

# 三商家購供應商管理規範與執行情形

## 供應商政策與承諾

三商家購作為供應鏈末端的販售者，一直致力於提供「安全、安心、健康」的商品，並推出了自有品牌「心樸市集」和「Simple Life」。本公司從製造到銷售，嚴格控制品質和保障食品安全，為消費者提供「好品質、夠實惠」的商品，保證最嚴格的品質管理和最安全的產品。我們制定了明確的供應商政策和行為準則，要求所有供應商遵守這些規範，以實現對環境、社會和公司治理的期望，進一步推動永續發展目標。

## 供應商管理政策

三商家購深刻認識到良好的供應商管理是永續發展的關鍵，也是維護品牌信譽和客戶滿意的基石。因此，將環境保護、職業安全衛生、勞動人權及法令遵循等事項納入供應商評估和管理的核心要素，以實現永續發展的願景和使命。要求所有供應商簽署「誠信聲明書」，以確保他們共同遵守和實踐核心價值觀。每年定期協助供應商自行評估永續發展政策執行情形，由供應商填具「供應商永續發展檢核表」進行自我檢核，確保他們提供環保產品、關注員工健康和安全、尊重勞工人權並遵守法令規範。期望與供應商攜手合作，實現共同的永續發展目標，並共同創造商業價值。

## 供應商行為準則

三商家購秉持企業社會責任的核心價值觀，期望透過自身行為模範與明確要求，鼓勵供應商夥伴共同走上永續發展之路。為此，公司特別制定並發布「供應商行為準則」於供應商管理平台SCM，所有擬合作供應商於合作前均須簽署並遵循該準則。此準則涵蓋環境保護、職業安全與衛生、勞動人權、法令遵循、道德規範及管理制度等核心要求，並隨法律修訂與永續趨勢持續更新。截至2025/12/31止，供應商簽署率達92.27%，充分展現供應鏈夥伴對永續承諾的積極響應。

## 當地供應商的採購

	2023 年	2024 年	2025年
當地採購評估			
向當地供應商採購金額 (\$NT/仟元)	10,599,873	10,891,460	11,020,765
總採購金額 (\$NT/仟元)	11,202,492	11,580,739	11,813,252
向當地供應商採購金百分比(%)	94.62%	94.05%	93.29%

註：統計範圍為三商家購股份有限公司。

## 供應商教育訓練與評鑑制度

### 供應商教育訓練

隨著永續發展議題日益受到社會關注，三商家購積極推動供應商教育訓練，向供應商宣導如何在各自業務中落實永續發展策略，並提供實用參考資料，協助其深化理解與掌握相關知識。我們深知實現公司 ESG 目標，必須仰賴供應商的積極參與與支持。因此，每年定期舉辦供應商教育講座與宣導，讓供應商不僅了解公司永續理念與具體要求，亦能習得實用管理技能，有助於其在供應鏈中建立與維持競爭優勢。期盼透過共同努力，打造更環保、公平且高效的供應鏈體系，攜手實踐 ESG 目標。截至 2025/12/31 止，435 家供應商各參與 4 堂、每堂 30 分鐘的理念宣導，合計 870 小時，課程內容如下：

課程名稱	內容說明
生生不餘	以惜食為核心，說明生、熟廚餘正確分類與再利用方式，協助供應商掌握廚餘減量、效期管理及源頭控管，強化食品製程、物流與販售階段環境責任，推動惜食精神及永續供應鏈管理。
公害防治環境教育教案	介紹公害防治與環境保護基本概念，說明政府運用科技執法（如聲音照相、智慧監測）進行污染管制作法，協助供應商了解法規要求、違規風險及企業配合事項，降低環境污染風險。
空氣盒子面對面	說明空氣污染基本概念與常見指標（如 AQI、PM2.5），介紹空氣盒子的原理及應用，及其在空氣品質監測與資訊透明化的角色，強化供應商對空氣污染對健康與環境影響的認識。
認識土壤及地下水	介紹土壤與地下水基本概念、功能與污染成因，說明污染來源、影響與防治重點，並指導企業在生產、儲存及廢棄物管理過程中應注意事項，強化環境保護意識，降低污染風險。

### 供應商評鑑制度

根據內部管理辦法，定期對自有商品代工廠、一般商品供應商及門市用品供應商進行嚴密評鑑，確保所提供商品符合最高品質與安全標準，並積極響應永續發展趨勢。評鑑內容納入環境、社會及治理（ESG）三大面向，特別關注「環境保護」、「職業安全衛生」、「勞動人權」及「法令遵循與道德規範」四大項目，強調供應商須履行企業社會責任，嚴格遵守勞動基準法、保障員工權益與健康安全。

每年定期進行供應商評鑑，並要求供應商回簽「供應商永續發展檢核表」作為評核依據，只有通過評鑑者方能納入合格供應商名單。截至 2025/12/31 止共完成 435 家供應商之自我評估，所有評鑑結果均符合標準。

### 永續供應商評比等級

評比等級	因應措施
優秀(90-100分)	建議增加採購量。
良好(80-89分)	維持目前作業，但要求供應商持續強化管理機制。
普通(70-79分)	當年供應商評比總分低於80分，對供應商進行輔導改善。 連續二年評比總分介於70-79分，於採購會議討論採購量配比。
需要改進70分以下	當年供應商評比總分低於70分，對供應商進行輔導改善。

評比等級	因應措施		
	連續二年評比總分低於70分，於採購會議討論停止採購或取消其合格供應商資格等相關措施。		
評核項目			
(一)環保	(二)職業安全衛生	(三)勞動人權	(四)法遵與道德規範
資源使用與減少	消防安全	工資與福利	法令遵循
廢棄物管理	機器和設備安全	工作時間	誠信經營
排放管理	職業健康	平等與不歧視	行為準則
環境友善產品	培訓和教育	合約與勞工關係	
	急救設施		

## 供應商實地稽核與溝通

### 供應商實地稽核

三商家購為提升供應鏈品質，成立專業團隊負責供應商稽核與輔導，確保自有商品代工廠在各環節持續改進與提升。公司每年定期依據「供應商行為準則」進行實地查核，驗證供應商是否遵守相關規範。透過稽核，不僅提升產品品質與技術水準，也優化製程品質系統，並加強永續發展要求，兼顧產品品質與企業社會責任。

市售自有品牌供應商合約明訂生產工廠須符合稽核條款，方可合作。供應商依稽核結果分為 A 至 E 五級，稽核頻率依級別調整：A 級 3 年一次、B 級 2 年一次、C 級每年一次，D 級需於 6 個月內改善，E 級則評估複查或不採用。產品上架後持續進行年度訪廠稽核，稽核頻率依照不同等級進行調整。截至 2025/12/31 止，累計完成稽核之代工供應商共 59 家，涵蓋 A 級 37 家、B 級 13 家、C 級 7 家、D 級 1 家，E 級 1 家。其中有 12 家於 2025 年度執行實地查核。

### 自有品牌供應商稽核結果

分級	家數	占比
A 級	37	63%
B 級	13	22%
C 級	7	12%
D 級	1	2%
E 級	1	2%
總計	59	100%

**供應商溝通：**透過三商家購供應商電子化管理系統（SCM）及官網與供應商雙向溝通。

### 供應商大會與永續供應鏈夥伴協作

三商家購於七月舉辦「2025 夥伴價值高峰大會」，超過 200 位供應商及產業專家共襄盛舉。大會聚焦智慧零售轉型與永續供應鏈發展，涵蓋電子價卡導入、數據科技賦能行銷及自有品牌差異化經營三大策略，強調在 AI 與 ESG 驅動的產業變革中，持續深化供應鏈數據共享與協作，提升供應商永續管理能量及環境績效。三商家購同時成立「Angel 協會」，打造供應商知識共享與資源整合平台，促進跨界合作與創新，鞏固供應鏈韌性，推動企業、供應商與消費者三方共創永續價值。