

## 1.1 董事長的話



2021 年的世界地球日，Apple TV+ 拍出一部紀錄片叫「這一年，地球變得不一樣」，在這部橫跨五大洲、超過三十個城市的紀錄片裡，利用無人機拍下了很多動物自由活動的珍貴照片與影像。見證了在疫情的影響下，全球歷經封鎖及人類行動受限，嚴重的衝擊了經濟成長，但難能可貴的是，自然環境與動物找回原來生活樣貌，天空的顏色更藍了，江、河、湖水變清澈了，碳排放量減少了。

大自然堅韌的生命力鼓舞了仍籠罩在疫情陰影下的我們，可以重新思考按下暫停的意義與收穫。也更提醒我們反思後疫情時代應該如何還給大地新的樣貌，如何積極達成節能減碳，共同維護這唯一的地球，都是我們得嚴肅面對的外在永續課題。

過去 3 年來，疫情重創全球經濟與金融、產業斷鏈、國際旅遊、各項交流及經濟活動中

斷，消費大幅減少，全球貿易萎縮，各項產業的發展均受波及，卻也促使各行各業思考如何順應這波疫情，加強運用各項科技如遠距技術、人工智慧、虛擬實境、資訊安全、自動化生產線等技術來做出改變。

因此，回歸企業永續經營的思維，危機即是轉機，我們觀察到「數位轉型」、「關鍵人才培育」及「地方創生能量」是企業團在後疫情時代的 3 個重要經營關鍵，如何結合現有營運方能在面對瞬息萬變的趨勢中不被淘汰，持續鍛造企業韌性是我們追求永續發展的過程也是唯一目標。

董事長 | 永續發展委員會主任委員

## 1.2 永續長的話

“Dream Big. Act Now.” ~Robin Sharma

3

嘉新企業團邁入第 68 個年頭了！

自 1954 年起創立的嘉新水泥，近 70 年來，隨著時代的改變，從滿足人們基本生活需求為起點到賦予建築物新生命提供有溫度的服務的理念下，我們從 House to Home，歷經長期不斷努力耕耘，已發展成包含水泥、倉儲 / 物流、資產開發 / 管理、旅宿服務及健康照護等多元事業體的企業團。在那個 CSR、ESG 概念尚未萌芽的時代，企業團創辦人張敏鈺先生在追求企業成長的同時，更秉持著「取之於社會，用之於社會」的宗旨，成立台北市第 1 號財團法人許可的嘉新兆福基金會，發放獎學金嘉惠諸多學子。之後在企業經營上，除了對外相當重視水泥生產過程中對於環境的影響，例如在 1992 年導入水泥窯廢熱發電系統，將廢氣餘熱進行回收，提升能源利用率並兼顧節能減碳；及在大崗山礦區停採石灰石礦後積極植林復育等相關綠色環保作為外，對內則積極打造幸福安心職場，盡力照顧好員工及他們身後的每個家庭。因此，企業經營不僅在追求成長，關心環境、關懷社會也一直是我們的核心宗旨與企業文化。

正因為這始終如一的核心價值觀，當 2013 年起順應時代脈動和潮流趨勢進行企業轉型，規劃旅宿服務及健康照護事業成為企業團經營主軸時，自然延續同樣的精神，在建設及營運過程中注入了環保健康理念，例如 Hotel Collective 在興建時導入綠建築設計理念，竣工完成節約能源及水資源等相關節能環保措施，並於 2021 年取得國際綠建築 LEED 認證；而策略合作的人之初產後護理之家，則在 2020 年取得國際性 WELL 健康建築最高規格白金認證，藉由管理建築物內部空間的空氣、水、營養、光、運動、熱舒適、聲環境、材料等指標，提升環境品質以打造健康身心的空間。

而在社會回饋方面，嘉新兆福基金會除每年既有的獎學金的頒發之外，更捐助偏鄉兒童課後輔導計畫以彌補偏鄉教育資源不足的缺乏。再者，企業團亦

支持創業創新教育，自 2014 年起透過資助嘉新兆福基金會與財團法人時代基金會，投身參與 Garage+ 計畫，建立新型態創業育成中心，協助並鼓勵國內外有志青年勇於創新，為培育新創產業人才盡一份心力。

為了因應聯合國提出的 17 項永續發展指標（SDGs），讓永續的工作更聚焦在迫切的議題上，2021 年底董事會成立了「永續發展委員會」，設置永續長職務，由永續發展辦公室做為全力推動的單位，重新盤點過去各項 ESG 相關活動，並結合企業團現有的營運活動，擬定可專注發展的 6 個 SDGs 及展開永續發展藍圖，持續推動各項永續專案，同時透過多樣化的教育訓練課程，強化員工 ESG 相關觀念，進而為企業團植入新的永續 DNA。而在 17 項 SDGs 中，氣候變遷及溫室氣體減排應該是最迫切的議題之一。根據 IPCC 2021 的報告顯示，目前全世界減碳的績效是不及格的。依照現在的步調，要維持 1.5C，地球的平均 carbon quota 再過 9 年就會用完！因此，我們必須採取更積極的減碳行動。2021 年企業團設定了能提早達到主管機關法定要求的目標，先完成總公司的溫室氣體盤查，2022 年起更加大範圍及加快速度，依據盤查的結果，我們也將致力於呼應「2030 辦公室淨零碳排」的倡議。

在未來，企業團在兼顧追求經營與永續發展的平衡工程中，必須體認單打獨鬥是不夠的。需要做的事很多，想要做的事更多，惟有透過群體的力量，結合相同生態圈合作夥伴的相互支持，通力完成永續發展的各項行動，讓世界變得更美好！

執行長 | 永續長




## 1.3 關於本報告書

嘉新水泥股份有限公司（股票代號：1103）暨企業團（以下全文簡稱嘉新企業團），為了讓各利害關係人更加瞭解嘉新企業團如何致力於建構完善的企業永續發展，編製了「2021年永續報告書」。本報告書建立在公開透明的誠信基礎上，並結合嘉新企業團的各項業務發展以呈現我們在公司治理、社會及環境面上所投入的努力。

### 報告期間

本報告書發行日期：2022年6月

揭露期間：2021年1月1日～2021年12月31日

第一本報告書：2016年（本次為第六次發行永續報告書）

前一版報告書：2021年6月發行

下一版報告書：預定2023年6月

### 報告書撰寫依循原則

- GRI 準則 (GRI Standard) : 核心選項 全球永續性報告協會 (Global Report Initiative, GRI)
- 上市公司編製與申報永續報告書作業辦法 臺灣證券交易所
- SASB 準則 永續會計準則委員會 SASB (Sustainability Accounting Standards Board)
- TCFD 架構 氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)

### 報告邊界與範疇

#### 報告範疇

- 本報告書內容以嘉新水泥股份有限公司為營運主體，並涵蓋嘉新資產、嘉北國際、嘉新國際、雲嘉國際、嘉和健康生活、嘉新琉球等子公司。

#### 財務資訊

- 以經會計師簽證之合併財務報告書為準。

#### 財務資訊依循標準

- 經金融監督管理委員會認可之國際財務報導準則 IFRSs (International Financial Reporting Standards)、證券發行人財務報告編製準則。

#### 報告書數據說明

- 本報告書中如沒有特別加註的貨幣單位均為新台幣。員工關懷章節之部份福利措施為透過職工福利委員會等施行，適用於嘉新水泥股份有限公司入職三個月以上的全職員工。

### 外部保證

由 BSI 英國標準協會台灣分公司 (BSI Taiwan) 依據 AA1000AS v3 第一類型中度保證等級之查證標準驗證通過。

如果您對於本報告書有任何疑問諮詢或建議，非常歡迎您將寶貴的意見傳達給我們，謝謝。

永續長 執行長 王立心  
E-mail | ir@chcgroup.com.tw

永續發展辦公室執行秘書 金哲毅  
E-mail | simonchin@chcgroup.com.tw

永續報告書聯絡窗口 余筱秋  
E-mail | kellyyu@chcgroup.com.tw

地址 台北市中山北路二段 96 號 電話 02-2551-5211 網址 <http://www.chcgroup.com.tw/>

聯絡資訊

## 1.4 利害關係人鑑別與溝通

### 永續議題管理流程



鑑別重要利害關係人



利害關係人溝通



永續議題鑑別及排序



價值鏈衝擊邊界分析



重大主題管理方針

### 鑑別利害關係人

嘉新企業團長年以來深耕在多方產業，自早期水泥產銷以至於現今的旅宿照護服務，均重視來自四面八方各利害關係人的聲音，提供多元溝通管道，以確保有效且直接的溝通。2016 年為鑑別重要利害關係人，由各部門最高主管與所有直接持股的子公司最高決策相關人員，召開多次 CSR 說明會。依據國際標準 AA 1000 Stakeholder Engagement Standard (SES) :2015 利害關係人議合標準所建議之依賴性 (Dependency)、責任性 (Responsibility)、緊密度 (Tension)、影響度 (Influence) 及多元觀點 (Diverse perspectives) 之五大面向評估方法，進行重要利害關係人之鑑別分析。2020 年新增社區／非營利組織，調整為以下九大類重要利害關係人，2021 年繼續沿用並持續進行利害關係人溝通。



- 股東／投資人
- 客戶／消費者
- 員工
- 政府機關
- 金融機構
- 合作夥伴
- 協力廠商
- 媒體
- 社區／非營利組織

### 利害關係人溝通與議合

在利害關係人溝通及管理方針上，以多元管道揭露資訊，確保與重要利害關係人建立及維持順暢有效的溝通管道。

#### 溝通永續價值



重視多元溝通



積極進行內外部議合



評估利害關係人對議題關注度



結合 SDGs 目標





定期評估永續績效

## 利害關係人 9 類

## 利害關係人

2021 年  
利害關係人  
溝通實績

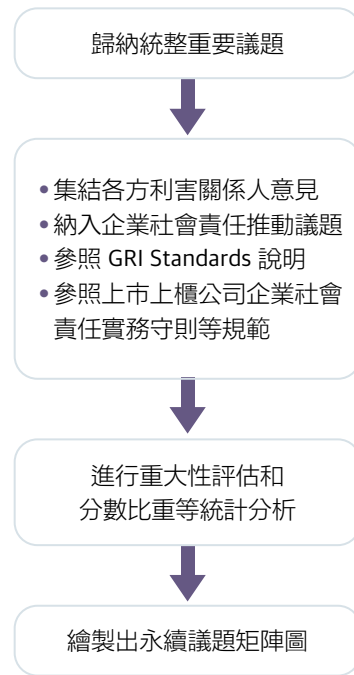
	 股東 / 投資人	 客戶 / 消費者	 員工	 政府機關
對象	一般股東、法人股東	經銷商、零售客戶、租戶、消費者	員工、眷屬、顧問	主管機關、金管會、證期局、集保公司、環保局、衛福部、勞動局、觀光局
關注議題	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 股利政策</li> <li>• 公司治理</li> <li>• 財務績效</li> <li>• 新事業開發</li> <li>• ESG 永續發展及風險因應</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 產品價格、品質、貨源與服務</li> <li>• 儲運服務的供應鏈順暢</li> <li>• 對承租戶的物業管理責任</li> <li>• 客訴處理與後續追蹤</li> <li>• 最新母嬰專業照護模式及知識</li> <li>• 公司形象及產品定位</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 勞資關係</li> <li>• 薪酬、晉升機制及員工福利</li> <li>• 人才培訓與發展</li> <li>• 勞工安全與健康</li> <li>• 工作氛圍與組織文化</li> <li>• 未來職涯發展及成長</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 法規遵循</li> <li>• 環境保護</li> <li>• 勞資政策</li> <li>• 誠信經營</li> <li>• 防疫措施</li> <li>• 觀光產值及就業機會</li> </ul>
主要溝通管道與頻率	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 發言人服務專線與信箱 (即時)</li> <li>• 股務代理機構服務專線 (即時)</li> <li>• 股東大會與董事會 (每年 / 每年兩次以上)</li> <li>• 召開法說會 (每季)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 客戶服務信箱與客服專線 (即時)</li> <li>• 法人客戶拜訪 (每 2 個月)</li> <li>• 網站信箱 (即時)</li> <li>• Line @或 SNS 溝通 (即時)</li> <li>• 舉辦客戶線上課程 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 與部門主管即時溝通 (即時)</li> <li>• HR 員工意見信箱 (即時)</li> <li>• 勞資會議 (每三個月)</li> <li>• 職工福利委員會 (每三個月)</li> <li>• 年度教育訓練 (每年排定)</li> <li>• 各部門內部主題分享會 (每半年)</li> <li>• 飯店員工社員大會 (每月)</li> <li>• 員工關懷活動 (不定期)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 參與金管會主辦課程 (不定期)</li> <li>• 參與公開發行公司股務協會 (不定期)</li> <li>• 參與勞動、環保等行政主管機關辦理之課程、宣導說明會或座談會 (不定期)</li> <li>• 環保督導稽查</li> </ul>
2021 年利害關係人溝通實績	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 召開一次股東會 (視訊輔助股東會)</li> <li>• 四次法說會</li> <li>• 七次董事會</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 進行客戶滿意度調查及電話回訪</li> <li>• 水泥經銷商服務狀況調查</li> <li>• 實地進行客戶拜訪及溝通</li> <li>• 2021 年線上母嬰產前產後課程約 200 次</li> <li>• 企業團 CI 及印刷品更新</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 次職工福利委員會議</li> <li>• 企業團 (關係企業員工達 30 人以上) 均依法規各舉辦 4 次勞資會議</li> <li>• 績效考核及面談</li> <li>• 發行 HR 電子季報 4 次</li> <li>• 飯店舉辦社員大會 12 次</li> <li>• 舉辦感恩節餐會、幸福茶水間活動、防疫蔬菜箱、線上運動課程、職護面談等員工關懷活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 參與座談會及交流會、課程等 (如 XBRL 申報財務報告宣導會、上市公司業務宣導會、採用國際財報準則宣導說明會等)</li> <li>• 回覆證交所平台問卷調查 20 次</li> <li>• 與集保公司合辦視訊輔助股東會</li> <li>• 獲得環保署「空氣品質優良認證」</li> <li>• 獲得北市府「響應禁用一次性及美耐皿感謝狀」</li> </ul>

 <p>金融機構</p>	 <p>合作夥伴</p>	 <p>協力廠商</p>	 <p>媒體</p>	 <p>社區／非營利組織</p>
<p>銀行、券商、沖繩金融開發公庫</p>	<p>台灣港務公司、雲朗集團、建商或飯店同業、異業結合（如社企、航空旅遊業等）、醫療機構及後送醫院等</p>	<p>供應商、承包商</p>	<p>電視、平面、FB、部落客自媒體等</p>	<p>社區、非營利組織、當地商店街及社區聯合會</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>財務績效</li> <li>財務風險管理</li> <li>公司治理及運營</li> <li>ESG 發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>保證運量或契約租金規費</li> <li>商業合作及未來發展</li> <li>職工安全及環保議題</li> <li>ESG 未來規劃</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>比議價流程</li> <li>公允的驗收查核流程</li> <li>誠信經營</li> <li>法規遵循及風險</li> <li>供應商管理政策</li> <li>財務狀況</li> <li>新事業發展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新事業開發</li> <li>營運績效</li> <li>公開形象</li> <li>重大公共議題</li> </ul>	<p>響應公益 地方參與及回饋</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>聯繫拜訪（不定期）</li> <li>年度財報季報消息公告（即時）</li> <li>專案討論或研討會（不定期）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>親自拜訪或電話溝通（即時）</li> <li>投資夥伴：月例會及董事會（每季）</li> <li>醫療機構巡診（每週）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>會議討論（不定期）</li> <li>交流拜訪或電訪（不定期）</li> <li>會計師內控查核（年一次）</li> <li>會計師：季報查核（每季）、重大專案評估對財報影響（不定期）</li> <li>飯店備品採購商（每日即時）</li> <li>同業交流（不定期）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>媒體餐會或媒體訪問（不定期）</li> <li>參加媒體座談會及交流會（不定期）</li> <li>每季法說會媒體溝通（每季）</li> <li>每年股東會媒體餐敘（每年）</li> <li>部落客（不定期）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>嘉新兆福文化基金會辦理清寒獎學金及體育獎學金（每年度）</li> <li>贊助文創計劃及偏鄉教育活動（每年度）</li> <li>響應公益活動（不定期）</li> <li>鄰里聯合晚會（年2次）</li> <li>社區或當地商會交流拜訪（每月）</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>參與座談會及交流會（專案議題討論：8次、研討會：3次）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>港務公司函文往來並配合相關措施：6次</li> <li>參加4次智齡董事會及2次股東臨時會</li> <li>都更說明會4~5次</li> <li>月子中心：醫療機構每週四次以上巡診立即溝通</li> <li>航空及旅遊業之異業拜訪：每月1次以上（線上會議）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>與各類供應商的交流溝通：即時或不定期</li> <li>專案顧問或律師、會計師：即時或不定期</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>股東會後線上會議：1次</li> <li>記者會：1次</li> <li>媒體露出及專訪：16次</li> <li>舉辦法說會及影片上線：4次</li> <li>企業團官方粉絲團（FB）：46篇</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>獎學金頒發</li> <li>支援新創及綠色投資</li> <li>與地方創生團隊合作</li> <li>參加國際通商店街月例會</li> <li>參加沖繩當地區域商會聯合會</li> <li>義光育幼院聖誕小善活動及春節佈置品認購活動</li> </ul>

## 1.5 永續議題鑑別

### 永續議題鑑別流程

嘉新企業團為確認重大關鍵性議題與邊界，自 2016 年發行第一本永續報告書起，成立 CSR 跨部門專案小組討論，多方參考同業與外界回應及相關國際準則，經多輪投票後歸納統整出所有重大性議題與分數比重，經交叉比對分析後選出 17 項重大議題，確保利害關係人的意見被納入企業社會責任之推動議題。此後每年召開會議討論重大永續議題相關衝擊影響及因應方針，2020 年將原 17 項重大議題調整為 12 項；2021 年永續發展辦公室考量本公司永續策略主軸及國際永續趨勢，新增氣候變遷風險辨識，調整為 13 項重大永續議題。



### 持續評估重大議題

每年持續依內外部利害關係人針對重大議題關切程度進行議題排序及管理方針的評估與調整。

#### 2021 年重大議題調整

前一年度 **12** 項重大議題 → **13** 項重大議題

#### 社會面

- 3 人才吸引與留任
- 6 人才訓練與發展
- 8 行銷溝通
- 9 員工福利與平等
- 13 社會關懷與公益

#### 公司治理

- 1 誠信經營與與法規遵循
- 2 財務績效
- 4 品質管理及客戶服務
- 5 永續發展策略
- 7 風險管理
- 12 氣候變遷風險辨識

#### 環境面

- 10 節約能源與環境保護
- 11 綠色產品與服務

重大議題與價值鏈衝擊邊界

重大議題 13 項

重大性 排序	議題類別	重大性議題	重大性原因	對應 GRI 準則 重大主題	價值鏈衝擊邊界 (●直接衝擊 ○間接衝擊)			回應章節
					上游	嘉新企業團	下游	
1	公司治理	誠信經營與法規遵循	誠信經營是企業營運的根基，從日常營運行為中強化公司治理及符合法律規範及道德行為準則。建立誠信經營之企業文化及健全企業發展，制定政策及防範方案及獎懲機制。	GRI 102：一般揭露 2016	○	●	○	3.5 誠信經營與道德行為準則
2	公司治理	財務績效	發展新事業版圖，並與相關專業團隊合作，打造品牌口碑，並健全公司治理及經營管理，提升財務績效。	GRI 102：一般揭露 2016	○	●	○	3.4 財務績效
3	社會面	人才吸引與留任	企業穩定永續成長有賴於以人為本、與人為善的企業文化。打造完善員工福利，關懷員工並創造和諧勞資關係。	GRI 401：勞雇關係 2016 GRI 404：訓練與教育 2016		●	○	5.2 員工關懷 5.3 多元職場 5.4 人才培育
4	公司治理	品質管理與客戶服務	以專業細膩的服務與客戶建立緊密連結，將品牌精神落實於產品及服務，建立品牌形象及口碑。	GRI 102：一般揭露 2016	○	●	●	2.2 事業體系及產品服務
5	公司治理	永續發展策略	積極實踐企業社會責任，促進經濟、社會與環境生態之平衡及發展。	GRI 102：一般揭露 2016	○	●	○	3.2 永續經營管理
6	社會面	人才訓練與發展	培育人力、強化人才轉型並發掘員工潛能，建立員工能長期發展和提升能力的職場環境。	GRI 404：訓練與教育 2016		●	○	5.2 員工關懷 5.3 多元職場 5.4 人才培育
7	公司治理	風險管理	建立風險管理機制與 SOP，強化內部稽核及加強企業團各事業體相關風險的應變能力。	GRI 102：一般揭露 2016	○	●	○	3.3 風險管理



重大性 排序	議題類別	重大性議題	重大性原因	對應 GRI 準則 重大主題	價值鏈衝擊邊界 (●直接衝擊 ○間接衝擊)			回應章節
					上游	嘉新企業團	下游	
8	社會面	行銷溝通	提供穩定的品質及專業的服務，建立品牌及客戶關係信任度。 與客戶建立多樣化的溝通管道，提供細膩的服務，並綜合評估客戶對產品的滿意程度，即時瞭解客戶需求。	GRI 102：一般揭露 2016	○	●	●	1.4 利害關係人鑑別與溝通 2.2 事業體系及產品服務
9	社會面	員工福利與平等	增進員工福祉，注重人權和性別平等，打造安心安全的職場環境。	GRI 401：勞雇關係 2016		●		5.2 員工關懷 5.3 多元職場 5.4 人才培育
10	環境面	節約能源與環境保護	積極導入環境永續相關之國際品質認證基準，減少能源耗用，進行環境管理及生態保護。重視環境衛生及安全，提升各項資源利用效率。	GRI 302：能源 2016	○	●	○	4.1 環境管理 4.2 環境永續
11	環境面	綠色產品與服務	推廣節能減碳及降低環境衝擊的綠色產品及服務，實踐環境永續。	GRI 305：排放 2016	○	●	○	4.1 環境管理 4.2 環境永續
12	公司治理	氣候變遷風險辨識	減少氣候變遷帶來之相關風險並尋找氣候議題帶來的潛在機會。	GRI 102：一般揭露 2016	○	●	○	1.6 氣候變遷管理因應
13	社會面	社會關懷公益	提供清寒學子獎學金，支援偏鄉教育計劃，回饋社會並響應公益、推廣人文藝術。	GRI 413：當地社區 2016	○	●	○	6.1 社會參與回饋 6.2 響應公益及地方參與

## 重大主題與管理方針

重大主題	<ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營與法規遵循</li> <li>風險管理</li> <li>氣候變遷風險辨識</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>永續發展策略</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>財務績效</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>品質管理與客戶服務</li> <li>行銷溝通</li> </ul>
<b>管理方針： 對策 &amp; 目標</b>	建立完善的公司治理機構、制度與內稽單位，有效控管營運發展及強化誠信經營，落實公司治理及法規遵循。建立嚴謹的風險管理制度，從風險辨識、衡量、監控、回應至報告，全方位掌控相關風險。	企業團在打造水泥及旅宿服務事業多元版圖中穩健經營，配合永續發展方針，持續創新前進。	強化產品力與行銷能力及公司治理，創造良好財務績效，保障股東權益。	關懷客戶需求，致力提供優質服務與品質，帶給客戶嶄新體驗。
<b>2021 年 執行績效</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>針對重要事業體進行各項風險評估及風險管控。並建立資訊安全管理措施，實施宣導講座。 —— 3.3 風險管理</li> <li>(1) 全體董事與高階經理人員簽署「遵循誠信經營政策聲明書」。(2) 舉行誠信經營及防範內線交易宣導課程。 —— 3.5 誠信經營與道德行為準則</li> <li>舉辦高階主管氣候風險訪談、跨企業團之氣候風險鑑別主管工作坊。 —— 1.6 氣候變遷管理因應</li> <li>推動供應商管理政策及相關規範，如供應商評鑑。 —— 2.3 供應鏈管理</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>董事會成立永續發展委員會並設立永續長。</li> <li>永續發展辦公室舉辦企業團永續願景工作坊及 SASB、TCFD 專案工作坊等。 —— 3.2 永續經營管理</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2021 年度營業收入增長幅度 7.9% —— 2.2 事業體系及產品服務</li> </ol> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>旅宿事業提供高品質的服務，集團位於日本沖繩的獨資飯店 Hotel Collective 獲得「Agoda's 2021 Customer Review Award」等獎項。</li> <li>2021 年 1 月起策略合作之人之初月子中心提供全新母嬰健康醫護整合服務，與『台兒診所』及『安兒康小兒專科診所』合作，提供客製化孕產及育兒護理顧問。 —— 2.2 事業體系及產品服務</li> </ol>
<b>管理方針的 評估及調整</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>將持續推動對事業體進行之風險評估及風險管理，並持續評估氣候變遷相關風險及潛在機會。</li> <li>繼續推動誠信經營內部教育訓練。</li> <li>持續推動供應商管理，如將環境永續、勞工人權等項目納入供應商評鑑中、舉辦供應商誠信經營及環境相關課程。</li> </ol>	將持續深化永續發展策略主軸及推動各項 ESG 專案。	持續強化集團旗下事業體之競爭力，建立品牌口碑及信任度，穩健營運成長，為股東追求最大的投資報酬。	<ol style="list-style-type: none"> <li>將持續強化產品及客戶服務品質，進行 SOP 及品質管控。</li> <li>透過經營社群或新興媒體工具持續與顧客進行多方位的溝通，即時瞭解客戶需求。</li> </ol>

<p>重大主題</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 節約能源與環境保護</li> <li>• 綠色產品與服務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人才吸引與留任</li> <li>• 人才訓練與發展</li> <li>• 員工福利與平等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 社會關懷公益</li> </ul>
<p>管理方針： 對策 &amp; 目標</p>	<p>遵守環境法規，導入綠色建築，訂定環境改善政策，提升設備效能，降低環境衝擊。</p>	<p>提供員工良好的職場環境及薪酬福利，打造友善職場氛圍。關懷員工，注重人權及性別平等。</p>	<p>連結社區並運用企業資源，服務及回饋社會，期望為社會帶來正向影響力。</p>
<p>2021 年 執行績效</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 企業團所有台灣據點完成溫室氣體盤查及認證。 ————— 4.1 環境管理</li> <li>2. 企業團總部首度完成 ISO50001 認證。</li> <li>3. Hotel Collective 取得 Leed 綠建築認證。為沖繩第一家取得綠建築的飯店。</li> <li>4. 大陸揚州嘉彭產後護理之家獲得 WELL 健康建築黃金級認證。 ————— 4.2 環境永續</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 創造穩定就業，並打造安心職場環境（嘉新大樓獲得安心場所認證），舉辦消防演練與急救訓練課程。</li> <li>2. 持續推動員工關懷活動。</li> <li>3. 制定並施行彈性班別以促進工作與生活平衡。 ————— 5.2 員工關懷</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 嘉新兆福文化基金會 2021 年提供清寒獎學金 559 萬元及體育獎學金 140.8 萬元。受惠學子共計 504 人。 ————— 6.1 社會參與回饋</li> <li>2. Hotel Collective 無償提供飯店宴會廳於 7/23 及 8/26 兩日起各連續四日作為當地「職場施打疫苗計劃」的接種場域。</li> <li>3. Hotel Collective 於 2021 年 4 月起，在飯店舉辦沖繩傳統工藝「紅型」特展。 ————— 6.2 響應公益及地方參與</li> </ol>
<p>管理方針的 評估及調整</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 持續強化環境政策，分析及管理各個環境衝擊面的可能影響。</li> <li>2. 持續透過產品設計面導入環境永續理念及環境保護方針，辨識氣候變遷相關風險及綠色產品及服務之潛在發展機會。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 設定指標以管理推動員工關懷活動，進行相關議題之跨部會討論及勞資雙向溝通。</li> <li>2. 持續強化人權平等及員工訓練發展。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 將持續在教育、偏鄉、新創及性別平等議題投入資源，關懷社會公益。</li> <li>2. 以藝文連結在地與國際，提升藝術能量及保存傳統文化。</li> </ol>



\* 回應「聯合國永續發展目標」SDGs

聯合國於 2015 年規劃全球永續發展目標，制訂 17 項最重要的目標，做為 2030 年全球共同努力完成的重大工程。嘉新企業團配合經營策略及永續發展議題，聚焦左列六項 SDG 永續發展目標，作為未來永續發展藍圖的核心主軸。

## 1.6 氣候變遷管理因應

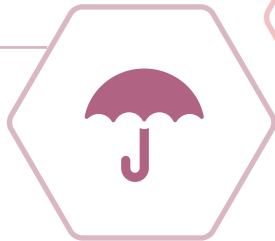
### 氣候相關風險與機會鑑別與管理

嘉新企業團對氣候相關風險與機會進行鑑別、評估潛在衝擊，並針對氣候相關議題之指標與目標進行管理。2021年規劃以氣候相關財務揭露 TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 為架構，未來將更進一步針對以下四項核心元素揭露實體風險及轉型風險等各項風險構面進行氣候風險矩陣分析。

#### 風險管理

於 2021 年完成高階主管訪談、跨企業團之氣候風險鑑別主管工作坊及一連串氣候變遷相關課程，完成氣候變遷相關風險辨識。

氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 工作小組於 2015 年由國際金融穩定委員會 (Financial Stability Board, FSB) 所成立。



#### 策略

本公司委任外部顧問團隊協助，完成氣候變遷相關風險辨識，後續將由此基礎延伸，建立相關因應方案並發展氣候變遷管理制度與政策，並定期檢視及評估相關風險。

#### 治理

為接軌國際趨勢及永續發展之需求，公司已於第 441 次董事會 (2021/12/14) 成立永續發展委員會，並設有永續發展辦公室專責推展永續相關規劃，本公司以永續發展委員會為氣候變遷管理的最高組織，審議氣候變遷管理的政策及目標，並監督氣候變遷小組相關執行進度。

#### 指標與目標

1. 2021 年完成企業團總公司溫室氣體盤查及外部查證，將持續擴大盤查範疇，2022 年 6 月預計將完成合併報表子公司（台灣所有據點）之溫室氣體盤查及查證，企業團海外據點則規劃 2023 年完成。
2. 達成 2030 年辦公室據點淨零碳排階段性目標。
3. 維持能源管理系統運作。



## 氣候變遷相關風險

### 產業及法規變化， 客戶需求減少

#### 風險說明

因應國家淨零碳排目標，相關法規或是國家設定煤炭使用限制，及減碳趨勢下，要求企業提供低碳產品或服務，使公司營運量下降，營運成本及資本支出變高。

#### 潛在衝擊

- 服務需求量下降
- 營運成本提高

#### 管理方針

1. 盤點各事業體涉及法規與管制趨勢，納入企業團風險管理制度與定期追蹤，適時調整管理制度。
2. 針對全企業團營運導入 ISO 14064、ISO 50001 等相關管理系統，並評估設定能源及溫室氣體相關政策與目標，降低服務之能源及溫室氣體強度。
3. 推動多角化經營，分散氣候相關投資風險。

### 極端天氣嚴重程度提高

#### 風險說明

受極端天氣變化，影響企業營運、產品服務及資產狀況，並增加資產維修頻率。

#### 潛在衝擊

- 營運中斷
- 服務需求減少
- 營運成本提高

#### 管理方針

1. 盤點現階段各事業體之實體氣候風險，評估強化設計或保險規劃之必要性。
2. 辨識相關人員交通或物流運輸之風險，優化代理人制度或遠端管理、備用之物流運輸方案。
3. 將實體氣候風險納入企業團風險管理評估並定期追蹤，訂定緊急事件通報機制。
4. 遠距上班或異地上班規劃，避免極端氣候造成營運中斷風險。
5. 定期資產狀況檢視及維修補強，避免造成營運安全疑慮。

### 低碳產品和服務 取代現有產品和服務

#### 風險說明

競爭者提供更低碳的倉儲裝卸、銷售服務及旅宿服務。

#### 潛在衝擊

- 服務需求減少
- 營運成本提高

#### 管理方針

1. 於新事業體開發設計階段導入能源、溫室氣體相關管理系統，並評估訂定能源及溫室氣體相關政策與目標，使之成為未來低碳市場首選。
2. 於日常營運中進行能源管理及節能減碳，降低對能源使用之依賴。



### 海平面上升

#### 風險說明

位處沿海地區之倉儲與飯店相關資產，可能受到海平面上升影響長期營運與資產價值。

#### 潛在衝擊

- 資產減損
- 營運成本增加

#### 管理方針

1. 盤點各事業體現有及規劃中資產之實體氣候風險，訂定緊急事件通報機制或異地辦公等備用方案，並評估遷移或重新設計規劃之必要性。
2. 將實體氣候風險納入企業團風險管理評估並定期追蹤，辨識地勢較低供應廠商違約或停料之風險，提前盤點與規劃備用廠商或物料清單。
3. 定期評估資產遭受實體氣候風險之保險範圍。
4. 新建案規劃考量地基墊高及適當位置。

## 氣候變遷相關機會

### 水泥產業汙名化

#### 風險說明

水泥經銷屬水泥產業一環，可能因產業汙名化受到影響。

#### 潛在衝擊

- 企業形象、聲譽受損

#### 管理方針

1. 持續並定期與投資人、法人機構及媒體溝通。

### 消費者偏好轉變

#### 風險說明

消費者選擇低碳排服務及產品。

#### 潛在衝擊

- 營運成本增加

#### 管理方針

1. 導入 LEED 綠建築、WELL 國際健康建築標準、IHG 綠色環保參與計劃、採用能源使用強度較低產品或服務等，提升市場競爭力與形象。

### 業務活動多元化

#### 機會說明

因應氣候變遷，由碳排放量較高之水泥產業多元發展以分散氣候變遷衝擊，強化氣候變遷韌性。

#### 潛在衝擊

- 增加市場需求與營收
- 因應市場轉型提升競爭力
- 提升營運韌性

#### 管理方針

1. 多角化經營分散氣候相關營運及投資風險，納入集團投資評估與風險管理制度。
2. 整體評估降低對溫室氣體排放強度較高產業投資，提升集團低碳、高韌性產品或服務佔比。

### 進入新市場

#### 機會說明

氣候變遷帶動對於低碳排放或環境衝擊，間接帶動如健康建築之新興旅宿或照護服務需求。

#### 潛在衝擊

- 增加市場需求與營收
- 因應市場轉型提升競爭力
- 提升營運韌性

#### 管理方針

1. 整體評估降低對溫室氣體排放強度較高產業投資，提升低碳相關產品或服務佔比。
2. 針對全集團營運導入 ISO 14064、ISO 50001 等相關管理系統，推動產品或服務之能源及溫室氣體相關目標，建立進入新興永續市場競爭力。

### 消費者偏好轉變

#### 機會說明

因應氣候變遷導入 LEED 綠建築、WELL 國際健康環境標準、IHG 綠色環保參與計劃、採用能源使用強度較低產品或服務等，提升市場競爭力與形象，並爭取政府容積率獎勵。

#### 潛在衝擊

- 增加市場需求與營收
- 增加競爭優勢
- 降低營運成本

#### 管理方針

1. 建立集團性 ESG 及環境永續策略，由治理與高階管理階層發起，並由專人推動永續轉型方案。
2. 推動產品或服務之 ESG 相關目標，提升品牌價值內涵與消費者認知程度。
3. 國內綠建築依等級可增加容積獎勵，減少建築物的管理及營運成本。

