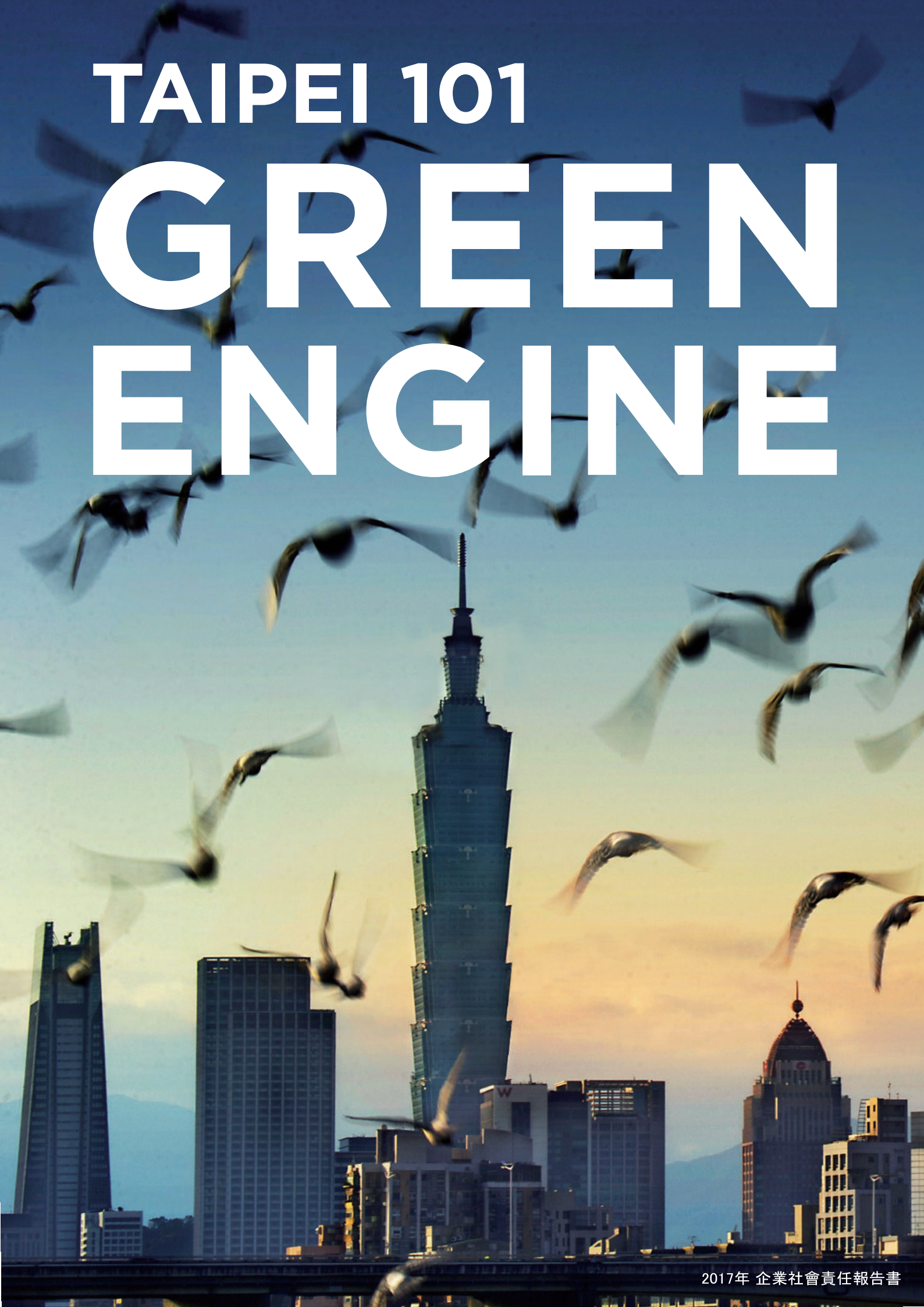


TAIPEI 101

GREEN ENGINE



**GREEN
ENGINE**

**TAIPEI
101**

目錄

關於本報告書	P004
2017 年績效表現	P006
利害關係人溝通	P008
重大主題鑑別	P010
董事長的話	P014
總經理的話	P015
GRI 準則指標索引表	P114
第三方查證聲明書	P119

EN

Ch1

Envision

台北 101 永續視野

1.1 永續經營策略

1.1.1 關於台北 101	P018
1.1.2 願景與使命	P020
1.1.3 永續策略藍圖	P021
1.1.4 營運績效	P024

1.2 治理機制

1.2.1 公司治理架構	P026
1.2.2 永續治理	P030

1.3 責任經營

1.3.1 誠信經營	P032
1.3.2 法規遵循	P036
1.3.3 外部參與	P037

G

Ch2

Generate

發揮在地動能

2.1 最高交流平台

2.1.1 國際榮耀與肯定	P040
2.1.2 產官學合作交流平台	P042

2.2 在地品牌推廣

2.2.1 推動社會企業	P046
2.2.2 推廣文創產業	P050

2.3 全球在地化體驗

2.3.1 斬新觀光體驗	P052
2.3.2 智慧服務體驗	P053

I

Ch3

Influence

促進綠色友善生活

3.1 綠建築管理與推廣

3.1.1 綠建築升級與推廣 P058

3.1.2 環境保護機制 P060

3.2 能資源使用與排放管理

3.2.1 能源管理 P063

3.2.2 溫室氣體排放管理 P066

3.2.3 水資源管理 P068

3.2.4 廢棄物處理 P070

3.3 環境友善措施與產品

3.3.1 友善措施 P072

3.3.2 友善產品 P074

N

Ch4

Navigate

引領安心環境

4.1 營運安全

4.1.1 天然災害風險管理 P078

4.1.2 人為災害風險管理 P080

4.2 產品安全

4.2.1 食品安全 P084

4.2.2 公共衛生 P085

4.2.3 舒適安心的環境 P087

4.3 職業健康與安全

4.3.1 員工安全 P089

4.3.2 外包廠商安全 P090

E

Ch5

Enhance

強化多元聯結

5.1 永續價值鏈

5.1.1 價值鏈管理 P094

5.1.2 供應商 P094

5.1.3 外包廠商 P095

5.2 幸福職場

5.2.1 僱用狀況 P097

5.2.2 員工薪資及福利 P100

5.2.3 員工訓練與溝通 P103

5.3 客戶關懷

5.3.1 租賃狀況 P104

5.3.2 產品及服務品質與透明溝通 P106

5.3.3 客戶關係維護 P109

5.4 社會參與

5.4.1 社區公益活動 P110

關於本報告書

編輯方針

2017 年的企業社會責任報告書是台北金融大樓股份有限公司（於本報告書中簡稱台北 101、我們、本公司）的第六本企業社會責任報告書。本報告同時發行中、英文版本，並且設有企業社會責任專屬網站。我們期望透過此報告的發行，以透明開放的方式向利害關係人揭露我們在經濟、社會及環境等三大面向的努力與成果。

企業社會責任專屬網站：<http://csr.taipei-101.com.tw/>

報告期間

本報告書揭露 2017 年度（2017 年 1 月 1 日至 12 月 31 日）台北金融大樓股份有限公司各項企業社會責任管理方針、重大主題、回應及行動的績效資訊。

報告週期

台北金融大樓股份有限公司企業社會責任報告書以每年出版為原則。上一期報告（2016 年度）出版日期為 2017 年 8 月；下一期報告（2018 年度）預訂於 2019 年 8 月出版。

報告邊界

本報告書的邊界涵蓋台北金融大樓股份有限公司，報告書資訊數據的範疇，涵蓋三個事業群：台北 101 辦公大樓、台北 101 購物中心及台北 101 觀景台在經濟面、社會面和環境面的相關績效，部份重大資訊揭露邊界涵蓋組織外個體（租戶、供應商及顧客）。

報告書依循標準與外部查證

本報告書採用全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）所發布 GRI 永續性報導準則（GRI Standards）編制而成，並通過第三方保證，確認報告書內容符合 GRI 永續性報導準則的核心選項相關要求，以及 AA1000（Account Ability）第一類中度保證等級（Type I Moderate Level）查證標準，查證聲明與索引表詳如附錄。

意見回覆

如對於報告書內容有任何問題，請洽以下聯絡窗口。

台北金融大樓股份有限公司企業永續發展小組

地址：台北市 110 信義路 5 段 7 號 59 樓

電話：+886 2 8101 8813

E-mail：CSR@tfc101.com.tw

報告書主軸【Green Engine】

台北 101 之永續願景為「Green Tower for All」，我們持續透過企業社會責任報告書傳達台北 101 致力成為世界轉型邁向低碳永續的象徵及指引。因此，暨台北 101 於 2015 年報告書中說明「點」出策略主軸，延伸「綠」的定義後，2016 年以「線」的方式串連三大事業群，將「綠」轉為行動，2017 亦全「面」逐步擴大台北 101 低碳轉型影響力，以「Green Engine」為報告書主軸，詮釋台北 101 已具備充足之「綠」動能，於各永續領域皆具備並擔任火車頭的能力與角色，更積極的透過治理、消費與觀光體驗、環境、安全、社會等多面向，作為型塑綠色生活的新動能。

Green Engine

永續台北 101

EN vision ——— 台北 101 永續視野

Generate ——— 發揮在地動能

Influence ——— 推動綠色生活

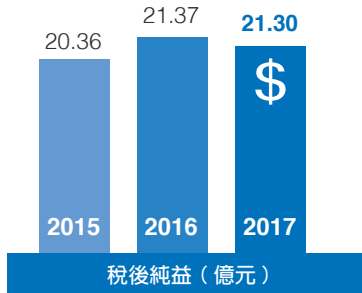
Navigate ——— 引領安心環境

Enhance ——— 強化多元聯結



2017 年績效表現

治理



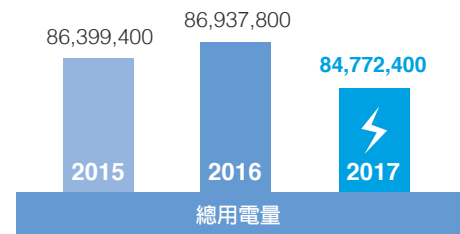
- 今年度本公司正式成立聯合面談委員會及風險管理委員會
- 獲 2017 TCSA 台灣企業永續獎 – 金獎 (不動產及營造業 TOP 企業永續報告金獎以及服務業組 – 創新成長獎)
- 獲 2017 經濟部國家創新獎「績優創新企業獎」
- 獲惠譽國際評等國內長期評等 AA-
- 全面通過 BS10012 國際標準擴大驗證
- 簽署企業社會責任條款的商場租戶家數上升 **68%**



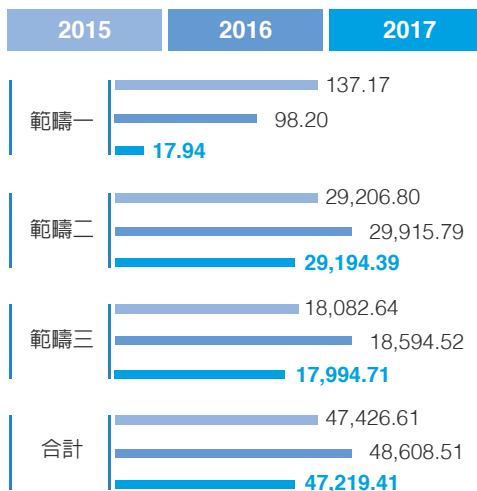
環境

- 獲 2017 中華民國企業環保獎
- 2017 年綠色採購總金額為去年的 **1.5** 倍
- 停車場增設全台唯一 1 台 DC 充電站及 5 台 AC 充電站
- 增設閉路電視 (CCTV)，減少安全死角以提高環境安全
- 連續三年認購 101 萬度綠電：
 - 獲經濟部「綠電感恩賞」表揚
 - 獲台北市政府「推動綠色採購 500 萬元以上」表揚

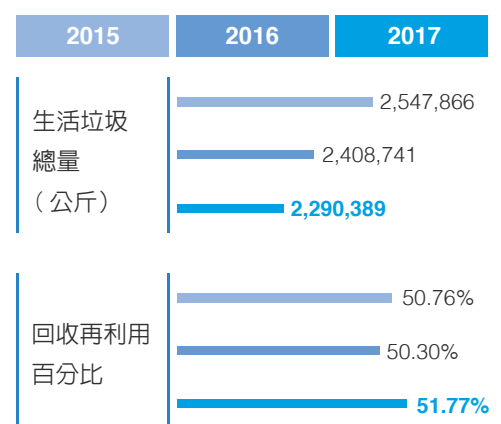
■ 總用電量 (單位：度)



☁ 溫室氣體總排放量 (單位：公噸)



生活垃圾量與回收再利用百分比



社會

■ 員工男女比為 41.9% : 58.1%

新進員工其中 70.3% 為女性

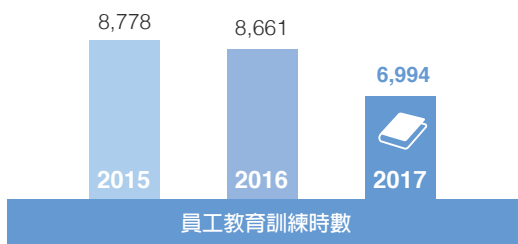
- 超過法定標準，聘任 5 位弱勢族群
- 取得健康職場認證－健康啟動標章

■ 男性員工平均薪資高於全國最低薪資 **1.6** 倍 女性員工平均薪資高於全國最低薪資 **1.3** 倍

■ 推動社會企業：

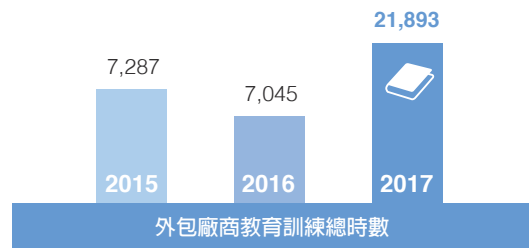


■ 教育訓練績效 (單位：小時)



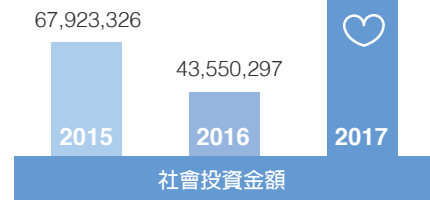
2017 員工教育訓練時數下降主因為取消 1 堂主管訓練及縮減潛力與職代培訓時數。

■ 外包廠商教育訓練



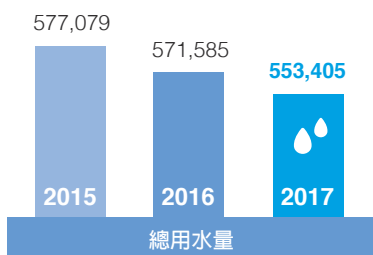
- 發揮「世界最高公益平台」影響力，獲 2017 Buying Power 獎勵採購社會創新產品及服務－首獎、特別獎
- 提供穆斯林友善廁所及祈禱空間

■ 社會投資 **92,185,371**

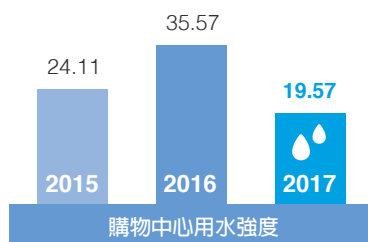


註：社會投資含公益活動及創造台灣價值之相關活動 (單位：新台幣元)

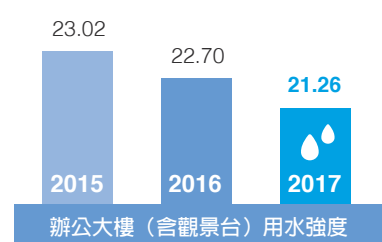
■ 總用水量 (單位：公噸)



■ 購物中心用水強度 (單位：公噸 / 千人)



■ 辦公大樓 (含觀景台) 用水強度 (單位：公噸 / 千人)



利害關係人溝通

台北 101 擁有廣大與多樣的利害關係人，為能與各利害關係人群體維繫良好的溝通與合作關係，我們參照 AA1000 利害關係人議合標準 (AA1000 Stakeholder Engagement Standard)，採以系統性方式鑑別重要之利害關係人。我們於 2013 年度召集所有部門以會議討論的方式，針對利害關係人對台北 101 的依賴程度、影響力、關注程度、責任和多元觀點 5 個面向進行評估，並經經營團隊核定確認，鑑別出 8 類重要的利害關係人。

台北 101 依循實際營運狀況、與各利害關係人互動情形以及同業標竿分析結果，每年度回顧與調整利害關係人群體。我們於 2014 年新增「大樓 / 商場租戶」、「社區 / NGO」等 2 大類利害關係人，並於 2015 年進一步調整既有利害關係人群體之組成，但維持 10 類重要利害關係人；2017 年度利害關係人群體類別則與 2015 年度相同。

2017 年利害關係人群體



我們與不同的利害關係人之間設有多種的溝通管道，利害關係人可經由主動或被動的方式，將意見及需求回饋給我們，我們也透過相關揭露管道回應利害關係人。溝通管道如下表，而對於利害關係人意見所採取之行動可參考章節 5.3.2 產品及服務品質與透明溝通。

台北 101 與利害關係人之溝通管道

利害關係人	溝通管道 / 頻率
辦公大樓租戶	<ul style="list-style-type: none"> ■ 租戶有約 / 一季一場 ■ 租戶服務中心 / 即時 ■ 租戶教育訓練 / 不定期 (2017 年共舉辦 4 場訓練講座) ■ 租戶聯誼活動 / 不定期 (2017 年共舉辦 2 場聯誼活動) ■ 新駐租戶說明會 / 2017 年共 19 場 ■ 演練宣導講習 / 一年 2 次 ■ 專人服務專線及意見信箱 / 即時 (2017 整年度來自官網的民眾意見反映共 84 筆) ■ 大樓顧客服務系統 / 即時 (自 2017 年共有 9,637 筆) ■ 高階主管訪談 / 不定期
購物中心租戶	<ul style="list-style-type: none"> ■ 專人服務專線及意見信箱 / 即時 ■ 專櫃人員教育訓練 / 不定期 ■ 購物中心租戶週會及聯合月會 ■ 租戶聯誼活動 / 不定期 ■ 晨會 / 每週一次 ■ 叫修服務專線 / 即時 (2017 年叫修 1,342 筆，並全數完成) ■ 演練宣導講習 / 一年一次 ■ 高階主管訪談 / 不定期

利害關係人	溝通管道 / 頻率
顧客	<ul style="list-style-type: none"> ■ 顧客滿意度調查 / 不定期 (2017 年針對觀景台進行一次調查, 整體滿意度達 91.7%) ■ 顧客服務系統 (電話 / 網站 / 電子信箱 / 臨櫃) / 即時 (2017 年營業時間內共 30,698 件) ■ 各服務中心 ■ 平面廣告品 / 即時 ■ 社群網站 (FACEBOOK、WECHAT、LINE) / 即時 ■ 尊榮俱樂部 / 不定期
股東 / 投資人	<ul style="list-style-type: none"> ■ 股東會 / 每年一次 ■ 董事會 / 每兩個月一次 (2017 年共召開 6 次董事會) ■ 年報及年度企業永續報告書 / 一年出一份 ■ 公開資訊觀測站 / 即時 ■ 專人服務專線及意見信箱 / 即時 ■ 媒體報導 / 不定期 ■ 安全彙報 / 每兩個月一次
員工	<ul style="list-style-type: none"> ■ 員工服務專線及意見信箱 / 即時 (2017 年無任何需處理件數) ■ 績效考核 / 一年一次 ■ 經營管理月會及主管週會 ■ 提案會議 / 每季一次 ■ 教育訓練 / 不定期 ■ 人力資源部及福委會 / 不定期 ■ 新進同仁講座 / 每季一次 ■ 「與總經理有約」溝通管道 / 每季一次 ■ 叫修服務專線 / 即時 (2017 年叫修 84 筆, 並全數完成) ■ 目前尚無公會
政府機關	<ul style="list-style-type: none"> ■ 服務中心及專線 ■ 公文函 / 不定期 (2017 年共 849 件) ■ 研討會 / 不定期 (2017 年共 7 次) ■ 公開資訊觀測站 / 即時 ■ 官員租戶有約演講 / 不定期 ■ 合作舉辦公益活動 / 不定期 (2017 年共舉辦 40 場公益活動) ■ 參訪、視導及宣導會 / 不定期 (2017 年國外貴賓共有 1,338 人次參訪) ■ 配合主管機關相關法令、政策進行監理與查核 / 不定期
供應鏈	<ul style="list-style-type: none"> ■ 供應商履約評鑑 / 一年一次 ■ 教育訓練 / 不定期 (2017 年教育訓練總時數為 21,893 小時) ■ 供應商專線及電子郵件信箱 / 即時 (2017 年無任何需處理件數) ■ 招標廠商會議 / 不定期 ■ 商場保全與清潔例會 / 每兩週一次
媒體	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新聞稿 / 不定期 (2017 年共發出 47 則新聞稿) ■ 記者會 / 不定期 (2017 年共舉行 22 次記者會) ■ 媒體餐敘 / 不定期 (2017 年共舉行 3 次) ■ 台北 101 官方網站 / 即時 ■ 品牌傳播部門 / 即時
商業夥伴	<ul style="list-style-type: none"> ■ 會議 / 不定期 ■ 電子郵件信箱 / 即時 ■ 參與教育訓練課程 / 不定期 ■ 定期聚會 ■ 串聯公益點燈 (2017 年共串連 10 次點燈計畫)
社區	<ul style="list-style-type: none"> ■ 優惠活動 / 不定期 ■ 公益活動 / 不定期 ■ 信義商圈聯盟 / 不定期
NGO / 社會企業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 網頁 / 即時 ■ 社企市集 / 不定期 (2017 年共舉辦 2 場) ■ 公益活動捐贈 / 不定期

外部利害關係人線上問卷

台北 101 不斷在利害關係人議合中耕耘，為能聆聽更多利害關係人的聲音，我們已於 2017 年設置利害關係人線上問卷，提升可觸及的利害關係人群體及數量。我們期望透過此問卷了解不同利害關係人對各重大主題的關注程度、獲取台北 101 企業社會責任相關資訊之主要管道及滿意度，以及對於台北 101 永續發展方向的期許等意見。

線上問卷網址：http://csr.taipei-101.com.tw/tw/Customer_Service.php?NC_ID=20170814001

重大主題鑑別

本年度報告書內容係依循全球報告倡議組織（Global Reporting Initiative, GRI）所發布的 GRI 永續性報導準則（GRI Standards）編製，強調報告書資訊涵蓋的基本範疇應與合併財報的組織邊界一致，並且僅須針對本公司在經濟、社會及環境具有重大衝擊，及利害關係人最為關注的重大主題，說明本公司的管理方針、執行狀況及相關績效。重大主題鑑別流程如圖。



「台北壹零壹尊榮管理顧問股份有限公司」係在本公司合併財報編製原則內的組織邊界，為本公司 100% 持有之子公司，惟因其於 2017 年度無實際營運作為，故此子公司不列入 2017 年度企業社會責任報告書之邊界。本報告書各項非財務資訊的揭露邊界係以台北 101 大樓本身為主。

2017 年的重大主題鑑別係以前一年度（2016 年）重大主題清單為基準進行調整，我們參考國內外永續發展趨勢並蒐研國內外同業標竿重大主題清單與相關重大時事以確保主題清單之重大性、完整性及利害關係人之包容性。



重大主題清單確定後，我們考量主題對「企業永續經營的重要程度」、「影響利害關係人評估及決策的程度」以及「企業價值鏈產生經濟、環境與社會衝擊程度」三方面，透過問卷進行各主題重大性之評估與排序。

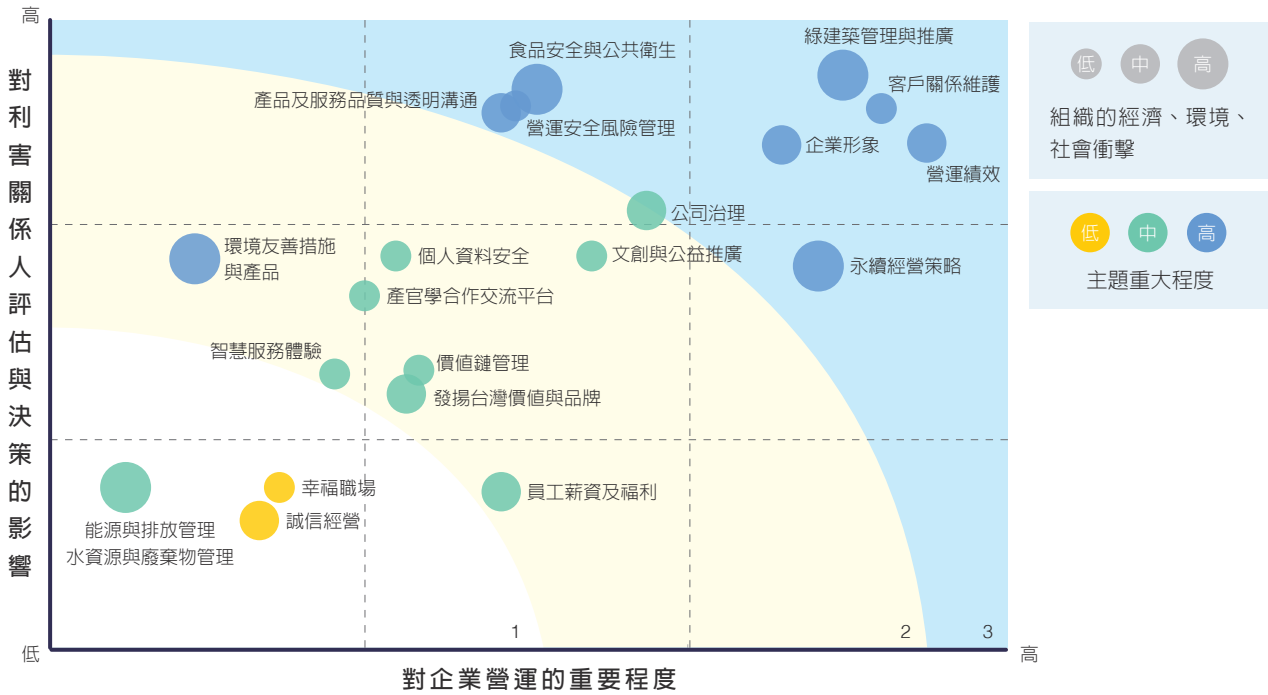


重大主題鑑別與排序之初步成果產出之後，由台北 101 經營團隊進行確認，並根據高階主管的見解及建議調整，以確保結果符合 GRI 完整性及利害關係人包容性原則。



未來將依重大主題鑑別結果，加強理解與回應利害關係人的需求，以掌握不同議題對於台北 101 的衝擊程度及邊界。下一年度，我們將比照今年度之鑑別流程，重新檢視重大主題是否有完整包容組織外個體之經濟、環境與社會績效。

重大性議題矩陣圖



重大主題及其對台北 101 造成衝擊範圍，說明造成衝擊實體的內外部影響程度、重大原因、對應章節以及 GRI 準則之對應如下表。

- 造成直接衝擊
- 透過商業關係造成衝擊

重大主題的邊界與與衝擊範圍影響判定表

重大性	重大主題	對應的 GRI 主題	重大原因	管理方針 (對應章節)	衝擊範圍			節錄章節對應
					內部	外部		
					台北 101	供應商	租戶	
高度重要主題	營運績效	201：經濟績效	企業績效表現為營運基本，影響涉及到對組織財務、公司策略衝擊。	1.1.4 營運績效	● 台北 101 的營運策略與員工的敬業情況會直接影響經營績效。			1.1.4 營運績效
	客戶關係維護	417：行銷與標示	台北 101 每日面臨眾多觀光客、租戶與顧客，因此與客戶關係維護至關重要。	5.3 客戶關懷	● 客戶關係處理方式與員工服務態度將為此主題造成衝擊。			5.3.2 產品及服務品質與透明溝通 5.3.3 客戶關係維護
	綠建築管理與推廣	無適用 GRI 重大主題	台北 101 為台灣最高大樓，為避免建築物造成過多環境衝擊，此為重大主題。	3.1 綠建築管理與推廣	● 台北 101 落實綠建築管理之強度將影響此主題的衝擊程度。			3.1.1 綠建築升級成果 3.1.2 環境保護機制
	企業形象	無適用 GRI 重大主題	維護企業正面形象不僅有益於客戶關係，更提升國際關係與交流整體正面影響力。	2.1.1 國際榮耀與肯定 2.3.1 嶄新觀光體驗	● 企業對外露出的資訊與員工表現將會對企業聲譽造成直接衝擊。 ● 與台北 101 合作之關鍵供應商、租戶之表現也會對台北 101 之企業形象造成間接衝擊。			2.1.1 國際榮耀與肯定 2.3.1 嶄新觀光體驗

重大性	重大主題	對應的 GRI 主題	重大原因	管理方針 (對應章節)	衝擊範圍			節錄章節對應
					內部	外部		
					台北 101	供應商	租戶	
高度重要主題	食品安全與公共衛生	416：客戶健康與安全	惟有良好安全衛生的產品及使用環境才能創造舒適安心的辦公 / 購物空間。	4.2 產品安全	● 台北 101 的管理方式直接影響食品安全及整體環境衛生品質。	● ● 美食街的環境有賴於餐廳與租戶與外包廠商的維持。		4.2.1 食品安全 4.2.2 公共衛生 4.2.3 舒適安心的環境
	永續經營策略	無適用 GRI 重大主題	永續經營策略之推動為台北 101 邁向永續的重大基石。	1.1.3 永續策略藍圖	● 台北 101 之決策與行動將決定推動永續經營策略之強度。			1.1.2 願景與使命 1.1.3 永續策略藍圖
	產品及服務品質與透明溝通	417：行銷與標示	為維持台北 101 與觀光客、租戶、顧客的關係，產品及服務品質與申訴機制亦相當重要。	5.3.2 產品及服務品質與透明溝通	● 員工服務品質與台北 101 的申訴機制直接影響此主題。			5.3.2 產品及服務品質與透明溝通
	環境友善措施與產品	304：生物多樣性	為呼應 Green Tower for All 之台北 101 永續願景，我們將降低環境衝擊視為首務之一。	3.3 環境友善措施與產品	● 推動環境友善措施與產品，將有效降低營運所產生的環境衝擊			3.3.1 友善措施 3.3.2 友善產品
	營運安全風險管理	403：職業安全與衛生 416：客戶健康與安全	台北 101 容納之人數眾多，故營運的安全與風險管理相當重要。	4.1.1 天然災害風險管理 4.3 職業健康與安全	● 台北 101 之管理方針、設施與員工直接影響該主題。	● 保全人員的敬業程度亦會間接影響此主題。		4.1.1 天然災害風險管理 4.1.2 人為災害風險管理 4.3.2 外包廠商
中度重要主題	公司治理	無適用 GRI 重大主題	完善的公司治理機制有益穩健企業營運管理及策略，其影響到對營運風險衝擊。	1.2 治理機制	● 台北 101 之治理機制與員工遵守程度直接影響該主題。			1.2.1 公司治理架構 1.2.2 永續治理
	文創與公益推廣	203：間接經濟衝擊 413：當地社區	台北 101 成立最高公益平台，推廣社會及文創企業為其目的與價值之一。	2.2.2 推廣文創產業 5.4.1 社區公益活動	● 台北 101 每年度的文創與公益推廣專案將影響該主題。			2.2.2 推廣文創產業 5.4.1 社區公益活動
	個人資料安全	418：客戶隱私	個人資料安全把關涉及到客戶對台北 101 信賴程度及企業聲譽，亦即為重要。	4.1.2 人為災害風險管理	● 台北 101 對個資的管理機制直接影響該主題。			4.1.2 人為災害風險管理
	產官學合作交流平台	203：間接經濟衝擊	台北 101 可運用平台優勢，促進產官學交流與合作。	2.1.2 產官學合作交流平台	● 台北 101 每年度與產業、官方及學界的交流行動直接影響該主題。			2.1.2 產官學合作交流平台
	價值鏈管理	204：採購實務 402：勞 / 資關係 403：職業安全與衛生 404：訓練與教育 408：董工 409：強迫或強制勞動 410：保全實務	價值鏈管理影響到台北 101 提供給租戶與顧客的環境與服務品質，亦即為重要。	5.1 永續價值鏈	● 台北 101 的價值鏈管理機制直接影響該主題。	● 供應商是否確實實踐台北 101 之價值鏈管理機制將造成潛在影響。		5.1.1 價值鏈管理 5.1.2 供應商 5.1.3 外包廠商

重大性	重大主題	對應的 GRI 主題	重大原因	管理方針 (對應章節)	衝擊範圍			節錄章節對應
					內部	外部		
					台北 101	供應商	租戶	
中度重要主題	發揚台灣價值與品牌	203：間接經濟衝擊	推廣與支持在地品牌，並向外行銷台灣為台北 101 之價值與目的之一。	2.2.1 推動社會企業	● 台北 101 運用國際曝光度將台灣品牌推向國際。			2.1.1 國際榮耀與肯定 2.2.1 推動社會企業
	員工薪資及福利	102：一般標準揭露 (治理-薪酬和激勵措施) 202：市場地位 401：勞雇關係 402：勞 / 資關係 404：訓練與教育 405：員工多元性與平等機會	台北 101 重視員工薪資福利，以創造綠色友善職場。	5.2.2 員工薪資及福利 5.2.3 員工訓練與溝通	● 台北 101 的新資福利制度直接影響該主題。			5.2.2 員工薪資及福利 5.2.3 員工訓練與溝通
	智慧服務體驗	無適用 GRI 重大主題	推動智慧科技益於台北 101 因應國際趨勢並同步領先同業。	2.3.2 智慧服務體驗	● 台北 101 推動之智慧科技購物成果直接影響該主題。			2.3.2 智慧服務體驗
	能源與排放管理	302：能源 305：排放	為呼應 Green Tower for All 之台北 101 永續願景，資源及排放有效管理即為對環境衝擊要素之一。	3.2 能源與排放管理	● 台北 101 對水與廢棄物的管理與使用 / 處理方式將直接造成衝擊。		● 租戶對水與廢棄物的管理與使用 / 處理方式亦會造成間接衝突。	3.2.1 能源管理 3.2.2 溫室氣體排放管理 3.2.3 水資源管理 3.2.4 廢棄物處理
	水資源與廢棄物管理	303：水 306：廢污水及廢棄物	台北 101 身為綠建築，其水資源與廢棄物管理影響涉及環境衝擊。	3.3 水資源與廢棄物管理	● 台北 101 對水與廢棄物的管理與使用 / 處理方式將直接造成衝擊。		● 租戶對水與廢棄物的管理與使用 / 處理方式亦會造成間接衝突。	4.1.1 天然災害風險管理 4.1.2 人為災害風險管理 4.3.2 外包廠商
低度重要主題	誠信經營	204：採購實務 307：有關環境保護的法規遵循 419：社會經濟法規遵循	經營台北 101 誠信正直文化亦對立足於社會及國際上企業形象至關重要。	1.3 責任經營	● 台北 101 所創造的誠信文化與員工遵守程度將會直接影響該主題。			1.3.1 誠信經營 1.3.2 法規遵循
	幸福職場	202：市場地位 401：勞雇關係 402：勞 / 資關係 403：職業安全與衛生 404：訓練與教育 405：員工多元性與平等機會 406：不歧視 409：強迫或強制勞動 411：原住民權利	重視員工福利及打造友善職場關係益於打造員工之企業認同感。	5.2.1 僱用狀況	● 台北 101 與平等職場、人權維護相關之管理原則與方針將直接影響該主題。			1.3.1 誠信經營 4.3.1 員工安全 5.2.1 僱用狀況 5.2.3 員工訓練與溝通

董事長的話



台北金融大樓股份有限公司

董事長 周德宇

2017 年全球氣候變遷加遽，天災造成的財損又破歷史紀錄，朝向低碳經濟發展已刻不容緩。聯合國呼籲全球共同實踐永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs) 的行動，受到公私部門更高度的關注；我國立法院也在 2017 年成立 SDGs 諮詢委員會，表達共同落實 SDGs 的努力與決心。由國際至國內之永續發展潮流，驅動各界積極向低碳轉型。台北 101 一直自詡為永續轉型洪流中的燈塔，孜孜不倦地強化自身永續能量外，照亮並指引願意攜手共進的夥伴。

2015 年台北 101 正式確立「Green Tower for All」的永續願景，便以此為根基，運用「點」、「線」、「面」之方式逐步擴大台北 101 低碳轉型的影響力。2017 年，我們將推動永續的主軸定調為「Green Engine」，說明台北 101 已具備充足之「綠」動能，於各永續領域皆具備擔任火車頭的能力，積極的透過治理、環境、安全、社會，以及消費與觀光體驗等多面向發揮影響，作為形塑綠色生活的重要推手。2017 年連續幾項外部肯定使我們倍感振奮，接續榮獲第十屆「TCSA 台灣企業永續獎」之金獎與創新成長獎、天下企業公民獎、Buying Power 獎勵採購社會創新產品及服務首獎以及惠譽國際信評機構 (Fitch Ratings) 評等 AA – 長期優質評級。這些獎項不僅榮耀台北 101 盡善企業社會責任之努力，更堅定我們邁向永續發展的意志。

2017 年雖有許多亮眼成績，但身為低碳永續轉型高樓模範的我們無從停歇。在獲得綠建築 LEED v4 O+M 既有建築營運維護類別之最高等級 – 白金級認證後，我們不僅持續精進，亦開始重視如何妥善

運用自身綠建築升級經驗，期望扮演 LEED 顧問角色，成為尖端綠建築技術與管理經驗的分享平台。為此我們藉助智慧綠建築浪潮，與美國綠建築協會 (USGBC) 合作廣邀 12 家國際指標性企業分享尖端綠建築科技趨勢，期許透過舉辦「智慧趨勢展」，促使永續環保與科技之結合能醞釀發酵。同時亦受邀擔任世界高層建築與都市人居學會 (Council on Tall Buildings and Urban Habitat, CTBUH) 之 2017 國際年會，以及美國綠建築學會 (U.S. Green Building Council, USGBC) 舉辦之「綠建築國際研討會 (Greenbuild International Conference & Expo)」等兩大國際級會議之演講嘉賓，向國際分享綠建築之經驗與挑戰，並邀請康木祥藝術大師，用台北 101 大樓退役的電梯鋼纜進行環保再生的藝術創作，陸續在美國紐約及華府展出，此舉更深化台北 101 扮演世界綠建築倡導者的重要角色。

展望未來，台北 101 將持續以「Green Tower for All」為永續願景，持續深化各項舉措，向國內外分享台北 101 的永續經驗與技術，協助台灣在國際舞台上持續發光發熱，並再接再厲為利害關係人打造幸福共融的環境，以成為世界邁向低碳永續的領航標竿與影響者！

周德宇

台北金融大樓股份有限公司
董事長周德宇

總經理的話



台北金融大樓股份有限公司

總經理 張振亞

台北 101 身為世界著名地標，肩負著台灣民衆極高的期待與認同，一向以最高標準自我要求。2017 年，在全體同仁努力與「Green Tower for All」信念引領下，在永續經營、環境，以及社會公益與文創推廣方面皆繳出亮麗的成績單。

於永續經營面，我們每年皆由企業永續發展小組推動全公司執行年度永續計畫，讓台北 101 穩定踏實地貫徹「S.P.I.R.I.T of GREEN」之策略。2017 年台北 101 正式成立風險管理委員會、選商委員會及人員晉用聯合面談委員會，並超過法定規則人數僱用弱勢族群。此外，我們深信良好的職場環境能改善及維護員工健康並且提升企業生產力，於 2017 年連續第二年獲得衛福部國民健康署頒布之健康職場促進認證標章。

2017 年台北 101 的改善環境績效相當亮眼，於總用電量、溫室氣體排放總量、總用水量，以及生活垃圾總量之數據皆較去年下降，且綠色採購金額較去年成長 1.5 倍，綠色環保導覽人數亦突破新高達 1,181 人。不僅如此，我們持續進行 LED 燈更換計畫，往後每年可節省 23 萬度用電量。在連續三年向台電認購綠電的行動下，台北 101 不僅獲經濟部「綠電感恩賞」表揚，更發揮自身綠色影響力，邀請 4 家租戶共同認購 67 萬度綠電。我們的表現受到多項肯定，於 2017 年獲得台北市政府頒發「推動綠色採購 500 萬元以上」獎狀、經濟部頒發的「綠電感恩賞」表揚、環保局民間企業與團體綠色採購績優獎，以及行政院環保署第 26 屆企業環保獎。

社會公益與文創推廣亦是我們長久耕耘的領域，至今已有了不錯成效。2017 年持續透過「世界最高公益平台」串連需要資源的團體與有能力提供資源的企業，並主動尋求為國際偏遠地區服務的機會，發揮平台力量與租戶夥伴合作傳愛至非洲及泰國北部等地區，體現世界一家，為弱勢偏鄉學童盡一份力。同時，透過舉辦慕尼黑啤酒節、冰雪奇緣嘉年華、國際藝術大展等活動，精彩呈現不同文化給台灣民衆，並提供台灣藝文人才走上國際舞台的機會，致力達成「將台灣帶向世界 將世界帶進台灣」的目標！

台北 101 雖非當前世界最高的建築，但我們絕對是最高的永續領導品牌。未來，在永續發展的道路上，我們將持續將「綠」的定義由環境延伸到產品、社會、公益等各個面向，聚焦投入於綠色經濟、綠色職場、綠色營運與綠色體驗中，並逐步擴大低碳轉型影響力，發揮最高平台與國際接口特色，引領利害關係人於永續坦途上闊步前進！

台北金融大樓股份有限公司
總經理張振亞

1

Envision

台北 101 永續視野



台北 101 身為世界最高綠建築，在永續經營與治理各方面上仍持續精進求上。今年度我們延續「綠」的定義，建立於 Green Tower for All 願景之上，由「Green Engine」詮釋台北 101 不僅持續將「綠」透過治理、消費與觀光體驗、環境、安全和社會等多面向傳遞，並延伸永續視野，以具備作為型塑綠色生活的新動能，傳達台北 101 全方位發揮影響，持續作為世界轉型邁向永續的象徵及指引。

本章節首先揭露台北 101 的願景與使命、永續策略及本年度營運績效以說明我們永續經營核心理念和策略，接著敘述說明公司組織架構、董事會成員組成等治理相關運作，最後說明我們如何建立誠信正直的企業文化與相關機制以及參與外部的相關永續倡議，以全面展開對利害關係人所關心的永續經營策略、營運績效、公司治理、誠信經營等重大主題之重視並予以回應。

1.1 永續經營策略

1.1.1	關於台北 101	P018
1.1.2	願景與使命	P020
1.1.3	永續策略藍圖	P021
1.1.4	營運績效	P024

1.2 治理機制

1.2.1	公司治理架構	P026
1.2.2	永續治理	P030

1.3 責任經營

1.3.1	誠信經營	P032
1.3.2	法規遵循	P036
1.3.3	外部參與	P037

利害關係人

■ 股東 / 投資人	■ 顧客
■ 政府機關	■ 租戶
■ NGO / 社企	■ 員工
■ 商業夥伴	■ 社區
■ 供應鏈	■ 媒體

GRI 102-10

(組織與其供應鏈的重大改變)

101 小教室

{ 為何是 101 層?
100+1 的卓越建築紀錄 }

在規劃之初，最早的概念是一棟高 59 樓的主樓搭配兩棟高 14 層子樓的構想，後來又有諧音「發發」的 88 層樓被提出，接著又被象徵意義不俗的 99 層取代，但既已 99 層，何不取整數 100？100 分代表完美，而加上一個 1，意味更上一層樓的突破，因此 101 層就此定案。成為一棟與時俱進的智慧大樓，「100+1」就是台北 101 成立迄今不變的精神。

GRI 102-1~7

(說明組織名稱、活動、品牌、產品與服務、總部位置、營運據點、所有權與法律形式、提供服務的市場及組織規模)

101 小教室

{ 世界高塔聯盟 }

1.1 永續經營策略

本節將揭露公司基本資料、產品與服務概況等台北 101 的基本現況，以及永續願景、策略藍圖等與永續發展定位。

1.1.1 關於台北 101

➤ 重大主題：永續經營策略

台北金融大樓股份有限公司在「將台北帶向全世界 (Bring Taipei to the World)」的使命，以及「Green Tower for All」的永續願景下，每年不斷追求自我突破，即使台北 101 大樓在興建時並不是以綠建築設計起造，但透過不斷的努力與改善，台北 101 大樓蛻變為綠建築。我們以「Green Engine」為 2017 年報告書主軸，象徵台北 101 大樓於各永續領域擔任火車頭能力與角色，在世界仍不夠永續的大趨勢中，代表著世界必需轉型邁向低碳永續的指引 (詳細內容請參考 1.1.3 永續策略)。

◆ 台北金融大樓股份有限公司的簡介

公司名稱	台北金融大樓股份有限公司
成立日期	1997 年 10 月 14 日
總部地址	台灣台北市 110 信義路 5 段 7 號 59 樓
官方網站	http://www.taipei-101.com.tw/
業務內容	主要品牌：台北 101 辦公室租賃業、百貨零售業、觀景台營運
主要營運範圍	台灣台北
所有權與法律形式	本公司為股份有限公司，亦為公開發行公司 台灣證券交易所股票代碼為 2899
員工人數	332 人
重大事項	2017 年台北 101 無發生組織與其供應鏈的重大改變
實收資本額	新台幣 147 億元
營業額	新台幣 56.36 億元
正在建設和管理資產的總可出租面積	辦公大樓：181,545.19 平方公尺 購物商場：38,211 平方公尺
空置率	辦公大樓：5.4% 購物商場：0.7%

註：以上所有數據為 2017 年 12 月 31 日統計資料

世界高塔聯盟 (World Federation of Great Towers, WFGT) 為總部設立於墨爾本的里亞爾托塔 (Rialto Towers) 的國際組織。創建於 1989 年，加入聯盟的標準為該建築必須是受觀光客歡迎的景點，且對建築所在地須具指標性意義，如美國紐約帝國大廈、法國巴黎艾菲爾鐵塔、阿聯酋杜拜哈里發塔等，皆為世界高塔聯盟成員。

◆ 永續大事記

1997	10月	取得公司執照
2004	10月	世界高層建築與都市人居學會 CTBUH 認定為世界最高建築物
2011	7月	取得 LEED 綠建築既有建築類別白金級認證，成為世界最高綠建築
2012	6月	獲得溫室氣體盤查第三者認證
2013	3月	取得台灣綠建築鑽石級標章
	9月	取得台灣環保署節能減碳標章
	10月	出版第一本企業永續報告書
2014	10月	台北 101 正式加入世界高塔聯盟
	1月	通過 BS10012 個資國際標準驗證
2015	10月	台北 101 獲美國「Popular Mechanics」雜誌列選為全球十大最堅韌建築之首
	10月	台北 101 與租戶簽署 MOU 支持採用公平貿易、在地社企小農產品
	11月	獲 2015 台灣企業永續獎 (TCSA) 之氣候領袖獎
	5月	獲遠見雜誌 CSR 企業社會責任獎環境友善組楷模獎
2016	6月	獲亞洲責任企業 (AREA) 獎綠色領袖獎
	7月	獲 LEED v4 O+M 白金級綠建築再認證
	8月	獲天下雜誌 CSR 企業公民獎
	9月	與第一銀行共同推動綠生活，傳達環境永續、友愛大地
	11月	獲 TCSA 「2016 台灣企業永續報告獎」金獎
	11月	獲美國世界高樓協會 (Council on Tall Building and Urban Habitat) 頒發「經營成就獎」 ¹
	4月	獲經濟部「國家產業創新獎」，綠能環保流程創新
2017	5月	全面通過 BS10012 國際標準擴大驗證
	7月	獲天下雜誌 CSR 企業公民獎
	10月	獲中華民國企業環保獎
	11月	獲 TCSA 「2017 台灣企業永續獎」金獎之企業永續報告【不動產及營造業金獎】、以及【服務業組 創新成長獎】
	12月	2017 Buying Power 獎勵採購社會創新產品及服務 - 首獎及特別獎

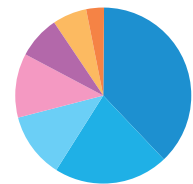
註 1：台北 101 是唯一以綠能及永續發展上持續精進的表現而獲得評審青睞的企業



台北 101 購物中心
出租率比去年提高
1.9%，達 99.3%

◆ 產品及服務概況

	辦公大樓	購物中心	觀景台
建物面積	188,413 平方公尺	78,491 平方公尺	含辦公大樓面積內
主要產品與服務	出租經營台北市辦公大樓，共 60 層辦公室。此外，第 35 樓為便利設施樓層、36 樓為會議中心與商務酒吧樓層、85 樓及 86 樓為觀景餐廳樓層。	經營購物中心。從 6 樓到 B1 中，進駐品牌共 182 櫃，整體進駐產業以國際精品、餐飲與珠寶腕錶為大宗。另 B2 至 B4 則提供消費者停車服務。	辦公大樓之 5、88、89、91 樓為觀景台營業場域，入口及售票處位於 5 樓。
服務客群	租戶產業別包含金融及相關服務業、餐飲零售業、高科技資訊業、專業顧問服務業、一般服務業、營建製造業、製造業，以及駐台辦事處。	購物中心租戶有國際精品旗艦店、頂級珠寶手錶專門店、流行時尚大店、頂級餐廳、精緻超市及健身中心。全年超過千萬人次到購物中心消費。	訪客涵蓋世界各地旅客。 各國來客數比例
2017 年績效	出租率達 94.62%	業績達 138 億元；出租率達 99.3%。	來客數達 226.3 萬人次。



利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體

GRI 102-16

(描述組織之價值、原則、標準和行為規範)

1.1.2 願景與使命

➤ 重大主題：永續經營策略

台北 101 的願景為「成為世界超高建築經營管理的典範」。為此，我們不斷在管理創新、效率經營、環保節能、安全營運、優質服務、社會關懷及企業社會責任等各方面追求卓越，以不斷超越完美的最佳品質。

肩負著將台北帶向國際舞台，並將國際脈動帶入台北的重要使命，同時身為國際知名最高綠建築的我們，持續以創新及前瞻性思考經營管理辦公大樓、購物中心及觀景台，秉持著本公司的核心價值「S.P.I.R.I.T」，以熱情提供服務，以正直的態度執行我們的業務，尊重我們的利害關係人，並強調創新精神及團隊合作，共同合作超越自我標準。

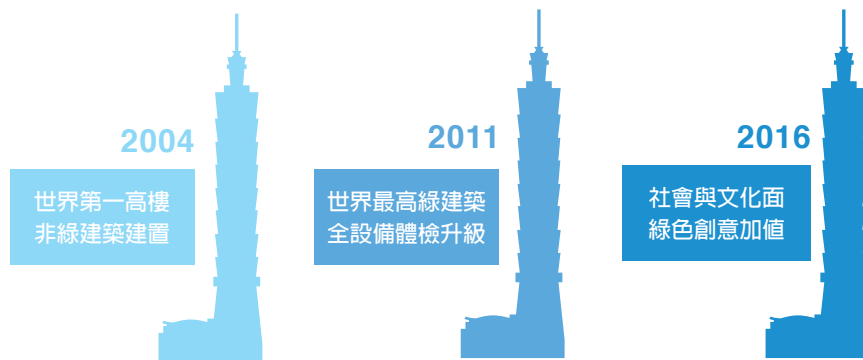
◆ 核心價值「S.P.I.R.I.T」

- Service 尊榮服務
- Passion 熱情洋溢
- Integrity 誠信正直
- Respect 互相尊重
- Innovation 持續創新
- Teamwork 團隊合作

1.1.3 永續策略藍圖

➤ 重大主題：永續經營策略

「一棟不是以綠建築起造的建築物，竟成為世界最高綠建築。」



台北 101 於 2011 年取得 LEED 白金認證，以及 2016 年獲 LEED v4 O+M 白金級綠建築再認證以來，每年卓越成長，積極推廣綠建築，並熱烈響應環境倡議。與此同時，我們正式以「Green Tower for All」做為台北 101 永續願景，延伸「綠」的定義於環境到產品、社會、公益等各個面向中，逐年擴大台北 101 低碳轉型的影響力。不僅如此，今年亦將永續策略主軸定義為「Green Engine」，並於 17 項聯合國永續發展目標中（Sustainable Development Goals，以下簡稱 SDGs）選擇 10 項與本公司業務相關的 SDGs 做為向前邁進的策略方向。未來，我們希望台北 101 在世界仍不夠永續的大趨勢中，成為世界必須轉型邁向低碳永續的指引。每年台北 101 各事業處會針對永續策略藍圖訂定年度工作目標，並於每季由總經理主持的 CSR 大會上檢視當季推動情形，且與總經理彙報及討論相關管理要素。

◆ 永續願景：Green Tower for All

身為世界最高綠建築，台北 101 以「Green Tower for All」做為永續願景，希望將「綠」的定義由環境延伸到產品、社會、公益等各個面向，讓台北 101 成為世界低碳永續轉型的象徵。

綠色代表成長

依聯合國定義，綠色經濟系扭轉傳統經濟的概念，為以實踐永續發展為目標，追求經濟與環境的和諧為目的而發展的新經濟模式。

綠色代表平等

綠色職場為以員工、企業與環境三位一體為管理導向的職場型態，訴求個體的平等與總體環境的最適均衡。



綠色代表自然

綠色營運為實踐環境管理，整體產品於服務價值鏈體現對環境保護的支持及環境共融的永續營運模式。

綠色代表包容

在消費、辦公、生活的體驗中創造互動的綜效，提供個體與個體間以及個體與環境間的最大相識性。

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體

101 小教室

{ 聯合國永續發展目標 (SDGs) }

2015 年 9 月，各國政府、企業與公民社會領袖於聯合國高峰會中，共同許下要在 2030 年前，達到消弭極端貧窮、對抗不平等、處理氣候變遷等 17 項全球永續發展目標。

UN SDGs 官網：
<https://sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300>

◆ 永續策略：S.P.I.R.I.T of GREEN





為達成「Green Tower for All」的永續願景，並呼應台北 101 的核心價值「S.P.I.R.I.T」，我們擬定「S.P.I.R.I.T of GREEN」為台北 101 的永續策略，並將依循「世界最高永續平台（Sustainability Platform）」、「地表最高低碳地標（Irreplaceable Role Model）」、「共融發展超高推手（Inclusive Tower）」等三大主軸規劃未來永續行動，讓「綠」的價值深植於我們的企業 DNA 中，打造一個促進成長、倡導平等、擁護包容及保護環境的超高大樓。

S	ustainability	世界最高永續平台
P	latform	
I	rreplaceable	地表最高低碳地標
R	ole model	
I	nclusive	共融發展超高推手
T	ower	

永續策略的三大主軸分別同時對應到經濟（G）、環境（E）與社會（S）等三大永續面向與綠色經濟、綠色營運、綠色職場及綠色體驗等多元綠色定義，各項主軸亦對應到切合之 SDGs。

Sustainability Platform
世界最高永續平台
G 綠色經濟







在經濟面向，台北 101 將透過強化綠色採購、打造 100% 永續價值鏈、推廣社會企業，以及建立永續租戶 / 品牌合作機制等方式，成為透過多元管道支持各方永續企業的世界最高永續平台，以協助實踐下列永續發展目標：

	目標 2	消除飢餓，達成糧食安全，改善營養及促進永續農業
	目標 8	促進包容且永續的經濟成長，達到全面且有生產力的就業，讓每一個人都有一份好工作
	目標 12	確保永續消費及生產模式
	目標 17	強化永續發展執行方法及活化永續發展全球夥伴關係

Irreplaceable Role model
地表最高低碳地標

E 綠色營運

在環境面向，台北 101 將朝向世界最高碳中和建築物、綠建築營運最高典範，以及最高綠色意識倡議平台等目標邁進，除落實自身的綠色營運，更致力於推廣綠建築相關知識，以成為地表最高低碳地標，並貢獻於下列永續發展目標：

	目標 3	確保健康及促進各年齡層的福祉
	目標 6	確保人們都能享有水及衛生及其永續管理
	目標 11	促使城市與人類居住具包容、安全、韌性及永續性
	目標 12	確保永續消費及生產模式
	目標 13	採取緊急措施以因應氣候變遷及其影響
	目標 17	強化永續發展執行方法及活化永續發展全球夥伴關係

Inclusive Tower
共融發展超高推手

S 綠色職場及綠色體驗

在社會面向，台北 101 將透過積極打造綠色（安全、平等、共融）辦公、消費及觀光空間、創造永續友善職場、建立物資回收再利用平台，以及推廣公益文化等方式，照顧不同內外部利害關係人的需求，成為共融發展超高推手，協助落實下列永續發展目標：

	目標 2	消除飢餓，達成糧食安全，改善營養及促進永續農業
	目標 3	確保健康及促進各年齡層的福祉
	目標 5	實現性別平等，並賦予婦女權力
	目標 8	促進包容且永續的經濟成長，達到全面且有生產力的就業，讓每一個人都有一份好工作
	目標 10	減少國內及國家間不平等
	目標 11	促使城市與人類居住具包容、安全、韌性及永續性
	目標 12	確保永續消費及生產模式
	目標 17	強化永續發展執行方法及活化永續發展全球夥伴關係

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體

GRI 201-1
(組織所產生及分配的直接經濟價值)

1.1.4 營運績效

➤ 重大主題：營運績效

台北 101 目前服務範圍分為辦公大樓、購物中心及觀景台，由為維持長期穩定良好營運績效，分別擬定長短期業務發展計畫，並持續管理影響公司未來發展之因素，予以因應對策，詳見台北 101 2017 年年報。

2017 年台北 101 稅前淨利為 25.65 億元，較前年減少 0.09 億元，下降 0.35%。

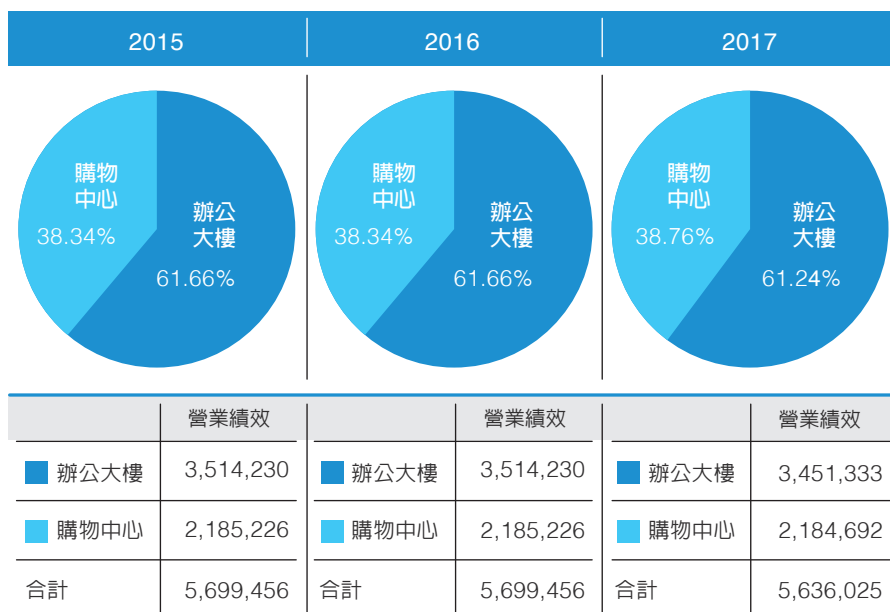
辦公大樓租賃市場方面，由於 2017 年全年度我國 GDP 成長率僅 2.86%，經濟成長持續趨緩，且台北市 A 級商辦供過於求，企業對未來態度保守，搬遷意願降低。辦公大樓出租率變化情形由 2015 年底之 95.79% 至 2017 年底之 94.62%。

購物中心方面，2017 年全球景氣持平，雖然陸客大幅減少，使得上半年度全台百貨商場業績下滑 2.0%，但下半年度藉由樓面改裝、開發新品牌及各種促銷活動等手法，成功吸引本地人潮並刺激消費力道，全台業績成長 2.6%。台北 101 購物中心因不斷舉辦國際大型活動使得曝光高，加上 Apple 直營店、Adidas 旗艦店、Starbucks Reserve 典藏門市等新店開幕，以及持續與精品品牌合作舉辦流行時尚活動吸引人潮，使 2017 年業績成長近 2%，優於同業平均表現。

觀景台方面，2017 年因交通部觀光局推動「多元布局，放眼全球」策略奏效，使 2017 年來台旅客 1,073 萬人次，較 2016 年成長 0.46%。純粹以觀光目的來台旅客佔 71.2%，相較 2016 年成長 1.16%。2017 年台北市政府舉辦世界大學運動會，共有 12,000 名國際選手及 15 萬名國際遊客訪台；台北 101 身為城市地標景點，勢必受惠。

◆ 營業績效分佈表

(單位：新台幣仟元)



註：

1. 2015 年觀景台收入佔辦公大樓收入的 43%
2. 2016 年觀景台收入佔辦公大樓收入的 40%
3. 2017 年觀景台收入佔辦公大樓收入的 39%

◆ 財務績效表

單位：仟元（除特別標示者外）

	2015	2016	2017
■ 產生的經濟價值¹			
營業收入	5,699,456	5,743,784	5,636,025
銷貨收入	2,220,506	2,230,791	2,117,580
租賃收入	1,766,224	1,855,178	1,835,450
門票收入	1,167,979	1,102,972	1,067,786
其他收入	544,747	554,843	615,209
營業成本	-1,564,876	-1,524,014	-1,492,377
營業毛利	4,134,580	4,219,770	4,143,648
營業費用	-1,291,965	-1,362,787	-1,345,538
營業淨利	2,842,615	2,856,983	2,798,110
營業外收入及利益	14,397	39,073	45,109
營業外費用及損失	-403,996	-321,660	-277,771
所得稅費用	-416,766	-437,587	-435,788
本期淨利	2,036,250	2,136,809	2,129,660
每股現金股利（元）	1.25	1.308	1.304
保留盈餘	3,709,209	4,008,518	4,215,418

■ 分配的經濟價值

員工薪資與福利 ²	406,266	438,134	448,178
股利分配 ³	1,587,600	1,837,500	1,916,880
支付利息	452,285	404,011	277,771
社區投資 ⁴	3,601	1,469	1,747
直接支付給政府的款項 ⁵	240,428	240,831	327,075
支付給政府的房屋稅	304,811	283,108	284,558

■ 其他經濟表現指標

觀景台來客數	2,880,399	2,610,537	2,263,478
購物中心業績	14,351,744	13,821,234	13,814,208
辦公大樓出租率	95.79%	97.04%	94.62%
政府補助金額 ⁶	675	142	170

GRI 201-4

（取自政府之財務補助）

註 1：

計算方式皆採用 IFRS

註 2：

員工薪資與福利：涵蓋薪資支出、人員保險費、伙食費及職工福利

註 3：

股利分配：2017 年股利於 2018 年 6 月 27 日已經股東會同意

註 4：

社區投資：含大樓週邊植栽費用、捐贈

註 5：

直接支付給政府的款項含地租、捷運連通權利金、房屋稅以外稅捐及罰款

註 6：

2017 年政府補助金額皆為托兒措施補助

利害關係人

- | | |
|------------|------|
| ■ 股東 / 投資人 | ■ 顧客 |
| ■ 政府機關 | ■ 租戶 |
| ■ NGO / 社企 | ■ 員工 |
| ■ 商業夥伴 | ■ 社區 |
| ■ 供應鏈 | ■ 媒體 |

GRI102-18
(治理結構)

1.2 治理機制

1.2.1 公司治理架構

➤ 重大主題：公司治理

台北 101 的組織架構及權責劃分明確，主要分為商場事業處、辦公大樓事業處、行政管理處以及觀光旅遊事業處等四大單位，另設有稽核室、企劃研究室、企業品牌傳播部及安全室協助各項事務的控管與營運。

商場事業處

負責購物中心之租戶的招商、合約管理，以及內部營運、物業管理、行銷企劃、與顧客服務等業務。

辦公大樓事業處

負責辦公大樓之租賃與物業管理事宜。

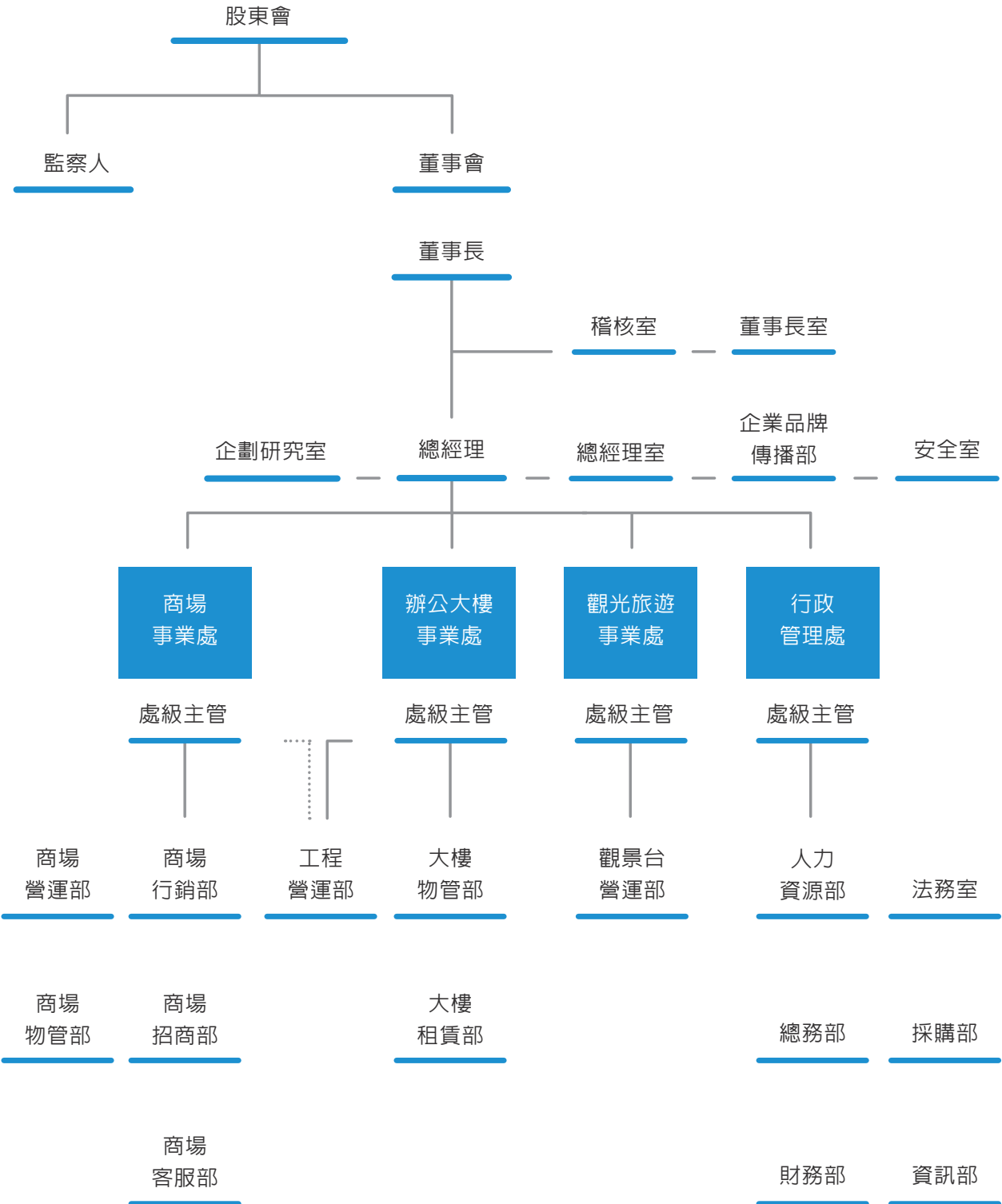
行政管理處

涵蓋人力資源、總務、財務、資訊、採購與法務等行政事項。

觀光旅遊事業處

負責觀景台之營運管理、行銷活動、自營商品販售、廣告招攬、櫃位租賃、團體業務、異業結盟、清潔保全及倉庫物料等業務。

◆ 台北金融大樓股份有限公司組織圖



◆ 經營團隊組成

GRI 405-1

(員工多元化與平等機會管理方針)



經營團隊男女比為

1:1

姓名	照片	部門	性別	職稱	主要經(學)歷
周德宇		董事長室	男	董事長	維吉尼亞理工學院暨州立大學經濟系博士 政治大學財政系副教授
張振亞		總經理室	女	總經理	美國哈佛大學商學院碩士 台灣嬌生公司總經理 嬌生國際亞太地區行銷副總裁
朱麗文		商場事業處	女	營運長	國立中興大學經濟學碩士 中華開發
劉家豪		大樓事業處	男	營運長	美國加州聖地牙哥國家大學管理學碩士 TVBS、Leo Burnett Company、Bates Advertising
邱健吾		觀光旅遊事業處	男	營運長	國立台灣師範大學圖文傳播學研究所碩士 經濟日報副總經理 智威湯遜廣告、博達華商廣告、上奇廣告公司總監
蔣珮琳		行政管理處	女	行政長 / 企業發言人	輔仁大學會計系 勤業眾信聯合會計師事務所、麗嬰房股份有限公司

在經營團隊的帶領下，台北 101 定期召開內部治理會議，藉此即時掌握營運狀況並進行各層級溝通，會議運作機制如下：

◆ 四類內部治理會議

項目	頻率	目的	主要參與者
經營管理會議	每月	檢討未來的策略規畫	· 董事長 · 總經理 · 單位主管
損益及業務檢討會議	每月	每個月初業績損益報表完成時，針對損益及業務進行檢討以及為未來營業目標或可能面臨之經營問題，提出預應及改善計畫	· 總經理 · 部門主管
主管會議	每週	共同檢討經營管理事項及具體工作目標，隨時精進營運狀況	· 總經理 · 部門主管
財務狀況審查會議	每日	透過業績報表檢核當日營收狀況，並定期追蹤與預估目標之間差異	· 單位主管 · 基層同仁

◆ 董事會治理架構

本公司為公開發行公司，公司大多數股份由 18 名主要股東持有，皆為國內各行業中的標竿企業。我們設有《董事會議事規範》，每年定期召開股東常會，如有必要，另召開股東臨時會，讓所有股東可隨時掌握公司發展方向，並提供建議。2017 年，台北 101 共召開 1 次股東常會。

股東結構圖

股東結構 \ 數量	人數	持有股數	持股比例 %
政府機構	-	-	-
金融機構	12	618,651,368	42.09
其他法人	12	847,858,397	57.67
個人	158	3,490,145	0.24
外國機構及外人	1	90	-
合計	183	1,470,000,000	100.00

台北 101 董監事由股東會依據本公司所訂定之《董事及監察人選舉辦法》選任，董事會成員皆為主要股東指派的代表人，共設 13 席董事及 4 席監察人，任期皆為三年。由於本公司非屬上市上櫃公司，故未設置獨立董事的席位，亦無審計、薪酬或其他各類功能性委員會。

◆ 各成立委員會

台北 101 成立委員會分別有跨部門招商委員會、人事評議委員會、退休金監督委員會、重大金額採購評選委員會及安全管理協調委員會，就 2017 年新增委員會分別為風險管理委員會、聯合面談委員會，為以下敘述。

2017 年台北 101 正式成立風險管理委員會

成立目的	成員	描述
為有效運作與落實執行風險管理業務	隸屬總經理主持各處級主管出席	每半年召開一次，廣泛討論對本公司風險影響事項；或視需要隨時召開會議就內部稽核與風險業管單位進行溝通。

2017 年台北 101 正式成立聯合面談委員會

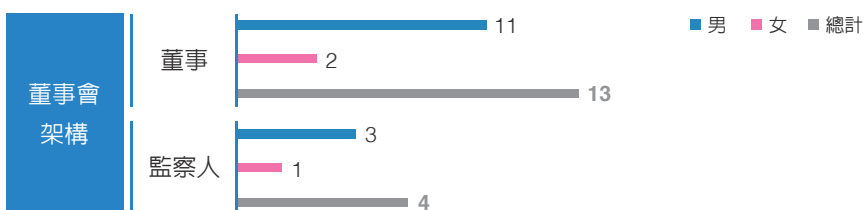
成立目的	成員	面談程序
為使本公司任用除具備專業職能外，亦符合本公司核心價值、企業文化之人才	以本公司較高職同仁組成，採一年一任制	<ol style="list-style-type: none"> 1. 先自履歷書審及面談初試 2. 轉入聯合面談程序，以聯合面談複試記錄表輔以結構式面談甄選題庫，供委員做為評分指標及提問之參考依據，並由用人單位主管、人力資源部主管、聯合面談委員依項目評分（專業能力由用人單位主管評分）。 3. 由人資部統計及計算平均分數後加註於面談記錄彙整表，達到規定分數始可錄取。

目前擔任本公司董事成員皆為各方一時之選，在各領域中皆有傑出表現及成就，專案範圍涵蓋：會計、財務、管理建築等，不僅對公司未來發展提出諸多建議及策略，並為本公司股東之利益進行治理監督。

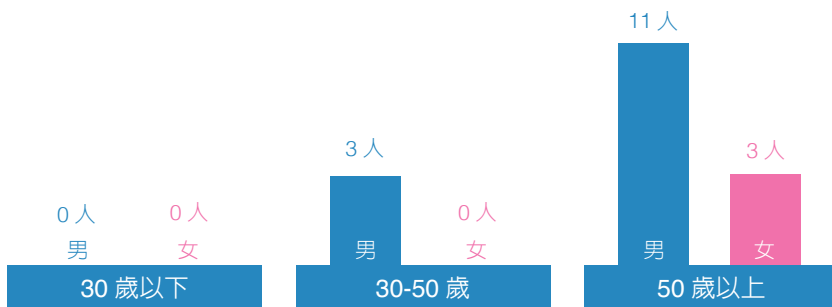
GRI 201-4

(取自政府的財務補助)

董事會成員之性別分布



董事會成員之年齡分布



台北 101 訂有《董事會議事規範》，董事會每兩個月召開 1 次會議，2017 年度共召開 6 次董事會（臨時會）議，董事的平均出席率為 92%。

為落實公司治理，本公司章程明訂台北 101 董事、監察人、經理人之薪酬制度。並於 2016 年提升 CSR 執行事項與員工薪酬之連結，主要的三大行動方案與 2017 年的績效如下：

行動方案	2017 年績效
定期參與年度薪資調查，即時更新市場最新薪資趨勢與行情，以及提供本公司定期更新具有市場競爭力的整體薪酬體系制度	已完成年度薪資調查
每年針對員工對工作承諾、職責及貢獻程度進行全體員工績效考核，並按績效表現成果給予激勵獎金與分紅，確保員工的薪酬與發展	已進行全體員工績效考核，並按績效表現給予激勵獎金與分紅
提供有新公益假鼓勵員工從事志工服務	已提供參與同仁公益假

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體

對應
SDGs : SDG 8

1.2.2 永續治理

➤ 重大主題：公司治理

為了達成企業永續發展願景，確保永續經營之落實，台北 101 自 2014 年 6 月正式成立「企業永續發展小組」並訂定《企業永續發展小組運作辦法》，積極推動治理、環境、社會，以及資訊揭露等面向。CSR 重大議題之主要領導部門劃分企業永續發展小組，並依循單位職務性質指派其負責管理之 CSR 重大議題，以確保各單位於管理 CSR 議題、規劃永續相關行動及執行永續目標時更具力道及掌握度，並建立明確之溝通管道。

企業永續發展小組執行發展踏實，由總經理親自率領處級主管與部門主管，依循《企業永續發展小組運作辦法》的規範，每季定期召開 1 次會議，並由高階主管分別彙報每季目標執行進度，以追蹤及管理企業社會責任工作事項執行進度，並針對問題進行改善。

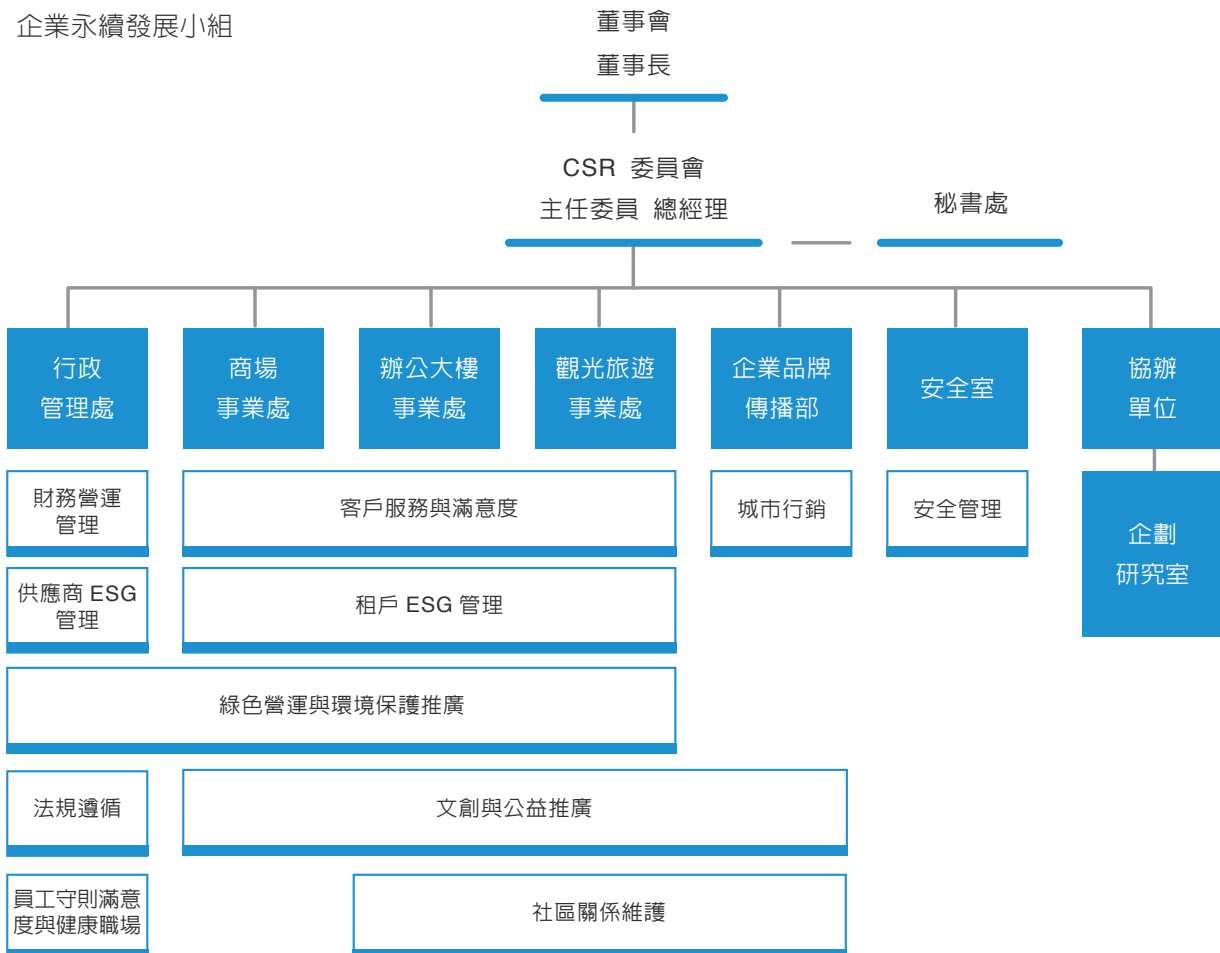
◆ 企業永續發展小組架構及職掌

小組架構	職掌
主任委員	負責決議永續發展政策與目標，並核准各項工作之執行。
秘書處	負責召集會議、彙整會議資料，及發行企業社會責任報告書。
行政管理處	執行營運與財務的風險及績效評估、採購與供應鏈管理、綠色營運與環境保護推廣、法規與道德規範遵循，以及勞工人權政策與職場關懷等議題之管理。
商場事業處	負責客戶服務與市場調查、租戶 ESG 管理、綠色營運與環境保護推廣、文創及公益推廣等議題之管理。
辦公大樓事業處	同商場事業處，唯亦負責社區關係維護議題之管理。
觀光旅遊事業處	同辦公大樓事業處。
企業品牌傳播部	主責城市行銷相關事務。
安全室	主責安全管理相關事務。

GRI 102-18
(組織的治理結構)

◆ 企業永續發展小組之組織圖

台北金融大樓股份有限公司
企業永續發展小組



◆ 2017 企業永續發展小組亮點成果

CSR 議題	亮點項目
客戶服務與滿意度	<ul style="list-style-type: none"> ■ 提供穆斯林友善廁所及祈禱空間 ■ 增加 Line Pay & Apple Pay 2 種支付
城市行銷	<ul style="list-style-type: none"> ■ 與近鐵集團旗下日本阿倍野海闊天空大廈結盟促進觀光交流 ■ 參與政府觀光推廣活動、地標外交、登高賽、跨年活動
安全管理	<ul style="list-style-type: none"> ■ 通過 BS10012 個資國際標準擴大驗證 ■ 推動手機管控個資及軟體管控計畫 ■ 設立閉路電視 (CCTV) 總共 880 台，減少安全死角 ■ 成立聯合面談委員會、風險管理委員會
供應商 ESG 管理	<ul style="list-style-type: none"> ■ 供應商年度評鑑及稽核管理準則納入 ESG / CSR 相關標準
租戶 ESG 管理	<ul style="list-style-type: none"> ■ 於租戶租約中簽署企業社會責任條款
綠色營運與環境保護推廣	<ul style="list-style-type: none"> ■ 連續三年認購綠電 ■ 舉辦 47 場綠色導覽，共 1,181 人次與 Zipcar 合作，降低私人車輛數量及使用頻率，達到節能省碳概念 ■ 評估溫室氣體減量空間 ■ 大樓清潔衛生用品採購總金額 75% 以上符合綠色產品永續標準
文創與公益推廣	<ul style="list-style-type: none"> ■ 串聯信義商圈進行整年度公益合作租戶義賣或回饋公益的活動 4 場 ■ 舉辦 11 場 Gallery 101 展覽 ■ 連續五年舉辦愛市集
法規遵循	<ul style="list-style-type: none"> ■ 無任何人權、環境相關違法事宜
員工守則滿意度與健康職場	<ul style="list-style-type: none"> ■ 連續二年獲得健康職場健康啟動認證標章
社區關係維護	<ul style="list-style-type: none"> ■ 泰北華興小學資訊教育企劃案 ■ 舉辦各類租戶交流活動 2 場
推動社會企業	<ul style="list-style-type: none"> ■ 推動年度捐贈企畫 - 用希望、捐好鞋 ■ NPO Channel 社企市集

利害關係人

■ 股東 / 投資人	■ 顧客
■ 政府機關	■ 租戶
■ NGO / 社企	■ 員工
■ 商業夥伴	■ 社區
■ 供應鏈	■ 媒體



對應

SDGs : SDG 12

1.3 責任經營

台北 101 身為台灣的最高門戶，各項舉措都受到國內外的關注，擔負著維護台灣形象與聲譽的使命，因此我們特別重視「誠信正直」，我們公平、公正、公開的誠信經營原則，早已深入內部文化，並在價值鏈中發揮正面影響。本章節涵蓋誠信經營原則、道德行為規範、各項申訴機制及內部稽核機制。

1.3.1 誠信經營

➤ 重大主題：誠信經營

◆ 誠信經營原則

為落實企業社會責任，台北 101 秉持 S.P.I.R.I.T 核心價值之一「Integrity - 誠信正直」為原則，以正直及負責的態度執行內外各項營

運活動，貫徹誠信的經營理念，本公司稽核室至少每季於董事會定期進行公司內部稽核工作報告，避免不誠信行為影響本公司聲譽或增加經營風險。

◆ 誠信正直文化

為宣導誠信經營之理念及行為，我們對董事、全體員工、採購人員、以及供應商訂定各項行為準則，強化整體誠信及自律之觀念。

行為規範彙整表

對象	規範	內容
董事	《董事行為準則》	涵蓋防止利益衝突、避免圖私利行為、避免不誠信行為、保密責任及企業社會責任等規範事項。
	《關係人交易作業辦法》	董事會成員對於與其有關之交易事項應自行迴避，不得加入表決，亦不得代理其他董事行使其表決權。
全體員工	《員工行為準則》	規範法令遵循、資產保全、利益衝突迴避、道德操守維護及善盡企業社會責任。且於規範中亦明訂檢舉、保護懲處及救濟程序。
	《公平交易法》	皆依照公平交易委員會所制訂頒佈之各項行政規則辦理。我們承諾聲明全體員工應尊重本公司之客戶、供應商、競爭廠商及員工權益，且公平對待，不以惡意操縱、隱匿、濫用其優勢資訊或其他實質上誤導取得不公平之利益。
	《餽贈管理辦法》	要求全體員工以恪守公正無私及廉潔守法的精神執行工作職務，所有同仁均不得向客戶、供應商或其他與公司業務相關的人士，收受或索取回扣、金錢、饋贈禮品、招待服務或其他相類似之不正當利益。
採購人員	《採購人員行為守則》	要求採購人員遵守道德倫理規範，依照法律及本公司的採購程序辦理採購，禁止接受饋贈、賄賂或不正當利益之業務款待。
供應商	《供應商管理辦法》	為優化及精進相關供應商考核標準機制，增加「供應商行為守則」與「供應商承諾書」，以提供後續供應商遵循依據，其內容包含尊重勞工權益、遵守環境、健康和 safety 規範；倘若違反相關規定，我們將依違反契約之方式辦理，提前終止合作並請求違約之損害賠償。

GRI 102-16

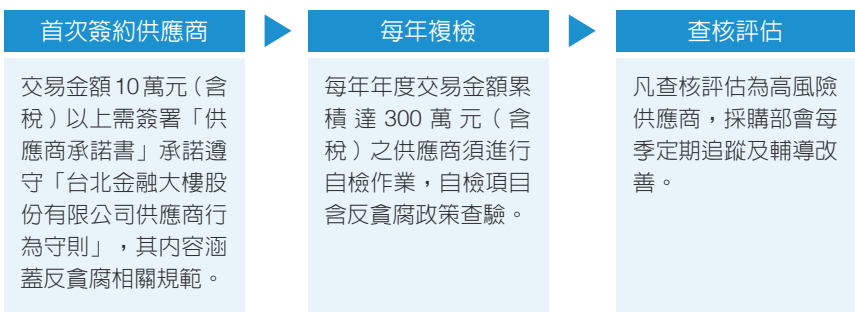
(描述組織之價值、原則、標準和行為規範)

GRI 205-1~3

(反貪腐風險評估的營運據點、政策和程序溝通訓練及事件與採取行動)

註 1：
實測率分母以當月員工總人數計算

採購作業反貪腐政策與溝通方式



除了上述政策規範外，同時我們也持續強化行為準則的實踐與各項溝通機制，包含：

項目	行動方案	2017 年績效
簽署	本公司全體同仁、新進同仁及臨時人力於報到當日，皆需簽署《員工行為準則》個人同意書。	所有員工均已簽署。
教育訓練	<p>新人報到當天就企業文化進行簡單介紹，並於每季新人講座安排 1.5 小時，由總經理、人資主管與稽核主管就企業文化價值觀、公司概況與內稽內控制度再次宣導。</p> <p>每位同仁每年底需完成《員工行為準則》線上測評，未達標準者經自主學習後再行補測，以全數同仁通過 80 分為目標。</p>	<p>所有新人均完成此講座。</p> <p>已有 321 位同仁完成《員工行為準則》測驗，實測率達 98%¹，有 98% 同仁得分超過 80 分。</p>
職能評核	本公司已建立職能模型，使各階層別之職能皆有清楚定義與具體的行為準則。台北 101 將原評核項目中的核心價值更替為職能項目（維持 22% 之考評比重），未來年度績效考核作業上以不同階層職能展現進行評核。	已確實將該職能模型納入績效評核中。
查核	依據公司訂定之《員工行為準則》及《董事行為準則》每年定期進行查核。	今年度未發現有違反《董事行為準則》之情事；而針對違反《員工行為準則》之人員，本公司已依個案情節進行懲處確實完成查核，未發現異常情事。
宣導與懲處機制	<p>為持續深化誠信正直的企業文化及價值觀，我們不定期於員工月會宣導「誠信正直」之重要性，並將《員工行為準則》公布在公司內部網站的員工辦法公告區，供同仁隨時查詢。</p> <p>針對違反《員工行為守則》之個案，公司依個案情節進行懲處，並公告之藉由獎懲制度確保員工不接受任何形式之要求、期約、或任何形式之收賄或不正当利益輸送。</p>	今年度未發現有違反《董事行為準則》之情事；而針對違反《員工行為準則》之人員，本公司已依個案情節進行懲處。

申訴機制

台北 101 提供完整的申訴機制，倘各利害關係人發現任何違反道德行為規範、以及勞工、社會、人權之情事皆可透過不同申訴機制提報，若舉報人為員工，公司將給予舉報者完善之保護措施，以確保調查品質並避免舉報者遭受不公的報復或對待，並由最高主管即時交辦處理。2017 年並無任何違反道德行為規範，也未有勞工、社會、人權、環保申訴案件。2017 年於總經理有約會面上，已與 24 位員工進行交流，增進員工滿意度。以下為各利害關係人申訴提報管道，由於目前還尚未有供應商專屬申訴管道，未來可進行相關設立辦法。

申訴提報管道



◆ 內部稽核機制

台北 101 訂有《內部稽核實施細則》，並設有隸屬於董事會之稽核室，協助董事會及經理人檢查及覆核內部控制制度之缺失及衡量營運之效果及效率，並適時提供改善建議，以確保內部控制制度得以持續有效實施及作為檢討修正內部控制制度之依據。

本公司所有營運活動皆考量其風險特性，並以遵循法令為前提，制訂適當的作業程序。對於前述各項營運活動之執行結果，稽核室係依據董事會通過之稽核計畫執行例行稽核，並視實際需要執行專案稽核，適時提出改善建議，相關內部稽核業務至少每季向董事會報告。2017 年度本公司並無重大缺失事項。對於所提出之應改善及建議事項，稽核室定期執行追蹤至改善完畢。此外，稽核室每年依據各項作業執行及稽核結果，考量各項作業風險層級，作為制定次年度稽核計畫之參考。

GRI 102-11
(預警原則或方針)

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體

GRI 307-1
(有關環境保護的法規遵循)

GRI 419-1
(社會經濟法規遵循)



對應 SDGs : SDG 10, SDG16

1.3.2 法規遵循

➤ 重大主題：誠信經營

台北 101 各業管部門增修訂內部規章時皆遵循法律規範。此外，當相關法令修正或廢止時，業管部門亦會適時配合修正內部規章辦法，以利遵循。本公司的法務室負責合約審核、法律事務、法律教育、智慧財產及規章辦法檢視等業務。為保障顧客的權利，要求所有在台北 101 販售的產品須符合《商品標示法》、《食品安全衛生管理法》之規定，依法辦理商品內容標示及警語，並須通過我們的內部檢視流程方能上架。2017 年本公司並未發生詐騙、工作場所歧視、性騷擾、貪腐、產品標示、食品衛生及行銷相關等違法事項，且無違反環保法規相關的裁罰。

◆ 各業管部門增修訂內部規章辦法之流程



◆ 法規宣導與教育訓練

類型	項目	舉辦日期
個人資料保護管理	驗證前教育訓練，時數 1 小時	3/9
	個資保護評量，共計 354 位正職與臨時人員（含約聘）均參加測驗	10/16
個人資訊管理檢查	個人資料內部自主檢查	1/16~25
	全公司獲頒 BS 10012 個人資訊管理制度驗證證書	5/3
	第二次個人資料內部自主檢查	8/22~31
	個資委外廠商查核	9/5

1.3.3 外部參與

➤ 重大主題：誠信經營、綠建築管理與推廣、營運安全風險管理、發揚台灣價值與品牌

身為引領國際進入臺灣的門戶，我們也致力參與國際知名公協會，名單列表如下。

◆ 公協會

參加團體名稱	會員性質	意涵
世界高層建築與都市人居學會 (CTBUH)	會員	與同業交流 互相觀摩學習，了解產業趨勢，尚無提供資助。
美國綠建築協會 (USGBC)	會員	
世界高塔聯盟 (WFGT)	會員	
世界高樓登高協會 (TWA)	會員	
中華民國百貨零售企業協會	團體會員 5 位 (包含 1 位擔任監事、1 位擔任理事)	
亞洲企業商會 (AREA)	會員	利用協會收集市場訊息供同仁參考，尚無提供資助。
台北市美國商會 (AmCham)	會員	
歐洲在台商務協會 (ECCT)	會員	
法國工商會 (CCIFT)	會員	
RICS 皇家特許測量師學會	會員	
中華民國購物中心協 (TCSC)	團體會員 5 位 (包含 1 位擔任監事)	
世界高樓登高協會 (TWA)	會員	
中華民國百貨零售企業協會	團體會員 5 位 (包含 1 位擔任監事、1 位擔任理事)	

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體



對應

SDGs : SDG 17

GRI 102-13

(公協會的會員資格)

2

Generate 發揮在地動能



台北 101 努力發揮身為台灣商業核心與國際交流據點之核心能力，致力打造良好的交流平台，以發展在地社會企業並推廣文創產業。在多方的持續努力下，台北 101 如引擎般不斷催化、推動文創與在地品牌。未來將秉持一貫精神積極和各方合作，成為世界看見臺灣的櫥窗。

本章節回應的重大主題包含企業形象、產官學合作交流平台、發揚台灣價值與品牌、文創與公益推廣、企業形象與智慧服務體驗等面向。首先揭露台北 101 於國際的榮耀與肯定、於產官學合作交流的成果，再說明我們如何推廣在地品牌、文創產業以及發展智慧觀光的各項投入及成效，以展現台北 101 身為最高交流平台如何發揮最大在地動能。

2.1 最高交流平台

2.1.1 國際榮耀與肯定 P040

2.1.2 產官學合作交流平台 P042

2.2 在地品牌推廣

2.2.1 推動社會企業 P046

2.2.2 推廣文創產業 P050

2.3 全球在地化體驗

2.3.1 嶄新觀光體驗 P052

2.3.2 智慧服務體驗 P053

利害關係人

- | | |
|------------|------|
| ■ 股東 / 投資人 | ■ 顧客 |
| ■ 政府機關 | ■ 租戶 |
| ■ NGO / 社企 | ■ 員工 |
| ■ 商業夥伴 | ■ 社區 |
| ■ 供應鏈 | ■ 媒體 |

對應
SDGs : SDG 17

惠譽國際信評機構：國際三大信用評級公司之一，為企業風險與信用作評估，業務範圍包括金融機構、企業、國家、地方政府和結構融資評級。

台北 101 獲惠譽國際評等國內長期評等 AA-

台北 101 LEED 官網：
<http://csr.taipei-101.com.tw/SmartBuilding/tw/>

2.1 最高交流平台

台北 101 自興建以來，一直受到國內外各方傳媒的矚目，身為台灣最高觀光地標與台灣最高國際交流平台，我們積極與產業、政府、學界間合作交流，創造各界之間互動機會。

2.1.1 國際榮耀與肯定

➤ 重大主題：企業形象

一直以來，台北 101 在國際媒體報導上有各式各樣的榮銜，包括：人類工程奇蹟、地表最強建築、世界最美的摩天樓之一、世界上最環保的十大辦公室等。為維持台北 101 之企業形象，我們特設企業品牌傳播部以主導企業形象之管理，並有效規範企業識別、商標授權及著作授權等管理作業，設立公司管理辦法之標準作業程序，且其餘部門亦相互配合。2017 年，台北 101 再度創下佳績，表述如下。

◆ 惠譽國際信評機構評等：AA- 長期評級

台北 101 首次申請發行人信用評等就取得國內長期評等 AA-(tw)，信評展望穩定，惠譽 (Fitch Ratings) 認為台北 101 的信評支持來自商場持續滿租狀態，與其穩定的租用率及租金，展現出資產的低風險及穩定性。

◆ 擔任國際綠建築會議演講嘉賓

台北 101 董事長獲邀成為兩個國際會議演講嘉賓，分別為世界高層建築與都市人居學會 (CTBUH) 於澳洲舉辦年度盛事「2017 國際會議」以及美國綠建築學會 (USGBC) 舉辦於芝加哥的「GreenBuild International Conference & Expo」，與世界各地的業內先進分享交流，探討高樓營運與綠建築經驗和挑戰。

◆ 台灣企業永續獎：金獎、創新成長獎

財團法人台灣永續能源研究基金會 (TCSA) 主辦的「2017 台灣企業永續獎」第十屆於 11 月公布台北 101 獲得企業永續報告類「不動產及營造業組 TOP50 報告」之最高榮譽：金獎，同時榮獲「單項績效類」中服務業組創新成長獎。本年度共有 143 家企業報名參加，其中台北 101 以獨一無二的綠建築管理模式、獨創的綠建築導覽 APP 以及綠色環保導覽等，獲此殊榮，充分展現落實企業社會責任的決心及永續經營的承諾。

◆ 2017 Buying Power 獎勵採購社會創新產品及服務：首獎、特別獎

經濟部中小企業舉辦「Buying Power- 社會創新產品及服務採購獎勵機制」，推動社會創新企業產品與服務能透過採購達到社會公益的目的以平衡社會發展。其於 12 月公布台北 101 榮獲首獎，鼓勵我們以實際行動支持響應社會創新企業的政府機關及企業。另，因台北 101 於 2017 年具有支持社會創新企業的具體事蹟及短長期影響力，再獲特別獎。



◆ 綠獎

2017 年由聯電及遠見雜誌所主辦綠獎，鼓勵生態保育團體提出具體環境永續發展和具開創性的計畫，共同許下長期守護台灣生態環境承諾，台北 101 很榮幸一同支持推動綠色環保議題，無償贊助頒獎典禮場地及綠建築導覽行程，充分展現綠獎及綠色建築之結合，也希望藉由綠獎拋磚引玉，讓社會大眾更重視保育的重要。



◆ 獲獎記錄

2015

- 獲美國「Popular Mechanics」雜誌列選為全球十大最堅韌建築之首
- 獲 BBC 評選為全世界最美的八大超高建築之一
- 獲得 2015 台灣企業永續獎之氣候領袖獎

2016

- 獲遠見雜誌 CSR 企業社會責任獎環境友善組楷模獎
- 獲亞洲責任企業獎 (AREA) 綠色領導獎
- 取得 LEED v4 O+M 白金級升級認證，成為全球第一棟 LEED v4 O+M 白金級認證超高層大樓
- 獲美國世界高樓協會之經營成就獎
- 獲 2016 台灣企業永續獎 (TCSA) 之「企業永續報告獎」金獎
- 獲天下企業公民獎

2017

- 獲 2017 TCSA 台灣企業永續報告書獎之金獎、創新成長獎
- 獲天下企業公民獎
- 首屆台北金雕微電影展「優等影片獎」
- 經濟部國家創新獎「績優創新企業獎」
- 經濟部國家產業創新獎
- 行政院環保署第 26 屆企業環保獎
- 最佳顧客服務獎
- 環保局民間企業與團體綠色採購績優獎

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體

對應
SDGs : SDG 17

2.1.2 產官學合作交流平台

➤ 重大主題：產官學合作交流平台

認知到身為台灣重要平台角色，為發揚台灣價值與促進社會交流，台北 101 不斷與產業、政府、學校進行不同的合作計畫，展開夥伴交流與合作關係。相關部門於年初皆會設定產官學交流平台之年度目標與計畫，由總經理核定後於當年度執行相關活動，年末透過 CSR 大會檢視目標達成狀況。台北 101 利用自身的高度，提升各界投入與努力之能見度。另外關於國內外綠建築之產官學互動，請詳見 3.1.1。

◆ 產業互動

台北 101 x KPMG 傳愛偏鄉臺北感恩資訊服務之旅

響應政府「新南向政策」理念及成為具地標影響力之希望工程（Bring Taiwan to the World），台北 101 對弱勢的積極關懷，主動尋求為偏遠地區服務的機會。本次服務對象為泰北美斯樂當地偏鄉學校—華興國小，該小學電腦軟硬體資訊設備不足且缺乏資訊教育師資，特別邀請台北 101 重要租戶「KPMG」及長期合作協力廠商共襄盛舉共六日，每日資訊教育課程 3 小時，參與學生每次 40~60 人不等，也攜帶已達使用年限但可再利用的 4 台筆記型電腦以及 1 台投影機，致贈予華興國小，充分展現資源再利用之最大綜效。



2017 中國信託 · 台北 101 國際登高賽

為帶動國人運動風氣，台北 101 自 2005 年起，每年均舉辦國際登高賽。2017 年台北 101 國際登高賽主題為「Go 勇敢！」，超過 4,500 名選手、36 國家選手參與。為了鼓勵更多好手參與此一盛會，特別增設破紀錄獎金新台幣 20 萬元，並同步上調其他獎項金額。

「2017 中國信託 · 台北 101 國際登高賽」為世界登高協會舉辦的 Tower Running World Cup 世界登高巡迴積分賽其中一站，更首度成為亞太區登高冠軍錦標賽舉辦地，乃世界各國登高好手心目中展身手的絕佳舞台，並獲天下雜誌金牌服務業調查評選為路跑活動類第一名。



2017 登高賽總經理與得獎者

台北 101 更特別加碼，贊助機票給奪得台灣冠軍的選手飛往國際登高巡迴賽下一站。不僅如此，國際登高賽也透過下列特色隊伍，達到多方互動交流的目的，整體花費約新台幣 615 萬元。

註 1：

駐華使節包含貝里斯大使館、史瓦濟蘭大使館、泰國貿易經濟辦事處、英國在台辦事處、丹麥商務辦事處等

註 2：

參與之租戶包含仲量聯行、澳門經濟文化辦事處、荷蘭安智銀行股份有限公司、鼎泰豐、Cerruti 1881、RADO 等

隊伍	台北 101 夥伴隊 1	台北 101 租戶 ² 隊 2	台北 101 夥伴隊 3	世大運代表隊
成員	財政部、外交部、各國駐華使節 ¹ 、企業夥伴	台北 101 總經理、大樓租戶、贊助商代表	商場租戶、贊助商代表	市政府
目的	體育外交	促進租戶交流	促進租戶交流	為世大運暖身宣傳

台北 101 x 日本阿倍野海闊天空大廈結盟

台北 101 為推升台日交流，於 2017 年 3 月與近鐵集團旗下近鐵不動產（股）簽訂友好協定，並在 2017 年 3 月 9 日至 4 月 4 日間於阿倍野海闊天空大廈舉辦「最高友好台北 101 攝影展」，共展 30 件作品；於 2017 年 3 月 30 日至 4 月 28 日間於台北 101 的 5 樓及 89 樓觀景台展出「阿倍野海闊天空大廈宣傳展」。

響應行政院環境保護署－節慶環保祭祀

台北 101 提倡環境保護之理念，響應行政院環境保護署的環境教育並鼓勵民衆選擇友善環境之祭祀方式，台北 101 在中元普渡或其他祭祀時不主動、不代買拜香及金紙，並鼓勵租戶採用友善環境方式，減少大量焚燒紙錢所造成的污染，改善環境品質及保障健康。除此，特別委託財團法人環境資源研究發展基金會協助辦理「事業單位環境教育暨環保祭祀課程」，除本公司員工外，更推廣至租戶參與，亦可核發與會人員環境教育時數 2 小時，課程內容包含環境教育概論與實踐，以環保祭祀為例探討生活中如何實踐環境教育精神，參加人數約 50 人。



台北 101 SMART TREND 智慧趨勢展

台北 101 首度舉辦 SMART TREND 智慧趨勢展，民衆可自由參觀展區與論壇，免費入場。邀請了 12 家國際指標性企業及學術單位展出最新科技趨勢，且與國內外產業重要學協會合作，在其官網上發佈擴大影響力，如台灣建築中心、台灣智慧建築協會、台灣智慧城市發展協會、美國綠建築認證協會 GBCI 等。

美國綠建築協會 (USGBC)	展示綠建築 LEED 動態獎牌 ARC，可即時知建築的水、電、廢棄物等綠色績效得分
德商西門子	以最新數位化科技勾勒未來智慧管理，範圍涵蓋大樓、能源管理及智能工廠管理等，協助客戶邁向工業 4.0
荷商飛利浦	照明 HUE 連網智慧照明結合 LED 及直覺式操控，改變我們體驗光的方式
OTIS	能夠「主動學習」的智慧電梯，監測客流，因應突增人潮以主動加派客梯
金百利	超越未來「五合一超智能洗手間」，展現了以雲端物業管理提高滿意度的新趨勢
台北藝術大學	智能科技結合藝術創作互動科技作品及新媒體無人劇場
中原大學	開發智慧無人機載具及系統可以上天下海執行不可能的任務
雪豹科技	展出照片拼貼 APP《PhotoGrid》，透過移動物聯網闡述如何帶動未來趨勢
法拉蒂	首度發表獨創之電動載具動力系統專利技術—先進智慧多電能系統 (AMPS)
瑞德感知	透過動態導引系統智慧消防疏散，將火災傷亡降到最低
富欣	運用物聯網建立智能安養場域，使用自動化控制營造長照居家的安全環境
行競科技	現場展出 "Miss E"，第一輛由台灣設計、研發與製造的先進電動賽車



2017 氣候變遷繪畫作品展



氣候與繪畫的相遇

台北 101 共同贊助台灣永續能源研究基金會主辦之「與綠色有約 氣候與繪畫的相遇繪畫比賽」，就藝術及環境兩大主題透過每年國中小繪畫創作比賽推廣氣候繪畫的概念，描繪出對於環境保護的關懷意識，讓更多學生了解氣候變遷議題的重要性。



◆ 官方交流

協助國際宣傳

台北 101 大樓為政府對國際宣傳的代表建築物，也因如此，台北 101 經常代表台灣進行外交活動，包括接待國際貴賓、推廣台灣美景及在地文化等。同時，為讓外賓、旅客有賓至如歸的感受，我們也不斷加強台北 101 大樓國際化的服務。2017 年共同支持世大運活動，接待世大運貴賓導覽行程約 2,700 人。

支持國家推動觀光政策

台北市政府觀光傳播局（簡稱觀傳局）每年皆規劃多場各國駐台單位深度認識台北市的活動，以強化城市觀光交流及居民互訪。台北 101 掌握交通部觀光局及台北市觀傳局向國際推廣觀光的行銷策略，積極與各國合作、提供國際旅客更完善之服務，並舉辦台北 101 國際攝影比賽。

與環保局合作裝設 PM2.5 監測器

台北市原本僅有 15 座 PM2.5 監測站，多為距離地面 12 至 15 公尺以下，像是學校、公務機關或道路旁等，為加強監測台北市的空氣污染情形，台北 101 與台北市環保局合作，運用台北 101 得天獨厚的高度，分別於 6 樓、50 樓、90 樓設置 PM2.5 監測器，以更完整瞭解台北市垂直剖面 PM2.5 濃度分布狀態，強化台北市空污監測系統，作為制定改善空污政策與措施的重要參考，提升民衆生活環境品質。

■ PM2.5 監測器位置

50 樓 (約 220 公尺)

該高度天氣型態較穩定，低層風速低，擴散不佳，可測得較高濃度的空氣污染物質，且多出現在冬天

90 樓 (約 390 公尺)

該高度可反映外來的 PM2.5 影響，且對流較強，擴散良好，空氣污染物質多出現在夏天

6 樓 (約 40 公尺)

反應本地交通汙染源的影響



◆ 學術合作

台北 101 綠建築導覽 APP

台北 101 參與政治大學創新創業平台，委請政大新創團隊製作環保 導 覽 APP「TAIPEI 101 Green Building」。不僅納入中華文化設計，並製作成八國語言，此學術合作協助台北 101 研發觀光產業創新技術，2017 年使用次數突破千次。



「TAIPEI 101 Green Building」

APP 下載



Android



iOS

台北 101 與政大 IMBA 打造國際智庫

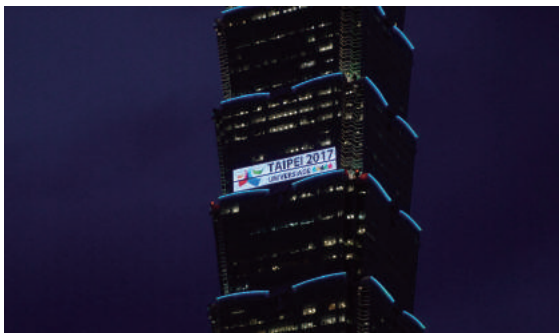
由台北 101 受惠於新南向政策，觀景台前來東南亞旅客逐年成長，至 2017 年 9 月底較去年同期成長近 7 成，為了更深入了解東南亞旅客需求與特性，與政大 IMBA 國際經營管理英語碩士學位學程合作，提供數名國際學生赴台北 101 實習機會及為台北 101 員工招開相關短期課程，不僅在學習交流上帶來更多當地文化相關知識並可藉此瞭解旅客特性與觀光潮流趨勢。

世界公民島專案

2017 年台北 101 贊助世界公民文化協會及文化部舉辦「青春作夥：流浪到故鄉」活動。透過該活動資助高中生團隊下鄉旅行進行社區交流，並發展結合鄉鎮特色的創意企畫構想。台北 101 希望能透過此計畫找到結合全台灣鄉鎮的新定位，進而成為台灣鄉鎮走向國際的引橋。

台北 101 與觀光局攜手「點亮臺灣」

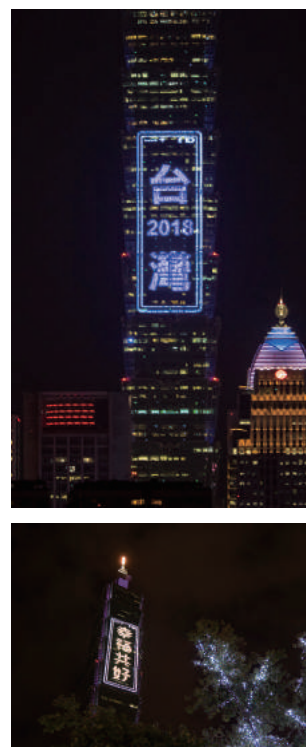
台北 101「2018 新年燈光煙火秀」與觀光局合作，由經濟部國際貿易局聯合 10 家民間企業共同贊助，主題定為「點亮臺灣」。此次以全新風貌完全由國人操刀，並請知名的臺灣燈光設計師莊福民攜手合作，首度結合燈光與煙火交互展演；煙火音樂邀請大京藝術、台北市立交響樂團協力演出，充份展現臺灣人才與創意。為呼應政府南向政策，觀光局自 12 月 31 日晚間六點起，於台北 101 北面外牆輪流以馬來語、印尼語、泰語、越南語、菲律賓語及英文、中文等六種語言打出各國「歡迎來臺灣」字樣，向各國觀光客打招呼，體現台灣熱情好客風情。



2018 幸福共好 Happy Together

摒除過去以煙火為主體的施放模式，台北 101 於 12 月架設 LED 燈網 T-Pad 於大樓北邊外牆以 133,056 顆 LED 燈、25*25 平方公分的密度，打造出面積共 8,467 平方米的巨型 LED 燈網屏幕— T-Pad。T，同時俱備了 Time、Taipei、Taiwan 等意涵，T-Pad 的誕生，除了給民衆 Time for year-end countdown、Time for New Year 等迎接倒數的期待感，同時更具有 Time for Taipei、Time for 2018 等多重意義。台北 101 更集結了許多創意團隊加入：包括由中華文化總會擔任創意顧問，並引薦曾經參與 2017 台北世大運開幕影像設計、享譽國際的台灣燈光藝術家賴雨農、及國慶光雕的年輕藝術創作者陳怡潔加入擔任此次影像導演。

- 打造巨型 LED 燈網屏幕— T-Pad，首次結合影像與煙火的演出，並將 T-Pad 演出提前至 12 月初開始，延長活動效益。
- 響應環保，相較於過去一度達到 30,000 發的煙火數量，煙火量減半至 16,000 發。
- 結合幸福共好 facebook 許願活動，台北 101 化身最高許願樹，乘載超過 26 萬民衆的祝福與心願。
- 新年大秀創意緊扣台灣元素，以傳統花窗圖騰為設計基礎，同時回顧 2017 年的重要時刻—包括世大運奪金項目、福衛五號發射升空等。音樂則首度納入流行音樂，運用知名歌手張惠妹以及歌壇新秀安那的歌曲，透過新年大秀向世界宣傳台灣的文化與創意。



2.2 在地品牌推廣

台北 101 不僅時常與政府合作，向外賓行銷台灣，亦以行銷台灣為己任，將自身打造為本土社會企業與文創產業之舞台，讓世界看到更多有價值的台灣品牌。

2.2.1 推動社會企業

➤ 重大主題：發揚台灣價值與品牌

台北 101 以身為台灣地標應肩負的社會企業責任自我要求，期許成為世界最高公益平台，支持推動優質、重視公益的台灣社會企業品牌站上國際舞台，與租戶攜手，讓更多消費者認識台灣在地產品的美好。為推動社會企業，我們依據下方推展流程舉辦相關活動，讓這份美好持續前進。

Awareness
推廣社企概念

Involvement
提供採購新選擇

Collaboration
成為商業夥伴

利害關係人

- | | |
|------------|------|
| ■ 股東 / 投資人 | ■ 顧客 |
| ■ 政府機關 | ■ 租戶 |
| ■ NGO / 社企 | ■ 員工 |
| ■ 商業夥伴 | ■ 社區 |
| ■ 供應鏈 | ■ 媒體 |

對應
SDGs : SDG 11

◆ Awareness 推廣社企概念

世界公平貿易日活動支持

台北 101 至今連續三年於大樓外圍懸掛公平貿易城市的旗幟一週，表達願與社企共好，展現身為台灣地標該有的高度與深度，朝永續經營邁進。2017 台北 101 於世界公平貿易日以贊助單位身份響應台北市產發局主辦的公平貿易日活動，支持消費支持公平貿易，共同參與社會企業如 Dr. Bronner's、慢飛兒社會企業、鮮乳坊、南方家園出版社、iGoods 愛物資等，不僅實踐台北 101 在 SDGs 聯合國永續指標的理念，也盼望可以為更多世界上的弱勢族群帶來更好生活。



GRI 203-2
(鑑別顯著的間接經濟衝擊)

台北 101 公益愛市集

今年台北 101 第 5 度與 KPMG 聯手舉辦【愛市集】公益活動，邀請 12 家庇護工場、社會企業及社福團體前來設攤義賣。同時，現場攤位有團體所製作的特色美食和手工藝品，例如各式手工餅乾、果醬，甚至有文創手作商品以及辦公用品等各式產品，社企活動展攤銷售金額約共 27 萬多元。我們期望未來的愛市集活動能夠像善緣一樣越滾越大，未來能有更多社會企業共同加入，為台灣社會增添美好的希望。



2017 特別活動

愛與分享母親節物資募集記者會

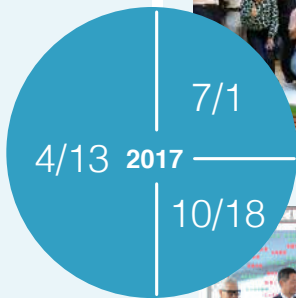


參與 NPO Channel 公益平台及食物銀行聯合會舉辦的「愛、分享」母親節物資募集活動，由社會企業生產原料製作為公益蛋糕透過民眾愛心認捐，送予弱勢家庭母親。

中秋社企圓夢禮盒記者會



提供購物中心場地給 14 家社會企業，藉由台北 101 社企百寶箱販售機會吸引更多人支持社會企業產品。



社會創新實驗中心開幕儀式

參加由經濟部中小企業處主辦社會創新實驗中心開幕儀式，期盼未來能建立 CSR 網絡與社會創新企業更多合作夥伴的機制。



◆ Involvement 提供採購新選擇

台北 101 公益愛市集		
舉辦日期	活動名稱	活動內容
2017/08/21~09/22	公平貿易茶水間	辦公大樓引進公平貿易產品正式成為公平貿易茶水間，並將社企小農產品（如咖啡）全面性地推廣給租戶及餐廳使用。
2017/04/20	母親節物資募集活動	台北 101 認購社會企業自製產品作為母親節溫馨禮物，共捐贈 101 組母親節蛋糕，每組金額 399 元，共計 40,299 元。
2017/05/01~12/31	日常社企選購	每月的第三週下午 2 點至 5 點於 62 樓大樓租戶 KPMG 安侯建業聯合會計師事務所為社會企業舉辦社企展攤活動，共同響應。
2017/09/15	中秋送禮方案	中秋節送禮選購社會企業產品，希望能幫助社會企業拓展銷售的機會，讓更多利害關係人認識社會企業。

NPO Channel 社企市集

2017 年台北 101 於辦公大樓 59 樓不定期邀請社企品牌前來販售社企商品，並且邀請大樓及商場租戶們一同響應。透過這些行動累積，傳達社企的概念給更多人知道，讓共好的理念不斷發酵、促成社會的正向循環。

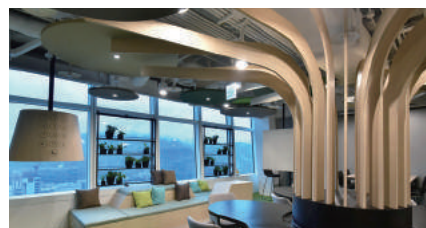


◆ Collaboration 成為商業夥伴

我們對社企的熱情並不僅止於短期活動，更期望與社會企業成為商業夥伴，因此我們已與租戶簽署 MOU 支持採用公平貿易、在地社企小農產品，85 樓高空餐廳欣葉與隨意鳥都採用了公平貿易產品，採用社企小農食材重新設計菜單後，成為為社企產品加值的在地小農健康套餐。

台北 101 大樓『創聚雲』正式成立

台北 101 打破一貫經營風格，斥資 300 萬元打造全新「創聚雲」概念辦公空間，於辦公大樓 35 樓佔地約 28 坪、共 22 個座位，提供新創產業低門檻租金，未來並計劃提供育成相關服務，讓新創產業以較低資金獲得創業初期所需支援。創業成功後，台北 101 同步推出租金回饋方案，藉由一連串服務與計畫打造全台北新創產業最高基地，成為新創起步初期最佳推手。台北 101 定期舉辦「租戶有約」活動，讓社會新創業者與國際知名企業以及政府單位有直接交流的機會；而合作夥伴們亦將不定期舉辦演講，提供創業初期最需要的知識來源。



2017 特別活動

舉辦日期	活動名稱	活動內容
2017/07/01~08/31	南方廣場小農市集	邀請 IMPCT 及 Blue Seeds 芙彤園 2 家社會企業前來南方廣場設置攤位，讓顧客及遊客可直接於市集內選購社企產品。
2017/09/01~10/10	社企百寶箱販售	與 IMPCT Coffee For The Future 合作，推出結合 12 家社會企業產品中秋節圓夢禮盒，藉此支持社會企業，讓品質優良的產品能在社會共存。

◆ 世界最高公益平台

台北 101 經營團隊戮力拓展「綠」的定義至包容、成長，於 2016 年正式成立「世界最高公益平台」，讓台北 101 不只是一座綠建築更是可以對整個社會更有貢獻與積極價值的平台！台北 101 期許成為弱勢團體與社福組織的公益平台，凝聚大樓約 1 萬 2 千名租戶與購物中心、觀景台消費者，以及外來各界溫暖力量，同時更建立媒合平台網頁以串連所有需要資源的團體與有能力提供資源的企業，協助籌措各類公益資源，讓地球資源無限延續。



2017 年台北 101 透過公益平台的物資捐贈項目統計：

- 2 張會議桌
- 4 個大型置物櫃
- 3 張沙發
- 60 台對講機及充電座
- 1 組彩色印表機及相片

1,200 本二手書籍用希望說故事

2017 年 1 月，台北 101 董事長周德宇親自率領公司一級主管上山，前往其中位於桃園復興區的光華與奎輝兩所國小，不僅念童書給孩子們聽，同時陪孩子們玩玩具。我們更致贈每位學童台北 101 觀景台最受歡迎的文具組合，讓平時沒機會到台北走走的偏鄉學童，能有機會進一步認識台北 101。

5 月光華國小宋美麗校長帶領著老師及學生們北上，帶著親手製作的木雕作品及色彩豐富的畫作『心目中的 101』為禮物，致贈給台北 101 及全體租戶，台北 101 非常歡迎學生們的到來，邀請到觀景台欣賞整個台北市的風景，盼望偏鄉學童能在台北 101 留下美好的印象，同年 7 月於 Gally101 展出學生畫作，感謝孩子們的心意。



用希望 · 捐好鞋 [台北 101 舊鞋救命企畫]

在非洲，尤其是烏干達、坦桑尼亞、肯亞等國家，有一種稱作「沙蚤 (Jigger)」的蟲，會經由腳趾甲鑽進人們體內，侵蝕雙腳導致破傷風，讓許多孩子因此致命。「舊鞋救命」由舊鞋開始，一雙您不要的舊鞋子可幫助他們抵抗致命的沙蚤，台北 101 延續去年於 2017 年 11 月擴大送愛到非洲，延伸公益無界限的理念，透過捐助舊鞋方式幫助當地兒童，並發揮經濟循環新概念，讓每一雙鞋在非洲找到新的主人及溫度，讓台北 101 的愛心回饋到世界每個角落，短短一周內，集合全體大樓租戶力量，共募集到 800 雙鞋。



利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體

對應
SDGs : SDG 8

GRI 203-2
(鑑別顯著的間接經濟衝擊)

2017 年台北 101 國際攝影
大賽活動網頁：
<https://www.taipei-101.com.tw/2017photo/>

2.2.2 推廣文創產業

➤ 重大主題：文創與公益推廣

在發揚台灣價值與品牌的面向中，我們也積極推廣文創產業，期望透過台北 101 的國際曝光度與號召力，將台灣的文創產業推展到世界舞台。

◆ 文化創意國際舞臺

為讓更多觀光客認識台灣文創與文化，台北 101 在辦公大樓與購物中心，分別開設 101 藝廊與「文創 101」專區，讓台灣藝術家在此舞台與國際對話。

台北 101 辦公大樓 – Gallery 101

由於台北 101 大樓每日有約 2 萬人流動進出，具有高能見度，重視文創產業推廣的台北 101 為此將辦公大樓 1 樓近百坪空間打造成為藝文走廊，稱為 101 藝廊 (Gallery 101)，以增添辦公大樓藝術文化氣息，並分享大樓租戶以及中外旅客台灣藝文作品的美好。

101 藝廊對各方的效益

台灣
本土藝術家



可藉由台北 101 藝廊推廣畫作、雕塑、視覺藝術

租戶



培養藝術人文素養

NPO、學校



可利用此平台，舉辦各式的文藝展覽，讓未來文藝人才有機會在世界舞台上發光發熱

提升台灣
國際能見度



以台北 101 在國際間知名度可吸引世界級藝術家來台灣交流，提升在國際間之能見度

台北 101 購物中心 – 文創專區

台北 101 於 5 樓觀景台售票口旁，設立超過 200 坪空間「文創 101」專區。此專區之品牌不同於業界主打的設計新銳，強調與中華文化連結，同時具文化傳承意義，包括如法藍瓷、琉璃工房、乾唐軒、陶作坊、富山香堂、神話言等進駐店。台北 101 購物中心每年迎接約一千多萬人，透過「文創 101」專區，可讓國民及國外旅客更了解台灣美好的傳統與內涵，以及創新設計精神。

台北 101 國際攝影大賽

台北 101 舉辦攝影大賽已歷十一屆，初衷希望能在建築本身之外，運用不同題材的景物與人文呈現台灣各地角落之美，讓更多屬於臺灣的感動一同呈現在攝影作品當中。今年度以「台灣水岸魅影」為主題，結合「台灣水岸」相關景色和都市自然環境景觀，本屆共 63 件得獎作品並於 Gallery101 展出。

◆ 台北 101 公共藝術

在台北 101 的四周，也可以看到藝術的影子，我們設有的公共藝術包含「無限生命」鋼纜藝術品、「點亮台北 101」燈光造景，與辦公大樓自動鋼琴。

「無限生命」鋼纜藝術品

台北 101 快速電梯以每分鐘 1,010 公尺高速飛颯，強韌堅固的鋼纜是其中最大功臣，為了最高標準的安全要求，即使鋼纜完好沒有太大耗損，仍會定期進行全面汰換。為減少廢棄物，台北 101 與擅長運用漂流木創作的本土木雕大師康木祥作出了前所未見的創新合作，迸發了世界首見的電梯鋼纜藝術品。

電梯鋼纜藝術品就是矗立在台北 101 信義大門前的「無限生命鋼纜藝術」，現在已經是觀光客到訪台北 101 必參觀的藝術景點。這件作品使用承載了 660 萬觀光客的快速電梯汰換鋼纜創作，化韌轉柔克服高難度成就了極具生命力的環保藝術品。

點亮台北 101

台北 101 於興建之初即向台北市政府認養位於建築基地北方的「信義 21 號廣場」（後更名為「水舞廣場」），並設置兩座公共藝術「龍躍雲端」及「天地之間」，夏日常吸引大小朋友前來戲水，但遇冬季和夜晚，偌大的廣場便覺冷清。有鑑於此，台北 101 啟動「點亮台北 101」燈光造景計劃，汰換週邊路燈，亦規劃利用大型公共藝術展搭配燈光設計，促使台北 101 周邊腹地更活絡，並結合館內外及大樓租戶共 10 個品牌共襄盛舉，成功推展台北 101 成為時尚、藝術與設計櫥窗的理念。

辦公大樓自動鋼琴

為營造浪漫唯美的音樂氛圍於辦公大樓大廳，台北 101 於辦公大樓 1 樓擺放 YAMAHA 自動鋼琴，並於每月第三週週一中午 12:15-13:00 邀請本土新銳音樂家進行現場演奏，以陶冶台北 101 辦公大樓企業員工與租戶身心，同時紓解上班時的工作壓力。

◆ 文創推廣相關支出

創造台灣價值之相關活動	投入成本（單位：新台幣萬元）
Gallery 101	170
台北 101 國際登高賽	770
Smart Trend 智慧趨勢展	217
台北 101 攝影大賽	110
歐洲風味嘉年華 - 德國啤酒節	510
LADY DIOR AS SEEN BY	479
MiuLady 大型藝術特展	353
BAZAAR 150 週年特展	287
冰雪奇緣嘉年華	1,380
ELLE POP-UP LADY	318
合計	4,594

註：台北 101 國際登高賽投入成本包含中信卡友報名費 5% 捐款費用

利害關係人

- | | |
|------------|------|
| ■ 股東 / 投資人 | ■ 顧客 |
| ■ 政府機關 | ■ 租戶 |
| ■ NGO / 社企 | ■ 員工 |
| ■ 商業夥伴 | ■ 社區 |
| ■ 供應鏈 | ■ 媒體 |



對應

SDGs : SDG 8

GRI 203-2

(鑑別顯著的間接經濟衝擊)

2.3 全球在地化體驗

2.3.1 嶄新觀光體驗

➤ 重大主題：企業形象

為提供國際旅客賓至如歸的服務，我們不斷將全館外籍旅客購物服務全面升級，透過大型退稅服務、推出國際貴賓卡以及國際尊榮服務，讓來到台北 101 的全球旅客享有最便利、迅速的購物品質與服務。

◆ 無限天際觀景台

台北 101 觀景台於去年以整片落地窗改裝，呈現 360 度視角，並於東北角增設「無限天際」專區，在樓層的 W 形角落將天花板和地板改為鏡面，兩邊相互反射後出現「無限空間」，讓遊客踏上該區後有高空漫步的感覺，彷彿置身空中，加深旅客對台北 101 觀景台的印象。

◆ 觀景台電梯

台北 101 觀景台配置兩部快速電梯，上升速度每分鐘可達 1,010 公尺。由 5 樓至 89 樓觀景台僅需 37 秒；地下室 1 樓搭乘僅需 39 秒。此二部電梯是全球唯一配置車廂內恆壓裝置、阻尼器 (Damper) 及採用耐高溫陶瓷煞車系統等，集高科技於一身的智慧型高速電梯，更獲 CNN 評為「全球 12 大驚奇電梯」之一。

◆ 大額退稅服務

為促進台灣觀光產值，台北 101 配合財政部為大額退稅服務特約點。台北 101 原本就可以辦理小額退稅，成為特約市區退稅業者後，不僅仍舊受理小額退稅，消費超過新台幣 24,000 元的大額退稅也可於台北 101 現辦現退。

同時，我們也提供 E 化退稅服務，服務台設有電子叫號系統，使顧客能夠彈性安排等候時間，並且創新導入電子簽名板、發票條碼掃描器及虛擬儲存空間，除縮短退稅辦理時間，同時有效提升資料輸入準確度，以及節省紙本退稅單儲存空間與紙張使用量，2017 年共累計節省約 15 萬張 A4 影印紙，而每位顧客辦理退稅平均時間約 4-5 分鐘，大幅降低顧客整體等候時間。

◆ 國際尊榮服務

因應越來越多的歐美商務旅客與亞洲自由行旅客緊湊的行程安排，台北 101 具快速通行服務，可節省遊客排隊的時間，享受優先上樓的便利。不僅如此，世界高塔聯盟的成員如美國紐約帝國大廈與杜拜的哈里發塔，皆因應市場趨勢皆已推出優先通行的加價服務，台北 101 也希望透過這樣的服務，讓參觀的旅客擁有更多行程安排的彈性，也提升針對高端旅遊客群的精緻化服務。

2.3.2 智慧服務體驗

➤ 重大主題：智慧服務體驗

因應電子化對於全球觀光產業之影響與遊客使用智慧型裝置比例之提升，我們亦將智慧科技結合購物，讓顧客享受更方便、更有趣的服務。商場事業處於年初皆會設定智慧科技購物之年度目標與計畫，由總經理核定後於當年度執行相關活動，年末透過 CSR 大會檢視目標達成狀況。

◆ 智慧科技購物

行動支付

隨著電子行動支付高度發展，台北 101 也積極布局支付服務，2017 年陸續啟動中信直接付、微信支付、街口支付、支付寶、Line Pay、Apple Pay、Samsun Pay、Google Pay 等，全面迎接零售多元支付時代來臨。未來將持續尋求與外籍旅客常用的支付工具合作，力求在行動支付上提供國際化服務。

中信直接付	台北 101 聯手與中國信託於商場開通「直接付」付款模式，為全台百貨業者中行動錢包首創。目前台北 101 購物中心已有上百個專櫃接受「直接付」電子錢包。
微信支付	今年與第一銀行合作成為全台第 1 個可使用中國第三方支付平台「微信支付」的百貨通路，讓在台北 101 購物的陸客輕鬆消費。2017 年與微信支付合作推出四檔活動，創造近 2 萬筆使用人次。
Line Pay	2017 年 6 月台北 101 啟用 Line Pay 服務，透過 LINE 平台的宣傳，做到完整的 O2O 導客行銷。
Apple Pay	2017 年 4 月 Apple Pay 在台上線，身為國際地標更為國際訪客流動率最高平台的我們，亦為 Apple Pay 在台上線示範通路。
街口支付	為讓各國旅客都可以便利地使用自己熟悉的支付方式消費，台北 101 也啟用街口支付。

WOW 101 萬象之窗

「WOW 101」建置在台北 101 購物中心 1 樓至 B1 之手扶梯中間的間隔區，為目前國內購物中心最大尺寸的室內體感互動 LED 高畫質面板，該數位面板具備體感及雷達偵測裝置，提供時下最夯的 3D 擴增實境 (AR) 互動模式，以及人體移動偵測模式，能即時感應民眾所在位置進行遊戲互動、影像直播、多螢幕聯播等多元活動。未來更將透過 AR 互動科技提供零售業者新品發表應用，實踐行動智慧商務應用的無限可能性。

贈品退稅叫號服務

我們於購物中心地下室 1 樓設置退稅服務台，提供外籍顧客退稅服務。為避免顧客現場等待時間冗長，我們新增數位化的叫號服務，讓顧客抽號碼牌之後，可以繼續購物或至美食街享用美食，只需利用 QR Code 條碼查詢目前服務號碼，即可掌握等候時間，把握分秒盡情享受尊榮的購物體驗。

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體

9 對應
SDGs : SDG 9

「TAIPEI 101 MALL」
APP 下載



iOS



Android

360 度環景攝影網站：
<http://www.taipei-101.com.tw/mall-search.aspx>

Beacon

為提供顧客嶄新的實體通路服務，台北 101 導入 Beacon 技術。Beacon 裝置能夠透過 APP 推播各種即時訊息，如品牌促銷、折扣、獨家商品等導購服務，讓顧客可掌握購物中心的最新商品訊息，進而為商家創造營收。

智慧化停車服務

為提供智慧化停車服務，我們設有車牌辨識系統、車輛在席系統，以及車輛尋車系統，提升監視畫面之鏡頭畫素及 CCTV 系統轉換速度。當顧客開車進入停車場時，車牌辨識系統可在 2 秒內記錄車牌，加快入場速度，透過車輛在席系統的偵測可瞭解車道上剩餘空車位數，快速找到空車位。在取車時，顧客可使用於停車場設置的「任何車輛尋車系統」，查詢目前所在位置及如何到達車輛停放處，減少顧客尋車不便、增加車位輪轉率，更能減少因尋找車位而製造的多餘排碳量。

360 度環景攝影

台北 101 購物中心官網新增 360 度環景攝影，讓顧客到購物中心之前，可先透過此功能瀏覽 1 樓至 5 樓的精品店家，直接感受購物中心的室內裝潢及陳設，如同身歷其境體驗時尚購物。

會員 e 化服務

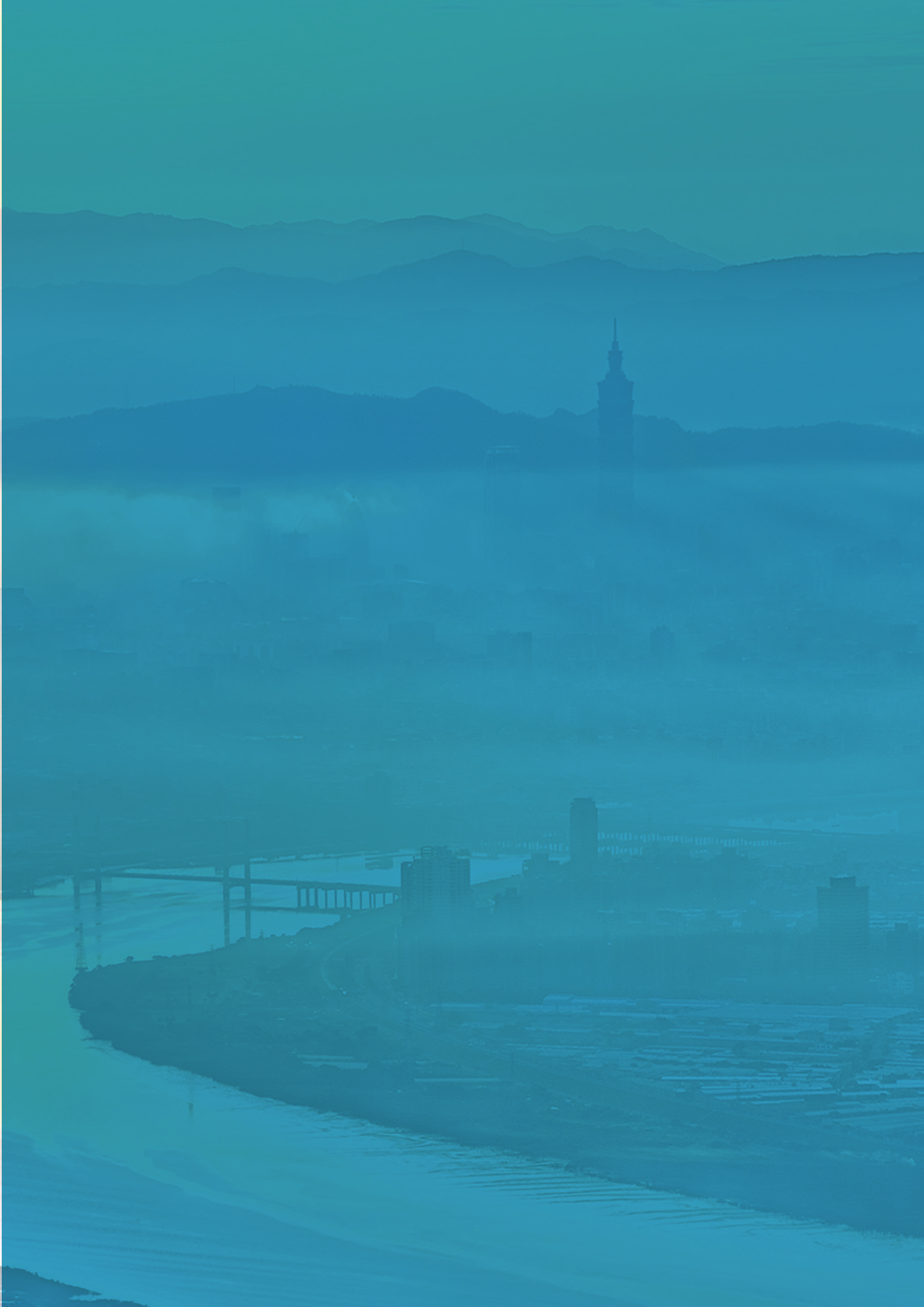
我們將永續環境的思維融入購物中心，推出綠色服務，改變顧客的消費行為，一同達成與環境共生的永續願景。我們推出台北 101 購物中心專屬 APP 應用程式「TAIPEI 101 MALL」，透過 APP 提供線上型錄、櫃位導覽、電子優惠、贈品叫號，乃至餐廳訂位的功能，以更智慧環保的方式服務顧客。

TAIPEI 101 MALL APP 重點功能

您可透過 APP 隨時掌握第一手資訊，來場便利的智慧購物之旅	透過 APP，您可以快速使用會員卡功能，享受我們提供的絕佳服務品質	具智慧停車功能，方便您瀏覽車位數、試算停車費，並協助您找尋車位
		

減少實體宣傳物之製作

2017 年持續使用多個數位媒體以增加宣傳管道、強化數位溝通效益及增進網路社群互動，強化宣傳溝通效益。



3

Influence

促進綠色友善生活



2018 年全球機會報告鑑別結果顯示，永續發展目標 SDG13：「採取緊急措施以因應氣候變遷及其影響」為最急迫之待發展的方向。而因應氣候變遷一直以來皆為台北 101 的耕耘領域，除了以身作則進行改造，榮獲 LEED v4 白金級認證外，我們進一步運用建築升級經驗，發揮潛在綠色動能，透過舉辦論壇、導覽、與綠建築專業團體互動，達成發揮綠色影響力的目標。

本章節先介紹台北 101 於綠建築管理與推廣之成果，以及環境管理政策及各項行動，再依序揭露 2017 年於能源、溫室氣體排放、水與廢氣物的管理績效，最後闡述我們所做的環境友善措施與產品，涵蓋的重大主題包含綠建築管理與推廣、能源使用與排放管理、水資源與廢棄物管理，以及環境友善措施與產品等。

3.1 綠建築管理與推廣

- 3.1.1 綠建築升級與推廣 P058
- 3.1.2 環境保護機制 P060

3.2 能資源使用與排放管理

- 3.2.1 能源管理 P063
- 3.2.2 溫室氣體排放管理 P066
- 3.2.3 水資源管理 P068
- 3.2.4 廢棄物處理 P070

3.3 環境友善措施與產品

- 3.3.1 友善措施 P072
- 3.3.2 友善產品 P074

3.1 綠建築管理與推廣

台北 101 深知建築物 and 企業營運過程中會造成的環境衝擊，因此致力在不影響租戶舒適滿意度的條件下，投入於任何一個可降低環境衝擊項目。

3.1.1 綠建築升級與推廣

➤ 重大主題：綠建築管理與推廣

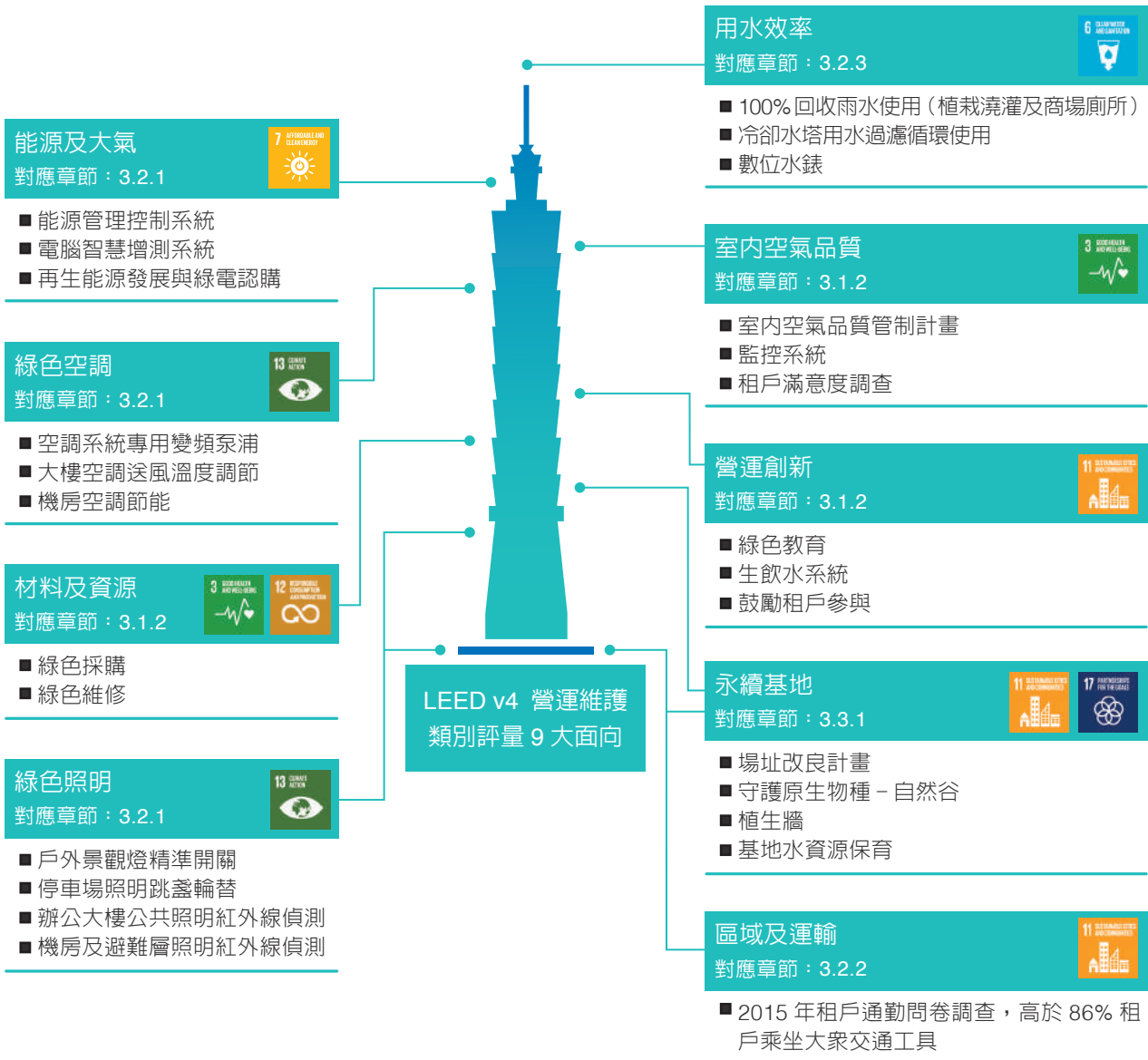
◆ 由 LEED 至 LEED v4

經過超過十年努力與投入超過 8,000 萬進行建築改造，我們於 2011 年、2016 年 獲得 LEED EB:OM (Existing Building : Operations & Maintenance) 白金級認證，以及 LEED v4 O+M (Operations & Maintenance) 既有建築營運維護類別之最高等級一白金級認證，成為全球第一棟 LEED v4 白金級認證超高層大樓。然而正如 101 的數字所傳達的意涵，我們不以滿分為標準，2017 年我們除了對外放眼於發揮綠色影響力，促進綠建築推廣成果，對內也努力於 LEED v4 營運維護類別評量 9 大面項持續精進，重點成果摘要如下圖，詳細的推動措施與成效，請參見第三章各章節內容。

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體

對應 SDGs : SDG 13, 17



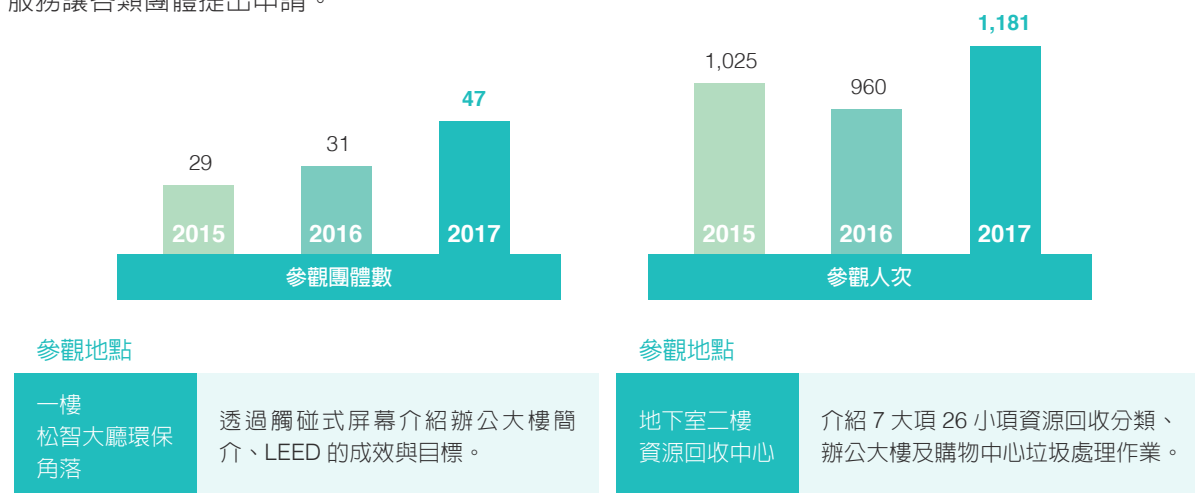
◆ 綠建築推廣

除了致力於提升大樓運作效能外，2017 年台北 101 更重視如何妥善運用自身綠建築升級經驗，發揮 LEED 顧問角色，成為尖端綠建築技術與管理經驗的分享平台，為此我們透過舉辦 SMART TREND 智慧趨勢展、綠色環保導覽以及參與各種國際性論壇，以促進辦公大樓租戶與社會大眾對於綠建築的瞭解。2017 SMART TREND 智慧趨勢展之內容請見 2.1.2 產官學合作交流平台，其餘活動請見下表。

2017.03 官方合作	 能源局「再生能源憑證機制國際論壇」	討論標檢局再生能源憑證 (RECs) 制度於台灣之建立，分享台北 101 LEED 認證使用美國 RECs 之經驗
2017.05 官方合作	 教育部「節能系統整合與應用人才培育計畫」企業說明會	討論節能系統產官學研合作實踐基地建置，與各大科技廠商代表建立連結
2017.06 學術合作	 台灣建築中心拜訪	與建築中心執行長 / 副執行長討論綠建築發展方向
2017.07 學術合作	 靜宜大學西文系簽定 MOU	以建教合作方式建立西文綠建築導覽人才資源
2017.08 產業互動	 USGBC 於台北 101 智慧趨勢展展出 ARC 平台	USGBC 協辦台北 101 智慧趨勢展，並於台灣首度展出 ARC，台北 101 並評估採用可行性
2017.08 產業互動	 智慧建築協會「第二屆台灣優良智慧綠建築暨系統產品獎頒獎典禮暨作品發表會」	了解智慧建築發展現況並與智慧建築協會、智慧城市發展協會、物管協會、各大智慧建築廠商建立關係
2017.11 產業互動	 於 USGBC「Greenbuild Boston2017 論壇」發表	於波士頓發表台北 101 的成就及 LEED v4 O+M 經驗，強化與 USGBC 高層及各國代表之連結
2017.11 產業互動	 參與「前瞻智慧公宅論壇」	了解公部門智慧建築之政策現況，與智慧建築協會理事建立關係
2017 產業互動	 當選 seed 台灣永續能源環境專業協會理事及公共關係主委	每月召開理事會議，強化與重要 LEED AP 及會員組織如建築中心之連結

綠色環保導覽

為讓社會大眾對台北 101 綠建築理念與實際作為有更深入的认识與了解，我們提供綠色環保導覽的服務讓各類團體提出申請。



儘管台北 101 已非世界最高，我們持續期望能實現對地球最高標準的承諾，透過強化各面向營運效能、舉辦智慧趨勢展、綠色環保導覽等，推己及人，以期扮演好最高低碳地標的角色！

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體



對應 SDGs : SDG 3, 12, 13

台北 101 環保角落網站：
<http://www.taipei-101.com.tw/m/service-detail.aspx?cid=117&lang=tw>



3.1.2 環境保護機制

➤ 重大主題：能源與排放管理

為降低我們對環境的衝擊，辦公大樓、購物中心，以及觀景台皆有環境保護的相關機制。

◆ 綠色辦公大樓

台北 101 秉持著追求卓越的精神，將起建階段並非以綠建築為基礎設計的台北 101 轉型為綠建築，台北 101 辦公大樓所投入的努力如下。

導入雲端管理平台

為提供更高品質的能源管理服務給承租戶，並因應數位化時代對於能消耗巨量資料分析的需求，台北 101 於 2016 年起與西門子簽署合作意向書，導入最新的雲端樓宇能源與永續管理平台 Navigator，藉此有效監測、分析大樓所產生的資料，擬定更為有效的節能策略，提升建築效能，協助台北 101 加速智慧化升級，達成節能永續和智慧化管理的目標。2017 年，台北 101 已建立 Navigator 能源數據圖表原型，期待後續能符合台北 101 能源管理需求並有進一步發展。

環保角落 – Green Corner

為將環境保護及資源永續利用之精神傳達給每一位訪客，台北 101 特別於一樓大廳設置環保角落 (Green Corner)，於近植生牆處播放台北 101 綠建築運作方式之介紹影片 (植生牆內容請詳 3.3.1 友善措施)。

與租戶的約定

台北 101 大樓為落實妥善運用地球有限資源，邀約大樓租戶一同參與綠建築的營運。我們特加入綠色條款至「租戶手冊」，並以 LEED 為架構，納入國際最佳案例制定「綠色裝修手冊」，據此制定租戶之裝修設計廠商，在建設安裝材料及日後常營運的能資源管理符合綠建築的相關規範。其中基本要求租戶在規劃裝修基準設計與施工期間須防制噪音污染、維持室內空氣品質，以落實降低對環境範圍的影響。如違反規範者，將要求承包商即時復原及改善缺失。同時，我們亦鼓勵租戶辦公室內裝修材使用綠建材之比例大於 45%，以提升辦公大樓使用綠建材裝修之環保要求。

綠色清潔

為降低清潔對空氣品質、人體健康、大樓裝潢、大樓內部系統和生態環境的負面影響，我們於「台北 101 大樓環境清潔委外維護請購發包規範」中註明「台北 101 大樓綠建築清潔計畫規範」，規範台北 101 環保清潔用品和設備機具的使用程序、處理清潔化學藥劑與稀釋濃縮藥劑的安全程序、人員配置與培訓等項目，同時鼓勵租戶要求其清潔廠商採用與本公司相同的綠色清潔政策，使用符合環保標章的清潔產品與設備。2017 年底響應之租戶分別為台灣證交所、澳盛銀行、巴黎銀行以及 KPMG。

各租戶亦負責該區域所產生的廢棄物，並需依據本公司分類方式，區分為可回收、一般垃圾及廚餘，放置在各樓層的分類垃圾桶。台北 101

的清潔人員則負責檢視、確認分類狀況，並將廢棄物送至地下室的廢棄物處理中心。

節能、節水措施

我們向大樓租戶及其員工宣導台北 101 在節能、節水的目標，期許租戶們一起支持綠色行動，確實管理能源及水資源耗用量。在照明與節水給予承租戶建議，包含使用節能燈具、選購節能環保標章的辦公室設備及電器、符合台灣省水標章或是低水量型的水龍頭、馬桶和小便斗等。針對用電量大的租戶，我們會利用紅外線檢測、電力分析儀量測、三相總負載量測及電盤開關接點鎖固等方式對其進行電盤檢查追蹤。

綠電認購

台北 101 自 2015 年起連續三年認購了 101 萬度綠電，帶動國內企業綠電認購風潮，達到拋磚引玉之效。台北 101 更與辦公大樓租戶合作，一同認購綠電，2017 年我們邀請 KPMG 安侯國際財務顧問股份有限公司、隨意島地方股份有限公司、香港商歷峯亞太有限公司台灣分公司及 Google 等 4 家租戶共襄盛舉，共同認購 67 萬度綠電。我們相信於未來持續集合全體租戶力量，一定能積少成多，發揮我們的影響力。相關行動不僅於 2017 年 10 月獲得台北市政府所頒發「推動綠色採購 500 萬元以上」獎狀，亦於 2017 年 12 月，榮獲經濟部頒發的「綠電感恩賞」表揚。

◆ 綠色購物中心

為促進綠色生活理念的散播，我們於購物中心努力營造華麗的觀光生活體驗時，也同時期望將環境衝擊降至最低，引導顧客與我們共同保護環境。

要求櫃位裝修材料符合環保

我們要求購物中心租戶裝修櫃位時，均須依據建築技術規則之綠建材相關規定，使用綠建材比例須大於 45%，且照明禁止使用白熾燈泡，盡可能使用 LED 相關產品。

鼓勵顧客資源回收

為營造一個和諧乾淨的購物環境，我們於購物中心放置 118 個資源回收垃圾桶，鼓勵顧客一起與台北 101 做好資源回收。同時統一收集購物中心的垃圾，送至地下室的廢棄物處理中心進行分類，雙管齊下做好資源回收。

推動使用環保物料及設備

台北 101 於 2014 年起要求外牆及清潔維護廠商執行使用環保清潔劑，除於合約中要求外牆清洗廠商所使用之所有清潔劑均需符合綠建築環保標準之規範，亦要求清潔維護廠商每月提供各項清潔耗材統計資料及出貨紀錄以供查核。2017 年底已達成購物中心內廠商使用環保清潔劑，其金額比率不得低於 40%，並持續使用具 FSC（森林監管委員會，Forest Stewardship Council）認證之清潔耗材之目標。



台北 101 於 2015 至 2017 年連續三年認購 101 萬度綠電



綠電認購行動使台北 101 獲台北市政府頒發「推動綠色採購 500 萬元以上」獎狀



獲經濟部頒發的「綠電感恩賞」表揚



2017 年邀請 4 家共同認購 67 萬度綠電，發揮綠色影響力

◆ 綠色觀景台

觀景台位於台北 101 大樓的第 89 樓層，在能源、水資源及廢棄物方面的管理皆與辦公大樓一致。考量場域規劃，我們在觀景台並無增設資源回收垃圾桶，但實際上我們會將觀景台所產生的垃圾送至地下室的廢棄物處理中心進行分類，為讓顧客放心，特別在觀景台垃圾桶外貼上廢棄物處理說明的告示。



廢棄物處理說明的告示

◆ 氣候變遷相關風險

近年來由於極端氣候發生頻率增加，造成人命健康及經濟的損失攀升。因此面對氣候變遷帶來的衝擊，我們必須要做好調適，制定相關因應措施，以減緩衝擊。2017 年，我們分別為颱風、空氣污染、減碳趨勢等相關風險進行因應措施。

氣候風險與因應措施

與氣候變遷相關的風險	因應措施	2017 支出費用 (單位：新台幣萬元)
颱風次數頻繁	因應颱風之設備修繕	109.6
空氣污染	擴大室內綠色空間以改善室內空氣品質	21
減碳趨勢	更換舊有燈具為 LED 型式	423.6

◆ 環境保護投入

環境相關管理成本的涵蓋項目為環境清潔維護、外牆清洗、環境植栽維護、購物中心地面石材維護、環境病媒防治

分類	說明	經常性支出 (單位：新台幣萬元)
廢棄物清除及處理費用	包含辦公大樓、購物中心及觀景台垃圾清運和裝修工程廢棄物處理等	799
綠色採購費用	涵蓋綠電、綠色維修材料等綠色採購項目支出金額	4,222
環境相關管理成本	包含外部驗證費用、規費等環境相關管理支出	10,371
環境相關捐贈	如自然谷等環境相關捐贈	20
總計		15,412

3.2 能資源使用與排放管理

第 23 屆聯合國氣候變化綱要公約締約國大會（COP23）背負著制訂「巴黎協定規則手冊」的使命，並特別聚焦討論島國、建築、交通等議題；而於 COP21 簽署之《巴黎協定》已於 2016 年 11 月 4 日正式生效，以阻止全球暖化並創造碳中和世界。台北 101 於永續策略藍圖中，亦特別訂定「世界最高碳中和建築物」為長期目標之一，代表我們對國際減碳趨勢的承諾與呼應。

3.2.1 能源管理

➤ 重大主題：能源與排放管理

◆ 節能設備與措施

節能設備

台北 101 主要有雙層隔熱玻璃帷幕以及能源管理控制系統兩大節能設備。

雙層隔熱玻璃帷幕	能源管理控制系統
<ul style="list-style-type: none"> ■ 降低噪音 ■ 避免反射光害，減少一半熱能及紫外線進入室內阻隔三分之二以上的熱源，讓光線充分穿透之功能提供租戶一覽台北美景之最佳視野 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 自動啓停：精準地測量、監控、管理空調、電力、照明、給排水、等各項設施，達到高效的自動化節能管理 ■ 預警功能：可產生趨勢數據報表與二元圖，作設備運轉分析之用，全系統約 100,000 個監控點

此外，為降低能源耗用量，我們持續逐漸替換節能燈具，2017 年於購物中心與辦公大樓亦進行多處更換燈具為 LED 燈之執行計畫，項目與投入金額如下表，經評估以下項目與更換以前相比，每年可節省約 23 萬度用電量。

單位	2017 年更換為 LED 節能燈具之區域	節能量 (單位:度)	換算減碳量 (單位: kg-CO2e/度)	投入金額 (單位:新台幣萬元)
購物中心	美食街複金屬燈投射燈	7,388	3,908	25.0
	北廣雨庇下照燈	3,515	1,859	7.8
	屋頂外部階梯投射燈第 5 層	11,914	6,302	72.8
辦公大樓	迴字走道及十字梯廳 (9~36F) 嵌燈	99,514	52,643	208.0
	廁所 (9~36F) 嵌燈	21,725	11,492	
	機械層 7、8F 吸頂燈	81,760	43,251	110.0
總計		225,816	119,455	423.6

註：

1. 換算減碳量所使用的係數為 2016 年電力係數 0.529
2. 於 2017 年 4 月更換 LED 節能燈具，並計 2017 年 4 月起至 12 月計算總節能量。

利害關係人

■ 股東 / 投資人	■ 顧客
■ 政府機關	■ 租戶
■ NGO / 社企	■ 員工
■ 商業夥伴	■ 社區
■ 供應鏈	■ 媒體



對應 SDGs：SDG 12, 13



2017 年更換之 LED 燈將協助台北 101 每年節省 23 萬度用電量

GRI 302-4

(減少能源消耗)

GRI 305-5

(溫室氣體排放減量)

節能措施

我們持續對建築能源效率進行監督、測量及分析，努力提升營運的能源效率，同時亦可降低溫室氣體排放量及營業費用。具體節能措施如下：



燈光節能

- 公區走道照明下班時自動關閉，以感應器提供加班人員基本照明
- 貨梯廳安裝手動開關控制光源
- 機械層避難室照明控制增加紅外線感應裝置
- 機械層走道照明增加手動開關
- 廁所鏡面燈管減半
- 租戶辦公區鼓勵使用可自行開關的檯燈
- 公區耗能燈具持續更換為 LED 型式



空調系統節能

- 變更冰水主機運作模式
- 機械層排風機時程控制最佳化
- 自動調節空調箱循環模式達到節能效果
- 依季節調整空調箱運轉時間
- 調整停車場送排風系統運轉時間
- 調整冰水系統控制模式，提升冰水系統供應效能
- 調整變電室空調箱設定溫度及運轉時間
- 空調用冷卻水塔加裝淨水設備
- 辦公大樓空調箱外氣改直接銜接，精準控制外氣引入量體
- 調整購物中心美食街水洗機運轉時間

◆ 節能績效

2017 年度的總用電量為 8,477.2 萬度，其中辦公大樓耗用 49.56%，購物中心耗用 42.99%，停車場占 7.45%。2017 年度辦公大樓總用電量較 2016 年度下降 1.63%，若以單位能源強度（EUI，Energy Use Intensity）的角度來看，一平方公尺的辦公大樓地板面積平均耗費的能源較 2016 年度降低 1.35%，而一位租戶及員工平均所耗用的能源亦較 2016 年度降低 4.30%。此外，2017 年購物中心年度總用電量較 2016 年度降低 4.06%，而一平方公尺的購物中心樓地板面積平均耗費的能源較 2016 年度降低 4.11%，顯見 2017 年度推行節能的績效。台北 101 運用電腦智慧偵測系統，在空調系統冰水主機所在位置安裝自動需量反應系統連線，執行空調系統之『需量反應事件』；系統將於約定時段，配合台電通知進行抑低 10% 契約容量，避免尖峰過載，讓所有用電戶都有電可用，達到節能減碳目的，實現綠色環保企業理念。

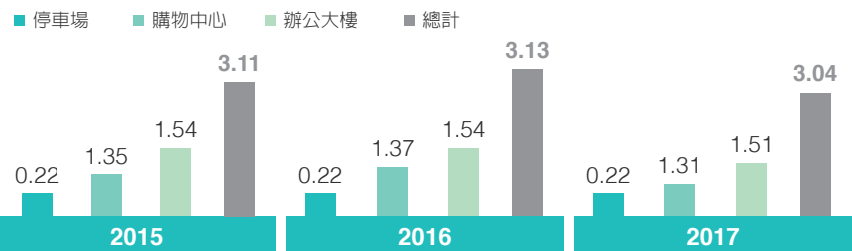
GRI 302-5

（降低產品和服務的能源需求）

GRI 302-1

（組織內部的能源消耗量）

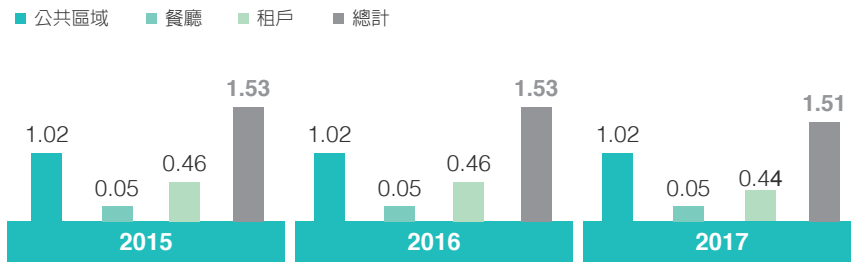
各單位總用電量



單位 (10¹⁴) 焦耳

註：

能源使用量之轉換因子，電力 3,600,000 焦耳 / 度 (kW · h)，此表辦公大樓數據皆包含觀景台數據



單位 (10¹⁴) 焦耳

註：
能源使用量之轉換因子，電力 3,600,000 焦耳 / 度 (kW · h)，此表數據皆包含觀景台數據

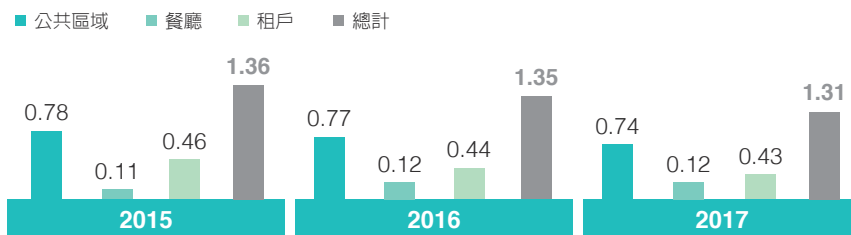
GRI 302-3
(能源密集度)

辦公大樓平均能源使用強度

年度	單位	2015	2016	2017
辦公大樓用電量	焦耳 (10 ¹⁴)	1.53	1.53	1.51
使用面積	平方公尺	191,641	192,057	191,687
辦公大樓員工人數	人	12,214	13,115	13,478
辦公大樓使用面積 平均能源使用強度	焦耳 (10 ⁸) / 平方公尺	8.03	7.99	7.88
辦公大樓員工人數 平均能源使用強度	焦耳 (10 ¹⁰) / 人數	1.26	1.17	1.12

註：
能源使用量之轉換因子，電力 3,600,000 焦耳 / 度 (kW · h)，此表辦公大樓數據皆包含觀景台數據
辦公大樓使用面積平均能源使用強度 = 辦公大樓用電量 / 使用面積
辦公大樓員工人數平均能源使用強度 = 辦公大樓用電量 / 辦公大樓員工人數
辦公大樓使用面積包含公共、租戶區域、設備層等面積

購物中心用電量



單位 (10¹⁴) 焦耳

註：能源使用量之轉換因子，電力 3,600,000 焦耳 / 度 (kW · h)

GRI 302-1
(組織內部的能源消耗量)

購物中心平均能源使用強度

購物中心區域	單位	2015	2016	2017
購物中心用電量	焦耳 (10 ¹⁴)	1.36	1.35	1.31
營業面積	平方公尺	55,891	55,891	55,891
購物中心營業面積 平均能源使用強度	焦耳 (10 ⁹) / 平方公尺	2.43	2.41	2.35

註：
能源使用量之轉換因子，電力 3,600,000 焦耳 / 度 (kW · h)
營業面積包含購物中心營業用之走道、電梯等面積
購物中心營業面積平均能源使用強度度數 = 購物中心用電量 / 營業面積

GRI 302-3
(能源密集度)

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體



對應 SDGs : SDG 12, 13

3.2.2 溫室氣體排放管理

➤ 重大主題：能源與排放管理

◆ 溫室氣體排放管理措施

台北 101 自 2008 年起開始進行溫室氣體盤查，依據 ISO 14064-1：2006 編製溫室氣體盤查報告書，並經過第三方驗證。本公司溫室氣體排放來源彙總列示如下表：

溫室氣體排放源鑑別表

活動名稱	設備名稱	原燃物料名稱	範疇別 (一,二,三)	排放來源 (E,P,F,T)	可能產生溫室氣體種類
交通系統	公務車	汽油	—	T	CO ₂ / CH ₄ / N ₂ O
交通系統	車用冷媒	R-134a	—	F	HFCs
交通系統	堆高機	柴油	—	T	CO ₂ / CH ₄ / N ₂ O
電力系統	緊急發電機	柴油	—	E	CO ₂ / CH ₄ / N ₂ O
消防系統	CO ₂ 滅火系統	CO ₂	—	F	CO ₂
空調系統	冰水主機、冷凍設備	R-134a	—	F	HFCs
電力系統	外購電力	電力	二	--	CO ₂
天然氣	瓦斯爐	天然氣	三	E	CO ₂ / CH ₄ / N ₂ O
電力系統	外購電力	電力	三	--	CO ₂ 、N ₂ O、CH ₄

註：E 為固定燃燒排放源；P 為製程排放源；T 為移動燃燒排放源；F 為逸散排放源

除自主降低溫室氣體排放外，我們亦發揮影響力，鼓勵員工及辦公大樓租戶搭乘大眾運輸交通工具上下班，避免騎乘機車或駕駛轎車所產出的溫室氣體排放；台北 101 餐廳的主要食材為在地生產的農產品，產地在 160 公里之內，不僅可降低運送階段所產生的碳足跡，亦可讓我們的員工、租戶及顧客在台北 101 即可享用新鮮又美味的台灣當季食材。

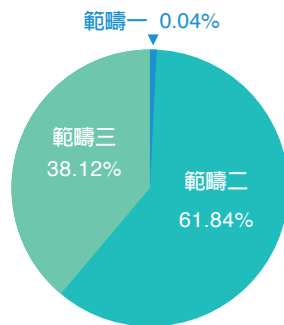
◆ 減碳績效

2017 年的溫室氣體排放總量共計 47,219.41 公噸二氧化碳當量。相關佔比與說明如下詳述：

各範疇占總排放量比例 (%)

範疇三

主要含括餐廳及一般辦公租戶所使用之電力，及其他委外活動所產生之間接排放，並由其他公司所擁有或控制的排放源為主，該部分則占總量之 38.12%



範疇一

來自於公務車之汽油燃燒及其冷媒逸散、緊急發電機之燃料燃燒，CO₂ 滅火系統、冰水主機及冷凍設備之冷媒逸散等直接能源耗用所產生之溫室氣體排放，該部分所僅佔總量之 0.04%

範疇二

由於我們主要從事百貨零售、餐飲及辦公室租賃業務，因此溫室氣體主要排放來自範疇二，及台北 101 營運所需之外購電力，其佔總排放量高達 61.84%

溫室氣體盤查結果

	單位	2015	2016	2017
直接溫室氣體排放量 (Scope1)	t-CO ₂ e	137.17	98.20	17.94
二氧化碳 CO ₂ 排放量	t-CO ₂ e	136.64	97.62	17.65
甲烷 CH ₄ 排放量 (包含來自生質燃料使用的 CH ₄ 排放)	t-CO ₂ e	0.13	0.12	0.05
氧化亞氮 N ₂ O 排放量 (包含來自生質燃料使用的 N ₂ O 排放)	t-CO ₂ e	0.41	0.46	0.24
全氟碳化物 PFCs 排放量	t-CO ₂ e	0.00	0.00	0.00
氫氟碳化物 HFCs 排放量	t-CO ₂ e	0.00	0.00	0.00
生質燃料使用產生之 CO ₂ 排放量	t-CO ₂ e	0.00	0.00	0.00
間接溫室氣體排放量 (Scope2)	t-CO ₂ e	29,206.80	29,915.79	29,194.39
二氧化碳 CO ₂ 排放量	t-CO ₂ e	29,206.80	29,915.79	29,194.39
間接溫室氣體排放量 (Scope3)	t-CO ₂ e	18,082.64	18,594.52	17,994.71
二氧化碳 CO ₂ 排放量	t-CO ₂ e	18,073.74	18,584.31	17,985.53
甲烷 CH ₄ 排放量	t-CO ₂ e	2.22	2.55	2.30
氧化亞氮 N ₂ O 排放量	t-CO ₂ e	6.68	7.66	6.88
全氟碳化物 PFCs 排放量	t-CO ₂ e	0.00	0.00	0.00
氫氟碳化物 HFCs 排放量	t-CO ₂ e	—	0.00	0.00
合計	t-CO ₂ e	47,426.61	48,608.51	47,219.41
營業額排放強度	t-CO ₂ e/ 元	0.0000083	0.0000085	0.000008
總營業面積排放強度	t-CO ₂ e/ 平方公尺	0.200013	0.196043	0.190725

GRI 305-1

(直接 (範疇一) 溫室氣體排放)

GRI 305-2

(能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放)

GRI 305-3

(其它間接 (範疇三) 溫室氣體排放)

GRI 305-4

(溫室氣體排放密集度)

註：

營業額排放強度 = 總溫室氣體排放量 / 年度營業額 (元)

總營業面積排放強度 = 總溫室氣體排放量 / 辦公大樓、餐廳及購物中心樓地板總面積 (平方公尺) * 不含停車場樓地板面積

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體



對應 SDGs : SDG 6, 13

GRI 303-1

(依來源劃分的取水量)

GRI 303-3

(回收及再利用的水)

3.2.3 水資源管理

➤ 重大主題：水資源與廢棄物管理

◆ 節水設備與措施

我們定期進行監督、測量及分析對於未來將持續尋求可利用的水資源，台北 101 設有下列節水設備與措施，以有效監控運用所有水資源。

回收水系統

台北 101 大樓在 34 層樓以上，每 8 層樓的平台設置雨水回收系統，將雨水收集後送至位於地下 5 樓的大型雨水儲存槽，經過處理後再利用於 1 樓室外景觀灌溉用水、購物中心廁所及外牆設施清洗使用。我們已計畫於 2018 年進行中水回收設備更新，為充分利用水資源，除現行之灌溉、清洗用途外，亦擴充運用至辦公大樓馬桶及小便斗供沖水使用。

不僅如此，為因應潛在之缺水危機，並同時規劃更積極之回收水再使用措施，以做好抗旱的準備。例如消防灑水系統之排放水作再利用回收，將排放水排至大型雨水儲存槽等。

防洪工程措施

全球氣候變遷造成極端氣候之現象，亦使台灣天氣愈加詭譎多變。考量突發豪雨恐會造成購物中心之地下室或 1 樓淹水，我們亦積極規劃相應的防洪工程措施，將檔板放置 1 樓近車道出入口處，以縮短事件發生後的反應時間，避免產生淹水情事。

數位水錶系統

台北 101 具自來水用水、空調冷卻水塔用水，以及生飲水系統之數位水錶，將各類用水度數連線回中控室監控及紀錄，以更精確追蹤台北 101 的用水熱點。

◆ 節水績效

台北 101 所使用的水源來自於台北自來水公司及回收使用水，2017 年台北 101 的總用水量為 553,405 公噸，透過雨水回收系統與排放水回收措施，回收水量為 19,644 公噸，較 2016 年成長 6.33%，其中 51.79% 用於辦公大樓、48.21% 用於購物中心，回收水皆 100% 再利用。2017 年回收再利用之水量佔總用水量為 3.55%，較 2016 年提升 0.32%；而污廢水均依據政府法規規定排放。

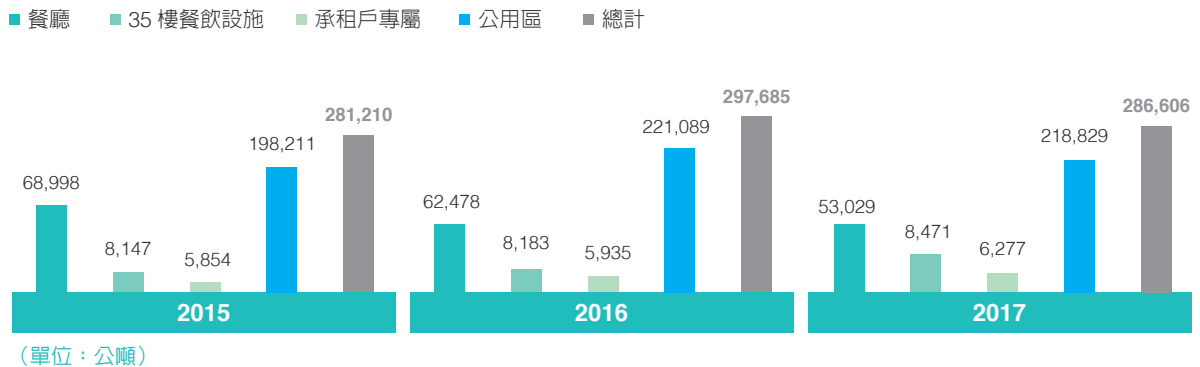
(單位:公噸)

年度	2015	2016	2017
總用水量	577,079	571,585	553,405
總回收水量	13,918	18,475	19,644
回收再利用水量佔總用水量之百分比	2.41%	3.23%	3.55%

以辦公大樓（含觀景台）年度用水量來看，2017 年總用水量較 2016 年降低 3.72%；若以建築物人數平均用水強度來看，則較 2016 年下降 6.34%，而以辦公大樓使用面積平均用水強度來看，則較 2016 年下降 3.23%。以購物中心年度用水量來看，2017 年總用水量較 2016 年下降

2.59%，以到訪人數平均用水強度來看，則較 2016 年下降 44.98%。另外，若以使用購物中心營業面積平均用水強度來看，則較 2016 年下降 2.65%。

辦公大樓（含觀景台）用水量



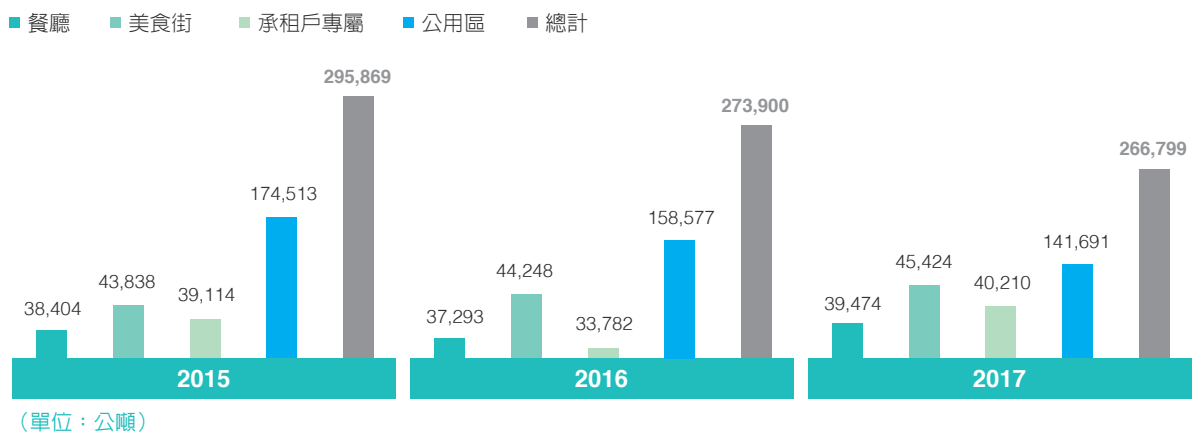
辦公大樓（含觀景台）用水強度

辦公大樓區域	單位	2015	2016	2017
辦公大樓用水量	公噸	281,210	297,685	286,606
辦公大樓員工人數	人	12,214	13,115	13,478
辦公大樓員工人數平均用水強度	公噸 / 人	23.02	22.70	21.26
員工人數平均用水強度增加百分比	%	-0.96%	-1.39%	-6.34%
使用面積	平方公尺	191,641	192,057	191,687
辦公大樓使用面積平均用水強度	公噸 / 平方公尺	1.47	1.55	1.50
使用面積平均用水強度增加百分比	%	1.38%	5.44%	-3.22%

註：

- 辦公大樓員工人數平均用水強度 = 辦公大樓總用水量（公噸） / 辦公大樓員工人數（人） / 年
- 2017 員工人數平均用水強度增加百分比 = (2017 辦公大樓員工人數平均用水強度 - 2016 辦公大樓員工人數平均用水強度) / 2016 辦公大樓員工人數平均用水強度
- 辦公大樓使用面積包含公共、租戶區域、設備層等面積
- 辦公大樓使用面積平均用水強度 = 辦公大樓總用水量（公噸） / 辦公大樓使用面積（平方公尺）
- 2017 使用面積平均用水強度增加百分比 = (2017 使用面積平均用水強度 - 2016 使用面積平均用水強度) / 2016 使用面積平均用水強度

購物中心用水量



購物中心用水強度

購物中心區域	單位	2015	2016	2017
購物中心用水量	公噸	295,869	273,900	266,799
購物中心到訪人數	千人	12,273	7,700	13,631
購物中心到訪人數平均用水強度	公噸 / 千人	24.11	35.57	19.57
到訪人數平均用水強度增加百分比	%	2.07%	47.53%	-44.98%
營業面積	平方公尺	55,891	55,891	55,891
購物中心營業面積平均用水強度	公噸 / 平方公尺	5.29	4.90	4.77
營業面積平均用水強度	%	1.73%	-7.37%	-2.65%

註：

- 購物中心到訪人數平均用水強度 = 購物中心總用水量 (公噸) / 購物中心年度到訪人數 (千人) / 年
- 2017 員工人數平均用水強度增加百分比 = (2017 辦公大樓員工人數平均用水強度 - 2016 辦公大樓員工人數平均用水強度) / 2016 辦公大樓員工人數平均用水強度
- 營業面積包含購物中心營業用之走道、電梯等面積
- 購物中心營業面積平均用水強度 = 購物中心總用水量 (公噸) / 購物中心營業面積 (平方公尺)
- 2017 營業面積平均用水強度增加百分比 = (2017 營業面積平均用水強度 - 2016 營業面積平均用水強度) / 2016 營業面積平均用水強度

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體



對應 SDGs : SDG 12, 13

GRI 306-2

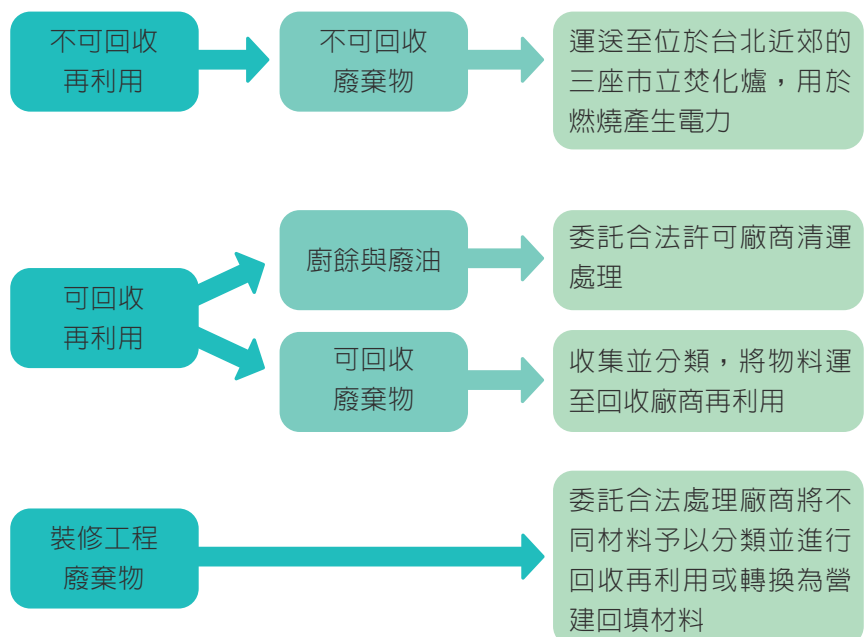
(按類別及處置方法劃分的廢棄物)

3.2.4 廢棄物處理

➤ 重大主題：水資源與廢棄物管理

◆ 廢棄物管理方針

台北 101 的廢棄物來自於日常營運活動、租戶生活垃圾及裝修工程廢棄物。為妥善清除及處理台北 101 的廢棄物，我們依照法律規範委託合法的優良廠商，將台北 101 每日產生的廢棄物，根據廢棄物性質的處理方式載送至指定的處理場所。



垃圾投遞系統

考量使用貨梯運送廢棄物會增加耗能及衍生環境衛生問題，因此大樓在興建時期便規劃建置了垃圾投遞系統。各樓層產生的廢棄物經由當樓層的清潔人員粗分類後，將不可回收的垃圾透過大樓垃圾投遞系統傳送到地下二樓的廢棄物處理中心。大樓垃圾投遞系統共有 65 個投遞垃圾門分屬在 4 段重力滑槽中，每 1 段的底部都設有一個閘刀機，垃圾經過破碎後送到下方暫存槽後，會再送至地下室

垃圾分類

由於我們極為重視資源回收效益，因此從廢棄物產生開始便先在各樓層先進行粗分類後，將可回收垃圾經由貨梯運送至廢棄物處理中心進行再細分為 26 類，以提高資源循環再利用。至於廚餘，則考量環境衛生，另外建置了大型冷凍庫將餐廳及美食街產生的廚餘集中保存，避免味道溢散及便於廠商每日清運。

掌握廢棄物流向

台北 101 為嚴格掌握廢棄物流向，所以在委任廠商的前期遴選上便要求投標廠商須為：具有政府核發許可證明文件及相關資料之合法廠商始可得標作業，也要求得標的契約廠商須定期提供廢棄物流向證明文件資料（磅單及隨車證明文件）供查核之使用，並不定期派人以隨機跟車方式追蹤清運車輛是否將廢棄物運送至指定地點妥善處理。

推動內部少紙化

為減少台北 101 營運活動所需的用紙量，我們於 2017 年完成下列紙本作業電子化項目：



- (1) 行動裝置系統作業進行財產盤點作業
- (2) 開發建置話務申請系統作業



請假無紙化系統已於 2016 年度完成上線，2017 年已完成人資套裝軟體導入評估，並預計自 2018/4 前完成與廠商的簽約後開始導入薪資 / 考勤 / 保險之人資模組，請假及職務交接皆為電子化之作業。



- (1) 採購驗收評核系統上線
- (2) 供應商管理系統評核等級上線
- (3) 潛在供應商歷史資料維護

GRI 306-2

(按類別及處置方法劃分的廢棄物)

◆ 回收績效

2017 年生活垃圾總量為 2,290,389 公斤，其中可回收再利用總量占 46.02%，回收再利用率較 2016 年度下降 4.28%。年度廢棄物清除及處理費用為新台幣 990 萬元。另外，我們於 2016 年新增化妝品玻璃與化妝品塑膠等兩項回收分類項目，可回收再利用廢棄物類別共計 26 類。

回收一覽表

種類	2015		2016		2017	
	重量	百分比	重量	百分比	重量	百分比
日常生活廢棄物總量	2,547,866	100.00%	2,408,741	100.00%	2,290,389	100.00%
不可回收再利用總量	1,254,600	49.24%	1,197,240	49.70%	1,236,360	53.98%
可回收再利用總量	1,293,26	50.76%	1,211,501	50.30%	1,054,029	46.02%
營建裝修廢棄物總量	269,949	100.00%	259,979	100.00%	303,931	100.00%
營建裝修廢棄物可回收再利用總量	257,617	95.43%	247,722	95.29%	288,966	95.08%
營建裝修廢棄物不可回收再利用總量	12,332	4.57%	12,257	4.71%	14,965	4.92%

3.3 環境友善措施與產品

台北 101 雖然已榮獲全球第一棟 LEED v4 O+M 白金級認證超高層大樓之殊榮，然而秉持向外推動綠色意識的堅持，我們積極透過創造綠色空間、推動環保教育、使用並推動綠色產品等方式，讓綠色能量在城市裡播種，同時減少營運中對環境帶來的間接衝擊。

3.3.1 友善措施

➤ 重大主題：環境友善措施與產品

我們透過創造綠色生活環境與發起綠色活動，提供利害關係人舒適的綠色生活空間。

◆ 綠色生活環境

守護原生物種－自然谷

台灣低海拔山林因為人為開墾，破壞原始森林後，水土保持相對劣化，連帶的造成許多台灣原生物種減少。有鑑於此，自 2015 年起至 2019 年台北 101 以 5 年捐贈 101 萬支持台灣環境資訊協會所管理的「自然谷」，支持台灣低海拔山林的復育，保護穿山甲、林鵰、黃嘴角鴉等珍貴稀有生物。2017 年亦有落實捐款新台幣 20 萬元至自然谷環境公益信託基金。

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體



對應 SDGs : SDG 11, 17

GRI 304-3

(受保護或復育的棲息地)

場址改良計劃

台灣為島嶼生態系，任何不當的外來種引入，皆可能對本土既存的生態體系造成危害，進而威脅原生生物多樣性者。為保護環境，我們於2017年啟動場址改良計劃，投入新台幣214萬，將松智路既有種植杜鵑灌木之花圃，改種桂花、白水木、金英花、桃金娘、田代氏石斑木和斑葉鵝掌柴等台灣原生種植物。

植生牆

於辦公大樓1樓設有植生牆。植生牆就像是本地原生植栽的圖鑑牆，目前的植物有八種類型，分別為台灣原生種的長春藤、彩葉草、腎蕨、鵝掌藤、山蘇，以及非台灣原生種的海棠、雪茄花、黃金葛。至於植生牆所用的介質，由紡織品廢料回收重新造粒而成，再加入有利植物生長的肥料、根瘤菌以及藍藻等有益微生物，創造衛生又環保的空間。

綠色植栽

我們於辦公大樓與購物中心進行綠化措施。去年於辦公大樓一樓建置植生牆，2017年持續推動擴張綠色面積，在36樓公共區建置空中綠園，種植鳳尾竹、白紋草及各式蕨類等台灣原生種植物。

◆ 綠色活動

環保講座

日期	講座主題	合作單位	參與人數	講座內容
2017.06	愛海，從吃海鮮做起	台灣環境資訊協會	62人	宣導如何正確選擇海鮮的方式，不應過度追求稀有或價昂的飲食，直接或間接的造成海洋生態的破壞
2017.11	水資源爭奪戰	台灣環境資訊協會	61人	宣導水資源已被過度開發，且傳統之開發方式已不再可行。未來應透過控制供水權，有效管理水市場等，幫助讓水資源循環不息

GRI 102-12
(外部倡議)

Earth Hour 地球一小時國際環保活動

台北101自2009年率領臺灣主動參與WWF (World Wildlife Fund) 世界自然基金會發起的全球關燈1小時行動，2017更首度在關燈一小時行動前，在辦公大樓北面59、60樓的LED螢幕秀出「關燈一小時、60+、Earth Hour」等字樣，號召更多人一同響應環保行動，詳細參與企業名單請見第五章節。

101 小教室

{ Earth Hour 地球一小時
國際環保活動 }

據統計台北101大樓每關燈一小時可節省約403度用電量，相等於減少210公斤CO₂e 排碳量。

利害關係人

- | | |
|------------|------|
| ■ 股東 / 投資人 | ■ 顧客 |
| ■ 政府機關 | ■ 租戶 |
| ■ NGO / 社企 | ■ 員工 |
| ■ 商業夥伴 | ■ 社區 |
| ■ 供應鏈 | ■ 媒體 |



對應 SDGs : SDG 11, 12

3.3.2 友善產品

➤ 重大主題：環境友善措施與產品

除「2.3.2 智慧服務體驗」章節提及的流程電子化，以及「3.2.4 廢棄物處理」章節提及的推動內部少紙化之外，台北 101 也使用、推動環境友善產品，以降低自身與委外廠商之環境衝擊。

◆ 降低自身環境衝擊

推動使用環保物料與設備

為減少環境衝擊，台北 101 逐步推動使用物料與設備。我們於 2017 年執行購買具環保標章之辦公室事務用品及電器類設備之計畫，並於年底確實達成 100% 使用具環保標章紙張印製之名片，以及 100% 使用具環保標章影印紙之目標。

物品循環再利用

為發揮循環經濟精神、降低廢棄物，我們配合活動檔期重複使用舞台與告示牌。

電動車充電站

為宣傳台灣於綠色環保技術的努力，並配合政府電動車之推廣，我們於購物中心地下室 2 樓設有 4 座電動車充電站，鼓勵員工及顧客多利用綠能交通工具前往台北 101 購物中心，一同響應節能減碳之倡議。

◆ 降低委外廠商環境衝擊

環保清潔劑

台北 101 規範委外廠商使用符合環保清潔藥劑清潔公區環境，降低對環境污染及衝擊。目前所有委外廠商皆使用符合美國環保標章 Green Seal GS-37 環保標章認證之萬用清潔劑、地毯清潔劑和玻璃清潔劑。

蟲鼠害防治

我們訂定整合性蟲害管理計畫，規範委外廠商依照行動門檻逐步採用物理性防治方式、非化學性防治方式、低毒性化學防治方式、非低毒性化學防治方式（即消毒作業）等作業方式，漸進式處理蟲害。在未達規定門檻前，應先以物理性防治方式來處理蟲鼠害狀況，以減少使用化學藥劑之頻率，降低對環境的衝擊。

4

Navigate 引領安心環境



一向最具國際代表性的台北 101 為亞洲觀光與商業交流重要命脈，每年來訪訪客皆高達百萬餘人，辦公租戶更是達至一萬多名，台北 101 致力化身為國際永續典範，致力提供顧客、辦公大樓及購物中心租戶，以及同仁安心舒適環境。除此之外，更發揮影響力，嚴謹把關並要求供應商及外包廠商照護其職員安全，全方位地提供利害關係人最貼心服務與安全舒適設施。

本章節將敘述說明營運安全、產品安全、職業健康與安全等三大安全面向，透過各面向的揭露。全面展現對利害關係人所關心的營運安全風險管理、個人資料安全、食品安全與公共衛生等重大主題的重視與回應。

4.1 營運安全

- 4.1.1 天然災害風險管理 P078
- 4.1.2 人為災害風險管理 P080

4.2 產品安全

- 4.2.1 食品安全 P084
- 4.2.2 公共衛生 P085
- 4.2.3 舒適安心的環境 P087

4.3 職業健康與安全

- 4.3.1 員工安全 P089
- 4.3.2 外包廠商安全 P090

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體



對應

SDGs : SDG 13

GRI 102-11

(預警原則或方針)

4.1 營運安全

台北 101 在建設結構上將建築物設計為耐強風抗震，安全措施上建置完善的救護設備、緊急疏散規劃及保全系統，避免人為及天然災害或任何緊急狀況發生所造成人命傷亡。為降低危害發生的威脅風險，我們制定相關的應變流程及演習，定期舉辦相關演練並邀請專家授與國際標準訓練課程，全面提升人員的危機意識及安全知能。

4.1.1 天然災害風險管理

➤ 重大主題：營運安全風險管理

對於台北 101 位於多颱風及多地震地帶，安全考量是非常重要的建築結構設計因素，因此起初規劃此建築同時，以高規格建設品質設計此建築物為強耐震及抗強風。近年來因全球氣候變遷，極端氣候災害發生頻率提高，每年已持續造成不少命安危與全球經濟損失。因此面對著無形中天然災害持續性地帶來衝擊，我們規劃更完善應變措施及萬全準備，持續強化各項安全措施及相關硬體設備。

◆ 安全設備

建築結構與阻尼器

台北 101 以竹節造型方式建構不僅亦有東方藝術風格象徵，更是加強建築體安全性。內部由外伸桁架作為核心結構，並與外柱之間的剛性連結，再以帶狀桁架繞大樓一圈，此特殊建築工法可加強結構強度。辦公大樓內部設有全球最大風阻尼器，直徑約 5.5 公尺，為減緩大樓遭受地震或強風襲擊的晃動幅度。由於本大樓工程結構設計高安全性及韌性，於 2015 年獲得美國《Popular Mechanics》雜誌評比為全球十大最安全堅韌建築之首。

緊急發電系統

本大樓設有不斷電系統，有別於其他大樓或購物中心，若遇台電電力中斷供應時仍保有每平方公尺 20VA 的電力供應，以確保斷電發生時且緊急發電系統還未啟動前，辦公大樓保全監控系統仍持續正常運作，將營運影響降至最低。目前本大樓內共設有 8 台容量各為 2000KW 的柴油緊急發電機，於災害斷電等非常時段提供緊急電力，平日由專責部門進行保養維護，每月一次擇於深夜時段進行啟動測試，確保其能正常運轉。2017 年 8 月發生跳電事件，停電發生時，我們處理方式為啟動發電機提供緊急電源；辦公大樓內部經由雙饋線管路鋪設，將電力輸送到辦公大樓內部機械層的雙配電室供電。

◆ 災前防範準備

租戶手冊

於租戶手冊中分別說明地震發生時辦公大樓及購物中心應注意事項，並建議租戶平日應準備緊急供應物資，包含醫療用品、食物及水，以應付因天災而須長時間滯留在大樓的情況。

逃生路線圖

辦公大樓與購物中心各樓層逃生路線圖提供動線指引讓員工與租戶可清楚所處樓層緊急逃生門位置及各項安全設備相對位置。

◆ 災害發生應變措施

應變作業

於颱風及地震發生時，台北 101 的全體人員應遵循於防災應變手冊所述的應變程序，辦公大樓及購物中心亦個別訂有專門適用的《防災應變作業流程細則》。地震時的應變處理程序規範皆於《辦公大樓地震應變處理作業細則》，說明地震發生時的自我保護應急措施。

防颱應變小組

本公司會在每次中央氣象局發佈海上颱風警報後成立防颱應變小組，負責執行各項防颱應變準備及措施。2017 年因尼莎、天鵝、泰利等颱風成立防颱應變小組，共召開 3 次會議，並由總經理親自主持。

電梯管理機制

辦公大樓電梯為雙層車廂，每個車廂在上 / 下方及左 / 右方各有緊急救出口，當電梯停止位置在無開門樓層的區域以致外部無法開啓門扇進行救出時，救助人員將移動救援車廂至與待救援車廂的水平位置，打開救援車廂側邊的救出門後，兩台電梯之間掛起兩側扶手並且放下踏板步道，協助受困人員移動至救援車廂後脫困；若受困電梯車廂門無法開啓時，救助人員將會開啓該電梯的上 / 下車廂救助口協助人員脫困，2017 年我們亦對相關人員進行電梯操控系統進行深化教育訓練，增進場域持續營運安全。本案計參訓人數為 26 人；每人二小時。此外，當颱風與地震等災害發生時，也有下列相關應變措施。

颱風

在強風之下，台北 101 大樓建築體會有搖晃情況，電梯鋼纜易糾結而導致電梯運轉不順。除有安全機制使之停止運行外，我們亦制定《強風管制辦公大樓電梯運轉模式應變作業流程》，管制電梯在不同強風之下的運轉模式，使其可以保持正常運轉，降低營運衝擊。

地震

為確保乘客的安全，在地震發生時客服人員會立即使用無線電或電梯對講機與中控人員連絡掌握狀況，安撫乘客情緒。依照地震規模大小，觀景台電梯會有不同的因應措施：輕度地震時，電梯運轉速度會調慢，停靠至設定樓層讓乘客依循客服人員指示離開；強度地震時，電梯會立即停止運行，乘客須等待電梯維修人員檢查設備確認無損傷後，電梯才會至指定樓層停靠，讓乘客遵守指示離開大樓。

◆ 災後措施

除了平時的適當防範措施外，我們在災害發生後，也指派各專責單位全棟巡視，並進行復原工作。若地震造成大樓有安全顧慮，防災應變總指揮官將指示中控室發佈疏散命令，由台北 101 大樓的應變單位負責執行相關應變工作。同時，我們也會依據《工程營運部地震處理作業流程》檢查辦公大樓的電機設備在地震後的運作狀況。

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體

 對應
SDGs : SDG 13

4.1.2 人為災害風險管理

➤ 重大主題：營運安全風險管理、個人資料安全

為避免人為災害或任何緊急狀況造成利害關係人安危，我們於火災、治安與個資方面皆有完善的預防及因應措施。

◆ 火災

消防系統

台北 101 具有火災預防設備、消防偵測系統、消防救援設備以及避難逃生設備。且每層樓都設有適當數量之消防栓與滅火器，以上設備每月進行維護保養；購物中心每半年以及辦公大樓每年都會進行一次消防安全設備檢修申報，且全面消防設備皆符合消防法規、機電設備符合電工法規。除此之外，觀景台、辦公大樓與購物中心也分別取得行政院之「防火標章」認證，以證明場所之防火品質。我們每年亦針對購物中心美食街及 4F、5F 餐廳進行三次排油煙設備清洗檢查。

下列詳細說明本大樓防火設施：

消防設施	內容	總設置數量	設置地點
定址煙感器	持續不斷對空氣進行取樣，以提早發現煙霧	辦公大樓 4,440 只 購物中心 5,406 只	全大樓
閉路電視攝影機	監控火災跡象	辦公大樓 394 支 購物中心 454 支	全大樓公共區域
自動灑水系統	水由地下室的消防專用蓄水池及機械層的消防專用水箱供應。此外，消防水箱藉重力向下及加壓泵浦供水，供電中斷時亦不受影響	灑水頭 37,683 只	全大樓 74F (含) 以上為加壓泵浦供水 74F 以下為重力供水
二氧化碳滅火設備	各變電站及發電機房採用二氧化碳及工業等級的氣體滅火方式	辦公大樓主機 20 台 購物中心主機 8 台	辦公大樓 / 機械層之電氣、電信機房 購物中心 / 6 樓及 B5 空調主機房
泡沫滅火設備	於停車場採用泡沫滅火方式	泡沫頭 11,406 只	地下 B2F-B5 停車場
消防排煙系統	將煙排出火場，達到控制煙的目的	風車 141 台 閘門 926 具	全大樓主要安全避難逃生路徑
加壓安全走道及加壓安全梯間	供緊急避難及疏散之用	安全走道加壓風車 18 台 安全梯間加壓風車 22 台	加壓風車用於大樓辦公樓層東西兩側安全走道；加壓安全梯間加壓風車用於安全梯間內
安全避難室	配有監視系統、緊急電話、飲水設備及急難救助包，可供人員於避難室等待救助時所需	每八個樓層均設有二安全避難室	每八個樓層均設有一機械層，各機械層皆設置東、西兩處安全避難室 三十四樓以上的機械層避難室外設有避難平台互為連通
消防專用緊急昇降機	供消防人員由地下層直通各樓層	2 台	B5F-90F

本大樓制定於「綠色裝修手冊」詳細說明針對大樓內部裝修材料，於規範中規定租戶需使用耐燃建材。購物中心則依據本公司《購物中心管理規則》、《購物中心餐飲租戶規則》，其皆符合法令規範。

應變及防範措施

鑒於台北 101 每日皆有上萬名旅客與大樓人員在此活動，且樓層數多，因此對於火災災害應變相當重視。我們透過提供應變資訊、講習與訓練，與實地演習的方式，讓租戶及其員工熟悉辦公大樓的防災措施及設備，使損失降至最低。

■ 防災應變資訊

台北 101 於「防災應變手冊」中詳述發生火警狀況的標準作業程序，也要求辦公大樓及購物中心租戶自衛編組，各組分別負責通報、滅火、以及避難引導。我們也於每月發行的台北 101News Letter 中，加入安全專題，強化宣導消防安全管理。

■ 消防安全講座與訓練

台北 101 要求辦公大樓及購物中心租戶每個自衛小組至少參加與其小組職務相關的訓練課程，以及 2 次安全消防訓練課程。台北 101 於 2017 年亦對租戶進行 2 次全面性的消防演習，演習內容包含模擬事件處置狀況推演、測試應啟動設備、實地操作演練、避難逃生疏散集結。

辦公大樓及購物中心內部火災相關教育課程次數表

■ 2017 年消防安全講座與訓練

辦公室大樓 – 自衛消防編組訓練	加強小組對火災分工通報、滅火、 避難引導的工作責任了解	舉辦場次 2	參與人次 280
消防安講習說明會	提升緊急應變能力	舉辦場次 2	參與人次 240
辦公大樓 – 台灣建築中心外訪活動	提升租戶安全意識與教育如何應 變臨時災害	舉辦場次 1	參與人次 10
購物中心租戶 – 消防水帶及滅火器教育訓練	提升緊急應變能力	舉辦場次 2	參與人次 416
購物中心保全 – 消防水帶及滅火器教育訓練	提升緊急應變能力	舉辦場次 2	參與人次 71
購物中心 – 防火實際演練	提升應變能力，並維護租戶與旅 客安全	舉辦場次 26	參與人次 468

註：2017 年觀景台無舉辦教育訓練，但未來將評估舉辦消防安全講座與訓練

◆ 治安

台北 101 有完善的保全系統與專業的保全人員，以維護營運活動的秩序及治安，保護全體人員的人身安全。

保全系統

台北 101 大樓及購物中心共設有 854 支 200 萬像素攝影機，監控主要公共區域水平及垂直動線和重要區域掌控人員出入，為防範個資外洩，所有調閱和查勘均有嚴密管控以及稽核機制管理，兼顧和維護整體內外安全防護管理需要。

辦公大樓的主要出入口、電梯及公共區域皆設有門禁讀卡機，僅限持有台北 101 租戶識別證者可通過光學閘門進出。租戶訪客可透過大廳的訪客發卡機系統與租戶聯繫，由租戶透過系統授予進出辦公大樓的權限。我們每週會對購物中心的公共廁所及哺乳室進行反針孔偵測，若發現異常會立刻提報及處理，為顧客的安全隱私把關。2017 年，辦公大樓及購物中心皆沒有發生維安事件。

GRI 418-1

(經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴)

保全人員

本公司 2017 年共雇用 45 位外部專業大樓保全人員、39 位購物中心保全人員，以維護營運活動的秩序及治安，保護全體人員的人身安全。以購物中心、觀景台及辦公大樓為管理範圍，每日制定機動巡檢原則、門禁開啓及關閉時間，及記錄意外事件處理件數作量化基準。此外，每月舉辦保全教育訓練，進行防火、防搶、爆裂物搜尋，及每季皆有自動體外心臟電擊去顫器 (AED) 訓練、每年一次進行心肺復甦術 (CPR) 訓練，以確保保全人員時刻皆具有維護大樓治安以及應變意外的能力。

◆ 個人資料安全

我們重視利害關係人資料的管理與安全，因此制定《個人資料管理辦法》，要求全體員工執行業務、專案與內部行政作業，所涉及個人資料之蒐集、處理與利用等活動，均須遵循法令及管理辦法。由總經理召集各處主管成立個資督導委員會，每年召開二次會議，審查本公司個資管理小組重要決議事項及執行成果；另由 26 位各部門之主管、成員組成個資管理小組，每年召開六次會議，負責協助個資督導委員會推動本公司個人資料保護與管理相關事宜。關於外包廠商處理個資相關事務的部分，則係由本公司法務室負責檢查。2017 年度，我們未收到違反侵犯客戶隱私權或遺失個人資料的客訴案件 (參考 P132- 客戶服務管道)，亦無發生台北 101 或委外廠商違反管理辦法規定之情事。

個人資料蒐集流程

1

蒐集個人資料前

- 依照《個人資料保護法》規定，我們會告知當事人蒐集目的、使用期間以及當事人的權利
- 與客戶之契約中亦清楚註明保密條款

2

取得個人資料後

- 執行：
 - 為有效執行本公司的個人資料保護法政策，各部門皆指派一名負責人進行個資儲存、管理與檢查作業。
- 風險分級：
 - 文件的風險等級會區分為高度、中度及低度，以分級分類的方式進行管理
- 稽核：
 - 依照風險等級會定期稽核個資管理作業的執行狀況

◆ 資訊安全設備投資

台北 101 於 2017 年維護資訊安全設備，以及投入建置資安管理系統，共投入約新台幣 240 萬元。

2017 相關費用名稱	費用
資訊系統虛擬化設備	210,000
Imperva 資安防護方案維護合約	500,000
EMM 企業行動裝置管理系統	764,000
個資盤點掃描與系統保養維護 (2017)	928,000
合計	2,402,000

推動個資安全計畫

網路無遠弗屆的時代，越來越多人將個人資料輸入於不同軟、硬體裝置上，使得個資暴露的風險提升。2017 年，為降低台北 101 同仁與顧客個資暴露的風險，我們展開不同的個資安全強化計畫，以維護個人資料，整體計畫推動如下。

手機控管 個資軟體 建置

Mobillron 安全管理作業系統建置上線，提供安全的企業電子郵件存取，針對 18 位部門代表進行 1 場次 7 小時的系統使用教育訓練，修訂《資訊系統安全管控管理辦法》，要求所有會處理公務之行動裝置皆須安裝「企業行動管理軟體」，確保企業資料安全性。

軟體管控 計畫

盤點公司軟體設備並根據盤點結果分別訂出安全（軟體白名單）以及具潛在疑慮之軟體清單（非白名單）是否會影響同仁現行工作，發現目前卻有部分同仁因業務使用需求暫無法移除非白名單軟體，因此後續將研擬替代方案，預計於 2017 年移除有安全疑慮之軟體，並經個資督導委員會取得雲端儲存及通訊軟體管制核可。

購物中心 APP 弱點 掃描

於《資訊系統安全管控管理辦法》中明訂每年需針對新上線 APP 與改版 APP 執行 APP 弱點掃描。2017 正式對 APP 電子禮券功能進行弱點掃描，共檢測 36 個項目，IOS IPA 檢測出 5 個風險。

個資動態 掃描

每半年進行個資掃描及相關應改善項目，本年度年中掃描個資事件數 339 筆，較去年同期 519 筆，改善約 35%。後續將持續落實個資事件主管審核機制並加強個資教育訓練宣導，以確保同仁個資保護意識更加完整。

擴大 BS10012 個資國際 標準驗證 範疇

近年民衆對個人資料保護意識高漲，為提供顧客更優質的服務，避免客戶資料外洩或遭到不當侵害，台北 101 成為國內第一家通過 BS10012 個人資訊管理系統國際驗證的精品百貨業者。每年持續不斷強化。台北 101 於 2017 年全面通過 BS10012 國際標準擴大驗證，不僅符合國內法律規範，更是將資安管理制度提升至國際水準。



2017 年全面通過 BS10012 國際標準擴大驗證，資安管理制度提升至國際水準之上

4.2 產品安全

以台北 101 而言，最直接影響消費者的即是我們提供的產品以及公共環境，唯有有了良好的產品及安全衛生的環境，才能夠創造令人愉悅的購物、辦公場域，成為讓人嚮往的舒適安心生活空間，因此我們特別針對建築物內的緊急救護、傳染疾病、公共衛生等設立嚴謹的管理規章，以提供安全優質的辦公大樓與購物中心環境給租戶、顧客及我們的員工。不僅如此，台北 101 也嚴格要求租戶提供的食品必須安全衛生，設立四重查核機制加強為顧客把關。

4.2.1 食品安全

➤ 重大主題：食品安全與公共衛生

近年來，台灣食安問題層出不窮，消費者對於食品安全的意識也逐漸抬頭，身為觀光地標，台北 101 積極對我們產業價值鏈中的美食街及餐廳租戶進行管理，嚴格規範與稽核合作店家，以確保消費者權益。

◆ 食品安全規範

本公司訂定《購物中心管理規則》及《購物中心餐飲租戶規則》，租戶須據此定期檢視其員工之個人衛生、店面環境清潔、食品期限與狀態，針對違反相關規範的承包商將處以罰款。在《購物中心餐飲租戶管理規則》中之食品安全條款，亦明訂租戶食安檢查規範施行細則及相關罰責並確實落實，督促餐飲租戶遵守食安管理規定與衛生檢查，以維護公司信譽並保障消費者權益。

規範內容

員工
個人衛生



契約明文要求餐飲租戶須對其員工進行健康檢查，確認員工無傳染疾病之後，才能接觸食物及提供服務。

店面
環境清潔



每月一次租戶定期大掃除後，由樓管進行抽查，抽查不合格租戶將要求改善，直到合格為止。此外，租戶每日閉店後需自行檢查並填寫檢查表。

食品期限
與狀態



租戶須確認食品期限與狀態，若發生顧客因上述原因導致身體不適，我們有權終止關係，並要求承租戶應負法律責任。

食安檢查



針對食材存放進行衛生整潔落實檢查，包含冷藏、冷凍櫃溫度監控，溫度異常與退冰食材報廢、食材存放不落地。

◆ 四重查核機制

我們瞭解嚴謹的內控機制，係為顧客的健康安全把關的重要基礎之一。查核機制可分為以下四重：

店家自主管理

平日稽核

不定期抽查

稽核部全面稽查

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體



對應

SDGs : SDG 12

店家自主管理

租戶每日閉店後自行檢查並填寫檢查表，由商場物管部於閉店後巡檢，並每月統一收取檢視。店家亦須參加統一大掃除（5-8 月每月一次，9-4 月每兩月一次），並接受定期抽查。

平日稽核

物管部每日閉店後巡檢，如發現任何缺失亦會通知營運部。

定期抽查與稽核部全面稽查

台北 101 針對風險性高的美食街商家及其他高樓層餐飲店進行主動現場稽核；針對租戶之人員、盛裝器皿、設備、原物料儲存及店內環境進行檢查，倘發現任何有危害衛生安全之情況，立即要求改善或下架。針對超市、美食街租戶的食材存放管理，我們今年亦持續訂定更嚴格的衛生整潔落實檢查，包含冷藏、冷凍櫃溫度監控，溫度異常退冰情形，食材亦須申請報廢，並要求食材存放不落地。2017 年購物中心並無發生食安方面餐廳違規事件。

GRI 416-2

（違反有關產品與服務的健康和安法規之事件）

4.2.2 公共衛生

➤ 重大主題：食品安全與公共衛生

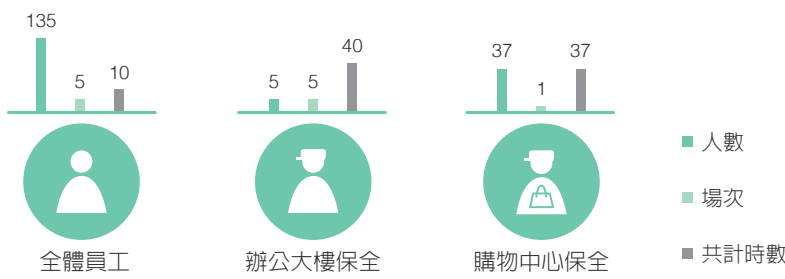
台北 101 辦公大樓大廳、購物中心及觀景台為公共場所，為降低因人潮帶來的緊急傷病與傳染病事件，我們設置緊急救護設備，以維護全體人員的健康，並建立流暢的救護流程及傳染疾病因應程序，將可能發生的健康危害降至最低。

◆ 緊急救護設備

我們在各樓層設置自動體外心臟電擊去顫器（Automated External Defibrillator, AED）；目前台北 101 辦公大樓、購物中心及觀景台共有 17 台 AED。我們的全體員工及保全人員皆受過心肺復甦術（Cardiopulmonary resuscitation, CPR）及 AED 專業急救訓練。

急救訓練相關人員與時數

■ 2017 年參與 AED、CPR 訓練對象



執行疫情預防及應變工作，以確保台北 101 全體人員的健康。我們於每週三召開安全室協調會議，依循《新興傳染病防疫應變辦法》執行第一階段防疫，並透過設置防疫宣導海報、發送電郵訊息及旅遊疫情警告宣導疫情相關訊息。另，針對每項疫情，我們皆例行性加強清潔消毒、每兩小時即進行電梯廳和電梯車廂按鈕 / 手扶梯扶手 / 各通道門把等消毒。

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體



對應

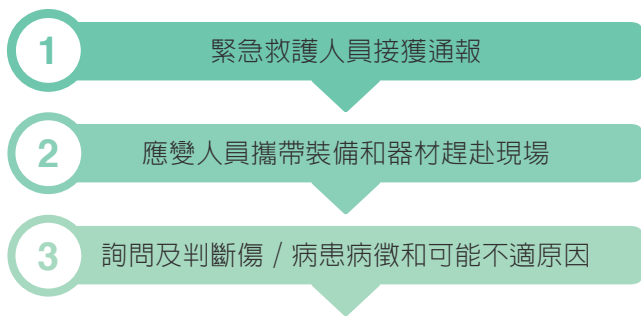
SDGs : SDG 3

◆ 緊急醫療後送機制

本公司與鄰近的台北醫學大學附設醫院密切合作，一旦發生健康與安全意外事件時，立刻啓動緊急醫療後送機制，通知醫院出動救護車後，本公司的合格急救人員會到現場協助，並使用緊急專用電梯運送患者，同時安排專人引導救護車及醫療人員至現場急救和送醫救護。2017 年度所發生的相關案件數如表，並皆已妥善處理。

2017 年度緊急傷病相關案件及發生次數	
事業群	2017 年度緊急傷病相關案件 / 次數
辦公大樓	醫療傷病共計 24 件，其中 14 件送醫
購物中心	傷病共計 111 件，其中 45 件送醫
觀景台	緊急傷病事件共 6 件，其中 5 件送醫

應變機制流程



- 4 決定處置作為選項：
1. 重大且無意識，逕自施以必要急救和送醫救護。
 2. 主動提供建議事項並依傷 / 病患意願期望配合辦理。
 3. 協助減緩不適或痛楚。
 4. 除輕微且意識清楚可明確回答詢問事項和自由活動者，餘皆以通報 119 送醫。
 5. 其他。

◆ 傳染疾病潛在營運衝擊之因應

台北 101 購物中心為密閉式場所，為有效遏止傳染病的發生、傳染或蔓延，我們每月皆會對內發佈即時防疫快訊，針對流感、登革熱、禽流感等疫情提供防疫宣導知識。

我們針對傳染疾病之預防與因應制訂了《新興傳染病防疫應變辦法》，據此執行疫情預防及應變工作，以確保台北 101 全體人員的健康。我們於每週三召開安全室協調會議，依循《新興傳染病防疫應變辦法》執行第一階段防疫，並透過設置防疫宣導海報、發送電郵訊息及旅遊疫情警告宣導疫情相關訊息。另，針對每項疫情，我們皆例行性加強清潔消毒、每兩小時即進行電梯廳和電梯車廂按鈕 / 手扶梯扶手 / 各通道把門等消毒。

除了一般性的措施之外，我們針對不同疫情也有各項因應方式：

	措施	宣導	相關會議
流行病毒	<ul style="list-style-type: none"> ■ 於大樓出入口設置手部消毒機（共十部） ■ 紅外線感溫儀操作訓練 ■ 使用消毒抗菌藥劑定時擦拭門廳及電梯車廂按鈕 ■ 2017 年於購物中心各出入口更新設置手部消毒機座（共十二座） ■ 台北 101 購物中心與消毒液供應廠商白因子簽訂 3 年合作契約。 	<p>2017 年 3 月於台北 101 NEWS LETTER 刊登季節性流感簡介訊息、辦公大樓因應措施，和建議租戶事項。</p> <p>2017 年 4 月於台北 101 NEWS LETTER 刊登病毒性腸胃炎介紹與預防、大樓因應措施，和建議租戶事項。</p>	每週三安全室協調會議
登革熱	於每週三閉館後進行購物中心消毒作業	2017 年 6 月於台北 101 NEWS LETTER 刊登茲卡病毒感染症之訊息	
禽流感	<ul style="list-style-type: none"> ■ 於大樓出入口設置手部消毒機（共十部） ■ 使用消毒抗菌藥劑定時擦拭門廳及電梯車廂按鈕。 	廁所張貼勸洗手告示貼紙。	

4.2.3 舒適安心的環境

➤ 重大主題：食品安全與公共衛生

我們妥善監督環境品質，並提供貼心服務與提升服務的包容性，以打造賓至如歸的感受。

◆ 環境品質維護

空氣品質

台北 101 建築物屬密閉式規劃設計，室內環境品質之良窳與人體健康更是息息相關。目前空調系統的空調箱回風管路上皆安裝二氧化碳監測器，以即時偵測二氧化碳濃度，可隨時引進外氣並經過濾到所需區域，維持良好的室內空氣品質。同時，為保障在購物中心的顧客可擁有健康舒適的環境，我們積極推動室內空氣品質自主管理，執行室內空氣品質維護管理計畫，每季皆執行內部巡檢，每兩年委外實施定檢，確保購物中心室內空氣品質符合標準。

噪音干擾

考量租戶進行裝修作業所產生的噪音及其他污染亦可能造成健康與安全風險，我們制定「綠色裝修手冊」，規範租戶在規劃裝修基準設計與施工期間須防制噪音汙染。

公用區域清潔

台北 101 每年皆為辦公大樓清潔人員進行 48 場半小時的清潔教育訓練，內容涵蓋清潔作業流程、清潔工具使用與保養、清潔藥劑使用、勞工安全衛生等事項，以確保公共區域的整潔度。並於 2017 年獲得台北市績優公廁評鑑百貨類中特優之殊榮。



■ 美食街

為使前來的顧客可保持愉悅的購物心情，我們在公用區域環境的清潔度及服務標準亦逐年提高。目前美食街清潔人力共 27 人，負責將客人在餐後之餐具送至回收工作台分類處理，之後再送至洗碗房進行清洗，2017 年較 2016 年增加 1 人。此外，目前 9 座回收工作檯已足夠現場使用，故 2017 年並未增設工作檯。

■ 廁所環境

我們亦重視廁所環境之乾淨，平均每 30 分鐘巡查及打掃一次，並持續強化清潔人員的服務品質，隨時補充民生用品，如：衛生紙、洗手乳等，讓廁所環境可以持續保持乾淨整潔。

利害關係人

■ 股東 / 投資人	■ 顧客
■ 政府機關	■ 租戶
■ NGO / 社企	■ 員工
■ 商業夥伴	■ 社區
■ 供應鏈	■ 媒體

SDGs : SDG 11



台北 101 購物中心於 2017 年榮獲台北市環保局百貨類特優級公廁之公廁管理單位

◆ 貼心顧客服務

台北 101 不斷深入瞭解顧客的需求與感受，並提供諮詢引導、外文翻譯和退稅等服務基本服務，以建立客製化優質服務。於 2017 年起，我們邀請精通韓文、日文、粵語組員加入台北 101，以直接提供更多外籍旅客服務。

性別 / 母性友善設施

對哺乳婦女而言，支持性的母乳哺育環境是很重要的，台北 101 購物中心地下一樓與四樓哺（集）乳室去年亦獲頒台北市衛生局優良哺集乳室認證，使哺乳婦女於使用哺集乳室時多一層保障，並使母嬰親善的哺乳環境更上層樓。2017 年亦增加天然奶瓶清洗劑及手部消毒液供顧客使用，希望能帶給媽咪最貼心的服務。

■ 貼心設施一覽表



■ 貼心物品一覽表



無障礙空間

為了提供服務包容性，我們也於旅客服務、餐廳、電梯等面向打造無障礙空間，供需要的顧客使用。

■ 無障礙旅客服務

旅客需要導引或協助的服務，可事先以電話通知台北 101 顧客服務中心，或至到台北 101 請求協助、按壓無障礙電梯之服務鈴，台北 101 將即時派人員提供服務。

■ 無障礙餐廳

台北市都市發展局「無障礙餐廳標章」，台北 101 購物中心有 3 家無障礙餐廳以及大樓餐廳，分別為鼎泰豐、Jean-Paul Hevin 和紅花鐵板燒。

■ 無障礙電梯

於台北 101 購物中心，全館電梯廳（松智紅梯、信義綠梯、信義橘梯、松智橘梯），皆有設置一座無障礙電梯，內含點字系統、語音系統、緊急聯絡按鈕、扶手，提供行動不便者、年長者使用。

◆ 貼心顧客設備

電動車充電站

為宣傳台灣於綠色環保技術的努力，並配合政府電動車之推廣，我們於購物中心地下室 2 樓設有 4 座電動車充電站及地下室 3 樓與 BMW 合作裝設 5 座電動車充電站及全台首座直流電快充，鼓勵員工及顧客多利用綠能交通工具前往台北 101 購物中心，一同響應節能減碳之倡議。

拾獲物 e 化系統

提升客人領回遺失物品準確率及服務品質，並降低服務人員時間消耗。此系統節省用紙、縮短服務時間及提供尋回遺失物品顧客更完整的協助。

拾獲流程



貼心設備 e 化租借服務

提出以顧客為核心創新構想，貼心設備借用 e 化作業並取消顧客借用貼心設備借用單（紙本）、抵押證件或押金，改為持台北 101 會員卡即可借用貼心設備，保護顧客個資、節省用紙，實際執行環保愛地球。

增設閉路電視 (CCTV)

於樓層 1F 至 3F 弧形長廊、北方廣場、停車場及洗碗房增設 CCTV 提供即時影像以減少安全死角，補足原視野不足之區域以增加安全範圍。

一樓至三樓弧形長廊	數量：24	補足原視野不足區域
B1 洗碗房	數量：2	原未裝設
B2 機車區	數量：6	補足原視野不足區域
北方廣場	數量：2	補足原視野不足區域

汽車共享服務

新世代共享經濟概念提供消費者可依自行需求選擇自助承租不同車款，2017 年 4 月 15 日至 7 月 14 日止與全球最大汽車共享平台 Zipcar 合作，打造汽車共享服務，安維斯汽車承租台北 101 二格停車位做為 Zipcar 站點，提供多元車款及彈性用車選擇，降低路上車行數量，創建綠能空間。

4.3 職業健康與安全

台北 101 守護租戶、顧客安全的同時，也同時關心內部員工與外包廠商員工的職業健康安全，因此，我們制定完善的管理方針來降低職業傷害的可能性，使台北 101 成為令人安心的工作場域。

4.3.1 員工安全

➤ 重大主題：營運安全風險管理

為創造更健康安全的工作環境，我們依據職業安全衛生相關法令規定，制定「安全衛生工作守則」、「職業安全衛生委員會組織章程」、「職業安全衛生檢查作業辦法」、「職業安全衛生自動檢查管理實施辦法」及《消防安全督導管理辦法》等，並成立職業安全衛生委員會，主任委員由總經理擔任，勞方代表比例為三分之一。每季開會 1 次討論安全衛生相關議題，包含提供公司職業安全衛生政策之建議、審議職業安全衛生相關管理事宜等。

利害關係人

■ 股東 / 投資人	■ 顧客
■ 政府機關	■ 租戶
■ NGO / 社企	■ 員工
■ 商業夥伴	■ 社區
■ 供應鏈	■ 媒體



對應 SDGs：SDG3, 8

GRI 403-1

(說明勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表)

GRI 403-2

(按類別區分說明工傷類別、傷害率、職業病率、損工日數及缺勤率，以及因公死亡事故總數)

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體

對應
SDGs : SDG 12

2017 安全衛生委員會之統計

安全衛生委員會委員總數	委員會之工作者 (如：勞工代表) 數	委員會之工作者比例
台北 101: 13 員	台北 101: 5 員	台北 101: 39%

台北 101 除了提供員工健康與安全的工作環境之外，也依據勞工健康保護規則第 11 條及 12 條每年一次補助員工健康檢查，以及舉辦教育訓練宣導環境衛生與安全相關工作。同時依勞動基準法，給予受傷員工全薪之公傷病假。台北 101 促進職場與工作者之身心健康之外，持續進行安心場所認證，每半年定期舉辦相關職場身心保健與心理疾病預防課程，本年度舉辦了 2 堂健康講座為睡眠呼吸中止症與關節骨骼保養。

勞安衛績效

	2015			2016			2017		
	男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計
工傷率 (IR)	0.52	13	7.75	12.06	14.32	13.38	3.23	2.42	2.76
職業病率 (ODR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
缺勤率 (AR)	108	134	1.23	22	95	0.65	44	192	1.30
誤工率 (LDR)	0.06	1.63	0.97	1.51	1.79	1.67	0.4	0.31	0.35
死亡數	0	0	0	0	0	0	0	0	0

註：

工傷類型為意外，亦指在受僱工作期間因工遭受意外受傷。

GRI 工傷引致損失工時比率 (IR) = 工傷事故總計 / 工作總時數 × 200,000* (*：指按照每年 50 個星期，每星期 40 個工時計，每 100 名僱員的比率)

GRI 職業病引致損失工時比率 (ODR) = 職業病事件總計 / 工作總時數 × 200,000* (*：指按照每年 50 個星期，每星期 40 個工時計，每 100 名僱員的比率)；損工日數的起算時間計請假日起，並以工作天計算

GRI 缺勤率 (AR) = 缺勤天數 / 工作總天數 × 25,000* (*：指按照每年 50 個星期，每星期 5 個工作天計，每 100 名僱員的比率。缺勤天數為所有因員工無能力工作造成的缺勤，包括事假、病假、工傷假，但不包括事先允許的假期，如溫書假、產假等)

GRI 誤工率 (LDR) = 誤工天數 / 工作總天數 × 25,000* (*：指按照每年 50 個星期，每星期 5 個工作天計，每 100 名僱員的比率。誤工天數為因員工因工傷或職業病等造成無法工作的天數)

死亡數為因工傷亡的員工數

4.3.2 外包廠商安全

➤ 重大主題：營運安全風險管理

我們從工程裝修、清潔用品與外牆清洗等三個面向來管理外包廠商的保全人員與清潔人員安全。

◆ 工程裝修

為避免辦公大樓及購物中心的租戶進行內裝工程不慎發生人員意外或火災，本公司制定《綠色裝修手冊》明列工作安全須知，要求工程承包商須遵循勞工安全的相關法規，也要求租戶應購買保險，不只可降低財物損失，也可保障受害者獲得應有的賠償，我們亦於每季實施裝修廠商勞安講習，以提升裝修廠商安全意識以避免勞工傷害發生，內容包含進場施工注意事項、巡檢範圍及作業時間說明等。今年無發生因工程意外而造成的傷亡相關事件。

◆ 清潔用品

我們要求清潔人員應做好清潔化學藥劑管理及儲存，放置於管制地區，避免物品外流遭到濫用。並且，每件化學藥劑必須備有正確的安全資料表（Safety Data Sheet, SDS），當意外發生時，可立即採取處理措施（關於環保清潔劑之部分，請參閱第 3.3.2 友善產品章節）。

◆ 外牆清洗

於外牆清洗方面，台北 101 於大樓清潔發包規範中要求得標廠商需對其所有員工及管理人員進行工作安全訓練。如有任何因工作而發生之意外狀況，得標廠商需負所有責任。

同時，於台北 101「外牆清潔維護管理契約」中，亦規範高空作業實施時，清潔廠商應在地面劃定危險區域樹立明顯標誌，並以繩索圍繞，防止行人及車輛靠近，且須備妥適當之防護措施，以避免因清洗作業時污損或侵害任何第三人。外牆清洗工作人員也必須要具備政府主管機關認可之合法吊籠操作人員訓練合格證明，並確實配戴安全帽、安全鞋、安全帶等適當防護具或裝設安全網等防護設備。

◆ 外包廠商的健康與安全績效

2017 年度並沒有發生保安工傷事件與清潔人員工傷事件，相關統計數據如下。

保全人員勞安衛績效

	2015			2016			2017		
	男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計
工傷率 (IR)	1	13	1.1708	0	0	0	0	0	0
職業病率 (ODR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
缺勤率 (AR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
誤工率 (LDR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
死亡數	0	0	0	0	0	0	0	0	0

清潔人員勞安衛績效

	2015			2016			2017		
	男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計
工傷率 (IR)	1	13	1.506	0	0	0	0	0	0
職業病率 (ODR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
缺勤率 (AR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
誤工率 (LDR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
死亡數	0	0	0	0	0	0	0	0	0

註：

GRI 工傷引致損失工時比率 (IR) = 工傷事故總計 / 工作總時數 (132,768) × 200,000* (*：指按照每年 50 個星期，每星期 40 個工時計，每 100 名僱員的比率)

GRI 職業病引致損失工時比率 (ODR) = 職業病事件總計 / 工作總時數 × 200,000* (*：指按照每年 50 個星期，每星期 40 個工時計，每 100 名僱員的比率)

GRI 缺勤率 (AR) = 缺勤天數 / 工作總天數 × 25,000* (*：指按照每年 50 個星期，每星期 5 個工作天計，每 100 名僱員的比率。缺勤天數為所有因員工無能力工作造成的缺勤，如病假，但不包括事先允許的假期，如圖書假、產假等)

GRI 誤工率 (LDR) = 誤工天數 / 工作總天數 × 25,000* (*：指按照每年 50 個星期，每星期 5 個工作天計，每 100 名僱員的比率。誤工天數為因員工因工傷或職業病等造成無法工作的天數)

死亡數為因工傷亡的員工

GRI 403-3

(高職業疾病發生率與高職業風險的工作者)

GRI 403-2

(按類別區分說明工傷類別、傷害率、職業病率、損工日數及缺勤率，以及因公死亡事故總數)

5

Enhance 強化多元聯結



為積極打造綠色辦公、消費及觀光空間，創造永續友善職場，我們不間斷與員工、供應商、承包商、租戶和顧客等利害關係人進行溝通，不僅建立供應商評核系統以確保其符合人權與雇用標準，對於租戶與顧客，我們以月刊、不定期活動等方式傳遞永續概念，並持續以行動支持社福團體，強化多方聯結，以發揮實質影響力，讓更多企業跟進，創造社會美好價值。

本章將針對供應鏈、商業夥伴、員工、租戶和顧客揭露我們所提供的服務與努力打造的職場、社區環境。涵蓋的重大主題有價值鏈管理、幸福職場、員工薪資及福利、產品及服務品質與透明溝通、客戶關係維護，以及文創與公益推廣等。

5.1 永續價值鏈

5.1.1 價值鏈管理	P094
5.1.2 供應商	P094
5.1.3 外包廠商	P096

5.2 幸福職場

5.2.1 僱用狀況	P097
5.2.2 員工薪資及福利	P100
5.2.3 員工訓練與溝通	P103

5.3 客戶關懷

5.3.1 租賃狀況	P104
5.3.2 產品及服務品質與透明溝通	P106
5.3.3 客戶關係維護	P109

5.4 社會參與

5.4.1 社區公益活動	P110
--------------	------

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體

GRI 102-9

(描述組織的供應鏈，包括與組織活動、主要品牌、產品以及服務相關的主要要素)

對應
SDGs : SDG 10

GRI 204-1

(來自當地供應商的採購支出比例)

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體

對應 SDGs : SDG 8, 10



完成供應商評核平台，將供應商分級，選擇評鑑優良之廠商

5.1 永續價值鏈

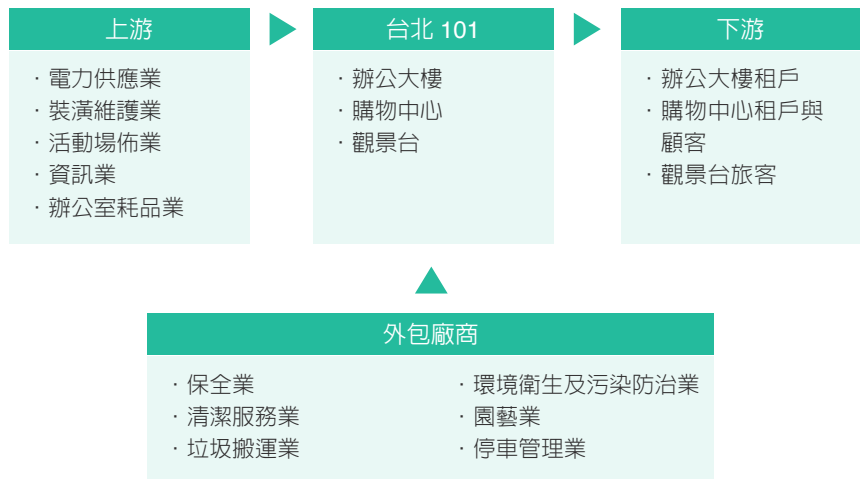
台北 101 致力提供租戶、顧客最高品質的服務與最舒適的環境，因此積極以高標準稽核、篩選供應商與外包商，並積極要求其提供完整之教育訓練，維護創建的永續價值鏈。

5.1.1 價值鏈管理

➤ 重大主題：價值鏈管理

為協助當地經濟發展，我們一向優先選擇當地供應商與外包廠商，希望能透過供應鏈支持在地經濟。我們將當地採購定義為公司設籍在台北市的供應商，我們的主要營運據點則為位於台北市信義路五段 7 號的台北 101，2017 年度台北 101 當地採購金額為 615,912,000 元（含稅），占該年度台北 101 總採購 55.6%。

◆ 台北 101 價值鏈




5.1.2 供應商

➤ 重大主題：價值鏈管理

秉持著創造多元友善環境的理念，台北 101 持續精進供應鏈管理及永續性採購方針，訂有《供應商行為守則》與供應商承諾書。此外，我們也設有《供應商管理辦法》，並於合約加註社會責任條款，以期能增進對價值鏈中可能發生的環境、社會與治理風險的掌握及管理。2017 年 10 月，我們依循《供應商管理辦法》，針對金額超過三百萬的重大供應商開啓年度稽核作業，面向包含服務、交期、工程 / 作業品質、維護等，並依照評核結果將供應商分為 A+、A、B、C 不同等級，並將評核結果登錄於供應商評核平台。針對 A+ 級之供應商，採購單位可優先遴商議價，C 級之供應商則會於資料庫中登錄註記為拒絕往來廠商。

2017 年共有 464 家廠商參與該評核，採購金額共 962,354,664 元（含稅），佔年度總採購金額 86.9%；評核結果有 20 家獲 A+，434 家落於 A，10 家落於 B，無廠商低於 C。透過評核機制，台北 101 期許能將供應鏈合作選擇透明化，更能深化供應鏈管理，鼓勵供應商在維持產品和服務品質之餘，未來亦能攜手朝 ESG（環境、社會、治理）面向一同努力，創造永續未來。

◆ 供應商相關規範與措施




《供應商行為守則》

以具體文字加以規範所有供應商遵守環境、健康和 safety 規範、道德和法律規範、以及勞工權益，尊重其員工工時、加班時數、最低薪資及基本福利有關的相關法令，並在招聘、薪酬及工作權益給予公平、不歧視的待遇。無論是既有或新供應商，只要有簽約的廠商都需簽訂此準則，對於違法廠商，會請違法廠商提出具體改善措施，並於隔年每季追蹤是否仍有違法之情事。2017 年無供應商有違法雇用童工問題，於重大金額採購廠商（300 萬元以上）查核中無違法雇用童工，但有 11 間供應商違反勞工相關法令，其中 8 間疑似涉及強迫勞動之情形。雖無法提供相關佐證，採購部仍要求違反廠商提出改善說明，並於 2018 年持續追蹤是否仍有違反之情事。（與供應商的道德行為規範請見第一章 1.3.1「誠信經營」）




供應商承諾書

要求供應商簽署承諾將確實遵守台北 101 之《供應商行為守則》，並願意配合台北 101 之相關稽查措施，假如有違反上述規範，願立即改善補正，且依照違反契約之方式辦理。



於合約加註社會責任條款

於供應商合約書條款中加入企業社會責任條文，續簽時一併以增列條款之新約執行。未來仍持續於承包商合約加註社會責任條款。



《供應商管理辦法》

為確保供應商所提供之產品、物料及服務均能符合公司要求及管理，以期瞭解並掌握供應商之環境狀況、審慎選擇供應商，台北 101 制訂《供應商管理辦法》作為採購依據，訂定供應商開發、申請、評估、核定等規範。



供應商評核系統

針對供應商進行分級（A+、A、B、C），依評鑑結果給予優良供應商獎勵，及汰換評鑑不良之供應商。



環境標準篩選新供應商

為確保新供應商符合台北 101 環境評估要求，以避免造成環境的衝擊，我們於選定或簽約供應商程序中依不同性質供應商擬定採購規範，均需符合對環境友善條例才可成為篩選資格。如：我們訂有衛生耗材廠商需符合國內或國外相關環保認證。

供應商評核系統分級標準：

A+：95 分以上

A：81-94 分

B：60-80 分，列入觀察名單，需提供合作理由

C：低於 59 分，不予合作（總分為 100）

GRI 308-1
（採用環境標準篩選新供應商）

GRI 414-1
（以社會標準篩選之新供應商）

GRI 408-1
（營運據點和供應商使用童工之重大風險）

GRI 409-1
（具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商）

5.1.3 外包廠商

➤ 重大主題：價值鏈管理

◆ 外包廠商聘用狀況

2017 年度全部的外包廠商皆符合本公司的規範，辦公大樓及購物中心的保全人員、清潔人員、機械維修人員與停管人員有 368 名為台籍居民，379 名外包廠商員工中有 356 名皆為全職員工。另外，台北 101 有雇用 6 名身心障礙者任職辦公大樓與購物中心之清潔人員，約佔所有外包員工人數之 2%。

利害關係人

- | | |
|------------|------|
| ■ 股東 / 投資人 | ■ 顧客 |
| ■ 政府機關 | ■ 租戶 |
| ■ NGO / 社企 | ■ 員工 |
| ■ 商業夥伴 | ■ 社區 |
| ■ 供應鏈 | ■ 媒體 |



對應 SDGs：SDG 8, 10

GRI 102-8

(員工與其他工作者的資訊)

GRI 404-1

(每名員工每年接受訓練的平均時數)

GRI 410-1

(保全人員接受人權政策或程序訓練)

2017 年度外包廠商人數

年齡	性別	保全人員 (辦公大樓)	清潔人員 (辦公大樓)	保全人員 (觀景台)	機械 維修人員	保全人員 (購物中心)	清潔人員 (購物中心)	停管人員 (購物中心)
30 歲 以下	男	4	3	10	24	50	1	0
	女	3	0	0	1	1	1	0
	小計	7	3	10	25	51	2	0
30 50 歲	男	35	3	13	31	28	4	1
	女	2	4	0	2	0	15	3
	小計	37	7	13	33	28	19	4
50 歲 以上	男	2	12	0	11	1	18	0
	女	0	47	0	0	0	47	2
	小計	2	59	0	11	1	65	2
總計		46	69	23	69	80	86	6

◆ 外包廠商教育訓練

為與合作夥伴並肩成長，共同達成永續發展的目標，我們要求外包廠商提升其員工的工作能力。外包廠商需為新進人員進行 24 小時的職前訓練，讓工作人員了解台北 101 的工作規範，及環境與安全方面的工作要點。我們亦要求外包廠商須依《勞工安全衛生法》，告知工作人員有關工作的風險及應採取的措施。

2017 年外包廠商訓練課程包含清潔、保全、停管、勞安、消防等，針對各單位成員屬性提供適切課程，讓台北 101 的顧客及租戶們感受到最佳且具一致性的服務品質。2017 年外包廠商教育訓練總時數為 6,342 小時。較前一年下降 9.97%。

其中，我們特別重視保全教育訓練，為確保守護每一層大樓租戶，大樓保全每一季接受 1 樓至頂樓之爬樓梯檢測。另，為提醒保全同仁重視人權，於每日勤務教育時，不定期花 15 分鐘、累計每月達 1 小時對所有保全同仁進行相關宣導。

購物中心外包廠商員工教育訓練 (共計 4,132 小時)

主題	課程重點	上課對象	上課 人數	頻率	每次訓 練時數	全年 總次數	全年 總時數
依教育訓練計畫表實施	清潔工作相關事務	清潔人員	86	每月 4 次	0.5	48	2,064
停車設備更新現場操作	停車設備操作	勞務廠商員工	3	每月 1 次	0.5	12	18
保全專業訓練	實兵演練	保全人員	39	每月 4 次	0.5	48	936
保全專業訓練	教育訓練	保全人員	39	每月 1 次	0.5	12	468
保全專業訓練	AED 訓練	保全人員	39	每月 1 次	0.5	12	234
保全專業訓練	消防演練	保全人員	25	每半年 1 次	2	2	100
保全專業訓練	消防設備操作訓練	保全人員	39	每月 1 次	0.5	12	234
保全專業訓練	防颱設備操作訓練	保全人員	39	每年 1 次	2	1	78

註：全年總時數 = 上課人數 X 每次訓練時數 X 全年總次數

辦公大樓外包廠商教育訓練（共計 2,073 小時）

課程重點	上課對象	上課人數	頻率	每次訓練時數	全年總次數	全年總時數
心肺復甦術 (CPR) 及自動體外心臟電擊去顫器 (AED) 訓練並取得紅十字會的證書	保全人員	5	每年 1 次， 每次 8 小時	8	1	40
一般勞工安全衛生教育	保全人員	31	每年一次， 每次 2 小時	2	1	62
法律及服務禮儀訓練	保全人員	31	每年一次， 每次 1 小時	1	1	31
駐地各類專屬教育（含消防、防颱、地震、電梯、緊急搜索等）	保全人員	31	每年一次， 每次 8 小時	8	1	248
緊急救護器材操作	保全人員	31	每年一次， 每次 2 小時	2	1	62
清潔作業流程、清潔工具使用與保養、禮儀服裝儀容、清潔藥劑使用、勞工安全衛生	清潔人員	60	一年共 51 次，每次 0.5 小時	0.5	51	1,530
作業環境說明及危害告知、大樓洗窗機設備介紹及操作、勞安法規宣導	外牆清潔人員	15	每季 1 次， 每次 1 小時	1	4	60
設備操作、垃圾分類、消防安全	廢棄物清除人員	6	每半年 1 次， 每次 1 小時	1	2	12
進場施工注意事項、巡檢範圍及作業時間說明、蟲鼠害處理方式說明	綜合蟲鼠害防治人員	6	每季 1 次， 每次 1 小時	1	4	24
作業方式、禮儀服裝儀容、勞工安全	景觀園藝維護人員	2	每半年 1 次， 每次 1 小時	1	2	4

註：全年總時數 = 上課人數 X 每次訓練時數 X 全年總次數

觀景台保全人員教育訓練（共計 137 小時）

2017 年觀景台因為新增保全人員，故同時針對新進人員開設一般勞工安全衛生教育，因此總訓練時數較 2016 年提高約 52%。

課程重點	上課對象	上課人數	頻率	每次訓練時數	全年總次數	全年總時數
心肺復甦術、CPR 及自動體外心臟電擊去顫器	保全人員	10	每年 1 次	2	1	20
一般勞工安全衛生教育	保全人員	6	新進員工	6	1	36
消防防災演習	保全人員	18	每年 1.5 次	3	1.5	81

註：全年總時數 = 上課人數 X 頻率 X 全年總次數

5.2 幸福職場

我們堅持以人為本，將每位員工視為最重要的家人、重視並保障員工權利，提供優渥的福利及職涯發展空間、積極培育核心人才。如此，不僅可提升員工工作滿意度，更能夠凝聚員工共識、提升員工對本公司的認同感，進而建立和諧的工作環境，共同創造更大的企業競爭力。

5.2.1 僱用狀況

➤ 重大主題：幸福職場

台北 101 對於員工之任用，秉持著用人唯才的理念。我們嚴禁於工作場所任何形式的歧視，包括對年齡、種族、膚色、性別或宗教等之偏見。此外，我們遵循國家現行法令聘僱員工，包括《勞動基準法》、《就業服務法》

利害關係人

■ 股東 / 投資人	■ 顧客
■ 政府機關	■ 租戶
■ NGO / 社企	■ 員工
■ 商業夥伴	■ 社區
■ 供應鏈	■ 媒體



對應 SDGs：SDG 5, 8

GRI 102-8

(員工與其他工作者的資訊)

GRI 202-2

(雇用當地居民為高階管理階層的比例)

GRI 406-1

(歧視事件以及組織採取的改善行動)

GRI 408-1

(營運據點和供應商使用童工之重大風險)

GRI 409-1

(具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商)

GRI 411-1

(涉及侵害原住民權利的事件)

GRI 405-1

(治理單位與員工的多元化)

與《性別工作平等法》等，提倡兩性平權，確保聘僱員工在招聘、任用、薪酬、績效管理與職涯發展方面均受公平對待，並禁止雇用童工、強迫勞動與侵害人權等情事的發生，2017 年秉持永續精神治理，無發生任何違反相關法律的事項與任何歧視事件。

截至 2017 年底，本公司共 332 名全職員工，全體員工皆以不定期契約方式雇用，全體員工與高階管理階層為當地居民，皆屬台灣籍。我們支持身心障礙者和原住民同胞的就業權及自主權，然而 2017 年期間，因為無具備原住民資格人才應徵職務，且有一名原住民員工離職，因此雇用人數減少為 5 名身心障礙者及 3 名原住民，另外因為雇用原住民人數未達法令標準，所以我們依法令支付就業代金。

以性別比例來看，男性與女性員工分別占總員工人數的 42% 和 58%，女性員工佔比與 2016 年相同，維持我們女性員工的比例，以及對女性人才的重視。

◆ 員工性別結構

性別	2015		2016		2017	
	人數	%	人數	%	人數	%
男性	130	42.1%	140	41.5%	139	41.9%
女性	179	57.9%	197	58.5%	193	58.1%
總人數	309		337		332	

◆ 非正式員工性別結構

性別	2015		2016		2017	
	人數	%	人數	%	人數	%
男性	26	50%	15	35%	21	46%
女性	26	50%	28	65%	25	54%
總人數	52		43		46	

註：台北 101 非正式員工包括計時人員和派遣人員

◆ 員工平均年齡

	2015		2016		2017	
	男	女	男	女	男	女
平均年齡	40.1	33.3	39.9	33.7	40.9	34.6

◆ 高階主管性別分布

職級	2015				2016				2017			
	男性		女性		男性		女性		男性		女性	
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%
副總級以上	2	0.6%	2	0.6%	2	0.6%	3	0.9%	1	0.3%	3	0.9%
協理級	2	0.6%	0	0.0%	2	0.6%	0	0.0%	3	0.9%	1	0.3%
經副理級	12	3.9%	4	1.3%	10	3.0%	6	1.8%	27	8.1%	17	5.1%
一般員工	114	36.9%	173	56.0%	126	37.4%	188	55.8%	108	32.5%	172	51.8%
總人數	309				337				332			

◆ 員工年齡結構

年齡層	2015				2016				2017			
	男性		女性		男性		女性		男性		女性	
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%
30歲以下	16	5.2%	71	23.0%	19	5.6%	74	22.0%	13	3.9%	66	19.9%
30-50歲	96	31.1%	101	32.7%	105	31.2%	115	34.1%	101	30.4%	113	34.0%
50歲以上	18	5.8%	7	2.3%	16	4.7%	8	2.4%	25	7.5%	14	4.2%
總人數	309				337				332			

◆ 員工教育程度分布

教育程度	2015				2016				2017			
	男性		女性		男性		女性		男性		女性	
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%
高中職及以下	8	2.6%	5	1.6%	8	2.4%	5	1.5%	7	2.1%	8	2.4%
大學/專科	109	35.3%	152	49.2%	116	34.4%	168	49.9%	112	33.7%	158	47.6%
碩士	12	3.9%	22	7.1%	15	4.5%	24	7.1%	19	5.7%	27	8.1%
博士	1	0.3%	0	0.0%	1	0.3%	0	0.0%	1	0.3%	0	0.0%
總人數	309				337				332			

◆ 原住民族、殘疾、二度就業員工百分比

年齡層	2015				2016				2017				
	男性		女性		男性		女性		男性		女性		
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	
年齡	30歲以下	0	0.0%	1	25%	0	0.0%	1	20%	0	0.0%	1	20%
	30-50歲	1	25%	2	50%	2	40%	2	40%	2	40%	2	40%
	50歲以上	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	合計	4				5				5			
多元化	二度就業員工	/											
	原住民	3	75%	1	25%	3	75%	1	25%	2	67%	1	33%
	身障人士	1	25%	3	75%	2	40%	3	60%	2	40%	3	60%
	合計	4				4				5			

◆ 新進員工年齡及性別分佈

年齡層	2015				2016				2017			
	男性		女性		男性		女性		男性		女性	
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%
30歲以下	6	4.6%	22	12.3%	8	5.7%	36	18.3%	12	8.6%	37	19.2%
30-50歲	8	6.2%	11	6.1%	14	10%	9	4.6%	7	5.0%	8	4.1%
50歲以上	0	0%	0	12.3%	0	0%	1	0.5%	0	0%	0	0%
總人數	47				68				64			

GRI 401-1
(新進員工和離職員工)

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體



對應 SDGs : SDG 3, 5, 8

GRI 202-1

(不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率)

GRI 405-2

(女性對男性基本薪資加薪的比率)

GRI 102-38

(年度總薪酬比率)

GRI 102-39

(年度總薪酬增加之百分比)

◆ 離職員工年齡及性別分佈

年齡層	2015				2016				2017			
	男性		女性		男性		女性		男性		女性	
	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%	人數	%
30歲以下	9	6.9%	33	18.4%	7	5.0%	28	14.2%	9	6.5%	38	19.7%
30-50歲	5	3.8%	14	7.8%	9	6.4%	10	5.1%	8	5.8%	19	9.8%
50歲以上	0	0%	1	0.6%	2	1.4%	0	0%	1	0.7%	0	0%
總人數	47				68				64			

5.2.2 員工薪資及福利

➤ 重大主題：員工薪資與福利

台北 101 致力提供員工優於市場平均的薪資，與其他完善的非財物福利，以促進多元友善職場。

◆ 員工薪資

提供具競爭力的完整薪資結構是吸引和留住人才的關鍵，我們的薪酬標準係依照工作能力給予優於國家法定最低標準的薪資，並且每年會比照國內平均薪資及市場競爭力進行調整，主要依據市場行情排名百分比前 50% 的公司薪資數值作為調整標準。

2017 年，女男基層人員標準薪資的比例為 1:1，其中男性員工標準薪資高於全國最低薪資 1.32 倍，女性員工標準薪資高於全國最低薪資 1.32 倍。而平均薪資的女男比例則為 1:1.2，其中男性員工平均薪資高於全國最低薪資 1.6 倍，女性員工平均薪資高於全國最低薪資 1.3 倍。女男基層人員的基本薪資加薪酬比例為 1:1。因為我們所聘僱的女性員工多數擔任觀景台及購物中心的客服人員，而基層客服人員薪資較偏低，故拉低全體平均女性員工薪資。

薪酬最高個人之年度總收入與其他員工（不包括該薪酬最高個人）年度總收入之中位數的比率為 11.48；最高個人年度總收入增加之百分比與台北 101 其他員工（不包括該薪酬最高個人）平均年度總收入增加百分比之中位數的比率為 -2.18。

2017 各項員工類別女男基本薪資加薪酬比較表

員工類別	一般員工	經副理級	協理級	副總級以上
女男基本薪資加薪酬比例	1:1.099	1:0.961	1:1.036	1:1.005

註：薪酬為支付員工的額外金額，可包括福利、獎金或補貼等。

2017 薪資比較表

項目	2017 平均薪資 (新台幣)
官方統計台灣平均經常性薪資	40,557
台北 101 全年平均經常性薪資	56,389
台北 101 平均 > 該國平均	39%
當地最低薪資	21,009
基層人員的標準薪資	29,000
台北 101 基層人員的標準薪資 > 該國當地最低薪資	32%

資料來源：行政院主計處 / 行政院勞工委員會

◆ 職場關懷

為促進友善職場，我們規劃一系列制度，如：人權、晉升及輪調制度、退休制度、後勤服務滿意度調查等如下表所示：

政策	相關內容	2017 執行情形
績效及職涯發展檢核	遵循《工作規則》規範進行員工績效考核評比給予獎勵	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2017 年以跨部門合作、創新及服務獎項為主，共三位同仁和二對團體分別獲得獎項。 ■ 全體員工皆接受定期績效及職涯發展檢核。
	為活化組織並提高競爭力，使久任、具其他或欲培養第二專業職能同仁長期發展，鼓勵同仁跨業務之交流並培育優秀的儲備幹部，以加強同仁職務歷練及部門之有效人力運用，進而強化組織效能，已擬定職務交流專案計劃於 2018 年實施。	
人權	具《員工行為準則》	<ul style="list-style-type: none"> ■ 無勞檢違規事件 ■ 無發生性騷擾投訴案件
	具《員工性騷擾防治辦法》	
	營運上若有調整需要，如：單位、工作地點及職務等變動，將依據大量解僱勞工保護法所訂期限於 60 天前告知員工	
晉升及輪調制度	具有職務輪調制度	2017 年共有跨部門 12 人、同單位職務調整 20 人，合計 32 人輪調
退休制度	遵循勞動基準法相關規定，提撥員工月薪 2% 的款項存入政府基金的退休準備金帳戶	2017 年應計退休金資產為 13,680,508 元
	為選擇「勞工退休金條例」所規範退休計畫的員工，提撥等於月薪 6% 勞退金至勞工保險局之個人退休金專戶	當其退休金費用 0 元 退休人數共 0 位 台北 101 已付退休金為 0 元
後勤服務滿意度調查	每年收集針對財務、資訊、法務及總務部提供後勤服務的滿意度調查	2017 年後勤服務獲得 100% 的評價

GRI 404-3
(定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比)

GRI 402-1
(關於營運變化的最短預告期)

GRI 201-3
(定義福利計畫義務與其它退休計畫)

◆ 員工福利

除了依照法令規定的基本福利外，本公司也提供員工多種優質的福利，如下：

GRI 401-2
(提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利)



GRI 401-3

(按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例)



連續 2 年獲得由衛福部國民健康署頒布的健康職場健康啟動認證標章

註 1：

職場啟動認證代表職場於害防制推動工作優於法令要求，鼓勵職場推動無菸環境，並開始推動職場健康促進工作。

◆ 育嬰假

本公司依據性別工作平等法於員工子女出生前後合併給予 8 週的全薪產假，亦給予配偶生產之員工 3 天的全薪產假。2017 年符合育嬰留停的員工共 54 人，包含男性 14 人，女性 40 人。提出申請的女性共 3 人，佔符合留停資格女性的 7.5%，而當年應復職 5 人，實際復職 3 人，原因為申請延長育嬰留職停薪期限。

◆ 健康職場認證

台北 101 深信良好的職場環境能改變員工健康並且提升企業生產力，因此致力落實職場無菸措施並建立健康安全的工作環境。2017 年，我們連續二年參與衛福部健康職場推動方案，並獲得健康職場促進認證標章。



育嬰假統計表

育嬰假 (統計整年度)		2015	2016	2017
符合育嬰假申請資格人數 (A)	男	19	12	14
	女	38	39	40
	總數	57	51	54
實際申請人數 (B)	男	0	0	1
	女	7	3	3
	總數	7	3	4
申請率 (B/A)	男	NA	NA	7.1%
	女	18%	8%	7.5%
	總數	12%	6%	7.4%
請育嬰假者於當年度應復職人數 (C)	男	0	0	1
	女	2	2	4
	總數	2	2	5
當年度實際申請復職人數 (D)	男	0	0	0
	女	1	0	3
	總數	1	0	3
復職率 (D/C)	男	NA	NA	NA
	女	50%	NA	75%
	總數	50%	NA	60%
上一年度復職人數 (E)	男	0	0	0
	女	0	0	1
	總數	0	0	1
上一年度復職滿一年人數 (F)	男	0	0	0
	女	0	0	1
	總數	0	0	1
留任率 (F/E)	男	NA	NA	NA
	女	NA	NA	100%
	總數	NA	NA	100%

5.2.3 員工訓練與溝通

➤ 重大主題：員工薪資與福利

為培育員工認同並進一步體現我們的「S.P.I.R.I.T」的核心價值，台北 101 於個人職務需求、職涯發展及公司成長等面向為導向，訂定教育訓練計畫，並設有勞資溝通機制。

◆ 員工訓練

台北 101 將員工正式訓練與發展政策制訂相關規範等內容說明於本公司的員工手冊中，以提升員工核心能力及競爭力。除了統一規劃的內部訓練外，各單位亦可根據部門專業與員工個人發展需求，提出外部訓練。2017 年度總訓練時數、費用如下表所示，其中投入經費較 2016 年增加 886,360 元，成長達 28.66%，顯示我們對於人才培育的重視，而總受訓時數有下滑傾向為潛力 / 職代培訓時數下降之故，詳敘請見不同類別平均培訓時數。另外，目前我們無對於因退休或終止勞雇關係員工還有協助就業能力與生涯規劃之過渡方案。

2017 年內、外訓一覽表

訓練類型	培訓人次	培訓總時數	培訓時數占比	培訓費用	培訓費用占比
內訓	1,131	3,957	56.58%	3,264,383	82.04%
外訓	306	3,063.5	43.42%	714,507	17.96%
小計	1,437	6,693.5	100%	3,978,890	100%

員工訓練時數統計

	2015				2016				2017			
	男	女	合計	平均	男	女	合計	平均	男	女	合計	平均
副總級以上	101	41	142	36	48	109	157	31	0	104	104	26
協理級	24	20	44	22	272	122	393	197	140.5	47	187	47
經副理級	644	364	1,008	63	470	172	641	40	915.1	490	1,405	32
一般員工	3,705	3,880	7,585	26	3,380	4,090	7,470	24	2,304	2,994	5,298	19
平均	34.42	24.05	28.41	-	29.79	22.81	25.70	-	24.17	18.83	21.07	-
總人數	8,778.0				8,660.5				6,993.5			

不同類別平均培訓時數

	2015			2016			2017		
	男	女	合計	男	女	合計	男	女	合計
一般員工培訓	6.7	5.8	6.2	6.2	6.6	6.4	4.1	4.6	4.3
新進員工培訓	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	5.3	7.6
管理能力培訓	32.5	29.9	31.2	38.5	36.9	37.7	33.8	37.0	35.4
客服人員培訓	9.5	11.3	10.4	11.1	8.6	9.8	12.4	8.9	10.6
潛力 / 職代培訓	45.8	45.8	45.8	35.7	38.6	37.1	21.4	16.7	19.3
專業職能培訓 (外訓) 培訓	16.4	9.0	12.7	13.3	8.2	10.7	10.6	8.2	9.4
總人數	111.3			106.8			83.5		

註：1. 平均上課時數 = 該類別訓練總時數 / 年底該類別員工數

2. 潛力 / 職代培訓時數下降之原因為縮減由主管與職代暨業務同仁共同參加之頂尖銷售策略課程 (14 小時減為 7 小時)，又職代發展改以內部專案而非課程方式之關係。

利害關係人

■ 股東 / 投資人	■ 顧客
■ 政府機關	■ 租戶
■ NGO / 社企	■ 員工
■ 商業夥伴	■ 社區
■ 供應鏈	■ 媒體



對應

SDGs : SDG 8

GRI 404-1

(每名員工每年接受訓練的平均時數)

GRI 404-2

(提升員工職能及過渡協助方案)

GRI 404-3

(定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比)

不同類別課程總培訓時數

類別	一般員工培訓	新進員工培訓	管理能力培訓	客服人員培訓	潛力 / 職代培訓	專業職能培訓 (外訓)
課程類型	· 通識課程 · 法定課程 · 專業訓練	· 新人訓練 · 新人講座	· 主管管理訓練 · 組織發展專案	· 優質客服系列 · 外語課程	策略發展系列	各式課程
培訓對象	全體同仁	新人	主管 / 職代	客服同仁 大樓物管同仁 (英文)	主管 / 職代	各部門員工，由部門提出
培訓總時數	1,710	317	180	872	935	3,036.5
培訓總人次	670	125	38	86	82	328
投入總經費	452,238	NA	433,585	251,096	1,936,988	714,507
經費佔比	11.94%	NA	11.45%	6.63%	51.53%	18.86%

◆ 溝通機制

我們重視勞工意見，提供不同的溝通及申訴管道（詳請見 1.3.1 誠信經營），以促進積極和諧的勞雇關係，創造更健康安全的工作環境。我們成立勞工安全委員會，凡公司有重大勞資相關議題時召開，2017 年我們召開 4 次溝通會議，討論勞安案例檢討及防範，每次約有 13 位同仁參加。此外，我們鼓勵員工對公司提出具創意的意見，並頒發獎金獎勵，每季亦有「與總經理有約」活動，並有設立員工意見箱，鼓勵員工反映心聲及建議。於員工創意提案部分，未來亦評估導入新產品企劃提案制度，鼓勵同仁一同參與、精進公司之營運。2017 年，台北 101 多位部門員工亦提出了 7 項創意提案。

5.3 客戶關懷

台北 101 不斷提升服務素質，憑著專業的優質表現，滿足了多元化和多樣需求的租戶與顧客們，使其在經營、觀光、逛街時較無後顧之憂。

5.3.1 租賃狀況

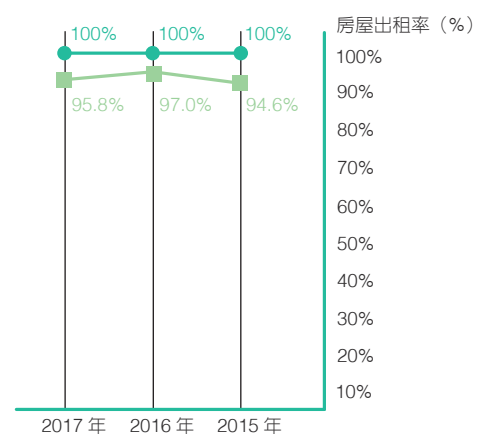
➤ 重大主題：客戶關係維護

以下將針對辦公大樓與購物中心的租賃狀況與相關的管理方針進行說明。

◆ 公大樓租賃狀況

進駐台北 101 辦公大樓和購物中心的租戶，大多是來自於國內外的知名品牌企業。辦公大樓可出租面積共計 181,545.19 平方公尺，2017 年出租率為 94.62%，辦公大樓出租率下滑主因有部分為中型客戶因併購而遷出大樓之故。

- 辦公大樓（不含觀景台）
- 購物中心

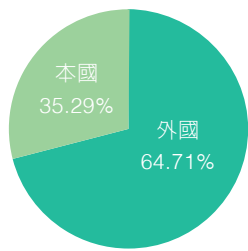


利害關係人

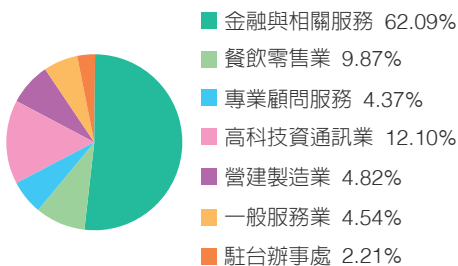
- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體

對應
SDGs : SDG 8

辦公大樓租戶國籍百分比



辦公大樓租戶產業別百分比



辦公大樓提供租戶之服務

項目	提供租戶之專屬服務	設立位置
大樓服務中心	提供物業管理，公共區域清潔、以及其他事務諮詢的服務	35F
郵務室	內設郵局櫃檯，可提供租戶郵件或包裹收寄及遞送的服務	B2
24 小時安全服務	具維修、緊急專線及電子工單線上系統，以確保大樓及購物中心的供電、空調、電梯及環境安全各方面正常營運。大樓工單申請網站 http://www.tfc101.com.tw/ 報修、緊急專線：(02) 8101-8888	線上系統
顧客服務台	由專業的接待人員在第一時間內為租戶迎接訪客，使來到台北 101 的賓客感受到重視及尊重	辦公大樓 1F
國際會議中心	多樣化的活動空間，擁有專業會議硬體設施，可供舉辦各類型國際會議、研討會、座談會、教育訓練等活動	36F

以上場地皆可供進駐租戶用於招待貴賓或舉辦相關交流活動，如此時尚雅致的環境能為租戶的商務活動帶來更高價值的企業形象。

◆ 購物中心租賃狀況

台北 101 身為亞太精品時尚地標，擁有世界級的室內空間規劃，因此受到國際精品旗艦店的青睞，優先選擇台北 101 購物中心作為台灣區店址。2017 年底，進駐台北 101 購物中心之商店共計有 182 家零售業、1 家服裝修改店、1 家銀行、1 家健身房、1 家汽車美容，及證交所；購物中心可出租面積共計 38,211 平方公尺，2017 年出租率為 99.3%。

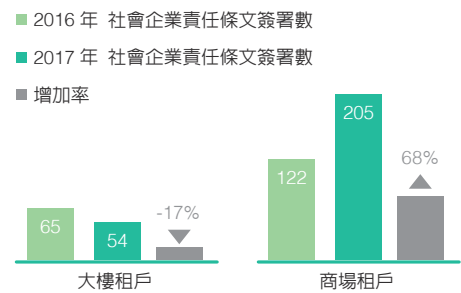
台北 101 獨家品牌包含 Breguet、Berluti、AP (愛彼表)、JLC (積家表)、IWCVersace、Versus、Blancpain、Hublot 江詩丹頓。

◆ 租戶管理方針

針對購物中心的租戶，訂有《購物中心管理規則》及《購物中心餐飲租戶管理規則》，由台北 101 負責維護公用區域，包含停車場、樓梯及電梯等處的整潔，並且保障購物中心的營運安全。我們也在購物中心的第 3 樓層設置訓練教室及專櫃人員休息室，可作為租戶及其員工教育訓練及休息的場地。

為了確保購物中心之租戶及顧客安全，我們要求租戶須遵循《購物中心管理規則》進行店面裝潢、營運及日常用電管理等，此外，我們亦要求租戶每日須自主管理填寫檢查表，每月收取檢視，並由商場物管部專責員及保全人員於閉店巡檢，將違規事項及照片提供商場營運部，經查證屬實後，會通知租戶進行改善，並依《購物中心管理規則》進行處罰。（《購物中心餐飲租戶管理規則》請見 4.2.1 食品安全）

台北 101 亦致力於善盡企業社會責任，於大樓租戶規範中加註社會企業責任條文：「台北 101 與租戶雙方均承諾重視企業社會責任，除積極致力良善之公司治理，並應關注社會關係及永續環保，以追求企業永續發展」。新租戶於新修訂標準制式合約加註企業社會責任條款；舊租戶則以附屬函件方式加註企業社會責任條款於原合約中。2017 年的簽署情形如下表所示，其中大樓簽署租戶下滑原因為當年度大樓租戶減少之故。



利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體



對應 SDGs : SDG 8, 17

GRI 417-1

(產品和服務資訊與標示的要求)

GRI 102-2

(活動、品牌、產品與服務)

5.3.2 產品及服務品質與透明溝通

➤ 重大主題：產品及服務品質與透明溝通

確保優質的產品與服務，並主動與租戶、顧客溝通是我們一直以來的堅持，本節將介紹台北 101 之產品服務，與租戶有約、客戶服務申訴管道等運作機制。

◆ 支持台灣在地產品

支持在地產品	充分資訊揭露	產品安全檢驗	文創產品開發
行銷台灣特色，支持產業發展，推廣在地伴手禮	要求揭露完整產品資訊 2017 年觀景台紀念商品 100% 符合商品標示法	要求廠商附上第三方之檢驗報告 2017 年送審產品 100% 符合規範	展售在地文創商品，如：創意茶包

◆ 租戶溝通機制

租戶有約

為傾聽租戶的聲音，我們每季皆設有「租戶有約」機制，讓台北 101 高階主管與租戶高階主管直接對談，以增進租戶間交流及培養良好的互動模式。除使台北 101 國際租戶有機會了解政府政策，也使政府了解民間企業的聲音，特別是台北 101 的租戶性質許多為財務相關機構，讓台北 101 透過「租戶有約」活動成為最佳溝通平台。

租戶有約場次與主題

有溫度的完美—
鼎泰豐的服務心佔率

鼎泰豐董事長
楊紀華

參與人數 **60**



有閒來坐~
用美好心意與世界相聚

剪紙藝術家
楊士毅

參與人數 **82**



如何推動數位政府

行政院政務委員
唐鳳

參與人數 **70**



臺灣經濟預測問題

行政院主計總處
主計長
朱澤民

參與人數 **36**



◆ 教育訓練

退稅教育訓練

我們每月對購物中心銷售人員舉辦 1 至 2 次 1.5 小時的退稅教育訓練，強化外籍旅客退稅便利性。

專櫃人員教育訓練

雖然購物中心的專櫃人員並非本公司所聘僱的員工，卻是向顧客傳遞台北 101 品牌形象的重要媒介。為使每一位顧客都能感受尊榮禮遇的專業服務，我們制定《購物中心管理規則》、《購物中心餐飲租戶管理規則》及《專櫃人員之教育手冊》，規範專櫃人員的服務行為。





◆ 客戶服務申訴管道－顧客服務系統

顧客可經由官方網站、電子郵件、電話、購物中心地下一樓服務中心臨櫃提出意見。若於早上九點至晚上十點的營業時間提出，商場客服部的服務人員會於 24 小時內以郵件通知各相關單位，顧客服務系統主要功能為：電話進線全程錄音、紀錄服務人員處理歷程、管理官網顧客意見回饋及網路信箱來信處理、案件查詢及統計報表等，並有效確切掌握每筆顧客處理進度，進行數位化管理，其中處理客訴皆需 48 小時內結案或處理過程回報，成果最為顯著，有效改善顧客對本公司各項活動管道諮詢、提供爾後本公司改進參考且利於管理整合所有案件，並提升本公司整體表現與卓越水準邁進。

處級主管以上主管，客服主管均可隨時進入系統查詢案件與分析資料，客服主管另由備機監聽，進店也有錄音備查。每週由客服呈報處級以上主管客服週報以記錄各事項，並將顧客常詢問問題整理建立知識庫以利傳承、並完成意外事件分析及客訴分析以持續提高顧客滿意度。

2017 年，顧客服務系統共收到 30,698 筆資訊，其中 164 筆與客訴相關，皆於 24 小時內初步回覆客戶，每一客訴案件我們皆會在客服收到申訴內容後轉呈給相關負責單位，並且定期追蹤處理狀況及進度，並於每週以電子郵件方式提供各單位，可見本公司對於客戶服務品質的重視。

2017 年顧客服務系統溝通成果

			
電話	網站	電子郵件	臨櫃
溝通筆數			
23,396	20	4,828	2,454
總計 30,698			

除此之外，我們也收到鼓勵及讚美的訊息，給予我們更多信心持續改善服務品質。我們每年調查顧客滿意度，並根據結果擬訂改善方針。顧客滿意度調查結果及相關改善措施請見本章的「服務滿意」。

客訴事件

2017 年 12 月 7 日，顧客於新竹之百貨購買 SUPER DRY 外套，預約在台北 101 的分店取貨。因台北 101 分店電話未聯繫上客戶，且因溝通取貨的觀念不同，而發生爭執。最後由台北 101 SUPER DRY 店長協調同意退貨，並請台北 101 管理單位協助後續處理。

處理方式

- 1

仔細聆聽與調查

聆聽事發經過，仔細紀錄發生情形，並於安撫顧客情緒後進行調查
- 2

回覆

徵詢顧客同意後，於顧客服務系統成立客訴件，並轉呈商場營運部知悉
- 3

後續改善

調查後發現主因為品牌公司內部交接問題，台北 101 除於當下致歉安撫顧客情緒外，品牌公司也已主動聯繫顧客表示可接受退貨，並告知顧客後續會有內部懲處。

GRI 102-43

(與利害關係人溝通的方針)

GRI 102-44

(提出之關鍵主題與關注事項)

感謝事件

2017年11月17日顧客在B2機車停車場掉了現金12,000元，客服人員第一時間已先請顧客填寫遺失物單，並通知保全人員幫忙協尋，最後保全回覆在B2機車停車場找到，並立刻拿到服務台給客服人員後續處理。

客服人員立即通知顧客來領取後，顧客表示非常感謝保全謝先生能幫忙找到，但因趕上班而無法當面感謝並請客服人員代為轉達她的謝意並給予紅包。

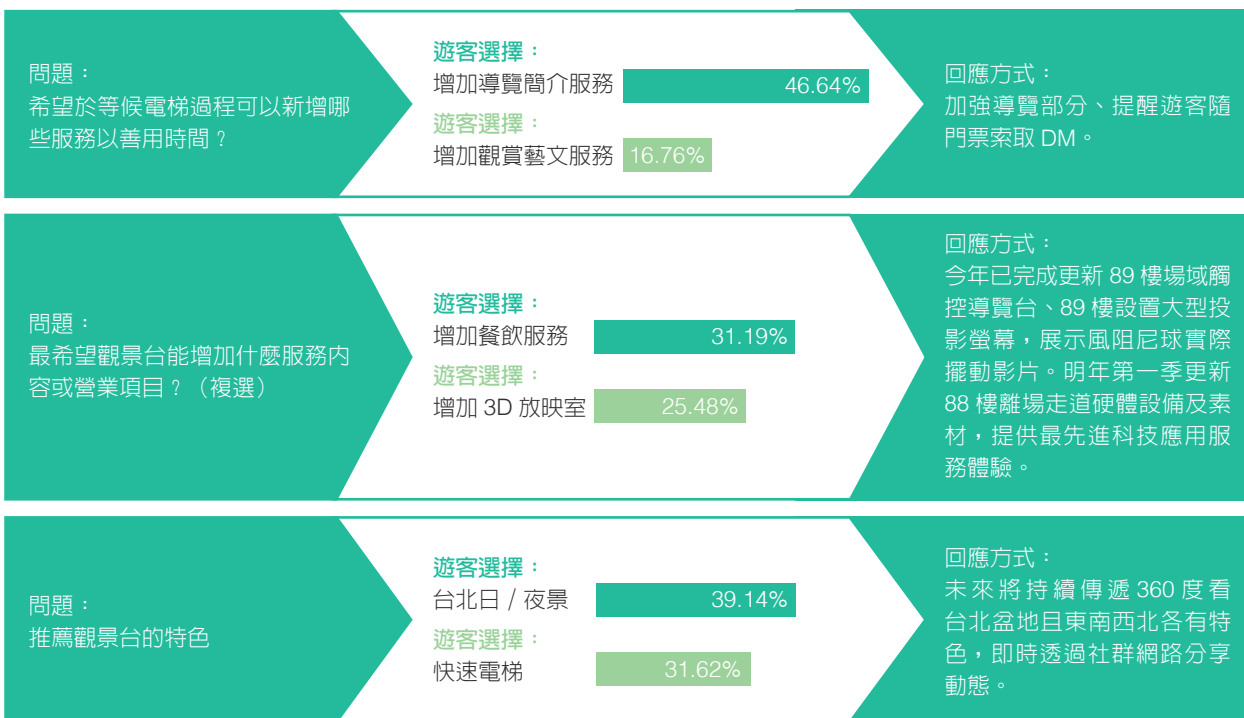
客服表示此為我們工作職責，不能收顧客的東西，並婉拒了顧客的謝禮；顧客再次感謝所有服務人員及保全的幫忙。

台北101為感謝顧客特地撥冗來信鼓勵，也使用客服系統回信與顧客致謝，同時查詢當日協助的客服人員，表示顧客的讚美是我們進步的最佳動力，更是客服人員努力積極的動力。

◆ 服務滿意度調查

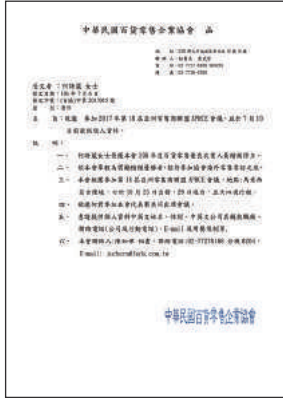
秉持我們對服務品質的堅持，我們持續主動透過滿意度調查與大樓租戶、購物中心及觀景台的顧客進行對話，強化互動與連結。此外，我們亦依據滿意度調查結果，制訂品牌策略與擬訂提升顧客滿意度方針。我們以2017年1至11月累計各國來客數比例對觀景台旅客進型隨機抽樣面訪，共回收806份有效問卷，滿意度各項項目結果與2016年相比差異皆小於1%，且顧客回饋意見雷同，顯示今年與去年度滿意度相近，未來我們也將持續針對動線規劃、設施維護、服務內容等持續精進，以提升品牌形象、強化服務品質與建立品牌忠誠度。

其他意見調查



服務相關獲獎

2017 年度，台北 101 同仁－何語蕙女士獲得中華民國百貨零售企業協會頒發之優良從業人員楷模第一名。業界楷模評選之評審長表示何語蕙同仁將所學以及過往經歷投入百貨業服務中，提供更多的創意與服務，拉近顧客與百貨的距離。



會員大會表揚何語蕙同仁

5.3.3 客戶關係維護

➤ 重大主題：客戶關係維護

我們持續向外推廣永續概念、分享最新趨勢，並藉由活動強化互動連結。

<p>租戶月刊</p> <p>讓所有租戶對台北 101 所舉辦的活動及政策能有充分了解，如鼓勵租戶認購綠電、物資捐贈等企劃，在積極地宣導下，所主辦的活動都能獲得租戶正面的回饋。</p>	<p>每月發行一次</p>
<p>購物中心專刊</p> <p>主要涵蓋公司各式活動，CSR 議題、品牌故事等，提昇消費者對台北 101 的認同感及滿意度。</p>	<p>今年共發行 6 本 (3、4、5、9、10、11 月)</p>
<p>年終感恩晚會</p> <p>邀請購物中心及辦公大樓租戶主要主管外，亦邀請財政部、觀光傳播局等政府官員、各國大使、企業友好夥伴、信義商圈企業、新年活動贊助商、董監事等近百位貴賓一同參與，台北 101 獻上感謝之意及分享一年來的成果，以增進彼此間的感情，期能創造更多合作機會。</p>	<p>每年一次</p>
<p>主題講座</p> <p>舉辦不同主題的講座，也提供場地供辦公大樓租戶舉辦活動，藉此也可了解租戶對於台北 101 的想法，並塑造和諧的企業文化。(不包含環保講座及租戶有約活動)</p>	<p>2017/08/21 舉辦 SMART TREND 智慧趨勢展(內容詳見邊欄)¹</p>
<p>尊榮貴賓活動</p> <p>提供各種獨享體驗給會員，不僅品嚐到頂級餐飲的獨具匠心外，並與全台灣精選藝廊合作，欣賞亞洲當代藝術家精選創作；多元化的國際精品展示活動與一系列精心打造的客製化課程，讓會員體驗到五感美學的極致饗宴。</p>	<p>購物中心舉辦 16 場活動 邀請尊榮卡 VIP 貴賓， 每場活動平均 20 人參加。</p>

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 顧客
- 政府機關
- 租戶
- NGO / 社企
- 員工
- 商業夥伴
- 社區
- 供應鏈
- 媒體




對應 SDGs : SDG 13, 17

SMART TREND 智慧趨勢展：
與美國綠建築協會 (USGBC) 合作廣邀 12 家國際指標性企業分享尖端科技趨勢，並邀請學界專家、新創業者、大樓租戶一同激盪創意火花。

5.4 社會參與

台北 101 致力成為世界最高的公益平台，持續以實際行動關懷與協助社會弱勢團體，成為優質社福團體及弱勢族群的堅強後盾。我們期望藉由台北 101 的影響力，讓更多企業跟進，共同為社會創造更美好的價值。

5.4.1 社區公益活動

➤ 重大主題：文創與公益推廣

◆ 愛心點燈

台北 101 為喚起社會大眾對特定族群或特定議題的重視，常以點燈的方式期盼點亮大眾的愛心。

利害關係人

- 股東 / 投資人
- 政府機關
- NGO / 社企
- 商業夥伴
- 供應鏈
- 顧客
- 租戶
- 員工
- 社區
- 媒體

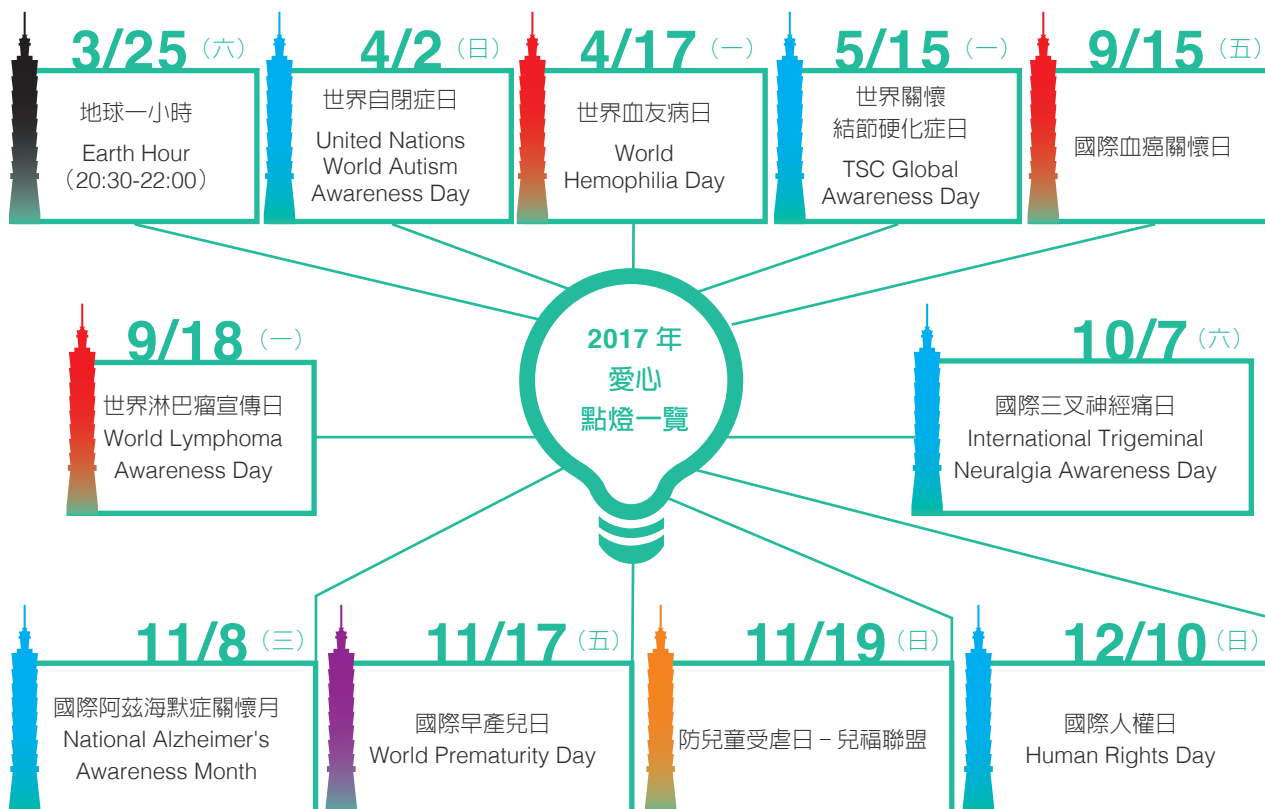


對應 SDGs : SDG 3, 17

2017 年其它特殊之愛心點燈一覽

日期	議題	內容
6/11	悼念齊柏林導演點燈	亮「看見台灣 永遠的齊柏林」等字樣
8/1	世界肺癌日	亮「戰勝肺癌 WE CAN.I CAN」等字樣
8/18-30	世大運點燈	亮世大運 logo 宣傳
9/30	國際乳癌防治月	亮「乳癌防治用愛守護」等字樣

2017 年愛心點燈一覽



◆ 社區活動

為促進與鄰近社區居民的感情，台北 101 推動相關活動與優惠，讓台北 101 成為社區居民生活的一部分。透過敦親睦鄰計畫，我們與區公所共同推動社區公共藝術導覽活動，於 5/28 漫遊導覽信義區，共有 35 人參與此活動；台北 101 觀景台亦提供臺北市政府員工享觀景台購票七折優惠，讓臺北市政府員工可一覽自身致力服務的城市。台北 101 觀景台更於 2016 年策劃了高空夜宿 101 與高空電影院活動，提供民眾新的生活體驗。

高空夜宿 101

台北 101 觀景台打破只能在戶外露營的觀念，首度對外開放第 101 樓層，成為全台最高露營基地。本活動以家庭親子族群為主，活動內容涵蓋天文觀測、親子互動、兒童版導覽及有獎徵答等，創造親子寓教於樂的高空夜宿體驗。台北 101 觀景台提供帳篷、睡墊、睡袋、餐食、免費停車，貼心服務內容深獲賓客肯定。2017 年開放五個場次共 800 個名額，皆全數報名額滿，另讓民眾能透過露營體驗，對台北 101 社區有更強的認同感。

GRI 413-1

（經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動）

◆ 慈善活動

一日捐血活動

為響應「捐血一袋、救人一命」，台北 101 自 2008 年起，配合台北捐血中心一起舉辦一日捐血活動，大樓餐廳也免費贊助紅豆湯，以鼓勵租戶和員工一齊捲袖做愛心。台北 101 分別於 5 月及 9 月舉辦一日捐血活動，2017 年共有 164 人響應，採得共 114 袋 250cc 血袋。

耶誕慈善音樂會

2017 年的耶誕季，台北 101 特別於 12 月 6 日舉行「2017 耶誕點燈慈善晚會」，包括副總統陳建仁、內政部長葉俊榮皆到場共襄盛舉。有鑒於在臺灣，有許多特殊功勳、或具有專業知識的外籍人士多年來為臺灣無私奉獻，為表彰並感謝這群「新臺灣人」對這塊土地無私的付出，台北 101 特別趁著這個節日邀請了上述 7 位在臺服務多年、已取得我國國籍或永久居留證的宣教士們參與晚會點燈儀式，讓耶誕愛與祝福的美好意涵擴散到各個地方。

耶誕愛心奉獻活動

台北 101 多年來致力成為最高公益平台，透過結合大樓租戶所有人的力量，讓這個節日變得更有意義。2017 年台北 101 號召租戶進行愛心捐款所得，將連同台北 101 的慈善捐款頒贈予這群為台灣貢獻良久的新臺灣人所屬的六個機構單位：包括財團法人台北市基督教救世傳播協會、財團法人台灣基督長老教會台南神學院、財團法人台灣基督宣道團、財團法人台灣省台東縣天主教白冷會、財團法人天主教會花蓮教區（劉一峰神父）和財團法人台灣省天主教會新竹教區，讓這些機構獲得實質的挹注，持續關懷臺灣每個角落。

弱勢團體圓夢計畫

台北 101 為許多人心中的重要地標，拜訪台北 101 亦為許多台灣偏鄉孩子或弱勢團體的夢想。台北 101 每年幫助許多弱勢團體完成圓夢計畫，讓偏鄉孩子能夠到不同於自己生活的地方體驗及探索，探訪世界級地標台北 101，開啓偏鄉孩子的視野並完成他們的夢想。2017 年，公益參訪共 1,407 人次，許多孩子在參訪後寫下他們的感動或畫下畫作，為圓夢計畫劃留下美好的回憶。

家扶基金會 – 用愛包圍受虐兒

台北 101 有鑑於近年來兒童受虐事件頻頻發生，為持續倡導兒童保護的觀念，特別與家扶基金會舉辦『兒童保護季記者會』，公益贊助場地，共同「登高疾呼」社會各界，包括學校、醫院診所、村里鄰居、警政等機構，應聯合架構起一張綿密、承接受虐兒的安全網，才能讓憾事不再發生，期待能讓社會每一個角落都明白，孩子應該被珍視疼愛。



台灣抗癌協會不倒騎士宣導活動

台灣抗癌協會推廣運動抗癌的理念，2017 年第 7 度環台，主要是呼籲癌症病友們站出來，從原先 13 位至今年人數已破百，這次還有來自香港的癌友一起加入，除此也為香港懷愛會募款，希望明年可以讓懷愛會的孤兒來台騎單車。此趟路意義不僅圓夢，更希望癌友影響癌友，生命影響生命，抗癌的經驗可以分享給社會大眾。



讓生命發光——愛心園遊會

台北 101 已連續 4 年為協助財團法人林堉琪基金會一同籌措脊髓損傷者生活重建與社區居住訓練所需費用，將觀景台全新商品物資捐贈給該基金會於花博舉辦的義賣愛心園遊會進行義賣，活動義賣所得 90% 捐助給財團法人桃園市私立脊髓損傷潛能發展中心，另 10% 則捐贈給財團法人台東縣私立天主教聖十字架瑪利德蘭社會福利基金會，供偏鄉孩子設立社區書屋。

◆ 實物與現金捐贈

台北 101 在公益投資上不遺餘力，2017 年公益投資包含公益活動經費、捐贈、基礎設施投資等三大類，其中，台北 101 支持上述公益活動，公益活動經費支出共約 8,081 萬元、直接捐款與捐贈項目金額合計約 115 萬元、協助提供公益活動之場地及佈置投資約 721 萬元；2017 年台北 101 公益投資金額總計約 9,218 萬元。

GRI 203-2

(顯著的間接經濟衝擊)

2017 公益投資一覽		金額 (新台幣元)
公益活動 經費支出	貳樓義賣活動	594,000
	地球日宣導活動	777,600
	成功高中愛心募款義演	252,000
	美麗佳人夢幻衣帽間	540,000
	聽見創意棉花糖小舖	71,316,000
	台灣抗癌協會不倒騎士宣導活動	126,000
	101 市集與社會企業 IMPCT 合作	2,376,000
	101 市集與社會企業芙彤園合作	1,287,000
	社會企業圓夢百寶盒	3,542,400
公益活動經費支出小計		80,811,000
捐贈項目	林瑋琪基金會義賣活動	29,877
	台東縣東河鄉 106 年寒冬送暖捐贈	100,000
	台灣環境資訊協會 (自然谷) 捐款	200,000
	CSR 捐書偏鄉活動	26,000
	CSR 國家創新活動	3,055
	CSR 母親節捐贈	40,299
	捐贈政治大學國際志工社泰北出團費用	50,000
	捐贈舊鞋救命國際基督關懷協會費用	40,000
	耶誕愛心奉獻	600,000
	Run Up 中國信託捐款	61,740
捐贈項目小計		1,150,971
基礎設施 投資	公共遊憩空間 (含：愛市集、101 個星希望 World Vision Café；該活動請見 2.2.2 推廣文創產業)	6,433,000
	點燈贊助：3/25 地球日	600,000
	點燈贊助：8/1 肺癌日	180,000
基礎設施投資小計		7,213,000
社會公益投資總計		92,185,371

GRI 內容索引表

一般標準揭露

指標	說明	揭露位置	頁數
策略			
102-14	決策者的聲明	董事長的話 總經理的話	14 15
組織概況			
102-1	說明組織名稱	1.1.1 關於台北 101	18
102-2	活動、品牌、產品與服務	1.1.1 關於台北 101 5.3.2 產品及服務品質與透明溝通	18 106
102-3	總部位置	1.1.1 關於台北 101	18
102-4	營運據點	1.1.1 關於台北 101	18
102-5	所有權與法律形式	1.1.1 關於台北 101	18
102-6	提供服務的市場	1.1.1 關於台北 101	18
102-7	組織規模	1.1.1 關於台北 101	18
102-8	員工與其他工作者的資訊	5.1.3 外包廠商 5.2.1 雇用狀況	96 98
102-9	供應鏈	5.1.1 價值鏈管理	94
102-10	組織與其供應鏈的重大改變	1.1.1 關於台北 101	18
102-11	預警原則或方針	1.3.1 誠信經營 4.1.1 天然災害風險管理 4.1.2 人為災害風險管理 4.2.1 食品安全 4.2.2 公共衛生 4.2.3 舒適安心的環境 4.3.1 員工安全 4.3.2 外包廠商安全	35 78 80 84 85 87 89 90
102-12	外部倡議	1.3.3 外部參與 3.3.1 友善措施	37 73
102-13	公協會的會員資格	1.3.3 外部參與	37
倫理與誠信			
102-16	價值、原則、標準及行為規範	1.1.2 願景與使命 1.3.1 誠信經營	20 33
治理			
102-18	治理結構	1.2.1 公司治理架構 1.2.2 永續治理	26 31
102-38	年度總薪酬比率	5.2.2 員工薪資及福利	100
102-39	年度總薪酬增加之百分比	5.2.2 員工薪資及福利	100
利害關係人溝通			
102-40	利害關係人團體	利害關係人溝通	8
102-41	團體協約	利害關係人溝通	8
102-42	鑑別與選擇利害關係人	利害關係人溝通	8

指標	說明	揭露位置	頁數
利害關係人溝通			
102-43	與利害關係人溝通的方針	利害關係人溝通 5.3.2 產品及服務品質與透明溝通	8 108
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	利害關係人溝通 重大主題鑑別 5.3.2 產品及服務品質與透明溝通	8 10 108
102-45	合併財務報表中所包含的實體	重大主題鑑別	10
102-46	界定報告書內容與主題邊界	重大主題鑑別	10
102-47	重大主題表列	重大主題鑑別	10
102-48	資訊重編	重大主題鑑別	10
102-49	報導改變	重大主題鑑別	10
102-50	報導期間	關於本報告書	4
102-51	上一次報告書的日期	關於本報告書	4
102-52	報導週期	關於本報告書	4
102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告書	4
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書	4
102-55	GRI 內容索引	關於本報告書	114
102-56	外部保證 / 確信	關於本報告書	119

特定標準揭露

指標	說明	揭露位置	頁數
經濟 (Economy)			
經濟績效			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	1.1.3 永續策略藍圖	21
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.1.4 營運績效 5.2.2 員工薪資及福利	24 101
201-3	定義福利計劃義務與其它退休計畫	5.2.2 員工薪資及福利	101
201-4	取自政府之財務補助	1.1.4 營運績效 1.2.1 公司治理架構	25 29
市場地位			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.2.1 雇用狀況 5.2.2 員工薪資及福利	97 100
202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	5.2.2 員工薪資及福利	100
202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	5.2.1 雇用狀況	98
間接經濟衝擊			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	2.1.2 產官學合作交流平台 2.2.1 推動社會企業 2.2.2 推動文創產業 5.4.1 社區公益活動	42 46 50 110
203-2	顯著的間接經濟衝擊	2.2.1 推動社會企業 2.2.2 推動文創產業 2.3.1 嶄新觀光體驗 5.4.1 社區公益活動	47 50 52 113

指標	說明	揭露位置	頁數
採購實務			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.1.2 供應商	94
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	5.1.1 價值鏈管理	94
反貪腐			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	1.3.1 誠信經營 1.3.2 法規遵循	32 36
205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	1.3.1 誠信經營	34
205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.3.1 誠信經營	34
205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	1.3.1 誠信經營	34
環境 (Environment)			
能源			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	3.2.1 能源管理	63
302-1	組織內部的能源消耗量	3.2.1 能源管理	64-65
302-3	能源密集度	3.2.1 能源管理	65
302-4	減少能源消耗	3.2.1 能源管理	63
302-5	降低產品和服務的能源需求	3.2.1 能源管理	64
水			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	3.2.3 水資源管理	68
303-1	依來源劃分的取水量	3.2.3 水資源管理	68
303-3	回收及再利用的水	3.2.3 水資源管理	68
生物多樣性			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	3.3.1 友善措施	72
304-3	受保護或復育的棲息地	3.3.1 友善措施	72
排放			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	3.2.2 溫室氣體排放管理	66
305-1	直接 (範疇一) 溫室氣體排放	3.2.2 溫室氣體排放管理	67
305-2	能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	3.2.2 溫室氣體排放管理	67
305-3	其它間接 (範疇三) 溫室氣體排放	3.2.2 溫室氣體排放管理	67
305-4	溫室氣體排放密集度	3.2.2 溫室氣體排放管理	67
305-5	溫室氣體排放減量	3.2.1 能源管理	63
廢污水和廢棄物			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	3.2.4 廢棄物處理	70
306-2	按類別及處置方法劃分的廢棄物	3.2.4 廢棄物處理	70、72

指標	說明	揭露位置	頁數
有關環境保護的法規遵循			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	1.3.2 法規遵循	36
307-1	違反環保法規	1.3.2 法規遵循	36
供應商環境評估			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	3.1.2 環境保護機制 5.1.1 價值鏈管理	60 94
308-1	採用環境標準篩選新供應商	5.1.2 供應商	95
社會 (Society)			
勞雇關係			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.2.1 雇用狀況	97
401-1	新進員工和離職員工	5.2.1 雇用狀況	99
401-2	提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	5.2.2 員工薪資及福利	101
401-3	育嬰假	5.2.2 員工薪資及福利	102
勞 / 資關係			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.2.2 員工薪資及福利	100
402-1	關於營運變化的最短預告期	5.2.2 員工薪資及福利	101
職業安全衛生			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	4.3.1 員工安全	90
403-1	由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	4.3.1 員工安全	90
403-2	傷害類別, 傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率, 以及因公死亡件數	4.3.1 員工安全	90
403-3	高職業疾病發生率與高職業風險的工作者	4.3.2 外包廠商安全	91
訓練與教育			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.1.3 外包廠商 5.2.3 員工訓練與溝通	89 103
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	5.1.3 外包廠商 5.2.3 員工訓練與溝通	96 103
404-2	提升員工職能及過渡協助方案	5.2.3 員工訓練與溝通	104
404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.2.3 員工訓練與溝通	104
員工多元化與平等機會			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.2.1 雇用狀況	97
405-1	治理單位與員工的多元化	1.2.1 公司治理架構 5.2.1 雇用狀況	28 98
405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	5.2.2 員工薪資及福利	100
不歧視			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.2.1 雇用狀況	97
406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	5.2.1 雇用狀況	98

指標	說明	揭露位置	頁數
供應商社會評估			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.1.2 供應商	94
414-1	使用社會標準篩選之新供應商	5.1.2 供應商	95
童工			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.2.1 雇用狀況	97
408-1	營運據點和供應商使用童工之重大風險	5.1.2 供應商 5.2.1 雇用狀況	95 98
強迫與強制勞動			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.2.1 雇用狀況	97
409-1	具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	5.1.2 供應商 5.2.1 雇用狀況	95 98
保全實務			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.1.3 外包廠商	95
410-1	保全人員接受人權政策或程序之訓練	5.1.3 外包廠商	96
原住民權利			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.2.1 雇用狀況	97
411-1	涉及侵害原住民權利的事件	5.2.1 雇用狀況	98
當地社區			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.4 社會參與	110
413-1	經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	5.4.1 社區公益活動	111
行銷與標示			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	5.3.2 產品及服務品質與透明溝通	106
417-1	產品和服務資訊與標示的要求	5.3.2 產品及服務品質與透明溝通	106
顧客健康與安全			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	4.2.1 食品安全	84
416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	4.2.1 食品安全	85
社會經濟法規遵循			
103	管理方針 (103-3 資訊省略 – 無法取得資訊)	1.3.2 法規遵循	36
419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	1.3.2 法規遵循	36



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE TAIPEI FINANCIAL CENTER CORP.'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORT FOR 2017

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE/VERIFICATION

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by Taipei Financial Center Corp. (hereinafter referred to as Taipei 101) to conduct an independent assurance of the Corporate Social Responsibility Report for 2017 (hereinafter referred to as CSR Report). The scope of the assurance, based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology, included the sampled text, and data in accompanying tables, contained in this report.

The information in the Taipei 101's CSR Report of 2017 and its presentation are the responsibility of the management of Taipei 101. SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in Taipei 101's CSR Report of 2017.

Our responsibility is to express an opinion on the report content within the scope of verification with the intention to inform all Taipei 101's stakeholders.

The SGS protocols are based upon internationally recognized guidance, including the Principles contained within the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) 101: Foundation 2016 for accuracy and reliability and the guidance on levels of assurance contained within the AA1000 series of standards and guidance for Assurance Providers.

This report has been assured using our protocols for:

- AA1000 Assurance Standard (2008) Type 1 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2008) at a moderate level of scrutiny; and
- evaluation of the report against the Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (2016)

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, CSR committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant. Financial data drawn directly from independently audited financial accounts has not been checked back to source as part of this assurance process.

STATEMENT OF INDEPENDENCE AND COMPETENCE

The SGS Group of companies is the world leader in inspection, testing and verification, operating in more than 140 countries and providing services including management systems and service certification; quality, environmental, social and ethical auditing and training; environmental, social and sustainability report assurance. SGS affirm our independence from Taipei 101, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, EICC, QMS,

EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

VERIFICATION/ ASSURANCE OPINION

On the basis of the methodology described and the verification work performed, we are satisfied that the information and data contained within Taipei 101's CSR Report of 2017 verified is accurate, reliable and provides a fair and balanced representation of Taipei 101 sustainability activities in 01/01/2017 to 12/31/2017.

The assurance team is of the opinion that the Report can be used by the Reporting Organisation's Stakeholders. We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting. In our opinion, the contents of the report meet the requirements of GRI Standards in accordance with Core Option and AA1000 Assurance Standard (2008) Type 1, Moderate level assurance.

AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2008) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

Inclusivity

Taipei 101 has demonstrated a commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. Taipei 101 has applied an indirect approach in current process of assessing stakeholders' concern extent toward sustainability issues. For future reporting, it is encouraged to have more direct involvement of stakeholders during subsequent process of identifying material topics.

Materiality

Taipei 101 has established processes for determining issues that are material to its business. And the report addresses these issues at an appropriate level to reflect their importance and priority.

Responsiveness

The report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback. For future reporting, it is recommended to seek feedback from stakeholders actively and describe stakeholder views of the accuracy and usefulness of previous reporting cycle.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE REPORTING STANDARDS (2016) CONCLUSIONS, FINDINGS AND RECOMMENDATIONS

The report, Taipei 101' CSR Report of 2017, is in line with GRI Standards in accordance with Core Option. The material topics and their boundaries within and outside of the organization are properly defined in accordance with GRI's Reporting Principles for Defining Report Content. Disclosures of identified material topics and boundaries, and stakeholder engagement, GRI 102-40 to GRI 102-47, are correctly located in content index and report. For future reporting, Taipei 101 may consider demonstrating the management approach in PDCA logic (GRI 103-2). When reporting on goals for each material topic, the expected results are suggested to be set, if applicable, with quantitative objectives. It is also proposed to explain the mechanisms for evaluating the effectiveness of the management approach specifically (GRI 103-3). For GRI 413-1, it is recommended to disclose more assessment activities or management plans in relation with potential impacts on local communities in future report.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



David Huang, Director

Taipei, Taiwan

13 June, 2018

WWW.SGS.COM



AA1000

Licensed Assurance Provider
000-8



TAIPEI IOI

台北金融大樓股份有限公司
2017 企業社會責任報告書

發行單位 台北金融大樓股份有限公司
發行人 周德宇
編輯 企業永續發展小組
地址 台北市 110 信義路 5 段 7 號 59 樓
電話 + 886 2 8101 8813
電子郵件 CSR@tfc101.com.tw
網址 <http://csr.taipei-101.com.tw/>
出版日期 2018 年 7 月



本報告書採用環保大豆油墨印刷及 FSC 環保認證之紙張，
為環境更加美好盡一份心力



TAIPEI IOI