



MY HUMBLE HOUSE
HOSPITALITY MANAGEMENT
CONSULTING

寒舍餐旅管理顧問



2020 CSR REPORT

—— 寒舍餐旅 ——
企業社會責任報告書



CONTENTS

目錄

	董事長的話 4
關於本報告書 6	報告書編輯原則 6 利害關係人溝通與重大議題 8
Chapter 1 永續承諾 18	1.1 永續治理與誠信經營 21 1.2 風險管理與因應 26 1.3 資訊安全與顧客隱私保護 30
Chapter 2 尊爵服務 賓至如歸 32	2.1 風格食尚 引領潮流 33 2.2 客戶關係 44
Chapter 3 食尚安心 全心守護 50	3.1 食品安全 53 3.2 永續供應鏈 64
Chapter 4 綠色營運 環保節能 74	4.1 永續旅宿 純淨安心 75 4.2 能源節約與管理 77 4.3 水資源管理 80 4.4 廢棄物管理 83
Chapter 5 完善制度 關懷員工 88	5.1 精選人才 穩固根基 89 5.2 培育人才 創建未來 92 5.3 福利保障 安心就業 101 5.4 職場安全與身心健康 105
Chapter 6 社會回饋 再締美好 110	
附錄 116	附錄一：全球永續性報告指標 GRI 準則內容索引 116 附錄二：會計師獨立確信報告 121



董事長的話

寒舍餐旅善用累積多年的餐旅管理經驗，不斷成長發展，並致力於提昇客戶與員工滿意度及忠誠度。

期望集團旗下的每一家旅館，皆致力於結合在地特色、文化形態及獨幟一格的寒舍品味，成為當地市場的引領者。並透過持續與全球聞名的國際標竿酒店接軌、合作，培養人才的全球視野，將寒舍餐旅推向國際舞台。

恭候



寒舍餐旅成立於 2000 年，為全球首家將當代藝術策展概念導入飯店空間的業者，十年來我們以高標準自我檢視，持續擴大創新量能。歷經台北喜來登大飯店的改裝升級並與台北寒舍艾美酒店囊括國內外大獎肯定，我們於 2017 年成立自創品牌「礁溪寒沐酒店」，運用台北兩館的國際五星飯店營運經驗，帶給賓客完美的入住享受及服務。於台灣扎根的同時，也致力於打造友善職場環境、幸福企業，讓賓客與員工都能在寒舍餐旅營造的優雅環境中，享受生活、享受工作。

2020 年受新冠疫情影响，國際觀光與商務會展需求急凍，因此我們立即規劃旗下之國際商務飯店進行策略轉型，積極開發國旅市場，另闢藍海。具體成果包含與營業據點具有區域互補性的同業合作雙城行銷活動、擴充親子主題服務及開設「寵沐苑」寵物旅館、增進餐飲設計多樣化等方案。此外，因應餐飲外送及冷凍即時商品成長顯著、遠距會議取代實體活動等趨勢，我們開發多樣冷凍即食商品供顧客選擇，並透過數位工具及大數據分析，深化顧客關係、精準行銷。同時響應政府防疫政策，我們將集團轉投資之「寒舍艾麗酒店」客房申請為防疫旅館，除嚴謹之消毒清潔外，並加強服務員工之安全防護及流程訓練，顧客依獨立動線分流進房，並由獨立部門提供檢疫旅客相關服務，為國人安全及防疫把關盡一份心力。

在所有夥伴的努力之下，寒舍餐旅旗下之飯店連年獲得各大國內外專業機構肯定，其中包含台北喜來登飯店連續三年榮獲《台北米其林指南》中的「4 間黑房子 (Top Class Comfort)」酒店推薦，台北喜來登之請客樓餐廳連續三年獲得「米其林 2 星餐廳」之榮耀，此外台北喜來登辰園餐廳及台北寒舍艾美之寒舍食譜餐廳亦連續三年獲得「米其林餐盤推薦餐廳」等殊榮。

企業社會責任旨在公司追求獲利成長外，亦兼顧其員工、消費者、供應商、社區與環境等相關利害關係人的權益，並落實在我們營運的每一個環節中。在環境保護方面，我們推動節能減碳方案及設備汰舊換新方案，以減少用電量及排碳量，廢棄物排放量亦連年減少，並配合台北市廚餘減量計畫，指派專人進行食材控管並提高食材使用率以減少剩食，達成減碳之目標；在人才培育方面，我們推動寒舍學堂與接班人計畫，並建立數位學習管道，除推動對應公司未來策略目標的階梯式人才培育外，亦使員工之學習不受時間與空間的限制；於經營管理層面，我們於 2020 年 5 月通過「董事會自我評鑑或同儕評鑑辦法」，確立本公司應每年定期就董事會及個別董事進行自我或同儕評鑑，並向證券交易所申報評估結果，以持續提升公司治理之成效。

寒舍餐旅在社會參與面也不遺餘力，連續多年響應節能減碳之「世界地球日」活動及於旗下飯店舉辦耶誕慈善捐款活動，同時為支持國內體育發展，贊助「中華企業射箭聯盟」，成立「寒舍射箭隊」，培植國內射箭選手為國家爭光。展望後疫情時代，我們將持續關注疫情變化及市場需求，並活用新興媒體及數位工具發展創新服務，以提高集團的營運效能及顧客忠誠度，與所有利害關係人共同邁向下一個十年。

關於報告書

寒舍餐旅管理顧問股份有限公司 (股票代號：2739，以下簡稱「寒舍餐旅」)

創立於 2000 年，旗下所經營產業跨足飯店旅館業及餐飲服務業；寒舍餐旅經營理念融合「文化、藝術、美學薈萃」，致力成為國內指標觀光旅館業者，打造出「藝術即生活」及「生活即藝術」的寒舍品味哲學。

自 2017 年起，寒舍餐旅已經連續五年發行企業社會責任報告書，我們視其為重要的溝通工具，向所有利害關係人說明我們在經濟、環境、社會等三大面向的治理成果。

未來，寒舍餐旅將持續努力傾聽利害關係人的聲音，並積極將企業社會責任的精神落實於住宿及餐飲管理環節當中，提供消費者最「真誠貼心，無微不至」的服務，同時為員工建立優質的職場環境，在實踐企業永續的路上持續前行，攜手所有利害關係人創造共好社會。

撰寫原則

本報告書之內容架構為依循全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 之最新 GRI 準則 (GRI Standards)：核心選項 (Core) 進行編撰，完整回應利害關係人所關注的經濟、環境及社會等三大面向之重大性議題，亦揭露寒舍餐旅的永續績效表現及目標展望。

報告時間

本報告書主要揭露 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日的財務及非財務資訊，預計每年持續發行企業社會責任報告書，並於本公司網站揭露 (網址：<http://www.mhh-group.com/csr.aspx>)。

報告範疇

本報告書的資訊揭露範疇為寒舍餐旅三個主要的營運據點：台北喜來登大飯店、台北寒舍艾美酒店及礁溪寒沐酒店 (以下分別簡稱「台北喜來登」、「台北寒舍艾美」及「礁溪寒沐」，三個營運據點則統一簡稱寒舍餐旅)。

資訊管理

本報告書之非財務資訊主要來自於各部門業務範疇的績效成果，而財務數據則彙整自寒舍餐旅個體財務報表，若有任何數據範疇調整，將於報告書中加註說明，主要的貨幣單位為新台幣元。

報告書確信

本報告書是由安永聯合會計師事務所依循 GRI 準則 (GRI Standards) 及 ISAE 3000 有限等級 (Limited Assurance)，確信標準進行查證，確保資訊揭露可靠度，確信範圍及結論請詳本報告書附錄之獨立確信報告書第 [121 頁](#)。



本報告書聯絡單位

如對本報告書有任何指教或疑問，歡迎聯繫

地址 | 台北市中正區忠孝東路一段 12 號

公司網址 | <http://www.mhh-group.com>

聯絡窗口 | 董事長室閔桂鈴副總經理

電話 | (02)6633-1506

電子郵件信箱 | public@mhh-group.com

利害關係人溝通與重大議題 | 2020 年利害關係人溝通重點

為實踐寒舍餐旅的永續發展理念，我們藉由多元管道與利害關係人溝通，彙整其所關注之議題，並檢視各議題之主要績效以做出回應。2020 年，我們持續關注最新國際永續發展的趨勢，包含氣候變遷及營運不中斷、打造安全與永續的住宿體驗、提供健康有品質的餐飲服務，以及維護包容平等的幸福職場等議題，並向內部各單位與八大利害關係人蒐集反饋意見，透過問卷統計的方式，充分了解其關注焦點。經分析評估與管理階層討論後，收斂出 6 項重大議題，期待更能聚焦地回應利害關係人所關切的議題，以有效地管理與推動公司的永續策略。

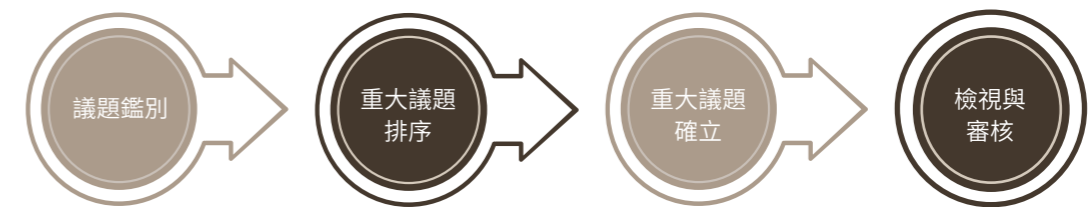
寒舍餐旅各部門依日常活動及交易往來辨識、彙整出的八大利害關係人包括：員工、投資人、供應商、客戶、媒體、社區、政府機構及顧問單位，並各依合適的管道，進行定期、長期、有深度的溝通，藉此理解利害關係人重視的議題與期望，以利我們快速作出適當回應、調整相關議題之經營方針，落實有效溝通、達成永續發展之願景。各利害關係人的溝通管道與頻率如下圖所示：

利害關係人	溝通管道	溝通頻率	關注議題
員工	勞資會議 職工福利委員會會議 內、外部教育訓練 總經理信箱 員工申訴信箱與專線	即時 勞資會議每季一次 員工大會每半年一次	1. 永續發展策略及風險管理 2. 職業健康與安全 3. 訓練與教育 4. 客戶關係
投資人	公開資訊觀測站 公司網站投資人專區 年度股東大會 國內、外法人說明會 電話或 E-mail 詢問發言人 股務代理專線	即時 股東大會每年至少一次 法人說明會每年至少一次	1. 永續發展策略及風險管理 2. 消費者的健康與安全 3. 產品創新 4. 供應商採購政策
供應商	電話專線 電子郵件 供應商評鑑及評核	即時	1. 消費者的健康與安全 2. 產品及服務標示 3. 永續發展策略及風險管理 4. 供應商評估
客戶	客服專線 公司官網 現場服務人員 線上問卷	即時	1. 責任行銷 2. 法規遵循 3. 客戶關係
媒體	新聞稿 記者會 電子郵件 電話專線	不定期	1. 責任行銷 2. 法規遵循 3. 客戶關係 4. 供應商評估 5. 供應商採購政策

社區	電子郵件 電話專線	不定期	1. 責任行銷 2. 法規遵循 3. 客戶關係
政府機關	公開資訊觀測站 參與研討會及持續進修	不定期	1. 責任行銷 2. 產品及服務標示 3. 產品創新
顧問單位	電子郵件 電話專線	不定期	1. 責任行銷 2. 產品及服務標示 3. 消費者的健康與安全

重大主題評估流程

寒舍餐旅透過下述四個步驟完成辨識利害關係人所關注的議題，於本年度報告書中提出回應，並推動改善計畫。



1. 議題辨識

寒舍餐旅參考國內外同產業標竿企業的關鍵議題，進一步分析產業議題的趨勢變動，並結合 GRI Standard 中所列的各面向同時考量產業特性、未來願景、永續性的策略、目前執行狀況等因素，經內部分析評估後，篩選出 41 項相關議題，並設計成問卷，發送予鑑別出的八類利害關係人填答，並收回 43 份有效問卷。我們藉由上述流程，實際了解利害關係人對各議題的關注程度，也同時檢視我們對 CSR 的各項活動是否符合利害關係人的預期。

2. 重大議題排序

我們將收回的議題問卷，經統計量化後算出不同類型之利害關係人對各議題關注程度的差異，及營運過程中各議題可能帶來的主要風險及潛在機會，並交由公司內對應各議題的權責單位，對議題進行評估與討論，分析其對財務、非財務、時間及其他因素的影響，以決定各議題對公司的影響程度，藉此分析出重大主題共 11 項。2020 年我們的管理階層透過會議的方式，依據前述分析的結果調整加入「營運持續管理」議題，以突顯集團對於後疫情營運之重視，最終決議出 6 項重大主題。

寒舍餐飲重大主題分析結果

議題關注程度	高	責任行銷 法規遵循 職業健康與安全 永續發展策略及風險管理	產品及標示服務 客戶關係 產品創新 供應商採購政策 消費者的健康與安全
	中	廢汙水和廢棄物排放 產品和服務回收性 間接經濟衝擊 市場形象 原物料	員工多元化與平等機會 強迫與強制勞動 客戶隱私 申訴機制 勞僱關係 勞資關係 女男同酬 童工 不歧視 反貪腐 能源 經濟績效
	低	公共政策 反競爭行為 生物多樣性 人權評估 交通運輸 環保支出 結社自由與集體協商 保全實務 水資源	原住民權利 當地社區 投資
	低	中	高

議題衝擊程度

3. 重大議題確立

綜合八大利害關係人調查結果確立重大議題的排序後，透過寒舍餐旅的 CSR 決策小組進一步評估重大主題對於組織內、外的衝擊，以鑑別出重大議題涵蓋的範疇、邊界與報導期間，便於主動回應利害關係人關注之重要資訊與績效，並確保重大議題資訊完整地揭露於報告書中。同時，CSR 決策小組會針對 CSR 核心策略方向及重大議題之管理方針進行全面的討論及規劃。

重大主題	溝通管道	對應 GRI 重大主題	組織內	組織外				
				投資人	供應商	客戶	媒體	政府機關
客戶關係	2.2 客戶關係	GRI418: 客戶隱私 2016	√			√	√	
消費者的健康與安全	3.1 食品安全	GRI 416: 顧客健康與安全 2016	√		√	√		√
訓練與教育	5.2 培育人才 創造未來	GRI401: 勞僱關係 2016 GRI404: 訓練與教育 2016	√					
法規遵循	1.1.3 法規遵循 3.1 食品安全	GRI 307: 有關環境保護的法規遵循 2016 GRI 419: 社會經濟法規遵循 2016 GRI416: 顧客健康與安全 2016	√	√	√	√		√
永續發展策略及風險管理	1.1 永續治理與誠信經營	自訂重大主題	√	√	√			
營運持續管理	1.2.2 營運持續管理	自訂重大主題	√	√	√	√	√	

4. 檢視與審閱

於每年報告書編製完成後，寒舍餐旅內各重大議題對應的企業社會責任推動小組與權責單位會執行最後的檢視與審閱，以確保 CSR 資訊與績效是否揭露完整、內容有無不當或不實表達，並針對揭露結果與永續目標執行狀況進行回饋，做為下一年度報告書編制的重要參考依據。

關於寒舍餐旅

寒舍餐旅管理顧問股份有限公司成立於 2000 年，至今事業版圖跨足飯店旅館業及餐飲服務業；並以「藝術即生活」及「生活即藝術」的寒舍品味哲學，致力於推廣人文事業以及專業人才的培育，各業皆引領業界潮流，穩定成長表現亮眼，為集團的成長茁壯打下鞏固基礎。

公司全名	寒舍餐旅管理顧問股份有限公司 (股票代號 2739)
員工人數 (註)	1674 人
創立時間	2000 年
董事長	蔡伯翰
總部位置	台北市中正區忠孝東路一段 12 號
資本額	1,115,260,000

註：員工總人數包含台北喜來登、台北寒舍艾美及礁溪寒沐之員工數 (含正職員工、建教生及計時人員)。

經營理念與核心願景

從成立初始，我們持續致力於結合藝術投資、觀光旅館及餐飲服務的跨界經驗，以多元方式將經營理念 - 文化、藝術、美學薈萃 融合於酒店及餐飲事業中，引領業界潮流，打造「藝術即生活」及「生活即藝術」的寒舍品味哲學，期待不斷創造顧客的全新體驗，提升集團產品與服務的競爭力。

企業願景

我們以累積多年的餐旅管理經驗，不斷成長發展並致力於提升客戶與員工滿意度及忠誠度，期所經營之事業皆能成為該市場領域中的領導者，以創造公司及股東最大利益。

主要餐旅品牌與服務

寒舍餐旅集團主要營業業務為國際觀光旅館，並附設包含中西餐廳、咖啡廳、酒吧、外賣店、會議廳、健身房、三溫暖及停車場之經營，三大主要營運據點包含台北喜來登大飯店、台北寒舍艾美酒店、礁溪寒沐酒店，各飯店之特色服務及行銷活動即請詳見 [Ch2 尊爵服務 賓至如歸章節](#)。

主要產品之營業比重

單位：新台幣仟元

年度	2019 年度		2020 年度	
	金額	%	金額	%
客房收入	1,807,958	40.37%	741,371	26.42%
餐飲收入	2,497,532	55.77%	1,927,288	68.67%
其他收入	172,961	3.86%	137,891	4.91%
合計	4,478,451	100%	2,806,550	100.00%



台北喜來登大飯店	台北寒舍艾美酒店	礁溪寒沐酒店
台北市中正區忠孝東路一段 12 號	台北市信義區松仁路 38 號	宜蘭縣礁溪鄉健康路 1、2 號
<p>台灣唯一榮獲「Sheraton Grand」品牌最高殊榮的國際五星級飯店</p> <p>飯店座落於台北政商、交通核心地區，擁有 688 間豪華客房、休閒商務設施及米其林星級餐廳。傳承三十餘年來一貫溫婉細膩的服務精神，配置專業訓練的「行政管家」團隊，為入住的貴賓提供頂級的個人專屬服務。為進一步服務親子客群，2020 年台北喜來登斥資百萬邀請國內最大兒童遊憩空間規劃公司及人氣插畫家，以莫蘭迪色系融合動物童話繪本元素打造出 5 間童趣親子主題客房與佔地 45 坪的手拉手樂園，為孩子另闢一處專屬的幻想堡壘。</p> <p>了解更多</p> 	<p>全球首創導入當代藝術策展概念的時尚酒店</p> <p>座落於台北時尚藝文核心—信義計畫區內，館內擁有 160 間精緻客房、佔地 1,620 平方米的宴會空間及米其林推薦餐廳，提供賓客完美入住享受及服務。全館以當代藝術策展概念，集結來自台灣、中國、日本、韓國、美國、英國和比利時等多位當代藝術家近 700 件作品及裝置藝術，融入在每一位旅客都能接觸到的角落，創造無限探索空間的當代藝術酒店。疫情時期，台北寒舍艾美推出沁夏驚喜專案及五星主廚美味百元便當，讓賓客輕鬆享受頂級時尚的都會小旅行。</p> <p>了解更多</p> 	<p>寒舍餐旅首家自創品牌休閒度假酒店</p> <p>酒店座落於礁溪溫泉商圈的核心，交通十分便捷，全區分為 2 棟建築體，擁有 190 間客房，每款房型均配備獨立的溫泉浴池，提供露天風呂、兒童休憩區、綜合溫泉池、戶外游泳池等多項設施服務。承襲寒舍美學、人文和藝術兼具的獨到品味，礁溪寒沐由台灣藝術家與全球知名國際酒店設計團隊 LTW 合作打造，以當代藝術策展概念融合自然、名湯及在地文化，營造優雅與高品味的度假休閒氛圍。為服務多元客群，2020 年「寵沐苑」寵物專屬旅館全新開幕，並推出高爾夫球聯誼球敘活動，悠閒舒適的度假享受為旅人喚醒能量。</p> <p>了解更多</p> 



寒舍餐旅歷史沿革

獲獎紀錄

台北喜來登



2020
《台北米其林指南》
獲評 4 間黑色房子
(Top Class Comfort)

台北喜來登請客樓



2020
《台北米其林指南》
獲評 米其林二星

台北喜來登辰園



2020
《台北米其林指南》
獲評 米其林餐盤推薦

台北寒舍艾美
寒舍食譜

2020
《台北米其林指南》
獲評 米其林餐盤推薦

台北寒舍艾美



Loved by Guests Award 2020
Most Wanted 8.4/10 - Superb
2020 年
深受旅客喜愛獎 8.4/10

台北寒舍艾美



109 年觀光飯店安全防護工
作檢查 特優 Superior

礁溪寒沐



宜蘭縣政府 第一屆
「宜蘭勁好 TOP10 好食·物·好所在」
礁溪寒沐「松露青匙老菜飯」
獲選「飯店組」十大好食

礁溪寒沐



HotelsCombined-2020
HotelsCombined
台灣人氣旅宿早餐獎

礁溪寒沐



Hotels.com-2020
Loved by Guests -FAMILY
Winner

營運績效與策略規劃

2020 年受到新冠疫情衝擊，觀光旅遊及商務飯店需求凍結，寒舍餐旅旗下台北喜來登大飯店與台北寒舍艾美酒店國際商務旅客大幅減少，住房與餐飲宴會達成率下滑而影響營收；惟礁溪寒沐酒店長久耕耘親子旅遊市場並擁有溫泉優勢，受惠於國旅市場需求增加，暑假至年底住房率皆達 8 成，不論在客房及餐飲的表現皆較前一年度成長。

2020 年下半年國內疫情受控，寒舍餐旅積極推出彈性多元餐飲活動促銷，包括精緻單點的餐廳祭出吃到飽活動、主打小桌數的喜宴及微型尾牙、延長線上旅展的販售時間並積極開發外賣店的商品，策略皆有效帶動來客數的成長，減緩疫情帶來的衝擊，受惠於旅展業績加持、國旅興盛與年底聚餐需求增加，2020 年底營收也逐漸回升。

展望 2021 年，在疫情尚未結束前，寒舍餐旅仍將嚴謹執行防疫措施，配合政府政策，以確保賓客及員工的安全。同時，餐飲維持穩健步調，豐富各餐廳菜色並優化服務品質，並積極拓展數位與實體通路平台，增加銷售渠道，搶攻冷凍即食餐點的商機，期盼於 2021 年帶動營運成長動能。另外，寒舍餐旅將持續投入於國旅市場，旗下各飯店皆積極推出豐富多元的客房及餐飲專案，以滿足不同消費者需求，期盼增加飯店的營運動能。

寒舍餐旅近三年合併財務資訊

單位：仟元

項目	基本要素	2018	2019	2020
產生之直接經濟價值	收入	4,357,920	4,478,451	2,806,550
分配之經濟價值	營運成本	2,992,685	2,835,489	2,222,357
	員工薪資和福利 (註 1)	1,296,226	1,304,858	1,122,617
	支付出資人的款項 (當年度現金股利)	111,526	111,526	111,526
	支付政府的款項 (註 2)	15,582	0	5,430
	社區投資 (註 3)	4,598	6,738	4,988
留存之經濟價值	(產生 - 分配)	-62,697	219,840	-660,368

註 1：包含獎金、退休金、勞健保等用人費。

註 2：支付之所得稅。

註 3：捐助政府機構、其他社團及敦親睦鄰公益支出。

註 4：資料來源 2020 年合併財務報告及寒舍內部資料，詳細內容可詳見該年度公司年報 [\[連結\]](#)

受新冠病毒肺炎疫情影響，飯店業遭遇營運寒冬，除適時修正公司營運計畫外，亦積極向政府單位申請營運負擔補貼及薪資補貼等計 \$163,843 千元，另向各供應廠商爭取折扣及向房東爭取租金減收以降低營運成本，並啟動營運管理預備金、申請政府 3~5 年紓困補助方案、向配合政府之合作銀行申請優惠利率提高授信額度等，以充實及妥善規劃營運資金。



寒舍餐旅的發展策略將依據以下主軸進行：

1. 新媒體與科技的應用，提高品牌知名度：透過新媒體吸引年輕世代的客源，應用雲端運算工具，整合忠誠顧客的消費軌跡，期待發揮集團經營綜效。
2. 追求創新精神，持續提升硬體設施：鼓勵員工學習新技術與知識，以提高工作技能，並增加新穎的硬體設施，符合新世代顧客需求。
3. 積極開發新市場、強化顧客忠誠度：各飯店宴會廳以多元化的設計爭取各類娛樂相關活動，提升曝光率，整合各飯店行銷資源推出套裝行程，開拓包含泰國、馬來西亞、印度等新市場；以寒舍集團會員計畫提升現有顧客忠誠度。
4. 提升能源使用效益、善盡企業社會責任：採購新型節能設備，由專責部門監控各飯店能源效率，推動多種節能方案，鼓勵顧客及員工共同守護地球，節省能源及減少廚餘；並積極參與公益活動，實踐企業社會責任。
5. 建構幸福職場—以寒舍人為榮：我們擬訂了各部門接班人計畫，提供員工職涯規劃、建立數位學習平台，讓員工可以彈性學習升遷所需的技能，帶動員工自我成長，達成育才及留才的目標。



觀光業正值非常時期，我們將持續調整各項營運作業及管理政策，為維持公司的永續經營不斷努力，期待與各利害關係人包含投資人、員工等，共體時艱，攜手邁步向前。

寒舍餐旅更因應疫情擬訂以下營運計畫及因應策略，期望在持續變動的環境下，能夠穩健經營，減少衝擊與損失之程度：

1



行銷業務

- 積極開發國旅市場
- 擴充休閒設施及服務功能 - 親子主題、寵物旅館等
- 產品包裝規劃 - 結合旗下飯店及餐飲設計多樣化的行銷方案、與有區域互補性的同業合作雙城方案等，滿足國人需求
- 多元行銷通路 - 公司及萬豪官網、旅行社、OTA、臉書及 KOL 等社群媒體

2



成本擷節

- 申請政府相關紓困補助
- 與房東爭取租金減收
- 提升人力運用效率
- 整合採購及行銷資源

3



強化餐飲優勢

- 強化各餐廳硬體設施
- 提升菜色豐富多樣性
- 美饌卡會員行銷

4



數位及通路開發

- 運用數位工具，深化顧客關係精準行銷
- 開發冷凍即食商品及行銷通路

5



布局後疫情時代

- 員工多元培訓，多工人才養成
- 規劃相關產品內容，著眼鄰近國家散客市場

寒舍餐旅因應 2020 年新冠肺炎疫情所擬訂的營運計畫及因應策略請見本報告書 [「1.2.2 營運持續管理」](#) 章節。

外部組織參與及倡議

寒舍餐旅致力與外部組織建立合作關係，持續參與相關商業協會、國際性機構組織，與產業會員相互交流學習。寒舍餐旅所參與的外部組織包含：國際旅館金鑰匙協會、觀光旅館同業公會、台北順風社 (SKAL International Taipei)、宜蘭縣旅館商業同業公會、宜蘭縣烹飪商業同業公會、中華民國工商協進會及台灣觀光協會等。



寒舍餐旅視創造顧客、企業及社會的共存共榮為自身企業經營根基，透過永續治理文化及誠信經營的理念，公司營運對經濟、環境及社會造成的影響對寒舍餐旅而言至關重要，特別是在新冠肺炎疫情的嚴峻環境下，我們更應該與社會一同努力、合作、互助。在永續經營的道路上，寒舍餐旅持續推動包含公司治理、員工關懷、社會公益、永續環境、產品安全五大面向的多項計畫，期待能與利害關係人維繫穩固的合作關係，持續傳遞品牌價值，構築寒舍餐旅與顧客、合作夥伴及社會的信任關係。

2020 年亮點績效



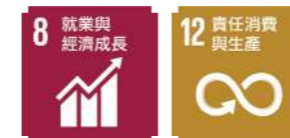
台北喜來登之「請客樓」餐廳連三年蟬聯榮獲「米其林二星」之殊榮



台北喜來登連續三年皆被評選為「4 間房子 (Top Class Comfort)」象徵頂級舒適的住宿享受



因應新冠肺炎疫情設立緊急應變小組，確保營運不中斷

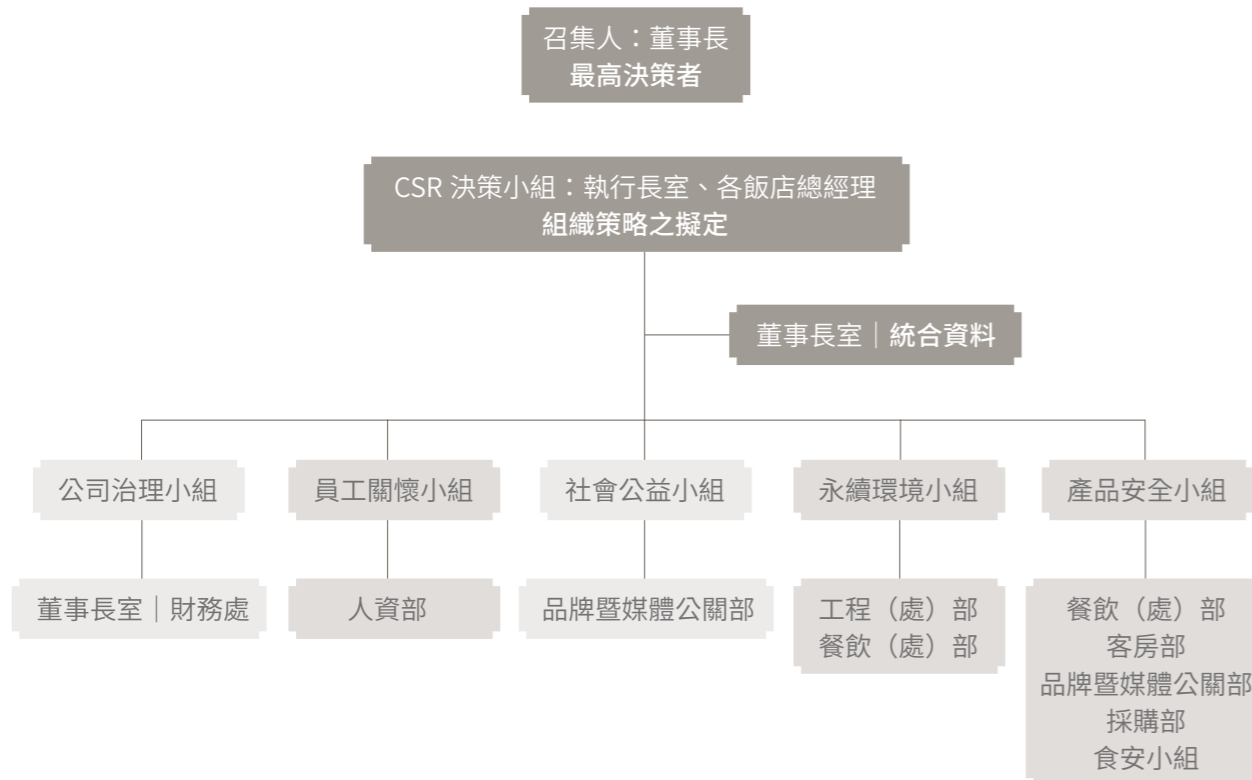


對應之 SDGs 指標

攜手實踐永續發展願景

為了持續深耕寒舍餐旅的永續經營，公司於 2016 年成立「企業社會責任推動組」，由董事長擔任召集人，並由執行長室及各飯店總經理組成「CSR 決策小組」負責企業社會責任擬定策略，並依部門功能別區分組成五大核心小組 (如下圖)，以多元方式在營運的各環節中持續深化企業社會責任的實踐。

1-1 永續治理與誠信經營



寒舍餐旅企業社會責任推動組織

2017年3月9日由董事會決議通過本公司之「企業社會責任實務守則」，作為全體同仁實踐企業社會責任之依據；企業社會責任報告書由五大 CSR 核心小組依職能分工編製，經外部確信後，提呈董事會，並於公司網站及公開資訊觀測站揭露，希望讓不同的利害關係人皆能充分地掌握所需資訊。

2020 年 CSR 報告專案執行情形：



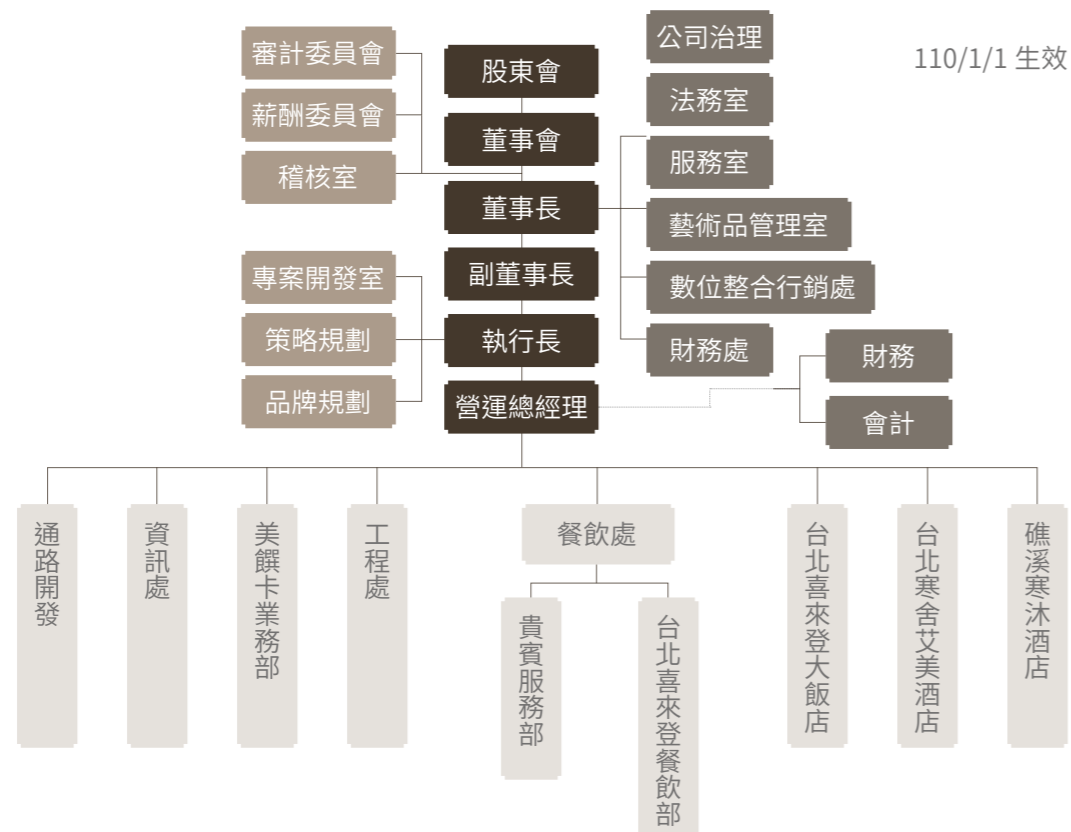
重大議題： 永續發展策略及 風險管理	對應 GRI 重大主題 自訂重大主題
對公司的意義	寒舍餐旅肩負著不同利害關係人之期待，持續積極實踐永續發展策略及風險管理，全力以赴，面對來自內外部競爭環境、法規及總體經營環境的各式衝擊，期能實現永續發展之願景。
政策與承諾	我們將持續關注國內外產業趨勢，有效鑑別與評估風險衝擊與機會，深化企業社會責任之落實。
目標	以多元方式將永續發展及風險管理的文化深植於寒舍餐旅的企業文化與日常營運中。
管理與申訴機制	董事會、審計及薪酬委員會、稽核室、企業社會責任推動組。
投入資源	2020 年共計召開 5 次董事會、5 次審計委員會及 3 次薪酬委員會。
2020 績效成果	<ul style="list-style-type: none"> 企業社會責任推動組參與 GRI 準則與重大主題教育訓練，編制 2020 年 CSR 報告書。 通過訂定「董事會自我評鑑或同儕評鑑辦法」。

1.1.1 治理架構及運作

集團自成立以來，持續落實公司治理，期待與員工、投資人、供應商、客戶、媒體、社區、政府機關等利害關係人建立良好互動關係，積極善盡企業公民責任，秉持「誠信經營」為原則，建立完整的公司治理機制。

寒舍餐旅永續經營的核心利基於優良的公司治理文化，並仰賴有效率的董事會及功能性委員會運作，由董事會與功能性委員會扮演監督與指導的角色，治理架構中各主要部門所營業務請參見 109 年年報 p.11~12。截至 2020 年 12 月底董事會設有 10 席董事席次，包含 3 席獨立董事席次，並由董事長室閔桂鈴副總經理擔任公司治理主管。2020 年共計召開 5 次董事會，平均出席率 90%。

為持續提升公司治理績效，寒舍餐旅於 2020 年 5 月 12 日董事會通過訂定「董事會自我評鑑或同儕評鑑辦法」，明訂本公司應每年定期就董事會及個別董事進行自我或同儕評鑑，並向證券交易所申報績效評估結果。



■ 董事會多元化

寒舍餐旅董事會成員之選任依循公司董事選任程序，從學歷、經歷、性別、獨立性、專業經驗及國籍等面向全盤衡量董事會成員，我們以下列多元化指標，落實董事會成員適任性，期待多元化政策的持續落實，以助公司穩健成長。

本屆董事會成員落實多元化情形評估表

董事姓名	蔡伯翰	賴英里	蔡佳萱	朱志威	呂恩政	鄭娟芳	張樑	凌美琦	陳建平
性別	男	女	女	男	男	女	男	女	男
員工									
營運判斷能力	√	√	√						
會計及財務分析能力				√			√	√	√
經營管理能力	√	√			√	√	√		√
危機處理能力	√	√			√	√			
產業知識	√	√	√		√	√			
國際市場觀	√	√	√	√	√	√	√	√	√
領導能力	√	√			√		√		√
決策能力	√	√	√		√		√		√
法律				√			√	√	√
年齡	40-50	50-60	40-50	40-50	60-70	60-70	70-80	50-60	50-60

■ 審計委員會

寒舍餐旅審計委員會設有成員共 3 名，旨在協助董事會監督公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則及公司存在或潛在風險之管控。審計委員會每年至少召開 4 次會議，2020 年共召開 5 次審計委員會，委員平均出席率為 100%

■ 薪資報酬委員會

寒舍餐旅設立薪酬委員會成員共 3 名，協助董事會執行與評估公司整體薪酬與福利政策，以及董事及經理人之報酬。薪酬委員會每年至少召開 2 次會議，2020 年共召開 3 次薪酬委員會，委員平均出席率為 100%。



公司治理專區網頁

1.1.2 誠信經營

寒舍餐旅以誠信正直的高道德標準治理及營運整個集團，公司定有「誠信經營作業程序及行為指南」與「道德行為準則」。誠信經營作業程序及行為指南，具體規範本公司人員於執行業務時應注意之事項，適用範圍及於本公司之子公司、直接或間接捐助基金累計超過百分之五十之財團法人及其他具有實質控制能力之機構或法人等集團企業與組織；道德行為準則要求包含本公司董事及經理人（包括總經理及相當等級者、副總經理及相當等級者、協理及相當等級者、財務部門主管、會計部門主管、以及其他有為公司管理事務及簽名權利之人）之行為皆須符合該準則。



誠信經營作業程序及行為指南



道德行為準則

申訴與檢舉

寒舍餐旅具備內部及外部人員之檢舉管道，設有獨立檢舉信箱及專線，並由董事長室依規定流程受理檢舉相關事項。根據「誠信經營作業程序及行為指南」，我們鼓勵內部及外部人員檢舉不誠信行為或不當行為，依其檢舉情事之情節輕重，酌發獎金或以其他方式獎勵，內部人員如有虛報或惡意指控之情事，應予以紀律處分，情節重大者應予以革職。處理檢舉情事之相關人員應以書面聲明對於檢舉人身分及檢舉內容予以保密，並且我們諾保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置。2020 年末接獲申訴信件。

電子郵件信箱：comment@mhh-group.com
專線：0979608705

內部，我們則於員工區域設置「總經理信箱」，藉由公開或隱密的溝通管道，傾聽員工心聲，積極解決員工困擾及問題，期能優化員工體驗。此外，寒舍餐旅建置「員工申訴電子信箱及電話」，並規範「就業場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，以妥善公平處理員工申訴。

稅務治理

寒舍餐旅重視誠信經營並依法納稅，對於政府租稅的提供亦會充分使用以合法節稅，嚴謹營運並絕不苟同任何逃漏稅之情事。集團因應稅務治理國際趨勢，有效控管稅務風險並落實企業誠信永續經營的承諾，維護股東與投資人之權益。

經濟績效管理

寒舍餐旅重視財務報表正確性，並致力於財務會計專業人才的養成。由財務長針對收入稽核部分內外場人員，教導成本控制、預算編列、分析報表等技巧，以減少錯誤率，另不定期推派相關人員參與金融監督管理委員會等機關開辦之會計主管進修課程。

對內，財務部門也擔任監管營運績效的角色，每年定期編製下年度各月預算，並協助各單位落實預算實績管理。每月結帳後各館總經理召開績效檢討會議，針對該月營運狀況與預算及前一年度同期間進行檢視及改善，並於經營檢討會議上向公司管理階層匯報營運績效，以即時修訂營運策略。

重大議題： 法規遵循	對應 GRI 重大主題 GRI 103、307-1、416-2、419-1
對公司的意義	寒舍餐旅以嚴謹的態度管理所有商業活動，高度重視法規遵循之落實。
政策與承諾	制定「法令遵循管理辦法」以針對職責劃分與作業流程作為規範，確保各項經營活動符合法令規定。
目標	無重大違法情事（註）。
管理與申訴機制	由法務室專責公司之法規遵循與契約文件之適法性審查。 申訴機制包含電子郵件信箱 comment@mhh-group.com 及專線電話 0979608705。
投入資源	<ul style="list-style-type: none"> 職前訓練期間進行「個人資料保護法宣導」，並不定期舉辦「執勤人員法律常識課程」。 各部門持續追蹤業務管轄範圍內之新訂與修訂法規動向、分析新訂與修訂法規對公司的影響，進而規劃因應對策。
2020 績效成果	寒舍餐旅全年度於公司治理、環境保護、社會經濟及顧客健康安全面向皆無重大違法情事。

註：重大違法情事係指罰鍰金額超過 100 萬元之事件

寒舍餐旅內部透過各部門依照專業分工且彼此合作的方式，並搭配多樣性的法令推廣、宣導與教育訓練課程，持續落實法令遵循，例如：本公司於員工職前訓練期間進行「個人資料保護法宣導」，並不定期舉辦「執勤人員法律常識課程」，並持續追蹤產業相關法規政策，評估法規變動對企業造成的潛在風險與影響，適時檢視寒舍餐旅內部規範，力求以最高標準符合法規遵循。寒舍餐旅透過以下方針確保集團整體營運皆符合相關法律規範：

- 各部門持續追蹤業務管轄範圍內之新訂與修訂法規動向、分析新訂與修訂法規對公司的影響、規劃因應對策等。
- 就各項制度、規章辦法配合相關法令之新增、修訂作適時的更新，使各項作業均能符合法令規定。
- 法務室主動提供法令更新資訊予各相關部門知悉，針對各部門就新訂、修訂法規所提分析及因應對策進行覆核與評估，並依本公司核決權限呈核法令新修訂評估表。
- 每月追蹤執行進度並出具「法令遵循追蹤報告」至結案為止，以期因應對策得以落實與執行。稽核室則負責監督內控制度辦法是否適時更新與修訂，及各單位法令遵循之自行評估執行情形。
- 如發生違反法令之情形，將即時通報董事長室，如由各單位違反之法令事項經主管機關來函要求改善並處以罰鍰，亦定期提報至審計委員會，報告事件發生緣由及後續改善措施，以落實公司治理之管控監督。
- 針對違反法令之情形，權責單位於後續須擬定改善計畫並確實執行，由董事長室定期追蹤其改善情形至結案為止；若因可歸責於員工之故意或重大過失致發生違反法令之結果，並對本公司產生重大財務業務影響者，將依人事管理規章辦理。

寒舍法務單位與各部門建立清楚適當之法令定期更新、自我評估執行情形、教育訓練、稽核查核等行動方案。2020 年寒舍餐旅所推動的法規相關教育訓練參訓人數達 419 人次、累計時數達 678.6 小時。在我們逐步的推動多項法治觀念下，截至 2020 年底，未接獲超過 100 萬元以上行政機關之重大罰鍰。

2020 法規遵循課程參訓成果

課程	課程時數	參與人數	總時數
值勤法律常識	1.6	416	665.6
財報不實與內稽主管 / 人員之法律責任	6	1	6
勞動事件法之資遣、解僱與調動解決方案	1	1	1
財報自編新法因應	6	1	6



法規遵循教育訓練

1-2 風險管理與因應

重大議題： 營運持續管理	對應 GRI 重大主題 自訂重大主題
對公司的意義	身為餐旅服務產業，保障顧客與利害關係人的權益是我們最重要的信念，寒舍餐旅高度重視我們不間斷地提供高品質服務的承諾。
政策與承諾	制定火災、地震災害、及防颱救災等緊急應變程序，並定期執行演練以應對各類緊急事件發生，降低對顧客及公司的衝擊與損失。
目標	遭逢天災或人禍等意外時，首要保障員工及顧客等人員安全，並減少營運衝擊、縮短復原時間以達到營運持續目標。
管理與申訴機制	董事會、審計及薪酬委員會、稽核室。
投入資源	<ul style="list-style-type: none"> 安全部門每月進行 1 次預防性安全技能訓練。 每月進行 1 次日間消防演練、每 2 個月 1 次夜間演練、每年 2 次大型演練。
2020 績效成果	<ul style="list-style-type: none"> 通過「資訊系統中斷服務之緊急應變計劃」。 因應新冠肺炎疫情設立緊急應變小組。

寒舍餐旅為強化本公司治理並健全風險管理作業，應對營運中可能面臨的環境、社會、治理風險、維持企業的永續經營及保障利害關係人之權益，我們持續運作風險管理及危機處理機制，各部門透過定期召開之跨部門會議將營運上發現之風險回報董事長室，董事長室集合權責單位討論風險影響程度、分辨重大風險並擬出因應措施，並由各部門就風險事項進行追蹤管理。

寒舍餐旅設有稽核專責單位 - 稽核室，協助訂立內部控制制度並建立內部稽核機制。稽核室依據風險評估結果擬定年度稽核計畫，並於核准後進行內控查核。此外，每季就稽核發現問題點進行後續追蹤，撰寫「問題點追蹤報告」說明追蹤成效，直到完全改善為止，以使董事會及管理階層瞭解存在缺失與各受查核部門矯正與預防措施成效。提報予董事會與管理階層作為管理營運之參考，以確保公司經營運作健全與有效降低營運風險。

1.2.1 2020 年風險鑑別及回應

面對多變化的產業環境，為能穩定地應對營運中可能面臨的環境、社會、治理風險，降低風險事件發生時的衝擊，寒舍餐旅以「事前風險鑑別」及「事後危機處理機制」兩大主軸落實風險管理，以期及時因應與處理相關事件。寒舍餐旅各部門定期召開之跨部門會議，將發現之風險回報董事長室，董事長室集合權責單位討論風險影響程度、分辨重大風險並擬出因應措施，並由各部門就風險事項進行追蹤管理。

主要營運風險

利率變動

利率變動造成企業貸款利息上升或投資收益降低，可能進而導致企業利潤減少。

因應措施

- 持續保持財務穩健、良好債信，資金規劃以保守為原則。
- 定期評估銀行借款利率，並與銀行密切聯繫以取得較優惠之利率，近三年度銀行借款之利息費用占營業收入比重皆未達 1%，對公司損益不致產生重大影響。

通貨膨脹

通貨膨脹對於產品與服務定價及採購政策之影響，可能衝擊公司損益。

因應措施

- 每年規劃年度營運計劃時將通貨膨脹列入考量，持續監控市場價格變化情形，依據市場需求調整銷售定價。
- 與供應商維持良好關係，並同時擁有多家合格替代廠商可供選擇，以因應通貨膨脹的衝擊。

國內外重要政策及法令變動

產業相關法令變動將對日常營運之不同環節造成衝擊。

因應措施

- 我們的營運政策皆依法辦理，並隨時注意國內外影響營運之重要政策及法令變動，適時諮詢相關法律專家意見。
- 寒舍餐旅設置專員留意稅務相關法令變動，並針對其變動進行研究及研擬因應措施，以確保稅務合規。

資訊安全

資安事件及系統毀損將嚴重影響日常營運，並可能造成機密資料外洩。

因應措施

- 訂有資訊安全政策作為日常作業及內控自評之依據，並配置專業人員負責處理資訊系統安全預防及危機處理相關事宜。
- 建立電腦網路系統的安全控管機制，以確保資料傳出之安全性，保護連網作業，防止未經授權的系統存取造成機密外洩。

企業形象改變

消費者對於食品安全與永續旅遊的意識提升，公司市場形象的改變，將可能使我們於進行危機處理時遭遇困難。

因應措施

- 建置完善內部控制與稽核制度，並嚴格執行供應鏈管理，以強化整寒舍餐旅食品安全與衛生管理體系。
- 持續針對能源管理、水資源管理及廢棄物管理等面向執行各項改善方案；優先使用環境友善產品，並透過紙張與塑料使用減量等行動實踐綠色旅宿。
- 重視企業形象及風險控管，透過認養行道樹、參加「世界地球日」活動以響應節能減碳、配合觀光局辦理國內外宣導活動提升台灣形象不遺餘力，並遵循以客為尊之服務宗旨，以提升本公司整體形象。

世界經濟論壇全球風險評估報告中，氣候變遷已持續名列前五大風險，包括強烈颱風、缺水等，對餐旅服務業的營運產生一定程度的衝擊及損失。寒舍餐旅參考氣候相關財務揭露建議 (Task Force on Climate-related Financial Disclosure, TCFD) 鑑別出潛藏風險，期能透過持續監督，降低營運風險，並從風險中鑑別出有助於寒舍餐旅營運的相關機會。

主要營運風險

類型	面向	風險描述	因應措施
轉型風險	政策或法規	觀光業溫室氣體排放量占全球總量的 1/12，觀光產業之發展，將成為成長快速的溫室氣體排放源之一。為減緩氣候變遷速度，未來若進行總量管制與排放交易，觀光產業之策略發展將面臨轉型風險，可能直接或間接造成營業成本提高。	<ul style="list-style-type: none"> 使用合乎效益亦能符合倡議之綠色環保原料 積極展開節能減碳、溫室氣體減量、用水減量等措施，如調整冰 / 熱水溫度、將重油鍋爐改為天然氣鍋爐、提高空調主機冰水溫度節約電能、汰換照明為 LED 燈泡，以期使能源使用能合乎每年減少 1% 之目標。
通貨膨脹	技術	科技發展影響消費者需求，進而影響產業發展趨勢。高效能源的技術改良或創新，新技術設備或新技術生產之食品原料、備品使用的時機點將影響成本結構及成本之調整彈性，是評估技術風險的不確定因素。	<ul style="list-style-type: none"> 舊有效能衰減之設備提前報廢，選用效能高、碳排放量低之資產，以應對碳排量之管制。
國內外重要政策及法令變動	市場及名譽	客群對低碳產品或服務的考量因素，將影響市場供需。企業組織是否致力於低碳轉型的印象將密切相關影響營收。	<ul style="list-style-type: none"> 持續追蹤關注產業發展動態，以創新的服務滿足消費者的需求，以達成永續發展的目標。
實體風險	天災及極端天氣事件	氣候變遷對我們的日程營運有諸多影響，如異常氣候影響食材供應穩定性；極端氣候事件影響員工及顧客健康安全；長期性氣候變化影響消費者觀光地區偏好。	<ul style="list-style-type: none"> 提列準備金，預防資產損壞、營運或供應鏈中斷，所造成之財務衝擊。 提高在地採購比例，並以備用供應來源，維持供應鏈穩定性。

1.2.2 營運持續管理

寒舍餐旅投入建立集團的營運持續計畫 (Business Continuity Plan, BCP) 以因應日益加劇的經濟、社會、環境變化，我們並以完整的管理機制，為公司營運持續管理提前規劃，持續檢討精進並確保緊急事件或是衝擊發生時，可全力維持與恢復正常營運，降低事故對於顧客的衝擊與公司的損失。

因應新冠肺炎，響應政府防疫需求，2020 年 10 月寒舍集團轉投資的寒舍艾麗酒店加入台北市防疫旅館，客房區域 10 至 24 樓層加入防疫旅館的行列，為返回台灣之民眾及短期商務旅客，提供衛生安全無虞且溫馨舒適的生活空間作為居家檢疫旅客在台北的家。



2020 年度新冠疫情對於餐旅產業帶來嚴重衝擊，寒舍餐旅針對疫情鑑別出以下風險與機會：



防疫小組

2020 年受新冠肺炎疫情影響，餐旅產業受到極大衝擊，寒舍餐旅為避免公司營運中斷及同仁、顧客健康危害，於 2020 年 1 月組成疫情緊急應變小組，由營運總經理擔任主任委員、各館總經理及各相關小組主管擔任委員。

相關人員每日召開會議，追蹤並檢視國內及國際疫情發展，提前佈署並預先準備必要資源，並隨疫情變化調整開會頻率，從不間斷。會議中檢討及修正對應作法並討論潛在影響，由專人記錄及追蹤主任委員及與會主管之指示事項，由承辦部門於防疫會議中報告執行進度至結案為止，未來相關資料和紀錄皆將製作專檔留存。

風險因子	因應機制及管理行動
新冠肺炎疫情風險	<ul style="list-style-type: none"> 成立緊急應變組織，並訂定新冠肺炎預防及緊急應變計畫。 防疫物資準備、定期防疫宣導、人員健康監測、疫病通報與調查、以及防疫應變準備等工作。 配合疫情變化，定期召開高階防疫會議，進行滾動式檢討各項預防措施。 掌握集團所屬公司及供應商疫情動態。

天然災害與緊急事件應變程序與小組

寒舍餐旅制定火災緊急應變措施、地震災害緊急應變措施、防颱救災緊急應變措施及事件通報處理程序，期望使發生緊急事故時的損害及影響降至最低，另要求各相關單位應在可能範圍內，實施各類緊急事故發生時之應變程序，並定期演練以確認此系統之有效性並持續精進修正。

1-3 資訊安全與顧客隱私保護

寒舍餐旅十分重視資訊安全及個資保護，面對外部資安環境威脅加劇及法令趨嚴，我們將資訊安全與個資列為資訊循環的重要控制部分定期檢視監督。公司目前設有資訊安全委員會負責審視集團及各子公司資安治理政策，監督資安運作情形，並定期向董事會報告資安治理稽核狀況，總經理與資訊處主管負責集團資安治理、規劃、監督及推動執行，以建構出全方位的資安防衛能力及同仁的資訊安全意識。

除了設置「資訊安全委員會」為權責單位，也持續透過跨部門的協力幫助，貫徹公司資訊安全政策，並定期辦理教育訓練宣導資安觀念及應用資安工具，以全面防範資料外洩，2020 年並無發生顧客隱私相關的投訴。為降低網路安全風險及維護公司和客戶資料安全，寒舍餐旅已陸續建置資安管理機制，以防範電腦網路犯罪與危機，維護資訊系統安全，短期目標為增強備份的時間間隔與強度，中長期則將持續加強資安防護觀念內部宣導，並增加網路釣魚等演練。寒舍餐旅亦於 2020 年通過「資訊系統中斷服務之緊急應變計畫」並規劃定期演練、優化，當發生資安事件或系統毀損時，寒舍餐旅也能於最短時間恢復運行到持續營運不中斷。

寒舍餐旅資訊安全委員會組織架構



寒舍餐旅針對資訊安全透過以下方針，持續精進集團資訊安全管理：

- 建立電腦網路系統的安全控管機制：確保網路傳輸資料的安全，保護連網作業，防止未經授權的系統存取造成機密資料外洩。
- 對於跨公司之電腦網路系統，加強網路安全管理：對內安裝防毒軟體，設置對外之網路防火牆，以防止電腦病毒、攻擊性之惡意軟體入侵，而造成公司網路系統癱瘓。
- 教育員工正確概念：確保員工正確認知電腦病毒的威脅，並使用合法軟體，提升員工的資訊安全警覺。關於使用者之帳號及密碼，叮嚀員工避免使用容易被識破及猜測的密碼，密碼不可為空白，並且定期更改密碼。
- 離職員工帳號：充分檢查是否予以停用，確實預防資料外洩。
- 建置 WAF 防護：為因應各種新型態網路攻擊，我們每季實施弱點掃描，預先找出公司網站缺失加強防護。
- 建置 DLP 資料外洩保護監控系統：為全方位防止資料外洩，透過此系統我們持續保護資料安全性。
- 外部第三方定期檢測：委託專業網路安全公司每季針對公司的 IT 基礎架構進行檢視，進行弱點掃描以持續優化。
- 定期內控自評網站弱點、實行災難演練：為強化公司的資安韌性，我們制訂各種情況的應對 SOP，推動所有系統完整備份資料及系統主機備份工作，並每日檢查備份記錄。關於 IT 基礎架構每季由專業網路安全公司每季定期檢視，持續優化。



寒舍餐旅相信，唯有秉持「真誠貼心、無微不至」的精神，為顧客提供體貼入微的專屬服務，才能取得客戶的信任及滿意度，提升品牌的差異化及競爭力。我們靈活運用藝術投資、觀光旅館及餐飲服務的跨界經驗，積極創新、突破限制，持續優化飯店的空間、設備、產品與服務的細節及品質，並將文化、藝術、美學薈萃融合於其中，創造出寒舍的特色與精神。我們提供賓客完美的入住體驗，期盼住房的賓客在體驗尊榮享受的同時，也能夠如同在家一般安心自在。

2020 年亮點績效

- ➔ 台北喜來登請客樓餐廳於 2020《台北米其林指南》獲「米其林 2 星餐廳」之榮耀；台北喜來登辰園餐廳、寒舍艾美寒舍食譜餐廳獲評米其林餐盤推薦；台北喜來登並榮獲「4 間黑房子 (Top Class Comfort)」酒店推薦。
- ➔ 礁溪寒沐於 2020 年榮獲 Hotels Combined 台灣人氣旅宿早餐獎。
- ➔ 台北喜來登、台北寒舍艾美住宿客戶滿意度皆有 50% 以上的賓客給予 9 分以上的成績，礁溪寒沐客戶滿意度平均有 8.6 分以上。(滿分為 10 分)
- ➔ 礁溪寒沐打造「寵沐苑」寵物專屬旅館，提供貼心創新服務。



11 永續城市



12 責任消費與生產

對應之 SDGs 指標

2-1 資訊安全與顧客隱私保護

2.1.1 多元行銷活化品牌價值

寒舍餐旅旗下的三間酒店「台北喜來登」、「台北寒舍艾美」及「礁溪寒沐」，皆因應地理位置及市場特性，推出多元的行銷策略與專案活動，除了透過官方網站、國內外紙媒及網路新聞發佈飯店相關訊息，2020 年配合萬豪國際集團品牌更新計劃，持續發展創新的產品與服務，運用異業結盟、社群媒體經營、意見領袖 (Key Opinion Leader, KOL) 口碑行銷等手法活化品牌價值。

各館也因應疫情穩定後的國旅市場擬訂對應的行銷專案，以台北喜來登為例，推行防疫會議專案 (微型會議)，將客房轉提供作為會議場所、轉型為都會型休閒飯店，2020 年重點發展親子市場，推出寶貝夏令營；礁溪寒沐也於 2020 年打造瑪莉歐特色房，並與當地特色文化結合，推出農場活動、DIY 手作、高爾夫球主題等活動，化身為親子度假天堂，為寒舍開拓嶄新的市場商機。

2020 年三館行銷策略與目標

館別	主要客源	行銷策略與目標
台北喜來登	商務客、以日本為主之觀光客，國內親子旅客逐漸成長中	<ul style="list-style-type: none"> 推出 Line 平台粉絲限定優惠，穩定維繫既有的粉絲客戶關係。 積極經營國內旅遊親子市場。 發展電商通路結盟，如：Momo 購物、東森購物、GOMOJI 等。
台北寒舍艾美	本國及歐美的商務與觀光散客，近年策略目標為喜愛時尚品味生活之國內旅客	<ul style="list-style-type: none"> 持續與國內外 KOL 及部落客合作，吸引多元的顧客。 透過與百貨公司的異業互動，增加住房及餐飲銷售專案的曝光機會。 廣邀異業合作，提升國內市場的話題性，增加消費者的興趣。
礁溪寒沐	家庭為主之本國觀光客，未來將瞄準國內高端旅遊市場	<ul style="list-style-type: none"> 住房活動：推出館外的特殊親子行程或手作 DIY 課程。 在地專案：選用在地食材，打造「從產地到餐桌」的天然原味；規劃宜蘭在地農場及觀光工廠體驗行程，提供顧客深度旅遊。 推出「寵沐苑」寵物專屬旅館及高爾夫球敘聯誼活動，吸引多元客群。 回饋宜蘭鄉親，推出宜蘭人與在地公司行號餐飲優惠。





2.1.2 社群力挖掘跨境商機

寒舍餐旅旗下的三館積極透過 Facebook、Instagram、Line、YouTube 等新興社群媒體，加強與多元國籍、橫跨各種年齡層的消費者互動，多方傳遞寒舍餐旅產品與服務的特性與價值，期盼將具有時尚品味的品牌形象深植於消費者內心，強化品牌影響力，觸及潛在客戶，挖掘跨境商機，增加各管道曝光量與價值。

此外，我們藉由大數據分析廣大消費者的行為模式，發展適當的廣告投放策略，精準觸及寒舍餐旅的目標對象，提升廣告資源的投入效益，例如：台北寒舍艾美為拓展國內下午茶之客群，於 Facebook 上投放廣告，觸及率達近 10 萬。

2020 年共執行 32 次社群行銷操作，成效都相當良好，我們還依據 Facebook 粉絲受眾的喜好刊登廣告、精準行銷，以幽默詼諧的圖文吸引年輕受眾的目光，單篇最高觸及率達到 157,210 次、貼文點擊數達 19,274 次，透過多元新式的行銷操作，期待未來我們能秉持著「食尚、趣味」新理念，繼續推廣寒舍餐旅的住宿及各式佳餚。

2020 年三館社群經營策略與目標

 Facebook	<ul style="list-style-type: none"> 不定期舉辦粉絲活動增加互動率。 系列式的發文結合時事詼諧呈現，讓粉絲對於貼文更有共鳴，營造親切的品牌形象。 嘗試運用動態影片進行宣傳，深獲好評。
 Instagram	<ul style="list-style-type: none"> 發佈內容以獨具風格的照片為主，分享輕鬆愜意的生活方式，不過度推播促銷訊息。 著重畫面呈現，統一排版、色調，營造鮮明的品牌風格。 透過多元影音、圖片吸引目光，強化互動。 未來將持續跨界不同領域 KOL 合作，吸引年輕客群。
 Line	<ul style="list-style-type: none"> 運用機器人小管家功能幫助客戶即時解決訂房相關疑問。 定期發送優惠訊息，積極與粉絲互動，提高粉絲的黏著度。 未來希望強化 LINE 會員功能，進行更完善的社群推廣。
 YouTube	<ul style="list-style-type: none"> 現階段屬於輔助型行銷平台，上傳飯店媒體曝光新聞及飯店影片，未來將會朝向更多簡短影片拍攝以開啟新的粉絲族群。

台北喜來登

邀請藝人、主播、美食旅遊 KOL 試吃試住台北喜來登，「寶貝夏令營住宿專案」，積極拓展親子族群，將飯店宣傳推廣至年輕族群、家庭之國旅市場，單篇閱讀量最高近 30 萬，曝光總量近 42 萬。



台北寒舍艾美

為歡慶 10 周年，台北寒舍艾美酒店宴會廳推出「精選艾美 拾光限定」QUUBE 客製化婚宴專案。由專業團隊依據各式需求量身打造專屬婚禮。



礁溪寒沐

邀請百萬部落客 - 大胃米粒 DAVID & MILLY、YOUTUBER- 默森夫婦、我們這一家 TV SHOW、張恩嬋 Katia、熊貓美食、海綿飽飽等 KOL 入住礁溪寒沐酒店，分享食宿體驗，川薈用餐分享，獲得廣泛的迴響。



礁溪寒沐

礁溪寒沐川薈重新開幕，邀請時尚慢旅雜誌 2 月號專訪，推薦餐廳及菜色，也因疫情影響，防疫期間為讓民眾能夠在家安心享美味餐點，特別推出宜蘭唯一飯店川味外帶餐盒，創下一個月內銷售近 5 千盒、單日 5 百多盒的傲人紀錄，更迎來百萬營收的亮眼成績，成功打造疫情下的新商機。



為向第一線防疫醫護人員致上最深的感謝，寒舍集團攜手旗下飯店首創公益「祝 0 健康」LINE 貼圖系列，貼圖所得全數捐助予衛生福利部嚴重特殊傳染性肺炎防疫工作指定用途。寒舍集團與全民團結齊心抗疫，貼圖使用者得以時刻提醒身邊親朋好友不忘防疫之重要性，分享愛與感動。

2.1.3 東西薈萃 食尚饗宴

寒舍餐旅旗下餐廳結合中西方藝術與人文色彩，目前三館共有 11 間餐廳、3 間頂級宴會廳、3 間酒吧與 2 家甜點麵包坊，多元種類的料理提供消費者選擇。我們精心規劃每一道佳餚，嚴選食材並用心烹製，更重視食材的溯源管理與品質檢驗要求，把關每一道菜餚的健康、安全與美味，帶給每一位顧客最精緻的餐飲體驗。

為了讓來自世界各地的顧客更加認識寒舍餐旅品牌，我們跳脫傳統思維，納入趨勢流行元素，並運用新興做法來推廣三館活動。除了加強利用社群數位行銷、媒體口碑行銷、網紅與藝人的行銷操作，利用各社群平台累積流量以幫助宣傳三館所有餐廳、酒吧、烘焙房與宴會廳的線下銷售活動，更配合服務人員生動、真誠的介紹內容，提升整體品牌形象，使各餐廳活動期間的來客數與客單價顯著上升。

2020 年因應疫情造成的市場變化，我們更加重視國內旅遊的顧客，推出許多特色食材及季節性專案，並積極拓展數位與實體通路平台以增加銷售渠道，搶攻冷凍即食餐點的商機，期盼持續挹注營運成長動能。

台北喜來登

宴會廳「璨遊豐年」夕夜饗宴

農曆除夕夜以「旅遊」為概念將廊道空間幻化為機場主題樂園，情境式的候機閘口、機艙造景的拍照區以及各式旅遊圖案打卡板，體驗「偽出國」氛圍！象徵吉福喜氣的財神爺恭迎每一位賓客的到來，同時現場擺設多款遊戲機台，包含日本傳統樂器「趣味太鼓達人」、電動車、繽紛套圈圈、彈珠檯、投籃機，與摯愛的家人一同合影，紀錄美好的團聚時光。



台北喜來登

辰園「廣式燒鵝·品饗粵味」

連續兩年榮獲《臺北米其林指南》餐盤推薦的台北喜來登辰園餐廳，正宗港籍團隊主廚鍾安富與燒臘主廚楊華廣聯手設計的燒鵝料理，鍾主廚揮灑精湛廚藝，將燒鵝細膩融入經典粵菜中，更突顯其肥嫩多汁的質地與淡雅辛香韻。



台北喜來登

安東廳「牧香·福爾摩沙」台灣牛饗宴

張守義主廚，是台灣第一批引進乾式熟成技術的團隊成員，套餐料理融匯其匠心與巧思，特選以在地培育國產牛著名的「芸彰牧場」所飼養的荷士登乳公牛作為發想主軸，獨家工藝獻上「乾式靜電熟成台灣牛肋眼以及菲力」，主廚更特別為了「台灣牛」量身打造一款薰香木盒，替饗客們的用餐體驗增添嗅覺與視覺上的多重享受及趣味。



美食佳餚慶佳節

「粽夏青蒲香」端午粽情禮盒、「秋詠映月」中秋月餅禮盒

台北喜來登大飯店於中式重要節慶推出禮盒如粽情禮盒與月餅禮盒，並與新光三越、遠東百貨、微風百貨等異業通路合作銷售，提升品牌整體知名度。

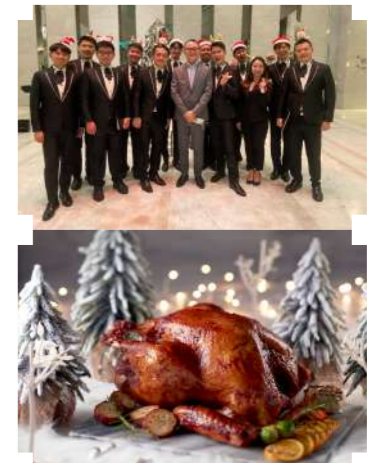


台北寒舍艾美

探索廚房、寒舍食譜「彩遊耶誕」

耶誕月，灑落點點希望 共盼絢彩奇蹟

與「台灣導盲犬協會」合作愛心慈善捐款活動，邀請賓客們響應支持導盲犬培育以及打造視障者友善環境。12月24日平安夜當晚特邀《拉緯人男聲合唱團》於酒店一樓大廳獻唱，柔美人聲報佳音，將每一分溫暖心意轉化成愛與勇氣，共許社會更美好的願景。



探索廚房「璨金年華」迎向璀璨 2021 年 豐饒海陸饗宴

跨年夜限定「安格斯黑牛肋眼牛排搭配北海道干貝」、香氣四溢的無國界燒烤區等令人垂涎三尺的極致美味，晚間在「北緯二十五」大片落地窗邊一覽城市美景，享受令人雀躍不已的 101 跨年煙花秀，軟性飲品等無限暢飲，為倒數時分刻畫永恆的回憶！



北緯二十五

「光漾愛戀·經典味旅」

配合巴黎艾美酒店 (Le Méridien) 的品牌活動，共襄盛舉推出雙人下午茶活動，主打「時尚、人文、探索」的法式甜點組合，讓每位熱愛生活的時尚旅人為之偷閒駐足，體驗酸甜滋味在舌尖閃耀。



寒舍食譜

府上米其林外帶全家餐

隨著疫情升溫，宅食尚持續熱燒，米其林中餐主廚設計 4 人、6 人豪華的外帶全家餐，滿足大、小家庭的不同需求，將五星級粵式的舌尖百味輕鬆帶回家，宅在一起時品嚐米其林料理！



礁溪寒沐酒店

「川薈」開幕優惠 演繹新創川菜

揉合蘭陽風味食材與經典名菜巧妙，「川薈」保留傳統精粹，展現在地特色，演繹新創川菜。歡慶正式開幕，特推「相思木燻燒鵝三吃」、精緻商業午餐及花沐套餐優惠；另外特別回饋宜蘭居民享用餐 85 折優惠，邀賓客品嚐共享經典中華菜系美饌。



MU TABLE

【漾采春饗】蘭陽美食節

悉心呈獻宜蘭在地春旬食材，融合東西方烹調工藝，將蘭陽平原的豐饒農漁物產與蔬果幻化為道道特色風箏，重新詮釋噶瑪蘭的千萬姿態。MU BAR 同步推出「微醺時光」宜蘭特色飲品優惠活動，優雅啜飲品味蘭陽平原樸質之美。



經典名曲 x 五星美饌

【沐戀金曲】音樂餐會

邀請閩南語音樂教父、90 年代經典歌曲「車站」創作人 林垂立老師，以及旗下弟子金曲獎最佳方言歌曲女演唱人歌手張秀卿、陳玫綺、菅芒花樂團，四代同堂飆唱，邀請賓客同享礁溪寒沐川薈五星美饌晚宴，以及卡拉 OK 歡唱時光。



MU TABLE 耶誕月

配合耶誕月系列活動特別於酒店大廳增設大型裝置藝術，延續「以大地為家」的核心概念，運用竹子及木材打造耶誕樹，並搭築耶誕小屋，充滿巧思的布置打造溫馨氛圍供賓客拍照。MU BAR 伴手禮花車亦推出耶誕限定烘焙商品，獻給賓客滿滿的甜蜜祝福。



2.1.4 引人入勝 深刻難忘

寒舍餐旅致力於為旅客創造超乎想像的旅遊住宿體驗，藉由規劃特殊主題、季節型及節慶式專案、異業合作等多元創新的手法，滿足不同客層的需求，搶攻多元國籍、多年齡層的市場商機。2020年中疫情穩定後，寒舍餐旅積極拓展親子族群，推出許多國內在地觀光、家庭出行及防疫專案等活動，讓民眾能安心出遊，舒緩心情。

■ 特殊主題活動：防疫專案

台北喜來登－振興方案

因應全球疫情爆發，集團為振興國內旅遊市場，推出振興方案，邀請民眾參與「振興回饋加碼贈」優惠方案，主打「零元入住星級客房再享 5000 元回饋金」與「餐飲消費滿仟再贈 10% 消費金」。



台北喜來登－移動辦公室會議專案

因應遠距工作趨勢，台北喜來登規劃 13 間高規格防疫之會議空間以實惠價格供租借使用；此外，更推出五星料理美味外帶餐盒，讓商務人士保持戰力。



台北喜來登－安心住宿方案

為感謝默默堅守於前線的醫護人員，台北喜來登大飯店向所有白衣天使致上最深的敬意，推出軍公教醫護人員優惠住房專案；另針對防疫家人推出「喜望回家」家人安心住宿方案。



■ 親子同樂專案

台北喜來登－「寶貝夏令營」

邀請擁有 20 年以上的專業師資以及飯店主廚團隊互動授課，「寶貝夏令營」為 4 至 10 歲的學童量身規劃十多種課程，涵蓋甜點、體能、樂高等豐富主題，培養孩子們創意思考與互動學習體驗，寓教於樂同時吸收課外新知。



礁溪寒沐－沐靚時光·馳騁蘭陽

豔陽夏暑，親子同樂「馬」上奔騰遨遊礁溪，提供住房搭配專屬馬術體驗以及專屬兒童趣味營隊、田園野炊及「張美阿嬤農場」一日小果農等多樣活動，邀請賓客探訪宜蘭在地農村採摘新鮮蔬果，體驗半日農家樂。



礁溪寒沐－SWITCH X 瑪利歐 FUN 玩

攜手任天堂，共同打造 10 間限量「瑪利歐兄弟主題客房」，並限期推出「SWITCH X 瑪利歐 FUN 玩寒沐」住房專案，客房內提供 Nintendo Switch 遊戲機、任選多款瑪利歐系列遊戲片，帶給親子同遊歡樂的住房體驗！



■ 雙城合作

台北喜來登－「喜歡在義起方案」義大皇家雙城假期雙城互惠提振國民旅遊商機，首晚下榻台北喜來登，另一晚前進都會時尚與浪漫港灣並俱的高雄，入住休閒渡假勝地「高雄義大皇家酒店」。



台北喜來登－「喜來大地」暖湯雙泊之旅

攜手北投「大地酒店」，以優惠價格一次入住台北城與溫泉美鄉兩間頂級飯店，體驗豐富人文與歷史色彩的日本文化。



■ 必比登巡禮

台北喜來登大飯店針對美食愛好者量身打造全新的度假計畫，精選米其林指南中「必比登推介」的人氣名店合作，入住期間在客房內即可愜意享用由專人送上熱騰騰的米其林美食。



2-2 管理方針 - 客戶關係

重大議題： 客戶關係	對應 GRI 重大主題 GRI 103、418
對公司的意義	唯有維持良好的顧客關係，才能取得客戶的信任，培養忠誠顧客，提升品牌的差異化及競爭力，進而創造公司利潤，永續發展。
政策與承諾	「真誠貼心，無微不至」是寒舍餐旅的核心精神，我們致力於滿足所有賓客的需求，以專業嚴謹的態度，提供體貼入微的專屬服務，並透過國際連鎖品牌規定及顧客關係指數，持續衡量及精進服務環節。另外，也會透過品牌宣傳活動，讓消費者體驗國際品牌的魅力。
目標	<ul style="list-style-type: none"> 重視意見回饋，定期檢視、分析並提出適當的改善計劃，精進服務品質，提升顧客滿意度。 拓展多元國籍、各種年齡層的客群，提升回流客比例達 5 成以上，成為顧客心目中的住宿酒店首選，台灣最高品質之餐旅品牌。 持續強化飯店的軟硬體設施，導入新興科技應用，以智慧飯店為最終發展目標，優化顧客住宿體驗。 取得安全旅遊戳記，獲得旅客信任度，為後疫情時代預先做準備。 積極拓展數位與實體通路平台，增加銷售渠道，搶攻冷凍即食餐點的商機，期盼持續挹注營運成長動能。
管理與申訴機制	寒舍餐旅官網、台北喜來登官網、台北寒舍艾美官網、礁溪寒沐官網、社群平台、OTA 平台、Guest Voice、客房意見卡、現場申訴、電話申訴、Email 申訴。
投入資源	<ul style="list-style-type: none"> 建立多元溝通管道，針對賓客意見檢討改進。 積極經營社群媒體，運用 Facebook、Instagram、Line、YouTube 等新興社群媒體。 嚴格精實的專業訓練及標準化的服務流程，強化員工專業技能、維持服務品質。 優化飯店的軟硬體設施，如：紫外線殺菌燈、空氣清淨機，以打造純淨客房；建立電子發票系統、無紙化刷卡系統；添購孩童備品、嬰兒床及澡盆等。 成立個資小組，建置個資專責組織「個資因應小組」，依個資法及相關內部辦法執行個資管理。
2020 績效成果	<ul style="list-style-type: none"> 台北喜來登、台北寒舍艾美住宿客戶滿意度皆有 50% 以上的賓客給予 9 分以上的成績，礁溪寒沐客戶滿意度平均達 8.6 分以上。(滿分為 10 分) 2020 年無侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴之情事。

2.2.1 全方位餐飲服務策略

「以人為本，以客為尊」的精神是寒舍集團自 2000 年開業來重視服務準則，服務著每一位貴賓，我們希望透過有溫度、高品質的貼心服務，將此精神傳遞給顧客。因此，我們嚴格要求每間餐廳的餐食、飲品、器皿、空間、人員服務禮儀與程序等所有環節，皆須符合寒舍餐旅的最高標準。寒舍餐旅的願景為「成為台灣最高品質之餐旅品牌」，為公司創造營運佳績，同時提高食材週轉率、增加餐飲選擇豐富性、融合創新元素於用餐體驗中，以期能吸引新客戶、帶給舊客全新感受，致力於滿足跨世代顧客全方位的餐飲需求。以下為實現願景所制定之 2020 年目標：

以下為實現願景所制定之 2020 年目標：



- 內部加強人才培育，維繫與強化顧客關係。獲得安全旅遊戳記，期望能增加 MICE 旅客信任度，為後疫情時代預先做準備。
- 設立零售部門，餐盒、烘焙商品及冷凍食品零售商品多樣化選擇。
- 優化官方網站購物介面及功能。



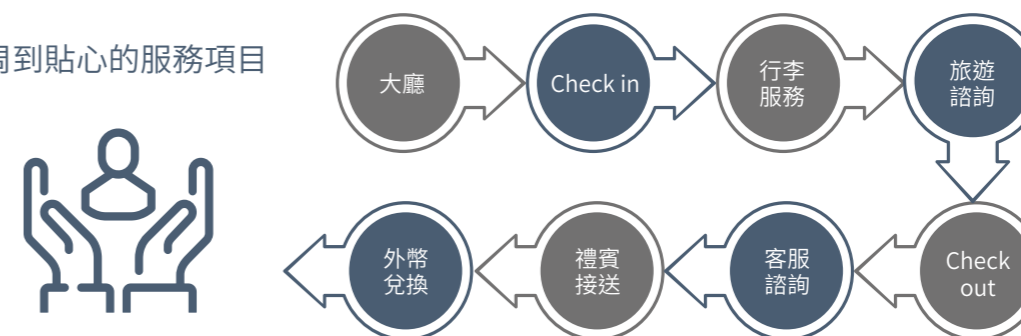
- 長期建立餐飲品牌及市場口碑，達成公司營收目標。
- 開發寒舍生活 App，深化顧客互動，並提升品牌黏著度。

為確保我們的餐飲服務致力於符合顧客之需求、建立市場口碑，及獲取餐飲市場的消費趨勢與偏好資訊，並清楚掌握市場之脈動，我們會定期進行線下實體餐廳的訪查，包含試菜與市場調查等檢視行動。此外，寒舍餐旅每年皆會安排各餐廳內外場人員進行餐飲市場參訪，讓第一線的烹飪與服務人員見習其他標竿餐廳的菜色口味餐飲組合設計、服務流程與品質及硬體設備建置等不同層面的優點，並提出優化報告與建議給內部同仁參考，作為未來精進的根據。平時，我們也積極與國內同業進行訊息交流，會透過定期舉辦分享會來交換區域性資訊與近期消費趨勢，使我們的餐飲品牌維持高水準與競爭力，如礁溪寒沐酒店與礁溪地區同業皆保有良好的關係；公關部門會定期蒐集市場資訊，訂席組人員亦會更新每周信義區附近飯店的優惠活動，以了解競爭同業狀況，提出相對應措施並提供給各館各部門作參考。

2.2.2 真誠貼心 精益求精

「真誠貼心，無微不至」是寒舍餐旅的核心精神，我們致力於滿足所有賓客的需求，以專業嚴謹的態度，提供體貼入微的專屬服務，搭配完善的商務休閒設施，營造溫暖舒適的住宿環境。2020 年致力於旅遊的服務以及體驗提升，提供帳單無紙化、雲端發票載具以及電子簽名面板，加快整體交易流程；客房部分新安裝智能語音聲控系統，使賓客能夠擁有難以忘懷的旅遊體驗，盡情享受在寒舍餐旅每一刻，如同待在家中般安心自在。

周到貼心的服務項目



■ 專業訓練 卓越服務

寒舍餐旅的專業服務有賴於嚴格精實的專業訓練及標準化的服務流程。新進同仁報到後，需進行 90 天的新人培訓，並安排資深同仁小老師追蹤學習進度、定期考核；各單位亦派員參與「集團培訓課程」，通過測試者方能擔任培訓員一職，協助部門執行培訓計畫，負責規劃每月專業課程或跨部門訓練 (Cross Training)，內容包含：房務員整房 SOP、客房物品操作方式及職場安全等。2020 年針對疫情，加強員工、房務員等防疫 SOP 的訓練、宣導與稽核。有關訓練課程詳細資訊及特色請參照 [5.2.2 扎實訓練 深化專業章節](#)。

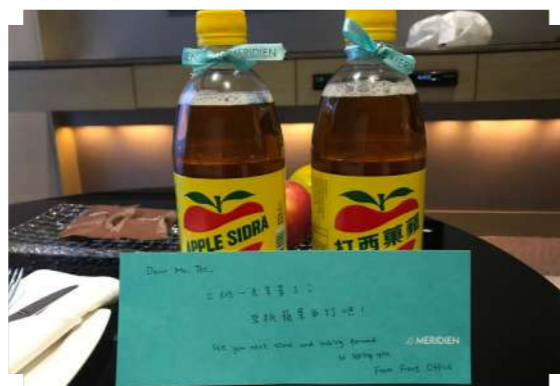
■ 台北喜來登—行政管家服務

為了讓台北喜來登的賓客擁有「Effortless Travel 輕鬆出行」、「Go Beyond 喜越期待」的住宿體驗，我們成立「行政管家」部門，特聘專業認證的英式管家學院講師，開設半年嚴格密集的訓練課程。台北喜來登的「行政管家」是「唯一專職」、「全員專業頂級服務訓練」的專業團隊，具有「旗艦級」的服務水準，熟知各部門業務職掌，以立即回應賓客需求。講求「One-step Service(單步驟服務)」，賓客只要按下客房電話面板上專門設立的管家按鈕，即可解決所有的需求。此外，我們透過建立 VIP 習性表，掌握賓客的喜好、習慣，為賓客下一次的到來做好周全準備、營造顧客驚喜、完善服務細節。



■ 台北寒舍艾美—貴賓管家服務

台北寒舍艾美酒店提供「貴賓管家服務 VIP Butler Service」，為賓客奉上完美的入住享受，安排精實的專業認證訓練，以追求高標準的卓越服務。貴賓管家同時扮演私人助理的角色，為賓客提供個人專屬、貼心細緻的生活起居及商務協助，讓客戶感到賓至如歸。此外，每逢特殊節日，依照顧客的訂房需求，提供客製化的房間布置，營造驚喜的住宿體驗，提升賓客滿意度。



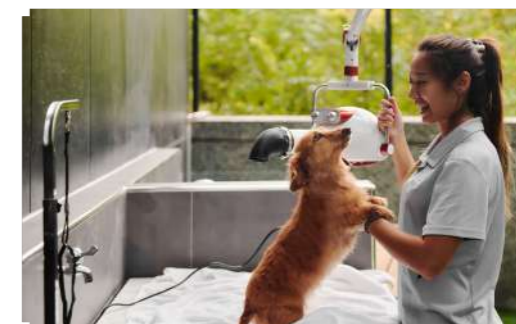
■ 礁溪寒沐—個人化貼心服務

為提升服務滿意度，礁溪寒沐酒店針對不同客群發展貼心服務。

針對幼兒生日，隨機贈送系列 (職業、動物、交通工具等) 繪本，讓住客增添孩童回憶。



全新打造「寵沐苑」狗狗專屬旅館，提供寄宿、安親服務，共規劃 16 間休息空間、戶外遊憩區及泡湯戲水池，並有專業認證寵物照護員全天候駐點服務，讓大人與毛小孩盡享尊榮的幸福時光。



礁溪寒沐酒店因地緣近鄰高爾夫球場，並耗資百萬引進科技高爾夫球場模擬設備，擁有許多熱愛高爾夫的貴客。為頌揚「綠地 (Green)、氧氣 (Oxygen)、陽光 (Light)、友誼 (Friendship)」四個代表高爾夫 (GOLF) 的美好元素，自 2020 年 5 月 29 日舉辦第一屆高爾夫球敘聯誼活動，未來並規畫每年都安排高爾夫賽事結合慈善或公益等等，在推廣運動家風範之餘也能展現企業精神，每回活動消息釋出即廣獲踴躍報名與迴響。



2.2.3 用心傾聽 落實精進

賓客的心聲是寒舍餐旅持續進步的動力，我們透過多元的溝通管道，用心傾聽賓客對於用餐及住宿體驗的想法，針對賓客所提出的意見檢討改進，妥善處理客戶申訴案件，並將回饋內容落實改善於所有服務環節當中，期盼能夠讓賓客每一次踏進寒舍餐旅都獲得全新感動。

■ 賓客意見回饋管道



註 Guest Voice 僅有加盟萬豪國際集團品牌的台北喜來登及台北寒舍艾美使用。



■ 賓客申訴處理程序



■ 賓客主要申訴類別



台北喜來登及台北寒舍艾美同屬加盟國際知名萬豪國際酒店集團，該集團運用強大的資訊科技及管理優勢，發展顧客體驗分析 (Guest Voice) 系統，進行顧客滿意度調查及管理，顧客於退房後會收到電子郵件，並連結至網頁進行一系列的問卷調查，以了解其消費經驗、再訪機會、整體服務及公共區域滿意度等。該問卷調查經由 Guest Voice 分析後，個別飯店之營運主管即可於系統查閱相關統計數據、顧客回饋，並於每日營運會議上做出分享及討論改善措施。2020 年主要提出改善項目包含：房間設施老舊汰新、清潔及個人員工服務對應可再加強，除了透過積極回應重新取得賓客的諒解與信任，加強服務人員之案例宣導，並陸續進行整修工程。以寒舍艾美為例，即已開始進行客房浴室磁磚工程、牆面保養及油漆等各項翻新工程，並進行軟體設施的升級，如：電視鏡射功能新增支援 Apple 產品、導入 Media hub 等。

2020 年寒舍餐旅 客戶滿意度調查結果		 住宿	 餐飲
台北喜來登	結果	61.1	50.8
	樣本數	1858	172
台北寒舍艾美	結果	58.7	51.2
	樣本數	588	588
礁溪寒沐	結果	9.08	8.6
	樣本數	1249	1249

註台北喜來登及台北寒舍艾美計算方法為統計 9 分以上 (滿分為 10 分) 回函的百分占比，礁溪寒沐計算方法分為四大項目評分，每一項目滿分為 10 分，再計算出平均得分。

同時，寒舍餐旅亦蒐集 TripAdvisor、Agoda 等線上旅宿平台 (Online Travel Agent, OTA) 的客戶回饋，台北喜來登及台北寒舍艾美的評分結果皆串連到萬豪國際集團 Guest Voice 統一管理，而礁溪寒沐的 OTA 評分則由其績效管理部監管回應，針對住宿體驗不佳的顧客評分，皆親自向賓客表達誠摯歉意，並於內部檢討提出改善方案，以精進寒舍餐旅的服務品質。以台北寒舍艾美為例，當在 TripAdvisor 獲得低於 3 分的評論時，即會收到來自 OTA 平台的「Hot Alert」通知，台北寒舍艾美會於 48 小時內公開回應及寫信溝通致歉，妥善處理每一則賓客回應。



寒舍餐旅旗下餐廳以「在地食材，異國佳餚」聞名，我們建立完善的食品安全體系，並培訓專業服務人才，帶給賓客國際級精緻用餐體驗。集團明確訂定食品安全衛生規範、推廣食材溯源管理、避免使用高風險食材、建立自主及委外檢驗、落實原料供應商管理與稽核。我們亦成立食品安全小組，制定食安緊急應變措施外並定期培訓食安專業人才以協助進行員工教育訓練，宣導企業食安政策及政府推動之食安相關法規新知。2020 年在新冠肺炎疫情籠罩下，寒舍餐旅迅速採購防疫設備並舉辦教育訓練以做好萬足準備，提供賓客安心、安全的住宿環境。

2020 年亮點績效

- ➔ | **在地採購，原味呈現** | 寒舍餐旅透過與在地小農的合作，持續推廣「從產地到餐桌」的天然餐食概念，並持續提高永續食材的採購比例。2020 年三館在地食材採購比例 70%，展現大地精華原味。
- ➔ | **預防食安事件，強力把關食品安全** | 我們積極培訓食品安全與衛生專業人才，並於各館配置食品技師以協助食材採檢、人員訓練、供應鏈管理與稽核及緊急食安事件處理。設有「食品安全小組」，嚴格控管從食材採購、檢驗、製作到出餐等流程符合食品安全政策與規範。
- ➔ | **高規格清潔，落實防疫行動** | 我們按照萬豪集團規定的消毒清潔模式進行每日清掃，優於政府公告之消毒標準；並與協力廠商配合施做客房防疫消毒，公共區域每 2 小時酒精消毒乙次，保障顧客用餐及入住安全。
- ➔ | **台北寒舍艾美於 2020 年榮獲，觀光飯店安全防護工作檢查 特優獎** |



對應之 SDGs 目標

重大議題： 消費者的健康與安全	對應 GRI 重大主題 GRI 103、416
對公司的意義	顧客於寒舍餐旅享受住宿與用餐體驗時，環境設施及餐飲食品的健康、安全與衛生一直是我們最關心的議題，我們致力將安心、安全傳遞給顧客。
政策與承諾	<ul style="list-style-type: none"> • 持續提供優質、完善、安全的住宿環境與服務。 • 提供顧客安心、美味的食品，維持 0 食安事件。 • 加強與在地連結，推出多元化的餐飲選擇。 • 定期稽核硬體設備，積極改善與更新。 • 維護與修繕各館硬體設施，以優化顧客住宿體驗與安全。
目標	<p>短期</p> <ul style="list-style-type: none"> • 持續強化食材溯源管理，做好各品項安全檢驗與出餐品質檢核，以符合食品安全衛生法令規定，並同時廣泛推展生產履歷制度。 • 要求各餐廳廚師與從業人員持證比例為 85% 以上。 • 加強餐廳內外場人員之食安相關法規知識，並落實於工作領域。 • 定期執行設施養護排程，維持良好運轉機能。

目標	<p>中長期</p> <ul style="list-style-type: none"> 提供穩定且高品質的商品與服務。 持續落實在地食材採購政策，與契作農場共同提供顧客安心食材。 維持年度 HACCP 驗證，並持續回訓組織人員及增加餐廳內外場人員培訓以取得 60A、60B 證照。 藉由教育訓練提升工程部同仁修繕品質，使顧客有最完善的硬體設備。
管理與申訴機制	<p>線下</p> <ul style="list-style-type: none"> 顧客意見表：住宿與餐飲皆有 飯店內商務中心 <p>線上</p> <ul style="list-style-type: none"> 各飯店官網客服信箱 社群：Line、Facebook、Instagram 的官方帳號，會由公關部盡速回覆與聯繫顧客
投入資源	<p>人力</p> <ul style="list-style-type: none"> 安排員工參與 2020 年食安教育訓練課程與能源管理系統培訓課程，鼓勵員工考取衛生管理員相關證照。 於各館配置具有國家考試合格之食品技師，並於 2020 年請餐廳內外場正副主管參與萬豪線上或實體食品安全課程，並派廚房人員參訓 HACCP 課程取得 60A、60B 證照。 <p>財務</p> <ul style="list-style-type: none"> 2020 年度編列食安預算 \$1,018,812 元、HACCP 相關預算 \$170,000 元。 2020 實驗室支出費用為 \$2,361,675 元。 <p>設備</p> <ul style="list-style-type: none"> 自主檢驗項目所購入的檢驗套組及設備。 為了優化住宿體驗與安全、提升飯店的環保節能成效，工程部更換熱泵、冷卻水塔、變頻冰水主機等設備，並增設空調監控設備系統與節水器以達節能減碳之目標。另更換客用及員工電梯為交流變壓變頻無段變速控制方式，使電梯更加平穩。
2020 績效成果	<ul style="list-style-type: none"> 2020 年，寒舍餐旅並無任何違反有關產品與服務之健康與安全法規及未遵循產品與服務之資訊與標示法規之事件。 寒舍餐旅旗下三館 2020 年皆獲得第三方 HACCP 認證。 徹底執行供應商管理，除針對供貨品質持續監控，亦不定期安排訪廠稽核檢查；各飯店對內部衛生抽檢進行輔導、積極配合第三方單位檢驗，並嚴格執行源頭管理與自主管理，確保食材、餐點安全無誤。 透明公開使用食材的產銷履歷，讓顧客清楚寒舍餐旅的食材產地資訊。 每月均進行病媒防治作業。 工程部除了每年固定實施建築物公共與消防設施安全檢查外，透過「設備汰舊換新專案」將客房門鎖全面更新為感應式。

3-1 食品安全

3.1.1 食品安全衛生及品質管理

提供每位賓客安心、美味的餐飲服務，守護顧客的健康與安全是我們成立的初衷，也是一路堅守的核心原則。寒舍餐旅旗下之台北喜來登大飯店、台北寒舍艾美酒店、礁溪寒沐酒店依據國內外法規—《Marriott Global Food Safety》之食品安全政策，以及台灣食品安全衛生管理法管控食品安全，並每年接受外部主管機關的稽核檢驗。

各館內部分餐廳已取得衛福部食藥署餐飲業衛生評鑑合格優等，並符合國際觀光飯店「食品安全管制系統準則」之相關規定，我們秉持著核心原則，堅持把關顧客的健康與安全，希望於 2020 年督導旗下所有餐廳落實食材溯源、檢驗、品質管理及廚房每日清潔管理等，並配合 BSA 國際性集團檢查及 P2P 寒舍內部檢查，以逐步提升餐飲品質，為取得國內外標準認證打下良好的根基。

寒舍餐旅食安政策目標：

1. 全體員工應遵守及落實食品製造相關法令規範



2. 持續精進改善以追求更高品質的市場要求



3. 創新精神，求新求變以因應更廣的顧客需求



餐飲品質管理

寒舍餐旅落實菜餚 SOP 做法標準化，嚴格要求現場作業依標準作流程進行，同時搭配集團食譜卡機制，以確保每一道菜餚從採購食材經多道程序處理、調味、烹飪至最終出餐時仍保持相同高品質水準。我們會進行餐飲餐前隨機試菜抽查與不定期主管試菜，並要求此外，我們每週針對廚房及用餐場所進行例行性巡檢，內容包含環境衛生、食材分裝與標示、食材離地等事項。

食材分裝與標示項目要求採購食材之品名、進貨與開封日期、有效期限與過敏提示等內容標示完整且明確，確實做好食材先進先出，避免誤用過期品，確保送到賓客手中的產品都保持最佳風味的品質。

另外為因應 Marriott Global Food Safety，我們的自助餐檯皆有標示「請用指定餐具夾取食物」

及「如客人對任何食物有過敏、不適或有特殊要求，請告訴我們的員工」的標語，以確保食材不混用，造成顧客的身體不適。



防疫期間

寒舍艾美推出「無夾服務」，為確保各位賓客的安全，不僅透過專人協助夾取餐點，更將水果、沙拉、起司…等小食以杯或碗器皿分裝，讓客人不用接觸到公用餐夾，安心享用繽紛美饈，讓每一位賓客放心恣意大啖美食。

衛生環境管理

寒舍餐旅每個月會針對所有餐廳內外部進行環境衛生相關稽核，稽核內容包括截油槽清理、排水溝刷洗、通風口清潔、用餐區打掃等作業，分單、雙月稽核完所有餐廳廚房並給予評分，為督促相關人員積極協助餐廳優化環境衛生品質，此稽核結果會與食安小組人員之考績連動，如蟬聯 2 次分數最高的廚房可記食安小組成員嘉獎一次，若分數最低的廚房連續三次將記食安小組成員申誡一次，每月會同工程部、安全部、人資部、公清組輪流檢查各廚房，進行聯合檢查一次，並填寫檢查表單，缺失事項發布後，需於三天到一週內改善完成並回填改善通知單。目前所有餐廳除了每日廚房清潔作業外，夜間還會進行整體環境清掃，每月三次進行病蟲害防治作業，以維護顧客的食品安全衛生。

P2P 寒舍內部檢查

寒舍集團在食材、設備與服務各方面的營運流程皆設有集團統一標準，為確保三館落實合規，我們每年會針對各館的食安文件紀錄、衛生管理、設備維護、個人衛生與蟲害控制五大面向進行全

面稽查與評估，執行頻率為一館每年三次，共 9 次由不同館的食安技師突擊檢查，進行交叉稽查並給予建議。內部食安稽查及格分數為 75 分，若不及格則需要接受複檢，並於每季食安會議上報告改善進度。2020 年三館的 P2P 內部檢查結果如下：

館別	平均評分	等級 (註)
台北喜來登大飯店	89	黃色
台北寒舍艾美酒店	90.67	黃色
礁溪寒沐酒店	86	黃色

註：檢查評分結果分為四個等級，紅色（不及格）、白色（及格）、黃色（良好）、綠色（優秀）

分級認證標章

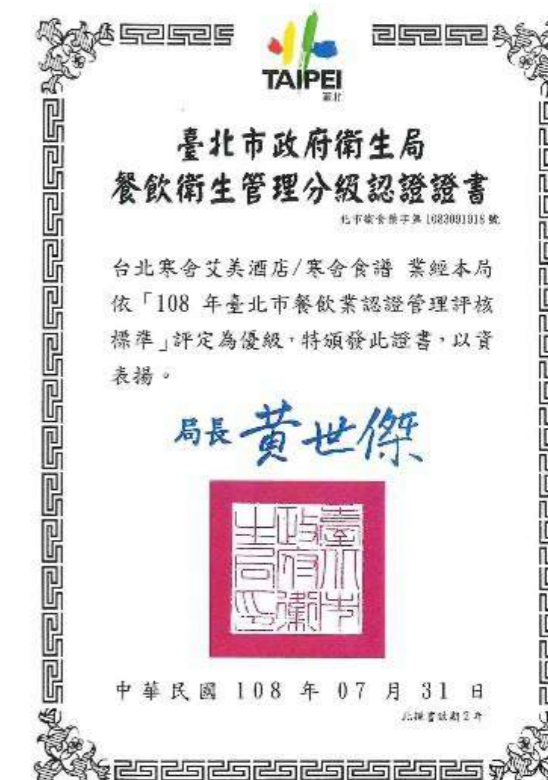
寒舍餐旅依據衛福部食藥署食品良好衛生規範準則、台北市食品安全自治條例第 11 條規定及宜蘭縣政府衛生局餐飲衛生管理分級評核活動申請餐飲衛生管理的分級認證標章，2019 年經認證之台北喜來登 9 間餐廳、台北寒舍艾美 3 間餐廳及礁溪寒沐 1 間餐廳，全數 13 家餐廳皆取得「優」等。認證標章期間為兩年，認證餐廳名單可詳閱台北市政府衛生局網站食安專區及宜蘭縣政府衛生局食品衛生專區。



台北市政府
衛生局網站食安專區



宜蘭縣政府
衛生局食品衛生專區



3.1.2 「從產地到餐桌」安心透明食材管理

為每日提供顧客最安心、最優質的餐飲服務，寒舍餐旅從管理系統導入、食材溯源管理、食材檢驗管理、餐飲品質管理、環境衛生管理、產品標示管理等各層面皆制定了嚴格把關政策，各館旗下餐廳需每日檢視各面向之管理，以降低對顧客造成的潛在風險與危害。

針對食品保存、製程、運送等各項規則，我們堅守萬豪集團《Marriott global food safety》食品安全手冊上，讓食品不會在流通中的任何一個環節受到污染，透過層層通報機制及明確分工，確保每一步驟皆遵守寒舍餐旅食品安全標準基礎，將食品安全防護網做到滴水不漏。此外，我們將 Brand Standard Audit (BSA) 檢查結果與集團內部稽核結果交差比對，以抓出經常性缺失，進而督促權責單位檢視作業流程。

食材溯源管理

衛生福利部於 102 年 12 月 3 日發布「食品業者登錄辦法」，為強化食品衛生管理及落實源頭管理之宗旨，配合落實此制度寒舍餐旅已於食藥署所建置之電子登錄平台逕行登錄。2016 年起，各館所有採購食材均可追蹤至上一手資訊，廚房亦執行原物料進貨日管理，所有食材均有有效期限標示，物料亦採先進先出方式，調味料開封後標籤註記使用日，以便追蹤到供應商及食材批號。系統亦可依進貨日期追蹤該批進貨及食品有效日期和廠商。

寒舍餐旅對於高風險食材的選用十分講究，例如有附生產履歷 QR Code 的雞蛋，方便我們追蹤原畜牧場與保鮮日期，其他家禽類亦為高風險群，我們則會要求供應商提供較多檢驗報告，且每年實地訪廠以確保飼養與處理方式合規。

寒舍餐旅可溯源食材之採購比例

食材種類	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐
肉	100%	100%	100%
海鮮			
蔬果			
蛋及乳製品			
油及添加物			

註：可溯源食材採購比例計算方式為：該類食材可追溯之採購金額／該類食材總採購金額

台北寒舍艾美酒店為讓員工學習如何進行一道菜餚的食材溯源追蹤，每個月訓練員工使用表單進行溯源練習，追溯完成之表單皆會簽到採購處並留存，希望透過長期的練習可有效導入食品追溯機制。

品名	數量	日期	備註
1 0130004541 東坡蹄膀		2020.01.02	備註
2 0520000120 沙茶油		2020.01.02	備註
3 0210002920 大蒜仁		2020.01.02	備註
4 023000202 紅辣椒		2020.01.02	備註
5 0210004302 五福角糖		2020.01.02	備註
6 0290004850 蝦米豆腐		2020.01.02	備註
7 0610000150 鹽		2019.12.26	備註

食安危機 超前部署

寒舍餐旅的每一位同仁致力於為顧客的健康安全把關，面對突發的食安危機，我們持續努力積極因應。例如：2018 年至 2019 年於中國大陸之非洲豬瘟疫情，寒舍餐旅於當時快速發佈禁用金華火腿、改用本地火腿政策，並將濃湯濃縮汁代替燉湯的火腿進行烹飪。2020 年針對進口豬肉含萊克多巴胺議題，寒舍對豬肉品項制定相關檢核標準，嚴格把關。

- ➔ 停用美國豬肉以避免風險，並請廠商提供屠宰證明，不使用無產地證明之豬肉食材。
- ➔ 分開標示香腸的腸肉、腸衣等含豬肉成分品項，共進行 1,000 多次品項重新標



➔ 台北寒舍艾美豬肉來源標示立牌

管理系統導入

為確保食材從生產地到餐桌上，成為精緻佳餚的過程中，每一環節的食品安全，寒舍餐旅已於台北喜來登大飯店與台北寒舍艾美酒店導入「危害分析重要管制點管理系統驗證」Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)，而礁溪寒沐酒店也於 2020 年取得驗證。2019 年，台北寒舍艾美申請第三方友意國際驗證股份有限公司協助認證該館之宴會廳取得 HACCP 驗證，並於 2020 年連續榮獲認證，期望透過嚴格控管產品保存、作業程序管制、人員衛生管理，並且分析產品中可能潛在的生物、物理與化學危害，設立重要管制點並進行監控、預防、消除與控制危害，以有效降低食品安全風險，維護顧客的食品衛生。



礁溪寒沐酒店 HACCP 驗證合格證書

3.1.3 食材檢驗與商品標示

新鮮安全的食材是美味佳餚的根本，我們對於食材的品質與衛生管理除了要求原物料供應商提供原料檢驗報告外，寒舍餐旅於每週、每季或每半年自行採樣，並於台北喜來登或台北寒舍艾美實驗室進行檢驗，或委託衛福部食藥署認證之第三方公正檢驗單位檢驗，確認原料及產品之食品安全以保障消費者健康。

目前台北喜來登與台北寒舍艾美的食品安全檢測分為定期自主性（每星期一次）、定期委外（每季一次）及隨機性的檢測，並依據臨時的食安事件會進行隨機性檢測，而礁溪寒沐酒店目前也已導入自主檢驗與委外檢驗於該館的食品衛生管理系統中。

自主檢驗

為強化上市、上櫃食品業者對食安把關的自主管理以利企業善盡社會責任，衛生福利部及金管會要求已上市、上櫃之食品業者須自行設置實驗室。寒舍餐旅考量自身餐飲及食品產業經營之特性，經評估過後依據食品安全衛生管理法第 7 條於台北喜來登與台北寒舍艾美設置符合設備規模之實驗室（礁溪寒沐未設置，統一送至台北喜來登檢測），並依據餐飲業常見食品安全危害因子及危害風險制定「食品安全監測精進計畫食安計畫書」，下方表格包含六項自主檢驗項目及檢驗方法，2020 年檢驗結果如下，不合格比例為 0.27%：

檢驗項目	檢驗方法	檢驗樣品數	不合格件數
抗生素藥物殘留試驗	抗生素快速篩檢試劑組 Premi® Test	400	0
肉品瘦肉精檢測	萊克多巴胺快速檢測試劑套組	138	0
	鹽酸克倫特羅快速檢測試劑套組		
	沙丁胺醇快速檢測試劑套組		
油炸食品總極性化合物測定	ebro 食用油脂測試器 FOM320	535	4 (即刻換油)
SO2 二氧化硫檢驗	二氧化硫快速檢測套組	260	0
過氧化氫 (H2O2) 檢驗	過氧化氫簡易試劑	74	0
皂黃檢驗	皂黃、二甲基黃、二乙基黃三合一簡易試劑	72	0

以上檢驗方法所使用的藥品及實驗設備均為合格產品，而檢驗操作人員亦為國家考試合格之食品技師，其專業能力足夠且熟知檢驗操作流程，確實具有自主檢驗之能力。寒舍餐旅於 2020 年之食品安全實驗室相關支出費用共計 \$2,361,675 元，佔寒舍餐旅當年度營業收入 0.08%。

自主檢驗流程

寒舍餐旅各館於早上進貨時，食品技師會自食材驗收區或廚房取樣抽驗，檢查食材效期及包裝外觀、食材品質等是否正常，每次檢驗完成後會填寫食品檢測表。如食品檢驗結果合格，經主管複核簽字後，送交責管單位留存；若檢驗結果不合格，寒舍餐旅會針對不良供應商進行一次性賠款懲罰，食品技師則會另行填寫異常改正計畫，經主管簽核後，即時通報權責單位。不合格之產品會由權責單位通知各館相關單位，同時將該批食材做封存退貨，針對該品項，採購部門將立即更換供應商，如該產品為獨家供應廠商，則協調餐飲部更換食材，以避免食材短缺之現象，食品技師並會將同批食材送交第三方公證單位做進一步的檢測以確保檢驗的正確性。

委外檢驗與作業流程

為確保顧客食用安全無疑慮，有效管理各館餐廳供膳食品之安全，每季將委外進行食品從業人員與供膳食品接觸面的抽樣檢驗，以確保供膳環境與食品從業人員的衛生合格無虞。寒舍餐旅訂有《食品安全自主檢測計畫》，食品技師會每季根據各館的狀況，選擇需要檢測的類別及其對應的項目送至第三方公正單位做檢驗，檢驗完成後由食品技師填寫委外檢驗報告，並且送交主管及責管單位做簽核。目前委外檢驗的類別為食品類：米飯、鮮食類、即食類、包裝食品、即食冰塊；手部、盤具、接觸面及原料類包括水產及蔬菜，檢驗結果不合格者均需填寫異常改正計畫並持續追蹤。下圖為委外檢測流程圖與檢驗項目及頻率：



委外檢驗項目及頻率

檢驗項目	檢驗方法	檢驗樣品數
食品 (爐烤豬肋排等)	總生菌數 + 沙門氏菌 + 李斯特菌 + 葡萄球菌 + 大腸桿菌群 + 大腸桿菌	半年 1 次
鮮食類 (生魚片等)	總生菌數 + 大腸桿菌群 + 大腸桿菌	每季 3 個
即食類 (果汁等)	大腸桿菌 + 大腸桿菌群	每季 3 個
鮭魚	重金屬甲基汞、鉛、鎘	每季 1 個
包裝食品 (罐頭、禮盒等)	大腸桿菌 + 大腸桿菌群	每季 3 個
水產類原料	重金屬 (甲基汞、鉛、鎘)	每季 1 個
蔬菜原料	農藥殘留 (381 項)	每季 1 個
即食冰塊	總生菌數 + 大腸桿菌群	每季 3 個
手部	總生菌數 + 大腸桿菌群	每季 3 個
接觸面及杯盤	總生菌數 + 大腸桿菌群	每季 3 個
米飯	仙人掌桿菌	每季 1 個

不合格之食品類需重新送驗、原料類則封存退貨，若該廠商能提供最新的第三方公正單位的合格檢驗報告，方可重新開始送貨。2020 年度委外檢驗件數共 157 件，其中不合格之比例為 17.2%，部份已請供應商持續改善並複檢合格，情節較嚴重者已於當年度更換供應商。

隨機性檢測

隨機性檢測是因應食安事件時強化食品管理的需求，2020 年針對有疑慮的食材自主送檢，送檢 31 件，不合格占 3 件，我們會要求餐廳立即停用不合格者以維護消費者的健康與安全，2020 年不合格比例為 9.7%。三館餐廳會定期使用漂白水或季銨鹽進行消毒作業，每月小消毒兩次，大消毒一次，以確保食物供應鏈衛生無虞，2020 年度寒舍餐旅三館各消毒 36 次，相關消毒情形及排程都會在每月的衛生安全會議中報告及討論。

內部稽核計畫

另外，為提升食品安全經營管理的效果及效率，寒舍餐旅設立內部稽核計畫，進行定期檢核、做好內部控制，有效解決缺失以降低對營運造成的風險及影響，保障利害關係人之權益。對於稽核結果不符合之項目，將由食安小組會同相關權責部門討論改善措施，以盡速妥善處理、提前預防類似事件發生。待授權部門主管確認改善結果並回報給食安小組後，將列入下次稽核優先查證之事項。

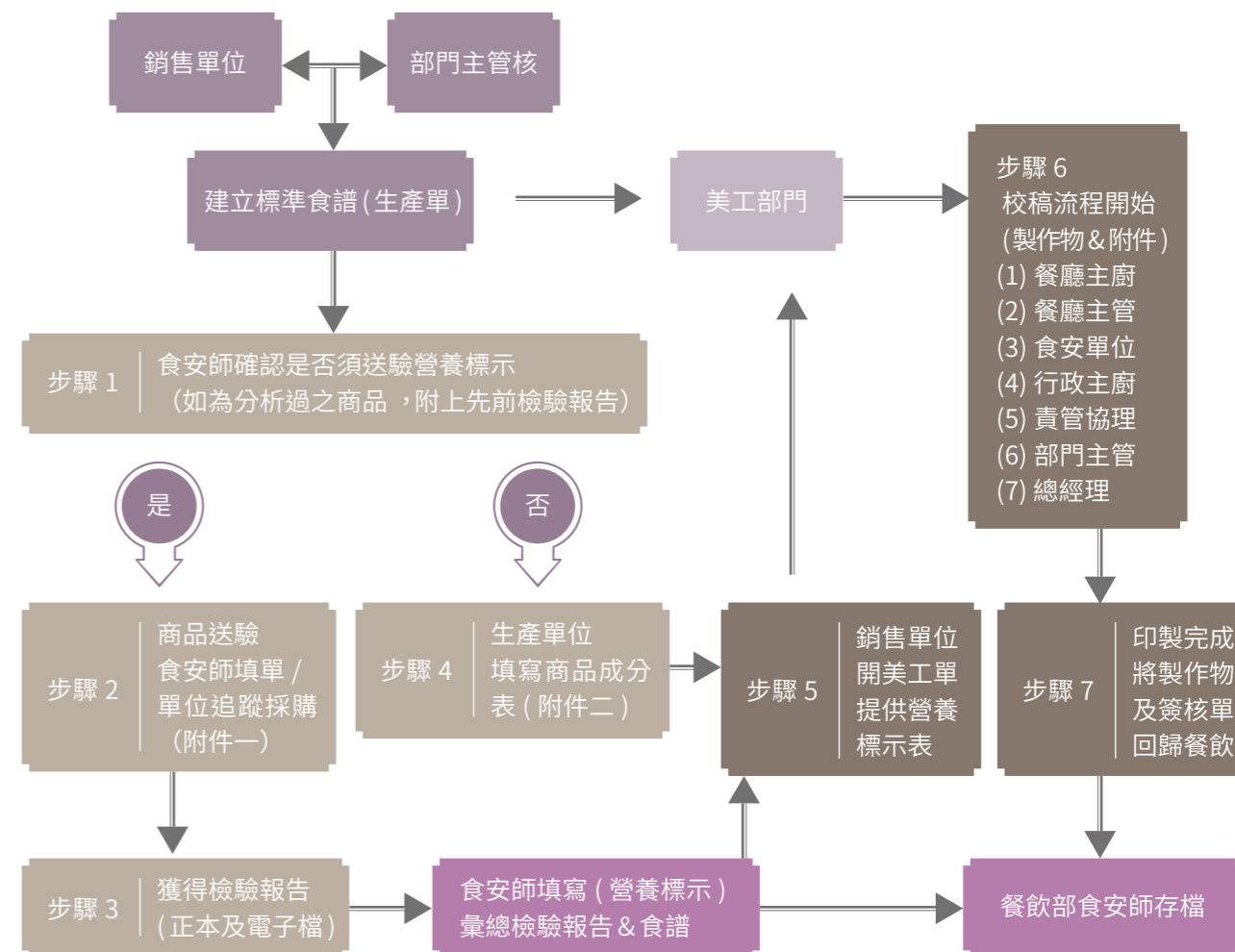
除了積極配合法規的要求外，集團內部控制相關文件更新增原物料採買的緊急應變管理措施、食物中毒事件的緊急應變措施、新公布法規研讀與因應政策、高風險食材檢驗與採購應變措施等，文件內容充分說明緊急應變流程，讓員工在緊急狀況時有所依歸。

產品標示管理

寒舍餐旅除對於館內餐廳要求健康、安全、衛生、美味的品質外，我們對於外賣商品更是嚴格把關、安心不打折。我們制定外賣商品相關送檢流程與產品標示之規範，以顯示我們對食品安全的重視。針對產品標示部份，我們遵循衛生福利部公告之「食品安全衛生管理法及施行細則」、「包裝食品營養標示應遵行事項」、「食品過敏原標示規定」及「包裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項」等規定辦理，於 2020 年，寒舍餐旅並無因外賣商品標示與食安問題而產生之申訴或違法情形發生，且我們販賣的包裝食品及外賣餐盒皆無使用基改原料，針對過敏原，我們亦會標示於外包裝上。各餐飲外賣商品之過敏原資訊標示與送檢流程圖如下：

※ 過敏原資訊標示：

包含蝦、蟹、芒果、花生、牛奶（不包括由奶類取得之乳糖醇）、蛋及其製品。



寒舍餐旅所販售之餐飲及食品受食品安全衛生管理及其子法所規範，其中之子法包含食品良好衛生規範準則及食品衛生標準等衛生福利部公告之法令函釋。2020 年寒舍餐旅未因違反前述法令規範遭處罰鍰之事件，而限期改善單匯總如下：

年度	對象	情形	法源依據
2020.02.20	12 廚	<ul style="list-style-type: none"> 洗碗區上方日光燈罩及開放廚冰箱內置物架髒汙 冰箱風扇網需清潔 作業區置物架底部待清潔 	食品安全衛生管理法第 8 條第 1 項
2020.11.11	宴會廳	<ul style="list-style-type: none"> 員工私人物品多處放置烹調場所 場區清潔區地面不潔，有細砂 食材放置於烤箱上，未有效區隔 碗盤清潔區之磅秤輪子生鏽，地面有鏽痕 食品業者登錄資料有誤 	食品安全衛生管理法第 8 條第 3 項

2019 年度有兩起違反食品安全衛生管理法事件如下，後續我們已加強巡查食材期限並嚴格控管，以防止食材汰換遺漏事件再次發生，2020 年已申請複查合格結案：

年度	對象	情形	法源依據
2019.05	台北喜來登	<ul style="list-style-type: none"> 冷卻機管路上、洗滌區陳列架下方有病媒出沒 冷卻機、放置鍋盒區下方地面不潔 宴會廳 11 號冷藏庫內「安佳奶油」外包裝破損露出內容物 食品業者登錄資料有誤（營業場所地址、廚師證照） 上鎖冰箱門框膠條掉落 	食品安全衛生管理法第 8 條第 1 項、第 3 項
2019.11	台北喜來登	<ul style="list-style-type: none"> 冰箱食材未加蓋堆疊 湯勺放置在爐具檯面上 	食品安全衛生管理法第 8 條第 1 項

3.1.4 食安小組與專業人才培育

■ 食品安全小組

寒舍餐旅於 2015 年成立食品安全小組，由採購部總督導擔任最高負責人與召集人，而小組成員則由食品技師及各部門主管推派代表組成，並在每季定期召開食安會議。2020 年集團各食安小組共召開 12 次季度會議，會議內容主要包含 HACCP 程序、食材替換、食品安全法規遵循、從業人員訓練及資格、供應商管理、委外檢驗及自主檢驗實驗室等食品安全相關議題，因台北喜來登與台北寒舍艾美之餐飲收入占兩館總營業收入比例相當高達 80%，因此我們會根據議題內容邀請相關部門主管列席共同研商與檢討。

平時，專責的食安小組會制定年度食安政策並進行推動、培訓、輔導與監督等作為，以導入食品安全管理系統於日常營運中，並加強食安緊急應變處理機制，以降低任何潛在風險的影響與危害。

我們於食安小組成員中配置具有專技高考合格之食品技師，協助規劃年度食安教育訓練課程，要求落實規範於工作中以推廣食安相關法令。此外，寒舍餐旅亦投入資源於設置實驗室以供定期自主性檢驗，並制定內部稽核計畫及供應商評鑑機制，且接受外部年度稽核以確保食品安全管理機制有效運作。

■ 培育食安與衛生專業人才

2020 年我們持續於各館聘請國家考試合格之食品技師擔任食品衛生專責人員，食品技師編制台北喜來登二位、台北寒舍艾美及礁溪寒沐各一位，而寒舍餐旅的供膳範圍十分廣泛，僅僅仰賴食品技師可能無法即時反應所有館內的食品安全突發狀況，因此在食品安全管理人力上，各營業餐廳亦指派衛生管理專責人員，擔任第一線餐飲供膳衛生的把關要任。

以下為食品技師與衛生管理專責人員之職責內容：

- 1 管理食品製作過程中人員與環境衛生
- 2 執行並追蹤新頒布之食品相關法規
- 3 供應商訪廠及缺失追蹤
- 4 食安事件緊急處理與應變
- 5 館內新進食品從業人員與在職人員之教育訓練

寒舍餐旅各餐廳與作業人員均遵守《Marriott Global Food Safety》之食品安全相關規定，並在就職報到前均需接受食品從業人員健康檢查與衛生教育訓練，確保從業人員身體健康良好無傳染性疾病，且了解如何衛生地製備食品。

此外，寒舍餐旅旗下三館皆透過針對食品安全議題規劃教育訓練，加強新進人員與廚房從業人員熟悉走動動線及食品安全相關作業流程須知等概念，受訓對象亦包括食品安全小組成員及稽核人員，以下表格為三館 2020 年共通食安教育訓練課程，我們投入相當多人力與經費進行人才培育，希望員工以最正確的食安觀念維護顧客的健康與安全。

三館共通食安教育訓練

課程種類	時數	人數	參訓總時數
HACCP 持續教育課程	8	6	48
HACCP 基礎訓練班 (60A)	32	5	160
HACCP 進階訓練班 (60B)	32	3	96
食品安全衛生課程	0.5	693	346.5
持證廚師衛生講習	8	320	2560
合計	80.5	1027	3210.5

截至 2020 年底，寒舍餐旅共計有 18 間餐廳、21 間廚房 (廚房設置符合食品業者專門職業或技術證照人員設置及管理辦法第 5 條規定比例之專業技術證照人員) 裡持有專業證書之員工共計 341 位，佔總廚師人數 369 位的 92%，包含 HACCP(60A) 52 位、HACCP(60B) 19 位、ServSafe 61 位、CIEH(Lv3) 5 位、旅館業衛生管理人員 6 位與高考食品技師 2 位，我們十分鼓勵員工考取食安相關專業證照，以落實於工作領域中，協助寒舍餐旅實現提供每位顧客安心、美味的餐飲服務之願景。

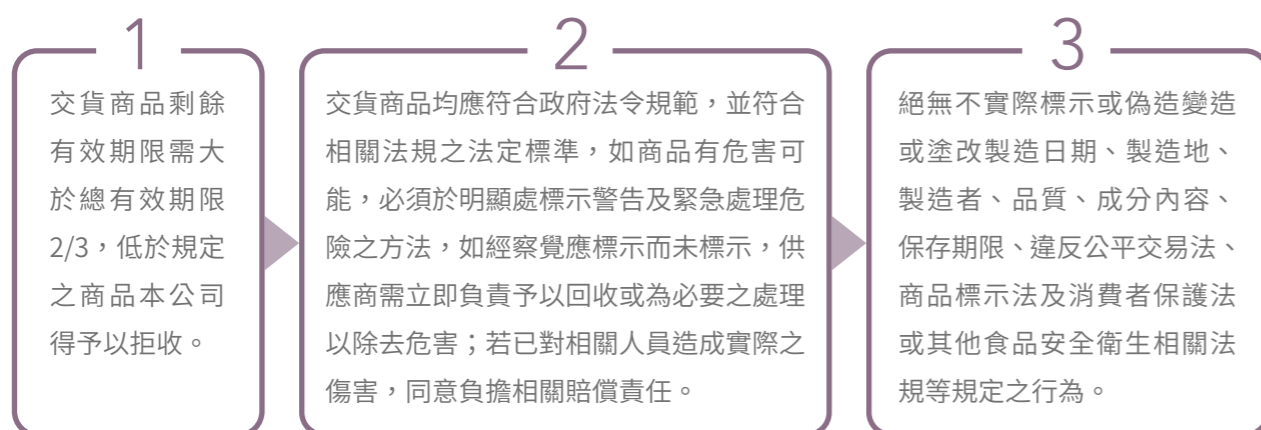
課程種類	台北喜來登大飯店	台北寒舍艾美酒店	礁溪寒沐酒店
HACCP(60A)	29 位	21 位	2 位
HACCP(60B)	4 位	13 位	2 位
ServSafe	48 位	13 位	0 位
CIEH(Lv3)	1 位	4 位	0 位
旅館業衛生管理人員	4 位	2 位	0 位
高考食品技師	1 位	1 位	0 位
總計	87 位	54 位	4 位

3-2 永續供應鏈

3.2.1 供應鏈管理政策

寒舍餐旅以完善內部控制與稽核制度強化供應鏈管理，持續精進集團食品安全與衛生管理體系，提供顧客最安心、美味的餐飲服務。我們在與食品原物料及耗材供應商建立合作關係時，會要求其配合簽署《寒舍集團採購業務交易協定》後才開始供貨。此協定內容包含雙方合作共識、合作方式、請款方式、交貨方式及注意事項、供應商保證事項、原料運送條件、環境管理、貨料驗收與檢核、拒收與退貨、罰則及相關處理機制，亦包含反賄賂條款之法律規範，以具體化雙方的權責關係，確保供應商品質符合我們的期待，不僅便於未來有效溝通且維護長期合作關係，也可實現我們對於顧客等利害關係人的承諾。

《寒舍集團採購業務交易協定》之食安管理規範部分明列如下：



寒舍餐旅亦訂立了選商標準與稽核制度，以定期檢視寒舍餐旅供應商之合格性，希望藉由嚴峻的交易協定避免因原物料資訊偽造或任何危害因素影響顧客及食品的健康與安全。採購部門匯集各單位所提出的採購需求後，會擬定年度採購計畫，並開始搜尋適當的合作供應商，亦可藉由與同業分享和交流以獲得優良供應商之資訊，經比對供應商名單之間的差異後進行評估與決策，而針對原合作廠商的部分，我們會考量定期評鑑與稽核結果以確認其配合度與貨料品質。每季我們會舉辦食安會議以進行當季合作狀況的檢討，與食材替換等事項，如因臨時的食安事件而有特殊緊急需求，我們會運用電子郵件及即時通訊軟體 Line 以進行即時溝通。

疫情供應不斷鏈

寒舍注重每個環節的重要性，層層為消費者把關，疫情時期，寒舍各館採購共同交流，一起採購防疫用品，如：口罩、消毒液、酒精口罩、防護衣、紅外線額溫槍等，重視消費者安全，更重視員工健康，為每位賓客提供健康安心的服務。

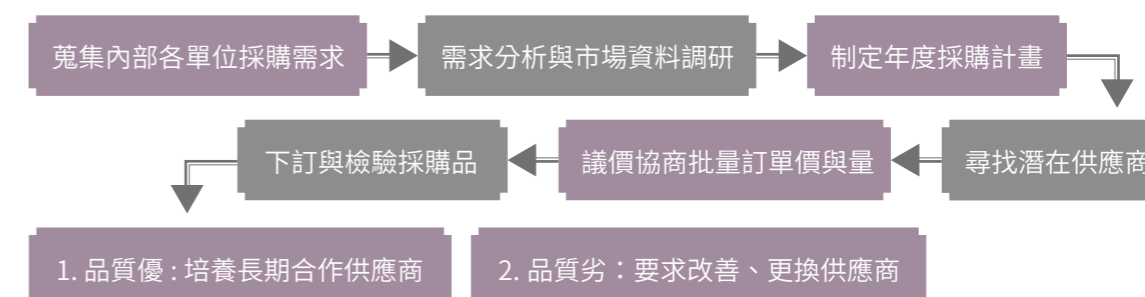


在供應商風險管理方面，我們針對防疫物資及生鮮食材皆預備 4 至 5 間替代供應商，以確保供應不中斷；進口備品，因航運與空運不穩定，我們採用當地台灣的供應商，通過增加在地採購比例，用在地食材來填補現流的食材不足，尋找當地漁船將進口鮭魚替代成當地鮭魚、海魷魚為主；工程衛浴備品亦選用臺灣在地廠商購買。

3.2.2 綠色與在地採購

寒舍餐旅以台北喜來登採購部為集團採購中心，集中採購三館所需之共同食材、備品與原物料，共享資源以創造綜效。採購部制定年度採購計畫、食安問題的預防策略、危機處理準則及設備用品之健康安全評估標準等，因此需十分熟悉食材、物料及維修工程相關成本結構，以提升採購績效、降低成本、簡化採購流程。

此外，採購部平時會蒐集各館各部門之內部需求，並進行分析與市場資料搜尋，待制定完年度採購計畫後，會尋找潛在有競爭力的供應商，進行詢價、議價批量訂單的價格與採購量，希望以寒舍餐旅的高議價能力，尋找較低成本且品質合乎要求之採購品項，並與優良供應商建立良好的長期合作關係，如有品質不良之現象，我們會要求盡速改善，嚴重者會更換供應商並列入黑名單以做好供應商管理。寒舍餐旅要求所有食品原料供應商在提供原料前，需配合簽署《寒舍集團採購業務交易協定》，協定內容為雙方合作之具體事項與採購流程之細節，更包含反賄賂條款等規範。



永續食材、綠色採購與國際認證採購

寒舍餐旅為響應全球環保趨勢，我們每年制定年度採購計畫時，持續增加永續食材與綠色採購之項目，落實環境友善之理念，2020 年我們將集團內各餐廳所需之龍蝦選用經 SGS 的海洋管理委員 (MSC) 認證之永續海洋食材 - 波士頓龍蝦，一年採購量為 4500 公斤，以行動阻止非法捕獲的海鮮食材進入寒舍餐旅，增加顧客對我們餐飲服務的信心。2020 年寒舍餐旅採購符合國際認可之產品總金額 \$5,852,000 元，占整體採購金額 \$15,838,000 元的 36.94%。

寒舍餐旅採購具認證標章之食材比例

認證標章	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐
FSC	0.68%	0.73%	1.07%
CAS	6.61%	3.27%	0.70%
TQF	0.25%	0.25%	0.25%
HACCP	4.18%	1.94%	1.11%
ISO22000	4.92%	2.06%	1.14%
ISO9001	3.08%	1.55%	0.78%
產銷履歷 (如吉園圃等)	0.54%	0.22%	0.05%
合計	19.58%	10.02%	5.10%

註 1：本表統計 FSC 認證產品為統計具該標章之果汁、果泥、義大利麵等食材包裝。
 註 2：國際食品認可之食品安全管理系統標準包含 CAS、TQF、HACCP、ISO22000、ISO9001。

此外，我們持續採購符合國際認可之 Taylors、Twinings 及立頓等茶包及咖啡豆，其符合國際雨林聯盟 (RAC)、英國土壤協會有機認證或道德茶葉合作夥伴 (ETP) 的認證，2020 年寒舍餐旅符合國際認可之茶包採購金額為新台幣 1,160,624 元，佔 2020 年之茶包類採購支出 6,382,005 元的 18.19%。

而衛生紙的部分，寒舍餐旅亦持續採購取得森林管理委員會 (FSC) 認證的金百利衛生紙，2020 年採購總金額為新台幣 1,542,032 元，佔 2020 年寒舍餐旅之衛生紙類 (包含衛生紙、面紙、擦手紙、餐巾紙) 之採購總支出新台幣 2,569,996 元的 60%。寒舍餐旅透過取得國內外認可之食品相關安全認證，以顯示對自身產品的信心，提供給顧客最安心健康的餐點。下表為寒舍餐旅 2020 年綠色採購金額與各館採購具國際認證標章之食材比例：

寒舍餐旅綠色採購金額

	金額單位：新台幣	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐
茶包	RAC 國際雨林聯盟認證	0.02%	0.13%	0.02%
	ETP 道德茶葉合作夥伴認證	0.09%	0.02%	0.04%
	SA 英國土壤協會有機認證	0.02%	0.11%	0.00%
衛生紙	FSC 森林管理委員會認證	0.68%	0.73%	1.07%

註：比例計算方式以一般品進貨總採購金額為分母；具國際認證之一般品總採購金額為分子

在地採購

寒舍餐旅優先選用地食材，促進台灣本地農民發展，鼓勵永續環境，2020 年寒舍三館食材在地採購比例為 70%。2020 年我們積極於礁溪寒沐酒店導入在地採購計畫，透過與宜蘭當地的小農契作合作，共同設立有機蔬果專案，支持小農，以增加使用在地產品之比例，並整合其他食材設計出多道創意料理，以真實原味成為我們的特色之一。海鮮食材，我們採購當地漁船的漁獲，堅持選用最新鮮；農產品，配合當地休閒農場、農會購入有機食材於餐廳內於予標示，告訴消費者寒舍選用之新鮮食材來源，並選用橘之鄉新鮮金棗以及與三星張美阿嬤農場合作，引進小農有機蔬果，如在地溫泉絲瓜、溫泉空心菜、番茄、過貓、紫糯米玉米、黑木耳等食材，並於 MU TABLE 推出「從產地到餐桌」的天然餐食，我們希望藉由縮短從產地到餐桌的距離，增加從餐桌到口中的鮮度，拉近人與土地的感情，體現以自然為家的生活態度，同時讓消費者吃得安心、放心、開心，並減少碳足跡。

在未來，我們的中長期計畫希望能深耕在地農民社團，協助小農擴大銷售通路、獲得穩定收益，振興在地經濟的同時，領導宜蘭地區的餐飲市場成長茁壯。



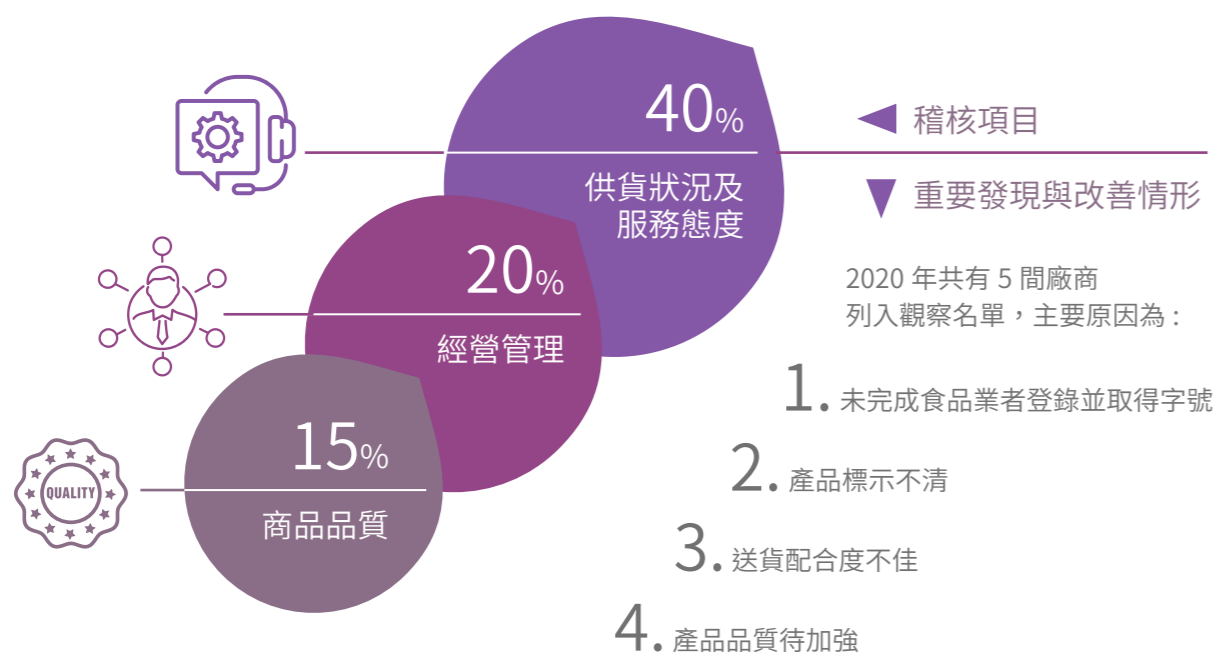
3.2.3 供應商年度評鑑與稽核

寒舍餐旅針對供應商管理進行年度評鑑與作業現場稽查，以落實原物料源頭管理與供應商衛生安全的檢查，由各館食品技師與採購部共同對供應商做評分。

原物料源頭管理的部分，2020 年我們評鑑了 105 家食品與飲料供應商，佔總食材供應商家數 28.9%。以下為年度評鑑指標項目與各面向的權重比例，其中我們提高了商品品質與供貨狀況的佔比達 55%，希望藉此加強對原物料品質的篩選，並提高供應商對此的重視。我們依據各指標之評鑑結果將受檢供應商分為優良、佳、普通及欠佳分級管理。我們會將獲得欠佳評級的廠商列入觀察名單，並要求其提出異常改正計畫，以利後續追蹤。

寒舍餐旅供應商年度評鑑項目與結果

2020 年	稽核家數	總食材家數	百分比
寒舍餐旅	105	363	28.9%



供應商作業現場衛生安全檢查部分，下表為寒舍餐旅明訂之檢驗類型與檢驗頻率。2020 年我們稽查了 25 家食材供應商，供應商之進貨金額佔 2020 年寒舍餐旅當年度的食材供應商進貨總金額之 7.22%、稽核之供應商家數佔總供應商家數則佔 6.9%。如果供應商之衛生條件未達寒舍餐旅之食安規範與要求，我們會停止合作，並由第二與第三順位之供應商遞補，我們不僅重視原物料的品質，亦對供應商的衛生環境抱持審慎的態度。

於供應商年度評鑑時，稽核室會同食安小組人員一起搭配，輪流針對三館之供應商進行評鑑與採購督導。

檢驗類型	頻率
食品採購數量與採購金額前三名	每年 3-4 家
高風險食材：水產品、肉品、乳品、過去一年食安事件相關食材	每年 2-4 家
交貨紀錄不良，過去一年累計退貨達 6 次以上	每年 3-4 家
未曾交易之新供應商	每年 1-2 家

寒舍餐旅供應商作業場所稽查項目與結果

2020 年	頻率
稽核家數	25
總食材家數	363
百分比	6.9%

稽核項目	<ul style="list-style-type: none"> • 供應商管理表現，包含：環境、廠房、衛生、蟲害、安全、吸菸與飲食 • 檢查文件 • 設備使用 / 保養 • 作業環境清潔人員操作 • 食材標示及儲存狀況
重要發現與改善情形	多為環境清潔不佳，請廠商限期改善
高風險食材評鑑家數	3
高風險食材家數	15
百分比	20%

寒舍餐旅會不定期要求食材供應商繳交第三方檢驗報告，且由食品技師每週進行食材驗收與抽檢，若檢驗結果不合格則會先停止進貨並禁用，並要求供應商提出異常改正計畫，與第三方公證單位檢驗之合格報告後，經我方評估認可，方可重新開放進貨，且檢驗費用應由供應商自行負責。恢復進貨後，食品技師會對此供應商之原物料連續抽測 3 次，需皆合格後即恢復原來檢驗程序。如果供應商經第三方公證單位檢驗不合格之次數累計達三次，將被懲罰停止送貨一年。

3-3 安全防護

3.3.1 賓客安全 我們在乎

為了給予客戶安全、安心的住宿環境，寒舍餐旅持續加強飯店空間的安全防護及監控設備系統，並定期進行安全技能訓練及緊急狀況演練，積極預防事故發生，將守護賓客的健康與安全當作我們最重要的責任，2020 年未有違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件。

台北喜來登

安全部每月會定期召開安全暨防火管理工作會議，定期安排夜間消防演習，另外，配合消防局每半年進行全館消防演習，確保同仁皆能在緊急狀況下應變。

台北艾美寒舍

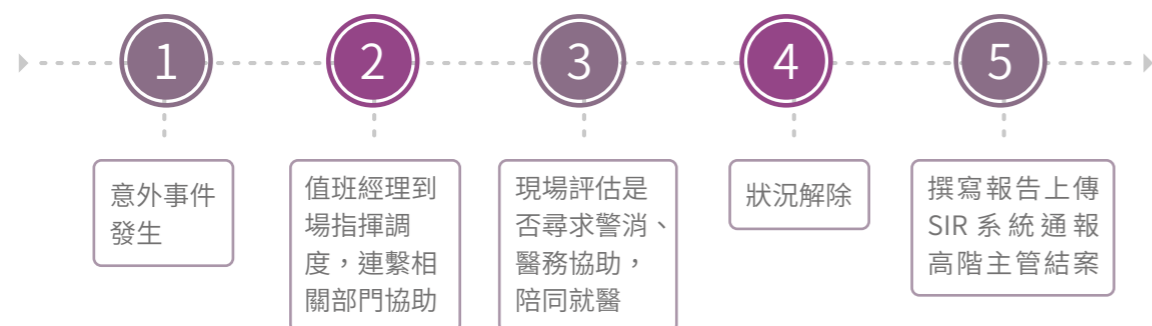
由安全室主導安全機制，每月進行消防廣播測試，另每半年進行一次全館消防演練，大廳值班經理備有通報聯絡緊急背包，並配合安全室，聯繫通報及協助解除狀況。

礁溪寒沐

由安全部每月定期召開安全會議，針對全館安全事項進行說明及檢討，每月不定期進行無預警消防演練，提升全館同仁防災意識。同時，與警消保持聯繫，以利突發狀況時可即時獲得支援。

狀況事故處置方式

飯店客房設置緊急壓扣，若響起由安全部第一時間通報房務部撥打客房電話聯繫客人是否需要協助，如未連繫上需由樓層幹部至客房確認狀況，並回報安全部處理結果。其他意外事件處置流程如下：



註：狀況事故處置過程中，皆即時回報客務部經理、客房部協理、總經理等中高階主管事故處理進度

三館安全防護措施



安全及無障礙措施

- 無障礙設施客房
- 無障礙電梯 (設有扶手及點字)
- 導盲犬指標
- 輪椅租借服務
- 大門口輪椅坡道
- 樓梯進出口防滑



安全技能訓練

- 每月安全部門進行例行各項安全技能訓練，包含「安全用電」、「火災應變」、「CPR & AED 急救」、「食品安全」等課程



消防演練

- 每年兩次大型演練、每月責任區消防演練及每兩月一回大夜演練
- 配合衛生局進行消防演練



急難應變

- 每半年進行大型避難疏散演練
- 提前部屬防範作業
- 地震當下啟動全館巡檢



加強監控

- 每日 3 回檢查監控設備硬碟存取值，並透過影像確認無重大事故



飯店同業聯防系統

- 每季召開飯店同業聯防會議，確保各飯店資訊互助
- 不定期同業防疫資訊交流



夜間廚房檢查

- 每日定期確保用火及用電安全
- 廚房內場下班前巡檢並繳交檢點表，安全室每夜巡檢 (複檢)



安全巡查

- 安全室 24 小時值班
- 每日分 3 班巡檢飯店各區域及巡邏點

3.3.2 齊心防疫 無微不至

2020 年逢 COVID-19 新冠疫情擴散，強力衝擊全球經濟發展，旅宿業首當其衝。寒舍餐旅與全國齊心，以營運不中斷為目標，發佈一系列因應策略，包括訂定內部防疫 SOP 指引及入住旅客防疫流程，並要求行政員工、服務人員、清潔人員徹底遵守，盡可能降低暴露於風險的機會，讓旅客能安心用餐及入住。

	防疫措施說明
實施進出管制	<ul style="list-style-type: none"> • 關閉側門改由正門及後門進出，正門設置熱像儀，後門及停車場入口由同仁逐位測量體溫 • 入館內需配戴口罩 • 入住旅客須填寫旅客聲明暨承諾書 • 禁止外送人員送餐到樓層
依萬豪集團規定的消毒清潔模式進行每日清掃，優於政府公告之消毒標準	<ul style="list-style-type: none"> • 設置多處消毒酒精 • 與協力廠商配合施做客房防疫消毒 • 加強服務台蚊蟲蟑螂噴灑消毒 • 客房毛巾被套皆以 70 度高溫水洗 6 分鐘以上，並添加漂白劑 • 公共區域每 2 小時酒精消毒
客房及餐廳服務	<ul style="list-style-type: none"> • 入住與用餐採行實名制登記 • 餐廳門口紅外線體溫感測儀，統一管制出入口 • 館內設置防疫告示、地上貼安全距離標誌 • 餐廳設置梅花座，保持安全距離 • 房務人員進入客房打掃皆需戴口罩，客房內垃圾桶皆需裝袋 • 自助餐廳提醒取餐時佩戴口罩，部分改為單點固定分量以減少顧客移動 • 餐檯增加噴沫保護罩 • 推行外帶餐盒與五星午餐便當 • 於宴會廳及會議室座位加裝防疫隔板



微笑標章 笑容仍在



為了不讓配戴口罩減少與旅客間的互動，寒舍餐旅設計了微笑標章，別在服務人員制服上，致力體現溫暖、體貼入微寒舍的精神。

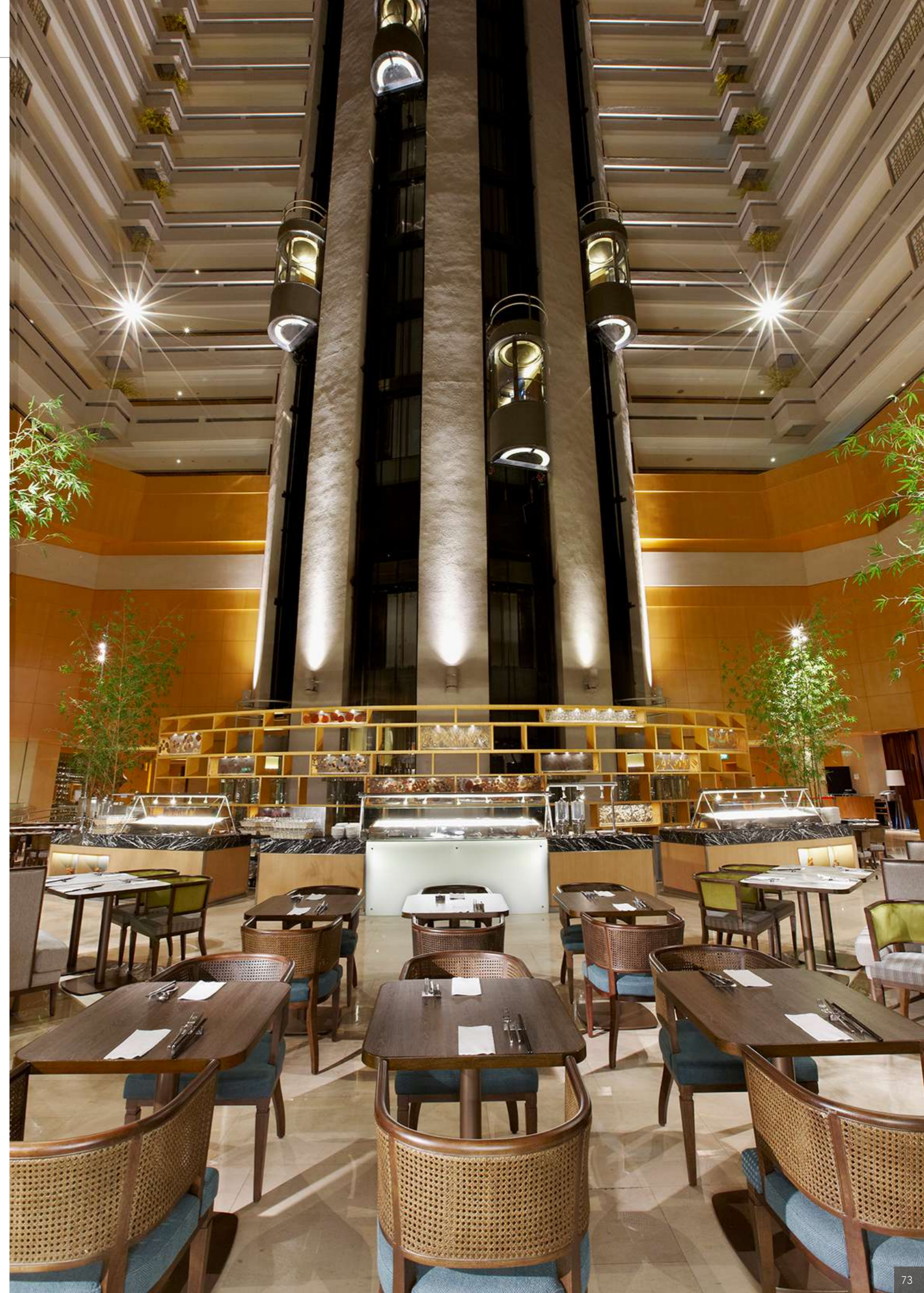
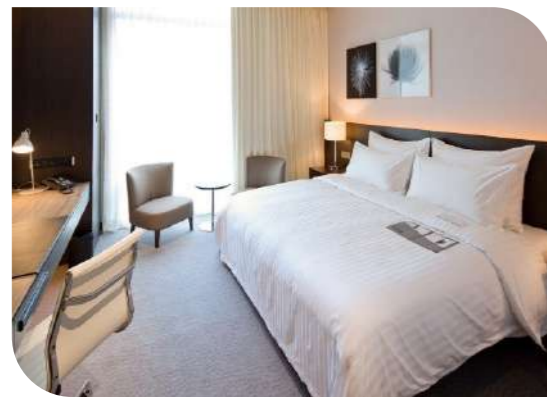


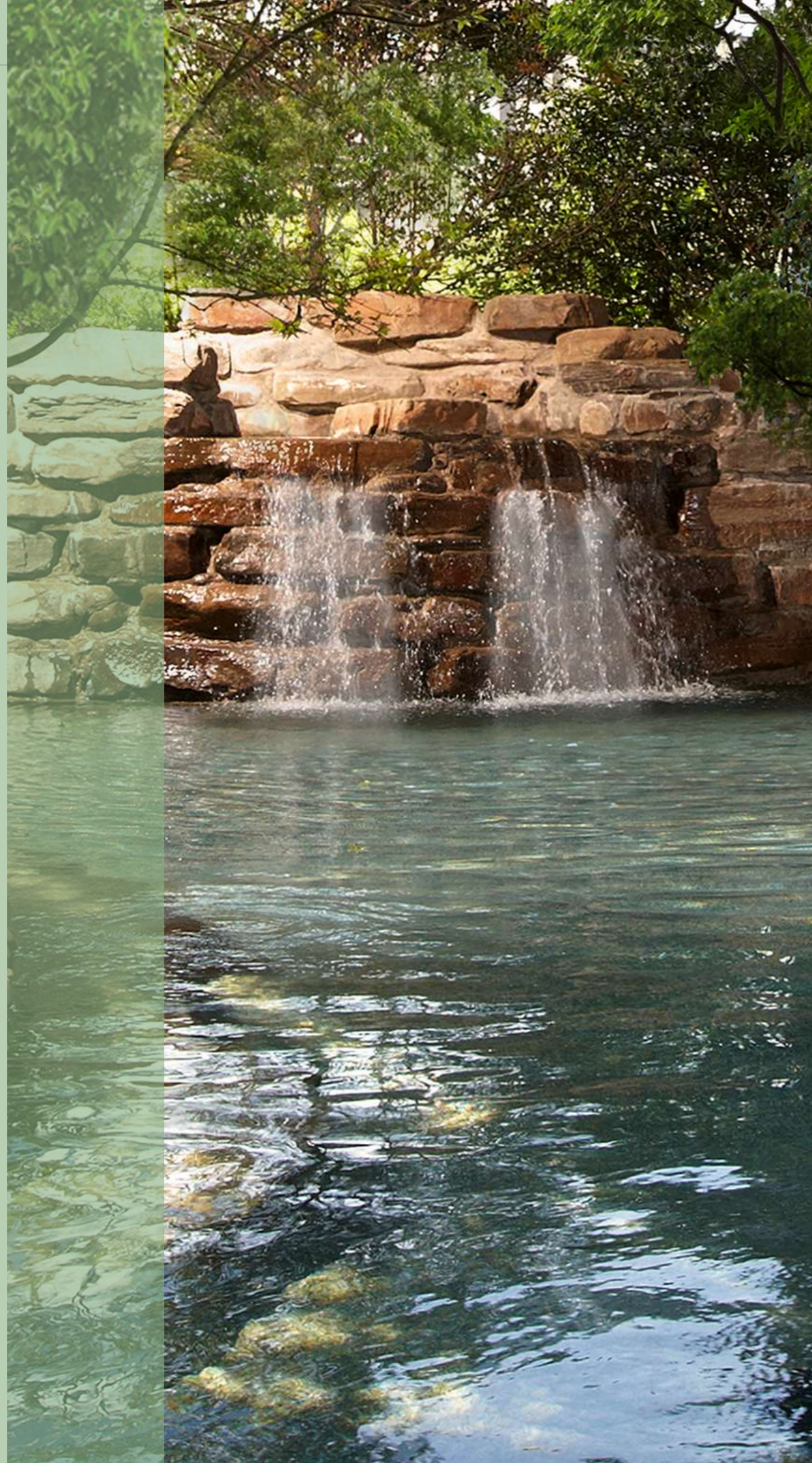
■ 純淨客房

近年空氣品質及清潔殺菌議題備受關注，台北喜來登及台北寒舍艾美特別推出純淨客房供客人使用，安心防疫的同時擁有完美的睡眠體驗。

台北喜來登推出 5 間純淨客房，定期清潔及消毒客房內的空調設備，並以紫外線殺菌燈去除空氣中的所有異味，每間客房更設置高級空氣清淨機，提供 24 小時全天候淨化空氣，消除具有潛在威脅的空氣傳播微粒和微生物，讓每位旅客都能輕鬆享受優質的睡眠環境。

台北寒舍艾美與美國 PURE 專業顧問公司技術合作，打造整層「PURE Room 純淨客房」，經由清潔與消毒冷氣設備、並選用防過敏與塵蟎床枕套等縝密的七大步驟，打造了低污染的客房空間，徹底消除空氣中 99.97% 以上的污染源，讓一般以及具有過敏體質的房客更能享受到外宿的自在與舒適，更於 2019 年獲得純淨客房合格證書。





氣候變遷的議題已是企業永續經營的重點，具有環境意識的消費行為也日益蓬勃，顧客對於環境友善的產品與服務需求逐漸增強。在這樣的新興趨勢之下，寒舍餐旅意識到身為餐旅業者的社會責任與承諾，並已提早佈局環境保護的營運作為。

在維持高品質的服務品質並保障顧客權益的前提下，近年寒舍餐旅也逐步透過能源、水資源及廢棄物管理等環境管理措施降低日常營運對於環境的衝擊。環境保護機制由工程部負責制定環保節能政策、設定年度目標、推動各式專案（維護館內機械設備與優化管理系統等），並由跨單位合作各自監督措施執行進度，以利各館有效達成年度節能、節水、減少廢棄物與廚餘的目標。

2020 年亮點績效

- ➔ | 節電成效顯著，有效降低年用電量 | 透過設備汰換等節電專案推動，集團年度用電量減少 3,253,800 度。
- ➔ | 「節能減碳方案」與「設備汰舊換新專案」以提升環保節能成效 | 集團各館優化住宿體驗與安全，除了更換燈具、旋轉門外，調整空調箱運行時間、減少柴油使用量，設置空調監控設備系統與油污廢氣排放系統、二氧化碳偵測設備、水龍頭更換為自動出水栓等，降低環境衝擊，達環保節能、節水之目標。



6 淨水與衛生



13 氣候行動

對應之 SDGs 目標

4-1 永續旅宿 純淨安心

近年消費者環保意識抬頭，永續旅遊蔚為風潮。寒舍餐旅身為餐旅產業的領導集團，我們也期許自身持續提升環境保護與社會價值，將綠色環境的管理理念融入日常餐旅業務運作。我們長期推動綠色旅宿，透過環保行動，鼓勵賓客「Make a Green Choice」，共同創造更永續環保的生活環境。

2020 年我們在產品服務提供方面也持續導入多項綠色旅宿的理念，如下表所示，主要透過旅宿服務提供顧客環境友善產品、減少塑料使用，並執行 Paperless 計畫將服務流程電子化，減少房客登記卡與帳單所使用的紙張數量，以降低日常營運所產生的環境衝擊。未來寒舍餐旅將會逐年檢視旅宿服務提供的相關用品，檢視可改善之處，進而規劃相關專案，深化寒舍餐旅綠色旅宿的形象，持續邁向永續旅宿。

三館環境友善作為

- 台北喜來登及台北寒舍艾美依據萬豪國際集團規定，使用 Ecolab 清潔用品，並計畫於 2022 年中前，將客房備品改為填充式備品，不再使用小瓶裝。
- 礁溪寒沐已於 2020 年將沐浴備品更換為大瓶裝之採填充按壓瓶，以減少塑膠使用與丟棄浪費。
- 礁溪寒沐客房提供蘭草拖鞋，自然素材可回洗及重複使用。
- 利用網站系統向訂房顧客推廣備品自帶，可減少資源浪費。



環保備品

- 客房及公共區域清潔皆使用符合國際標準之清潔藥劑，在維持清潔標準同時降低對環境的影響。
- 房客送洗之衣物改以皮製盒子送回，代替使用一次性紙袋。



環保清潔

- 拖鞋、回洗衣不用塑膠套改用不織布或環保材質。(台北寒舍艾美已實施，台北喜來登計畫推行中)。
- 預計於 2021 年導入 keyless 數位鑰匙。



循環使用

- 減少國人入住飯店不太需要使用的消耗品，例如：針線包、一次性的洗衣袋...等。
- 三溫暖減少提供毛巾量



減少非必要
一次性用品



Paperless
無紙化計畫

- 使用電子面板取代紙本旅客登記卡。
- 提供電子刷卡功能，並提供電子帳單。
- 旅客可使用雲端發票載具。



資源共享

- 淡季優先安排入住集中樓層，並關閉不使用樓層之空調與照明。
- 升級台北喜來登洗衣房新設備，集中清洗各館布巾。



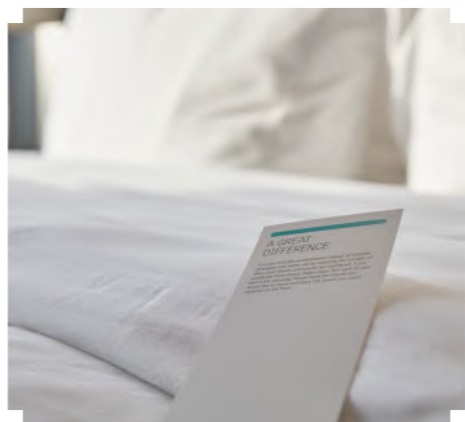
大瓶裝備品



裝客人衣物之皮製盒子

客房綠葉卡 Green Program

寒舍餐旅提供 Make a Green Choice 卡片，提供客人不換洗床單及被單的選擇，並於三館客房內放置兩張環保卡，一張放置於枕頭上，一張掛於浴室內。希望透過環保卡的放置鼓勵房客與飯店一同維護地球環境，於住房期間減少更換床上用品、毛巾及浴袍，進而減少清洗造成的能源與水資源消耗，我們期望透過與顧客一同努力，實踐環境永續旅遊的概念，並持續降低對環境的衝擊與負擔。



4-2 能源節約與管理

4.2.1 氣候變遷因應與節能減碳

寒舍餐旅能資源節約政策

氣候變遷加劇且極端天氣事件頻發，「節能減碳」議題持續受到外部利害關係人的重視，寒舍餐旅密切關注各產業低碳經濟發展方向，並思考優化因應作為。延續去年成果，寒舍餐旅持續於三館導入節能方案，並透過定期會議進行經驗交流，致力綠色營運之願景。



即時監控能源
使用情形

- 各館工程部每日檢視並控管能源使用狀況，隨時調校雙效熱泵、空調、熱水以及鍋爐等系統運轉的參數設定，以優化各項設備運作效率
- 設置中央系統調控警報系統，若超出預設用電額度會緊急卸載，並通報異常狀況，以達到能資源節約的目標。以台北喜來登為例，2020 年度加裝系統後減少用電量 6.92%。

- 汰換更新空壓機設備，選用符合政府法規之高能源效率機種
- 每年持續汰換照明為 LED 節能燈泡，以減少能源浪費並提高設備安全性。
- 台北喜來登更換大廳旋轉門，設有自動感應設備門閥的開關門，協助館內空氣調節，減少室內空氣污染



設備汰舊換新



持續倡導
環保觀念

- 鼓勵員工們上班時多搭乘大眾運輸工具、步行、騎腳踏車或共乘
- 每年配合參加世界自然基金會 (WWF) 組織『地球一小時』活動，關閉飯店非必要照明設備等，並以無紙化的方式透過客房電視及電子看板呼籲賓客共同參與

重點節能減碳方案

2020 年寒舍餐旅亦設定「設備汰舊」為節能方案主軸。三館持續投入於設備汰舊換新專案，除了更換燈具、設備外，針對現有的建物與外牆進行結構檢查，也透過中央空調監控進行控管並偵測二氧化碳排放，台北寒舍艾美則增設油污處理系統，分解清除異味。我們已將 3 台空調主機改成變頻空調機主機，並將空調主機之方型冷卻水塔風扇更換成變頻風扇，並於未來持續於各館推行省電變頻設備更換，來達成年度節能減碳目標。下表為寒舍餐旅近三年主要投入的節能方案與減碳成果：

實施年度	實施地點		方案說明	節能績效 (節電度數)	減碳績效 (溫室氣體減排量噸 CO2e)
2018	台北喜來登	B1F 多功能會議廳室內包廂及大走道	50 瓦鹵素燈泡更換 7 瓦 LED 燈泡	68,985	36.77
		B2F 宴會廳 (福祿壽喜日月星廳)	50 瓦鹵素燈泡更換 7 瓦 LED 燈泡	51,479	27.44
	台北寒舍艾美	廚房 2-3F 排油煙機空班減速節能	配合現場空班調升 / 調降變頻器運轉頻率	92,670	49.39
	小計			213,134	113.6
2019	台北喜來登	1F 大廳酒吧天花板間接照明燈	5 瓦氙燈更換 6.7 瓦 LED 軟條燈	58,657	32.49
	台北寒舍艾美	各廚房預冷空調箱加裝變頻器控制	減速運轉	132,484	73.38
	礁溪寒沐	供水加熱系統節能	以熱泵取代鍋爐	節約 81,919 公升柴油	213.48
		空調系統降低負載	冰水主機溫度上調、空調箱時間控管、冬季引入外氣等	121,996	65.02
小計			313,137	384.37	
2020	台北喜來登	1F 大廳天花板間接照明燈	冷陰極管更換 LED 硬條燈	187,702	92.34
	礁溪寒沐	冷卻水泵浦葉輪	修改降低運轉電流	74,777	40
	小計			262,479	132.34

年度能源使用量

寒舍餐旅主要能源使用種類包含電力、柴油及天然氣 (重油已自 2019 年起不再使用)，其中以照明與空調需要的電力耗用為最大，寒舍餐旅旗下三館台北喜來登、台北寒舍艾美及礁溪寒沐近三年各館的能源使用量及密集度如下表格所示，2020 年我們的電力使用量為 28,138,093 度，柴油使用量為 15,795 公升，重油使用量為 0 公升，天然氣使用量為 820,468 度；其中礁溪寒沐透過更換高能源效率設備，柴油使用量較 2019 年降低近 25%。

針對整體溫室氣體排放，2020 年範疇一排放量為 1,771.91 (噸 CO2e)，範疇二排放量為 14,336.95 (噸 CO2e)，溫室氣體排放強度為 5.740 噸 CO2e/ 仟元)，溫室氣體排放總量較去年減少 9%。

近三年寒舍餐旅能源使用情形

能源與溫室氣體排放	使用能源種類	2018	2019	2020
 能源使用量	電力 (度)	32,339,200	31,379,216	28,138,093
	柴油 (公升)	87,340	20,876	15,795
	重油 (公升)	626,500	0	0
	天然氣 (度)	1,701,650	873,148	820,468
	液化石油氣 (公斤)	92,829	81,635	107,870
 溫室氣體排放	範疇一溫室氣體排放量 (噸 CO2e)	5,569.53	1,689.25	1,771.91
	範疇二溫室氣體排放量 (噸 CO2e)	17,236.79	15,975.37	14,336.95
	溫室氣體排放總量 (噸 CO2e)	22,806.32	17,664.62	16,108.86
	溫室氣體排放強度 (噸 CO2e/ 仟元)	5.233	3.944	5.740

註：排放係數參考行政院環保署公告之溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版之係數；其中電力排放係數參考能源局 109 年公告及修正之最新電力排放係數：107 年 = 0.533、108 年 = 0.509、109 年 = 0.509 (kgCO2e/kWh)

因 2020 年營收減少，相對而言三館的用電密集度皆較 2019 年提高，受益於能源方案之推動成效，除了有效利用能資源外，本年度共節電 3,241,123 度，也為我們的營運降低成本。

近三年寒舍餐旅能源密集度

	2018	2019	2020
電力密集度 (度 / 仟元)	7.453	7.007	10.025
柴油密集度 (公升 / 仟元)	0.020	0.005	0.006
重油密集度 (公升 / 仟元)	0.144	0	0
天然氣密集度 (度 / 仟元)	0.392	0.195	0.292

註1: 以仟元營收計算密集度。

近三年寒舍餐旅用電量與密集度

館別	項目	2018	2019	2020
台北喜來登	用電密集度 (度 / 仟元)	3.61	3.48	4.98
	用電量 (度)	15,712,800	15,616,000	13,986,400
台北寒舍艾美	用電密集度 (度 / 仟元)	1.87	1.76	2.38
	用電量 (度)	8,137,200	7,883,200	6,682,000
礁溪寒沐	用電密集度 (度 / 仟元)	1.95	1.76	2.66
	用電量 (度)	8,489,200	7,880,016	7,469,693

4-3 水資源管理

4.2.1 水資源有效利用與回收

身為餐旅服務業者，寒舍餐旅高度重視水源品質檢驗管控與廢水排放的管理，並評估導入節水作法，同時有效降低用水量與廢水排放量，減少對環境的衝擊。水資源的有效利用已為全球高度重視之氣候議題，寒舍餐旅需做好萬全的準備，以應對水資源風險升高所帶來的負面影響。因此，持續投入節水專案，做好水資源相關的節能使用、回收再利用等管理對於寒舍餐旅來說至關重要。

節約用水管理方案

2020年寒舍餐旅延續「開源」與「節流」並行的作法，積極整合現有資源並跨單位合作推動節水、有效用水專案，由內而外推展與顧客共同合作。

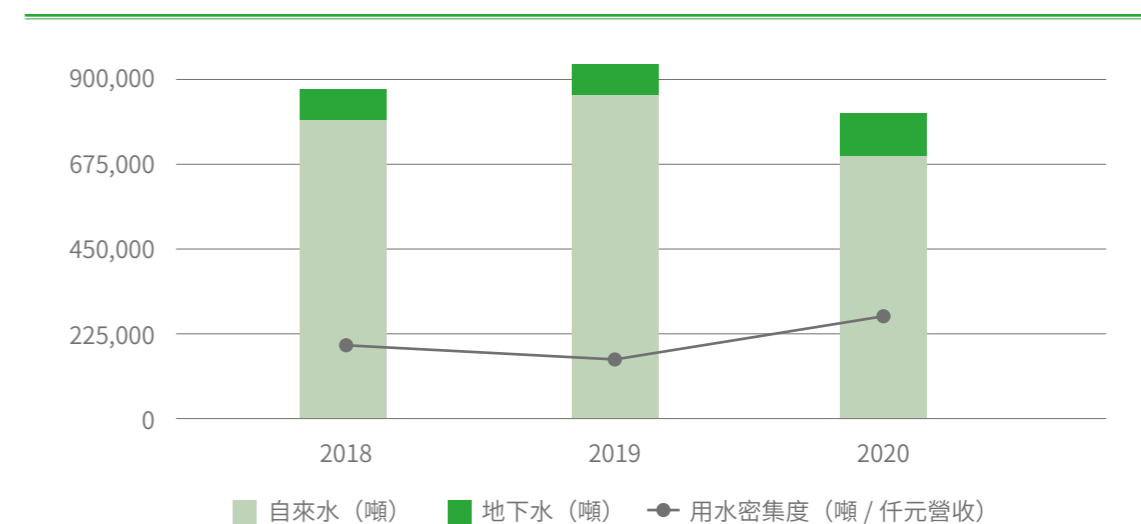
整年度下來，寒舍餐旅於2020年實施的節水作為與用水情形如下表格所示，年度總用水量為804,934噸，用水密集度為0.28 (噸 / 仟元營收)。寒舍餐旅設置中水回收裝置，回收利用的水循環用於空調冷卻水塔，並每月保養水循環設備 (另安排季度、年度保養)，透過做好清潔、耗件更換、結構與機能檢查，除了有效利用水資源外，也降低設備損耗帶來的成本。

場域	寒舍餐旅之節水作為	
營業場所	內部	向餐飲部各單位加強宣導，並且定期巡視工作期間使用狀況
		於供水管線加裝減壓閥，以有效調整衛浴設備適當供水量
		加強蒸氣管線的回收水再利用，並配合水利署輔導節水調查
	外部	廢水回收：符合排放水質，回收雨水到噴灌池
		客用公共水區增設水表，以利管控用水量
		客房蓮蓬頭備品改為省水型，並逐次汰換
廚房	客房浴室洗手台水龍頭及淋浴間蓮蓬頭安裝節水墊片	
	要求廚房從業人員於解凍食品時，提前兩小時拿出冰箱使其自解凍，避免沖水解凍	
	調降自來水恆壓泵浦壓力，以減少不必要浪費	
	於所有餐廳廚房內水龍頭加裝節水器與節水墊片	
		積滿灰塵之空調濾網集中清洗、保養，以淨替髒

近三年寒舍餐旅用水情形

	2018	2019	2020
自來水 (噸)	796,085	823,189	697,288
地下水 (噸)	87,529	97,454	107,646
用水密集度 (噸 / 仟元營收)	0.203	0.206	0.287
營收	4,357,920	4,478,451	2,806,550

近三年寒舍餐旅用水量



4-4 廢棄物管理

寒舍餐旅 - 污廢水處理系統

污水 | 環保排放



- 各館餐廳廚房建置污水回收處理系統，生活污水經截油、分離、曝氣、生物分解、沉澱、消毒後放流。而經處理過後所產生之廢油與汙泥會由合約廠商定期清運，詳細內容請參閱「4.4.1 廢棄物與廢油管理」
- 每日清洗污水池及截油槽，巡檢排放水質設備，確保處理系統符合法定排放標準

廢水 | 製熱節能



| 台北寒舍艾美 |

- 2020 年更新廢水廠全新設備，使處理設備更加完備、達效能提升之目標

| 礁溪寒沐 |

- 溫泉廢水廢熱回收系統：目的為降低溫泉廢水溫度，使其符合法規，以熱泵將溫廢餘熱回收後，利用熱泵之高壓側加熱溫泉淨水與自來水
- 溫泉廢水過濾排放系統：以砂濾桶進行過濾，降低排放廢水雜質，避免熱泵之板熱堵塞

礁溪寒沐溫泉水管理

溫泉用水占礁溪寒沐用水比例近 40%，為有效利用溫泉水資源，我們藉由調控加壓馬達及嚴謹管考制度達成節水目的。我們於各水池皆設置獨立水錶，2019 年更於溫泉機房及大眾池裝設超音波水錶以提升量測精度，並每日監控、檢討實際用水情形。

寒舍餐旅高度重視溫泉水品質，亦重視營運過程中排放水的水質須完全符合規範。我們每年兩度委託外部業者清洗溫泉水塔，並進行溫泉水質檢驗數據，確保符合懸浮物及水質微生物指標，帶給賓客最潔淨的體驗。

4.4.1 廢棄物與廢油管理

寒舍餐旅廢棄物管理政策

寒舍餐旅認為妥善處理廢棄物、並實行廢棄物減量為有效邁向永續經營過程中非常重要的一步，因為身為餐旅產業，提供產品與服務過程產生廢棄物不可避免。但為了減少環境負荷，我們遵循「事業廢棄物貯存清除處理方法及設施標準」等法令規定，於三館規劃適當貯存廢棄物之地點，並委外給合格專業之廢棄物清理業者進行處理，另外，廢食用油清運則為通知申報制、廚餘清運為一週四次。

我們一直皆以嚴謹的態度去面對相關議題，並嚴格執行廢棄物相關的處理程序，以回應外界對於廢棄物處理與環境衝擊議題的關注，且徹底落實我們應盡的企業社會責任。

寒舍餐旅營運流程中主要產生以下表格中所列的四類廢棄物，並統計近三年產生量如下：

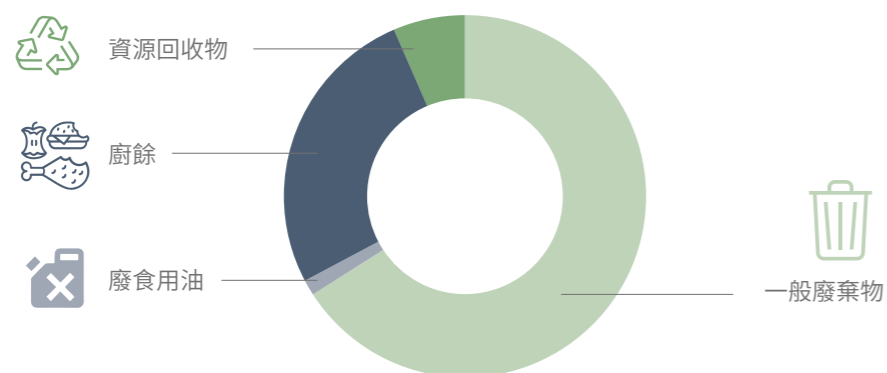
寒舍餐旅近三年廢棄物產生量

單位：噸	2018 年	2019 年	2020 年
一般廢棄物	1,756.12	1,773.94	1,555.83
廢食用油	26.62	28.30	21.69
廚餘	735.28	714.24	624.45
資源回收物	120.47	122.56	101.30
總計	2,638.49	2,639.05	2,303.27

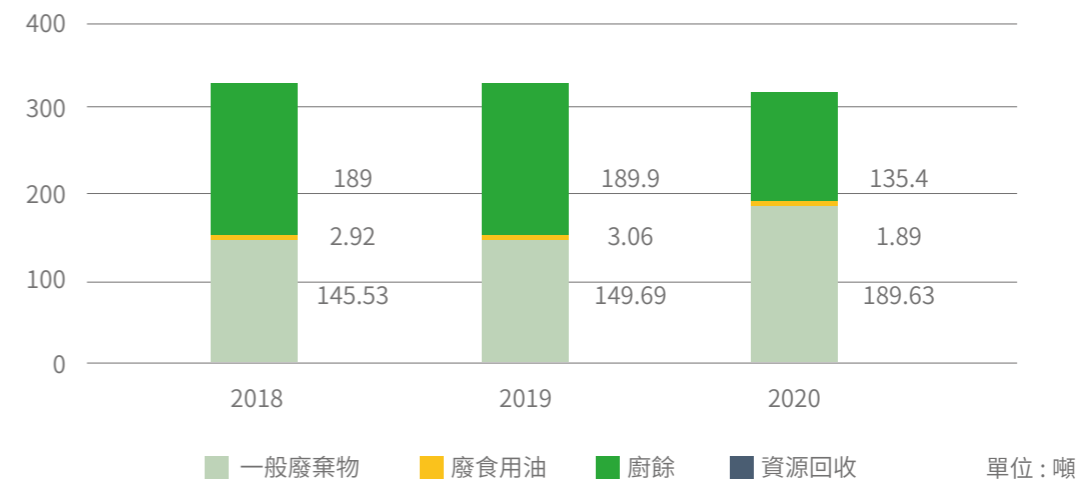
食安議題一直為大眾所關注，寒舍餐旅嚴加管理各館餐廳、廚房所產生的廢棄食用油，並透過嚴謹管理程序確保廢食用油不污染環境或流入食用油市場。三館各餐廳統一將廢食用油裝於桶中，並通知合格簽約之廢食用油清除及再利用廠商進場進行清運，再進行線上申報，清運業者會再將廢食用油交由油脂業者回收再利用。

寒舍餐旅各館從清運至終端處理的整體流程皆符合法規規範，我們十分重視廢棄物及廢棄食用油的管理機制，確保採用合法回收及再利用的體系，在持續努力之下，2020 年三館廢棄物產生量皆明顯降低。我們將繼續以降低環境危害風險，維持合規、正向的永續資源循環為目標向前邁進。

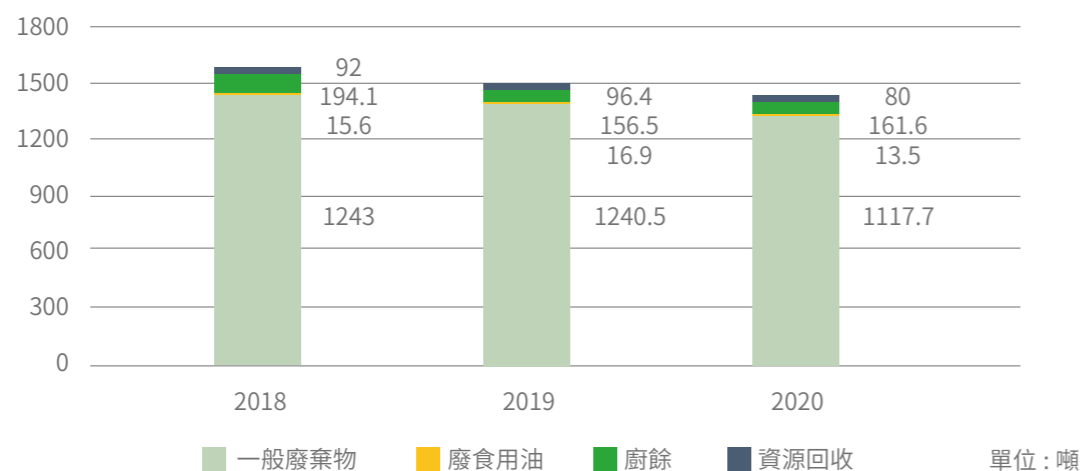
2020 年寒舍餐旅整體廢棄物量



2018-2020 年礁溪寒沐廢棄物量



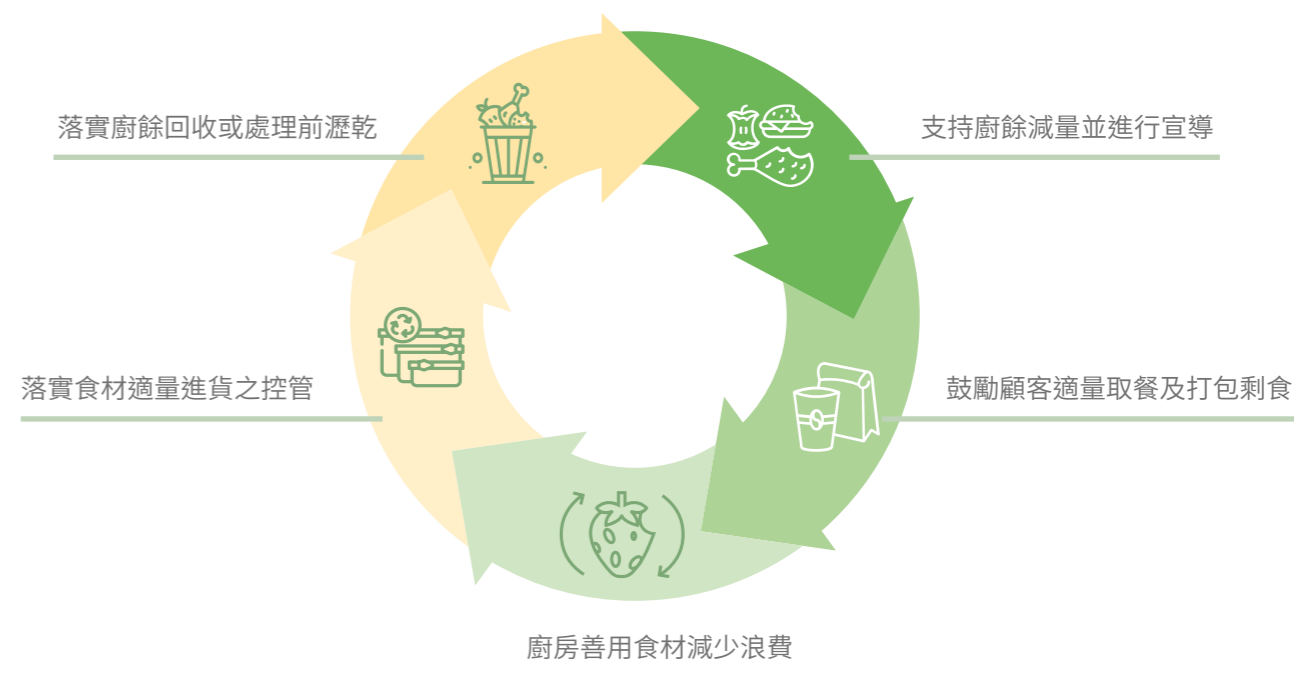
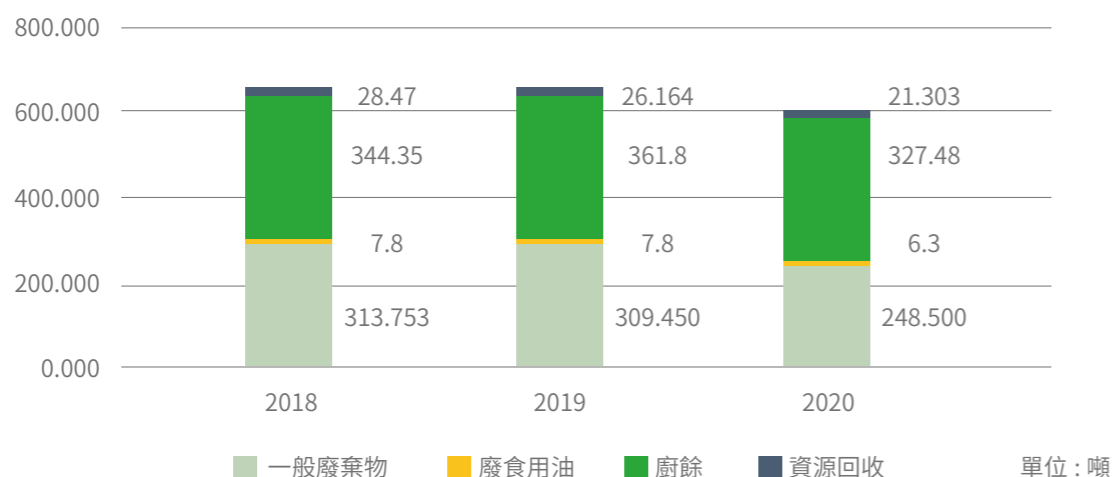
2018-2020 年台北喜來登廢棄物量



4.4.2 剩食管理

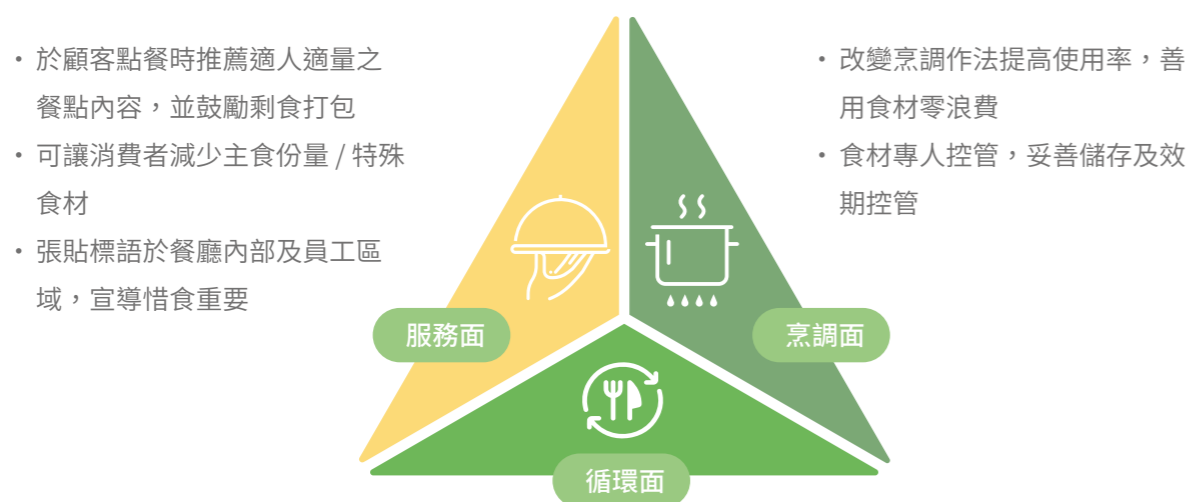
寒舍餐旅重視社會與環境提供給我們的資源，因此致力減少資源浪費外，也期望與顧客一同努力減少餐飲服務的廚餘產量，並藉由傳遞惜食概念給顧客，與顧客一同守護台灣的珍貴資源。我們每年皆會檢視 / 調整內部作業流程與採購政策以持續減少非必要消費資源耗損 (如：增加各式菜餚或各餐廳間的食材流通性，以減少備料庫存)，另外三館皆並落實堆肥及養豬廚餘分類等方式實行管理機制，寒舍餐旅各館的廚餘皆由合法的委外清運業者將各樓面的所有廚餘桶收集至定點及回收場後，進行分裝成桶並放置於廚餘冰箱內，待紀錄桶數後處理運送，另因應新冠肺炎疫情，外食需求提升，我們也將持續宣導惜食不浪費與減少一次性餐具使用的概念。寒舍餐旅旗下餐飲部各單位配合台北市環保局合作簽署的「台北市餐飲業惜食公約」，承諾持續投入以下項目：

2018-2020 年台北寒舍艾美廢棄物量



餐飲部加強推廣惜食理念並全力配合集團廚餘減量政策，也配合台北市廚餘減量行動計畫，以每年減量 3% 為目標。除了內部減量目標外，我們也針對營業場所提供顧客服務過程導入減量作法（如：惜食標語），並指派專人進行食材控管與烹飪製程優化等，希望透過不間斷的努力，達成剩食減量的目標。

減量作為



三館各餐廳惜食標語





2020 年亮點績效

- ➔ 寒舍接班人計劃 - 跨部門專業課程共舉辦 195 堂，計 20 位接班人參與，1 位結訓同仁獲得晉升，2 位完成跨部門轉調，持續為集團貢獻心力
- ➔ 結合政府紓困方案，推出「寒舍學堂」系列講座課程，共 832 人參訓，總學習時數達 33,232 小時，加深對集團的認同及忠誠度
- ➔ 數位學習網於 4 月份正式上線，支援 93 堂面授課程之簽到作業，亦製作數位學習課程共 23 堂，學習成效提升
- ➔ 參加台北市就業服務處舉辦「文華東方酒店員工就業媒合活動」，獲頒台北市政府勞動局感謝狀
- ➔ 投入新台幣 466,710 元於員工活動，讓同仁多參與戶外運動活動
- ➔ 投入新台幣 2,065,989 元提供春遊餐宿券，感謝同仁辛苦的付出
- ➔ 勞保、健保、團保及健檢費用共支出新台幣 88,949,776 元，替同仁的健康把關



對應之 SDGs 目標

5-1 精選人才 穩固根基

5.1.1 多方人力結構

為營造「團結齊心」、「堅持專業」、「謙遜服務」、「追求創新」的企業文化，公司根據年度發展方向規劃人力需求，透過多元的招募管道聘僱優秀的人才，並提供內部員工優渥的薪酬福利、完整的職涯發展計畫，積極育才、留才以淬鍊出未來的領導者，貫徹寒舍餐旅的核心發展關鍵 - 人才的「選、用、育、晉、留」。

2020 年，寒舍餐旅旗下三館包含計時人員共雇有 1,674 位員工，秉持著「平等聘僱」的原則，不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地，性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌、五官、身心障礙或其他因素，而有差別待遇，在員工的招募與留任、薪資福利、培訓與發展，提供公平競爭及發展的機會。

寒舍餐旅近三年人力資源概況

	2018年			2019年			2020年		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計
正職員工數	745	712	1457	756	707	1463	715	658	1,373
建教生數	65	124	189	81	110	191	76	92	168
計時人員數	85	97	182	73	89	162	53	80	133

註：依據勞雇合約及勞雇類型區分：正職員工屬全職；建教生屬臨時、全職；計時人員屬臨時、兼職。

寒舍餐旅近三年全體員工之男女比例

	2018年		2019年		2020年	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
人數	895	933	910	906	844	830
百分比	49%	51%	50%	50%	50%	50%

註：此處全體員工包含正職員工、建教生、計時人員。

2020年寒舍餐旅管理人員與非管理人員分布狀況

	管理人員		非管理人員		合計	
	人數	%	人數	%	人數	%
男性	129	53%	662	51%	791	51%
女性	115	47%	635	49%	750	49%
合計	244	100%	1,297	100%	1,541	100%
30歲以下	8	3.28%	583	44.95%	591	38.35%
30-50歲	180	73.77%	530	40.86%	710	46.07%
50歲以上	56	22.95%	184	14.19%	240	15.57%
合計	244	100%	1,297	100%	1,541	100%

註：此處計算範疇為正職員工及建教生，計時人員未納入計算，故員工總數為1,541人。

寒舍餐旅近三年少數族群員工人數統計

	2018年		2019年		2020年	
	人數	%	人數	%	人數	%
身心障礙者	17	0.93%	31	1.71%	28	1.82%
原住民	18	0.98%	23	1.27%	24	1.56%
外籍員工	15	0.82%	20	1.10%	20	1.30%

註：此處計算範疇包含正職員工、建教生、計時人員，各年分總人數分別為：2018年1,646人、2019年1,654人、2020年1,541人。



5.1.2 招募新血 活絡組織

寒舍餐旅積極招募樂意接受培訓的社會新鮮人，因此每年都固定前往各大專院校畢業生的就業博覽會招募實習生和正職人員。除此之外，也透過各大招募平台（104人力銀行、1111人力銀行、Yes123求職網等）積極尋找適才適所的新血，更提供介紹獎金鼓勵同仁引薦合適人選，並發展靈活的內部轉調制度，促進人員成長。

2020年6月寒舍餐旅參加台北市就業服務處舉辦之「文華東方酒店員工就業媒合活動」，提供工作機會協助受疫情影響之民眾返回職場，獲頒台北市政府勞動局感謝狀。

宜蘭地區同業競爭者眾多，且面臨青壯年就業人口外流情形。為補足人力缺口，寒沐敘薪高於礁溪地區旅宿業平均薪資，並提供宿舍或租屋津貼等福利，以吸引全各地人才。除此之外，我們積極網羅各大專院校的實習生，開幕至今累計與30間院校合作，實習生同期多達50位以上。我們也鼓勵本地人在地就業，並提供台北兩館員工返鄉服務的機會，如同一職缺外縣市民與宜蘭縣民同時符合錄取標準，會優先聘雇在地人，以上述多項措施來避免人才流失之風險。



2020 年寒舍餐旅新進員工統計

	124 	101 	合計
30 歲下	124	101	225
31~50 歲	60	38	98
51 歲以上	5	6	11
合計	189	145	334

新進員工比例為 21.67%

註：此處計算範疇為正職員工及建教生，計時人員未納入計算，故員工總數（計算新進人員比例之分母）為 1,541 人。

2020 年寒舍餐旅離職人數統計

	114 	122 	合計
30 歲下	114	122	236
31~50 歲	92	52	144
51 歲以上	11	5	16
合計	217	179	396

離職員工比例為 25.70%

註：此處計算範疇為正職員工及建教生，計時人員未納入計算，故員工總數（計算離職人員比例之分母）為 1,541 人。

5-2 培育人才 創建未來

重大議題：訓練與教育	對應 GRI 重大主題 GRI 103、404
對公司的意義	寒舍餐旅的重要責任之一，是要妥善規劃員工的成長，與架構完整的人才發展計畫，以發展集團的核心價值及策略。
政策與承諾	寒舍餐旅以「企業家精神」、「人才」、「創新力」、「文化」作為所有行動的核心價值，致力達成集團發展願景，共享創新想法和解決方案，以提升生產績效及獲利力。

目標	<p>短期 新員工到職 3 個月內，了解公司願景、使命、核心價值與服務文化，透過單位 90 day's checklist 學習所屬單位工作所需之各項知識與技能，讓員工及主管能追蹤學習狀況，並提供所需資源，確保新進同仁能夠透過培訓達成工作所需技能。</p> <p>中長期 導入跨部門專業課程來提升接班人之視野，增設 Mentor 輔導機制，透過訪談追蹤學習成效。</p>
管理與申訴機制	寒舍集團重視員工對於教育訓練之反饋，課前蒐集培訓需求及單位主管 / 學員期待，提供給講師作為課程設計參考；課後也進行 QR Code 滿意度調查，將調查結果轉達授課講師以精進課程內容。
投入資源	<ul style="list-style-type: none"> 為整合集團客房培訓資源，特別聘請『客房培訓經理』協助整合集團客房 SOP，並透過系統操作課程，提升客房部同仁對於系統之熟悉與專業度，更有效整合客房服務流程及補救措施。 2020 年集團共聘用 7 位培訓發展專長人員，針對課程規劃與設計、線上平台導入、訓練需求評估與訓練成效追蹤各領域持續貢獻。 面臨疫情衝擊，進行培訓轉型，2020 年共投入 NT\$2,171,077 元於教育訓練事務上。 與知名數位學習平台廠商一宇數位合作，建置『寒舍數位學習網』，也導入 Kahoot 軟體和 ZOOM 軟體，讓數位學習教材製作更為精緻有效率，防疫期間也能透過遠距教育訓練會議，避免群聚。 為提升數位學習影片之拍攝品質，增購影音設備及筆記型電腦。
2020 績效成果	<ul style="list-style-type: none"> 「寒舍接班人計畫 Future Leaders Program」共舉辦 195 堂跨部門專業培訓，計 20 位接班人參訓，本年度 1 位結訓同仁獲得晉升，2 位完成跨部門轉調，持續為集團貢獻心力。 為確保員工在疫情期間能夠持續學習，結合政府紓困方案，於 4-6 月間推出『寒舍講堂』系列講座課程，『寒舍學堂』共 832 人參訓，總學習時數達 33,232 小時，開啟員工對於跨部門學習的認識，也加深對集團的認同及忠誠度。 礁溪寒沐推動 60 天訓練計劃，透過淡季進行橫向單位交叉訓練，提升服務品質及同仁未來可互相調動支援。

5.2.1 寒舍文化 創新價值

「企業家精神」、「人才」、「創新力」、「文化」是寒舍餐旅作為所有行動的核心價值，使寒舍人團結齊心，共享創新想法和解決方案，提升生產力及獲利績效，讓每個人都獲益成為蘊含寒舍謙遜思維的成功企業家，專注深耕「寒舍文化」。



5.2.2 扎實訓練 深化專業

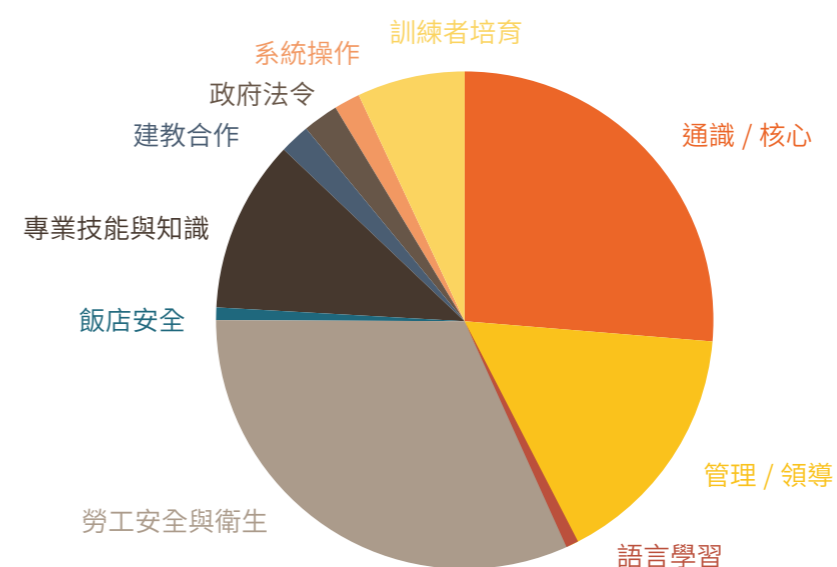
寒舍餐旅架構完整的人才發展計畫，以「發展集團的核心價值及策略」，與「培養同仁紮實之專業能力」為主軸，並藉由與全球旅館業巨擘萬豪國際集團 (Marriott International) 接軌的完整教育訓練，強化人才的國際視野與競爭力。培訓發展系統可分為以下四大模組，包含通識課程、服務課程、知識技能課程及語文課程，並設有單位內訓制度，由各館別、各單位自主規劃職能別教育訓練，並由單位人員擔任小老師關心同儕學習情況，教學相長。

2020 年配合萬豪集團 Core Management Training 計畫，以通訊軟體開設「Commitment to Clean」防疫課程，加強後疫情時代員工對於服務安全衛生的認知。其它特色課程如寒沐開設行動裝置的訓練課程，讓員工學習幫客人拍照的技巧，無論是新進同仁或資深員工都能在專業領域上持續精進學習。

寒舍餐旅培訓發展系統



2020 年寒舍餐旅各類別課程開設班次



項目	客房服務人員訓練	餐廳服務人員培訓	工程人員培訓
參訓總人次	5,754	7,377	332
參訓總時數 (小時)	13,135	7,466.32	424.5





寒舍餐旅近三年員工教育訓練投注經費

項目	2018年	2019年	2020年
員工訓練總金額(千元)	3,192	3,626	1,961
員工訓練總時數(小時)	43,696	45,902	56,427
人均訓練金額(元)	1,746	1,997	1,273
人均訓練時數(小時)	24	25	37

2020年寒舍餐旅依據職級與性別統計的員工訓練時數

項目	管理人員	非管理人員	男	女
參訓時數	7,773	48,653	29,189	27,238
人均訓練時數	31.86	37.51	26.90	36.32

註：單位皆為小時。

為兼顧人才培育的深度及廣度，寒舍餐旅制定四大人才發展計畫，設計適合職涯各個階段的培訓課程，並注重管理及領導能力的養成，希望藉此開發員工潛能，培養未來管理人才。



Future Leaders Program 寒舍接班人計劃



寒舍接班人計劃既經理級課程成果發表

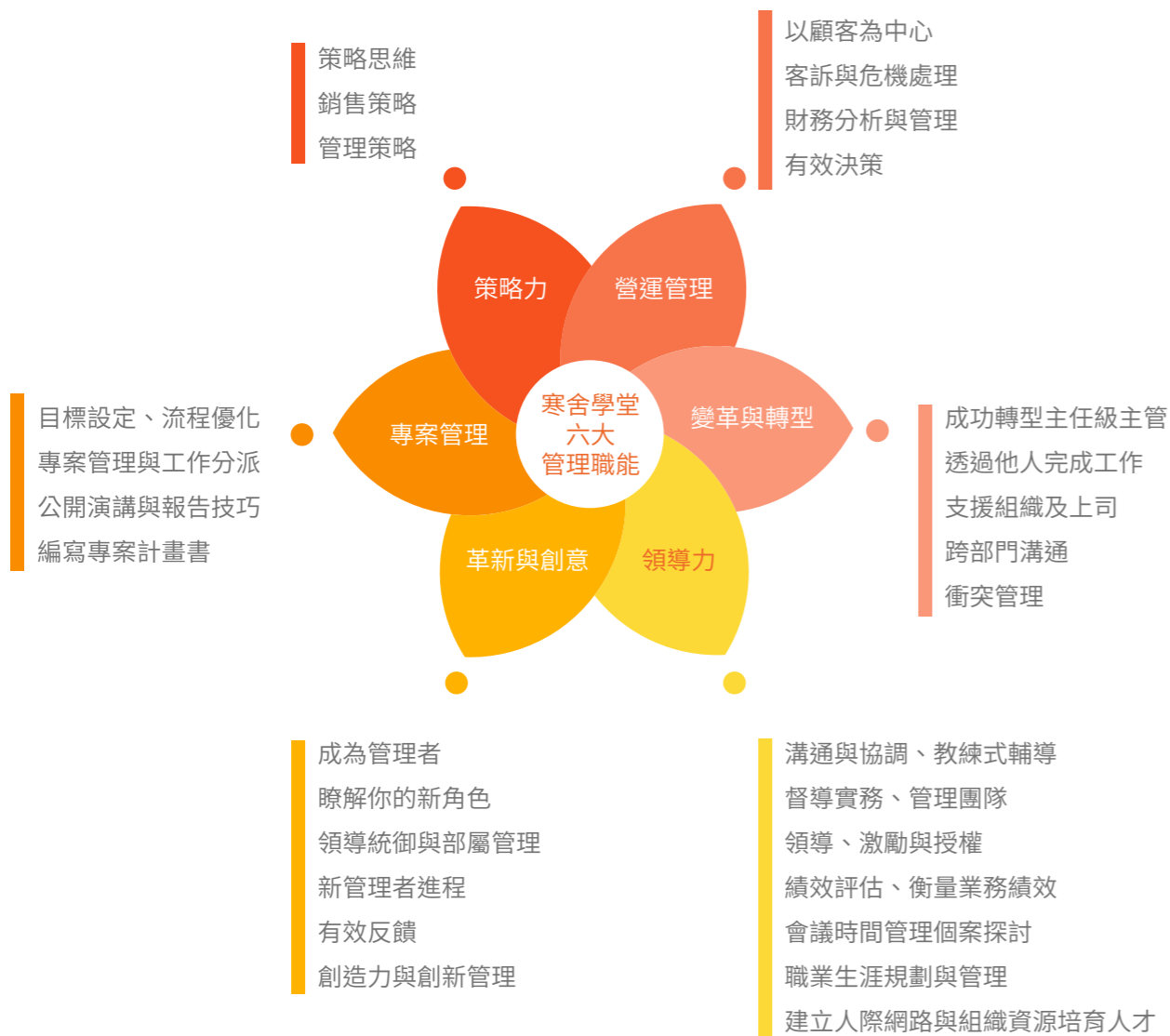
因應集團持續拓展之管理人才需求，寒舍餐旅自2019年起發起「寒舍接班人計劃」，透過管理、領導課程的學習及分組報告驗收學習成效，導入跨部門專業課程來提升接班人之視野，並透過跨部門經驗交流，增進主管之視野及溝通能力，更增設專業教練 (Mentor) 輔導機制，透過訪談追蹤學習成效。

2020年共舉辦195堂跨部門專業培訓，計20位接班人參與計畫。本年度有1位結訓同仁獲得晉升，2位完成跨部門轉調，持續為集團貢獻心力。受疫情影響，課程皆以遠端方式進行，不但有彈性解決場地之問題，更可以即時將課程錄製，上傳至寒舍數位學習網使用。

寒舍學堂

為了提升各職級員工的管理與領導能力，寒舍餐旅設置寒舍學堂，透過六大管理職能「變革與轉型」、「領導力」、「營運管理」、「專案管理」、「革新與創意」、「策略力」，安排相對應各職級之管理領導必修課程，讓主管跳脫傳統操作思維，以團隊合作來達成集團目標。

2020年更結合政府紓困方案，於4到6月間推出5天共40小時的「寒舍學堂」系列講座課程，課程規劃包含法律常識、飯店籌備、危機處理、顧客忠誠度管理、資訊系統介紹、韓文教學、穆斯林文化，以及業界標竿學習等，透過跨領域知識及最新業界趨勢分享，開啟員工對於跨部門學習的認識，並讓員工在疫情期間持續充電及穩定情緒，同時提升對於公司之向心力。系列講座參加人次共832人，總學習時數達33,232小時。



Train the trainer 培訓員課程 / 制度

寒舍餐旅十分重視內部講師的培育，開設「Train the trainer」培訓員課程，傳遞培訓發展的六大步驟，統一各館的人員培訓標準，提升各單位培訓員對於系統培訓的認知並增進授課技巧，使各單位內部訓練可以更專業且可衡量的方式展開。2020年新增「新一代服務文化」課程，為萬豪集團各個品牌特色所設計的基本服務培訓，同仁們可將學習到服務理念及品牌體驗轉為實際行動，使寒舍集團能夠保持一致性的服務，讓我們的內外部賓客以更佳的方式體驗世界，同時提升 Guest Voice 表現，強化員工對品牌文化之認識。



新一代服務文化

菁英實習生計畫



新進實習生整房教育訓練

寒舍餐旅為促進產學合作，規劃一系列的實習、培訓與考核，加強實習生 / 建教合作生的專業能力，除了職前訓練課程，在客房部、餐飲部等單位，同時安排資深員工做為專屬夥伴進行一對一培訓，也透過 90 天培訓課程清單，追蹤實習生的學習進度。

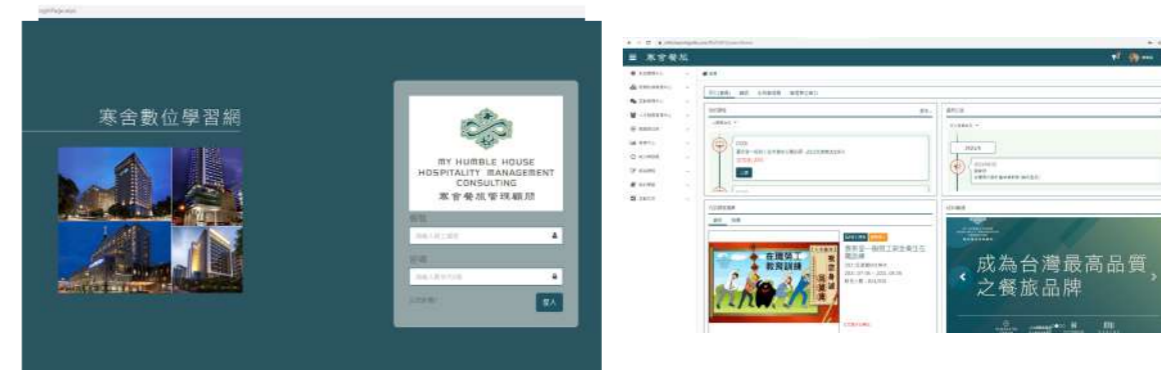
實習生 / 建教合作生亦能參與由飯店培訓發展所開設的各項服務文化、核心價值及語文相關課程，到職六個月後通過考核的「菁英實習生」，可參加後續為期半年的菁英課程，進一步學習初階管理技能，並透過部門主管的專題講座，瞭解飯店管理的全貌。

我們鼓勵在寒舍餐旅完成實習之應屆畢業生回任，承認所有實習年資並從優敘薪。以礁溪寒沐為例，2020年共培訓出 5 位菁英實習生，並有 1 位回任。

寒舍數位學習網

寒舍數位學習網於 2020 年 4 月份正式上線，除了支援 93 堂面授課程之簽到作業以外，集團更積極製作數位學習課程共 23 堂，包含食品安全、管理、領導等主題。單位主管可至雲端後台管理員工培訓紀錄，制定個人化學習計畫。

數位學習平台提供彈性的上課管道，不僅節省員工通勤成本以提升學習效率，參訓學員也可透過平台上的課程滿意度調查系統反饋意見。為鼓勵員工積極意見調查及課程問答，特別準備精美小禮物與集團餐飲抵用券鼓勵員工真實反映學習心得，做為未來精進改善之依據。



寒舍數位學習網平台介面

5.2.3 多元發展 成就自我

寒舍餐旅以企業家精神、人才、創新力、文化作為所有行動的核心價值，為使寒舍人能團結齊心，共享創新想法和解決方案，我們為每個職位訂定明確的工作職掌，透過主管與員工的雙向溝通，確保員工瞭解工作目標，發展專屬的職涯規劃，針對不同職級的員工安排規劃相關培訓計畫，提供完整的專業技能訓練。

■ 績效考核

集團設有「績效考核實施辦法」，考核期間以半年為單位，正職員工依據不同職級接受上級主管考核，針對各部門主管另實施 360 評量制度，由平行主管及下屬針對個人管理、領導方面之表現給予回饋與建議，考核項目包括所擔任職務所具備的專業知識技能、團隊協作、職能行為、品質與成本控制等，評核之結果可作為員工輪調、晉升、培訓發展、員工薪酬調整之參考。

此外，透過考核流程，同仁與直屬主管共同訂定未來六個月的目標，考核分數達到甲等者，得有機會給予調薪或晉升，或依據能力及意願給予轉調，職務調動將再給予三個月試用期考核，確認適應並負擔起新職務或新職級。

2020 年寒舍餐旅依性別及職級進行績效評估的職員比例

項目	管理人員	非管理人員	男	女
接受定期績效及職涯發展檢視的員工人數	238	1026	646	618
接受定期績效及職涯發展檢視的人數 %	98%	91%	90%	94%

註：此處計算範疇為 2020 年寒舍餐旅之正職員工 1,373 人，接受定期績效及職涯發展檢視的人數比例未達 100% 的原因為，未滿三個月之員工另行安排試用期滿考核以評估工作表現。

■ 內部輪調

我們亦提供員工於集團內不同事業單位同部門輪調的機會，依據「員工轉調管理辦法」落實執行，當職位有空缺時，我們也鼓勵員工可依自己職涯需求提出跨單位轉調，由員工主動申請或透過主管推薦，希望藉此提供各級員工發揮才能及專業的舞台，教學相長，為寒舍餐旅注入新的思維與活力。

■ 升遷制度

寒舍餐旅的績效考核作業定期於每年度年中及年終執行，但晉升時機卻不受限，以利於即時替補及管理連續的功能。升遷門檻無年資限制，以工作表現、績效能力為主要考量，因此當單位出現職缺時，我們會優先於內部公告，鼓勵具備條件與能力的員工主動申請或由主管推薦，最後才會考慮進行外部徵才，藉此給予員工高度發展空間，強化內部員工的職涯發展。

5-3 福利保障 安心就業

5.3.1 優渥的薪酬福利

寒舍餐旅相信以「只要照顧好員工，員工就會照顧好賓客」，因此，我們將勞工的權益與福祉視為不可或缺的一部分，積極配合勞動基準法，為員工規劃優於業界的薪酬福利及多元的福利措施，提供合理的薪酬架構，期盼成為員工照顧家庭與生活的最強後盾，使員工兼顧生活平衡、保持身心健康，共同為寒舍餐旅的未來全力以赴。

寒舍餐旅非擔任主管職務之全時員工薪資資訊

項目	2019 年	2020 年
非主管之全時員工薪資總額 (A)	891,117,601	789,938,746
非主管全時員工人數 (B)	1572	1455
非主管之全時員工「薪資平均數」(A/B)	566,809	538,102
非主管之全時員工「薪資中位數」	478,088	454,300

寒舍餐旅豐富的員工福利

 三節獎金、生日禮金、退休金 福委會婚喪喜慶禮金	 租屋津貼、提供近距離宿舍
 勞保、健保、團保	 員工餐廳免費使用
 健康檢查	 員工制服免費送洗
 員工旅遊 (含一天公假)	 集團住宿及用餐優惠 (親友同享)
 慶生會、各項社團供同仁參與	 全球萬豪集團住宿優惠 (親友同享)

■ 職工福利委員會

寒舍餐旅為員工設立職工福利委員會，多方面關懷員工，每年定期透過提撥職工福利金、開辦福利措施、舉辦員工活動、社團活動、給予社團補助等作為，希望紓解員工辛勤工作的壓力、兼顧生活平衡，進一步強化團隊士氣、凝聚向心力。

我們為員工提供優渥的節日禮金，2020年共計支出458,100元開工紅包、和873,500元當班紅包，更提供1,849,500元的年節禮金給公司同仁，感謝其為寒舍餐旅的辛勤付出。同時，同仁結婚生子亦提供禮金與補助，一同分享員工的喜事。也針對員工或家人如遭遇憾事、人身變故時，提供津貼聊表心意，並視實際狀況給予實質資助，2020年共支出了509,598元的婚、喪、生育及住院補助津貼，51,564,616元的退休提撥金。

■ 豐富有趣的員工活動

寒舍餐旅職工福利委員會每年主辦員工旅遊，鼓勵同仁同遊同歡，也開放親友一同出遊，除增進同仁間情感交流外，也讓同仁有機會與家人共度休閒時光。2020年改變了以往員工旅遊的模式，另行推出許多簡單卻不失精彩健康活動，鼓勵同仁參與戶外運動，讓彼此能有更多層面的連結，共支出了新台幣466,710元。為慶祝礁溪寒沐3週年，邀請寒舍集團員工相聚宜蘭冬山河畔旁，騎自行車探索礁溪美景，實踐低碳生活。此外，集團內的員工社團也活躍進行，2020年於大安森林公園舉辦健康操等戶外活動。



抹茶山健行



漆彈對戰



自行車採果之旅

寒舍餐旅每兩個月舉辦員工慶生摸彩，除發放生日禮金外，並公開抽出幸運壽星頒發獎金及同業住宿卷，感受屬於寒舍人的別緻的溫暖。

2020年雖因疫情取消了春酒，但集團不忘感謝員工辛勞，以集團自身的服務與資源，在這特別時刻亦提供給所有同仁，共計新台幣2,065,989元春遊餐宿券，讓同仁能享有到自家飯店當客人住一晚的福利，也能在旗下飯店作為用餐抵用之功能，讓員工享受自家集團的福利，給予同仁滿滿的驚喜與感動。



2月份員工慶生會

■ 員工保險及健康檢查

寒舍餐旅關懷員工健康，除了提供同仁勞保、健保、團保外，更全額補助每位同仁每年參加健康檢查，提供優於法令之健康檢查項目。

2020年寒舍餐旅員工保險 / 健康檢查支出

項目	金額 (新台幣元)
勞保費	44,214,364
健保費	39,109,662
團保費	4,412,430
健康檢查費	1,213,320
合計	88,949,776

寒舍餐旅依法舉辦員工健康檢查，寒沐更與宜蘭在地單位合作進行身體質量檢測。為促進員工健康，集團聘僱護理人員，關心員工個人身體狀況，針對檢查報告中數據超標之員工提供諮詢服務並進行追蹤；另不定期舉辦健康促進活動，提醒同仁工作之餘也不忘注重身體健康。



健康早會



健康促進班

■ 育嬰假

我們瞭解工作與家庭平衡之重要性，因此設有彈性育嬰假制度，員工可選擇分次休滿，兼顧照顧家庭之需求。同時我們也鼓勵女性員工育嬰留停期滿後，回歸職場繼續職涯發展、持續為公司服務。

2020年寒舍餐旅育嬰假申請情況

	台北喜來登		台北寒舍艾美		礁溪寒沐	
	男	女	男	女	男	女
符合申請人數	8	15	1	3	1	3
實際申請人數	2	11	1	3	0	1

2020 年寒舍餐旅育嬰假實施情形

	獲假復職率		獲假留任率	
	年度育嬰假後應復職人數		前年度復職人數	
男	年度育嬰假後應復職人數	3	前年度復職人數	0
	年度育嬰假後實際申請復職人數	2	前年度復職滿一年人數	0
	復職率	67%	留任率	0%
女	當年度育嬰假後應復職人數	7	前年度復職人數	6
	當年度育嬰假後實際申請復職人數	4	前年度復職滿一年人數	4
	復職率	57%	留任率	67%

註：1. 復職率 = 報告年度實際復職人數 / 報告年度應復職人數
2. 留任率 = 報告年度之前一年復職滿一年人數 / 報告年度之前一年復職人數

5.3.2 暢通的勞資溝通

寒舍餐旅不遺餘力維護員工權益，為提升員工雙向溝通的效率，提供便利又暢通的申訴管道，用心聆聽員工的想法與建議。除了定期召開勞資會議、員工大會外，也透過總經理信箱及員工申訴機制蒐集員工建議、線上問卷匿名調查全館員工滿意度，並針對回饋內容具體落實改善。因集團組織相對扁平，人資部門也經常扮演員工與管理階層的溝通橋樑，協助反映員工心聲。

2020 年滿意度調查當中，較常接獲員工反饋的議題是員工餐廳菜色太少，集團因而採取改善措施，提升平均餐價以豐富菜色。

溝通管道	溝通頻率	溝通情形
勞資會議	3, 6, 9, 12 月定期舉辦	為維護勞資關係，促進勞資合作，保障雙方權益，公司每年度定期舉行四次勞資會議，勞資會議由勞資雙方推舉出的代表共同參與，依據勞資會議實施辦法，勞資兩方針對勞動條件改善、勞工福利、代表選舉、指派及解任等事項予以討論。
員工大會	每年兩次	每半年舉辦一次員工大會，由總經理與各部門主管宣達及公佈各項營運狀況與業務資訊，員工亦可透過此會了解公司政策走向與營運狀況，會中亦開放員工以書面或當場發言提出意見或建議，由總經理直接回覆。
總經理信箱	隨時開放	任何同仁皆可提出有關制度管理、薪資福利、績效考核、內部溝通、職工安全、產品品質及軟硬體設施等項目的疑問，將意見以書面方式郵寄或親自傳達意見給總經理信箱，具名表達意見或反映事項。
員工滿意度調查	不定期舉辦	為了解同仁對公司管理滿意情形以作為改善參考，公司定期舉辦「員工滿意度調查」，調查結果與各相關部門主管進行檢討並設定改善行動計畫。

當員工在公司內合法權益受侵害，經循行政管道反應仍無法獲得合理解決時提出，公司將於接獲申訴日起盡速作成決議，所有申訴文件及信函皆以密件方式處理，以保障申訴人權，並建立勞資和諧的工作環境，2020 年沒有收到任何爭議或申訴事件。

5.3.3 平等的職場文化

防治性騷擾事件是本公司努力的目標，因此制定「性騷擾防治、申訴及懲戒辦法」，並於員工佈告欄、內部網站及職工手冊內公告，宣導性別平等及性騷擾防治等人權事項，現在婦女基金會也完成了性騷擾防治教育訓練，並要求主任級別的主管參與性騷擾防治課程，再由主管向所有員工宣導，落實課程內容並以身作則，以保障性別工作權平等、消除性別歧視、促進性別地位平等。未來本公司及所有同仁將持續努力朝向消弭性別歧視、提升性別人權標準、落實性別平等及零性騷擾事件邁進。



台北寒舍艾美同仁大會 - 性騷擾防治

5-4 職場安全與身心健康

寒舍餐旅一向重視同仁的工作狀態，因此恪守各項勞動法令規定，積極落實職業安全衛生管理制度，制定「安全衛生守則」、「執行職務遭受不法侵害預防計畫」、「異常工作負荷預防計畫」、「人因危害預防計畫」及「母性勞工健康保護計畫」等多項規範，確保員工於職場內工作之健康與安全。

此外，也透過每年定期的安全衛生教育訓練、防災訓練、安衛宣導和內外部稽核，建立並提升同仁在職業安全上的基本認知，一同維持安全的作業環境。



■ 職業安全衛生管理組織與制度

為有效防止職業傷害，促進勞工安全與健康，寒舍餐旅依法訂定職業安全衛生有關之內部管理規範，各館組成職業安全衛生委員會，隸屬各館總經理辦公室，並依據「職業安全衛生管理辦法」，由各分公司最高經營主管擔任主任委員，並由部門主管、專業人員擔任委員，其中包含三分之一委員席次以上為勞工代表，定期召開會議，一同擬訂、審議、協調及建議各項安全衛生相關事項與政策。

■ 職業安全衛生教育訓練

寒舍餐旅依法針對每位同仁安排職業安全衛生教育訓練，除了培養同仁工作技能外，更注重將職場健康與安全的正確觀念落實於同仁心中，預防發生職業傷害。2020 年辦理 11 場 CPR 及 AED 的教育訓練，共 260 名員工參與，也定期舉行日間、夜間的消防訓練共 8 場，1,184 名員工共同完成訓練，以此加強員工防災意識，也減少意外事故發生之機率。

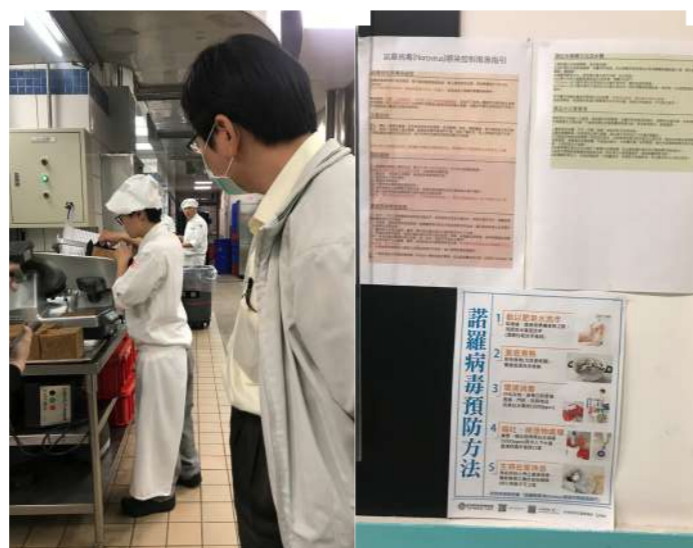


CPR 及 AED 教育訓練

除了每年定期辦理之教育訓練外，為提升職業安全，寒舍餐旅在 2020 年所投入之金費 高達新台幣 190,492 元，舉辦 76 場教育訓練，並總共有 1,736 名員工參與訓練。

■ 職場健康照護

照顧員工的身體健康向來是寒舍餐旅至關重要的責任，除了每年安排員工進行免費的健康檢查，我們亦聘僱職業健康護理人員(台北喜來登 2 位、台北寒舍艾美 1 位及礁溪寒沐 1 位)，一同把關同仁的健康。不僅如此，我們同時也邀請職業醫學專業醫師辦理每個月 1 次的「醫師臨場服務」，評估復工同仁的恢復狀況，進行健康檢查的後續追蹤與衛教宣導。2020 年，餐旅同業發生諾羅病毒感染事件，集團立即加強全館衛教宣導，並於公佈欄向全體同仁宣導衛生清潔。



專業醫師臨場服務

諾羅病毒防衛宣導

■ 失能傷害頻率、嚴重率

2020 年度工傷情形以上下班的交通意外與燒燙傷居多，寒舍餐旅皆依法提供工傷同仁相關假期及醫療補償，並轉由專業的護理人員及特約職業醫學醫師給予工作評估、健康照護及辦理工作調整，直至痊癒返回工作崗位。

	2018 年			2019 年			2020 年		
	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐
失能傷害頻率 (FR)	41.02	6.86	36.29	25.6	5.97	12.9	29.96	6.24	34.3
失能傷害嚴重率 (SR)	381	256	214	196.88	82	165.2	464	504	156.6
年度之總合指數 (FSI)	3.95	1.33	2.79	2.24	0.7	1.5	3.72	1.77	2.3

註說明：

1. 2020 年無任何因公死亡事件。
2. 工傷為在執行工作時受傷、因工作導致職業病、通勤途中發生事故，所造成的疾病、傷害、殘廢或是死亡。
3. 此數據內容中，未包含現場急救可解決問題的工傷。
4. 失能傷害頻率 (FR): (失能傷害損失人次數 × 1,000,000) ÷ 總經歷工時
5. 失能傷害嚴重率 (SR): (總計傷害損失日數 × 1,000,000) ÷ 總經歷工時
6. 年度之總合指數 (FSI): (FR × SR) ÷ 100

■ 職業病防護

寒舍餐旅為維持良好作業環境，鑑別旅宿業主要面臨之職業病等，並提供同仁相關防護具，以改提升工作環境安全。

- 噪音：配發耳塞給廚房工作者，以降低鍋爐所造成之巨大聲響
- 滑倒：針對廚房內滑倒風險較高的地方，設置止滑墊並提供防滑鞋，並更換部分廚房走道為磐石地板增加摩擦係數，防止作業人員作業中滑倒
- 工務單位設置反撥預防裝置的木材加工圓盤具及研磨機、鑽孔機加裝防護罩，避免人員作業中受傷

集團為同仁工作安全，設立職災小組，並安排每個月專科醫生定期檢查，護理師每周訪視，確保所有員工獲得最完善的保護措施。



廚房設置止滑墊



防滑的磐石地板



設置反撥預防裝置的
木材加工圓盤



備餐組更換雨鞋



加裝防護罩的研磨機和鑽孔機



■ 集團內部防疫措施

寒舍餐旅針對內部員工發佈一系列防疫措施，保護所有同仁的身體健康。

- 導入面部紅外線偵測，由集團提供口罩及防護面具發放給同仁；必須配戴口罩、量體溫後才可進入集團飯店，由人資部隨機稽核配戴口罩之正確性。
- 關閉員工餐廳供餐區域，改以提供餐盒方式與員工於工作區域享用，並關閉員工休息室。
- 導入分流上班制度，會議 / 教育訓練多用遠端視訊軟體進行。
- 不得已需採面對面之會議 / 教育訓練，將會議室調整桌間距離或放置防疫隔板，且全程配戴口罩進行。





寒舍餐旅持續透過多元方式，善盡企業社會責任，積極履踐企業公民身份，運用集團資源投入環保、公益活動並培育運動長才，期盼除了本業外，能透過寒舍集團的影響，為社會持續締造真善美的正向影響力。

2020 年亮點績效

- ➔ 寒舍集團耶誕慈善捐款共計募得 200,000 元，幫助導盲犬協會。
- ➔ 寒舍射箭隊連續兩年奪得中華企業射箭聯賽冠軍。
- ➔ 響應「地球一小時 Earth Hour」，舉行熄燈一小時計畫。
- ➔ 台北喜來登大飯店認養忠孝東路旁 7 顆白千層行道樹。



對應之 SDGs 目標

【愛與希望】耶誕慈善捐款活動

寒舍集團向來致力於慈善公益活動，2020 年 12 月 1 日至 12 月 31 日期間舉辦「點亮希望，讓愛分享」慈善活動，共為「台灣導盲犬協會」募得 20 萬元善款，並於 2021 年 1 月 22 日由寒舍集團營運總經理戴文龍代表捐贈。

寒舍集團集結旗下四館飯店：台北喜來登大飯店、台北寒舍艾美酒店、寒舍艾麗酒店與礁溪寒沐酒店，耶誕月期間於各飯店館內設置慈善捐款箱，其捐款所得與台北喜來登大飯店 The Deli 外賣之 12 月 10% 營收一同捐贈協會。此外，台北喜來登大飯店與礁溪寒沐酒店更於活動期間邀請「台灣導盲犬協會」於飯店舉辦週末導盲犬慈善宣導義賣活動，透過近距離的接觸導盲犬，體驗視障者的感受，更進一步的認識導盲犬，用愛與包容共同創造視障朋友「行」的友善環境，以行動支持導盲犬培育計畫，在溫馨團聚的時刻將愛放大。



2020 年 12 月台北喜來登大飯店、台北寒舍艾美酒店、寒舍艾麗酒店與礁溪寒沐酒店於館內各處設置捐款箱，讓至飯店住房及用餐的來賓自由募捐。



體育人才培育 - 中華企業射箭聯盟

寒舍集團長期支持與贊助國內體育活動，希望持續培養台灣具備潛力的體育專才，為台灣體壇上的明日之星貢獻一己之力。中華企業射箭聯盟成立於 2019 年，由寒舍集團、甲山林企業、凱撒集團、台中銀行、恒耀工業及中華民國射箭協會合作舉辦，每年舉辦聯合賽事，希望以賽代訓，讓台灣的射箭選手專注於訓練的同時，也可以獲得薪資保障，並且也讓更多的人認識與了解射箭。我們於 2019 年成立了寒舍射箭隊，截至 2020 年底共有林佳恩、林一石、余冠燐、高佳萍、邱顯傑、郭振維、袁叔琪、蔡佩綺、謝和均、魏均珩等 10 名選手。寒舍射箭隊中，多位選手皆曾入選奧林匹克運動會、亞洲運動會、亞洲盃等國際賽事。此外，為提供選手們最佳的訓練資源，我們邀請兩位具有十年國家代表隊經歷，並皆曾為亞、奧運會代表隊的郭振維與袁叔琪擔任寒舍企業射箭隊教練，而為了傳承與帶領新秀，兩位教練，於今年亦參加選秀行列，期望藉由教練的加入，提升台灣射箭運動的水平與競爭力。



首屆聯賽中，寒舍集團射箭隊以二連敗後的三連勝，上演史詩級的逆轉勝，登上至尊盟主賽（冠軍賽）寶座；第二屆選秀會中，寒舍集團遴選出 6 位優秀射箭好手，本年度再次以逆轉情勢，蟬聯兩屆至尊盟主寶座。希望未來透過射箭隊，持續打造健康的射箭環境並以精準永續之精神，發掘潛力新秀，延續頂尖選手的運動生命及培育優秀體育人才。



寒舍女子隊教練袁叔琪：「特別要感謝寒舍每位選手，我從他們身上學到很多，他們讓我的教練生涯有故事可說，我會把握每次學習機會，與寒舍選手們共同努力，迎接每一次的挑戰。」



寒舍男子隊教練郭振維：「一路跌跌撞撞才晉級至尊盟主賽，但過程中大家學到很多寶貴經驗，即使遇到狀況不好時，也都盡力做好並扛住壓力，經驗豐富的魏均珩和林佳恩，很努力帶著隊友一起成長，這一切辛苦都值得了。」

體育人才培育 - 前進東京奧運

寒舍集團透過與其他企業合作舉辦中華企業射箭聯盟，在選秀會遴選出 6 位寒舍射箭選手，其中佳恩一直是團隊中優秀的且經驗豐富的角色，儘管面對多次選拔賽以些微之差失利，不但沒有擊垮她，反而為佳恩帶來推力，讓她以更強大的心態來面對東京奧運；在選拔賽中，林佳恩一鳴驚人，三場比賽皆穩居龍頭寶座，最終以總積分 44.5 分傲視全場，取得奧運門票。



在奧運資格選拔賽中以五勝二負，獲得東奧資格林佳恩：「我最想感謝寒舍創辦人蔡辰洋，在我過去低潮時一直鼓勵我，我們原本相約 2016 年奧運，但結果他不幸過世而我也沒能選上代表隊，這次我終於達成心願，也要謝謝家人一直無條件的支持我。」

支持台灣體育活動 -

贊助富邦金盃勇士邀請賽

寒舍集團持續支持體育賽事活動，贊助富邦金盃勇士邀請賽，金盃象徵所有運動員追求之榮耀，勇士籃球邀請賽邀請各個頂尖球團及球員們同場競爭成長，發揚運動精神。寒舍期望透過扶持體育活動，培育台灣體壇專才，以善盡社會企業責任。



#Connect2Earth - 國際地球一小時

一個小小行動，足以撼動世界改變，寒舍艾美酒店、台北喜來登大飯店、寒舍艾麗酒店、礁溪寒沐酒店 4 間飯店響應 WWF 世界自然基金會發起的「地球一小時 Earth Hour」全球熄燈行動，於 3 月 28 日 (六) 20:30-21:30 舉行熄燈一小時計畫，當晚關閉飯店外部標誌照明、調暗或關閉非必需的室內照明等，並透過客房電視及電子看板呼籲入住的賓客關上燈、走出客房，減少能源消耗，以實際行動實踐綠色新生活，一同攜手守護這片美麗的土地。

人文薈萃 - 台北當代藝術博覽會

台北當代藝術博覽會為大型公眾藝術計劃，為藝術界專業人士之間的對話提供一個交流平台。2020 年度當代藝術以四大主題：科技、生態、流行文化、傳統策劃一連串活動；寒舍集團身為官方酒店夥伴，以「文化、藝術、美學薈萃」的經營理念，致力於推廣人文事業以及專業人才的培育，期盼能為人文藝術貢獻己力，延續當代藝術之美。



友好天使在身邊 - 慈善音樂會

寒舍集團長久以來陪伴天使心家族，成為愛奇兒家庭的友好天使，提供最佳場地舉行重要活動，今年由陶喆帶領「友好天使在身邊」音樂會再次於喜來登舉行記者會，用友好陪伴愛奇兒家庭，為愛奇兒家庭灌注正向能量。



生活場域綠美化 - 行道樹認養

都市叢林裡，行道樹的綠化成為都市降溫與生活美學不可或缺的存在，自 2019 年起，我們認養台北喜來登大飯店館外，忠孝東路旁的 7 棵白千層行道樹，積極投入日常維護工作，從澆水、拔除雜草、植栽修剪到樹木扶正等工作都由我們細心照料，為綠化城市，發展永續盡一份力，希望飯店周邊的居民及蒞臨台北喜來登大飯店的每一位賓客都能感受綠意盎然的美好。



附錄一：全球永續性報告指標 GRI 準則內容索引

■ 一般揭露

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	備註
GRI 102: 一般揭露 2016				
組織概況				
102-1	組織名稱	關於寒舍餐旅	P.12	
102-2	活動、品牌、產品與服務	關於寒舍餐旅	P.12	
102-3	總部位置	關於寒舍餐旅	P.12	
102-4	營運據點	關於寒舍餐旅	P.13	
102-5	所有權與法律形式	關於寒舍餐旅	P.12	
102-6	提供服務的市場	關於寒舍餐旅	P.12	
102-7	組織規模	關於寒舍餐旅	P.12	
102-8	員工與其他工作者的資訊	5.1.1 多方人力結構	P.90	
102-9	供應鏈	3.2 永續供應鏈	P.64	
102-10	組織與其供應鏈的重大改變	關於報告書		
102-11	預警原則或方針	1.2 風險管理與因應	P.26	
102-12	外部倡議	關於寒舍餐旅	P.17	
102-13	公協會的會員資格	關於寒舍餐旅	P.17	
102-14	決策者聲明	董事長的話	P.4-5	
102-16	價值、原則、標準及行為規範	1.1 永續治理與誠信經營	P.21	
102-18	治理結構	1.1 永續治理與誠信經營	P.21	
102-40	利害關係人團體	利害關係人溝通與重大議題	P.08	
102-41	團體協約	不適用		
102-42	鑑別與選擇利害關係人	利害關係人溝通與重大議題	P.08	
102-43	與利害關係人溝通的方針	利害關係人溝通與重大議題	P.08	
102-44	提出之關鍵主題與關注事項	利害關係人溝通與重大議題	P.10	

102-45	合併財務報表中所包含的實體	關於寒舍餐旅	P.15	
102-46	界定報告書內容與主題邊界	關於報告書	P.06	
102-47	重大主題列表	利害關係人溝通與重大議題	P.11	
102-48	資訊重編	不適用		
102-49	報導改變			1. 依能源局公告之 108 年電力排放係數重新計 2019 年溫室氣體排放數據。 2. 以噸 CO ₂ e/千元重新計算近三年溫室氣體排放強度。
102-50	報導期間	關於報告書	P.06	
GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	備註
102-51	上一次報告書的日期	關於報告書		
102-52	報導週期	關於報告書	P.06	
102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於報告書	P.07	
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於報告書	P.06	
102-55	GRI 內容索引	附錄一、GRI 準則對照表	P.117	
102-56	外部保證 / 確信	附錄二、會計師獨立確信報告	P.121	

■ 重大主題揭露

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	備註
重大主題				
1. 永續發展策略與風險管理				
GRI 103: 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	利害關係人溝通與重大議題	P.11
	103-2	管理方針及其要素	1.1 永續治理與誠信經營	P.21
	103-3	管理方針的評估	1.1 永續治理與誠信經營	P.21
無適用 GRI 重大主題				
2. 法規遵循				

GRI 103: 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	利害關係人溝通與重大議題	P.11	
	103-2	管理方針及其要素	1.1.3 法規遵循	P.24	
	103-3	管理方針的評估	1.1.3 法規遵循	P.24	
GRI 307: 有關環境保護的法規遵循	307-1	違反環保法規	1.1.3 法規遵循	P.24	
GRI 419 : 社會經濟法規遵循	419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	1.1.3 法規遵循	P.24	
3. 營運持續管理					
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	利害關係人溝通與重大議題	P.11	
	103-2	管理方針及其要素	1.2.2 營運持續管理	P.28	
	103-3	管理方針的評估	1.2.2 營運持續管理	P.28	
無適用 GRI 重大主題					
4. 消費者健康與安全					
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	利害關係人溝通與重大議題	P.11	
	103-2	管理方針及其要素	Ch3 食尚安心 全心守護	P.53	
	103-3	管理方針的評估	Ch3 食尚安心 全心守護	P.53	
GRI 416: : 顧客健康與安全	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	Ch3 食尚安心 全心守護	P.54	
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	Ch3 食尚安心 全心守護	P.52	
5. 客戶關係					
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	利害關係人溝通與重大議題	P.11	
	103-2	管理方針及其要素	2.2 客戶關係	P.44	
	103-3	管理方針的評估	2.2 客戶關係	P.44	
GRI 418 : 客戶隱私	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.2 客戶關係	P.44	
6. 訓練與教育					
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	利害關係人溝通與重大議題	P.11	
	103-2	管理方針及其要素	5.2.2 扎實訓練 深化專業	P.92	
	103-3	管理方針的評估	5.2.2 扎實訓練 深化專業	P.92	
GRI 416: : 顧客健康與安全	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	5.2.2 扎實訓練 深化專業	P.95	
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工比例	5.2.2 扎實訓練 深化專業	P.100	

■ 特定標準揭露

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	備註
其他主題				
GRI 201 : 經濟績效	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	營運績效與策略規劃	P.15	
	201-4 取自政府之財務補助	營運績效與策略規劃	P.16	
GRI 302 : 能源	302-1 組織內部的能源消耗量	4.2 能源節約與管理	P.77	
	302-3 能源密集度	4.2 能源節約與管理	P.79	
	302-4 減少能源消耗	4.2 能源節約與管理	P.77	
GRI 303 : 水	303-1 依來源劃分的取水量	4.3 水資源管理	P.81	
GRI 305 : 排放	305-1 直接 (範疇一) 溫室氣體排放	4.2.1 氣候變遷因應與節能減碳	P.79	
	305-2 能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	4.2.1 氣候變遷因應與節能減碳	P.79	
	305-4 溫室氣體排放密集度	4.2.1 氣候變遷因應與節能減碳	P.79	
	305-5 溫室氣體排放減量	4.2.1 氣候變遷因應與節能減碳	P.79	
GRI 306 : 廢汙水和廢棄物	306-2 按類別及處置方法劃分的廢棄物	4.4 廢棄物管理	P.83	
GRI 401 : 勞雇關係	401-1 新進員工和離職員工	5.1.2 招募新血 活絡組織	P.92	
	401-2 提供給全職員工 (不包含臨時或兼職員工) 的福利	5.3 福利保障 安心就業	P.101	
GRI 403 : 職業安全衛生	403-3 職業健康服務	5.4 職場安全與身心健	P.105	
	403-9 職業傷害	5.4 職場安全與身心健	P.107	
GRI 405 : 員工多元化與平等機會	405-1 治理單位與員工的多元化	1.1.1 治理架構及運作、 5.1.1 多方人力結構	P.22 P.29	
GRI 417 : 行銷與標示	417-1 產品和服務資訊與標示的要求	3.1.3 食材檢驗與商品標	P.60	
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	3.1.3 食材檢驗與商品標	P.61	

附錄二：會計師獨立確信報告



安永聯合會計師事務所

11012 台北市基隆路一段333號9樓
9F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road
Taipei City, Taiwan, R.O.C.

Tel: 886 2 2757 8888
Fax: 886 2 2757 6050
www.ey.com/tw

會計師獨立確信報告

寒舍餐旅管理顧問股份有限公司 公鑒

一、確信範圍

本事務所接受寒舍餐旅管理顧問股份有限公司（以下簡稱寒舍餐旅）之委任，對2020年度企業社會責任報告書中所選定之永續績效資訊進行有限確信並出具報告。

有關寒舍餐旅所選定之標的資訊及其適用基準，詳附件一。

管理階層責任

寒舍餐旅管理階層應依據適當之基準編製2020年度企業社會責任報告書，包括參考全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)所發布之GRI準則(GRI Standards)，並應設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制，以蒐集並揭露報告書內容。

本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作。

二、確信工作

有限確信案件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信，本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量寒舍餐旅內部控制之有效性，但目的並非對寒舍餐旅內部控制之有效性表示意見。

為作成有限確信之結論，本事務所已執行下列工作：

- 與寒舍餐旅之管理階層及員工進行訪談，以瞭解寒舍餐旅履行企業社會責任之整體情況，以及報導流程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解寒舍餐旅之主要利害關係人及利害關係人之期望與需求、雙方具體之溝通管道，以及寒舍餐旅如何回應該等期望與需

附錄二：會計師獨立確信報告



求：

- 針對報告中所選定之永續績效資訊進行分析性程序；蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明；如必要時，則抽選樣本進行測試；
- 閱讀寒舍餐旅之企業社會責任報告書，確認其與本事務所取得關於企業社會責任整體履行情況之瞭解一致。

三、先天限制

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

四、品質管制與獨立性

本事務所遵循審計準則公報第四十六號會計師事務所之品質管制之規範，建立並維護完備之品質管制制度，包含遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。本所亦遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

五、結論

依據本事務所執行之程序及所獲取之證據，未發現寒舍餐旅所選定之永續績效資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師：張志銘 張志銘



民國一一〇年七月三十日

附錄二：會計師獨立確信報告



附件一：

編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準
1	3.1.4	食安小組與專業人才培育	截至 2020 年底，寒舍餐旅共計有 18 間餐廳、21 間廚房（廚房設置符合食品業者專門職業或技術證照人員設置及管理辦法第 5 條規定比例之專業技術證照人員）裡持有專業證書之員工共計 341 位，佔總廚師人數 369 位中的 92%。	依據「上市公司所編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一目之應加強揭露績效指標。為改善食品衛生、安全品質而針對從業人員、作業場所、設施、衛生管理及其品保制度進行評估和改進所應享之主要產品類別與百分比。
2	3.1.3	食材檢驗與商品標示	寒舍餐旅所販售之餐飲及食品受食品安全衛生管理及其子法所規範，其中之子法包含食品良好衛生規範準則及食品衛生標準等衛生福利部公告之法令函釋。2020 年寒舍餐旅未因違反前述法令規範遭處罰鍰之事件。	依據「上市公司所編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第二目之應加強揭露績效指標。2020 年度因違反食品安全衛生管理及其子法，而遭主管機關處以罰鍰之次數。
3	3.2.2	綠色與在地採購	我們持續採購符合國際認可之 Taylors、Twinings 及立頓等茶包及咖啡豆，其符合國際雨林聯盟(RAC)、英國土壤協會有機認證或道德茶葉合作夥伴(ETP)的認證，2020 年寒舍餐旅符合國際認可之茶包採購金額為新台幣 1,160,624 元，佔 2020 年之茶包類採購支出 6,382,005 元的 18.19%。 而衛生紙的部分，寒舍餐旅亦持續採購取得森林管理委員會(FSC)認證的金百利衛生紙，2020 年採購總金額為新台	依據「上市公司所編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第三目之應加強揭露績效指標。2020 年度寒舍餐旅採購茶葉茶包及衛生紙等產品符合國際認可責任標準之採購金額及佔 2020 年度茶包類總採購支出百分比，以及佔 2020 年衛生

附錄二：會計師獨立確信報告



編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準								
			幣 1,542,032 元，佔 2020 年寒舍餐旅之衛生紙類（包含衛生紙、面紙、擦手紙、餐巾紙）之採購總支出新台幣 2,569,996 元的 60%。	紙類總採購支出百分比。								
4	3.1.2	管理系統導入	寒舍餐旅已於台北喜來登大飯店與台北寒舍艾美酒店導入「危害分析重要管制點管理系統驗證」Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)，而礁溪寒沐酒店也於 2020 年取得驗證。2019 年，台北寒舍艾美申請第三方友意國際驗證股份有限公司協助認證該館之宴會廳取得 HACCP 驗證，並於 2020 年連續榮獲認證。	依據「上市公司所編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第四目之應加強揭露績效指標。2020 年度寒舍餐旅經獨立第三方驗證符合國際認可之食品安全管理系統標準 HACCP 之廠房所生產之百分比。								
5	3.2.3	供應商年度評鑑與稽核	2020 年我們稽查了 25 家食材供應商，供應商之進貨金額佔 2020 年寒舍餐旅當年度的食材供應商進貨總金額之 7.22%、稽核之供應商家數則佔 6.9%。 <table border="1" data-bbox="2012 1346 2466 1440"> <thead> <tr> <th>2020 年</th> <th>99%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>稽核家數</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>總稽核家數</td> <td>363</td> </tr> <tr> <td>百分比</td> <td>6.9%</td> </tr> </tbody> </table>	2020 年	99%	稽核家數	25	總稽核家數	363	百分比	6.9%	依據「上市公司所編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第五目之應加強揭露績效指標。上市公司對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。
2020 年	99%											
稽核家數	25											
總稽核家數	363											
百分比	6.9%											
6	-	-	(根據衛生福利部食品藥物管理署於 2018 年 6 月 26 日公告「應建立食品追溯追蹤系統之食品業者」之類別，寒舍餐旅不屬於任何一項所列類別，並無受到法規要求，又因其非自願進行產品追溯與追蹤，故「上市公司所編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第六目不適用於寒舍餐旅)。	依據「上市公司所編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第六目之應加強揭露績效指標。上市公司依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤管理之情形及相關產品佔所有產品之百分比。								

附錄二：會計師獨立確信報告



編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準																														
7	3.1.3	食材檢驗與商品標示	<p>寒舍餐旅考量自身餐飲及食品產業經營之特性，經評估過後依據食品安全衛生管理法第 7 條於台北喜來登與台北寒舍艾美設置符合設備規模之實驗室（礁溪寒沐未設置，統一送至台北喜來登檢測），並依據餐飲業常見食品安全危害因子及危害風險制定「食品安全監測精進計畫食安計畫書」，下方表格包含六項自主檢驗項目及檢驗方法，2020 年檢驗結果如下，不合格比例為 0.27%：</p> <table border="1" data-bbox="568 1189 1070 1496"> <thead> <tr> <th>檢驗項目</th> <th>檢驗方法</th> <th>檢驗樣品數</th> <th>不合格件數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>抗生素藥物殘留試驗</td> <td>抗生素快速篩檢試劑 PremP Test</td> <td>400</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">肉品瘦肉精檢測</td> <td>萊克多巴胺快速檢測試劑盒</td> <td rowspan="2">138</td> <td rowspan="2">0</td> </tr> <tr> <td>靈敏克寧特羅快速檢測試劑盒</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">油炸食品總質性化合物測定</td> <td>沙丁胺醇快速檢測試劑盒</td> <td rowspan="2">535</td> <td rowspan="2">4 (即刺蝟油)</td> </tr> <tr> <td>etro 食用油檢測儀器 FOM320</td> </tr> <tr> <td>SO₂ 二氧化硫殘留</td> <td>二氧化硫快速檢測試劑盒</td> <td>260</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>過氧化氫 (H₂O₂) 檢驗</td> <td>過氧化氫簡易試劑</td> <td>74</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>農藥殘留</td> <td>吡蟲啉、二甲嘧啶、二乙嘧啶三合一簡易試劑</td> <td>72</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	檢驗項目	檢驗方法	檢驗樣品數	不合格件數	抗生素藥物殘留試驗	抗生素快速篩檢試劑 PremP Test	400	0	肉品瘦肉精檢測	萊克多巴胺快速檢測試劑盒	138	0	靈敏克寧特羅快速檢測試劑盒	油炸食品總質性化合物測定	沙丁胺醇快速檢測試劑盒	535	4 (即刺蝟油)	etro 食用油檢測儀器 FOM320	SO ₂ 二氧化硫殘留	二氧化硫快速檢測試劑盒	260	0	過氧化氫 (H ₂ O ₂) 檢驗	過氧化氫簡易試劑	74	0	農藥殘留	吡蟲啉、二甲嘧啶、二乙嘧啶三合一簡易試劑	72	0	<p>依據「上市公司所編制與申報企業社會責任報告書作業辦法」第四條第一項第一款第七目之應加強揭露績效指標。依據食品安全衛生管理法及相關子法設置之實驗室之自主檢驗項目、檢驗方法及 2020 年檢驗樣品數與不合格件數，以及應揭露實驗室相關支出及其占營業收入淨額之百分比。</p>
檢驗項目	檢驗方法	檢驗樣品數	不合格件數																															
抗生素藥物殘留試驗	抗生素快速篩檢試劑 PremP Test	400	0																															
肉品瘦肉精檢測	萊克多巴胺快速檢測試劑盒	138	0																															
	靈敏克寧特羅快速檢測試劑盒																																	
油炸食品總質性化合物測定	沙丁胺醇快速檢測試劑盒	535	4 (即刺蝟油)																															
	etro 食用油檢測儀器 FOM320																																	
SO ₂ 二氧化硫殘留	二氧化硫快速檢測試劑盒	260	0																															
過氧化氫 (H ₂ O ₂) 檢驗	過氧化氫簡易試劑	74	0																															
農藥殘留	吡蟲啉、二甲嘧啶、二乙嘧啶三合一簡易試劑	72	0																															

