



自組樂趣·自造美好

2025



特力屋 永續報告書

SUSTAINABILITY REPORT



CONTENTS

前言

關於本報告書.....02
經營者的話.....03



第一章 特力屋永續價值

1.1 關於特力屋.....05
1.2 2025 年度亮點與關鍵績效.....08
1.3 永續願景與策略.....09
1.3.1 永續願景.....09
1.3.2 永續治理.....11
1.4 重大主題與利害關係人議合.....12
1.4.1 利害關係人議合.....12
1.4.2 重大主題鑑別與排序.....13



第二章 專業：全方位居家解決方案

重大主題管理方針.....19
2.1 服務轉型創新.....22
2.1.1 創新產品服務.....22
2.1.2 綠色產品與包材.....25
2.2 產品與服務安心.....27
2.2.1 產品品質堅持.....27
2.2.2 供應鏈管理.....30
2.3 顧客服務與信賴.....34
2.3.1 顧客服務與回饋.....34
2.3.2 友善門市空間.....37



第三章 安心：幸福包容職場

重大主題管理方針.....40
3.1 人才吸引與留任.....43
3.1.1 人才招聘與聘僱.....43
3.1.2 特力屋員工結構.....45
3.2 人才培育與發展.....48
3.2.1 員工培育計畫.....48
3.2.2 員工激勵與發展.....51
3.3 員工福祉與權益.....52
3.3.1 人權政策與管理.....52
3.3.2 員工福利.....54
3.3.3 薪酬制度.....56
3.4 職業安全衛生.....56
3.4.1 職業安全衛生管理制度.....56
3.4.2 執行計畫與成果.....57
3.4.3 職業安全衛生教育訓練及宣導.....61



第四章 信賴：家的好鄰居

4.1 社會參與主軸.....63
4.2 DIY 手創文化.....64
4.2.1 門市 DIY 手創體驗.....64
4.2.2 講座及活動.....65
4.2.3 社區樂齡學堂.....66
4.2.4 弱勢兒童手創課程.....66
4.3 從門市到住家.....67
4.3.1 特力屋管家.....67
4.4 門市社區共好.....69



第五章 環保：永續經營文化

重大主題管理方針.....73
5.1 綠色營運管理.....76
5.1.1 打造綠色消費環保商場.....76
5.1.2 能資源與廢棄物管理.....78
5.1.3 氣候變遷因應策略與管理.....81
5.2 永續治理建構.....85
5.2.1 公司治理與董事會職能.....85
5.2.2 誠信治理與法規遵循.....88
5.2.3 風險管理.....92
5.2.4 經營成效.....94
5.2.5 隱私與資訊安全.....94

97 附錄

附錄一 GRI 準則對照表.....97
附錄二 永續會計準則委員會編制標準 (SASB) 對照表.....99
附錄三 氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表.....101
附錄四 參與之公協會名單.....101
附錄五 確信報告.....102

前言

- 關於本報告書
- 經營者的話

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

ABOUT

關於本報告書

歡迎閱讀 2025 年特力屋股份有限公司（以下簡稱特力屋）永續報告書，本書將以公開、透明的態度，務實地揭露我們在企業永續議題上之策略目標與行動，讓利害關係人理解特力屋之永續管理政策與執行績效。

報告邊界範疇

2025 年度報告書揭露期間為 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，我們規劃每年定期於官網發行報告，作為與利害關係人溝通之重要媒介。本報告書資訊涵蓋邊界特力屋股份有限公司、特力屋室內裝修設計股份有限公司為主，資訊涵蓋經濟、環境與社會面的表現，並且呈現過去及未來規劃內容，以完整呈現企業永續相關資訊。

撰寫依據

本報告書參考臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」、全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standard Board, GSSB）2021 年頒布之 GRI 準則（GRI Standards），以及永續會計準則委員會（Sustainable Accounting Standards Board, SASB）所發布之行業準則編製，揭露之財務數據亦依據經會計師簽證之公開合併財務報表資訊，其他非財務之數據與資料，由內部自行盤查與統計結果，而環境績效採用之計算和估計基礎，來自政府公開資訊並自行計算而得。

資訊重編

本報告書重編 2024 年能源密集度數據，請參見 5.1.2 能資源與廢棄物管理之對應內容。

內部稽核

1. 本報告書所揭露之數據或資料，係由各權責部門提供，並由各部門主管檢視內容之正確性。
2. 每年向董事會報告企業永續發展年度執行成果。

外部認證

永續數據：本報告書部份資訊係委託安永聯合會計師事務所，依據中華民國會計研究發展基金會所發布的確信準則第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行有限等級確信（Limited Assurance），有限確信報告書附於本報告書附錄。

發行時間

特力屋每年定期發行企業永續報告書

現行發行版本：2026 年 8 月發行

下一發行版本：預計 2027 年 8 月發行

意見回饋

若您對於 2025 年度特力屋永續報告書有任何疑問與指教，非常歡迎您透過以下方式與我們聯繫，幫助我們持續改進。

特力屋

特力屋股份有限公司
永續專責單位

📍 台北市內湖區新湖三路 23 號 5 樓

☎ (02) 8791-5888#6707

✉ ellen.lin@tlwgo.com

@ 特力屋官方網站 www.trplus.com.tw

🌐 特力屋永續網頁：https://www.trplus.com.tw/pages/invest_relations/ESG.html

前言

- 關於本報告書
- 經營者的話

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

CEO MESSAGE

經營者的話

三十而立・引領轉型 邁向以服務與永續為核心的新階段

2025 年，特力屋迎來成立三十週年的重要里程碑，並順利完成興櫃掛牌。不僅代表企業發展進入新階段，也體現我們在公司治理、營運透明度與永續發展上的精進與承諾。回顧三十年來，特力屋從居家商品零售出發，不斷回應消費者需求轉變。面對市場環境與生活型態變化，我們持續以貼近消費者的生活方式，提供全方位居家問題解決方案，引領企業轉型成長，實現「家的大小事，一輩子都是特力屋的事」企業願景！

深化在地經營・打造顧客導向營運模式

特力屋社區店持續拓展布局，2025 年新開幕板橋北門店、淡水中山北店與雲林虎尾公安店，建立以社區為核心的服務網絡，即時回應消費者需求。在服務模式轉型上，特力屋深化「特力屋管家」服務，將專業能力由門市延伸至顧客家中，提升服務從銷售據點走向居家場域。2025 年全臺累計完成超過 30,000 次到府服務，特力屋管家經過專業培訓，提供消費者從丈量、諮詢到施工的一站式解決方案。透過社區據點與到府服務的整合推動，特力屋不僅深化與顧客日常生活的連結，也逐步建立從需求洞察到服務交付的一體化營運模式，更進一步強化居家服務領域的差異化競爭優勢。

強化人才體系・提升組織營運韌性

組織穩定健全需要專業且同心共感的人才團隊。2025 年，特力屋持續完善人才培育體系，整合內外部資源推動培訓與激勵機制，並以管理、銷售、專業與服務等多元職能為核心，透過內部認證制度、

技能訓練及職人學校體系，系統性強化第一線同仁與施工夥伴專業能力，工班訓練時數全年累積超過 2,600 小時，為穩固服務品質奠定基礎；同時，我們也積極提升門市管理職能與團隊營運動能，透過專業檢定、徽章制度及內部導師機制，強化技能累積與經驗傳承，提升新人培育力與組織穩定度，支持營運成長與服務品質一致。

推動綠色轉型・深化永續發展布局

面對氣候變遷挑戰，特力屋持續將環境永續概念融入產品與營運中。2025 年我們與供應商合作推出「海洋抗菌自黏地磚」，將廢棄牡蠣殼再一利用，減輕臺灣沿海廢棄牡蠣殼堆置問題，創造高附加價值的永續商品。在營運面，全臺大型門市及社區店維持 100% 通過「綠色商店認證」，其中桃園南崁店、八德店、平鎮店皆獲 2025 年綠色商店績優單位獎；另一方面，我們也與外部夥伴合作推動循環包材，達成網購包裝材料減重 44%；且在地採購占比達 90.64%，支持在地商家的同時有效降低環境負荷。我們還持續推廣綠色標章環保商品、鼓勵消費者回收廢電池與廢棄燈泡，2025 年更新增賣特瓶回收項目，累計回收 1,417,869 個。透過產品創新、綠色營運與消費者參與，特力屋逐步將永續理念落實於日常營運與消費體驗中，與各方利害關係人攜手共同打造永續生活。

三十週年不僅象徵階段成果，更是再出發的起點！未來，我們將結合永續發展策略，穩健強化企業體質與成長動能，秉持「專業、安心、信賴」核心價值，回應顧客與社會期待，致力追求企業永續經營發展。



特力屋 總裁

何淑唯



特力屋 總經理

張穎青

1

特力屋永續價值

本章全面呈現特力屋的企業發展藍圖、永續願景與 2025 年度的關鍵經營績效。我們依循 GRI 通用準則的嚴謹架構，透過與員工、客戶、合作夥伴等多元利害關係人的雙向溝通，鑑別出在經濟治理面、員工與社會面與環境面向中，最需優先關注的實質性重大主題，並據此檢視我們的價值鏈，確保營運策略與聯合國永續發展目標（SDGs）緊密接軌。

我們深信，傾聽利害關係人的期許並給予積極回應，是深化企業永續治理的起點。因此，本章不僅是特力屋經營成果的實質揭露，更是我們構建透明信任機制的具體實踐。在企業邁入新發展階段的里程碑上，我們期盼以此穩健的治理為基石，對內凝聚同仁共識，對外與社會共融，以溫和且堅定的步伐，一步一腳印地落實「家的大小事，一輩子都是特力屋的事」之永續承諾。

子章節

1.1 關於特力屋

1.2 2025 年度亮點與關鍵績效

1.3 永續願景與策略

1.4 重大主題與利害關係人議合



前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

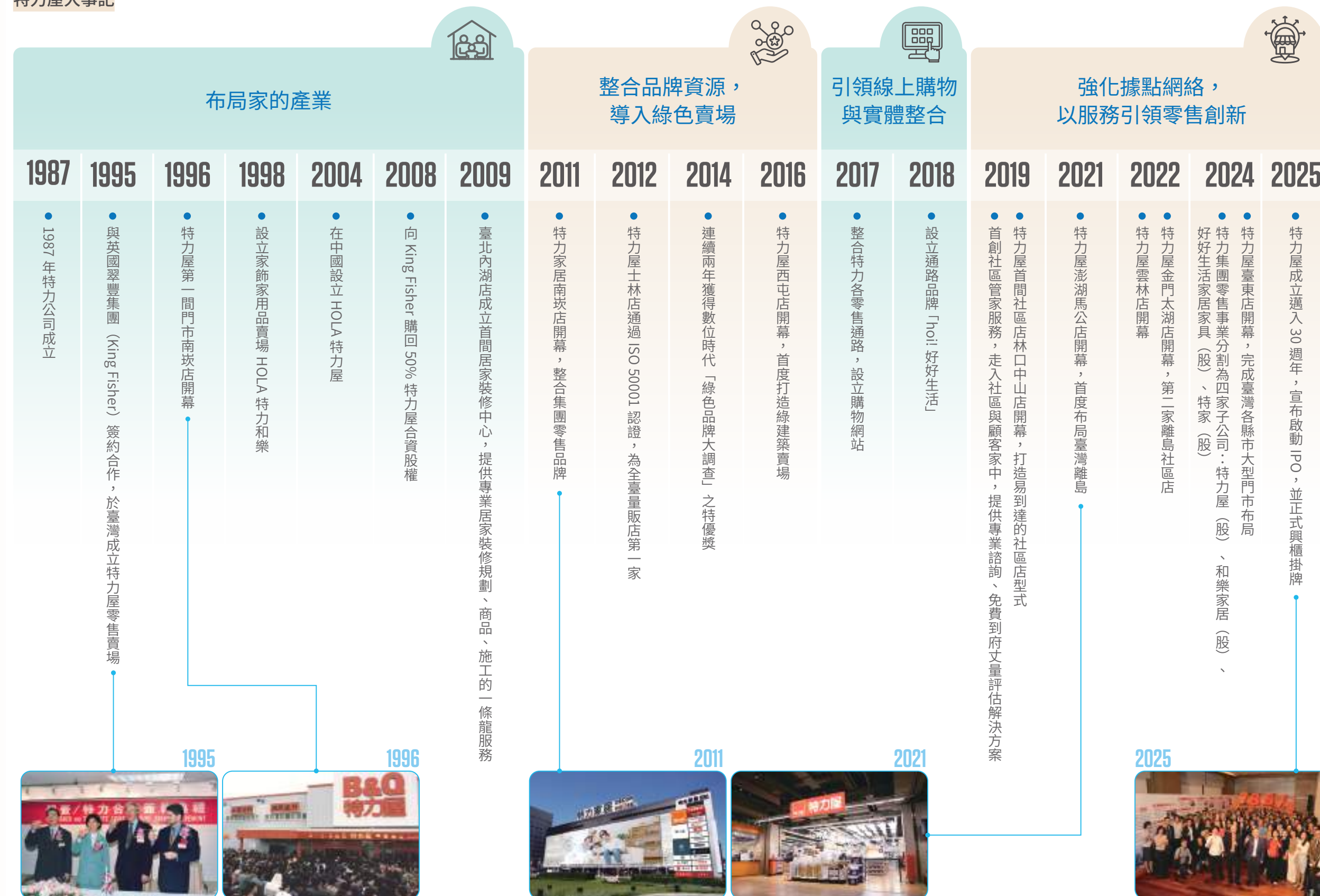
4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

1.1 關於特力屋

特力屋大事記



前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

特力屋基本資料

公司簡介

特力屋股份有限公司	公司名稱	特力屋室內裝修設計股份有限公司
1995 年 3 月 1 日	成立時間	2004 年 6 月 23 日
何湯雄	董事長	張栢青
張栢青	總經理	張栢青兼任
新臺幣 960,000,000 元	實收資本額	新臺幣 86,000,000 元
1,825 人（截至 2025 年 12 月 31 日）	員工人數	58 人（截至 2025 年 12 月 31 日）
臺北市內湖區新湖三路 23 號	總部位置	臺北市內湖區新湖三路 23 號 5 樓
臺灣	營運據點版圖	臺灣
一般家用建材批發、零售	主要產品與服務	室內裝修業

特力屋門市數量

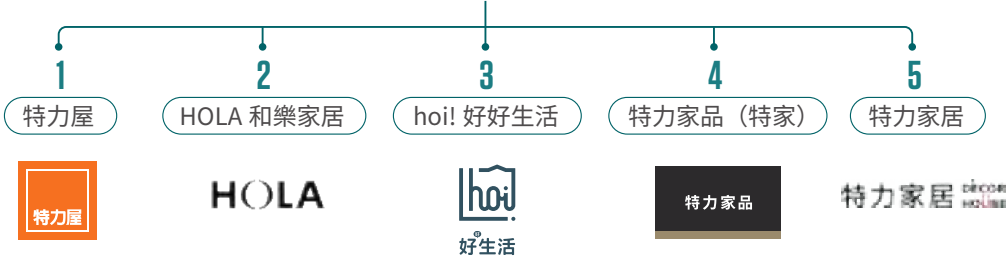
特力屋
大型店
28

特力屋
社區店
37

特力家居
桃園館
1

特力集團零售事業群

TESTRITE
特力集團



- 1 貿易事業，整合自有通路、品牌授權、代理產業
- 2 大型居家修繕中心，提供 DIY 修繕、居家裝修與生活機能提升的完整解決方案
- 3 揉合全球創新材質，融合使用視角，打造在地原創設計，以溫暖的人文風格，傳遞居家生活美學。
- 4 以好設計、好價格、好服務、好便利，主打生活學主題，陪伴顧客擁有好生活
- 5 匯集世界知名餐廚與居家品牌，提供顧客舒適又高品質的居家享受。
- 6 打造全臺最大居家消費中心，具備齊全的家居產品選擇，居家整合服務提供者。

註：特力家居的經營團隊為特力集團子公司中欣實業股份有限公司。其中桃園館於 2024 年 Q4 起改由特力屋（股）經營。

特力屋是特力集團規模最大的零售事業品牌，結合集團自有通路、品牌授權及代理的產業佈局，整合線上與實體門市通路，與集團零售事業群 HOLA 和樂家居、hoi! 好好生活、特力家品（特家）、特力家居，建立多元居家品牌與通路，提供消費者最完整的居家相關商品與服務。

特力屋秉持「專業、安心、信賴」的核心精神，近年來持續布局全臺灣各縣市門市，陸續落腳澎湖、金門、臺東等地，不僅要更貼近消費者社區生活圈，提供更便利的零售服務，並且也深入瞭解消費者需求，提供室內裝修、安裝、租借、駐點諮詢服務等，以服務帶動產品，打造消費者居家建材產品與服務需求的最佳選擇。

前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

**2025 年特力屋 30 週年：
正式登陸興櫃，從賣商品到賣服務，深入社區，邁向永續**

特力屋自 1995 年成立迄今已 30 週年，2025 年 10 月 16 日特力屋正式登陸興櫃，將全面迎接資本市場。特力屋持續優化公司治理架構，並將全面衝刺商業轉型，從賣商品到賣服務，提供消費者全方位居家生活解決方案，深入社區住家，並持續展望海外市場商機。

1. 轉型新商業模式

- 社區店：特力屋持續拓展社區店，深入各縣市人口密集社區，貼近居家生活圈。未來將跨界與便利商店通路合作，擴大接单入口。
- 特力屋管家：因應室內修繕商機與需求，提供免費到府丈量、專業諮詢、居家空間改善建議等一條龍服務，深化與顧客的連結和信任。
- 永續報告書對應章節請參考 2.1 服務轉型創新。

2. 員工培育與社會參與

- 特力屋管家：全面建置結構化新進管家訓練課程、在職管家進階訓練等培訓課程，提升新進同仁專業知識，提供消費者最專業和合適服務。永續報告書對應章節請參考 3.2.1 員工培育計畫。
- 特力屋 30 週年志工日：與世界展望會攜手合作，以本業專業協助修繕當地學習據點，動員總部與全臺門市同仁參與。永續報告書對應章節請參考 4.4.2 特力屋志工日。

3. 環保永續

持續推動特力屋環保日，與消費者共同響應環保與資源回收。門市導入溫室氣體盤查並取得查證。永續報告書對應章節請參考 5.1 綠色營運管理。

4. 強化公司治理架構

於 2025 年設立功能性委員會包含：薪酬報酬委員會、審計委員會。特力屋設置「投資人專區」網頁，揭露公司治理、財務、企業社會責任及利害關係人等資訊。永續報告書對應章節請參考 5.2 永續治理建構。

前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

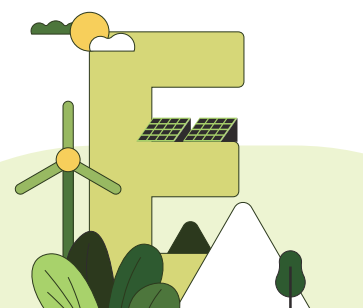
3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

1.2 2025 年度亮點與關鍵績效



環境面

- 2025 年特力屋南崁店、八德店、平鎮店皆獲頒桃園市綠色商店績優單位獎。
- 特力屋北屯店獲頒臺中市商場低碳認證。
- 1% 的全年出貨包裹採用與配客嘉合作的循環包裝服務。
- 達成環境部平均包裝材減重率 30% 目標。
- 025 年累計有 944 項商品通過綠色標章認證。
- 2025 年度共回收 82,430 顆燈泡、11,831 公斤乾電池、1,417,869 個寶特瓶。



特力屋北屯店
獲頒臺中市商場低碳認證



特力屋平鎮店
獲頒桃園市綠色商店績優單位獎



員工與社會面

- 門市內部認證導師人數成長 17.6%。
- 新進 72 位 50 歲以上中高齡員工，占總新進人數 14%。
- 舉辦 495 場 DIY 手創體驗，累計 3,132 人次參與。
- 辦理 1,401 場免費達人講座，總計吸引 5,899 人次。
- 與各地方社區照顧關懷據點合作舉辦專屬長者群體的 DIY 課程，共計 20 場，約 400 位學員。
- 與社福團體協辦弱勢兒童 DIY 課程，共舉辦 4 場，總計 100 位學員。
- 培育特力屋管家 200 位，進行全臺各地 30,000 次以上之入宅服務。
- 全臺所有社區店（28 間）參與特力屋志工日，計 400 名志工夥伴參與，投入計 30 萬元捐助物資，協助偏鄉弱勢。
- 聖誕心願認養守護童年夢想計畫橫跨 15 個縣市，為 681 個家庭提供節慶禮物，增添過節氣氛。至今累計 6,950 人次。



特力屋社區店開幕



經濟治理面

- 特力屋 2025 年 10 月正式與櫃掛牌。
- 特力屋社區店「板橋北門店」、「淡水中山北店」、「雲林虎尾公安店」開幕。
- 與供應商合作推出「海洋抗菌自黏地磚」。
- 2025 年供應商評估合格率（可接受以上）達 100%，且 100% 完成簽署「企業社會責任條款」與「廉潔規範條款」。
- 保有在地採購策略，臺灣在地採購金額占比 90.64%。
- 顧客滿意度調查分數達 8.3（9 分制）。
- 新增單品安裝服務 APP 推播提醒功能。



特力屋與櫃掛牌

前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

1.3 永續願景與策略

1.3.1 永續願景

永續願景與使命

特力集團策略	特力屋核心精神	特力屋永續策略與理念	對應 SDGs
落實綠色產品及營運	專業 安心 信賴	綠色門市與環保 ● 開發環境友善的綠色商品 ● 減少資源消耗、鼓勵回收與再利用	    
致力幸福企業		幸福包容職場 ● 促進多元共融、確保機會平等	    
促進社會共榮		家的好鄰居 ● 全臺門市布局，貼近顧客生活圈 ● 關注社區居家與防災議題	   
追求穩健經營		永續經營文化 ● 整合線上線下，強化客戶體驗 ● 保障消費者個人資訊安全	 
引領責任供應鏈		永續供應鏈管理 ● 管控供應商永續風險、建立輔導機制 ● 確保產品健康與安全	      



前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

永續價值鏈

特力屋的主要服務包含居家建材零售事業與居家室內裝修服務，結合特力集團的永續發展理念與集團管理政策，落實產品及服務工班的管理納入永續要求，推動所有門市導入和回應綠色環保條件，要求產品與室內裝修服務的安全、健康與永續創新，以最好的產品服和服務，扎根在地社區消費者的安心和信賴。



前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

1.3.2 永續治理

特力屋依循母公司特力集團的永續治理框架，特力集團設立功能性委員會「公司治理及永續發展委員會」，由董事長擔任主任委員並指派高階經理人擔任副主任委員及環境永續、社會共榮、公司治理小組組長，領導各委員（跨組織管理代表）及其指派之小組成員完成各相關任務與因應措施。公司治理及永續發展委員會成員、專業能力及職權事項，請參閱[特力集團官網連結](#)。

公司治理及永續發展委員會主要審議事項包括：

- 一、制定公司治理及永續發展之願景、政策及目標，並擬定公司治理及永續發展之相關管理方針及具體推動計畫。
- 二、辨識及評估公司治理及永續發展相關議題的風險和機會，及決定因應策略。
- 三、督導公司治理及永續發展執行情形與成效之追蹤、檢視與修訂。
- 四、審查並修訂本公司永續發展實務守則、公司治理守則、風險管理辦法、永續報告書等。
- 五、其他經董事會決議由本委員會辦理之事項。

特力集團公司治理及永續發展委員會組織架構



集團詳細永續治理架構，請參考特力集團最新版之永續報告書。

前言

- 1 特力屋永續價值
- 1.1 關於特力屋
 - 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
 - 1.3 永續願景與策略
 - 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

1.4 重大主題與利害關係人議合

1.4.1 利害關係人議合

特力屋利害關係人鑑別參考母公司特力集團以及本公司與各界溝通之實際經驗，鑑別出七類利害關係人，包含股東／投資人、客戶、消費者、供應商、員工、社區鄰里、媒體。我們參考 AA1000 利害關係人議合標準（AA1000 Stakeholder Engagement Standard）之五大評估原則（責任性、影響力、關注張力、多元觀點與依賴性），評估七類利害關係人對特力屋的重要程度。我們透過透明、多元、包容、持續四大策略與利害關係人溝通，秉持公開透明的精神對外揭露資訊，建立多元暢通的溝通管道，尊重不同的價值觀與看法，並持續不間斷的傾聽，保持暢通的溝通關係。

2025 年度利害關係人溝通管道及成果如右：

股東／投資人

股東／投資人是特力屋的投資者，他們的支持會影響公司資金的穩定度。

對特力屋的意義

議合方法與頻率

2025 年議合情形

- 股東會（每年）
- 法說會（每年）
- 網站投資人專區（不定期）
- 年報（每年）
- 電話或投資人關係信箱／股務信箱（即時）
- 公開資訊觀測站（不定期）
- 財報（定期）

- 召開 2 次股東會
- 召開 12 次董事會
- 召開 1 次法說會
- 發布 16 次新聞稿
- 股東及投資人不定時以電話提問，皆全數回覆

客戶

企業客戶是特力屋營收的重要來源，特力屋致力於提供優質的產品與服務，與企業客戶建立長期穩固的關係。

- Email、電話（即時）

- 針對企業客戶的 Email、電話即時回應

消費者

消費者是特力屋的主要銷售對象，他們對企業的偏好度與忠誠度，直接影響業績與營收。

- 透過簡訊或網站，發送型錄、EDM（不定期）
- 門市服務與諮詢（即時）
- 設置客服網路平臺、電服務話專線（即時）
- 顧客滿意度調查（交易後）
- 課程與講座（不定期）

- 顧客滿意度達 93.3%
- 特力屋手創空間共開辦 1,401 場講座及 495 場 DIY 活動

供應商

供應商是特力屋的主要商品來源，有良好的供應商關係，才能確保優質商品與服務。

- 電話、Email（即時）
- 社交媒體（即時）
- 業務（視訊）
- 會議（不定期）
- 驗廠（不定期）
- 供應商大會（不定期）

- 完成 281 家供應商驗廠評估

員工

員工是特力屋的重要資產，有服務熱忱的員工，是支持服務業競爭力的關鍵，才能創造企業的永續經營。

- 績效面談（每年 2 次）
- EIP 公告（不定期）
- 員工關係各項活動（不定期）
- 內部刊物（每月）
- 員工敬業度調查
- EAP 員工生活協助方案（依個人需求）
- 員工座談會（不定期）
- 員工意見信箱與申訴專線（不定期）
- 福委會、職安衛委員會（每季）

- 績效面談 3 次
- EIP 公告發布 13 次
- 每月發布內部刊物
- EAP 員工生活協助方案 74 人次
- 勞資會議舉辦—4 次
- 福委會會議—召開 4 次
- 職安衛委員會會議召開 4 次

社區鄰里

特力屋在全臺各縣市幾乎都有門市，好的社區鄰里關係，是在地深耕、企業回饋社會的重要環節。

- 志工日（不定期）
- 公司網站、購物平臺、Facebook 粉專、媒體（不定期）
- 社區服務（不定期）
- 意外事故社區服務（不定期）

- 全臺進行超過 30,000 次入宅服務
- 完成 100 戶以上社區居民防災宣導
- 公司網站、購物平臺、Facebook 粉專、媒體不定期發布文章

媒體

透過媒體的傳播，使社會大眾更瞭解特力屋的企業發展、企業活動以及緊急事件之應變措施。

- 發布新聞稿（不定期）
- 媒體採訪（不定期）

- 新聞稿發布 31 則，平均每月 2-3 則
- 平面、網路、電視採訪 51 次
- 新聞發稿及媒體採訪新聞露出篇數 1,028 則

前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

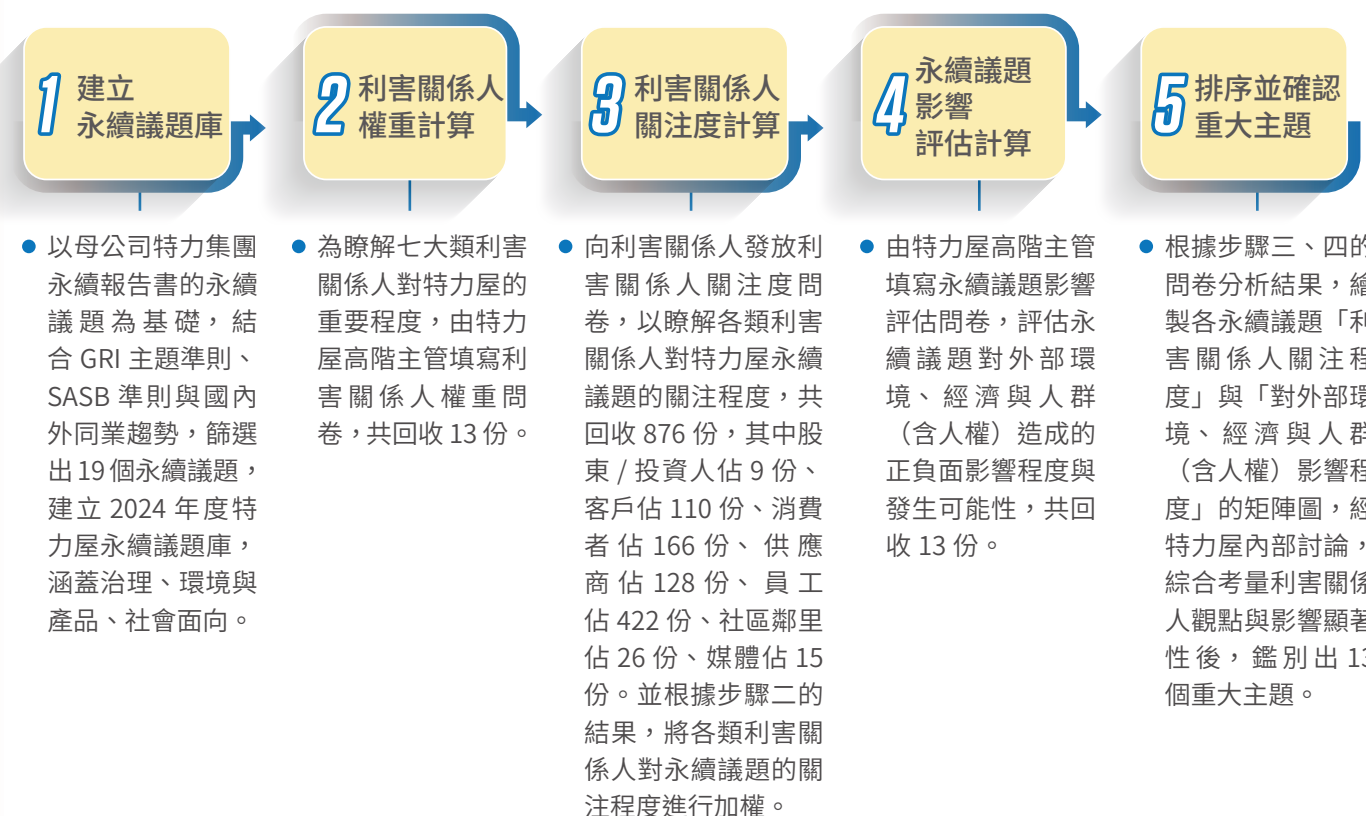
4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

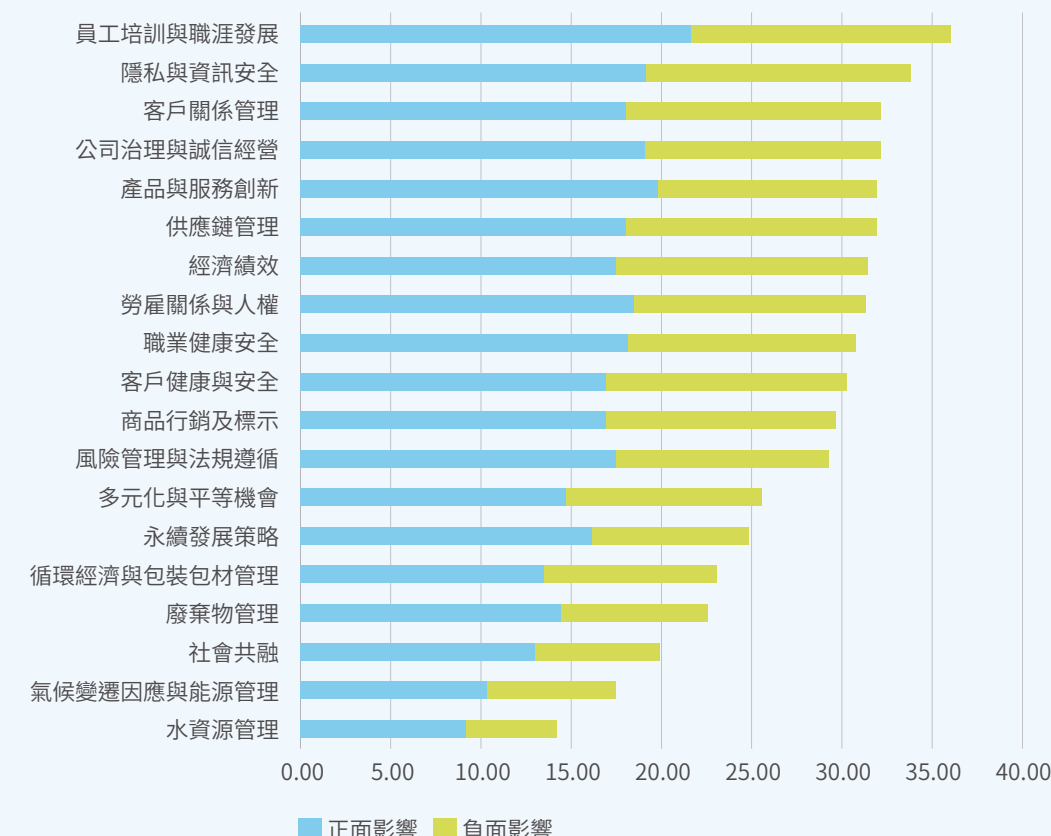
附錄

1.4.2 重大主題鑑別與排序

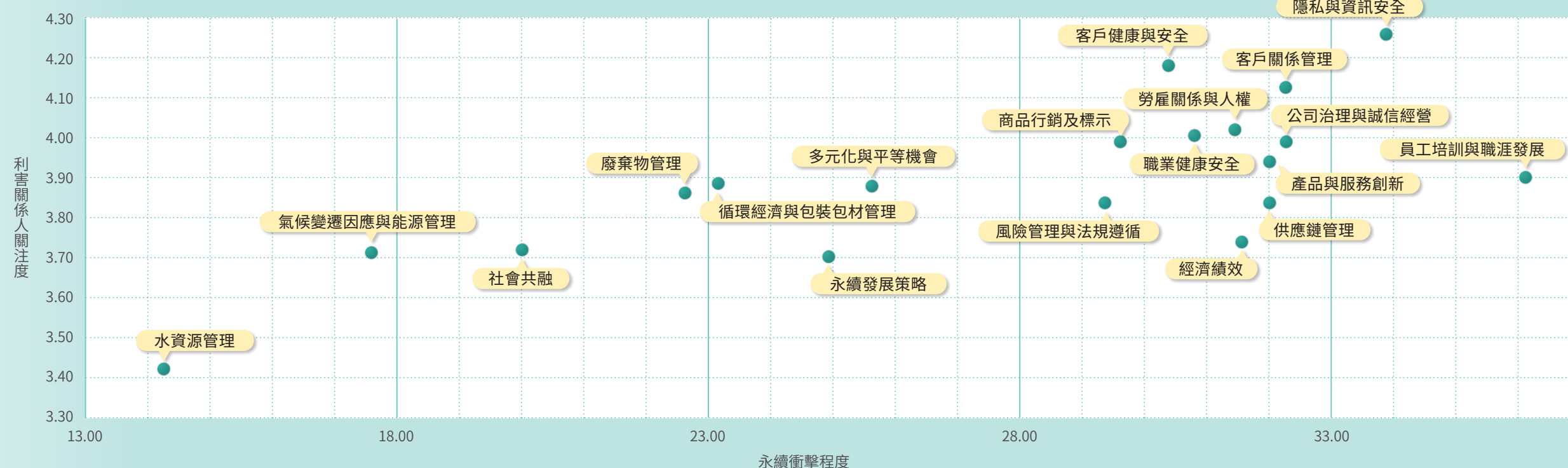
特力屋參考 GRI 通用準則 2021 年版的決定重大主題之流程，進行重大主題評估，辨識本公司對環境、經濟與人群（包含人權）的正負面影響程度，並以此分析結果作為公司推動永續發展的方向，以及回應利害關係人的基礎。



重大主題正負面影響排序



重大主題矩陣圖



前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

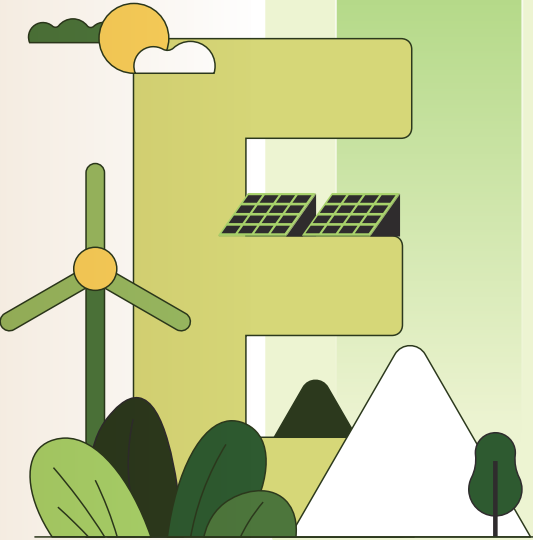
附錄

重大主題評估結果

特力屋經內部討論及決議，因 2025 年公司營運範疇、商業模式及利害關係人關注議題無重大變化，故本年度沿用 2024 年度重大主題排序結果，重大主題清單及管理指標請參考下表。

環境與產品

重大主題	對外部影響的說明	2025 年重要管理指標	達成情形	對應章節
客戶健康與安全	● 若妥善管理客戶健康與安全之議題，在產品與服務的生命週期中，將客戶健康與安全問題納入考量，能讓客戶與消費者獲得無害的產品或服務。 ● 若未能妥善管理客戶健康與安全之議題，未在產品與服務的生命週期中，將客戶健康與安全問題納入考量，將可能造成客戶在使用產品時，受到健康與安全的危害。	● 商品後市場抽測通過率達 97.5%。 ● 嚴謹處理重大商品事件。	● 自有品牌商品後市場抽測通過率 100%，非自有品牌商品抽測 23 件中僅有一件未符合標準，已追蹤並落實改善。 ● 針對重大商品事件嚴謹處理，並適時召開跨部門會議，檢視商品品質管理結果，以確保管制機制之有效性。	2.2 產品與服務 安心
產品與服務創新	● 提供永續、創新、具競爭力的產品及服務方案，有助於持續回應市場及利害關係人的需求。 ● 未能提供永續、創新、具競爭力的產品及服務方案，可能無法持續回應市場及利害關係人的需求。	● 課堂體驗人數成長 10%。 ● 課程報名方式與整合 APP，提升消費者體驗。 ● 結合店端智能回收機體驗，新增環保回收小英雄體驗課程，提倡環保從小做起。	● 2025 年共辦理 1,401 場免費達人講座，495 場 DIY 課程，吸引超過 9,000 人次參與。 ● 在 2025 暑假夏令營舉辦環保回收小英雄體驗課程，總參與人數為 113 人。	2.1 服務轉型創 新
商品行銷及標示	● 若有效落實商品行銷與標示之管理，符合相關法規規範，可確保客戶與消費者的消費權益。 ● 若未能落實商品行銷及標示之管理，使客戶與消費者在商品使用上增加資訊不對等的風險。	● 維持 100% 清楚標示及符合法規要求的商品資訊。 ● 特力屋門市 100% 取得綠色商店認證。 ● 綠色商品零售行銷推廣加總累計觸及人數約 147 萬人次 / 年。	● 100% 清楚標示及符合法規要求的商品資訊。 ● 特力屋門市 100% 取得綠色商店認證。 ● 綠色商品零售行銷推廣加總累計觸及人數約 277 萬人次 / 年。	2.2.1 產品品質堅 持
循環經濟與包裝包材管理	● 公司持續於營運中導入循環經濟，包含但不限於包裝與包材使用再生、可重複使用之原物料，可以減緩對於非再生原物料的依賴，降低營運對環境資源的負擔。 ● 未積極導入循環經濟，既有包裝與包材的使用將持續仰賴非再生原物料，使營運對環境資源帶來負擔。	● 特力屋包裝含 PVC 材質商品佔比：4%。 ● 網際網路購物包裝材料、包裝方式及包材減重率符合法規要求。	● 特力屋包裝含 PVC 材質商品佔比：2.2%。 ● 1% 全年出貨包裹採用與配客嘉合作的循環包裝服務。	2.1.2 綠色產品與 包材



前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

社會

重大主題

對外部影響的說明

2025 年重要管理指標

達成情形

對應章節

員工培訓
與職涯發展

- 公司為員工制定職涯發展計畫、提供專業訓練、
- 設立明確的績效及升遷制度，以提升員工能力並增加員工滿意度，穩定員工留任率，並持續培育產業人才，促進整體產業發展競爭力。
- 公司未重視人才培育及制定相關管理辦法以保障員工權益，無法提供多元人才持續進修與職涯發展的機會，可能影響整體產業經濟發展。

- 提升門市主管的管理職能與激勵士氣。
- 透過專業檢定及津貼機制持續強化同仁基礎專業能力，將同仁配置於最合適的位置，體現「對的人在對的位置」的適配理念，提高專業對職率。
- 門市內部認證導師比例提升至 18%，透過心理支持及技能教導，提升新人留任率。
- 招募與培訓門市關鍵銷售人才，提升專業能力及銷售能力。
- 招募與培訓總部及門市菁英儲備人才

- 導入內外部資源，透過培訓、講座、Workshop 及規劃年中業績激勵競賽，提升門市主管的管理職能與激勵士氣，具體呈現於門市主管年度體驗度調查 4.02 分成績，年中業績激勵競賽整體達成率 84.6%，共 10 家門市達成率超過 100%。
- 透過專業檢定及津貼機制持續強化同仁基礎專業能力，2025 年專業徽章新增 195 顆，截至 12 月底為止，門市累積共 1,946 顆專業徽章，平均每人 1.2 顆專業徽章（以門市 1,627 人計算），其中有 213 人領有對職津貼，共 2,684,868 元。
- 2025 年門市內部認證導師為 290 人，佔門市非管理職人數 19.5%（2025 目標 18%），透過心理支持及技能教導，提升新人留任率。
- 門市關鍵銷售人才（特力屋管家），由年初 88 人，經招募及紮實培訓後擴大為 196 人，將持續提升管家專業及銷售能力。

3.2
人才培育
與發展

勞雇關係
與人權

- 落實勞雇關係與人權管理，營造尊重與平等的職場與溝通環境，避免發生負面人權事件，甚至帶動供應鏈共同關注。
- 未落實勞雇關係與人權管理，可能使公司或供應鏈發生職場歧視、強迫勞動等負面人權事件的風險上升。

- 謹遵集團訂定之人權政策，不強迫勞動、禁用童工。
- 建置更完善的溝通與申訴管道並加強宣傳。
- 舉辦員工座談會與敬業度調查。

- 2025 年 12 月進行全員敬業度與體驗度調查，填答率超過 95%（填答人數總計 1,682 人）。
- 整體敬業度與體驗度平均 3.9 分（5 分量表）。
- 每季均符合法定程序定期召開勞資會議，勞資會議代表均依法向勞工局核備。

3.3
員工福祉
與權益

職業
健康安全

- 透過健全職業安全衛生管理制度，例如實施危害辨識及風險評估、在職教育訓練，以及推動健康促進活動，將能有助於維護所有工作者的安全 and 健康。
- 未健全職業安全衛生管理制度，將可能使所有工作者的安全與健康風險上升，若發生相關事件，將損害工作者的權益，甚至可能影響其家庭生計。

- 每年執行職場環境危害辨識及風險評估，改善不可容忍風險作業或環境。
- 全體員工須 100% 接受每三年 3 小時職安衛教育訓練，強化安全意識。

- 各部門均完成危害辨識及風險評估，經評估後查無不可容忍之風險。
- 全體員工均接受每三年 3 小時之職安衛教育訓練，強化員工安全意識。

3.4
職業
安全衛生



前言

- 1 特力屋永續價值
- 1.1 關於特力屋
 - 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
 - 1.3 永續願景與策略
 - 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

治理

重大主題

對外部影響的說明

2025 年重要管理指標

達成情形

對應章節

隱私與資訊安全

- 設有完善的資安政策與妥善的資安管理制度，可避免客戶與員工之機密隱私資訊遭受駭客攻擊或竊取。
- 若未設置妥善的資安管理制度，可能會提升營運中斷或機密資訊外流的風險，不僅可能造成財務或商譽損失，也會直接導致客戶、員工等利害關係人的權益受到侵害。

- 舉辦「社交工程演練」及「資安教育訓練」。
- 針對檢核所需關注之風險弱點管理，須於規範建議期限內完成修補措施及配套管理辦法。

- 員工 100% 通過資安教育訓練課程之考試標準。
- 完成 1 次弱點掃描，並對高風險弱點進行修補與持續追蹤觀察。

5.2.5
隱私與資訊安全

客戶關係管理

- 透過良好的客戶關係管理，分析客戶與消費者的偏好，提供符合其期待的產品與服務，以及提供多元的溝通管道，有效取得其回饋並回應需求。
- 若公司未妥善管理客戶關係，將無法清楚瞭解客戶需求，導致提供的產品與服務不如客戶預期，可能損害客戶權益。

- 顧客滿意度調查分數達 8.1（9 分制）。
- 針對女性、語言、銀髮族群需求推動多元友善服務。

- 顧客滿意度實際達 8.3（9 分制）。
- 提供女性會員一次免費租借指定電動工具的體驗服務。
- 具備多語言（如英語、日語）的門市人員配戴識別名牌，協助有多元語言需求的顧客迅速獲得服務及幫助。
- 提供 65 歲以上之樂齡會員植栽簡易換盆服務，並且由特力屋免費提供培養土。

2.3.1
顧客服務與回饋

公司治理與誠信經營

- 透過強化公司治理架構、永續策略與董事會職能，有助於員工、股東投資人、商業夥伴、客戶等利害關係人的長期正面效益。另外落實落實誠信經營，制訂相關辦法與準則，可避免發生貪腐及不誠信事件，也持續提升供應商、投資人等利害關係人的信任。
- 若公司未落實內稽內控制度，未建立不誠信行為之風險評估及防範機制，可能發生內線交易等損及股東財務、影響員工及商業夥伴的不誠信事件。

- 2025 年全體員工 100% 完成廉潔承諾書的簽署；供應商 100% 完成簽署。
- 董事成員中有 2 位女性。

- 2025 年全體員工、供應商均完成廉潔承諾書的簽署。
- 董事成員中有 4 位女性。

5.2.1
公司治理與董事會職能
5.2.2
誠信治理與法規遵循

供應鏈管理

- 建立良好的供應商管理機制，與供應商共同合作打造永續供應鏈，可以掌握供應商落實人權保障情形，且提高當地採購比例，帶動當地供應商經濟發展，並與供應商共同達成節能減碳。
- 未能管理供應商在人權和環境等永續作為，若供應商發生重大違法或負面事件，不僅影響公司價值鏈。

- 落實供應商評估制度。

- 2025 年供應商評估合格率（可接受以上）達 100%。
- 工班訓練達成 2,657 小時訓練時數，受訓人次達 492 人次。
- 顧客對施工滿意度達 8.8 分（9 分量表）。

2.2.2
供應鏈管理

經濟績效

- 制定能夠因應市場與趨勢變動的經營策略及目標，有助於提升營運績效、貢獻市場的經濟發展。
- 若未能制定因應市場變化的經營策略，則可能流失客戶，導致營運績效下滑，損及員工及股東投資人的財務。

- 全年營收突破新臺幣 90 億。
- 新展社區店 6 間，達成全臺灣社區店 40 間。
- 全員主動銷售，提供主動與及時性優質服務，創造高績效營利表現。

- 全年營收突破新臺幣 86.3 億。
- 新展社區店 3 間，達成全臺灣社區店 37 間。

5.2.4
經營成效

風險管理與法規遵循

- 有效掌握與因應風險，以及營運過程中符合主管機關法規要求，有助於公司健全穩定經營。
- 未能有效掌握與因應風險，或營運過程中未符合主管機關法規要求，將提升公司穩健經營的風險，影響利害關係人權益。

- 風險管理：個資、資安及智慧財產權管理均 100% 達成。
- 法規遵循：有效降低重大違規事件。
- 稽核任務：稽核任務達成率 100%。
- 加強風險管控及教育訓練。
- 無發生重大違規事件。
- 透過風險評鑑機制增加稽核任務。

- 個資、資安及智慧財產權管理均已 100% 達成。
- 發生之重大違規事件均已改善完成。
- 稽核任務均已 100% 達成。
- 已完成投保資安保險、信用保險及營運相關保險。

5.2.2
誠信治理與法規遵循
5.2.3
風險管理



前言

1 特力屋永續價值

- 1.1 關於特力屋
- 1.2 2025 年度亮點與關鍵績效
- 1.3 永續願景與策略
- 1.4 重大主題與利害關係人議合

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

重大主題對應價值鏈邊界

	價值鏈衝擊邊界							對應 GRI	對應 SASB
	組織內	組織外							
	公司／員工	股東	企業客戶／消費者	社區鄰里	供應商	媒體			
客戶健康與安全	✓	✓	✓	✓	✓		➡	GRI 416	CG-MR-410a.2
產品與服務創新	✓	✓	✓		✓		➡	自訂主題	
商品行銷及標示	✓		✓		✓		➡	GRI 417	
循環經濟與包裝包材管理	✓	✓	✓		✓		➡	自訂主題	CG-MR-410a.1 CG-MR-410a.3
員工培訓與職涯發展	✓						➡	GRI 404	SV-PS-330a.3
勞雇關係與人權	✓						➡	GRI 401 GRI 402	CG-MR-310a.1 CG-MR-310a.2 CG-MR-330a.1 SV-PS-330a.1 SV-PS-330a.2 SV-PS-000.A SV-PS-000.B
職業健康安全	✓	✓	✓	✓	✓	✓	➡	GRI 403	
隱私與資訊安全	✓	✓	✓				➡	GRI 418	CG-MR-230a.1 CG-MR-230a.2 SV-PS-230a.1 SV-PS-230a.2 SV-PS-230a.3
客戶關係管理	✓	✓	✓		✓		➡	自訂主題	
公司治理與誠信經營	✓	✓	✓		✓	✓	➡	GRI 205-2 GRI 207	CG-MR-310a.3 CG-MR-330a.2 SV-PS-510a.1 SV-PS-510a.2
供應鏈管理	✓		✓		✓		➡	GRI 204 GRI 308 GRI 414	
經濟績效	✓	✓					➡	GRI 201	
風險管理與法規遵循	✓	✓	✓	✓	✓	✓	➡	GRI 206	

2

專業：全方位居家解決方案



因應消費型態與家庭結構轉變，特力屋以「顧客為中心」加速服務導向轉型。我們整合實體門市、線上平台與到府服務深耕社區，構築一站式居家解決方案；同時，將永續思維深植於商品研發、綠色包裝與責任供應鏈，引領市場綠色消費。在服務品質與信賴面向，特力屋建構完善品質管理、資訊透明標示與即時回饋機制，確保專業、安心服務。我們持續傾聽客戶心聲、培育專業夥伴，實踐「家的大小事，都是特力屋的事」。

重大主題

循環經濟與包裝包材管理

供應鏈管理

產品與服務創新

客戶健康與安全

商品行銷及標示

客戶關係管理

亮點績效

- 🔔 特力屋拓展社區服務網絡，社區店「板橋北門店」、「淡水中山北店」與「雲林虎尾公安店」開幕。
- 🔔 2025 年累計有 944 項商品通過綠色標章認證，並攜手供應商推出「海洋抗菌自黏地磚」。
- 🔔 1% 全年出貨包裹採用與配客嘉合作的循環包裝服務。
- 🔔 2025 年供應商評估合格率（可接受以上）達 100%，且 100% 完成簽署「企業社會責任條款」與「廉潔規範條款」。
- 🔔 保有在地採購策略，臺灣在地採購金額占比 90.64%。
- 🔔 2025 年特力屋顧客平均滿意度 8.3 分；特力屋室內裝修單品客戶滿意度 8.8 分（9 分制）。
- 🔔 新增單品安裝服務 APP 推播通知功能。
- 🔔 優化客戶體驗，推行手語門市人員識別機制，並針對樂齡與女性會員推動多元友善服務。

子章節

2.1 服務轉型創新

2.3 顧客服務與信賴

2.2 產品與服務安心



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

重大主題管理方針

重大主題 循環經濟與包裝包材管理

- 政策與承諾** ● 針對自有品牌商品，要求在開發階段就將環保概念融入設計中，包括採取環境友善商品設計、使用環保包材、簡化包裝、平整包裝以節省運輸耗能等。
- 權責單位** ● 商品管理部
- 投入資源** ● 開發替代材質人力、開發新供應商人力
- 因應措施與管理行動** ● 與供應商合作開發使用再生料商品、其他環保替代材料
● 建置環保回收服務機制，增加服務曝光度，加強對外溝通。
● 網際網路購物包裝紙箱由 90% 以上回收紙製造，擁有環保標章，使用含再生料製造的環保氣泡布與緩衝包材料。規劃執行網購包裝減量之政策，並導入與第三方業者的循環包裝合作。
● 調整商品管理系統，增加 PVC 材質管理欄位進行管控；安排教育訓練，確保採購人員掌握好開發原料及規範。
● 每月安排教育訓練，分享每月網購包裝耗材減重成效，宣導網際網路購物包裝耗材減量管理
- 申訴機制** ● 顧客意見調查表；顧客滿意度調查；零售通路購物網「聯絡客服」載明之各聯絡管道。

2025

目標

- 特力屋包裝含 PVC 材質商品佔比：4%
- 網際網路購物包裝材料、包裝方式及包材減重率符合法規要求

達成

- 特力屋包裝含 PVC 材質商品佔比降至 2.2%
- 1% 全年出貨包裹採用與配客嘉合作的循環包裝服務
- 2025 年網購耗材平均包裝材料重量 0.128g，較基準年減重 44%，達成環境部平均包裝材減重率 30% 目標

2026

短期目標

- 特力屋網站出貨商品持續引導消費者使用循環包裝材料，進而提升循環包裝使用比例。
- 持續提供網購消費者到店取貨優惠，減少因寄送產生廢棄物減輕環境負荷。

2027~2029

中期目標

- 特力屋包裝含 PVC 材質商品佔比：0%
- 網際網路購物包裝材料及包材減重率符合法規要求。
- 邀請特力屋網購平臺上架之合作廠商一同響應循環包裝。

重大主題 產品與服務創新

- 政策與承諾** ● 特力屋承諾持續強化顧客體驗，並促進健康居家生活，以及持續推出 DIY 手創體驗課程、達人講座等體驗服務，將手作體驗擴展到更多客群，協助消費者創造生活樂趣與成就感。
- 權責單位** ● 商品部、行銷單位
- 因應措施與管理行動** ● 特力屋有感於數位時代興盛，但許多珍貴的技藝和實際體驗是無可取代的，因此於 2016 年首開臺灣 DIY 風氣先河，開辦「特力屋手創空間」，並規劃有木作共遊、親子共學、毛孩共居、綠意共生四大主題課程，讓民眾藉由體驗課程中的手作技能學習、親子互動，讓忙碌生活的現代人能夠獲得新靈感與啟發。
● 特力屋利用「手創空間」場地及專業人力資源，開設免費 DIY 手創體驗課程與達人講座，提供民眾學習日常居家簡易 DIY 技能。
● 「特力屋管家」主動走進消費者自宅提供諮詢服務，提升消費者服務（尤其高齡、行動不便者）便利性。
● 特力屋門市駐點工班，提供消費者迅速便利之服務。

評核機制

- 藉由課後問卷調查，瞭解顧客學習內容是否符合主題與實用性，並且滾動式調整每月開課教學內容。

2025

目標

- 課堂體驗人數成長 10%。
- 課程報名方式與整合 APP，提升消費者體驗。
- 結合店端智能回收機體驗，新增環保回收小英雄體驗課程，提倡環保從小做起。

達成

- 2025 年共辦理 1,401 場免費達人講座，495 場 DIY 手創體驗課程，分別吸引 5,899 及 3,132 人次。
- 在 2025 暑假夏令營舉辦環保回收小英雄體驗課程，總參與人數為 113 人。

2026

短期目標

- 課堂體驗人數成長 10%。
- 課程報名方式與整合 APP，提升消費者體驗。
- 結合店端智能回收機體驗，新增環保回收小英雄體驗課程，提倡環保從小做起。

2027~2029

中期目標

- 課堂體驗人數成長 10%。
- 持續開發多元手創材料包，提升手創課程體驗豐富度。

2030 年以後

長期目標

- 課堂與體驗人數成長 10%。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

重大主題 商品行銷及標示

- 政策與承諾** ● 執行各項產品及服務之行銷與標示，須符合當地法規要求，達成鼓勵綠色消費、逐步落實綠色通路的目標。
- 權責單位** ● 商品管理部、供應鏈品質管理部、零售通路行銷單位
- 投入資源** ● 開發替代材質人力、開發新供應商人力
- 因應措施與管理行動** ● QAQC（品質管控）不定期抽檢商品標示
● 自有品牌商品及自辦進口商品驗貨，包含外包裝上標示功能規格與實際商品是否符合
● 行銷部門投入資源加強對外宣導
- 評核機制**
- | | | |
|-----------|-----------|-----------------------|
| ● 顧客意見調查表 | ● 顧客滿意度調查 | ● 特力屋線上購物「聯絡客服」之各聯絡管道 |
|-----------|-----------|-----------------------|

2025

目標

- 維持 100% 清楚標示及符合法規要求的商品資訊
- 特力屋門市 100% 取得綠色商店認證
- 綠色商品零售行銷推廣加總累計觸及人數約 147 萬人次 / 年

達成

- 100% 清楚標示及符合法規要求的商品資訊
- 特力屋門市 100% 取得綠色商店認證
- 綠色商品零售行銷推廣加總累計觸及人數約 277 萬人次 / 年

2026

短期目標

- 維持 100% 清楚標示及符合法規要求的商品資訊
- 特力屋門市 100% 取得綠色商店認證
- 綠色商品零售行銷推廣加總累計觸及人數持續成長、增加觸及範圍

2027~2029

中期目標

- 100% 清楚標示及符合法規要求的商品資訊
- 特力屋門市 100% 取得綠色商店認證
- 綠色商品零售行銷推廣加總累計觸及人數達 300 萬人次 / 年

2030 年以後

長期目標

- 100% 清楚標示及符合法規要求的商品資訊
- 特力屋門市 100% 取得綠色商店認證

重大主題 供應鏈管理

- 政策與承諾** ● 特力屋對於供應商均要求善盡 ESG 管理責任，而非僅以法令最低標準為滿足。特力屋對供應商的經營策略：期許雙方發展為長期穩健的夥伴關係。
- 權責單位** ● 供應鏈品質管理部
- 因應措施與管理行動** ● 特力屋推行供應商評估制度，並訂有供應商準則，要求供應商遵守有關社會、環境、公司治理等條款。
● 品管部門提供輔導措施，協助工廠改善作業品質。
● 為擴充平臺服務能量、強化工班服務水準，特力屋斥資建置北、中、南區訓練中心「職人學校」，進行專業工班訓練。
● 設有供應鏈品質管控及供應商評估（QA/QC/FA）部門，負責對供應商進行驗廠、驗貨及產品抽測，以實現對不良品質輸出的有效控制。
● 每年會依據服務事業夥伴之服務滿意度表現，以及夥伴 KPI 表現情況，進行夥伴留任與汰換評估。

評核機制

- **供應商評鑑作業：**針對供應商進行驗廠，並將結果評為 4 個等級，每個等級有不同的複驗時間規範，其中最低等級將不予合作，需進行改善直至通過標準。

2025

目標

- 落實供應商評估制度，要求評核結果為「不接受」的供應商提出改善計畫，且於期限內改善完成

達成

- 持續落實供應商評估制度，2025 年供應商評估制度，100% 為可接受以上的供應商
- 落實工班訓練達成 2,657 小時訓練時數，受訓人次達 492 人次
- 安裝師傅施工品質，顧客對施工滿意度達 8.8 分（9 分量表）

2026

短期目標

- 落實供應商評估制度，要求評核結果為「不接受」的供應商提出改善計畫，且於期限內改善完成。

2027~2029

中期目標

- 針對評估結果為待改善的供應商提出培訓計畫
- 要求評核結果為「待改善」之服務事業合作夥伴提出改善計畫

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

重大主題 客戶健康與安全

政策與承諾

- 特力在誠信、當責、顧客導向的企業文化下，秉持「品質用心」的價值主張，提供消費者安心、優質的商品。同時，特力屋持續將「健康」與「安全」列為四大營運主軸之中，以期為消費者創造更健康、安全及舒適的居家空間。

權責單位

- 顧客服務管理處、QA/QC、商品部

因應措施
與管理行動

- 特力屋推動減少使用 PVC 策略，與供應商合作逐年降低商品的 PVC 原料，改以 PP、PE 等其他無毒原料取代；旗下自有品牌商品全面包裝全面不含 PVC 材質，且建材類商品皆以環保、無毒的綠建材為主。
- 從採購源頭嚴格把關供應商供貨品質，定期執行後市場抽測確保商品符合法規規範，自有品牌商品落實生產控管、供應商評鑑、驗貨把關。
- 每月進行自有品牌商品客訴分析，若有單品涉及品質疑慮年度累計達三件，則會召開商品品質改善會議，檢視商品品質管理結果，以確保管制機制之有效性。
- 從採購源頭原料落實生產控管、供應商評鑑及品管部後市場抽測等關卡
- 總部每日逐筆檢視顧客意見針對有品質疑慮的商品，召開跨部門會議討論改善行動方案。

評核機制

- 建立多元申訴管道，包含網路平臺、電話專線及門市諮詢等，傾聽顧客需求與並且積極快速回應，以系統化管理模式，定期追蹤處理進度與管理成效。

2025

目標

- 商品後市場抽測通過率達 97.5%
- 嚴謹處理重大商品事件

達成

- 自有品牌商品後市場抽測通過率 100%，非自有品牌商品抽測 23 件中僅有一件未符合標準，已追蹤並落實改善。
- 針對重大商品事件嚴謹處理，並適時召開跨部門會議，檢視商品品質管理結果，以確保管制機制之有效性。

2026

短期目標

- 商品後市場抽測通過率達 97.5%
- 嚴謹處理重大商品事件

2027~2029

中期目標

- 商品後市場抽測通過率達 98%
- 嚴謹處理重大商品事件

2030 年以後

長期目標

- 商品後市場抽測通過率達 99%
- 嚴謹處理重大商品事件

重大主題 客戶關係管理

政策與承諾

- 特力屋秉持「開放創新」與「顧客導向」的精神，致力提供卓越服務體驗。我們積極傾聽顧客反饋並轉化為優化動力，持續完善購物旅程，建構深具信賴的客戶關係。

權責單位

- 商品管理部、顧客服務管理處

因應措施
與管理行動

- 特力屋將顧客服務管理單位設置於總經理直屬體系之下。確保顧客需求能被迅速、高效地回應與進行跨部門協調。
- 定期執行顧客滿意度調查，並優化顧客滿意度量表的內容與評分機制，以利顧客直覺填答、契合業界趨勢；同時定期分析質化回饋，作為各部門持續改善之依據。
- 報表除追蹤各項 KPI 達標情形外，同步觀測季營收增長率（QoQ）與月營收增長率（MoM）變化趨勢。
- 全面提升客戶購物旅程的觀測維度：針對「門市體驗」細分優惠與商品選擇、「商品體驗」新增售後服務，並將「官網體驗」拆解為探索、結帳及配送流程，更精準定位痛點。
- 建立網路輿情主動監測機制，即時掌握品牌聲量與潛在負面風險，提前規劃因應策略，以降低風險、維護品牌信譽並深化顧客信任。

評核機制

- 顧客滿意度調查
- 網路輿情即時監控

2025

目標

- 顧客滿意度調查分數達 8.1 （9 分制）
- 針對女性、語言、銀髮族群需求推動多元友善服務

達成

- 顧客滿意度實際達 8.3 （9 分制）
- 全臺各門市凡設有洗手間者，其服務臺皆備妥衛生棉，以滿足顧客臨時需求。
- 提供女性會員一次免費租借指定電動工具的體驗服務。
- 具備多語言（如英語、日語）的門市人員配戴識別名牌，協助有多元語言需求的顧客迅速獲得服務及幫助
- 提供 65 歲以上之樂齡會員植栽簡易換盆服務，並且由特力屋免費提供培養土。
- 推出 65 歲以上樂齡會員專屬禮遇：園藝資材全品項享 88 折優惠，輕鬆打造居家花園、讓生活更有活力。

2026

短期目標

- 落顧客滿意度調查分數達 4.0 （5 分制）

2027~2029

中期目標

- 顧客滿意度調查分數達 4.2 （5 分制）

2030 年以後

長期目標

- 顧客滿意度調查分數達 4.2 （5 分制）

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

2.1 服務轉型創新

2.1.1 創新產品服務

從通路到社區，從產品到服務

特力屋以顧客需求為中心，秉持「問的到、找的到、辦的到」的服務精神，提供消費者全方位的居家生活與修繕 DIY 解決方案。特力屋提供逾 3 萬種豐富品項，涵蓋居家修繕、佈置或裝潢所需的各類工具與材料，各商品區域均配有專業人員，提供消費者即時且專業的諮詢服務。同時，各分店內設有「居家裝修中心」專區，依據顧客不同需求，量身打造客製化的居家裝修專案。

特力屋產品與服務



1 理念

- 以客戶為中心，專業、安心、信賴

2 通路

- 特力屋大型店
- 特力屋社區店
- 特力屋線上購物
- 購物廣場（特力家居）

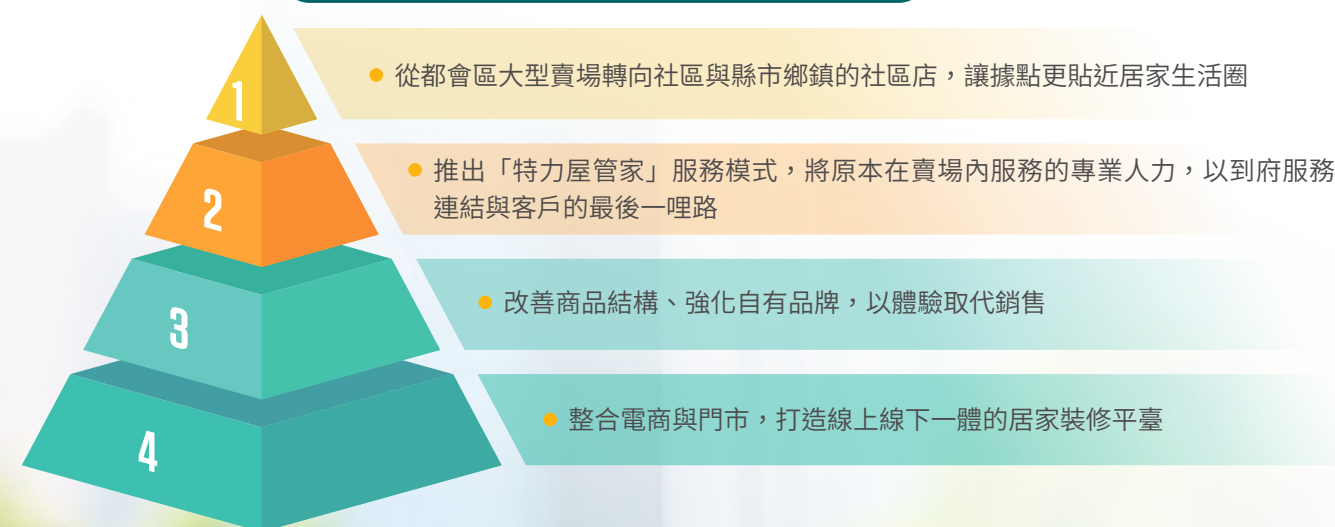
3 從產品到服務

- 居家 DIY 相關商品與服務
- 特力屋自有品牌商品
- 居家裝修中心
- 特力屋手創空間
- 特力屋管家到府服務

特力屋因應臺灣家庭型態與居住需求之變化，近年加速拓展「社區店」，不僅銷售居家商品及修繕工具相關商品，也致力經營「局部修繕市場」策略，透過深入社區，為鄰近住戶提供居家修繕的諮詢，以及提供居家裝修服務。2025 年，特力屋全臺擴點 3 家社區店，未來規劃每年將新增 6 至 8 家門市，並以六都市拓展為發展方向，海外方面，將評估拓展東南亞市場（如越南），期望以「社區店+自有品牌+到府服務」的模式輸出臺灣經驗。藉由「一條龍」的服務模式，特力屋期望回應不同顧客於居家修繕與裝修上的多元需求，提供量身打造的產品與服務組合，陪伴顧客打造完善的居家環境。

面對市場結構轉變，特力屋以「四層轉型藍圖」作為推動轉型的核心路徑，包含擴大社區店、拓展特力屋管家服務、提升自有品牌佔比與整合電商與門市，透過此一轉型架構，特力屋逐步以商品銷售為核心，轉型為將居家服務延伸至社區與家戶的經營模式。

特力屋四層轉型藍圖



特力屋管家，方便顧客解決居家生活的修繕問題，提供對應商品及安裝服務。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄



特力屋手創空間開辦商品知識、安裝方式等課程，推廣居家修繕DIY技能。

門市一站式服務解決方案

特力屋所有門市不只是零售空間，也持續創新打造消費者解決居家修繕需求的服務空間。所有門市的特色服務包含即買即裝、自有工班、工具租借服務、鄰里小物免運等，方便消費者可以在特力屋滿足從購物、搬運、安裝到居家修繕諮詢的需求，並且隨著特力屋社區店的進駐，更加深入消費者的日常生活，提升取得特力屋服務的可取得性，以 DIY 和服務豐富消費者的居家生活。

特力屋門市特色服務

即買即裝

- 顧客購買指定商品，可享當天購買當天安裝的便利服務。

專業技師駐點服務

- 專業技師具有專業訓練認證，於指定時段定期駐點門市，提供居家設備問題諮詢、簡易修繕或更換教學。

油漆調色服務

- 門市提供專業油漆調色服務，並設置專屬調色網站，讓顧客玩配色，找到理想色彩。顧客可透過特力屋 APP 查詢過往紀錄，方便於補漆時進行調製。

工具租借服務

- 特力屋觀察許多顧客為短期裝修需求，平時電動工具使用頻率不高，工具租借服務方便顧客以少許租金解決臨時需求，無須特地購買。

木板裁切服務

- 依據顧客需求，於挑選好板材後提供精準裁切服務，確保尺寸正確，幫助消費者活用 DIY 設計，實現理想居家生活。



特力屋持續拓展社區店

2025 年成立淡水中山北店，提供完整的居家裝修陳列空間，店內強化系統家具、衛浴、廚具及客廳臥室的實體展示，以解決淡水地區長期缺乏大型居家裝修賣場的需求，讓在地居民無須跨區，即可取得修繕與換新服務。



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

特力屋門市現場調漆服務，提供消費者居家色彩規劃

特力屋於門市內提供消費者現場調漆服務，幫助消費者依據牆面翻新、家具改造或創意手作等需求，調配專屬色號。門市人員可空間規劃與採光條件提供配色建議，提升整體居家品質。同時特力屋也支援色號比對服務，消費者可攜帶家中脫落的漆塊至門市核對顏色，門市系統能依據特定編號，自動調整底漆與色漿比例，解決消費者找不到相同顏色的困擾。



★ 亮點故事

表揚門市：中和店

顧客李先生

顧客購買諾亞書桌，於組裝時因螺絲無法順利鎖入，導致遲遲無法完成安裝而向客服人員求助。門市同仁在確認照片後，主動以 LINE 視訊協助，透過操作展示品，逐步示範安裝原理與正確鎖附方式，耐心指導顧客完成組裝。

線上與實體門市結合，掌握消費者脈動

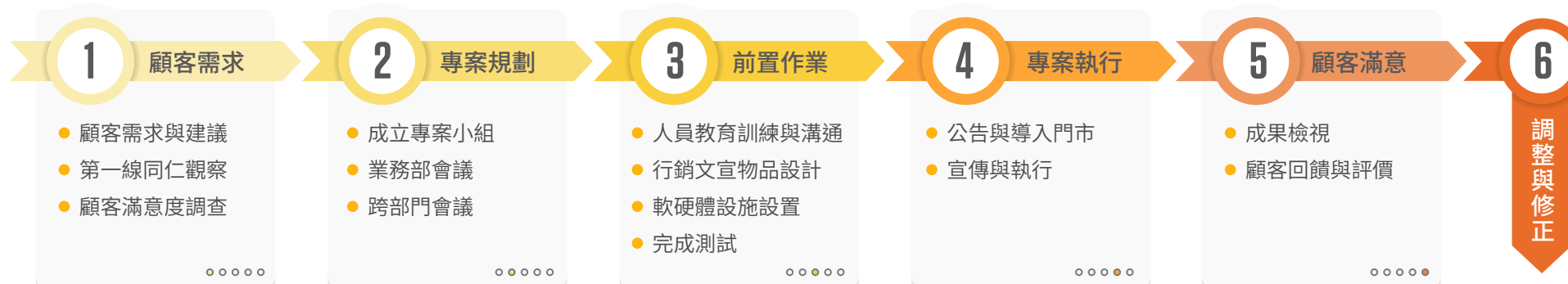
特力屋洞察市場趨勢與消費者行為演變，深度整合實體門市與線上購物平臺，建構無縫銜接的服務模式。透過在實體門市展示「線上獨賣商品」並提供「門市下單線上商品」便利服務，成功消除通路壁壘。此外，藉由完善的會員分級制度與精準促銷，有效將實體門市流量轉化為線上消費動能，打造全方位的銷售生態系，確保消費者在任一觸點皆能享受一致且優質的購物體驗。

(1) 會員經營策略：數據領航，精準分眾營運

特力屋推行多維度的會員經營策略，透過大數據分析用戶行為，實現高度精準的分眾行銷。同時，透過自動化營銷機制及專屬折扣優惠，針對大型促銷檔期與跨通路活動，精準派送個人化優惠資訊，引導消費者完成線上至實體或實體至線上消費的全通路旅程，優化線上線下整合（O2O）之消費動線。



特力屋服務開發管理流程



- 核心價值鞏固：針對高價值會員深化營運，維持高強度的品牌忠誠度。
- 自動化活化機制：導入「個人化回購週期預測」模組與「自動化 EDM」派發系統，於關鍵決策點進行精準觸達，維持會員活躍度並有效預防流失。
- 雙重激勵模型：採取「低門檻贈品」與「高門檻點數」的雙重誘因策略，精準觸發不同族群的消費契機，成功喚醒沉睡會員並提升轉化率。
- 數位行銷優化：面對數位廣告成本攀升的挑戰，使用彈性製造（FMS）系統驅動廣告成效增長，針對商品績效與消費者意向進行動態分群，實現廣告投放的精準投送。顯著提升整體廣告投資報酬率（ROAS），更協助品牌在存量市場中持續挖掘新客群，擴大市場佔有率。

(2) 2025 年營運績效

- 線上線下通路整合（OMO）會員增長：2025 年完成整合線上線下通路（OMO）消費歷程之會員人數，較去年同期年營收增長率增長 10.4%。
- 虛實整合銷售：門市協助線上購物下單之業績佔比，整體較去年同期提升 5%。
- 強檔促銷爆發力：於大型促銷活動期間，門市接線上訂單之業績貢獻度，最高可達線上單日總業績 50%，展現極強的跨通路整合導流成效。

(3) 未來願景：持續進化購物旅程

展望未來，特力屋將致力於商品力、空間陳列、服務效能及數位系統的全方位整合優化。目標打造一個兼具「便捷採購」與「生活靈感」的購物環境，優化購買流程的同時，更要在每一次的互動中，為顧客激發更多居家裝修的啟發與想像。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

2.1.2 綠色產品與包材

綠色商品

特力屋致力於環境友善商品之研發，降低銷售之商品對環境及人類健康之影響。作為臺灣首家禁用禁售白熾燈泡、推廣 LED 商品的居家零售通路，特力屋也持續引進綠色商品。2025 年特力屋具有綠色標章之商品項數共達 944 項，包含省水標章、節能標章、環保標章、綠建材、森林監察委員會認證（FSC）、能源效率分級之商品，累計銷售數量達 259,344 件，銷售量增長 10.75%；產品之銷售額達 596,188,682 元，銷售額增長 3.33%。

與供應商合作，引入再生料商品

特力屋亦主動與供應商合作，推動兼顧環境友善與滿足消費者需求的家居產品。2025 年，特力屋攜手策略夥伴推出「海洋抗菌自黏地磚」，以沿海地區大量堆置、且長期造成環境污染疑慮的廢

特力屋綠色標章商品銷售數

2024

234,176

2025

259,344

成長幅度
10.75%

註：綠色標章商品銷售品項數係統計該年度於 12 月 31 日持續有效的綠色標章認證產品。

2025 年特力屋綠色標章商品所含品項

綠色標章	標章簡介	販售商品項	銷售數量	對應商品
省水標章	經濟部水利署針對符合規格之產品頒發，選購省水標章商品，即能在不影響原用水習慣下，達到節約用水之目的。	179	91,368	例如馬桶、水龍頭、蓮蓬頭、水材配件等
節能標章	經濟部能源局受理廠商自願性申請「節能標章」認證，消費者可藉由「節能標章」，辨識高能源效率產品。	254	100,154	例如風扇、燈泡、冷氣、熱水器、瓦斯爐等
環保標章	環境部依據 ISO 14024 環保標章原則與程序而定，鼓勵對環境造成較少衝擊的產品與服務，供消費者辨識與採購。	20	15,011	例如洗碗精、油漆等
綠建材	內政部建築研究所推動綠建材標章制度可助有效評斷並整合建材之健康、生態、再生、高性能資訊，以提供民眾選用材料時之依據，確保舒適健康室內居住及永續地球環境。	25	16,756	例如傢俱、層板、板材等
FSC	森林監察委員會為非營利國際機構，該標誌表示木材來自次森林或人工種植的森林，而不是原始森林。	163	17,964	例如板材、木傢俱等
能源一級	台灣訂定國家能源效率標準，鼓勵汰換老舊設備器具。「能源效率標示」為強制性，共分五級，所有耗能產品皆須標示，級數越低代表耗能越少、越節能。	130	4,832	例如除濕機、電冰箱、開飲機等
能源二級		141	11,992	
能源三級		32	1,267	

註：2025 年度特力屋綠色標章商品總採購金額達新臺幣 486,603,518 元，相較 2024 年 430,158,152 元，成長幅度達 13.12%。

特力屋海洋抗菌自黏地磚

特力屋觀察臺灣每年會產生約 16 萬噸的廢棄蚵殼，以循環利用的理念，與臺灣在地供應商合作，經過研發及嚴格測試，發展防水蚵殼地板，不僅降低塑料使用量，促進在地永續循環發展。商品也考量實用性，容易拆裝且易清潔維護。



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

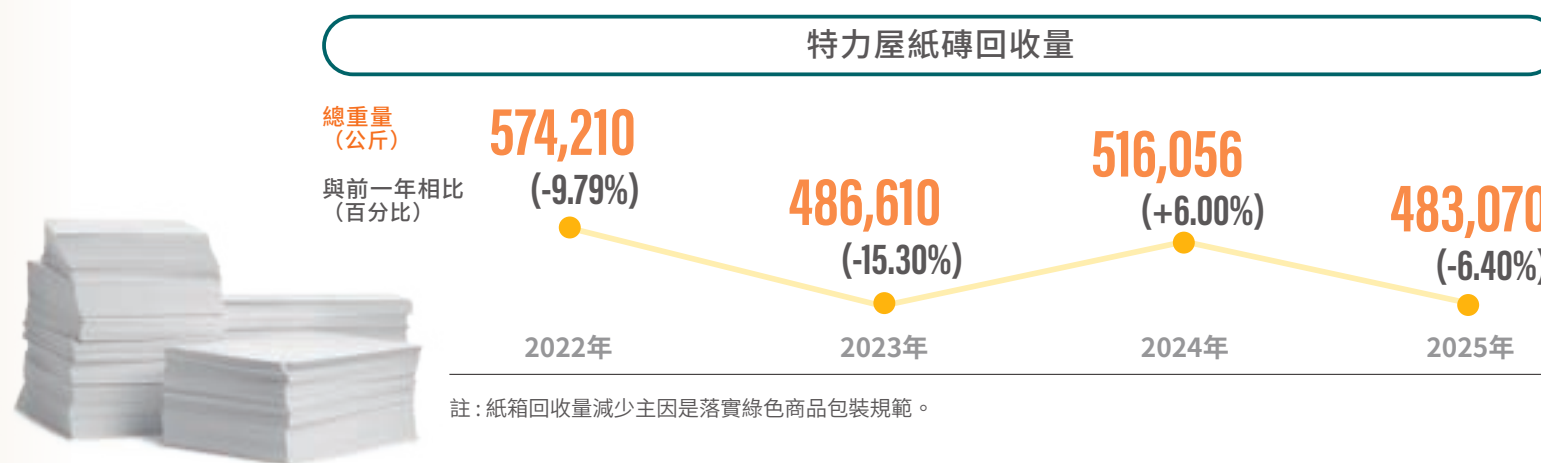
棄牡蠣殼為主要原料（屬常見海洋廢棄物之一，若未妥善處理會產生惡臭、孳生蚊蠅並影響沿海環境）。透過清洗、粉碎與複合材料工程，將原本對環境造成負擔的廢殼升級為具防水性與實用性的建材，產品上市後年銷超過 400 箱，展現海洋廢棄物再利用在居家建材領域的商業化潛力。專案連結海洋廢棄物治理與產品創新，不僅協助減輕沿海牡蠣殼堆置造成的污染問題，也將「海廢問題」轉化為具附加價值的永續商品，結合循環經濟的理念，並透過零售端力量推動消費市場採用更多綠色材料。

2026 年特力屋將深化供應鏈循環合作模式，計畫與在地水泥供應商合作，以水庫淤泥再利用為核心，研發環保水泥材料及油漆塗料，協助減少水庫淤積並提升資源使用效率。同時也將透過手創教室開設講座，推廣循環材料理念，讓更多消費者理解並支持永續建材的價值。

綠色包材

特力屋自有品牌商品訂有「綠色包裝規範」，須在包裝上採用綠色材料及綠色設計，並印製識別標章，落實省資源、易回收、低污染之環保主張。

特力屋於商品包裝盡量採用紙材、PE（聚乙烯）、PP（聚丙烯），以降低 PVC（聚苯乙烯）的使用占比。2025 年特力屋含 PVC 商品包裝佔比成功降至 2.2%，2023 年起「一次性商品」已全面禁用 PVC 原料。零售業對紙箱需求量大，特力屋多年前即推動紙箱回收機制，透過重複使用以降低整體用量。



特力屋與配客嘉合作循環包裝服務

特力屋於 2025 年 8 月正式導入與配客嘉合作的循環包裝服務，並於官網設立專屬頁面，鼓勵消費者共同響應減塑綠行動。服務上線後，已有約 1% 的全年出貨包裹使用循環包裝，逐步提升包裝使用效率並減少一次性包材浪費。同時，為進一步降低物流過程所產生的包材消耗，特力屋持續推動到店取貨方案，透過折價券、停車費優惠等友善機制，鼓勵消費者選擇更環保的購物模式。此舉有效減少配送運輸造成的包材廢棄物，減輕環境負荷，並推動循環經濟理念在消費端的落實。



特力屋自有品牌商品綠色包裝規範

環保材質

外箱

- 使用玻璃、紙、可分解塑膠（PET）、金屬等作為包裝材料，外箱不可打釘。
- 使用廢紙回收，製成紙漿模塑、緩衝包材或填充物。

內盒

- 禁止使用 PVC 包裝。
- 不得使用保麗龍。
- 印刷使用環保塗料。

符合國際要求

- 所有包裝材料中金屬材料的部分，其鉛、鎘、汞和六價鉻四種重金屬的總量須 <100ppm。

包裝減量

- 所每種產品包裝的材料不超過 3 種，以利回收。
- 禁止過度包裝規定，規範產品包裝層數不可超過三層、體積比小於 1、重量低於產品。

網路購物包裝減量

特力屋響應環境部網購包裝材料減量規定，網購包裝紙箱已使用 90% 以上回收紙，以及使用含再生料製造的氣泡布與緩衝包材。2025 年網購耗材平均包裝材料重量 0.128g，較基準年減重 44%，達成環境部平均包裝材減重率 30% 目標。2025 年網站引進循環包裝材料，持續提供網購消費者到店取貨優惠，減少運送時所需的包材。

特力屋網路商品包裝重量



註 1：以上包裝重量比值及使用之包裝材料，均符合環境部規範；立本會計師事務所出具核閱報告書。

註 2：商品包裝重量比值計算 = (網際網路購物包裝材料重量 / (網際網路購物包裝材料重量 + 商品總重量)) X 100%

註 3：上述統計不含近年新開設之特力屋社區店。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

2.2 產品與服務安心

2.2.1 產品品質堅持

產品價值鏈確保品質穩定

特力屋針對上架販售之商品，不論是自有品牌或非自有品牌，皆依循上架前檢驗，以及上架後門市抽測流程，從價值鏈堅持對產品的品質，主動維護消費者權益。

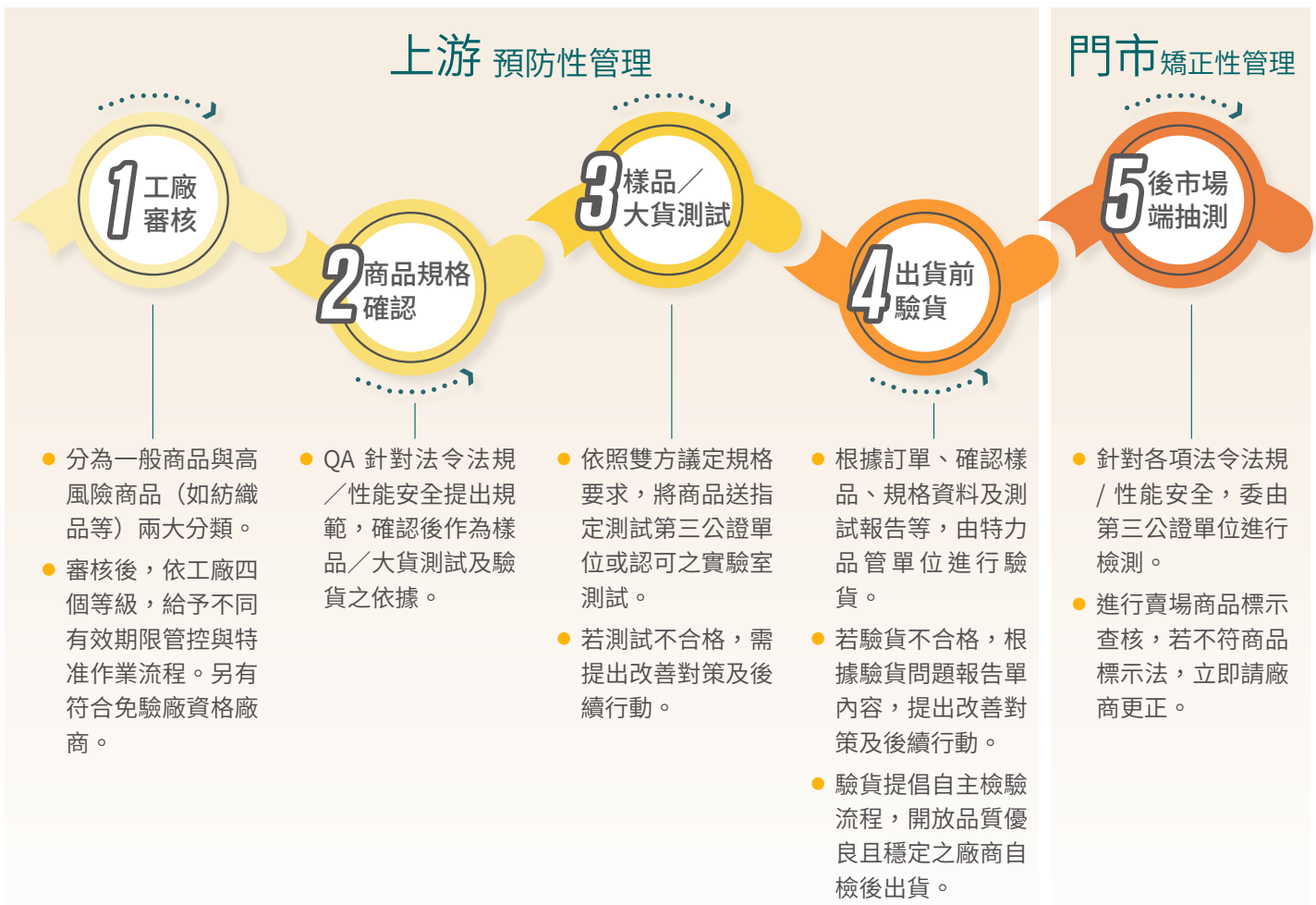
所有特力屋自有商品的功能、規格、外觀、相關的物理或化學特性，皆以高標準的要求制定產品規格。開發製造過程，即進行多項檢驗測試，從原料到成品層層嚴格把關及檢測驗貨，並要求符合 CNS 國家標準，確保商品品質優良。此外，針對重要品類，例如：紡織品、餐具／鍋具、燈泡／燈具等，均要求符合國家及市場標準，且這些品類商品皆需全面通過第三方公證單位檢驗，方可上架販售。

特力屋 2025 年已分別針對特力屋自有品牌商品、非自有品牌商品，進行後市場端抽測，檢測件數共 28 件。未通過的商品，將視情形要求提出限期改善計畫，如必要亦將採取整批汰換、立即下架等措施，讓消費者可以放心買到品質穩定、優良的商品。

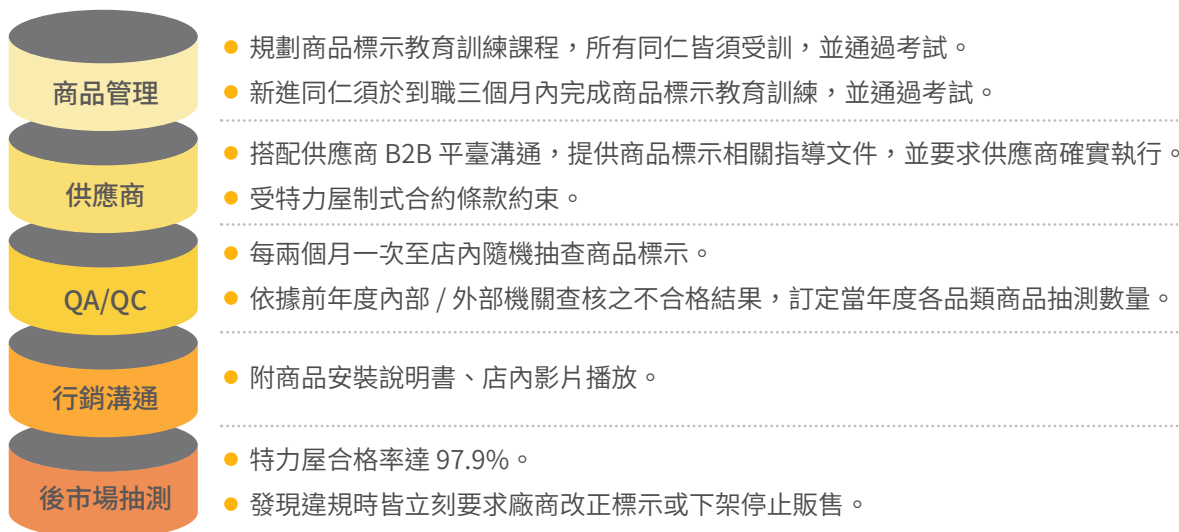
產品行銷與標示要求

特力屋於政策面已要求全數供應商在商品標示上，包括產品來源、產品內容物的成份以及產品的使用安全，均須依循政府規定、相關法規或進口產地要求。特力屋並透過門市後市場抽測商品標示。2025 年後市場抽測合格率为 97.9%，共有 13 件違反商品標示法規事件，發現後皆立刻要求廠商改正標示或下架停止販售，未產生重大影響，也未導致罰款。

特力屋商品品質管理流程



特力屋商品行銷與標示管理架構



特力屋後市場端抽測通過情形

	自有品牌商品			非自有品牌商品		
	檢測件數	通過件數	通過率	檢測件數	通過件數	通過率
2024	4	4	100.00%	25	24	96.00%
2025	5	5	100.00%	23	22	95.70%

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

2025 年特力屋共有 13 件因產品與服務之資訊標示未符規定，導致警告的違規事件，以及 1 件因違反有關產品與服務的健康和安全法規之罰鍰事件，皆已進行處置。此外，本年度無發生有關產品行銷傳播相關違規事件。



為消費者健康把關

特力屋推動減少使用聚氯乙烯（PVC）策略，與供應商合作逐年降低 PVC 原料，包含蓮蓬頭 PVC 軟管更換成不鏽鋼軟管，內管升級為乙丙橡膠（EPDM）內管，浴室止滑墊、室內踏墊也減少 PVC 材質，改用熱塑性彈性體（TPE）、橡膠等其他替代原料。特力屋含 PVC 材質商品佔比低於 10.3%，包裝部分含 PVC 材質之商品佔比則成功降至 2.2%。此外，特力屋品質管控部門不定期將供應商生產之商品，送至第三方公證單位進行檢測（如全國公證檢驗、臺灣電子檢驗中心等單位），包括標示檢查、構造檢查、游離甲醛含量檢查等，以確保商品品質。

特力屋自有商品持續為消費者的健康把關，包含已開發無磷苯無毒塑膠地磚，以及持續導入無鉛不鏽鋼水龍頭，透過經濟部檢驗局 LF 無鉛認證，提供消費者安全的用水選擇。特力屋觀察消費者注重產品安全性的需求，未來規劃將擴大發展居家安全、兒童與年長者導向的安全面向產品，為消費者提供更多安全的產品選擇。

特力屋自有商品列舉，為消費者的健康把關



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

特力屋視商品安全為不可妥協的底線。針對所有依法應施檢驗之商品（如照明燈具、低甲醛板材等），落實第三方公正單位之檢驗作業。透過法規遵循，確保上架商品全數符合國家安全標準，全面守護消費者的居家安全。

2025 年特力屋重要品類販售數與銷售金額

	販售品項數	銷售金額
家電 / 電料	638	326,101,279 元
燈源燈具	2,725	762,840,531 元
紡織品	3,788	423,311,724 元
板材	1,940	261,156,627 元
衛浴	139	227,126,012 元

依法應檢測商品
之通過佔比

100%

註：通過佔比係以各商品類別中依法應進行第三方檢驗之商品為計算範圍。

特力屋室內裝修服務考量消費者的健康，工程所選用的原料與材料追求環保無毒，並確保材料與工法皆符合國家標準，包含：

1 潤泰水泥砂

選用潤泰精密材料的水泥砂，這些材料經過嚴格檢驗，確保不含有害物質，避免因使用劣質砂石而造成的健康問題。

2 木工板材

使用符合 F3 標準的木工板材，這些板材的甲醛釋放量符合國家安全標準。

3 通風扇

在施工過程中安裝通風扇，有效降低施工現場的粉塵濃度，保持空氣流通，減少工人和住戶吸入粉塵。



重大商品事件管理

特力屋訂定《重大商品事件管理辦法》，於發生重大商品事件時即召開跨部門會議，並依循標準化 SOP 流程，自通報、處理到結案，確保事件處理的效率與一致性。每次事件處理後均進行檢討與經驗回饋，以持續強化處置能力，管理並降低類似情事再次發生的風險。

特力屋重大商品事件標準處理流程

1 通報

- 門市同仁接獲商品 / 服務相關重大事件訊息，須立即通報單位主管及顧客服務管理處。
- 將事件相關人事時地物記錄於系統中，以利處理進度追蹤。

2 會議

- 由顧客服務管理處召集緊急小組會議，會議依「重大商品事件管理辦法」進行討論。
- 小組基本成員包括商品部、顧客服務管理處、特力屋行銷公關、品保及法務單位。
- 會後將會議決議內容以郵件方式通報特力屋一級主管。

3 執行

- 個案：研議解決方案後，由處理窗口與顧客進行方案溝通。
- 通案：要求供應商進行全面性改善處理，包括下架、檢修或召回。

4 追蹤

- 業務單位幹部追蹤執行進度並回報緊急小組成員執行過程，若有任何問題，即時進行討論與調整。

5 結案

- 通案處理方案執行結束後，由顧客服務管理處向緊急小組成員及特力屋一級主管通報案件處理結果。
- 結案報告包括「通案處理結果」及「事件檢討與學習」。

2025 年重大商品事件處理情形

2025 年度特力屋共發生 1 起商品品質疑義案件，並由公司主動通知消費者關於檢修及換新服務，確保消費者權益不受影響。

事件摘要 「特力屋星際 30W 調光調色 LED 吸頂燈 - 附遙控」有燈罩掉落之商品品質疑慮。

執行方案 統一提供顧客商品退貨服務，並補償 200 元禮券之車馬費。若顧客欲更換新燈具，則提供商品優惠。

事件摘要 主動以電話和簡訊通知顧客該商品存在潛在風險，並依據顧客指定日期，派遣專業工班到府檢修及協助更換燈具。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

2.2.2 供應鏈管理

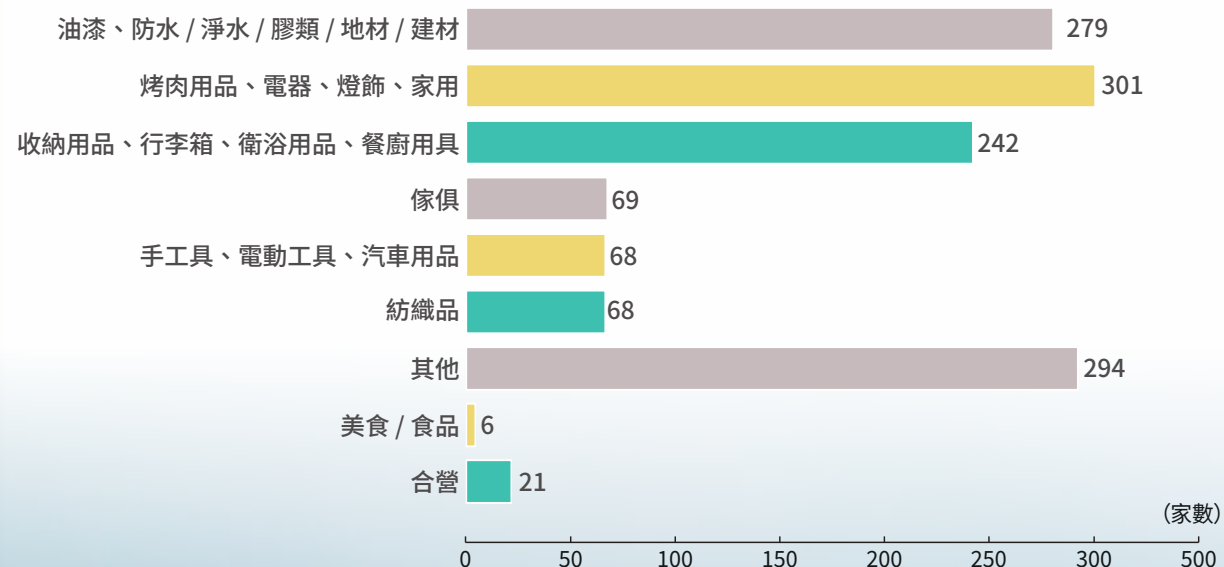
依循特力集團供應商準則

特力屋為零售事業，商業營運不包含生產製程，供應商遍及臺灣、中國、東南亞等地。於供應鏈管理上，特力屋依循特力集團制定之「供應商準則」，涵蓋的議題面向包含：法律合規性、員工聘僱、自願勞動、勞動時間、薪酬、健康與安全、環境、衝突礦產、反賄賂等，鼓勵供應商建立完善的品質管理體系，並取得相關認證，以強化產品品質的監控，亦持續以符合消費者與客戶期望當作首要目標之一。特力屋依據供應商準則面向進行供應商評估，並依據該標準對供應商制訂相關的要求和具體管控措施。

特力集團供應商準則，請參考 [連結](#)

特力屋供應商產品分為自有品牌商品、非自有品牌商品，目前以非自有品牌商品之供應商佔多數，並依照產品類型進行分類。2025 年主要以烤肉用品、電器、燈飾、家用等類型供應商最多，其次為收納用品、行李箱、衛浴用品、餐廚用具。

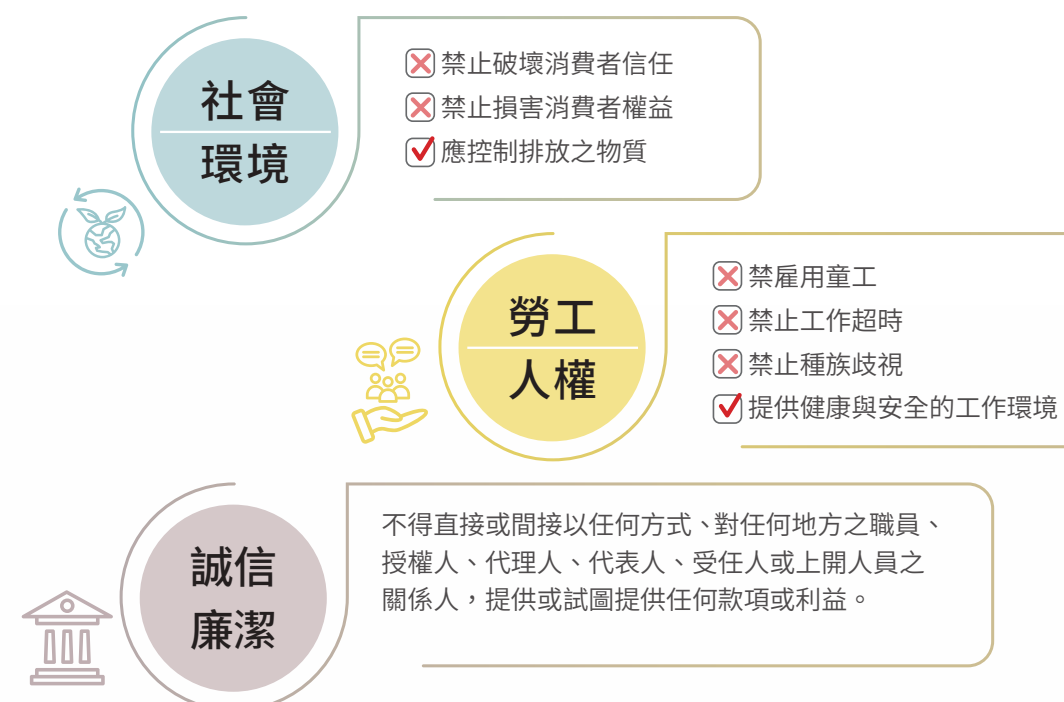
特力屋供應商分類



合約書納入企業社會責任條款、廉潔規範條款

此外，不管是自有品牌或非自有品牌合作的供應商，特力屋皆要求合約書皆須簽署「企業社會責任條款」及「廉潔規範條款」，要求供應商營運須回應 ESG 永續發展與誠信經營的期待，2025 年簽署率達 100%。特力屋於遴選供應商加入合作名單的過程中，即善盡審核查證責任。審查範圍包含維護人權、勞工工時、不得僱用童工、保障工作安全、降低環境衝擊等，並於簽訂合約時明訂相關條款，若有違背誠信原則、善良風俗、破壞公司商譽、影響公眾利益等，自得逕行解約。

特力屋企業社會責任條款與廉潔規範條款主要內涵



B2B 商務平臺

供應商可透過 B2B 商務平臺—特力集團零售事業群供應鏈平臺，與特力屋進行商業交易行為，該平臺提供自動化交易流程、專業化貿易服務的線上交易市集，以及其他商務管理功能等。除了交易行為外，供應商每年須在平臺上簽署廉潔承諾書，特力屋亦不定期在平臺上公告最新的法規規範資訊提供予供應商參考。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

供應商評鑑管理

特力屋透過品質管控部門（QA/QC），對供應商進行驗廠、驗貨及產品測試，範疇涵蓋所有自有品牌與非自有品牌商品。另外，特力屋針對自有品牌商品建立完善的品質政策，從商品開發到階段全面把關，除確保產品符合國家規範外，也會主動定期驗廠，強化特力屋販售之產品品質與穩定性；針對非自有品牌商品，特力屋亦執行供應商評鑑作業（驗廠），驗廠流程皆參考 ISO 9001、ISO 14001 與 ISO 45001 等標準作業，並審查是否有童工、強迫勞動、誠信等問題，再經由品質管控部門評鑑後，進行供應商分級，最後依照分級結果進行複審及定期稽核。

特力屋依據供應商驗廠結果，將供應商分為 A、B、C、D 四個風險評估等級，並且就 A、B、C 風險評估等級，設定分別對應每三年、兩年、一年的定期稽核時間。若供應商被評鑑為 D 級，特力屋在系統上將無法對其下單，直至 D 級供應商提出改善計畫，並且經由品質管控部門複審並通過

特力屋供應商評鑑作業流程



註：驗廠未通過之工廠，特力屋不會下單。

後，始能重新下單。目前尚無供應商經評估後終止合作關係之情況發生。

2025 年實地稽核供應商驗廠作業中，特力屋亦針對 51 家供應商工廠進行環境衝擊評估，共評估五大項目。2025 平均單項達成率為 73.62%，較 2024 提升 3.42%。

特力屋供應商分級評估情形

	販售品項數	有效期	2023	2024	2025
A 優秀	● 驗廠分數 $\geq 75\%$ ● 無童工和 / 或強迫勞動和 / 或誠信問題及無其他嚴重問題點	三年	8	8	10
B 滿意	● $1.60\% \leq$ 驗廠分數 $< 75\%$ ● 無童工和 / 或強迫勞動和 / 或誠信問題及無其他嚴重問題點	二年	11	17	14
C 接受	● $1.45\% \leq$ 驗廠分數 $< 60\%$ ● 無童工和 / 或強迫勞動和 / 或誠信問題及無其他嚴重問題點點，結果是可接受的、需改善。	一年	26	26	23
D 不接受	● 驗廠分數 $< 45\%$ ● 現場發現童工 / 和強迫勞動或 / 和誠信問題及其他嚴重問題點，則審查結果是不接受。	需提出改善計畫，並重新通過 QA 審核，否則立即終止合作。	9	0	0
	● 自有品牌商品有效期廠商		59	51	47
		總數	113	102	94

註 1：自有品牌商品（PL）有效期廠商包含：第三方公證檢驗合格或符合免驗資格。

註 2：符合下列資格之低採購金額廠商，可申請免驗廠：（1）新廠商：首張訂單金額小於美金 8,000 元；（2）既有廠商：前一年度淨進貨金額小於新臺幣三百萬元。

特力屋驗廠環境衝擊評估主要項目



特力屋服務事業夥伴管理流程

招募

- 專業證照審查
- 工程實績審查
- 同業口碑徵詢



簽約



- 簽約管理（合約含人權條款）
- 工班造冊

勤前訓練

- 禮儀教育
- 勞安衛教育
- 工法教育
- 行政教育



派工 & 付款



- 客戶合約 / 付款管理
- 派工 / 工程計價管理
- 夥伴請款管理

作業管理

- 定期 KPI 審核
- 每月客戶滿意度調查
- 客戶抱怨案件
- 夥伴配合



回訓輔導

- 工法定期訓練
- 服務與技能回訓



終止

- 保證金退回管理



註：如工班通過作業管理，則進入派工 & 付款階段；如工班未通過作業管理，則應進行回訓輔導，輔導通過後才可執行派工 & 付款。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

服務事業夥伴管理

特力屋的室內裝修設計服務致力於以客戶角度出發，在瞭解客戶裝修需求後，由合適的工班夥伴進行服務。特力屋的所有服務事業合作夥伴，均透過稽核評鑑，以確保裝修品質及服務水準能確實符合特力屋的要求。

為了傳達特力屋的核心文化「專業、安心、信賴」，服務事業夥伴從招募、簽約、培育、派工到績效考核，皆訂有管理流程，工班夥伴必須遵守特力屋的行為準則，才能進行簽約管理。

- 新進服務事業夥伴：特力屋透過工程實績及參觀，評鑑其財務、信用承攬能量，並徵詢同業口碑，作為篩選依據。
- 既有服務事業夥伴：依據其進行中的施工案件，由督導進行工程抽檢、完工後抽樣、顧客滿意度調查、年度評鑑等不同階段評估，作為服務夥伴是否續約的依據。

特力屋持續強化服務事業夥伴的人權與勞工安全管理，對於新進簽約或續約合約，均已納入人權條款，包括：遵守相關勞動法規、禁用童工、無強迫勞動、不得有危害勞工基本權利之情事等，並透過夥伴會議、工地現場實地訪視與教育宣導，協助合作工班充分理解並落實人權條款內容，強化服務事業供應鏈在勞動人權上的共同責任。

為提升服務事業夥伴的職業安全能力，自 2025 年起特力屋加強推動職業安全訓練，並引導合作工班取得職安卡，以提升安全意識、強化作業風險辨識能力，降低工地事故風險。

服務事業夥伴評鑑管理

我們注重合作夥伴的培育，每年定期規劃舉辦夥伴教育訓練，並邀請一定金額以上之發包廠商或特殊技能工班參與溝通及培訓。

惟工程服務種類眾多，特力屋會依夥伴個別負責品項設定年度評鑑標準，其中包含硬體裝備與人員專業等。以冷氣工班為例，年初簽約前需進行車輛、裝備、證照等項目評鑑後，方進行簽約，並通過教育訓練之測驗後才可接案。

正式接案後，每月依照工班 KPI 評定排名，並針對低於標準的工班予以輔導，若發生重大客戶申訴，或連續違反公司規定，將予以停班、停權，嚴重時解約處分。

2025 年合作工班數共 292 家，解約 53 家合作工班（包含一次性工班），年度解約率為 18.1%。

特力屋室內裝修亦建立智能派工機制，以最短時間、最佳路徑、顧客評價、督導成績及客怨件數綜合評量，並將優先派工給評量優質的工班，兼顧服務事業夥伴管理與服務品質。

服務事業夥伴簽約數量 & 教育訓練時數

	簽約數量	教育訓練時數		
2023	292家	2,708時	523人次	99家
2024	273家	2,468時	414人次	170家
2025	292家	2,657時	492人次	188家

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

職人學校

為強化工班服務水準，特力屋建置北／中／南區訓練中心「職人學校」，以進行專業工班訓練。我們設立職人訓練中心授課教室，並搭配多媒體與實品展示，提供多元化的學習場所；另外還設有實作演練區，分別有實境展演區、綜合實作區、油漆體驗區、浴室體驗區等，不僅是工班實作與體驗的學習場所，也是實測技能的場地；至於訓練內容方面，則涵蓋勞工安全與法規、服務標準流程、禮儀訓練、樂齡專屬服務等。特力屋期許能夠透過職人學校規劃完整訓練課程，以提升工班素質，擴充平臺服務能量。



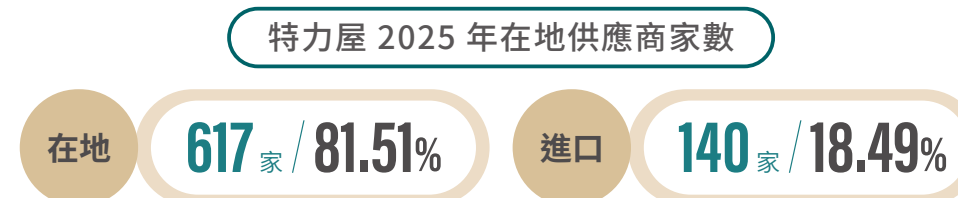
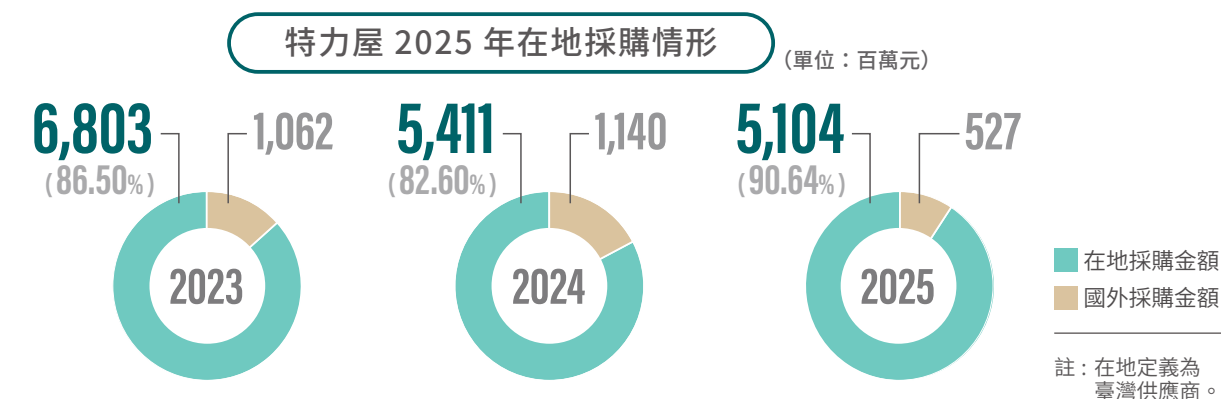
職人學校進行各項商品安裝教學



訓練中心實作演練區

在地採購

特力屋大部份採購支出以臺灣供應商為主。雖然同時會自國外引進全球知名品牌，發展品牌代理業務，但我們仍保有高度的在地供應鏈，佔 90.64%，2025 年在地採購金額約新臺幣 51.04 億元。



特力屋職人學校發展藍圖 & 訓練情形



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

2.3 顧客服務與信賴

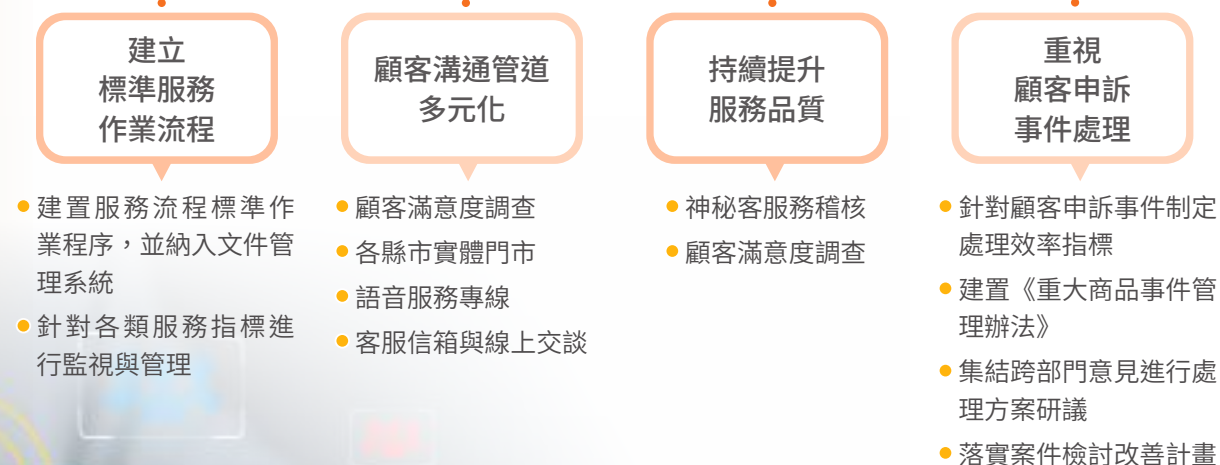
2.3.1 顧客服務與回饋

特力屋重視每位顧客的需求與回饋，並將其轉化為服務精進的動能，持續提升整體服務品質，期能帶來更貼近顧客需求之服務體驗。

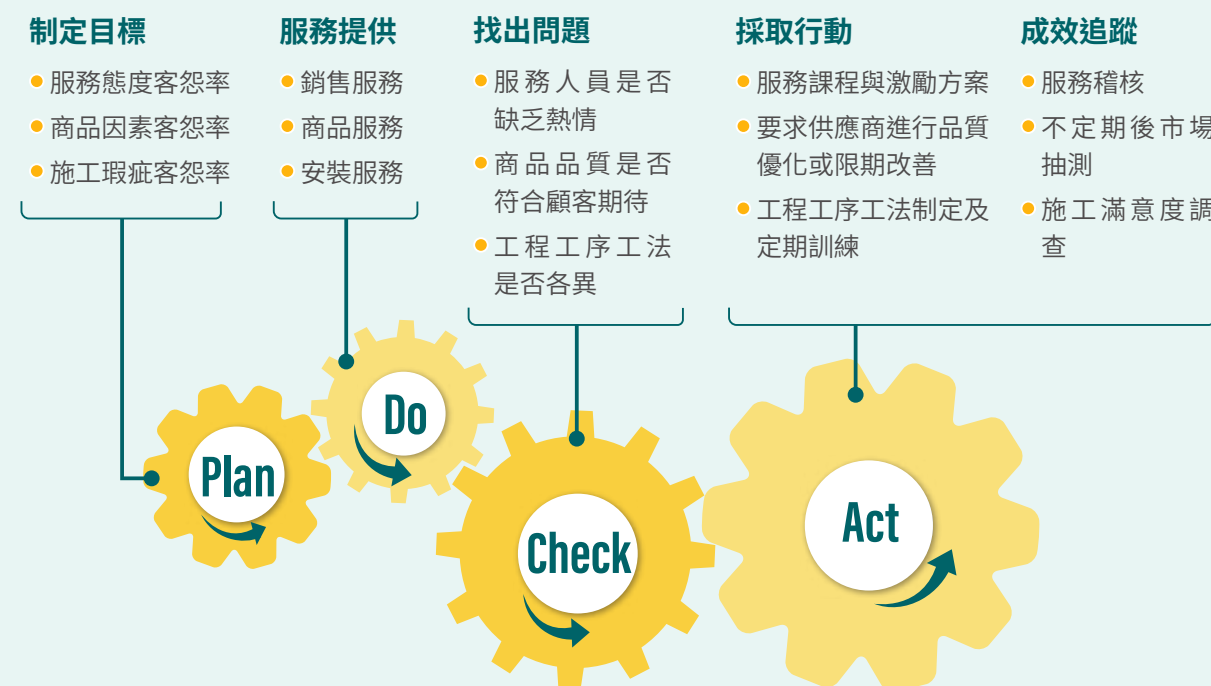
為實踐「顧客導向」的企業文化，特力零售事業多年前即透過「顧客導向服務專案」，進行資料收集及分析，找出顧客痛點與服務落差、展開各權責部門改善方案與制訂服務關鍵指標，並以「指標檢視」與「服務稽核」兩大主軸，持續進行 PDCA 的管理循環，改善服務品質及提升顧客滿意度。同時建立「全面品質管理」（Total Quality Management；TQM）架構，整合供應商與後勤支援部門，共同協助業務部門提供超越顧客期待的產品及服務。後勤行政單位須為第一線服務人員提供即時協助，亦須將顧客意見經由內部改善途徑，產出服務提升方案，並定期追蹤服務提升方案之執行成效。

特力屋依據顧客回饋及內部營運績效，訂定各項服務指標，涵蓋四大主要面向：通路服務、行銷活動、商品品質及工程服務。顧客服務管理處與客戶分析暨市場調查部門每年定期執行顧客滿意度調查，以貼近顧客需求並傾聽顧客聲音，建立長期顧客關係，並作為持續改善和提升整體滿意度的依據。此外，特力屋亦會定期檢視各項服務指標的達成情形，並根據結果規劃下一年度的服務策略和相關目標。

特力屋顧客服務治理架構



特力屋精進服務管理模式



特力屋顧客滿意服務指標



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

顧客滿意度管理

凡顧客進行消費，特力屋便會發送顧客滿意度調查問卷，全年無間斷地收集回饋，獲取顧客的即時體驗感受，做為服務改善之依據，特力屋 2025 年整體平均滿意度為 8.3 分（滿分為 9 分，滿意度達 92.2%）。特力屋室內裝修針對購買單品安裝服務的顧客，透過簡訊進行安裝滿意度的抽樣調查，並根據滿意度調查結果及工程督導的現場審核結果制定獎懲制度。對於顧客反映不滿意的部分，由專人提供輔導協助，確保整體施工品質。特力屋室內裝修 2025 年的單品客戶滿意度調查，滿意度平均 8.8 分（滿分 9 分，滿意度達 97.8%），與 2024 年表現持平。

特力屋相信，員工的服務熱忱是提升顧客滿意度的重要基礎；顧客的正向回饋亦能帶來良性循環，進一步促進員工在服務上的投入與績效表現。特力屋每月由總經理親自遴選感動服務案例及楷模，予以公開表揚。特力屋持續推動各項顧客滿意升級計畫，在 2025 年收到超過 2,300 封的感謝信，其中有 90% 以上是針對人員的優良服務進行回饋。

為提供更安全、透明且高品質的到府安裝服務，特力屋持續推動數位化服務改善與流程優化，以提升顧客對服務的信賴度與整體體驗的好感度。

1. 專業工班電子識別證制度，提升到府服務安全性

為提升顧客在接受到府服務時的安全與安心感，我們於單品安裝服務中全面導入工班電子識別證制度。所有到府服務工班皆須於到場時出示電子識別證，內容包含師傅姓名與基本識別資訊，使顧客能快速確認服務人員身分。

此制度不僅強化到府服務的透明度，也建立起更完善的服務驗證流程，降低身分誤認風險，進一步提升顧客信任感。

特力屋顧客滿意度調查結果

	消費忠誠度項目		項目			
	未來繼續來店購買意願	對於特力屋的願意推薦指數	整體平均	賣場體驗	商品	人員服務
2023	95.00%	91.00%	8.4	8.3	8.3	8.4
2024	95.40%	92.10%	8.4	8.3	8.3	8.4
2025	94.00%	89.00%	8.3	8.3	8.3	8.4

註 1：本滿意度為 9 分量表，1 分為非常不滿意，9 分為非常滿意

註 2：特力屋在顧客完成交易後以 APP 推播方式進行問卷調查

註 3：以上統計區間：2025 年 1 月 1 日 ~12 月 31 日期間每日蒐集。該期間全臺門市共有 31,100 名當月購買商品的消費者參與問卷調查，後續針對回收樣本進行分析



2. 單品安裝服務 APP 推播提醒，強化資訊透明度

為讓顧客能更清楚掌握安裝安排並提升服務便利性，自 2025 年 4 月起，我們針對單品安裝服務新增 APP 推播通知功能。在安裝日前一天，顧客將收到 APP 推播，包括：

- 預計到府安裝時段
- 本次服務師傅姓名

此功能有效提升服務行程透明度，讓顧客能更妥善安排自身時間，也強化溝通效率與顧客滿意度。

特力屋室內裝修顧客滿意度調查結果

	發送簡訊數	回饋簡訊數	回覆率	平均分數
2023	78,192	24,453	31%	8.7
2024	89,201	25,019	28%	8.8
2025	93,570	22,302	24%	8.8

註 1：滿意度為 9 分量表，1 分為非常不滿意，9 分為非常滿意

註 2：以簡訊 E 化方式進行滿意度調查

註 3：以上統計區間：2025 年 1 月 1 日 ~12 月 31 日。2025 年共有 22,302 回覆筆數

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

客怨處理

特力屋相當重視顧客的回饋，並以「解決問題、滿足需求」為首要原則。多數顧客的抱怨都能在第一時間獲得回應與妥善溝通，迅速達成共識，確保顧客權益並強化服務信任。本公司針對「顧客抱怨處理」訂有標準作業流程，設有專責人員即時處理、追蹤及確認結案，並結合「會員管理系統」功能，作為記錄及追蹤管理工具。此外，我們也設定顧客抱怨處理結案天數的指標，積極管理客怨案件的處理效率。2025 年特力屋與特力屋室內裝修的客怨率皆達到 KPI。

特力屋	客怨率		KPI
	2023	0.37‰	
	2024	0.22‰	
	2025	0.23‰	

特力屋室內裝修	客怨率		KPI
	2023	0.20‰	
	2024	0.30‰	
	2025	0.20‰	



亮點故事

讓「家的大小事，都是特力屋的事」不只是口號

- ✓ 顧客曾小姐於賣場仁德店選購時，發現身旁的孩子不在身旁，於是著急的向服務臺求助，表示孩子在賣場走失。門市同仁迅速分工：有人安撫家長、有人調閱監視器、有人在店內搜尋，也有人在店內外展開搜尋。在緊急狀況下，特力屋門市同仁展現應變能力和同理心陪伴顧客，也讓「家的大小事，都是特力屋的事」不只是口號，而是真正被看見的服務價值。
- ✓ 顧客陶媽媽於新竹店購買拉門，並選擇自行安裝，在收到商品後，發現新拉門滑輪無法適配於原有軌道，加上年事已高、體力有限，因此無法順利拆除生鏽螺絲而陷入進退兩難的困境。門市同仁主動透過 LINE 關心其安裝情形，得知顧客無法自行處理後，先行安撫顧客心情，並親自前往顧客家中支援，花費近一個小時順利拆除舊軌道，並協助完成拉門安裝作業，成功解決顧客問題，也展現出門市同仁的服務熱忱。



消費者回饋

讓我們感到安心又滿意的專業服務

表揚門市：平鎮店

顧客蔡小姐

我們一開始上網買了一個浴櫃，收到實品後深知根本踩雷…但想錢都花了，換個好一點的水龍頭就當眼不見為淨算了，去平鎮特力屋買了一個喜歡的龍頭也預約了龍頭安裝服務，當天特力屋的師傅安裝的時候發現整組浴櫃的設計、安裝方式、安裝位置都不太理想……特力屋的師傅很老實的跟我們解釋分析利弊……並願意花時間從我們猶豫的幾個品項裡給建議，我們瞭解師傅真的不用做到這些，但師傅還是很熱心的協助我們，因為有看過我們實際的現場環境，更能給出務實的建議。我們下完單再度預約了安裝服務，很幸運的安裝浴櫃的又是同一位師傅！依舊很專業俐落，從鑽洞、輕巧拆包裝放置、準確細心安裝、平整的黏砂利康、測試滲漏水、最後的清潔擦拭都很仔細，讓我們極為滿意給予表揚。

從安裝師傅的專業裡，感受到用心與溫度

表揚門市：平鎮店

顧客不具名

我在平鎮店購買了燈具，當天師傅不但比約定時間稍微提早到，然後非常有禮貌的介紹他是安裝師傅……。再來是我對水電不懂，師傅以畫圖之方式協助講解，避免裝錯之後再拆造成困擾。師傅真的很專業，安裝前會再確認是否這樣裝或是擺設方向是否就是這個方向。……未來也會推薦給同事朋友或是親戚家人們，對特力屋人員服務真的是非常滿意，包括我在現場詢問燈具該買什麼樣的亮度或是瓦數……現場人員真的都會很專業的建議該買什麼，什麼會裝不下（燈泡大小），特力屋的師傅及現場人員都會親切說明。以後有任何需求，我還是會來特力屋。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

2.3.2 友善門市空間

特力屋傾聽顧客需求、站在顧客角度思考，持續發展創新貼心服務，希望讓消費者在購物與居家改造的過程中，感受到便利、安心且具溫暖的服務體驗。

貼心設施與服務 因應顧客臨時需求

- 1. 多元語言服務：**具備多語言（如英語、日語）的門市人員會配戴識別名牌，收銀服務時也會設置英語標示牌，藉此協助有多元語言需求的顧客迅速獲得服務及幫助。
- 2. 門市無障礙：**提供輪椅使用者免費輪椅租用服務、老花眼鏡使用服務，確保顧客體驗的可近性。同時，門市也有具備手語溝通能力的門市人員配戴識別名牌，提供即時的溝通協助。
- 3. 月經友善：**全臺各門市凡設有洗手間者，其服務臺皆備妥衛生棉，以滿足顧客臨時需求。
- 4. 哺乳室服務：**為響應政府相關法規並支持友善育兒環境，本公司部分大型門市設置合規的哺乳室，提供具隱私性且舒適安全的哺乳與集乳空間。讓家長在購物過程中亦能安心照護幼兒，展現我們對育兒需求與性別平權的重視。
- 5. 紙箱打包區：**為落實資源循環與減少廢棄物，本公司於部分大型門市設置紙箱打包區，提供回收紙箱供顧客自由取用。此措施除便利顧客打包購買商品、提升購物體驗外，也推動紙材再利用，兼顧環保與減少浪費，展現循環經濟的實際行動。
- 6. 叫車服務：**為提供顧客更便利與安全的移動選擇，門市服務臺提供即時叫車協助。當顧客有計程車需求，我們的同仁可協助聯繫車輛，協助顧客順利前往下一個目的地，提升整體服務體驗與顧客滿意度。
- 7. 雨天撐傘服務：**提供自賣場至平面停車場之雨天撐傘服務，確保消費者於雨天購物之舒適與安全。

寵物推車服務 讓毛小孩陪你一起逛

家中的寵物也是我們珍視的家人，因此門市特別提供寵物



英語結帳標示牌



門市手語服務人員配戴識別名牌

專用推車，讓民眾能安心帶著毛小孩一同享受購物時光。不同於一般賣場，我們的寵物推車皆備有尿布墊，且每次使用後都會全面消毒，以確保環境衛生，並讓下一位顧客與寵物都能安心且舒適地使用。特力屋內湖店與士林店均已獲得臺北市「友善寵物空間」認證。

推動賣場友善服務 全面提升購物體驗

為提升不同族群的購物便利性，特力屋持續推動門市友善服務，特別針對銀髮族、孕婦及行動不便的顧客，提供更貼近需求的細緻協助，包括導購協助、專屬結帳櫃檯、商品搬運上車等貼心服務，協助顧客減少排隊等候及使用賣場設施時可能遇到的不便，讓整體購物過程更加順暢、安心且舒適。

此外，特力屋亦針對不同客群需求設計多元服務內容，例如提供女性會員一次免費租借指定電動工具的體驗服務，降低工具使用門檻；同時也為 65 歲以上樂齡會員提供植栽簡易換盆服務，並由特力屋免費提供培養土，讓長者能在安全無負擔的情況下持續享受園藝樂趣。

在線上購物方面，特力屋同步提供信用卡、ATM 轉帳、門市現金付款及超商代碼繳費等多元付款方式，兼顧不同年齡層、使用習慣與數位熟悉度的顧客需求。



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

- 重大主題管理方針
- 2.1 服務轉型創新
- 2.2 產品與服務安心
- 2.3 顧客服務與信賴

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

消費者回饋

表揚門市：北屯店

顧客 陳先生

本人於 1/26 晚上到北屯店欲購買組合式家具，因為尺寸問題，所以當下詢問了一名服務人員，沒想到他的服務態度令我印象深刻，所以特別提出來請貴公司予以表揚。

首先他非常仔細地聆聽我們的訴求，然後不厭其煩的給予不同的意見，並且站在專業的立場介紹相關的產品屬性，甚至連同購買的優惠措施等都詳細的說明。最難能可貴的是當我們決定購買的時候，因為體積重量很大，基於安全考量他主動去找了一輛大型臺車，幫我們把商品移至車內。即便商品上面標示重量達到了 70 公斤之譜，他依然非常有耐心地搬上臺車後陪同我們一起去完成結帳。隨後又幫我們把商品推到地下停車場，還把商品搬上汽車，種種貼心又熱情的服務態度真的是超越顧客的期望！

我來特力屋已經不下數十次，我感受到每位員工都以熱忱服務顧客，而蘇先生更是超乎期待。他不僅提供服務，更以貼心且高品質的服務真正打動了顧客的心。

表揚門市：南崁店

顧客 孫小姐

這兩次前往貴公司油漆區購買商品，都剛好遇到一位中長髮的先生接待。雖然我一時忘記他的名字，但必須特別寫信向公司表達感謝。

這位同仁不僅專業，能夠提供我們清楚且實用的油漆使用建議，更貼心地協助搬運沉重的油漆桶至櫃檯，甚至還主動幫忙找紙箱，讓我方便攜帶。整個過程中，他的細心與體貼讓我們深刻感受到貴公司優質的服務精神。懇請公司能給予這位同仁適當的鼓勵與肯定，相信這樣的服務會讓顧客更願意再次光臨，也能展現貴公司對優秀員工的重視。

表揚門市：左營店

顧客 隆女士

今天到左營門市購買大量木材，服務我們的王先生非常專業，切割木材前仔細確認我們需要裁切的各種尺寸，並且事先說明切割可能的誤差，也貼心建議適合的木材。最後還協助我們把木材搬運至車輛，他的專業與服務態度讓我們非常滿意，因此想寫信讚揚他。

多元手作課程與 DIY 講座 滿足各年齡層的學習與生活需求

特力屋規劃一系列手作課程與 DIY 講座，旨在滿足不同年齡層顧客的社交與學習需求。課程內容多元，包含植栽換盆園藝、油漆教學、LED 燈區導覽、水龍頭安裝示範、馬桶水箱更換介紹等。另也提供居家 DIY 小常識、簡易木工、花藝園藝等講座，讓參與者能在輕鬆的環境中提升生活技能並享受動手創作的樂趣。

這些課程不僅協助顧客習得實用技巧，更促進社交互動，培養自信與成就感。無論是希望強化居家修繕能力，或是探索新的興趣嗜好，特力屋的手作課程與 DIY 講座都能提供豐富且實用的選擇。

★ 亮點故事

表揚門市：仁德店

顧客 湯先生

顧客湯先生於仁德店手作教室諮詢客製化桌子的桌面，因為孩子是身障特殊兒，一般的桌面無法伸手搆到，需要挖一個凹槽，讓小朋友做為玩玩具的桌子。門市同仁瞭解需求後，協助挑選安全無毒、已打磨拋光的松木板，並建議使用食品級木蠟油、創意圓柱，以提升耐用性及延長桌板壽命。為了讓家長安心，同仁以手繪圖示意佐以實品展示，說明凹槽設計與安全細節，最終成功協助客製桌面，讓孩子擁有一張真正適用的專屬桌子。

消費者回饋

表揚門市：仁德店

顧客 蕭小姐

在此，我誠摯地表達我對茲興老師與美嵐老師的感謝與讚賞。孩子在貴教室參與木工課程的過程中，不僅學習到了豐富的木工知識與實作技能，更深刻感受到兩位老師對教育的熱忱與用心。

茲興老師與美嵐老師具備紮實的專業背景，講解內容條理清晰，無論是工具的使用、木料的挑選，或是組裝技巧的指導，都耐心細緻地一一說明，讓孩子能夠在安心的環境中穩健學習與動手實作。感謝仁德店木工教室擁有這樣優秀的師資團隊，讓孩子在快樂又充實的氛圍中自由探索、發揮創意。



3

安心：幸福包容職場



特力屋建置健全的人才管理制度與職安衛機制，打造安心友善職場。我們推動多元招募以吸引跨世代與不同背景的人才，並結合職涯發展機制，透過混成學習、實體訓練與專業培育計畫，深化同仁職能並落實專業有價，逐步建構具韌性的人力結構。同時，我們亦注重員工的福祉與權益，提供完善福利制度、建立包容、具支持性的職場文化。此外，特力屋持續透過危害風險評估、教育訓練與健康促進活動，升級職業安全衛生管理，以確保同仁身心健康安全。

重大主題

員工培訓與職涯發展

勞雇關係與人權

職業健康安全

亮點績效

- 🔔 超額進用身心障礙工作者達法定標準之 3.9 倍，2025 年共有 27 位。
- 🔔 新聘 62 位 50 歲以上中高齡員工，占新進總人數 17.5%。
- 🔔 培育 290 位門市內部認證導師，其中非管理職人數佔比為 19.5%。
- 🔔 特力屋每年響應勞動部「青年就業旗艦計畫」培訓人才，截至 2025 年底已培育 59 位青年優秀同仁。
- 🔔 落實專業有價獎勵機制，2025 年共 213 人獲頒「專業對職津貼」。
- 🔔 2025 年啟動特力屋管家全面進駐門市計畫，透過內轉與外部招募將組織規模從 80 位擴增至 200 位。

子章節

3.1 人才吸引與留任
3.2 人才培育與發展

3.3 員工福祉與權益
3.4 職業安全衛生



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

重大主題管理方針

重大主題 員工培訓與職涯發展

政策與承諾 ● 人力資源部依循訓練管理辦法，每年依據經營策略、營運目標及訓練需求評估的結果，規劃全公司管理、通識與特定專業的年度訓練計畫，以有效推展並落實集團員工培訓與職涯發展的目標管理與作業執行。

權責單位 ● 人力資源部

投入資源 ● 2025 年教育訓練、檢定通過獎勵與專業對職津貼發放，總投入金額為新臺幣 4,749,173 元，員工年度內外訓總學習人時（含通識、法遵等線上課程）為 26,352 小時

因應措施與管理行動 ● 透過多樣且系統化的訓練與定期評量回饋，並接軌零售業務核心與管理職能的發展計畫，引導同仁在實務歷練中成熟發展，成為獨當一面的零售經營管理人才。

● 因應現在更多元的學習需求，且實體培訓不見得能高效傳遞知識，所以特力屋配合集團政策，提升數位學習運用的比例，進而搭配實體訓練形成混成學習，同仁可依不同需求挑選適合的培訓方式，也能降低交通上的時間成本。

申訴機制 ● 申訴專線：02-8791-6668 分機 6292
● 申訴信箱：hr_service@TLWgo.com

評核機制

● **學員課程滿意度：**
追蹤講師教學、教材內容與教育行政狀況，透過學員反饋調整未來課程進行方式。

● **職涯發展平臺系統：**
追蹤課程名單、同仁上課紀錄、到課狀況與相關課程統計。

● **學員培訓成效：**
透過顧客滿意度、神秘客稽核、門市客怨率追蹤服務、銷售、專業等課程成效。

● **公司內控機制：**
透過公司內控機制，評估培訓規劃、執行與改善流程。

2025

目標

- 提升門市主管的管理職能與激勵士氣
- 透過專業檢定及津貼機制持續強化同仁基礎專業能力，將同仁配置於最合適的位置，體現「對的人在對的位置」的適配理念，提高專業對職率。
- 門市內部認證導師比例提升至 18%，透過心理支持及技能教導，提升新人留任率。
- 招募與培訓門市關鍵銷售人才，提升專業能力及銷售能力。
- 招募與培訓總部及門市菁英儲備人才

達成

- 導入內外部資源，透過培訓、講座、Workshop 及規劃年中業績激勵競賽，提升門市主管的管理職能與激勵士氣，具體呈現於門市主管年度體驗度調查 4.02 分成績，年中業績激勵競賽整體達成率 84.6%，共 10 家門市達成率超過 100%。
- 透過專業檢定及津貼機制持續強化同仁基礎專業能力，2025 年專業徽章新增 195 顆，截至 12 月底為止，門市累積共 1,946 顆專業徽章，平均每人 1.2 顆專業徽章（以門市 1,627 人計算），其中有 213 人領有對職津貼，共 2,684,868 元。
- 2025 年門市內部認證導師為 290 人，佔門市非管理職人數 19.5%（2025 目標 18%），透過心理支持及技能教導，提升新人留任率。
- 門市關鍵銷售人才（特力屋管家），由年初 88 人，經招募及紮實培訓後擴大為 196 人，將持續提升管家專業及銷售能力。

2026

短期目標

- 強化管理領導力與組織認同感，持續深化門市主管的管理職能，預計透過各式培訓與激勵方案優化團隊協作氛圍
- 精進專業與對職率：持續推動專業檢定與津貼制度，透過精準配置，確保同仁職能與崗位需求匹配，進一步提升「專業徽章」之覆蓋率。
- 持續深化內部導師體系職能，除了技能教導，更強化心理支持系統。
- 深化關鍵銷售人才（管家）之專業與銷售能力，提升生產力，2026 年重點轉向「顧問式服務」深耕，導入管家顧問式銷售，同時將商品訓由單品升級為空間銷售概念。
- 完善人才接班梯隊，持續招募並培育總部與門市潛力人才。

2027~2029

中期目標

- 建置「管理俱樂部」，支持總部及門市主管，提升主管進階管理能力，包括決策能力、溝通能力、變革領導等課程。
- 支持公司從「賣商品」延伸至「賣服務」的中長期策略發展，重視關鍵銷售人才的職涯晉升路徑，建立檢定評估機制以支持職涯成長。
- 同仁基礎專業、能力持續強化，提升專業對職率，持續深化門市內部導師職能，透過心理支持及技能教導，提升新人留任率。
- 完善商品企劃人才訓練發展架構，提升商品策略與市場洞察力

2030 年以後

長期目標

- 落實管理俱樂部運作機制，持續創新，引領公司變革。
- 落實關鍵銷售人才職涯發展，確保評估機制妥善運作，促進正向職涯成長。
- 養成同仁主動學習的風氣，落實專業、安心、信賴的賣場文化，持續深化門市內部導師職能，透過心理支持及技能教導，提升新人留任率。
- 落實商品企劃人才訓練發展，確保評估機制妥善運作，持續深化商品策略與市場洞察力
- 落實接班人計劃，確保組織與人才永續發展。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

重大主題 勞雇關係與人權

政策與承諾

特力屋遵循特力集團的人權政策及相關勞動法規，確保員工獲得充分保障。

- 健康與安全：致力於建立健康與安全的工作環境。
- 平等發展機會：尊重多元員工，提供員工平等發展機會。
- 合理薪資獎金制度：規劃合理的薪資獎金制度，並管理工時以保障員工的權益。
- 多元化福利：提供完善的保險、退休制度和彈性上下班時間。
- 暢通溝通管道：依法定期舉辦勞資會議，並不定期舉辦員工座談會，建立有效且值得信賴的溝通橋樑。
- 員工協助方案與申訴信箱：設有員工協助方案與申訴信箱，讓員工在有需要時可以安全安心反映問題。
- 實施員工敬業度調查，傾聽員工的心聲，掌握基層同仁真正的想法與需求，並確實依員工建議與回饋，由 HR 與各單位進行改善行動。

權責單位

- 人力資源部

投入資源

- 員工意見申訴處理單位、各級主管

因應措施
與管理行動

- 遵循集團訂定之人權政策
- 針對新進與離職同仁進行調查或訪談
- 定期舉辦勞資會議與員工座談會，實施員工敬業度調查，以直接傾聽基層員工的心聲，進一步認知員工的需求，蒐集有助公司持續發展的各項建議。
- 提供多元且暢通的雙向溝通管道，確保員工的意見及問題可即時回應。

申訴機制

- 申訴專線：02-8791-6668 分機 6292
- 申訴信箱：hr_service@TLWgo.com

評核機制

- 員工留任率
- 員工敬業度調查

2025

目標

- 謹遵集團訂定之人權政策，不強迫勞動、禁用童工。
- 建置更完善的溝通與申訴管道並加強宣傳
- 舉辦員工座談會與敬業度調查

達成

- 2025 年 12 月進行全員敬業度與體驗度調查，填答率超過 95%（填答人數總計 1,682 人）。
- 依據調查結果，整體敬業度與體驗度平均 3.9 分（5 分量表）。
- 每季均符合法定程序定期召開勞資會議，勞資會議代表均依法向勞工局核備。
- 2025 年員工留任率逾 80%

2026

短期目標

- 謹遵集團訂定之人權政策，不強迫勞動、禁用童工。
- 建置更完善的溝通與申訴管道並加強宣傳
- 舉辦員工座談會與敬業度調查平均 4.0 分
- 2026 年員工留任率達 80% 以上
- 無勞資爭議事件

2027~2029

中期目標

- 謹遵集團訂定之人權政策，不強迫勞動、禁用童工。
- 針對員工座談會所提出之建議，除 100% 處理與回應外，更落實持續追蹤並主動關懷，以確實建立公司與同仁有效且值得信賴的溝通橋樑。
- 提升員工敬業度平均 4.1 分與留任率維持 85% 以上



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

重大主題 職業健康安全

政策與承諾

特力屋深信唯有健康的員工才會造就公司的成功，長期致力於提供安全的工作環境並維護員工的身心健康。我們重視員工的安全與健康，關懷並尊重全體員工，致力打造出健康活力的職場，拒絕任何形式的職場霸凌，排除所有對安全的潛在風險，貫徹「於安全環境中安心快樂的工作」之宗旨。我們承諾：

- 遵循職業安全衛生法令規定，恪守安全衛生紀律。
- 保障工作者身心安全與健康，預防職業災害。
- 員工參與，持續改善職業安全衛生管理。
- 尊重生命，安全第一，永續經營。

權責單位

- 職業安全衛生委員會

投入資源

- 勞工健康服務護理人員、各級主管

因應措施
與管理行動

- 以 ISO 45001 為核心架構，建立職業安全衛生管理系統，並運用 PDCA 管理機制，以達有效管理之目標。
- 每年持續辦理職安衛在職教育訓練。
- 將職災事件製作成案例宣導，避免重複發生。
- 安全衛生相關證照造冊列管，確保有效進行安全衛生教育訓練。

申訴機制

- 內部溝通及申訴管道：02-8791-6668 分機 6292
- 承攬商 / 人對於職業安全衛生有相關問題時，可與業務窗口聯繫

評核機制

- 新人教育訓練 3 小時，在職員工教育訓練每三年 3 小時。
- 無重大職災。

2025

目標

- 每年執行職場環境危害辨識及風險評估，改善不可容忍風險作業或環境。
- 全體員工須 100% 接受每三年 3 小時職安衛教育訓練，強化安全意識。

達成

- 各部門均完成危害辨識及風險評估，經評估後查無不可容忍之風險。
- 全體員工均接受每三年 3 小時之職安衛教育訓練，強化員工安全意識。

2026

短期目標

- 每年執行職場環境危害辨識及風險評估，改善不可容忍風險作業或環境。
- 全體員工須 100% 接受每三年 3 小時職安衛教育訓練，強化安全意識。

2027~2029

中期目標

- 持續職安衛管理系統有效運作
- 合作夥伴之主責人職安衛教育訓練及危害告知覆蓋率達 100%

2030 年以後

長期目標

- 逐步推動職安衛管理系統電子化



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

3.1 人才吸引與留任

3.1.1 人才招聘與聘僱

人才招聘

為了因應新世代人才需求快速變化以及招募環境競爭愈加激烈的情況，特力屋優化人才招聘策略，並透過多元的內、外部人才招聘管道吸引優秀人才。

- 深耕校園：為了在新世代人才招聘中保持競爭力，特力屋積極走入校園，與學校建立良好合作關係，培育下一代的跨領域人才。我們鎖定目標學校與重點職務人才相關系所，每年舉辦校園徵才活動、說明會與企業參訪等，讓年輕學子瞭解產業趨勢和職場需求。青年相關人才培育說明請詳 3.2.1 員工培育計畫。
- 整合線上與線下宣傳管道：特力屋重視多元管道的整合，同時運用線上品牌形象的宣傳及線下資源，提高觸及率。
- 善用各項測評工具：為了以更客觀的方式評估人才的特質與職能，我們依據不同的職務選擇測評工具，來執行行為事例面談，包含 Big 5（大五人格特質測試）、職能測評、DISC（人際取向性格測驗）、邏輯與英文測驗等。
- 有效運用行為事例面談法：每位主管均會接受招募面談技巧訓練，透過行為事例面談法與 STAR（情境、任務、行動、結果）原則，以有效提升面談的有效性與公平性。
- 重視文化契合度：透過共通與核心價值觀來辨識人才，使得人才選擇不僅考量專業能力，還注重文化契合度，進而提升留任率與投入感。

走入校園，跨域學習

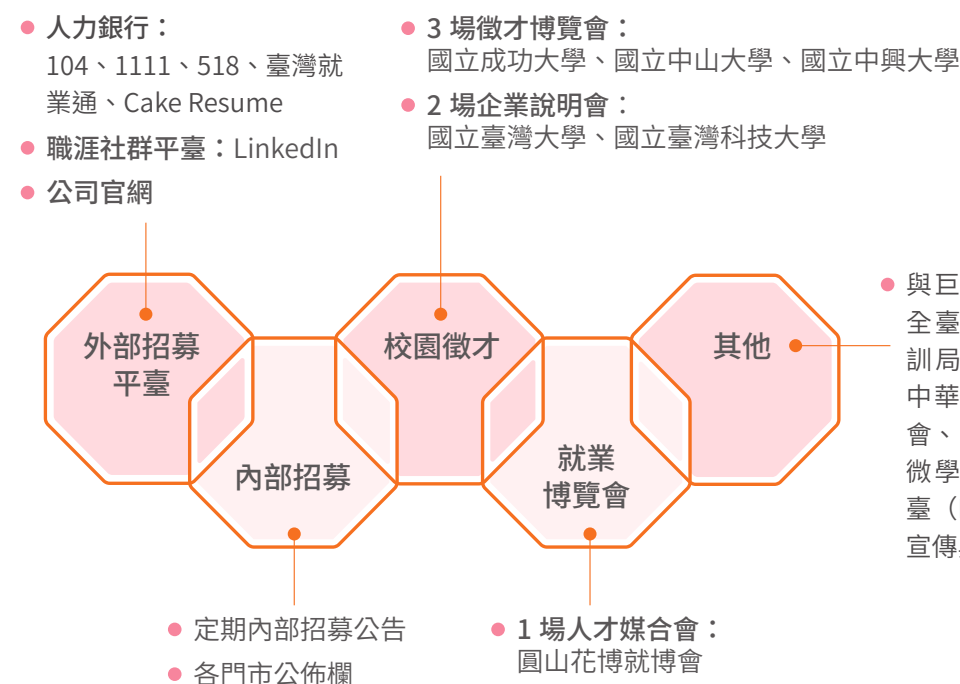
2025 年 11、12 月我們與中國科技大學合作，展開跨領域學分課程，由特力屋室內裝修工程督導擔任講師，至中國科大授課，課程內容以居家修繕為主題，包含燈具、開關插座、水龍頭更換等，講師授課搭配實作教學，共有 35 位室內設計系與建築系學生參與課程，整體成效良好，學生滿意度 4 分以上達 100%。



中華職人產業文化推廣協會徵才

- 回應公司發展策略重點，網羅人才：2025 年拓展管家服務為特力屋業務發展重點，依目標擬定管家招募政策，鼓勵內部同仁轉調，同時透過多元管道對外宣傳，包含 104 焦點廣告、FB 與 YT 投廣、人才推薦獎金加碼、門市 HR 獎勵、內部電腦開機畫面推播、中華職人產業文化推廣協會、國軍徵才、校園推廣，進行全臺灣各門市管家人才招聘，以達成 200 位管家目標。

特力屋人才招聘管道



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄



成功大學校園徵才



國軍徵才

多元聘僱

特力屋遵循《勞動基準法》，不得雇用未滿 15 歲員工，同時秉持員工多元化理念，聘用多樣化人才，包含在學生、社會新鮮人、轉職菁英、二度就業與中高齡就業者，另外我們致力於實踐就業平等，強化友善工作環境，提供身心障礙、原住民、外籍人士與中高齡更多就業機會，2025 年多元聘用成果如下：

- 身心障礙者：超額進用身心障礙工作者達法定標準之 3.9 倍，2025 年共有 27 位身心障礙員工，其中 1 位為高階主管。任職年資大於 20 年的有 6 位，最資深者已在特力屋工作 24.8 年。
- 原住民：共有 26 位原住民員工，平均年資 4.9 年，最資深已在特力屋工作 25.8 年。
- 外籍人士：聘用 4 位外籍人士，平均年資 4.5 年。
- 中高齡員工：新進 62 位 50 歲以上中高齡員工，占總新進人數 17.5%。
- 就業弱勢者：2025 年繼續僱用高齡者 3 名、任用 3 名失業中高齡者與 2 名重返職場學習及再適應，協助就業弱勢者、獨立扶養家計人才重返職場。
- 青年人才：扎根青年發展，賦能未來世代；積極招募社會新鮮人，參與青年就業旗艦計畫，2025 年聘用 2 名潛力青年，提供紮實的實務訓練。

人才留任

我們重視員工的成長及留任，因此規劃完善及多元的新人培訓計畫，希望新進同仁能快速熟悉公司文化及工作內容，也對他們進行滿意度調查及考核，確認適應情形並即時給予幫助。另外我們也提供明確的培訓資源及內部轉調等職涯發展策略，鼓勵員工依照自己的專長及興趣探索職涯方向。

- 新人報到與引導：為了確保新進同仁能夠順利融入公司並長期留任，我們規劃了新人引導計畫，於新人報到當天進行公司與制度說明、環境介紹，幫助新人快速瞭解公司文化、制度和工作流程。
- 新人訓練：新人報到當天訓練單位會提供新人學程，包含公司簡介、文化宣導、專業訓練，以及 e-learning 的線上系列課程，幫助新進同仁快速學習並瞭解公司。

- 門店內部認證導師（Mentor）制度：每位新人會由一位通過門市內部認證導師帶領，關懷並協助新人適應環境，降低自行摸索工作任務及工作環境的挫折感。同時，在新人到職第一週，會由主管與新人共同擬定在職訓練（On Job Training, OJT）檢核表，讓新人能透過討論，瞭解自己的工作職責、業務目標及努力方向。2025 年門市內部認證導師為 290 人，Mentor 人數佔門市非管理職人數佔比，由 2024 年的 17.6% 成長為 2025 年的 19.5%。
- 新人滿意度調查：定期進行新人滿意度調查，及時掌握新人是否適應狀況或是需要什麼協助，視狀況回饋給主管並採取相應的措施。
- 新進考核：透過新進考核制度，不僅能夠確保新人的技能與知識符合工作要求，還能發掘他們在工作中可能需要的額外培訓或支持，2025 年總部同仁新進考核通過率達 100%。
- 職涯發展：公司內提供完整的職涯發展管道，使優秀人才得以透過晉升，追求更具挑戰性的工作。另外提供透明暢通的內部轉調機制，鼓勵同仁歷練不同職務、跨部門學習。2025 年共有 44 人獲得晉升。

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業:全方位居家解決方案
- 3 安心:幸福包容職場
 - 重大主題管理方針
 - 3.1 人才吸引與留任
 - 3.2 人才培育與發展
 - 3.3 員工福祉與權益
 - 3.4 職業安全衛生
- 4 信賴:家的好鄰居
- 5 環保:永續經營文化

附錄

2025 年人才招募及留任相關課程執行情形

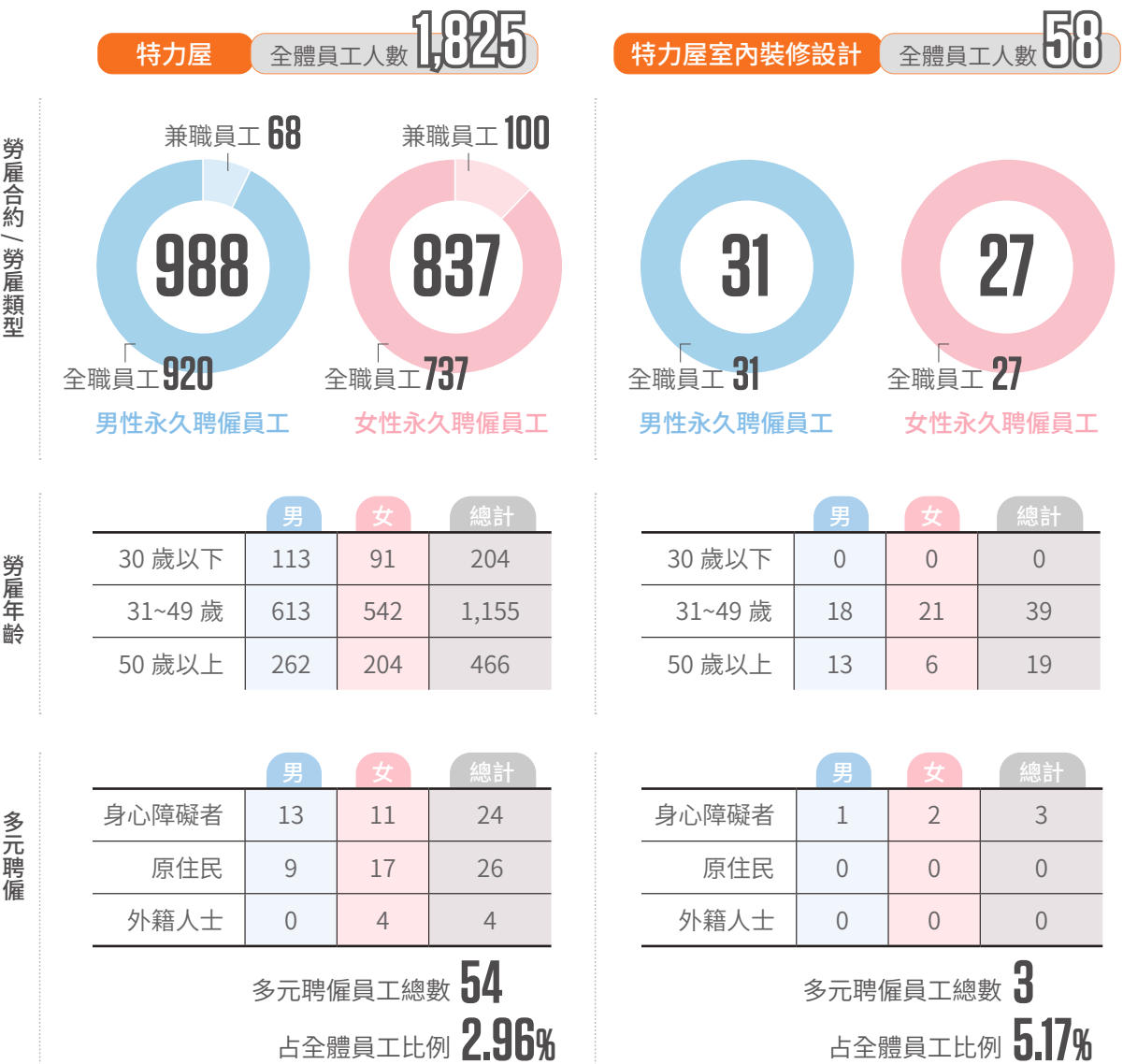


3.1.2 特力屋員工結構

人力資源概況

特力屋員工分佈除臺北總部外，還涵蓋全臺灣（含離島）28 家大型店與 37 家社區店，盡力滿足全臺灣消費者需求，提供完善零售與居家裝修服務。截至 2025 年底，員工人數合計為 1,883 人，女性員工占比達 45.9%，此外，女性主管占有所有主管比例為 31.0%，其中，總部女性主管占比達 42.6%。而公司為因應門市配合年節旺季、促銷檔期以及假日尖峰時間排班調度等需求，同時提供二度就業與在學兼職工作機會，聘有兼職員工，占總員工人數 8.9%。30 歲以下年輕人占比為 10.8%，50 歲以上員工比例為 25.8%。這樣的人力結構反映出特力屋多元、彈性及完善的人力佈局，打造更具包容性的職場環境。

2025 年員工勞雇類型 (單位：人)



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄



2025 年員工職級及性別類型

(單位：人)

	特力屋			特力屋室內裝修設計		
	男	女	總計	男	女	總計
高階主管	8	4	12	1	0	1
中階主管	151	67	218	5	3	8
一般員工	829	766	1,595	25	24	49
合計	988	837	1,825	31	27	58

註：高階主管：9 職等以上；中階主管：9 職等以下管理職；一般員工：9 職等以下非管理職。

2025 年員工職級及多元化類型

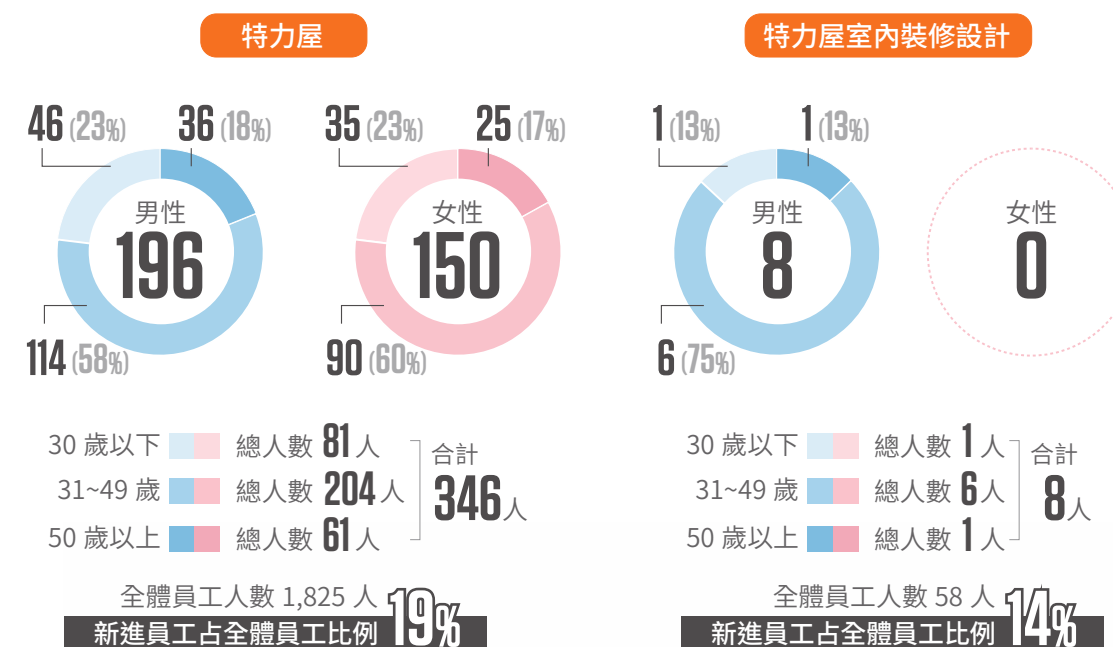
(單位：人)

	特力屋				特力屋室內裝修設計			
	身心障礙者	原住民	外籍人士	總計	身心障礙者	原住民	外籍人士	總計
高階主管	1	0	0	1	0	0	0	0
中階主管	1	4	0	5	0	0	0	0
一般員工	22	22	4	48	3	0	0	3
合計	24	26	4	54	3	0	0	3

註：高階主管：9 職等以上；中階主管：9 職等以下管理職；一般員工：9 職等以下非管理職。

2025 年新進員工

(單位：人)

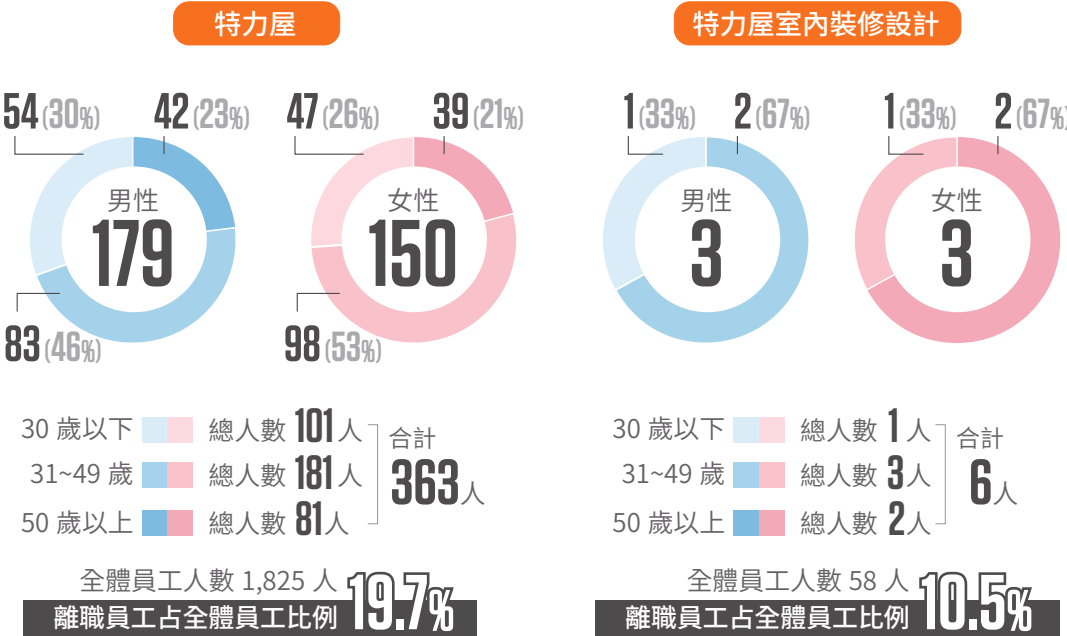


前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
- 重大主題管理方針
 - 3.1 人才吸引與留任
 - 3.2 人才培育與發展
 - 3.3 員工福祉與權益
 - 3.4 職業安全衛生
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化

附錄

2025 年離職員工 (單位：人)



2025 年自願與非自願離職率

	特力屋	特力屋室內裝修設計
門市		
自願離職率	18.6%	0%
非自願離職率	0.9%	0%
總計	19.5%	0%
全體		
自願離職率	18.8%	7.0%
非自願離職率	0.9%	3.5%
總計	19.7%	10.5%

2025 年員工育嬰留停人數、回任率與留任率

	男	女	總計
A 2025 年符合申請育嬰留停人數 (人)	6	9	15
B 2025 年實際申請育嬰留停人數 (人)	1	9	10
申請率 (%) = B/A: 實際申請育嬰留停之比例	17%	100%	67%
C 2025 年預計育嬰留停復職人數 (人)	5	16	21
D 2025 年實際育嬰留停復職人數 (人)	2	10	12
復職率 (%) = D/C: 育嬰留停實際復職比例	40%	63%	57%
E 上一年度 (2024 年) 實際育嬰留停復職人數 (人)	8	8	16
F 上一年度 (2024 年) 育嬰復職持續工作一年 (人)	6	7	13
留任率 (%) = F/E: 育嬰留停復職後留任比例	75%	88%	81%

註：本表資料包含特力屋及特力屋室內裝修設計。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

3.2 人才培育與發展

特力屋重視人才的多元性，建置了完整且豐富的「特力屋人才培育與員工發展藍圖」，依照公司願景、經營策略、中長期計畫，以及員工不同職務屬性與專業領域，提供透明化的職涯探索地圖，以系統化方式培育各階管理及專業人才，同仁可視其專業興趣，結合公司資源規畫最適化的職涯路徑，激發創新思維，與公司共同成長。此外，特力屋建立了嚴謹且透明的績效考核與升遷制度確保每位員工在平權的基礎上，皆能獲得公平且多元的晉升機會，落實適才適所的用人哲學。



3.2.1 員工培育計畫

全方位培力

特力屋積極為員工打造完善的職涯發展與績效管理制度，透過專業、通識與管理培訓，提升職能與知識，鼓勵同仁持續成長。

為提升訓練成效，特力屋結合公司長期策略與實務作業，建構了一套高效能的「混成學習系統」：

- 多元混成學習：整合實體研習、數位線上學習（E-Learning）、自學教材、檢定驗收及工作中訓練（OJT），打破時間與空間限制。
- 職能深度強化：涵蓋專業技術、通識職能及領導管理訓練，確保同仁具備應對市場變化的核心能力。
- 認證與激勵機制：學習成果緊密連結內部認證與晉升體系，藉此深化企業內部的主動學習文化，並轉化培訓能量為企業的競爭優勢，實踐人才永續的發展目標。

另外，為落實人才儲備策略，特力屋採取向下紮根的階梯式人才佈局與產學銜接策略。我們提供專業且全方位的培訓和發展計劃，幫助同仁快速適應職場並提升專業技能，營造一個充滿學習與成長的職場環境。例如，我們專為社會新鮮人設計系統化的潛力人才養成方案，提供長期且完整的職涯發展路徑，確保人才供給與企業擴張需求接軌，也針對一線門市人才推動系統化的超級店長訓練，協助同仁快速掌握營運管理、顧客服務與零售科技應用之要領。

1. 新鮮人潛力人才計畫

為活化組織、維持成長創新動能，特力屋積極網羅優秀應屆畢業生，並為社會新鮮人量身打造 1.5~2.5 年專屬培育計畫。

計畫重點	目標人才
● 提供 1.5~2.5 年全面的學習發展藍圖。 ● 深入瞭解商品、市場、客戶與供應商，掌握特力屋核心業務。 ● 帶領青年深耕零售產業，透過紮實且完整的工作歷練與任務挑戰，快速且有效地累積專業知識，成為獨當一面的全方位人才，獲得更多發展機會。	● 有強烈企圖心與成就動機、勇於嘗試，且願意接受挑戰。 ● 喜愛商品企劃、開發、採購與行銷工作，對市場最新趨勢充滿好奇。 ● 想要一同翻轉新零售、發揮創意。 ● 有意透過線上及線下整合以實現各種可能性。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

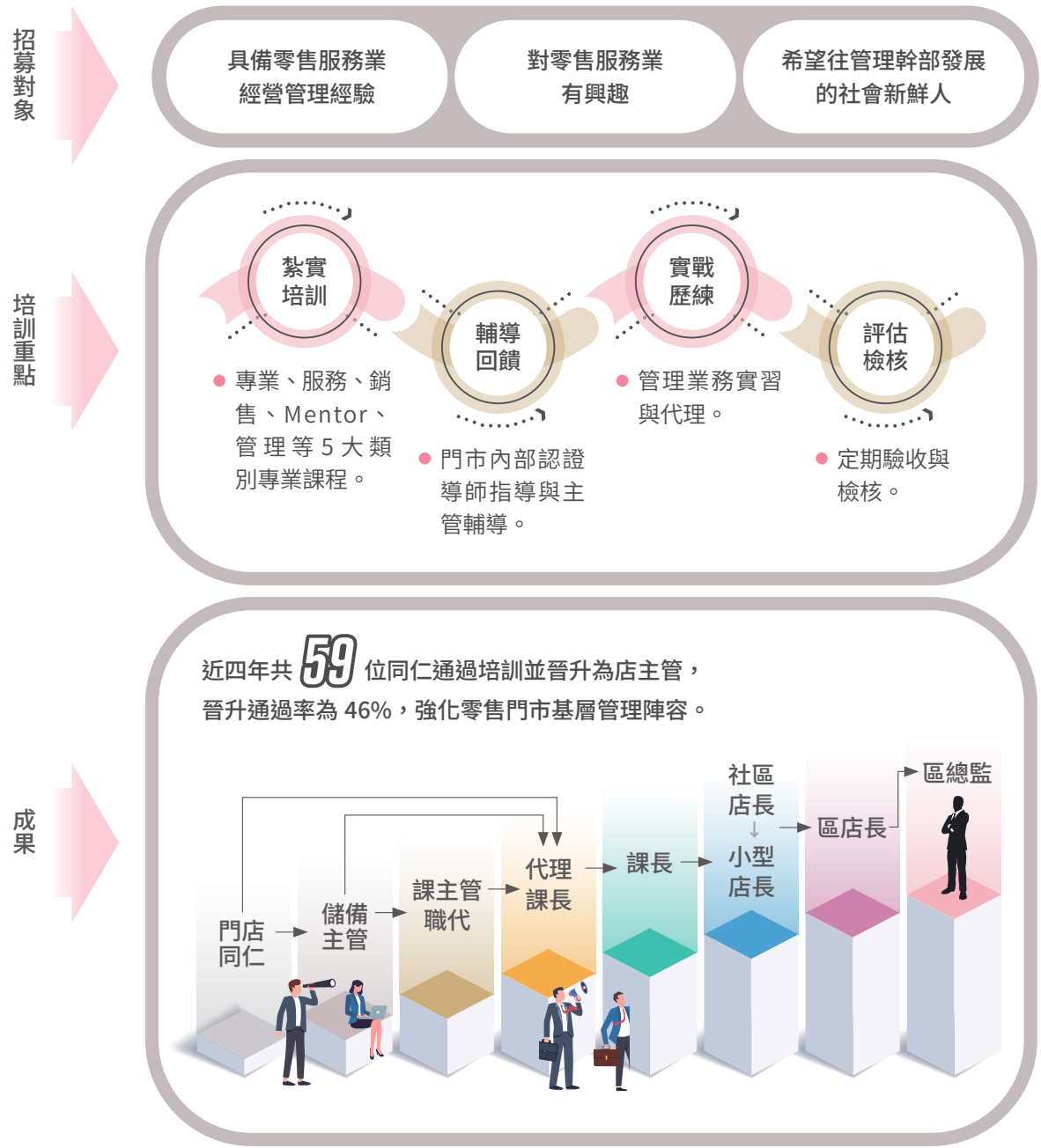
4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

2. 零售門店儲備菁英（超級店長）

為培養長期的零售專業人才，我們每年推動門市儲備主管徵才與培訓計畫，透過系統化培訓、完整的門市主管發展藍圖與定期評估，引導同仁在實務歷練中，逐漸掌握零售業務核心與管理職能，往零售經營管理人才的目標邁進。



3. 青年就業旗艦計畫

為了讓青年能更快速熟悉職場且各展所長，我們近年積極爭取參與勞動部勞動力發展署「青年就業旗艦計畫」，透過平臺媒合企業人力需求與青年的求職取向，提供務實致用的職場訓練計畫，青年於入職起即為正職人員，在為期 3 至 6 個月培訓期內，將學習職場所需之實務操作技能，協助他們快速適應職場，提升工作效能，並在通過考核後正式留任。

透過「青年就業旗艦計畫」，特力屋每年培訓門市及總部人才，2020 至 2025 年共培育 59 位青年。

特力屋人才培育與員工發展訓練時數

	參與人次	參與總時數
通識培訓	9,296	6,152
管理培訓	116	879
零售專業培訓	3,975	15,425
外部訓練	170	1,238
自我發展	2	12

培訓時數

	中階主管		一般員工	
	男性	女性	男性	女性
各性別受訓人次	315	134	2,579	1,164
各性別受訓時數（小時）	1,482.0	602.0	10,488.5	4,864.5
各性別平均受訓時數（小時）	4.7	4.5	4.1	4.2
各職級人次總計	449		3,743	
各職級受訓時數總計（小時）	2,084.0		15,353.0	
各職級平均受訓時數（小時）	4.6		4.1	

註 1：數據統計僅包括特力屋。

註 2：中、高階主管：5 職等以上；一般員工：4 職等以下。

註 3：尚無統計高階主管相關培訓時數。



前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
 - 重大主題管理方針
 - 3.1 人才吸引與留任
 - 3.2 人才培育與發展
 - 3.3 員工福祉與權益
 - 3.4 職業安全衛生
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化

附錄

中階主管

訓練重點

通識培訓

- 新人訓練
- 文化價值觀訓練
- 通識與法遵訓練

- 規劃訓練讓同仁體會企業核心價值，培養符合企業文化及相關法令遵循的特質行為，並展現於日常工作中。
- 通識訓練包含：新進人員學程、共通核心職能的學習、導師引導技能學習、通識講座等。

參與人次

10,125

參與總時數
(小時)

43,048

管理培訓

- 門店儲備人才培訓
- 總部儲備人才培訓
- 基礎管理培訓
- 進階管理培訓

- 培養管理人才的經營與管理思維，提升其領導能力，以強化組織領導效能並達成企業穩健經營之目標。
- 管理訓練包含：領導職能 & 人才管理發展方案等。

參與人次

151

參與總時數
(小時)

1,008

零售
專業訓練

- MD 採購專業訓練
- 門店專業力培訓與檢定
- 門店銷售力培訓
- 門店服務力培訓
- 零售基礎課程
(含 OJT)

- 提供零售專業銷售 / 服務 / 商品培訓之分析規劃、執行與成效追蹤，協助零售事業群達成業務目標。
- 培育門店儲備幹部、零售各專業職類與跨領域人才。

參與人次

2,117

參與總時數
(小時)

15,714

外部培訓

- 領導管理訓練
- 法定法規訓練
- 國內外參訪 / 專業研討會
- 職業安全衛生 / 安全急救
- 自我發展 / 個人成長 / 數位學習平臺 / 其他專長進修

參與人次

170

參與總時數
(小時)

1,606



總部與門店跨部門主管訓練

門店專業人才

特力屋重視各級員工發展，針對不同職務制定教育訓練藍圖。其中，為了強化第一線門店銷售同仁的專業知識與技能，我們致力於打造門店專屬的培育專案。

知識管理 特力屋專業知識管理發展專案

- **組成專業俱樂部** 將門店「專業達人」組成各品類專業達人俱樂部，賦予蒐集、組織專業知識之任務，定期舉辦專業俱樂部 Workshop，依據知識架構，聚焦討論各品類專業知識，提供各單位應用，內容包含商品、服務、體驗與專業訓練。
- **檢視與編修教材** 專業俱樂部每年都會執行專業品類知識教材的檢視與編修，另針對到府丈量服務需求，邀集達人開辦直播教學，錄製專業數位課程，再搭配實體面授課程，提升訓練效果。

持續精進特力屋專業形象及傳承相關知識

專業檢定 門店專業技能知識檢定

針對門店第一線的銷售同仁，公司有規劃商品訓練與專業檢定、達人認證等相關的活動。

- **實際操作** 藉由專業技能課程讓同仁實體操作，有效學習專業商品知識。
- **線上學習平臺** 進行筆試檢定以及實作與風格演繹等實測關卡，確認同仁的學習成果，通過檢定的同仁可獲得專業徽章。
- 2025 年全面深化品類專業檢定制，將專業認證掛鉤「專業對職津貼」落實專業有價之獎勵機制。透過實質薪資激勵與職務對位，精準提升門店人才留任率並完善職涯路徑，展現公司對同仁專業成長與薪酬福利之高度重視。

2025 年專業對職津貼總金額：2,684,868 元

2025 年對職津貼領取人數：213 人

2025 年有 195 人次同仁，透過檢定分級制度，完成培訓並取得專業徽章。

策略培訓 特力屋管家專業培訓

「特力屋管家」主動走入社區與顧客家中，提供專業諮詢、免費到府丈量評估，為顧客解決居家空間改善的問題，成為顧客居家安心生活的夥伴。

- **結構化新進管家訓練課程** 配合營運策略，於 2025 年啟動特力屋管家全面進駐門店，特力屋管家從原有 80 位編制，透過內轉與外部招募擴大至 200 位（截至 12 月底，管家上線人數 196 位），我們根據管家所需具備的專業知識及業務技能，設計 2 個月完整的專業培訓與實務練習，並於第 3 個月進行新進考核，以快速累積商品專業與裝修服務知識。透過系統化培訓，培養管家執行業務。
- **在職管家進階訓練** 2025 針對在職管家舉辦「入宅專業訓練課程」（共 1 梯次、3 場次）：專注於居家空間的完整性評估與入宅守則，提升管家在面對複雜居家環境時的應變與專業形象；「油漆施工接單訓練」（共 2 梯次、6 場次）：強化油漆專業與精準報價的整合能力，確保第一線同仁具備高水準的施工專案管理知識；「居家空間巡檢銷售技巧」（共 1 梯次、6 場次）：透過顧問式銷售邏輯，引導同仁學習如何從顧客居家空間主動發掘客戶潛在需求，提供最適切的居家修繕解決方案。
- **線上與實體結合** 結合線上與實體培訓課程，輔以賣場實習機制及案例分享來強化訓練成效，提升同仁專業技能，確保顧客獲得專業服務。

✓ 2025 年共 108 位管家進入新進管家學程，整體新進管家滿意度 4.2（5 分滿分）。

✓ 2025 年在職管家進階培訓共 459 人次，共計 2,700 人時。課程整體滿意度 4.9（5 分滿分）。

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
 - 重大主題管理方針
 - 3.1 人才吸引與留任
 - 3.2 人才培育與發展
 - 3.3 員工福祉與權益
 - 3.4 職業安全衛生
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化

附錄



特力屋管家誓師大會



燈飾電料檢定



衛浴檢定

鼓勵終身學習

整合式內部訓練

- 特力屋運用內部教練及講師引導，且配合線上教學，強化學習效能，並搭配案例討論和實際技巧演練，打造整合式的內部訓練，以期同仁將學習成果持續應用於工作上；同時，主管結合業務發展及 OJT 方式來培育人才，對公司與團隊績效目標帶來加乘效果。

制定外部訓練計畫

- 當內訓無法滿足日常業務需求，各單位可自行制定外部訓練計畫，包括：
- 參與政府機關法定相關課程。
 - 目前或未來業務所需之專業知識或技能訓練。
 - 有關市場 / 政府法令 / 專業技術等趨勢新知之研討會。
 - 應公司或個人發展需求之課程。

3.2.2 員工激勵與發展

公平績效考核

特力屋秉持關懷員工之理念，透過人才評估機制與各種職涯發展計劃等配套，讓內部人才獲得更多晉升發展機會，公司也開放輪調機制，鼓勵同仁依職涯需求輪調不同職務或跨單位歷練。

績效計畫與管理（Performance Planning & Management, PPM）：

特力屋藉由績效計畫、績效檢核、績效評估三大階段，透過主管與員工持續溝通績效目標，且即時掌握員工目標達成進度及期望行為，適時回饋、獎勵及輔導，以激勵員工表現，鞏固高績效文化。績效評估結果會影響人力資源決策、績效改善措施及個人發展。人力資源決策包括晉升、調薪、績效獎金、轉調條件等評估；個人發展部分則囊括發展性訓練、外部訓練、菁英人才管理等方面的評估；若績效評估結果為有待改善，則會啟動輔導機制，如經輔導仍無法改善者，將依法終止僱用，持續精進人力素質。

2025 年績效考核情形

員工類別 (註)	高階主管		中階主管		一般員工	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
員工總數 (A)	8	4	151	67	829	766
定期接受績效及職涯發展檢視的員工數 (B)	8	4	151	67	829	766
百分比 (B/A)	100%	100%	100%	100%	100%	100%

特力屋室內裝修設計	員工總數 (A)	1	0	5	3	25	24
	定期接受績效及職涯發展檢視的員工數 (B)	1	0	3	3	25	24
	百分比 (B/A)	100%	0	100%	100%	100%	100%

註：高階主管：9 職等以上；中階主管：9 職等以下管理職；一般員工：9 職等以下非管理職。

青銀共融

為迎接壯世代浪潮並支持職場青銀共融，特力屋近年積極尋找中高齡就業合作專案，2025 年我們響應勞動力發展署「繼續僱用高齡者補助計畫」，共有 4 人符合申請。同時，特力屋亦針對中高齡員工進行合理的工作環境設計，例如：在顧客服務台及收銀區域放置椅子、避免使用取料機與搬重物、彈性的休息時間，及延長電腦作業學習時間等等，讓中高齡員工能夠擁有安心且友善的工作空間。

發展數位學習

特力屋持續發展數位學習教材，並依不同特性及目的將訓練課程規劃為混成培訓，包含數位影片、線上直播、實體訓練等，透過上課影像紀錄及學習履歷，突破實體空間限制，促進總部及門市同仁的參與，擴大訓練觸及人數。目前亦針對儲備幹部課程進行混成設計，活化既有授課模式，提高同仁學習效能並確保妥適運用教學資源。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

3.3 員工福祉與權益

3.3.1 人權政策與管理

特力屋力遵「世界人權宣言」、「聯合國工商企業與人權指導原則」、「聯合國全球盟約」、「國際勞工組織工作基本原則與權利宣言」等國際人權公約之原則與精神，同時亦遵循特力集團「人權政策」，其由董事長核准且簽署之，全面保障現職員工（含契約及臨時人員）之權益，並期許供應商及承攬商共同遵循。特力屋致以維護人權杜絕任何侵害人權的行為，我們重視各營運據點員工之權益，並尊重勞動人權，防止任何形式之差別待遇與人權侵害事件。

特力集團人權政策原則	管理現況
合理工作條件及安全健康的工作環境	● 遵守法規規範，以確保員工擁有合理的工作條件及安全健康的工作環境。
平等任用，免於歧視與騷擾 ● 落實平等任用及職場多元性，不因個人性別、性傾向、種族、階級、年齡、婚姻、語言、思想、宗教、政治立場、籍貫、出生地、容貌、五官、身心障礙等有差別待遇，杜絕任何歧視與騷擾之行為。	● 近三年無發生職場歧視事件及重大申訴，也未因就業歧視造成財務損失。 ● 公司提供公開且透明的職涯發展與晉升制度，優先自內部拔擢人才。門市管理人才超過九成自內部晉升。
不強迫勞動、禁用童工 ● 禁止以威脅、詐欺、暴力、限制人身自由等不當手段，強迫員工從事工作 ● 不得僱用未達法定最低就業年齡之未成年者從事任何形式的勞動工作	● 2025 年未有強迫勞動、聘用童工情事
尊重隱私權與員工自由結社之權利	● 極力保護員工及消費者等個資安全，確保資訊蒐集及儲存均符合相關法規 ● 保障員工自由組建、參與或退出任何合法之社團、工會等組織
嚴禁性騷擾，加強宣導及有效處理 ● 嚴禁工作場所之性騷擾行為，訂定性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法，提供案例宣導、教育訓練、諮商服務等，並加強主管認知與應變能力，以利有效處理相關事件。	● 公司設置專線電話及電子信箱，受理性騷擾事件申訴。 ● 教育訓練：公司每年針對在職員工進行性騷擾防治教育訓練，2025 年共有 1,797 人參與，員工參與率 100%。
暢通溝通管道，提供申訴機制 ● 建立暢通勞資溝通管道，定期舉辦勞資會議並提供申訴機制，如有違反人權事宜，即時進行調查程序並執行補救及改善措施。	● 申訴專線：02-8791-6668 分機 6292 ● 申訴信箱：hr_service@TLWgo.com ● 員工協助方案（EAP） ● 勞資會議
定期監督、追蹤與評鑑 ● 遵循集團的風險減緩與補救措施，由相關單位定期監督、追蹤與評鑑，掌握人權議題、控制計畫執行成果。	● 風險評估、減緩與補救：特力屋遵循集團人權盡職調查計畫及風險評鑑機制，加強員工的人權意識，以降低潛在危機與衝擊。

2025 年無發生不法侵害的申訴事件，我們亦持續向公司同仁進行職場霸凌零容忍相關宣導。

2025 年特力屋所有營運據點並未發生任何使用童工、強迫勞動、侵害原住民權利或違反工作者結社自由或團體協商等違反人權事件。

2025 年人權相關教育訓練執行情形



不法侵害
宣導課程

每年

- 為預防工作者於執行職務因他人行為遭受身體或精神不法侵害，規劃及採取必要之安全措施，以確保工作者之身心健康，特舉辦不法侵害宣導課程。

參與對象

總部、門市同仁

參與人數

1,772

課程時數（小時）

1.42



性騷擾／
職場霸凌
防治宣導

每年

- 防治性騷擾之發生，以保護所屬人員、求職者及受服務人員不受性騷擾之威脅。

參與對象

總部、門市同仁

參與人數

1,797

課程時數（小時）

0.5

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

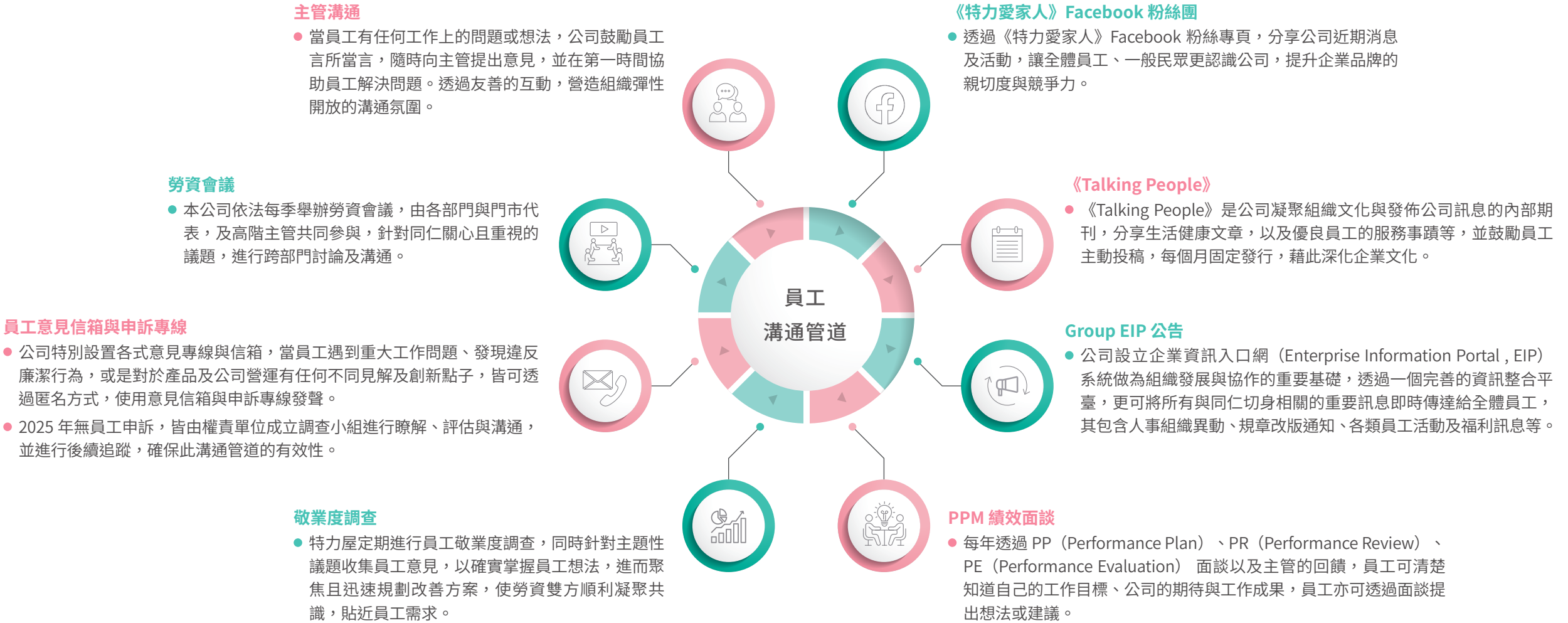
4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

員工溝通管道

特力屋致力於打造「員工對公司」以及「公司對員工」雙向且開放的溝通管道，我們在乎每位同仁的感受，並鼓勵同仁勇於主動表達想法，並期待透過多方宣導與互動交流，確保同仁的心聲皆能得到妥善回應，建立正面暢通的溝通環境。



員工敬業度調查

1 調查宗旨

- 2025 年實施「員工敬業度與體驗度調查」，瞭解同仁在工作投入度及對公司整體制度與工作體驗回饋，以協助公司每年持續優化員工體驗，並擬訂提升與改善計畫。

2 調查面向

- 兼顧員工與組織視角，瞭解員工投入程度，並聆聽員工聲音與工作體驗度回饋，問卷包含公司願景策略、工作需求、主管支持、團隊合作、績效管理、學習發展、敬業度等不同員工體驗構面，採用「五分量表」的同意程度及搭配開放性問答蒐集夥伴感受與想法，並以匿名調查及保密填寫內容，讓員工可安心表達意見，也確保調查真實性與可信度。

3 回收份數

- 調查針對到職滿 3 個月以上的正職與兼職同仁，共回收 1,682 份。



4 調查結果

- 公司整體填答回收率超過 95%，整體敬業度與體驗度平均 3.9 分。
- 人資部依據調查回饋研擬改善對策，主要聚焦包含優化員工溝通與獎勵制度、培育人才發展及員工福利等，針對總部及門市也依據施測結果進行各部門內提升計畫，以優化整體員工敬業度與體驗度。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

勞資溝通與會議

特力屋目前未成立工會，亦未簽訂團體協約，惟為確保良好的勞資溝通機制，總公司依法每季舉行勞資會議，特力屋旗下 29 間門市分公司也於每季舉行一次勞資會議。會議旨在促進管理層與員工之間的溝通，討論並回應勞資議題，以提升公司營運的透明度和員工的參與度。

勞資會議代表均依相關法令選任或指派，參與人數也符合法規要求。會議成員包括公司各級主管和員工代表，確保各方立場與意見均能得到充分表達並納入考量。

2025 年主要議題

會議討論的主要議題涵蓋以下幾個方面：

勞工人數及異動情形 包括員工的入職、離職及內部調動情況。

勞工動態 報告員工的工作狀況及相關動態。

勞工活動 介紹公司組織的各類員工活動，促進員工之間的互動和凝聚力。

工作環境改善 針對工作環境的改善措施進行討論，確保員工的工作環境安全和舒適。

工時制度 實施工時制度的說明及表決，確保工時安排合理，符合勞動法規。

決策與行動計劃

會議中達成的決策和後續行動計劃將被詳細記錄，並由相關部門負責實施和跟進。

重大營運變化預告期

特力屋若有重大營運變化且影響擴及員工，將預先與員工溝通，若需資遣員工則遵循《勞動基準法》，依員工之工作年資進行資遣預告，依法給付資遣費或經濟補償以保障員工權益。

預告期

10 日前

員工年資

繼續工作 3 個月以上
1 年未滿者

預告期

20 日前

員工年資

繼續工作 1 年以上
3 年未滿者

預告期

30 日前

員工年資

繼續工作 3 年以上者

3.3.2 員工福利

特力屋將員工關懷視為核心價值之一，提供多元且完善的福利措施，以支持員工的工作與生活平衡。除了激勵與績效獎金、各項津貼，也依法提供育嬰假以及彈性工時安排、節慶活動、團體保險與健康照護等福利，全力位照顧員工及其家人，期許員工於職場中感受到歸屬感。這些福利措施不僅提供給全職員工，兼職員工亦依比例享有全部的員工福利，致力於打造一個溫暖、關懷且充滿活力的工作環境。福利項目詳如下表：



財務保障

公傷慰問金

- 依住院情形及天數提供慰問金。

傷病住院慰問金

- 住院滿 3 日以上提供慰問金。

急難救助金

- 依個案提供急難救助慰問金。

喪葬慰問金

- 員工及三等親內家屬喪葬慰問金。

團體保險

- 為了讓同仁享有更完善的保障，除了勞保、健保及勞退外，公司也提供個人保險（包含壽險、醫療、意外、癌症險及重大疾病險），並全額負擔同仁的保險費。同時亦提供優惠方案的保險保障，讓同仁可為直系眷屬自費加保醫療及癌症保險，照顧同仁、更照顧同仁的家人。

員工折扣
與家庭購物日

- 為回饋員工，特力屋員工至特力屋 / HOLA 和樂家居消費，均享 9 折優惠。此外，每位員工可再為親友申請一張「親友折扣卡」，與家人共享優惠福利。另公司規劃特定員工家庭購物日，最高可享受 8 折優惠，用最優惠的價格購買最優質的居家用品，一同打造幸福家庭。

年節及生日禮金

- 每位員工皆享有生日禮金，且重要節慶時獲得特力 Pay 購物金，電子化方式讓購物更輕鬆。

特約商店

- 福委會於全臺灣共有超過 270 家特約商店，讓同仁可以享受到食、衣、住、行、育、樂等多元豐富的企業特約服務。

交通津貼
及房屋補助

- 針對因業務而有外勤需求的主管或同仁，提供交通津貼，且為體恤配合公司離鄉發展的同仁，公司依派駐地點與住家距離，提供住房補助。

結婚禮金

- 提供結婚祝賀金，若當事人雙方皆為員工可個別請領。

生育禮金

- 可不限胎次請領生育禮金，8 周以上小產給予生育慰問金。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

健康促進

員工健檢

- 特力屋期望透過定期健康檢查讓大家工作與生活都能更安心、更健康。無論正兼職人員，我們皆提供兩年一次的全額健康檢查補助。除了規劃優於勞工健康保護規則所規定項目外，公司亦依據員工的年齡增加健檢內容及補助。2025 年符合受檢資格人數為 896 人，實際參與健檢人數為 847 人，參檢率 97.81%。

健康照護

- 2025 年於總公司及門市針對人因工程、過勞預防、母性保護等健康議題，進行 24 次、共 72 小時醫師臨場健康服務。形塑職場健康文化的同時，透過定期關懷讓同仁更加瞭解自身健康風險及維持健康生活型態的重要性，並做好自我健康管理及定期異常 / 疾病追蹤。

心理照顧

員工協助方案
(Employee Assistance Program，簡稱 EAP)

特力屋與新竹市生命線協會合作推辦「員工協助方案」，提供心理、法律、理財等員工關懷與諮詢服務，協助員工解決和工作相關或個人的問題，促進員工身心健康、紓解職場壓力。

- 2025 年共有 108 人次使用第一階段諮詢服務，包含初步晤談、服務諮詢、情緒支持、追蹤關懷、資源轉介、管理諮詢、個案討論與行政服務。
- 後續共有 16 件進入第二階段諮詢服務，由協會專業諮詢顧問進行一對一協助，包含法律諮詢 5 件、情緒議題 2 件、人際關係 7 件、生涯工作 2 件。

休閒娛樂活動

- 由福委會統籌規劃年度各種休閒育樂活動，鼓勵員工忙碌之餘，從事學習進修、興趣培養、舒壓保健或透過旅遊體驗不同人文、開拓視野及放鬆心情，達到同仁工作與身心平衡的目的。

育嬰照護

育嬰留停

- 育嬰留職停薪制度適用於所有性別，2025 年復職滿一年之留任率中，男性員工為 75%，女性員工為 88%。

優良集哺乳室

- 為支持女性員工產後哺乳及響應政府政策，特力屋提供方便且兼具隱私的集哺乳環境，減緩育兒壓力。

育兒員工
彈性工時

- 制度內容：公司依據《性別工作平等法》提供育兒減少工時制度，協助育兒員工在子女三歲前得以每日減少工時，並依比例調整薪資，維持應有的勞動權益。公司提供彈性工作安排與友善的申請流程，透過主管與員工協商工作內容與排班，使育兒需求與團隊運作取得適當平衡。公司亦秉持不影響績效結果的管理原則，使育兒員工能安心運用相關制度。
- 效益與承諾：透過育兒彈性工時制度，公司協助育兒員工降低照顧負擔並維持職涯連續性，營造更具包容性與支持性的工作環境。公司未來將持續跟進制度使用情況，並依員工需求調整與強化相關措施，以打造更加友善的育兒職場文化。

彈性工時

特力屋提供彈性且符合法令之工時安排，在兼顧業務運作需求的同時，確保員工權益獲得妥善保障。員工每日正常工作時間為 8 小時（不包括休息和用餐時間），每週工作時間不超過 40 小時。根據各單位的工作特性和業務需求，特力屋屬主管機關公告適用「四周變形工時」之零售業，並經勞資會議同意後，依據《勞動基準法》第三十條之一等規定，實施彈性工時制度。

在季節性或節慶期間，可能會因換班、準備、服務顧客或補充性工作等原因，需要在正常工作時間以外延長工作時間，此類延長工時均已由勞資會議同意。若因工作需要加班，加班人員需事先申請，並經權責主管核准。加班時數上限嚴格遵循各地法規規範。

藉由這些作為，特力屋確保員工工時安排不僅符合法規，也能靈活配合日常營運的業務需求，進一步保障員工的工作與生活平衡。

退休福利

退休制度

特力屋依據「勞動基準法」及「勞工退休金條例」相關規定，為全體同仁規劃「退休管理辦法」，辦理同仁退休事宜，並確保公司足額提撥，保障同仁未來請領退休金的相關權益。

員工若符合下列情形之一者，得自請退休：

- | | | |
|----------------------------|--------------------|----------------------------|
| 1 服務本公司年資滿 15 年以上，年滿 55 歲者 | 2 服務本公司年資滿 25 年以上者 | 3 服務本公司年資滿 10 年以上，年滿 60 歲者 |
|----------------------------|--------------------|----------------------------|

退休金

舊制退休金

- 依照「勞動基準法」相關法條制定，公司依照員工每月的薪資，提撥薪資總額的 2% 至勞工退休準備金專戶。該專戶由臺灣銀行代為收支、保管及運用。當員工符合退休條件時，可向公司申請提領退休金。

新制退休金

- 依據「勞工退休金條例」，公司每月依員工薪資的 6% 提撥退休金至勞工保險局的個人專戶。此外，員工可在每月工資的 1-6% 範圍內自願提繳退休金，並自當年度個人綜合所得總額中全數扣除。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

3.3.3 薪酬制度

特力屋的薪酬政策以市場競爭力與公平性為核心，提供多元化的薪酬結構，其中包括基本薪資、激勵與績效獎金和多項福利津貼。

特力屋聘雇員工除符合法令規範之最低薪資外，我們使用多種薪資調查工具和分析報告，進行市場薪資檢視，除提升薪酬制度的透明度和可信度外，亦可達到保持市場競爭力之目標。我們也依據市場行情訂定薪酬策略，並逐年檢視與調整，當年度調薪預算皆於前一年度進行編列，2025 年平均薪資調幅為 3%。

我們深信公平的敘薪標準是提供平等發展機會、激勵員工追求高績效的重要基礎，特力屋的敘薪標準係綜合考量員工之學經歷、專業知識、年資與個人績效表現，不因性別、宗教、種族、國籍、黨派差異而有所不同，我們亦定期進行薪酬公平性審查，確保所有員工都能享有公平的薪酬待遇。此外，我們也注重員工的長期職涯成長，透過專業培訓、學習補助及健康保障，為員工創造穩定且有價值的職涯發展環境。同時我們設有明確的激勵與績效獎金制度，鼓勵員工持續提升表現，讓每位員工的努力都能被充分肯定。

特力屋

特力屋室內裝修設計

2025 年性別薪資報酬比率

	基本薪資 男：女	薪酬 男：女		基本薪資 男：女	薪酬 男：女
高階主管	1.16 : 1	1.29 : 1	高階主管	0.99 : 1	1.09 : 1
中階主管	1.01 : 1	1.04 : 1	中階主管	1.07 : 1	1.03 : 1
一般員工	0.98 : 1	1.00 : 1	一般員工	1.18 : 1	1.19 : 1

2025 年性別基層員工與臺灣最低薪資比率

1.18:1

男性基層員工
與臺灣最低薪資比率

1.29:1

1.18:1

女性基層員工
與臺灣最低薪資比率

1.36:1

註：臺灣 2025 年法定最低薪資為新臺幣 28,590 元。

3.4 職業安全衛生

3.4.1 職業安全衛生管理制度

特力屋重視員工的健康與安全，我們致力於辨識並降低各項可能危害安全的潛在風險，營造健康活力的工作環境。身為中度風險之事業單位，特力屋遵循《職業安全衛生法》及特力集團職業安全衛生政策，並落實集團完善之職業安全衛生管理制度，以維護員工安全與健康。

總部以職業安全衛生管理系統（ISO 45001）為主架構，配合多項管理標準文件，強化組織安全管理運作，現階段該系統所涵蓋之特力屋總公司員工數為 219 人，皆為公司員工，執行內外部稽核亦以此為準。特力屋已執行電子化管理（如線上職災通報系統、線上教育課程等），提高職業安全衛生管理效率，持續讓全體員工接受每三年 3 小時之職安衛教育訓練，並維持合作夥伴之主責人職安衛教育訓練及危害告知覆蓋率達 100% 之成效。

職業安全衛生委員會組織

特力屋設有職業安全衛生委員會，委員會包含 1 名主任委員與 7 位委員，其中勞方代表人數佔 37%。



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

1. 治理：

委員會採獨立運作方式，並由總經理擔任主任委員，直接監管職安衛之規劃、實施、檢查及改進等，委員會每季召開會議，議論主題包含職業安全衛生政策、職業安全衛生管理計畫、安全衛生教育訓練等 12 項職安衛重要議題。如果同仁有職安衛相關疑慮，也可向委員會勞方代表或職安衛管理人員反映，於會議中提出研議，進一步完善職安衛管理。此外，為因應 ISO 45001 之運作精神，並持續精進職業安全衛生管理成效，總部會定期召開管理階層審查會議，確認職業安全衛生目標執行情況與績效成果。

2. 優化：

特力屋建立即時的線上職災通報系統，以快速處理職災案件，並妥善且有效地進行事後統計調查及加強職災預防。同時，特力屋聘請專業醫師為所有員工提供免費的健康諮詢服務，集團內部的職業安全管理人員及護理師也可為員工提供健康與安全之專業建議與幫助。此外，為加強新進同仁職安衛知識及觀念，2024 年我們全新規劃 2 小時的新人教育訓練教材影片，說明最新職安衛議題及零售業可能遇到的危害，以避免職災事件發生。訓練教材經職安署審查核可後，於 2025 年中旬開始使用。另外，我們設法規查核機制，當職業安全衛生法或子法修法時，均能立即查核法令並因應修法內容進行調整，確保符合法令規範及員工安全衛生權益。

2025 年職業安全衛生委員會重要議題

作業環境測定結果之因應對策

- 依法實施作業環境監測，工作環境中二氧化碳容許濃度應低於 5,000pm，2025 年監測結果均符合法令規定。

健康促進及管理事項

- 總部同仁每週 2 次進行超慢跑運動，全員搭配音樂進行 10 分鐘有氧運動，促進健康。
- 舉辦健康促進演講，提升健康意識。

安全及衛生教育訓練實施計畫

- 增加 ISO 45001 內部稽核人員訓練人數。
- 急救人員複訓。
- 職業安全衛生管理人員複訓。
- 職業安全衛生業務主管複訓。
- 健康服務護理人員複訓。
- 新進員工職業安全衛生教育訓練。
- 在職員工職業安全衛生教育訓練。
- 堆高機駕駛複訓。

職災調查報告(含虛驚事故)

- 2025 年上下班車禍事件最多，切割傷及墜落等職災事故分居二、三名，職業安全衛生管理單位除分析統計調查結果外，也將案例事故原因及預防對策製作成訓練教材，加強內部宣導。

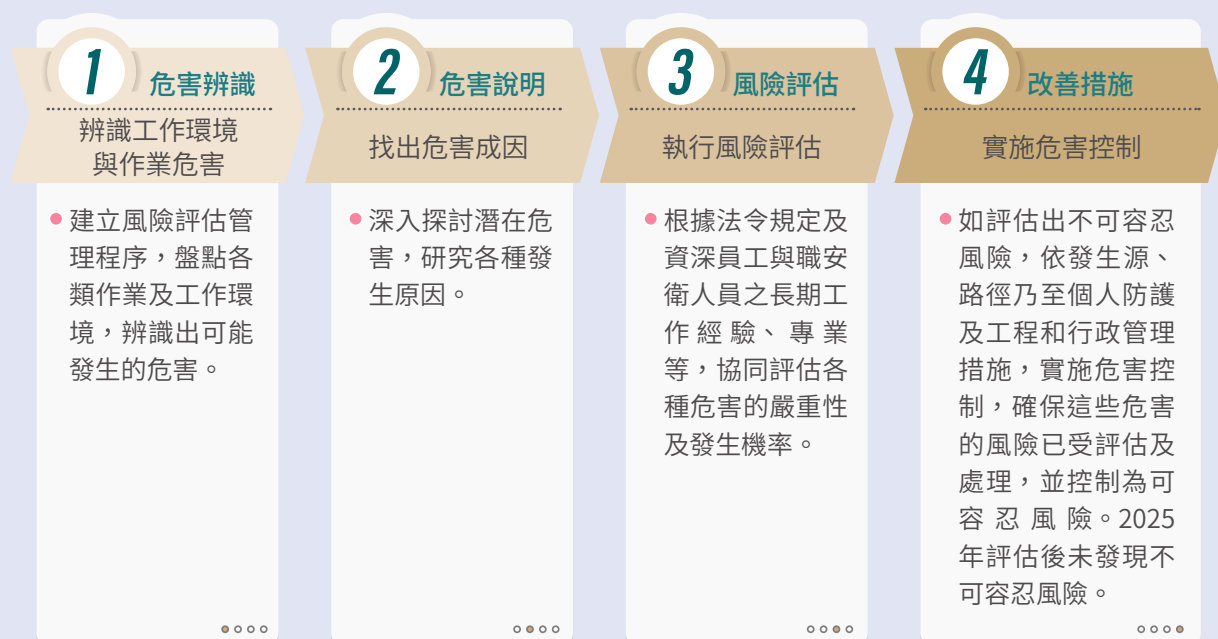
3.4.2 執行計畫與成果

職安衛管理系統稽核

特力屋每年對職業安全衛生管理系統實施內部稽核，以確保管理系統持續妥善運作；總部內稽每年進行稽查 1 次，並另聘外部職業安全衛生專業顧問每年進行 2 次稽查，總部職業安全衛生管理單位每年則會不定期稽查。2025 年內外部稽核均無重大缺失發現。

職安衛危害辨識及風險評估流程

根據職業安全衛生相關法令及作業環境監測結果，目前特力屋的工作環境未對員工造成罹患特定職業疾病之風險，此外，各部門及門市每年均會在職安衛管理人員指導下，實施危害辨識及風險評估，依各項作業性質辨識環境及作業過程中潛在之危害，如評估結果顯示存在不可接受之風險，將即時採取改善措施，並將風險降低至可容許範圍內。

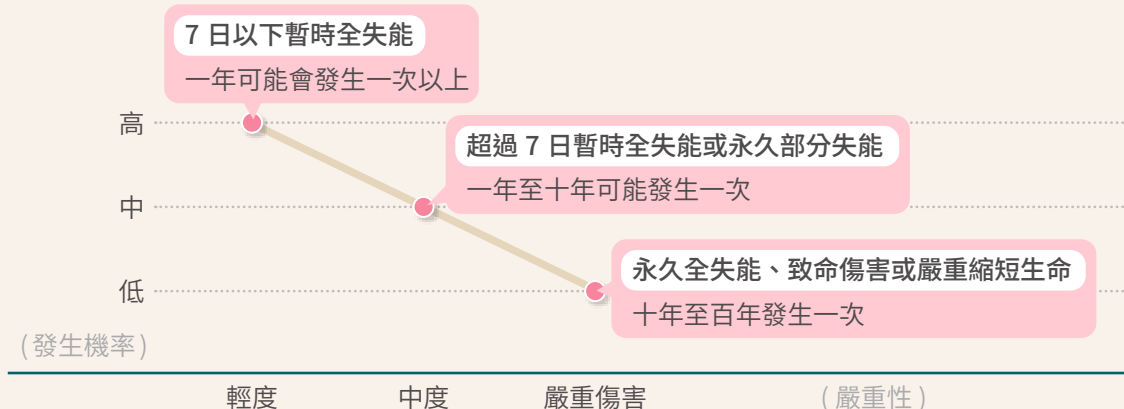


前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
 - 重大主題管理方針
 - 3.1 人才吸引與留任
 - 3.2 人才培育與發展
 - 3.3 員工福祉與權益
 - 3.4 職業安全衛生
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化

附錄

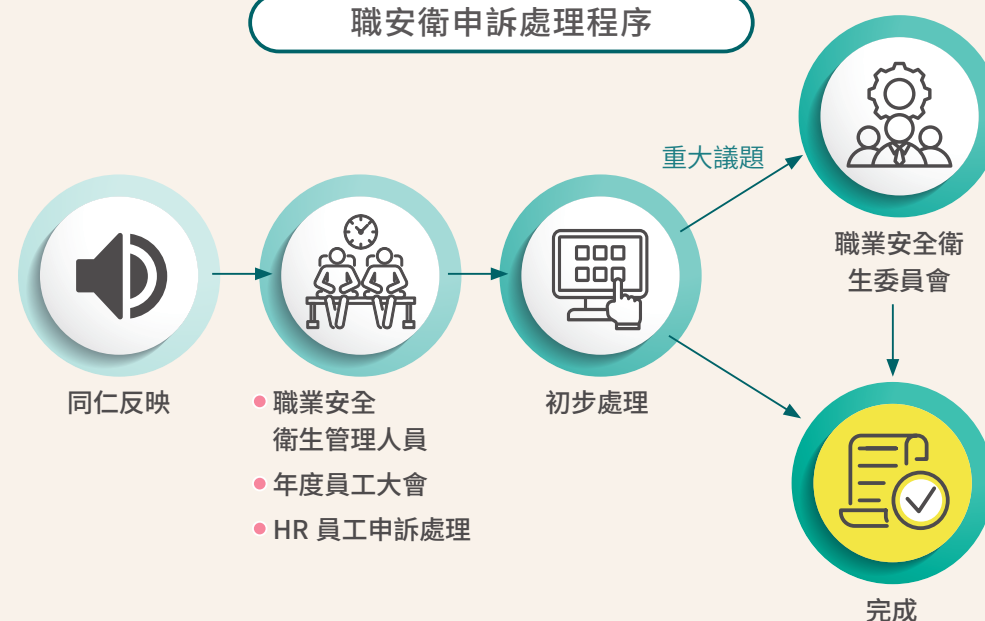
風險評估級距



職業災害發生緊急應變程序



職安衛申訴處理程序



保全人員聘用

特力屋部份門市有聘用駐衛保全協助安全監視，依法令對保全業者實施危害告知和召開承攬人協議組織會議，維護承攬作業的安全衛生管理。此外，我們每年聘請職安衛專業人員，優於法令規定對承攬商進行職安衛教育訓練 1 小時，增進承攬人員職安衛知識，避免職業災害發生。

消防安全管理

為保障員工生命及財產安全，特力屋遵循母公司特力集團政策，全面落實辦公室消防安全管理，依據相關法規及內部規範建置健全之消防安全管理制度、消防設備與應變措施，提升員工防災意識與應變能力。為進一步降低風險，2025 年擬優化消防監控系統，強化及早預警能力；建立消防安全揭露指南、風險評估與分級管控制度；持續提升員工消防安全文化與應變能力。

特力屋總部及門市消防設備均依消防法設置，且每年定期實施消防檢查並向主管機關申報，如發現故障或滅火器即將過期，會儘快安排修復更換，確保職場消防安全。此外，特力屋也依法編制自衛消防編組，定期實施消防演練，讓同仁熟知災害發生時自身肩負的任務。

特力集團消防安全管理目標



消防安全管理措施

消防設備管理	定期檢查滅火器、自動灑水系統、煙霧探測器等消防設施，確保功能正常。
緊急應變計畫	制定每年至少演練一次之疏散逃生計畫與火災應變流程。
定期培訓與講座	- 自衛消防編組人員每年接受一次基本消防知識與逃生訓練。 - 總部辦公室員工每年接受一次防災數位訓練。 - 指定防火管理人接受專業訓練並通過認證。 - 與外部消防單位保持聯繫，定期邀請進行培訓，採現場互動式教學、實地演練與提供諮詢釋疑，幫助他們更深刻理解用電安全的重要性。
推行主動報告文化	鼓勵員工主動報告問題，以避免潛在危險。
提升管理層的重視程度	特力集團管理層將防災安全納入 ESG 政策的一部分，確保資源投入並落實安全措施。
外部合作	- 與消防設備檢修顧問公司合作，提供輔導與申報協助，定期對整棟大樓消防設備及器材進行檢修、改善，以便完善消防管理制度。 - 成為新北市政府防災企業夥伴，聯手舉辦大型消防演練。
檢視與改善	透過積極檢視與問題發現，尋求改善方案。 案例 門市曾發生火災及消防虛驚事故案例，均做成案例布達給各門市實施教育訓練，避免再發生。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

2025 年職業災害統計

2025 年的職災統計中，事故最常發生原因為上下班之交通事故、其次為切割傷與墜落等事件，一旦危害發生，即根據職業災害發生緊急應變程序進行處置。事後總部接收到各類事故訊息後，會將事故原因及防止對策傳達至各門市，要求對員工進行教育訓練，以避免類似事故重覆發生。

2025 年我們持續對所有安裝夥伴師傅進行施工安全防護宣導，並加強師傅教育訓練，要求其取得政府職安卡認證，截至 2025 年底共有 300 餘位師傅完成認證，我們也規定所有師傅每日上工前，透過 APP 完成職安危險告知與簽名確認，以落實每日的安全提醒，降低意外風險。另，2025 年特力屋及其承攬商與協力廠商皆無任何職業病通報之事件。

職安四大保護計畫

特力屋推動職業安全與健康保護計畫，透過問卷調查及評估表，進行系統性的風險辨識與評估，找出潛在危害，提供同仁需要的協助，並持續檢視與優化執行成效。

1 重複性作業等促發肌肉骨骼疾病預防計畫

各門市於每年完成「肌肉骨骼症狀問卷」，醫師及護理師針對問卷中疑似有危害的同仁進行關懷，提供健康促進或就醫建議。

2 異常工作負荷促發疾病預防計畫

各門市於每年完成「疲勞問卷」，醫師及護理師即評估同仁情形，安排醫師面談，提供健康管理、就醫或紓壓建議。

3 執行職務遭受不法侵害預防計畫

集團根據「集團不法侵害預防辦法」，設計「危害辨識及風險評估表」、「職場不法侵害行為自我檢視檢核表」及「作業場所環境檢點紀錄表」，瞭解同仁職場不法侵害之情形，針對受害者提供醫療協助及職務調整。

4 母性健康保護計畫

分別請懷孕同仁及其主管填寫「妊娠及分娩後未滿一年之勞工健康情形自我評估表」及「作業場所危害評估及母性健康保護採行措施表」，依情形安排醫師面談。

2025 年職業災害統計

	特力屋			特力屋室內裝修設計			承攬商與所有協力廠商		
	男	女	總計	男	女	總計	男	女	總計
A 受傷人數	23	19	42	0	0	0	6	0	6
B 死亡人數	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C 受傷人數中的嚴重職業傷害人數	0	1	1	0	0	0	1	0	1
D 總工作員工數 ^(註 3)	999	844	1,843	28	26	54			
E 工傷總數 (=A+B)	23	18	41	0	0	0			
F 總工作時數 ^(註 4)	1,891,138	1,593,036	3,484,174	55,776	51,792	107,568			
G 工傷率 (=E/F*1,000,000)	12.16	11.30	11.77	0	0	0			
H 嚴重職業傷害比率 (=C/F*1,000,000)	0.00	0.63	0.29	0	0	0	0	0	-
I 總缺勤天數	2,217	2,804	5,020	20	54	74			
J 總工作人天數	248,751	210,156	458,907	6,972	6,474	13,446			
K 缺勤率 (=I/Jx100%)	0.89%	1.33%	1.09%	0.28%	0.83%	0.55%			
L 損失工作日數	359	221	580	0	0	0			
M 損失工作日比率 (L/F*1,000,000)	189.83	138.73	166.47	0	0	0			

職業災害類型

車禍×30
墜落×3
人因性危害×2

割傷×2
跌滑倒×3
碰撞×1

無

跌倒×2
割傷×2
扭傷×2

註 1：2025 年實際工作天數為 249 天。

註 2：損工日數包括交通事故損失天數。

註 3：承攬商與所有協力廠商因人數流動及案件量較大，故無統計總工作員工人數。

註 4：承攬商與所有協力廠商總工作時數以服務案件數量概以估計。



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

- 重大主題管理方針
- 3.1 人才吸引與留任
- 3.2 人才培育與發展
- 3.3 員工福祉與權益
- 3.4 職業安全衛生

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

健康檢查及追蹤

- 為照顧同仁的健康，我們提供優於勞工健康保護規則規定的項目及頻率，無論是正職或兼職同仁皆享有兩年一次的健檢福利。因同仁分散全臺，共簽訂了 8 家健檢機構，共 12 個據點，方便各地同仁就近到院完成健康檢查。
- 2025 年共有 847 位同仁完成健檢（符合補助人數為 896 人），參檢率達 97.81%。

科技體適能檢測活動

- 與臺北市政府體育局合作，透過智慧健康設備與數據分析，讓同仁能輕鬆掌握體力、肌力、平衡等指標，提升健康意識，打造更有活力、更健康的職場，共計 30 人參加，活動滿意度達 90.4%。



勞工健康服務

- 特力屋目前有 2 位專任護理師，自 2017 年起與職業醫學專科醫師合作，提供優於法規的勞工健康服務。
- 2025 年於總公司及門市進行 24 次、共 72 小時的臨場健康諮詢服務，包括人因工程、過勞預防、母性保護等健康議題，讓同仁更加瞭解自身健康風險及維持健康生活型態的重要性，並做好自我健康管理及定期異常 / 疾病追蹤，進而建立健康職場的文化。

健康講座

- 與新竹市生命線協會合作，舉辦多元化身心靈系列課程，共計 5 場，累計 373 人參加。

超慢跑

- 為鼓勵同仁培養運動習慣，透過每周 2 次超慢跑活動，建立健康生活型態。



CPR+AED

- 與內湖區消防分隊、臺北市立聯合醫院林森中醫昆明院區合作，於上下年度各舉辦 1 場急救技能教育訓練，教授 CPR 和 AED 的原理及實際操作，幫助同仁熟悉急救流程，營造健康安全的工作環境，共計 132 人參加，活動滿意度 97.8%。

職業健康服務的
作為與活動成果

Talking people 健康專欄

- 為了增強員工的健康自主管理意識，每月定期推廣一則健康促進或心理衛生相關的教育資訊。

EIP（特力愛健康）

- 為提升同仁的健康知能，搭配政府發布之健康相關時事，每月發布至少一則健康宣導資訊。

捐血活動

- 與臺北捐血中心合作，於上下年度各舉辦 1 場捐血活動，鼓勵同仁參與公益活動捐出熱血及愛心，不僅為身體帶來好處並持續善盡企業社會責任，也邀請民眾一同參與，用一袋血的力量，守護更多生命，共募集 134 袋。

職場流感 / 新冠疫苗接種

- 為減少同仁來回奔波醫療院所施打疫苗之無形成本，提升員工健康防護力。
- 2025 年辦理 1 場職場疫苗接種活動，共有 21 人參與（流感疫苗公費 12 人、自費 9 人，其中有 6 人一同接種公費新冠疫苗），活動滿意度達 93.4%。



前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
 - 重大主題管理方針
 - 3.1 人才吸引與留任
 - 3.2 人才培育與發展
 - 3.3 員工福祉與權益
 - 3.4 職業安全衛生
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化

附錄

EIP 每月主題衛教宣導

- 2025 / 01 《特力愛健康》 認識麻疹症狀，做好防護措施不可少！
- 2025 / 02 《特力愛健康》 五癌篩檢補助，健康愛穩固
- 2025 / 03 《特力愛健康》 防範病毒性腸胃炎 吃得安心又健康！！
- 2025 / 04 《特力愛健康》 清明祭祖，食安 3 撇步
- 2025 / 05 《特力愛健康》 小心致命殺手：主動脈剝離！！
- 2025 / 06 《特力愛健康》 A+ 級防護，A 肝不來找
- 2025 / 07 《特力愛健康》 對抗高溫 預防熱傷害！
- 2025 / 08 《特力愛健康》 邀您「爸」氣戒菸，家人最健康的禮物
- 2025 / 09 《特力愛健康》 守護記憶，從認識失智症開始
- 2025 / 10 《特力愛健康》 月圓人不圓，中秋飲食聰明選
- 2025 / 11 《特力愛健康》 流感季來臨，請多加留意自身與家人健康
- 《特力愛健康》 低溫來襲，請注意保暖
- 2025 / 12 《特力愛健康》 聚餐拒酒 5 招，輕鬆不尷尬



3.4.3 職業安全衛生教育訓練及宣導

在職教育

- 依據《職業安全衛生教育訓練規則》規定，在職員工需每 3 年接受至少 3 小時的職安衛在職訓練。為了培養員工安全衛生觀念，特力屋每年皆聘請職安衛專業講師為同仁進行訓練，也不定期佈達安全衛生資訊給門市，使第一線同仁保持高度職安衛意識，以降低危害發生的可能性。

職災分析及案例宣導

- 總部接收到各類事故訊息時，會將事故原因及因應對策下達至門市，要求進行教育訓練，以避免類似事故重覆發生。
案例 2025 年總部共發出 4 個職災案例予門市，包括壓傷、墜落、切割傷等，要求各店據此對全店同仁執行教育訓練，預防職災再次發生。

承攬商

- 承攬合約規範安全衛生條件，確實保障承攬商安全與健康。
- 要求承攬商於作業現場拍照回傳至特力屋，查核是否符合標準。
- 委外承攬商若於上下班途中或工作中發生意外，第一時間通知工程服務部區域督導，公司事件視情況進行現場急救或就醫的協助，並通報派工中心進行人員調度，承攬商不用擔心因意外造成之損失而受處份。
- 對冷氣裝修業者實施安全衛生教育訓練。
- 如承攬商對於職業安全衛生有相關問題時，可跟業務窗口聯繫。

職業安全衛生教育訓練課程

職業安全衛生管理系統內部稽核員培訓	● ISO 45001 內部稽核	參與對象 總部指定同仁	參與人數 3	參與總時數 42
職業安全衛生教育訓練(集團總部)	● 臺灣職安法令規範必修，每 3 年勞工需完成 3 小時複訓實體課程（採線上視訊授課）	參與對象 總部同仁	參與人數 88	參與總時數 264
防災宣導數位課程	● 透過日常生活中會遭遇的情境，宣導正確的防災觀念，落實「居家防災」，建立正確的防災觀念，深耕災前預防的觀念、災後如何應變處置，將災害造成的損傷降至最低。	參與對象 總部同仁	參與人數 245	參與總時數 122.5
職業安全衛生管理人員	● 依職業安全衛生教育訓練規則要求，定期辦理在職教育訓練。	參與對象 職業安全衛生業務主管、管理師、管理員	參與人數 36	參與總時數 505
急救人員在職訓練	● 依勞工健康保護規則第 15 條規定，每 3 年定期辦理在職訓練。	參與對象 急救人員	參與人數 63	參與總時數 356
勞工健康服務之護理人員	● 依職業安全衛生教育訓練規則第 19 條規定，每 3 年定期辦理在職教育訓練。	參與對象 護理師	參與人數 2	參與總時數 24
特殊作業人員	● 依職業安全衛生教育訓練規則第 19 條規定，每 3 年定期辦理在職教育訓練。	參與對象 堆高機操作人員	參與人數 34	參與總時數 158



4

信賴：家的好鄰居



特力屋從居家修繕零售本業出發，以「DIY 手創文化」、「從門市到住家」及「社會公益」社會參與主軸，透過自身專業與資源，幫助更多的消費者、民眾、社群團體打造家的空間，提升生活品質與福祉，與利害關係人建立長期且深入的連結。

亮點 績效

- 舉辦 495 場 DIY 手創體驗、1,401 場免費達人講座，吸引超過 9,000 人次參與。
- 與各地方社區照顧關懷據點合作，舉辦 20 場專屬年長者群體的 DIY 課程，約 400 位學員。
- 與社福團體協辦 4 場弱勢兒童 DIY 課程，總計 100 位學員。
- 培育 200 位特力屋管家，全臺提供逾 30,000 次入宅服務。
- 全臺有 28 間社區店、400 名夥伴參與特力屋志工日，投入計 30 萬元捐助物資，扶助偏鄉弱勢。
- 響應集團「聖誕心願認養守護童年夢想計畫」，橫跨 15 個縣市，為 681 個家庭提供節慶禮物，歷年受益兒童達 6,950 人次。

子章節

- | | |
|--------------|------------|
| 4.1 社會參與主軸 | 4.3 從門市到住家 |
| 4.2 DIY 手創文化 | 4.4 門市社區共好 |



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

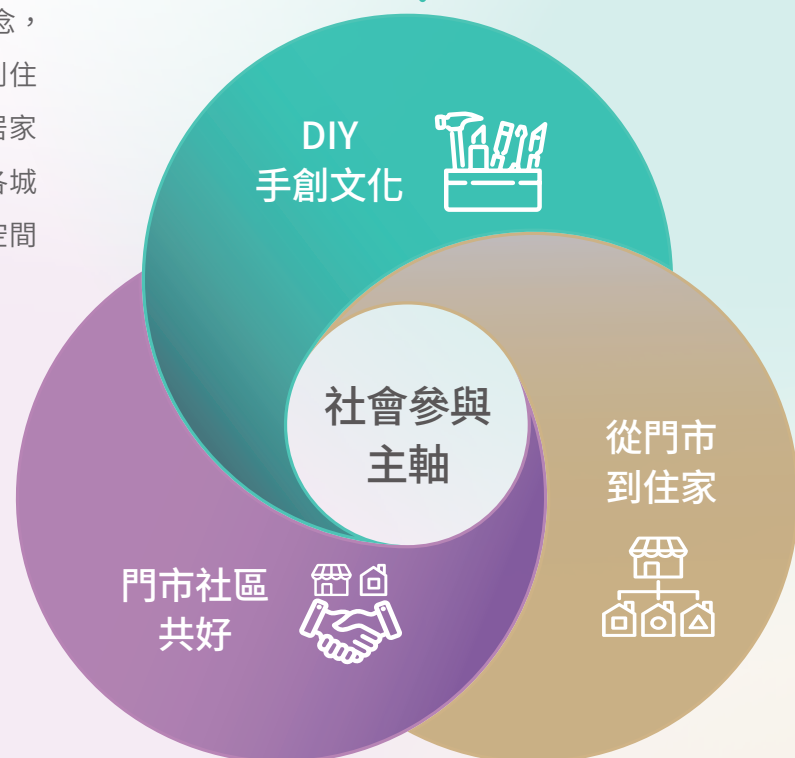
- 4.1 社會參與主軸
- 4.2 DIY 手創文化
- 4.3 從門市到住家
- 4.4 門市社區共好

5 環保：永續經營文化

附錄

4.1 社會參與主軸

特力屋從居家修繕零售本業出發，關注每一個人的「家」，秉持「專業、信賴、安心」的品牌理念，透過三大主軸「DIY 手創文化」、「從門市到住家」及「社會公益」，帶著我們居家裝修、居家生活知識及手作技巧等專業優勢，走進臺灣各城市與鄉村，幫助更多的民眾打造美好的家的空間與生活品質，回饋社會大眾。



1 社區防災協作

2 特力屋志工日

3 其他公益支持

受益對象 ● 地區住戶、社區管委會成員、公寓大廈管理公司、弱勢與偏鄉群體、弱勢孩童

主軸意義 ● 與公部門合作向社區進行防災宣導，並在門市與電商設立防災專區
● 運用特力屋資源援助偏鄉地區與弱勢族群

門市社區共好的社會參與路徑

主要投入資源	活動產出	影響力
● 部分門市設立防災專區 ● 配置專業人力進行防災服務 ● 全臺 28 個社區店計 400 多名特力屋志工人員 ● 施工現場診斷、丈量的相關工具 ● 30 萬元捐助資源 ● 捐助 326 份禮物	● 協助 100 戶住戶瞭解最新逃生規範 ● 完成 10 處以上社區現場檢查與合規改善 ● 與世界展望會合辦「美好家園 讓愛蔓延」與「修繕+救援」雙軌公益 ● 聖誕心願認養守護童年夢想活動受益人數達 326 位	對特力屋 ● 培養同仁關懷與投入文化 ● 強化企業認同感 ● 提升品牌聲譽 對社會大眾 ● 提升居家安全與生活品質 ● 增進住戶對企業的信任感 ● 協助偏鄉弱勢，種下善的種子，創造正向的成長環境

1 DIY 手創體驗

2 講座及活動

3 社區樂齡學堂

4 弱勢兒童手創課程

受益對象 ● 社會大眾、年長者、弱勢孩童

主軸意義 ● 因應當代不同的生活型態為不同年齡層提供手作體驗，且透過體驗活動陪伴大家精進生活小知識與實作技巧

DIY 手創文化的社會參與路徑

主要投入資源	活動產出	影響力
● 手創體驗空間 ● 課程講師與活動指導員 ● 工具與材料	● DIY 手創體驗 495 場 ● 達人講座 1,401 場，吸引 5,891 人次 ● 20 場社區樂齡學堂，計 400 位學員參與 ● 弱勢兒童手創課程 4 場，計 100 位學員參與	對特力屋 ● 瞭解不同族群的服務需求 ● 作為未來服務與課程規劃的參考 對社會大眾 ● 促進活動學員身心成長 ● 擴大社交互動與生活參與

1 特力屋管家

受益對象 ● 地區住戶

主軸意義 ● 因應臺灣社會超高齡化、獨居人口增加、老屋修繕需求提高等趨勢，特力屋走入住戶提供服務

從門市到住家的社會參與路徑

主要投入資源	活動產出	影響力
● 全臺 200 位特力屋管家人力 ● 特力屋社區店資源	● 超過 30,000 次的入宅服務 	對特力屋 ● 強化門市與地區住戶連結 ● 提升品牌聲譽 對社會大眾 ● 提升居家安全與生活品質 ● 增進住戶對企業的信任感

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

- 4.1 社會參與主軸
- 4.2 DIY 手創文化
- 4.3 從門市到住家
- 4.4 門市社區共好

5 環保：永續經營文化

附錄

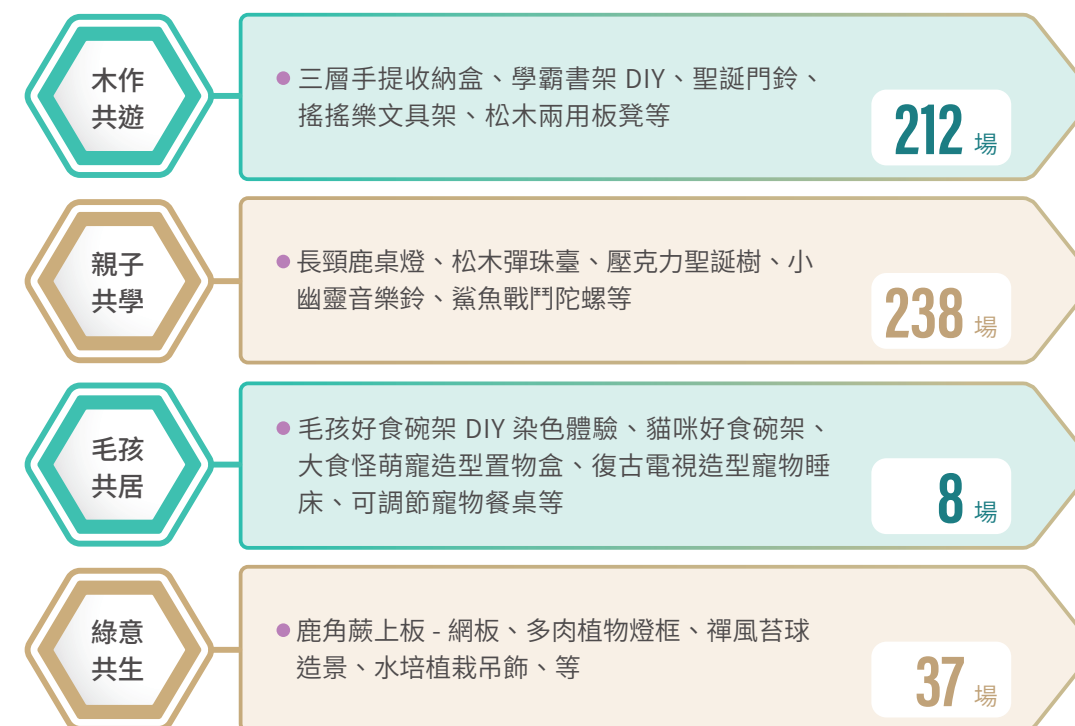
4.2 DIY 手創文化

特力屋開創臺灣 DIY 風氣先河，於 2016 年設立「特力屋手創空間 TESTRITE MAKER」，打造一個實作與創意結合的場所，並提供豐富的 DIY 工具與材料，致力以專業且優質的教學，讓 DIY 愛好者留下難忘的手創體驗。我們亦針對不同年齡層開設專屬課程，例如針對年長者的課程會透過 DIY 來鍛鍊其手部的協調性；我們也舉辦小朋友的限定活動，讓他們從小培養 DIY 的生活技能。此外，手創空間也安排免費且多樣化的達人講座，教導民眾居家修繕、工具或設備操作的實用技巧。



4.2.1 門市 DIY 手創體驗

特力屋手創空間精心規劃了四大主題的 DIY 手創體驗課程，分別為「木作共遊」、「親子共學」、「毛孩共居」及「綠意共生」，每個主題均與現代生活多樣的需求環環緊扣。我們每月舉辦眾多場次，提供學員有更彈性且豐富的課程選擇，並由 23 名特力屋手創空間員工擔任課程講師，2025 年一共舉辦 495 場 DIY 手創體驗，累計 3,132 人次參與。在這些體驗中，不僅能學習實用的木工技能，也能與家人一起共度美好時光，重新找回生活的溫度與平衡，讓我們能在忙碌之餘，重新獲得新靈感與內心啟發。



利害關係人回饋

我們於課後發放學員滿意度調查問卷，希望能第一手得知學員回饋，做為未來課程優化的參考依據，2025 年我們收到許多正面回饋，成為我們持續進步的動力：

- 「課程很好玩！給小孩子另一種不同的體驗和刺激」
- 「老師們很認真說明操作步驟，親切引導小朋友動手參與」
- 「富有教育意義和促進親子關係的好活動！」
- 「讓孩子自己動手 DIY 很有成就感」
- 「上課過程很紓壓，很棒的體驗！」
- 「課程中有實際讓小朋友操作機器（鑽洞、切割）感覺很棒」
- 「讓孩子瞭解更多的工具知識與操作，是很好上手的入門體驗」
- 「體驗過程很棒！有機會還要參加體驗其他手作課程！」
- 「內容有趣且有互動性！」

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

- 4.1 社會參與主軸
- 4.2 DIY 手創文化
- 4.3 從門市到住家
- 4.4 門市社區共好

5 環保：永續經營文化

附錄

4.2.2 講座及活動

特力屋開設多元主題的免費講座，分享實用的居家生活知識，讓大家能在居家修繕時獲得更多靈感與技巧，激發他們 DIY 技能的學習興趣及專長，以及提高對於居家生活品質的認知。2025 年所有門市共辦理 1,401 場免費達人講座，總計吸引 5,899 人次。

達人講座

淨水類
講座

- 學習基本的水質檢測方式，判斷家裡的水質是否安心；藉由實際互動讓小朋友更清楚瞭解水是如何流到家裡，並教導他們從生活中去得知我們喝下的每滴水，均有過濾與沒過濾的差異，進一步瞭解用水的重要性，其中包含學習自來水汙染知識、餘氯測試互動等。

108 場

廚房衛浴類
講座

- 學習更換面盆與水龍頭，安心料理、洗滌；更換沐浴龍頭講解等等。

216 場

油漆防水類
講座

- 瞭解各種刷具用途，選擇最適合的滾桶刷與漆刷，包括認識漆刷及滾筒刷、介紹適用塗刷環境、塗刷方法及相關注意事項；室外防水施作步驟和材料講解；學習簡單且有效的壁癌處理方法。

187 場

家電類
講座

- 冷氣基礎清潔保養，學習如何正確張貼冷氣過濾網，同時提升冷房效果及節能省電；瞭解除濕機性能，選擇最適合的家用設備，包括除濕機種類認識、空間坪數大小確認、操作 / 功能介紹及保養相關注意事項。

241 場

燈類
講座

- 如何選購各種燈類，DIY 營造舒適氛圍。

82 場

收納類
講座

- 特別邀請業界收納整理師開課，教學收納品與櫃體如何搭配，根據個人習慣該如何挑選收納品。

145 場

地板窗簾類
講座

- 卡扣地板安裝教學；選擇窗簾的材質與樣式，為家居增添美感與私密性！

183 場

工具五金類
講座

- 學習選購起子機與配件的技巧，包括起子機種類介紹、起子機的功能說明、配件用途介紹及保養等相關注意事項。

188 場

居家安全類
講座

- 街頭保鑣防身噴霧器使用教學，如何掌握與歹徒之間的距離使用防身噴霧器；住宅用警報器介紹，案例分享。

51 場



前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業:全方位居家解決方案
- 3 安心:幸福包容職場
- 4 信賴:家的好鄰居
 - 4.1 社會參與主軸
 - 4.2 DIY 手創文化
 - 4.3 從門市到住家
 - 4.4 門市社區共好
- 5 環保:永續經營文化

附錄

4.2.3 社區樂齡學堂

因應臺灣邁入超高齡社會，特力屋手創空間規劃一系列專屬年長者群體的 DIY 課程，並且與各地方社區照顧關懷據點合作，不僅有助於鍛鍊年長者的手部協調，也讓他們在手作過程中獲得不一樣的成就感。特力屋未來將持續設計與推廣更多樂齡學堂課程，希望藉由特力屋本身的手創 DIY 技藝，豐富長輩們的生活。

鍛鍊長者手部協調

計畫內容	● 社區照顧關懷據點，由村里辦公處或民間團體參與設置，主要提供長者日常關懷、健康促進、訪視諮詢等服務，讓長者在熟悉的社區中安心生活。特力屋與在地志工合作，規劃適合年長者 DIY 體驗課程，透過工機具的實際操作教學，讓年長者不斷的摸索學習，從知老、敬老到愛老，創造「越老活越好」的精神。	
計畫對象	● 年長者	
課程內容	● 特力屋運用手創空間資源，每季不定期開辦符合銀髮族的手作課程，如植栽換盆園藝、油漆、LED 燈區導覽、水龍頭安裝、馬桶水箱更換介紹等。另外也舉辦居家 DIY 小常識、簡易木工、花藝園藝等講座，陪伴銀髮族探索生活樂趣，打造充實的退休人生。	
投入資源	● 由特力屋手創空間創立專屬團隊，對外進行各項年長者服務的推廣	
產出效益	● 根據 20 場課程後針對與會約 400 位學員的調查回饋，收到無數好評。	
社會影響力	內部	● 臺灣將邁入超高齡社會，服務需求勢必隨之增加，因此特力屋藉由此活動瞭解年長者的期望，進而發想相關服務的拓展方向。
	外部	● 透過參與 DIY 手創課程，年長者可兼顧身心成長，包括訓練手部肌肉、智識學習、團隊合作等，同時，因參與者條件較不受限，亦可協助年長者擴大社交圈。

利害關係人回饋

- 講師有耐心講解操作步驟，不會因為動作慢或記性差就不耐煩，讓人覺得很安心。
- 透過課程交流互動，氣氛熱絡有趣，最後終於完成作品很有成就感！
- 每場費用包含餐飲費，預算有限，希望能有更多超值的課程可以體驗。



4.2.4 弱勢兒童手創課程

弱勢兒童手創課程

計畫內容	● 我們期許為社會上的弱勢兒童貢獻一己之力，與相關社福團體合作，2025 年與地方的社會局兒童福利服務中心合作，設計客製化課程滿足學齡兒童的學習需求，引起他們的 DIY 手作興趣。	
計畫對象	● 弱勢兒童與 12 歲以下兒童暨其家長	
課程內容	● 富士山萬年曆、聖誕夜光存錢筒	
投入資源	● 由特力屋手創空間專屬團隊積極接觸社福團體洽談推廣，希望幫助弱勢兒童培養做中學的生活態度。	
產出效益	● 根據 4 場課程後針對與會約 100 位學員的調查回饋，收到無數好評。	
社會影響力	內部	● 透過活動成為相關社福團體穩定配合的夥伴之一。
	外部	● 鼓勵輔導的兒童參與 DIY 手創課程，可兼顧身心成長，包括教導手作基本概念、工具的使用、團隊合作等引發他們對手作的樂趣，藉由做中學的手創理念，讓輔導兒童體驗 DIY 的樂趣與成就感。

社福團體人員回饋

- 「課程符合需求，在經費有限的條件下，建議增加價位較低的課程選擇。」



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

- 4.1 社會參與主軸
- 4.2 DIY 手創文化
- 4.3 從門市到住家
- 4.4 門市社區共好

5 環保：永續經營文化

附錄

4.3 從門市到住家

特力屋不僅於門市提供商品銷售服務，亦積極將自身專業導入居家場域，以實際行動協助解決各類居家問題。除了高齡者及獨居者人數持續增加，進而帶動居家服務需求成長外，我們亦觀察到，一般家庭普遍缺乏定期檢測與維修的習慣。再加上臺灣許多住家因建築屋齡已久，衍生出不少隱形修繕需求如管線老化、牆面龜裂，以及防火防災設備不足等情形。這類問題常因缺乏立即的急迫性而遭忽視，若未及時處理，恐將影響居家安全。為此，我們推出「特力屋管家」服務，提供全面性的居住空間修繕解方，藉以提升整體居家品質。

4.3.1 特力屋管家

2025 年作為		分佈全臺各縣市的特力屋各門市，為回饋社區、支持社區發展，每年皆發揮既有資源及專長，舉辦上千場次之入宅服務。			
計畫內容		活動說明	場次數	受益人數	投入金額百分比
	水質檢驗服務	針對住戶家中水質含氯、酸鹼、雜質檢查	3,000	3,000 住戶	10.0%
	協助冷氣 DIY 清潔	針對購買冷氣清潔劑的顧客可代為清潔	150	150 以上	5.0%
	空間巡檢服務	針對住戶家中浴室、廚房、客廳、臥室檢查各項安全與需求	20,000	20,000 以上	85.0%
計畫對象		● 特力屋會員 / 一般民眾			
投入資源		● 培育 200 位特力屋管家			
產出效益		● 2025 年全臺各地完成 3 萬次以上入宅服務，針對居家各種問題給予住戶協助與建議。			
社會影響力	內部	● 透過社區店及特力屋管家，主動接觸住戶與家庭，強化門市與消費者連結及同仁的服務意識，讓地區住戶更容易理解如何藉由我們的服務解決居住空間上的問題並提高生活品質，並提高特力屋的品牌聲譽。 ● 住戶的回饋幫助特力屋持續發現不同的居家需求，進一步促使我們開發新服務，滿足多變的市場需求。			
	外部	● 幫助住戶瞭解如何解決居家空間修繕問題，以提高生活品質。 ● 藉由特力屋管家來宣導居家環境安全與舒適度的重要性。 ● 特力屋管家的主動服務，提升住戶生活安全和信任感，促進生活的安全與品質提升。			



特力屋管家服務流程



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

- 4.1 社會參與主軸
- 4.2 DIY 手創文化
- 4.3 從門市到住家
- 4.4 門市社區共好

5 環保：永續經營文化

附錄

★ 亮點故事

三重集美店 2025 / 11 / 25

例如：居家修繕諮詢延伸服務 / 弱勢協助關懷 ▶ 高齡獨居 / 長者家庭

投入資源

質化 管家主動關懷顧客實際居住困難 / 超出銷售範圍的協助

量化 出動人力 1 名管家 / 約 2 小時

產出效益

質化 解決客人多年未能處理的居住困難

量化 1 筆顧客意見表揚 / 社群曝光 1 則 Reel

社會影響力

質化 建立同仁服務典範

量化 提升住戶信任度與企業溫度

利害關係人回饋

- 顧客表示多年無法處理之問題終於解決，主動來信致謝。

今天 11/25 週二 真是太感謝了

幫我把壞掉的木櫃從 4 樓搬到樓下放置廢棄物的指定地點這件事，我困擾我好幾年，搬家公司說要好幾千才可以。

我們是單親，我跟女兒一起住，沒人可幫忙，今天竟就這樣完成多年心願，好感謝好感恩。

原來特力屋有這種服務已經 6 年了，我們剛才也跟里長取得聯繫之後，我們社區有需要這種服務，里長就知道如何處理了。

一切美好，一切感恩喔。

舊物清空，我現在要去特力屋買新的櫃子，好棒好棒。

特力屋管家回饋

《一個小舉動，換來一份大大的溫暖》

在服務台遇到一位可愛的婆婆

她跟我說：「家裡廚房的櫥櫃壞掉很久了…可是住四樓沒電梯，舊的櫃子根本搬不下去…所以一直不敢買新的。」

她其實早就來特力屋看過、也選好想要的款式，

但因為屬於「自行安裝商品」，沒辦法派師傅到府處理舊櫃拆運。

所以她就這樣拖著、想著、卡著…卡了好久好久。

剛好那天被我遇到

我聽完就跟她說：「婆婆，那我幫你搬下來就好了吶～別擔心！」

她眼眶瞬間紅紅的，一直跟我說：「謝謝你…我困擾這麼久，沒想到今天就被解決了。」

後來還寫了一封感謝信，真的暖到心底

其實啊～

家的大小事，有時候不是商品本身，是「有人願意一起想、一起做」。

這就是特力屋管家的意義

家的大小事，一輩子都是特力的事

你們家有什麼一直卡著的小困擾嗎？

歡迎留言，我看看能不能也幫你鬆開那顆心結



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

- 4.1 社會參與主軸
- 4.2 DIY 手創文化
- 4.3 從門市到住家
- 4.4 門市社區共好

5 環保：永續經營文化

附錄

4.4 門市社區共好

4.4.1 社區防災協作

根據世界銀行《自然災害熱點：全球風險分析》之研究結果，臺灣在多重天然災害暴露與死亡風險指標中屬高風險地區，主要災害類型包括地震、颱風及洪水等；援此，特力屋積極與政府資源整合，於 2024 年與林口區公所簽訂企業防災合作備忘錄，今年則持續與新北市政府合作，推動防災相關活動，定期於全臺門市周圍社區進行各項防災教育，宣導自主防災的觀念，包括：準備緊急照明設備、定期檢視居家環境與修繕、固定家具等，協助民眾能預先做好防災準備，守護家園。

結合公部門力量，提升民眾防災意識

計畫內容	● 配合內政部防災月活動，全國門市均設置防災專區，推廣各類防災商品，強化民眾防災意識。 ● 與新北市政府合作：2025 年特力屋持續與新北市政府合作，參與防災園遊會，會同鄰里居民共同實施防災演練，推廣防災商品，出席區公所防災相關會議。我們整合行政資源與企業力量，強化社區與企業的防災韌性，協助社區提升自助及互助能力。	
計畫對象	● 當地居民	
投入資源	● 實體門市如有需求，即設置防災專區，推廣防災商品。 ● 於線上購物平臺設置防災專區，供民眾選購。 ● 配合中央及地方政府防災政策，配置專業人力進行相關服務。 ● 投入行銷人力與資源，透過自媒體及其他管道，積極向大眾宣導。	
產出效益	● 與新北市政府建立夥伴關係。 ● 特力屋新莊店獲頒新北市企業防災績優企業。	
社會影響力	內部	● 獲得更多開發防災商品及專業服務人力的資源。 ● 建立長期的正面與專業企業形象。
	外部	● 網路平臺與各門市設置防災專區，提供各地家庭於平日採購防災物資。 ● 透過媒體協助傳遞相關資訊，有助消費者重視與接受各項防災建議，提高政府推廣防災意識的效益。



深入社區，強化居家安全

計畫內容	● 法規宣導與教育：以講座、海報、說明會等形式，清楚解釋目前建築技術規則及各縣市最新執行標準。 ● 現場巡檢與診斷：派遣專業人員到社區公共區域巡檢，協助判斷鐵門是否有妨礙逃生之疑慮。 ● 客製化改善建議：依據現場情況提供鐵門改善建議（如：改裝、移除、更換為符合規範的安全門）。 ● 防盜與安全兼顧方案介紹：教育住戶如何在符合逃生要求的同時，透過智慧鎖、防盜監控等方式提升住宅防護。 ● 後續追蹤與輔導：持續追蹤社區改善情況，並提供必要時的技術支援與施工協助。		
計畫對象	● 地區住戶（特別是設有公共通道鐵門的住戶） ● 社區管委會成員 ● 公寓大廈管理公司		
投入資源	人力資源 ● 指派特力屋管家專員進行現場巡檢與講解 ● 合作門市裝修部門提供改善施工支援	物力資源 ● 宣導資料（DM、簡報、海報） ● 逃生安全診斷表、現場丈量工具	財務資源 ● 活動成本（場地、物資製作） ● 必要的教育訓練與交通補貼費用
產出效益	● 讓 200 戶以上地區住戶瞭解最新逃生通道規範。 ● 完成至少 20 處社區 60 戶完成現場檢查與合規改善。 ● 降低社區被政府稽查開罰風險。 ● 帶動住戶進行其他居家安全升級（如智慧鎖、緊急照明）。		
社會影響力	內部	● 內部人員在實際執行中提升法規知識與顧問式銷售技巧。	
	外部	● 特力屋管家團隊形象升級為「居家安全顧問」，建立顧客心中的品牌專業度與信賴感。 ● 強化住宅區公共安全，降低火災逃生阻礙事故。 ● 提升社區居民的逃生意識與防災自主管理能力。 ● 促進地方政府政策順利推動，達成安全社區建設目標。	

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

- 4.1 社會參與主軸
- 4.2 DIY 手創文化
- 4.3 從門市到住家
- 4.4 門市社區共好

5 環保：永續經營文化

附錄

4.4.2 特力屋志工日

2025 年特力屋舉辦「美好家園 讓愛蔓延」志工計畫，以專業修繕專長發揮影響力，不只深入家庭與社區，更鼓勵特力屋夥伴運用己身力量將關懷及資源帶入各個需要的社會角落，創造正面影響力。為了將我們的力量延伸至更多元的弱勢群體，特力屋與非營利組織攜手合作社會公益活動，期待能結合在地資源，給予臺灣偏鄉地區實質幫助及陪伴，共同打造更美好的家園。

美好家園 讓愛蔓延

計畫內容	● 適逢特力屋在臺深耕 30 周年，與台灣世界展望會攜手合作，此次志工計畫透過「修繕＋救援」雙軌公益，包含修繕宜蘭偏遠地區的孩童學習據點，幫助孩童打造更安全、更安心的學習空間，也同時參與展望會「飢餓 30」體驗活動，捐助費用投入人道救援行列，把愛化為行動持續蔓延。	
計畫對象	● 台灣世界展望會受助兒少及人道救援相關對象	
投入資源	質化	● 特力屋羅東店與專責部門前期場勘、評估溝通需求及確認需修繕換新的部分，從準備工作起往返兩地多趟，投入超過 1 個月的時間。 ● 公司提供參與夥伴每人志工假，總經理及管理階層當天也一同前往捲起袖子實際修繕行動，此次修繕包含改善空間收納與照明光源、內外部油漆粉刷、優化學習角落與陽臺環境的安全加強，並更換火災警報器及瓦斯爐等老舊家電，以提升整體空間安全性。 ● 響應「飢餓 30 體驗」，凡每位報名參與的同仁，特力屋即捐贈資助金予展望會用於支持國內特殊景況家庭。
	量化	● 總計近 400 名夥伴參與此次志工計畫，串聯總部及全臺 28 間區店 100% 皆有同仁參與在愛心行動。 ● 總計投入 30 萬元捐助資源，透過「修繕＋救援」雙軌公益，守護孩子的現在與未來。
社會影響力	內部	● 培養夥伴持續付出及關懷的特質，同時也呼應公司的專業、安心與信賴的文化價值。 ● 在專責部門及管理層的支持下，可提高員工對公司的認同感，進而吸引更多優質且有志一同的夥伴加入特力屋。
	外部	● 幫助偏遠地區的兒少學童，於課後可以擁有一個安全又安心的學習與生活據點，鼓勵孩子對社會保持感恩，創造正向學習的成長環境。 ● 透過實際體驗及捐助，給予台灣世界展望會投入人道救援的資源，以幫助脆弱地區的兒童生命。

利害關係人回饋

- 特力屋志工：「我們很開心能用一己所長為孩子打造更安全、安心的學習角落，陪伴他們長大。」
- 台灣世界展望會東區辦事處處長：「據點與助學金的支持，讓孩子不因經濟困難而被迫放棄學習；社會大眾的一點點關懷，都能為孩子帶來改變的力量。展望會深知孩子的成長不僅需要書本上的知識，更需要陪伴與支持的環境。據點就是孩子的依靠，不論在課業、生活或心靈上，都能有人傾聽、有人陪伴。感謝特力屋及社會大眾的投入，讓這份關懷能持續傳遞，讓更多孩子懷抱希望、自信前行。」
- 台灣世界展望會：「感謝特力屋的暖心行動用專業和愛心打造安全環境，把愛化為力量，陪伴孩子迎向更安心的未來。」



特力屋志工參與飢餓 30



前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業:全方位居家解決方案
- 3 安心:幸福包容職場
- 4 信賴:家的好鄰居
 - 4.1 社會參與主軸
 - 4.2 DIY 手創文化
 - 4.3 從門市到住家
 - 4.4 門市社區共好
- 5 環保:永續經營文化

附錄

4.4.3 其他公益支持

聖誕心願認養守護童年夢想

聖誕節是個充滿愛、希望與溫馨的節日，特力屋連續 8 年攜手財團法人世界和平會，為孩子們一圓聖誕心願，我們透過實際行動傳遞歡樂與祝福，延續社會愛心，為弱勢孩童們帶來幸福感。

孩子們寫下的心願，大多是生活上實用、質樸的必需品，如學習用的文具、日常用品與衣物；有些心願也關乎萌芽中的夢想與充滿願景的目標，亦有很多孩子展現體貼家人的用心，期盼辛苦的家人也能一同共享收到禮物的喜悅。多年來特力屋同仁們不僅費心包裝每份聖誕禮物，更會親筆附上祝福卡片，並貼心考量孩子的閱讀年齡，搭配注音書寫，只願將最溫暖、無障礙的關懷傳遞至每位孩子心中。

計畫內容	● 財團法人世界和平會受助孩童	
計畫對象	● HR 同仁及公司管理階層透過每年的聖誕月，號召特力屋及集團同仁一起認養孩子的心願。 ● 2025 年特力屋總部及門市送禮物數共 326 份。	
產出效益	● 8 年來特力屋及集團同仁親自選購禮物並附上祝福，受眾遍布全臺 15 個縣市、681 個家庭、累計受益孩童達 6,950 人次。	
社會影響力	內部	● 在專責部門及管理層的長期推廣下，可培養同仁樂於關心付出的特質，並增進對公司的認同感，進而吸引更多優質且有志一同的夥伴加入特力屋。
	外部	● 向弱勢孩童傳遞關懷並實現他們的願望，藉此激勵孩子及他們的家人，對社會心懷感恩與希望，為其未來發展帶來正向影響。

利害關係人回饋

- 財團法人世界和平會：「透過小種子串起的是人和人之間交流的溫暖，也喚起每個人心中的良善與美好。而特力聖誕天使心中對孩子的承諾也如同故事中的橡樹種子，不斷地被播種、不斷地成長、不斷地延續和傳承。
- 每一份禮物還有聖誕天使為孩子們書寫的祝福卡片，充滿濃厚又真摯的心意，在孩子們收到禮物時，也感受到珍貴的情感流動著。閱讀著禮物上的祝福文字，孩子們開心地唸出字字句句，和同學們交流分享屬於自己的幸福。」



聖誕心願認養守護童年夢想

特力家居：構築永續公益平台

特力家居桃園館（以下簡稱特力家居）以支持公益團體與弱勢族群為核心目標，致力於搭建大眾參與公益的橋樑，提升社會對多元議題的關注。我們積極深化與公益夥伴的長期合作，持續擴大社會影響力；為此，特力家居無償提供商場空間作為公益宣導平台，協助合作單位向大眾介紹服務領域、服務族群，讓更多民眾得以認識公益單位之使命與需求，進而凝聚社會大眾的實質支持。

2025 年，特力家居持續發揮場域價值，與多元領域的公益單位攜手舉辦多項活動，包含愛心義賣、捐血捐助企劃、身障街頭藝人表演及流浪動物認養計畫等，合作單位涵蓋仁友愛心家園、弘道愛心義賣、真善美基金會、自閉症協會、盲人重建院、陽光基金會、惠光導盲犬學校、毛腿腿認養團、桃園景福扶輪社及春好芯慈善義賣；以下將以愛心義賣活動為例，具體說明特力家居與公益夥伴共同締造的社會實質影響力。

2025 年特力家居愛心義賣活動

計畫對象	● 社會大眾 ● 9 個公益單位，包含仁友愛心家園、弘道愛心義賣、真善美基金會、自閉症協會、盲人重建院、陽光基金會、惠光導盲犬學校、毛腿腿認養團及春好芯慈善義賣	
投入資源	● 使用特立家居場地、設備，並停工參與志工免費停車。 ● 協助、活動規劃與現場支援，確保活動流程順暢。 ● 運用行銷資源（社群、海報、公告）協助公益單位提升活動曝光。 ● 與公益單位合作，共同規劃宣導內容與活動呈現方式，提升整體效益。	
社會影響力	內部	● 提升員工對公司公益價值的認同，透過共同參與活動增進團隊凝聚力，並讓員工更具使命感與參與感，創造正向能量的工作文化。
	外部	● 透過義賣與倡議，增加公益單位曝光與獲得資源機會，也讓更多人瞭解單位服務內容與需求，進而增加大眾更多的公益參與，在這過程中也促進特力家居與公益單位之間的良性互動與合作。

利害關係人回饋

- 公益單位表示有效曝光與募款給予他們正面支持。



5

環保：永續經營文化



本章闡述特力屋如何以永續治理為核心，深耕綠色營運、風險管理與資訊安全，強化企業韌性與長期競爭力。因應氣候變遷與能源轉型，特力屋落實節能減碳與資源循環，並透過制度化治理與跨部門機制，確保永續策略穩定落地。我們於環境面推廣綠色商品、社會面深化隱私保護、治理面強化董事會職能，將永續理念融入日常營運，積極回應聯合國永續發展目標（SDGs），形塑長期價值。

重大主題

公司治理與誠信經營

風險管理與法規遵循

經濟績效

經濟績效

亮點績效

- 🌱 2025 年特力屋南崁店、八德店、平鎮店皆獲頒桃園市綠色商店績優單位獎。
- 🌱 特力屋北屯店獲頒臺中市商場低碳認證。
- 🌱 1% 的全年出貨包裹採用與配客嘉合作的循環包裝服務。
- 🌱 達成環境部平均包裝材減重率 30% 目標。
- 🌱 2025 年共回收 82,430 顆燈泡、11,831 公斤乾電池。
- 🌱 2025 年寶特瓶回收 1,417,869 個。

子章節

- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構



前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化
- 重大主題管理方針
 - 5.1 綠色營運管理
 - 5.2 永續治理架構

附錄

重大主題管理方針

重大主題 公司治理與誠信經營

- 政策與承諾** ● 貪腐行為對公司發展及社會穩定性帶來負面影響，特力屋秉持專業誠信的經營理念，不僅僅只追求符合法律規範，更積極要求員工與供應鏈夥伴遵循公司內部的反貪腐準則。
- 權責單位** ● 人力資源部、財務部、稽核室
- 投入資源** ● 董事會、人資人員、法務人員、採購人員、全體員工。
- 因應措施與管理行動** ● 透過董事會及功能性委員會進行重大營運管理準則溝通及會議討論，如資通安全風險管理、智慧財產管理計畫等。
● 透過官網公開揭露資訊提升公司治理的透明度。
● 經由內部多元管道持續宣導廉潔觀念。
● 訂定治理相關辦法及簽署廉潔承諾。
● 隨時掌握法令以訂定及修正相關辦法，並不定期進行內部宣導。
- 申訴機制** ● 臺灣 02-8791-5965 & 02-8791-5966 Whistleblowing@testritegroup.com
- 評核機制** ● 透過稽核單位定期檢視相關作業執行結果，針對改善計畫進行追蹤確認。

2025

目標

- 2025 年全體員工 100% 完成廉潔承諾書的簽署；供應商 100% 完成簽署。
- 董事成員中有 2 位女性。

達成

- 2025 年全體員工、供應商均完成廉潔承諾書的簽署。
- 董事成員中有 4 位女性。

2026

短期目標

- 官網設定投資人專區供投資人查詢各項公司治理資訊。

2027~2029

中期目標

- 公司治理評鑑：達 21%~35%。
- 董事組成多元化：任一性別董事席次達 1/3、獨立董事席次過半。
- 每年至少進行一次誠信廉潔教育訓練，全體員工 100% 完成。
- 員工將誠信廉潔的企業文化價值內化，於日常工作中皆遵循誠信廉潔準則。

2030 年以後

長期目標

- 公司治理評鑑：達 6%~20%。
- 財務穩健經營，並持續發放股利。

重大主題 經濟績效

- 政策與承諾** ● 特力屋為公司發展竭盡心力，持續妥善規劃、用心管理；善用金融工具，資金來源多元化，以期強化資本結構、提高股東權益報酬率。
- 權責單位** ● 財務部
- 投入資源** ● 業務、採購及行銷部、財務及法務人員。
- 因應措施與管理行動** ● 全力發展線上及線下整合的業務，滿足現代多樣化的消費者需求。
● 持續拓展社區店以擴大服務網，發展「特力屋管家」專案貼近消費者生活，有效解決地區住戶居家問題並擴展市場知名度。
● 持續改善和優化永續供應鏈、服務事業夥伴管理，確保特力屋的產品與服務滿足消費者的期待。
- 申訴機制** ● 投資人信箱：TLW_IR@TLWgo.com
● 特力屋網站「投資人關係」專區之「股務作業」聯絡資訊。
- 評核機制** ● 定期進行業績進度追蹤及提出改善計畫。
● 掌握市場趨勢及輿情動態，適時調整營運計畫。

2025

目標

- 全年營收突破新臺幣 90 億。
- 新展社區店 6 間，達成全臺灣社區店 40 間。
- 全員主動銷售，提供主動與及時性優質服務，創造高績效營利表現。

達成

- 全年營收突破新臺幣 86.3 億。
- 新展社區店 3 間，達成全臺灣社區店 37 間。

2026

短期目標

- 全年營收突破新臺幣 100 億。
- 新展社區店 8 間，達成全臺灣社區店 45 間。

2027~2029

中期目標

- 持續提升商品競爭力、積極展店擴大市佔率、提升營運績效回饋利潤給股東。

2030 年以後

長期目標

- 持續提升長期股東權益。

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化
- 重大主題管理方針
 - 5.1 綠色營運管理
 - 5.2 永續治理架構

附錄

重大主題 風險管理與法規遵循

- 政策與承諾**
- 依相關法規或進口產地規定要求等，據以執行各項產品、服務行銷與標示，同時，將公司組織及新興風險納入風險管理範疇，由董事會及各營運單位共同參與並推動執行。
- 權責單位**
- 總經理室、財務部
- 投入資源**
- 法務人員、稽核人員、產品檢測人員、風管人員、輔導顧問及認證評鑑費用
- 因應措施與管理行動**
- 定期對公司全體員工進行資訊安全、個資管理等教育訓練。
 - 法情通報機制再優化：如建立節能標章系統。
 - 強化法令遵循力度：如重新檢視門市儲存空間設置標準，並且針對倉庫安全進行法遵盤點。
 - 訂定風險管理辦法。
 - 各單位根據其業務性質，對於潛在或現有之風險及其影響程度，予以辨識、分析、衡量、回應、監控審查及報告，並提出因應措施。
 - 因應主管機關與當地法令需求，提供公司員工各項不同法規事務的宣導與諮詢。
 - 投保資安保險、信用保險及營運相關保險。
- 申訴機制**
- 全國各門市。
 - 投資人信箱：TLW_IR@TLWgo.com
 - 特力屋官方購物網站「聯絡客服」載明之各聯絡管道。
- 評核機制**
- 每年至少進行 1 次內部自我稽查和外部第三方稽查，確保資安與個資管理體系的有效性。



2025

- 目標**
- 風險管理：個資、資安及智慧財產權管理均 100% 達成。
 - 法規遵循：有效降低重大違規事件。
 - 稽核任務：稽核任務達成率 100%。
 - 加強風險管控及教育訓練。
 - 無發生重大違規事件。
 - 透過風險評鑑機制增加稽核任務。

- 達成**
- 個資、資安及智慧財產權管理均已 100% 達成。
 - 發生之重大違規事件均已改善完成。
 - 稽核任務均已 100% 達成。
 - 已完成投保資安保險、信用保險及營運相關保險。

2026

- 短期目標**
- 風險管理：個資、資安及智慧財產權管理均 100% 達成。
 - 法規遵循：有效降低重大違規事件。
 - 稽核任務：稽核任務達成率 100%。
 - 加強風險管控及教育訓練。
 - 無發生重大違規事件。
 - 透過風險評鑑機制增加稽核任務。
 - 強化資安保險、信用保險及營運相關保險機制。

2027~2029

- 中期目標**
- 風險管理：
 - 強化公司個資安全之管理能力；每年由公正獨立的第三方單位進行續審、每 2 年進行重審，確保個資安全管理體系的有效運作。
 - 深化公司資訊系統之資訊安全管理能力；每年由公正獨立的第三方單位進行續審、每 3 年進行重審，確保資訊安全管理體系的有效運作。
 - 法規遵循：
 - 無發生重大違規事件。
 - 規範法令遵循與法情通報機制，逐年提升品質管理績效。
 - 稽核任務：
 - 計畫性稽核任務達成率 100%。

2030 年以後

- 長期目標**
- 建置風險管理平臺，完善風險管理機制。
 - 成立「跨部門法規遵循管理小組」。
 - 取得 TIPS 智慧財產管理制度的外部驗證並持續維運。

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化
 - 重大主題管理方針
 - 5.1 綠色營運管理
 - 5.2 永續治理架構

附錄

重大主題 隱私與資訊安全

政策與承諾	● 建立資訊安全管理體系，訂定資訊安全管理政策及資訊系統評鑑及風險處理計畫，持續執行 ISMS (Information Security Management System) 有效性量測及矯正預防措施，強化作業流程及環境防護能力，提升資安技術與資安體系維運能力，確保資安政策的落實並符合外部稽核評鑑標準。此外，定期進行資訊安全防護教育訓練，增強同仁的資安意識。		
權責單位	● 資訊系統管理部		
投入資源	● 資訊系統管理部		
因應措施與管理行動	● 定期檢視資訊安全政策及執行成效。 ● 定期完成資訊安全相關教育訓練。 ● 定期執行資訊應用系統之弱點掃描及滲透測試，以確保資訊環境安全性。 ● 每年至少進行一次內部自我稽查和外部第三方稽查，確保資安管理體系的有效性。		
申訴機制	● 全國各門市。 ● 特力集團投資人信箱：TLW_IR@TLWgo.com ● 特力屋線上購物網站「聯絡客服」載明之各聯絡管道。		
評核機制	● 定期實施資安指標量測及結果審查。	● 定期召開資訊安全管理審查會議，進行 ISMS 管理審查及成效追蹤。	● 定期執行第三方機構之稽核審查，確保資安管理政策符合評鑑標準。

2025

目標

- 舉辦「社交工程演練」及「資安教育訓練」。
- 針對檢核所需關注之風險弱點管理，須於規範建議期限內完成修補措施及配套管理辦法。

達成

- 員工 100% 通過資安教育訓練課程之考試標準。
- 完成 1 次弱點掃描，並對高風險弱點進行修補與持續追蹤觀察。

2026

短期目標

- 持續執行資安教育訓練及社交工程演練，提升全體員工對資訊安全的認識和警覺性。
- 強化資料保護機制，確保公司內部和客戶資料的機密性、完整性和可用性。

2027~2029

中期目標

- 強化資安防護能力，確保資訊安全管理體系的有效運作。
- 成立專責的資訊安全單位，制定並推動公司內部的資訊安全政策。
- 加強對供應鏈的資安管理，確保供應商符合公司的資安標準，並定期進行風險評估和審查。

2030 年以後

長期目標

- 商落實資訊安全政策與隱私保護措施，達成無資訊外洩事件之目標。
- 強化安全資訊事件管理機制，即時監控內部和外部的安全活動，提升資安防禦能力。



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

● 重大主題管理方針

● 5.1 綠色營運管理

● 5.2 永續治理架構

附錄

5.1 綠色營運管理

特力屋致力推動節能省電營運政策及推廣銷售綠色環保相關商品，並教育同仁身體力行，以擴大省電節能的效果；另一方面，特力屋要求所有中大型門市皆須 100% 通過行政院環境部「綠色商店認證」，截至 2025 年所有新開設的社區小型店皆取得「綠色商店認證」。

5.1.1 打造綠色消費環保商場

特力屋門市環保日 攜手消費者響應回收

特力屋環保日活動已連續辦理超過 12 年，所有門市於每週六鼓勵消費者攜帶廢棄電池及 LED 燈泡參與門市的回收獎勵計畫活動，而特力屋將提供會員點數作為回饋，點數可以折抵門市消費，藉此鼓勵消費者響應綠色行動，提升來店消費黏著度，並擴大廢燈泡及廢電池的回收效益。

我們選擇與政府認可的環保清運公司合作，定期安排廠商回收門市收集的燈泡和電池。參與環保日的門市內也有設置壓紙箱的機器，顧客在拆箱後可以直接將紙箱壓扁並由門市統一回收。這些措施不僅促進消費者的環保意識，更可以有效減少資源浪費。

具體成效上，2025 年度共回收 82,430 顆燈泡，兌換為 247,290 點產品點數；乾電池回收量達 11,831 公斤，發放折價券新臺幣 312,270 元。特力屋為推動環保綠活動，於 2025 年與 ECOCO 智能回收機擴大合作，增加寶特瓶，2025 年回收量 1,417,869 個，發放折價券 283,574 元。

2025 年特力屋環保日燈泡與電池回收情形

	回收數	兌換贈送點數
燈泡	82,430 顆	247,290 元
電池	11,831 公斤	312,270 元
寶特瓶	1,417,869 個	283,574 元

活動價值
843,134 元
參與會員
6,785 人



2025年度環保日



可回收寶特瓶的
ECOCO智能回收機

ECOCO新莊店裝設照



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

LED 照明光源換新推廣

特力屋 2025 年持續將節能、健康、環保、結合在行銷活動規劃中，鼓勵消費者購買綠色產品。尤其以 LED 商品作為特力屋的主打綠色產品，我們更實際打造 LED 體驗館，讓消費者更直觀感受 LED 產品與其他產品的差異及節能效益；並以情境展演的方式供消費者親自體驗。在 2025 年，共售出約 18 萬組 LED 吸頂燈、103 萬顆 LED 燈泡及 26 萬支 LED 燈管（包含 4 呎與 2 呎燈管），若跟傳統 T8 燈管比較，約可減少 14 萬噸的碳排放量。

LED 燈泡 / 燈管銷售量

	2023	2024	2025
LED 吸頂燈（單位：3 顆）	-	-	183,802
LED 燈泡（單位：顆）	1,405,132	1,363,995	1,038,184
LED 2 呎燈管（單位：支）	110,814	118,690	107,132
LED 4 呎燈管（單位：支）	152,639	172,498	159,639

一年約可減少之用電度數（單位：度）	282,068,255.1	276,755,796.9	316,913,531.25
約可減少之碳排放量（單位：噸 CO ₂ e）	139,341.7	131,182.25	147,998.62

註：以下為上表計算方式

1. 一年約可減少之用電度數 = (傳統燈具瓦數 - LED 燈具瓦數) × 每日使用時數 × 365/1000。
2. 電力排碳係數依經濟部能源署最新公告計算，2025 年度係數為 0.467 公斤 CO₂e/ 度。因每年電力排放係數公告與永續報告書編製期之時間差，影響統計結果，故相關數據以最新一期永續報告書揭露為準。
3. LED 吸頂燈內含三顆 LED 燈泡。
4. 瓦數雖不同，以平均保守瓦數計算使用一顆 9W LED 燈泡亮度相較於一顆 60W 白熾燈泡的使用，以一天使用 10 小時來計算。
節省電 (度)：(60W-9W) × 10 小時 × 365 天 / 1,000 = 186.15 度 / 年；
減少碳排放量：186.15 度 × 0.467kg CO₂e = 86.93kg CO₂e。
5. 4 呎燈管主要瓦數 18W，2 呎燈管主要瓦數 9W。為利統一計算，2 支 2 呎燈管按 1 支 4 呎燈管計算。
4 呎 18W LED 燈管亮度相較於一顆 45W 傳統 T8 燈管的使用，以一天使用 10 小時來計算；
節省電 (度)：(45W-18W) × 10 小時 × 365 天 / 1,000 = 98.55 度 / 年；
減少碳排放量：98.55 度 × 0.467kg CO₂e = 46.02kg CO₂e。



特力屋打造LED體驗館，幫助消費者更直觀感受，並推廣優先選購LED產品

獲頒綠色商店績優獎項，積極推廣綠色商品販售

特力屋作為綠色商品銷售的領導連鎖通路，所有門市皆已取得環境部「綠色商店認證」，不僅販售綠色商品，也設置資源回收區，並提供清楚、方便的指引，鼓勵消費者挑選。各縣市政府主管機關亦會定期向特力屋門市蒐集綠色產品之銷售業績，作為綠色商店相關獎項評比依據。

此外，特力屋門市持續獲得地方縣市主管機關表揚與肯定，包含北屯店連續兩年獲頒臺中市低碳商場認證，以及南崁店、八德店、平鎮店皆獲 2025 年綠色商店績優單位獎，持續對環境及綠色消費貢獻一己之力。



臺中市低碳商場認證—特力屋北屯店



綠色商店績優表揚—特力屋南崁店、八德店、平鎮店

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

支持消費者綠色消費的購物環境

特力屋致力於營造綠色消費購物環境，並將「綠色購物環境」納入特力屋的重要績效指標，陪伴消費者邁向低耗能、低碳的生活方式。同時，特力屋也透過 Facebook、line 官方帳號等數位社群平臺，持續分享永續生活，推動綠色行銷活動。2025 年特力屋 FB 社群線上共觸及約 3,375 萬人次。

- 專業店員節能教育指導：
門市人員主動向消費者宣導節能產品知識與重要性，將每次購物轉化為環保學習機會，協助消費者在日常生活中實踐節能減碳。
- 參與政府機關節能季與獎項：
積極參與中央部會或各縣市政府節能季推廣活動及節能獎項評選，同時在門市舉辦綠色生活體驗活動，鼓勵消費者優先選擇節能商品。
- 門市節能產品專區設置：
各門市設置節能專區，集中陳列節能產品，並以清晰標示引導消費者尋找其他區域的節能標章產品，提升選擇綠色消費的便利性。
- 全面推行環保購物袋與電子發票：
特力屋全面停售非環保購物袋，鼓勵消費者使用回收紙箱或環保購物袋，並於結帳時主動推廣電子發票服務，響應減紙策略。
- 設計回數專案、獎勵機制：
針對能源效率一、二級產品，提供各式促銷優惠，例如現金回饋、折價券、活動抽獎、分期零利率等。並配合政府節能活動提供購物優惠，如與地方環保局合作「節電認同券」活動，提供節能商品購物優惠。

5.1.2 能資源與廢棄物管理

特力屋於所有門市皆有設立節約能源推動小組，以擬定門市的節能管理計畫並投入資源實施節能作為，同時積極推動門市內部教育宣導及確認各單位是否落實門市的節能政策。

特力家居桃園館商場建築本體使用雨水回收系統、節能高壓變電設備，並採用 LOW ENERGY 玻璃，可阻擋夏天熱能，降低建築物冷氣使用。桃園館已建置分區智慧電力監控系統，即時監控異常耗能，預計可透過數據分析進行負載優化減少無謂耗電；停車場照明皆已全數汰換為高效能 LED 節能燈管，有助降低停車場照明用電 50%，並合作引進電動車充電樁設備，持續提升商場節能作為。

特力屋門市落實綠色管理

- 各店設立節約能源推動小組：擬定節能管理計畫及節約能源工作，推動落實節能政策與教育宣傳。
- 定期檢視：定期請廠商到店檢視各店空調效能，逐年編列預算汰換老舊冷卻主機與壓縮機。
- 配合政府：善用經濟部與臺電對企業的節電輔導措施，提升節能效。
- 碳排管理：南崁店先行完成碳盤查並建立制度，後續將據此推廣至各門市，實施碳排管理。
- 力行 5R 原則降低環境負荷（Reduce, Reuse, Recycle, Rethink, Reject）
- 士林店藉由過去取得 ISO 50001 認證經驗，依專業節能管理作業制訂 SOP，提供其他分店節能管理依據，取得顯著節電成效。
- 賣場於營業前開放部分電源；電扶梯改為紅外線感應啟停裝置；空調設定為 26~28° C，秋冬季節適時調整為送風；天氣較冷時空調設備提供外氣，引入新鮮空氣。
- 持續開發綠色商品，不定期針對環保節能商品推出優惠促銷，打破民眾對於節能商品高門檻印象，鼓勵民眾優先購買節能商品。
- 定期與賣場工作人員進行綠色消費教育訓練，提供綠色商品知識及販售技巧。
- 各店積極與各地政府合作推廣節能活動及參與評比

推廣

提供完整環保節能商品線

營運

商場空間能源使用管理

治理

建立能源查核專責組織

前言

1 特力屋永續價值

2 專業:全方位居家解決方案

3 安心:幸福包容職場

4 信賴:家的好鄰居

5 環保:永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

能源管理

2025 年特力屋外購電網能源消耗百分比為 100%。特力屋在總部辦公室、楊梅物流中心及各門市皆使用節能環保的照明設備，並依季節調整耗電量大的空調使用時間或強度。

因產業特性及營業時間，特力屋能源用量主要來自於門市用電及空調用電，公司為了降低營運對於環境的影響，會定期請廠商到各門市檢視空調效能，逐年汰換老舊的冷氣機與壓縮機；並逐年調降購電契約的容量以減少門市用電及耗能。同時，特力屋會配合各縣市政府辦理的節電競賽及經濟部對企業的節電輔導措施，以協助各門市達到節能、節電的成效。為瞭解各門市能源使用之

現況，特力屋已完成 2025 年完成溫室氣體盤查並建立碳排放管理制度。

特力屋的汽柴油設備主要為公務車、堆高機、發電機；總部為辦公室故無柴油使用，僅有公務車用油。特力屋依過往實務經驗，定期調整發電機備用油料以避免剩餘油料變質。在颱風季節，如有海上颱風警報時，門市將提早測試緊急發電機是否正常運轉，並不受每兩週運轉限制，兼顧緊急發電、運轉測試以及合理管控備用油料。同時，為降低公務車汽油及柴油的耗用，特力屋逐年編列預算汰換舊公務車，除 2024 年新莊店與士林店改租賃全新公務車外；2025 年則持續落實公務車之日常能耗管理與定期保養，以維持低碳運輸效益並減少耗油量。

2025
用電量 /
能源使用量
統計

特力屋¹
用電量

外購電力 (度)

2023

34,210,052.10

2024

37,018,574.80

2025

38,785,520.10

特力屋²
用電密集度

用電密集度 (度數 /m²)

153.82

149.18

157.55

用電密集度與去年相比
變化量 (%)

-

-3.0%

5.6%

註 1：本表資料範圍包含特力屋及特力屋室內裝修設計。
註 2：2025 年樓地板面積為 246,182.26m²。

特力屋³
能源使用量

外購電力 (GJ)

2023

123,184.2

2024

133,297.2

2025

139,627.9

汽油 (GJ)

326.0

515.2

304.5

柴油 (GJ)

234.4

148.8

247.8

天然氣 (GJ)

-

-

6,854.3

總能源使用量 (GJ)

123,744.6

133,961.2

147,034.5

特力屋⁴
能源密集度

用電密集度
(GJ/ 新臺幣百萬元)

9.39

13.95

16.27

註 3：資料範圍包含特力屋與特力屋室內裝修設計。
註 4：經內部資料確認，修正 2024 年能源密集度數據。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

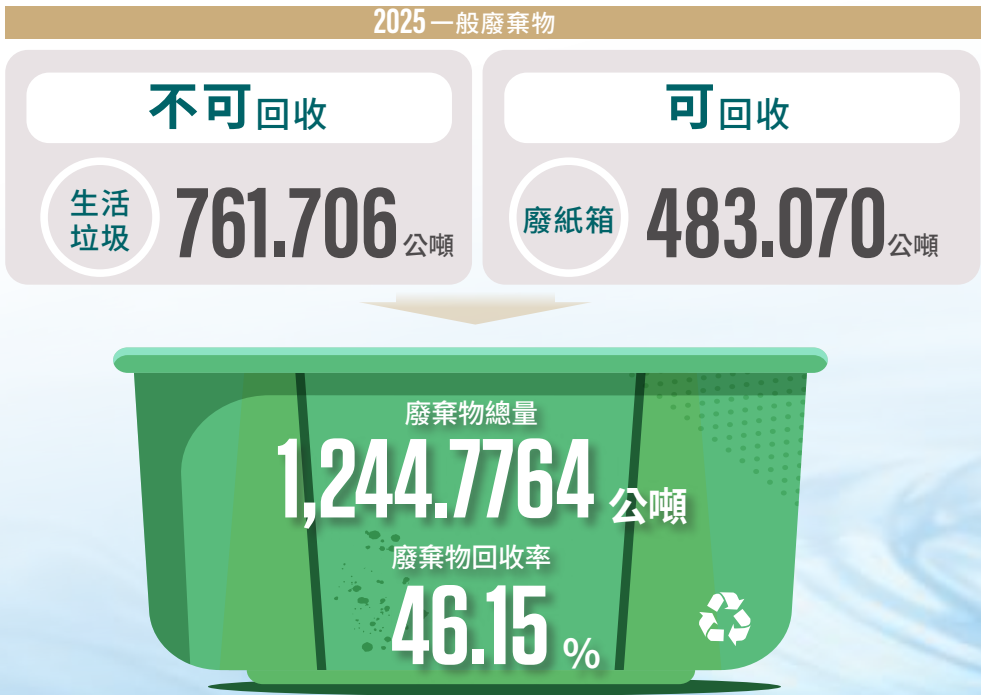
溫室氣體管理

特力屋 2025 年度範疇一能源使用為汽油與柴油、冷媒、化糞池、滅火器，排放量為 1,585.77 公噸 CO₂e；範疇二主要能源使用為外購電力，排放量為 18,384.34 公噸 CO₂e；總排放量共 19,970.10 公噸 CO₂e，溫室氣體總排放強度為 2.21 公噸 CO₂e / 百萬元。

		2024 (tCO ₂ e)	2025 (tCO ₂ e)
範疇一	固定式燃燒排放源	350.84	365.05
	移動式燃燒排放源	45.32	30.66
	逸散排放源	1,200.14	1,190.06
範疇二	能源間接排放源 (外購電力)	17,546.80	18,384.34
溫室氣體 碳排放密集度	A 溫室氣體排放總量	19,143.11	19,970.10
	B 營業額 (百萬元)	9,600	9,037
	溫室氣體排放密集度 (A/B)	1.99	2.21

廢棄物管理

特力屋廢棄物類型為一般廢棄物，營運過程中因有較多廢紙箱，門市在回收時會將廢紙箱壓成紙磚，再委由專業廠商代為回收處理；目前特力屋在全臺門市有合作之資源回收廠協助回收處理。



水資源管理

特力屋重視水資源的使用及節約用水的概念。各年度皆有盤點全臺據點總取水量、總耗水量及總排水量。2025 年度取水量雖為近三年度最高，其變動主要與營運規模、據點增加與使用情形相關（如營運時數及空間、設備使用強度等因素），但整體而言仍屬合理營運波動範圍。儘管用量略為上升，特力屋仍持續推動節水與水資源再利用措施，以降低用水強度，例如，西屯店已於商場建築中架設雨水回收系統，並將回收雨水用於灌溉植物。

特力家居桃園館商場廁所用設施，針對高頻率之水龍頭加裝省水導水器；商場用水安全方面，持續透過設備升級與源頭減量策略提升整體永續效能。本館於例行檢修期間發現污水系統槽體受損後，隨即啟動大規模的預防性補強及系統升級工程，並於 6 個月內完成施工。此項重大投入有效強化污水系統結構耐久性，提高處理效率，並降低滲漏與環境風險，確保場域營運的持續穩定。此外，為從源頭減少化學污染負荷，本館要求清潔廠商與館內餐飲櫃位全面使用具政府「環保標章」之生物可分解清潔劑，以減輕污水處理系統負擔並提升整體用水環境品質。



註：本表資料範圍包含特力屋（含門市）、特力屋室內裝修設計。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

● 重大主題管理方針

● 5.1 綠色營運管理

● 5.2 永續治理架構

附錄

此外，我們在整體營運上也推出以下措施，降低廢棄物的環境衝擊：

辦公室 - 無紙化作業

目前特力屋內部已完全採「無紙化」作業流程，於 2001 年導入之 B2B 商務平臺，後續並於該平臺再導入相關行政作業。公司在節省紙張使用的前提下，還能降低列印作業錯誤，將減少的成本回饋給消費者，並期望可以驅動上、下游合作廠商提升環保理念。統計 2025 年所節省的行政表單（如訂購單、驗貨單、退貨單等）約為 1,241,838 張紙，相當於減少碳排放量約 7.6 公噸 CO₂e。若計入供應商方，則節省之數量為 16.9 公噸 CO₂e。

門市 - 電子化服務

- 電子發票：特力屋門市已與政府合作推廣電子發票。2025 年特力屋電子發票使用率已達 54.9%，相較 2024 年 50.6% 增加了 4.3%。
- APP：特力屋通過 APP 加快門市無紙化作業流程，使零售業常見的紙本折價券、型錄、工具租借表單、課程報名表皆於線上取得資訊並直接使用，減少紙張的消耗。2025 年已全面由 APP 申辦會員卡，降低紙本會員申請作業，2025 年減少了 2,654 張 A4 會員申請單據，減少約 0.02 噸的碳排放量。
- 電子價標：零售通路選點試行電子價標以減少列印紙張，包含特力屋士林店與大墩店共兩家大型門市，每家門市一個檔期會更換價標約 3,647 個，估計一年共會消耗 58,352 張 A4 紙。未來除持續增加門市的電子價標建置外，包括結合其他系統做周邊的自動化控管與營運升級效益、人員生產力提升等。2025 年估計一年可減少 58,352 張 A4 紙，使用電子價標可減少約 0.47 噸的碳排放量。
- 數位型錄：配合節能商品促銷，製作型錄與民眾溝通居家全方位節能減碳解決方案；零售通路減少印刷紙本型錄，改為 EDM 寄送會員，並置於購物網站上，方便與消費者溝通；此外，相較 2024 年，2025 年特力屋紙本型錄及宣傳品印刷費用減少 81%。

門市 - 以租代購服務

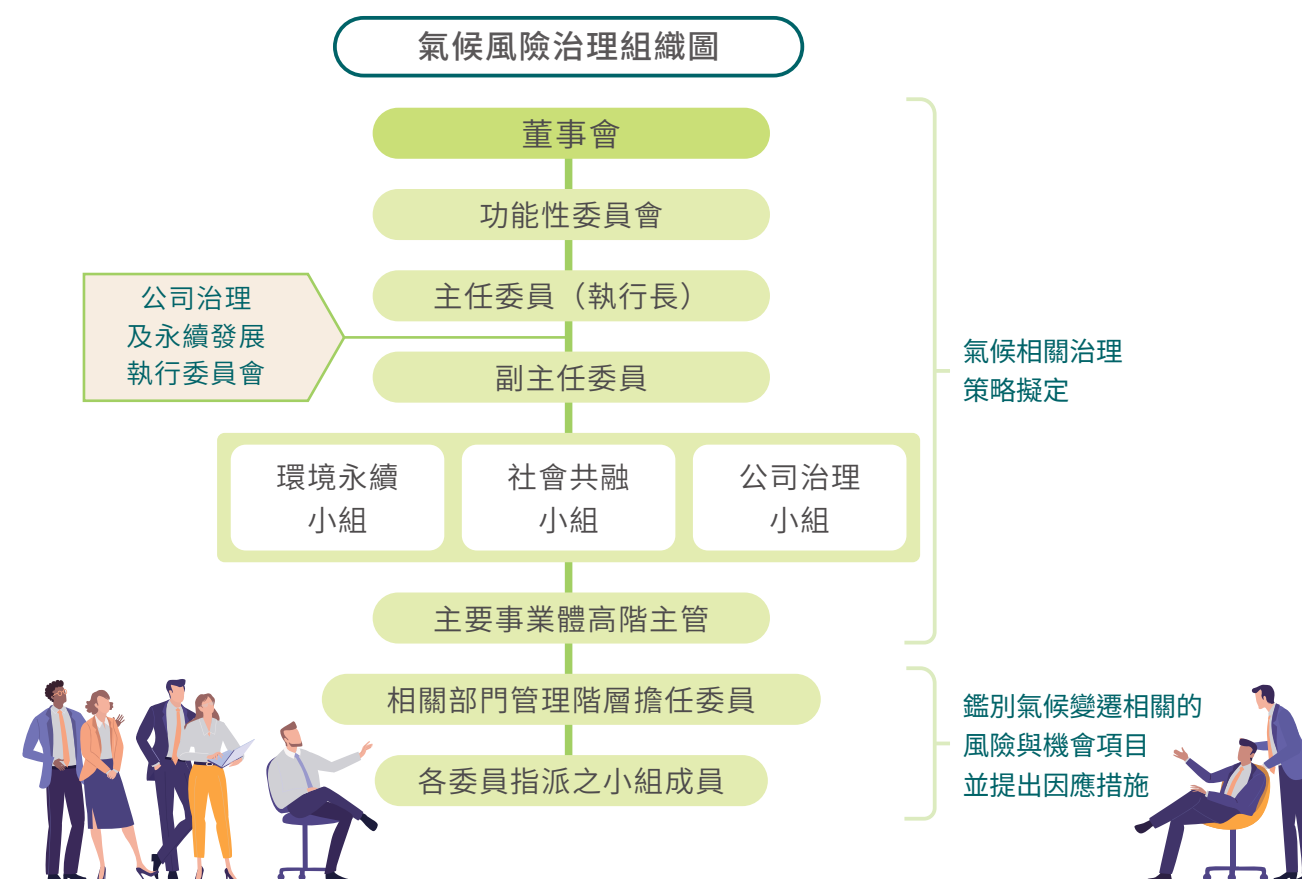
特力屋還為消費者提供工具租借服務，以租代購減少商品產生廢棄物，也減少廢電池等相關配備污染環境的機會。2025 年特力屋全門市共計提供租借 6,637 次。

**5.1.3 氣候變遷因應策略與管理**

特力屋配合特力集團於 2020 年起依據氣候相關財務揭露架構（Task Forced on Climate-related Financial Disclosures），揭露氣候相關風險與機會，從市場轉變、極端氣候等轉型與實體風險面向分別進行風險與機會分析，針對重大氣候相關風險與機會擬定因應策略，以有效管理氣候風險與機會議題。

治理

特力集團的氣候相關治理策略由公司治理及永續發展執行委員會「環境永續小組」負責。該小組的主要職責為制定並實施氣候相關的管理政策，定期向公司治理及永續發展委員會和董事會報告進展情況並取得核可。

**策略**

特力集團導入氣候相關風險與機會辨識機制，完整盤點及評估各項風險與機會議題對營運之影響，並提出相對應因應策略與措施。同時透過每年的教育訓練、定期檢視執行現況，持續掌握風險與機會動態，減少特力屋的環境衝擊。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

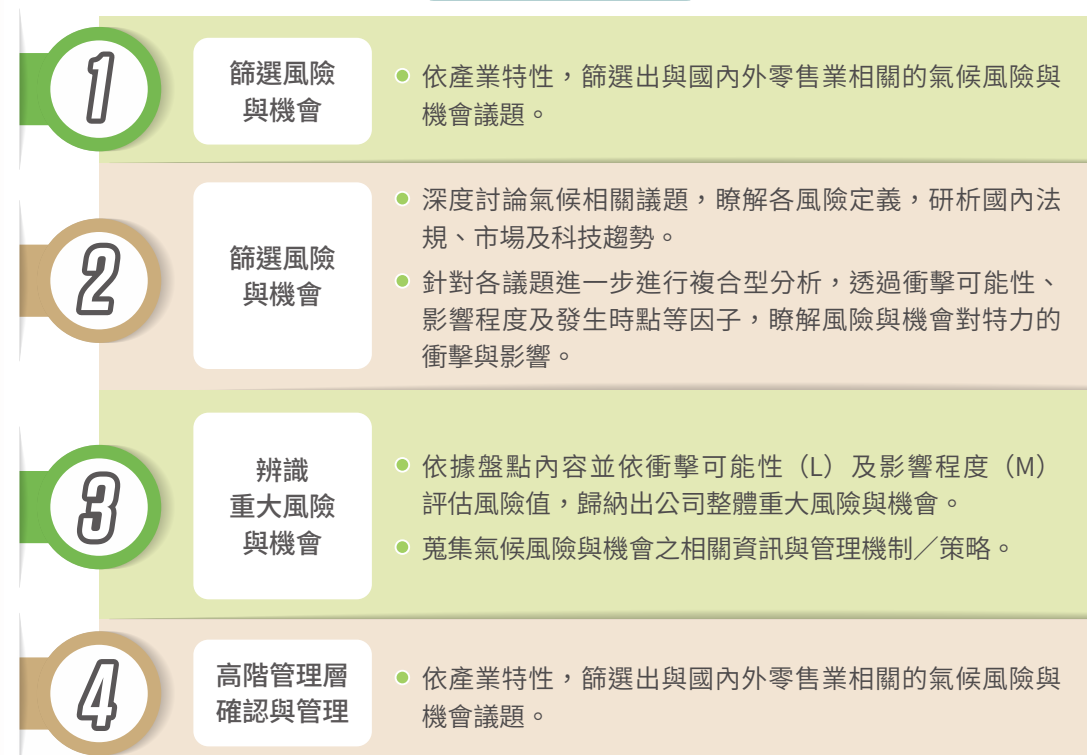
- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

氣候相關風險鑑別及評估流程

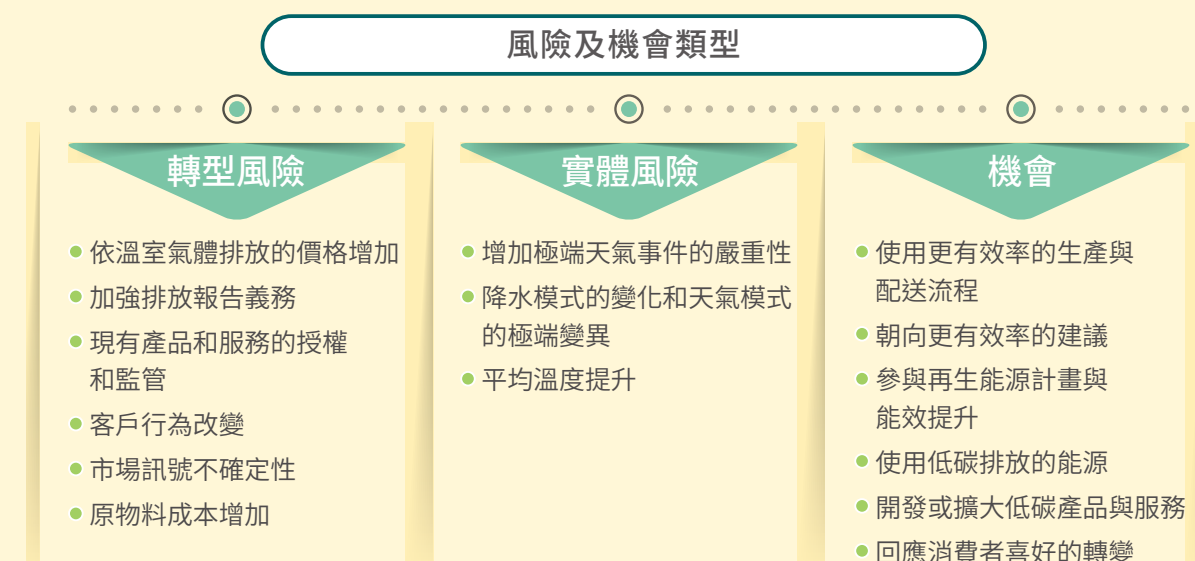
特力集團整合鑑別出之氣候風險與機會並整併於既有風險管理架構，由各部門依據營運狀況評估與鑑別氣候變遷相關的風險與機會項目，並提出因應措施。而風險鑑別過程中使用的情境假設和係數，主要考量以下參數以評估其對營運與財務的影響：BAU 碳排放量、建議碳價、營收成長預估、人力成本、門市營收額、商品毛利及能源成本等。此外，特力屋也使用分析因子包括法規趨勢、消費者行為、豪雨強度及原物料價格走向。透過以上因素的分析，特力屋能夠評估氣候相關風險及機會對於公司包括商品成本、管理成本及營業收入等財務影響，並使用分析結果制定相應的風險策略及因應措施。

鑑別流程

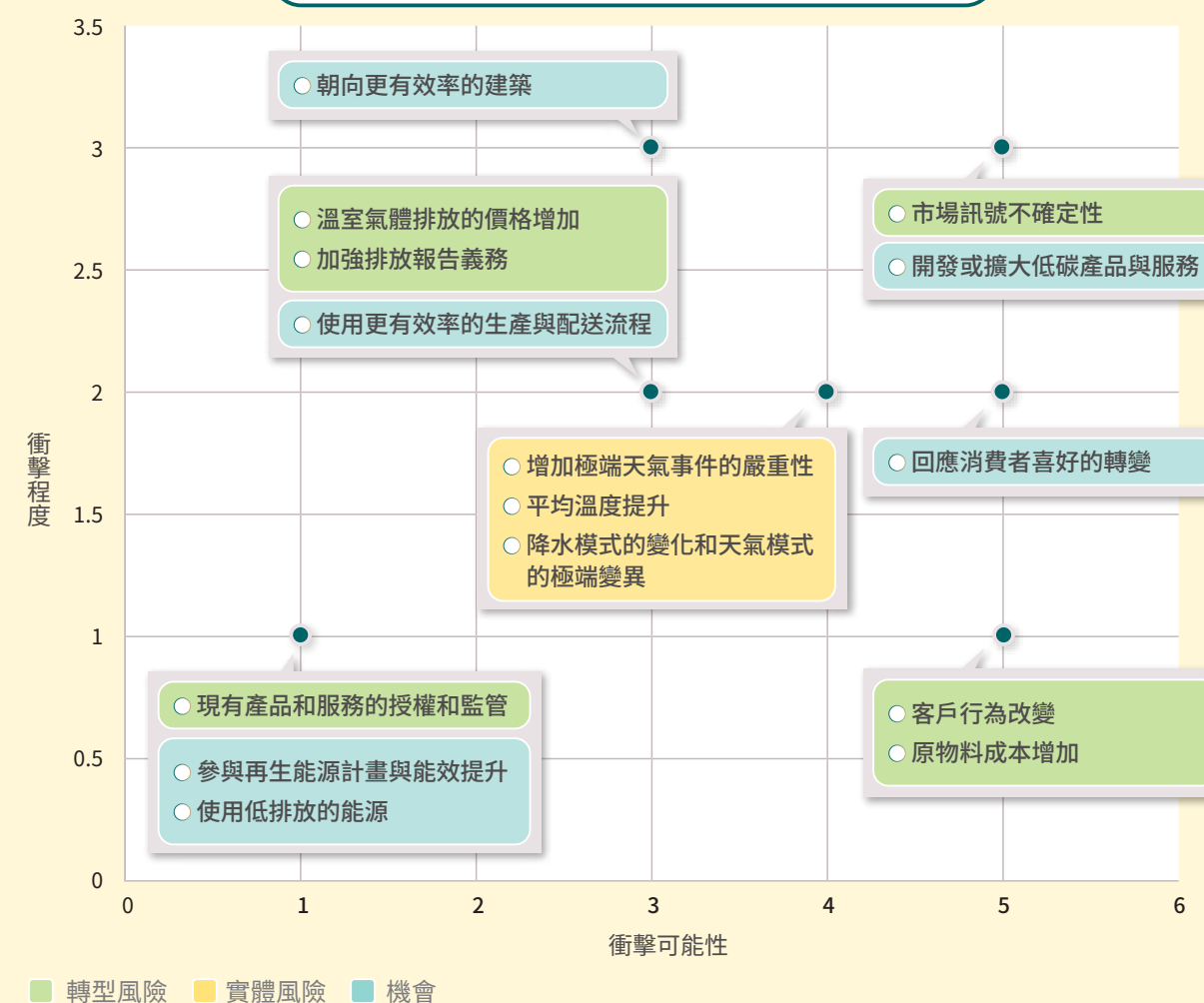


氣候相關風險及機會管理與因應作為

透過以上步驟，特力集團自風險及機會清單中篩選出 2025 年度重大氣候風險及機會事件共 5 項，包含 1 項轉型風險、3 項實體風險及 1 項機會。



風險及機會矩陣圖



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

各部門鑑別其業務相關之氣候變遷風險與機會所提出之因應措施，經部門高階主管審核後定期呈報給委員會，做為擬定氣候相關治理策略的基礎。氣候相關風險及機會對於本公司產生影響之時間軸、財務影響及因應策略如下表。

	類別	風險類別	對特力屋的影響	影響期程 / 財務影響	特力屋因應策略
轉型風險	市場	市場訊息不穩定	● 市場會因各地政府氣候因應法規的變動而受到影響。 ● 與氣候攸關的商品（如棉被、毛毯等）需求量將變得難以預測。	長期 ● BAU 情境下，臺灣碳費法規將對特力屋造成長期財務影響。	● 透過持續與供貨廠商的密切合作，在第一時間掌握法規變動以因應後續進貨和銷貨。
實體風險	立即性	極端天氣事件嚴重程度提高	● 門市可能因極端降雨造成淹水，使營運中斷。 ● 因極端天氣事件造成運輸中斷，供應商無法於預定交期內出貨。	短期 ● 臺灣每年平均遇 3~4 個颱風，如果氣候情況日趨嚴峻，預估於 2021~2030 年，臺灣每年可能遭遇近 8 個強烈颱風，將會對全國門市造成衝擊。	● 門市選址評估該地區之淹水風險。 ● 所有門市皆投保營運中斷險。 ● 各門市訂定防災 SOP，門市負責人依檢核表確實查核各防災措施。 ● 採購部門提早規劃供應商訂單交期時間，並建立備用供應商。
	長期性	氣候模式的極端變化	● 原物料價格因長期氣候變化而提高，造成商品毛利降低。 ● 商品受氣候影響而有供貨危機，例如部分商品製造過程耗水高，可能受缺水或長期乾旱影響而斷貨。	長期 —	● 採購部門定期追蹤全球原物料價格趨勢，以提前因應。 ● 行銷部門必要時移轉因氣候影響而短缺之商品買氣。 ● 供應商評鑑加入更全面的環境及氣候相關檢核，以確保對長期氣候變化有較強的調適能力。例如選擇木材商品供應商時，只採用通過 FSC 認證者。
	長期性	平均氣溫上升	● 均溫升高造成電力需求增加使成本上升，同時導致各門市面臨限電或斷電之危機。 ● 氣溫過高，商品製造工廠放高溫假造成訂單逾期交貨。	中期 ● 因全球暖化與氣候變遷衝擊，使得營運上的能源成本日益增加。平均氣溫上升會影響營運，因門市需冷卻降溫系統以維持運作，但隨溫度上升，需裝設更多的冷卻設備或提升其運轉效率，並且耗費更多電力能源。	● 施行節電措施，降低氣候造成之缺電風險。 ● 各門市設有緊急發電機以維持限電時的營運供電，並能短時間內調派油車，維持發電機運作。 ● 採購部門定期追蹤原物料期貨價格因能源短缺之波動，以提早因應。
機會	產品與服務	開發或擴大低碳產品與服務，以應需求增加	● 隨著氣候變遷，消費者對於低碳或節能商品更具意識，若能回應市場需求，將成為特力屋的商機。	長期 ● 隨著全球永續消費意識提高，消費者愈加趨於選擇對環境友好的低碳產品或服務。	● 特力屋在賣場設置節能專區因應商機 ● 特力屋持續引進綠色商品，包括：通過認證的省水標章、節能標章、環保標章、FSC 森林認證及綠建材、再生原物料製成的商品等。並設立獎勵機制，鼓勵購買。 ● 在行銷方面，特力屋製作綠色型錄，並透過網路社群與消費者互動，推廣綠色商品。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

指標與目標

特力集團透過環境永續小組及高階主管討論後，特力屋針對集團三項重大指標，開展指標與目標設定，並定期追蹤執行成果。

指標	能源耗用	溫室氣體排放	綠色採購
	特力屋之用電熱點為商場照明與辦公室用電，透過力行能源管理，致力減少能源耗用與環境足跡。	特力屋之溫室氣體排放主要來自範疇二排放，我們努力降低碳排量，以減少各項營運對環境的衝擊。	隨著氣候變遷，消費者對低碳或節能商品更具意識，若能回應市場需求，將是特力屋的商機。
目標	● 特力屋用電密集度逐年 減少1% 。	● 核心營運碳排放量逐年 減少0.5% 。	● 特力屋零售綠色商品採購金額達 新臺幣10億元 以上。 ● 綠色標章商品銷售品項數 逐年成長0.5% 。
2025 執行成果	● 2025 年特力屋用電度數為38,785,520.10度，用電密集度較前一年 增加5.6% 。	● 完成特力屋公司溫室氣體範疇一及範疇二盤查。	● 2025 年特力屋綠色商品採購金額逾 新臺幣4.8億元 。 ● 2025 年特力屋銷售綠色標章商品品項數達 944項 。



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

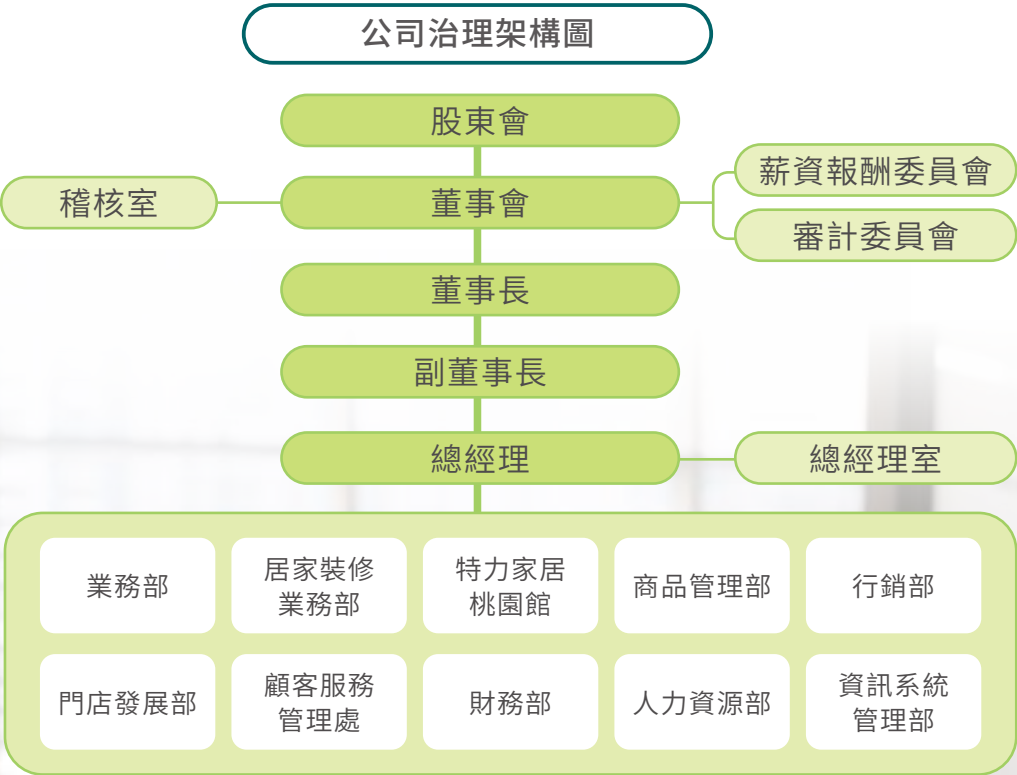
- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

5.2 永續治理建構

5.2.1 公司治理與董事會職能

特力集團為特力屋之母公司，自 2024 年起特力集團零售事業（特力屋、和樂家居、好好生活家居家具與特家）分割為四家獨立子公司，其中特力屋規模最大，且已於 2025 年 10 月正式興櫃掛牌。我們已陸續修訂重要作業辦法並建立相關制度，確保公司治理接軌落實。特力屋於 2025 年 8 月、12 月先後設置薪酬委員會、審計委員會。我們引進專業經理人，同時對內建立各項營運管理制度，以實踐誠信、透明的公司治理理念，為發展創新業務奠定基礎。



成立宗旨

為健全本公司董事及經理人薪資報酬制度，爰依「股票上市或於證券商營業處所買賣公司薪資報酬委員會設置及行使職權辦法」（以下簡稱「薪酬委員會職權辦法」）第三條之規定，訂定本薪資報酬委員會組織規程（以下簡稱「組織規程」），以資遵循。

職責

本委員會應以善良管理人之注意，忠實履行下列職權，並將所提建議提交董事會討論：

1. 定期檢討本規程並提出修正建議。
2. 訂定並定期檢討本公司董事及經理人績效評估標準、年度及長期之績效目標，與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。
3. 定期評估本公司董事及經理人之績效目標達成情形，並依據績效評估標準所得之評估結果，訂定其個別薪資報酬之內容及數額。

組成成員

召集人：陳振遠委員
委員：汪郭鼎松委員、林凱倫委員、葉幼梅委員

開會頻率與 2025 年
會議次數 **2** 次

薪資報酬委員會
每年至少召開二次，
2025 年共召開會議 2 次，
出席率 **100** %

成立宗旨

本委員會之運作，以下列事項之監督為主要目的：

1. 公司財務報表之允當表達。
2. 簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效。
3. 公司內部控制之有效實施。
4. 公司遵循相關法令及規則。
5. 公司存在或潛在風險之管控。

職責

本委員會之職權事項如下：

1. 依證交法第十四條之一規定訂定或修正內部控制制度。
2. 內部控制制度有效性之考核。
3. 依證交法第三十六條之一規定訂定或修正取得或處分資產、從事衍生性商品交易、資金貸與他人、為他人背書或提供保證之重大財務業務行為之處理程序。
4. 涉及董事自身利害關係之事項。
5. 重大之資產或衍生性商品交易。
6. 重大之資金貸與、背書或提供保證。
7. 募集、發行或私募具有股權性質之有價證券。
8. 簽證會計師之委任、解任或報酬。
9. 財務、會計或內部稽核主管之任免。
10. 由董事長、經理人及會計主管簽名或蓋章之年度財務報告及須經會計師查核簽證之第二季財務報告。
11. 其他公司或主管機關規定之重大事項。

組成成員

召集人：陳振遠委員
委員：汪郭鼎松委員、林凱倫委員、葉幼梅委員

開會頻率與 2025 年
會議次數 **1** 次

審計委員會
至少每季召開一次，
2025 年共召開會議 1 次，
出席率 **100** %

註：審計委員會於 2025 年 12 月設立。

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化
 - 重大主題管理方針
 - 5.1 綠色營運管理
 - 5.2 永續治理架構

附錄

2025 年董事會進修一覽表

2025/7/17	2025/7/29	2025/8/8	2025/8/12	2025/10/16	2025/10/28	2025/10/28	2025/11/11	2025/11/14	2025/11/18	2025/11/21	2025/12/24
課程主題 董監事暨公司 治理主管系列課 程-IFRS S1 及 S2 永續揭露準則之 發布、影響及因應	課程主題 智慧製造與數位 決策之產業實證	課程主題 公司治理與 證券法規-公司治 理下的董監事責任 說明與案例介紹	課程主題 企業競爭之 營業秘密管理思維 與策略	課程主題 美國大選後 美中經濟與 臺灣產業展望	課程主題 全球經濟趨勢 及產業展望	課程主題 董事會如何督導 企業併購後整合暨 管理機制建立	課程主題 AI 之應用、 法律與稽核	課程主題 數位金融大革命： 穩定幣的原理與 區塊鏈虛擬資產的 發展趨勢	課程主題 打造永續績效指標 與獎酬	課程主題 從股東行動主義觀 點，由外資法人投 票行為之實務案例 解析，來落實國際 思維董監責任	課程主題 董監如何督導公司 做好企業風險管理 及危機處理
財團法人中華民國證券 暨期貨市場發展基金會	財團法人中華民國證券 暨期貨市場發展基金會	社團法人中華民國公司 經營暨永續發展協會	社團法人中華公司 治理協會	財團法人中華民國證券 暨期貨市場發展基金會	社團法人中華公司 治理協會	社團法人中華公司 治理協會	社團法人中華公司 治理協會	社團法人中華公司 治理協會	社團法人中華公司 治理協會	社團法人中華公司 治理協會	社團法人中華公司 治理協會
1 人 3 小時	1 人 3 小時	8 人 3 小時	8 人 3 小時	1 人 3 小時	7 人 3 小時	7 人 3 小時	1 人 1.5 小時	1 人 3 小時	1 人 1.5 小時	1 人 3 小時	4 人 3 小時

董事會進修

本公司董事皆依《上市上櫃公司董事、監察人進修推行要點》，每年度完成進修課程，以保持核心價值及專業優勢與能力。2025 年度完成社團法人中華公司治理協會等協會主辦之課程，其中與永續相關之課程合計受訓時數為 3 小時，包含 IFRS S1 及 S2 永續揭露準則等議題，本年度 9 位董事參與時數累計達 120 小時，以提升董事會在永續發展上的群體智識及技能。

董事會績效評估

特力屋為興櫃公司，2025 年 10 月已制定「董事會績效評估辦法」，每年至少執行一次內部董事會績效評估，包括董事會自評、董事成員自評及功能性委員會（審計委員會、薪資報酬委員會）自評等方式，董事會內部評估期間應於每年年度結束時進行當年度績效評估。本公司董事會績效評估之執行，至少每三年由外部專業獨立機構或外部專家學者團隊執行評估一次。董事會績效評估結果將在次一年度第一季前提報董事會報告。2025 年度董事會績效評估結果已完成，董事會績效評估、董事成員績效評估及功能性委員會（審計委員會、薪資報酬委員會）績效評估結果皆為「優等」，預計於 2026 年第一季（2026/3/10）董事會完成報告。詳細評估說明、範圍及評估程序，請見特力屋投資人專區網頁。

董事會績效評估範圍及面向

董事會績效評估

- 對公司營運之參與程度
- 提升董事會決策品質
- 董事會組成與結構
- 董事之選任及持續進修
- 內部控制

董事成員績效評估

- 公司目標與任務之掌握
- 董事職責認知
- 對公司營運之參與程度
- 內部關係經營與溝通
- 董事之專業及持續進修
- 內部控制

功能性委員會（審計委員會、
薪資報酬委員會）績效評估

- 對公司營運之參與程度
- 審計委員會 / 薪酬委員會職責認知
- 提升審計委員會 / 薪酬委員會決策品質
- 審計委員會 / 薪酬委員會組成及成員選任
- 內部控制



前言

1 特力屋永續價值

2 專業:全方位居家解決方案

3 安心:幸福包容職場

4 信賴:家的好鄰居

5 環保:永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

薪酬政策

特力屋依《公司法》及公司章程規定辦理，公司年度如有獲利，應提撥不低於 2% 為員工酬勞，並由董事會決議以股票或現金分派發放。公司得以前項獲利，由董事會決議提撥不高於 2% 為董事酬勞，此外，董事報酬係依董事對公司參與程度及貢獻之價值，依董事會績效評估辦法評估結果支給董事報酬。員工酬勞及董事酬勞分派案應提股東會報告，但公司尚有累積虧損時，應預先保留彌補數額，再依前項比例提撥員工酬勞及董事酬勞。

本公司高階管理層之薪酬政策包含固定薪酬、變動薪酬、長期激勵機制、退休金、健康保險與額外津貼。固定薪酬包含基本薪資與福利，為依照市場標準和個人經歷而定，確保與市場薪資水準一致，以維持競爭力。變動薪酬係依據高階管理層個人與公司績效表現，提供短期的年終獎金與績效獎金，以及留任獎金做為長期激勵。我們為提升管理層的整體薪酬吸引力，高階管理層皆有退休金、健康保險、額外津貼，本公司之薪酬政策無包含離職金與索回機制。此外，特力屋將 ESG 績效指標（含環境、社會與公司治理）納入高階管理層的績效中，每年定期評估 ESG 表現並據此調整高階管理層的薪酬，以激勵其為公司永續發展做出貢獻。

特力屋在 2025 年已成立薪資報酬委員會。依薪資報酬委員會組織規程，經薪資報酬委員會成員討論通過後並經董事會決議，並考量公司整體營運績效、產業未來風險及發展趨勢，以及個人所擔任的職位、責任和績效達成率，建議高階管理層的薪酬方案。人資部門提出的薪酬方案須經人資主管與總經理審核和批准，以確保決策的公正性和透明度。

稅務管理

特力屋由會計主管執行日常稅務行政與管理，定期檢視重大稅法法令變動狀況及預計影響，且定期向相關層級主管說明。當有稅務相關決議（包含重大稅務法令變動）時，由會計主管提報總經理及董事長核准。此外，本公司稅務執行人員與外部稅務諮詢機構合作，取得專業服務及強化專業知識。本公司為因應稅務治理之國際趨勢，貫徹遵循法規、落實企業永續發展及提升股東價值，本集團訂定稅務管理政策如下：

- 遵循所有營運所在地之稅務規範
- 關係企業交易遵循常規交易原則及經濟合作暨發展組織（OECD）公布的移轉訂價準則
- 遵循相關規定與準則執行稅務揭露與處理
- 不以避稅為目的進行租稅規劃
- 與稅務機關建立相互尊重關係
- 公司重要決策皆需同步考量租稅的影響
- 依據營運環境評估稅務風險

5.2.2 誠信治理與法規遵循

特力屋深信企業要永續經營，必須秉持公平誠信的原則，以奠定與顧客及供應商之長久業務關係。因此公司明訂從董監事、全體員工到所有合作的供應商，都要秉持誠信經營理念，遵守各種業務規範，以保護企業商譽及核心競爭力。我們為落實誠信經營的管理規範，除經董事會通過制訂《誠信經營守則》外，另制訂《誠信經營作業程序及行為指南》，以建立良好之公司治理與風險控管機制，創造永續發展之經營環境。本公司每年透過數位課程向全體同仁宣導廉潔誠信，並同步簽署廉潔承諾，提升公司同仁的反貪腐與誠信經營意識，總計 1,772 人參與課程，總受訓時數為 443 小時。

特力屋誠信經營守則（摘錄）

禁止
不誠信行為

- 從事商業行為之過程中，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何不正當利益，或做出其他違反誠信、不法或違背受託義務等不誠信行為，以求獲得或維持利益。

法令遵循

- 應遵守公司法、證券交易法、商業會計法、政治獻金法、貪污治罪條例、政府採購法、公職人員利益衝突迴避法、上市上櫃相關規章或其他商業行為有關法令，以作為落實誠信經營之基本前提。

禁止
行賄及收賄

- 不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何形式之不正當利益，包括回扣、佣金、疏通費或透過其他途徑向客戶、代理商、承包商、供應商、公職人員或其他利害關係人提供或收受不正當利益。

禁止
提供非法
政治獻金

- 對政黨或參與政治活動之組織或個人直接或間接提供捐獻，應符合政治獻金法及公司內部相關作業程序，不得藉以謀取商業利益或交易優勢。

禁止
不當慈善捐贈
或贊助

- 對於慈善捐贈或贊助，應符合相關法令及內部作業程序，不得為變相行賄。

禁止不合理
禮物、款待或
其它不正當利益

- 不得直接或間接提供或接受任何不合理禮物、款待或其他不正當利益，藉以建立商業關係或影響商業交易行為。

註：誠信經營守則全文，請參考特力屋網站連結。



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

特力屋強調各項業務活動均須兼顧企業社會責任和企業道德，並應遵循政府法規，秉持誠信經營原則拓展業務。公司要求所有員工不得參與任何不公平商業行為，並嚴禁賄賂、不當利益、舞弊、脅迫或其他非法行為，並迴避潛在的利益衝突。公司透過內外部網站和定期管理會議，要求各業務單位向公司商業往來的對象進行宣導，讓他們充分瞭解公司的誠信經營政策、防範措施及違反誠信行為的後果，並要求全體人員遵守誠信經營守則。

此外，我們將誠信經營政策與人力資源政策結合，設立明確有效之獎懲制度。本公司於總部新進同仁到職當日會進行誠信經營政策宣導，說明誠信是特力屋不變的企業文化，以及公司經營對廉潔誠信之重視；2025 年共 329 人次參與訓練。

針對公司內外部可能發生違反倫理或不合法行為，以及組織誠信相關問題，在公司最高治理機構董事會之下設有稽核室，由稽核室負責調查並直接向董事會報告。若有違反誠信經營原則者，經查證屬實，特力屋將終止合作關係。各項檢舉案件均由母公司專案小組進行調查，並依年度向母公司董事會彙報稽核調查結果。特力屋指定人力資源單位為專責單位，配置充足之資源及適任之人員，辦理誠信經營守則之維護，並定期檢視與衡量風險，至少一年一次向董事會報告。

特力屋要求員工與供應商皆須簽署「廉潔承諾書」，其後每年定期公告宣導，並由主責單位人力

資源部，以電子簽署或公告方式進行誠信廉潔的提醒。我們要求當年度新進同仁於到職時簽署，留職停薪者則於復職時簽署，而請產假或長假的同仁則排除於簽署名單之外，併入下一年度的簽署名單中；我們要求特力屋、特力屋室內裝修之商品進貨及安裝服務之供應商皆須簽署承諾書，2025 年全公司同仁與供應商 100% 完成簽署廉潔承諾書。

舉報管道與保密機制

若內部或外部人員發現本公司有違反誠信經營規定之情事，可透過舉報管道進行檢舉。本公司提供舉報管道，包含：員工申訴專線、外部申訴專線、電子信箱，並對於檢舉人身份及檢舉內容確實保密。本公司對違反誠信經營規定者，經查證屬實，本公司將依相關規定對違規人員進行懲處，或與違規對象終止合作關係。2025 年公司共有 3 起員工不誠信事件，主要為員工利用職務之便圖利自己，或利用職務之便私下承接業務，經確認後已違反本公司誠信規章，並將該員工免職。未來公司將持續加強宣導誠信原則，並優化內部作業流程以避免相關情事發生。

內外部申訴專線：+886-2-8791-5965 及 +886-2-8791-5966

電子信箱：Whistleblowing@testritegroup.com



前言

1 特力屋永續價值

2 專業:全方位居家解決方案

3 安心:幸福包容職場

4 信賴:家的好鄰居

5 環保:永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

內稽內控制度

為執行公司內部稽核作業，本公司稽核室直接隸屬董事會，負責確保所有業務、財務、店務等營運與後勤管理單位，有效落實內部控制制度；稽核室依據風險辨識結果，擬訂次一年度之稽核計畫，並經董事會通過後執行，另會視管理需要進行專案稽核。稽核室人力目前編制三名，為提升稽核部門整體創新及風險洞察力，我們每季及不定期透過稽核案例分享會議，使成員彼此學習多元工作技能。稽核結果每月除呈董事、獨立董事核閱外，每季定期彙總呈報審計委員會及董事會，使各董事成員均知悉稽核室運作。2025 年度稽核計畫規劃 40 件，已執行 40 件，達成率 100%，其中循環項目稽核佔 23 件、管理項目稽核佔 17 件。

特力屋 2025 年門店稽核執行情況



特力屋內稽內控情形會定期與母公司和董事會溝通，相關溝通政策包含：

- 稽核主管定期向董事及獨立董事交付稽核報告及追蹤複查報告。
- 董事會須審核年度稽核計畫之可行性，內稽、內控書面制度修訂之完整性，及內部制度聲明書之真實性等。
- 發現重大違規事項之稽核報告立即呈報董事及獨立董事。
- 2025 年併由母公司獨立董事與簽證會計師每年至少一次定期單獨溝通會議；2026 年度起將安排公司獨立董事與簽證會計師、稽核主管每年至少一次定期單獨溝通會議；若遇有重大事項時得隨時召集會議。
- 併由母公司簽證會計師列席母公司審計委員會就年度及每季財務報告進行討論與溝通。
- 公司審計委員會及董事會每年定期會對會計師進行獨立性、適任性評估。

法令遵循

特力屋恪守各項法令，妥善進行風險管控，並建立相關機制，達到有效管理及確保法令遵循之目的。本公司透過建置法遵作業原則，維持法遵管理體系妥善運作，我們設有自動化提醒系統、彙整法律分析並促進部門溝通、培養專業人員以強化內部法治概念等方式，致力達到公司遵循法令之目標。

特力屋公司 2025 年無違反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為之事件或訴訟。2025 年共有 3 起違法並受罰鍰之事件（其中包含一起重大違反法規事件），我們皆已積極改善並加強內外部宣導。各項事件相關事件敘述詳述如下表。

2025 年違規事件說明

環境 相關法規

違反項目

- 特力家居桃園館於 2025 年 4 月經桃園市政府抽查放流水水質，檢測結果顯示超標，違反水污染防治法第 7 條第 1 項之規定。

- 特力家居桃園館於 2025 年 4 月經桃園市政府抽查放流水水質，檢測結果顯示超標，違反水污染防治法第 7 條第 1 項之規定。

罰鍰總計
27.3 萬元

罰鍰總計
217.8 萬元

矯正措施

- 已於 2025.8.11 前改善完成並遞交第三方檢測合格的水質報告。

- 館內結構修復工程已於 2025 年 11 月下旬順利完工，確保了地樑基礎之公共安全。

- 整體污水處理機電設備與管線更新，已於 2025 年 12 月中旬完工並投入運轉。

- 強化管理作為，啟動「源頭管理機制」，特力家居已要求餐飲專櫃及清潔廠商更換具備「環保標章」或「天然植物配方」之清潔劑，避免化學物質毒害生物系統。

治理 相關法規

矯正措施

- 特力屋新竹店所在地屬乙種工業區，新竹市政府認我方承租該地作為零售業使用，違反都市計畫法第 36 條及同法臺灣省施行細則第 18 條第 2 項

罰鍰總計
6 萬元

矯正措施

- 尋找新竹店替代方案（替代點預計於 2026 年 3 月間開幕），且持續與房屋所有人溝通。

註 1：產品與健康相關法規違反事件，請參閱「2.2.1 產品品質堅持「產品行銷與標示要求」」。

註 2：重大違反法規事件之定義，係參照《臺灣證券交易所股份有限公司對有價證券上市公司重大訊息之查證暨公開處理程序》及《永續經濟活動認定參考指引》，包含造成公司重大損害或影響者、經有關機關命令停工、停業、歇業、廢止或撤銷污染相關許可證者、單一事件罰鍰金額累計達新臺幣壹佰萬元以上者。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

2025 年特力屋針對法規遵循，辦理及參與多場內外部教育訓練，要求全體同仁重視並遵守相關規範。

內部訓練課程受訓情形

訓練課程	課程內容	參與對象	訓練時數
顧客抱怨處理進階課程	提升門店同仁客怨處理與基本法律觀念	門店值班經理	7
TIPS 教育訓練－智財管理政策、目標及實務運作	協助同仁認識 TIPS 規範並提高對智慧財產權認識與保護	指定單位同仁及新進同仁	0.5
全員個資認知保護訓練	將正確的個人資料保護觀念與認知傳達給同仁	新進同仁與全體員工	0.5
2025 年個資侵害事故緊急應變演練暨教育訓練	強化同仁個人資料保護管理重要性之認知與個人資料保護管理責任，同時因應不同情境落實保護之執行方式。	指定單位同仁	0.5
資訊安全服務	強化新進同仁瞭解資訊安全的重要性及公司相關規範	全體新進同仁	0.5
知識產權／智慧財產權	幫助新進同仁培養智財權的基本認識及使用注意事項	全體新進同仁	0.5

外部訓練課程受訓情形

訓練課程	主辦單位	公司參與對象	訓練時數
不讓外包成隱患：委外監督的個資、資安管理重點	財團法人資訊工業策進會	一般員工	2
TIPS 暨公司治理之智財法遵培訓	財團法人資訊工業策進會科技法律研究所、聖島國際專利商標聯合事務所	一般員工	12
個人資料管理師（CPMP）	財團法人資訊工業策進會	一般員工	18
個資書審有眉角：行政檢查自評表填寫須知	財團法人資訊工業策進會科技法律研究所	一般員工	2
個人資料盤點方法論與實務技巧	財團法人資訊工業策進會	一般員工	2
勒索病毒攻擊案例研習	中華民國資訊軟體協會	一般員工	6
三管齊下！資安、人員、設備的個資防線如何打造	財團法人資訊工業策進會	一般員工	2
董事會及功能委員會（審計、薪酬）法規解析與稽核重點	中華民國內部稽核協會	一般員工	6
合法行銷新趨勢：行銷毋免驚，合法行銷要件報你	財團法人資訊工業策進會	一般員工	2

訓練課程	主辦單位	公司參與對象	訓練時數
真實案例剖析：那些年我們踩過的資安地雷	中國文化大學	一般員工	2
AI 時代下的稽核道德倫理與專業抉擇：科技風險、道德兩難與治理新挑戰	中華民國內部稽核協會	主管	6
「法令規章遵循」內控內稽重點研討	中華民國內部稽核協會	一般員工	6
AI 崛起，挑戰加劇：個資與人工智慧的雙刃劍	財團法人資訊工業策進會科技法律研究所	一般員工	2
企業初任內部稽核人員職前訓練研習班	中華民國內部稽核協會	一般員工	18
2025 年個人資料內評師	財團法人資訊工業策進會科技法律研究所	一般員工	13
不可不知 IFRS S1/S2 對內部控制及內部稽核應考量之重點及影響	中華民國內部稽核協會	主管	6
『專利研討會 - 美國聯邦法院「Schedule A」訴訟：知識產權盈利的有效途徑』	臺灣先智專利商標事務所	一般員工	1.5
隱私始於設計專業人才教育訓練	個人資料保護委員會籌備處	一般員工	3
大陸設計專利的侵權認定與司法案例分享	聯誠國際智慧財產權事務所	一般員工	3
強化電商個資防護能力研習會	數位發展部數位產業署	一般員工	3.5
電子簽章法修法專題講座	臺北市進出口商業同業公會	一般員工	2
114 年「企業營業秘密保護實務座談會」（北部場）－營業秘密因應數位環境之保護風險及管理對策	經濟部智慧財產局、臺灣營業秘密保護促進協會	一般員工	3
零售業個資法遵實務與資訊安全說明會	經濟部商業發展署	一般員工	2.5
TIPIAS 改版規劃暨未來展望座談會	財團法人資訊工業策進會科技法律研究所	一般員工	2
114 年度公平交易委員會對於不實廣告法規及案例宣導說明會	公平交易委員會	一般員工	3
從法令與治理角度看企業之 AI 應用與創新	中華民國內部稽核協會	主管	3
企業防弊談企業內控中應注意的常見實例	中華民國內部稽核協會	主管	3
碳排放交易機制與企業管理應用（上）	中華民國內部稽核協會	主管	3

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化
 - 重大主題管理方針
 - 5.1 綠色營運管理
 - 5.2 永續治理架構

附錄

5.2.3 風險管理

特力屋依循母公司特力集團的風險管理政策和策略，並在其業務營運中落實集團的風險管理系統，包含母公司之公司治理及永續發展政策，公司治理單位及各事業體主管、全體員工均共同參與落實，降低整體經營風險。公司治理單位及各級組織相關權責單位定期進行風險辨識分析，並持續調整與優化操作作法。高階主管及董事會監督評量、改善成效；平時依據業務管理系統執行監控對應，如跨年度策略會議、年度計畫、例行季會及月會；遇有突發重大危機事件，則召集危機應變小組討論對應。另為提升效率，成立集團專案管理部及臺灣零售顧客滿意管理處等，由組織面支持風險管理相關作業。



風險辨識結果

特力屋 2025 年運作情形及成果

營運風險

供應鏈、產品及原物料價格波動、產品研發與服務、營運模式改變等各項營運要素變動風險。

- 零售營運單位每週及每月召開經營管理會議，會議針對營運計劃、績效追蹤及相關風險提出分析檢討、策略、因應及管理措施報告。

財務風險

包括因利率、匯率等波動產生之市場風險，交易對象之信用違約風險，通貨膨脹、融資、流動性管理、股利分配、匯率、利率避險、財務投資及策略性投資、租賃及重大資本支出財務管理之風險等。

- 每月提出資金借貸管理報告，信用管理於每週及每月出具信用管理評估報告，每週及每月會議對交易對象信用風險提出評估結果及因應管控措施。

法遵風險

因未能遵循各式法律規範而可能衍生之風險或各項可能侵害公司權益之法律風險等；或契約規範不周、越權行為、條款疏漏、交易對方不具法律效力等因素，導致契約無效或無法約束交易對方依照契約履行義務而造成損失之風險。

- 對於公司治理法規、環境法規、社會法規及產品法規等遵循，隨時檢視法令動態，並於變動前 / 時提出報告，確保公司運作符合法令規定及風險因應策略。
- 教育訓練：不定期依照法令變動進行令與知識宣導；每兩個月進行智財新訊與知識宣導。

資訊安全風險

資訊資產可能遭受不可承受的風險，而無法確保資訊之機密性、完整性與可用性，包括未經授權者，仍可存取資訊、無法確保資訊內容及資訊處理方法為正確而且完整、經授權的使用者當需要時，無法及時存取資訊及使用相關的資產等，而造成可能之損失。

- 導入 ISO27001 並維持國際資安管理系統認證。
- 安全監控：委託外部資安專業公司全年 7*24 監控，即時發出告警及提供外部情資。2025 年度無重大資通安全事件。
- 弱點掃描：針對網路設備、伺服器及資安設備，每年進行弱點掃描，並對高風險弱點進行修補與持續追蹤觀察。
- 滲透測試：針對主要電商網站，每年完成滲透測試。
- 帳號權限盤點：針對關鍵業務系統，完成定期盤點，確保適當的存取控制。
- 實施嚴格的身份認證與權限控管機制（如 MFA），針對傳輸中與儲存中的機敏資料進行加密處理，防止資料遭竊取或竄改。
- 社交工程演練與資安教育訓練：針對全體員工進行電子郵件社交工程演練，與完成所有員工之年度資訊安全教育訓練，並針對複測時仍開啟郵件的同仁進行加強訓練。
- 定期執行資料備份與災難復原演練，確保在遭受攻擊或天災時能快速恢復營運。
- 完成資訊安全查核，包含 Costco 個資保護外部查核、臺灣個人資料保護與管理制度規範（TPIPAS）個資驗證外部審查等。
- 每月資訊管理會議中檢視資安指標、資安相關法規及資安執行狀況與目標達成報告。並公司已投保資安相關保險。
- 已定期執行資安相關會議，包含資訊安全指標會議（月會）、SOC 季會及月會、資安執行狀況及檢討會議，廠商資安單位經驗分享、教育訓練及研討會等。
- 符合財政部「電子發票實施作業要點」，加值服務中心電子發票系統之資訊安全管理制度。

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化
- 重大主題管理方針
 - 5.1 綠色營運管理
 - 5.2 永續治理架構

附錄

人力資源風險

員工之人權議題及公司人力資源發展與管理，如吸引人才、留置人才、發展培育人才等議題相關之風險。

- 每月人力資源會議中檢視各單位離職率、離職分析，以降低組織人才流失風險。
- 定期檢視各項人力資源指標，包含各單位留任率、員工組成（年齡、性別、年資、管理職 / 非管理職…等），於業務會議中呈報相關資訊。
- 到職時簽署紙本「廉潔承諾書」，且為新人訓必修課程。
- 公司新增對員工誠信廉潔宣導數位課程，共 1,772 人上課，總課程時數為 443 小時。
- 特力屋 100% 完成公司員工年度誠信廉潔簽署。

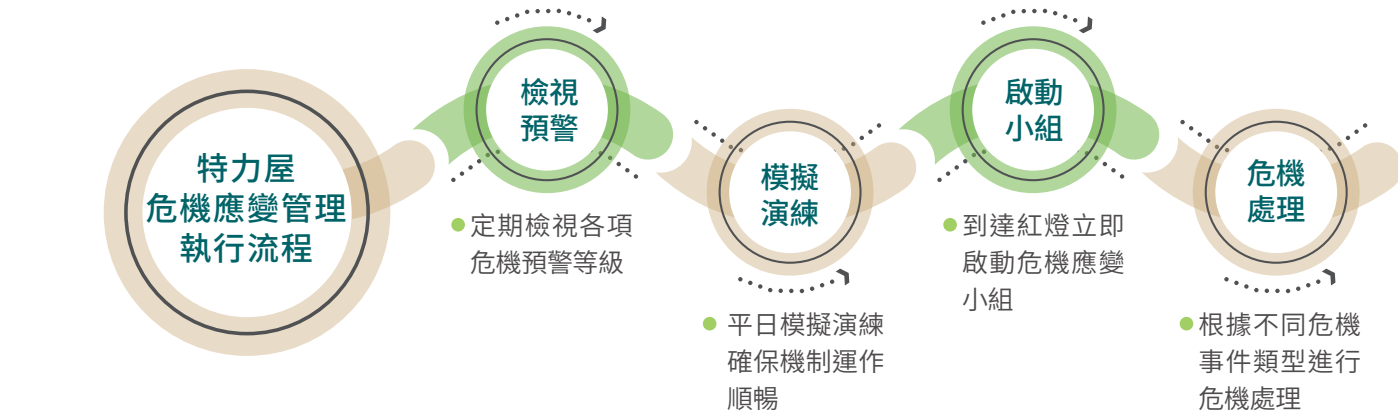
氣候變遷風險

氣候變遷與天然災害等環境議題對企業營運及財務影響的衝擊，辨識氣候變遷所展開之溫室氣體排放管理、碳權管理、能源管理及符合國際及當地環保法令等。

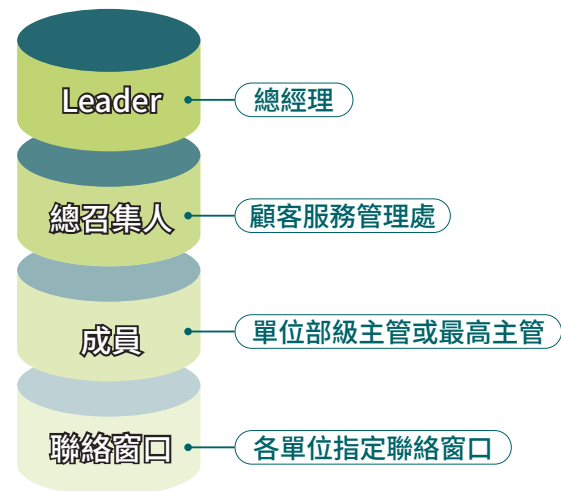
- 年度檢視氣候變遷風險管理，並向董事會報告執行結果。

危機應變管理

為因應政商局勢、商業和組織等內外部環境，特力屋內部制訂《危機應變管理辦法》，建立涵蓋『內部管理』與『外部溝通』的完善因應機制，以實踐對利害關係人的永續責任。內外部潛在危機的原因被細分為不同事件，並視嚴重程度進行分類。一旦危機達到最高等級（紅燈警示），危機應變小組將會啟動，由特力屋總經理召集各相關部門主管即時應對。此外，各部門除了主管外，還會設置危機處理小組聯絡人，並通過模擬演練等方式，確保員工瞭解各種可能的危機，以及如何與聯絡窗口取得聯繫並進行通報。如果危機影響到營運，必須與員工、客戶、消費者、供應商等進行溝通；如果影響到財務，必須與政府主管機關、證券監理單位、投資人或機構等進行溝通；如果影響到形象，必須與媒體、社會大眾、公協會社團等進行溝通。



特力屋危機應變管理架構



危機預警機制

公司營運

各事業單位平時即有例行月會、季會等安排，具備基本檢視營運狀況功能，遇有跨單位事宜需要協調解決時，可以建立專案執行追蹤。

危機類型

- ✓ 天災 / 意外相關事件
- ✓ 透供應商發生問題或爭議
- ✓ 資訊 / 個資相關事件
- ✓ 員工行為相關事件

財務操作

母公司為股票上市公司，各項程序必須以證監單位的規定為標準，同時在董事會之下設有稽核室，負責內部檢視查察，年度則有外部會計師簽核，做為外部稽核。設有特力集團投資人關係部及發言人對外溝通。

危機類型

- ✓ 財務 / 股務相關事件

公司形象

透過各單位工作人員與建立顧客關係管理等機制，儘量收集所有利害關係人對於公司的意見回饋，以利用在危機形成之前，及時做出正確回應。

危機類型

- ✓ 商品 / 服務 / 消費者 / 市場端相關事件
- ✓ 公共議題相關事件

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業:全方位居家解決方案
- 3 安心:幸福包容職場
- 4 信賴:家的好鄰居
- 5 環保:永續經營文化
 - 重大主題管理方針
 - 5.1 綠色營運管理
 - 5.2 永續治理架構

附錄

5.2.4 經營成效

回顧 2025 年全球政經環境面臨諸多變局，包含美國關稅政策的變動與全球供應鏈重組，國內房市受政府限貸令政策影響導致交易量放緩，依據內政部統計，2025 年六都房市交易量年減 24.6%，創 8 年來新低，對臺灣零售與居家產業帶來衝擊，致使營收成長受到較大的挑戰。但透過優化供應鏈管理與標準化施工流程及有效的資源管理，在利潤貢獻上仍穩健地增長。

從居家 DIY 賣場起家，走過 30 年的特力屋，2025 年是一個關鍵轉折點，過往特力屋是許多家庭居家 DIY、修繕會想到的代名詞，在面對人口結構翻轉、修繕需求質變與實體零售衰退壓力，特力屋不再只賣商品，而是要把服務送進社區與家戶。臺灣人口結構改變，居家修繕市場出現 3 大新趨勢。第一，第三方修繕需求增加，因包租代管和老屋改建風潮興起；第二，小宅風興起，帶動平均家戶人口數減少，但家戶數增加；第三，隨著臺灣進入老齡化社會，年長者居住需求受重視，「適老宅」改裝需求上升。特力屋改變傳統做法，跟上新趨勢，「修繕需求不是短期循環，而是長期剛性需求。」，這正是特力屋核心信念「家的大小事，一輩子都是特力屋的事」。

直接經濟價值 (A)	營業收入	8,692,031
	營運成本	5,285,665
直接經濟價值分配 (B)	員工薪資福利	1,250,821
	支付政府稅款（所得稅）	24,807
	支付出資人的款項（利息）	11,464
	社區投資（公益贊助款）	313
合計		6,573,071
留存的經濟價值（A-B）		2,118,961

（單位：新臺幣仟元）

5.2.5 隱私與資訊安全

個資保護

特力屋是臺灣最大居家通路，擁有超過 1000 萬註冊會員，我們十分重視會員的個人及交易資料保護，並盡全力捍衛客戶隱私。本公司於全臺門市擺放「個資告知事項」告示牌，亦於官網公告「個資宣告」與「隱私權保護政策」，向消費者說明本公司對個資之使用，而為了確實執行個人資料保護，特力屋訂有個資管理量測指標，每半年量測一次。2025 年度本公司無資安及侵害個資相關之事件發生，未有客戶受到影響。

個資管理委員會

本公司設有「個資管理委員會」，由相關一級主管與各事業單位管理代表組成，最高管理人員由總經理擔任，旗下組有個資保護規劃暨監督小組，由法務及各部门推派代表而組成，協助各部门進行個資保護管理措施之維運，以確實遵循《個人資料保護法》。

職責範圍包含

1. 審查、核准個人資料管理目標與政策。
2. 審查、核准個人資料管理指標。
3. 審查、核准個人資料管理之角色與職責。
4. 提供個人資料管理體系各項作業所需之資源。
5. 決定風險可接受水準。
6. 定期或不定期進行個人資料管理制度評估查核作業，以檢討控管措施與程序是否合乎相關法令法規或個人資料管理需求，進而持續強化個人資料管理體系運作之適切性、充足性及有效性。
7. 建立個人資料保護管理組織對應人員名單。

運作情形

每年至少召開一次個資保護管審會。2025 年執行成果：

1. 個資保護管審會

(1) 2024 年 TPIPAS 個資驗證改善結果

(2) 2025 年總公司個資內評改善結果

(3) 2025 年門店個資內評結果

(4) 個資管理體系日常運作現況

- 個資管理有效性指標執行檢視
- 可承擔風險值評估

2. 當年度執行成果：

完成「個資保護能力診斷暨安維計畫」問卷

經濟部委託之財團法人資訊工業策進會科技法律研究所評估：個資保護法遵達成率為 100%

個資管理委員會

公司最高管理人員及相關一級主管各事業單位管理代表

● 內部評核

個資保護規劃暨監督小組

內部管理人員—法務、各部門個資保護代表

● 危機處理小組

消費者諮詢聯絡窗口、教育訓練

● 管理制度優化小組

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

附錄

除了逐步建立各項個資保護與負責管理規範、確保系統上應有的安全防護外，亦選派代表參加「臺灣個人資料保護與管理制度（TPIPAS）」個資管理師及個資內評師等認證，2025 年特力屋共有 11 位個資管理師、6 位個資內評師。

特力屋每年定期由個資內評小組進行內部評核，並主動申請且通過《TPIPAS 臺灣個人資料保護與管理制度規範》驗證審查。旗下子公司特力屋室內裝修（股）公司均順利取得經濟部委託資策會科法所辦理之《dp.mark》個資保護標章，也是國內第一家取得此標章之居家通路業者，效期為兩年。後續公司同步遵循 TPIPAS 相關要求，逐年檢驗公司個資保護的狀態，以及設定 KPI 作為個資保護狀況的指標，且於 2025 年再次通過《dp.mark》複查。

為了確實執行個人資料保護，特力屋訂有個資管理目標，每半年針對指標進行檢視，2025 年並無任何投訴事件發生。此外，本公司每年辦理個資保護的教育訓練，包含 TPIPAS 教育訓練、2025 年個資侵害事故緊急應變演練暨教育訓練，強化同仁個資保護管理之重要性與管理責任認知，2025 年特力屋受訓人次共計 1,734 人，總受訓時數為 867 小時；特力屋室內裝修設計公司受訓人次共計 63 人，總受訓時數為 31.5 小時。

特力屋設置「全員個資認知保護訓練」線上課程，課程包含常見個人資料管理與保護措施，將正確的個人資料保護觀念與認知傳達給同仁。2025 年已要求全體特力屋及特力屋室內裝修設計同仁共 1,797 人參與。且課程亦已納入於新進同仁的新人學程，要求於 3 個月內完成「個人資料保護認知訓練」。

外部廠商個資保護管理

近年來特力屋積極發展線上通路，為持續落實個人資料保護及管理，並遵循《個人資料保護法》保障個人資料當事人之權利，公司要求經手個人資料檔案之外部廠商，於簽約時同步簽署個資承諾事項，並要求外部廠商及其作業人員確實遵守。且每年針對外部廠商定期按所簽署之個資承諾事項內容進行自我評估，確認外部廠商於合約期間內是否依要求落實；如有必要將進行實地審查，以做為後續採購、續約或契約異動之參考。



特力屋個人資料管理目標

目標 1 符合我國個人資料保護之各項法律，及主管機關之函令等要求。

- 所有活動應符合個人資料保護法與施行細則、中央目的事業主管機關規定與合約條款之要求進行作業，不得有任何違反法令、主管機關規定與違約事件發生。相關資料洩露投訴情事零發生。

0 次 ✓

目標 2 符合 TPIPAS 之要求

- 通過 TPIPAS 的驗證並取得《dp.mark》標章。

100% ✓

目標 3 維護個人資料當事人之人格權，提供其個人資料的合法自主權。

- 受理當事人刪除或停止處理、利用個人資料之請求，皆於 30 天內回覆准駁決定，無超過期限之情事。

100% ✓

目標 4 對個人資料之蒐集、處理及利用過程，以誠實及信用方法為之，不逾越特定目的之必要範圍，並應與蒐集之目的具有正當合理之關聯。

- 員工應接受個人資料保護相關教育訓練，且通過課程考試標準。

100% ✓

目標 5 提供個人資料檔案適當的安全管理措施，確保公司盡良善管理之義務。

- 處理個人資料檔案之資訊系統應定期盤點使用者帳號，避免內部人員非經授權之存取行為。

100% ✓

個資事故處理

特力屋對於個資事故設有緊急應變程序，經判斷為個人資料事故時，特力屋將盡速確認影響範圍，掌握該事故個資遭不法蒐集、處理、利用之情形。為預防損害擴大，同步採取緊急措施、監控輿情與顧客進線反應狀況，諮詢法律顧問以啟動相關法律程序，依最高管理主管決定，對當事人進行說明，或判斷後續應向多少顧客發送防詐騙簡訊，在快速有效之因應下，將傷害降至最低。如該事故致使客戶權益受損，我們將提供當事人補償或法律協助，盡最大努力維護顧客權益。此外，特力屋也立即要求外部廠商進行資安防護改善及預防，事後並查核是否確實執行。在召開事件檢討會議後，特力屋會將此製成案例，於網路平臺公告各外部廠商進行宣導，以減少再次發生的可能。

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

- 重大主題管理方針
- 5.1 綠色營運管理
- 5.2 永續治理架構

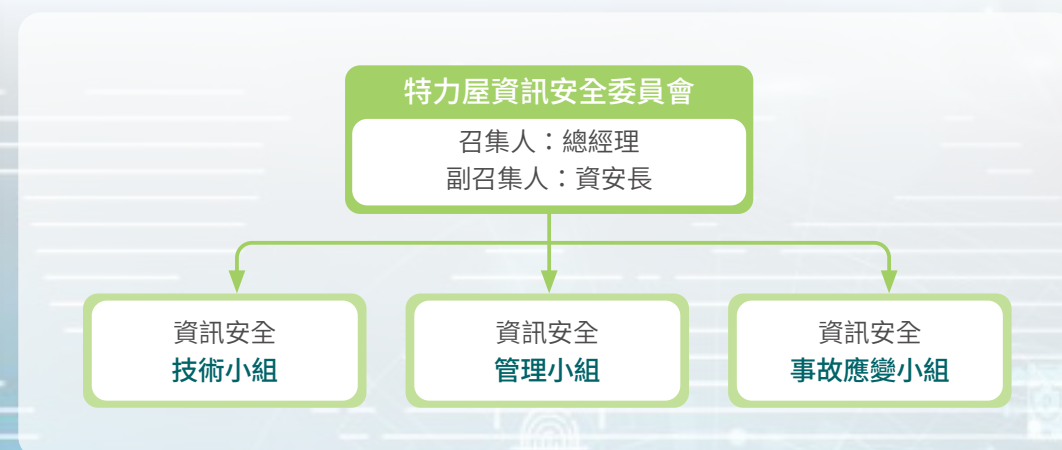
附錄

資訊安全管理

特力屋遵循母公司之資訊安全管理體系，強化資訊安全作業及環境防護能力，提升資訊安全管理及技術、維運能力，落實資訊安全政策。我們訂定資訊安全管理政策，制定資訊系統評鑑及風險處理計畫；持續執行 ISMS（Information Security Management System）有效性量測及矯正預防措施，符合外部稽核評鑑標準；定期進行資訊安全防護教育訓練，強化資訊環境安全及人員的資安意識。放眼中長期，特力屋將深化資訊系統之資訊安全管理能力，降低資安風險；定期由公正獨立的第三方單位進行稽核審查，確保資訊安全管理體系的有效運作。

特力屋設有資訊安全委員會，由總經理擔任召集人，召開並主持資訊科技管理審查會議，負責跨資訊科技部門管理議題進行意見議決及仲裁。由資安長擔任副召集人，負責向資訊安全委員會報告本公司的資訊安全現況以及未來的戰略規劃等事宜。2025 年共召開 1 次資訊安全委員會，出席率 100%，討論議題包含資訊安全管理制度之內外部議題變更、資訊安全管理績效、風險評鑑結果與風險管理情形等。

委員會轄下設有資訊安全技術小組、資訊安全管理小組、資訊安全事故應變小組，其功能分別為專注於技術層面的實作，維護公司的資訊安全、規劃與執行各項資訊安全作業、處理資訊安全事故，重大資訊安全事故發生時，通報「資訊安全技術小組」、「資訊安全管理小組」，並協調相關單位，以啟動「資訊安全事故應變小組」，再依事故影響範圍決定需參與之組員。



特力屋為提高公司偵測駭客活動與惡意攻擊行動的防護能力，定期舉辦資訊安全教育訓練與社交工程演練，提升同仁資安防護意識，並執行弱點掃描及滲透測試，確保資訊環境安全。2025 年資安管控措施執行情形如下：



前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

- 附錄一 GRI 準則對照表
- 附錄二 永續會計準則委員會編制標準 (SASB) 對照表
- 附錄三 氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表
- 附錄四 參與之公協會名單
- 附錄五 確信報告

附錄一、GRI 準則對照表

使用聲明	特力屋報告書已依循 GRI 準則編製，本報告書資訊揭露期間為 2025 年度（2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日）				
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021				
適用的 GRI 行業準則	尚未有適用之 GRI 行業準則				

GRI 2 > 一般揭露 2021					
GRI 準則	GRI 準則揭露內容		對應章節	頁碼	省略 / 備註
組織及報導實務					
GRI 2 一般揭露 2021	2-1	組織詳細資訊	關於本報告書	02	
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	02	
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	02	
	2-4	資訊重編	關於本報告書	02	本報告書重編 2024 年能源密集度數據。
	2-5	外部保證 / 確信	附錄五、確信報告	102-104	
活動與工作者					
GRI 2 一般揭露 2021	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.4.2 重大主題鑑別與排序	13	
	2-7	員工	3.1.2 特力屋員工結構	45-46	
	2-8	非員工的工作者	3.1.2 特力屋員工結構	45-46	
治理					
GRI 2 一般揭露 2021	2-9	治理結構及組成	5.2.1 公司治理與董事會職能	85	
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	5.2.1 公司治理與董事會職能	85	
	2-11	最高治理單位的主席	5.2.1 公司治理與董事會職能	85	
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.3.2 永續治理	11	
	2-13	衝擊管理的負責人	1.3.2 永續治理	11	
	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	1.3.2 永續治理	11	
	2-15	利益衝突	5.2.1 公司治理與董事會職能	86	
	2-16	溝通關鍵重大事件	5.2.1 公司治理與董事會職能	85-86	
	2-17	最高治理單位的群體智識	5.2.1 公司治理與董事會職能	86-87	
	2-18	最高治理單位的績效評估	5.2.1 公司治理與董事會職能	87	
	2-19	薪酬政策	5.2.1 公司治理與董事會職能	88	
	2-20	薪酬決定流程	5.2.1 公司治理與董事會職能	88	
	2-21	年度總薪酬比率		-	薪酬資訊因涉機密，故本次不予以揭露。
策略、政策與實務					
GRI 2 一般揭露 2021	2-22	永續發展策略的聲明	經營者的話	03	
	2-23	政策承諾	3.3.1 人權政策與管理	52	
	2-24	納入政策承諾	3.3.1 人權政策與管理	52	
	2-25	補救負面衝擊的程序	5.2.2 誠信治理與法規遵循	88-90	
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	5.2.2 誠信治理與法規遵循	88-90	
	2-27	法規遵循	5.2.2 誠信治理與法規遵循	90-91	
	2-28	公協會的會員資格	附錄四、參與公協會之名單	101	

GRI 準則	GRI 準則揭露內容		對應章節	頁碼	省略 / 備註
利害關係人議合					
GRI 2 一般揭露 2021	2-29	利害關係人議合方針	1.4.1 利害關係人議合	12	
	2-30	團體協約	3.3.1 人權政策與管理	54	公司雖未成立工會，無團體協約，但定期舉辦勞資會議，且具備透明溝通管道。

GRI 3 > 重大主題揭露項目 2021

GRI 準則	GRI 準則揭露內容		對應章節	頁碼	省略 / 備註
GRI 3 重大主題 2021	3-1	重大主題決定流程	1.4.2 重大主題鑑別與排序	13	
	3-2	重大主題清單	1.4.2 重大主題鑑別與排序	14-17	
客戶健康與安全					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第二章 重大主題管理方針	21	
GRI 416 顧客健康與安全	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	2.2.1 產品品質堅持	27-28	
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.2.1 產品品質堅持	28	
產品與服務創新					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第二章 重大主題管理方針	19	
自訂主題	-	-			
商品行銷及標示					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第二章 重大主題管理方針	20	
GRI 417 行銷與標示	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	2.2.1 產品品質堅持	27	
	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	2.2.1 產品品質堅持	28	
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	2.2.1 產品品質堅持	28	
循環經濟與包裝包材管理					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第二章 重大主題管理方針	19	
自訂主題	-	-	-		

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

- 附錄一 GRI 準則對照表
- 附錄二 永續會計準則委員會編制標準 (SASB) 對照表
- 附錄三 氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表
- 附錄四 參與之公協會名單
- 附錄五 確信報告

GRI 準則	GRI 準則揭露內容		對應章節	頁碼	省略 / 備註
員工培訓與職涯發展					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第三章 重大主題管理方針	40	
GRI 404 訓練與教育	404-1	每名員工每年接受的訓練平均時數	3.4.3 職業安全衛生教育訓練及宣導	61	
	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	3.2.1 員工培育計畫	48-51	
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	3.2.2 員工激勵與發展	51	
勞雇關係與人權					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第三章 重大主題管理方針	41	
GRI 401 勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	3.1.2 特力屋員工結構	46-47	
	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	3.3.2 員工福利	54-55	
	401-3	育嬰假	3.1.2 特力屋員工結構	47	
GRI 402 勞／資關係	402-1	關於營運變化的最短預告期	3.3.1 人權政策與管理	54	
職業健康安全					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第三章 重大主題管理方針	42	
GRI 403 職業安全衛生	403-1	職業安全衛生管理系統	3.4.1 職業安全衛生管理制度	56-57	
	403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	3.4.2 執行計畫與成果	57-58	
	403-3	職業健康服務	3.4.2 執行計畫與成果	60-61	
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	3.4.1 職業安全衛生管理制度	56-57	
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	3.4.3 職業安全衛生教育訓練及宣導	61	
	403-6	工作者健康促進	3.4.2 執行計畫與成果	59-61	
	403-7	預防和減輕與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	3.4.2 執行計畫與成果 3.4.3 職業安全衛生教育訓練及宣導	57-61	
	403-8	職業安全衛生管理系統所涵蓋之工作者	3.4.1 職業安全衛生管理制度	56-57	
	403-9	職業傷害	3.4.2 執行計畫與成果	59	
	403-10	職業病	3.4.2 執行計畫與成果	59	
隱私與資訊安全					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第五章 重大主題管理方針	75	
GRI 418 客戶隱私	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	5.2.5 隱私與資訊安全	94	
客戶關係管理					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第二章 重大主題管理方針	21	
自訂主題	-	-	-		

GRI 準則	GRI 準則揭露內容		對應章節	頁碼	省略 / 備註
公司治理與誠信經營					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第五章 重大主題管理方針	73	
GRI 205 反貪腐	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	5.2.2 誠信經營與法規遵循	88-89	
GRI 207 稅務策略	207-1	稅務方針	5.2.1 公司治理與董事會職能	88	
	207-2	稅務治理、管控與風險管理	5.2.1 公司治理與董事會職能	88	
	207-3	稅務相關議題之利害關係人議合與管理	5.2.1 公司治理與董事會職能	88	
供應鏈管理					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第二章 重大主題管理方針	20	
GRI 204 採購實務	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	2.2.2 供應鏈管理	33	
GRI 308 供應商 環境評估	308-1	使用環境標準篩選新供應商	2.2.2 供應鏈管理	30-31	
	308-2	供應鏈中負面的環境衝擊以及所採取的行動	2.2.2 供應鏈管理	30-31	
GRI 414 供應商 社會評估	414-1	使用社會標準篩選之新供應商	2.2.2 供應鏈管理	30-31	
	414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	2.2.2 供應鏈管理	30-31	
經濟績效					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第五章 重大主題管理方針	73	
GRI 201 經濟績效	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	5.2.4 經營成效	94	
	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	5.1.3 氣候變遷因應策略與管理	83	
	201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	3.3.2 員工福利	54-55	
	201-4	取自政府之財務援助	-	-	2025 年特力屋取得政府補助之金額為 941,023 元，室內裝修設計 78,000 元。
風險管理與法規遵循					
GRI 3 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	第五章 重大主題管理方針	74	
GRI 206 反競爭行為	206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	5.2.2 誠信經營與法規遵循	90	

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

- 附錄一 GRI 準則對照表
- 附錄二 永續會計準則委員會編制標準 (SASB) 對照表
- 附錄三 氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表
- 附錄四 參與之公協會名單
- 附錄五 確信報告

附錄二、永續會計準則委員會編制標準（SASB）對照表

多產品線專業零售商與經銷商 Multiline and Specialty Retailers & Distributors

類別	會計指標		對應章節或內容	頁碼	改善作法與未來目標
零售及配銷之能源管理	CG-MR-130a.1	(1)總能源消耗量 (2)電網電力百分比及 (3)再生能源百分比	5.1.2 能資源與廢棄物管理	79-80	特力屋透過以下措施，改善並降低能耗量與用電量 ● 設立節能推動小組並制定節能計畫 ● 定期檢視設備能效並汰舊換新 ● 配合政府與台電的企業節能輔導措施 ● 根據尖離峰期調配商場用電
資料安全	CG-MR-230a.1	描述如何辨別與說明資訊安全風險	5.2.5 隱私與資訊安全	94-96	定期由公正獨立的第三方單位進行稽核審查，確保資訊安全管理體系的有效運作
	CG-MR-230a.2	(1)資料洩露的數量 (2)個人資料洩露的百分比 (3)受影響的客戶數量	2025 年無發生相關情事	94	特力屋會持續通過 TPIPAS 的驗證並取得《dp.mark》標章，且要求所有活動應符合個人資料保護法與施行細則。針對外部廠商，我們持續要求其遵循個資保護規範
勞工實務	CG-MR-310a.1	(1)平均時薪 (2)按地區劃分的店內和配送中心員工賺取最低工資的百分比	(1) 226 元 (2)不適用	-	特力屋使用多種工具和報告進行市場薪資調查，確保薪酬策略的透明度和可信度，保持市場競爭力，亦依據市場行情訂定薪酬策略，逐年檢視與調整。
	CG-MR-310a.2	(1)店內和配送中心員工的自願和 (2)非自願離職率	3.1.2 特力屋員工結構	47	提供明確的培訓資源及內部轉調等職涯發展策略，鼓勵員工依照自己的專長及興趣探索職涯方向，達到留任人才之目的。
	CG-MR-310a.3	因違反勞動法而引起的法律訴訟所造成的金錢損失總額	2025 年無發生相關情事	90	無
員工多元與包容性	CG-MR-330a.1	(a)執行管理層、(b)非執行管理層和 (c)所有其他員工的(1) 性別和(2)多元化群體代表的百分比	3.1.2 特力屋員工結構 5.2.1 公司治理與董事會職能	45-46 86	特力屋秉持員工多元化理念，聘用多樣化人才，包含在學生、社會新鮮人、轉職菁英、二度就業與中高齡就業者；且實踐就業平等，強化友善工作環境，提供身心障礙、原住民、外籍人士與中高齡更多就業機會。
	CG-MR-330a.2	因就業歧視相關法律所造成的金錢損失總額	2025 年無發生相關情事	90	無
產品採購、包裝和行銷	CG-MR-410a.1	來自第三方環境或社會永續標準認證的產品之收入	新臺幣 596,188,682 元	25	無
	CG-MR-410a.2	說明評估和管理與產品中化學品相關的風險或危害的流程	2.2.1 產品品質堅持	27-29	特力屋設有商品檢測、抽檢及相關認證規範，確保所有商品在進貨、商品標示及庫存存放管理上符合相關標準。特力屋持續開發自有商品，為消費者提供更多安全的產品選擇。
	CG-MR-410a.3	說明減少包裝對環境影響的策略	(1)產品包裝策略為所有包裝不超過 3 層，且材料不超過三種 (2)一次性商品已全面禁用 PVC 原料	26	特力屋的商品包裝盡量採用紙材、PE、PP，降低 PVC 的使用占比，門店通路實施紙箱回收，而網購部分則響應環境部網購包裝材料減量規定
活動指標	CG-MR-000.A	(1)零售地點及(2)配銷中心之數量	(1) 65 家門店，包含 28 家中大型門店與 37 家社區店 (2) 1 座配銷中心（楊梅倉）	6	
	CG-MR-000.B	(1)零售地點及(2)配銷中心之總面積	(1)門店面積 220,139.60 平方公尺 (2)配銷中心 42,969 平方公尺	-	

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

- 附錄一 GRI 準則對照表
- 附錄二 永續會計準則委員會編制標準 (SASB) 對照表
- 附錄三 氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表
- 附錄四 參與之公協會名單
- 附錄五 確信報告

專業與商業服務 Professional & Commercial Services

類別	會計指標		對應章節或內容	頁碼	改善作法與未來目標
資料安全	SV-PS-230a.1	請說明辨識和處理資料安全風險的方法	5.2.5 隱私與資訊安全	94-96	特力屋定期由公正獨立的第三方單位進行稽核審查，確保資訊安全管理體系的有效運作。
	SV-PS-230a.2	請說明蒐集、使用和保留客戶資料的政策與措施	5.2.5 隱私與資訊安全	94-96	特力屋會持續通過 TPIPAS 的驗證並取得《dp.mark》標章，且要求所有活動應符合個人資料保護法與施行細則。針對外部廠商，我們持續要求其遵循個資保護規範
	SV-PS-230a.3	(1)資料外洩事件數量 (2a) 資料外洩事件數量中，涉及客戶機密商業資訊的百分比 (2b) 資料外洩事件數量中，涉及個人資料外洩的百分比 (3a) 資料外洩事件數量中，受影響的客戶數量 (3b) 資料外洩事件數量中，受影響的個人數量	2025 年無發生相關情事	94	無
員工多元化與敬業度	SV-PS-330a.1	(1) 性別及(2)多元族群代表性百分比，適用於： (a)高階管理層， (b)非高階管理層， (c)其他所有員工。	3.1.2 特力屋員工結構	45-46	特力屋秉持員工多元化理念，聘用多樣化人才，包含在學生、社會新鮮人、轉職菁英、二度就業與中高齡就業者；且實踐就業平等，強化友善工作環境，提供身心障礙、原住民、外籍人士與中高齡更多就業機會。
	SV-PS-330a.2	(1) 自願離職率 及(2)非自願離職率（適用於員工）	3.1.2 特力屋員工結構	47	提供明確的培訓資源及內部轉調等職涯發展策略，鼓勵員工依照自己的專長及興趣探索職涯方向，達到留任人才之目的。
	SV-PS-330a.3	員工參與度百分比	3.3.1 人權政策與管理	53	定期進行員工敬業度調查，同時針對主題性議題收集員工意見，進而聚焦且迅速規劃改善方案，使勞資雙方順利凝聚共識，貼近員工需求。
職業誠信	SV-PS-510a.1	確保專業誠信的方針描述	5.2.2 誠信治理與法規遵循	88-91	特力屋明訂從董監事、全體員工到所有合作的供應商，都要秉持誠信經營理念，遵守各種業務規範。經董事會通過制訂《誠信經營守則》，且遵循母公司制訂《誠信經營作業程序及行為指南》。
	SV-PS-510a.2	因與專業誠信相關的法律訴訟所導致的金錢損失總額	2025 年無發生相關情事	90	無
活動指標	SV-PS-000.A	按以下類別劃分的員工數量： (1) 全職與兼職， (2) 臨時員工， (3)合約員工。	3.1.2 特力屋員工結構	45-46	
	SV-PS-000.B	員工總工時及可計費工時百分比	總工時：3,684,410 小時 可計費工時：100%	-	

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化

附錄

- 附錄一 GRI 準則對照表
- 附錄二 永續會計準則委員會編制標準 (SASB) 對照表
- 附錄三 氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表
- 附錄四 參與之公協會名單
- 附錄五 確信報告

附錄三、氣候相關財務揭露（TCFD）對照表

TCFD 建議揭露事項		上市上櫃公司氣候相關資訊	對應章節	頁數
治理	●描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況。	1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	5.1.3 氣候變遷因應策略與管理	81
	●描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色。			81
策略	●描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會。	2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務（短期、中期、長期）。		83
	●描述組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊。	3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。		-
	●描述組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境（包括 2°C 或更嚴苛的情境）。	5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。		82
風險管理	●描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。	4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。		82
	●描述組織在氣候相關風險的管理流程。			82
	●描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度。			93
指標和目標	●揭露組織依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標。	6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。		82
	●揭露範疇 1、範疇 2 和範疇 3（如適用）溫室氣體排放和相關風險。	9. 溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫。		80
	●描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現。	8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證（RECs）以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證（RECs）數量。		84

附錄四、參與之公協會名單

公司	項次	外部公協會	會員種類 / 職務
特力屋	1	中華民國內部稽核協會	會員
	2	中華民國電腦稽核協會	會員
	3	臺北市米穀商業同業公會	會員
	4	臺北市度量衡商業同業公會	會員
	5	臺北市進出口商業同業公會	會員
	6	中華民國無店面零售商業同業公會	會員
特力屋室內裝修	1	臺北市室內設計裝修商業同業公會	會員
	2	臺北市電器商業同業公會	會員
	3	臺北市廚具商業同業公會	會員

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化

附錄

- 附錄一 GRI 準則對照表
- 附錄二 永續會計準則委員會編制標準 (SASB) 對照表
- 附錄三 氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表
- 附錄四 參與之公協會名單
- 附錄五 確信報告



會計師有限確信報告

特力屋股份有限公司 公鑒

確信範圍

本會計師接受特力屋股份有限公司及特力屋室內裝修設計股份有限公司(以下簡稱「特力屋公司」)之委任，對民國一一四年(2025 年度)永續報告書中所選定之績效資訊(以下稱「標的資訊」)，執行財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則所定義之「有限確信案件」並出具報告。

標的資訊及其適用基準

有關特力屋公司之標的資訊及其適用基準詳列於附件一。

管理階層之責任

特力屋公司管理階層之責任係依照適當之基準編製標的資訊，包括全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)發布之 2021 年 GRI 準則(GRI Standards)及特力屋公司針對依行業特性所選定之標的資訊，採用自行制定之其他基準。特力屋公司管理階層應選擇所適用之基準，並對標的資訊在所有重大方面是否依據該適用基準報導負責。此責任包括建立及維持與標的資訊編製有關之內部控制，維持適當之記錄並作成相關之估計，以確保標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

本會計師之責任

本會計師之責任係依據所取得之證據對標的資訊作成結論。

本會計師依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作，以發現標的資訊在所有重大方面是否有未依適用基準編製而須作修正之情事。並出具有限確信報告。本會計師依據專業判斷，包括對導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險之評估，以決定確信程序之性質、時間及範圍。

本會計師相信已取得足夠及適切之證據，以作為表示有限確信結論之基礎。



會計師之獨立性及品質管理

本會計師及所隸屬組織遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行為。

本事務所遵循品質管理準則 1 號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定組織設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及適用之法令規範相關之政策或程序。

所執行程序之說明

有限確信案件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，因此，有限確信案件中取得之確信程度明顯低於合理確信案件中取得者。本會計師所設計之程序係為取得有限確信並據此作成結論，並不提供合理確信必要之所有證據。

儘管本會計師於決定確信程序之性質及範圍時曾考量特力屋公司內部控制之有效性，惟本確信案件並非對特力屋公司內部控制之有效性表示意見。本會計師所執行之程序不包括測試控制或執行與檢查資訊科技(IT)系統內資料之彙總或計算相關之程序。

有限確信案件包括進行查詢，主要係對負責編製標的資訊及相關資訊之人員進行查詢，並應用分析及其他適當程序。

本會計師所執行之程序包括：

- 與特力屋公司人員進行訪談，以瞭解特力屋公司之業務與履行永續發展之整體情況，以及永續報導流程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解特力屋公司之主要利害關係人及利害關係人之期望與需求、雙方具體之溝通管道，以及特力屋公司如何回應該等期望與需求；
- 與特力屋公司攸關人員進行訪談，以瞭解用以蒐集、整理及報導標的資訊之相關流程；
- 檢查計算標準是否已依據適用基準中概述的方法正確應用；

前言

- 1 特力屋永續價值
- 2 專業：全方位居家解決方案
- 3 安心：幸福包容職場
- 4 信賴：家的好鄰居
- 5 環保：永續經營文化

附錄

- 附錄一 GRI 準則對照表
- 附錄二 永續會計準則委員會編制標準 (SASB) 對照表
- 附錄三 氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表
- 附錄四 參與之公協會名單
- 附錄五 確信報告



- 針對報告中所選定之永續績效資訊進行分析性程序；蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明；如必要時，則抽選樣本進行測試；
- 閱讀特力屋公司之永續報告書，確認其與本會計師取得關於永續發展整體履行情況之瞭解一致。

先天限制

因永續報告中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響，選擇不同的衡量方式，可能導致績效衡量上之重大差異，且由於確信工作係採抽樣方式進行，任何內部控制均受有先天限制，故未必能查出所有業已存在之重大不實表達，無論是導因於舞弊或錯誤。

結論

依據所執行之程序及所取得之證據，本會計師未發現標的資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師：林 孟 賢

民國一十五年七月二日



附件一：

編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準																				
1	5.2.2	誠信治理與法規遵循	特力屋公司 2025 年無違反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為之事件或訴訟。2025 年共有 3 起違法並受罰鍰之事件(其中包含一起重大違反法規事件 ^{註1})。 註1：重大違反法規事件之定義，係參照《臺灣證券交易所股份有限公司對有價證券上市公司重大訊息之查證暨公開處理程序》及《永續經濟活動認定參考指引》，包含造成公司重大損害或影響者，經有關機關命令停工、停業、歇業、廢止或限期停業相關許可證者，單一事件罰鍰金額累計達新臺幣壹佰萬元以上者。	特力屋公司 2025 年重大違規事件及違反法規事件數。																				
	2.2.1	產品品質堅持	2025 年特力屋……以及 1 件因違反有關產品與服務的健康和安全法規之罰款事件，皆已進行處置。																					
2	3.1.2	特力屋員工結構	2025 年自願與非自願離職率	特力屋公司 2025 年門店員工及全體員工自願及非自願離職率。																				
			<table><tr><th>範疇</th><th>項目</th><th>特力屋</th><th>特力屋室內裝修設計</th></tr><tr><td rowspan="3">門店</td><td>自願離職率</td><td>18.6%</td><td>0%</td></tr><tr><td>非自願離職率</td><td>0.9%</td><td>0%</td></tr><tr><td>總計</td><td>19.5%</td><td>0%</td></tr><tr><td rowspan="3">全體</td><td>自願離職率</td><td>18.8%</td><td>7.0%</td></tr><tr><td>非自願離職率</td><td>0.9%</td><td>3.5%</td></tr><tr><td>總計</td><td>19.7%</td><td>10.5%</td></tr></table>		範疇	項目	特力屋	特力屋室內裝修設計	門店	自願離職率	18.6%	0%	非自願離職率	0.9%	0%	總計	19.5%	0%	全體	自願離職率	18.8%	7.0%	非自願離職率	0.9%
範疇	項目	特力屋	特力屋室內裝修設計																					
門店	自願離職率	18.6%	0%																					
	非自願離職率	0.9%	0%																					
	總計	19.5%	0%																					
全體	自願離職率	18.8%	7.0%																					
	非自願離職率	0.9%	3.5%																					
	總計	19.7%	10.5%																					
3	5.1.1	打造綠色消費環保商場	<table><tr><th>LED 燈泡/燈管銷售量</th><th>2025 年度</th></tr><tr><td>LED 吸頂燈(單位：3 顆)</td><td>183,802</td></tr><tr><td>LED 燈泡(單位：顆)</td><td>1,038,184</td></tr><tr><td>LED 2 呎燈管(單位：支)</td><td>107,132</td></tr><tr><td>LED 4 呎燈管(單位：支)</td><td>159,639</td></tr><tr><td>一年約可減少之用電度數(單位：度)</td><td>316,913,531.25</td></tr><tr><td>約可減少之碳排放量(單位：噸 CO₂e)</td><td>147,998.62</td></tr></table> 計算方式： - 一年約可減少之用電度數=(傳統燈具瓦數-LED 燈具瓦數)×每日使用時數×365/1000 - 瓦數雖不同，以平均保守瓦數計算使用一顆 9W LED 燈泡亮度相較於一顆 60W 白熾燈泡的使用，一天使用 10 小時來計算 - 電力碳排放係數依經濟部能源署最新公告計算，2025 年度電力排放係數為：0.467 公斤 CO₂e/度	LED 燈泡/燈管銷售量	2025 年度	LED 吸頂燈(單位：3 顆)	183,802	LED 燈泡(單位：顆)	1,038,184	LED 2 呎燈管(單位：支)	107,132	LED 4 呎燈管(單位：支)	159,639	一年約可減少之用電度數(單位：度)	316,913,531.25	約可減少之碳排放量(單位：噸 CO ₂ e)	147,998.62	特力屋公司 2025 年燈具銷售量、預計減少用電度數及減少之碳排放量。						
			LED 燈泡/燈管銷售量	2025 年度																				
LED 吸頂燈(單位：3 顆)	183,802																							
LED 燈泡(單位：顆)	1,038,184																							
LED 2 呎燈管(單位：支)	107,132																							
LED 4 呎燈管(單位：支)	159,639																							
一年約可減少之用電度數(單位：度)	316,913,531.25																							
約可減少之碳排放量(單位：噸 CO ₂ e)	147,998.62																							

前言

1 特力屋永續價值

2 專業：全方位居家解決方案

3 安心：幸福包容職場

4 信賴：家的好鄰居

5 環保：永續經營文化

附錄

- 附錄一 GRI 準則對照表
- 附錄二 永續會計準則委員會編制標準 (SASB) 對照表
- 附錄三 氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表
- 附錄四 參與之公協會名單
- 附錄五 確信報告



編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準
4	3.3.1	人權政策與管理	員工敬業度調查	特力屋公司 2025 年員工敬業度平均分數。
			調查宗旨	
			調查面向	
			回收份數	
5	3.4.3	職業安全衛生教育訓練及宣導	調查結果	特力屋公司 2025 年職業安全衛生課程說明、參與人數及參與總時數。
			特力屋 2025 年職業安全衛生課程	
			課程名稱	
			參與對象	
			課程說明	
			舉辦頻率	
			參與人數	
			參與總時數	
			職業安全衛生管理系統內部稽核員培訓	
			總部位同仁	
			ISO 45001 內部稽核	
			每年視需求	
			職業安全衛生教育訓練 (集團總部)	
			總部位同仁	
			臺灣職安法令規範必修，每 3 年勞工需完成 3 小時複訓實體課程 (採線上視訊授課)	
			每年	
			防災宣導數位課程	
			總部位同仁	
			透過日常生活中會遭遇的情境，宣導正確的防災觀念，落實「居家防災」，建立正確的防災觀念，瞭解災前預防的觀念，災後如何應變處置，將災害造成的損傷降至最低	
			每年	

2025

特力屋 永續報告書

SUSTAINABILITY REPORT

特力屋

臺北市內湖區新湖三路 23 號 5 樓

02-8791-5888

https://www.trplus.com.tw/pages/invest_relations/ESG.html