

總經理的話

2025 年，全球局勢持續處於高度不確定之中。極端氣候衝擊加劇，能源與減碳議題更加迫切，地緣政治變動、通膨壓力與消費結構轉變，也為百貨零售產業帶來新的挑戰與轉機。面對多變的環境，新光三越始終秉持穩健經營的初心，深化企業韌性，並以創新驅動成長，穩步邁向永續發展的長期目標。

回顧過去一年，我們在挑戰中持續前行。面對快速演變的零售環境，新光三越也持續推動成長與轉型動能。在營運發展上，全台第 16 間分店—台南小北門於 2025 年 9 月正式開幕，以全新潮流社交生活提案與在地連結，打造融合購物、藝術與生活體驗的城市社交新場域。同時，新光三越也勇於打破傳統百貨框架，積極推動業態創新，與日本新宿伊勢丹 ISETAN MEN'S 合作打造「SKM MEN'S」，聚焦男性生活風格與消費需求，開創台灣百貨男裝業態新風貌。並且也攜手韓國現代百貨，首次在台打造快閃店，引進 11 個韓國潮流品牌，為消費者帶來與國際潮流零時差的嶄新體驗，持續強化鏈結全球趨勢的能力。

截至 2025 年，新光三越會員數已累積近 450 萬人，龐大的會員基礎來自長期與顧客互動所建立的深厚信任。我們持續優化數位工具與服務體驗，包括擴增 skm points 合作版圖、官網串聯 skm online 與 skm eats 提升導流效益等，並且強化數據應用能力，提升顧客體驗與營運效率。不僅如此，skm app、skm online、skm eats 等數位平台亦持續優化，串聯線上與線下體驗，全面深化 OMO 全通路策略，打造以顧客為核心的生活服務生態圈。此外，2025 年正式推出「金卡」會員級別，進一步深化高價值客群經營，讓會員不僅是消費者，更成為與新光三越共同成長的重要夥伴。

在永續實踐方面，新光三越持續將永續理念融入日常消費體驗中。2025 年紙袋減量活動擴大至全台推行，並且首度舉辦「T368 城鄉物產展」與「綠循環生活展」兩個永續主題展覽，不僅推動在地小農走進百貨商場，也引進多家循環經濟品牌廠商，讓永續不僅是倡議，更成為顧客可參與的生活行動，攜手顧客從日常購物中實踐環境友善。

展望未來，2026 年新光三越也將正式進駐台北車站商場，台北車站不僅是台灣重要的交通樞紐，更是國際旅客認識台灣的重要門戶。新光三越將以「Window to the World」作為發展願景，結合多年百貨經營經驗與數位創新能力，串聯交通、商業、文化與生活服務，聚焦嶄新空間服務設計、多元商品業態規劃、跨領域藝文策展、韌性安全管理四大發展面向，打造兼具國際視野、台灣在地特色與生活便利性的城市新場域，讓世界透過台北車站看見台灣，也讓更多國內外旅客在此感受台灣多元的人文魅力與生活樣貌。

新光三越將以更謙遜且務實的態度，以「信賴安全把關」、「幸福共好營造」、「綠色環境推進」、「文化藝術普及」四大永續策略主軸為核心，深化各項行動，持續創新與突破。我們相信，企業的價值不僅在於創造經濟成果，更在於對社會與環境帶來長遠的正向影響。未來，新光三越將持續深耕在地、連結國際，成為人與人、人與社會、人與自然之間美好關係的起點，打造兼具溫度與價值的 Living Center，攜手利害關係人共創永續未來，以行動實踐永續的承諾，Together, Making Life Better！

新光三越總經理

吳昕陽

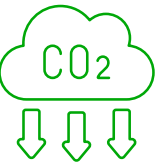


2025 年度亮點

環境面

綠色營運

綠色營運全社節電 **21,758 千度**，相當於減少 **6,644 公噸** 碳排放



紙袋減量

全台推行不主動提供購物紙袋，鼓勵民眾自備購物袋，共計 **604.3 萬** 人次倡議，減少 **544 公噸** 碳排放



環保包材

skm online 與法雅客推動網購綠色包材皆達成再生料摻配比率達 **25%** 以上，循環紙箱專案更減少 **876 公斤** 碳排放



綠色採購

綠色採購占事務性採購 **76%**，並持續擴大推動



環保贈品

持續推動環保贈品，年度共使用 **12 萬** 支回收寶特瓶再製贈品，減少 **3 公噸** 碳排放量



循環經濟

首度舉辦 RE:ACTION 綠循環生活展，聯手 **48 個** 品牌以上推廣循環經濟



社會面

文化藝術推廣

長期投入文化藝術推廣，經典年度系列展覽觀展人次逾 **23 萬** 人



SKM 美感藝術計畫

新光三越文教基金會 SKM 美感藝術計畫已連續 **3 年** 支，2025 年前進 **7 個** 縣市、**7 所** 校園，陪伴 **238 名** 學童



T368 城鄉物產展

首度舉辦 T368 城鄉物產展，推廣來自 **91 個** 城鄉的 **118 個** 在地小農品牌



支持在地業者

支持在地業者，超市生鮮在地採購比例 **65%**



多元共融職場

打破制服性別框架，支持員工自主選擇，滿意度 **8 成** 以上；落實職場安全、申訴保障、母性保護與育兒共享



經濟與治理面

skm pay 綁定人數破百萬

skm pay 總綁定人數於 2025 年正式突破百萬，平均每使用者綁定 **1.4 張** 信用卡，總業績占全店業績約 **37.7%(+0.5%)**



skm points 278 億點

skm piont 2025 年發出 **278 億** skm piont，回收 **96.4%**，展現持續穩健的高回流率，點數經濟運作穩定，有效強化會員消費動能



提供美好生活體驗

持續以新體驗、新消費、新永續，不斷提供消費者美好生活體驗。開設全台第 **16 間** 分店—台南小北門



開創百貨男裝新業態

打造全台首座以男性潮流選物為核心的時尚場域—**SKM Men's**，開創百貨男裝新業態成立



台灣首度合作快閃店

攜手韓國現代百貨打造台灣首度合作快閃店，引進韓國潮流品牌，強化國際零售夥伴關係與全球趨勢鏈結資安



取得各項國際認證

整合能源、環境、顧客關係、資訊安全、隱私保護及職業安全衛生等管理機制，並取得相關國際標準認證，持續強化管理效能，詳見第 6 頁。



2025 年度獲獎肯定



2025 年度認證

✓ ISO 10002	▶ 客戶抱怨處理管理系統
✓ ISO 27001	▶ 資訊安全管理系統
✓ ISO 27701	▶ 隱私資訊管理系統

✓ ISO 45001	▶ 職業安全衛生管理系統
✓ ISO 50001	▶ 能源管理系統
✓ ISO 14001	▶ 環境管理系統

✓ ISO 14064	▶ 溫室氣體盤查系統
✓ PCI DSS	▶ 支付卡產業資料安全標準



SDGs 行動

新光三越長年推動企業社會責任，屢獲永續獎項肯定。秉持「放眼世界、心懷當地」為永續發展核心願景，致力打造體驗美好生活的平台，透過本業營運結合企業永續發展，持續於公共安全、在地連結、文化推廣、環境保護及社會共融等面向投入資源。

本公司規劃「信賴安全把關、幸福共好營造、綠色環境推進、文化藝術普及」四大永續策略，作為公司整體營運服務與管理機制架構基礎。策略對應環境(Environmental)、社會(Social)與公司治理(Governance)等 ESG 核心議題，確保各項營運服務內容於規劃與執行階段，皆能兼顧服務品質、公共價值及永續影響。

3

良好健康
和福祉



SDG3 | 健康與福祉

- ✓ ISO 45001 職業安全衛生管理系統驗證。
- ✓ 推動永續食安 2.0 確保消費者健康與安全。

4

優質教育



SDG4 | 優質教育

- ✓ 建立人才梯隊管理，系統性培育百貨業人才。
- ✓ 前進偏鄉陪伴孩童享優質教育推行教育平權。

5

性別平等



SDG5 | 性別平等

- ✓ 落實多元與性別平等之人力政策，管理職男女比例為 4：5，女性董事席位符合金管會至少 1 席之標準。
- ✓ 完善育嬰、托育與親職支持。
- ✓ 性騷擾防治辦理教育訓練，建立保密申訴與處理機制。

6

潔淨水與衛生



SDG6 | 淨水與衛生

優先採購節水標章商品，強化員工節水行動，並依照政府規範排放處理汙廢水。

8

尊嚴就業與
經濟發展



SDG8 | 就業與經濟成長

- ✓ 完善人資制度與具競爭力薪酬，落實職安與健康促進，打造安全、尊嚴且友善工作環境。
- ✓ 透過營運優化與數位轉型推動穩健成長，促進中小企業與區域經濟發展。

9

產業創新與
基礎設施



SDG9 | 永續工業與基礎建設

- ✓ 推行數位轉型、整合OMO購物生態圈，提升零售科技應用與產業創新能力。
- ✓ 導入 ISO 27001 及 ISO 27701 管理系統並通過驗證，建置完善資訊安全與隱私管理機制。

10

減少不平等



SDG10 | 消弭不平等

- ✓ 設置長者、嬰幼兒及其他行動不便族群所需之友善設施。
- ✓ 落實多元與平等雇用政策，採取適才任用的人力資源管理制度，積極聘僱不同族群員工。

11

永續城市
與社區



SDG11 | 永續城鄉

- ✓ 協助在地品牌、農產與小農進入百貨管道，推動城鄉連結。
- ✓ 長期投入文化藝術推廣，將百貨打造為民眾接觸藝術最親切的管道。

12

負責任的
消費與生產



SDG12 | 責任消費與生產

- ✓ 推動永續生活，並倡議綠色消費與循環經濟。
- ✓ 推動營運減塑、無紙化。
- ✓ 推動賣場購物袋減量。

13

氣候行動



SDG13 | 氣候行動

導入 ISO 50001、ISO 14064、ISO 14001 等國際認證，並落實能源管理、溫室氣體盤查及環境管理。朝每年 1.5% 減碳目標推行。

17

夥伴關係



SDG17 | 永續發展夥伴關係

- ✓ 秉持共創永續影響力的理念，串聯利害關係人，推動跨領域專案，構建永續共好生態系。
- ✓ 加入 26 個公協會組織，發揮產業影響力。