略
2 顧客隱私保護	GRI418客戶隱私	三商家購旗下品牌擁有超過百萬名的會員，保護顧客個資，啟動資安系統，建構完整的會員管理系統，讓所有資料都能夠在安全無虞下保存。	4.社區服務與社會參與 4.3顧客關係管理與實績
3 產品法規遵循	GRI416顧客健康與安全 GRI417行銷與標示	三商家購旗下經營多項自有品牌，從產品開發到服務提供，確保產品的安全、安心，使顧客安定，是必要的責任，同時亦遵循行銷傳播的各項法規。	3.品牌藍圖與供應鏈 3.2產品開發與品質控管 4.社區服務與社會參與 4.3顧客關係管理與實績
4 供應鏈管理	GRI204採購實務 GRI308供應商環境評估	三商家購擁有詳實的供應鏈管理政策，包含供應商實地評鑑、商品自主檢驗、公單位送檢等，直到送達門市皆有完整的衛生規範要求。	4.社區服務與社會參與 4.3顧客關係管理與實績
5 社區服務與社區參與	GRI413當地社區	「離家近」就是三商家購核心品牌美廉社創辦的價值觀，距離社區最近，更應還給社會更多，多項的社會參與計畫，與民共同打造「美廉生活圈」。	4.社區服務與社會參與 4.2社區服務 4.4社會參與
6 職場照護與員工發展	GRI403職場安全衛生 GRI405員工多元化與平等機會	員工就是我們的家人，三商家購大企業擁有數千名員工，員工的福祉健康是為企業最重要的根基，守護員工的身心健康狀況，讓員工能發揮所長，讓員工在職場上展現價值及自我競爭力，創造職業生涯的高峰。	5.職場照護與員工發展 5.2職場安全與健康 5.3員工多元培育計畫 5.4員工薪資福利
7 加盟發展	GRI404訓練與教育	大家都是「美廉生活圈」的一員，有意願共同創業的加盟主開設美廉社加盟店，讓想創業的夥伴也能親手搭建屬於自己的家業。	5.職場照護與員工發展 5.5加盟發展
8 環境永續	GRI301物料 GRI302能源 GRI303水 GRI305排放 GRI306廢污水和廢棄物	零售消費市場取之社會用之於社會，企業應扮演帶頭的角色，對於城市的生活品質、環境保護與自然資源的更加珍視，以環境「善循環」帶動周連社區城市的競爭力與永續力。	6.落實環境永續 6.1環境管理概況 6.2綠化推動實績 6.3綠色供應鏈
9 公共事務參與	GRI415公共政策	全球受新冠肺炎衝擊，自2020年起與政府單位合作，作為防疫前線支援，包含口罩領用、酒精發送與發售、振興券領用，以及配合政府多項振興方案，與民共存共享。	4.社區服務與社會參與 4.2社區服務 4.4社會參與



Corporate Overview

2. 三商家購總覽

從2006年的巷口柑仔店「美廉社」，到2021年成立屆五年的安心超市「心樸市集」，企業邁向15周年的里程碑。三商家購專注經營250公尺內的社區商圈型態，矢志在民生零售板塊上，不間斷供應顧客的需求，給予顧客便捷貼心的服務，是企業的使命；給大家心目中一個美好的家園更是企業的願景；給顧客最棒的生活提案，是企業的價值所在。

2.1 營運概況 (截至2020.12.31)

公司名稱：三商家購股份有限公司
登記地點：臺北市中山區民權東路三段 4 號地下一層
設立時間：2003年2月7日
最大股東：三商投資控股股份有限公司(佔比68.53%)
實收資本額：6億元
員工人數：3,516人
董事長：陳翔玠
總經理：邱光隆
營業項目：民生消費品之零售
營業額：132.23億元

公司治理

三商家購公司治理政策為保障股東權益，以強化董事會職能、發揮各功能性委員會功能、尊重利害關係人權益及誠信經營為原則。

維護股東權益

三商家購委由股務代理機構專責處理股東之問題及建議。公司並設有發言人及代理發言人與投資人溝通專線，都是我們與股東間直接溝通的橋樑。
股票過戶機構：宏遠證券股份有限公司股務代理部
股票過戶機構電話：(02)2326-8818
發言人：總經理 邱光隆
代理發言人：財務部協理 劉晏秀
代理發言人電話：(02)2506-1166
投資人電子信箱：investor@simplemart.com.tw

誠信經營

本公司基於公平、誠實、守信、透明原則從事商業活動，為落實誠信經營政策，並積極防範不誠信行為，依「上市上櫃公司誠信經營守則」及本公司及集團企業與組織之營運所在地相關法令，並於日常經營及管理實務中要求往來廠商落實並配合誠信經營原則之實踐。

本公司之董事長、總經理或高階管理階層會定期向員工傳達誠信之重要性，且對員工舉辦教育訓練與宣導公司經營理念，並定期舉辦廠商大會或加盟者大會，使其充分瞭解公司誠信經營之決心、政策、防範方案及實施不誠信行為之後果。本公司將誠信經營政策與員工績效考核及人力資源政策結合，設立明確有效之獎懲制度，設置舉報專線並於本公司網站公布，保護檢舉人不因檢舉遭受不當處置。

三商家購股份有限公司現為在財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心(以下稱櫃買中心)公開交易之興櫃公司，公司治理規範與作為係遵循金管會與櫃買中心所發布法令規定為主，以股東會為公司最高意思決定機關，董事會為最高業務執行機關並選任董事長與委任總經理對內經管公司業務，公司治理結構如下說明：

董事會

三商家購設董事9人(含獨立董事3人)，任期3年，採候選人提名制度，由股東就董事候選人名單中選任之。為強化公司治理並促進董事會組成與結構之健全發展，本公司「公司治理實務守則」第20條中，說明董事會成員組成應考量多元化，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當之多元化方針，宜包括但不限於以下二大面向之標準：

一、基本條件與價值：性別、年齡、國籍及文化等。

二、專業知識與技能：專業背景(如法律、會計、產業、財務、行銷或科技)、專業技能及產業經歷等。

本公司董事包含本國籍及日籍董事，皆具備豐富產業知識，獨立董事則分別為法律、會計及產業界專業人士，對於本公司公司治理及業務發展具正面提升效益。本公司每季至少召開一次董事會，2020年度共計召開9次董事會，除確實遵守本公司所訂定之「董事會議事規則」外，對於董事會之決策過程中需利益迴避議案均依規定執行，董事會下設置成立審計委員會與薪酬委員會。

審計委員會

審計委員會旨在協助董事會訂定或修正公司內控制度及重要處理程序，涉及董事自身利害關係之事項、重大之資產交易、資金貸與或背書保證、募集發行或私募具有股權性質之有價證券、簽證會計師之委(解)任或報酬之決定、財會或內稽主管之任免、年度及各季財務報告之審查等。

三商家購已依照「公開發行公司審計委員會行使職權辦法」規定，於2019年1月18日設立審計委員會代替監察人。該委員會由全體獨立董事組成，共計3人，至少每季召開1次會議，共本公司於2020年度已召開7次審計委員會，委員實際出席率為100%。

本公司之委任會計師依據審計準則公報第三十九號「與受查者治理單位之溝通」及證券期貨局2014年3月11日發布之台財證六字第0930105373號函規定，於各期查核規劃及完成階段就本公司合併財務報告(年度則包含個體財務報告)查核或核閱之治理事項，彙總列示相關資訊與本公司審計委員會進行書面或以會議形式溝通。2020年度審計委員會邀請簽證會計師列席審計委員會共計2次，說明各期財務報表查核或核閱情形，會計師及獨立董事之溝通情形良好，雙方均視需要相互聯繫。

薪酬委員會

薪資報酬委員會之職務，以專業客觀之角度，就本公司董事及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估，並於董事會提出建議及提供其決策之參考，並以善良管理人之注意，忠實履行其職權，並將所提建議提交董事會討論。

三商家購為落實公司治理並健全公司董事及經理人薪資報酬制度，爰依證券交易法第14條之6及股票上市或於證券商營業處所買賣公司薪資報酬委員會設置及行使職權辦法(以下簡稱「設置及行使職權辦法」)規定，於2018年12月4日設立薪資報酬委員會。該委員會由全體獨立董事組成，共計3人，至少每年召開2次會議，共本公司於2020年度已召開3次薪酬委員會，委員實際出席率為100%。

誠信經營委員會

由人力資源部負責誠信經營之推動，辦理「誠信經營守則」及「誠信經營作業程序及行為指南」之修訂、執行、解釋、諮詢服務暨通報內容登錄建檔等相關作業及監督執行，於 2020 年 11 月 11 日依最新法令發展分別修訂新版，每年一次向董事會報告，並於 2020 年 12 月 18 日向董事會報告執行情形。此外，誠信經營委員會定期舉辦內部宣導，安排董事長、總經理或高階管理階層向董事、受僱人傳達誠信之重要性，並將誠信經營納入員工績效考核與人力資源政策中，設立明確有效之獎懲及申訴制度。

2020年度公司治理評鑑自評

維護股東權益及平等對待股東

- 董事長及過半董事出席股東會
- 股東常會前及早上傳年報及英文開會通知
- 股利於30日內發放

強化董事會結構與運作

- 設置審計委員會
- 訂定相關辦法及政策
- 於網站或年報揭露重要資訊，如董事會成員多元化政策、接班計劃等
- 董事會召開次數及成員出席率皆超過標準

提升資訊透明度

- 依規定進行資訊申報作業
- 於網站或年報揭露重要資訊，如股利政策、非審計公費及主要股東名單等
- 召開兩次法人說明會(2020/8/10;2020/12/30)

落實企業社會責任

- 成立誠信經營委員會並向董事會報告
- 制定保障人權政策與具體管理方案
- 於網站或年報揭露重要資訊，如員工福利措施、利害關係人溝通管道等

財務績效

單位:新台幣千元	2018年	2019年	2020年
營業收入	11,988,034	12,103,210	13,222,579
營業毛利	2,933,943	2,941,081	3,299,902
營業損益	213,511	61,477	251,464
營業外收入及支出	6,182	(14,125)	(21,595)
稅前淨利	219,693	47,352	229,869
繼續營業單位 稅前淨利	219,693	47,352	229,869
本期淨利	177,643	42,121	181,966

外部參與之公協會

本公司2020年度參與之公協會	參與身分
新北市米穀商業同業公會	會員
桃園市米穀商業同業公會	會員
宜蘭縣米穀商業公會	會員
高雄市米穀商業公會	會員
台北市米穀商業公會	會員
台中市直轄市米穀商業同業公會	會員
新竹市米穀商業同業公會	會員
彰化縣米穀商業同業公會	會員
新竹縣米穀商業同業公會	會員
臺南市直轄市米穀商業同業公會	會員
嘉義縣米穀商業同業公會	會員
高雄縣米穀商業同業公會	會員
苗栗縣米穀商業同業公會	會員
嘉義市米穀商業同業公會	會員
台北市百貨商業同業公會	會員
社團法人台北市護理師護士公會	會員
桃園市桃科環科大潭工業區聯合廠商協進會	會員

2.2 公司治理政策

三商家購「公司治理實務守則」涵蓋之範疇除應遵守法令及章程之規定，暨與證券交易所所簽訂之契約及相關規範事項外，應依建置有效的公司治理架構、保障股東權益、強化董事會職能、發揮審計委員會功能、尊重利害關係人權益、提升資訊透明度原則為之。



Branding Blueprint And Supply Chain Management

3. 品牌藍圖與供應鏈管理

三商家購旗下的美廉社是品牌群中最成熟之品牌，此外側翼品牌的開發也綿密佈局，包括美廉社門市的線上二樓Go美廉、團購主力美廉便利架、鎖定上班族的超商餐廳美廉城超、主打健康有機的心樸市集等。運用成熟的主品牌加上實驗性質強的衛星品牌，多元創建生活圈，以強勢的供應鏈打造不斷前進的成長動能，是實踐零售的最佳解方。

3.1 品牌策略



美廉社創立初期以「購物車」為品牌識別，清楚傳達給消費者「美廉社是民生商品的零售通路，販售各式商品，便利民眾生活」。數年來以平實價格、樸實服務深耕市場，致力成為鄰近朋友們幸福生活的好幫手！2014年啟用的全新品牌識別以「麻雀」為主要視覺傳達，概念源自於美廉社身處鄰里巷弄間，就如同城市街坊隨處可見的麻雀。美廉社的店型及定位，也取其「麻雀雖小，五臟俱全」之含意，強調我們產品、服務的齊全性，滿足周遭家庭、朋友所需，絕對是大家幸福生活的好幫手、鄰里信賴的好朋友！



「Go美廉」線上平台2018年正式推出，為美廉社的虛擬「二樓」，透過會員系統，收集到客戶的想法與建議，藉此擴增產品線，提供美廉社實體通路未販售之高CP值商品為準，全面完整產品矩陣，成功串連單一會員同時享有線上線下的雙重購買權益。Go美廉連結實體門市服務，除了提供差異化商品選擇外，創建美廉社會員專屬回饋平台。



上班族的城中共享廚房，是餐飲與零售的融合。以現點、現做的餐食為主，搭配酒類飲品以及小點，讓上班族在每天晨曦之時即可享受快速且美味的輕食，午餐結合APP線上點購，透過快遞配送取餐，現點現做餐盒，讓忙碌的上班族不需排隊等餐也能優雅進食，下班後相約三五好友輕酌緩飲，讓城中生活更加從容美好。



國人在電子商務上的消費金額持續攀升，智慧手機儼然已成為日常生活必需品，三商家購以既有的零售通路優勢，結合手機APP電子商務的消費便利特點，打造智能零售的新品牌-OFFICE Mart 美廉便利架。透過辦公場域的空間，設立隨選隨買的商品貨架，簡易的APP掃描付款，讓忙碌的上班族群可透過片刻小憩擁有自己的小確幸。2020年8月起，美廉便利架正式新創立屬於專屬頻道「小美碎碎念」，內容以各式商品開箱為主，隨科技進步，零售服務一觸可及。



提供天然、安心、環境友善的食/用品，同時樹立選品原則四大標章「心樸、有機、安心與環境友善」，遵循食品安全，時時自我管理，為消費者把關。推出結合日用雜貨超市 (Grocery) 與餐廳 (Restaurant) 的餐飲超市 (Grocerant) 新生活概念，提供現代人便利、美味又具備健康的餐飲與購物需求。同樣遵循選品原則，邀請專業主廚融合在地優質食材，從產地到餐桌，打造店中餐食館、品飲吧等空間，讓買、逛、品、飲、食、憩等生活需求一店滿足。



3.2 產品開發與品質控管

自有品牌產品的服務與創新



三商家購共有三個自有品牌

三商家購作為產品供應鏈終端販售者，秉持著提供給消費者「安全、安心、健康」的商品為宗旨，針對自有品牌製造商、鮮食廠、特色商品、物流配送以及最終端販售的店舖，強化品質管控與品保把關，以確保消費者購買的食品，在整個產品供應鏈的各個環節上安全無虞，提供消費者「優質、美味、平價、有份量、高CP值」的食品。用心做到最嚴格的品管，最安全的品質！

「心樸市集」品牌發展主要精神為強調天然無添加屏除過度添加沒有噱頭取寵的裝潢及包裝，「VV」及「Simple Life」則以合法添加及物超所值概念，給予消費者不同的消費體驗。「心樸市集」、「VV」及「Simple Life」等自有品牌商品，截至2021年6月止，發展商品品類擴及飲料、乳製品、烘焙、零食餅乾、冰品、冷凍食品、日用品及紡織品等，總品項數210；其中食品品項數173，佔比82%。



心樸市集 致力於推動食品最嚴謹標準之允用添加物

用真食材、製程簡單化、並兼顧適口性的食品潔淨行動。目前已有1436個品項獲得三商家購內部評鑑通過，其中有1317個品項通過審核為最嚴謹的「心樸等級」，絕不添加人工香料、人工色素、人工甜味劑、防腐劑、漂白劑、保色劑、結著劑、含鉛膨脹劑、基改食品、糖精、味精、阿斯巴甜等食品添加物，用天然食材取代人工添加物，自主嚴選商品。

差異化商品

散米 散蛋

美廉社自開店以來，就開始販售散裝米，顧客能夠用手和嗅覺去確認米的狀況與品質，再決定是否購買；相較於包裝米，散裝米提供消費者新鮮、平價的選擇。散米供應商億東企業(三好米)，擁有全台灣最大之稻米產銷專業區與契作專區，與農民們簽訂合約以契約耕作的模式栽種，採用優良純種秧苗，確保稻米品質。相較於傳統雜貨店販售的散裝蛋，美廉社販售的是洗選過的散裝蛋，除了衛生安全有保障外，價格及選購數量更有彈性，符合現代小家庭少量購買需求，是店內明星商品之一。

鮮烤番薯

選用台灣品種台農17號，2018年開始販售，開賣時僅10家店，至今已擴及400家門市，選用通過農產品產銷履歷(TGAP)驗證，獲得TAF評選為GLOBAL GAP、HACCP及ISO22000雙驗證的甘藷試辦農場，並堅持由通過工廠製作。採收後以專業冷藏技術，保存地瓜的新鮮度，並使用日本引進的自動洗選光波分級機器，篩選出最優良的地瓜，精準測量地瓜質量，確保消費者購買到的都是最營養實在的美味地瓜！

茶葉蛋

採用可溯源的洗選蛋，嚴選蛋的品質，確保蛋品的新鮮。搭配獨特精華配方、滷汁以SOP進行烹調。除了美味可口，雞蛋本身是很好的蛋白質食物來源。一顆雞蛋中約含7克蛋白質，包含人體所需胺基酸，對於健身者、想增肌的人、學生、上班族來說，美廉社的茶葉蛋一直是大眾的早餐必選，平均2秒賣出1顆。

現煮咖啡

自2017年開始販售，至今已293家門市販售現煮咖啡，採用巴西、越南、印度阿拉比卡種、羅布斯塔種兩種類型咖啡豆。拿鐵口味鮮乳嚴選使用心樸鮮乳100%生乳，100%無添加，無人工添加、無添加糖。採超高溫瞬間殺菌處理，給民眾最香醇的咖啡享受。

生鮮蔬果

優先採購台灣在地農產品，店內販售的生鮮蔬果，從源頭的健康種苗培育、入田地耕作栽種、採收技術、分級挑選、儲存管理、生鮮商品上架前，均會事先進行產地評估與農藥殘留檢驗，物流中心的商品檢驗保存，冷链物流端的配送，確保商品到達消費者手上，都可安心享用。穩定出貨以及運送條件，以實現產地生產的農產品產地消費，並且不定期搭配水果機會商品，豐富消費者選擇。

生鮮肉品

優先採用通過人道屠宰、FSSC22000、社會責任稽核、ISO 22000(HACCP)、產銷履歷、CAS等多項驗證之水產、畜產供應商。店內販售肉質鮮嫩的生鮮肉品，皆是經過層層的把關，以提供給消費提供消費者安全、健康、美味的肉品。生鮮肉品不斷進行包裝優化，使產品具備環保、乾淨、安全、衛生、便利五大特色，包括：

- 環保：使用真空PE、可回收材質，為環保、愛地球盡一份心。
- 乾淨：全面性無死角密封包裝，避免血水滲出，讓消費者購買過程，雙手舒適乾淨。
- 安全：無人工接觸環節，有效防止微生物交叉污染，確保產品之高品質。
- 衛生：因完全密封包裝，烹調前不拆封可直接快速解凍，衛生又便利。
- 便利：封口易撕口設計，輕鬆拆封，不須清洗就可以直接烹調，享受貼心設計帶來的便利性。



3.3 供應鏈管理

符合食品良好衛生規範 (GHP)，做好自主管理，共創食品安全。

- 販售場所保清潔，遵守管制
- 建築設施防病媒，維持清潔
- 落實供應商管理，嚴格品管
- 從源頭到餐桌，步步嚴守GHP
- 落實食品良好衛生規範 GHP
- 從業人員教育足，衛生良好

供應商實地評鑑

嚴選優良製造廠商製成自有商品，除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ISO9001主導稽核員及國際ISO22000主導稽核員執行。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，上架後美廉社將合作廠商分為A至E五個等級稽核管理，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級廠商給予6個月時間改善，E級廠商則評估複查或不採用，每年乙次訪廠，稽核頻率依照不同等級進行調整。

「綜合商品」供應鏈管理

進口商品

秉持嚴謹監控商品的態度，對於進口商品之品質亦經過嚴格把關，除了政府邊境查驗、專業報關行簽審，亦有內部嚴格的商品審核合格後，方可入境。

家戶愛戴純淨健康的散蛋

美廉社所販售的蛋品，採用來自優良實體牧場，從上游牧場業者的篩選，飼養環境乾淨衛生，以專業的飼養來管理母雞的健康，每一顆蛋都經過洗選、光照、聲納檢測等一道道嚴格的品保檢查。工廠通過ISO22000與HACCP國際食品安全驗證，每一顆雞蛋的飼養、生產、洗選、到包裝販售的所有流程，全部都可以追溯，嚴格的遵守動物用藥殘留標準，並定期主動送驗，品質安全，讓消費大眾安心食用。

「高品質、最好吃、最新鮮」品質保障的散米

採用來自導入CAS食米驗證、TGAP產銷履歷驗證、TOPA臺灣有機農地驗證、有機流通驗證等制度工廠，擁有ISO22000認證、國家標檢局HACCP食品安全認證，每年通過SGS生產檢驗認證合格。每半年定期檢驗重金屬(鉛、鎘、汞)、CNS等級鑑定、黃麴毒素、赭麴毒素、農藥殘留380項。製程中稻穀碾製加工過程所產生的殘餘稻殼，用於循環式燃糖低溫乾燥設備的燃料，充份使用廢棄稻殼、米糠做為燃料的環保再利用，不僅是最環保的綠能乾燥法，更名為保護地球盡一份心。

溯源美味咖啡

喝咖啡已是消費日常，身為社區超市巷口好鄰居，當然也要提供消費者一杯香醇咖啡。掌握咖啡豆源頭進行品質控管，進口層層把關、產品定期送驗、研發完美比例。強化門市同仁教育訓練，以確保完美執行標準作業流程，讓每一杯咖啡沖泡出一致性的品質與美味。香口散發出迷人的咖啡香，帶給顧客幸福感受。

零檢出的鮮採供應鏈

嚴選生鮮蔬果的品項，提供安全安心的商品，確保顧客在美廉社購買的食品「從農場至餐桌」安全無虞。為提供更安全、安心的產品和採買環境，美廉社要求蔬果供應商必需進行農藥檢驗，以有效降低蔬果有農藥殘留之風險、追求良好品質的穩定。

商品檢驗 自主抽驗

每年依規定實施自主管理，訂定食品安全監測計畫、強制檢驗規劃書，依危害分析表、風險評估表，擬定檢驗計劃表，並嚴格依其計劃表執行第三方檢驗單位送檢，以確保食品衛生安全。

- 檢驗結果110測項均合格。
- 2020年檢驗商品包括進口油品、進口醬油、進口狗糧商品、蜜餞、冰品、現場調理之即食食品、咖啡、米、餐盒食品，檢驗項目包括黃麴毒素、食用油脂重金屬(汞/砷/鉛)、單氯丙二醇、芥酸、咖啡因、總生菌、大腸桿菌、大腸桿菌群、苯駢芘、甜味劑、防腐劑、農藥殘留、赭麴毒素、CNS 2425 水分/性狀/夾雜物/稻穀/糙米/被害粒/白粉質粒/異型粒/碎粒)、致病性大腸桿菌、粗蛋白質、粗脂肪。

商品抽驗 衛生局抽驗

- 2020年全國各地方衛生機關至「美廉社」店鋪內抽驗557件商品，檢驗結果皆符合衛生局抽驗標準與衛福部制訂之食品衛生規定。
- 抽驗產品包括農產品、水畜產品、冰品、飲品、年節商品、油品、調味品、餅乾零食、生鮮肉品、蛋品、火鍋料、用品等等，抽驗項目包括農藥殘留、防腐劑、硼酸、過氧化氫、殺菌劑、甜味劑、著色劑、重金屬、反式脂肪、乙型受體素、二氧化硫、過氧化氫、硼砂、漂白劑、總生菌、大腸桿菌、大腸桿菌群、綠濃桿菌、3-單氯丙二醇、抗氧化劑、四環黴素、橘黴素、放射性物質碘鉅131,134,137、二甲基黃、二乙基黃、順丁烯二酸、順丁烯二硫、順丁稀二酸酐總量、螢光增白劑、亞硝酸鹽、溴酸鹽、赫麴毒素A、耐熱試驗、鉛比色法、蒸發殘渣試驗、氯黴素類抗生素、芬普尼及其代謝物總量、蘇丹色素、動物用藥殘留、β-內醯胺類抗生素、氯黴素類抗生素、抗生素及其代謝多重殘留分析、安保寧。

門市食品安全

食品進貨前落實源頭管理，篩選安心產品，符合品質要求後方能上架販售。進貨後控管賣場環境衛生安全，店鋪人員遵循品質管理工作規範，每日多次定時檢查商品有效期限外，每日亦進行機台溫控、清潔與商品效期管理。定期執行門市稽核，包括冷鏈溫層管理、環境衛生管理、人員衛生管理、病媒防治及品質管理五大面向進行有效控管。





Community Service And Social Participation

4. 社區服務與社會參與

社會是眾人的集合體，一群人在共同生活圈生活，共同協力完成日常事務。三商家購旗下主力品牌美廉社以「社區」為核心，2021 年邁入第 15 年，4 月突破 800 店里程碑，融合「家庭」及「個人」的多重需求，提供鄰里家庭必需品。除此之外，積極擴展顧客服務，企業貢獻己力，主動發起社會參與，強化鄰里關係，基礎需求滿足的層次提升到給予社會關懷。秉持得之於社會，應當用之於社會的精神。

4.1 通路發展策略

衝刺2023年總數達到1300家店，
朝向「每個里都有美廉社」的目標邁進。

2021年起將加速展店，並持續優化店型跟商品組合，透過擴大加盟提高拓點速度，但須維持一定比例直營。提高進口及自有品牌等商品，提升會員黏著度，強化Go美廉、便利架等OMO佈局，提高會員貢獻比重，計畫2023年美廉社1,300店，現煮咖啡門市佔500店。拉高加盟店占比由3成到4成。並將差異化商品占比由17%提升到25%。

未來五年更朝向加速新零售佈局，強化OMO (Online-Merge-Offline)，透過店鋪LINE群組、辦公室「美廉便利架」與線上購物「Go美廉」三路並進。線下更積極往南部展店，讓北中南部店數更平均。

用心篩選民生商品，提供多品牌健康、友善的購物環境，滿足顧客多樣型態生活需求，同時串聯線下會員及線上數據、整合會員福利與點數、擁抱多元支付方式，積極擴展各種消費情境。



4.2 社區服務

2020-2月 協助抗疫！ 三商家購美廉社2月6日發送3千片兒童口罩

抗疫成為全民運動，連動影響口罩酒精等資源，兒童口罩亦成為討論話題。企業旗下社區超市美廉社偕同總公司轄內江寧里里長，於2020年2月6日，免費發送3千片兒童口罩給江寧里的民眾及幼兒園。

2020-3月美廉社全台726店 開賣台酒75%酒精

黃金防疫時期75%防疫酒精一瓶難求，企業旗下社區超市美廉社於全台726家分店開賣「台酒防疫清潔專用75%酒精」300ml 防疫酒精，日日保證24瓶，供顧客採買。

2020-4月 美廉社也可領口罩了！ 全台728間門市加入口罩預購行列

配合政府共同防疫，社區超市美廉社在全台728家門市也加入「口罩實名制2.0」線上第4輪預購行列，成為民眾預購口罩領用地點，自2020年4月起，提供口罩領用，不間斷服務。配合政府政策，截至2021年底專案通路共計發出17億片口罩，身為領用通路之一，能為社會盡一份心力，是我們的使命。



2020-3月 民間版「振興券」來了！美廉社祭5000萬折價優惠

面臨疫情，全民經濟蕭條，鑑此，社區超市美廉社率先推出民間版的「美廉社振興方案」的優惠抵用券，首發20萬本，會員上門消費過卡、不限金額即可領取。一本總折價金額共250元，換算下來，等同讓利5000萬元。美廉社振興券，一本共12張，包含2張全店商品消費買150元可折20元，其餘10張分別為多種民生必需品的20元折價券，包含衛生紙、雞蛋、牛奶、水、米、油、醬油、即食沖泡飲，以及洗滌清潔用品等。

2020-7月 美廉社跨界撒優惠 攜手誠品送「好友券」

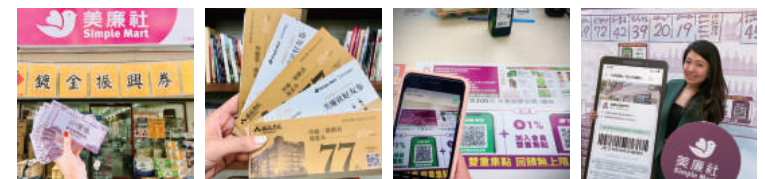
繼3月振興券方案後，社區超市美廉社首度跨界攜手多品牌祭出美廉社「好友券」，包括誠品書店77折、影音平台CATCHPLAY+單租電影5折、外送平台UberEats新用戶2次100元折扣、藥妝通路Tomod's特美事消費滿額50元購物抵用券等，共限量20萬本。隨著宅經濟趨勢增溫，提供生活必需品的美廉社希望不僅照顧到民眾的「食」、「衣」、「住」等居家生活，連同「育」的知識力也一同顧到。

門市推動服務五部曲 優化顧客體驗

2020年是CRM(Customer Relationship Management顧客關係管理)元年，如何一站式整合顧客相關資訊並結合公司推動的「服務五部曲」，守住顧客關係與核心價值。從公司願景「每個人都有自己」魅力的美廉社」透過旗下各品牌市場、商品、服務定位與串聯，讓顧客在日常生活、工作、休閒時，在不同時間、位置都能得到公司不同品牌的照顧與服務。提供隨時、隨地、隨心、隨享的購物消費體驗。

2020-11月 美廉社與LINE購物合作 首推「多通路積點」商業模式

美廉社與LINE購物開啟合作計畫，並首度與LINE購物開創了嶄新的「多通路積點」商業模式。三商家購總經理邱光隆表示，2020年是美廉社的「數位會員元年」，目前電子支付的占比近2成，線下會員數超過200萬，與LINE合作後，線上會員快速增加來到20萬，長期目標是線上會員的佔比能來到2/3。



4.3 顧客關係管理與實績

客戶關係管理

美廉社以「社區」為核心，從早晨的咖啡到有急用時的日用品或嘴饞時的零嘴等，我們的產品與服務與消費者的日常生活緊密相依，如何讓消費者「不只買得便利，也能買得安心」，是我們成功的關鍵因素，也是我們給予消費者和在地社區最重要而長遠的承諾，除了為產品品質嚴加把關外，符合法規且清楚完整的商品標示、消費者意見與申訴事件的即時處理、乃至消費者個人資料的嚴密保護等，都是我們對於消費者賦予的信任的積極回應。

客戶關係管理四大面向：

- 合規清楚的商品標示
- 申訴機制的建立
- 消費者個人資料的保護
- 會員關係的維護

會員制度

邁向成立15周年，會員人數已達200萬人

長期貼近消費者生活，不僅扮演滿足需求、帶來溫暖的「巷口好鄰居」角色，地區及忠誠度建立情形、分析新品上市潛力及潛在購買族群、了解組合商品的合買關聯性等。期待藉由科技技術，提供給消費者更符合需求與期待的商品服務。而未來美廉社將進一步整合集團內現行的會員體系，並透過策略合作引進內外部資源以建立更具吸引力的會員制度，持續推動擴大會員人數並強化客戶黏著度、提高來客數，在2020年會員人數已破200萬，數位會員已近25萬。

商品標示

商品透明標示是美廉社對消費者負責的第一項承諾。我們於「商品安全管理」規章中，明定將「商品標示需符合商標法及食品安全衛生管理法或政府相關法令規定」作為新供應商的篩選標準，並要求供應商簽署協議書，保證商品成分、製造、標示及廣告皆符合法規要求。同時，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。亦依循「包裝內控設計制度」管理制度，對自有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。

申訴機制

美廉社設立內外部反應產品及服務問題的申訴管道。消費者可藉由專線電話與客服電子郵件信箱，提出訴求及意見，給予消費者滿意的答覆後始得銷案。針對運送或寄送過程碰撞可能導致裂痕或破損的贈品或消費者的其他疑慮，則建立無償回收、退費或換貨機制，由客服中心協助消費者做個案處理，確保消費者權益。

資安管理

美廉社作為台灣零售產業致力於透過數位科技的力量，提供消費者更便利、多元的服務，如今透過Go美廉線上購物、金流、物流、資訊流等數位化的服務，消費者可以在單一門市解決多樣需求，但同時也讓我們觸及較以往更大量的消費者個人資料，使資訊安全變得更加重要。為了確保消費者的個資被完善的保護，除了將個資風險管整合於企業整體風險管理及稽核機制中，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，並要求總部和門市端同仁們皆需完成個資線上必修課程。對內訂定各部門個資保護管理通報，對外則於簽署之合約加註個資保護條款，以確保所有營運單位與供應商均符合公司個資保護政策。同時，也訂定內評計畫及外部驗證制度，協助各部門就內評或稽核不符合事項訂定矯正預防措施或改善措施，並作成與留存改善記錄；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。

虛實融合

擴大美廉社生活圈Office Mart便利架 打造無界預購團購服務
能想像透過手機，在商店裡面不需要與任何人互動，就能完成購物嗎？長年深耕住宅、社區的美廉社，在虛實整合下，2019年推動無人商店-美廉便利架 (Simple Office Mart) 進駐於各大企業的辦公室，提供給上班族最便利的選擇，只要透過手機APP操作掃描貨架QR-Code後，透過行動支付，即可拿取想要的商品。美廉便利架不僅能夠依照企業的需求，提供客製化APP透過大數據管理消費者偏好分析，有效整合線上貨架商品維護線下顧客服務。除了零食、果乾亦可在APP上找到獨家進口酒。若在貨架上找不到喜歡的商品，也可透過專屬官方LINE群組來許願，邀親好友揪團預購！

獲獎實績

產品與服務	2020年臺灣服務業大評鑑銅牌獎
	2020年美廉社中山民權東店獲頒服務尖兵獎
	2020年Buying Power社會創新產品及服務採購獎 參獎
社會參與	2020年新北市身心障礙者友善進用獎
	2020年台北市政府第四屆菁業獎
	「基隆市衛生局109年衛生保健志工獎勵表揚活動」 「拒絕供應菸品予未滿18歲者之本市績優商家」

2020年臺灣服務業大評鑑銅牌獎

工商時報舉辦之「臺灣服務業大評鑑」今年邁入第九年，整體評鑑係委託專業神秘客團隊，採用國際SGS驗證評鑑流程，深入探訪全臺灣30個行業、345家企業以及413個店點之服務品質，遴選出最頂尖服務企業及優秀從業人員，三商家購美廉社榮獲服務銅牌獎。

2020年美廉社中山民權東店獲頒服務尖兵獎

由《工商時報》委託專業神秘客團隊，採用SGS認證的「神秘客評鑑流程」，針對各服務業進行嚴格評選。透過神秘客到店消費，實地考察店員的服務態度、細心度、臨場反應等指標，從30大行業類別中，嚴格篩選出30名優秀從業人員給予肯定，作為同業相互學習的典範。美廉社很榮幸由中山民權東店的林孜君小姐雀屏中選，獲頒服務尖兵獎。

2020年新北市身心障礙者友善進用獎

三商家購美廉社長時間以來深耕鄰里，對於身心障礙者的朋友也相對重視，透過平整化的教育訓練、友善的工作環境、店長的親自帶領，讓夥伴更能夠漸進的適應職場，同時也考量到路途安全，人性化的「按居住地就近分配制」，更能減少通勤上的風險及時間。除了善盡社會責任，三商家購也訂定了讓身心障礙夥伴與一般同事共同享有公平、合理的競爭舞台，不分你我，讓自己的價值透過工作的展現得到肯定，進而創造雙贏的溫馨職場。

台北市政府第四屆菁業獎

2020年全台遭逢疫情襲擊，北市勞動局持續透過舉辦大型就業博覽會及各項徵才活動，幫助包括銀髮、青年等民眾進入職場，其中更是屬於無重大勞資爭議及減班的優良企業。百年企業一直是公司的目標，不管未來挑戰多嚴峻，三商家購會一直秉持【熱情、精實、創新、信任】四大核心理念，創造更優質的服務體驗，朝幸福企業邁進。

2020年Buying Power社會創新產品及服務採購獎參獎

2017年已辦理首屆「buying社會創新產品及服務採購獎勵」透過政府積極宣導倡議鼓勵，各級單位率先採購社會創新組織產品或服務，鼓勵踐行CSR之企業組織將相關資源投入、採購社會創新組織產品或服務，藉以拓展社會創新行銷通路，三商家購旗下「心樸市集」對於優質品牌採購金額累計達50萬以上，多次榮獲經濟部中小企業處「Buying Power社會創新產品及服務採購獎勵」參獎。

4.4 社會參與

減少物資資源浪費之惜食政策

食物銀行惜食計畫，增加物資「善」循環

美廉社持續關注環境保護議題，為弭除因退貨造成的食物浪費，2018年11月投入惜食計畫，於台北市中正區及萬華區兩區共10家門市，與中正區忠勤里里長方荷生先生合作，拓點至台北市以外其他行政區，並規畫進行全台串聯。自2018年11月到2021年3月止，捐物金額約32萬元，總重量已突破3000公斤。

美廉社友善回饋店 弭除商品浪費

2019年7月，在新北市土城區、新竹縣芎林鄉二地，美廉社正式開立「友善回饋店」專門店，讓季節性商品或待下架商品集中進入友善回饋店，以最低約3折促銷價格販售。每月平均可讓3萬件商品集中到友善回饋店，每年減少近40萬件商品，讓資源共享環境共好。

319城鎮防災應變計畫

與台灣食物銀行串聯319城鎮防災計畫，將物資與全台食物銀行進行導入，若發生天災或物資缺乏時能就近緊急動員備災。

三商盃公益路跑活動

三商盃路跑活動已經舉辦超過三十年，每一年路跑活動也都會融入不同主題，鼓勵每一位家庭成員走出戶外，一同享受難得的交流時光。藉由輕鬆跑讓成員們都能選擇自己最適合的路程，同時感受運動帶來最純粹的樂趣與熱情。活動公益盈餘捐贈弱勢團體，近年捐贈惠明盲校、中華民國視障路跑協會，於2021年首度與中華民國殘障體育運動總會合作，捐贈帕運選手約新台幣73萬元，希冀透過綿薄力量讓弱勢能強健體魄有更好生活。

開通全電子支付 後疫時代鼓勵電子支付零接觸

2019年成立LINE官方帳號，讓會員結合LINE享有福利，線上也能看檔期DM，減少填寫紙本申請書、實體會員卡的提供、紙本DM寄送，所造成資源的浪費。疫情掀行動支付消費潮，美廉社於2019年介接LINEPay、TaiwanPay、悠遊付等，即完成多元支付系統全數開放，後續與LINE購物合作，開創「多通路積點」商業模式，單一消費雙品牌雙重回饋，短短近1個月內不僅線上會員增加超過3萬人、電子支付比例從15%快速激增至19%，使用電子發票載具的消費者更成長超過2倍，「數位會員元年」就此而生。



美廉社減塑政策和無紙化

● 門市不主動提供塑膠吸管

美廉社關注環境保護議題，從通路減塑做起，2020年三商家購規劃減塑政策，門市將不主動提供塑膠吸管，鼓勵大眾一同參與減塑環保、愛地球。淘汰一次性塑膠吸管製品，一年可減少約750萬件塑膠吸管使用量。

● 自備購物袋享優惠

塑膠垃圾是僅次於氣候變遷的全球災難！全世界已有超過60個國家宣佈禁用塑膠袋等限塑政策，除了塑膠袋，塑膠餐具、塑膠吸管等一次用塑膠製品，也成為許多國家和企業淘汰的重點目標，配合政府減塑政策施行，美廉社推動減塑政策，只要符合來門市自備購物袋、購買散蛋自備購物袋、購買現磨咖啡自備環保杯、持美廉社購物平台專屬紙袋到門市回收，皆可享環保折扣\$2元優惠，至今已累積了20,000筆消費，減少約20,000個塑膠袋使用。

● 塑膠類托盤及包裝盒減量

替代容器意指用於盛裝上述物品，且完全不含PET、PS、PVC、PE或PP等塑膠材質之托盤及包裝盒。本年度替代容器實際總使用個數為1,603,904，本年度包裝蛋、糕點麵包及蔬果類(3類)產品之指定容器與替代容器實際總使用個數為1,650,000，使用替代容器之比例97.21%，實際減少塑膠重量 29,535公斤。





Employee Care And Development

5. 職場照護與員工發展

我們認為保障員工衛生安全、營造友善職場、提供完善訓練及促進人才發展是企業永續經營的重要根基。本公司除了提供員工健檢補助、醫療保險、各項福利措施外，更積極落實人才培育計畫，研發多元的專業職能及管理職能訓練課程並鼓勵員工積極參與晉升發展，幫助員工創造自我價值。公司旗下品牌美廉社持續積極擴展加盟事業，以企業優勢提供加盟主無息分期支付加盟金，不僅邀請有志一同的外部夥伴加入，也鼓勵內部員工創業，讓想創業的夥伴、員工都能親手搭建屬於自己的魅力事業。

5.1 人力資源概況

雇用政策

2020年度員工人數

		總部&店鋪	實習生	兼職	小計
< 30歲	男	328	48	433	809
	女	467	17	439	923
30-50歲	男	486	0	86	572
	女	793	0	268	1061
> 30歲	男	54	0	9	63
	女	75	0	54	129
合計		2268	65	1289	3557

020年度新進/離職員工人數

		2020年新進員工	2020年離職員工
< 30歲		1051	959
	男	351	357
> 50歲		31	30
	女	1046	876
30-50歲	男	645	618
	女	58	69
合計		3182	2909

註:2020年新進員工3182人、離職員工2909人,由於兼職員工比例較高,故人力資源流動較為快速。

性別平權

為實踐職場性別平權與正義,三商家購總部男性與女性主管級之平均比例約為4:6,經理級以上女性主管人數占有主管人數57%,顯示女性員工在職場的升遷發展備受肯定。

經理級主管男女比例



我們確保公司此外員工在[性別工作平等法]保障下皆可申請育嬰留停,讓有新生兒的同仁能安心育兒。2020年度申請育嬰留職停薪之女性員工20名,男性員工2名,育嬰留停之復職率為53.85%,留存率為47.83%。

2020年度申請育嬰留停統計資料

項目	男性	女性	合計
期間/有權申請育嬰留停之員工	8	33	41
期間/實際申請育嬰留停之員工	2	20	22
期間/預計育嬰留停復職	3	36	39
期間/實際育嬰留停復職	3	18	21
前一期間/有實際育嬰留停復職	2	21	23
前一期間/育嬰假復職後十二個月仍在職	0	11	11
復職率	53.85%		
留存率	47.83%		

- 復職率:實際育嬰留停復職員工數/預計 育嬰留停復職員工數
- 留存率:【前一期間】育嬰假復職後十二個月仍在職員工數/【前一期間】實際育嬰留停復職員工數

5.2 職場安全與健康

健康職場

為維護員工安全與健康,本公司依據《職業安全衛生法》設置「職業安全衛生委員會」,定期討論落實職場與門市職業安全衛生、危害預防、安全風險控制及環安衛等行動方案,並制定〈安全衛生工作守則〉:106三商家購(人)字第20171012號(經台北市勞動檢查處同意備查),內容包含勞工安全衛生管理與權責劃分、設備之維護與檢查、工作安全與衛生標準、健康指導及管理、急救與搶救及防護設施之準備、維護與使用等。

每年另依據公司營運衛生安全需求,提供實體教育訓練、線上電子書學習、健康講座,幫助全體員工落實職場安全,此外公司配置有勞工健康護理師,且與醫療院所合作安排勞工健檢、供膳檢查,每季安排特約醫生提供員工健康諮詢,全面照顧員工身心健康。



依2020年申報於勞動部職業安全衛生署的「職業災害統計網路填報系統資料」統計,工傷事件計有48件,失能傷害頻率7.02,如圖表。公司每年定期執行危害鑑別及風險評估,進行改善行動並降低風險的存在。2020年度災害類型,近八成為意外交通事故,公司除了每月定期通報事故案件,亦定期向新進及在職同仁宣導交通安全觀念。

2020 年工傷統計資料

總工作日數	855,693天	
總經歷工時	7,085,544小時	
總損失工作日數	823天	
失能傷害種類	死亡	0
	永久全失能	0
	永久部份失能	0
	暫時全失能	823天
失能傷害頻率	6.77	
失能傷害嚴重率	116	
總和傷害指數	0.89	

2020年缺勤統計

假別	日數		
	男生	女生	合計
病假	815	2,000	2,815
生理假		206	206
公傷假	162	387	550
總計(a)	977	2,593	3,571
12/31在職人	1,444	2,113	3,557
工作天/1年/人	249	249	249
應工作日數總計(b)	359,556	526,137	885,693
缺勤率(a)/(b)	0.27%	0.49%	0.40%

定期防災演習與設備安檢

本公司每年定期實施防災逃生演練、作業環境二氧化碳監測確保空氣流通、用電安全檢查、空調設備及監視系統檢查、工作環境消毒清潔與禁菸規定、物流部倉庫作業區戴安全帽穿反光背心安全著裝要求及機具設備定及檢測，並於作業區張貼操作程序、危害警示語海報，以確保員工於安全舒適的環境工作。

防疫作業

2020年全球COVID-19疫情爆發，為確保全體員工及顧客健康安全，本公司立即制定防疫手冊，定期發布防疫公告宣導正確防疫措施，並依據中央疫情指揮中心之防疫規範持續進行滾動式防疫管理，2021年因應疫情三級警戒更為員工投保疫苗險、執行辦公室分流上班、調整門市營業時間、設置結帳櫃台防護幕等防疫政策，期待透過各項防疫措施，保障員工與顧客身體健康。



員工溝通與申訴

本公司每年定期實施防災逃生演練、作業環境二氧化碳監測確保空氣流通、用電安全檢查、空調設備及監視系統檢查、工作環境消毒清潔與禁菸規定、物流部倉庫作業區戴安全帽穿反光背心安全著裝要求及機具設備定及檢測，並於作業區張貼操作程序、危害警示語海報，以確保員工於安全舒適的環境工作。

● 3385專線(三商幫我)

為保障同仁權益，內部建置多元化溝通管道，同仁若遭遇性騷擾、職場霸凌，或有意見反應，皆可透過3385員工服務專線電話，協助同仁追求職涯發展，解決可能影響工作、生活效能之相關問題，進行調查，查證結果如確屬違規，視情節予以適當議處，導正同仁行為，以營造健康的工作環境。



● 內部檢舉機制

本公司全體員工若發現各店舖主管或各部門中階主管有任何不當手段、挪用公司款項、收受不當利益、接受廠商任何不合理的禮物或款待或圖利第三人之行為，可以即時以機密形式透過電郵舉發。所有舉報將在直屬主管不知情的情況下，由人力資源部最高主管安排獨立的公正人協助調查。應舉報者的要求，本公司會將舉報者的資料絕對保密。凡舉發事項，經查證屬實，公司將依內部規則做出懲處或交付司法機關處置，此項機制目的在確保公司管理階級人員之「誠信」。

● 高階主管檢舉機制

三商家購秉持優良及穩建的企業管治精神，依公司誠信經營守則，經董事會同意採取誠信措施，讓全體員工自由參與以確保公司各部門高層管理人員之誠信。各位員工如發現各部門副理級(含)以上高階主管有任何挪用公司款項、或收受不當利益、接受廠商任何不合理的禮物或款待，藉以建立商業關係，可即時以機密形式透過專設電郵報告。所有舉報在不知情的情況下，由集團法務長直接交予本公司的獨立董事處理。各員工亦可致函或致電舉報。

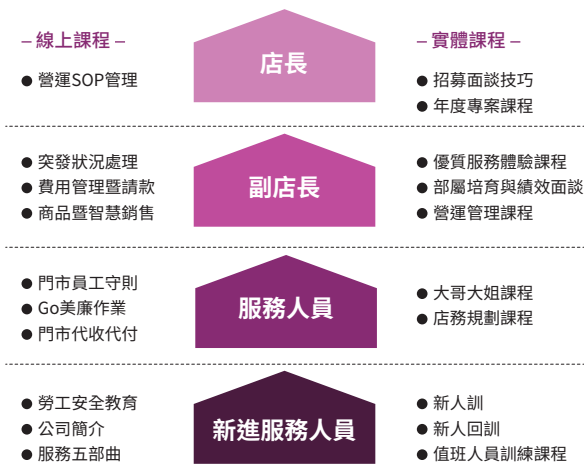
5.3 員工多元培育計畫

三商家購以熱情、精實、信任、創新為經營核心價值，並依此培育員工，幫助員工展現個人特質與專長，為顧客、公司、社會做出最有效益的服務與貢獻。我們致力於營造學習型組織，創造多元學習環境，培養門市與後勤同仁一般職能、核心職能、專業職能及管理職能，以奠定企業卓越的基石。藉由訓練發展實踐為每位員工打造專屬的魅力舞台，並由每位員工藉著提供專業服務為每位顧客打造專屬的魅力生活，實現公司「每個人都有自己魅力美廉社」的企業願景。

門市同仁培訓及發展計畫

門市同仁有完整的培訓課程，學習內容分為實體課程及線上課程，並依職稱職能需求規劃課程教案，包含新進人員在店新人輔導學習、店務實務教導、顧客服務、商品銷售、門市營運管理等，同時透過課後測驗、學習成果檢驗、工作績效評核協助同仁將各項學習落實於工作中，並制定晉升發展計畫，鼓勵門市同仁不斷進階與自我成長成為全方位門市管理專家。

門市同仁晉升學習規劃



2020年度門市員工訓練時數統計表(依性別)

	受訓人次	男性	女性
受訓總時數	32680	13876	18804
總人數	4172	1769	2403
每人平均時數	7.83	7.84	7.82

2020全年度-直營課程一覽表

課程名稱	總堂數	總堂數	總堂數	總堂數
新人訓	138	1190	1104	9520
新人回訓	130	950	1040	7600
職代訓	82	887	656	7096
副店訓	28	284	448	4576
服務體驗	31	746	124	2984
儲備店長甄試	6	86	48	688
儲備區督導甄試	3	27	24	216
	418	4172	3444	32680



門市店務競賽

2020年公司舉辦第一屆美廉社門市同仁店務競賽，透過各營運區菁英賽選出各區代表選手再於總部進行總決賽，競賽以闖關形式進行，過程生動有趣，此活動旨在培育門市同仁店務及服務專業，幫助門市同仁優化顧客體驗的能力。此競賽活動將每年定期舉辦，成為美廉社品牌年度重要培訓賽事。



店長大會

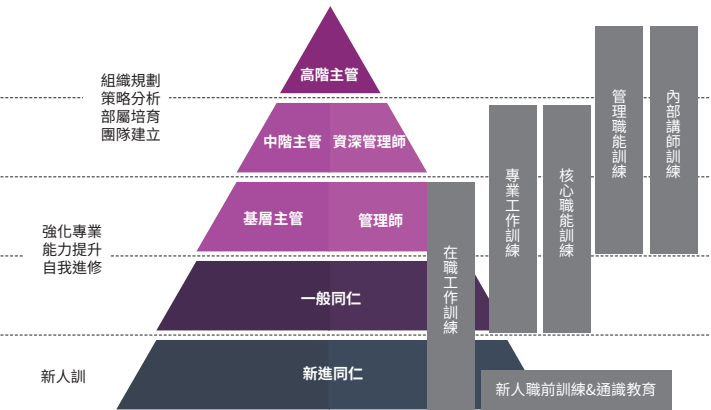
店長大會是三商家購每一年年初的重要年度盛事，總經理及各部門主管除於大會中與店長們溝通公司年度策略及重要目標外，更重要的是獎勵過去一年表現傑出的優良店長，此外大會中主題表演及競賽活動，則能促進全體店長們發揮創意及凝聚團隊共識。



總部同仁培訓及發展計畫

總部同仁依不同職階設定各職能課程，每年並依據公司年度策略、專案目標及部門學習需求，規劃年度專案課程與學習活動。

總部同仁培訓及發展計畫



2020年總部各職能課程包含年度專案課程、儲備幹部訓練課程、高效主管研習營、內部講師培訓等。其中專案課程〈全面品質服務〉以落實公司企業文化『熱情、精實、信任、創新』為課程目標，培養同仁以當責的態度積極有效的進行內外顧客期望管理，2019年~2020年合計推動18梯次，課程內容包含推動全面品質服務對員工個人、公司、顧客的意義與價值，並探討服務知覺風險、學習如何運用服務稽核工具檢視服務缺口及站在顧客觀點展開服務藍圖，期望團隊同仁成為心中有他人的專業工作者，以不斷創新解決問題、優化內外顧客服務體驗為每日工作的核心理念。

除了參與公司依階層別規劃的共通核心課程，強化共通能力外，各單位自辦的專業訓練亦開放讓同仁自行選修，如採購法律需知、展店法需知、職場EQ與情緒管理、資訊及財務相關課程...等課程，幫助同仁獲得多元觀點，提升工作職能。

2020年度總部員工訓練時數統計表

	受訓人次	男性	女性
一般同事之培訓	276	90	186
中階主管之培訓	167	77	90
高階主管之培訓	168	70	98
合計	611	237	374

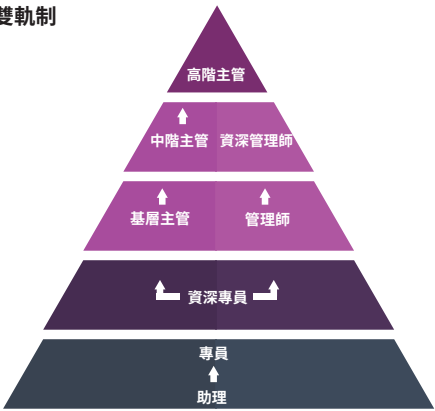


展現服務溫度	實現最佳效益	贏得顧客信賴	增進顧客價值
熱情 傳由內心的去善待任何人 Trust people from bottom of your heart 熱愛自己的工作 Love your job 照顧顧客家人 Take care of customer's family 積極傳遞身邊的人 Share your passion with people around you 展現有禮的態度 Be courteous and cordial 積極追求 Be aggressive	精實 經濟實惠 Lean operation 合理配置資源 Rational allocation of resources 精益求精 Be perfect 站在顧客的角度思考 Thinking from the perspective of the customer 持續不斷的提升 Continuous improvement 杜絕浪費 Eliminate waste	信任 說到做到 Do as promised 言而有信 Understand the real story 信守對方立場 Uphold customer's views 負責任心敢於託付 Be responsible 安全準確 Safe accuracy 專業能力的展現 Be professional	創新 樂於接受與接納新事物 Happy to accept and accept new things 挑戰個人極限 Overstretch yourself 精益求精 Perfectionism 持續知識結合 Blending new knowledge with the old 好點子 Good idea 多想一步 Thinking one step ahead

總部雙軌職涯發展

三商家購一直以來視人才為組織最重要的資產，依據不同專業職能，規劃雙軌職涯晉升體系，讓員工可以依照天賦潛能選擇朝管理職發展，或往專業技術職持續精進，我們相信每個員工都能成為閃閃發亮的珍珠，在各自擅長的領域築夢踏實。

員工職涯發展採雙軌制



總部新人門市實習計畫

為使後勤員工了解門市店務作業及顧客服務流程，以便能制定出更貼近門市營運需求的流程及設備規劃，成為門市堅實的支援與後盾，每位辦公室或物流部新進員工皆必須於新人訓後~到職3個月內，安排至門市作實習，加深對門市運作的了解，增強彼此的合作。門市實習後必須提交實習報告，回饋學習觀察及未來如何讓所負責的工作對門市作業有具體協助、提升團隊績效。

總部圓桌座談會

圓桌座談是由總經理及副總經理主持，邀請各部門主管擔任座談會的與談人，員工可於座談會中提問任何問題與貢獻意見，由主持人與會談主管一一回覆或進行意見討論，座談會目的是希望讓更多同事理解公司策略並進行跨部門溝通。2020年三商家購首次舉辦圓桌座談，主題是以策略地圖作為主軸，暢談未來的工作方向與目標，且開誠佈公的分享公司面臨的挑戰與機會，2021年持續進行多場圓桌座談會，能有效凝聚團隊共識與向心力。



雀閱季刊

紀錄「一剎那所有簡單幸福」是三商家購季刊初衷，我們希望透過季刊記錄團隊完成的各項任務，分享同仁們的努力歷程、報導各部門同仁的工作內容，促進彼此的理解與合作、報導成功經驗，激勵同仁追求卓越的動機。季刊定名為雀閱，除了應和公司的麻雀Logo外，也期待每位同仁藉由閱讀季刊發現團隊的美好，將熱情聚成一股力量，每天用【雀躍】的心情面對工作挑戰，成為帶給顧客喜悅的快樂工作者。



5.4 員工薪獎福利

薪獎制度

三商家購針對不同職級與專業分工，規劃合理的薪資結構，同時每年透過市場薪資調查進行調整，以保持薪資結構具有競爭性，且員工不因性別、種族、宗教、國籍不同而有薪資差異，確保薪資之公平性。公司並制定各職階完整一致的績效考核制度，公開透明的評核內容與衡量指標，幫助團隊溝通組織發展策略與工作重點，並依據評核結果獎勵績優表現員工，獎金分別包含門市業績達獎勵金、門市專案達標獎勵金、總部績效獎勵金、總部專案獎勵金及全體正職員工之年終獎金、員工分紅獎勵金。

疫情時代 照護更全面

面對嚴峻疫情，各行各業都有永續經營課題，三商家購願意投入相對應成本，提供夥伴安心工作環境，如門市設置防護結帳隔離區，每日提供員工醫療用口罩，並於八月底前提撥預算，全額補助第一線門市正職、區督導及需執行查核巡店業務夥伴施打COVID-19疫苗。三商家購旗下品牌門市正職人員、區督導、查核人員、巡店人員等，會接觸到店務的同仁，三商家購將全額補助疫苗接種費；總部、物流中心及其餘同仁(含店內工讀生)，則提供半價補助疫苗接種費，希望員工能在疫情期間照顧好自身健康與福祉。另外也針對員工投保疫苗險，疫苗投保人數總計3692人，其中包含外籍同事21名以及加盟夥伴416名。

福利措施

我們重視員工身心健康與福利，承諾為員工創造友善的工作環境，幫助同仁工作與生活平衡。除規劃相關福利措施外，公司更定期舉辦各式的員工活動，增進同仁間的互動，包含品酒會、秋季派對、聖誕派對、捐書活動，另外福委會亦每年發起珍惜物資二手良品捐贈活動，邀請同仁們一起為環保盡一份心力。

好安心	好開心	好貼心	好放心
勞工保險 健康保險 員工團體保險 勞工退休金 員工健康檢查	醫療補助 結婚補助 生育補助 喪葬補助 災害補助 友善哺乳空間(總部)	三節禮金(券) 員工推薦獎金 員工旅遊補助 年度尾牙/春酒 職工福利委員會 員工咖啡吧檯(總部) 生日禮	完整教育訓練 透明晉升管道 績效獎金 年終獎金 公司分紅(不定時) 社團補助金



福委會

公司成立職工福利委員會，積極推動各項福利措施補助，鼓勵員工參與正當休閒及福利活動，增進身心健康且凝聚員工向心力，2020年員工自組成立之社團總計13個，社團類型包含美食研究社、釣研烹飪社、羽球社等，社團種類涵蓋多元且充滿活力。

2020年福委會的各項費用數據	
	金額
生產補助	66,000元
旅遊補助	4,829,268元
喪葬補助	76,000元
結婚補助	110,000元
醫療補助	58,400元
勞動禮金	1,772,000元
端午禮金	1,657,000元
中秋禮金	1,657,000元

5.5 加盟發展

加盟招募會

2020年10月22日三商家購美廉社舉辦第一屆，並合併儲備幹部招募同步進行，吸引將近200組有意加盟者前來。美廉社提供加盟店主分潤、獲利等保障，經營效益及穩定度高，同時也是目前國內民生必需品零售通路中唯一的加盟體系。許多人擔心創業風險太大，美廉社除了提供基本毛利分配額的保障，讓加盟主的資金運用更有彈性；更規劃完善的店務操作標準流程及完整的教育訓練制度，且接店後依然可以將員工送回公司上課，人力能發揮協助與高效表現。

加盟主培訓

三商家購提供完整的加盟培訓，協助加盟主學習門市管理職能，培訓內容包含公司經營理念、顧客服務、商品管理、店務管理、行銷管理、財務管理、團隊管理等專業知識與技能。每一位加盟主公司皆提供一位培訓輔導師專職教導一個月，教導後並陪同加盟主在店工作兩周，隨時給予經營上的意見，面對每日店務及顧客服務問題，則即時給予回饋，提升加盟主經營店鋪的熟悉度與信心。在加盟期間，營運部區督導會定期巡視提供諮詢的服務與營運協助，協助創造加盟店最大之利潤。公司亦鼓勵直營同仁內部創業成為加盟主，2020合計有6位同仁成為加盟夥伴。同時，與其他加盟體系相較，美廉社還具有營業費用較低、報廢成本較少、無大夜班等優勢。公司與加盟主共同負擔創業的風險，不讓加盟主獨力面對困境。只要遵守公司的作業規範，在公司完善的營運輔導之下，經營與獲利通常都能相當穩定，無後顧之憂。

2020年加盟組學習發展合計

生產補助	受訓人次	總堂時	總人時	平均時數
38	85	640	13600	160

企業援助，不遺餘力

2020年承攬商逢泰企業，因有資金缺口，三商家購秉持人道精神，每月給予50萬資金融資(共573萬)，使逢泰2020年度過難關，後來，在2021年疫情升至三級後，逢泰業績開始蒸蒸日上，更加深三商家購與逢泰夥伴之革命情感。



Environment And Sustainability Projects

6. 落實環境永續

零售消費市場與社會息息相關，企業應扮演帶頭的角色，對於城市的生活品質、環境保護與自然資源的更加珍視，以「善循環」帶動周連社區城市的競爭力與永續力。長期關注如何降低廢棄物，打造城市之不息、提高資源的高度利用，建構環境共生、與民共享、社會共樂的「永續生活圈」是企業所期許。

6.1 環境管理概況

本公司之製成產品屬於民生消費用品製造業，製程單純，對於有害廢棄物或廢水產生嚴格管理，確保各項廢棄物可妥善處理，除自身通過ISO14001 認證外，也關注供應鏈的各個環節。為善盡環境保護責任，積極推動溫室氣體減量措施。產品對於環境危害及人體試驗要求較高，同時採取多項環境管理系統措施。本著善盡綠色公民的義務，秉持節能減碳愛地球，推行環保政策、教育員工養成環保習慣，將環保意識落實於平日生活中。

6.2 綠色供應鏈

身處零售業，剩食與廢棄物問題之解決勢在必行。三商家購如何帶起領頭羊的作用，持續往綠色消費，友善永續的目標去進行，實為課題。旗下連鎖通路品牌心樸市集提倡多項永續計畫，例如販售裸賣商品，維護供應商的權益，去除多餘的包裝，以回收紙袋等綠色包材方向為主軸，減少塑料耗材，有程度地降低對土地的影響。購買定量的本土小農商品，與土地共生，矢志讓環境更臻美好。通路中最長使用的促銷刊物，也轉為數位化，全店使用電子價卡，期待作為環境保護的實行者。我們也審慎評估物流派車次數，期待達到減少碳排的情況：

物流派送路線趟次及裝載率變化，根據一車裝載店數

- 2019年4.4/車→2020年4.6/車
- 在油耗不變情況下，車輛使用柴油，溫室氣體排放23KG
- 2019年標準，2020年排放1,260,350KG溫室氣體
- 實際2020年排放1,205,552KG溫室氣體，減少54,798KG溫室氣體

不退貨指引 佔八成商品參與計畫

美廉社超市店面較小，貨架數也相對精簡，商品上架陳列空間不及其他零售通路，為精選最符合時宜的商品給消費者，原有商品或熟賣商品，都有可能計畫性下架或遭退貨，每年都有近50萬件遭報廢。美廉社2017年起便開始實施不退貨政策，讓商品不會因退貨過程，耗損商品品質和狀態，反而保留商品價值即時販售，也能讓民眾用合宜的金額購買到商品，實踐不浪費。

自2019年對比前一年，藉由此政策減少約728,511件退貨商品因免除報廢流程而節約金額達1,786,667元。

2020年就有4,474品項，33,305,846件商品參與不退貨，共佔總商品數的78%，2021年更新增了1,673,764件商品，38個品項加入不退貨，共計減少34,979,610個商品面臨退貨的可能，佔總商品數達80%。

進口採買的強力夥伴關係

我們始終認為良好且強大的企業夥伴關係，才是供應鏈的根底，企業的永續發展與成功，必須依賴完整健全的供應鏈體系，故將供應商視為我們重要的合作夥伴，與東南亞和歐洲國家的採購量維持在一定量體，共同協力創建堅實供應鏈。

2020 - 2021年採購金額與品類及國別如下

2020			2021		
國別	採購品類	金額	國別	採購品類	金額
印尼	咖啡	1,353,786	印尼	咖啡	688,541
	泡麵	1,187,250		泡麵	579,529
	餅乾	7,322,761		餅乾	6,663,806
	總計	9,863,796		寵物	1,163,176
			總計 9,095,051		
波蘭	咖啡	5,335,353	波蘭	咖啡	6,760,271
	洗衣精	637,010		洗衣精	849,347
	啤酒	21,260,045		啤酒	27,576,789
	飲料	3,284,582		飲料	4,014,490
總計 30,516,991			總計 39,200,896		
泰國	泡麵	286,053	泰國	泡麵	183,253
	飲料	2,768,914		飲料	2,076,685
	餅乾	3,263,273		餅乾	4,940,727
	調罐	850,116		調罐	425,058
	寵物	3,826,940		寵物	2,893,459
	罐頭	1,520,223		罐頭	1,045,752
總計 12,515,519			總計 11,564,934		
馬來西亞	泡麵	1,597,740	馬來西亞	泡麵	1,387,219
	餅乾	5,843,109		餅乾	728,044
	調罐	487,473		總計	2,115,263
	總計 7,928,322			捷克	啤酒
菲律賓	餅乾	216,923	菲律賓	餅乾	352,160
越南	泡麵	744,726	越南	泡麵	214,272
	餅乾	4,096,278		餅乾	3,721,860
	總計	4,841,004		總計	3,936,132
加總-台幣總計 65,882,553			加總-台幣總計 67,331,328		

6.3 綠化推動實績

✓共節省6,269,672度電

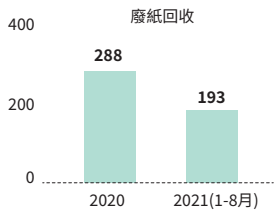
✓共減少3,203,053公斤碳排放

門市店裝優化

- 汰換變頻式冷氣機計151台、4門冷藏冰箱68台、3門冷藏冰箱、5呎冷凍立櫃89台，一年可節省11,242度電，可降低5,722公斤的CO2排放。
- 臥櫃汰換專案執行完成164台，一年節電229,433度電，降低116,781公斤的CO2排放。
- 燈具間距加大，評估單店約可減少19%燈具數量，一年可省下516,380度電，降低262,837公斤CO2排放。
- 招牌規格及燈具排數變更減少，每座約可降低33%燈管數，一年省43,942度電，降低22,366公斤CO2排放。
- 門市已採購並安裝循環風扇數量，計75台，一年省53,535度電，降低27,249公斤CO2排放量。
- 全國設有冰溫櫃之門市，均已全數採用玻璃滑門冰溫櫃47台，一年省85,775度電，降低43,659公斤CO2排放。
- 已裝設生飲等級淨水器，計123套，共降減一年降低11,793公斤CO2排放量。
- 空調系統打烊前30分鐘關閉，一年省3,036,800度電，降低1,545,731公斤的CO2排放。
- 配製蔬果開放櫃保溫夜簾，降低冷度逸散情形，節省設備用電，一年節電248,565度電，126,519公斤的CO2排放。

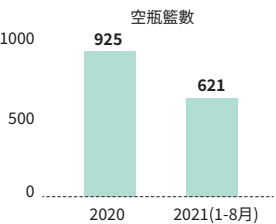
響應環保，廢紙回收

美廉社門市數持續成長，至2021年近800間門市，物流部每年近300噸公斤重的紙箱回收，除持續垃圾減量外，針對可回收廢棄物，舉手之勞做環保，青山綠水永得保。
落實一連串作業流程：1.壓制→2.疊板→3.放置固定區域→4.清運



空瓶回收再利用，永續經營

門市配合環保政策，消費者可將玻璃瓶拿至門市回收，運務士收回玻璃瓶，物流部將玻璃瓶裝箱。公司對於環保不遺餘力投入人力，每年可整理10,000,000瓶，目的替地球盡一份心力，落實社會責任。



桃園市政府109年度推動設置再生能源實施計畫 與中興電工儲能設備系統投資

儲能系統提供負載監測，依據設定數值自動化實施充放電，即時快速功率緩衝、吸收或補充電能、實虛功支撐、功率補償，可改善台電電網電力品質、提高電能備用容量，讓供電及負載得以維持穩定平衡。系統設定運作模式為尖峰時段供(放)電、(00:00~08:00)離峰時段充電。因門市冰箱設備每日24小時持續運作，於電費高之尖峰時段改以儲能系統供電，降低電費支出；另同步監測負載用電量，適時投入供電，降低用電最大需量數值，減輕台電電網尖峰用電負荷。

三商家購與土地環境最親的品牌 心樸市集

與「人禾環境倫理發展基金會」的土地環境揭幕式
2007年世界地球日後所成立的組織「人禾環境倫理發展基金會」，長期關心環境與社會發展，希望藉由多元分眾的環境溝通，從關注、省思與對話開始，讓越來越多的人願意開始用行动關心地球。心樸市集也從2019年開始以身作則，將民眾所共襄盛舉的二手紙袋活動「袋袋相傳」的盈餘，共計新台幣69,315元全數捐贈人禾環境倫理發展基金會。
並且於2020年10月舉辦貢寮和禾水梯田活動，帶著心樸市集的會員前往貢寮山村，學習農事體驗，並且將傳承至今的百年農法跟小朋友分享，跟著田間老師的腳步，透過身體的勞動，將水梯田的農事刻劃在大家的心中，土地文化教育皆在俯拾間。



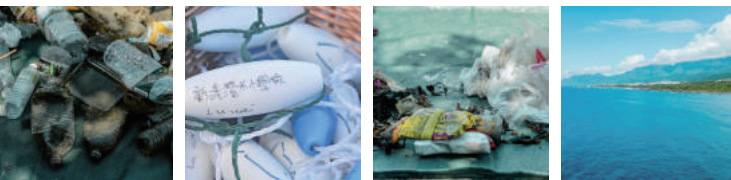
友善環境計畫 世界地球日淨灘、門市熄燈減碳、鼓勵自備購物袋

2021年4月22日，響應世界地球日，美廉社啟動「友善環境計畫」。全台門市於世界地球日當日下午13:00-14:00 關燈一小時，減碳從門市做起。另外，即日起民眾自備袋子購買散蛋，單筆金額可現抵二元，減塑大家一起來。三商家購為實踐企業社會責任，由副總經理謝仲平率領物流中心 34位同仁齊淨灘。觀音草漯沙丘淨灘成果一般垃圾33.3公斤、寶特瓶22.2公斤、廢玻璃類16.4公斤。



台東海光走讀暨淨海淨灘活動

海天為家，珍視土地才是永續。三商家購於2021年起與活動主要策劃單位「新港潛水小學校」溝通，展開連續的淨海淨灘活動，希冀以在地公民的行動力喚起大家對海洋環境的重視。
根據ICC(國際淨灘行動)統計數據顯示，2020年淨灘場次較往年減少，但撿拾的海廢數量卻超過了2019年的紀錄。反映民眾生活習慣的改變與政策的執行還需再加把勁。而海廢污染對環境生態的衝擊愈發嚴重，源頭減廢已是刻不容緩。
有鑑於此，交通部觀光局東部海岸國家風景區管理處(以下簡稱東管處)成功海洋環境教室與與在地的新港潛水小學校，攜手於2021年9月合作辦理「海光走讀」暨淨海淨灘活動，邀請民眾一同前來淨海淨灘。活動清出了有破破的衣服、塑膠汽油桶、寶特瓶飲料罐、湯匙、五金小物!海面下真實的太平洋樣態是正承載著海面上生活的人們製造源源不絕的廢棄垃圾。海面下有豐富的海洋生態，就像教練盧葦所說「有可愛的小烏賊，藍色海星，美麗珊瑚礁」走讀成功小鎮、走讀海洋的美麗與哀愁；並藉由活動前的海廢環境教育，讓參與者明白垃圾源頭減量的重要性。



我們一起胼手胝足打造安居樂業的家園，大家在這個美好的生活圈，好好的生活著。
我們矢志給人民每日所需不缺，能夠安心打拚。我們努力在每個鄰里家園(家)打造一間美廉社，許鄰里一個安居樂業的未來

離家最近，三商家購。