



永續報告書

潤泰全球股份有限公司

RUENTEX INDUSTRIES LTD.





目 錄

關於本報告書 3

經營者的話 5

關於潤泰全球 7

◆ 經營理念

◆ 基本資料

2023年永續亮點績效 12

利害關係人與重大議題 13

CH1.

誠信企業

1.1 公司治理 23

1.2 誠信經營與反貪腐 29

1.3 法規遵循 30

1.4 供應鏈管理 32

1.5 風險管理 34

1.6 產品創新研發 36

1.7 商品品質與顧客關係 38

1.8 代理品牌與行銷管理 42

CH2.

推動永續環境

2.1 氣候變遷因應 45

2.2 能源及溫室氣體管理 49

2.3 廢棄物管理 51

2.4 水資源管理 53

CH3.

打造友善職場

3.1 人權保護 54

3.2 人才招募與培育 59

3.3 員工福利 62

3.4 職業安全與健康 65

3.5 勞資關係 67

附錄

GRI Standards揭露項目對照表 68

TCFD對照表 71

上市上櫃公司氣候相關資訊 72

會計師有限確信報告 75



關於本報告書

本報告書為潤泰全球股份有限公司(以下簡稱本公司或潤泰全球)2023年永續報告書(SUSTAINABILITY REPORT)，(以下簡稱本報告書)，透過此報告書的發行，呈現潤泰全球在公司治理、社會參與及環境保護之作為及各項數據，實踐永續發展的企圖心，以符合客戶及利害關係人的需求。

本報告書資料及數據由報告書編製小組彙整編輯初稿及主管校閱及修訂，再循行政程序送董事長核閱後定稿出版。

報告範疇與邊界

本報告書內容除財務績效以合併財務報表範疇提供外，其餘內容皆以潤泰全球在台灣地區的總公司以及中和分公司營運據點之活動為主要範疇，報告書中若提及重要營運據點，亦指台灣地區。

報告書期間

本報告書為潤泰全球2023年度(2023年1月1日至2023年12月31日)於環境、社會(人權)及治理相關之執行情形。本報告書預計每年發行一次，於2017年12月首次出版。

上一版本發行時間為2023年9月

下一版本預計發行時間為2025年8月

撰寫依據

本報告書依循全球報告倡議組織(Global Reporting Initiative, GRI)所頒布之2021年版GRI永續報告準則(GRI Sustainability Reporting Standards, GRI Standards)、氣候相關財務揭露(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)及臺灣證券交易所上市公司編製與申報永續報告書作業辦法編製而成。

資訊揭露

本報告書的財務數據部份係採用經資誠聯合會計師事務所簽證後之公開揭露資訊，所有財務數據以新臺幣為計算單位。其他數據則由潤泰全球自行彙整與統計所得，以一般慣用的數值描述方式，採四捨五入為原則。

報告書確信

本公司委託勤業眾信聯合會計師事務所，對特定績效指標按中華民國會計研究發展基金會所發布確信準則 3000 號(TWSAE3000)非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件，進行有限確信(Limited Assurance)，會計師有限確信報告請詳本報告書附錄。



聯絡資訊

本報告書下載網址：

http://www.ruentex.com.tw/financial/Financial_cn.htm

對於本報告書或潤泰全球於永續發展之規劃與實踐，有任何指教或建議，請聯繫：

聯絡窗口：潤泰全球股份有限公司 總經理室

地址：台北市中山區八德路二段308 號 13 樓之一

網址：<http://www.ruentex.com.tw/ruentexService/Forms/default.aspx>

電話：+886 2 81617999 分機 3354

傳真：+886 2 81617966

Email：rt004602@mail.ruentex.com.tw



經營者的話

潤泰全球自創立以來，始終堅持「品質卓越、創新、顧客第一」的精神，不斷推動創新、提升專業水準，並堅持提供卓越的服務。我們的業務從紡織業起步，逐漸拓展至服飾零售、商品量販等多個產業，發展成為今日的規模。

回顧2023年，全球經濟環境依然充滿挑戰。通貨膨脹持續上升，全球多國央行採取緊縮貨幣政策，對市場產生了深遠的影響。烏俄戰爭未見平息，美中貿易和科技戰也在持續，這些因素使全球經濟前景充滿不確定性。然而，隨著新冠疫情的影響逐漸減弱，國內外旅遊和消費需求回升，推動了市場復甦。在這樣的背景下，潤泰全球的經營團隊以積極的態度應對挑戰，2023年實現了穩定成長，並期待未來能持續為股東創造更大的價值。

潤泰全球堅持多元化發展和多角化經營策略，通過貿易方式經營紡織本業，服務國際服飾品牌的大客戶。同時，我們持續發展品牌服飾零售業務，目前代理了包括Nautica、Jeep、Eden Park在內的多個國際品牌，並涉足代理茶飲品牌Whittard。2023年，我們的顧客滿意度保持在高水平。我們不斷開發並尋找更多具競爭力的商品和品牌合作，逐步擴大業務規模。

潤泰全球深耕環保布料開發，運用多種紡織業用的新永續素材，包括生質尼龍紗、工業廢氣回收聚酯紗、零碳莫代爾、回收再生棉紗或低碳排的漢麻纖維等。同時開發多項具有環保機能的衣著用布，例如100%環保成份的消臭抗菌加工、環保長效涼感加工、石墨烯印花加工等。期望在創造高附加價值和產品差異化的同時，實現生態平衡，減少對環境的負面影響，提升產品價值和市場競爭力。

「永續經營」是潤泰全球的核心願景，我們在治理、環境和社會三個方面（Environment, Social Governance, ESG）具體實踐企業營運。治理方面，我們積極配合主管機關的永續政策，於2023年全面導入氣候變遷風險管理制度，識別氣候變遷相關的風險和機會，評估相關影響，為未來管理氣候變遷風險奠定基礎。我們依照永續會計準則委員會（SASB）揭露產業指標數據，增強永續資訊的透明度，改善與利害關係人的溝通。環境方面，為應對氣候變遷問題並響應主管機關要求，2023年依循ISO 14064-1:2018標準進行溫室氣體盤查，根據盤查結果制定具體的減排策略和目標。社會方面，我們持續遵循潤泰集團的理念和精神，發揮企業的永續影響力，為社



會帶來正面效益。

展望未來，潤泰全球將繼續以「潤澤社會，泰安民生」為願景，通過拓展多角化經營，提升營運績效，創造最佳股東回報。我們將堅持顧客第一的理念，提供最高品質的產品和最佳服務；並通過不斷的研發和創新，開發更環保和環境友善的產品，致力減少產品的環境足跡。我們期望與價值鏈中的合作夥伴攜手成長，共同履行永續公民責任，實現永續發展目標，為企業和社會帶來雙重正面效益和深遠影響。



潤泰全球股份有限公司

總經理 徐志漳



關於潤泰全球

經營理念

潤泰全球秉持「品質卓越、創新、顧客第一」的經營理念，致力於提供卓越品質的產品和服務，透過不斷的創新，不僅在商品設計上不斷追求獨特性和流行趨勢，同時也在營銷、銷售渠道等方面實現創新突破。潤泰全球始終將顧客的需求和滿意度置於首位，不僅提供方便的購物體驗，更不斷聆聽顧客的意見和反饋，以不斷提升我們的產品和服務，實現與顧客共同成長。

為實踐潤泰全球的經營理念，採取以下策略：

建立全球領先的高級布料供應中心：潤泰全球持續投資於研發和人才，以確保生產高品質布料，透過與優秀供應商合作，採取嚴格的品質控制，不斷改進產品，以滿足客戶需求，並透過創新材料和生產方法，同時達到永續發展及業務成長。

提供消費者一流品牌零售服務：我們重視客戶體驗，培訓專業團隊，提供專業建議、個性化服務，與消費者建立信任關係。透過優質陳列、互動體驗，營造愉悅購物環境，讓顧客享受購物過程。

提供顧客物美價廉、舒適便利且一次購足的購物環境：潤泰全球努力控制成本，保持合理價格，同時確保商品品質，同時結合線上平台，實現無縫購物體驗，滿足消費主多樣需求。

善用資源，創造多角化企業體：潤泰全球善用資源，尋求多元業務機會，整合核心優勢，拓展相關產業。透過戰略投資、技術合作，實現業務多元化，持續提升整體競爭力，達到長期穩定成長。

品質卓越

潤泰全球秉持潤泰集團的一貫傳統，首重品質。因為，唯有品質達到客戶需求，甚至是超越客戶預期，做到讓客戶真正滿意，才能在同業間勝出，成為客戶的首選。

創新

創新，不斷的為客戶、股東與社會創新價值，也因為有創新的價值，才能滿足不斷變化的市場需求。

顧客第一

就企業經營而言，我們的顧客除了是帶來收益的客戶外，股東、員工、供應商等也都是顧客。而企業經營的目標就是要創造這些顧客的滿意。是以，潤泰全球以顧客第一、追求卓越品質與不斷創新作為各事業單位共通的經營理念，最高理想是能成為提供品牌與零售商最佳服務的領導廠商，以在競爭洪流中達成企業的永續經營。



基本資料

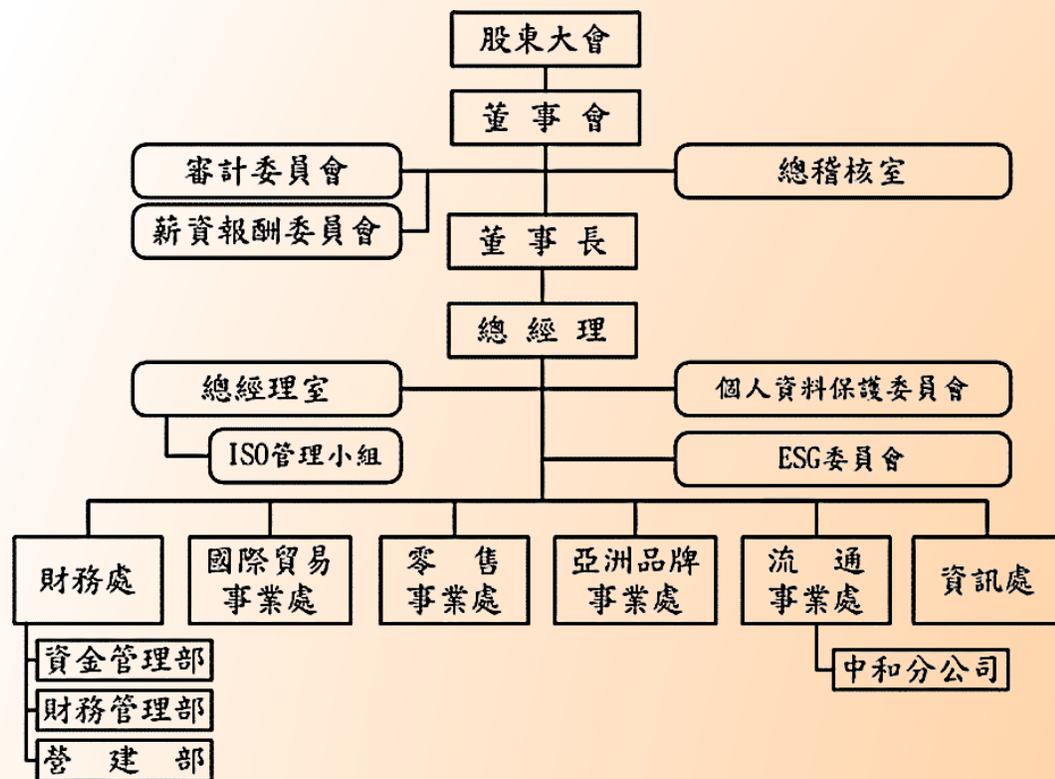
公司名稱	潤泰全球股份有限公司
公司性質	上市公司
創立時間	1976年1月14日
董事長	徐盛育
總經理	徐志漳
總部位置	臺灣台北市中山區八德路二段308號13樓
資本額	新台幣11,043百萬元
員工總人數	530人
主要業務	代理銷售業務:Nautica、JEEP、Eden Park等世界知名品牌服飾及Whittard茶品 布疋產品之貿易與國內外成衣接單及銷售業務 量販事業之業務

潤泰全球源於1976年1月14日，由華信紡織股份有限公司與潤泰紡織染整工業股份有限公司合併為華信潤泰股份有限公司，於同年6月30日更名為潤泰工業股份有限公司，嗣因業務需要於1990年5月更名為「潤泰紡織股份有限公司」，後於2002年6月配合公司多角化經營策略，更名為「潤泰全球股份有限公司」。

潤泰全球多年經營，建立一個專職服飾品牌行銷服務的領導平台，區分為國貿事業、ODM事業及品牌事業三大區塊，提供全球各大服飾品牌客戶從設計開發、生產、到行銷規劃的專業服務。從打樣、染整、布料、到成品，每一個細節皆嚴格掌控，完成客戶對品質的要求與如期交貨的承諾。潤泰全球提供「一次購足」服務，透過「供應鏈服務系統」，能有效縮短交期、掌控品質，為客戶提供更好的服務。為滿足消費者對時尚潮流服飾的需求，行銷策略依照品牌獨特定位，規劃店面與產品陳列，呈現全球一致化的品牌形象，向消費者提供專業周到的服務，實現提升銷售的最終目標。



組織結構



主要業務佈局

潤泰全球主要業務為品牌代理零售，另有紡織成衣貿易、量販業務、營建及轉投資。本公司代理服飾Nautica、Jeep Spirit、Eden Park及茶飲品牌Whittard，強調市場擴展與數位化轉型。透過創新商品開發、國際貿易，提供多元商品。紡織成衣貿易著重客戶深耕，供應商聯盟，提升業績。量販業務則透過線上平台、促銷、外送服務滿足多樣需求。營建事業以穩健開發增進獲利。轉投資則審慎評估風險，創造多元獲利來源。

在品牌代理之零售業務，目前代理三個服飾品牌Nautica, Jeep Spirit, Eden Park，一個茶飲品牌Whittard，均已建立市場知名度。營銷方面將持續拓展潛力佳的新銷售點、線上購物平台，增加數位工具的應用，提供顧客便利的購物選擇。商品設計開發上，則透過商品設計及與國外其他代理商合作，開發出多樣性、流行性商品，更貼近消費者需求。長遠目標，藉由整合資源開發更多具競爭力商品和品牌，逐步擴大事業規模。

紡織成衣貿易方面，透過產品開發設計與整合服務優勢，深耕主力客戶及持續開發歐美知名品牌客戶，來提升業務收入。同時透過供應商策略聯盟，擴大機能性產品與針織市場，以爭取更多客源及訂單量。往後本公司仍將藉由不斷的創新開發以順應市場與產品的快速變化，並協同客戶開發設計的服務，創造附加價值與差異化，厚實競爭力。



量販業務方面，因應消費者購物習慣的改變，在銷售方面已推動線上購物平台，增加線上銷售能力。在促銷活動上則透過通訊軟體建立官方平台，提升顧客來店頻率，並發展E-business模式，與外送平台業者合作增加生鮮外送服務，提供顧客更多元化的選擇。同時，運用聯合採購優勢，期許業績能維持穩定成長。

營建事業方面，秉持著「穩健開發原則」以自有土地開發或合建投資方式，增加本公司的獲利能力。

本公司的轉投資事業仍將在「保守審慎評估、權衡效益風險」之原則下慎選投資標的，從事國內外之投資，為本公司開創多角化的獲利來源。

營運績效

潤泰全球制定經營發展策略，透過紡織、零售及其他轉投資事業多角化經營，持續為股東創造最大價值。2023年潤泰全球合併營業收入為新台幣26億8,064萬餘元，合併稅後淨利為新台幣75億7,480萬餘元，每股盈餘新台幣7.19元。

單位：新台幣仟元，惟每股盈餘為新台幣元

項目	2021年	2022年	2023年
營業收入	2,695,981	2,874,195	2,680,640
營業毛利	956,447	980,963	936,413
營業費用	907,059	924,786	870,605
營業利益	49,388	56,177	65,808
營業外收入及支出	17,634,199	13,038,022	7,599,101
稅前淨利(損)	17,683,587	13,094,199	7,664,909
稅後淨利(損)	17,412,845	12,063,155	7,574,805

詳細財務績效請參酌本公司2023年合併財務報告，請見潤泰全球之財務資訊(http://www.ruentex.com.tw/financial/Financial_cn.htm)



項目	2021年	2022年	2023年
營業成本	1,739,534	1,893,232	1,744,227
員工薪資福利	457,422	487,857	420,486
分配股東紅利	2,824,303	3,671,594	2,208,638
繳納政府稅款	270,742	1,031,044	90,104

獲利能力

項目	2021年	2022年	2023年
資產報酬率(%)	11.23	9.40	7.16
權益報酬率(%)	14.63	11.79	8.40
稅前純益占實收資本額比率(%)	240.82	118.57	69.41
純益率(%)	645.88	419.71	282.57
每股盈餘(元)	25.05	15.55	7.19

潤泰全球主要參與之公協會

組織名稱	參與角色
台灣區絲織工業同業公會	候補理事、會員
台灣區紡紗工業同業公會	會員
台灣區織布工業同業公會	會員
台灣區棉布染整理工業同業公會	理事、會員
台灣產業用紡織品協會	會員
台灣區被服工業同業公會	會員
財團法人中華民國紡織業拓展會	董事、會員
進出口商業同業公會	會員

2023年永續亮點績效

環境

- 溫室氣體排放密集度為1.48 tCO₂e/營收
- 廢棄物總量減少6.53%、焚化量減少13.78%
- 中和分公司獲頒新北市「綠色循環商店五星獎」,「源頭減量典範獎」,「環保尖兵獎」

治理

- 零貪腐及違反誠信經營相關之事件
- 零售品牌滿意度調查平均得分4.0分以上(滿分5.0)
- 在地採購比例達76%

社會

- 每人平均教育訓練時數為11.6小時
- 身心障礙人數聘用佔比2.08%
- 女性主管佔比達7.93%、男性主管佔比5.28%
- 零重大勞資事件及員工申訴事件





利害關係人與重大議題

利害關係人溝通

潤泰全球依據國際標準AA 1000利害關係人議合原則，採用五大面向評估方法，考量責任、影響力、張力、多元觀點及依賴性，鑑別與排序利害關係人之關係程度。

潤泰全球於2022年時透過問卷方式評估利害關係人與潤泰全球之相互影響程度，由9位部門長官回填利害關係人鑑別評估問卷，將評估結果依關係程度由高至低排序，鑑別結果以客戶、主管機關、供應商、員工及投資人/股東等5類，為潤泰全球重要利害關係人與優先溝通對象。2023年經ESG專案小組與各部門討論後決定仍維持前一年度之鑑別結果。

利害關係人類別	利害關係人對潤泰全之重要性	關注議題	利害關係人溝通方式	2023年與利害關係人溝通實績
客戶	我們隨時掌握市場概況，透過研發能量及嚴謹品質提供客戶優質產品及服務，重視意見反饋，不斷與客戶共創價值。 我們謹記「顧客第一」的原則，提供消費者高品質、高價值的服務與產品，設有客服專線、神秘客稽核與滿意度調查，讓消費者擁有超值體驗。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 商品品質與顧客關係 ➢ 代理品牌與行銷管理 ➢ 法規遵循 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 電話、電子郵件 ➢ 客戶拜訪(來訪) ➢ 客戶滿意度調查 ➢ 社群媒體 ➢ 專櫃人員 ➢ 行銷活動 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 不定期電話溝通及每日郵件往返 ➢ 多次客戶拜訪及客戶來訪 ➢ 2023客戶滿意度調查結果平均滿意度分數皆達4.0分以上(滿分5.0)之優異成績 ➢ 不定期透過社群媒體接觸消費者第一線專櫃人員與消費者溝通 ➢ 不定期舉辦行銷活動
主管機關	我們遵循主管機關之相關規範，以誠信為核心經營理念，並定期進行相關報告，維持良好互動關係。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 公司治理 ➢ 氣候變遷 ➢ 溫室氣體管理 ➢ 員工福利 ➢ 社會參與 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 電話、電子郵件 ➢ 公文 ➢ 公報或法令宣導會 ➢ 國稅局稅務課程 ➢ 法規宣導/研討會/說明會 ➢ 公司內部稽核 ➢ 內控自評 ➢ 實際走訪 ➢ 消防編組演練 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 參與多次國稅局稅務課程 ➢ 參與多次不定期政令宣導、法規修訂之說明研討會 ➢ 內部稽核報告 ➢ 定期內控自評



利害關係人類別	利害關係人對潤泰全之重要性	關注議題	利害關係人溝通方式	2023年與利害關係人溝通實績
供應商	我們與供應商的互動，是以共同成長、雙贏共同爭取訂單為合作模式，共同為了完成客戶的訂單緊密合作。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 人權維護 ➢ 法規遵循 ➢ 商品品質與顧客關係 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 電話、電子郵件 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 不定期電話及電子郵件溝通 ➢ 廠商拜訪與來訪
員工	我們秉持以人為本的理念，建構良善正向的職場環境、提供員工公平發展的空間，並促進勞資間和諧的關係。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 職業安全與健康 ➢ 代理品牌與行銷管理 ➢ 商品品質與顧客關係 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 週/月會 ➢ 員工福利委員會 ➢ 電子郵件 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 召開4次員工福利委員會會議 ➢ 定期舉辦週/月會
股東/投資人	我們提供投資人充分經營與財務資訊，並不定期舉辦法人座談會，增進資訊揭露透明度保障投資人權益，並與銀行培養長期合作關係，保持優良信譽記錄。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 代理品牌與行銷管理 ➢ 誠信經營與反貪腐 ➢ 商品品質與顧客關係 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 股東會 ➢ 董事會 ➢ 公司網站 ➢ 法人拜訪 ➢ 電話、電子郵件 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 2023年召開股東會1次 ➢ 2023年召開董事會9次 ➢ 2023年召開法人座談會1次 ➢ 電話、電子郵件不定期詢問

利害關係人溝通管道

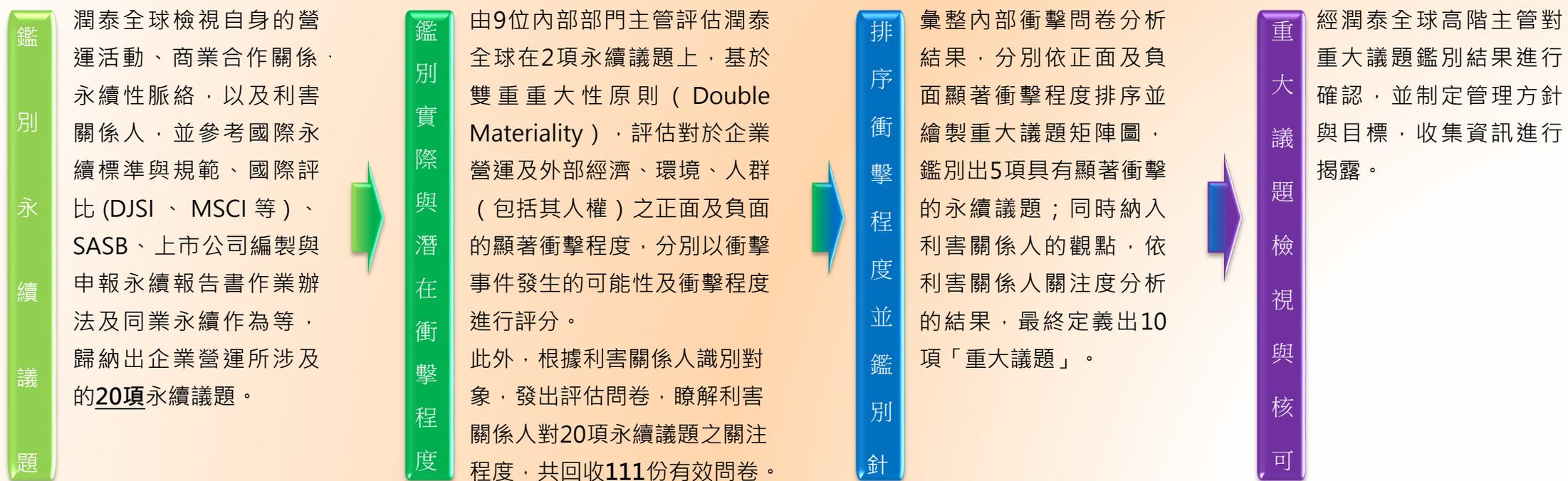
零售及檢舉服務	零售客服信箱： cservice@mail.ruentex.com.tw
其他利害關係人	電話：(02)8161-7999分機3354 鍾先生 檢舉信箱：RT-Report@mail.ruentex.com.tw

投資人關係	發言人：副總經理 李天傑 E-mail： RT000353@mail.ruentex.com.tw 電話：(02)8161-7999 聯絡人：股務室 鄭美卿 地址：104 台北市中山區八德路2段308號12樓 E-mail： cmc@mail.ruentex.com.tw 電話：(02)8161-9888 分機2260
-------	---

重大議題鑑別與執行流程

潤泰全球依循GRI 通用準則2021版GRI 3，進一步評估企業在整個營運活動和商業關係中鑑別其對經濟、環境和人群（包括其人權）的實際和潛在衝擊，以作為潤泰全球永續發展策略規劃的依據。

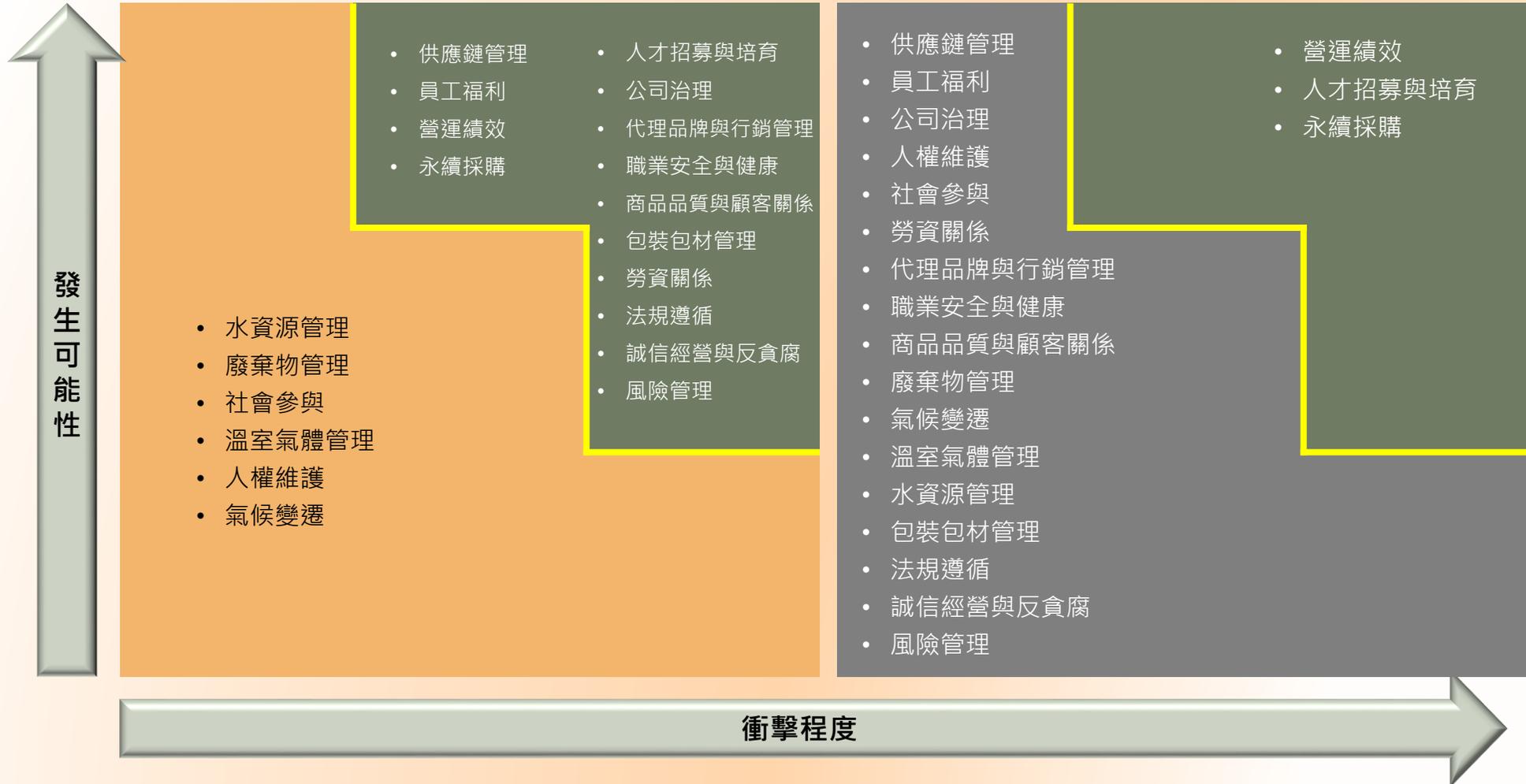
2022年度重新鑑別潤泰全球之永續議題，藉由各部門長官重新評估各永續議題之衝擊，並參考外部利害關係人的聲音，再由外部專家進行彙整性分析。潤泰全球2022年重大議題依序為供應鏈管理、員工福利、營運績效、永續採購、人才招募與培育、商品品質與顧客關係、公司治理、代理品牌與行銷管理、職業安全與健康及廢棄物管理，共10項。2023年透過內部討論及整合相關意見後，仍將依循前一年度(2022年度)之重大主題，連同本報告書提報董事長。





正面衝擊重大議題矩陣

負面衝擊重大議題矩陣





重大議題管理

重大議題	潛在或實際衝擊		政策/承諾	短、中、長期目標			申訴/評量機制	2023年管理成果	GRI/自訂重大主題
	正面衝擊描述	負面衝擊描述		短期1-3年	中期3-5年	長期5年以上			
供應鏈管理	具有符合ESG要求之價值鏈夥伴，將可提升企業聲譽	未妥善管理價值鏈夥伴之ESG作為，若發生負面事件，將衝擊企業聲譽	潤泰全球採購組依據各單位需求搜集有能力滿足需求之廠商，新廠商則需將公司經營項目、財務狀況等相關資訊呈報主管認可後，才可列入供應商名單。針對採購需求，需尋找符合資格之廠商對欲實施項目提供報價，公司內部會再針對報價資訊，會同需求單位進行比議價	與供應商進行宣導，將職業安全衛生、環境管理等要求納入供應商遴選、檢核與評鑑項目，帶動產業對於ESG議題之重視	進行供應商分級管理	透過供應商分級管理之結果，汰除不適任之供應商	供應商可透過電話、電郵等申訴窗口進行相關意見回饋	2023年度有交易之供應商共692家，皆符合本公司之要求	GRI 204:採購實務
員工福利	規劃完善的福利制度，以提升個人對公司之向心力及職涯發展所需的知識及技能，邁向有利提升公司之企業競爭力，邁向永續發展	福利制度不夠完善，員工向心力低落，將無法有效留住或引進優秀人才，公司競爭力下降	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優於法令規定之福利制度 2. 加強經驗能力的傳承，厚實公司永續發展的基礎 3. 落實公司環境、安全及衛生政策，以提供員工優良的工作環境 4. 強化經營體質及符合法規的管理體系，促成企業發展與員工發展 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 設置專責人員負責員工教育訓練 2. 符合品質管理，職業安全衛生及環境安全等法規需要的資格及需求 3. 員工專業能力提升補助 			定期調查就業市場與同業待遇、福利，與現有薪酬制度做比較	2023年員工薪資與福利支出合計新台幣401,501仟元	GRI 401:勞雇關係



重大議題管理

重大議題	潛在或實際衝擊		政策/承諾	短、中、長期目標			申訴/評量機制	2023年管理成果	GRI/自訂重大主題
	正面衝擊描述	負面衝擊描述		短期 1-3年	中期 3-5年	長期 5年以上			
營運績效	經濟績效是支持企業永續經營之重要因素之一，好的績效可以提升顧客、股東、投資人及員工對公司價值的認同	如經濟績效表現不佳，將造成公司形象損害及市價下跌，甚或影響公司營運	面對外在環境變動和挑戰，持續開發新產品與新運用，強化競爭力，降低生產成本，致力為股東創造價值，善盡社會責任，乃是本公司的企業經營使命。並藉由對內、對外之會議報告，充分與員工、股東及投資人等溝通營運近況及未來展望	1. 降低營運成本、精進內部管理，以強化競爭力。 2. 致力於開發新市場、新產品，提升經營績效，為股東創造價值。 3. 提升公司治理品質，維護股東權益、平等對待股東、強化董事會結構與運作、提升資訊透明度、落實企業永續發展	利害關係人可透過電話、電郵等申訴窗口進行相關意見回饋 經由股東會、法說會與股東及投資人進行溝通報告	2023年合併營業收入為新台幣26.81億元，較2022年減少6.73% 淨利歸屬於母公司業主為新台幣75億元，較2022年減少38.37%，每股盈餘為7.19元，較2022年減少8.36元	GRI 201:經濟績效		
永續採購	消費者及客戶日益關注其購買的商品的生產方式、來源等，持續增加永續採購佔比方能符合顧客對於商品的期待，亦可使社會與公司均得以獲益，並同時對環境的衝擊降至最低	若不能符合消費者及客戶對產品的期待，將使得消費者及客戶減少對購買公司產品或服務的意願	規劃全球貿易之採購流程，協助各地區客戶進行採購、審核供應商。	提升當地採購比例，評估供應商永續績效，降低供應鏈風險、對環境與社會的負面衝擊	利害關係人可透過電話、電郵等申訴窗口進行相關意見回饋	2023年在地採購比例為76%F	自定主題: 供應鏈管理		



重大議題管理

重大議題	潛在或實際衝擊		政策/承諾	短、中、長期目標			申訴/評量機制	2023年管理成果	GRI/自訂重大主題
	正面衝擊描述	負面衝擊描述		短期 1-3年	中期 3-5年	長期 5年以上			
人才招聘與培育	公司經營的穩定與成長需要憑藉著有穩定且素質良好的人員團隊，透過公平、公開的人才招募制度與完善的培育計畫，將可提升員工對公司之向心力及職涯發展所需的知識及技能，有利提升公司之競爭力，邁向永續發展。	沒有好的人才招募與培育制度，將無法引進及保留能為公司營運帶來良好績效之優秀人才，公司之經營將會面臨嚴重衝擊。	<ol style="list-style-type: none"> 對於員工需求的專業職能制定培訓計畫及定期的再訓練，藉由穩定的員工作能力進而提高公司績效。 加強經驗能力的傳承，厚實公司永續發展的基礎。 	<ol style="list-style-type: none"> 設置專責人員負責員工教育訓練。 企業人力資源提升計畫或充電起飛計畫之訓練補助。 	員工可透過電話、電郵等申訴窗口進行相關意見回饋。	2023 年的教育訓練總人次為2,485人次，受訓總時數6,145小時，共舉辦1,018堂訓練課程，內訓共316堂、外訓共7堂。	GRI 404: 訓練與教育		



重大議題管理

重大議題	潛在或實際衝擊		政策/承諾	短、中、長期目標			申訴/評量機制	2023年管理成果	GRI/自訂重大主題
	正面衝擊描述	負面衝擊描述		短期 1-3年	中期 3-5年	長期 5年以上			
商品品質與顧客關係	高品質的產品和良好的顧客關係能夠提高客戶滿意度及品牌忠誠度，提升品牌聲譽及市場競爭力	若產品的品質不符合預期或顧客感到不滿意，可能損害品牌聲譽，對業務收入造成損失	堅持高標準之品質要求，並以嚴謹的態度提供客戶與消費者高品質、高價值之產品服務	<ol style="list-style-type: none"> 1.提升產品、商品品質的管控，避免客戶、顧客因產品、商品瑕疵而取消訂單或退貨之情事，增加客戶、顧客對公司產品、商品品質的信心 2.積極完善並提高對顧客服務的品質，如售後服務、商品諮詢等服務，提供顧客優質購物體驗，提升顧客再次購買的意願 3.期許借由公司提供卓越的商品品質及完善的顧客服務，建立公司優質形象，進而增進公司業績 	<p>短期 1-3年</p> <p>中期 3-5年</p> <p>長期 5年以上</p>	神秘客訪查機制(不定期) 滿意度調查(每年)	<p>2023年所有產品標示皆符合法規要求，無違反有關產品與服務的健康和安全法規之情事</p> <p>2023年針對四個品牌執行顧客滿意度調查，平均滿意度分數皆達4.0分以上(滿分5.0)之優異成績</p>	GRI 416: 顧客健康與安全	
公司治理	公司運作良好，並符合法規規範，聲譽上升、投融資機會增加	危害公司信用評等，對外及利害關係人間的聲譽下降	<ol style="list-style-type: none"> 1.確保公司營運資訊公開透明，誠信經營，形塑守法文化 2.遵循法令規範與要求，積極推共公司治理與永續發展 3.強化與各利害關係人溝通，致力符合各利害關係人對公司永續發展的期待 	<p>短期 1-3年</p> <p>中期 3-5年</p> <p>長期 5年以上</p>	<p>董事會成員至少增加一名女性董事，落實性別平等政策</p> <p>制訂董事會成員與重要管理階層之接班規劃，以維持董事會成員與重要管理階層的專業與經驗度</p> <p>持續強化公司治理評鑑，並將評鑑結果提升至排序前20%之級距，形塑公司治理文化</p>	已設有發言人、代理發言人、以及投資人關係聯繫窗口，負責處理股東建議或糾紛等問題，並定期向董事會報告與利害關係人溝通情形	2023年無發生任何法規違反事件，無遭裁罰	<p>自訂主題: 公司治理</p> <p>GRI 405: 員工多元化與平等機會</p>	



重大議題管理

重大議題	潛在或實際衝擊		政策/承諾	短、中、長期目標			申訴/評量機制	2023年管理成果	GRI/自訂重大主題
	正面衝擊描述	負面衝擊描述		短期1-3年	中期3-5年	長期5年以上			
代理品牌與行銷管理	代理品牌與行銷管理運作良善，並符合法規規範，商譽上升、營運績效增加	欠缺代理品牌產品品質、管理及資訊安全維護機制，對外關係的商譽下降	潤泰全球提供完善、多元的商品及舒適安全的購物環境，讓顧客安心自在的選擇與消費商品。透過每半年SGS神秘客稽核店櫃人員服務品質及年度顧客滿意度調查，檢核人員服務品質並加以改善	持續執行代理品牌之服務品質稽核及年度顧客滿意度調查，以維持顧客安心自在選擇與消費商品	持續強化服務品質稽核及年度顧客滿意度調查，並將調查結果維持在非常滿意5.0分與滿意4.0分之級距(滿分5.0分)，穩固代理品牌之形象與行銷管理	持續執行流行時尚之代理品牌與行銷管理，拓展代理品牌版圖	神秘客訪查機制(不定期) 滿意度調查(每年)	2023年SGS神秘客訪查機制，依訪查專案進行代理品牌之銷售店櫃與營業門市訪查，查訪店數：NAUTICA 11間、JEEP 6間、Eden Park 2間、Whittard 6間	自訂主題: 代理品牌與行銷管理
職業安全與健康	提供及維護安全與衛生的工作環境，可維持公司穩定的營運及提升公司形象	如不進行安全衛生管理，除了可能造成員工傷亡外，公司亦可能面臨相關法規上的處罰，嚴重時亦可能造成營運中斷	<ol style="list-style-type: none"> 1. 遵守安全衛生法規及公司規定 2. 不斷的訓練，宣導及溝通，深植安全衛生意識 3. 持續安全衛生改善，邁向永續發展 	打造健康與安全職場，降低職災率與職安風險，保障員工職業健康、安全，同時提高員工向心力	災率與職安風		由稽核室負責6S的評比，每月通報，各部門依據評比結果進行檢討改進	2023年員工無職業災害事件發生 2023年無罹患職業病之員工	GRI 403: 職業安全衛生



重大議題管理

重大議題	潛在或實際衝擊		政策/承諾	短、中、長期目標			申訴/評量機制	2023年管理成果	GRI/自訂重大主題
	正面衝擊描述	負面衝擊描述		短期 1-3年	中期 3-5年	長期 5年以上			
廢棄物管理	能降低因法規裁罰之營業支出增加，減少成本浪費，進而影響企業永續競爭力	因法規裁罰造成營業支出增加，資源浪費使得成本增加，進而將影響企業聲譽及營運績效	預防污染、減少資源浪費、持續改善、符合法規	1. 增列環保支出費用 2. 持續關注各項法令趨勢動態，確保各營運據點皆符合法令規章之排放與處置標準			利害關係人可透過電話、電郵等申訴窗口進行相關意見回饋	2023 年空污檢測皆合乎法規排放標準 2023 年違反廢棄物清理法第27條第2款，裁處新台幣1,200元。	GRI 306:廢棄物

1.1 公司治理

董事會運作

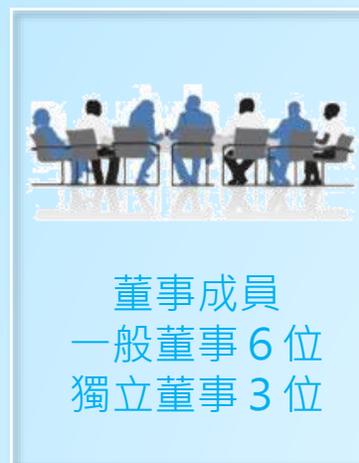
董事會為最高治理單位，依照「公司章程」、「董事會議事規範」等相關法令政策行使職權，負責潤泰全球整體經營方向、財務業務報告、內部稽核業務等，並且共同負責經濟、社會和環境相關ESG議題。2023年董事會共計召開9次，平均出席率(含委託)100%。

本公司設有董事會議事單位，提供各項議案與報告資料予董事會成員時，均會事前審視呈報內容是否有與利害關係人相關並應適當迴避之情形，並給予相對人事前提醒。

本公司之公司治理主管由董事會通過設置，由財務管理部張秀燕副總經理兼任，負責董事會會議時程與議程之安排、董事進修之規劃、董事會會議中或會議外之資訊提供，以及定期不定期對董事資訊通報等。關於董事會及公司治理相關議題之運作，公司治理主管皆能適當擔負應有之職責。

董事會透過一年內多次定期及不定期召開的會議，就與公司治理相關之經濟、環境及社會議題授權董事長制定年度永續發展目標並指派予各個相關部門，並於董事會就關鍵事件向董事長或董事會進行報告，由董事會議事

單位進行追蹤後並提報下次之董事會，2023年已向董事會溝通4件關鍵事件，包含營運績效、誠信經營、溫室氣體管理等，且今年度永續報告書業已提報董事長核准，涵蓋重大議題與各議題之管理執行情形。潤泰全球設有投資人關係專責單位針對投資人或股東不定期之來電或來信加以回覆，每年定期向董事會報告彙總紀錄內容。





董事會運作情形

職稱	姓名	實際出席次數	委託出席次數	出席率
董事長	匯弘投資(股)公司代表人：徐盛育	7	2	78
董事	匯弘投資(股)公司代表人：徐志漳	8	1	89
董事	匯弘投資(股)公司代表人：葉天政	9	-	100
董事	潤泰興(股)公司代表人：尹崇堯	-	9	-
董事	潤泰興(股)公司代表人：李天傑	9	-	100
董事	尹書田醫療財團法人代表人：李志宏	9	-	100
獨立董事	王泰昌	9	-	100
獨立董事	鄧家駒	9	-	100
獨立董事	陳守仁	9	-	100

董事會多元化組成

潤泰全球於2021年股東常會全面改選9席董事，任期為三年，自2021年7月30日起至2024年7月29日止。其中一般董事6位、獨立董事3位(33%)。為響應公司治理趨勢，本公司董事長未兼任高階管理階層，亦未有互為配偶或一等親之情形，以維持公司治理獨立性。董事年齡分布為50歲以下1名(11%)，50歲以上8名(89%)。預計未來1-2屆能夠增加1~2名女性董事，以達成女性董事達1/3之目標。

本公司之董事成員組成考量多元化，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，並就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當之多元化方針，並不局限於性別、年齡、國籍等。此外，本公司之董事會成員應普遍具備執行職務所必須之知識、技能及素養。



董事會多元化組成情形

職稱	姓名	專業能力與產業經驗	多元化核心項目		
			性別	31-50歲	51歲(含)以上
董事長	徐盛育	經營管理、領導決策、產業知識、財務會計、風險管理	男		√
董事	徐志漳	經營管理、領導決策、產業知識、行銷管理	男		√
董事	尹崇堯	經營管理、領導決策、法律	男	√	
董事	李天傑	經營管理、領導決策、財務會計	男		√
董事	李志宏	經營管理、領導決策、財務會計	男		√
董事	葉天政	經營管理、領導決策、財務會計	男		√
獨立董事	王泰昌	經營管理、產業知識、財務會計、風險管理	男		√
獨立董事	鄧家駒	經營管理、產業知識、風險管理、資訊科技	男		√
獨立董事	陳守仁	經營管理、領導決策、產業知識、風險管理、資訊科技	男		√

董事會的年齡比例

2023年		組織治理單位的成員年齡				占比(%)
		30歲以下	31-50歲	51歲以上	小計	
性別	女	0	0	0	0	0
	男	0	1	8	9	100
	小計	0	1	8	9	

董事會成員進修

潤泰全每年針對與營運相關之經濟、環境及社會面向永續議題，不定期週知各董事相關課程，宣導並鼓勵進修，藉以協助董事增進各項職能，提升公司治理成效。2023年進修內容包含公司治理、永續發展、誠信經營、法律遵循等相關課程。詳細進修情形及董事會成員其他資料可參閱 2023年股東會年報。



各功能委員會執掌說明

審計委員會

潤泰全球於2018年7月依「審計委員會組織規程」設立審計委員會。2023年共召開9次會議全體委員出席率100%。潤泰全球審計委員會係秉持客觀、專業及以善良管理人之注意就公司財務報表之允當表達、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則、公司對存在或潛在風險之管控、簽證會計師之委解任及獨立性與績效等執行監理職責並向董事會負責。

薪資報酬委員會

潤泰全球2023年共召開2次會議全體委員出席率100%。潤泰全球薪資報酬委員會係以專業客觀之地位就本公司董

事、監察人及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估擬訂並定期檢討本公司董事、監察人及經董事會績效評估辦法理人經營績效與薪資報酬之政策、制度、標準與結構並向董事會提出建議作為董事會決策之參考。

董事會績效評估辦法

為落實公司治理並提升本公司董事會功能建立績效目標以加強董事會運作效率本公司董事會於每年年度結束時依據「董事會績效評估辦法」之評估程序及評估指標進行當年度績效評估。本公司董事會評估之範圍包括整體董事會、個別董事成員及各功能性委員會之績效評估；評估之方式包括董事會內部自評、

董事成員自評及各功能性委員會自評。本公司每年定期進行董事會績效評估至少一次，由各董事針對董事會及功能性委員會的運作與文化、內外部關係經營、自我評估等面向進行評量，由董事會議事單位統計彙整，於董事會會議中報告並提出精進方向。2023年度已完成董事會及功能性委員會績效評估，彙總綜合結果均顯示「董事會及其功能性委員會運作良好」。



2023年度董事會評估結果

•董事成員考核自評

評估面向	題數	占比	得分
公司目標與任務之掌握	27	13.43%	13.43
董事職責認知	27	13.43%	13.43
對公司營運之參與程度	66	32.85%	32.31
內部關係經營與溝通	27	13.43%	13.33
董事之專業及持續進修	27	13.43%	13.24
內部控制	27	13.43%	13.43
合計	201	100	99.18

全體董事成員自評結果部分指標尚有改善空間。

•審計委員會績效評估

評估面向	題數	占比	得分
對公司營運之參與程度	4	18.18%	18.18
審計委員會職責認知	5	22.73%	22.41
提升審計委員會決策品質	7	31.81%	31.81
審計委員會組成及成員選任	3	13.64%	13.64
內部控制	3	13.64%	13.64
合計	22	100	99.68

審計委員會內部自評結果各項指標均達成要求。

•董事會績效評估

評估面向	題數	占比	得分
對公司營運之參與程度	12	26.67%	25.76
提升董事會決策品質	12	26.67%	26.67
董事會組成與結構	7	15.56%	15.56
董事之選任及持續進修	7	15.56%	15.56
內部控制	7	15.56%	15.56
合計	45	100	99.11

董事會內部自評結果除「對公司營運之參與程度」指標尚有改善空間外，其餘指標均達成要求。

•薪酬委員會績效評估

評估面向	題數	占比	得分
對公司營運之參與程度	4	21.05%	21.05
薪資報酬委員會職責認知	5	26.32%	25.64
提升薪資報酬委員會決策品質	7	36.84%	36.47
薪資報酬委員會組成及成員選任	3	15.79%	15.79
合計	19	100	98.95

薪酬委員會內部自評結果自評結果部分指標尚有改善空間。



薪酬政策

董事薪酬制度

董事酬金由固定之董事報酬及業務執行費用組成。依本公司公司章程規定，董事之酬金授權董事會依其對本公司營運參與之程度及貢獻程度之價值，並參酌同業水準議定之。董事之固定兼職報酬已充分考量本公司營運目標、財務狀況及董事職責。另依公司章程規定不分配董事酬勞。相關金額係依薪酬委員會提議後經董事會決議通過後辦理。

經理人薪酬政策

高階管理階層之酬金包含固定薪資及變動獎金，係依據本公司人事薪資政策及參酌公司營運績效及對公司貢獻程度與同業水準議定。除參考公司整體的營運績效，產業未來經營風險及發展趨勢亦參考個人績效達成率及對公司績效的貢獻度，相關績效考核及薪酬合理性均經薪資報酬委員會審議後送交董事會決議通過後辦理，並視實際經營狀況及相關法令適時檢討，以尋求公司永續經營與風險控管之平衡。

註:詳細薪酬政策之相關資訊請詳潤泰全球2023年報

https://www.ruentex.com.tw/financial/Financial_cn.htm

董事會的提名與遴選

提名機制

潤泰全球之董事選舉採取候選人提名制，相關流程皆依公司法、證交法及公司章程所規範執行並依法定時限公告，本公司持股百分之一以上之股東得以書面檢附學經歷資料向公司提出董事候選人名單，如符合提名相關規範，經由董事會審查符合資格後列入候選人名單，提報股東會決議選任。

遴選機制

潤泰全球落實董事會多元化政策及致力於提升公司治理，獨立董事之專業背景囊括法律、財務及資訊科技等相關等專業能力及產業經驗之人才，可為實務上作業提供更多元的建議與交流。為強化董事會獨立性，獨立董事占全體董事三分之一，除未與其他董事間具有配偶或二親等以內之親屬關係，且皆未持有本公司股票及任期未逾三屆，並由本公司持股百分之一以上股東提名，依法經由董事會審查被提名人之專業性與獨立性是否符合選任資格。



1.2 誠信經營與反貪腐

潤泰全球本於廉潔、透明及負責之經營理念，制定以誠信為基礎之政策，並建立良好之公司治理與風險控管機制，以創造永續發展之經營環境。

本公司已制訂「誠信經營守則」並於董事會通過，規定本公司董事、經理人及其他員工或具有實質控制能力者於從事商業行為之過程中，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何不正當利益，或做出其他違反誠信、不法或違背受託義務等不誠信行為，落實誠信經營之政策；並訂有「誠信經營作業程序及行為指南」以具體規範本公司人員於執行業務時應注意之事項。

註:誠信經營守則請參考

https://www.ruentex.com.tw/financial/Financial_cn.htm

總經理室及相關部門負責推動企業誠信經營之宣導，各部門依其職責及內部訂有相關管理規則確實執行，若發現有不誠信行為者將立即停止交易，並由稽核部門負責查核內部制度遵循情形並適時向董事會報告。並訂有「檢舉制度」提供檢舉人之檢舉管道得以合宜之方式，以書面、電話（02-8161-7999）、電子郵件（RT-Report@mail.ruentex.com.tw）方式進行，防止貪污、盜竊、侵佔或其他違法亂紀行為，損及股東、員工及合作夥伴的權

利，以維護公司信譽，保障財產安全，使其檢舉事件處理作業有所依循。2023年度本公司並未有發生貪腐及違反誠信經營相關之情事。

本公司不定期舉辦宣導會針對營業活動中可能之不誠信行為如行賄及收賄、提供非法政治獻金等行為進行宣導，或於一般會議中不斷重申誠信經營與反貪腐教育。宣導範圍包含董事會及全體員工，確保組織所有人員皆充分理解本公司之誠信經營理念，並落實於每個工作項目。

內部稽核

本公司稽核室隸屬董事會，配置適任及適當人數之稽核人員，由專人負責稽核本公司及子公司財務、業務等營運及管理功能。稽核人員本著獨立、客觀之立場依據年度稽核計畫執行相關稽核工作，確認公司內部各項作業符合法令及內部控制制度，其次協助董事會與高階管理階層進行獨立、客觀的評估內部控制制度的完備性、有效性及落實性，並適時提供改善建議，以合理的確保內部控制制度能持續實施，再者提供相關調查、評估或諮詢服務，以協助董事會履行其公司治理的責任；同時不斷強化稽核人員的專業能力，以提昇其稽核品質及執行效果。稽核人員按月將稽核報告以電子郵件方式呈報獨立董事，及按季在審計委員會及董事會會議報告外，並於

必要時向獨立董事報告。

本公司已建立有效之內部控制制度以確保誠信經營之落實。查核內部控制制度及執行並未發現任何重大異常事項。2023年稽核範圍涵蓋本公司及子公司，所有未符合項目皆已完成改善。

內部稽核重點



1.3 法規遵循

潤泰全球透過不定期舉辦法令遵循教育訓練及於各項會議中宣導各項法令及政策，2023年辦理之課程：職業安全衛生、食品安全、勞基法及公司治理相關法規(如誠信經營政策、人權政策、防範內線教育)等，共計2,485人次、2,921小時。

潤泰全球楊梅二廠已於108年4月26日歇業至今，並無生產活動。因楊梅二廠歇業須辦理廢水解列程序，相關工程委由台塑能源科技股份有限公司處理。然於2023年9月間廠商回報因颱風因素有部分污水溢流情事發生，造成河川汙染致遭桃園市環保局裁罰。潤泰全球當即要求承包之廠商立刻進行處理，並於處理完成並報請桃園市環保局複驗改善完成。且桃園市政府於112年11月20日已同意解除潤泰全球楊梅二廠之水污染防治列管，未來將不會發生相同情事。

潤泰全球於2023年末涉及任何反競爭行為、反托拉斯及壟斷等相關訴訟；環境面及社會面無重大違反法規裁罰案件。



裁罰日期	處分字號	裁罰事由	違反法規條文	裁罰金額	開罰單位	改善措施
112/10/13	30-112-100017	楊梅二廠部分污水溢流造成河川汙染	水污染防治法第28條第1項	裁處新台幣98,000元	桃園市環保局	本公司楊梅廠已於2019年4月26日歇業至今，並無生產活動。因楊梅廠歇業須辦理廢水解列程序，相關工程委由台塑能源科技股份有限公司處理。2023年9月間廠商回報因颱風因素有部分污水溢流情事發生，造成河川汙染。本公司楊梅二廠業已委託承包之廠商處理，且桃園市政府於2023年11月20日已同意解除本公司楊梅二廠之水污染防治列管，未來將不會發生相同情事。
112/10/13	30-112-100018	楊梅二廠部分污水溢流造成河川汙染	水污染防治法第30條第1項第2款	裁處新台幣115,500元	桃園市環保局	
112/10/13	30-112-100019	楊梅二廠部分污水溢流造成河川汙染	水污染防治法第30條第1項第2款	裁處新台幣95,550元	桃園市環保局	
112/10/13	30-112-100020	楊梅二廠部分污水溢流造成河川汙染	水污染防治法第30條第1項第2款	裁處新台幣95,550元	桃園市環保局	
112/10/13	30-112-100021	楊梅二廠部分污水溢流造成河川汙染	水污染防治法第30條第1項第2款	裁處新台幣95,550元	桃園市環保局	
112/10/13	30-112-100022	楊梅二廠部分污水溢流造成河川汙染	水污染防治法第30條第1項第2款	裁處新台幣95,550元	桃園市環保局	
112/10/13	30-112-100023	楊梅二廠部分污水溢流造成河川汙染	水污染防治法第30條第1項第2款	裁處新台幣95,550元	桃園市環保局	

1.4 供應鏈管理

供應鏈組成與概況

潤泰全重要營運據點以臺灣為主，合作之供應商分別來自臺灣、中國、越南，包含布商、成衣及量販商品等，2023年度有交易之供應商共692家，與2022年相比並無重大變化；其中主要的供應商皆位於台灣，2023年在地採購比例達76%。

2023年來自當地供應商的採購支出比例

重要營業據點	採購金額 (新台幣元)	當地採購金額 (新台幣元)	當地採購占比(%)
臺灣	1,536,222	1,168,394	76

供應商篩選與評估

潤泰全球採購組會根據各單位的需求，尋找具有滿足這些需求能力的供應商。對於新的供應商，將要求其提供有關公司經營範疇、財務狀況等相關資訊，並呈報主管認可後納入供應商名單；針對採購需求，本公司會尋找

符合資格的供應商，要求其提供對相關項目的報價，再由內部針對這些報價資訊進行比較和評估，同時也會與相關需求單位進行協商，以確保最終的交易價格符合雙方的期望。

供應商定期評估

潤泰全球將每年定期對供應商進行綜合評估，評估內容包括但不限於品質管理計劃、交貨期準確性、未來發展策略以及合作配合度等方面。對於表現優異的供應商，將提供更多的支持和合作機會。對於評估結果不佳的情況，將與供應商進行溝通，共同探討改善方案，以確保雙方能夠長期合作並共同發展。

供應商永續評估及考核

為確保工作環境安全、員工健康與人權受到尊重及對環境之衝擊對於國內廠商有社會責任之告知及監督之責由廠商自我評核在社會責任及對環境衝

衝擊上的表現 並據此為本公司評判廠商優之初步評量。藉由社會責任宣告、自我評量及承諾等程序來建立廠商對於社會責任重要性之認知並供本公司評量廠商之依據。社會責任認證項目及對環境衝擊之檢核主要由廠商自我評量輔以人員查核以檢核廠商自由評量之正確性及社會責任之落實。

潤泰全球於2023年共對66間供應商進行評估，並未發現具有重大顯著實際與潛在風險之供應商，且亦未有因違反環境、社會(人權)等具有負面衝擊之情事而停止與其合作之供應商。

供應商評估項目

評估項目	評分方式
品管計劃	前置作業、製作中、製作後的品質項目為合格標準
交期	最後議定之交期為合格標準
未來發展	廠商未來持續提供公司需求產品之能力
配合度	廠商、代理商整體配合度 廠商對本公司各項合理之要求及政策之改善配合度



1.5 風險管理

為了向客戶提供卓越的產品和服務，潤泰全球在營運過程中除了應對國內外環境帶來的風險，也極為注重作業流程和細節的管理。為合理降低風險，達到高品質產出，本公司設立了嚴格的內部稽核和控制制度與規範，以有效減少風險威脅。

潤泰全球辨識出之主要營運風險包括：策略風險、營運風險、財務風險、人力資源風險、資訊風險、個資管理、法規遵循、氣候變遷風險。

各類型之風險由組織內部權責單位訂定管理規章進行第一線的防範與管理。稽核室則定期執行各項稽核作業，確保各單位風險管理制度有效運作，並定期向董事會報告。

風險類型	風險項目	內部權責單位	因應做法
策略風險	創新開發、組織變革、企業轉型等可能發生風險	總經理及總經理室	定期進行經營環境分析因應內外環境與風險變化，提出短中長期行動方案與策略規劃

風險類型	風險項目	內部權責單位	因應做法
營運風險	業績停滯或衰退、交易過程客訴糾紛、品牌代理權變更、行銷廣告等可能產生之風險	國際貿易事業、零售事業、亞洲品牌事業	定期檢討方案與策略執行狀況，針對問題提出改善方案時時與客戶、品牌商及供應商等聯繫溝通，改善作業流程與品質，提高滿意度創造雙贏
人力資源風險	因人員聘僱、勞資關係等可能產生的風險	總經理室人事組	產學合作，增加人力來源針對出差勤與薪資發放、保險投保及勞退提撥等項目進行稽核，以保障職工權益，並促進勞資和諧
資訊風險	資訊安全防護、資訊中斷或毀損等風險	資訊處	訂有檔案安全、設備安全、資料安全檢查及系統復原作業，確保資訊安全運作
個資風險	正確蒐集使用個資及保護個資避免外洩之風險	零售事業、亞洲品牌事業	就所發行之會員卡，驗證其適法性及資料保護有效性，並確保資訊系統安全及反駁客攻擊，以保障消費者個資安全



風險類型	風險項目	內部權責單位	因應做法
法規遵循風險	因應政府法規變更，須適時變更作業流程及正確申報的風險	總經理室、財務管理部	適時提醒、建議權責單位及部門內進行法規宣導確實執行內稽內控制度，並配合法規適當修改
氣候變遷風險	隨著溫室效應影響全球溫度上升且極端氣候加劇，產品銷售滯銷及樣式變動劇烈氣候造成風災、水災等災害，影響營運具店的活動	國際貿易事業、零售事業、亞洲品牌事業中和分公司	定期檢討銷售狀況，因應市場與客戶需求變化，調整產品內容 與品牌商、供應商共同合作，開發具環保概念或功能性商品 與品牌商加強溝通，以及時配合商品採購的彈性政策 強化防災能力減低災，降低損失
財務風險	因重大投資、資金調度、成本管控及匯利率等可能產生風險	資金管理部、財務管理部	針對利率變動風險，定期向往來銀行詢問借款利率，並參考同業間及市場上利率水準，與往來銀行保持良好互動，以利取得較優惠的借款利率

風險類型	風險項目	內部權責單位	因應做法
財務風險			匯率避險以公司出口業務配合付款方式，採取穩定的外匯操作策略及控管作業流程以降低匯率變動風險 公司無從事衍生性商品交易（如高風險、高槓桿等投資長期性投資標的（如債券、股票等），皆經過審慎評估後再執行 本公司背書保證作業，對象為母子公司或有業務關聯之關係企業，詳細審查程序，應包括： 1.背書保證之必要性及合理性 2.背書保證對象之徵信及風險評估 3.對公司之營運風險、財務狀況及股東權益之影響 4.應否取得擔保品及擔保品之評估價值 5.由經辦部門評估其風險性後提報簽呈 資金貸與他人，依本公司資金貸與他人作業程序等謹慎評估



1.6 產品創新研發

潤泰全球從自主生產轉型為協同國內外的紡織業者共同開發新產品，每年持續投入數百萬元之研發經費，以持續增進研發能量與自主織物設計能力。研發方向以結合永續環保趨勢、提高產品附加價值、開發市場新型商品並予引進製造推廣為主、以改善生產技術瓶頸為輔，期以最小資源創造最大效益，以支援公司及產業轉型之所需，響應政府提倡「全球佈局、根留台灣」的政策。

研發領域的規劃係以公司中長期策略轉型目標為規劃方向，定位於前瞻性與高技術門檻之主題，並逐年逐項擴大深入研究以強化各研發領域之完整性與功能性。

近年來研發重點為：

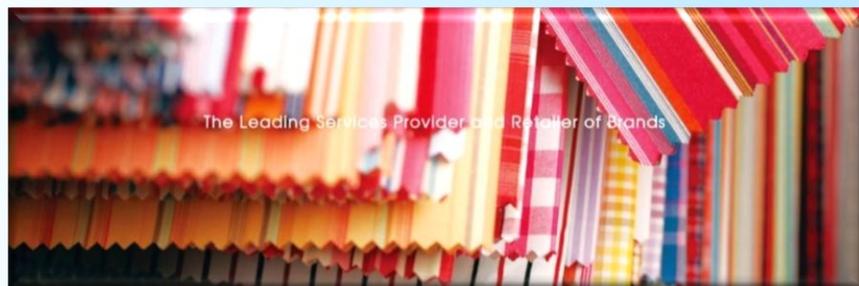
1. 擴大採用環保素材：由於環保意識抬頭，國際服飾品牌加快把現有產品轉型為環保素材的腳步。潤泰全球透過全球採購模式，尋找具有完整認證標章的環保素材進行布料開發，特別是再生天然素材、碳捕捉再利用素材、零碳排或低碳排的認證素材、織物回收型聚酯纖維與農魚業廢棄物再利用素材等，並拉大與大陸、東南亞競爭者間之差距，為企業在台灣永續經營向下紮根。

2. 創新材料之應用研究：由創新科技衍生發展之染整加工技術日新月異，期望藉由創新加工技術之引進可提升與拓展各類織物的機能性與耐用性，例如長效環保的100%生質成份的消臭抗菌技術、含生質成份的無氟撥水加工布料、兼具瞬間接觸涼感與持續涼感的環保乾爽加工技術，以取得製程技術及市場之領先地位。
3. 企業轉型：潤泰全球的願景是成為領導品牌成衣商的第一選擇，由一般衣著用布種生產者，轉型成為環保機能性、運動休閒、日常居家與健康促進布料之提供者，同時藉由原有之產品開發能力及通路，永保產品領先優勢與獲利能量。





潤泰全球公司的產品研發方向與開發主軸，包含環保紗線材料、創新整理加工、採用環保相關素材（例如鳳梨葉混紡紗、再生棉混紡紗、回收廢棄漁網與生質尼龍纖維、蘭精零碳排纖維與織物回收聚酯纖維等）、開發長效的天然成份消臭抗菌加工布料等。藉由導入創新紗線材質、搭配協同過內外助劑商研發新機能性整理加工製程，開發出各系列不同主題的產品系列。其中針對永續再生、環保節能、安全防護概念的產品開發，更是開發的重心之一。歷年來，先後完成100%全棉自然彈性布料、透氣乾爽大麻纖維布料、各類再生尼龍纖維布料、海藻纖維布料、環保雙效涼感布料、碳捕捉與回收聚酯纖維布料、有機棉標章GOTS布料、環保天絲纖維布料、環保機械彈性襯衫布料等開發項目，並持續國際品牌客戶深化合作，開發環保的時尚布料。



對於新產品設計，除了導入環保吸排纖維Coolmax Ecomade、環保輕量保暖纖維Thermolite Ecomade、環保機械彈性纖維T400 Ecomade與再生萊卡纖維Lycra Ecomade之外，也自主成功開發保健系列的日常防護服飾商品。

此外，潤泰全球也十分重視紡織品的品質安全，除了要求上游材料供應商與衛星工廠需嚴格把關生產品質，並配合時尚品牌進行供應鏈主要原料的產地確認、人權認證、工廠廢水檢測與排碳製程作業，以滿足最新國際環保趨勢。





1.7 商品品質與顧客關係

潤泰全球以尊重客戶、達到顧客的需求和市場的需要為前進方向，並以長期合作的理念與客戶建立良好的關係，亦會利用參展的機會拓展新客戶，積極爭取訂單。目前多數客戶都是與我們長年經營合作的關係，彼此互信與互利，我們也致力於滿足客戶的需要、完善地服務客戶。

潤泰全球會依照客戶需求和商品屬性以決定於台灣或是中國下訂單；成衣組方面，不管男裝、女裝、針織、平織各式各樣的款式，以滿足客戶的需求為主，達到Total solution的最高服務。在研發部分，致力於從設計、樣布開發，甚至成衣打樣，打造Vertical set up為客戶服務，有任何新開發的布樣也會隨時提供給客戶參考，並在參展時推廣給客戶。

我們非常重視客戶的意見，秉持客戶第一，有客戶才有訂單、有訂單才有營利的精神，客戶若有意見，我們皆可藉由郵件、電話甚至拜訪與客戶密切地往來，以即時了解客戶的反應及意見。對於客戶對於產品的意見，會與工廠端進行溝通討論，並將處理方案與進度即時回應給客戶。為符合客戶品質要求，除建立品檢制度，也通過各種客戶要求之品質驗證，確保所有產品於出貨前均經過品檢檢驗及達到客戶品質標準。對於銷售產品之行銷與標示均遵照法規規定辦理，出口之產品依照國際規範辦理，2023年

潤泰全球所有產品標示皆符合法規要求，無違反有關產品與服務的健康和安全法規之情事。

神秘客訪查機制

為確保潤泰全球提供良好的服務予消費者，設有神秘客訪查機制，透過SGS知識與管理事業群派出領有國際服務驗證執照的稽核員扮演「神秘客」，依訪查專案之規劃，安排不定期的查核，評核範圍為潤泰全球股份有限公司代理品牌之銷售門市及百貨專櫃，實地探訪評鑑顧客服務落實度，查核入店招呼及促銷、瀏覽及服務、賣場環境、試衣、休息等待及人員服務，同時觀察結帳及送客服務。

滿意度調查

潤泰全球以「服務」來切入探討消費者的想法，針對顧客的滿意度調查所反應的問題，進行檢討與改善，並提出解決方案為往後改善建議之用，公司或銷售通路亦會針對專櫃人員的服務態度，進行優良表揚或懲處。



潤泰全球每年度進行一次顧客滿意度調查，以數位問卷表單進行顧客滿意度調查，顧客填寫後回收，由相關人員將回覆問卷彙整、分析、產製報告。針對報告內各項分析數據及顧客意見進行缺失之追蹤與改善。滿意度高之項目則思考提升之道，各項優缺則作為賣場規劃、人員服務、活動企劃、行銷宣傳、商品提供等管理與規劃之參考。

本公司2023年針對四個品牌執行顧客滿意度調查，主要調查重點為賣場、產品、服務、活動及消費習慣等五大項目，調查結果平均滿意度分數皆達4.0分以上(滿分5.0)之優異成績。另針對顧客滿意度調查報告中得分較不佳之項目，及顧客反應事項進行檢討及提出改善方式，亦透過教育訓練提升服務人員素質及能力。

2023年顧客滿意度調查結果

品 牌	NAUTICA	JEEP	Eden Park	Whittard
回收問卷數	854	964	235	2,227
回收率	8.7%	8.7%	10%	7.1%
滿意度平均分數	4.5	4.5	4.4	4.6

註：滿分為5.0分

客戶申訴管理機制

潤泰全球設立0800客服專線、顧客服務信箱、社群媒體專頁等各種溝通管道，當顧客對商品、人員服務、賣場、活動等有所疑問或意見時，可藉此洽詢或申訴，並設有客服專員，依客服規範規定專責處理客戶意見反應。



不論專櫃門市服務人員於現場收到客訴反應案件，或透過0800客服專線、顧客服務信箱及社群媒體專頁投訴之案件，均需將客戶意見紀錄於公司資訊系統，除店櫃現場立即進行客訴處理外，公司客服部單位亦透過系統紀



錄，追蹤消費者客訴案件之處理後續，以充分溝通及了解顧客意見，並確認投訴之消費者對於客訴處理獲得滿意之回饋。

客服單位透過資訊系統紀錄與管理，確認每件客訴案件皆可由系統查閱客訴內容及處理時程，確保顧客獲得迅速、合理的處理及回應。而針對顧客意見與投訴，若為商品問題，轉予商品開發單位處理，或向所代理之品牌原廠反應；若為人員服務、賣場規劃、優惠活動等問題，則由營業或行銷單位針對顧客投訴意見進行改善。2023 年客訴事件主要為商品瑕疵，針對所收到的客訴事件，主責部門皆立即處理及回應，並需盡速改善完成，2023 年客訴事件皆已改善完畢。

2023年客服處理總數

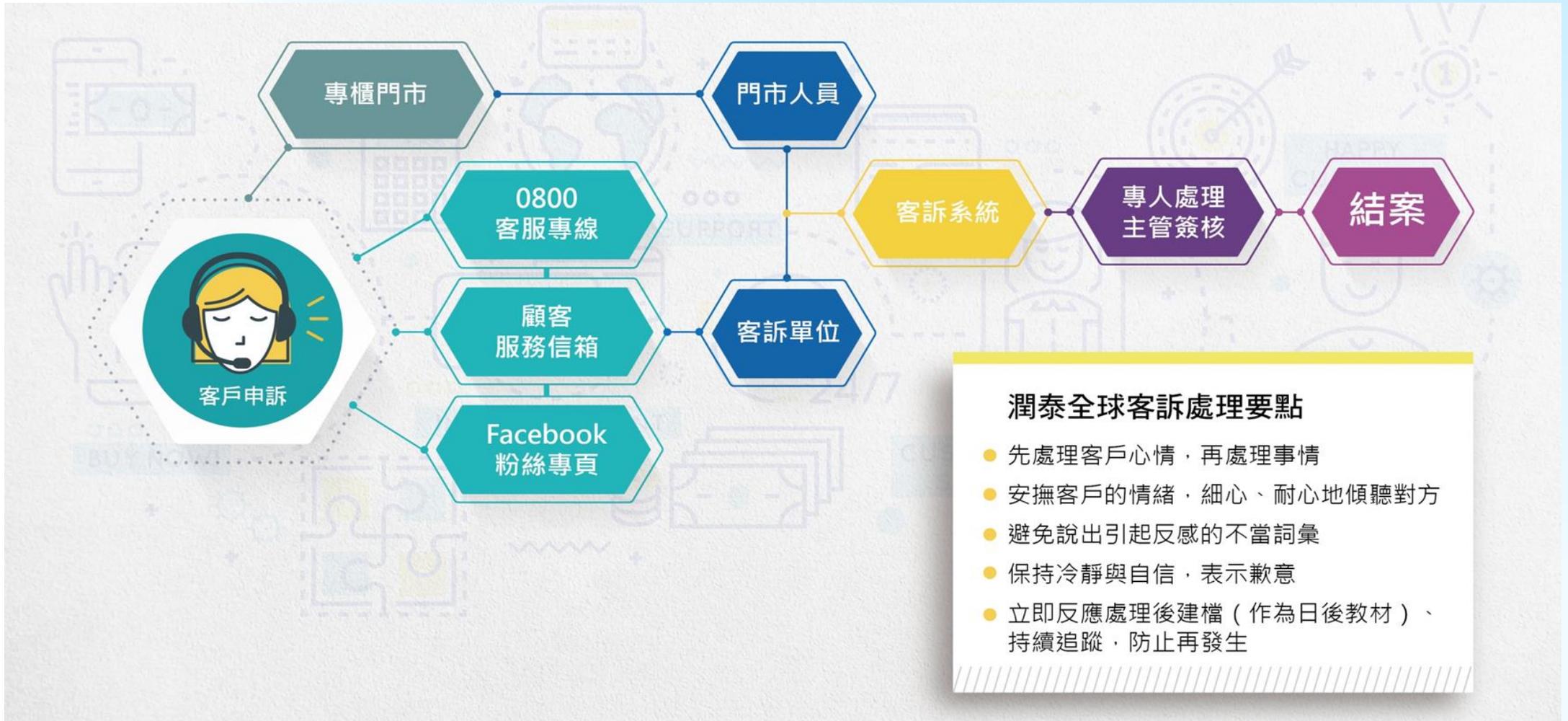
品牌	NAUTICA	JEEP	Eden Park	Whittard
客訴總數	16	7	0	6

客戶資料管理

潤泰全球嚴格管理客戶資料安全，自2021年下半年導入品牌數位會員系統，自2023年5月不再提供紙本顧客資料卡，改以數位會員系統招募會員。數位系統透過品牌LINE官方帳號，由顧客自行輸入【個資】進行會員加入流程，均無店櫃人員經手相關個資。經手處理客戶資料之客服人員須簽立保密合約，POS系統依使用者權限分層授權密碼處理客戶資料，以確保客戶資料之安全。2023年並無侵犯客戶隱私或遺失客戶資料之相關投訴遺失客戶資料之相關投訴。



• 客戶申訴處理流程圖





1.8 代理品牌與行銷管理

潤泰全球目前代理3個服飾品牌Nautica, Jeep Spirit, Eden Park及1個茶飲品牌Whittard，並透過平面廣告（如報章雜誌）、網頁廣告、捷運廣告、社群媒體(如Facebook、Instagram、LINE)、官方網站等，介紹品牌故事、曝光當季新品、主打商品之設計概念與意涵、主要材質等，並以新聞稿發送上述資訊，讓消費者可快速與便利地取得品牌訊息。

紡織成衣貿易方面，透過產品開發設計與整合服務優勢，深耕主力客戶及持續開發歐美知名品牌客戶，來提升業務收入。同時透過供應商策略聯盟，擴大機能性產品與針織市場，以爭取更多客源及訂單量。往後本公司仍將藉由不斷的創新開發以順應市場與產品的快速變化，並協同客戶開發設計的服務，創造附加價值與差異化，厚實競爭力。

量販業務方面，因應消費者購物習慣的改變，在銷售方面已推動線上購物平台，增加線上銷售能力。在促銷活動上則透過通訊軟體建立官方平台，提升顧客來店頻率，並發展E-business模式，與外送平台業者合作增加生鮮外送服務，提供顧客更多元化的選擇。同時，運用聯合採購優勢，期許業績能維持穩定成長。

The screenshot displays the Ruentex website interface. At the top, the Ruentex logo is visible. Below it, a large image shows a variety of colorful fabric swatches. The text "The Leading Services Provider and Retailer of Brands" is overlaid on this image. A navigation bar contains three buttons: "潤泰全球", "潤泰全球招募專區", and "回到首頁". The main content area features a red background with the heading "經緯之間，錦織出潤泰企業宏圖". Below this, there are two paragraphs of text describing the company's history and future outlook. On the right side, there is a section titled "PV Marketplace" with a QR code. At the bottom, the Ruentex logo and navigation links "首頁 | 聯絡我們 | 隱私政策" are present, along with the copyright notice "Copyright © Ruentex All Rights Reserved."

NAUTICA

1983年Nautica® 靠著6件男外套在紐約創立品牌，名稱來自拉丁字—船「Nauticus」。如同人類探索世界是從海洋開始，大三角帆船logo象徵冒險、行動、經典。Nautica® 創造精緻的休閒經典，構築完整的全客層服裝系列，今日已成為全球Lifestyle的領導品牌。



JEEP SPIRIT

1941 ESTD

FOR ADVENTUROUS SOULS



1941年Jeep®品牌創立，為『自由』與『無限潛能』的象徵。Jeep® Spirit商品為擁有冒險靈魂的夢想家而創造。運用大自然的色彩、天然材質及優良而自豪的作工成就每一件男、女服飾及配件。做為一個世界知名品牌，品質就如同傳奇一般的真實而可靠。



Eden Park

PARIS

Eden Park為二十多年前由法國橄欖球星所創立之服飾品牌，精湛的詮釋橄欖球運動的價值。品牌團隊的精心設計和對於細節的講究，以經典的專利設計之獨特橢圓鈕扣、粉紅及海軍藍條紋，持續擴展品牌設計，建立起其尊貴的運動形象和優雅的法式格調。



Whittard為英國百年茶品牌，自1886年由創始人Walter Whittard在倫敦創立他的第一家專門店，他的哲學為：「只買最好的！」就此展開了Whittard的百年歷史。Whittard開創了一個前所未有的，百分之百正統英國文化茶葉品牌，在這個雄厚的傳統基礎上，開創出高品質，美味的口感，並且創新出各式英式調和茶。



RUENTEX

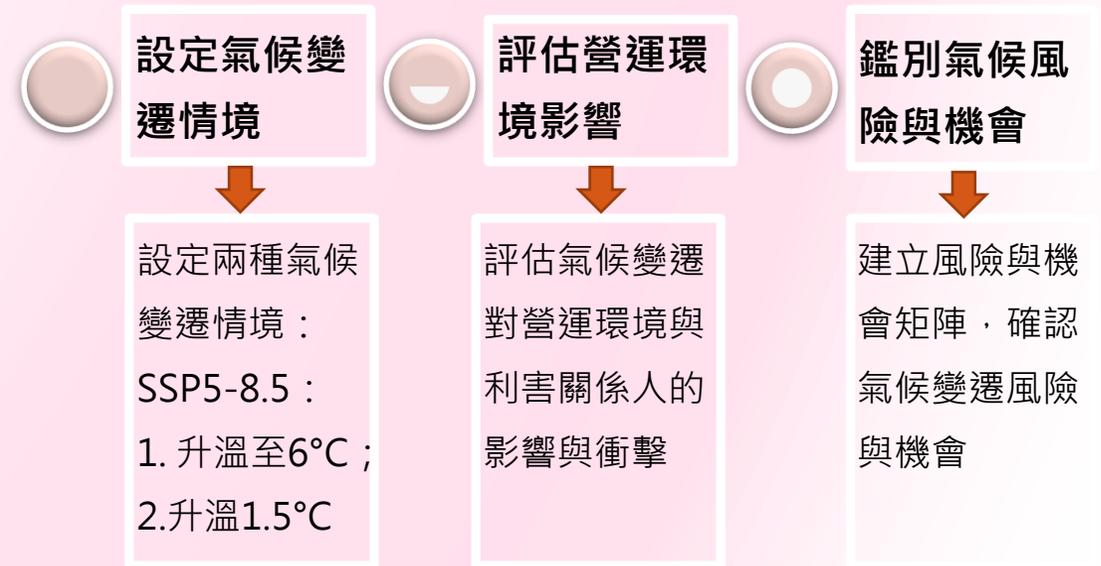
2.1 氣候變遷因應

因應氣候緊急狀態與能資源供應的潛在危機，潤泰全球不僅加強對氣候韌性的調適，降低災害可能帶來的營運衝擊，亦在減緩溫室氣體排放上持續努力。藉由鑑別氣候變遷之風險與機會，落實相關因應措施及策略，以降低風險並掌握商機，達到企業永續經營之目標。並透過情境設定辨識實體及轉型風險及產品面、客戶面與營運面之機會，對公司營運活動造成之衝擊與影響，強化公司之氣候變遷治理。

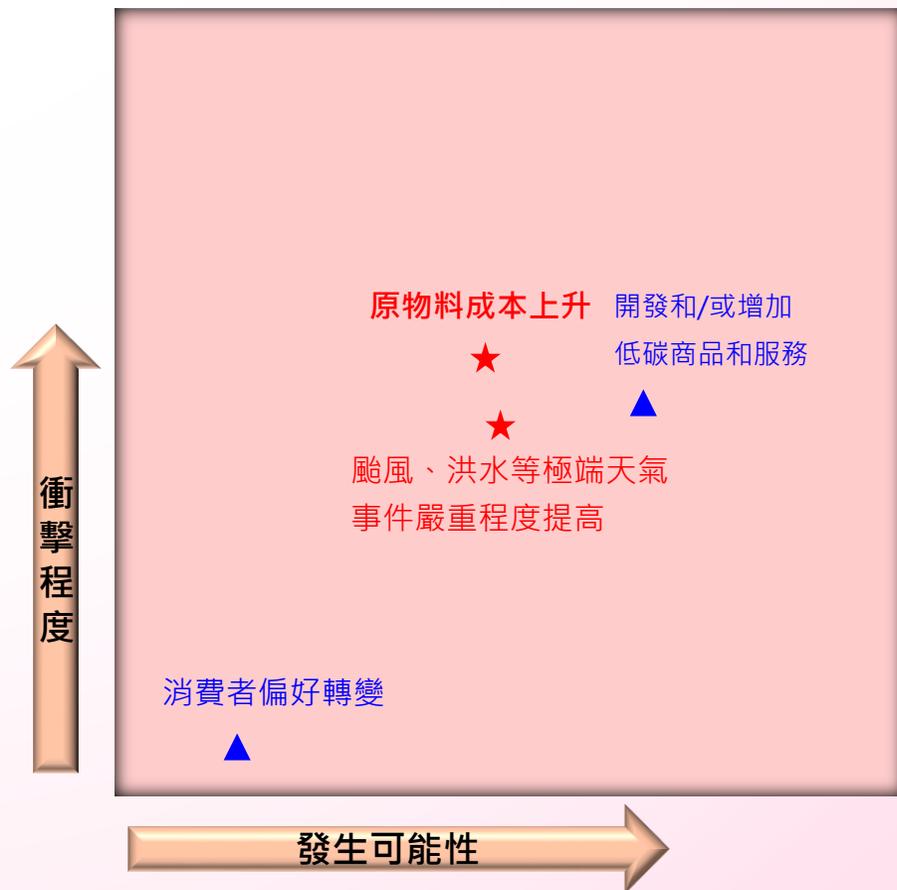
潤泰全球因應氣候變遷風險，參照「氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD)」指引，透過四大面向，治理、策略、風險管理及指標與目標，推動綠色低碳價值鏈轉型與氣候調適策略。

氣候風險類型包含轉型風險與實體風險兩大類別，其中轉型風險包含政策與法規、技術、市場、聲譽；實體風險則包含立即性和長期性的氣候風險。機會則區分為資源效率、能源來源、產品與服務、市場以及組織韌性等類別。2022年，潤泰全球各部門小組透過Workshop方式，鑑別氣候變遷因素可能帶來的風險與機會，評估其發生可能性及衝擊程度，依照分析結果繪製風險與機會矩陣，並對前兩大氣候風險及機會進行策略研擬、設

定氣候變遷因應策略，2023年經各部門小組討論評估後覺並仍維持2022年之鑑別結果。



氣候變遷風險/機會矩陣



氣候變遷風險識別總表

風險排序	風險編號	風險種類	風險因數	發生時間評估
1	001	轉型風險 - 市場	原物料成本上升	中期
2	002	實體風險 - 立即性	颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高	長期

註1:經內部長官討論，考量業務發展與影響，欲先擇定颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高為首要關注的風險因子

註2:短期：2023-2026 年、中期：2027-2031、長期：2032-2050 年

氣候變遷機會識別總表

機會排序	機會編號	機會種類	機會因數	發生時間評估
1	001	機會 - 產品和服務	開發和/或增加低碳商品和服務	長期
2	002	機會 - 產品和服務	消費者偏好轉變	長期

氣候變遷相關風險與機會管理策略

氣候相關重大風險與策略評估

風險001

原物料成本上升	[風險衝擊面向]	[財務衝擊]	[因應策略]
[衝擊情境] 潤泰全球仰賴國際貿易，極端氣候引起的原料生產失序和物價上揚，可能會對原物料成本、匯率波動幅度和通貨膨脹產生影響	其中主要原物料之一的棉花受到氣候和長期強降雨的影響，導致棉花品質不佳或產量減少，導致原物料價格上漲，進而影響終端產品的交貨時間和價格	淨利減少、營運成本提高	導入更多供應商進行選擇，不過度集中於同一區域，分散風險，使料況與交貨穩定

風險002

颱風、洪水等極端天氣事件嚴重程度提高	[風險衝擊面向]	[財務衝擊]	[因應策略]
[衝擊情境] 因極端天氣變化及嚴重性加重，惡劣天氣如颱風、水災等情況的發生頻率增加，造成淹水、停電等情況，可能導致營運中斷，人員損傷，而使營收減少、成本增加	強風暴雨影響零售店營運，顧客消費機會意願下降，導致成本上升以及營業額下降 供應商據點受到乾旱、颱風、暴雨天氣影響，造成停產或遭受財產、人員損失，無法正常出貨	無法如期出貨、零售店營運中斷，營收減少 資產受到影響或報廢，資本支出增加 運費提高、營運成本增加	投保營運中斷險，降低災情損失 定期檢視防淹水設備與緊急應變程式，並定期演練 量販店地基墊高或遷至地勢較高之區域

氣候相關重大機會與策略評估

機會001

開發和/或增加低碳商品和服務	[機會影響面向]	[財務影響]	[因應策略]
[影響情境] 隨著國際間減碳趨勢，客戶端對配合供應商有更高的減碳要求，為確保競爭力，我們需要以永續概念吸引客戶、提升競爭力、開發新客群	研發自製款式，開發出更加環保、高品質的產品；同時採購機能布料，並使用再生材料創造具競爭力的產品 推廣供應商端採用綠能，省水加工方式，以減少製成對環境的衝擊，更有助於降低溫室氣體排放	營收增加及獲得被投資機會	設計開發永續環保布料，供客戶或品牌商選擇與供應商合作，使用具有較低碳足跡的原材料，如有機棉、再生纖維和永續生產的合成纖維，減少產品的整體碳排放

機會002

消費者偏好轉變	[機會影響面向]	[財務影響]	[因應策略]
[衝擊情境] 消費者環保意識抬頭，愈來愈多消費者傾向購買對環境友善之永續時尚品牌/商品、低碳產品等	新研發商品採用低碳排放，或零碳排放之紗線（為面料之主要減碳之可控因子），在對品牌客戶端之推廣作業中，加入減碳比例，提高品牌客戶對碳排控制之觀念	營收增加及獲得被投資機會	商品原料選擇環保、有機棉布料製造；並使用含有回收材質/環境友善的產品包材



2.2 能源及溫室氣體管理

能源管理

潤泰全球持續關注氣候變遷議題，致力於透過各項措施及宣導，如：照明設備汰換為LED燈、紙張重複再利用、減少包裝材與購物袋的使用等方式，以減少能源使用及溫室氣體排放。同時憑藉著多年紡織產業的豐富專業，研發涼感及保暖材質之紡織品，讓消費者可以減少能源的實用，為環境保護進一份心力。

潤泰全球每年度盤點各營運據點的能源使用情形，2023年整體用電量為6,257,819.43kWh。

能源使用情形

能源種類	2022年		2023年	
	能源使用量	熱值(千兆焦耳)	能源使用量	熱值(千兆焦耳)
外購電力(kWh)	6,198,167.10	22,313.40	6,257,819.43	22,528.15
汽油(公升)	3,590.96	117.25	4,823.44	157.49
柴油(公升)	741.37	26.07	909.192	31.97
天然氣(立方公尺)	8,877.03	297.27	7,039.81	235.75
合計		22,753.99	~	22,953.36
能源密集度(千兆焦耳/百萬元)	7.92		8.56	

註1：依據能源局網站公告排放係數表6.0.4版提供之熱值進行換算，電力：3,600(GJ/百萬度)；汽油：7,800(Kcal/公升)；柴油：8,400(Kcal/公升)

註2：1千兆焦耳(GJ)= 10⁹焦耳(J)；1千卡(Kcal)= 4,186焦耳(J)

註3：外購電力皆為非再生能源

註4：2023年電力使用量涵蓋總公司及中和分公司

註5：能源密集度=能源熱值/營業收入，營業收入為2022、2023年集團合併營收分別為新台幣2,874、2,681百萬元

溫室氣體管理

潤泰全球為善盡企業責任重視資源使用與環境衝擊，確實掌控及管理溫室氣體排放現況，透過各類宣傳、線上課程及教育訓練，推動節能減碳相關計畫，期以減少溫室氣體排放，為環境盡一份心力。

潤泰全球積極配合政府企業溫室氣體盤查登錄作業，並配合金管會永續發展路徑圖之溫室氣體盤查時程規劃，於2022年導入溫室氣體盤查，全面推動溫室氣體排放量盤查與查證，總公司與中和分公司按 ISO 14064-1:2018 標準進行溫室氣體盤查，未來將陸續擴大盤查範疇，2023年度溫室氣體盤查已委託第三方台灣檢驗科技股份有限公司辦理驗證作業。

溫室氣體排放情形

範疇別	2022年	2023年
範疇一	182.45	271.98
範疇二	3,154.87	3091.36
範疇三	未盤查	616.06
總計(範疇一+範疇二)	3,337.32	3,979.40
營業收入(百萬元)	2,874	2,681
溫室氣體排放密集度 (tCO ₂ e/百萬元)	1.16	1.48

註1：涵蓋溫室氣體種類包含二氧化碳(CO₂)、甲烷(CH₄)、氧化亞氮(N₂O)、氫氟碳化物(HFCs)、全氟碳化物(PFCs)、六氟化硫(SF₆)、三氟化氮(NF₃)

註2：溫室氣體排放計算採營運控制權法進行盤查，計算方法為活動數據*排放係數*GWP值(排放係數依據環保署溫室氣體排放係數管理表6.0.4版，GWP值係採用IPCC 2021年第六次評估報告，若第六次評估報告無更新者，以IPCC 2013年第五次評估報告內容計算)

註3：範疇一、二、三包含總公司及中和分公司

註4：營收為集團合併營收(百萬新台幣)

2.3 廢棄物管理

潤泰全球的營運活動可區分為辦公大樓以及商場產出的一般生活廢棄物，主要分為塑膠、保麗龍、廢食用油、廚餘及廢棄物等，並依循「廢棄物處理管理程序」，確保營運過程中產生的廢棄物，能正確與安全地處理。本公司委託合格之環保回收廠商辦理清運作業，由合法清運公司簽定合約，清運公司依約需依「事業廢棄物貯存清除處理方法及設施標準」之規定及相關法規等規定辦理，清運車輛需登錄於環保主管機關核發之清除許可證。並雙方同意以處理場所地磅之過磅單重量為申報之基準，依環保法令之規定確實申報廢棄物產出、清除等相關資料。

於包材管理方面，因應政府減塑政策，潤泰全球皆嚴格要求供應商須符合法規，並定期的審查。

廢棄物產生與處置轉移情形 (單位：公噸)

廢棄物組成成分		2022	2023	增減%
一般廢棄物	產出量	412.61	385.686	-6.53%
	回收量(再生利用)	272.58	264.957	-2.80%
	焚化量(不含能源回收)	140.03	120.73	-13.78%
	其他	0	0	0%

註1：僅統計中和分公司數據，其餘地點因數量微小並無統計相關數據。

註2：回收量之數據係出售予回收廠商時統計數據而得。

註3：焚化量數據係由中和分公司及廢棄物廠商每日統計重量。

註4：產出量為回收量與焚化量加總。



廢棄物減量政策

總公司

- 宣導員工用餐儘量使用環保杯、環保餐具，公司員工餐廳提供環保碗盤
- 不主動提供一次性餐具
- 進貨使用重複性籃子、物流箱
- 落實回收政策，減少垃圾產生

中和分公司

- 依政府規定確實執行環保兩用袋
- 依顧客需求，提供紙箱取代塑膠袋
- 裸賣蔬果，不過度包裝
- 以廢紙自製摺紙袋提供顧客包裝代替塑膠袋
- 於買場內張貼限塑告示，及辦公室張貼節能減碳告示
- 落實廢棄物分類，塑膠回收、一般垃圾、廚餘、廢油等
- 推行環保購物優惠活動-環保杯等
- 於賣場內設立環保標章產品專區
- 凍藏設備監控及記錄
- 提供廢電池、燈管回收服務
- 惜食管理:剩餘食材與員工分享、晚間八點後出清蔬菜、熟食等及降價出售醜蔬果，不予丟棄
- 要求同仁針對需要報廢之商品明確填寫報廢記錄及清運總廚餘量登記，以供管控並制定減量策略

減量政策實施成效

潤泰全球中和分公司力行廢棄物減量政策成效顯著，於2023年度獲頒新北市「綠色循環商店五星獎」、「源頭減量典範獎」及「環保尖兵獎」等獎項的肯定。



2.4 水資源管理

近年因極端氣候影響，世界各地的降雨型態亦產生變化，造成長期不降雨或非常集中的大量降雨，因而發生旱災或淹水。潤泰全球加強宣導合理且適當的使用水資源達成節約的目標，降低對環境的衝擊，珍惜水資源，維持經濟與生態的良好平衡。

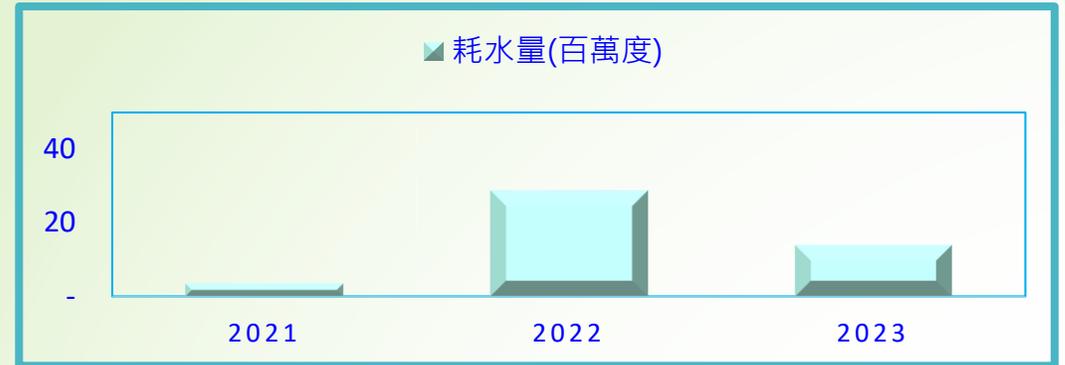
潤泰全球營運活動範圍主要用水來源為大台北自來水事業處，營運據點皆處於水資源壓力低風險地區。此外，本公司每年度盤點各營運據點的水資源使用情形作為未來內部管理指標，2023年整體用水量為14.04百萬公升，較前一年度減少，主係因中和分公司將部分營業範圍出租，雙方議定水費由承租方負擔所致。

節水措施

- 於營運據點內各使用水的區域加裝感應式水龍頭及省水閥
- 裝設小便斗節水器
- 調整馬桶最適出水量

近三年取水情形

(百萬公升)	2021	2022	2023
取水量	3.58	28.82	14.04



註1：取水量以水費單統計

註2：所有的取水皆來自第三方的水，且皆為淡水

註3：根據世界水資源研究所 (World Resources Institute, WRI) 水風險地圖鑑別，潤泰全台灣地區營運據點皆處於低水壓力地區

註4：2021年取水量數據僅包含總公司；2022年之後取水量數據包含總公司及中和分公司

潤泰全球秉持著「潤澤社會、泰安民生」及企業永續經營的理念員工創造「忠誠、熱誠、創新、分享、團隊」的工作環境

3.1 人權保護

人權政策

潤泰全球秉持以人為本，維護友善的工作環境，制定相關人權政策，遵守國際公認的人權標準做為最高指導原則與人權勞動相關法規，致力維護員工結社自由、發言的權益，不因員工之種族、膚色、宗教、國籍、性別、性向、年齡、身心障礙等因素而有所歧視。本公司針對新進員工進行人權相關教育訓練宣導。

潤泰全球聘用人員之年紀皆依勞基法規定，不僱用童工，除每日工時不得逾8小時，每週工時不得逾40小時外，針對建教合作之學生及暑期工讀生之工作時段最早為7:00，最晚不超過22:00；所派予之工作以一般性且不具危險性為主。

潤泰企業集團員工行為準則

- ❑ 維護公平、公正、公開的工作環境
- ❑ 主動溝通及維護職場秩序
- ❑ 保護及尊重隱私權





員工組成結構

潤泰全球2023年12月31日員工人數為530人，非員工工作者為21人，總公司總共3人，其中保全2人、清潔人員1人；中和分公司總共18人，皆為清潔人員，固定16人、機動2人。非員工工作者人數隨總公司及中和分公司需求而增減。

依性別及勞雇類型區分之員工人數

年份	契約類型	勞雇合約		總計	勞雇類型		總計
		永久聘雇員工	臨時員工 (約聘員工)		全職員工	兼職員工	
2022年	女	293	6	299	293	6	299
	男	166	8	174	166	8	174
	總數	459	14	473	459	14	473
2023年	女	334	16	350	334	16	350
	男	169	11	180	169	11	180
	總數	503	27	530	503	27	530

註1：潤泰全球無聘僱無時數保證員工。

註2：以至2023年12月31日的員工統計資料為主。

註3：潤泰全球2023年度之員工人數較前一年增加12%，係因營業據點增減所產生之波動，屬正常員工流動。



依性別及年齡區分之員工人數

項目		員工年齡				小計	占比(%)
		未滿30歲	30-50歲	51歲以上			
2022年	女	40	167	92	299	63%	
	男	43	94	37	174	37%	
2023年	女	64	185	101	350	66%	
	男	43	99	38	180	34%	

依職級與性別區分之員工人數

項目		女		男		合計	
		人數	百分比(%)	人數	百分比(%)	人數	百分比(%)
2022年	主管	40	8.46%	25	5.29%	65	13.74%
	非主管	259	54.76%	149	31.50%	408	86.26%
2023年	主管	42	7.93%	28	5.28%	70	13.21%
	非主管	308	58.11%	152	28.68%	460	86.79%

依職級與年齡之員工人數統計

項目		員工年齡						合計	
		未滿30歲	百分比(%)	30-50歲	百分比(%)	51歲以上	百分比(%)	人數	百分比(%)
2022年	主管	4	0.85%	40	8.46%	41	8.67%	85	17.97%
	非主管	83	17.55%	210	44.40%	95	20.08%	388	82.03%
2023年	主管	0	0.00%	28	5.28%	42	7.92%	70	13.21%
	非主管	107	20.19%	256	48.30%	97	18.30%	460	86.79%

註:主管定義為總公司經理(含)以上·中和分公司課長或相當職級(含)以上



多元人才招聘人數

	身心障礙聘用人數	外籍(非台灣籍)員工聘用人數	少數族群(原住民)聘用人數
2022	12	1	5
2023	11	1	4

潤泰全球2023年身心障礙人數聘用占比為2.08%，較2022年減少0.46%，但仍高於政府規定。2023年外籍員工及少數族群之聘用相較於2022年無重大差異。

新進及離職情形

潤泰全球2023年新進員工120人，離職員工143人，2023年度新進員工比率增加主係因增加營業據點員工人數。潤泰全球對新進同仁提供所需協助；並針對離職員工進行離職訪談，了解員工離職原因，以進行分析改善。

依性別及年齡區分之新進員工

	性別		總計	年齡			總計
	女	男		30歲以下	31-50歲	51歲以上	
2022	43	58	101	59	33	9	101
2023	46	74	120	82	33	5	120
	新進率(%)						
2022	9.09%	12.26%	21.35%	12.47%	6.98%	1.90%	21.35%
2023	8.68%	13.96%	22.64%	15.47%	6.23%	0.94%	22.64%

註：新進率的分母為該年度的性別或年齡層人數



依性別及年齡區分之離職員工

年度	性別		總計	年齡			總計
	女	男		30歲以下	31-50歲	51歲以上	
2022	86	55	141	62	50	29	141
2023	81	62	143	70	53	20	143
離職率(%)							
2022	18.18%	11.63%	29.81%	13.11%	10.57%	6.13%	29.81%
2023	15.28%	11.70%	26.98%	13.21%	10.00%	3.77%	26.98%

註：離職率的分母為該年度的性別或年齡層人數

非擔任主管職務之全時員工平均薪資及與前一年度之差異

項目	單位	2022年	2023年	差異(%)
非擔任主管全時員工薪資總額	新台幣仟元	278,113	244,467	-12.10%
非擔任主管全時員工人數	人	442	422	-4.52%
非擔任主管全時員工薪資平均數	新台幣仟元	629	579	-7.95%
非擔任主管全時員工薪資中位數	新台幣仟元	422	440	4.27%

男女薪酬比

薪酬比例	主管	非主管
女	1.00	1.00
男	2.01	0.84

3.2 人才招募與培育

人才是經營企業的根本，潤泰全球在人員招募、僱用、培訓、獎勵、升遷、終止、退休等各方面管理上，秉持公平公開原則，訂定明確規範，所有員工皆享有公平待遇。此外，潤泰全球重視每一位同仁，提供良好的學習與成長空間，透過訓練提升員工各項能力，並配合公司職能發展體系，達到人盡其才之目的。在企業體內每一職務及各階層人員，藉職務說明及工作職掌給予明確的方向與目標，在員工共同努力下，與員工共創雙贏，達到永續經營目標。

人才培育與訓練機制

強化各部門專業知識

潤泰全球每年會依照各部門特性，安排相關的專業課程，例如生鮮部門規劃內部檢定機制，使生鮮員工在製作生鮮商品的技術更臻熟練；電器部門安排銷售顧問相關課程，使電器員工在介紹顧客電器商品時更加專業；客服部門有客服學校所提供的相關課程，使客服員工在賣場中給予顧客好的服務體驗。

定期安排員工外部訓練

潤泰全球鼓勵員工積極參與外部訓練並取得證照，其中包括職業安全衛生業務主管（甲種）、堆高機操作人員、防火管理員、能源管理員、空氣品質維護管理專責人員、急救人員、有機溶劑作業主管、AED管理員等。

員工職涯規劃及培育

- **新進人員訓練：**除基礎訓練外，會依照各部門特性，有差異化的課程，如生鮮相關會有衛生相關訓練；客服相關會有收銀及服務台相關訓練。此外，對於新進人員規劃健全的「學長姐制度」&「人資關懷群組」同步協助新進人員盡快適應公司文化及工作內容。
- **通識性訓練：**含政府法令規定的消防演練、職業安全衛生課程，公司制度相關的願景課程、考核制度及獎金制度，以及全公司整體或各部門通識性之訓練等等。
- **客製化訓練：**公司每半年會舉行組織人才盤點會議，依據各部門組織現況與提出有主管潛力人才之培育計畫，協助安排各部門在員工訓練需求及職涯發展上所需的訓練資源，並於半年一次的會議上定期追蹤員工的狀況，來幫助員工成長。



- **主管人員訓練**：含依各級主管之管理才能與管理職責等需求，規劃管理發展訓練活動。內容包含STP（課長領導訓練）、STPII（進階課長領導訓練）、MTP（經理領導訓練）、SGM（店總經理領導訓練）等主管核

2023年依職級與性別區分之教育訓練總時數

員工教育訓練總時數 (小時)	主管	非主管	訓練總時數
女	634.25	2,518.55	3,152.80
男	324.09	2,667.96	2,992.05
訓練總時數	958.34	5,186.51	6,144.85

2023年依職級與性別區分之教育訓練平均時數

員工人數	主管	非主管	合計平均
女	15.10	8.18	45.04
男	11.57	17.55	6.50
合計平均	13.69	11.28	11.59

註:主管定義為總公司經理(含)以上，中和分公司課長或相當職級(含)以上

教育訓練課程類別

課程類別	受訓總人次	受訓總時數
一般共通	1,241	2,820.24
法規遵循	621	1,424.29
專業技能	441	1,724.84
勞安課程	182	175.48

績效考核機制

潤泰全球為使公司目標方向與所有員工之績效目標一致，建立並落實完善的績效考核制度，透過每半年定期績效考核，並訂定相關獎金辦法，讓同仁之貢獻度與獎金得已清楚聯結。所有單位及到職滿三個月之員工均需接受考核，透過員工自評、與員工面談及主管評估建立雙向溝通管道，深入了解員工對企業之認同並鼓勵員工提出意見，做為人才培訓及職涯發展之參考依據。

考核項目主要分為「集團共同價值觀」與「工作目標達成評估」二個方面進行評估。「集團共同價值觀」評估項目為忠誠、熱忱、團隊、創新、顧客滿意、分享等項目，「工作目標達成評估」評估項目以時效、品質、成本作為衡量指標，評量工作目標之實際執行成果。



依職級與性別區分之績效考核人數

人員類別	男	比例	女	比例	合計	比例
2022年 主管	25	5.29%	40	8.45%	65	13.74%
2022年 非主管	149	31.50%	259	54.76%	408	86.26%
2022年 合計	174	36.79%	299	63.21%	473	100%
2023年 主管	28	5.28%	42	7.93%	70	13.21%
2023年 非主管	152	28.68%	308	58.11%	460	86.79%
2023年 合計	180	33.96%	350	66.04%	530	100%

註:主管定義為總公司經理(含)以上·中和分公司課長或相當職級(含)以上



3.3 員工福利

潤泰全球重視員工福利並均依照相關勞動法規辦理確實執行，致力塑造讓員工可充分發揮才能的工作環境，讓每一位員工都能受到全面妥善的照顧與關懷，照顧員工生活，提升生活品質及身心健康。

潤泰全球提供多元及全方位的員工福利措施，包含員工婚慶、生育、喪葬、住院等補助，及生日、勞動節、端午節、中秋節、春節發放禮券(禮品)，另每逢公司辦理現金增資時，依法提撥10%至15%提交員工認股；此外，公司代理品牌相關產品於門市購買給予員工折扣優惠並不定期舉辦員購特賣會。

薪酬政策

潤泰全球為留住良好的人才，提供具競爭力的薪酬制度，並且依需求不定期做調整，照顧基層員工及優秀同仁，訂有具有效激勵之獎金制度及年度晉升調薪制度，並做好留才育才工作，強化公司競爭力。基本薪資部分皆符合法令規範，與主管機關基本工資比為1:1。

本公司重視性別平等，遵守本國性別工作平等法，建立友善平等的工作環境，人員新進及晉升等薪資制度依學經歷、專業技術、能力及工作績效等核給薪資。

健康檢查

潤泰全球為使員工能更了解自身健康情況，以利員工及早發現健康是否異常，方能及時進行治療與控制，所有員工每年均進行2次健康檢查(註)。上半年檢查項目男性48項、女性49項，下半年檢查項目男性70項、女性71項，檢查項目包含尿液常規、血液常規、血清生化、肝腎功能、胸部X光、腹部超音波及癌症檢查等項目。2023年總公司體檢人次共507人，總費用新台幣1,503,586元；中和分公司體檢人次共75人，總費用新台幣38,500元。員工與眷屬亦可以優惠價格自費增加檢查項目，讓員工及其家人都能有更多的選擇，照顧員工亦照顧其寶貴的家人。

團體保險

潤泰全球為當員工發生意外時能提供更多的保障，除法令規定之勞工保險及全民健保外，所有正職員工於到職後，公司均為員工本人投保團體壽險、意外險與醫療險，癌症險並為員工之配偶及子女投保團體醫療險，亦可自費加保父母意外險、醫療險等以盡最大照顧同仁之美意。

退休福利

潤泰全球依勞動基準法之規定，訂有確定福利之退休辦法，適用於民國94年7月1日實施「勞工退休金條例」前所有正式員工之服務年資，以及於實施「勞工退休金條例」後選擇繼續適用勞動基準法員工之後續服務年資。本公司按月就薪資總額2%提撥退休基金，以勞工退休準備金監督委員會之名義專戶儲存於台灣銀行。並定期每年檢視提撥率，若餘額不足給付次一年度符合法定退休條件勞工的退休金數額，會於次年度三月底前一次提撥其差額。截至2023年，退休基金提撥數占其薪酬的百分比為4.21%。

- (1) 勞基法退休制度：每月由公司按員工工資總額，提撥退休準備金，儲存於台灣銀行勞退專戶。
- (2) 勞工退休金條例：每月由公司提繳6%勞工退休金，儲存於勞保局之個人退休金專戶；有自願提繳退休金者，另依自願提撥率在6%範圍內，代為提繳退休金至勞保局之個人退休金專戶。

單位:新台幣百萬元

項 目	2022年度	2023年度
確定福利義務之現值	194,062	190,514
計畫資產之公允價值	(203,376)	(201,557)
淨確定福利負債	(9,314)	(11,043)

育嬰假的復職與留任情形

潤泰全球所有正職員工符合性別工作平等法第十六條之規定者，依法皆享有育嬰假之福利，並鼓勵員工申請，以支持員工能兼顧工作及家庭。2023年有3位同仁申請育嬰留停，其中女性2位、男性1位，全年度育嬰留停原應復職且復職人數為6人，育嬰留停之復職率為86%；2022年育嬰留停復職且1年後仍在職之留任率為20%。



2023年育嬰留停情形

項目	女	男	總計
2023年申請育嬰留停申請資格人數	12	5	17
2023年申請育嬰留停人數	2	1	3
2023年育嬰留停原應復職人數(A)	6	1	7
2023年育嬰留停原應復職且復職人數(B)	6	0	6
2022年育嬰留停復職人數(C)	5	0	5
2022年育嬰留停復職且於2023年在職滿一年人數(D)	1	0	1
育嬰留停復職率%= B/A	100%	0%	86%
育嬰留停留任率%= D/C	20%	0%	20%



3.4 職業安全與健康

潤泰全球致力於降低對員工人身安全與健康造成危害之因素，提供員工安全與健康之工作環境，包括提供必要之健康與急救設施(AED)，以及對員工定期實施安全與健康教育訓練，以預防職業上災害，並鼓勵員工參與健康促進活動。

職場安全衛生管理及組織架構

本公司依現行職安法規設有職業安全衛生人員，負責督導辦理職業安全衛生管理計畫事項、監督所屬員工執行，並依職業安全衛生法規定訂工作守則，要求本公司員工切實遵行。

職業安全衛生管理計畫

本公司落實年度職安管理計畫「異常工作負荷預防」、「人因性危害預防」、「不法侵害預防」、「母性勞工健康保護」，定期委託監測機構實施作業環境監測，以掌控作業環境中危害因子狀況，並依據監測結果進行作業現場之改善，以降低職業疾病發生。

職業安全與健康具體管理措施

潤泰全球為確保服務品質並避免職業災害之產生，提供以下之措施：

- 辦公室設有監控系統，嚴格管制出入人員，以確保員工人身安全。
- 在辦公室環境方面，每天均有專人進行辦公室維護環境、定期進行辦公室消毒及工作環境氣體檢測、定期進行整修內部即時更新設備。
- 隨時注意辦公場所公共安全衛生，並設置哺乳室。
- 設立醫護駐點服務，與醫療系統簽訂醫生及護理師每月固定時數派員至店內為同仁做醫療檢查及諮詢。
- 開立職業安全訓練課程，並要求所有同仁皆需接受相關之訓練，避免同仁因不熟悉而發生職業災害
- 大樓每年定期做消防維護作業。
- 每年舉辦急救訓練講習。

教育訓練及緊急應變演練

2023年職安訓練主要內容為職業安全衛生、消防訓練，合計182人次，2,170小時。總公司課程為急救訓練講習，上課人次為4人次，總計36小時；中和分公司課程為職務安全衛生管理宣導與急救訓練講習，上課人次為341人次，總計906小時。



職業災害事故統計

年份	工作總時數	職災			職業傷害所造成的死亡比率	嚴重的職業傷害比率 (排除死亡人數)
		嚴重的職業傷害人數	死亡人數	可記錄職業傷害人數		
2022年	924,514	0	0	0	0	
2023年	894,452	0	0	2	0	

2023年受僱員工工作總時數為894,452小時，可記錄職業傷害人數2人，可記錄之職業傷害比率為2.24%(百萬小時)。



3.5 勞資關係

潤泰全球為促進和諧的勞資關係，建構全方位的溝通管道，多元、雙向的反映機制，提供員工充分表達意見的機會，並適時回應及處理，將具有建設性之意見逐一落實，在良好勞資關係下達到勞資和諧及雙方共榮的成果。員工可透過員工意見箱、單位內溝通、公告及員工諮詢等方式進行溝通，2023年無重大勞資事件及員工申訴事件發生。

員工溝通及申訴管道

總公司提供檢舉人之檢舉管道得以合宜之方式，以書面、電話 (02-8161-7999)、電子郵件 (RT-Report@mail.ruentex.com.tw) 方式辦理。由人事單位統合管理其電話及電子信箱，並受理相關事件。

中和分公司申訴管道比照大潤發，以網路

<https://rtmart.whispli.com/wb>、掃店內張貼海報的Qr Code或至APP商店下載應用程式(whispli)方式辦理。由人事單位統合管理其電話及電子信箱，並受理相關事件。



GRI Standards揭露項目對照表

使用聲明	潤泰全球已依循GRI準則報導2023年1月1日至2023年12月31日期間內，GRI內容索引表中引述的資訊
使用的GRI 1	GRI 1：基礎 2021
適用的GRI行業準則	不適用

GRI準則	揭露項目	報告書章節/備註	頁碼	GRI準則	揭露項目	報告書章節/備註	頁碼	
一般揭露				GRI 2： 一般揭露 2021	2-13衝擊管理的負責人	1.1公司治理	23-28	
GRI 2： 一般揭露 2021	組織及報導實務				2-14最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	3-4	
	2-1組織詳細資訊	關於潤泰全球	7-11		2-15利益衝突	1.1公司治理	23-28	
	2-2組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	3-4		2-16溝通關鍵重大事件	重大主題鑑別與執行流程	15-16	
	2-3報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	3-4		2-17最高治理單位的群體智識	1.1公司治理	23-28	
	2-4資訊重編	無資訊重編之情形	-		2-18最高治理單位的績效評估	1.1公司治理	23-28	
	2-5外部保證/確信	關於本報告書 會計師有限確信報告	3-4 74-75		2-19薪酬政策	1.1公司治理 潤泰全球薪酬政策未包含簽約獎金或招聘獎勵金、離職金、索回機制及退休福利等潤泰全球目前尚未將薪酬連結至ESG績效，未來將逐步規劃	23-28	
	活動與工作者				2-20薪酬決定流程	1.1公司治理 潤泰全球薪酬決定流程未有外部利害關係人及顧問參與	23-28	
	2-6活動、價值鏈和其他商業關係	1.4供應鏈管理	32-33		2-21年度總薪酬比率	薪資為潤泰全球機敏資訊，暫不予揭露	-	
	2-7員工	3.1人權保護	54-58		策略、政策與實務			
	2-8非員工的工作者	3.1人權保護	54-58		2-22永續發展策略的聲明	經營者的話	5-6	
	治理							
	2-9治理結構及組成	1.1公司治理	23-28					
	2-10最高治理單位的提名與遴選	1.1公司治理	23-28					
2-11最高治理單位的主席	1.1公司治理	23-28						
2-12最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.1公司治理	23-28						



GRI準則	揭露項目	報告書章節/備註	頁碼	GRI準則	揭露項目	報告書章節/備註	頁碼
GRI 2 : 一般揭露 2021	2-23政策承諾	經營者的話 利害關係人溝通 重大主題鑑別與執行流程 1.2誠信經營 3.1人權保護	5-6 13-14 15-16 29-30 54-58	重大議題：員工福利			
	2-24納入政策承諾	利害關係人溝通 1.2誠信經營	13-14 29-30	GRI 2 : 一般揭露 2021	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16
	2-25補救負面衝擊的程序	利害關係人溝通 重大主題鑑別與執行流程 1.2誠信經營 3.5勞資關係	13-14 15-16 29-30 67	GRI 401 : 勞雇關係	401-1新進員工和離職員工 401-2提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利 401-3育嬰假	3.1人權保護 3.3員工福利 3.3員工福利	54-58 62-64 62-64
	2-26尋求建議和提出疑慮的機制	利害關係人溝通 1.2誠信經營	13-14 29-30	重大議題：營運績效			
	2-27法規遵循	1.3法規遵循	30-31	GRI 3 : 重大主題 2021	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16
	2-28公協會的會員資格	關於潤泰全球	7-11	GRI 201 : 經濟績效 2016	201-1組織所產生及分配的直接經濟價值 201-2氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會 201-3確定給付制義務與其他退休計畫	關於潤泰全球 2.1氣候變遷因應 3.3員工福利	7-11 45-48 62-64
	利害關係人議合			重大議題：永續採購			
	2-29利害關係人議合方針	利害關係人溝通	13-14	GRI 3 : 重大主題 2021	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16
	2-30團體協約	潤泰全球無團體協約	-	永續採購	自訂主題	1.4供應鏈管理	32-33
	重大主題				重大議題：人才招募與培育		
GRI 3 : 重大主題 2021	3-1決定重大主題的流程	重大主題鑑別與執行流程	15-16	GRI 3 : 重大主題 2021	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16
	3-2重大主題列表	重大主題鑑別與執行流程	15-16				
	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16	GRI 3 : 重大主題 2021	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16
重大議題：供應鏈管理							
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16				
GRI 204 採購實務	204-1來自當地供應商的採購支出比例	1.4供應鏈管理	32-33				



GRI準則	揭露項目	報告書章節/備註	頁碼	GRI準則	揭露項目	報告書章節/備註	頁碼
GRI 404 : 訓練與教育 2016	404-1每名員工每年接受訓練的平均時數	3.2人才招募與培育	59-61	重大議題：職業安全健康			
	404-3定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	3.2人才招募與培育	59-61	GRI 2 : 一般揭露 2021	403-3職業健康服務	3.4職業安全衛生	65-66
重大議題：商品品質與顧客關係					403-5有關職業安全衛生之工作者訓練	3.4職業安全衛生	65-66
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16	重大議題：廢棄物管理			
GRI 416 : 顧客健康 與安全 2016	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	1.7商品品質與顧客關係	38-41	GRI 3 : 重大主題 2021	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16
重大議題：公司治理				GRI 306 廢棄物 2020	306-3 廢棄物的產生	2.3廢棄物管理	51-52
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16		306-4 廢棄物的處置移轉	2.3廢棄物管理	51-52
GRI 405 : 員工多元 化與平等 機會 2016	405-1 治理單位與員工的多元化	1.1公司治理 3.1人權保護	23-28 54-58		306-5 廢棄物的直接處置	2.3廢棄物管理	51-52
	405-2 女性對男性基本薪資與薪酬的比率	3-1人權保護	54-58	一般主題			
重大議題：代理品牌與行銷管理				經濟			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3重大主題管理	重大主題鑑別與執行流程	15-16	GRI 206 反競爭行為 2016	206-1反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	1.3法規遵循	30-31
自訂主題	代理品牌與行銷管理	1.8代理品牌與行銷管理	42-44	環境			
				GRI 302 能源 2016	302-1 組織內部的能源消耗量	2.2能源與溫室氣體管理	49-50
					302-3 能源密集度	2.2能源與溫室氣體管理	49-50
				GRI 303 水與放流 水 2018	303-3 取水量	2.4水資源管理	53
				GRI 305 排放 2016	305-1 直接 (範疇一) 溫室氣體排放	2.2能源與溫室氣體管理	49-50



TCFD對照表

GRI準則	揭露項目	報告書章節/備註	頁碼	類別	揭露內容	對應章節或說明	頁次
GRI 305 : 排放 2016	305-2 能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	2.2能源與溫室氣體管理	49-50	治理	a. 董事會對氣候相關風險與機會的監督情況。 b. 管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色。	2.1氣候變遷因應	45-48
	305-4 溫室氣體排放強度	2.2能源與溫室氣體管理	49-50				
社會				策略	a. 組織所鑑別的短中長期氣候相關風險與機會。 b. 組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊。 c. 組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境(包括2°C或更嚴苛的情境)。	2.1氣候變遷因應	45-48
GRI 418 : 客戶隱私 2016	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1.7商品品質與顧客關係	38-41				
				風險管理	a. 組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程。 b. 組織在氣候相關風險的管理流程。 c. 氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度。	2.1氣候變遷因應	45-48
				指標和目標	a. 揭露組織依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標。 b. 描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現。	2.1氣候變遷因應	45-48

上市上櫃公司氣候相關資訊

氣候變遷對公司造成之風險與機會及公司採取之相關因應措施

項目	章節	頁碼	項目	章節	頁碼
1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。	2.1氣候變遷因應	45-48	8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量。	請參閱溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫	74
2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)。	2.1氣候變遷因應	45-48			
3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	2.1氣候變遷因應	45-48	9. 溫室氣體盤查及確信情形。	請參考溫室氣體盤查及確信情形	74
4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	潤泰全球氣候變遷風險之辨識雖未整合於整體風險管理制度，然已於2022年透過舉辦一場TCFD workshop，由各部門主管級以上人員參與，依各部門業務相關性針對氣候變遷議題進行討論與評估	45-48			
5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。	2.1氣候變遷因應	45-48			
6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。	2.1氣候變遷因應 指標與目標內部規劃中	45-48			
7. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	尚無內部碳定價	-45-48			

最近二年度公司溫室氣體盤查及確信情形

1. 溫室氣體盤查資訊

基本資料	依上市櫃公司永續發展路徑圖規定至少應揭露
<input checked="" type="checkbox"/> 資本額 100 億元以上公司、鋼鐵業、水泥業	<input checked="" type="checkbox"/> 母公司個體盤查
<input type="checkbox"/> 資本額 50 億元以上未達 100 億元之公司	<input type="checkbox"/> 合併財務報告子公司盤查
<input type="checkbox"/> 資本額未達 50 億元之公司	<input checked="" type="checkbox"/> 母公司個體確信
	<input type="checkbox"/> 合併財務報告子公司確信

	2022年度		2023年度	
	總排放量 (公噸CO ₂ e)	密集度 (公噸CO ₂ e/新台幣百萬元)	總排放量 (公噸CO ₂ e)	密集度 (公噸CO ₂ e/新台幣百萬元)
範疇一	182.45	0.06	271.98	0.10
範疇二	3,154.87	1.10	3091.36	1.15
範疇三	未盤查	未盤查	616.06	0.23
合計	3,337.32	1.16	3,979.40	1.48

2. 溫室氣體確信資訊

年度	確信範圍	確信機構	確信準則	確信意見
2022年度	本年度尚未強制進行驗證			
2023年度	本公司組織邊界範圍內所有排放源	台灣檢驗科技股份有限公司	ISO14064-1:2018 ISO14064-3:2006	類別一及類別二之未違反實質性差異門檻，符合主管機關認可之合理保證等級。類別三至六為有限保證等級。

溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫

- 短期目標：2023年完成首次母公司溫室氣體盤查作業。
2024年完成母公司ISO 14064-1溫室氣體盤查及確信。
- 中期目標：2027年完成合併公司溫室氣體確信。
2030年預計溫室氣體減量15%。
- 長期目標：2040年預計溫室氣體減量30%。
2050年預計溫室氣體減量50%，且達成碳中和。





製表：

確信項目彙總表

編號	說明	評估標準	衡量標準				
1	2023 年全池用水量為 14,044 萬公升。	3-1 水資源管理	GRI 303-1 耗水量				
2	2023 年中轉育嬰留學中轉留學人數	3-3 員工福利	GRI 401-5 留學報				
	2023 年中轉育嬰留學人數						
	2023 年育嬰留學原籍組成人數(A)						
	2023 年育嬰留學原籍組成人數(B)						
	2022 年育嬰留學原籍組成人數(C)						
	2022 年育嬰留學原籍組成人數(D)						
	育嬰留學留學率=B/A						
	育嬰留學留學率=C/D						
3	2023 年經手所屬產品滿意度	1-2 產品品質	自訂指標 1 2023 年公營客戶滿意度調查結果				
	區：NA、TICA			JFEP	Eden Park	Wyattard	
	區：陸、香港			8.2%	8.2%	10%	7.1%
	區：東南亞			4.5	4.5	4.4	4.6
	註：滿分為 5.0 分						
4	2023 年總發電量為 6,257,819.43kWh。	2-2 能源管理	自訂指標 2 2023 年經手所屬產品滿意度				



RUENTEX

www.ruentex.com.tw
TEL:(8862)8161-7999
FAX:(8862)8161-7959

13/F, No.308, Section 2, Bade Road, Taipei 104, Taiwan