

CORPORate

SOCIAL

RESPONSIBILITY

企業社會責任報告書



- 目錄 -

1 董事長的話	2
2 公司概况	3
2.1 公司組織與架構	3
2.2 公司治理	6
2.3 企業社會責任團隊權責及架構	8
2.4 企業社會責任目標之訂定及優先執行重點	9
2.5 參與相關產業工會組織	10
3 環境政策	11
3.1 環境面向之經營管理	11
3.2 環境保護之投資與推動	11
3.3 環境影響	12
3.4 環境政策之目標	12
4 社會政策	14
4.1 產品與服務責任	14
4.2 人權與勞工權益	15
4.3 社會參與	17
5 GRI G3相符性對照表	18

1 董事長的話

在人類社會中除了家庭之外，企業是為數最龐大的組織，企業也維繫著眾多家庭經濟層面的生計。越多的企業堅持走在健康、永續經營的途徑上，社會整體的幸福指數就會越高。我們公司成立除了以創造高品質的財富為目標之外，還希望在組織內部運作中帶動『以人為本』的精神，讓人性的價值得以因財富而更加昇華；並期待透過與客戶、其他社會層面接觸的過程中，帶出崇尚自然、尊天愛人的理念，讓各層參與者得以快樂工作，從精神面作為企業永續經營的典範，為社會貢獻一份正面向上提升的力量。

企業在與上下游價值鏈的互動運作中，彼此的影響是十分廣泛的。當企業為了提升競爭力、追求利潤之際，能不忘經濟活動是為了帶來幸福的初衷，這樣的企業就能為其組織成員提升幸福感。組織內部有較強的幸福感受，工作團隊更能面對外部壓力與競爭，較不容易被世俗的價值觀所衝垮，此為企業永續經營所必須維護的基本價值。透過人際間、組織間的影響，越多這類維護人性尊嚴與生命價值的組織，就能加速擴散尊生愛人的理念，提醒社會不能為了利益壓倒自然整體包含人類在內的基本價值。

在地球村的世代，經濟、社會、金融等各類活動已然十分密切，企業是否需具備社會責任已成不爭的事實。地球暖化、生態環境被大量破壞、經濟與金融環境的動盪，莫不與企業是否擔負起社會責任有著千絲萬縷的關連。因此，企業已是人類社會除了政府與非營利性組織之外，要肩負並維護社會整體尊嚴與價值的最重要環節。

秉持著這樣的理念，頤德身體力行擔負起企業公民的角色，並將此承諾融入客戶服務上，願能協助台灣企業建立完整之公司治理、環境保護、與員工社區互動之通盤策略，以站穩腳步，提升產業競爭力。



蔡明勳
頤德國際董事長

2 公司概況

2.1 公司組織與架構

2.1.1 公司規模

- 成立日期：1993年8月20日
- 董事長：蔡明勳
- 總經理：嚴德芬
- 總資本額：新台幣500萬元
- 2008年營業收入：新台幣97,220,000元
- 總員工數：39人（結至2009年6月）



2.1.2 公司簡介

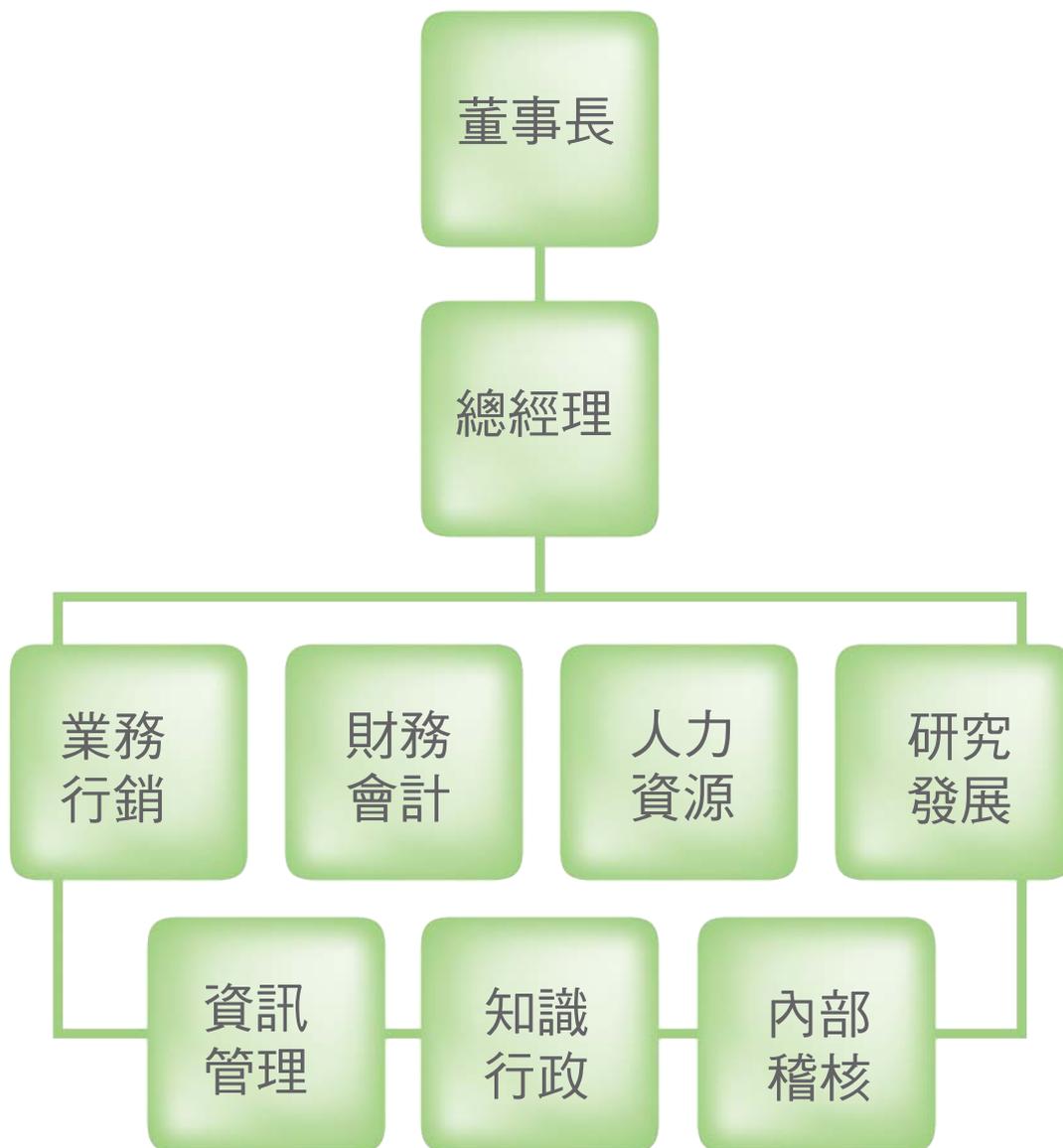
設立於台北市，成立於1993年8月20日。一直以來，頤德國際股份有限公司秉持著真誠的服務態度，與客戶及夥伴們共同建立專業的知識溝通，希望將有益於身心又有助於工作與生活的訊息，與市場和目標族群間做最有效的互動。服務對象包括政府、非營利組織、國際與本土企業，橫跨資訊通訊、汽車、金融、消費性等產業(相關服務訊息公布於www.veda.com.tw)。不論是透過新的服務或是服務流程的改進，頤德國際期許將創新植入日常作業中，提供更有效率的附加價值服務。因此除了公關與行銷的諮詢、顧問服務以及跨區國際活動的籌辦外。

頤德國際於2008年，提供了兩項創新服務：企業社會責任CSR服務，包括：公開講座、工作坊、組織內訓、利害關係人媒合與CSR溝通企畫等，CSRKM更獲得經濟部商業司創新服務補助；以及知識行銷服務，協助客戶於浩瀚的資訊世界中，建立優質形象，包含全方位新興媒體運作。CSR（企業社會責任）全面性的規劃、導入及輔導是頤德國際蓄勢待發的新業務，希望能以積蓄多年的經驗與能量，為專業溝通產業建立新的里程碑，為客戶營造品牌優勢、也為我們長久生活的園地盡一份維護生養的心力。

2.1.3 大事記要

1993	• 頤德成立，實踐頤崇天德於工作
~1996	• 以運動行銷、公關為業務主軸
1997	• 正式跨入科技產業公關服務領域
1998	• 承辦The 2nd APEC Tecnomart廣宣及APEC會員經濟體招商參展
1999	• 科技公關擴展為主軸業務，服務台灣微軟與惠普科技 • 導入BPR(Business Process Re-engineering)，進行商業流程改造並啟動專案管理系統建置
2000	• 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 • 開拓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 • 整合科技與消費公關運作，涵括電玩遊戲、入口網站等
2001	• 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	• 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	• 跨入半導體產業公關服務 • 導入生活文化學習課程，涵括身心靈修練課程、半日遊等
2005	• 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
2006	• 搬遷至敦化南路二段現址 • 協助台北市政府榮獲ICF 2006年度 國際智慧城市：Intelligent Community of the Year，以及Foxconn富士康人人英雄專案 • 為台灣微軟規劃舉辦Windows Vista中文版暨Office 2007中文版上市系列活動 • 跨入房屋產業公關服務
2007	• 協助舉辦Adobe Creative Suite 3中文版上市發表會，超過1,200名的熱情參與民眾擠爆會場 • 啟動文化本位、人文創新的內部學習，開辦管理分享學苑與孔子學苑 • 開展CSR (Corporate Social Responsibility)新業務模式
2008	• 協助台灣ICT產業於WCIT2008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

2.1.4 組織架構



2.2 公司治理

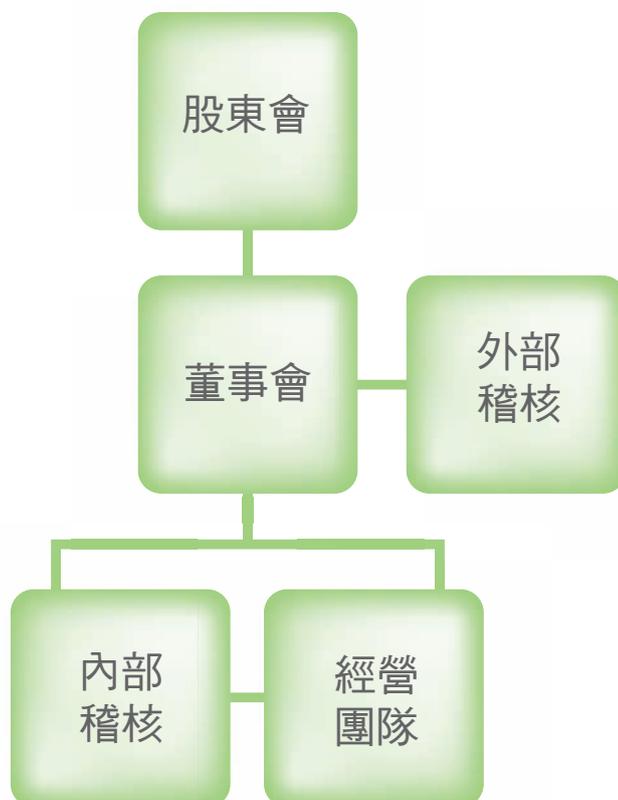
2.2.1 公司行為準則

頤德國際的「頤」是中華文化的生活智慧—易經—中的一卦，與言語溝通有密切的關聯，又兼具滋養的涵義，故取其義為名；希望能以真善美為根本，為客戶與夥伴達成完美溝通的專業服務。頤德國際的英文名稱「Veda」在人類最古老的文字梵文中，指的是「純淨的知識」與「永恆的智慧」。十五年來，頤德國際秉持著真誠的服務態度，與客戶與夥伴們共同建立專業的知識溝通與傳達，希望將有益於身心，又有助於工作與生活的訊息與市場和目標族群間作最有效的互動與關係的建立。

不僅恪守政府所訂定的各項法律規範，所有頤德員工皆被要求在執行任何專案活動或處理相關業務時，務必滿足社會道德的期待；也因此，為了真正落實「頤崇天德」的經營理念，頤德國際不涉入任何與菸酒、賭博相關產業之公關活動，雖然頤德鼓勵員工履行投票的公民責任，但基於政治中立的立場，頤德亦不從事政治選舉公關。

2.2.2 公司治理架構

頤德國際設有董事會，董事會設置3名董事和1名監察人。董事會於每月一次不定期召開，以監督公司遵循相關法規營運及確保財務透明；此外，各董事也會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。股東會則每年舉辦一次。



2.2.3 業務範圍

公共關係	國際活動
<ul style="list-style-type: none"> • 媒體溝通策略、媒體調查、媒體關係管理、媒體活動 • 利害關係人溝通與活動，含客戶、校園、員工、夥伴、社區等 • 議題管理 • 危機管理 • 發言人訓練 	<ul style="list-style-type: none"> • 國內外活動會展
知識行銷	CSR企業社會責任
<ul style="list-style-type: none"> • 網路社會媒體運作與管理 • 聲量 / 認知專案、管理 • 議題創造與管理 	<ul style="list-style-type: none"> • CSR知識管理暨顧問服務 • CSR策略與溝通專案



2.2.4 營運表現

近四年來，頤德在營運方面的利潤皆有穩定成長，即便經歷金融海嘯，也維持中上的水準。且頤德之財務資料皆經由外部會計師簽核認可，雖未上市上櫃，卻以高標準確保頤德在公司治理績效上能穩健透明。

類別	2005年(新台幣)	2006年(新台幣)	2007年(新台幣)	2008年(新台幣)
營業收入	8699萬	9442萬	9306萬	9722萬
營業成本	5861萬	6407萬	6811萬	6980萬
所得稅	49萬	83萬	47萬	52萬

2.3 企業社會責任團隊權責及架構

企業社會責任不再只是公關策略與宣傳口號而已，乃是企業深耕台灣社會，回饋在地社區的最呈現。企業的績效與意義不僅止於賺多少錢給股東，而在於是否與這片土地與後代子孫共生共存共美。頤德的經理人們有感於台灣不能置身於企業社會責任這股國際洪流之外，因此，於2007年新設立了企業社會部門（CSR團隊），除了負責釐清企業社會責任此一趨勢於國際與國內之情況，建立新服務模式之外，對內更扮演著協調公司各部門具體推展CSR的角色。由董事長擔任CSR團隊最高決策首長、總經理為CSR專案執行總指揮，及各部門最高主管擔任諮詢委員，其他專職之CSR團隊成員負責統籌及執行相關CSR活動專案，並定期召開CSR會議，分享CSR新知。

此外，頤德在2007年9月份加入GRI（Global Reporting Initiative；全球報告倡議組織），成為當時450個來自世界各國的會員當中，第一位台灣會員，也是少數傳播溝通產業的代表。「身體力行」一向是我們的文化，頤德一方面積極研發各項CSR解決方案，另一方面亦對內進行員工CSR教育訓練，包含發行CSR電子報、舉辦生態保育與節能減碳之活動。2008年1月起，全體員工實施愛護地球節能計畫，並將成效記錄下來，成為CSR報告書中自我揭露的一環。



- CSR組織架構 -

2.4 企業社會責任目標之訂定及優先執行重點

「要怎收穫，先那麼栽」，頤德相信若能持續與利害關係人進行良善的溝通，累積企業「信任資產」，方才能與社會一同向上提升、永續經營。秉持著這樣的信念，以下是頤德在2008年初所規劃與企業社會責任議題相關之優先執行重點，期望能持續落實CSR精神及貫徹相關內容執行。

企業社會責任議題	2008年度執行重點
企業營運規劃	<ul style="list-style-type: none"> • 努力達成營運目標 • 強化資訊揭露透明度 • 結合軟體系統開發業，致力於兩大重點業務的推廣： <ul style="list-style-type: none"> ▪ 知識網路行銷 ▪ 與NPO/NGO合作，規畫CSR培訓課程
環境永續發展	<ul style="list-style-type: none"> • 持續落實節能減碳 • 積極提倡環保教育
服務品質及職工福利	<ul style="list-style-type: none"> • 強化服務滿意度 • 努力營造身心平衡的工作環境 • 提升工作滿意度 • 更完善的教育訓練課程
社會參與	<ul style="list-style-type: none"> • 強化與NPO/NGO間的合作關係 • 努力推展公益活動



2.5 參與相關產業公會組織

1997年，美國社會責任投資倡議機構CERES開始「全球報告倡議計畫」(Global Reporting Initiative)，並推動適用於企業永續性報告書的資訊揭露架構；至今，GRI所發行的企業永續發展報告書綱領已成為CSR資訊揭露之主流，廣受投資人、國際組織與民間團體的重視。頤德於2007年9月份加入GRI Organizational Stakeholders的會員，成為當時450個來自世界各國的會員當中，第一位台灣會員，也是少數傳播溝通產業的代表。藉由參與國際級CSR組織，透過經驗交流與資訊分享，展現出頤德深耕CSR領域之決心與承諾，並期望能協助台灣產業邁向與世界接軌之永續經營目標

另外，頤德國際亦為公關業經營人協會(Public Relations Association)會員之一，除了透過與其他會員共同制定產業機制，協助委託客戶與公關公司在合作時都有一套可依循的標準，讓產業在市場機制下良性競爭，以期更加符合客戶的需求之外，希望藉由凝聚協會成員的力量，讓外界認識公關，進而擴大公關正面影響力，讓公關產業在台灣市場中更被重視且彰顯其價值。

3 環境政策

3.1 環境面向之經營管理

3.1.1 環境保護為企業核心價值之一環

環境遭受破壞的主要原因是人心被扭曲所致，當人類的心靈只能涵蓋狹小範圍，那麼人類普遍都只願意照顧自己視線所及、自己擁有的領域，其餘便視為非己所有而大肆破壞。

想要從根本處保護環境，應該從恢復人心的本來面目做起。企業的存在是為了創造利潤，但不能為了獲利不擇手段，更不能創造出扭曲人性、人心的組織環境。頤德期待從恢復人性、尊嚴與心靈著手，讓公司的所有成員都能拾回內心最珍貴的價值：尊天愛人。天包含整個自然界、宇宙大我，人就是存在地球上的六十多億小我。能愛惜大自然又能珍愛所有的人，整體環境及其周圍的人必能得到滋潤而進入互相提升的良性循環，這就是頤德組織文化的精髓：頤崇天德。

3.2 環境保護之投資及推動

3.2.1 環保意識的提倡及節約能源的宣導

頤德CSR部門經常舉辦環保教育訓練，如：利用中午午休時間播放『不願面對的真相』記錄片，以及綠色推廣活動，如善用公司佈告欄、廁所、及email簽名檔，提醒內部員工環保的重要性。此外，在日常營運活動中的電力使用部份，為了響應節能減碳，除了例行午休熄燈外，頤德亦鼓勵員工響應夏至關燈及參與地球日的活動；在資源回收利用部分，除了提倡電子化文件外，亦積極落實紙張回收，鼓勵雙面列印；在通勤方面，頤德鼓勵員工搭乘大眾交通運輸，以及鼓勵計程車共乘制。

3.2.2 綠色採購

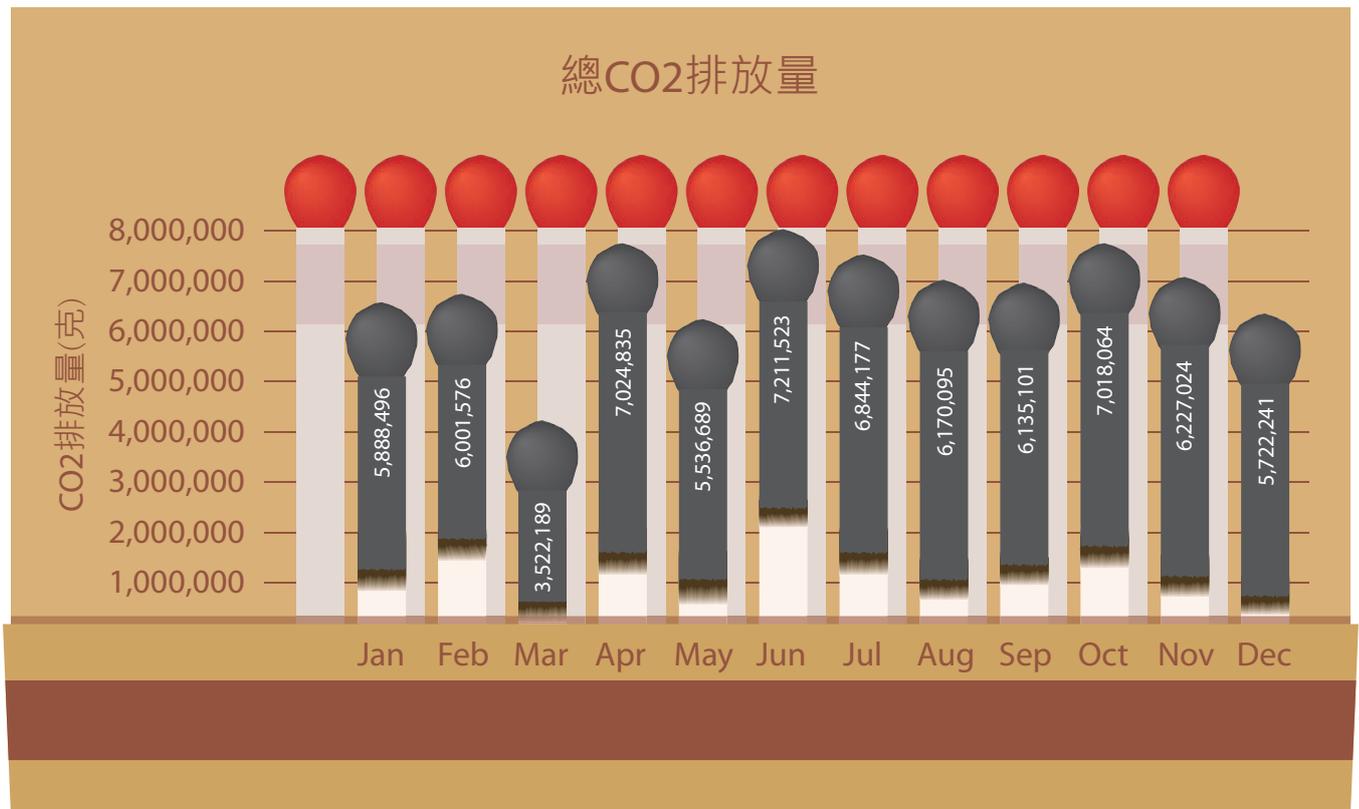
為了減少專案進行過程中所製造的環境污染，頤德國際制定一套針對不同類型合作廠商的分級檢驗制度，以滿足不同專案內容及客戶對於環境保護的要求。除了將各廠商所提供的產品及服務內容列於評鑑之列外，其所使用的物資之回收利用性亦是檢驗的項目之一。頤德希望透過制度性的廠商管理實踐真正的綠色消費。

3.3 環境影響

3.3.1 CO2氣體盤查

減少溫室氣體排放已是當今共同的趨勢，為了確切落實環境保護政策，頤德於2008年一月開始進行每個月固定CO2氣體盤查。大體而言，除了部分月份(如三月及五月)因為專案執行數量較少以至於前後期有明顯比率增減外，每月總CO2排放量大致維持一定，即便是處於夏日用電量的高峰期，其所增加的CO2並無因此驟增，這都歸功於頤德平日宣導節約用電獲得全體員工的大力支持。

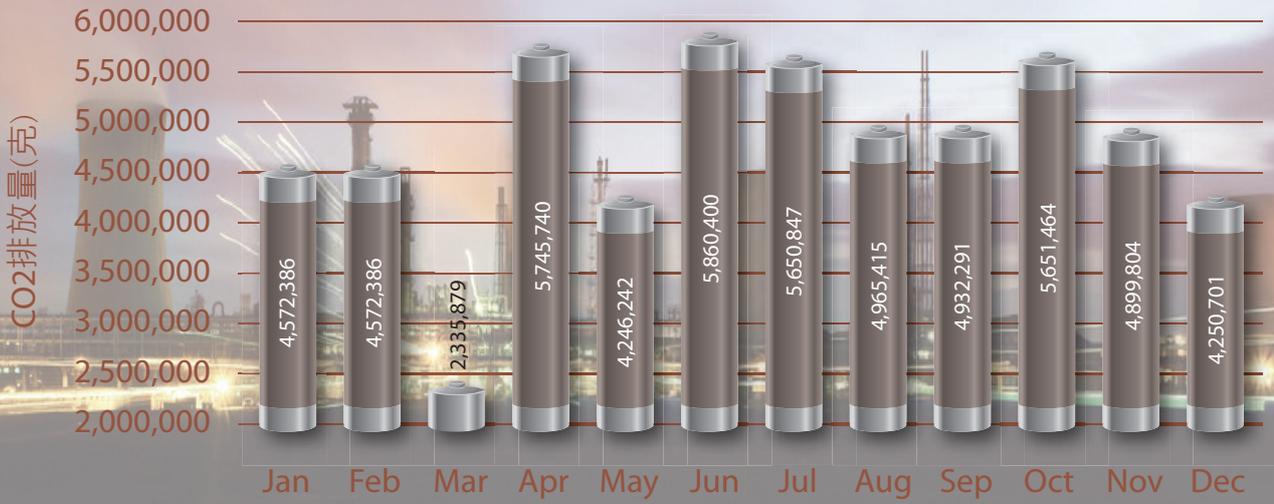
有鑑於頤德屬於服務產業，CO2排放量中以用電量佔最大宗，因此進行盤查為第一步驟，以此數據成為頤德下一步驟節能減碳之目標。



3.4 環境政策之目標

在2009年，除了持續進行每個月的CO2盤查外，頤德更將積極進行相關排放減量的措施。自願承諾於2009年底，全年度的電力CO2總排放量降低至2008年總量的20%以下，在資源回收部分，有效達到節省20%的紙張使用，透過更積極的倡導與確切執行，努力朝著不斷減少碳足跡的目標邁進。在環保面向上之資訊揭露將會呈現於2009年之CSR報告書中。

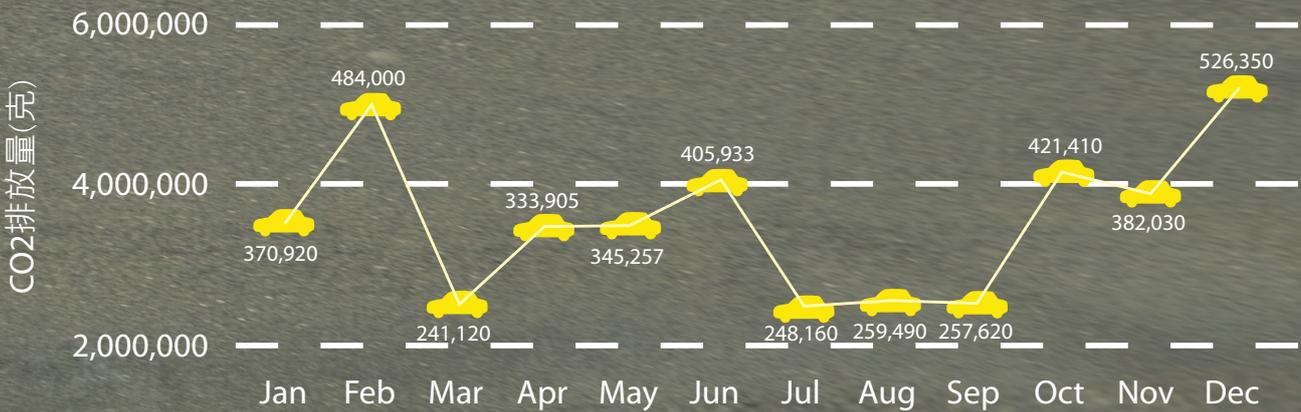
電力CO2排放量



辦公用紙CO2排放量



公差CO2排放量



4 社會政策

4.1 產品與服務責任

4.1.1 產品與服務責任面向之經營管理

企業的存在是以提供各行各式的產品或服務來滿足社會之所需，造就社會的便利及豐盛。頤德的經營範圍在以溝通為主的產業服務，而服務的過程則以公司同仁不斷創新、精細執行與密切合作，帶給客戶更高的價值。在客戶的價值鏈上居十分重要之地位，

所有頤德同仁內心的品質決定著客戶價值鏈的附加價值。因此，頤德需要維護其優質的組織氣候與企業文化，讓所有頤德同仁處在高度產業競爭壓力中，不致於物化亦不被壓力所灼傷，因工作而承受之壓力需要即時、有效的排除，這就是頤德為維護其服務責任，在公司內部推動**Transcendental Meditation**的學習與集體練習的出發點。此外，頤德內部也安排儒家經典學習課程，讓公司同仁能在現代化浪潮中保有儒家文化的淑世精神，作為此高度商業化社會的潤滑劑。透過靜坐帶來內心的平和，儒家精神的薰陶讓公司同仁在為人處世上有推動富而好禮、社會永續的責任感。

4.1.2 行銷溝通與隱私保護

由於公關產業的涉入性質高，在資料訊息的掌握處理上，頤德特別制定相關規章以要求員工恪守，凡違反規定洩漏客戶資料者，均依相關規章議處。委外業務若涉及營業機密，受託機構及其工作人員也須簽署相關保密協議。另外，頤德也制定了一套作業權限管制機制，不同部門因為所服務的客戶不同而有不同的系統使用權限。此外，員工依規定每三個月更新使用密碼，而資訊人員也會不定時透過**email**提醒資訊安全的重要性，以及定期更新網路防護避免駭客攻擊。

4.1.3 客戶服務

奠基於互信互惠原則，頤德國際致力於與每個客戶建立長久穩健的夥伴關係。為了進一步了解客戶對於頤德的期望以及確保其需求得到妥善的處理，頤德不定期舉辦客戶滿意度評估調查，同時該意見調查結果也是頤德用以改善內部作業流程及控管服務品質的重要依據。

4.2 人權與勞工權益

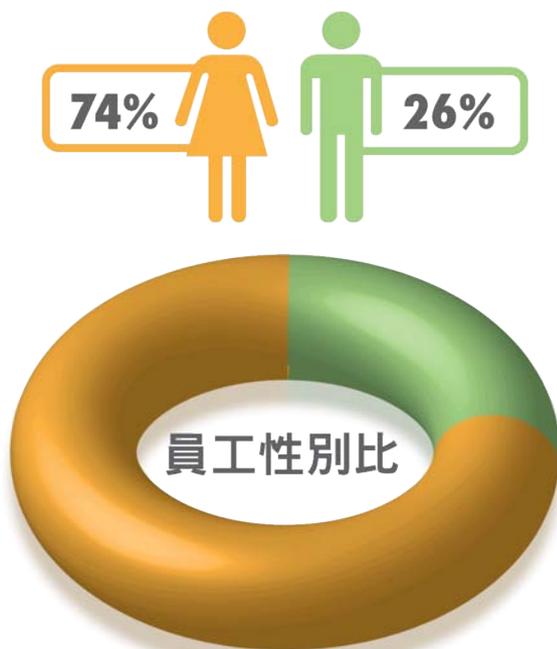
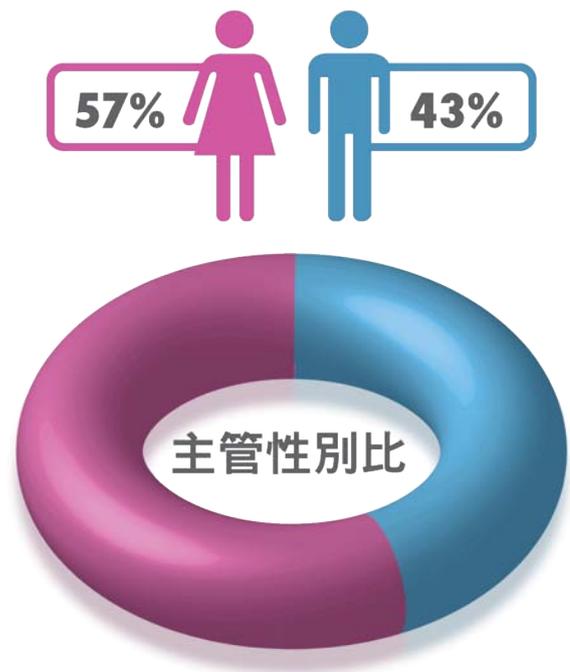
4.2.1 人權及勞工權益面向之經營管理

頤德遵從以人為本的精神來面對組織內部與外部所接觸到的同仁、廠商及客戶，希望能淡化唯利是圖的商業運作，同時賺取讓所有同仁內心祥和的應有利潤。

4.2.2 雇用狀況

4.2.2.1 員工結構及招募

截至2008年底，頤德員工總數為39人，其中包括7名高階主管及32位專業人員。



由於公關產業工作內容的特殊性，普遍而言員工流動率較其他產業為高，然而，頤德藉由多元的員工生涯發展機會及具備相當競爭優勢的薪酬福利，大大增進員工留任的機率。此外，關於員工招募部分，依據「頤德人事行政規章」第一條規定，公司人員之增補可分作兩種管道：透過公開徵選以及由內部員工推舉，秉持機會均等的原則，所有面試者皆須經由筆試及面試，經該主管單位核准後始得以任用。在校園徵才的部分，透過國內各大專院校的徵才管道發佈暑期專案實習計畫，除提供符合大專生涯規劃的職能訓練外，亦藉此發掘潛在的優秀人才。

4.2.2.2 禁用童工

頤德遵循政府法令，確實執行招募審核，以防止僱用未滿十五歲之員工，並對未滿十六歲之員工（產學攜手計劃實習生）所從事之工作嚴加規範。

4.2.3 員工發展與福利及獎勵

「以人為本」為長久以來的經營理念，頤德深信一個企業的成功來自於員工的滿意度，因此除了努力營造一個理想的工作環境外，頤德透過多樣化的教育訓練協助員工強化專業能力，同時透過各項活動平衡其身心靈發展。除了相關法令規定之員工基本差假、勞健保外，頤德亦贊助每月書籍費及每季藝文費、補助租屋津貼、提供員工旅遊、團體保險、以及不定期舉辦「半日閒」戶外員工教育訓練等福利措施。此外，為了鼓勵員工多元發展，年資屆滿兩年的員工皆可請調單位，嘗試多方不同型態的專案內容及服務對象以擴展其專業技能。

4.2.3.1 員工教育訓練

優質的人力一直是頤德長久以來賴以為繼的重要資產，透過提供多方且多元的職能訓練，頤德用心協助每位員工發揮所長開發自我潛能。

教育訓練課程內容包括：

- 新進人員導引：公司簡介與基本系統操作課程；
- 入職訓練：CSR知識基本教育訓練；
- 專業訓練：公關專業課程及英文能力教育訓練；
- 管理訓練：管理階層之管理技能訓練，如eMBA在職進修課程；
- 自我啟發訓練：由頤德董事長成立並親自開班授課之頤德管理學院，目前進行中的學院包括管理學院、生命學院及孔子學院。



頤德CSR電子報創刊號

4.2.3.2 員工薪酬制度

頤德整體薪資高於營運所在地之最低薪資，其薪資政策訂定係以兼顧股東及員工權益為依歸且不受性別差異影響，同時藉由定期績效考核，對於專案有相當責任、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。

4.2.3.3 員工溝通管道

為營造健康的工作氛圍以及維持和諧的勞資關係，頤德國際相當重視員工及主管間的溝通管道。透過完整溝通平台的建立，例如高階主管每月固定與各層級主管召開業務會議，除了解市場動向及公司未來發展策略外，透過專案心得分享協助解決潛在的挑戰。同時，各層級主管也會定期與部屬舉行面對面的會談，除了職涯規劃的討論外，亦會針對員工現階段所面臨的盲點與瓶頸進行有效的溝通。此外，人力資源部門與資訊管理部門也不定期進行員工意見調查，廣納員工意見以期改善整體行政運作，協助增加工作效率。

4.2.4 防疫方案

有鑑於新型流感病毒的威脅與日俱增，為了有效控管疾病的擴散，避免SARS等類似疫情爆發所帶來的恐慌及健康威脅，頤德國際已建構一套積極的防疫計畫，包括疫情新聞的收集及對內發布、正確防疫觀念的宣導、口罩配戴及消毒機制的執行、基礎體溫測量、通報系統的建立，以及個案處理。

4.2.5 人權及勞工權益之目標

在未來的一年裡除持續貫徹「以人為本」的員工政策外，頤德希望能更具體達成下列目標：提升工作滿意度達10%、每位員工CSR教育訓練課程時數達13小時以及調整績效獎金衡量指標及計算方式以期更符合員工及公司利益。

4.3 社會參與

4.3.1 社會參與的經營管理

老子標榜水的崇高德行：盈科而後進。水

在前進之際遇到不平之處，必先讓那個不平填滿然後再繼續前進。作為社會組成的份子，頤德期待以水之德為榜樣，在社會需要或產生不平時，能盡自己的所長來幫助社會添補不平。

頤德在鼠年之末，組成專案小組，規劃發起五萬人每月各捐二百元新台幣，交由慈善團體來照顧幾千個失業家庭，希望此一活動能在一年之內結束，讓台灣社會不致產生悲劇，也希望解此行動喚醒周邊國家的企業能夠以水為榜樣，共同發揮盈科的精神。

4.3.2 社會參與之目標

為了進一步將CSR精神落實在實際營運操作上，未來頤德將持續與NGO/NPO合作，預計每個月至少舉辦一次CSR講座，倡議CSR各面向的議題以喚起更多企業的參與。此外，為了協助弱勢家庭度過經濟寒冬，頤德於2008年底所發起「給同胞一線生機全民互助活動」的專案計畫將持續推行，透過內部員工齊心齊力的推展，達成五萬人連署目標，而所取得的連署資料將交給公益團體執行後續的募款活動。

頤德內部企業社會責任電子報

1/15 中午將舉辦 CSR lunch，敬請期待!!!

大自然只給人類這麼一個 還要生活幾億年的地球



企業的產生源自資本主義，雖然資本主義狂瀾的三百年風光帶來人心物質化、環境破壞、資源快速耗盡、人類生活品質倒退、幸福感江河日下，但這些都不是資本主義的錯，更不是企業的錯。問題在於人類追逐利益的心像逃家的小孩，縱慾於馳騁田獵、失去自我而讓解體物主的結果，這結果導致人類沒有生活的方向更不知生命的意義，整個社會抱怨連連、時時活在恐懼之中。

我們都知道累積恐懼與抱怨只會愈上愈熱，該是為內心拿掉有色眼鏡的時候了，抬頭看看美麗的星球、浩瀚的天空，讓自己的內心

沈澱到寂靜狀態，然後想想該怎麼作才能拾回生命的真諦：讓那幸福感時時浮現。

從哪裡跌到，就從那裡爬起來。過去的企業概念，那種以法律範圍內可以不擇手段創造利潤的思維已經開始崩解，今日的企業必然要走出一條讓人們可以安身立命又能與大自然相生相息的喜悅之路來，CSR(企業社會責任)的觀念就要從企業的功能上協助我們再度站起來，只要齊心協力，先讓自己的心軟化，開始珍惜一草一木，接著會發現原來周圍的生物都在彼此歌頌。我們要透過CSR的推廣，讓周圍人們從此不再因內心的懼化而傷害自己、折磨彼此、破壞自然，一位智者說：『人是生來要享受生命，同時創造和散播喜悅的。』雖然我們離此狀態還有段距離，但只要從現在一點一滴做起，喜悅就會開始累積、生命就會從頭頭活。

經理人舞台

-Mr. Tsai-

同仁大發會

-Angela Hsieh-

實現家與社區的夢想

元月二日，台大小巨蛋熱鬧滾滾!布農族八部合音、大路車社區傳統歌、中寮鄉龍安社區電音三太子等表演，讓現場瀰漫著尾牙般的歡樂氣氛。這可不是一般尾牙!信義房屋邀集2007年「社區一家贊助計畫」的獲選社區一同聯歡，還抽尾牙大獎，讓這個僑愛助社區而來的阿公阿媽們開心的滿載而歸。



是由這個公益計畫免費提供所有的建材，再由部落居民自力建造的!這樣深入地觸及台灣的城鄉小鎮推動社區營造工作，給我深刻的印象。

在以往的台灣社會，社區鄰里就是個大家庭，天天見面，守望相助，現在生活的腳步加快了，卻對的人反而越陌生。信義房屋用他們的熱情與實際行動，重新打造人們對家與社區的夢想。

信義房屋自2004年提出五年一億元的「社區一家贊助計畫」，四年來幫助了311個社區；2007年開始，信義房屋員工組成了「信義志工團隊」，實際參與拉拉山採水護橋、老人社區陪伴、創世基金會環境整理等社改工作，志工服務總時數超過6000小時。藉由社區民眾本身，肯定並發掘社區的豐厚文化，更讓社區住民對自己的莊園小所在感到驕傲不已。

開始注意「社區一家」，是在接觸新竹司馬庫斯的部落教室時，無意間得知整個教室建築，

企業社會責任民調結果大公開 一窺客戶與同仁們的心聲

企業社會責任(Corporate Social Responsibility)是什麼?這東西可以吃嗎?還是一場閉門造車的大工程呢?許多同仁在接到線上調查的EMAIL時一定抱著這樣的疑問。而在推動頤德內部的社會企業責任時，CSR小組也決定展開一項史無前例的大調查:利用網路問卷的發送，進而了解頤德的利益關係人(stakeholders)對於頤德在企業公民角色上有何期待呢?

出乎意料的結果產生，在為期一週的調查內，總共28人回覆問卷，其中以客戶占最大宗，將近30%(8人)的高回應率，表現了客戶們高度重視「企業社會責任」這一議題，並且對於頤德推動的CSR運動感到相當有興趣。接著，第二名回應的利益關係人則是廠商，佔了25%(7人)，第三名是由同仁18%(5人)包辦。若以供應鏈的角度來看，從上游客戶到下游廠商，從內部同仁與外部媒體，對於CSR這一議題都不陌生，關心度與身體力行程度遠超乎我們的想像。



與多元化環境的設立，乃至於對外的客戶健康與安全與產品服務責任上，都有顯著的高回應率。而在環境面向上，各項服務是否包含直接與間接CSR的意涵，在能源使用上是否有節能環保的概念。另外，在經濟面向上，則對於公司產能(經濟績效)與在產能的市佔率有相當高的關注。總結來說，這次調查也實質呈現了客戶、廠商、同仁與其他利益關係人的期待與心聲，不僅幫助我們看得更清楚頤德該往哪些方向邁進，成為更負責的企業，也激勵我們成為能提供更滿足客戶期待服務的專業公關公司。

在CSR三大面向中，利益關係人對於社會的議題最為關切，其中包含對內的員工教育訓練

利益關係人最關心的是...



強力徵求:

歡迎各位同仁與我們一塊分享生活中對於企業社會責任的一切所思、所感、請不吝寄EMAIL給CSR小組或請來電諮詢Allbert@分機1121

5. GRI G3相符性對照表

	GRI指標	狀況	對應報告書頁數
1.	策略與分析		
1.1	最高決策者聲明	●	3
2.	公司簡介		
2.1	公司名稱	●	4
2.2	主要品牌、產品和／或服務	●	4
2.3	營運架構	●	6
2.4	總公司所在地	●	4
2.5	營運區域與國家	●	4
2.6	法律所有權	●	6
2.7	服務市場	●	4
2.8	公司規模	●	4
2.9	報告期內公司規模、架構或所有權方面的重大改變	N/A	
2.10	報告期內所獲獎項	○	
3.	報告規範		
3.1	報告期間	●	20
3.2	上一份報告的日期	N/A	
3.3	報告週期	●	20
3.4	聯絡資訊	●	20
3.5	內容定義	●	20
3.6	報告範圍	●	20
3.7	報告範疇的限制	●	20
3.8	合營資機構、分支機構、外包業務	N/A	
3.9	數據測量技術與計算基準	○	
3.10	以往報告資訊重述之說明	N/A	
3.11	報告使用範圍與計算方式與以往報告之顯著差異	N/A	
3.12	GRI相符性對照表	●	19
4.	治理、承諾及參與		
4.1	治理架構	●	8
4.2	指出最高治理者是否兼任行政職位	●	6
4.3	獨立董事與非營運成員	●	7
4.4	股東及員工的參與機制	●	7
4.5	最高治理成員與高階經理人的薪酬與組織績效	●	7
4.6	避免最高治理者利益衝突的程序	○	
4.7	決定董事會之永續性專業的程序	○	
4.8	使命與價值聲明	●	3,6

	GRI指標	狀況	對應報告書頁數
4.9	董事會管理經濟、環境與社會績效的流程	●	7
4.10	董事會評估本身在經濟、環境與社會績效的流程	●	7
4.11	預防措施或原則	●	7
4.12	外部憲章／原則	○	
4.13	國內或國際組織協會會員身分	●	10
4.14	利害關係人清單	●	7,11,14,16,17
4.15	利害關係人鑑別	●	7,11,14,16,17
4.16	利害關係人參與方式	●	7,11,14,16,17
4.17	利害關係人提出的議題	●	9,11,14,16,17

經濟績效指標

EC1	直接經濟價值	●	7,8
EC2	氣候變遷造成的財務風險與機會	○	
EC3	福利計畫	●	15,16
EC4	政府的財政補助	N/A	
EC5	標準起薪與營運所在地最低薪資比較	●	16
EC6	營運所在區域供應商之比例	N/A	
EC7	當地人員聘僱程序與高階主管比例	●	15
EC8	公共福利設施投資與服務	○	
EC9	間接經濟衝擊	○	

環境績效指標

EN1	原料使用量	N/A	
EN2	再生原料之使用率	N/A	
EN3	直接主要能源耗用	●	11,12,13
EN4	間接主要能源耗用	●	11,12,13
EN5	節約能源	●	11
EN6	能源效率與再生能源的計畫	●	12
EN7	減少間接能源消耗的計畫	●	13
EN8	總耗水量	○	
EN9	總耗水量的影響	○	
EN10	回收水量	○	
EN11	位於或鄰近於生態保育區之土地位置與面積	N/A	
EN12	對生物多樣性的影響	N/A	
EN13	受保護或經復育的棲地	N/A	
EN14	對生物多樣性的策略	N/A	
EN15	因營運而造成保育類物種之影響	N/A	
EN16	溫室氣體排放量	●	12,13
EN17	其他溫室氣體排放	●	12,13

	GRI指標	狀況	對應報告書頁數
EN18	減少溫室氣體的計畫	●	13
EN19	破壞臭氧層的物质排放量	N/A	
EN20	氮氧化物、硫氧化物與其他空汙染氣排放量	N/A	
EN21	總廢水排放量	○	
EN22	按處置方法劃分的廢棄物總量	○	
EN23	嚴重溢漏	N/A	
EN24	有毒廢棄物的運送	N/A	
EN25	放流水及逕流對生態環境之顯著衝擊	N/A	
EN26	降低環境衝擊的計畫	◐	11
EN27	包裝材料回收	N/A	
EN28	違反環境法令記錄	N/A	
EN29	產品運輸與員工通勤之顯著環境衝擊	◐	13
EN30	環保支出與投資	○	

社會績效指標—勞工實踐與合理工作績效指標

LA1	員工雇用型態與數量	●	15
LA2	員工流動率	●	15
LA3	全職員工的福利	●	15,16
LA4	員工參與協商之比例	●	16
LA5	重要作業變更之最短通知期	○	
LA6	勞工健康委員會	○	
LA7	工傷與缺席	N/A	
LA8	嚴重疾病之教育訓練	●	16
LA9	與工會健康與安全主題之正式協議	N/A	
LA10	員工受訓時數	●	16
LA11	職能訓練計畫	●	16
LA12	職涯發展	●	16
LA13	各部門成員的組成	●	15
LA14	性別薪資差異	◐	16

社會績效指標—人權績效指標

HR1	重大投資合約中包含人權條款之比例	○	
HR2	對供應商的人權審查	○	
HR3	人權的訓練	◐	16
HR4	歧視事件與行動方案	○	
HR5	員工結社和集體協商權	○	
HR6	不使用童工	●	15
HR7	無強迫勞動之情形	○	無相關案例發生
HR8	保全人員與人權考量相關之訓練	N/A	

	GRI指標	狀況	對應報告書頁數
HR9	違反當地雇員人權利之事件	●	15
社會績效指標			
SO1	對社區的影響	●	16,17
SO2	收賄風險	○	
SO3	反收賄訓練	○	
SO4	反收賄行動	○	
SO5	參與公共政策訂定與遊說	N/A	
SO6	政治捐獻	N/A	
SO7	不公平競爭行為	N/A	
SO8	違反法令之罰款與處罰紀錄	○	無違反事件
社會績效指標—產品責任績效指標			
PR1	產品週期對健康與安全影響	N/A	
PR2	違反健康與安全標準的次數	N/A	
PR3	產品資訊	●	4
PR4	違反產品資訊標準的次數	○	無違反事件
PR5	消費者滿意度調查	●	14
PR6	符合行銷推廣相關法律而設的溝通計畫	○	6
PR7	違反市場操作法規的次數	○	無違反事件
PR8	違反顧客隱私權的次數	○	14 (無違反事件)
PR9	產品與服務相關之違反法令紀錄	○	無違反事件

●：完全揭露 ●：部份揭露 ○：無揭露 N/A：不適用



這是頤德國際第一本企業社會責任報告書，
揭露的期間為2008年1月1日至2008年12月31日，
內容涵蓋公司治理、經濟、環境及社會等CSR面向。
我們採用全球永續性報告（GRI）的報告綱領作為報告撰寫的準則，
並符合自我宣告GRI C級應用水準。
若您對於我們的企業社會責任報告書有任何建議指教，
我們非常歡迎您將寶貴的意見傳達給我們，
您可以透過下列方式與我們聯絡：

頤德國際股份有限公司

CSR小組 鄒佩榕

地 址：台北市敦化南路二段76號4樓

電 話：(02) 2704-3024 分機 163

電子郵件：Peggy@veda.com.tw