



# 傳·誠

2020 Corporate  
Sustainability Report  
頤德事業群企業永續報告

# CONTENTS

## 目錄

序	關於報告書	4
01	大觀頤德	6
1.1	頤德的永續宣言 ( 董事長觀點 )	6
1.2	關於頤德	8
1.3	利害關係人議合與溝通	10
1.4	重大議題分析流程	12
1.5	重大議題說明	16
1.6	擘劃永續藍圖 頤德的發展目標	18
02	以人為本 翻轉文化	20
2.1	頤德的永續治理	22
2.1.1	企業文化	22
2.1.2	公司治理	23
2.2	風險管理 迎向機會	23
2.2.1	COVID-19 頤德因應特輯 - 營運篇	25
2.3	頤德的經營成果	27
2.3.1	財務績效	27
2.3.2	能資源管理	28
03	創新路上 頤德人的熱誠引領前行	30
3.1	頤德人的舞台	32
3.1.1	同仁概況	32
3.1.2	最佳職場環境	34
3.1.3	同仁回饋	37
3.2	頤德的薪酬福利	38
3.2.1	薪資概況	38
3.2.2	福利制度	40
3.3	人才資本培育	42
3.3.1	頤德經營者的育才觀點	42
3.3.2	培育課程	43
3.3.3	職涯發展與規畫	45
3.3.4	實習生培育計畫	46

04	溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力	48
4.1	洞察商機 無限續航	52
4.1.1	產業趨勢掌握	52
4.1.2	專業的服務品質	54
4.1.3	溝通順暢與透明度	58
4.1.4	新聞議題掌握程度	61
4.1.5	COVID-19 頤德因應特輯 - 業務與創新服務篇	63
05	種下信任 以誠灌溉 綻放社會共好	66
5.1	與合作夥伴互利成長	68
5.2	建立互助互信的價值鏈	70
5.3	與人為善 坐而言不如起而行	70
5.3.1	共創永續價值	71
5.4	展望未來：致力永續發展	74
5.4.1	第六屆台灣永續報告全球分析發表會	74
附錄	GRI 準則索引表	76



## 關於報告書

歡迎所有關心頤德事業群 (以下簡稱頤德) 的利害關係人閱讀 2020 頤德事業群企業永續報告 (Corporate Sustainability Report)，此為本公司第 10 本發行出版之永續報告。

### 報告架構

本報告採用全球永續性報告協會之 GRI 準則 2016 年版本進行編撰。同時參照聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, 簡稱 SDGs)、ISO 26000 社會責任指引及聯合國全球盟約 (UN Global Compact) 等國際趨勢指標。

### 報導期間與範疇

GRI 102-45、102-50~52

報告資訊揭露期間以 2019 年度為主 (2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日)，包含財務、人力資源、環境、社會公益、專案績效等數據。由於 2020 年初爆發新冠肺炎疫情，導致業務與營運出現重大變化，且部分專案執行期間涵蓋 2020 年初，故部分內容揭露至 2020 年第 2 季。資訊揭露範圍以頤德事業群 (包含：頤德國際股份有限公司、致德國際股份有限公司) 為揭露核心，並納入從 2019 年 5 月起正式啟用的第二辦公室。若有涉及其他區域的資料，將於報告中標註說明。前一版報告發行日期為 2019 年 8 月，本報告於 2020 年 10 月出版，報告發行週期為每年 1 次。

### 編撰原則

GRI 102-54

本報告書是依循 GRI 準則：核心選項進行編製，遵循 GRI 準則 101 基礎的 4 大報告內容與 6 大品質原則 (Reporting Principles)。參考 GRI G4 媒體業 (Media) 行業揭露及 GRI G4 會展籌辦單位 (Event Organizers) 行業揭露。並參照 AA1000 當責性標準 (2018 年版) 的重大性、包容性、回應性及衝擊性 4 大原則進行撰寫。

### 管理方式

本報告相關資料由頤德各負責部門提供，並由永續報告編撰小組彙整資料，編撰完成後經高層審閱出版。財務數據皆經由獨立第三方會計師財務簽證後揭露，環境相關數據之計算基準與單位，來自於政府公開資訊；社會及專案相關績效則由頤德各負責部門及合作夥伴提供。

### 回饋管道

GRI 102-53

本報告由 CSR 部門及報告編撰小組負責管理，誠摯歡迎您與我們聯繫，提供您寶貴的建議與指教，聯絡資訊如下：

頤德事業群：頤德國際股份有限公司 / 致德國際股份有限公司 CSR 部門

地址：台北市大安區信義路三段 178 號 5 樓

諮詢專線：886-2-2704-3024#131

回饋信箱：service@csrone.com.tw

頤德官網：https://www.veda.com.tw/

頤德永續溝通品牌「CSRone 永續智庫」：https://csrone.com/

「CSRone 永續觀點」粉絲專頁：https://www.facebook.com/CSRoneReporting/

### 報告主軸

永續報告的主軸，是和利害關係人溝通互動的核心內容。清楚、明確的主軸能幫助利害關係人在閱讀報告的過程中，更快速掌握報告傳遞的關鍵價值。頤德邁入第 27 個年頭，報告書主軸延續去年的概念，訂定為「傳·誠」，希望傳遞頤德始終保持人與人之間誠信的價值，以及持續創新、成長的精神。

### 設計概念

整體視覺設計亦是報告重要溝通環節。2020 頤德事業群永續報告透過兩隻相迎的手，傳遞人與人之間緊密連結的關係。中間則藉由地球，表達揚勵每一位頤德人時時創新、代代傳承，共創永續美好的地球村，表達頤德的中心思想—「傳·誠」。

# 01

## 大觀頤德

### 1.1 頤德的永續宣言 ( 董事長觀點 )

GRI 102-14



#### 多面向的永續思維

人類追求經濟發展的目的是為了生存以及生活的便利、舒適與豐盛等累積起來的經濟幸福感。然而今日大多數社會成員都在享受充足的物質與科技帶來的便利性之餘，逐漸落入追逐數字陷阱，而在日常的掙扎中淡忘了如何擁抱幸福生活。從國家層面講求的 GDP 成長，到個人的所得增長，幾乎都被一種理所當然的氛圍所籠罩。眾人除了求溫飽之餘，還想要填補對未來的不確定感所衍生的恐懼，於是各種未雨綢繆的儲備、儲蓄等措施因應而生，但這對準備充足的人而言，幸福臨近了嗎？還是都只在助長數字的提升。

但在講求年年都要增長的前提下，絕大多數人、組織或國家都忽略了，地球環境的承載是否已過度負荷，以及自己是否幸福的生活著？當然如何在幸福生活與環境永續之間取得均衡，通常都是在明日過後的倖存者才有機會檢視及意願突破過去的盲點。一個國家的政府機關在面對這類問題時，通常在公務員的安定工作考量以及選舉產生的機關首長與特任的官員所盤算下，大都不太願意碰觸這類不見即刻成效的議題，於是將近一個世紀下來，這個地球已呈現或瀕臨難以負荷的窘境。

至於負責生產各式貨品與服務的企業，也都是在求生存與增長的驅動下，不斷用數字在鞭策相關人員，於是讓這些想求溫飽與追求幸福的工作者，都在自覺順理成章的氛圍下剝奪自己的幸福，同時也讓我們賴以生存的唯一星球進入發燒與中毒狀態。

此外，每位進入社會運作體系的個人，也都甘願扮演著龐大運作體系下的螺絲釘，只求這輩子的幸福可以到來，卻都忘記了目前所追求的幸福彩虹過程，正逐步剝奪了後代子孫的生存環境。這跟人類以外的其他物種所遵循的演化法則，幾乎背道而馳。

相信人類社會的各層，都不願意讓極端逆境氣候、已受污染的陽光（因大氣層過多微粒子而讓陽光照射到地面時產生扭曲）、空氣（濃度遠超過健康身體的負荷）、水（海洋中的塑膠微粒以及被微粒入侵的自來水），無限上綱地惡化下去，而讓未來世代需戴著防毒面具過日子，甚至要存百千萬美金等待移民外星系。

人類為何會面臨這樣的窘境呢？因為大多數人會認為：這不是我單獨該擔的責任，也不是少數人能扭轉的！若都是如此心態，那就會有商人要發外星移民財了，也就是想賺大量的美金到火星或他星花費了。

多數人的無奈可以因少數人的覺醒而獲得支點，那就是這社會各領域需要更多的先行者，在永續的面向身體力行，作為社會的標竿。

周易繫辭：「同聲相應，同氣相求」只要凝聚出永續的群體，彼此交換心得、資源及作法，讓永續的理念更加穩固，接著就會展現「雲從龍，風從虎」開始在社會各層面醞釀出風起雲湧的效應，就像台灣所推行的垃圾不落地，大眾都會遵循的，這就是「聖人作而萬物睹」，只要在各領域有更多人願意以身作則，這樣的人就是在實踐聖人的作為，自然就會有各方的人們敬而效之。逐漸形成一股逆轉的力量，讓人類不再生活在恐懼與不知所向的氛圍中。藉此期待有更多的社會成員能造就自己成為「聖之時者」。

以上就是頤德事業群以一中小企業的規模啟動 CSR、並持續向前邁進的支撐緣由，藉此呼籲所有國內企業能一起來推動此一喚醒社會各階層的覺醒運動，讓台灣社會在永續的領域奮力而起，加速改善過去的思維與運作模式，步上既能環境、人性與經濟永續發展又能兼顧未來的康莊大道，進而成為多數國家的典範。

## 1.2 關於頤德

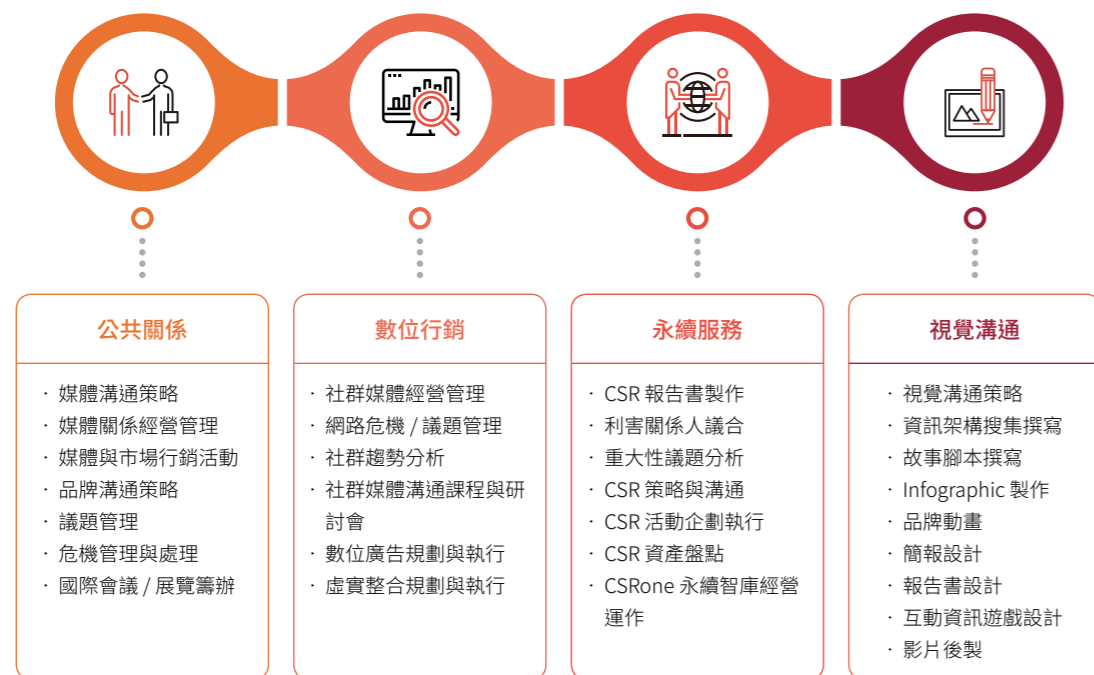
GRI 102-1~102-7

「頤崇天德」是頤德從 1993 年成立至今一路以來的堅持。自 2013 年起，頤德正式成立 CSRone 永續智庫，成為國內第一個整合國際企業永續發展、CSR 趨勢以及活動媒合之媒體平台，並提供國內外組織永續發展的顧問服務。

企業名稱	頤德國際股份有限公司 (Veda International Corporation)		
企業地址	台灣·台北市大安區信義路三段 178 號 5 樓		
產業類別	公關行銷顧問		
成立日期	1993 年成立	董事長	蔡明勳
資本額	新台幣 1,200 萬元	總經理	嚴德芬
主要服務內容	公共關係、永續服務、數位行銷、企業訓練		
服務市場	台灣為主，亦包含中國、美國		
2019 年底正職同仁總人數	50 人		
2019 年底收入淨額	新台幣 122,707,543 元		
頤德官網	 <a href="https://www.veda.com.tw">https://www.veda.com.tw</a>		

備註：頤德國際股份有限公司未公開發行。

### 頤德四大服務項目



### 2019 年頤德客戶

國內企業 / 組織 (共 21 家)	國外企業 / 組織 (共 23 家)
01. 互動資通股份有限公司	01. 3M 台灣明尼蘇達礦業製造股份有限公司
02. 元大金融控股公司	02. 北極星藥業
03. 天仁茶業股份有限公司	03. 台灣本田股份有限公司 (包含：台灣本田、Honda Motorcycle)
04. 台塑關係企業 (包含：台塑石化、台灣化學纖維、台塑工業、南亞塑膠)	04. 台灣米其林輪胎股份有限公司
05. 台灣雲端物聯網產業協會	05. 台灣康寧顯示玻璃股份有限公司
06. 宇瞻科技科技股份有限公司	06. 台灣連線有限公司 (LINE Taiwan)
07. 技嘉科技股份有限公司	07. 台灣微軟股份有限公司 (Microsoft Taiwan)
08. 來思比科技股份有限公司	08. 台灣新思科技股份有限公司
09. 長庚醫療財團法人	09. 台灣賓士股份有限公司
10. 財團法人車輛研究測試中心	10. 台灣戴姆勒商車亞洲股份有限公司
11. 財團法人溫世仁文教基金會	11. 法商東方匯理銀行
12. 區塊科技股份有限公司	12. 星野集團
13. 國泰世紀產物保險股份有限公司	13. 美商謀智股份有限公司台灣分公司
14. 國泰金融控股公司	14. 英屬開曼群島商慧康生活科技股份有限公司台灣分公司
15. 國泰建設股份有限公司	15. 香港商台北當代藝術博覽會有限公司
16. 悠遊卡股份有限公司	16. 香港商科科串流股份有限公司台灣分公司
17. 碩網資訊股份有限公司	17. 香港商雅虎資訊股份有限公司 (Yahoo! 奇摩)
18. 臺虎精釀股份有限公司	18. 就肆電競股份有限公司
19. 藥華醫藥股份有限公司	19. 福特六和汽車股份有限公司
	20. 優力國際安全認證有限公司 (UL)
	21. 趨勢科技股份有限公司
	22. 關島觀光局

備註：依公司名稱筆劃排列。

前一年度發行之「2019 年頤德事業群永續報告書」，獲 TCSA 台灣企業永續獎白金獎最高殊榮肯定。今年的永續報告延續上一年度「傳·誠」的主軸。重視「傳承」經營面的視野、思維，以及管理面的技能及經驗。誠為本，累積專業能力。當面臨環境與市場的高度變化時，持續創新與突破，與客戶、協力夥伴在永續的路上齊成長。



## 1.3 利害關係人議合與溝通

GRI 102-40、102-42~44

本報告書之撰寫參考 AA1000 利害關係人議合標準 (AA1000 Stakeholder Engagement Standard, SES)，透過依賴程度、關注程度、影響力、責任及多元觀點 5 大原則，建立利害關係人議合的管理流程。此外，我們更進一步依據全球永續趨勢及企業營運發展目標，檢視頤德在治理、經濟、環境及社會等面向的議題，藉由不同溝通管道蒐集利害關係人的意見，並進行回應。



## 利害關係人溝通管道

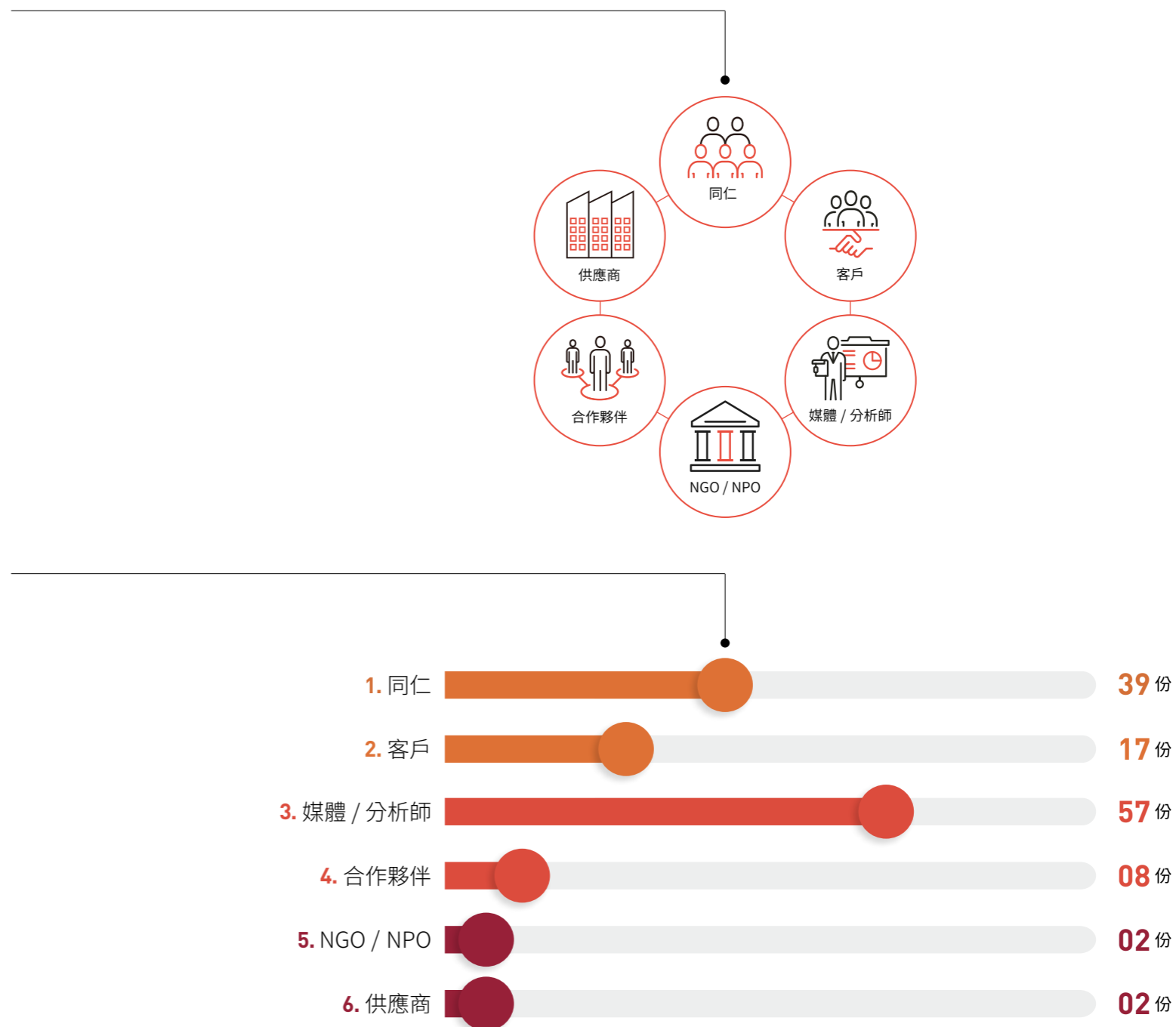
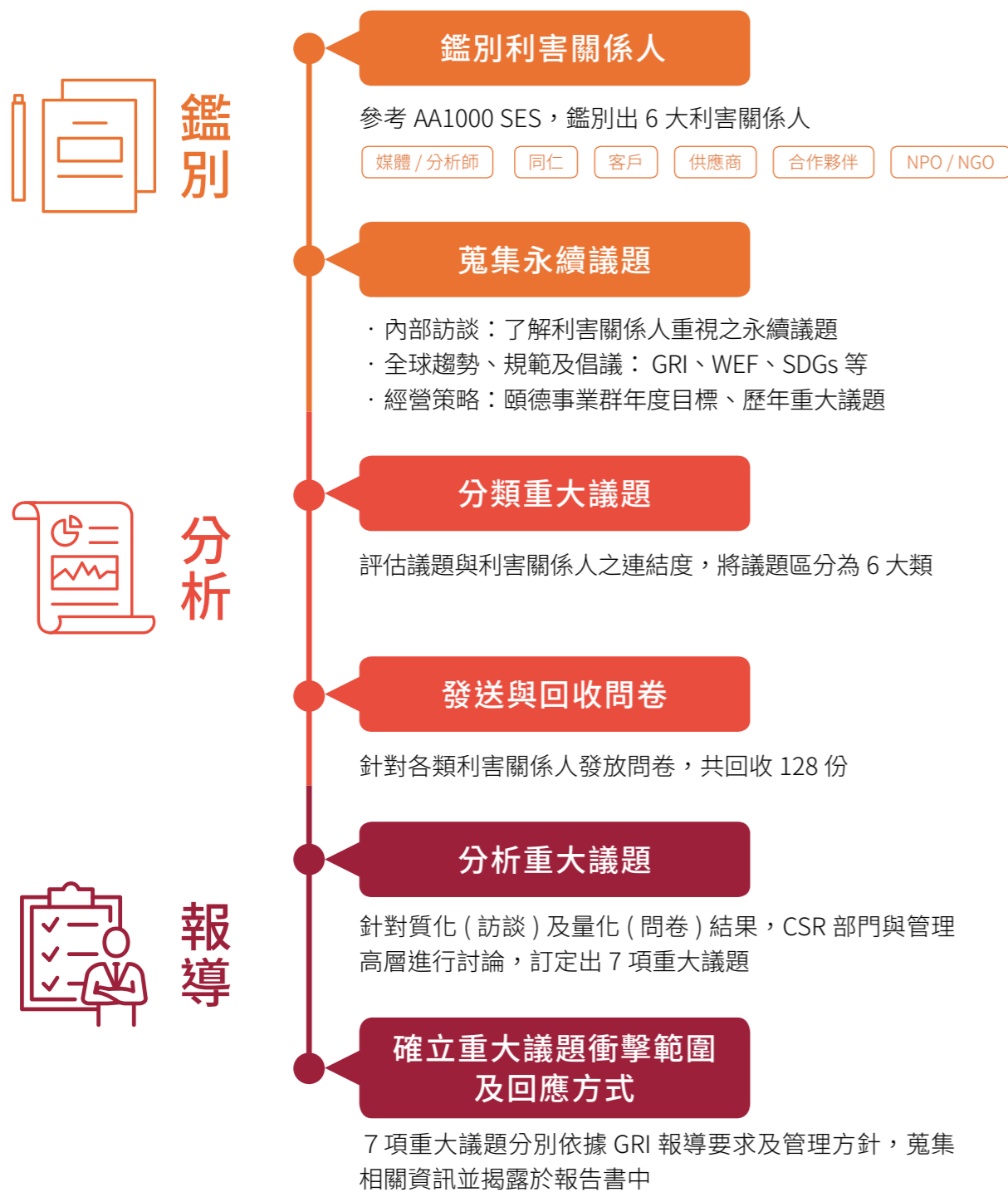
利害關係人	對頤德重要性與意義	議合方法	關注議題	議合結果及因應之道
客戶	提供優質與高滿意度的服務，是頤德對客戶最基本的責任。透過彼此的合作，與客戶創造相互成長的夥伴與信任關係	<ul style="list-style-type: none"> <li>電話與電子郵件 (每日)</li> <li>專案會議 (不定期)</li> <li>檢討會議 (不定期)</li> <li>依據客戶建立的 LINE 群 (每日)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>專業的服務品質 *</li> <li>產業趨勢掌握 *</li> <li>資訊安全與客戶隱私保護</li> <li>新興媒體與社群媒體掌握</li> <li>媒體關係維護</li> <li>市場拓展</li> </ul>	第四章
同仁	每位同仁都是頤德最珍貴的夥伴，頤德提供一個幸福共享的友善職場，讓擁有「頤德 DNA」的同仁皆能在自己的崗位上發揮所長	<ul style="list-style-type: none"> <li>主管業務會議 (每月)</li> <li>年度 Kick-off 會議 (每年)</li> <li>每月慶生會 (不定期)</li> <li>電話與電子郵件 (每日)</li> <li>Skype 通訊溝通 (每日)</li> <li>頤德一家 LINE 群 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司薪資制度 *</li> <li>職涯升遷與規劃</li> <li>公司理念一致</li> <li>公司福利制度</li> </ul>	第二章 第三章
媒體 / 分析師	適時、適地、適人提供清楚且合宜的資訊，為客戶爭取最有效地正面披露，搭建客戶與媒體 / 分析師間溝通互動的橋樑是我們工作核心	<ul style="list-style-type: none"> <li>電話與電子郵件 (每日)</li> <li>傳真 (不定期)</li> <li>媒體餐敘 (不定期)</li> <li>依照客戶建立的媒體 LINE 群 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新聞議題掌握程度 *</li> <li>產業趨勢掌握 *</li> </ul>	第四章
合作夥伴	頤德多數專業服務需透過合作夥伴相互合作、連結，才得以發揮最大成效，因此與各領域合作夥伴共同發展更優質及永續的服務，是我們重要且不斷持續精進的價值	<ul style="list-style-type: none"> <li>電話與電子郵件 (每日)</li> <li>專案會議 (不定期)</li> <li>檢討會議 (不定期)</li> <li>依照各專案建立的 LINE 群 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>專業的服務品質 *</li> <li>專案合作經驗</li> </ul>	第四章 第五章
NGO / NPO	促進社會共好，是頤德不斷實踐的永續價值，因此搭建 NGO / NPO 與企業間的橋樑，並推展社會公益計畫發揮加乘的社會影響力，是我們做為居中媒合角色的重要任務	<ul style="list-style-type: none"> <li>電話與電子郵件 (每日)</li> <li>專案會議 (不定期)</li> <li>檢討會議 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>合作夥伴關係維護</li> </ul>	第五章
供應商	頤德與供應商維繫穩定的夥伴關係，共創雙贏	<ul style="list-style-type: none"> <li>電話與電子郵件 (每日)</li> <li>專案會議 (不定期)</li> <li>檢討會議 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>溝通順暢與透明度 *</li> <li>付款交期</li> <li>商業合作互利</li> </ul>	第四章 第五章

備註：以 \* 標註為本報告書之重大議題。

## 1.4 重大議題分析流程

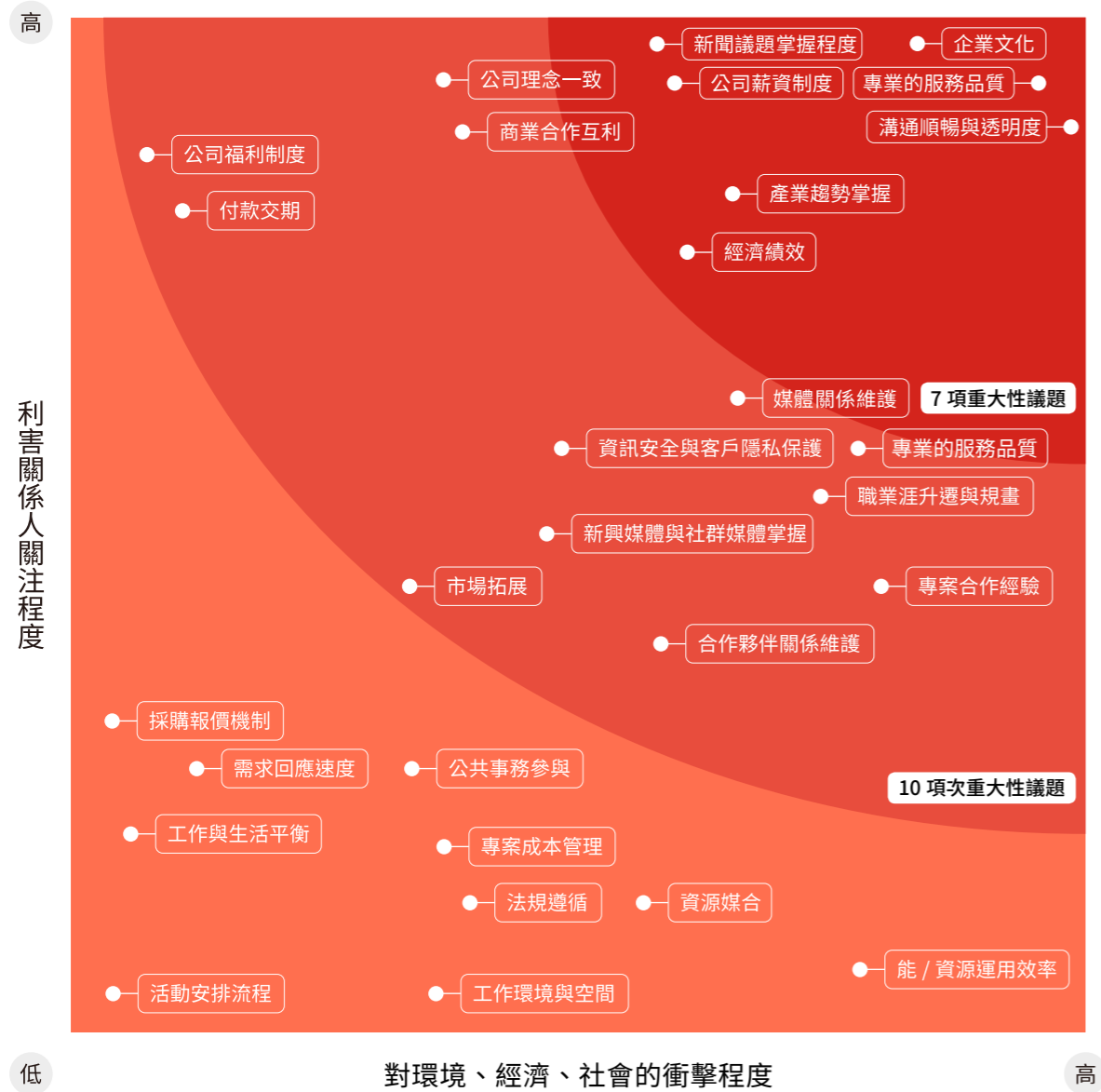
GRI 103-1、102-46

頤德參考 AA1000 SES 鑑別 6 大利害關係人，並參考全球永續趨勢、頤德的經營策略及內部訪談的結果擬定重大議題。每 2 年進行一次重大議題分析。遵循鑑別、分析、報導的流程，與利害關係人進行互動，並持續管理頤德的重大議題。



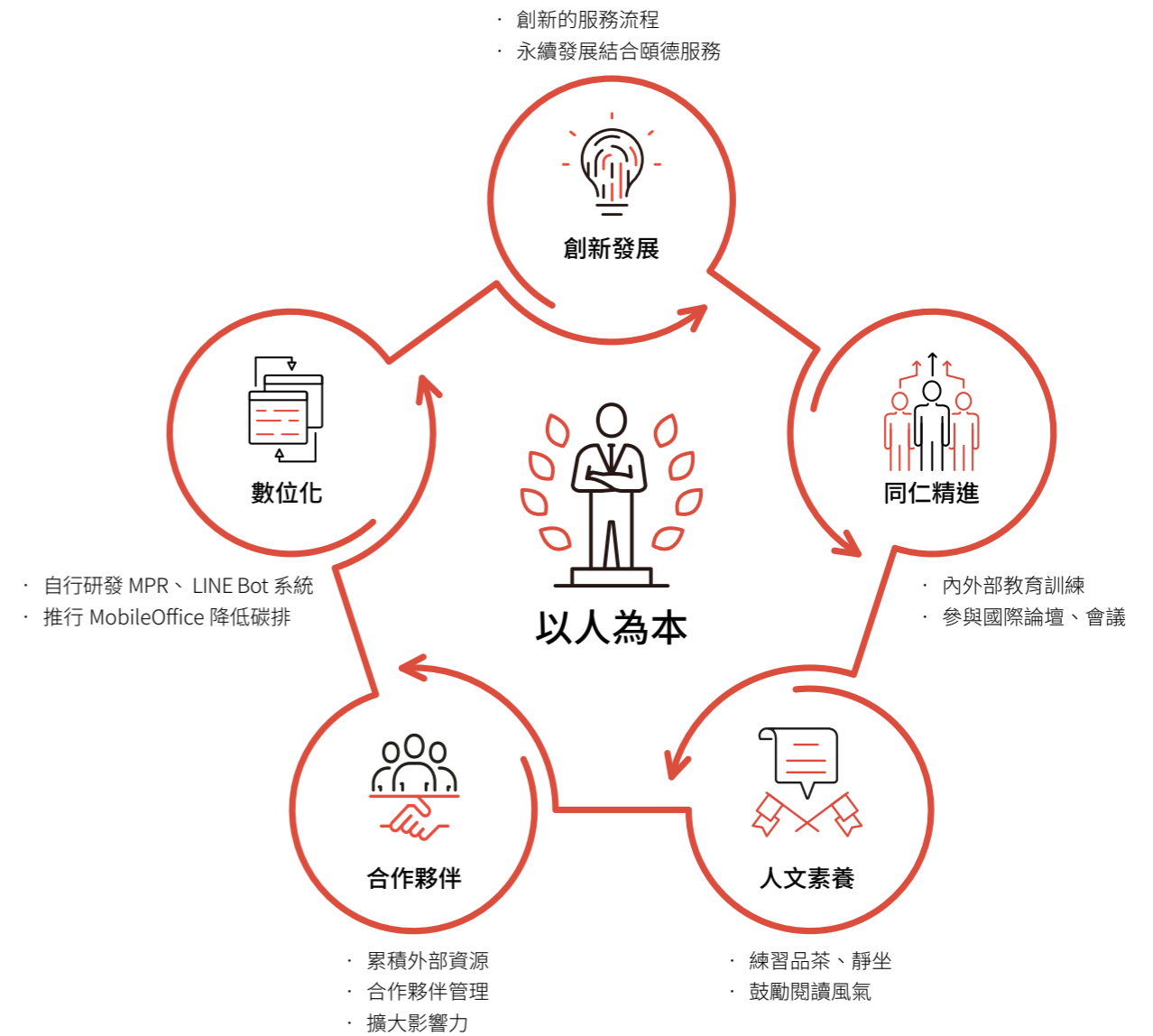
## 2019 頤德事業群重大議題矩陣

重大議題矩陣中，落在 Tier1 之 7 項議題為本報告的重大議題，頤德訂有管理方針並於各章節進行回應。落在 Tier2 以下之 21 項議題，我們將持續追蹤關注其衝擊程度，並於本報告中適度回應相關內容。



## 頤德事業群價值鏈

頤德事業群以「專業 x 國際 x 人文 x 永續 x 創新」為發展方向，自許為公關服務業的溝通專家。豐富的知識涵養與溝通技巧是頤德的核心價值。與傳統製造業不同，我們的價值鏈以「人」為中心，在每一個階段創造不同的價值。





## 1.5 重大議題說明

GRI 102-46、103-1

經重大議題分析及頤德經營高層評估討論，我們界定出重大議題的衝擊範圍，並依據 GRI 準則主題與管理方針 ( Management Approach ) 進行資料蒐集，於本報告書說明頤德如何管理與 7 項重大議題相關之經濟、社會及環境衝擊。並對接聯合國永續發展目標 ( SDGs )，強化頤德各專案的永續內涵。

備註 1：以符號表示組織對於重大議題的涉入程度，▲表示直接產生衝擊；●表示促成衝擊；■表示藉由商業關係造成衝擊。

備註 2：經報告編撰小組內部討論、衡量公關產業特性，並參照 GRI G4 媒體及會議籌辦單位行業揭露，調整「專業的服務品質」、「溝通順暢與透明度」、「新聞議題掌握程度」3 項議題之重大主題，分別對照至 GRI G4 M2、GRI G4 M3、GRI G4 M6 及 GRI G4 M7。

重大議題	對頤德永續發展的重要性和意義	對應 GRI 揭露項目	頤德事業群價值鏈					主要回應章節	
			創意發展	同仁精進	人文素養	合作夥伴	數位創新		
 專業的服務品質	 持續創造服務品質升級，並運用科技加強效率，是輔助頤德事業群永續發展的重要推動力	GRI G4 M2 GRI G4 M3							第四章
 企業文化	 每位同仁都是家人，讓每位頤德人對公司企業文化有深切的認同感是我們的使命；讓同仁藉此凝聚向心力，更是我們持續努力的目標	企業議題							第二章
 溝通順暢與透明度	 與利害關係人互動需要保持彼此的彈性與默契，因此順暢的溝通與透明度是合作的先決要件	GRI G4 M6							第四章
 新聞議題掌握程度	 新聞資訊更新速度極快，如何精準掌握並即時傳遞，是頤德需要持續精進的重要課題	GRI G4 M7							第五章
 公司薪資制度	 提供合理的薪資及福利是企業的責任，也是公司對同仁價值貢獻肯定的一部分，唯有合理的薪酬福利，才能吸引並留住好的人才	GRI 202：市場地位 GRI 401：勞雇關係 GRI 402：勞資關係							第三章
 產業趨勢掌握	 掌握產業脈絡，動態調整商業與溝通策略，是頤德內部需要傳達給同仁與增值客戶的必要智慧資本	企業議題							第四章
 經濟績效	 持續展現經營與治理績效，是頤德永續發展在財務資本上的基礎，幫助我們創新服務上的投入發展	GRI 201：經濟績效							第二章

## 1.6 擘劃永續藍圖 頤德的發展目標

頤德著重與利害關係人溝通及交流，故藉由多元管道與不同的利害關係人互動。並分析、瞭解利害關係人關注之議題與需求，做為頤德實踐企業社會責任的根基。

2019 年頤德共鑑別出 6 大利害關係人，以及 7 項重大議題，藉由高層主管共同擬定管理方式及組織目標，訂立各面向之短、中、長期目標。

2019 年重大議題	利害關係人	公司願景	2019 年目標達成狀況 ● 達成 ○ 未達成	短期目標 (2020 年目標)	中、長期目標 (3~5 年)
 專業的服務品質	客戶、合作夥伴	以永續為考量，及時、精確回應客戶需求	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 80% 以上之專案於 Office 365 上執行</li> <li>● 辦理 20 場在職同仁學習課程</li> <li>● 新進同仁接受基礎學習課程比例達 100%</li> <li>● 各組主管每半年與主要客戶會面 1 次</li> <li>● 客戶委託之新專案媒體平均出席率達 113%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 80% 以上之專案於雲端管理系統 (例如：Office 365) 上執行</li> <li>● 推動同仁每人每年增加 1 項以上的專長 (例如：攝影、主持、專案規劃...)</li> <li>● 新進同仁接受基礎學習課程比例達 90% 以上</li> <li>● 各組主管每季與主要客戶會談至少 1 次</li> <li>● 完成 SRP 專案管理系統建置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持續透過多元學習，提升全員專業態度、能力以及服務品質</li> <li>● 建置具有前瞻性的營運管理系統，並持續檢討並改善精準作業程序，以達到工作流程精簡及優化</li> <li>● 提供新型態服務模組與創新服務方案</li> <li>● 整合線上活動的職能，提升線上活動專業度</li> <li>● 增加 3~5 位高階專業經理人</li> <li>● 提升客戶滿意度，增加專案中的創新元素，並整合永續理念 (例如：ESG、SDGs... 等議題) 於專案規劃和執行中提供新型態服務模組與創新服務方案</li> <li>● 提供新型態服務模組與創新服務方案</li> <li>● 3 年內，每組每年至少 1 個專案達成 1 項指標</li> <li>● 5 年內，每組每年至少 3 個專案各達成 1 項指標</li> </ul>
 企業文化	全體利害關係人	和諧、共好、豐盛、永續	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品茶人文素養分享達 40 次以上</li> <li>○ 舉辦 0 場讀書會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品茶人文素養分享達 25 次</li> <li>● 每周 1 場陸羽茶經研讀會</li> <li>● 舉辦 6 場同樂會暨讀書分享學習活動</li> <li>● 落實行動辦公制度，每人每月平均 MO 天數達 3 天以上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 培養同仁誠信有禮及文化修養</li> <li>● 頤德與全體同仁持續往和諧、共好、豐盛、永續的方向邁進</li> </ul>
 溝通順暢與透明度	客戶、供應商	互相尊重與三贏 (客戶、供應商及公司)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 客戶服務使用 Line 群組互動比例達 85%</li> <li>○ 前 20 大供應商中，自行到營運管理系統進行報價與請款的比例為 25%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 80% 以上客戶服務使用 Line 群組互動</li> <li>● 前 20 大供應商中，自行到專案管理系統進行報價與請款的比例達 70%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 提升與客戶、供應廠商等利害關係人的合作關係</li> <li>● 運用社群科技，提升與客戶及供應商的溝通透明度</li> <li>● 讓供應商可直接於線上系統獲取最新的合作資訊，並在系統上完成報價、採購與請款等程序</li> </ul>
 新聞議題掌握程度	媒體 / 分析師	了解媒體動態與產業趨勢，並提出具創意議題之建議與規劃	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 依各專案客戶需求，監測輿情，設定與客戶及競品相關之監測關鍵字 / 詞約 50 組</li> <li>● 針對長約客戶，在獲知負面議題事件後，須在 1 小時內回報客戶並依 SOP 溝通後續處理方式</li> <li>● 重大訊息揭露、公關活動、或危機事件結束後，須於 7 日內提供輿情資訊完整彙報</li> <li>● 所有專案結束後，100% 於 1 週內與客戶進行專案檢討會議或提交結案報告，並包含進行新聞披露的比較與議題分析，確認媒體議題焦點的掌握度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 依長約客戶與專案需求，持續監測輿情，並至少每季一次檢視或調整客戶、競品及產業相關之監測關鍵字 / 詞</li> <li>● 針對長約客戶，在獲知負面議題事件後，須在 1 小時內回報客戶並依 SOP 溝通後續處理方式</li> <li>● 客戶的重大訊息揭露、公關活動、或危機事件結束後，100% 於 1 週內與客戶進行專案檢討會議或提交結案報告，包含進行新聞披露的比較與議題分析，確認媒體議題焦點的掌握度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 建置新的輿情分析系統，提升同仁掌握新聞議題的效率與速度</li> <li>● 定期製作輿情整理報告，彙整新聞議題，強化同仁新聞議題掌握能力</li> </ul>
 公司薪資制度	同仁	創造同仁能安身立命的制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持續提撥營業淨利 40% 做為同仁績效獎金</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 持續提撥營業淨利 40% 做為同仁績效獎金</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 穩定提供完善的薪酬、績效獎金與租屋津貼</li> <li>● 讓頤德同仁生活安穩、精神有所寄託，達到安身立命之願景</li> </ul>
 產業趨勢掌握	客戶、媒體 / 分析師	靈活運用策略因應全球產業翻轉之趨勢	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 監測輿情，設定與整體產業趨勢相關之監測關鍵字 / 詞達 50 組以上</li> <li>● 根據所蒐集之產業趨勢相關分析及統計調查，撰寫並發布新聞稿與相關文章達 406 篇</li> <li>● 100% 完成同仁晉升前產業趨勢訪談</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 根據所蒐集之產業趨勢相關分析及統計調查，撰寫並發布新聞稿與相關文章達 300 篇以上</li> <li>● 100% 完成同仁晉升前產業趨勢訪談</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 建置新的輿情分析系統，提升同仁掌握產業趨勢的效率與速度</li> <li>● 規劃相關課程，強化同仁產業趨勢掌握能力</li> </ul>
 經濟績效	全體利害關係人	追求績效合理化取代績效極大化方能永續	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 衡量各組業績目標達成率，純益率穩定成長 3.87%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 衡量各組業績目標達成率，純益率穩定成長 5.5%</li> <li>● 啟動內部創業機制，並完成制定內部作業辦法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 策略化整合內、外部資源，專業分工</li> <li>● 財務透明化，管控專案費用，制定專案成本管理機制</li> <li>● 全面提升同仁經營管理能力</li> <li>● 持續舉辦專案財務相關課程，提升同仁財務管理能力</li> <li>● 積極拓展關聯市場業務，並以績效合理化取代績效極大化，穩健邁向永續發展</li> </ul>

# 02

## 以人為本 翻轉文化



### 頤德的永續願景

GRI 103-2、103-3

以「傳·承育·才」為根本，傳承以人為本的理念。將同仁視為夥伴及家人，以「誠」相待，並重視文化素養及內涵培養。同時，訂立相關業務目標，追求經濟績效穩健成長，持續將誠信的力量向外發散，為社會注入更多美好的力量。

重大議題	企業文化	經濟績效
權責單位	<ul style="list-style-type: none"> <li>經營管理階層 / 各組主管 / 人資部門</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>各組主管 / 財務部門</li> <li>各組績效與獎勵機制將有直接相關，盈餘回歸各組依照個人績效做合理分配</li> </ul>
人力或資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>人力：經營管理階層 / 各組總監 / 人資部門共 9 人</li> <li>資源：品茶會、書籍及靜坐補助</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>根據各組專案之規模大小，提供適當的專業人力</li> <li>依照專案型態，以跨組共作的方式，發揮彈性多元服務的綜效</li> </ul>
行動方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>文化薰陶：每週舉辦品茶會，藉由品茶打開感官覺知，透過文化薰陶，增進對外在事物的感受及敏銳度</li> <li>知識拓展：於書報間提供可自由取閱之報紙、雜誌及週刊。另有每月書籍補助費用，協助同仁靜心及增長知識</li> <li>定心靜坐：鼓勵同仁學習靜坐，讓心智空間得以擴張，並將所學之知識沉澱、吸收</li> <li>全員同樂：每月舉辦公司同樂會，分享產業新知與生活點滴</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>強化專業能力：依照職級、工作需要及發展方向，規劃相對應的學習課程，針對中高階經理人，建議與鼓勵參與外部專業課程，吸收即時的產業資訊與國際新知</li> <li>職涯規劃：人資主管及直屬主管將定期訪談同仁，推薦合適的職涯發展規劃與學習課程建議。並設有內部認證與組別輪調制度，讓同仁能適才適所發展</li> <li>經驗傳承：頤德鼓勵各組與同業 / 同儕於工作之餘進行交流。在重要會議上，分享各組在策略規劃、執行過程、專案衡量等面向的相關經驗。以多元經驗傳承的方式，應對快速變化的市場，保持產業領先地位</li> <li>跨組共做：藉由跨組共做提高服務的附加價值</li> <li>夥伴合作：強化外部連結，建構與外部專業夥伴的合作模式</li> </ul>
溝通方式及管道	<ul style="list-style-type: none"> <li>同仁皆可與經營階層及人資部門面對面進行溝通</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以每月 1 次的業務會議評估績效與財務概況</li> <li>於每月 1 次的業務會議進行討論，並以 Open Door Police 與高階主管直接溝通業務規劃</li> </ul>
評估方式或結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司活動參與程度及支持度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>系統性管理量化數字：透過營運管理系統控管績效</li> <li>藉由質化回饋：透過客戶、同仁的意見回饋，快速且精準的調整、修正並執行</li> </ul>

# 02

## 以人為本 翻轉文化

### 2.1 頤德的永續治理

GRI 102-16

頤德是國內第一個整合國際企業永續發展、CSR 趨勢以及活動媒合之媒體平台，並提供國內外組織永續發展的顧問服務。頤德深耕於「企業永續」領域，提供公共關係 (Public Relations, PR)、數位行銷、視覺溝通與企業永續，以及跨區域國際活動等專案籌辦與專業服務。我們亦將聯合國永續發展目標 (SDGs) 視為企業營運發展之核心，內化 17 項永續發展目標，加速「頤德產業服務升級」的力度，提升頤德的產業競爭力。

#### 2.1.1 企業文化

企業文化涵蓋了企業經營之核心價值與信念，彰顯了企業最為獨特之處，如同個體與靈魂密不可分的關係。在人類古老文字之梵文中，「VEDA」意指「純淨的知識」與「永恆的智慧」。頤德秉持「VEDA」的美好意涵，建立誠心經營、以人為本的企業文化。在頤德的工作者皆視為平等的「同仁」，而非員工。在這裡，我們鼓勵透明且有效率的溝通方式，讓同仁在友善、互助且附有歸屬感的環境下工作，激盪出開創的思維。因應產業現況從「製造密集」走向「創意與行銷密集」的新知識經濟時代。



頤德提供開放式的辦公空間，讓同仁在彈性的工作環境中一同開創思維



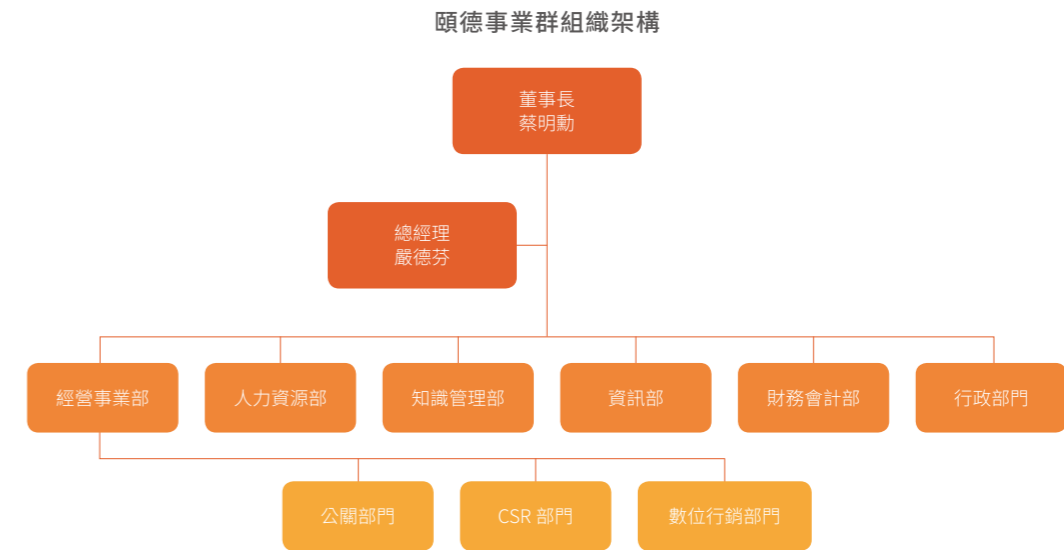
藉由每週品茶會培養同仁默契，並交流、分享知識

「以人為本」是頤德永續發展的重要基石，亦是企業文化的核心。我們透過策略性規劃，提供同仁順暢的回饋管道。頤德發展企業文化的各項計畫皆以人為主體，不分階級地參與頤德文化創新的過程。每年舉辦「Kick-Off Meeting」討論年度營運方向，並藉由每月的「同樂會」分享新知、互相砥礪；而每週的「分享茶會」，則能陶冶性情，培養默契。期待能觸發同仁對於工作的創新熱情，發揮每一位同仁的潛能。

### 2.1.2 公司治理

GRI 102-18、202-2

良好的公司治理是企業永續發展的基石，頤德以董事會為最高治理單位，落實經營者責任、保障股東權益，並兼顧利害關係人的利益。管理階層應提供有效、透明、誠信的監督與管理機制，激勵企業善用資源、提升工作效率，並提升競爭力，為企業與社會創造永續價值。「頤崇天德」是頤德成立至今一路以來的堅持，確切地落實、執行各項公司治理機制、提升資訊透明度，展現頤德企業永續經營之精神。



備註：頤德所有高階管理者皆為本國籍人士。

### 2.2 風險管理 迎向機會

GRI 102-11

頤德永續報告編撰小組成員是由跨部門的同仁所組成，因此兼具專業的危機管理與永續思維。小組成員每年定期討論頤德的風險管理流程。以鑑別、評估、回應、檢討的方式，針對「財務風險」、「業務風險」、「法規風險」、「氣候風險」、「資安風險」，以及 2020 年初爆發的「疫情風險」，設定管理機制，降低風險或危機事件發生時對頤德的衝擊。

風險類別	衝擊影響	管理機制與方式
<p>財務風險</p>	攸關頤德營運永續性，若出現財務資金缺口，將導致內部經營中斷，影響價值鏈的營運狀況	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 衡量各組業績目標達成率，隨時檢視營運績效，絕不負債經營</li> <li>· 合理的管控專案費用，制定專案成本管理機制</li> <li>· 專案財務教育課程</li> <li>· 財務透明化，與往來銀行保持良好互動</li> <li>· 秉持「不漏開一張發票」的原則，並嚴格遵守國稅局相關法規</li> </ul>
<p>業務風險</p>	影響頤德的財務狀況，客戶服務品質與同仁素質	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 持續拓展相關市場業務</li> <li>· 每月不定期召開業務會議，檢視經營績效，強化各組間的合作，協助各專案順利執行</li> <li>· 透過專案系統化及財務公開透明化，塑造誠信的企業文化</li> <li>· 每份合約簽署均經董事長審核，讓公司業務風險最小化</li> </ul>

 <p>法規風險</p>	<p>法規遵循與否將影響頤德營運狀況及服務品質，頤德以優於法規的原則強化公司內部制度，以降低相關風險影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 致力遵循法規，嚴格執行「個人資料保護法」，維護利害關係人隱私</li> <li>· 運行 MPR ( Mobile Public Relation ) ( 備註 ) 營運管理系統，以身份識別，權限分級控管，確保資訊安全</li> <li>· 每日固定搜尋管理 CSR 相關政策及資訊，提升因應的即時度</li> </ul>
 <p>氣候風險</p>	<p>全球環保意識升溫，客戶對於頤德所提供之專案服務，也會要求符合嚴謹的環保標準，而極端氣候也會提升營運中斷的風險</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 確認頤德服務客戶之各專案符合國際環境保護趨勢</li> <li>· 發揮專業的溝通能力，並向合作夥伴、客戶宣導，以嚴謹的態度面對氣候變遷所帶來的衝擊</li> </ul>
 <p>資安風險</p>	<p>資訊爆炸時代，資安風險成為現今企業面臨的威脅之一。透過加強公司對於個資與資訊安全之管理，降低企業資安風險疑慮</p>	<p>因應歐盟個資法 General Data Protection Regulation (GDPR)：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 加強宣導同仁在執行業務時，對合作夥伴、客戶個資之保護</li> <li>· 建立內部專案資料庫的權限控管</li> </ul> <p>面對駭客勒索病毒攻擊：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 聘用專業人員維護頤德事業群網路使用的安全</li> <li>· 加強對於頤德網路防火牆之監測</li> <li>· 透過定期宣導，要求公司同仁皆使用正版之軟體，並避免點擊來路不明之連結</li> </ul>
 <p>疫情風險</p>	<p>疫情衝擊導致客戶在家辦公以及實體活動無法舉辦，直接影響到公司的營收，使得上半年的營收相較去年減少 6%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 成立頤德防疫小組，並迅速頒布各項疫情防護相關政策及管理辦法</li> <li>· 鼓勵同仁在家辦公，必須進辦公室的同仁也確實落實早、午量測體溫，要求訪客填寫健康聲明書以及戴口罩的管理機制</li> <li>· 以線上會議保持跟客戶的接觸，並以線上直播取代實體的活動</li> <li>· 評估各種線上直播及會議軟體，並建立完整的線上活動作業準則與標準服務流程</li> <li>· 增加媒體訪問、媒體合作、新聞稿、影音拍攝等非大量接觸性服務，降低無法舉辦實體活動對於公司營運造成的衝擊</li> </ul>

備註：MPR ( Mobile Public Relation ) 營運管理系統為頤德首創，累積公關產業多年經驗所建置之系統。協同同仁快速聯繫媒體並進行專案管理。

### 內部稽核制度

**財務面向：**我們以獨有的 MPR 營運管理系統運行財務會計流程，透過層層覆核的管理流程，由會計人員、各級主管及企業高層審核。並輔以線上簽核系統進行文件簽核，確保財務資訊無重大不實或錯誤。

**業務面向：**專案規劃與執行過程中，透過執行人員與管理人員把關服務品質。服務提供後，各組主管每半年皆會與主要客戶進行面對面溝通，持續優化服務品質。

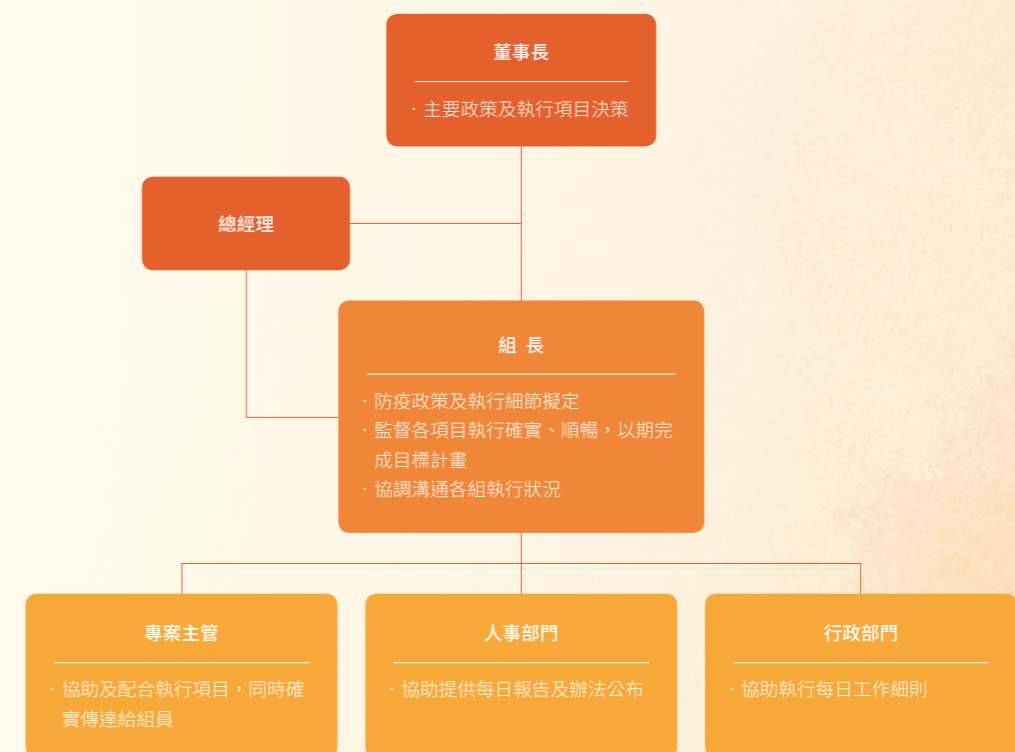
## 2.2.1 COVID-19 頤德因應特輯 - 營運篇

COVID-19 新冠肺炎於 2020 年初爆發，隨即迅速的擴散至周邊國家，延燒到世界各地，大幅的改變人們的生活及工作模式。頤德於 2002 年歷經了 SARS 疫情後，已針對未來可能的上班模式進行風險評估與超前部署，力推遠端行動辦公 ( Mobile office ) 的制度，並將平日同仁作業逐步轉往線上。因此，在今年疫情爆發之初，頤德同仁皆能迅速應變，維持公司營運。此外，針對此一重大公衛安全事件，頤德於 2020 年 3 月正式成立頤德防疫小組，並迅速頒布各項疫情防護相關政策及管理辦法，同時嚴格要求同仁與訪客遵守，與社會大眾並肩作戰。

### 成立頤德防疫小組

頤德防疫小組由董事長擔任召集人，並負責主要政策及執行項目之決策；防疫小組組長則負責防疫政策及執行細節擬定，監督與協調各項目執行狀況。透過防疫小組的成立，希望能確實檢視環境衛生，改變同仁生活及飲食習慣，提升整體保護力，降低感染及傳播機會，保護同仁及其家屬不染病，並透過此次的防疫過程，提升全體同仁重視自身及環境，以及尊重生命。

### 頤德防疫小組組織架構與工作職掌



## 頤德防疫管理辦法

### 差旅與會議管理



- 暫停國外差旅，自國外入境者，需進行 14 天居家檢疫，如有接觸國外入境親友者，請進行自主健康管理
- 公司內部及客戶會議，透過會議軟體改為線上進行，如需進行實體會議或現場活動，則須在 Outlook 公司行事曆登記時間及地點

### 辦公室環境與訪客管理



- 同仁分流上班，並按組別區隔於第一及第二辦公室
- 外部訪客一律先測量體溫及酒精手部消毒，同時填寫訪客健康聲明書
- 實習生一律在家辦公，如需要進入公司請該員負責主管，透過正式信件或防疫 Line 群組申請

### 個人健康管理



- 同仁於每日辦公時間，需早、午測量體溫並記錄
- 避免出入人多之公共場域

### 居家辦公辦法



- 防疫期間，除非必要進入辦公室，同仁盡量在居家 / 租屋處進行辦公，不受行動辦公政策的天數限制
- 辦公地點只允許在居家 / 租屋處，其他地點需要事先提出申請，並獲得主管、HR 核可



### 業務的衝擊與因應

由於疫情的衝擊，導致與客戶的溝通以及活動等地舉辦，都必須以防疫為最高指導原則。因此，許多實體活動包含記者會、發布會、品牌活動、異業合作等等，皆配合防疫政策而取消。然而，在疫情中，頤德團隊以創新與彈性與超前部署的能力，與客戶攜手向前，完成許多不可能的任務。有關頤德在疫情衝擊之下的業務因應，詳見 4.1.5 疫情中的創新服務。

## 2.3 頤德的經營成果

成立 27 年以來，頤德始終自我期許為「負責任的永續企業」，並發揮傳播溝通核心職能，努力朝向為「達成社會正向影響力而溝通」(Communicate for social impacts) 之目標。2019 年頤德總營收達新台幣 122,707,543 元，營業毛利率達 28.51%，較去年增加了 5.35%。在近年來品牌溝通服務業持續低迷的情況下，頤德能夠連年成長，實屬難能可貴。

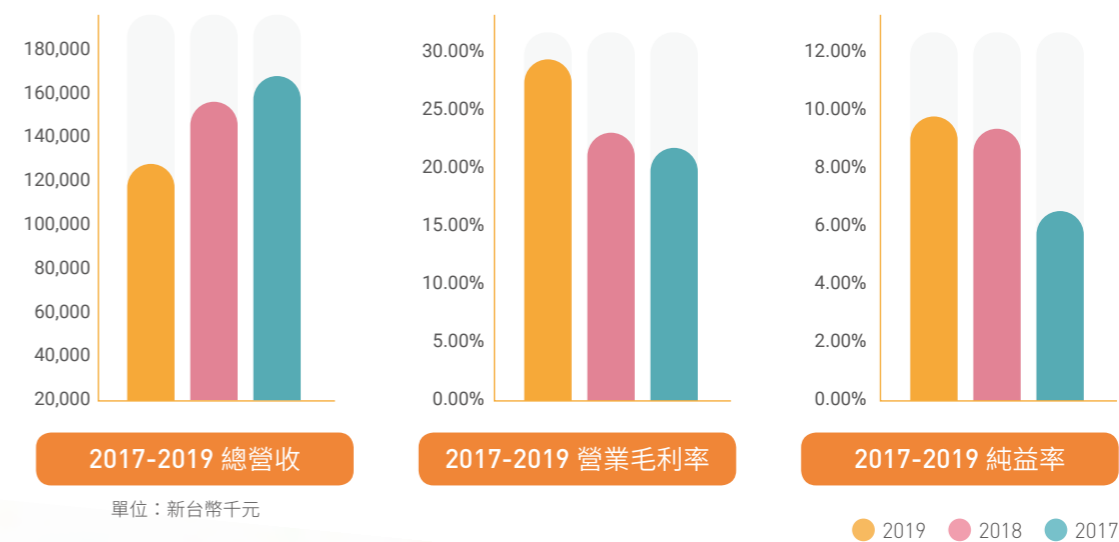
### 2.3.1 財務績效

GRI 201-1

保持營運獲利的成長，是持續帶動企業永續發展的主要引擎。近年來，頤德除了持續專注於自身公關與行銷產業的發展之外，更投入大量心力深耕「永續創新」之企業社會責任領域，以強化體質並提升長期競爭力，展現頤德「價值導向」的豐碩成果。

項目 / 年份	2019 年	2018 年	2017 年
年營收入總額	122,707,543	158,899,544	168,600,647
年營業成本	87,342,872	122,016,672	131,803,263
營業毛利	34,837,014	36,774,502	36,682,281
營業毛利率	28.51%	23.16%	21.77%
純益率	9.81%	9.45%	6.04%

註：單位—新台幣元



### 2.3.2 能資源管理

GRI 302-1、302-3、303-1

企業的永續經營，須建立在與環境長存的條件之上。過度的碳排放所造成之氣候變遷，以及不斷發生的極端氣候災變，更是當前國際社會和台灣須共同面對、承擔並攜手解決的議題。因此，頤德認為，企業永續除了需要依靠內部公司治理之外，更須透過管理，降低營運所產生之環境與社會的外部成本。

因此，除了透過 CSRone 永續智庫向近萬名讀者，大量宣導友善環境之資訊以外，頤德更希望運用核心之「溝通力」，向企業與社會傳遞節能減碳、提高能資源運用的重要性。

為了以身作則，以及更有效地保護環境、減少能資源浪費，頤德透過「自然資源運用與效能管理」、「提倡綠色交通」及「綠色採購」之三大行動策略方針，實踐頤德之社會責任。

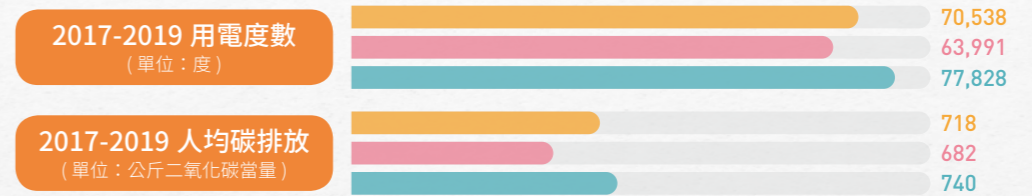


自然資源運用及效能管理		
冷氣空調管理維護	照明使用	行政無紙化
<ul style="list-style-type: none"> <li>空調定溫於 26 度，並加強宣導隨手關門，避免冷氣外洩</li> <li>會議室使用後即關閉空調，減少能源使用</li> <li>定期派員清洗空調，提升、增加空調功率</li> <li>安裝空氣熱交換系統後，提升空調能源使用效率</li> <li>加裝遮陽板與布簾，降低室內溫度的同時，也減少空調運轉所耗費之電力</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宣導同仁座位儘量集中，減少需使用能源的辦公空間</li> <li>透過辦公室之開放空間設計，引入自然光，減少非必要照明</li> <li>每日中午皆進行關燈午休時間，提供同仁舒適的休息空間，也降低非必要照明使用時間</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>電子化內務簽核，僅有必要文件保存紙本留存</li> <li>積極宣導文件使用雙面列印，並將無法使用的紙張妥善分類回收</li> <li>採用雲端共編與電子郵件系統進行專案管理與溝通，降低紙張使用數量</li> </ul>
提倡綠色交通	綠色採購	
<ul style="list-style-type: none"> <li>減少人員因差勤而產生之能源耗用</li> <li>積極實施「行動辦公室」，減少同仁上下班所產生之碳排放量</li> <li>善用科技，提倡以電話會議方式與客戶進行溝通</li> <li>為提倡搭乘大眾運輸系統，公司提供悠遊卡，降低溫室氣體對環境的衝擊</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>辦公室使用環保清潔劑，守護環境與同仁健康</li> <li>採購環保衛生紙與擦手紙，100% 使用再生紙漿製造</li> <li>綠色茶水間：支持小農鮮乳與公平貿易咖啡豆</li> </ul> 	

### 歷年用電與碳排放量

項目 / 年份	2019 年	2018 年	2017 年
用電度數 (單位：度數)	70,538	63,991	77,828
能源耗用量 (單位：百萬焦耳 GJ)	253,937	230,368	280,181
總碳排放量 (單位：公斤二氧化碳當量)	35,904	34,107	40,686
人均度數 (單位：度數)	1,411	1,280	1,415
人均碳排放量 (單位：公斤二氧化碳當量)	718	682	740

計算方式：人均度數 = 當年度總度數 / 當年度同仁總數  
 人均碳排放 = 當年度碳排放量 / 當年度同仁總數  
 一度電 = 一千瓦 x 3600 秒 = 3.6 百萬焦耳



註 1：同仁人數以當年度 12 月在職之正職同仁總數計算。  
 註 2：頤德僅使用台灣電力公司所提供之電力，未使用其他能源。  
 註 3：2019 年碳排放量係以經濟部能源局公布之 108 年度電力排碳係數 0.509 公斤 CO<sub>2</sub>e / 度為依據。  
 註 4：2018 年碳排放量係以經濟部能源局公布之 107 年度電力排碳係數 0.533 公斤 CO<sub>2</sub>e / 度為依據，進行修正。

### 歷年用水量

項目 / 年份	2019 年	2018 年	2017 年
用水度數 (單位：度)	366	327	351
人均用水 (單位：度)	7.3	6.5	6.4

計算方式：人均度數 = 當年度總度數 / 當年度同仁總數  
 人均用水 = 當年度用水量 / 當年度同仁總數



註 1：同仁人數以當年度 12 月在職之正職同仁總數計算。  
 註 2：頤德僅使用台灣自來水公司所提供之水源，未使用其他水源。

### 2019 年用紙量

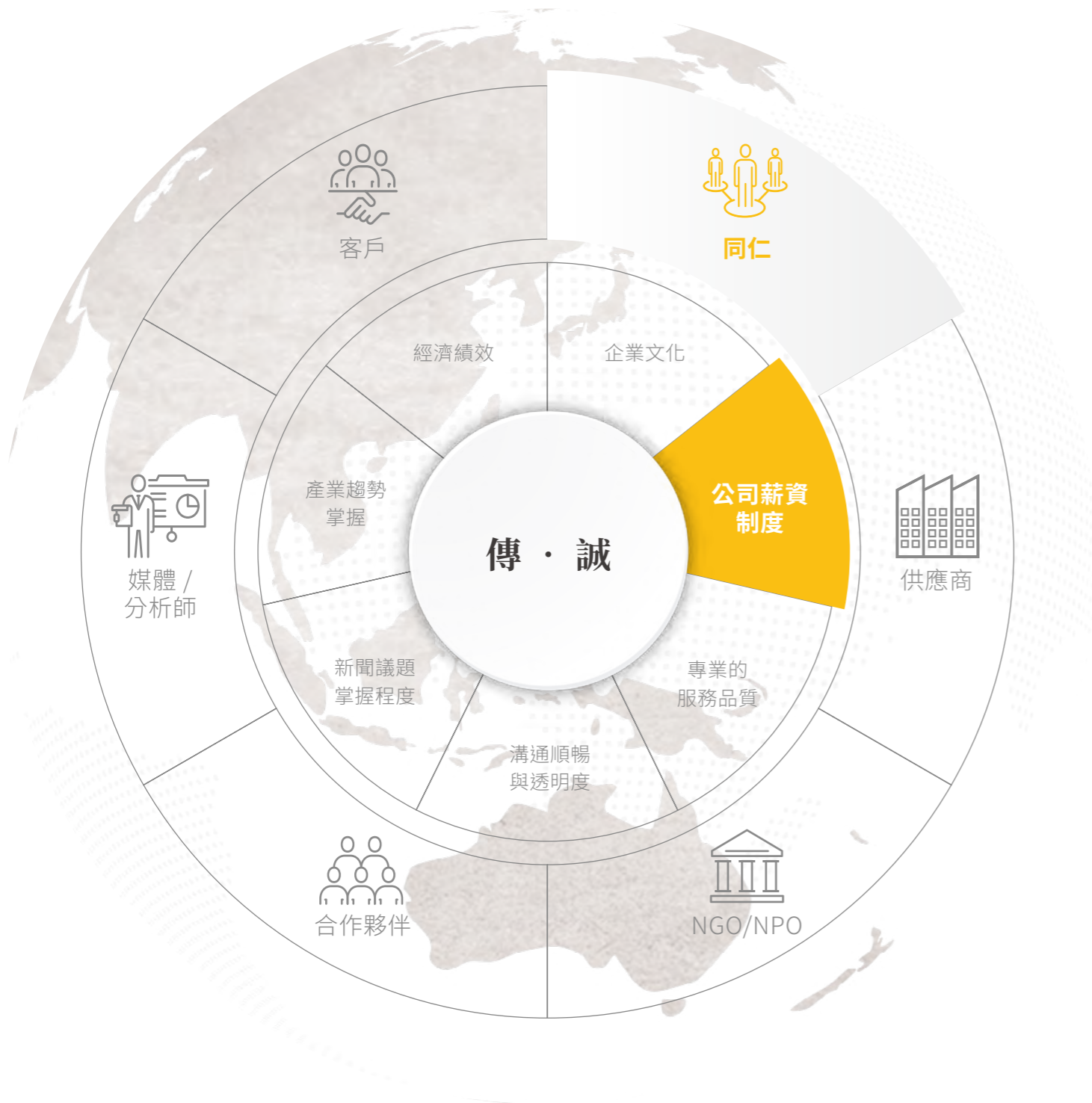
項目 / 年份	2019 年	2018 年
用紙量 (單位：張)	60,000	60,000
人均用紙量 (單位：張)	1,200	1,200

計算方式：人均用紙 = 當年度用紙量 / 當年度同仁總數

註 1：同仁人數以當年度 12 月在職之正職同仁總數計算。  
 註 2：2018 年以前之用紙量數據為估算數，不具比較基礎，故並未在此列出。

# 03

## 創新路上 頤德人的熱誠引領前行



### 頤德的永續願景

GRI 103-2、103-3

頤德以「創造同仁能安身立命的制度」為承諾，並以重視公正、平等的敘薪制度實踐企業社會責任。另一方面，主管透過「個人表現諮詢暨評鑑表」(PPCE)與同仁討論工作目標，作為評核績效表現及薪資調整之依據。

重大議題	公司薪資制度
權責單位	<ul style="list-style-type: none"> <li>經營管理階層 / 人資部門</li> </ul>
人力或資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>經營管理階層 / 各組主管 / 人資部門</li> </ul>
行動方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>提撥營業淨利 40% 並依據各組績效及個人表現做為個人績效發放</li> <li>具競爭力且平等的薪資政策</li> <li>除年終績效獎金，設有專案創意獎、貢獻獎、行車安全獎</li> </ul>
溝通方式及管道	<ul style="list-style-type: none"> <li>同仁可隨時以任何方式向人資及單位主管溝通</li> </ul>
評估方式或結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>依「個人表現諮詢暨評鑑表」(PPCE)為同仁薪資調整之依據</li> <li>內部認證系統作為同仁晉升標準評核依據</li> </ul>



# 03

## 創新路上 頤德人的熱誠引領前行

### 3.1 頤德人的舞台

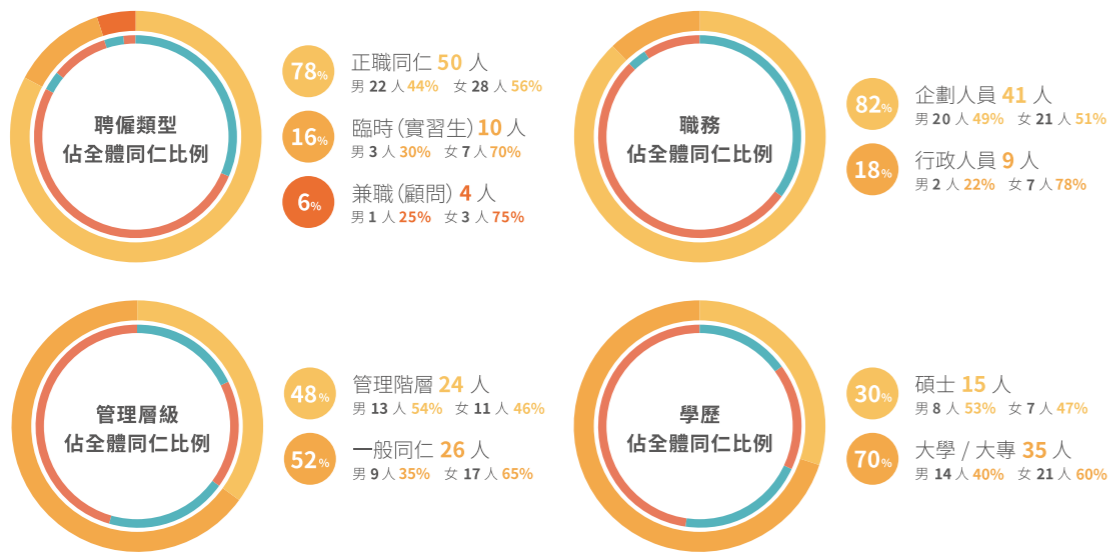
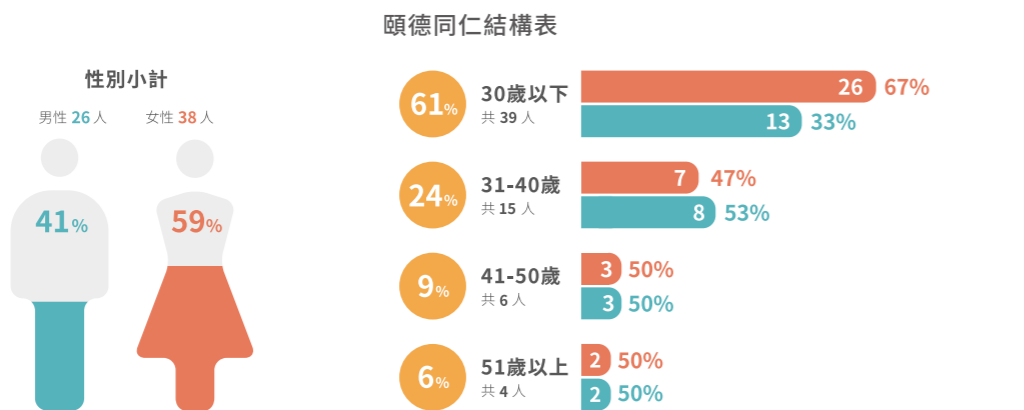
#### 3.1.1 同仁概況

GRI 102-7、102-8、401-1

##### 兼容平等的頤德大家庭

頤德創立至今，嚴格遵守台灣《勞動基準法》制定相關人事規章。不因個人性別、國籍、年齡、宗教信仰、種族等外在因素，對其任聘、考核、升遷有任何影響。堅持「零歧視」是對個人基本的尊重。

「人才」是頤德最重要的資產。在頤德，我們不用職級稱呼彼此，大家都是一起打拼的「同仁夥伴」。截至 2019 年底共有 50 位正職同仁任職於頤德，另外還有實習生 10 位，為頤德注入年輕創意的活力；更有 4 位專業的顧問群，強化頤德人的多元陣容。



備註 1：上表以 2019 年 12 月數據計算。

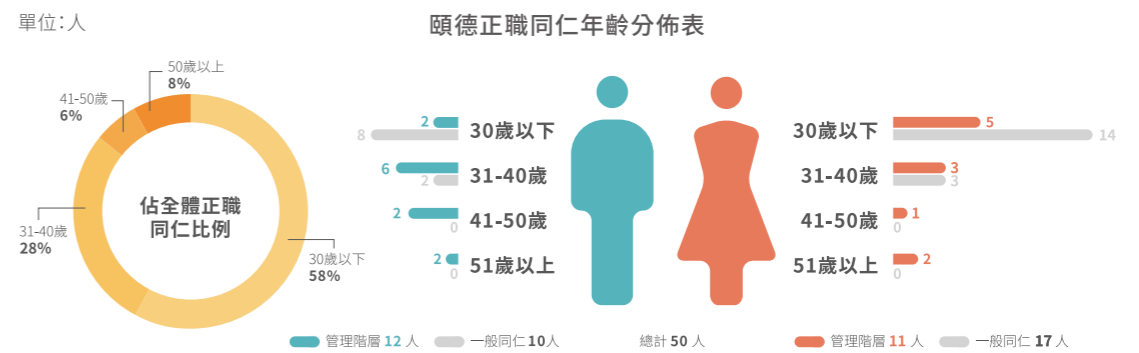
備註 2：管理階層包含董事長、總經理、總監、經理、副理。

備註 3：「職務」、「管理階層」、「學歷」之計算僅包含正職同仁，臨時與兼職人員不納入相關計算。

##### 頤德讓年輕人自由揮灑

根據德勤商務法律事務所 (Deloitte) 在 2016 年「全球千禧世代」的調查指出，平均每 10 位千禧世代的工作者，有 6 位認同選擇現在的工作是因為使命感所驅動。

在頤德的正職同仁中，有約 86% 屬於千禧世代 (出生於 1980 年到 2000)，其中 28% 任職管理階層，反映了頤德能夠獲得年輕世代的認同。重視「惜才、育才、留才」的頤德，更對零職場經驗的社會新鮮人抱持開放的胸襟，不僅歡迎有夢想、熱血，且富有使命感的新鮮人加入，更鼓勵新鮮人在頤德培養更多專業技能，給予新世代年輕人自由發展的舞台。



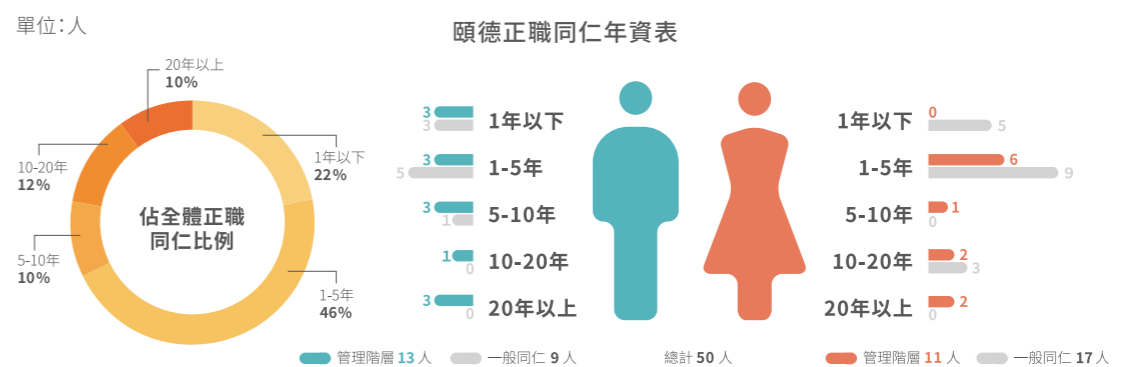
備註：管理階層包含董事長、總經理、總監、經理、副理。

##### 社會新鮮人到職概況



備註：社會新鮮人是指進入頤德前工作經驗在 1 年以下的同仁。

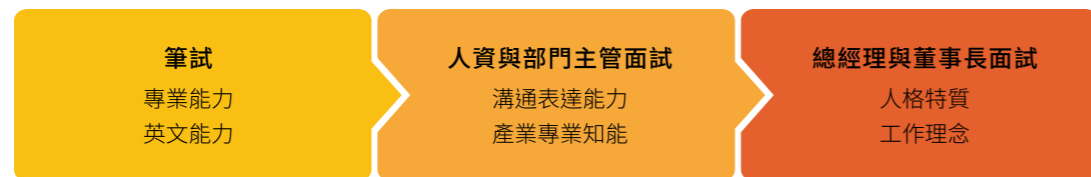
觀察近 3 年的頤德正職同仁年資表可發現，年資 5 年以上的同仁比率皆維持在約 30 ~ 40% 的水準。此數據顯示頤德同仁在經驗傳承上，擁有穩定、堅實的金字塔結構。由見識、能力與專業知識豐富的同仁，帶領年輕同仁面對外界持續變動的挑戰，展現更進一步的創新作為。



備註：離職再回頤德工作的同仁，年資將重新計算。

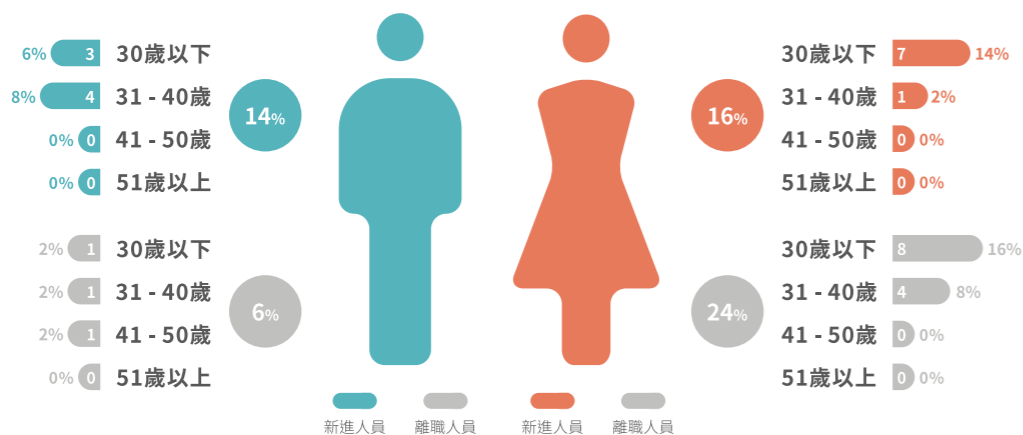
## 人才吸引與留任

頤德對於人才的招募選用秉持「公開、公平」原則。所有同仁任聘均須經過筆試及嚴謹的面試程序，期望延攬認同頤德理念的夥伴。降低面試者對工作期待的落差與資訊不對稱的情形。



儘管公關產業人才流動率普遍偏高，但頤德始終以「適才適任」的態度原則面對人員異動。而對於同仁離職後留下的工作空缺，也會儘快補上團隊所需的人力，以免同仁工作負荷過度。因此在 2019 年新進與離職的同仁數相同。

頤德新進與離職同仁概況表



備註 1：新進比例 = 新進人員數 / 2019 年 12 月頤德在職同仁總數 50 人。  
備註 2：離職比例 = 離職人員數 / 2019 年 12 月頤德在職同仁總數 50 人。

### 3.1.2 最佳職場環境

#### 透明開放的企業文化

頤德辦公室內部不論會議室、總經理或董事長辦公室，都強調以透明、一目瞭然的隔間設計。表露頤德「開闊通透」的企業文化氛圍。總經理及董事長辦公室隨時敞開的門，歡迎同仁主動積極地分享創新的想法及建議。以高度的包容性及誠信力回應同仁的意見與需求。2019 年 5 月頤德新增第二辦公室，讓同仁有更寬敞舒適的工作空間。第二辦公室承襲公司的企業文化，空間明亮開闊，便於同仁隨時交流討論。



#### 高彈性的行動辦公室制度

實施「行動辦公室 (Mobile Office, 下稱 MO)」制度，讓同仁可在辦公室以外的地點執行工作、處理業務。給予同仁彈性，減少上下班通勤的花費與時間。同時可配合不同專案業務、衍生的公關媒體活動、外部客戶會議、或是 CSR 課程舉辦等。除了可降成本、也減少交通造成的碳排放。



以 2019 年同仁申請次數統計，平均每月有 60% 的同仁申請 MO。



#### 順暢的溝通管道

同仁是頤德企業永續經營過程中最重要的利害關係人之一。因此，頤德重視與同仁之間順暢的溝通管道。我們明定申訴處理政策，並設有同仁意見信箱。如接到相關申訴事件則在保護相關人的隱私前提下，進行協調與改善。

頤德同仁內部溝通管道

同仁申訴處理制度	頤德性騷擾防治措施及處理要點
同仁以口頭申訴，並應由各部門受理人員作成紀錄，立即陳報處理	申訴人得由口頭或書面方式提出
同仁如有權益受損，或有其他意見時，得以正式書面格式依《同仁申訴處理制度》提出申訴事項	性騷擾調查委員會應以不公開的調查方式進行，保障申訴人與申訴相對人隱私
由各專案總監立即查明處理或呈報處理	調查委員應有半數以上出席始得開會，並應秉持客觀、公正及專業的原則，如有必要得邀請相關學識經驗的外部專家協助
將結果或處理情形函覆申訴人，進行後續協調與改善	調查委員應於申訴提出起 2 個月內結案，做成懲處或其他處理的決議
<b>溝通方式</b> 同仁意見信箱：Appeal@veda.com.tw	<b>溝通方式</b> 申訴受理部門：人資部門 申訴專線：2704-3024#162 同仁意見信箱：Appeal@veda.com.tw

備註：2019 年未有申訴事件發生。

#### 公關產業負面議題

低薪、長工時、高壓力一直是公關產業給外界的負面形象，外加上中央政府近幾年持續修改勞動法規，對產業造成相當大的影響。面對負面的產業衝擊，頤德採用彈性工時、合理的加班及補休制度來因應。讓同仁們在大型公關活動、記者會後可以得到適當的休息。

### 團隊力量 合作成長

由當年度新進同仁一起規劃籌辦每年初舉行的尾牙聚會，是頤德行之有年的傳統，讓新進同仁藉由規劃過程更熟悉不同團隊成員。展望 2020 年，頤德年度主題定調為「鼠於你我的貳拾光年」。期許在新的一年，趁這樣的大團圓，感謝辛苦了一年的同仁。也讓平時忙於業務的同仁能有互相交流的機會，一起期許新的業務年度各項專案都能有個好彩頭。

#### 鼠於你我的貳拾光年 頤德尾牙聚會



### 齊聚同樂 分享新知

頤德期許公司同仁不僅只在工作中互動，彼此更能交流生活中的所學心得。因此我們每年固定舉辦全公司同仁參與的每月同樂會。同樂會由公司內不同組別輪流舉辦，在活動中董事長帶領同仁分享近期生活與學習點滴；人資部門進行人事晉升布達與祝賀壽星；主辦組別則分享業務的最新趨勢與議題。同樂會中也會準備健康美味的餐點給所有同仁享用，是頤德的同仁們在每月最期待和愉快的一日。



### 3.1.3 同仁回饋贈言

#### 專案企劃

江奕賢



歡迎您至頤德官網，瀏覽更多同仁的經驗分享

從汽車媒體編輯轉戰公關產業的專案企劃，從手拿相機追逐每輛靚車的精彩時刻，轉而為新車規劃訊息的鋪陳，雖說同樣都是在講故事，但故事的說法可是截然不同！

亦如同一篇深入淺出的報導，又或是一張動人的美照，背後都是需要無數的累積，才能換得令人讚賞的成果。公關產業不僅需要專業來面對跨領域的挑戰，更要抱持的靈敏反應與吸收新知的能力，以及過人的毅力與耐心，才能將事情處理的面面俱到。

加入頤德團隊一年左右，回首望向過去的自己，再看到如今的成長，由衷的感謝頤德給予我們自由與平等的發揮環境，團隊之中的每位成員，都為攻克各項挑戰齊心努力且相互學習，並在每個專案中持續茁壯。



## 3.2 頤德的薪酬福利

### 3.2.1 薪資概況

GRI 202-1、405-2

#### 具競爭力的薪資制度

頤德同仁的年薪則由本薪 13 個月加上年中與年終績效獎金構成。其中，年中與年終績效獎金綜合同仁個人表現與各組績效成果發放。各職級同仁彼此相互合作，透過領導、溝通與對話，傳承各自經驗，提升整體專業知能，為客戶創造更多價值。

為吸引與留任優秀的人才，頤德提供具市場競爭力的薪資與福利。我們每年透過行政院主計總處公布之台灣基本工資水準統計資料，同步檢視同仁的薪酬制度。除起薪高於法定基本工資外，當基本工資調升時，我們亦同步檢視薪資水準，並適時做出調整。以確保同仁薪酬具有競爭力。頤德各職級正職同仁依其所屬部門、職務屬性不同予以敘薪及考核，提供優於法令之薪資。

以 2019 年新進之基層同仁起薪來看，女男起薪比例約為 1：0.96，起薪未因性別而有所差異，均以能力及經驗論薪。且基層人員起薪與法定基本工資比例約為 1：1.45。

2019 年新進基層同仁 (企劃人員) 起薪比例



備註 1：基層同仁包含專員、專案企劃及行政人員。  
備註 2：2019 年台灣法定基本工資為每月 23,100 元。

#### 女男同酬

頤德的薪酬制度重視「公正、平等」，所有的正職同仁皆享有合理的薪酬福利。秉持「同工同酬」的精神，不因性別而有所偏見。而同職級之同仁會因業務性質、職等、起薪、年資等因素的不同，在個人薪資上有所調整。

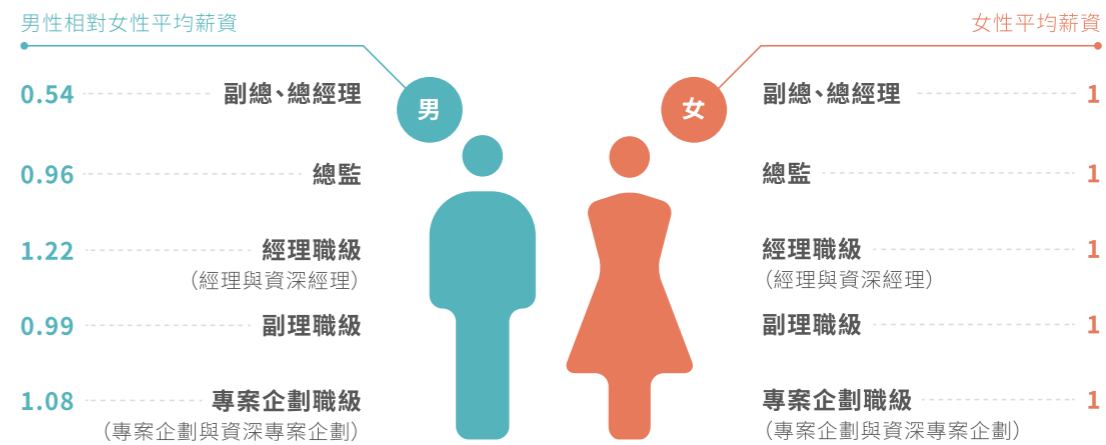
頤德全體正職同仁平均薪資比例



註：上表以 2019 年 12 月數據計算。

依據行政院主計總處數據統計，2019 年台灣男女平均薪資差距為 14.2%，頤德 2019 年女性對男性正職同仁平均薪資比例為 1：1.23，略高於台灣平均差距。其原因是頤德的高階管理者中以男性居多，因此導致整體男性的平均薪資高於女性。

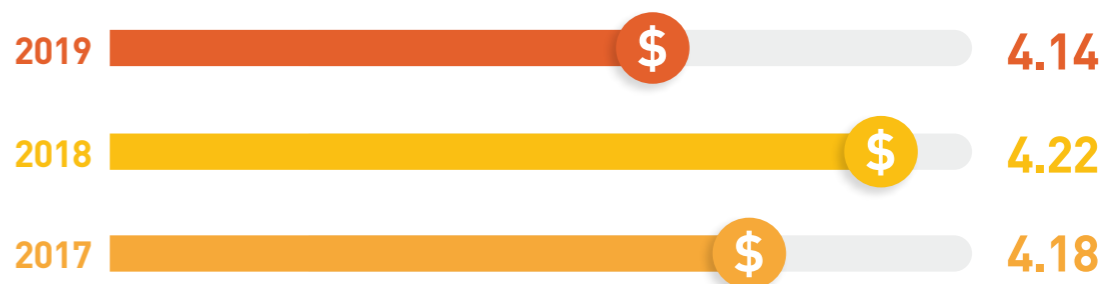
頤德全體正職同仁平均薪資比例



備註 1：上表以 2019 年 12 月數據計算。  
備註 2：平均薪資比較以月薪為基準，不含年中與年終獎金。

「薪酬比」一直是各界關注企業是否上肥下瘦、基層同仁是否獲得合理報酬的重要指標，亦是公司治理的重要議題。相較於前兩年，頤德「薪酬最高同仁年薪比」大致維持穩定的趨勢。

頤德年度總薪酬最高同仁相對其他同仁年度總薪酬之中位數比率

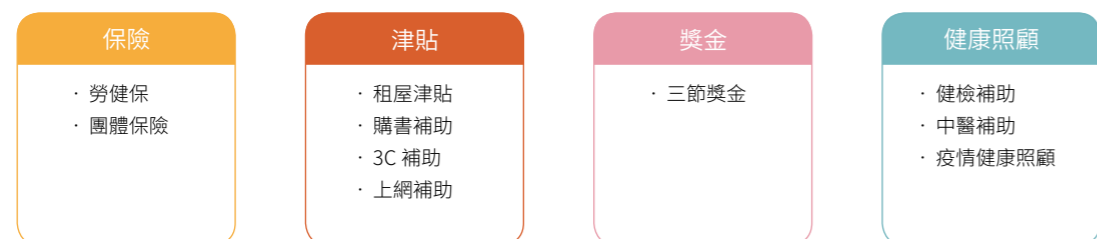


### 3.2.2 福利制度

GRI 201-3、401-2

頤德提供多元化且具競爭力的福利制度以激勵同仁，促使同仁與頤德一同長期發展，累積專業知識，走向更美好的未來。頤德於法定標準外，更提供許多符合同仁需求的福利制度。

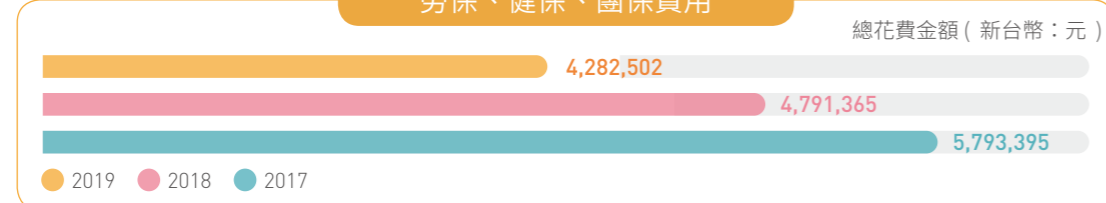
#### 頤德事業群福利一覽



#### 保險

頤德除了遵守《勞動基準法》，提供同仁勞保、健保等基礎保障之外，亦為同仁投保團體保險，保障同仁外出洽公或籌辦活動時的安全。我們提供多重的工作安全保障，使同仁們更能專注於自身專業，提供客戶更為優質的服務。

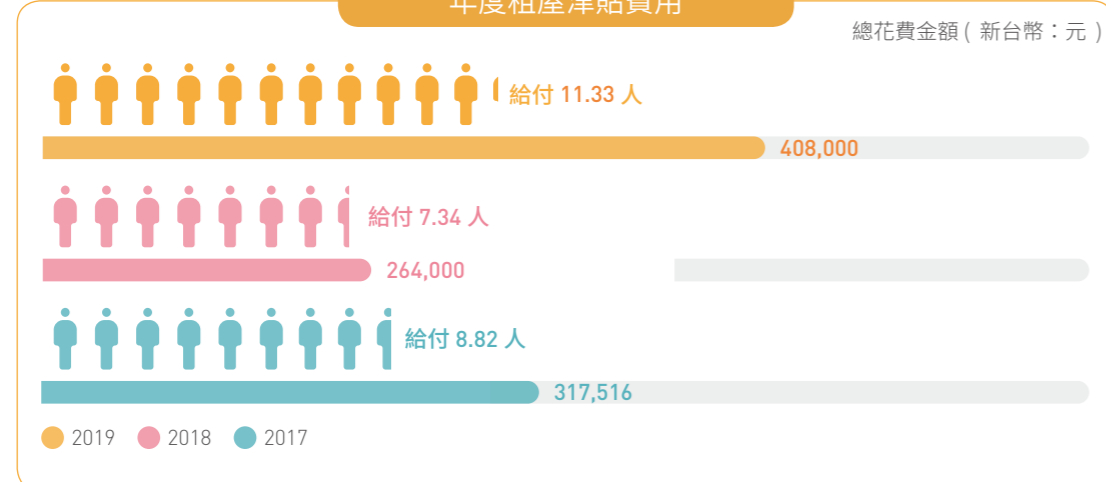
#### 勞保、健保、團保費用



#### 津貼

頤德為體恤同仁在外居住負擔，並讓同仁能夠安身立命，因此提供戶籍設在台北市以外之同仁，於任職滿一年後申請每月 3,000 元的租屋津貼制度。

#### 年度租屋津貼費用



頤德固定訂閱中、外文報紙 15 種及雜誌 50 種，供同仁自由取閱。此外，為養成頤德良好之企業文化，鼓勵同仁汲取新知、傳承知識，正職同仁每月更可申請 300 元的書籍購買費，培養自我學習的能力。

#### 年度書籍費用



此外，為了照顧同仁的工作需求與辛勞。所有正職同仁就職後可享有購買電腦補助方案，每月 1,000 元至多補助至 30,000 元。副理職級以上專案同仁可視業務需求申請 3G 上網補助費。如遇因工作需要加班時，超過用餐時間則可視情況申請當日誤餐費。

#### 健康照顧

頤德視同仁的健康為己任。除了鼓勵同仁生活與工作平衡，我們提供健康檢查補助等各項健康照顧福利。年資滿一年以上同仁可享健康檢查兩年一次補助。滿一年以上、五年以下同仁可享健康檢查金額六成補助，以 4000 元為上限；滿五年以上同仁可享健康檢查金額八成補助，以 6000 元為上限。2019 年健康檢查補助共 14,000 元。

2019 年頤德也開始在辦公室內不定期舉辦中醫看診，有需要的同仁可自由參與。2019 年共舉辦 3 次，共計參與人數 38 人。因應近期的 COVID-19 疫情，公司每週發放兩個口罩，供同仁登記領取。在辦公室內設有酒精消毒設備，每日也需要量測與登記體溫，全方位照顧同仁健康。

#### 退休制度

頤德依《勞工退休金條例》，每月按 6% 的勞工退休金提繳率及行政院核定的月提繳工資分級表，提撥儲存於該同仁在勞動部勞工保險局設立的勞工退休金個人專戶。另外，依據《勞動基準法》，每月按同仁薪資總額 2% 提撥退休金至勞工退休準備金之台灣銀行專戶。

#### 2019 年頤德新舊制退休金同仁數量



備註：上表數據只包括 2019 年 12 月在職正職同仁，不含工讀生。

## 3.3 人才資本培育

### 3.3.1 頤德經營者的育才觀點

頤德認為的「才」需有發掘他人所長、修去自己所短的能力，才能創造出前瞻、合作與精確的團隊。

頤德的育才計畫廣義而言分為三個階段循環。首先，我們從強化同仁的知識密度著手，透過厚實之知識管理的基底，在管理自身、執行工作、與人溝通時，快速掌握重點所在，亦避免陷入自身過去所習慣的陷阱。其次，頤德提供人才諸多機會，藉由工作經驗的堆疊，以及錯誤的調整與修正，培養策略思維、擬定策略規劃。最後，富含知識及經驗的同仁會擔任起「傳、育」之重要角色，將自身經驗傳給其餘同仁，並向新進者學習新的知識、技能與工具，藉此達到不斷成長、精進的循環育才功效。

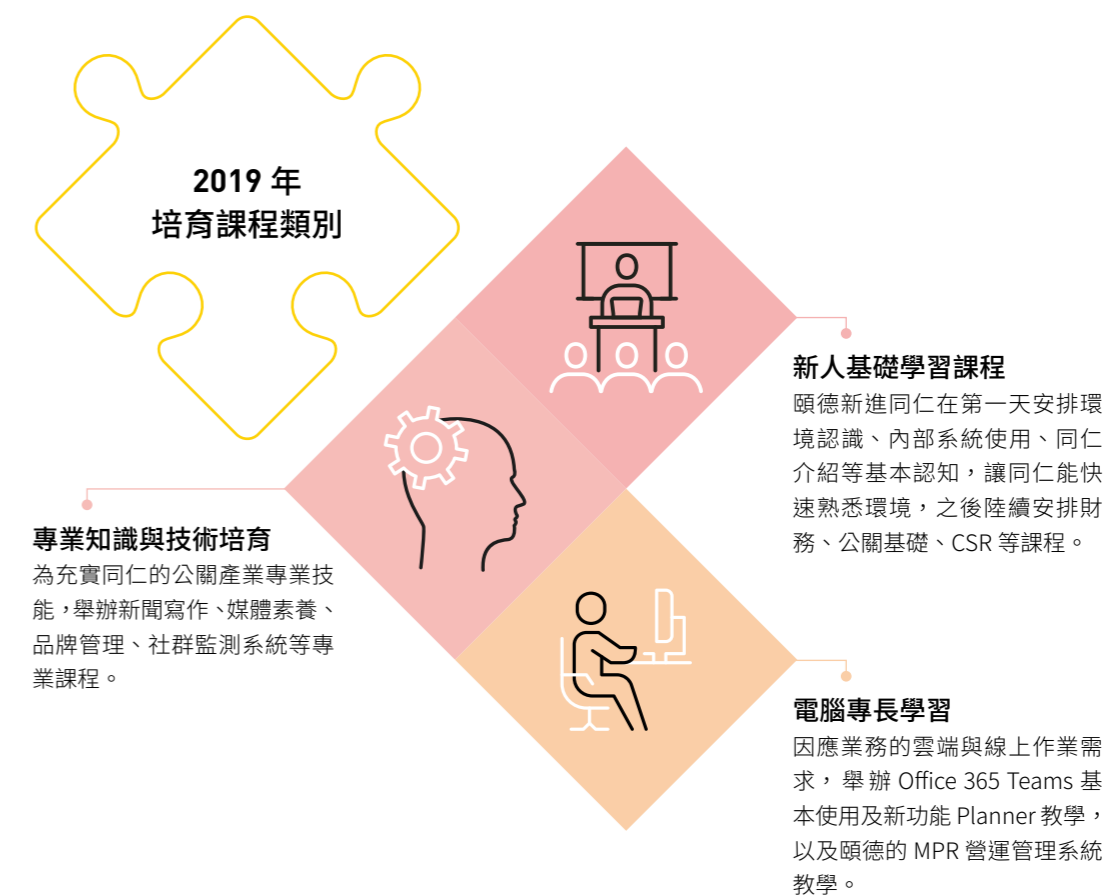
每個階段的執行細節，在頤德內部皆有相對應的制度與作法。走過四分之一世紀，頤德始終堅持「傳·誠 育·才」的企業核心價值與營運主軸，我們過去如此、現在如此、未來也然如此。



### 3.3.2 培育課程

GRI 404-1

我們相信培育課程是與同仁溝通的絕佳機會。藉由悉心規劃的教育課程，可促使同仁與公司策略、營運目標一同成長，傳承良好企業文化，建立企業永續經營之根基。



課程類別	培育課程辦理方式		同仁參與培育課程總人時 (依性別分類)		同仁參與培育課程總人時 (依職級分類)	
	自辦訓練	委外訓練	男性 = 男性參與人次 * 參與課程時數	女性 = 女性參與人次 * 參與課程時數	管理職級 = 管理職級參與人次 * 參與課程時數	一般職級 = 一般職級參與人次 * 參與課程時數
	參與人次	參與人次				
新人基礎學習課程	63	0	70	84.5	52.5	102
專業知識與技術培育	142	4	240	312	310	242
電腦專長學習	76	0	31	94	48.5	76.5
其他	1	0	8	12	10	10
平均人時	17.0		15.9	17.9	17.4	16.6

備註：平均人時 = (全年度課程時數 \* 參與人數) ÷ 2019年12月正職在職人數。

2019 年 頤德同仁培育課程主題統計表

類別	日期	主講人	主題	分享重點	出席人次	時數
新人基礎學習課程	到職日	人資部門	新人基礎學習課程	公司政策、工作守則	16	15
	4/23	內部講師	財務新人課程	各種專案請款及系統操作	6	7
	5/17	內部講師	CSR 概論	介紹 CSR	10	1.5
	5/22	內部講師	CSR 概論	介紹 CSR	11	1.5
	8/13	內部講師	財務新人課程	各種專案請款及系統操作	5	7
	8/15	內部講師	基礎新聞寫作	溝通的本質、思考與表達、新聞稿寫作秘笈	15	2
電腦專長學習	1/3	內部講師	雲端作業系統說明教學	公司專案運作導入到雲端作業教學	11	1.5
	1/4			15	1.5	
	6/27	內部講師	Teams 基本使用及新功能 Planner 教學	Teams 使用基本教學及新功能介紹	11	2
	6/28	內部講師	Teams 新功能 Planner 教學	Teams 新功能介紹與教學	14	1
	8/22	內部講師	MPR 使用教學 (一)	MPR 系統的專案管理	11	2
	9/5	內部講師	MPR 使用教學 (二)	MPR 系統的媒體管理	14	2
專業知識與技術培育	1/9	外部講師	品牌溝通與話術	PR 人如何說個好故事、找到賣點與差異點	27	2
	2/16	外部講師	跟黃文博學品牌 (一)	品牌基本元素、品牌管理、品牌建構	21	6
	2/22		跟黃文博學品牌 (二)			
	2/23		跟黃文博學品牌 (三)			
	3/7	外部講師	OPview 社群平台使用操作簡介及訓練	Social Media 監測、搜尋線上新聞平台	15	2
	4/12	外部講師	基礎新聞寫作	溝通的本質、思考與表達、新聞稿寫作秘笈	19	2
	8/12	外部講師	公關人的媒體素養力	公關人角色、媒體關係管理、新聞寫作須知	18	2
8/21	外訓	社群風格名人趨勢高峰會 - 翻轉 KOL 生態系的新商業模式	2019 風格 KOL 白皮書與大數據分析	4	4	
其他	6/25	BSI 講師	BSI Opening Meeting	介紹永續相關標準及與 PR 相關的管理議題	20	1
統計					305	75

### 3.3.3 職涯發展與規畫

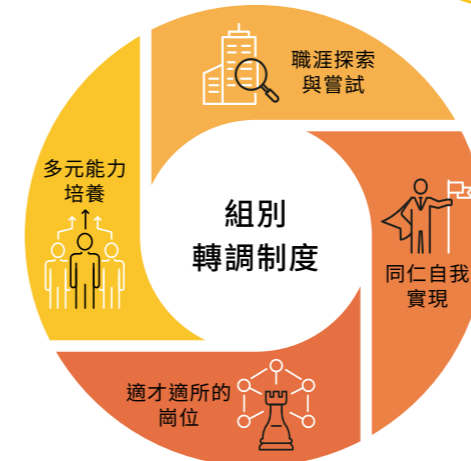
頤德有各種評核工具提供主管彈性使用，針對一般工作表現主管可使用「個人表現諮詢暨評鑑表」(PPCE, Personal Performance Consultation and Evaluation) 與同仁進行面談，藉由此評量表讓同仁知道自己表現與主管期望是否一致。

主管認為同仁已達晉升資格向公司提出申請，則會開啟「內部認證系統」經由公平客觀的表現符合度評定並加上其他主管評核意見，進行一系列的晉升考核面談；年度時由主管提供該年度同仁表現、活動參與及企業認同各方面評分，作為績效獎金發放依據之一。

頤德同仁年資滿一年後可主動提出調組的申請，帶著原有組別的學習與知識輪調到不同產業、不同客戶的組別進行全方位的歷練與不同面向的應用。

#### 全方位人才培育－內部認證制度

頤德為協助同仁成為具備全方位技能的專業顧問，於 2016 年起正式推動「內部認證制度」。該項制度主要期許同仁除了在專案實務經驗中，累積專業知識與技能之外，亦可藉由系列培育課程進一步深入了解公關、數位行銷等多元領域知識。期許頤德人在每個職級與階段，皆具備充足的知識與掌握多項職能，成為新一代的「斜槓青年」。此項制度為更貼近同仁工作實際狀況，並於 2019 年下半年再度改版。



組別轉調制度－創造同仁與公司的雙贏  
 多元育才、創造雙贏。頤德提供「組別轉調制度」，鼓勵同仁累積不同產業知識，並培養個人多方面的專業能力。任職達一年後，同仁可主動向公司提出轉調申請，至不同產業客戶組別挑戰新領域；同一組別任職滿三年，則由人資部門主動向同仁及主管提出職位規劃討論，了解同仁對職涯的想法與期待，並做進一步安排。

### 3.3.4 實習生培育計畫

#### 企業導師制度與實習生計畫

除了一般同仁的培育之外，頤德亦重視未來人才之培育，以促進頤德人力及智慧資本的累積。2016年，我們開展實習計畫，兼顧基礎概念及實際應用，包含基礎課程、參與專案規劃與執行，並以企業導師 (Mentor) 制度，一對一關心每位實習生學習狀況，也幫助其了解公關產業與企業社會責任諮詢的特性，啟發實習生的職涯發展與創意潛能。另一方面，頤德也透過 Mentor 制度，提供年輕專案執行人員機會，累積領導與管理的經驗。

#### CSR 人才培育

##### CSRone 永續智庫實習生

於 2019 年共培育 CSRone 永續智庫 13 位實習生。每月定期召開 1 次編輯台會議，讓實習生得以提出且實踐優化與行銷方案。每位實習生每月需完成至少 1 則專題編譯，透過文字與編譯讀學習，培育人才資訊蒐集、訊息溯源與查核、邏輯思考等能力。此外更不定期支援專案型任務，進一步了解 CSR 顧問業和產業生態。自 2019 年起，CSRone 集結歷年實習生，規劃了一系列的小聚活動，包含工作坊、講師分享等等。2019 年共舉辦 4 場聚會，累計近 50 人次。透過定期的歷年實習生小聚，CSRone 持續培育綠領菁英，為社會建立永續人才共創生態圈。



##### 「永續報告分析研究專案」實習生

CSRone 永續智庫與政治大學信義書院連續合作第 4 年，共同執行「2019 永續報告分析研究專案」，培育全台大專院校 CSR 專業人才。此專案 2019 年共招募 26 位研究員，辦理 6 場次培育課程，累計參與人次超過 200 人。並於 2019 年 12 月 21 日舉辦專案成果發表會，吸引產業界、NGOs 參與成果發表，獲得好評。



### 實習生回饋贈言

#### 2019 CSRone 實習生 蔡容慈



在 CSRone 擔任平台實習生期間，工作內容包含了平台文章編譯、撰稿、趨勢蒐集以及專案協助，也因此接觸了許多不少的文字，並有了與其他夥伴合作的機會。還記得 Amy 姐在審稿時，經常叮嚀「桃花源記」和「倒金字塔」重點為王的寫作模式，以及「數據、具體、正向」三個金鑰為重要的標題要素。因此和夥伴們共同撰稿時，在文字編輯及架構鋪陳的效率和品質皆有大幅提升。

雙週會除了是工作內容的彙報管道外，是解決方案的誕生地，也是實習生間彼此的交流平台。還記得在開會中協助腦力激盪替平台提出更好的發展策略，進一步認識夥伴的專業背景，也透過專案提案與執行，增長團隊合作技巧與能力。

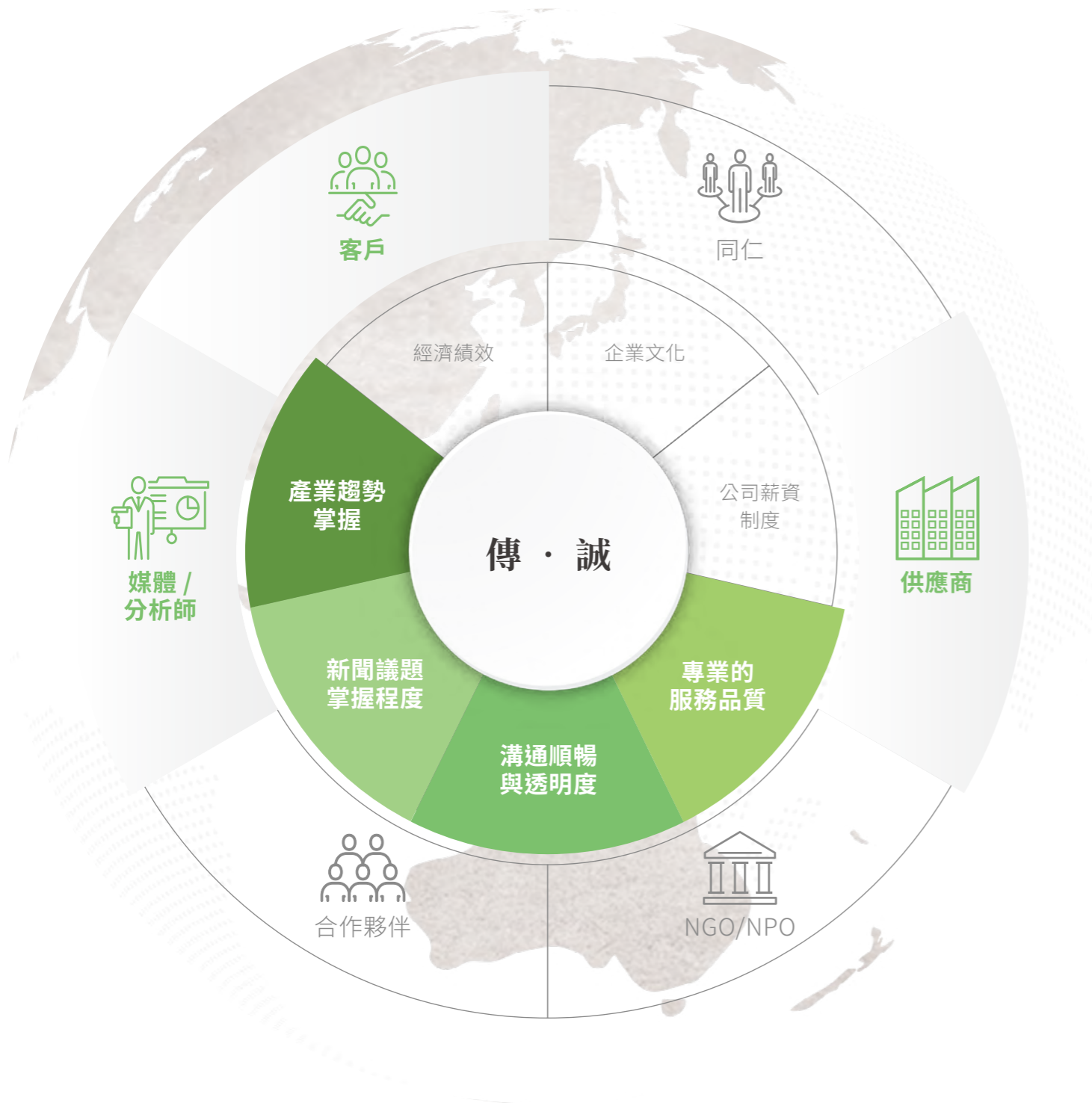
CSRone 是個相當溫暖的大家庭，除了工作上盡力相助，人與人之間的連結也非常密切。也因此，透過 CSRone 認識了許多在 CSR 領域工作的前輩和夥伴，在求學的過程及生涯抉擇時，有很棒的人脈能夠相互交流。就產業知識而言，在 CSRone 學習到的產業經驗和 CSR 發展脈絡，啟發了我的論文研究方向，以及和其他同學及師長的知識交流主題。

對我而言，雖然在 CSRone 的實習工作已結束，卻是「永續」融入職涯的開始。站在巨人的肩膀上，才能夠看得更遠，也因為有了在 CSRone 的實習經驗，使我對 CSR 產業有了更多認識，也以此為基點找尋更多的可能性。



# 04

## 溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力



### 副總觀點 精益求精

GRI 102-11

Digital Transformation 數位化轉型是近幾年企業討論的熱門議題，但對於頤德國際而言，數位化轉型已是現在進行式，頤德國際一直善用資訊科技來進行營運的創新與轉型。為提供同仁兼顧彈性與效率的現代化工作環境，並降低搭乘交通工具產生的碳排放量，頤德國際率先同業推動行動辦公，同仁每周可以有三天遠端辦公。

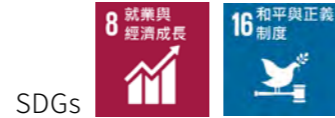
為達成同仁不管在何處，只要有網際網路及行動裝置，就可以持續與客戶、媒體及合作夥伴通話與視訊會議，公司導入 Microsoft Skype for Business 視訊協同溝通方案。接著，為了將公司的營運作業移轉到雲端，在 2015 年導入了公司自行開發的公關營運管理系統 MPR (Mobile PR)，並將系統架在通過國際安全認證的 Microsoft Azure 雲端平台上，同仁除了可在線上存取包括專案、客戶、廠商、媒體記者的連絡資訊外，專案進度、費用報支、人力工時、加班申請及所有的費用報支與廠商的請款作業均可直接透過 MPR 系統進行線上的申請與核准，大幅降低同仁紙張作業的時間及人力成本。

因應行動化的趨勢發展，頤德國際再度領先業界，以 LINE Bot 結合 MPR 系統，讓同仁可以直接在 LINE 的介面直接查詢 MPR 系統的相關資訊並進行同仁上下班打卡作業。文件作業協同化及雲端化，是頤德國際數位轉型的下一個目標，自 2018 年年中開始規劃將各組別的專案文件作業逐步移轉到 Microsoft 365 並使用 Microsoft Teams 進行專案的討論及文件的分享，並於 2019 年元月開始全面上線。

頤德國際行動辦公、MPR 營運管理系統及 Microsoft 365 與 Microsoft Teams 的超前部署，當其他企業因應 COVID-19 需要擬定及評估分區辦公、在家辦公的計畫時，頤德國際除了要求遠端辦公的地點只能在家外，其餘就跟過往執行行動辦公一般，營運上沒有太大的改變，頤德同仁早已熟悉遠端辦公的模式，當疫後企業開始談「New Normal」新常態的混合工作模式時，頤德已實施多年。頤德堅信，科技是驅動企業數位轉型的關鍵，頤德國際仍將持續善用最新科技，不斷創新及轉型。



副總經理 鄧文勤

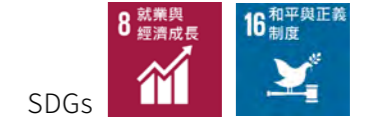


## 頤德的永續願景

GRI 103-2、103-3

在時代快速的變遷中，結合人文關懷與科技力量，充分掌握媒體輿情與產業趨勢，秉持誠信的基礎，以完整健全的機制，與企業客戶及媒體進行即時、順暢、透明、有效的溝通，提供優質、專業的服務。

重大議題	專業的服務品質	溝通順暢與透明度
權責單位	<ul style="list-style-type: none"> <li>各專案部門 / 人資部門 / 資訊部門</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全體員工</li> </ul>
人力或資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>人力：各專案視規模與需求，由該組總監提出財務規畫及人力需求，並與總經理及人資討論檢視後，核定適當專業人力</li> <li>資源：MPR、Microsoft Office 365 等專案管理與協同作業工具</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人力：各專案視規模與需求，投入適當專業人力</li> <li>資源：MPR、Linebot 等專案溝通工具</li> </ul>
行動方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>專案進行前，完善規畫專案各項環節期程，再由團隊分工進行監督與執行</li> <li>建置完善的專案管理系統，並教育同仁能適當、充分地利用</li> <li>依不同任務性質分別建構標準作業程序並透過固定的會議互相分享專案經驗，交流問題的解決方式，以提升整體服務品質</li> </ul>	<p><b>對內</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>舉辦定期 / 不定期內訓，落實專業能力經驗傳承</li> <li>召開例行與臨時性內部會議，快速溝通工作內容與計畫</li> <li>藉由雲端協作平台，提升同仁間的溝通效率</li> </ul> <p><b>對外</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>以專案管理工具與平台，讓客戶充分掌握工作目前最新進度</li> <li>召開例行與臨時性工作會議，快速溝通工作內容與計畫</li> </ul>
溝通方式及管道	<ul style="list-style-type: none"> <li>溝通流程：客戶提出需改善之事項予頤德該組總監 → 總監回報總經理 → 內部討論解決對策 → 執行改善計劃 → 問題排除</li> <li>溝通管道：當面會議、即時通訊軟體、專案工作溝通平台、信件、電話等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>當面會議、即時通訊軟體、專案工作溝通平台、信件、電話等</li> </ul>
評估方式或結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>系統性管理量化數字：透過管理系統控管績效，比較前後期的績效與平均值</li> <li>藉由質化回饋：透過客戶、同仁的意見回饋，快速且精準的調整、修正並執行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過客戶、供應商、同仁的意見回饋，快速且精準的調整、修正並執行</li> </ul>



## 頤德的永續願景

GRI 103-2、103-3

在公司對外的營運上，充分掌握媒體輿情與產業趨勢，秉持誠信的基礎，以完整健全的機制，與企業客戶及媒體進行即時、順暢、透明、有效的溝通，提供優質、專業的服務。

重大議題	產業趨勢掌握	新聞議題掌握程度
權責單位	<ul style="list-style-type: none"> <li>專案部門 / 人資部門 / 資訊部門</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>專案部門 / 人資部門</li> </ul>
人力或資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>人力：各專案視規模與需求，投入適當專業人力</li> <li>資源：媒體與社群披露監測工具</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人力：各專案視規模與需求，投入適當專業人力</li> <li>資源：媒體與社群披露監測工具</li> </ul>
行動方案	<ul style="list-style-type: none"> <li>舉辦定期 / 不定期內訓，強化同仁本職學能</li> <li>由公司訂閱書籍報刊，並補助同仁個人書籍購置、研討會等活動參與</li> <li>在專案工作中推動異業合作，拓展不同產業之視野觀點</li> <li>鼓勵同仁參訪年度重要的產業活動如 COMPUTEX，透過觀察參展廠商展示的內容，洞悉產業發展趨勢</li> <li>邀請媒體、分析師及業界專家分享產業趨勢</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>舉辦定期 / 不定期內訓，強化同仁本職學能</li> <li>善用媒體與社群監測工具，掌握最新輿情</li> <li>要求新進同仁，每天摘錄當天 1-3 則重要新聞，並由主管進行檢視，培養對於新聞議題的掌握能力</li> <li>每月定期進行當月新聞議題分析討論會議，解析並掌握當月重要新聞</li> <li>不定期參與國內外論壇、工作坊、記者會，積極聯繫、頻繁接觸客戶與媒體，在溝通過程中瞭解其興趣及需求所在</li> <li>不定期發布新聞稿，且掌握適當時機將企業正面形象、統計研究等訊息傳遞給媒體，並透過媒體披露監測觀察成效</li> <li>鼓勵同仁建立多方涉略新聞資訊與流行趨勢的習慣，並互相分享</li> </ul>
溝通方式及管道	<ul style="list-style-type: none"> <li>當面會議、即時通訊軟體、專案工作溝通平台、信件、電話等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>當面會議、即時通訊軟體、專案工作溝通平台、信件、電話等</li> </ul>
評估方式或結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過客戶、主管及資深同仁對於新聞稿的意見回饋，了解同仁對於產業趨勢的掌握程度，並根據同仁的狀態給予精進建議</li> <li>透過與同晉升前的產業趨勢訪談，進一步了解同仁對於客戶及產業趨勢掌握的狀態，並適時給予精進建議</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>系統性管理量化數字：多方比對各媒體監測工具結果，並以人工瀏覽方式確認輿情的掌握有無遺漏</li> <li>藉由質化回饋：透過客戶、同仁的意見回饋，快速且精準的調整、修正並執行</li> <li>藉由專案結案報告及月報，透過議題分析提升同仁對於議題的掌握度及訊息精確傳達的程度，並依據結果給予精進建議</li> </ul>

### 4.1 洞察商機 無限續航

頤德致力打造出「全方位」的客戶服務模式。我們不僅從永續經營的層面進行專案擘劃，更透過持續溝通、研究與多層面思考。結合頤德的 4 項重大議題「產業趨勢掌握」、「專業的服務品質」、「溝通順暢與透明度」、「新聞議題掌握程度」，我們持續透過學習與系統工具提升服務量能，更以此協助客戶擬定適切的專案目標，期望達到更有效的溝通及最大的服務綜效。

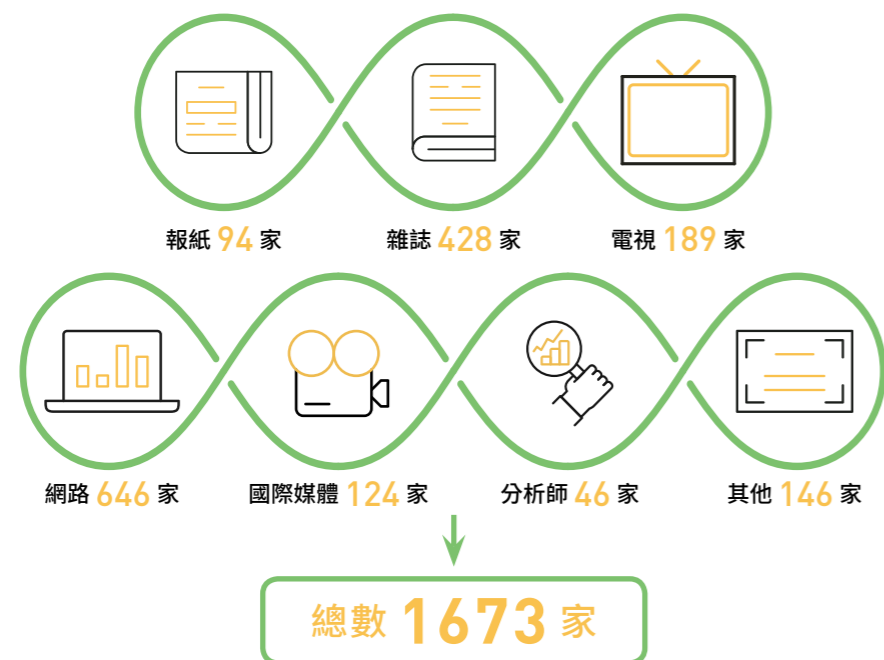
#### 4.1.1 產業趨勢掌握

##### 媒體關係管理— MPR 營運管理系統

公關產業必須充分掌握產業趨勢與媒體輿情，與企業客戶及媒體進行即時、有效的溝通。頤德獨步業界首創「MPR (Mobile Public Relation) 營運管理系統」，將媒體 / 記者資訊建檔、工作規劃，透過該系統進行有效管理。

針對媒體管理，MPR 系統詳實記錄各媒體的類別 (如：報紙、雜誌、網路、研調機構、部落客、外媒等)、發刊量、截稿時程，並可將媒體提供 Sales Kit 等附件上傳留存，且受公司資訊安全保護，更提供公司各組同仁友善的資源共享空間，為客戶媒合專訪、廣告等企劃時掌握更多資源提供更完整的公關服務。

針對記者管理，MPR 可詳細記錄記者資料，包含：聯繫方式、採訪路線、在職情況、出席活動次數、特殊備註等，同時也可根據不同的專案屬性，匯入相對應的媒體名單，並透過匯出報表查看活動邀約、當日出席等情況，同時透過 MPR 發送媒體 LINE Bot 訊息、簡訊，以達更智慧、自動化管理，並即時回饋客戶所需資訊。



### 拓展產業視野—異業合作

頤德國際在服務客戶過程中，除深入了解客戶所處產業之最新趨勢、市場脈動外，亦積極協助開拓、媒合異業合作之機會。在原有基礎上，以更宏觀、更創新的經營思維，從不同領域汲取經驗。不僅提升了對客戶的服務品質，更提升了頤德自身的視野廣度與市場敏銳度。

#### 案例 1：關島觀光局 X 新板希爾頓酒店

頤德團隊協助客戶「關島觀光局」與台北新板希爾頓酒店共同合作，舉辦台灣首次「關島美食節」，並邀請第七屆關島 BBQ 封街派對冠軍主廚 Peter Duenas 來台，以客座主廚的身分向台灣民眾推廣道地的關島 BBQ 美食。主廚 Peter Duenas 不僅蟬聯三年關島 BBQ 大賽的冠軍主廚，更是在當地擁有三間熱門餐廳及個人美食節目的高人氣主廚。Peter Duenas 主廚特別為「關島美食節」設計菜單，在台灣原汁原味重現關島原住民查莫洛人 (Chamorro) 的特色料理。

因民眾反應熱烈，台北新板希爾頓酒店更將原本為期一周的關島美食節延長為一個月。活動結束後，關島觀光局總局也發感謝信給頤德團隊，希望關島美食節成為每年例行的文化活動，讓民眾在台灣也能感受到查莫洛人的奔放熱情和關島的多元文化。



#### 案例二：台灣微軟 X 高雄市教育局

全球化教育轉型浪潮下，台灣 AI 雙語人才培育已是刻不容緩！台灣微軟結合產、官、學三方，在台灣推動「AI 雙語」教育，期望以創新科技樹立教育新典範，培養優秀 AI 雙語人才。頤德團隊協助台灣微軟在教學成果示範場域的旗山國小舉辦記者會，並將旗山在地文化特色與微軟二合一平板電腦 Surface Go 與微軟雲端平台 Office 365 融合，演示「以史為鑑」、「先民智慧」、「文化匯流」和「流行世代」四大教學應用情境，吸引近 30 位高雄小學至高中校長到場觀摩交流。



台灣微軟股份有限公司

公共業務事務群 教育推廣經理 / 王蔓甄 Mandy Wang



從微軟教育團隊與頤德在高等教育、縣市政府與教育局處、國小到高中的各類型對外與媒體活動合作中，頤德的專業與陪伴使我們能順利處理好諸多臨時與突發事項，完整傳遞原先預設的訊息與目標。教育團隊這邊因為與縣市教育局合作，在幾次的偏鄉教育活動合作中，頤德團隊不僅能克服外在環境的限制，為縣市教育局、學校、以及微軟團隊營造三方最好的安排，過程中的溝通協力與專業展現，不僅為活動帶來喝采，也讓更多客戶與大眾更為注重教育、偏鄉、科技議題，謝謝頤德團隊，您們是最好的夥伴。

4.1.2 專業的服務品質

GRI 103-2~3、M2、M3

嚴謹的專案管理機制

頤德國際各工作團隊，分別依照客戶的需求與特性，制訂各項不同工作之標準作業流程 (Standard Operating Procedures, SOP)，以管理每日、每週、每雙週、每月、每季、每半年之例行工作，以及不定期發生的臨時工作與危機處理。頤德國際採用多項專案管理工具，藉由科技的輔助，使專案管理的每個環節皆更精準、有效率。

MPR 營運管理系統

由頤德於 2015 年自行研發，開公關產業之先河，此項系統整合專案進度掌握、媒體邀請與聯絡、及財務作業與管理，可以全數在雲端上完成。

專案公司	專案代號	專案名稱	活動日期	狀態	預算	核可	請款	人帳	明碼
頤德國際	TD190131		2019-01-31	🟡	✅	✅	✅	✅	
頤德國際	MB190415		2019-04-01	🟡	✅	✅	✅	✅	
頤德國際	FD190408		2019-04-01	🟡	✅	✅	✅	✅	
頤德國際	MB190500		2019-05-01	🟡	✅	✅	✅	✅	
頤德國際	TR190528		2019-05-31	🟡	✅	✅	✅	✅	

專案公司	專案代號	專案名稱	工作項目	工作進度	預計完成日	實際完成日	完成狀態	負責人	備註
頤德國際	MB190408	微軟AI人才培訓課程	媒體上線	預計上線	2019-04-01		🟡	陳怡	預計22號外傳開始大綱及內容, 21日開始2.0內容上線
頤德國際	MB190408	微軟AI人才培訓課程	媒體上線	預計上線	2019-04-01		🟡	Amy (專案)	2.0內容上線後再進行2.0內容更新
頤德國際	MB190408	微軟AI人才培訓課程	媒體上線	預計上線	2019-04-01		🟡	Amy (專案)	2.0內容上線
頤德國際	MB190408	微軟AI人才培訓課程	媒體上線	預計上線	2019-04-01		🟡	Amy (專案)	2.0內容上線

Microsoft Office 365 協作系統

頤德導入微軟提供的全方位雲端辦公管理系統。由於微軟係頤德重要且長期合作之客戶，因此頤德在 Microsoft 系統的整合與應用程度上，較一般公司更為廣泛。各個專案團隊，皆使用 Outlook 管理郵件、行程、聯絡人；使用 Microsoft Office 365 的 Teams 作為可遠端聯繫與檔案共編的溝通與協作平台；並採用 Planner 作為工作分配與進度掌握之專案管理工具。



星野集團

# 星野集團

Hoshino Resorts

星野集團選定台灣為第二個海外據點後，經過謹慎的評估後，選擇致德為合作夥伴。共事的时间雖然短，印象最深刻的是對應窗口人員，在各方面都給予迅速且正確的幫助。在需要意見並詢問時，都很親切且專業地給予建議。在過去一年的合作期間，從虹夕諾雅谷開幕記者會到 2019 年中記者會等大型活動，非常感謝致德的幫忙，活動才能圓滿結束，同時也帶給星野集團極大的效益。未來若有機會，希望能再次互相合作。

### 創意創新服務

公共關係產業是個與媒體環境息息相關的領域，然而近年來，網路與社群生態的急速變化，讓媒體環境也面臨轉型劇變。在變動的大環境中，頤德始終視服務如逆水行舟，不進則退。唯有不斷發揮創意、積極創新，才有可能陪伴客戶迎接全新的挑戰、提供最優質的服務。

一方面督促同仁積極接觸產業中最新的趨勢脈動，另一方面也鼓勵在專案中打破框架、跳出窠臼，集合眾人之力與想法激盪，以全新思維解決問題。

#### 案例一：Yahoo TV 虛擬偶像「虎妮」擔任高雄觀光代言人記者會

頤德團隊協助客戶「Yahoo 奇摩」與高雄市觀光局合作，由 Yahoo TV 虛擬偶像「虎妮」擔任高雄市觀光代言人，以創新方式將高雄行銷國內外。虎妮挾 Yahoo TV 優勢，結合科技力，為高雄觀光獻出宣傳絕活。整場於 Yahoo TV、Facebook 粉專等同步直播。透過影音內容與社群互動，推廣中 / 日文版本高雄觀光系列影片，更結合虎妮擅長的唱歌跳舞與 360 影音，帶大家看見高雄的美好。因高雄市長韓國瑜與虛擬人物同框，加上記者會會場打造的科技感和繽紛視覺，成功吸引電視媒體捕捉豐富畫面，且有效掌控現場媒體情況，強化 Yahoo TV 的科技力與網路聲量。



#### 案例二：台灣微軟 Surface Pro 7 媒體體驗派對

Surface Pro 7 於 2019 / 11 / 4 在台灣正式上市，頤德團隊發揮創意，協助客戶台灣微軟舉辦「Surface Pro 7 媒體體驗會」。體驗會中除了邀請國際知名動畫導演紀柏舟等 KOL 透過刺激的賽車遊戲、高效多工使用生產力工具，現場演繹 Surface Pro 7 的三種完美效能情境。還特別安排媒體分組參與不同的情境體驗，透過不同的情境設定，將 3D 繪圖與現場場景完美結合，並發揮 Surface Pro 7 + Office 365 的優勢，增加每一個環節深度體驗的機會，加強 Surface Pro 7 在媒體間的心佔率。



#### 案例三：台灣賓士「A-Mart 星生活便利店」快閃店

Mercedes-Benz The new A-Class Sedan 以最強新人之姿進軍豪華小型車市場。台灣賓士為了凸顯 The new A-Class Sedan 新世代轎車的生活化風格，特別選在信義區微風松高百貨前廣場打造最親民的「A-Mart 星生活便利店」快閃店，成為信義區上班族的好鄰居。頤德團隊則協助台灣賓士規劃「A-Mart 星生活便利店」的盛大開幕活動。活動特別邀請獲得金曲獎最佳國語專輯的新生代唱作小天后—孫盛希擔任嘉賓，展現出 A-Class Sedan 新世代轎車將為新世代開啟便利星生活！



## 資安與客戶隱私

頤德一向深知，客戶基於信任所提供的重要機密訊息，一旦外洩，影響的不僅只是頤德的聲譽，也將嚴重影響到服務客戶的營運。因此，為了降低公司機密文件外洩的風險，並符合客戶對於供應商隱私權與資訊安全確保計畫的要求，資訊安全及隱私權保護相關規定加入頤德國際的員工守則以及供應商及合作夥伴的合作契約。頤德除了建置公司的資訊安全系統外，還針對行動裝置存取、系統修補程式管理、個資外洩處理、專案資料加密、專案資料保存、資料備份與復原、資料外洩防護、資訊設備移轉銷毀、網路安全評定、隱私權與安全性教育課程...等，擬定了各項的程序規範與作業準則，並通過資誠會計事務所 PWC 的第三方評定。

透過公司同仁使用的筆電進行全面性的檔案加密及這些管理機制，除可確保專案文件與機密資訊的安全外，也可杜絕非專案相關的同仁及客戶存取專案相關的資訊，進一步提升機密資訊與個人資訊與隱私權的保護。資訊安全與隱私權保護是企業永續營運的基礎，頤德將持續檢視目前的相關機制，並善盡資訊安全與隱私權保護的責任。另外，為因應歐盟 GDPR，頤德除了進行內部同仁的法規宣導外，也盤點客戶及合作夥伴是否有包括歐盟 GDPR 所規範的對象。藉由這次的機會，再度將頤德對於資訊安全及個人隱私的保護提升到全新的層次。

### 4.1.3 溝通順暢與透明度

GRI 103-2~3、M6

頤德創立 27 年來，以公共關係經營起家，深諳任何關係的建立與維持，皆以溝通為本。無論對外、或對內，皆秉持誠懇、積極的態度，確保溝通管道順暢透明。而順應時代潮流，溝通的效率更可以善用網路與科技的輔助來強化。因此頤德開展數位行銷服務，幫助客戶進行更即時的資訊溝通，同時透過與 KOL 合作引領社群話題熱度。

## 社群操作

### 關鍵意見領袖 (Key Opinion Leader, KOL)

與新聞主播、網路紅人等公眾意見領袖合作。藉由其高度親和力或公信力之形象，同時善用其原有之網路聲量與多媒體素材之製作能力，有效溝通產品體驗分享，使合作內容皆能受到粉絲的信賴及喜愛。

### 案例一：iRobot® x Joeman

頤德團隊協助客戶產品「iRobot」與百萬 Youtuber - Joeman 合作，並將產品以「乾爹」之稱首度冠名置入「Joeman show」，為後續的深入開箱影片埋下伏筆。Joeman 與百萬 Youtuber 大胃王千千訪談過程中，讓 iRobot® 新機作為比賽對決的裁判，於片尾也藏有 i7+ 彩蛋，成功創造新機話題，創造社群熱烈話題度。



### 案例二：iRobot® x 黃璣寧 醫生

頤德團隊與黃璣寧醫生合作圖文，以醫生親子作家、居家好男人的多元身分，有效溝通親子 TA。醫生以幽默開箱文，將 iRobot® 比擬為母子，藉以分享新機體驗，加深粉絲印象。



但是！就在 i7 投入充電座密封的凹槽中時，讓人驚呆的事情發生了！高聲的自動集塵座，開始發出驚人的怒吼！轟轟的運轉聲中，集塵座使盡全身力氣，把 i7 盒中今天蒐集的所有垃圾，一股腦兒全都吸入專用的集塵袋，幾秒鐘之後，恢復了平靜。

OMG，當自動集塵座擁抱著 i7，發出痛徹心扉吸塵聲的 moment，深深感動了我家老婆。她說：「老公，你不覺得 i7 掃地機器人，就像一個在外面受委屈的孩子嗎？它雖然吸了一肚子穢氣回到家，但它的母親——自動集塵座，透過緊緊的擁抱，再度吸乾孩子一日所有的不快，並還給他一顆乾淨的內心，這，不就是媽媽每天在做的事情嗎？」

這麼催淚的比喻，我怎能不立刻拍手鼓掌，點頭如搗蒜，連聲讚美！

好的，史上最浮誇的開箱文到此為止，iRobot Roomba i7+ 的自動集塵座內有「集塵袋」，清潔掃地機器人時，不需弄髒玉手，不需戴口罩，集塵袋可使用 3-6 個月，裝滿時只須輕輕一抓，直接丟入垃圾桶。說到纖纖玉手，新版一刮一斬雙刷主刷，比起老機器人的絨毛刷，更是容易清理百倍，乃亮點之二。

#iRobotRoomba i7+ 之 iRobot 居家好幫手  
#母親節快到之母親驚喜  
#其他酷炫智慧型地圖等功能請上官網查詢

### 案例三：「關島購物節」X 知名作家 Peter Su

關島觀光局邀請知名療癒系暢銷作家 Peter Su，親自走訪關島年度最盛大、為期四個月的「關島購物節」。Peter Su 代表台灣，與來自世界各地的 KOL 進行交流互動，在關島一同體驗道地美食與查莫洛的歷史文化，並透過他的獨特視角及文字，帶領粉絲一同踏上這趟不同凡響的關島之旅。Peter 身為「關島購物節大使」，也充分在網路上製造大量的宣傳聲量，讓台灣民眾對亞太地區最大的關島購物節有更深的了解。



## 線上線下串聯 (Online to Offline, O2O)

在 Online 部分，經營網路媒體與社群，同時在 Offline 以實際的活動接觸人群，兩者串聯，擴散理念或商品的宣傳效益。

### 案例：iRobot® X 黃璇寧醫生的親子專題講座現場

因與黃璇寧醫生圖文合作，為延續雙方合作，與醫生即將再版暢銷書的出版業者異業合作，除書籍的書腰合作，iRobot® 於醫生的親子專題講座現場，贊助 iRobot® 產品做為講座互動贈品，提高產品與醫生專業的連結性，也增加粉絲對產品的喜愛。



## 客戶回饋贈言

### 來思比科技股份有限公司

行銷襄理 / 林子宥



來思比科技自 2017 年起合作迄今，主要與頤德公司合作 iRobot® 家用機器人的論壇操作、網紅及醫生專業人士經營等業務。但其實除了前述委託業務以外，頤德團隊的楊經理和組員們都是熱誠且適時的給予我專業的建議與業務上的輔助，包含競品惡意操作的處理方式與產業趨勢的分析等精闢說明。

去年度我們與某位知名的網紅合作，當時的預算已經遠遠超出品牌年度預算，而頤德團隊願意適從權宜，讓整包專案既達到指定的預算內，又爭取到超出原本預期的

露出成效，在此表示感謝。此名網紅的合作在一開始接洽時，頤德團隊就規劃出總共兩波的露出，最終創造出超出 150 萬次觀看的成果，大幅提升品牌與新品的知名度。更重要的是兩波影片執行下來，iRobot® 用戶幫產品於官網註冊時直接指明看過該名網紅的開箱，且點名的次數榮登年度之冠，代表此網紅的合作專案直接 / 間接影響消費者的決策，最終選擇 iRobot® 品牌，感謝頤德團隊精心的策劃與一路監督曝光成效的執行力。

謝謝頤德團隊這四年多來扶持與照顧，期間我們共同經營與壯大 iRobot® 品牌的聲量。未來每一年 iRobot® 都將持續推出劃時代的新品，期盼與頤德團隊不斷推陳出新，運用更多先進的行銷工具再度創下佳績，鞏固 iRobot® 一線家用機器人品牌的地位。

## 人工智慧提升工作效率

頤德率先於公關產業導入人工智慧 (Artificial Intelligence, AI)，在即時通訊軟體 LINE 上，推出 Linebot 管理介面，串連現有 MPR 營運管理系統，提升同仁行動辦公效率，並協助客戶更快掌握媒體活動出席回覆狀況。

例如：同仁在外能以手機快速查詢記者及廠商聯繫方式、媒體出席確認、及客戶報價單查詢；而媒體可以直接透過頤德 Linebot 回覆是否出席媒體活動，亦能快速得知最新的活動邀約資訊。此外，媒體出席活動只需要掃 QR Code 即可完成報到，Linebot 可同時彙整出席名單。



## 4.1.4 新聞議題掌握程度

GRI M7

### 輿情監測工具

訂閱每日新聞速報、潤利艾克曼公司的新聞披露監測報告、OPview 的社群議題監測報告等。除了即時掌握消費者與媒體對於客戶產品與活動，有何正反面回饋、哪些危機需要處理外，亦可讓公司同仁更全面掌握產業知識、市場趨勢、競品動態。

每個月亦會製作趨勢報告，詳細列出當月客戶與競爭者在數種重要標準值的比較結果，了解何種議題更獲台灣媒體注意，以及競爭對手之重要公關策略。

### 媒體溝通

在日常媒體關係維持、或活動通知聯繫時，利用機會與媒體交流溝通，了解不同性質之媒體感興趣的題材。掌握目前媒體興趣、新聞價值的變化。並將所獲得資訊，與團隊、全公司同仁交流，甚或據此設計內部教育課程，將內容系統化為媒體企劃提案 (media pitch) 的專業指導原則。

## 公司資源

同仁可透過公司訂閱的雜誌刊物、以及每月補助的書籍費購買書刊，吸收新知與資訊；亦或者由公司指派 / 補助，不定期參與國內外論壇、會議、工作坊，增進專業知識的學習，並與專業人士結納交流。

### 案例：第二屆台北當代藝術博覽會

第二屆台北當代藝術博覽會，在 2020 年 1 月 17 日至 19 日登場。由於前一週適逢總統大選、後一週又緊接著農曆新年，因此在爭取媒體聲量與議題擴散的過程中，遭遇極大挑戰。頤德團隊從海量展覽資訊中，整理出多元面向的展會亮點，並以精準的波段操作，分層次釋出訊息，順利克服議題排擠效應，達成資訊擴散與公共關注。

包括台灣藝術家林明弘的大型燈光裝置，首次讓地標台北 101 大樓外牆化身成公共藝術；講座形式的「新觀點共享平台」、及遍佈市內的「裝置藝術展區」，也增加了議題的深廣度。最終獲得了 223 則媒體披露，涵蓋雜誌、電視、報紙、以及網路等各類媒介。創造出的 PR Value，也達到新台幣 \$26,413,022 元。



藉由每日紮實的新聞議題掌握實作與專業服務品質的持續提升，頤德持續拓展服務客戶群，並於 2020 年起，將觸角延伸至不同的新興產業，例如生技醫療、電動機車 ... 等。

## 客戶回饋贈言

### 台鈴 eReady 電動車

事業部總監 / 林進賢 Norman



台鈴工業勤懇深耕台灣 46 年，始終秉持「創新產品 滿足顧客」的信念、堅持高規格的品質政策。我們對於產品不斷革新、追求完美，符合顧客需求，使顧客在購買或使用時能獲得滿足感。現今，台鈴工業投入智慧電動機車事業，邁入了另一個里程碑。全新的品牌需要全新的專業策略，以在市場上突破重圍，創造差異化與對客戶的附加價值，感謝頤德團隊在這個重要時期和台鈴並肩作戰，提供專業且可信賴的協助，幫助 eReady 品牌一步步前進，實現台鈴的願景。

## 4.1.5 COVID-19 頤德因應特輯—業務與創新服務篇

2020 年上半年，由於受到新冠肺炎的影響，許多產業受到重大打擊。許多實體活動包含記者會、發布會、品牌活動、異業合作等等，皆配合防疫政策而取消。然而，在疫情中，頤德團隊以創新與彈性與超前部署的能力，與客戶攜手向前，完成許多不可能的任務。

### 工作模式的超前部署與彈性調整

疫情影響了人與人的距離，改變了人們的工作模式與溝通方式。人們不再能隨心所欲地面對面溝通，而是必須透過線上會議、視訊等方式進行溝通。頤德在疫情之前，就已超前部署，除了行之有年的 Mobile Office 行動辦公室政策之外，許多專案的日常作業多已搭配頤德客戶「台灣微軟」的遠端協作工具 Microsoft Office 365，轉為線上化執行。因此頤德的超前部署，讓我們有機會將此次疫情的風險降到最低，更進而轉為營運契機。

### 服務內容的創新突破

在疫情爆發之前，頤德已經有服務網路科技業客戶多年的經驗，亦有協助客戶執行線上直播、線上會議等相關經驗。因此，在疫情爆發後，頤德全體主管與同仁隨即開始彙整各組過去執行線上活動之經驗，並建立完整的線上活動作業準則與標準服務流程。同時，各團隊也快速地掌握客戶需求，不斷與客戶溝通並隨時調整計劃。因此，頤德在此波疫情中，能快速協助客戶將原有實體活動的內容全部數位化，並在攝影棚執行類節目製作規模的記者會與新品線上發表會。此外，亦因應防疫政策，將原有的大型實體活動改為小批次進行，或虛實整合的方式，降低群聚感染風險，同時提高媒體參與意願並優化體驗過程。頤德團隊舉辦的線上活動皆以順暢的流程與完整的內容，深獲客戶及媒體的肯定。除了線上活動之外，頤德團隊也發揮創意，利用專欄投稿和媒體 Pitch 等方式，將 CSR 議題與疫情結合並包裝進溝通訊息中，吸引媒體專訪，成功協助客戶對外溝通企業主管 CSR 觀點，並宣傳客戶在疫情中實踐永續經營，以及產業發展建議作法等深度觀點議題。

### 精彩案例一：2020 第六屆台灣永續報告分析全球線上發表會

隸屬於頤德國際事業群的 CSRone 永續智庫自 2015 年起，於每年 3 月份舉辦國際級永續論壇盛會—「臺灣永續現況與趨勢分析發表會」。然而，2020 年 1 月的活動籌備期間，正值 COVID-19 疫情剛於中國爆發，並開始向亞洲各國蔓延的時間。在如此高度不確定的因素下，CSRone 永續智庫團隊鑑別出決策指標與決策重點，並依此成為團隊快速應變的重要條件。

#### 要點一：風險評估，簡化決策指標



CSRone 永續智庫團隊迅速以「永續發展」及「公共衛生安全」作為活動舉辦形式的優先考量目標，打破以往實體舉辦的框架與規劃，首度以「線上活動」的方式來因應



### 要點二：即時溝通、多元管道傳遞



· 秉持頤德「誠信」的核心精神，我們透過所有的管道，與活動的各利害關係人保持即時的溝通，並且完整的揭露決策過程

### 要點三：線上服務、開展線上新局面



· 迅速改變既有的作業模式，不僅自製 2 支動畫與短片，完整的溝通 2020 年的永續主軸「重新定義下一個十年」，更透過不斷的模擬與預演，確保線上活動服務的品質



2020 第六屆台灣永續報告分析全球線上發表會共計吸引來自 25 個國家／地區、逾 900 位國內外民眾報名。活動當天，透過線上論壇，順利與 600 位來自全球的參與者互動，獲得參與者的好評。更多活動介紹與精采照片請見第五章 5.4.1 全球線上發表會：臺灣永續現況與趨勢分析發表會。

### 精彩案例二：米其林「耐米聯盟」線上新品發表會

為避免群聚感染，絕大多數的活動紛紛取消。但品牌大事，例如新產品發表會，卻不能草率地取消。頤德團隊運用公司內部的資源與經驗，協助客戶「米其林」策劃並執行「耐米聯盟」線上新品發表會。另外，在正式的發表會之前，頤德團隊也安排了 3 個梯次的小規模媒體預拍活動，不僅增強媒體對新產品的理解，也在遵守防疫原則的前提下，拉近媒體與客戶的距離。該場線上發表會結合談話性節目的模式，讓媒體能用輕鬆收看節目的方式參與。總計共有 65 位媒體參與活動、74 則新聞披露，一共創造了 13,925,800 的 PR Value；在活動連繫及線上互動服務滿意度方面，也獲得出席媒體高達 4.7 分的好評（滿分為 5 分）。

神車TOYOTA Altis、電動Gogoro都受惠 米其林「耐米聯盟」推新胎



▲米其林今日（6/4）宣布在台導入「耐米聯盟」多款新胎。（圖／翻攝自米其林，以下同）

米其林發表超耐層新胎款 Gogoro節能胎同步登場

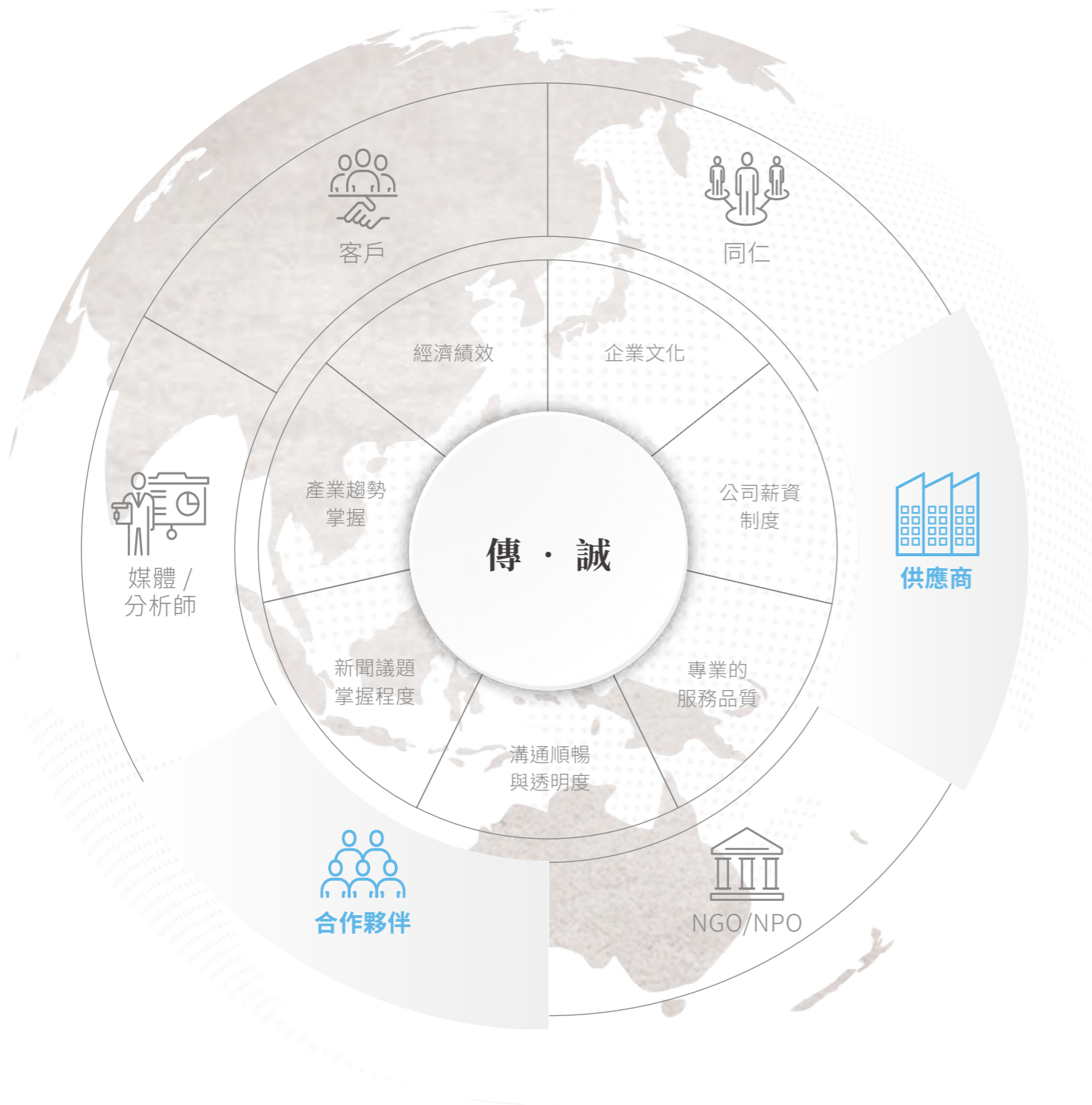


### 公關產業的耕耘與未來展望

隨著疫情在世界各地爆發，最大的衝擊即是對經濟活動的影響，而這也直接或間接地影響了客戶對於公關活動預算上的安排。未來，實體活動的舉辦可能不再是客戶的首選，相關的預算和機會也可能隨之減少。然而，品牌依然需要在市場上維持聲量與熱度，以及能吸引媒體大眾目光的長期性規劃。因此，品牌對於公關公司的需求依然存在。此外，在疫情下，我們也看到線上活動（例如網路研討會、直播等）的機會不斷地增加。展望未來充滿變化的公關產業，頤德團隊依舊不改初心，將持續提升組織的彈性與學習力，同時透過精準且頻繁的溝通，快速掌握客戶需求，隨時因應環境調整計劃與方向，並且在不斷的嘗試中，獲得回饋及成長，成為在變動時代下，堅毅又具有韌性的永續企業。

# 05

## 種下信任 以誠灌溉 綻放社會共好



### 總經理觀點

GRI 102-14



2020 太特別，太具挑戰性了！疫情的蔓延看不到盡頭，世界局勢動盪，不知何時會告一段落。此時在台灣，我們很幸運，還能放心地自由活動。而我們在產業溝通服務的業務上，也算幸運，原因是雞蛋沒有在一個產業籃子裡；雖然有些產業被打趴在地上，有些領域卻是應運成長的。

頤德經歷過 2002 - 2003 年 SARS 的洗禮，疫情因應是及時快速的；去年底今年初，聽聞疫情狀況，就已先做部署；譬如我們在年前，就準備了足夠數量的口罩，以備同仁、客戶和活動之用。年後，疫情急速上升，我們多年來實施的行動辦公室和線上平台也派上了用場。今年 3 月 26 日，CSRone 永續分析暨趨勢發表會也及時改為線上，參與人數遍及歐美、亞洲各地，報名人數也逾千人，成效並不亞於實體活動。

然而面對未來的不確定性，不可能不擔心；但擔心倒是反省與創新的即動力。頤德於 2020 上半年推行了不少新的策略與作為；我們重新省思溝通服務產業，不論公關、行銷或 CSR 的顧問服務，在這個時代需要什麼樣的新思維，哪方面的專業能力需加強或重建。人才的養成與成長是著手處，我們開始規劃組織的重建與人才的培育計劃，這是一項由董事長帶領的大工程。此外，專業需要與科技和時代接軌，先進合時的工具才能加強執行力；因此，我們也著手建置新的作業平台和優化整合原有的業務工具和平台。

專業能力的多元化和深化是因應新時代挑戰的必要條件。對知識服務業而言，像是製造生產線的線性思維有時是進步的絆腳石，經驗很重要也是建立專業能力的基礎，但要小心不要讓經驗成為限制創新的框框。不斷的深度與多元學習和積極開放的態度必然是挺進疫情後，新時代的關鍵心理建設和業務裝備。

2020 強迫世界面對了空前的挑戰，但風平浪靜之後，可以審視這是否也是個千載難逢的轉機里程碑！

## 5.1 與合作夥伴互利成長

頤德事業群以「CSR / 永續顧問」以及「CSRone 永續智庫」開展永續之路，結合線上 / 線下資源，提供 CSR 專案規劃、企業教育訓練、以及永續課程等服務。

「CSRone 永續智庫」定期提供永續相關新聞、專題與活動等資訊，讓 CSR / 永續工作者及普羅大眾都能在平台上獲取最新的永續資訊。而合作夥伴們亦能在平台上相互交流，共創永續價值，建立和諧信任的關係，激盪創意好點子。

在創造社會共好的路上，頤德有幸與諸多永續夥伴共同努力，合作夥伴是頤德達成永續目標不可或缺的利害關係人，也是重要的社會資本。我們不僅透過「CSRone 永續智庫」與台灣本地的合作夥伴交流，近年更透過各式論壇會議、交流活動與倡議，與來自亞太地區及全球的永續發展組織互動，期望整合各面向的資源，增加台灣永續量能。2019 年「CSRone 永續智庫」與德國社會企業「Momentum Novum」成為永續合作夥伴，協助推廣彼此的活動，並持續與既有合作夥伴維持友好關係，一同打造永續影響力。



歡迎前往  
CSRone 永續智庫  
閱覽豐富永續資訊

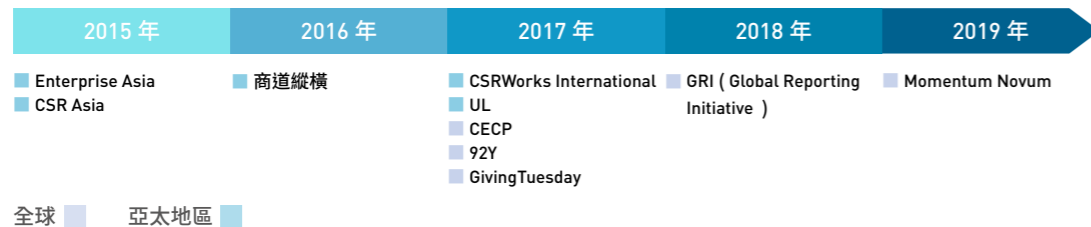


2019 年新增國際合作夥伴  
「Momentum Novum」



Momentum Novum

永續領域之國際合作夥伴



繼 2018 年，2019 年 CSRone 永續智庫再度取得 GRI (Global Reporting Initiative) 的認證，永續工作者能透過 CSRone 永續智庫取得最新的永續資訊以及使用 GRI 的方法。

合作夥伴經營藍圖



### 頤德事業群總經理暨 CSRone 永續智庫

創辦人 / 嚴德芬 獲選第二屆亞洲頂尖永續超級女性



“Cultivated and inspired thousands young sustainability and CSR talents through many training programs and activities. They will be the foundation of sustainability development at present and in the future.”

總經理 嚴德芬

頤德合作夥伴 — 新加坡永續諮詢智庫 CSRWorks International，於 2019 年辦理第二屆「亞洲頂尖永續超級女性」(Asia's Top Sustainability Superwomen)。本屆共有來自 11 個國家與地區 27 位於永續領域現優異的女性名列榜單，CSRone 永續智庫創辦人嚴德芬榮譽入榜，不僅代表台灣展現亞洲女性在永續領域上精彩領導能力，也展現頤德於永續的長期深耕成果。

歡迎前往查看 CSRone 永續智庫創辦人嚴德芬入榜訪談內容

## 5.2 建立互助互信的價值鏈

GRI 102-9

公關服務、溝通顧問業是最為重視溝通產業的生態鏈。因此在每一項專案活動中，都需要整合諸多訊息。頤德致力於尋找優良的供應商，並整合供應鏈各式專業能力，精準的與目標群體互動，提升專案效率，提供客戶優質的專業服務。

依照業務類型，頤德主要的供應商可分為下列四大類：



頤德建立獨有的 MPR 營運管理系統，協助同仁在規劃專案時，找到最適的供應商，讓專案能事半功倍地進行。同仁能在 MPR 營運管理系統上進行廠商評核，以「整體滿意度」、「交付時程」、「價格」、「配合度」及「態度」五個面向為評分指標，作為專案執行人員選擇廠商的參考依據。節省專案人員重新尋找及挑選供應商的成本，並篩選出不合適的供應商。

供應商歷次的合作紀錄皆會註明在系統上，優良供應商將成為專案執行人員的首選，並持續與供應商經營信任的夥伴關係。



2019 年交易供應商家數 (註)

總數 **573** 家

註：供應商分為兩類型，包含 311 家企業 (如設計公司、設備廠商等) 及 262 家個人勞務。

## 5.3 與人為善 坐而言不如起而行

頤德期許能在營運的過程中，持續創造正面社會影響力。因此我們除了支持 NGO / NPO 等公益團體外，更長期深耕 CSR 領域。頤德在提供永續服務的過程中，看見企業以核心競爭力做為永續發展的根基，逐漸將販售產品之營利方式，轉為解決社會或環境問題的商業模式，成為帶動台灣社會正向發展的助力。而頤德也用行動支持這些在地且務實的商家與社會企業，並扮演橋樑的角色，媒合各組織間的資源，結合不同型態企業的強項，共創社會共好與共融。



## 客戶回饋贈言

### 台灣連線有限公司 (LINE Taiwan)

公關部資深總監 / 廖婉寧



LINE 在台灣承載 2100 萬用戶的每日使用與期待，以三大策略主軸深耕台灣市場：社會參與、服務創新、與產業夥伴創造共榮生態。為了擴大發揮 LINE 平台的社會影響力，我們自 2019 年開始與致德合作。致德團隊先透過紮實又有趣的內部工作坊凝聚公司的共識，再從複雜的產業議題中，找出現階段 LINE 對社會參與最有效的施力點。在致德的協助下，我們與契合的產業夥伴建立起合作，於 2019 年 3 月正式啟動「LINE 數位當責計劃」對抗網路上的錯假訊息。隨著專案的推移，致德在不同階段協助我們與不同的外部組織研議出最適的合作模式，將影響力延伸至更廣泛多元的層面；今年協助我們向下扎根到中小學生的科學素養教育，陪我們逐步提升全民的數位素養，為台灣推動一個更安心安全的網路環境而努力。

### 5.3.1 共創永續價值

GRI 102-12、102-13、EO1、EO4

頤德長期以實際行動支持不同類型的非營利組織，希望透過公關與永續服務的核心優勢，協助非營利組織與企業共好。

#### #GivingTuesday：給予 x 創造 x 永續



自美國興起的 #GivingTuesday 是一個全球性的倡議活動。其為了平衡「美國感恩節」(Thanksgiving Day) 前後，民眾大量購買消費品，導致資源浪費、生態浩劫的習慣，於每年感恩節後的星期二，會號召全球總動員，一同致力於回饋社會、創造「給予」的價值。

目前 #GivingTuesday 在全球已超過 60 個國家設立正式的倡議機構，在全球進行相關宣傳，鼓勵在地社群，以當義工、捐贈、募款等具有創意的方式，參與回饋社會的運動。

### 2017

11月

- CSRone 永續智庫成為 #GivingTuesday 在台灣的正式倡議組織

### 2018

10月

- 在 #GivingTuesday Taiwan 官方臉書上舉行倡議活動，邀請台灣民眾響應 #GivingTuesday；票選出屬於台灣的Logo

### 2019

6月

- 與 #GivingTuesday 全球領袖舉辦 #GivingTuesday Data Collaborative 工作坊

8月

- 舉辦首次線下小聚，邀請企業與 NGO 夥伴一同分享「給予故事」，共計約 20 家不同領域組織夥伴參與交流

9 - 12月

- 於社群平台發起「14 周的給予練習 #MyGivingStory」邀請大家認識並接近生活中的「給予」

點此了解更多關於 GivingTuesday Taiwan 的最新消息



《鑑別、衡量、溝通 - 重新定義社會影響力》工作坊  
CSRone 專題報導



#GivingTuesday 在台灣首次 Meet-up 小聚

### Ford 全球關懷月 CSR 三部曲 - Ford X 靖娟基金會 X 安得烈食物銀行 X TFT 為台灣而教

每年九月，全球 Ford 員工都會捲起衣袖，秉持 CSR 的使命，以志工身份響應「Ford 全球關懷月」。頤德協助客戶 Ford 福特六和在全球關懷月投入在地服務，實踐企業社會責任，並回應聯合國「全球永續發展目標」(Sustainable Development Goals, SDGs) 中：降低兒童死亡率、消滅貧窮飢餓、普及基礎教育。Ford 攜手靖娟兒童安全文教基金會推動「護苗交安培力計畫」，共同推廣兒童道路安全，降低兒童交通意外死亡率。此外，Ford 亦投入安得烈食物銀行志工服務行列，Ford 員工捲起衣袖當志工，協助安得烈食物銀行打包、分配、運送物資，為弱勢家庭兒少提供即時、適需的資源。而在支持在地教育方面，Ford 同樣以實際行動支援 TFT 為台灣而教，並長期捐贈 Ford 教育特派車「熊熊車」，為青年教師與孩童服務，滿載台灣各偏鄉角落充滿希望的精彩故事。



### 回應社會議題 響應公益捐助

頤德重視議題背後所彰顯的價值，因此我們透過公益捐助，長期支持社會福利、環境保護及學術研究等議題。頤德更連續 7 年捐助「財團法人台北市賽珍珠基金會」，期許讓新移民子女能健康、快樂的成長。

2019 年 頤德贊助 / 捐款名單 (單位：新台幣元)	
組織名稱	贊助 / 捐款金額
財團法人台北市賽珍珠基金會	107,400
財團法人創世社會福利基金會	5,000
台東縣蘭嶼鄉椰油國民小學	5,000
台北市旅行商業同業公會	32,000
社團法人瑪赫西維德教育學會	10,186
財團法人台北市自閉兒社會福利基金會	2,400
台灣國際公共關係協會	2,100
財團法人為台灣而教教育基金會	21,060
中華民國電腦學會	50,000
<b>贊助 / 捐款總金額</b>	<b>235,146</b>

### 多元公協會參與

頤德是台灣的中堅企業，資源雖不能與大型企業比擬，但仍依據業務狀況投入相關議題，善盡企業公民的責任。並擔任公協會中的要職，希望藉由參與公協會為相關議題發聲。此外，隨時了解市場趨勢與動向，亦是企業永續經營關鍵，頤德保持著「彈性、靈活」的心態，持續吸收市場資訊，創造企業競爭力。

代表人	公協會名稱	現任角色
蔡明勳 董事長	財團法人台北市賽珍珠基金會	董事
	TMCA 台灣行銷傳播專業認證協會	現任監事
嚴德芬 總經理	ECCT 歐洲在台商務協會	Co-chair of CSR committee CSR 委員會共同主席
	財團法人張老師基金會輔導委員會	諮詢委員
	CCS 台灣企業永續研訓中心	諮詢委員
	國立故宮博物院	英文導覽志工
	Asia Sustainability Reporting Awards	評審
	2019 FIA 食創獎	評審
	2019 台北金鵬微電影展	評審
	2019 第一屆 資誠 PwC Taiwan x 中經院綠經中心 校園種子研習營 Camping for Good	評審

## 5.4 展望未來：致力永續發展

永續的價值需要被衡量與管理，有效運用有限的資源。CSRone 永續智庫憑藉著對永續的熱情，長期投入永續報告書的研究調查，希望能為台灣永續發展不斷開創新的格局。

### 5.4.1 第六屆台灣永續報告全球分析發表會

CSRone 永續智庫自 2015 年起，已連續 6 年舉辦「臺灣永續現況與趨勢分析發表會」。這場國際 CSR 論壇盛會由國內領導智庫 CSRone 永續智庫、資誠聯合會計師事務所 (PwC Taiwan)、政治大學信義書院及台灣永續能源研究基金會 (TAISE) 共同主辦。截至 2019 年 12 月底為止，CSRone 永續智庫共已蒐集超過 3,600 本永續報告，每年發表會，CSRone 永續智庫皆會分享《臺灣暨亞太永續報告現況與趨勢》分析調查報告中之關鍵發現，掌握台灣企業永續發展面貌。《2020 臺灣暨亞太永續報告現況與趨勢》研究團隊針對台灣及亞洲地區共 642 本永續報告書進行分析研究，並獲得多項關鍵發現。



2020 年 3 月在 COVID-19 疫情影響之下，CSRone 永續智庫基於安全考量，「第六屆台灣永續報告全球分析發表會」首次採線上形式舉辦

《第六屆台灣永續報告全球分析發表會》以「重新定義下一個十年：在不確定的世界保持優勢」為主軸，特別邀請 Global A.I. 執行合夥人 Dr. Madelyn Antoncic 分享從 ESG 到 SDGs 與非財務風險評估的方法，同時也邀請 CECP 行銷傳播部總監 Sara Adams、現任玉山銀行董事長黃男州與資誠永續發展服務公司執行董事張瑞婷等國內外講者，分享未來企業轉型下一個階段的關鍵。本屆線上發表會共計吸引來自 25 個國家 / 地區、逾 900 位國內外民眾報名，活動同時在線觀看人數近 600 位。



《第六屆台灣永續報告全球分析發表會》突破時空限制，以會後專題報導邀請多位專業領域嘉賓參與紙上論壇系列，探討多元永續議題

全球永續意識升溫，許多議題尚待處理。頤德未來將持續致力於永續發展，透過專業服務與永續智庫的角色，拓展台灣對於永續發展的視野。

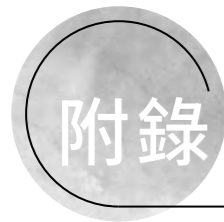
### 合作夥伴回饋贈言

#### 政治大學商學院信義書院

執行長 / 別蓮蒂



政治大學信義書院與 CSRone 合作全台 CSR 報告書調查已有五年，並將進入第六年。能夠長時間合作，奠基於雙方的共同理念—推動台灣永續發展。合作過程中，信義書院與 CSRone 互相學習成長，在每次的交流過程中，緊密結合 CSR 知識的學術與實務，並建置全台 CSR 資料庫與出版「台灣永續報告現況與趨勢」，從而讓全台的產官學界深入了解台灣 CSR 的趨勢與發展，為台灣 CSR 夥伴描繪相關發展的輪廓。除此之外，在雙方合作的過程，也創造出培育永續人才的綜效，許多當年參加全台 CSR 報告書研究專案的同學，畢業後投身於永續領域的工作。信義書院有幸與合作夥伴在永續議題上共同努力、進步與創新，並祝福 CSRone 能持續擴大對於台灣永續的影響力。



# GRI 準則索引表

GRI 102-55

下表係參考 GRI 準則：2016 版本對應本報告書之內容。

GRI 102：一般揭露 (2016)			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
102-1	組織名稱	1.2 關於頤德	08
102-2	活動、品牌、產品與服務	1.2 關於頤德	08
102-3	總部位置	1.2 關於頤德	08
102-4	營運據點	1.2 關於頤德	08
102-5	所有權與法律形式	1.2 關於頤德	08
102-6	提供服務的市場	1.2 關於頤德	08
102-7	組織規模	1.2 關於頤德 3.1.1 同仁概況	08 32
102-8	同仁與其他工作者的資訊	3.1.1 同仁概況	32
102-9	供應鏈	5.2 與供應商的互助互信	70
102-10	組織與其供應鏈的重大改變	●本報告揭露期間無重大改變	N/A
102-11	預警原則或方針	2.2 風險管理 迎向機會 4. 溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力	23 49
102-12	外部倡議	5.3.1 共創永續價值	71
102-13	公協會的會員資格	5.3.1 共創永續價值	71
102-14	決策者的聲明	1.1 頤德的永續宣言 (董事長觀點) 5. 種下信任 以誠灌溉 綻放社會共好	06 67
102-16	價值、原則、標準及行為規範	2.1 頤德的永續治理	22
102-18	治理結構	2.1.2 公司治理	23
102-40	利害關係人團體	1.3 利害關係人議合與溝通 1.6 擘劃永續藍圖 頤德的發展目標	10 18
102-41	團體協約	●頤德未設立工會及團體協約。 同仁們皆可透過定期會議及社群軟體與頤德高層互動，其他內部溝通管道請見 3.1.2 最佳職場環境	34
102-42	鑑別與選擇利害關係人	1.3 利害關係人議合與溝通	10
102-43	與利害關係人溝通的方針	1.3 利害關係人議合與溝通	10
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	1.3 利害關係人議合與溝通 1.6 擘劃永續藍圖 頤德的發展目標	10 18

GRI 102：一般揭露 (2016)			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
102-45	合併財務報表中所包含的實體	序 關於報告書	04
102-46	界定報告書內容與主題邊界	1.4 重大議題分析流程 1.5 重大議題說明	12 16
102-47	重大主題表列	1.6 擘劃永續藍圖 頤德的發展目標	18
102-48	資訊重編	●本報告無資訊重編之行為	N/A
102-49	報導改變	●本報告之重大主題與主題邊界與前一年度一致	N/A
102-50	報導期間	序 關於報告書	04
102-51	上一次報告書的日期	序 關於報告書	04
102-52	報導週期	序 關於報告書	04
102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	序 關於報告書	04
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	序 關於報告書	04
102-55	GRI 內容索引	附錄 GRI 準則索引表	76

GRI 103：管理方針 (2016)			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
103-1	解釋重大主題及其邊界	1.4 重大議題分析流程 1.5 重大議題說明	12 16

GRI 200：特定主題揭露－經濟主題 (2016)			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
<b>重大議題：經濟績效</b>			
103-2	管理方針及其要素	2. 以人為本 翻轉文化	21
103-3	管理方針的評估	2. 以人為本 翻轉文化	21
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	2.3.1 財務績效	27
201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	3.2.2 福利制度	40
201-4	取自政府之財務補助	●頤德 2019 年未取得自政府之財務補助	N/A

GRI 200：特定主題揭露 - 經濟主題 (2016)			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
<b>重大議題：公司薪資制度</b>			
103-2	管理方針及其要素	3. 創新路上 頤德人的熱誠引領前行	31
103-3	管理方針的評估	3. 創新路上 頤德人的熱誠引領前行	31
202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	3.2.1 薪資概況	38
202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	2.1.2 公司治理	23

GRI 300：特定主題揭露 - 環境主題 (2016)			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
302-1	組織內部的能源消耗量	2.3.2 能資源管理	28
302-3	能源密集度	2.3.2 能資源管理	28
303-1	依來源劃分的取水量	2.3.2 能資源管理	28
307-1	違反環保法規	●頤德 2019 年未有違反環保法規之情事	N/A

GRI 400：特定主題揭露 - 社會主題 (2016)			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
<b>重大議題：公司薪資制度</b>			
401-1	新進員工和離職員工	3.1.1 同仁概況	32
401-2	提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	3.2.2 福利制度	40
401-3	育嬰假	● 2019 年無同仁符合育嬰留停資格，前一年度應復職人數為零，故未計算復職率	N/A
402-1	關於營運變化的最短預告期	●頤德定期於每月會議中評估營運狀況，並依據勞動基準法之規範進行預告	N/A
404-1	每名同仁每年接受訓練的平均時數	3.3.2 培育課程	43
405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	3.2.1 薪資概況	38

GRI 行業別揭露 - 媒體			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
<b>重大議題：專業的服務品質</b>			
103-2	管理方針及其要素	4. 溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力	50
103-3	管理方針的評估	4. 溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力	50
M2	內容創作 (Content Creation)	4.1.2 專業的服務品質	54
M3	內容創作 (Content Creation)	4.1.2 專業的服務品質	54

GRI 行業別揭露 - 媒體			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
<b>重大議題：溝通順暢與透明度</b>			
103-2	管理方針及其要素	4. 溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力	50
103-3	管理方針的評估	4. 溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力	50
M6	閱聽眾互動 (Audience Interaction)	4.1.3 溝通順暢與透明度	58

GRI 行業別揭露 - 媒體			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
<b>重大議題：新聞議題掌握程度</b>			
103-2	管理方針及其要素	4. 溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力	51
103-3	管理方針的評估	4. 溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力	51
M7	媒體素養 (Media Literacy)	4.1.4 新聞議題掌握程度	61

GRI 行業別揭露 - 會議籌辦單位			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
E01	總覽 (Overall)	5.3.1 共創永續價值	71
E04	當地社區 (Local Communities)	5.3.1 共創永續價值	71

頤德事業群 - 企業議題			
GRI 準則	揭露項目標題	對照章節 (●：備註)	頁碼
<b>重大議題：企業文化</b>			
103-2	管理方針及其要素	2. 以人為本 翻轉文化	21
103-3	管理方針的評估	2. 以人為本 翻轉文化	21
<b>重大議題：產業趨勢掌握</b>			
103-2	管理方針及其要素	4. 溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力	51
103-3	管理方針的評估	4. 溝通力 x 誠信力 x 創意力 = 頤德力	51





如果您對本報告書有任何問題、建議與指教，歡迎您經由下列管道與我們聯繫  
頤德官網：[www.veda.com.tw](http://www.veda.com.tw)  
頤德永續溝通品牌「CSRone永續智庫」：<https://csrone.com>

地址：台北市大安區信義路三段178號5樓  
TEL：+886-2-2704-3024 #131  
FAX：+886-2-270903692  
E-mail：[service@csrone.com](mailto:service@csrone.com)

