

頤德國際 企業永續報告

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT



COMMUNICATION IS POWER

溝通的影響力

● 『溝通』

是頤德國際(VEDA International Corp.)的核心價值，不論是在服務客戶上、解決同仁疑問或是在落實CSR(Corporate Social Responsibility)的政策，溝通 - 都是頤德最基本的尊重、最有效的方式以及最重要的原則。

● 報告書敘述

此份報告書是頤德國際股份有限公司公開發行的第3本『企業永續經營報告書』，會放置於我們的網站(http://www.veda.com.tw/csr_report.html)。期待能透過非財務訊息的透明揭露與回應，讓關心我們的各界利害關係人能夠更了解頤德在2013年的各項表現與成果；也希望藉此延伸更多的互動與交流。

● 報告書範疇與邊界

本報告書主要揭露頤德國際於2013年相關作為；涵蓋了經濟、社會與環境面的表現。並依據主要利害關係人以及相關議題訂定報告書之內容架構。前一版報告書已於2013年8月發行，報告書發行周期為每年一次。本報告書主要揭露資訊範圍為2013年度(2013年1月1日至12月31日)之各項非財務資訊。

● 報告書撰寫原則

依循2013年5月公布之全球永續報告書協會(Global Reporting Initiative, GRI)之G4 Core準則編寫與揭露，且依循AA1000保證標準及原則要求，針對企業社會責任相關資訊進行鑑別、執行與揭露。本報告書中揭露之所有數據皆由頤德國際各部門所提供，有關經營績效的財務數據皆經會計師財簽後的揭露。

目錄

CONTENTS

• 決策力 DECISION POWER

1. CSR溝通

- 1.1 董事長的話.....05
- 1.2 總經理的話.....06
- 1.3 利害關係人的鑑別與溝通.....07
- 1.4 對利害關係人的承諾.....10

• 創造力 CREATIVE POWER

2. 關於頤德國際

- 2.1 公司簡介.....12
- 2.2 營運理念.....13
- 2.3 經營績效.....13
- 2.4 服務內容.....14

• 感染力 INFLUENCE POWER

4. 責任溝通 從心出發

- 4.1 人員組成.....32
- 4.2 職場管理與人才培育.....34
- 4.3 員工溝通.....37
- 4.4 社會關懷.....40
- 4.5 環境相關數據揭露.....41

• 執行力 EXECUTING POWER

3. 永續的溝通管理

- 3.1 治理原則.....16
- 3.2 組織架構.....17
- 3.3 經營特色.....18
- 3.4 風險管理.....21
- 3.5 事業群發展.....22
- 3.6 服務的客戶群.....29

• 對照表 GRI INDEX



決策力 DECISION POWER

做出決策的關鍵不是知識，
而是溝通後的理解



頤德大紀事

時間	大事紀
1993	頤德成立，實踐“頤崇天德”於工作
1996	以運動行銷與公關業務為主軸，成功為職籃宏國籃球隊建立品牌與聲勢
1997	服務惠普科技與台灣微軟，正式跨入科技產業公關服務領域
1998	承辦The 2nd APEC Technomart廣宣及APEC會員經濟體招商參展。擔任APEC focal point，至今仍是APEC在台舉辦最大規模的活動
1999	<ul style="list-style-type: none"> 科技公關擴展為主軸業務 導入產業BPR(Business Process Re-engineering)，進行商業改造流程並啟動專案管理系統建置
2000	<ul style="list-style-type: none"> 成立知識管理部門，提供ePR服務 承辦WCIT2000世界資訊大會，此活動至今仍為台灣科技與國際活動空前之里程碑 拓展汽車產業媒體暨公關服務 與帛琉政府簽約，成為帛琉觀光局駐華辦事處，跨足觀光產業 與亞太區e21及Upstreams Asia結盟合作
2001	<ul style="list-style-type: none"> 跨足觀光產業，整合科技與消費公關運作，涵括電玩遊戲、入口網站等 成立關係企業，致德國際股份有限公司，與e21於香港成立關係企業 - Atma International Corp.
2003	<ul style="list-style-type: none"> 擴充辦公室空間，工作同仁邁向40人 成立ELC活動與後勤支援部門，加強專案運作，提供完整服務
2004	<ul style="list-style-type: none"> 為台灣微軟規劃成功的Windows XP launch program 跨入半導體產業公關服務 導入生活文化學習課程
2005	<ul style="list-style-type: none"> 協助規劃舉辦MSN Messenger支援前線活動，並邀請到馬英九市長進行示範賽，場場爆滿 為台灣微軟規劃舉辦Windows XP Media Center Edition中文版上市活動
2006	<ul style="list-style-type: none"> 搬遷至敦化南路二段 協助台北市政府榮獲全球ICF2006年度智慧城市：Intelligent Community of the Year 協助籌辦富士康(Foxconn)於Computex人人英雄專案，成功整合台北市政府、世展會、Computex與參展科技大廠、藝術家幾米等
2007	<ul style="list-style-type: none"> 2007年為台灣微軟規劃舉辦Windows Vista中文版與Office 2007中文版上市系列活動
2008	<ul style="list-style-type: none"> 協助台灣ICT產業於WCIT 2008在馬來西亞吉隆坡獲得Best Booth最佳形象 協助桃園縣榮獲ICF 2009年度國際智慧城市創新獎 協助UL於日本與馬來西亞舉辦UL兩岸科技研討會 獲經濟部商業司輔導，開發CSR KM平台
2009	<ul style="list-style-type: none"> 完成頤德內部第一本CSR報告書 頤德同心社會企業責任網成立
2010	<ul style="list-style-type: none"> 獲美國關島觀光局委任，為關島觀光局台灣代表 開始整合世界各地公關資源，建立全球服務網 為Computex在台總代理之6Connex平台上籌辦執行第一次線上虛擬展
2011	<ul style="list-style-type: none"> 搬遷至信義路三段現址 獲經濟部中小企業CSR優選企業獎
2012	<ul style="list-style-type: none"> 完成全球服務網與歐洲Oxygen Network，日本Chungai，亞太Ruderfinn，中國e21等全球服務網路 為企業撰寫完整之CSR報告書(e.g.聯華電子、趨勢科技)
2013	<ul style="list-style-type: none"> 成立CSRone Reporting永續報告平台 獲得TIPRA CSR金獎(賓士)星夢想計畫以及CSR銅獎(台灣愛普生)綠領菁英計畫 參與新光保全永續報告製作並獲得年度永續報告獎

1 CSR的溝通



頤德國際 董事長 蔡明勳

1.1 董事長的話 態度轉型

人類在資本主義的逐利觀念下創造了今日大部分的物質文明，但多數人發現當財富有了，卻有很多原本很珍貴的特質或資產消失了，許多人開始思考眼前創造出來的這一切真是我想要的嗎？純真的幸福無法用『\$』換來嗎？

當競爭取代了互助，攻佔吞噬了分享，人類社會已經變成諸多物種中的一環，互助與分享已比不上狼群間的密切合作，人類這個物種已在逐利的推波助瀾下逐漸動物化了，於是社會產生了裂痕，有些人只能用僅存的悲憫之心作點慈善，但都只能是事後的補救，該是回頭的時候了。

社會企業是這種反省思維下醞釀出來的轉型產物，不論是新創業、老舊企業轉型，還是NPO轉型，社會企業想找回來的是互助與分享，社會企業想創造的是專業與信任，這些元素才能讓人類實現『正德、利用、厚生』的生命內涵。

找回生命內涵最大的挑戰是態度，專業並非靠著施捨與慈善堆疊起來，而是以精益求精的精神克服一切的挑戰，過去的管理理論大多已不管用，眼前等待我們的是勇氣與突破框框的勁道。十年能煉出一把利劍，二十年鍛成一把名劍，三十年則可成就一把絕世好劍，想要達到怎樣的成就，就得把自己放在相對應的位置。

有一點可以確定的，紮實的基本功，如紀律、精確、守信加上創新，才能讓互助與分享產生加分效果，單純想作好人及陳舊思維、態度都無法成就社會企業！

蔡明勳

1.2 總經理的話 具影響力的CSR溝通—企業永續的必備專業

這是頤德國際第三本公開發行的CSR報告書了！這份報告記載了我們持續在永續發展的努力外，也更清楚勾勒出我們在CSR事業領域的定位與角色；那就是CSR溝通，也是企業永續的必備專業。

一般企業在CSR或永續發展上或有獨到的見解與策略，或有落實的決心與執行的能力，卻對CSR溝通以及和利害關係人的互動仍多採取保守的態度，有的還是認為為善是必然，不欲人知；有的當作行銷的一環，極力彰顯其成效，有時甚至被評為漂綠。因此，得宜的溝通十分重要，可以清楚地讓利害關係人了解企業的願景、企圖心、風險、機會等等；相對的企業也可以明白利害關係人的期待與建議。

1993年前頤德以專業溝通與知識服務定位，提供公關溝通顧問與規畫執行的服務。我們很幸運地有機會服務全球知名大企業，此中我們經歷過許多嚴格挑戰，也學習到世界級的溝通與公關專業。2007年有感於CSR的溝通領域利人利己，可以是永續的創新事業，也是落實提升國內溝通專業顧問的契機，我們成立了CSR事業部門。耕耘了這些年，CSR與永續發展逐漸成為市場顯學，各方開始關注，願意投入。

CSRone永續報告平台是我們通往這個願景的具體呈現，目前這個平台是國內CSR報告書最完整的紀錄與分析平台，也是最即時與國際CSR知識與資訊接軌的平台。今年秋天我們將推出新的會員服務，希望我們CSR溝通的服務，不但能與國際的CSR專業與時俱進，更能創新進步，成為引領國內CSR成長的媒介。

因此，今年頤德的CSR報告書以【具影響力的CSR溝通】為主軸，對內我們加強與同仁的互動，例如進一步落實行動辦公室的理想；對外提供整合CSR知識與溝通專業的服務，例如提升諮詢顧問與規畫能力，擴大服務的對象與增加服務的內涵。報告中也以此主軸詮釋邁向永續發展目標中必備的決策、責任、執行與改善的方式，期待關心頤德永續發展的利害關係人提供寶貴的想法與建議。



頤德國際 總經理 嚴德芬

嚴德芬



1.3 利害關係人的鑑別與溝通

頤德將公司核心價值結合CSR的概念，主張公司要為所有利害關係人同時創造出多種價值和福祉，包括財務、知識、物質、社會、文化、道德、甚至是精神上的價值。



利害關係人鑑別

鑑別利害關係人關心的議題，是制定CSR策略重要的關鍵。頤德的企業社會責任由CSR團隊負責規劃、整合與執行。確認各類利害關係人所關注的議題進而結合對公司衝擊的程度，與公司經營高層共同研擬討論，以制定相對應的方針。與相關部門的『溝通』和公司管理階層制訂營運方向，『決策力』都是不可或缺的要件。

頤德國際以問卷和面對面訪談的方式與利害關係人溝通後將其關心的議題彙整，由CSR Team透過與管理階層的評估會議，以『利害關係人關切度』與『營運衝擊程度』為主要衡量方向，來決定出目前最為關切的議題，並將重大性議題區分為高度、中度及一般三種等級，來決定其納入年度工作事項或目標及回應之優先性。

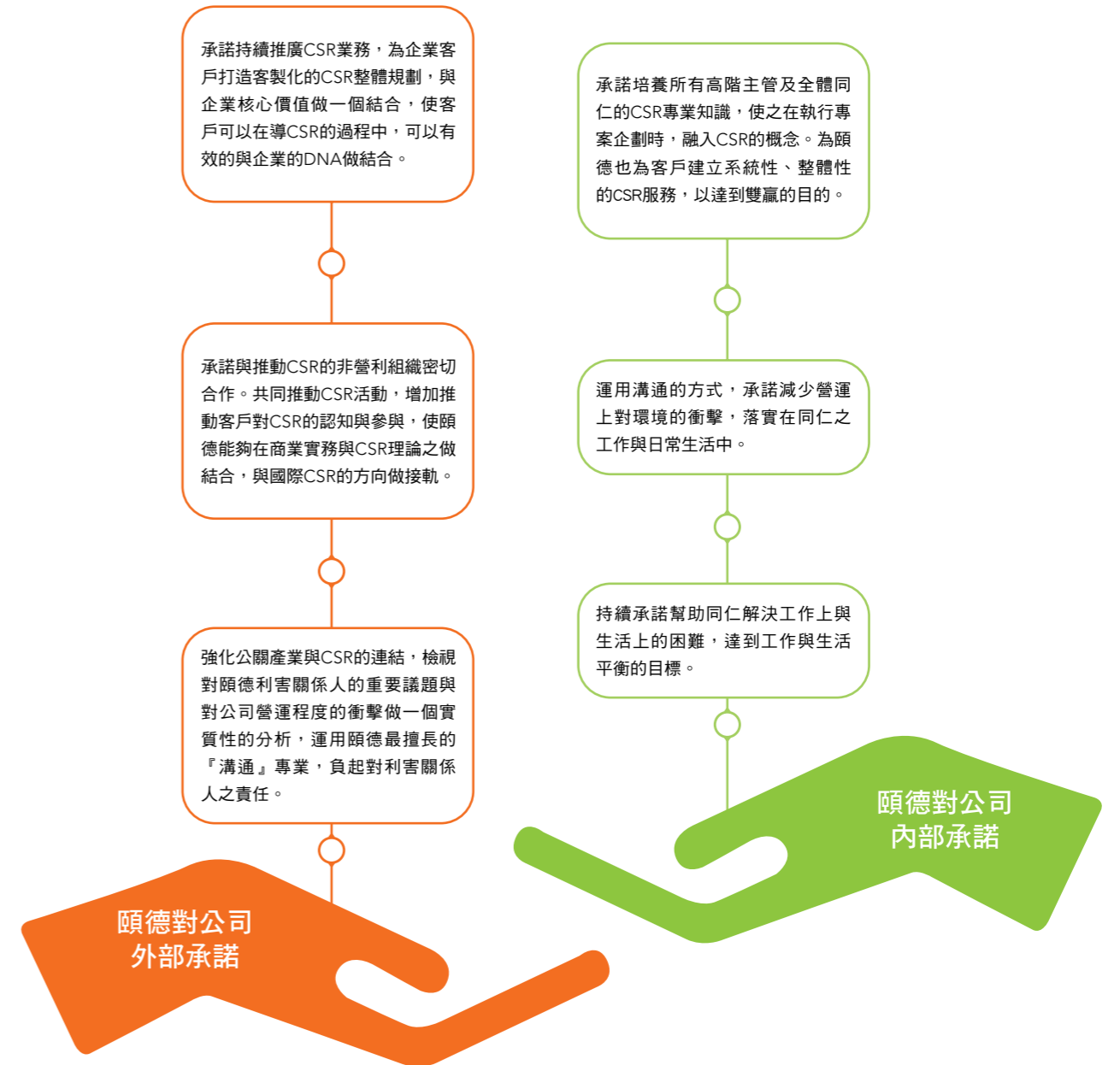




利害關係人溝通

利害關係人	主要溝通方式	回應利害關係人
董事會 董事	<ul style="list-style-type: none"> 電話 e-mail 年度董事會 臨時董事會 	對於頤德國際的績效的表現與社會企業責任的方針，都是董事們關心的議題。不論是營運績效的表現或是企業責任的落實，在2013年，頤德又更進一步了。
同仁 一般正職 實習生 工讀生	<ul style="list-style-type: none"> 主管會議 同仁會議 e-mail 	頤德提供優質工作環境，並與同仁公平分享成果。提供教育訓練，整合相關的知識與經驗，除自身能力提升外，更可以提供專業的加值服務。
客戶 合約客戶 專案客戶 潛在客戶	<ul style="list-style-type: none"> 電話 e-mail 專案會議 檢討會議 	頤德以誠信認真的態度服務客戶，提供專業且高效能的服務與解決方案。希望能與每位客戶長期配合；也全力以赴進行每一次的專案合作，希望與客戶成為共同成長與進步的夥伴。
媒體 各類媒體 記者	<ul style="list-style-type: none"> 電話 e-mail 傳真 媒體餐敘 Media Pitch 	適時、適地、適人的提供合宜清楚的資訊給媒體；同時為客戶爭取在媒體上最適切的披露，搭起雙方溝通的橋樑。
合作夥伴 平面設計師 活動硬體供應商 印刷公司 錄影/攝影師 活動主持人等	<ul style="list-style-type: none"> 電話 e-mail 專案會議 	頤德的合作夥伴都是以台灣地區為優先考量。為客戶把關要求合作夥伴提供最佳品質的服務與合理的價格；另一方面，也為合作夥伴做好有效的溝通，給予相對應的報酬與絕對的尊重。也與之相互切磋學習，以發展更優質的服務與產品。
政府 各級政府機關	<ul style="list-style-type: none"> 電話 e-mail 專案會議 	因頤德的客戶們與政府關係密切，所以政府單位亦是我們服務的對象。頤德於其中促進業界與公部門間良性的互動，帶動地方社區的發展。
NPO/NGO 永續發展協會 (BCSD) 國際公關協會 (TIPRA) 伊甸基金會等	<ul style="list-style-type: none"> 電話 e-mail 專案會議 	產業方面，頤德是國際公關協會(TIPRA)的成員。因為屬於服務產業，也會協助客戶與許多產業機構合作，例如：台北市電腦公會、外貿協會、工研院、資策會等。在CSR方面，輔導相關產業導入CSR相關策略、報告書的製作與活動的策劃執行，以無縫接軌的方式將CSR概念導入企業的脈絡中，與企業的核心價值做一個有效的結合，以達到企業永續發展的遠景。

1.4 對利害關係人的承諾



頤德自2007年以前就意識到施行企業社會責任絕對不只是大企業才需要負擔的責任，也絕對不是企業在經營上的『成本』；它是一個使企業與經濟、社會、環境達到平衡的一個經營策略與方向。CSR所涵蓋的領域非常廣泛，需要來自各領域且不分產業別一起共同參與，才能達到社會、企業與環境永續發展的目標。





創造力 CREATIVE POWER

創造力的發揮，來自於彼此溝通的成效
溝通不在技巧，而是從“心”出發



2 關於頤德國際

頤德國際股份有限公司成立於1993年時，對自己的期許就不只是一家公關公司，而是以產業服務、市場行銷以及發展溝通顧問人才為定位。

頤德的“頤”為易經中的一卦，指的是口頰，有動而知止的意思，具體來說，就是謹言慎行的概念。而頤德的英文名稱“VEDA”在梵文中指的是“純淨的知識”與“永恆的智慧”；所以頤德對於內、外部的利害關係人都是用真誠、務實與專業的方式做好溝通的橋梁。

2.1 公司簡介

基本資料

公司全名 / 頤德國際股份有限公司

產業類別 / 公關行銷顧問

成立時間 / 1993年08月20日

法律形式與所有權性質 / 中華民國台灣設立的股份有限公司(未上市、櫃)

董事長 / 蔡明勳

總經理 / 嚴德芬

資本額 / 新台幣1,200萬

員工人數 / 44人(員工人數以2013/12月為基準)

服務產業 / 資通科技業、汽車業、觀光業、傳統產業、政府與非政府機構

服務範圍 / 以台灣為主，於中國、美國、東南亞地區為專案服務

公司電話 / +886-2-2704-3024

網址 / www.veda.com.tw

公司地址 / 台北市信義路三段178號5樓

頤德於2013年7月12日，將資本額由500萬增加到1,200萬，除了是董事會的各股東對頤德的營運績效的肯定與未來的展望的看好；另一方面，也是蓄積相關資本，用實際行動去支持內部創業的風氣。

頤德的創造力，是為同仁們提升自身創新能力、為頤德創造機會、也為溝通服務創立標竿。期待藉由扶植內部創業，提升同仁們的視野，達到延續頤德企業文化與社會永續的目標，並實現頤德永續經營的願景。



2.2 營運理念

頤德相信企業若能持續與內、外部利害關係人維持良好的溝通，累積『信任資產』便能與社會一同向上提升、永續經營。

頤德以真誠的服務態度與客戶和合作夥伴們共同建立專業共榮的溝通渠道，與市場和目標族群做最有效的互動。而在維護『人』之間的關係，頤德靠的是真誠的『溝通』；在產業領域上靠的是專業的『創造力』為彼此創造出極大化的附加價值，強化公司內部的幸福感，更能讓公司同仁們面對外部競爭壓力時，更具有抗壓性。

使在服務客戶上用宏觀的視野協助客戶做整體的策略整合。以專業的知識與經驗協助客戶營造品牌的優勢、也為社會進一份心力，為專業溝通產業建立新的里程碑。



“開創人本素養的專業溝通服務，為產業開啟無限的創造力”

2.3 經營績效

多年來，頤德秉持著真誠的服務態度，與同仁們、客戶間和合作夥伴共同建立專業的知識溝通與傳達。在內部也積極營造無壓力、和諧的工作環境，提供舒適健康的工作空間，累積優質的組織文化，讓所有同仁都能認同公司、認真工作與享受生活，共同創造優質的服務與經濟績效。

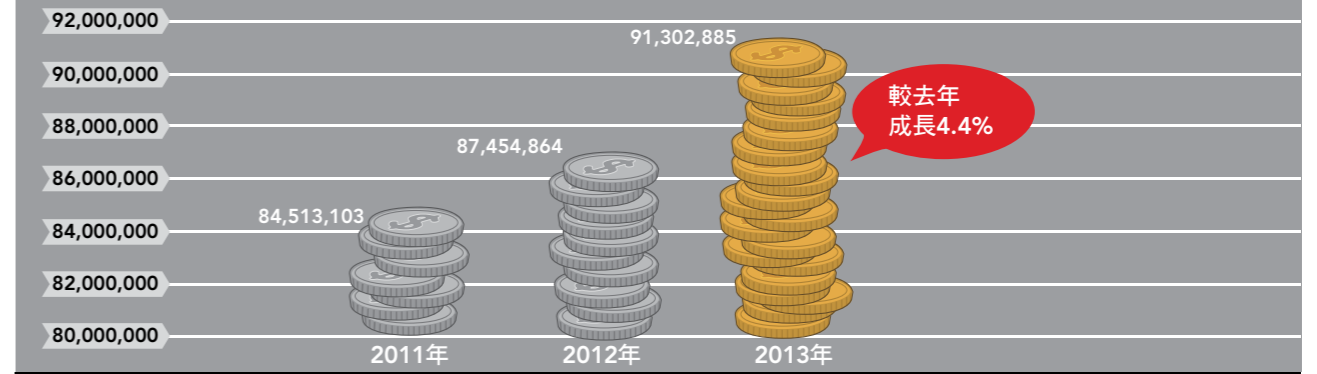
責任企業的價值來自於營運績效與社會反饋，而公司營運獲利是責任企業永續經營的源頭。頤德2013年營收為新台幣91,302,885元，較去年成長4.4%；且近三年的年營收總額持續成長，代表頤德在經濟績效上有亮眼的表現。但2013年的營業毛利率較去年稍微下滑0.19%，其原因在於公司設備的保養與汰舊佈新、活動上的成本提升、福利政策的開支等導致於營運成本與費用分別上升5.68%和11.78%。

時間	2011	2012	2013
年營收入總額	84,513,103	87,454,864	91,302,885
營業收入淨額	84,033,242	86,525,419	91,226,380
年營業成本	70,244,930	69,417,940	73,361,826
營業毛利	13,788,312	17,107,479	17,864,554
營業費用	12,637,297	14,879,562	16,632,879
所得稅	321,971	349,957	386,524
課稅所得額	1,893,948	2,058,573	2,273,675
年總薪資成本	21,187,266	28,485,542	23,178,258
營業毛利率(%)	16.41%	19.77%	19.58%
純益率(%)	2.23%	2.38%	2.46%

財務數據以各年財報為基準

年營收入總額

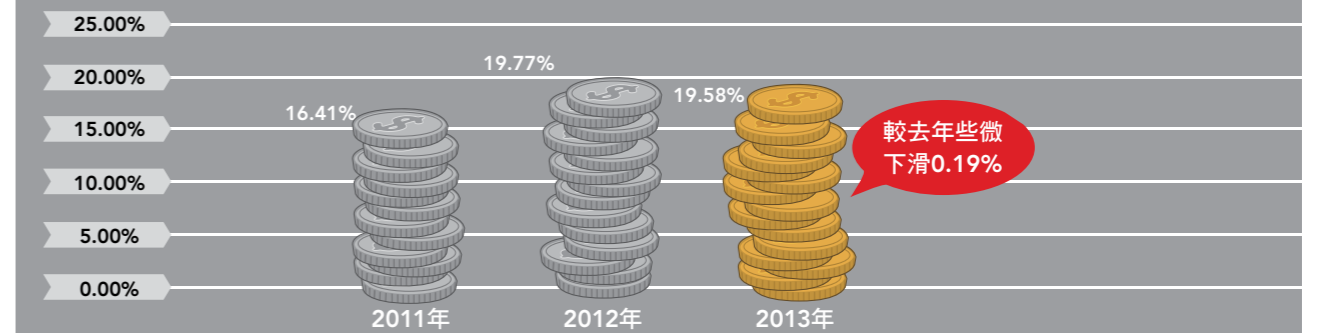
單位：新台幣



(財務數據以2013財報財報為基準)

營業毛利率

單位：新台幣



(財務數據以2013財報財報為基準)

營運高層認為，相關營運成本與費用的提高，是頤德對客戶的服務品質與員工照顧的必要堅持，即便擠壓獲利，也需提高公司整體競爭力，是頤德永續經營的必要投資。

2.4 服務內容

頤德服務對象包括政府、非營利組織、國際與本土企業；橫跨科技資訊、汽車、消費性等相關產業。頤德除了公關

與行銷的諮詢服務以及跨區的國際活動的籌辦外；企業社會責任部門(CSR Team)與網路社群(Social Media)事業群的建立也是針對客戶的需求做最大化的整合與策略規劃。

- 公共關係**
 - 媒體溝通策略
 - 媒體關係管理
 - 媒體活動
 - 品牌溝通策略
 - 企業形象溝通設計與活動
 - 國際會展籌辦
- 議題管理與危機溝通**
 - 議題與危機管理訓練課程
 - 議題監控及危機溝通處理
- 市場行銷宣傳**
 - 產品上市行銷活動
 - 顧客行銷活動
 - 產業合作夥伴行銷活動
- 網路知識行銷**
 - 社群媒體經營管理
 - 網路危機/議題管理
- CSR企業社會責任專業服務**
 - CSR報告書製作
 - 利害關係人媒合
 - CSR策略與溝通
 - CSR活動企劃執行
 - CSR資產盤點
 - CSRone永續報告平台運作





執行力 EXECUTING POWER

高效率的執行力，
從有效的溝通開始



3 永續的溝通管理

從成立之初，頤德一直在業務上秉持商業道德以避免政治爭端為原則。頤德不僅恪守政府規定的各項法律規範，所有頤德同仁皆被要求在執行任何專案活動或處理相關業務的同時，務必符合社會企業責任的期待。

為了真正落實『頤崇天德』的經營理念，頤德從不從事涉及菸、酒、博弈、等相關的公關活動。雖然鼓勵同仁履行投票的公民責任，但頤德不從事政治選舉公關或是政治捐獻等行動。

3.1 治理原則

對內治理的三大原則：

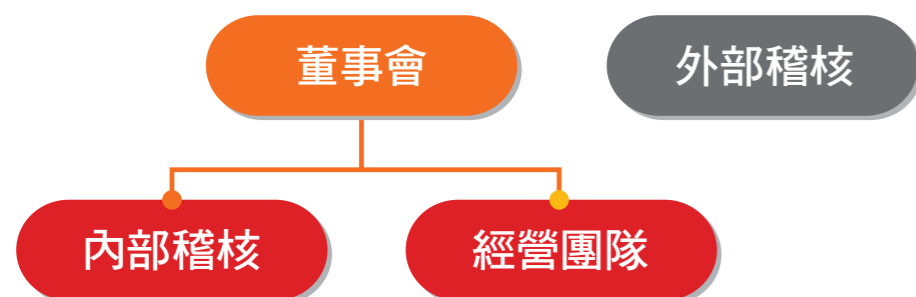


行為誠信	誠信是公司在同仁溝通、服務客戶、夥伴合作上的首要原則。無心無知上的疏失可以被檢討、改進；但誠信是根本的原則。誠信上出問題，是不被允許的。與供應商和客戶落實帳務管理，財務資訊透明公開並設有專案管理系統，讓同仁們易於整合工作並監測流程。
遵守會計原則	每月公布營運狀況，制訂營運方向與市場趨勢。堅守不漏開發票，一套帳的原則。年度帳務由持有會計師執照的會計師事務所協助查帳與財簽。
重視股東權益	每一獲利之會計年度均將全數盈餘分配，表達公司承擔股東權益最大化的責任。除法定保留盈餘外，紅利權核發放給股東，並對股東全面公開公司的財務狀況。

3.2 組織架構—董事會組織

頤德國際設有董事會，董事會設置3名董事和1名監察人。董事會於每年與重要事項發生時召開，以監督公司遵循相關法規以及確保財務透明。各董事也藉由董事會聽取經營團隊的業務報告，發揮營運督導管理之責以保障股東權益。

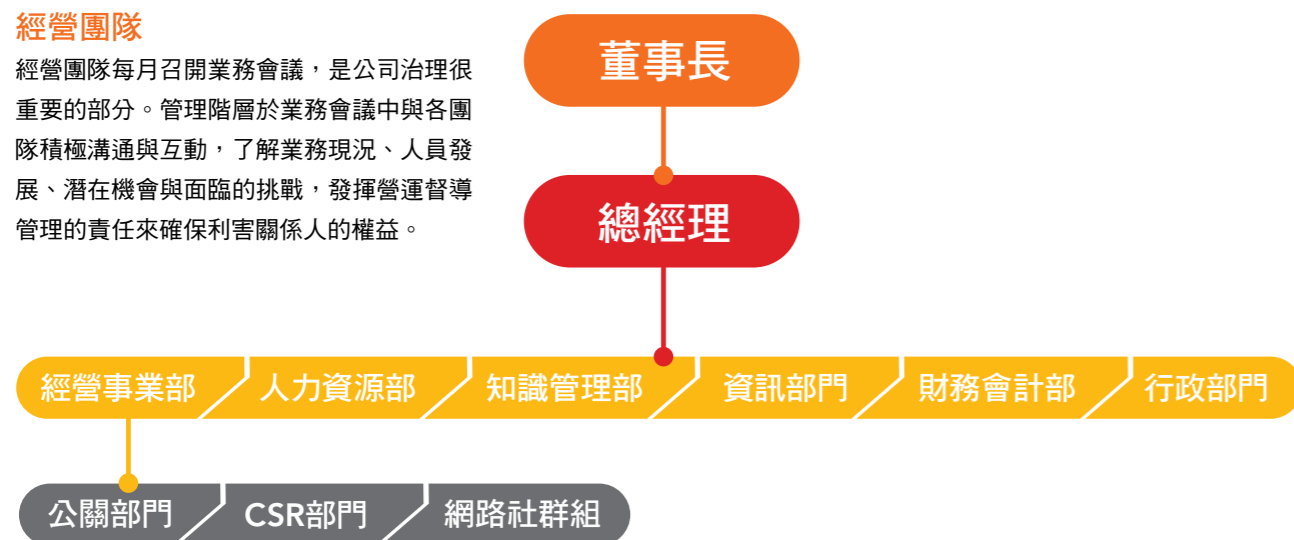
原則上為董事長與執行董事兼總經理兩人為公司治理主要負責人。董事會委外部會計師做年度財務稽核與財簽。



“在頤德，並沒有執行CSR的標語，因為CSR已經落實在平常的生活當中”

經營團隊

經營團隊每月召開業務會議，是公司治理很重要的部分。管理階層於業務會議中與各團隊積極溝通與互動，了解業務現況、人員發展、潛在機會與面臨的挑戰，發揮營運督導管理的責任來確保利害關係人的權益。



3.3 經營特色

經頤德因以創造自身獨特的公司文化為實踐企業社會責任的方向之一，因此，也孕育出對公司同仁特有的管理文化特色。



茶道文化

頤德希望透過品茶的過程開起同仁們的覺知，董事長在每個星期一和五的中午利用午休時間，讓同仁們自由參與茶道課程，讓同仁們在忙碌的工作形態中獲得身、心、靈的舒緩於沉澱。同仁們在品茶的同時，也會分享茶在其生命中所帶來的影響和體悟；茶課不只是品茶而已，而是一個藉由品茶讓大家分享人生經驗的地方。

藉此，可以從繁重的工作中獲得一絲喘息的機會且培養新的興趣與吸收不同的知識。自茶課開辦以來，每周都有許多同仁參與茶道文化的薰陶，不但增廣見聞、溫故知新，還可以品嚐好茶，使公司倍增文化氣息。



頤德每週一、五中午的茶課，是一個能讓我沉澱身心的時間。工作時講求快速、效率，而我個人性子也比較急，因此時常面對著時間的壓力。然而茶課的這一個半小時，總能讓我放鬆身心，靜靜體會茶文化的深度，細細聆聽每位成員對茶的認識。在茶課中最讓我感到特別的是，原來茶的味道是會因為環境而有所改變的。小則泡茶的器具、水源、水溫等，大至周圍環境的磁場、茶空間、泡茶人的心情等等，即使是同一款茶，每個人所泡出來的茶湯都會有些微的不同，茶葉本身也會因為環境的關係而轉變味道，由此可知茶文化的深奧。現在對茶的認識也還只是皮毛而已，未來會繼續參與茶課，體會茶所帶給大家的感動。 楊迎晨 Martina





行動辦公室 (Mobile Office)

頤德一直在積極營造“信任與自律”人本素養的企業文化。實行行動辦公室(Mobile Office)的制度就是建立於對同仁們的信任與自律上。頤德原本就是責任制，上下班不打卡，從2011年四月份公司地點搬至現在的地點，為了進一步的增加上班時間的彈性且與國際的潮流接軌，進而實行行動辦公室這個具有行動力(Mobility)與彈性(Flexibility)的政策。

頤德的Mobile Office政策、開放式空間環境與業務項目型態，衍伸出類似變形蟲的組織的工作模式，可以提高組織對環境變化的適應力與反應力。如此一來，可對市場趨勢迅速做出反應，加速決策制定。

結合現代的科技的運用，讓同仁們可以在公司以外的地點，用電腦與網路就可以處理公司的事務，大大的提高同仁們在工作與生活上的平衡。除此之外，如遇SARS、天災之類的不可抗力之外在因素，行動辦公室也可以直接應變，使同仁不需出門就可以在家與客戶聯絡、使用視訊會議做內部的溝通協調，達到風險控管的作用。

新制度的上路，一定會有一段適應期與溝通改進的期間，例如：接近半數的同仁反應通話品質的不良、於外部網路在存取公司公槽資料的速度較慢、沒有固定座位與空間開闢造成相互干擾等。

鑑此，頤德成立了Mobile Office小組，小組成員由公司各組成員派代表組成，深入的了解各組同仁們對相關政策的建議與反應，以擬定相關政策與改善措施，將其視為重點營運目標；也將各組實施Mobile Office的時數視為績效目標，擬定獎勵辦法，鼓勵同仁落實Mobile Office的推行，將Mobile Office變成頤德的DNA，內化成為頤德文化的一部分。

會議式的溝通管理

頤德於業務上設有層級，但在溝通與互動上是扁平式的組織；董事長、總經理等管理高層，以Open Door Policy的公司政策，歡迎同仁隨時與之互動或是提出任何建言。

每月的業務會議中，公司管理階層與各組主管討論業務發展目標、現況與相關業務績效。因業務、提案或臨時議題需求，管理階層經常與各組成員相互溝通與互動。辦公室空間呈現開放形式，方便互動，同時也具備互動學習與溝通管理功能。



在頤德，科技的價值取決於同仁如何在工作與生活的應用之間取得最佳的平衡。然而，缺乏適度的政策溝通與教育訓練卻可能無法彰顯這項措施替同仁帶來的福利。因此，Mobile Office小組的成員等同於Evangelists一般，不僅在彼此忙碌執行專案之餘，更要抽空開會針對各組業務需求擬定最適合大多數人的MO POLICY，儘管如此，我個人很榮幸能夠擔任MO小組成員。儘管施行之初仍有許多磨合的空間，但是透過初期的溝通宣導，多數的同仁已經漸漸踏出MO的第一步，開始體驗Lync會議簡報的功能、透過智慧行動裝置回覆客戶及廠商需求等過往必須侷限在辦公室才能完成的效率及便利。未來，我期許MO小組能夠繼續聆聽更多同仁的聲音，以同仁的使用滿意度為依歸，為同仁營造合宜幸福的MO工作環境！



林昆輝 Quinn

頤德國際在每月召開的業務會議中由董事長與總經理主持，邀請所有主管和各部門負責同仁共同參與，除探討業務現況外，更積極交流分享各組經驗與各產業的最新發展與洞見，並且開放協調支援各組業務，對彼此形成良好的跨組交流激盪與相互支持的組織文化。

林伯虎 Paul



頤德獨特的企業文化與人文特色，是讓我感受最深刻的，不僅是提供舒適的工作環境及彈性的時間利用，更安排多樣具意義的活動、學習和聚餐的機會，是個能獲得多方面成長的地方，很榮幸能夠加入這個獨特而溫馨的大家庭。

徐詩媛 Irene



優良工作環境

頤德除實行行動辦公室(Mobile Office)的制度外，在辦公室的規劃上也為同仁打造一個專屬頤德文化的工作空間，讓公司同仁在公司上班也如在家一樣舒適且安全。辦公室也隨處可見綠色植物，不僅僅只是營造辦公室良好的氛圍，實質上這些綠色植物更有淨化空氣，安定人心的作用。

頤德非常注重人與人之間的溝通與知識分享，工作環境的空間設計排除了一般印象中傳統間隔設計，讓同仁們不致於埋首於自我的小天地，單打獨鬥的工作；取而代之的則是多元行式的辦公空間，包括：吧台、和室與玻璃隔間的會議室等，增加同仁們與他人互動的機會之餘，也使工作氣氛更加活潑。

同仁們沒有固定的座位，可以隨著心情的喜好或臨時興起而自行挑選中央區、臨窗吧台、和室等地點辦公，增進不同組之間的意見的交換與知識的傳遞與溝通。所有會議室的隔間和董事長與總經理辦公室都是使用玻璃做隔間；也



從客戶總監到AE，頤德採無辦公隔板的「自由座」政策，打破傳統一人一格間的辦公環境，也打破了工作階級藩籬，鼓勵所有同仁自由意見交流，正是頤德開放溝通文化精神之實踐。

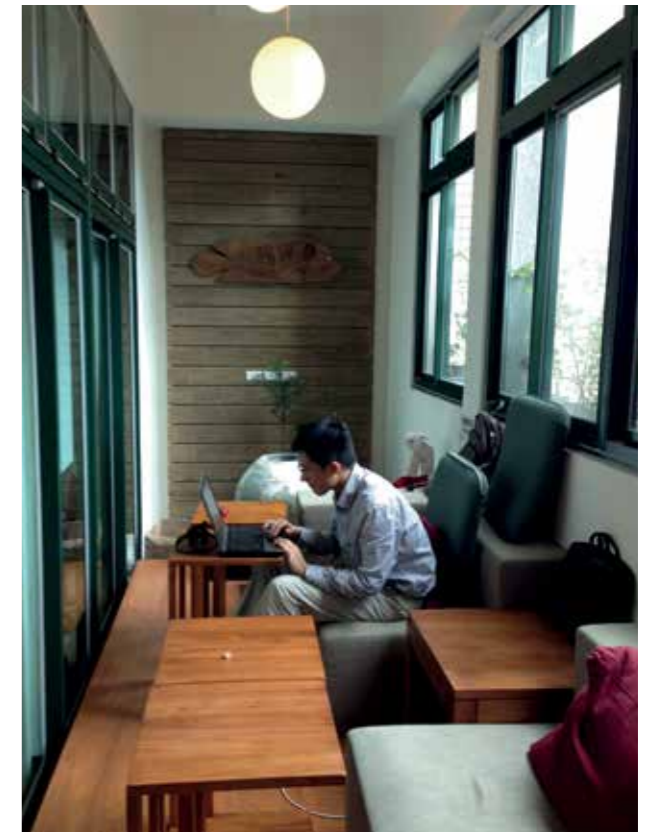
葉喬 Leona

尊重同仁的建議與權益

頤德對於同仁採取的是適才所適的管理方式，對於較不適應的同仁不會採取解雇的方式，而是與團隊做溝通，做內部的輪調或是以教育訓練的方式，提升新進同仁的能力，期望新進人員與資深同仁能夠一同前進。

對於同仁的意見與創意頤德都相當重視，將視為珍貴的知識產能。小到公司的空間布置，大到專案的集思廣益，甚至到公司政策的擬定，頤德都表現出高度的包容性與接納度。另外，管理階層以上的主管皆會不定時的了解同仁們的工作狀況，給予適時的幫助與指導；在工作權益的部分，主管們也會悉心提醒同仁們該注意的部分，使其工作權益以及相對的福利受到保障。

讓同仁們從根本明瞭頤德透明且開放的溝通政策與文化。在公共安全方面，除了每年例行性的消防安全檢查之外，有鑑於台灣是一個高危險地震帶的國家，頤德特別租用有隔震器之大樓辦公室，提高建築的耐震強度，與裝置門禁設施，使公司同仁能在安全無虞的環境下工作。為了辦公室節能減碳的概念與落實。



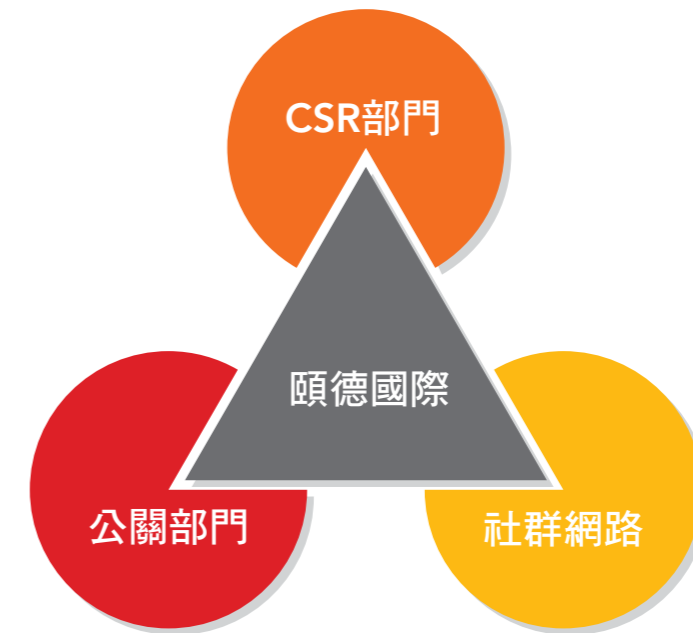
3.4 風險管理

財務風險	財務面的風險的議題在營運槓桿較大的公司須做補強的動作。但頤德並不走負債經營的方式，所以頤德每次的財務會議都會公開且透明的讓與會的同仁清楚公司目前的財務狀況。也會與相關往來銀行保持良好的互動，建立相關財務方面因應機制。
業務風險	因頤德的產業屬性以及組織結構因素，每個月不抵定期召開2-3次的業務會議，針對業務量的起伏，各組總監的相關議題進行全面性的檢討與改進。逐月針對起伏較大的團隊進行體檢，再針對相關方面進行補強。
反貪腐	頤德堅持不漏開一張發票，這造就組織上一個正向的循環。在新同仁進入公司後，就會安排相關的專案系統的教育訓練，基於財務上的公開與透明化、專案系統化，從系統中均可得知各專案的收支狀況，進而成就了公司組織的氛圍，引導我們堅持道德的承諾，進而造就『誠信』精神的延續，形成反貪腐的企業文化。
反競爭行為	良性的市場競爭可以幫助頤德不斷的改善內部組織結構、優化工作流程，進而提升服務品質，強化營運績效。使頤德能在競爭市場上維持競爭優勢並且滿足客戶需求。良性的競爭、自我的期許與不斷的進步是頤德成長的原動力；因此，頤德多年原則為：不挖角、不搶生意。不會採取任何惡性的競爭行為，以維持良好的市場機制，此立場是與相關利害關係人的期望是一致的。
法令遵循	在公司營運上面，頤德致力遵循當地政府法規，與社會道德標準。於2013年，並無任何違反法規的任何書面或實際上的罰鍰。
個人資料保護法	誠信服務是頤德的最高原則，奉行『個人資料保護法』能保障利害關係人的隱私權與商業利益。不論是對內部公司同仁、客戶或是外部利害關係人來說個人資料都是相當重要的議題，公司內部也積極宣導相關事宜，且有相關的教育訓練與討論”；在2013年間，頤德並無發生或遭投訴任何洩漏商業機密或個人資料事件。
營運責任與環境共榮	頤德主要提供溝通與知識的專業諮詢服務，例如：公共關係、CSR顧問服務諮詢、市場行銷、社群媒體、展場規劃等，其服務內容、過程皆考量到同仁們的健康與環境安全，無使用任何對環境有重大影響之原物料，並且提供充足的產品和服務資訊內容，使利害關係人可以了解持續發展的影響。

風險的起因有許多種，但以人為風險為最主要因素，頤德的核心價值 — 以人為本的溝通；頤德不預設風險的必然發生，但查覺到有異常時，不論是財務或是業務都會加以檢討與改善。

3.5 事業群發展

頤德的服務主要由經營事業部的三個部門負責

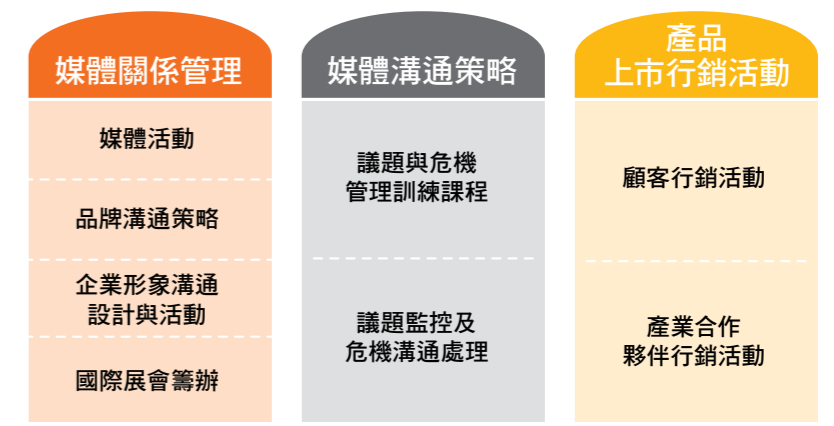


“頤德運用本身的專業，從CSR策略顧問服務、網路社群的經營分析到公關活動的接軌，提供客戶整體的服務”

公關部門

公關，即是一種溝通。頤德以專業能力，成功扮演著客戶與公眾關係之間的橋梁。公關部門以專業、積極與熱忱給予客戶信賴感的溝通。

服務模式上分為：一次性的長約與專案式的服務。無論是長期配合的客戶或是專案性質，頤德都堅持以團隊模式進行，隨時和合作夥伴與客戶保持聯繫，提供專業的相關資訊與策略規劃。





“專業溝通，與客戶共同成長”



實際成功案例分享

1 Mercedes-Benz台灣賓士星夢想星天賦計畫—榮獲TRPra企業社會責任獎的金獎

在富庶的台灣，其實還有許多偏鄉的弱勢學童連吃飯都是問題，更別說學習資源的匱乏了，為使弱勢學童也能發光發熱，從2008年開始，台灣賓士與伊甸基金會合作，藉由伊甸基金會的募款與台灣賓士的資助，透過協助台灣弱

勢學童在升學路上有更為多元的表現，現今已有萬名學童受惠。

頤德在計畫中充分發揮了自身的能力，專業的CSR團隊協助台灣賓士制定CSR策略「星夢想」，再運用社群網路來傳遞活動訊息，增加活動知名度，經驗豐富的公共關係團隊策劃與執行計畫下的每一項活動。

成為汽車產業之企業公民標竿一直是台灣賓士努力的目標，頤德充分發揮在CSR領域之專長與影響力，提供客戶清楚之觀念與執行方向。頤德協助台灣賓士發展出“Inspiring the Future”之CSR中心思想，進而以「星夢想」為名，發展出各項CSR子計畫，包含「星夢想·星天賦計畫」，「星夢想·象圈工程計畫」。2013年邀請蔡依林擔任星夢想大使，將品牌資源挹注於企業社會責任之貢獻，拋磚引玉邀集經銷夥伴與客戶，成功幫助弱勢孩童與潛力新秀，進而提升品牌形象與價值。

頤德更以「星夢想計畫」贏得2013年華文公關獎，充分展現頤德於CSR領域之領導地位。2014年，台灣賓士正式將CSR訂定為公司中長期策略目標，頤德更成為客戶之策

略顧問，擬定CSR架構之發展計畫，從內部共識之建立到利益關係人之溝通，逐步發展出中長期CSR策略。再次證明頤德不僅提供公關服務，更是客戶之CSR顧問與策略夥伴。 **台灣賓士 資深公關經理 林家慶**



2 3M百年水學堂

台灣儘管雨量不少，但常患不均，且水庫淤積情形難以改善，蓄水量嚴重不足，水資源的運用成為重要的環境議題。3M為此投入水資源的關懷，3M百年水學堂為3M與頤德合作的重要活動，針對小學生進行水資源環境教育計畫。

於2010年開始，師法古代學堂、科舉會考制度，以及孔子周遊列國推行的方式，桃園縣政府與美商3M透過每年持續舉辦「百年水學堂」水知識競賽的活動，強化水資源教育，將落實於日常生活的「愛水、惜水、護水」觀念成功推行至全桃園縣190所公私立國小。2013年更加入都水使者元素，讓小朋友一起守護北台灣水岸幸福。

這樣一個結合環境與社會議題的活動，是頤德最為擅長的，從3M的CSR策略制定，到專業團隊的規劃執行，使得水學堂活動受到社會上熱烈的迴響，讓3M實踐了企業社會責任的承諾，也加強了桃園縣政府環保局的影響力。



3 日舞影展『前進計畫』(Film Forward) 台灣巡迴展

日舞影展(Sundance Film Festival)，為全世界最重要的獨立製片影展之一，其日舞基金會與美國聯邦文化機構共同發起的「前進計畫」(Film Forward)是一個全球性巡迴計畫，以影片激發更多人瞭解不同的世代、語言、教育背景、國家出身之間共同的故事和價值為宗旨，並藉此增進彼此間的理解。

2013年5月22至26日「前進計畫」(Film Forward)是首次來台灣，期間精選出7部影片合共19場次分別在台北、桃園及花蓮做首映與重播，內容以文明、社會、生態、國族、宗教等全球性議題分享給台灣觀眾。活動包括舉辦五天的



影展、一場「日舞深度論壇」及二位導演再6場映後座談會等交流方式，促進不同文化間的理解、合作與對話。



4 微軟與馬偕醫院共同打造『醫療智慧雲』

為永續優良的醫療品質，馬偕醫院與微軟合作導入Office 365，包含Excel和Power BI的服務，讓醫療管理上雲端，透過「工具」、「專業知識」、「平台」三大面向構成馬偕醫療智慧雲。讓內部組織管理、運作流程到臨床品質管理，透過資料分析提升整體醫療效率。

『馬偕醫療智慧雲』為全台首次公開分享Office 365於醫院內部管理的雲端應用案例，頤德團隊協同馬偕紀念醫院與台灣微軟共同舉辦「醫療雲端 趨勢前瞻」的機會。策劃一場Office Chat媒體活動，讓馬偕醫院與媒體面對面深度交流。



“透過1與0數字的傳遞， 使人可以藉由科技而相互交流”

社群網路

社群網路是近年來發展最為迅速的訊息媒介，社群網路行銷包含的範疇相當廣泛，包括：關鍵字、搜尋引擎優化、部落客合作、影像溝通、社群平台的經營等。

頤德一直積極在相關領域發展深耕，為客戶掌握即時的市場狀況與資訊。於2011年將網路社群業務獨立出來，希望以人為本質出發，協助將人融入所有客戶的社群行銷服務中。除了幫助客戶對社群媒體進行經營與建議，同時也會進行相關的分析，提供客戶全面且專業的建議。

社群網路的業務主要分為四項來為客戶服務

社群管理

社群管理即是替企業即時觀測社群網路，讓企業了解客戶的需求，當在社群網路中出現企業負面傳聞時，也可立即進行溝通，減少傷害。

社群講座

舉辦社群網路行銷課程幫助企業內部教育訓練或是對社群網路行銷課程有興趣的團隊。

關鍵字行銷

協助客戶的品牌整理出應該重視的關鍵字，提高與這些關鍵字有關的潛在消費者對品牌的興趣。

社群名人合作

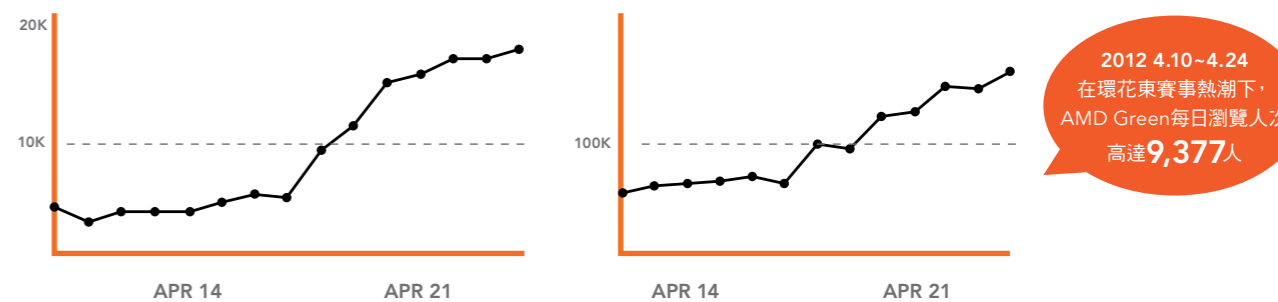
協助客戶讓其產品或資訊於社群名人的平台(如Facebook、YouTube、Twitter、微博、部落格)上曝光，並與社群名人溝通協調，藉以加強客戶品牌知名度。

實際成功案例分享

1 AMD環花東國際自行車大賽

頤德於2009年起開始協助AMD推動單車樂活的理念，AMD邀請許多IT產業合作夥伴共同成立「Green IT! 綠活自行車聯盟」，藉由推廣單車這項綠活運動，除了響應節能減碳；另一方面凝聚IT產業發展綠色環保科技的共同概念。

2013年持續協助AMD冠名贊助第十三屆“AMD環花東國際自行車大賽”，共有來自全球十個國家、外籍選手二百多人參加，打破歷年紀錄。而在環花東賽事的熱潮下，AMD Green粉絲人數持續成長，突破三萬九千人。自2010年起開始AMD冠名贊助環花東國際自行車賽，連續四年冠名贊助支持，希望在IT產業夥伴的親身參與以及理念的推廣下為台灣重要的國際自行車賽事盡一份心力。



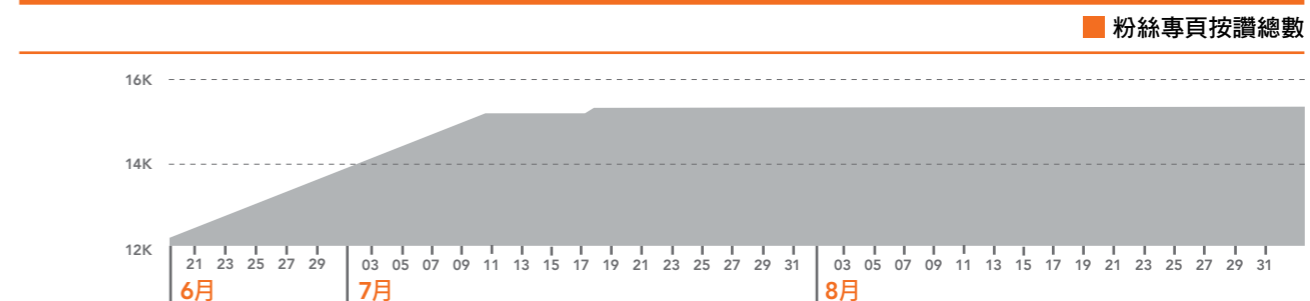
2 台灣智慧觀光心體驗 (Smart Tourism Taiwan)

Smart Tourism Taiwan粉絲頁，於2013 COMPUTEX廣大國外旅客來台時機成立，藉由大量外籍人士來台參與COMPUTEX之際，規劃相關活動與議題，拓展國外粉絲數，進而提高Smart Tourism Taiwan知名度。

及應用程式；以智慧旅遊為出發點，分享台灣在地旅遊訊息，吸引國內外遊客關注，藉COMPUTEX舉辦之際，分享相關訊息為切入點，解決COMPUTEX Visitors旅遊問題。從5月10日開始經營相關粉絲業，相關人數有顯著的上升趨勢。最高談論用戶數：4,465；最高每週觸及人數：296,095，成效卓越。

以中、英、日三種語系的粉絲頁面，與不同目標族群進行溝通互動。運用粉絲經營及粉絲頁活動刺激吸引粉絲加入，引導遊客拜訪及下載Smart Tourism Taiwan網頁

透過粉絲團分享台灣旅遊觀光資訊，同時宣傳Smart Tourism Taiwan網站與App相關訊息。提升Smart Tourism Taiwan用戶品牌好感度和黏著性，促使使用者主動回饋使用經驗，並分享產品訊息至其他潛在用戶。



(2013 Smart Tourism Taiwan英文粉絲頁現況分析)



“CSR-企業永續與競爭力提升的甜蜜交叉點”

實際成功案例分享

1 EPSON綠領菁英計畫— 榮獲TRPRA企業社會責任獎的銅獎

頤德國際於2011年與台灣EPSON共同發起【EPSON綠領菁英計畫】。到2013年為止，已經連續三年與EPSON合作舉辦該計畫。其活動注重對社會的實質影響力，培養現今需求遽增但最缺乏的綠領(企業社會責任)人才，並從身、心、靈三方教育未來的菁英及企業領袖。

2013年第三屆，更結合企業資源(台灣康寧)、非政府組織資源(企業永續發展協會)以及政府資源(經濟部推動綠色貿易專案辦公室)，並頒發通過綠領測驗之學生綠領證書，期望成為台灣綠領培訓的指標活動，除能增加學生就業機會外，更希望學生們在專業知識及倫理道德層面，將來都能為國家及企業的永續發展盡一份力，成為一股影響社會正面發展的巨大能量。

2 協助新光保全—2013年 獲台灣永續報告獎「年度最佳報告獎」

頤德國際根據新光保全2011年CSR議題主軸、活動與報告書做全面的了解之後提出改善建議報告書。經過與高層的訪談，提供其CSR教育訓練，加強其對CSR概念的認識與了解。

頤德國際以自身在CSR領域的知識與經驗協助新光保全建立起企業CSR的主軸架構，以強化其企業體質進而達到永續發展的目標。也依據全球性報告組織(Global Reporting Initiative, GRI)的G3.1 G3.1G3.1綱(GRI G3.1)作為依據，協助其製作2012年的CSR報告書的架構與編制內容。另外，也輔導該報告書取得AA1000第一類型保證標準，以三方認證的方式確認其報告書所公布的有資訊與數據的有效性與正確性。於2013年當獲得台灣永續報告獎「年度最佳報告獎」。

頤德也協助其建立CSR網站的架設，建立起溝通橋樑，使之與利害關係人可以做更有效且直接的溝通。



“以培育優秀企業永續人才為目的「Epson綠領菁英計畫」堂堂邁入第四年，頤德國際一直是Epson綠領菁英計畫最佳的合作夥伴。此計畫由於目的性明確，課程活動紮實多元，非常受到廣大青年歡迎並且熱烈參與。頤德國際運用其核心價值與CSR專業優勢，提供許多寶貴建議，透過優質的團隊執行，為此計劃創造豐碩的成果口碑。期望頤德國際能在CSR領域持續深耕，成為公關領域的永續典範。”

Epson台灣愛普生科技股份有限公司
品牌暨企業事務部品牌&CSR組 王玲珉 協理

“台灣新光保全於2013年獲得台灣永續能源基金會所頒發的服務業最佳永續報告獎，除了台灣新光保全全體同仁的共同努力，亦要感謝頤德夥伴的協助與支援，將台灣新光保全的永續績效對利害關係人做最好的溝通，呈現在永續報告及CSR網站中，讓我們更清楚到除了保全專業外，與利害關係人做「有效溝通」的重要性！希望未來頤德能藉由在永續議題上的專業與熱誠，持續影響更多的企業走向永續之路。”

台灣新光保全 黃春明 副總經理

CSR部門

頤德認知到企業社會責任絕對不只是市場行銷策略與企業“漂綠”的手段；是需要徹底執行於企業之營運當中，發揮關心與回應利害關係人的精神，達到永續經營的目標。



頤德CSR組織架構

頤德於2007年成立CSR部門，CSRone永續報告平台就是由頤德國際CSR團隊來運作平台的發展。此平台成功整合並提供CSR(企業社會責任)的華文相關資訊，內容涵蓋各大

企業的CSR報告書、CSR新聞、CSR活動以及解釋專有詞彙的CSR百科全書來提升社會大眾對永續專業知識以及台灣與國際企業社會責任發展狀況的了解與重視，提供客戶最新的CSR國際趨勢與CSR策略規劃。

服務的客戶

“在康寧，CSR是我們得到利害關係人信任的承諾方式。透過這項承諾，在各項業務上的開發與發展過程中，促成了我們在經濟、社會與環境三方面的永續發展。與頤德的合作主要在媒體公關活動，頤德除了媒體公關方面表現專業且亮眼外，對於CSR的推動也是不遺餘力，CSR的理念落實至整個團隊；有他們參與的活動都能看到永續發展的概念融入其中。台灣康寧在CSR議題上耕耘多年，過去多年來有機會與頤德這樣有著CSR DNA的團隊合作，對康寧是如魚得水。另外，CSRone永續報告平台的經營表現極

為卓越，現在的CSRone永續報告平台在臺灣已經是相關從業人員必上的網站，冀望頤德能在CSR的推動上面更上一層樓，帶給臺灣社會向上的力量，為臺灣創造更好的企業經營環境。”

台灣康寧 曾崇凱 總經理



“頤德在媒體公關活動表現成績毋須贅言，無論是對於客戶的服務熱忱，或是他們溝通的專業都是有目共睹的，但頤德之所以能提供卓越的服務，我想與其推動的CSR脫不了關

係。頤德的同仁都能將永續發展的理念融入他們的企劃與執行過程中，使整個活動富有內涵。中菲行也積極推動永續發展，並以創建具經濟效益的綠色解決方案為日後持續發展的目標。而頤德這樣的團隊，是我們最佳的合作對象。期許頤德能繼續將這樣精神推廣出去，並成為臺灣的公關顧問業中之典範。”

中菲行國際物流集團 林天送 執行長



3.6 服務的客戶群

VEDA'S CUSTOMERS





感染力 INFLUENCE POWER

溝通，是為了更好的未來。
以頤德特有的企業文化，感染同仁們正向思考的思維

4 責任溝通 從心出發

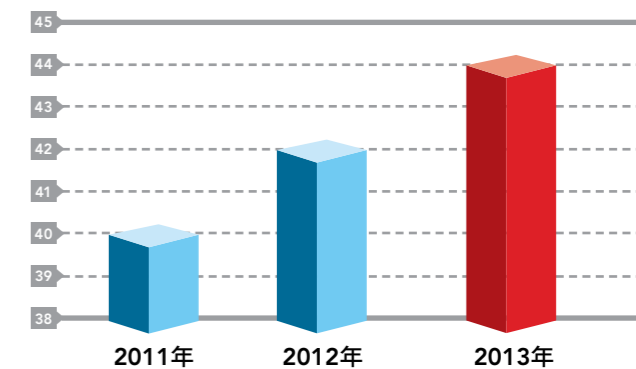
頤德相信，公司的整體發展，第一步就是同仁們的成長。同仁是頤德最大的資產，如果沒有同仁的專業服務，就沒卓越的服務品質，業務就不會有所成長。同仁在專業領域上以及與客戶溝通的技巧，更是頤德最重視的同仁發展議題之一。為提供同仁良好的工作環境及職能發展，頤德制定了許多相關政策，不僅保護員工的權益，也透過教育訓練制度，提昇頤德整體服務競爭力。

4.1 人員組成

我們依據不同的專業屬性，延攬適合頤德公司文化的同仁，並提供具競爭力的薪資福利與教育訓練機會，讓同仁與頤德一同成長。

頤德的職缺透過公開招聘，不因種族、宗教、性別、膚色或國籍而在薪酬、工作條件或就業權益上給予差別待遇。並且依循國家現行相關法令，包括勞動基準法、就業服務法與性別工作平等法等，保障及維護勞資雙方良好的關係，若有任何重大營運變革，將依照勞基法最短預告期進行告知義務；也未發生雇用童工或強迫勞動與侵害人權的案例。在進行員共任用時，於到職日當天給與到任同仁簽

同仁總數



(上述數據以2013/12月為基準)

訂相關勞動契約，且給予充足時間進行相關條款的審閱，以維護勞資雙方權益。

從2011年，因業務擴展，頤德同仁聘僱人數逐年增加；截至2013年12月為止，頤德同仁為44人，主要聘僱當地員工為主。男女比例為4:7，其中又以26-35歲的同仁占多數，顯示頤德是一家相當具有活力的公司，但也不乏資深的同仁給予適當的指導。

“ 同仁，是頤德最重要的資產 ”

2013年，同仁組成的基本概況、性別、年齡分如下圖所示

頤德國際 2013年 人力資源概況												
月份	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
離職	1	1				1	2	4	4	1		1
到職				1		1	3	2	3	3		3
總人數	40	39	38	39	39	41	42	44	43	42	41	44
男總數	14	14	14	14	14	14	15	16	18	17	16	16
女總數	26	25	24	25	25	27	27	28	25	25	25	28





類別	年齡	男	女	比例 (%)
管理階層	25歲以下	0	0	0%
	26 - 35歲	5	8	54%
	36 - 45歲	4	3	29%
	45歲以上	1	3	17%
	合計	10	14	100%
同仁	25歲以下	2	4	30%
	26 - 35歲	4	9	65%
	36 - 45歲	0	1	5%
	45歲以上	0	0	0%
	合計	6	14	100%
同仁教育程度				
學歷分佈	碩士以上	7	11	40%
	大學/大專	9	17	60%
	高中職以下	0	0	0%

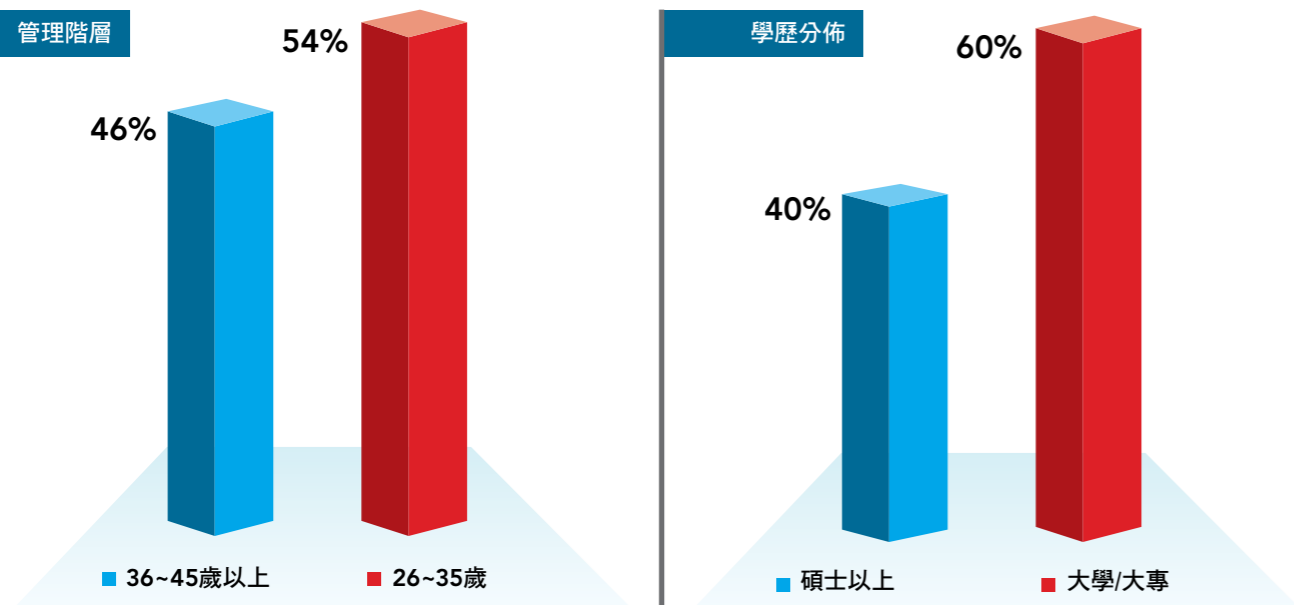
(上述數據以2013/12月為基準)

性騷擾防治措施

頤德女性員工佔員工總數超過6成，為建構頤德之員工友善工作場所，保障婦女權益，依據性騷擾防治法規定，宣導其性騷擾防治及處理要點。

於管理階層，26-35歲占54%，在36-45歲以上占46%。頤德向來注重人才的培育，與經驗的傳承；不會因為年齡而成為晉升的瓶頸，反而是鼓勵大家表現自我，激盪出創意的火花。

人員組成的學歷分佈有40%有碩士學歷以上，60%為大學/大專畢業。公司的同仁們都有精益求精，持續學習的想法與精神，以提升自身能力來面對隨時而來的挑戰。所以在相關的教育訓練上面，總是推陳出新，以滿足大家求知若渴的需要。

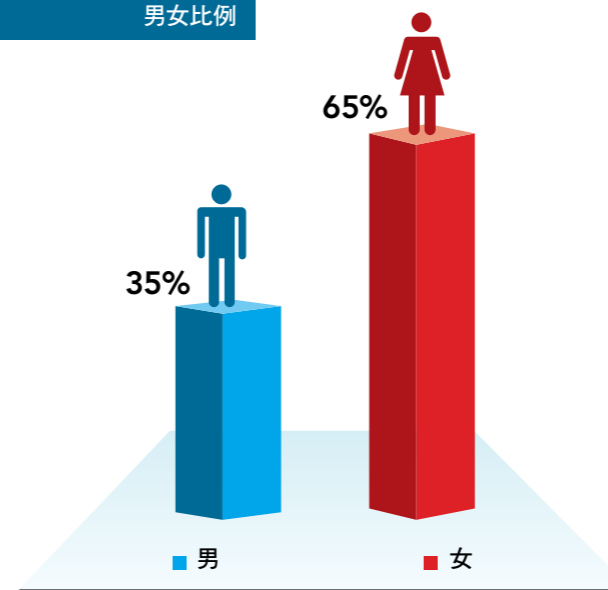


(上述數據以2013/12月為基準)

(上述數據以2013/12月為基準)



男女比例



(上述數據以2013/12月為基準)

4.2 職場管理與人才培育

公司職缺以招募當地員工為主，適才適所為原則，拔擢當地同仁為高階主管。同仁是頤德最主要的利害關係人，依據同仁的學經歷背景、年資、專業知識以及個人績效表現已核定其薪資水準。同仁們的基本薪資不因其性別、年齡、種族、宗教、政治立場、婚姻狀況等有所不同。

“公司管理階層與同仁們的薪資揭露反映公司治理上的公平程度”

薪資

頤德有一套完整的薪資制度，同仁的年薪由保障本薪13個月加上年中與年終績效獎金所建構而成。而績效獎金是依據同仁們的表現與投入狀況加上各組的績效成果等，綜合評估所來的。職位與薪資的變動，由其主管與該同仁溝通，並依據公司的個人工作表現諮詢暨評鑑表PPCE(Personal Performance Consultation and Evaluation)流程與表格進行評量，最後結論由各組總監提報予總經理與董事長審閱簽核。

目前台灣基本月薪為新台幣19,273元；時薪為新台幣115元。頤德同仁整體薪資高於最低薪資，薪資的制定不受性別之影響，同時藉由績效考核，對於專案有相當責任及貢獻之同仁，根據營運績效表現依投入專案的人力工時和績效分配獎金，達到分享成果、一體同心的概念。

單位：新台幣

各級職男女薪資與人數比例	平均薪資
總監	2 : 4 71,333
經理	3 : 2 48,350
企劃	6 : 11 30,859
行政	1 : 7 38,975

(上述數據以2013/12月為基準)

單位：新台幣

2013年全體男女員工薪資比例	
男：女	43,153 : 40,577
2013年新進人員男女平均薪資比例	
男：女	28,611 : 32,389
臨時雇員時薪	120

(上述數據以2013/12月為基準)



教育訓練

人才是公司持續發展的關鍵，在頤德，同仁是最珍貴的資產。同仁與公司相輔相成才會是為公司的永續發展奠定對穩固的基石。頤德國際對於人才的培育與企業文化的塑造相當重視，對於人才的培育、職涯的發展與員工的健康福利等，投注相當的心力，努力創造高效率的工作與幸福並重的工作氣氛。

公司定期舉行與工作、身心相關的在職訓練，若能持續學習，不論是對員工或對公司而言，都是向上成長的重要因素。當然，這也是頤德再推動組織創新時的一個十分重要的環節。教育訓練概要說明如下：



訓練內容	總人次	辦理方式		時數 (小時)
		自辦訓練 (人次)	委外訓練 (人次)	
新進人員之培訓	16	16		18
中高階主管人員之培訓	43	43	10	7.5
專門知識及技術之訓練	197	197		24.5
電腦訓練	37	37		3
合計	293	293		43

(上述數據以2013為基準)

▶ 新進人員之培訓

讓新進同仁能加速了解公司自身權益與相關專案系統的運用，同時熟悉工作環境且給予其適切的關懷，增加新進同仁的凝聚力。在相關訓練中，特別注重傳達頤德的核心價值與企業文化，讓同仁與公司共同成長。

▶ 中、高階主管人員之培訓

相關專業上的訓練外，頤德也在中、高階主管的教育訓練課程上加上CSR的相關安排，使相關概念能內化進入同仁們在執行專案時的規劃。

▶ 專門知識及技術之訓練

每年依專業需求讓員工參與相關內、外部訓練課程，提升員工素質與公司技術層次，引進創新概念、提升管理技術與效率。



▶ 電腦技能與實用軟體訓練

為提升工作效率，提供日常工作所需支是與技能，針對服務上的需求，也進一步強化同仁的心理素質，會研擬一系列的教育訓練，主管階級會分享服務過程中的經驗，使同仁未來在服務客戶時，能夠進一步更了解客戶的需求與問題解決的能力。

“訓練員工後，他們卻離開公司，這很可惜；但不訓練員工，讓他們還留在工作崗位上，這是更不經濟的策略”

日期	主講	主題	主講人分享重點	出席人數	百分比	備註
2013/02/22	蔡董事長 / 嚴總經理 / 財務與人資	VEDA Kick off	•2012年營運概況 •2013年目標與規劃	35人	79.54%	2hr
2013/02/25		半日閒-綠建築參訪	歐萊德企業參訪	23人 (另有4位客戶一同參與)	52.27%	5hr
2013/05/14	外部講師	Brain Storm	如何進行動腦會議	16人	36.36%	1hr
2013/05/16	外部講師	Brain Storm	動腦的好方法	11人	25%	1hr
2013/06/20	Linyang Mina/Joy	Social Media Share	智慧觀光粉絲團頁操作分享	15人	34.09%	1hr
2013/07/16	蔡董事長	知識管理		13人	29.54%	1.5hr
2013/08/09	委外辦理	安全駕駛訓練課程		10人	22.72%	8hr
2013/08/16	Brian Lee	Office教學	Office實用操作密技	16人	36.36%	1hr
2013/08/20	Albert Wang	創新與創意	好玩、好用有新奇的科技軟體、應用程式...以及創意思考與發想小撇步	29人	65.90%	1.5hr
2013/08/20	蔡董事長	知識管理		9人	20.45%	1.5hr
2013/08/22	Karen Tsai	設計與美感	與設計師溝通/簡報製作的美感體驗與分享	19人	43.18%	1.5hr
2013/09/03	Tino Chen	CSR	CSR新勢力-發展與趨勢	13人	29.54%	1hr
2013/09/03	蔡董事長	知識管理		7人	15.90%	1.5hr
2013/09/11	外部講師	穿著與禮儀	AE灰姑娘變身記-舉手投足間的自信,專業與品味	16人	36.36%	1.5hr
2013/09/17	蔡董事長	知識管理		5人	11.36%	1.5hr
2013/09/17	Winnie	教育訓練	差勤系統教學	13人	29.54%	1hr
2013/09/17	Winnie	教育訓練	差勤系統教學	8人	18.18%	1hr
2013/10/01	蔡董事長	知識管理		9人	20.45%	1.5hr
總共次數	17次					26時數

(上述百分比數據以2013/12月為基準)



“ 頤德除了透明化的薪酬制度外，還有相關的圖書津貼、房屋津貼與文化之旅等，相關福利政策。 ”

4.3 員工溝通

薪資條件是同仁們工作的動力，但絕對不是同仁們覺得幸福的關鍵因素。頤德除了透明化的薪酬制度外，還有相關的圖書津貼、房屋津貼與文化之旅等，相關福利政策。

▶ 頤德文化的福利政策

員工福利乃員工對公司之向心力與公司認同的主要來源之一。頤德除遵守政府之相關規定外，並依員工之需求與業務性質，提供多項福利予員工，期望員工與頤德共同為公司永續發展做努力。

▶ 同仁保費

除了遵守法令為同仁保勞、健保外，因業務所需，有許多活動需要各位同仁參與戶外或外出到各縣市，因此，頤德特地再為各位同仁加保團保，以保障個外同仁在辦公室以外的相關保障。

▶ 圖書津貼

為鼓勵員工養成讀書的好習慣，增加專業與生活知識，每月給予正式員工每人新台幣300元之購買書籍費用，並定時訂閱各種相關報章雜誌，提供同仁最新之訊息。

▶ 租屋津貼

頤德位於台北市內，為降低外縣市同仁之經濟壓力，頤德提供租屋津貼，年資滿一年以上，戶籍地不包含新北市與台北市，並在外租屋之同仁，予以補助新台幣3,000元。

單位：新台幣

勞保、健保、團保			
年度	2011年	2012年	2013年
總花費金額	2,459,949	2,748,273	2,864,547

(上述數據以各年財報為基準)

單位：新台幣

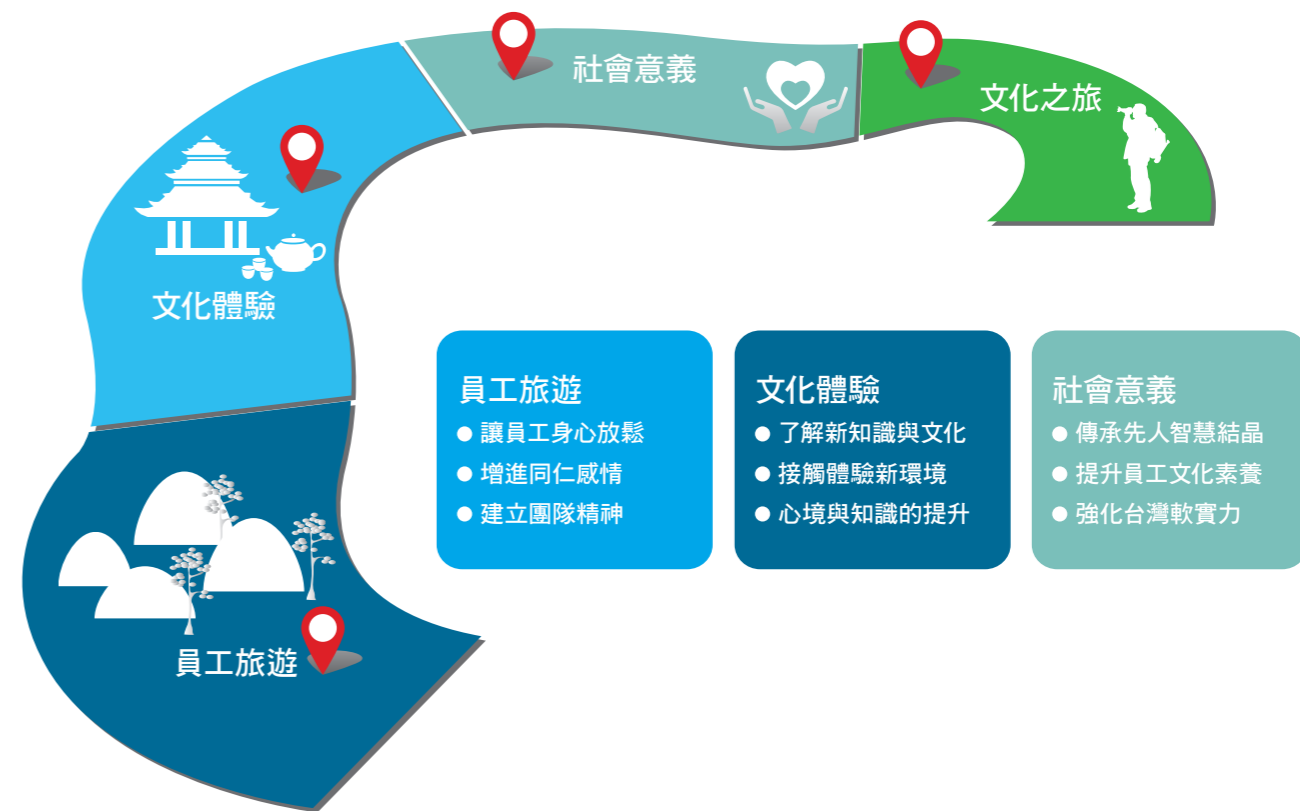
年度書籍費用 (包含每月員工申請之圖書費用)			
年度	2011年	2012年	2013年
總花費金額	263,928	333,043	202,228

(上述數據以各年財報為基準)

單位：新台幣

年度租屋津貼費用			
年度	2011年	2012年	2013年
申請人數	7.04人	7.26人	5.66人
總花費金額	253,500	261,500	203,700

(上述數據以各年財報為基準，因同年離職同仁但符合資格也納入計算範圍，所以在人數計算會有小數位)

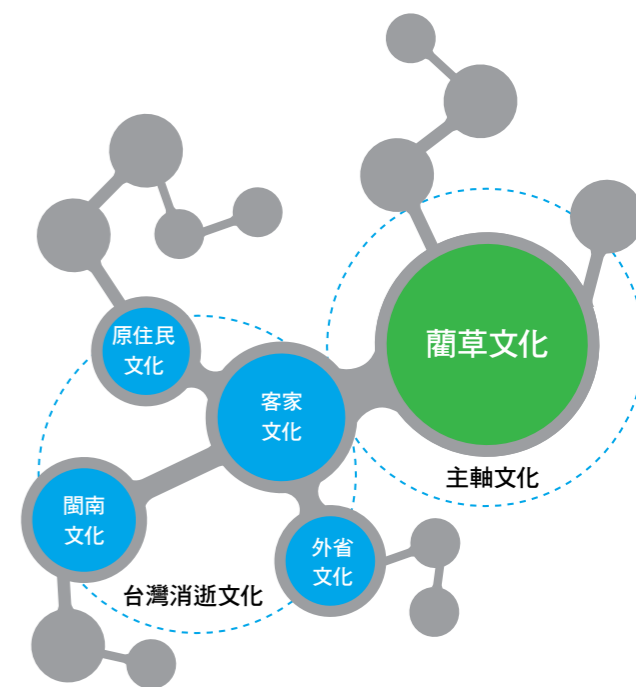


▶ 生活與工作平衡—文化之旅

頤德相信中華文化是台灣最大的競爭優勢，同時也代表著一個國家的軟實力。有別於一般企業的員工旅遊，頤德期望同仁在旅遊的同時能更深入地了解當地文化特色，一方面提升頤德同仁的文化知識，另一方面則可針對當地被忽略的文化進行提案建議，藉由創意行銷提案、CSR顧問服務、大眾媒體溝通等方式，協助思考如何將消逝文化重新被社會大眾關注，進而轉換成實際的支持行動，讓沒落文化能永續傳承給下一代，維護文化的多元豐富性，重現台灣特有的文化價值。

台灣目前有許多面臨消逝的文化，如原住民黥面文化、竹藝文化、水梯田文化等，維護文化多樣性與保護生物多樣性同等重要，因為這些傳統手工藝都是過去人們的智慧結晶，更紀錄著當時的生活與文化，代表一個時代的具體表現！

頤德於2014年的文化之旅將選擇以客家的蘭草文化作為此次旅程的主軸。選擇蘭草的主因在於頤德長期與社區組織與公益機構互相溝通與交流，了解到苗栗苑裡社區的「台灣蘭草學會」正在積極推廣蘭草手工藝品，雖然有高雅精緻的蘭草手工藝品，但卻苦於不知如何讓社會大眾了解蘭草的美，將蘭草手工藝品推廣到市場上。



因此，在2013年底CSR小組擬訂2014年文化之旅的主軸：「蘭」一種文化之旅，在此旅程中將會讓同仁細細體會蘭草文化的歷史與特色，同時穿插不同的苗栗特色文化，如紅磚瓦文化、客家古厝文化、燒窯文化等，讓同仁除了深入了解蘭草文化，更接觸到苗栗多元的文化特色。



體驗完當地文化之後，運用頤德的核心價值—溝通與創新，讓同仁提出有助於推廣蘭草文化的創意行銷企劃，思考如何將蘭草文化的潛在價值發揮出來，傳遞給社會大眾，讓社會重新認識蘭草文化。

蘭草文化



頤德期望達到拋磚引玉的效果，即使是員工旅遊也可以用創新的做法，讓旅程更有意義與影響力，這也呼應了企業社會責任所強調的精神宗旨，運用企業自身的核心能力與資源來協助解決社會和環境問題，槓桿運用核心價值來創造出最大效益，讓這個社會及環境變得更加美好。

頤德文化之旅－社會影響力

短期：蘭草創意提案競賽

透過「體驗式旅遊」增加對蘭草文化的認識，了解蘭草須保存之歷史意義與價值。

協助推廣蘭草文創產品，展現蘭草潛在市場價值，讓大眾了解支持自然手工藝品，不只有益於消逝文化的保存，對環境和使用者來說也是最天然的保護。

長期：提供顧問諮詢服務

蘭草協會採用相關提案計畫後，若對提案內容的策略方向與內容有問題，頤德願提供「諮詢服務」。以協助蘭草文化在未來能持續推廣與保存

4.4 社會關懷

頤德長期與各領域的公益與非營利組織互相交流，深入了解在表層底下的社會與環境問題，唯有辨識出問題核心的癥結點才能真正解決問題根本。而頤德也積極投入不同的公益活動，至今已從事許多兼顧社會益處的業務與活動，累積相當的專業知識與能力。

水花園有機市集

在農藥及化肥破壞環境與健康的現況之下，有機無毒農產現今已很受重視，但台灣的有機農業產量卻很有限，全台灣的農地中只有少部分的農地進行有機耕作。可是農友若要投入有機農業，就得負起更大的市場經濟風險，因為比起用農藥化肥的慣行農法，收成相當有限，不少農夫在嘗試後只好放棄，再加上中盤商的抽成，有機農友更是難以維持下去。

有鑑於此，頤德長期支持全台各地許多從事自然農法的農友，讓他們在台北能有一穩定的銷售地點，無需再經過中盤商銷售。早自2011年的11月起，已經招集到許多農友到台北圓環開設市集，到2012年7月時，搬遷至現今位於公館自來水園區的地點，固定於每週六擺攤，成為一個穩定的農夫市集。頤德希望提供給住在都市的民眾一個親切、安心、健康的農產品交流平台，消費者可以跟農友直接互動溝通，深入了解農產品的來源、種植方式，還有每個農友背後的故事，

建立起彼此互相信任的長久關係，讓消費者吃的安心健康，也幫助農友永續經營。

花谷101計畫

頤德的管理高層過去曾致力於扶植水花園有機市集，為幫助台灣有機農業付出一份心力，但是他們的目光不只限於銷售，甚至投向於都市人幾乎不會去接觸的耕種。頤德的董事長與相關同仁特地撥出時間前去花蓮鳳林耕種稻米，而且更重要的是他們支持了「花谷101計畫」，計畫讓每一個農友有100戶家庭支持，農友就能以自然農法維持生計。

花谷米是以自然農法種植的越光米，2013年已是整個耕作計畫的第三年，以後還會爭取更多人來支持，為台灣的農業的發展盡一份心力。



頤德捐款名單

年份	社會公益組織		
2013	寶珍珠基金會	台灣綠領協會	社團法人中華民國生態農耕自然飲食推廣協會
2012	寶珍珠基金會	財團法人佛教慈濟功德會	財團法人台灣兒童暨家庭扶助基金會
2011	財團法人上善長青環境保護基金會	財團法人中華民國佛教慈濟慈善事	財團法人慈濟傳播人文志業基金會
2010	財團法人中華民國佛教慈濟慈善事		
2009	財團法人中華民國佛教慈濟慈善事業基金會	財團法人天主教會花蓮教區附設台東聖母醫院	社團法人中華社會福利聯合勸募協會
	中華民國基督教女青年會協會	財團法人台北愛樂文教基金會	

(上述數據以2013/12月為基準)





4.5 環境相關數據揭露

頤德為服務業，相較於其他行業，對整體對環境相並沒有直接的衝擊，但是頤德為因應氣候變遷會造成的營運衝擊風險，致力於在生活中及工作中找尋能夠降低環境衝擊之因子，實踐頤德之企業文化。頤德也發揮『溝通』的核心

價值，從辦公室地點的考量、空間的規劃、政策的擬定與宣導等，不僅僅對於員工及客戶做相關環境維護的意見交換，也認為公司的營運不只達到經濟面及社會面的永續發展，也讓整個環境能夠因為頤德而有所不同。

頤德為降低環境影響因子，針對幾個面向具體實行及宣導：



節約耗能 降低運輸衝擊

頤德實施行動辦公室(Mobile Office)的政策，可以讓公司同仁們在家中或是在合適的場所大大增加工作的彈性、提升創以靈感的刺激之外，還具備減少來回通勤的時間、體力與金錢的消耗；其最重要的還是達到節能減碳的概念。

此外，也研擬於2014年上半年邀請『台灣節能巡邏隊』來幫助頤德的工作環境做一個總體檢。台灣節能巡邏隊的組成是各個企業、領域的專家組成的志工，提出申請後，巡邏隊的志工就會免費到各企業做健檢，避免不必要的能源浪費，同時也可以節省營運成本。

節約用電 碳排揭露

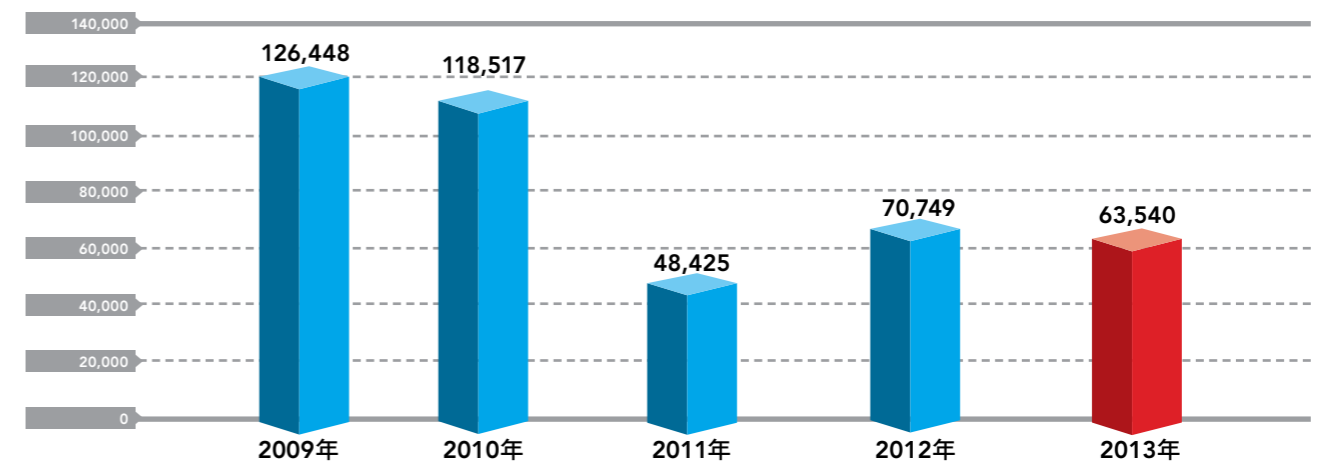
在台灣，空調是夏季耗電量最大的因素，所以空調的控制也是非常重要的環境保護方法。頤德除落實行動辦公室的政策外，還將空調溫度控制在24度以上，且落實定時清理空調的習慣，因若空調過久未清理，則會損耗電能及功率，將會增加電量；所以頤德皆有固定安排清理人員，定時清理，降低耗電量。

於2020年為一個全球節能減碳的里程碑，而減少溫室氣體

排放已是國際間的共識與趨勢。碳排放揭露可以讓企業更了解在營運過程中，對環境所造成的負擔，針對其相關數據的揭露而制定應對策略，達到節約成本、節省耗能。

而用電是為頤德排碳量的主要來源，頤德於2013年度共使用63,540度電，碳排量為40.14公噸；與2012年相比，減少4公噸碳排放量並且提升21.46%的碳生產力(Carbon productivity)。

頤德五年用電度數



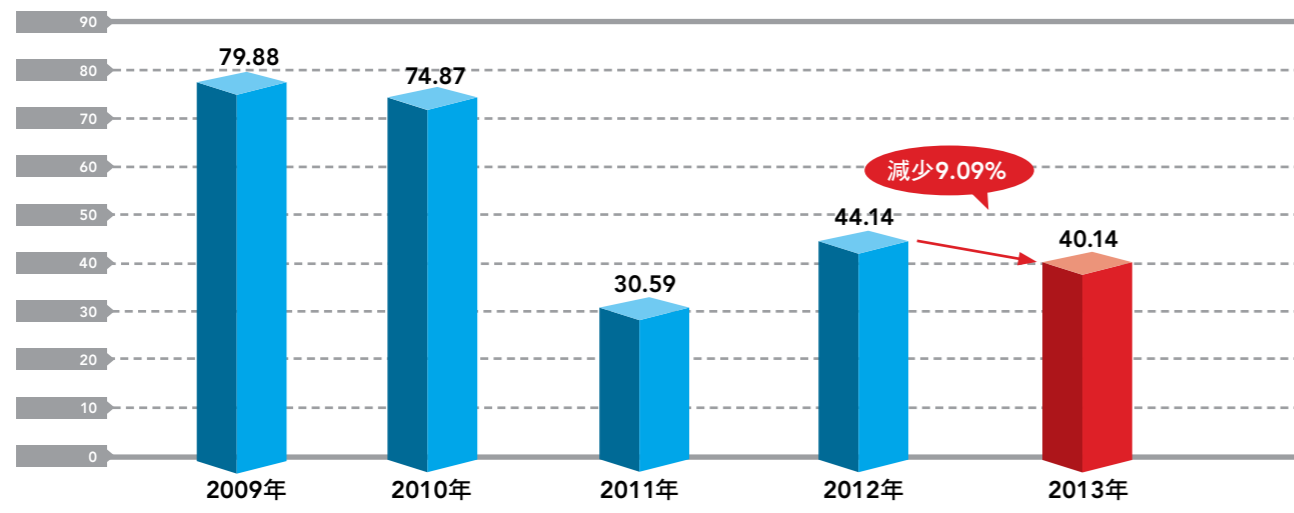
(註：於2013年CSR報告書第七章·7-1用電度數與二氧化碳排放計算2011年用電度數的數據有錯，因換辦公室的緣故，加入之前使用者的用電數據，特此更正(原為：57,094度)

頤德用電度數					
年度	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
用電度數	126,448	118,517	48,425	70,749	63,540
焦耳	491,212	426,661	174,330	254,696	228,744
排放強度(mj/人)	12,595	11,227	4,358	6,064	5,198

(*1度電=3.6百萬焦耳,*排放強度計算公式=焦耳/每年總人數(相關人數以12月為基準)



頤德用電的排碳量

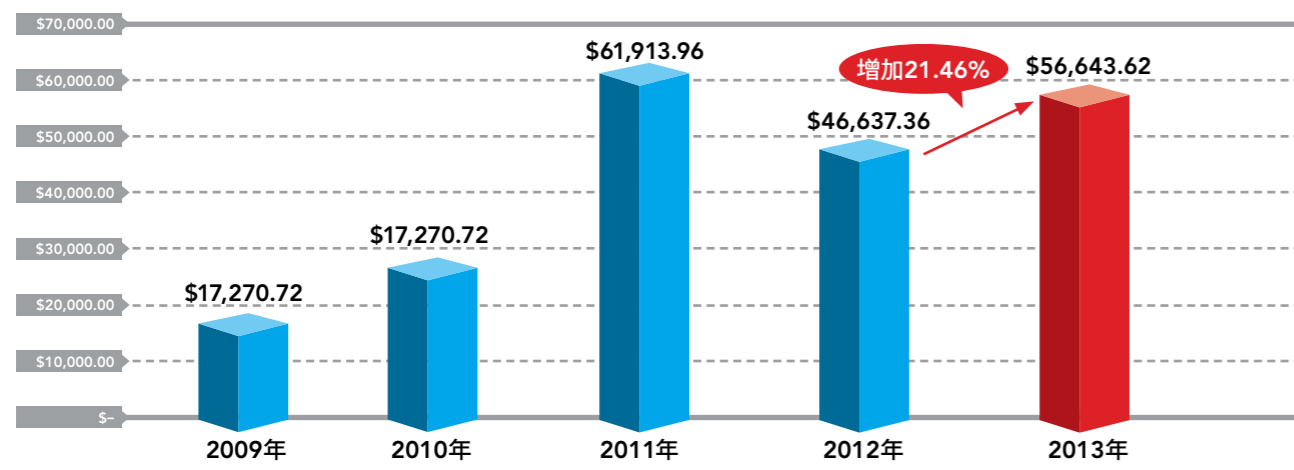


(噸/度)

頤德用電的排碳量					
年度	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
碳排放量	79.88	74.87	30.59	44.69	40.14
溫室氣體排放強度(CO ₂ e/人)	2.04	1.97	0.76	1.06	0.91

資料來源: Carbon footprint: <http://www.carbonfootprint.com/calculator.aspx>, *溫室氣體強度計算公式=碳排放量/每年總人數 (相關人數以12月為基準)

頤德的碳生產力

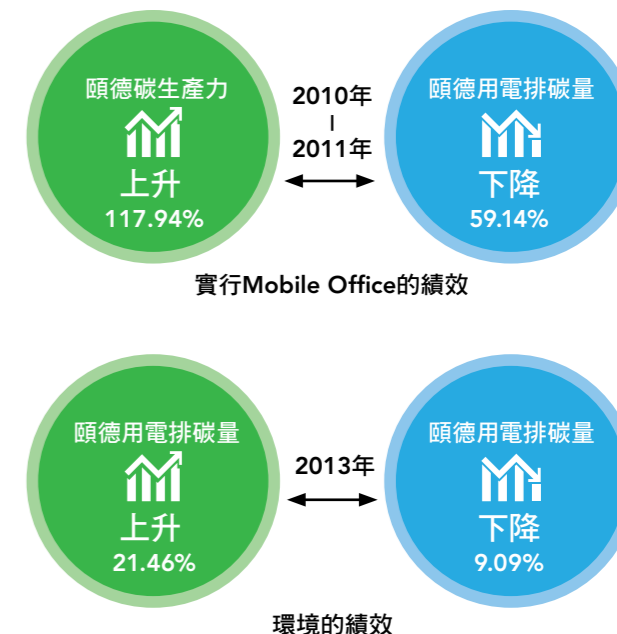


(上述數據以各年財報為基準, 稅後純益/碳排放量)

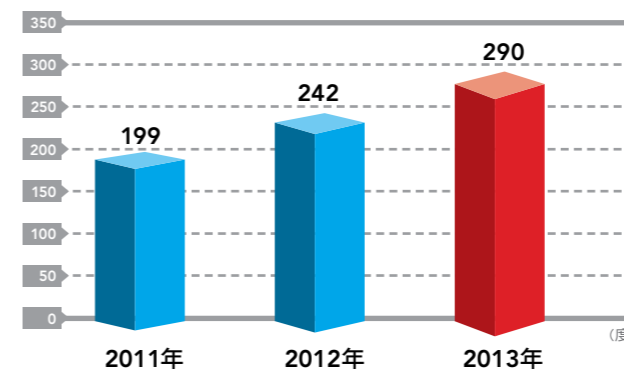
除了統計並且揭露歷年因用電而造成的排碳量外, 從上表統計數字中可了解從2011年4月頤德因評估相關因素更換辦公場所且實施行動辦公室(Mobile Office)後, 於2010到2011期間, 碳生產力明顯上升117.94%, 碳排放量下降59.14%; 而在2013年間, 頤德的碳生產力增加56,643.62元/CO₂, 碳排放量減少9.09%。證明此措施能夠明顯減輕環境的負擔外, 頤德同仁們對相關環境政策的支持與個人環保的概念也一同反應在數據的表現上。頤德將CSR文化內化進日常生活中, 在保護我們地球的同時, 也可以降低相關營運成本, 達到一個雙贏的策略。

水資源使用

頤德水源100%來自於台灣自來水公司, 屬於生活用水而供水系統由辦公大樓所提供, 對水資源並無直接的重大影響, 所以並無水資源回收再利用的系統設備。



頤德用水量



頤德用水量			
年度	2011年	2012年	2013年
用水量 (度)	199	242	290

紙類回收再利用

頤德鼓勵員工實行雙面列印的措施, 以及將單面列印過的紙運用較不重要的文件列印中, 並將無法再使用的紙類確實做分類回收。也在新進同仁的教育訓練中, 與新進同仁宣導相關政策, 成為頤德的節約文化之一。

雖然紙類是可以回收, 且對環境無害; 但是回收重製的過程要用到大量的能源, 還不適合作為紙類供應的主要來源。因此, 頤德儘量將文件往來流程電子化, 例如: 請假、申請設備或專案款項申請等, 藉此減少紙張的使用。

公司地點之思考

頤德位於信義路三段, 鄰近捷運信義線與木柵線上的大安站捷運站。除為了同仁上下班方便外, 大大增加公司同仁們通勤時的便利性, 也減少同仁需要轉乘其他交通工具的情形, 降低運輸系統所排放的二氧化碳量。

電話會議與行動辦公室

傳統會議的發生皆須雙方約定時間及地點, 搭乘交通運輸工具前往, 不僅增加交通上的排碳量, 也增加企業的時間成本。頤德在這部分也有減少環境衝擊之考量。頤德有許多客戶為外商企業或是公司地點為台北市之外, 如以傳統的會議做法, 勢必要花費很多交通上的成本與排碳量, 因此, 頤德將一些非必要當面會談之會議以電話會議取代, 減少交通所造成的環境汙染。電話會議已成為頤德主要開會之方式。

而公司同仁若總是需要開車通勤, 會讓現今氣候暖化的問題雪上加霜。頤德的行動辦公室制度的建立, 就是可以使同仁不一定要在辦公室才能辦公, 只要在有網路的地方就可以處理公司事務, 能免去相當多因為通勤而有的碳排放量, 並且更能夠靈活的運用自己的時間, 更可以自行選擇環境進小組會議, 激發靈感與創意。以公司產業型態、工作與生活的平衡和工作環境選擇自由, 不論是對於環境與效率上面, 都是一種相當有效的政策。





5

GRI G4指標索引

類別	實質性類別	指標與揭露項目	揭露狀況	對應章節	備註		
策略與分析	一般指標	G4-1 組織的最高決策者對組織與策略的永續聲明	◎	1.1與1.2			
組織概況	一般指標	G4-3 說明組織名稱	◎	2.1與2.2			
		G4-4 說明主要品牌、產品和服務	◎	2.2, 2.4與3.5			
		G4-5 組織總部所在位置	◎	2.1			
		G4-6 組織營運所在國家數及國家名	◎	2.1			
		G4-7 所有權性質與法律形式	◎	2.1			
		G4-8 說明組織所提供服務的市場	◎	2.1			
		G4-9 說明組織之規模	◎	2.1與2.3			
		G4-10 勞工總數及其組成的狀況	◎	4.1			
		G4-11 受集體協商協定保障之總勞工數比例	◎	3.3與4.1			
		G4-12 描述組織的供應鏈	◎	1.3與3.5			
		G4-13 於報告揭露期間有關組織規模、架構、所有權或供應鏈之任何重要改變	◎		供應鏈為各專案的合作夥伴，於2013年並無顯著的變動		
		G4-14 說明組織是否具有因應之預警方針或原則	◎	3.4			
		G4-15 經組織簽署或認可，而由外部制定的經濟、環境和社會章程、原則或其他倡議	◎		本公司無相關措施		
		G4-16 列出組織參與的公協會(如商業協會)和全國或國際性擁護機構之會員資格	◎	1.3			
		考量與邊界鑒別重大	一般指標	G4-17 列出組織的合併財務報表或同等文件包含的實體，也說明是否有實體未納入本報告書	◎	2.1與2.3	
				G4-18 解釋界定報告內容和考量面邊界之流程，以及如何依循「界定報告內容的原則」	◎	1.3	
G4-19 列出界定報告內容流程中所鑒別出的所有重大考量面	◎			1.3			
G4-20 組織內每一重大考量面的邊界	◎			1.3			
G4-21 組織外每一重大考量面的邊界	◎			1.3			



類別	實質性類別	指標與揭露項目	揭露狀況	對應章節	備註
考量與邊界鑒別重大	一般指標	G4-22 說明對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	◎	4.5	
		G4-23 說明和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	◎		無重大改變
利害關係人議合	一般指標	G4-24 列出組織進行議合的利害關係人群體	◎	1.3	
		G4-25 就所議合的利害關係人，說明鑒別與選擇的方法	◎	1.3	
		G4-26 說明與利害關係人議合的方式	◎	1.3	
		G4-27 說明經由利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項，以及組織如何回應	◎	1.3與1.4	
報告基本資料	一般指標	G4-28 所提供資訊的報告期間(如會計年度或日曆年度)	◎		報告書範疇與邊界
		G4-29 上一次報告的日期(若有的話)	◎		報告書範疇與邊界
		G4-30 報告週期(每年或每兩年)	◎		報告書範疇與邊界
		G4-31 針對報告書或其內容有問題時的聯絡人	◎		報告書範疇與邊界
		G4-32 本報告書所依循的選項、內容索引與外部認證之說明	◎		報告書範疇與邊界
		G4-33 說明本報告尋求外部保證的相關政策和現行作法	◎		本報告書並無外部認證
治理	一般指標	G4-34 組織的治理架構	◎	3.2與3.5	
倫理與誠信	一般指標	G4-56 描述組織的價值、原則、標準和行為規範，如行為準則與道德守則	◎	3.1與3.3	
經濟	經濟績效	G4-EC1 組織所產生及分配的直接經濟價值	◎	2.3, 4.2與4.3	
		G4-EC2 氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	◎		本公司於2013年並無對氣候變遷風險進行相關評估
		G4-EC3 組織確定福利計畫義務的範圍	◎	4.3	

類別	實質性類別	指標與揭露項目	揭露狀況	對應章節	備註
經濟	經濟績效	G4-EC4 自政府取得之財務補助	◎		本公司並無於2013年獲得政府的相關財務補助
	市場形象	G4-EC5 在重要營運據點，不同性別的基層人員之標準薪資與當地最低薪資的比例	◎	4.2	
		G4-EC6 在重要營運據點，僱用當地居民為高階管理階層的比例	◎	4.2	
	間接經濟衝擊	G4-EC7 基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	◎		本公司於2013年並無投資任何公共建設
		G4-EC8 顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	◎	1.3、3.4、4.3與4.4	
	能源	G4-EN3 組織內部的能源消耗量	◎	4.5	
		G4-EN4 組織外部的能源消耗量	◎		因服務業特性，無產品製程，故無蒐集相關數據
		G4-EN5 能源密集度	◎	4.5	
		G4-EN6 減少能源的消耗	◎	4.5	
		G4-EN7 降低產品和服務的能源需求	◎	4.5	
	排放	G4-EN15 直接溫室氣體排放（範疇一）	◎		本公司沒有直接生產電力的發電設施
		G4-EN16 能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	◎	4.5	
		G4-EN17 其他間接溫室氣體排放量（範疇三）	◎		2013年並無蒐集相關數據
		G4-EN18 溫室氣體排放強度	◎	4.5	
		G4-EN19 減少溫室氣體的排放量	◎	4.5	
		G4-EN20 臭氧層破壞物質(ODS)的排放	◎		因服務業特性，故並無蒐集相關數據
	G4-EN21 氮氧化物、硫氧化物和其他顯著氣體的排放	◎		因服務業特性，故並無蒐集相關數據	

類別	實質性類別	指標與揭露項目	揭露狀況	對應章節	備註	
社會面	勞僱關係	G4-LA1 按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	◎	4.1		
		G4-LA2 按重要營運據點劃分，只提供給全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	◎	4.3		
		G4-LA3 按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	◎		2013年並無同仁請育嬰假	
	勞資關係	G4-LA4 是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	◎		勞資關係於2013年並無重大營運變化	
	訓練與教育	G4-LA9 按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	◎	4.2		
		G4-LA10 強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫	◎	4.2		
		G4-LA11 按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	◎	4.2		
	員工多元化與平等機會	G4-LA12 按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	◎	3.2與4.1		
	女男同酬	G4-LA13 按員工類別和重要營運據點劃分，女男基本薪資和報酬的比例	◎	4.2		
	不歧視	G4-HR3 歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	◎		於2013年並無歧視事件的相關申訴	
	結社自由與集體協商	G4-HR4 已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商的營運據點或供應商，以及保障這些權利所採取的行動	◎		營運活動中並未出現違反集會自由的問題	
	人權實務申訴機制	G4-HR12 經由正式申訴機制立案、處理和解決的人權問題申訴的數量	◎		在報告期間並無人權申訴案件，切公司採用Open Policy保持申訴管道的暢通	
	社會	當地社區	G4-SO1 營運據點中，已執行當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比	○	4.4	並無百分比計算

類別	實質性類別	指標與揭露項目	揭露狀況	對應章節	備註	
社會	當地社區	G4-SO2	對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運據點	◎		因產業特性，較無顯著實際的負面衝擊
	反貪腐	G4-SO3	已進行貪腐風險評估的營運據點總數及百分比，以及所鑑別出的顯著風險	○	3.4	有相關風險說明，但並無進行百分比的估算
		G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	◎	3.4	
		G4-SO5	已確認的貪腐事件及採取的行動	◎		在報告期間並無貪腐案件
法規遵循	G4-SO8	違反法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	◎		在報告期間並無相關案件	
社會面	顧客的健康與安全	G4-PR1	為改善健康和而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之比例	◎		因產業特性，較無相關問題
		G4-PR2	違反有關產品和服務之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	◎		因產業特性，較無相關問題
	產品及服務標示	(Add) G4-PR3	產品與服務資訊種類	◎	2.4與3.54.2	
		G4-PR4	依結果類別劃分，違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件數量	◎		因服務業特性，無產品製程，故無蒐集相關數據
		G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	○	3.5	請客戶針對相關專案提供反饋(但並非報告期間所有專案)
	行銷溝通	G4-PR6	禁止或有爭議產品的銷售	◎		公司並無銷售禁止或有爭議的產品
		(Add) G4-PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣(包括廣告、推銷及贊助)的法規及自願性準則的事件總數	◎		在報告期間並無相關案件
	顧客隱私	(Add) G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	◎		在報告期間並無相關案件

GRI補充對照表

類別	實質性類別	指標與揭露項目	揭露狀況	對應章節	備註
公關面向	服務內容與關係	M2	活動策略規劃	◎	
		M3	媒體關係	◎	

組織內、外之邊界

類別	考量面	邊界	組織外					
		組織內	客戶	媒體	合作夥伴	政府	NPO/NGO	
經濟面	經濟績效成果	▲	▲	▲				
	間接經濟衝擊	▲				▲	▲	
	市場形象	▲	▲	▲	▲	▲	▲	
環境面	能源運用	▲					▲	
	碳排放	▲					▲	
社會面	勞動條件	人才選用	▲			▲		
		同仁與管理階層的關係	▲					
		教育訓練	▲	▲				
		多元且公平的工作機會	▲					
		男女薪資平等	▲					
		本地勞工權益	▲				▲	▲
	人權	集會自由與談判	▲		▲			
		歧視問題	▲		▲		▲	▲
		人權申訴機制	▲	▲				
	社會	營運對當地社區的(正負面)衝擊	▲	▲	▲		▲	▲
反貪腐		▲	▲					
遵守當地法令		▲	▲	▲	▲			
產品責任	隱私保護	▲	▲	▲	▲			
	行銷溝通	▲	▲	▲	▲			
	服務品質	▲	▲		▲			
媒體面向	服務內容與關係	活動策略規劃	▲	▲		▲		
		媒體關係	▲	▲	▲			



如果您對本報告書有任何問題、建議與指教，
非常歡迎您經由下列管道與我們作聯繫。

頤德國際股份有限公司

地址: 台北市信義路三段178號5樓

Tel: +886-2-2704-3024 Fax: +886-2-2709-3692

E-mail: Richard.Chen@veda.com or Tino.Chen@veda.com

Corporate Website: www.veda.com.tw

CSRone Website: www.csronereporting.com