



MY HUMBLE HOUSE
GROUP



2022 ESG REPORT

寒舍餐旅 —————
永續報告書



MY HUMBLE HOUSE
GROUP

董事長的話	06
寒舍餐旅永續生活藍圖	08
利害關係人與重大性分析	12
關於本報告書	14

01

永續治理 共創未來

1.1 公司簡介	17
1.2 公司治理	21
1.3 資訊安全與顧客隱私保護	29
1.4 誠信經營與法規遵循	31
1.5 營運績效與發展規劃	34

02

締造美好 安心健康

2.1 東西薈萃 食尚饗宴	38
2.2 客戶關係	40
2.3 安心食尚 美味上桌	46
2.4 永續供應鏈	57

03

綠色營運 環保節能

3.1TCFD 氣候變遷風險與機會	63
3.2 能源管理	70
3.3 水資源管理	73
3.4 廢棄物管理	75

04

尊爵服務 賓至如歸

4.1 風格食尚 引領潮流	82
4.2 永續旅宿 環保安全	90

05

共建和諧 關懷員工

5.1 多元選才 適才適所	99
5.2 寒舍樹人 創建未來	102
5.3 福利保障 安心就業	110
5.4 環境友善 安全職場	114
5.5 因應疫情 彈性調整	117

06

溫馨共融 在地回饋

6.1 在地社會關懷	119
------------	-----

附錄一：全球永續性報告指標 GRI 準則內容索引

附錄二：永續會計準則委員會

附錄三：TCFD 索引表

附錄四：會計師獨立確信報告

董事長的話

東西薈萃 食尚饗宴

寒舍餐旅結合藝術投資、觀光旅館及餐飲服務的跨界經驗，將文化、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，創造顧客的全新體驗，並致力於提升顧客、員工等所有利害關係人的滿意度，與社會、環境共好、永續發展並善盡企業社會責任。



新型冠狀肺炎 COVID-19 疫情自 2020 年初至今已延續三年，於 2022 年雖疫情逐漸趨緩，但仍持續對全世界造成影響，觀光和旅遊行業受到了巨大的衝擊，寒舍餐旅雖處於逆境，仍積極規劃策略轉型、開發市場，為了與消費者一同守護健康並因應疫情期間餐飲市場的改變，我們在國境開放前，即進行各項業務及行銷規劃並持續與國內外業務保持聯繫，以期能在國境開放後，迅速取得商機；同時也調整營運策略及內部組織以因應疫後變局，今年度也抓準後疫情時期趨勢，根據餐飲銷售模式的變化，不斷開發新的外賣商品，例如與超商合作，增加銷售渠道，搶攻冷凍即食餐點，積極拓展數位與實體通路的銷售平台。所幸在全球疫苗普及化及與病毒共存意識下，各國皆陸續開放國境，台灣也於一一一年十月十三日正式解除邊境管制並逐步放寬邊境檢疫及口罩政策，海外旅客陸續回流，飯店整體營收也開始回溫。

在所有夥伴的努力之下，寒舍餐旅旗下飯店連年獲得國內外各大專業機構肯定，其中包含台北喜來登大飯店請客樓餐廳於 2022《台北米其林指南》獲評米其林二星且已連續五年獲此殊榮，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五年榮獲「入選米其林餐盤」。

在環境方面，今年度我們組成了「寒舍集團溫室氣體盤查及推動小組」，負責整體環境計畫擬定，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，專人控管並偵測二氧化碳排放，希望能夠更加有效地掌握我們的碳足跡，並推動我們在環境保護方面的努力。除此之外，寒舍集團旗下各館每年均會響應世界自然基金會發起的「Earth Hour 關燈一小時」活動，共邀賓客關燈走出客房一同響應節能，為環境永續盡一份心力。

寒舍秉持「以人為本，與環境共生，與社會共榮的全球性友善生態新價值」之永續願景，串聯內外部各式資源，積極參與社會公益活動。2022 年台北喜來登、台北寒舍艾美、礁溪寒沐酒店及寒居酒店與創世基金會合作，共同舉辦中秋節慈善活動，捐贈 250 盒集團愛心月餅，讓收到月餅的清寒家庭能吃嘴裡、甜在心坎裡感受滿滿的中秋祝福與溫暖。同時，礁溪寒沐酒店也積極與在地連結，推廣宜蘭當地傳統文化，照顧宜蘭當地社區與弱勢家庭，今年度也舉辦多場捐贈活動，以實際行動回饋在地。儘管面臨疫情帶來挑戰，但寒舍始終堅持回饋社會的使命，持續把愛與關懷傳遞給社會，善盡企業社會責任。

寒舍餐旅 永續生活藍圖

寒舍餐旅在環境、社會、經濟上以穩健的步調持續邁進，促進全球社會以及我們所服務之社區的永續發展。我們藉由呼應聯合國永續發展 17 項目標（SDGs），朝向永續目標努力的實踐，並將全力履行永續理念承諾。



永續治理

寒舍藉由多元管道與利害關係人溝通，共同追求最大利益及公司成長，貫徹誠信經營、風險管理及恪遵法律規範，強化公司治理以建立永續品牌



社會共好

寒舍深耕環保促進、公益活動與體育發展，期望於本業外透過集團力量，關注社會大小事，締造真善美的正向影響力，達成社會共榮



品質管理

寒舍透過持續的產品創新滿足顧客全方位的餐飲需求，並落實永續供應鏈管理，建立完善的食物安全體系並培訓專業服務人才，矢志提供消費者最高品質的餐旅體驗



員工福祉

寒舍透過完善的職涯規劃，多元的教育訓練及健康安全的工作環境，促進人才的發展與留任，創造多元平等的友善職場，達成促進社會安定的永續願景



綠色營運

寒舍於營運過程中透過能源、水資源及廢棄物管理等環境措施，降低日常營運對於環境的衝擊，並長期推動綠色綠宿，透過環保行動落實環境永續的綠色營運



利害關係人溝通與重大議題 | 2022 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。2022 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、政府機關及顧問單位，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：

寒舍餐旅與利害關係人主要溝通議題

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 員工性騷擾信箱及專線 (若接獲案件即時處理)	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

註：利害關係人詳細溝通管道請詳官網

<https://www.mhh-group.com/websev?lang=zh-tw&ref=list&cat=15>

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 26 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 53 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 ESG 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實際及潛在負面衝擊以及影響的規模和範圍以及影響的可能性，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 6 項。

寒舍餐旅重大主題分析結果

對經濟、環境與人群的衝擊	低度重大	中度重大	高度重大
	職場多元與人權 廢棄物管理 教育與訓練 人才發展 供應商採購政策及管理 社區共榮 溫室氣體管理 公益服務 氣候變遷因應 循環經濟	市場形象 申訴機制 勞工福利 公司治理 產品及標示服務 勞資關係 產品品質管理	客戶隱私 永續發展策略及風險管理 客戶關係管理 消費者健康與安全 法令遵循 營運持續管理

對寒舍餐旅的衝擊

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，考量是否調整議題的重大性，透過寒舍餐旅的 ESG 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，ESG 決策小組會針對永續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。

2022 年延續上一年度之永續議題，維持「營運持續管理」議題，以突顯集團對於後疫情營運之重視，另如下表所示「客戶隱私管理」為去年的中度重大議題，今年受利害關係人評為高度衝擊。

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	2.3 安心食尚 美味上桌	GRI 416：顧客健康與安全 2016	√		√	√		√
客戶隱私管理	1.3 資訊安全與顧客隱私保護	GRI 418-1：經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	√			√		
法規遵循	1.3 誠信經營與法規遵循	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	1.2 公司治理與風險管理	自訂重大主題	√	√	√			
營運持續管理	1.6 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永續發展推動小組與權責單位會執行最後的檢視與審閱，以確保永續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 報告書



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



寒舍餐旅

ESG Report

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，寒舍餐旅已經連續六年發行「永續報告書」 (前稱企業社會責任報告書，以下簡稱本報告書)。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，並積極將企業永續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。

● 報告邊界與揭露範疇

● 本報告書的資訊揭露範疇為寒舍餐旅四個主要的營運據點：台北喜來登大飯店、台北寒舍艾美酒店、礁溪寒沐酒店、寒居酒店註 (以下分別簡稱「台北喜來登」、「台北寒舍艾美」、「礁溪寒沐」及「寒居」，四個營運據點則統一簡稱寒舍餐旅) 在公司治理、經濟、環境與社會念之執行情形與具體績效。

● 註寒居酒店於 2022 年 5 月正式開幕尚未滿一年，故本報告書先行揭露部分質化資訊，量化資訊將於明年度報告書內呈現。

● 報告書撰寫原則與綱領

● 本報告書係依循全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, 簡稱 GRI) 發布之新版 GRI 通用準則 (GRI Universal Standards 2021) 與相關主題準則編製，同時參考臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」、金融穩定委員會 (FSB) 「氣候相關財務揭露 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, 簡稱 TCFD)」 框架、聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, 簡稱 SDGs) 以及永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 指標作為報導原則。

● 報告時間

● 本報告書內容主要涵蓋時間為 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日財務及非財務資訊，部分內容亦涵蓋 2022 年以後的事例，預計每年持續發行企業永續報告書，並於本公司網站揭露。而未來的管理方針、目標和計畫等內容也有部分刊載。相較於 2021 年，2022 年寒舍餐旅之組織規模、結構、所有權及供應鏈與上一版報告書不同，差異為 2022 年起擴大揭露寒居酒店部分資訊。

● 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。

寒舍餐旅以創造顧客、企業及社會的共存共榮為自身企業經營方針，在追求業務成長的同時，考量營運活動對環境與社會帶來的正向及負向外外部性影響，是寒舍餐旅創造長期永續價值的根基，將「企業社會責任」的觀念轉化為「企業永續」，提高我們的視野。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，持續深耕台灣市場、支持觀光產業政策。

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，傾聽與回應利害關係人之期待，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。

2022 年亮點績效



台北喜來登之「請客樓」餐廳連五年蟬聯榮獲「米其林二星」之殊榮



台北喜來登大飯店獲「1111 人力銀行」，2021 年幸福企業獎



艾美酒店獲台北市政府警察局觀光飯店安全防護工作檢查「特優」殊榮



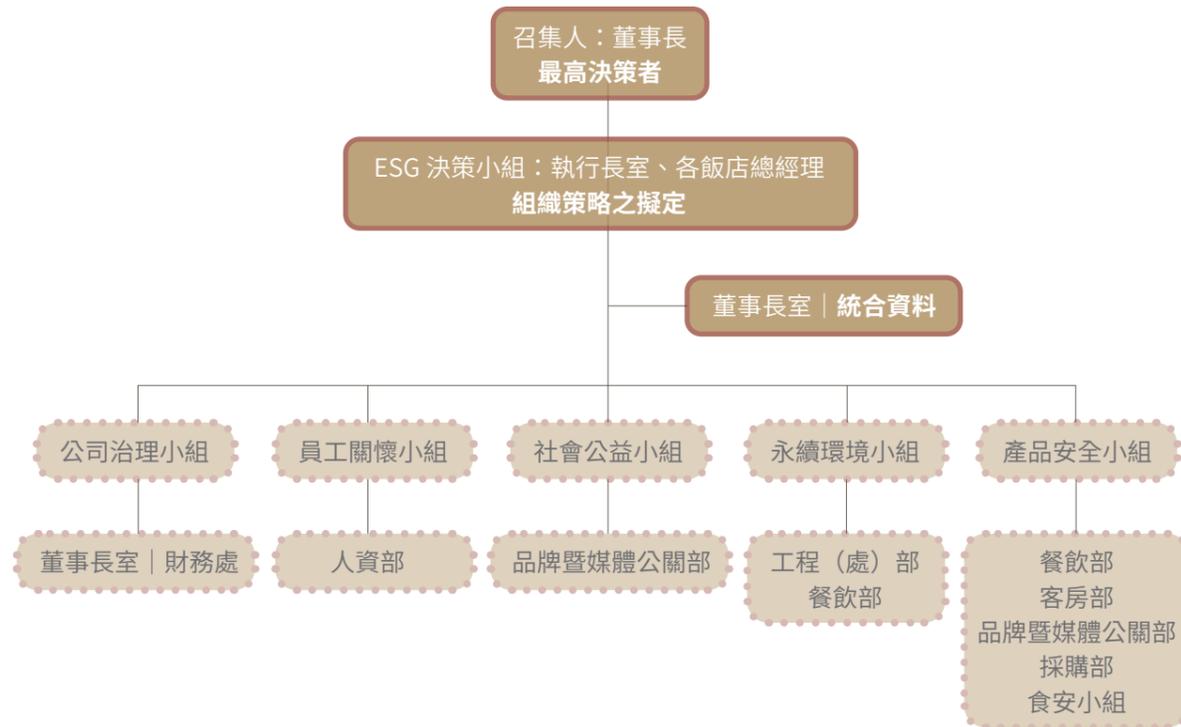
對應之 SDGs 指標

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「企業社會責任推動小組」於 2022 年度正式更名為「永續發展推動小組」，由董事長擔任召集人，並由執行長室及各飯店總經理組成「ESG 決策小組」負責企業社會責任擬定策略，統籌企業社會責任相關議題及策略發展與風險評估，並訂定相關風險管理政策。

依部門功能別區分組成五大核心小組（如下圖），多元化營運的各環節中持續深化企業永續的實踐，落實企業永續方針，擴大社會關懷的範疇，將企業社會責任融入公司營運策略之中，以具體展現回饋社會的心意與成果。

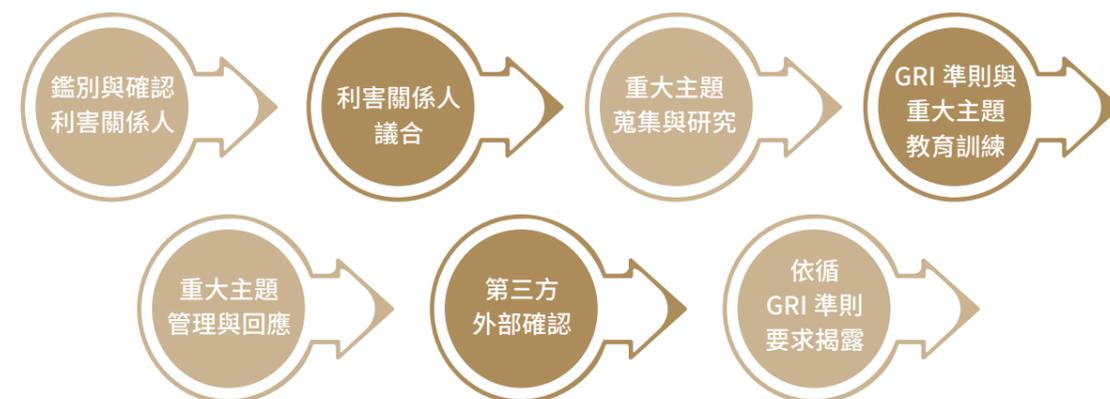
寒舍餐旅永續發展推動小組



2017年由董事會決議通過本公司之「企業社會責任實務守則」，2022年度正式更名為「永續發展實務守則」，作為全體同仁實踐企業社會責任之依據；維持多元管道與利害關係人溝通，蒐集各類利害關係人關注之議題，以利害關係人的永續性的脈絡、重大性及完整性為基礎。

企業社會責任報告書由五大 ESG 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，共享永續願景。

2022年 ESG 報告專案執行情形



1.1 公司簡介

寒舍餐旅管理顧問股份有限公司成立於2000年，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，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)	1,583 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	1,015,260 仟元

註 1：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)。

註 2：詳細公司資訊請參閱寒舍餐旅管理顧問股份有限公司——年度年報。

1.1.1 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。

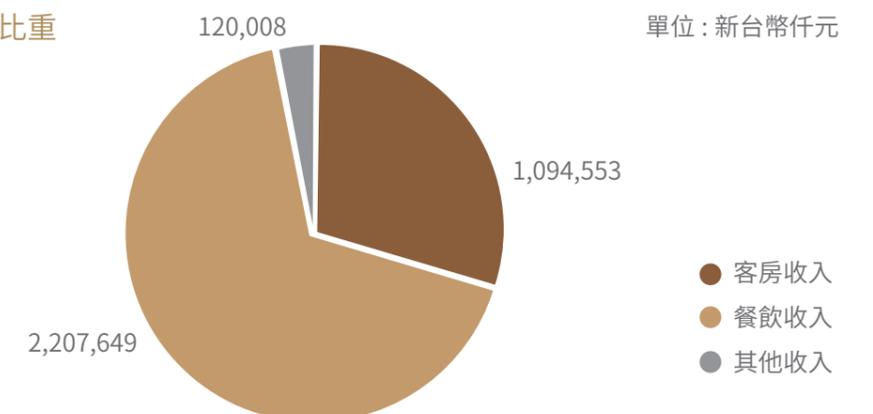
企業願景

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。

1.1.2 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、健身房及三溫暖之經營，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 CH4 尊爵服務 賓至如歸章節。

主要產品之營業比重





台北喜來登大飯店

台北市中正區忠孝東路一段 12 號

**台灣唯一榮獲
「Sheraton Grand」
品牌最高殊榮的國際五星級飯店**

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 12 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。

了解更多



台北寒舍艾美酒店

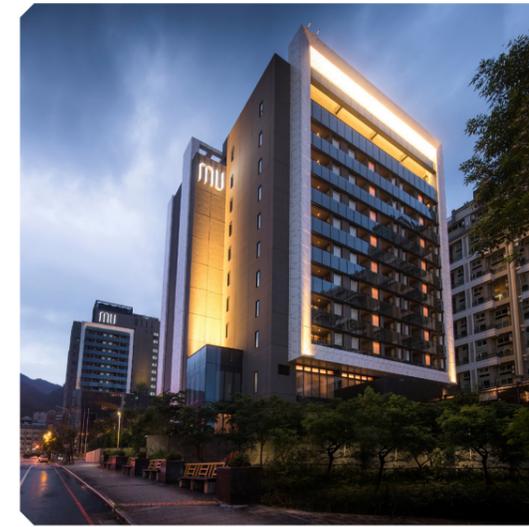
台北市信義區松仁路 38 號

全球首創導入當代藝術策展概念的時尚酒店

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、占地 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。

了解更多



礁溪寒沐酒店

宜蘭縣礁溪鄉健康路 1、2 號

寒舍餐旅首家自創品牌休閒度假酒店

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。

了解更多



寒居酒店

台北市中山區松江路 116 號

寒舍餐旅自創品牌精品酒店

座落於臺北市中山區興亞里，寒居酒店以「心」的體驗出發，穿街走巷探索鄰里地圖、以城為家分享都會生活，垂直共構精品飯店寓邸，樓高共 24 層，1 樓至 10 樓為寒居酒店，寒舍秉持美學、人文和藝術兼具的獨到品味，委託由 AB Concept 奧必概念設計合作，打造如桃花源記中「忽逢桃花林，林盡水源，便得一山。復行數十步，豁然開朗。」自在悠然的理想生活。在繁忙城市中創造出一處寧靜清幽的世外桃源，以賓客最原始的需求，提供雅緻的生活態度，打造如家的酒店，成就「城中一隅，心之棲所」！

了解更多



寒舍餐旅歷史沿革

獲獎紀錄

台北喜來登



「EzTravel 易遊網」
2021 年度風雲飯店金桃獎 -
百大優選 BEST100。

台北喜來登請客樓



2022
《臺北米其林指南 2022》
獲評「米其林二星」

台北喜來登
辰園



2022
《台北米其林指南》
米其林入選餐廳

台北喜來登



第一份台灣人觀點的美食評鑑
500 盤 The 500 Dishes Award
請客樓 4 盤

台北寒舍艾美
寒舍食譜



2022
《台北米其林指南》
米其林入選餐廳

台北寒舍
艾美酒店



台北市政府警察局
觀光飯店安全防護工作檢查
「特優」

寒居酒店



Klook
「2022 Partner Awards
優質夥伴獎」

寒居酒店



Booking.com
「Travel Sustainable
property 永續旅遊」
徽章殊榮

寒居酒店



Agoda
「第 14 屆傑出飯店金環獎」
以及「旅人鑑賞優勝」

寒舍餐旅



1111 人力銀行
「2022 年幸福企業獎」

寒居酒店



易遊網
「2022 臺灣最美飯店大賞」
之「最美設計旅宿」類優勝

寒居酒店



Booking.com
「Travel Proud
彩虹族群友善」

1.2 公司治理

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，董事、經理人員及員工執行業務皆秉持誠信正直的經營態度，積極落實於企業文化中，持續積極實踐永續發展策略及風險管理，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，以及對股東、客戶、員工及投資大眾所負有之實現永續發展之願景全力以赴。
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	以多元方式持續落實誠信正直的企業文化，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。並傾聽各方利害關係人之期待，作為董事會領導公司發展之策略依據。
管理與申訴機制	董事會、審計及薪酬委員會、稽核室、永續發展推動小組。
投入資源	2022 年共計召開 7 次董事會、5 次審計委員會及 2 次薪酬委員會。
2022 績效成果	<ul style="list-style-type: none"> 持續推動接班人計劃及員工培訓、深耕數位學習管道。 成立溫室氣體盤查小組，落實溫室氣體減量。 寒舍餐旅注重性別平等，訂定女性董事比率目標為 30% 以上，今年度女性佔全體董事成員 44%。

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）。

1.2.1 治理架構及運作

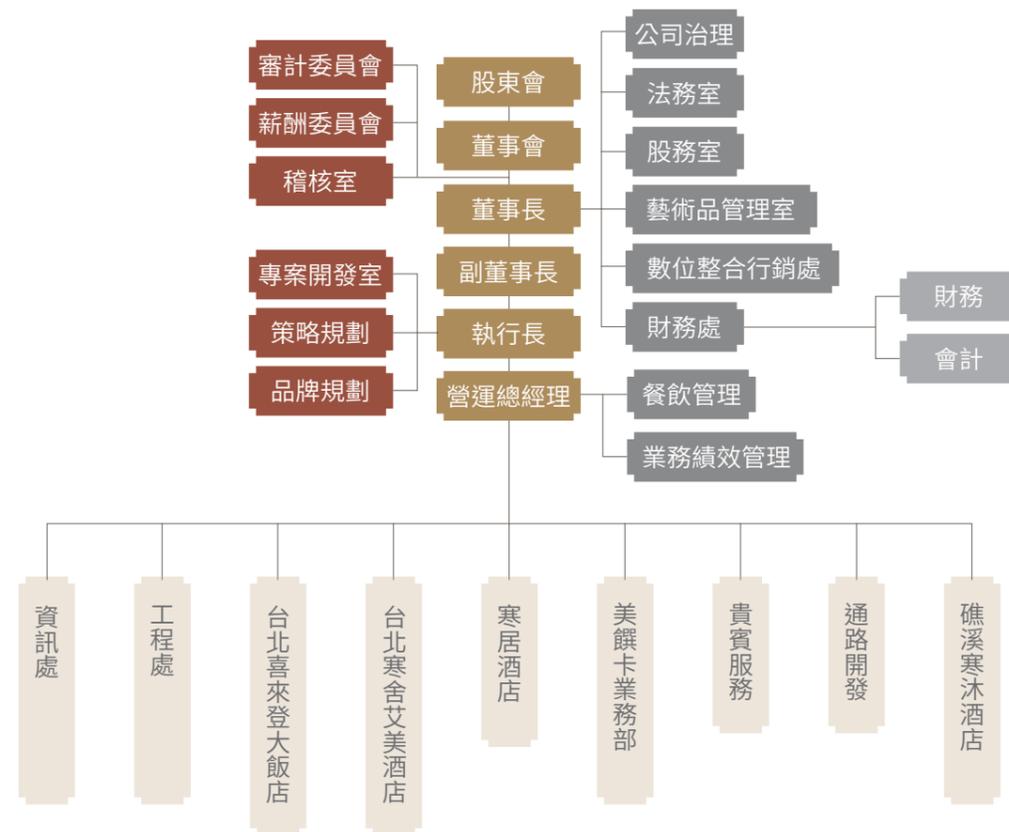
寒舍餐旅永續經營的核心立基於優良的公司治理文化，並仰賴有效率的董事會及功能性委員會運作，由董事會與功能性委員會扮演監督與指導的角色，最高治理機構為董事會，並在董事會底下設置薪資報酬委員會、審計委員會及稽核室。

截至 2022 年 12 月底董事會設有 9 席董事席次，其中包含 3 席獨立董事席次與 4 位女性董事，女性董事比例達 44%，並由董事長室閔桂鈴副總經理擔任公司治理主管。2022 年共計召開 7 次董事會，平均出席率約 83%。

為持續提升公司治理績效，寒舍餐旅於 2021 年 3 月董事會通過關係人交易管理辦法，強化關係企業間之風險控管。

董事會成員詳細資料請詳 111 年報第 14 頁至第 17 頁

寒舍組織架構圖



110/10 生效

■ 選任及多元化

寒舍餐旅董事會成員之選任依循「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，並就董事會運作、營運型態及發展需求擬訂適當之多元化方針，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。



寒舍餐旅董事選任程序

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	41-50	51-60	41-50	41-50	71-80	71-80	71-80	51-60	51-60

■ 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，就年度稽核查核執行狀況、內控自評結果及內外部稽核發現進行報告，若遇有重大異常事件時得隨時報告之。審計委員會每年至少召開 4 次會議，2022 年共召開 5 次審計委員會，委員平均出席率為 93.33%。

■ 薪資報酬委員會

寒舍餐旅設立薪酬委員會成員共 3 名，負責協助董事會在公司經營績效、個人表現、同業水準及未來風險等因素之綜合考量下行使其職責，定期評估個別經理人的表現與公司經營績效及未來風險之關聯合理性，以決定其薪資報酬。薪酬委員會每年至少召開 2 次會議，2022 年共召開 2 次薪酬委員會，委員平均出席率為 100%。

■ 董事會績效評估

寒舍餐旅於 109 年通過董事會訂有「董事會自我評鑑或同儕評鑑辦法」，每年一次定期進行董事會績效評估作業；績效評估範圍包括整體董事會、個別董事成員及功能性委員會績效評。2022 年度已完成董事會績效評估，彙總綜合結果提報於董事會，針對可加強處提出改善建議並運用於個別董事薪酬及提名續任之參考，彙總綜合結果均顯示「董事會及其功能性委員會運作良好」。

■ 績效評估衡量項目

董事會績效評估之衡量項目

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

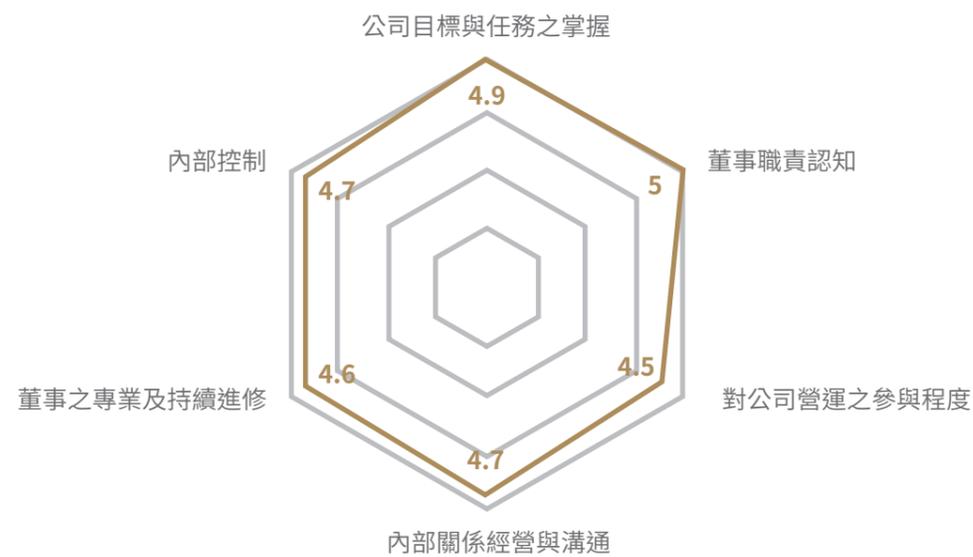
董事成員績效評之衡量項目

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

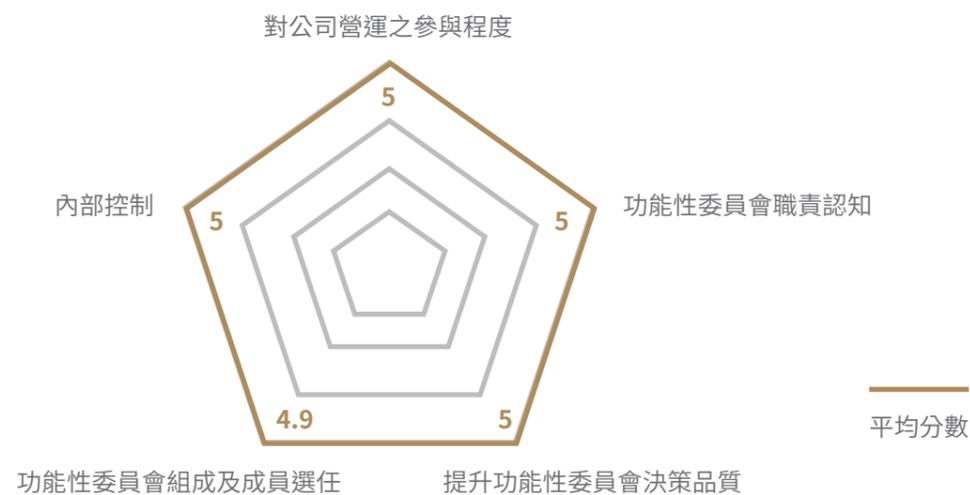
功能性委員會績效評之衡量項目

對公司營運之參與程度、功能性委員會職責認知、提升功能性委員會決策品質、功能性委員會組成及成員選任、內部控制。

董事成員考核自評問卷



功能性委員會績效考核自評問卷



— 平均分數

■ 董事會薪酬制度

董事酬金之報酬依公司章程規定辦理，並由薪資報酬委員會考量整體董事會表現、公司經營績效及未來營運等，擬具分派建議經董事會決議通過並提報股東會後，再依董事對公司營運參與程度及貢獻之價值分派之。

1.2.2 風險管理與因應

董事之酬金詳細資料請詳 111 年報之第 24 - 25 頁



公司治理專區網頁

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	各項作業之風險管理，依業務性質及風險特性予以集中管理及分層執行，並由稽核單位對於風險項目進行控管及查核。 針對天災制定火災、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。
投入資源	<ul style="list-style-type: none"> 安全室每月進行 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。 24 小時安全室值班。 飯店同業聯防系統。
2022 績效成果	<ul style="list-style-type: none"> 2022 年舉辦飯店聯防會議共三場。 每日進行急難應變、加強監控設備系統確認。 以台北喜來登為例，巡檢飯店各區域之安全巡查共執行 7,665 次。 針對後疫情產業型態改變迅速順應市場調整策略。

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「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，以確保公司營運運作健全與有效降低營運風險。

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。

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。

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，以強化寒舍餐旅整體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住宿。
- 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。

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。

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。

針對疫情後飯店產業改變，提出迅速順應市場調整策略、多工人才養成、以及強化餐飲優勢，積極拓展數位與實體通路等 3 大規劃：

■ 強化餐飲優勢

- 因疫情趨緩生意回流，台北喜來登停止由同仁外送服務，但仍持續推動自取或外送服務，若有外送需求客人可選擇計程車送餐跳錶收費。
- The Deli 不定期推出外賣品項，含常溫、冷藏、冷凍商品，供賓客選擇。餐廳自助餐持續提供拋棄式手套供消費者取用、持續開發各項外賣食品、顧客用餐後以酒精消毒桌面等。
- 礁溪寒沐於疫情期間推出的宅在家麵包禮袋廣受好評，成功推廣我們的麵包烘焙相關產品，相關產品也深受團媽青睞，2023 年沐選開幕擴大麵包產能及銷售，目前每週團媽開團，每月團媽營收約 10 萬元。
- 同時，根據餐飲銷售模式的變化，寒舍也不斷開發新的外賣商品，例如開始和超商超市合作，增加銷售渠道，搶攻冷凍即食餐點，積極拓展數位與實體通路的銷售平台。

■ 多工人才養成

- 疫情後缺工問題嚴重，除積極招募新進人員，並建立完善之人資制度，定期檢討員工薪資福利政策及員工滿意度，重視培訓及栽培未來接班人，特別設立「寒舍學堂」，主管培訓課程，循序漸進完備各級主管的管理以及領導能力，另外，亦陸續加入 AI 數位工具的運用，以減少缺工的窘境。

■ 迅速順應市場調整策略

- 除了各餐廳定期推出餐飲活動外，也提供寒舍美饌卡的會員與「寒舍生活 App」強化客戶關係管理，增加黏著度。
- 發展親子旅遊市場、城市度假之國旅市場因遠距工作而產生的工作度假市場。
- 餐飲業務部份，積極發展內用、外帶、冷凍商品等多通路業務，以補足商務旅行業務減少的缺口。



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。

若接待自主管理客人，於房客住宿期間不提供打掃服務，入住前準備好相對天數的備品於房內供客人補充使用，房務員送備品亦不會接觸到客人。為安全起見，同時禁止客人使用館內公共設施與餐廳。退房後，依照政府規定用 1:10 之漂白水做擦拭、6% 次氯酸水做消毒。

■ 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

重大議題： 客戶隱私管理	對應 GRI 重大主題 GRI 418
對公司的意義	資訊安全一直是公司內部推動資訊化重要任務，確保我們的客戶與公司資訊訊息皆能夠得到保密、安全且妥善的管理。
政策與承諾	寒舍餐旅訂有資訊安全風險管理政策，並且透過資訊安全委員會審視集團與各子公司資安治理政策，監督資安運作情況，並定期向董事會報告資安治理稽核狀況，總經理與資訊主管負責集團資訊安全治理、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良好的資訊安全意識。
目標	<ul style="list-style-type: none"> • 提升同仁資訊安全意識 • 無重大資通安全事件
投入資源	<ul style="list-style-type: none"> • 資訊安全委員會 • 跨公司電腦網路系統加強網路安全管理 • 針對各種新型態網路攻擊，建置 WAF 防護 • 定期進行風險評估和弱點掃描 • 防止資料外洩，建置 DLP • IT 基礎架構每季委任專業網路安全公司定期檢視
2022 績效成果	<ul style="list-style-type: none"> • 新增 Active Backup for Business 備份系統 • 新增 3 館備份 NAS 及喜來登 Tape Driver 共 80 萬元 • 2022 年無發生個資相關投訴案件 • 資訊處於 111 年 3 月份安排無預警發送模擬網路釣魚及詐騙信件測試，三館統計測試約 470 封 Email，演練結果如下： <div style="text-align: center;"> <p>● 點擊連結 ● 輸入帳密 ● 無反應</p> </div>

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重點並定期檢視監督。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。

寒舍餐旅資訊安全委員會組織架構



除設置「資訊安全委員會」為權責單位，寒舍餐旅已建置資安管理機制，以防範電腦網路犯罪與危機，另通過「資訊系統中斷服務之緊急應變計劃」並規劃定期演練、優化，當發生資安事件或系統毀損時，也能於最短時間恢復運行到持續營運不中斷。

為降低網路安全風險及維護公司和客戶資料安全，除制定規範，我們也持續透過跨部門的協力幫助，定期辦理教育訓練宣導資安觀念及應用資安工具，在尋找合作廠商時也會特別重視信譽良好並具專業能力之廠商，並於各飯店官網首頁均有防詐騙提醒資訊，平日亦不定期發送簡訊提醒賓客。

短中期目標規劃



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，密碼不可為空白及外流，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。

1.4 誠信經營與法規遵循

1.4.1 誠信經營

寒舍餐旅以誠信正直的高道德標準治理公司，並訂有「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，明確訂出包含利益迴避、餽贈、招待、政治獻金及捐贈之處理程序及相關行為準則，以供組織運作及同仁個人行為遵循之依據，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。

而在外部利害關係人供應鏈方面，對於公司的新供應商期望在確實遵行公司的道德標準及文化的承諾下往來，並聽取其對於公司從業道德之意見，以確實瞭解是否有不符合誠信正直的行為發生，與上游供應鏈一起攜手創造共存共榮、誠信永續經營的環境。



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，並且我們承諾保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置。2022 年未接獲申訴信件。

申訴 方式

- 獨立申訴信箱 : comment@mhh-group.com
- 檢舉專線 : 0979 - 608 - 705

內部為維護同仁權益，加強勞資雙方溝通的管道與頻率及提供同仁諮詢與協助，我們則於員工區域設置「總經理信箱」，藉由暢通的溝通管道，傾聽員工心聲，積極解決員工困擾及問題，建立員工與公司間的信任與承諾，凝聚團結力。此外，寒舍餐旅建置「員工申訴電子信箱及專線」，並規範「就業場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，妥善公正地處理員工申訴，以多元的溝通管道，使勞資雙方可以表達想法並有效溝通，達成勞資雙贏。

■ 稅務治理

寒舍餐旅對稅務作業執行嚴格的管理，確實遵守相關稅務法令及規範，寒舍餐旅重視誠信經營並依法納稅，善用政府免稅或減輕稅捐的規定，以合法節稅，嚴謹營運且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，維護股東與投資人之權益，以負責任的方式管理稅務事務，同時反映對企業社會責任的承諾，履行職業和道德義務，並落實企業永續發展。

■ 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。由財務單位針對部分內外場人員，教導成本控制、預算編列、分析報表等專業知識，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，促使公司主動辨識與評估與自身產業有關之法規，並重視員工廉潔操守。
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 0979-608-705。
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責管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。 • 執行年度稽核計畫相關作業，稽核重點除了法令規定必要查核項目外，另有針對食安及資訊安全等做查核。

2022 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」，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責管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及董事會，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、各單位自我評估執行情形、舉辦教育訓練、稽核室定期查核等行動方案。2022 年寒舍餐旅所推動的法規相關教育訓練參訓人數達 590 人次、累計時數達 627 小時。在我們逐步的推動多項法治觀念下，截至 2022 年底，未接獲超過 100 萬元以上行政機關之重大罰鍰。

課程	課程時數	參與人數	
		管理職	非管理職
寒舍講堂－值勤法律常識與案例分享	10.5	1	6
經理人與受雇人應知的法律規範與責任	295	116	2
職前訓練－個人資料保護法	107.5	36	394
其他 ^註	214	19	16

註：註其他課程包含：財務、稅務及法令遵循實務、內稽內控個案法實戰、我國內線交易最新實務發展等多元法遵程

1.5 營運績效與發展規劃

2022 年雖持續受到新冠疫情衝擊，但隨著全球疫苗普及化及與病毒共存意識下，全球各國陸續解封邊境，台灣於 2022 年 10 月也正式解除邊境管制並逐步放寬邊境檢疫及口罩政策，來台客陸續回流，飯店整體營運也開始回溫。寒舍餐旅於國境開放前，即積極進行各項業務及行銷規劃並持續與國內外業務保持聯繫，以期能在國境開放後，迅速取得商機；同時也調整營運策略及內部組織以因應疫後變局。

依據交通部觀光局統計之 111 年各縣市國際觀光旅館營業收入排行榜，2022 年台北喜來登大飯店及台北寒舍寒舍艾美酒店合計總營業收入淨額新台幣 26.36 億元、礁溪寒沐酒店住房率達 69.64%，隨著國境開放而逐漸復甦。於 111 年 5 月開幕之台北寒居酒店，今年度也有不錯的成績。

雖疫情逐漸趨緩，但為了員工與顧客安全著想，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 2023 年持續締造佳績。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。更多詳細財務資訊請至 111 年寒舍餐旅年報。

■ 寒舍餐旅長、短期業務發展計畫：

1. 短期業務發展計畫：

- (1) 提高食安自主管理及強化供應商源頭管理機制，以維護本公司美食形象及保障消費者權益。
- (2) 加強消費者防護，提升旅程彈性及數位化服務，以提供消費者深刻的旅遊體驗。
- (3) 運用客房庫存 / 市場供需與售價之有效控管，增加每房之平均產值。
- (4) 為因應國際性連鎖旅館經營者之長遠競爭，將提高服務品質並積極培訓旅館專業管理人才。
- (5) 加強服務品質以成為「台灣最高品質之餐旅品牌」為宗旨，整合集團旗下之旅館及餐飲服務，推出「寒舍生活 APP」數位化平台，提供會員消費累點及一次性購足的便利性服務等，進而穩定提升國內外餐飲及住宿客源之忠誠度，以降低市場競爭之風險，進而鞏固現有客源並積極開發新市場客源。
- (6) 積極與異業合作，將產品結合住房包裝，提升市場話題性、共創商機。

2. 長期業務發展計畫：

- (1) 充分發揮品牌與飯店產品優異性，審慎控制經營成本及銷售通路極大化以提昇營業利潤，並持續發展市場行銷導向之事業體。
- (2) 提供個人化之精緻體驗服務，以創新的產品，殷勤便捷的居留環境提昇客戶的滿意度與使用頻率。
- (3) 增加商務旅客之住房比率及附加消費金額，維持市場較高收益之領導地位。

- (4) 持續尋覓適合地點以發展觀光旅館事業分支據點，以提供高品質之住宿及休閒設施。
- (5) 積極爭取獎勵旅遊與國際會議在台舉辦之場地服務與住房機會。
- (6) 開發餐飲新通路市場，以開拓客源、拓展營收，增加營收成長動能。

■ 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。下表為寒舍餐旅參與之重點公會及協會：

協會	會員
台北市停車場同業公會	●
觀光旅館同業公會	●
中華民國工商協進會	●
美僑協會	●
台北市護理師護士公會	●
電梯協會	●
中華國際會議展覽協會	●
中華民國展覽暨會議商業同業公會	●
COSTCO	●
青年總裁協會	●
台灣飯店科技工程管理協會	●
旅館金鑰匙協會	●
中華民國觀光旅館商業同業公會	●
護理師公會	●
宜蘭北區扶輪社	●
宜蘭西區扶輪社	●
宜蘭縣溫泉產業發展協會	●
宜蘭縣旅館商業同業公會	●



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。

2022 年亮點績效

- 台北喜來登請客樓餐廳於 2022《臺北米其林指南》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入選餐廳推薦
- 台北喜來登大飯店獲「第一份台灣人觀點的美食評鑑 500 盤 The 500 Dishes Award」，請客樓獲 4 盤、辰園獲 1 盤及桃山獲 1 盤



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。2022 年三館在地食材採購比例 77%，展現大地精華原味。



預防食安事件，強力把關食品安全

寒舍餐旅積極地培養食品安全與衛生方面的專業人才，並在各館設置食品技師，協助食材的採檢、人員培訓、供應鏈管理和稽核，以及緊急食安事件的處理。



高規格清潔，落實防疫行動

寒舍餐旅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。



3 健康與福祉



6 淨水與衛生



12 責任消費與生產

對應之 SDGs 指標

註：由於寒居酒店開幕尚未滿一年，量化數據將於明年度呈現於報告書中

2.1 東西薈萃 食尚饗宴

寒舍餐旅旗下的餐廳融合了中西方的藝術和人文特色，為顧客提供多元化的美食選擇。我們精心設計每道美食，從嚴選食材到用心烹調，更加注重食材的溯源管理與品質檢驗，確保每道菜品健康、安全且美味，帶給每位顧客最精緻的餐飲體驗，以下為寒舍餐旅旗下餐廳數及員工人數。

寒舍餐旅餐廳數量與員工數

餐廳數量 (間)	餐廳員工數 (人)
21 間	共 616 人

註：餐廳數量包含餐廳、宴會廳、酒吧、輕食烘焙坊等

為了讓來自世界各地的顧客更加了解寒舍餐旅品牌，我們打破傳統思維，融入潮流趨勢元素，並運用創新手法來推廣三個館區的活動。我們加強利用社群媒體行銷、口碑傳播、網紅和藝人合作等方式，充分利用各大社交平台來為我們的餐廳、酒吧、輕食烘焙坊和宴會廳宣傳線下銷售活動。同時，配合員工熱情、真誠的介紹，提升整體品牌形象，使各個餐廳在活動期間的客流量和消費額顯著提高。

台北喜來登

愛的繽紛慶典：台北喜來登大飯店 SUKHOTHAI 泰式餐廳的彩虹驕傲月特別活

台北喜來登大飯店為慶祝彩虹驕傲月為慶祝彩虹驕傲月，於 10 月 10 日至 11 月 6 日在 SUKHOTHAI 泰式餐廳推出以性別友善為主軸的活動，提供 6 款限定甜點與飲品，展現愛的多樣性。此外，酒店還推出「彩虹巡禮」住宿專案，包含早餐、彩虹折扇、專屬小禮及 SUKHOTHAI 餐廳的甜點或飲料。活動期間，餐廳 Logo 換上「彩虹新裝」，並打造「為愛振翅」打卡牆。泰式雞蛋糕、彩虹娘惹糕等經典甜點與特調飲品皆呈現繽紛色彩，讓顧客感受南洋熱帶風情與愛的多樣性。



台北寒舍艾美

「閨蜜盛宴」：寒舍艾美酒店獻上海陸美饌，搭配 Marc Jacobs 香水的優雅之旅

台北寒舍艾美酒店推出「饗樂假期」住房專案，為期 3 月 1 日至 6 月 27 日。入住豪華客房，客人將在舒適雅緻的環境中品嚐奢華的海陸晚宴，包括黃金蟹海鮮沙拉、清蒸龍蝦佐蒜味鮭魚卵、爐烤美國肋眼牛排搭威士忌醬汁等美饌，並享受精選法式甜點。入住當晚可免費享受雙人客房餐飲與紅酒，隔日早晨，在客房品味咖啡，再到探索廚房享受豐盛自助早餐。此外，客人可選擇加價升級至主管套房，體驗更寬敞的空間與時尚唯美的設計。



礁溪寒沐

和平之味：寒沐酒店創意調酒攜手援助烏克蘭難民

礁溪寒沐酒店 MU BAR 推出「world peace 限定調酒」，擷取烏克蘭國旗色彩，使用蘭姆酒、柳橙、鳳梨、檸檬和椰子酒調製。3 月 6 日至 31 日，每日 11 點至晚間 10 點半買一送一優惠。酒店將單杯售價的 30% 捐至無國界醫生基金會，協助烏克蘭難民，期盼戰爭平息、世界和平。



寒居酒店

彩虹之愛：寒居酒店擁抱性別平權，為台灣同志大遊行締造溫馨友善空間

寒居酒店獲得 Booking.com 頒布的 Travel Proud 標章，成為彩虹族群友善飯店。為慶祝第二十屆台灣同志大遊行，酒店推出「寒居愛很大」住房專案，提供彩虹大禮包及宵夜組合。此外，酒店設有「Light Up the Rainbow」炫彩拍照空間，以霓虹燈和平權口號裝飾，支持性別平權。專案適用於 10 月 28 日至 10 月 31 日入住的賓客。



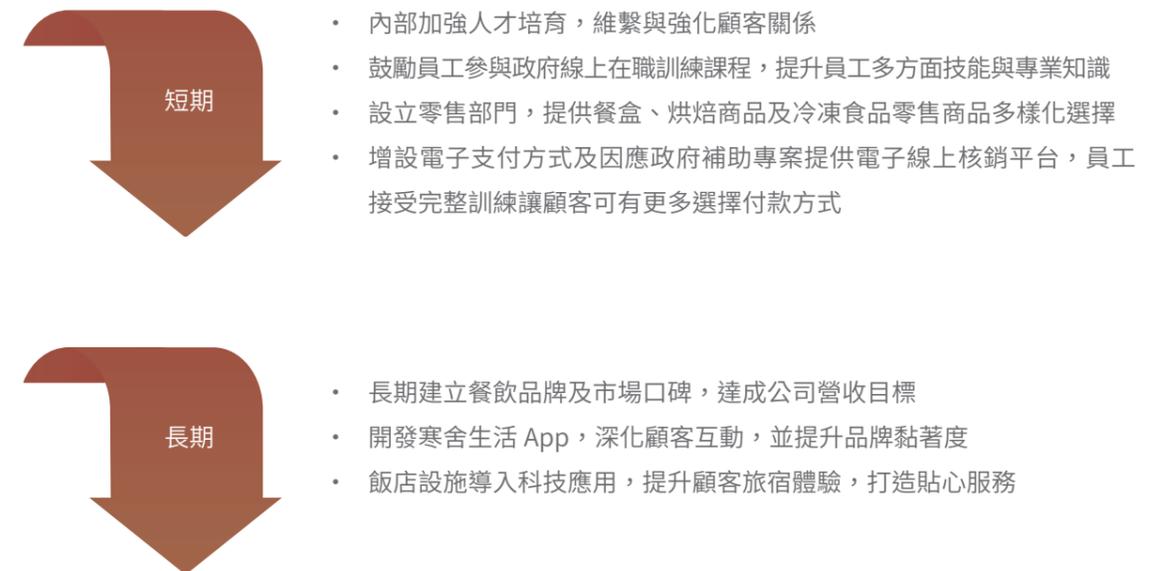
2.2 客戶關係

重大議題： 客戶關係	對應 GRI 重大主題 GRI 3、416
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，提升顧客滿意度、注重客戶隱私，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。順應科技發展及使用者需求，於空間、設備、餐飲等各面向追尋更上一層的革新與成長機會。
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，成為顧客心目中的旅宿酒店首選，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，優化顧客旅宿體驗 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、TripAdvisor、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。 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。 提供高品質的住宿體驗，完成淋浴間牆面與玻璃門換新、傢俱油漆及相關工程維護。 提升產業競爭力，安裝智能音箱系統，使房客可以透過聲控的方式，搶先體驗智能科技帶來便利的客房服務。 為回頭客提供特別客房優惠和客製化服務，包括問候 / 護送至房間 / 道別。
2022 績效成果	<ul style="list-style-type: none"> 礁溪寒沐獲得知名網路平台「網路溫度計」15 大最頂級礁溪溫泉旅宿 2022 年無侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴之情事 寒居引進 DX 清掃機器人，負責公共區域及客房走廊清潔，節省人力，台北喜來登亦於 2023 年 5 月啟用 台北喜來登於 2023 年 5 月引進貝拉送餐機器人，提供大廳酒吧送餐服務 台北喜來登及礁溪寒沐增設電動車充電樁 台北寒舍艾美所有客房電視更新為 60 吋電視，提供客人更優質的影音服務

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、人員服務禮儀與作業程序等所有環節，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，以期能吸引新客戶並帶給常客全新感受，致力於滿足跨世代顧客全方位的餐飲需求，在傳承經典的同時，能永續創新。攜手國內外消費者一起邁向百年願景。以下為實現願景所制定之 2022 年目標：

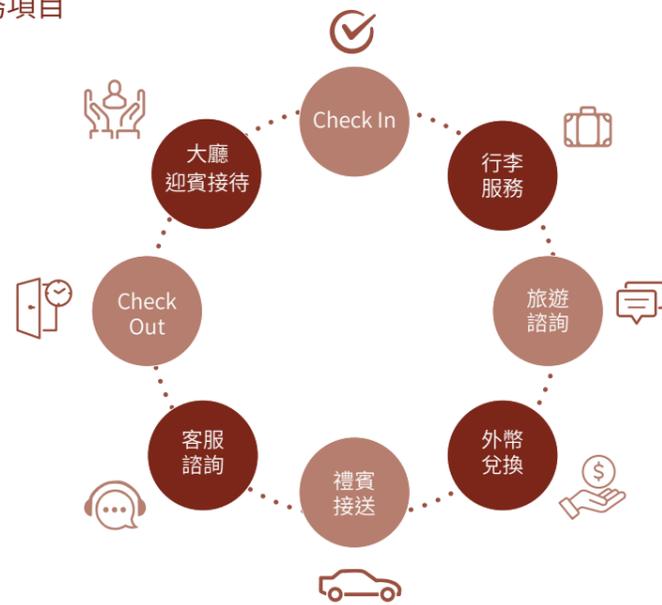


為確保我們的餐飲服務致力於符合顧客之需求、建立市場口碑，及獲取餐飲市場的消費趨勢與偏好資訊，並清楚掌握市場之脈動，我們會定期進行線下實體餐廳的訪查，包含試菜與市場調查等檢視行動。此外，寒舍餐旅每年皆會安排各餐廳內外場人員進行餐飲市場參訪，讓第一線的烹飪與服務人員見習其他標竿餐廳的菜色口味餐飲組合設計、服務流程與品質及硬體設備建置等不同層面的優點，並提出優化報告與建議給內部同仁參考，作為未來精進的根據。平時，我們也積極與國內同業進行訊息交流，透過定期舉辦分享會來交換區域性資訊與近期消費趨勢，使我們的餐飲品牌維持高水準與競爭力，如礁溪寒沐酒店與礁溪地區同業皆保有良好的關係；公關部門會定期蒐集市場資訊，訂席組人員亦會更新每週台北飯店的優惠活動，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。2022 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。

■ 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

在台北寒舍艾美酒店，入住套房房型或擁有萬豪會員白金卡等級的賓客可於行政貴賓廳享受一系列貼心的商務服務，如會議室預定、服務中心和商務中心服務，以及房務擦鞋等。此外，客務部的 Surprise & Delight 團隊根據客人訂房時的特殊需求以及對客人的了解與觀察，提供量身定製的房間佈置和擺設，旨在營造驚喜並滿足客人期待，從而提高客人的住宿滿意度。

■ 台北寒舍艾美—數位多元服務

今年度台北寒舍艾美為客房提供智能音箱 AI 語音服務，提供客人多元服務：如開關房內設備 / 音樂娛樂設備 / 旅遊美食相關諮詢 / 客房備品需求等相關服務皆可透過智能音箱完成，並且同時將所有客房電視更換為 60 吋大螢幕，且安裝電視鏡射功能，希望可透過不斷優化，提升顧客更豐富的住宿體驗。

■ 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。

晚安，好夢

為了提供最舒適的住房體驗，礁溪寒沐酒店為賓客準備了四種不同材質的枕頭 (海綿記憶枕、乳膠記憶枕、化纖睡枕及台灣有機茶葉枕)，賓客可根據個人需求和喜好，挑選最適合自己的枕頭，提升睡眠質量，帶來更美好的住宿體驗。



慢旅樂活

在宜蘭的好山好水中緩步慢行，實踐礁溪寒沐酒店精神，創造專屬自己的手作風格！體驗親子同樂，伴寶貝度過歡樂午後時光。在賽車道上體驗小賽車，找回童年回憶！



長樂未央

此句話代表永遠歡樂，快樂沒有止境。礁溪寒沐酒店為了更豐富賓客的住宿體驗，戶外區增設全新多樣有趣設施，包含兒童高爾夫球推桿場、棒球九宮格、籃球九宮格、射箭、盪鞦韆等遊樂設備，邀請大小朋友一起切磋球技，FUN 享天倫樂趣！



GOLF

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 年起每半年舉辦高爾夫球敘聯誼活動，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。



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

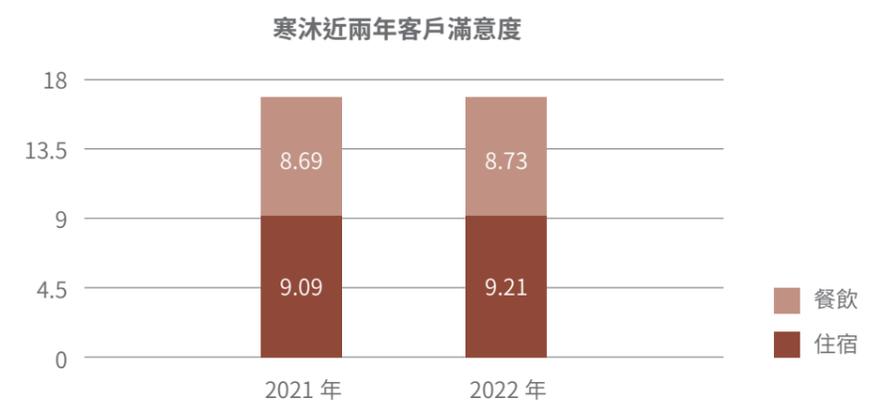
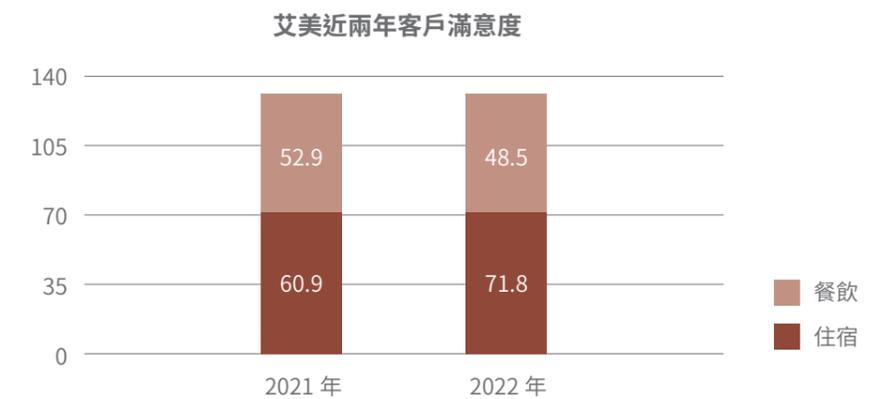
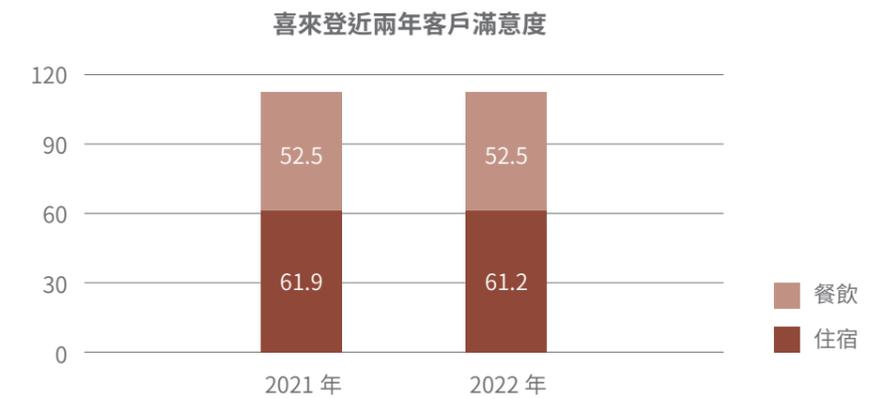


台北喜來登及台北寒舍艾美同屬加盟國際知名萬豪國際酒店集團，該集團運用強大的資訊科技及管理優勢，發展顧客體驗分析 (Guest Voice) 系統，進行顧客滿意度調查及管理，顧客於退房後會收到電子郵件，並連結至網頁進行一系列的問卷調查，以了解其消費經驗、再訪機會、整體服務及公共區域滿意度等。該問卷調查經由 Guest Voice 分析後，個別飯店之營運主管即可於系統查閱相關統計數據、顧客回饋，並於每日營運會議上做出分享及討論改善措施。2022 年主要提出改善項目包含：

- 台北喜來登已將備品全面更換為大瓶裝填充按壓瓶
- 長住客洗衣汰換一次性洗衣袋為可重複使用 / 環保材質的洗衣袋
- 依照顧客登記毛巾數量發放，減少資源浪費

透過這些改善措施，寒舍餐旅不僅能夠達到減塑目標，同時也能降低對環境的衝擊。

■ 2022 年寒舍餐旅客戶滿意度調查結果



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。

2.3 安心食尚 美味上桌

重大議題： 客戶關係	對應 GRI 重大主題 GRI 3、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、客戶的健康以及食品衛生安全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。 定期檢視硬體設備，積極改善與更新。 維護與修繕各館硬體設施，以優化顧客住宿及用餐體驗與安全。
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品品質檢核，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。 <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，並持續回訓相關人員及加強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"> 住宿與餐飲顧客意見表 飯店內接待櫃台及各餐廳 <p>線上</p> <ul style="list-style-type: none"> 各飯店官網客服信箱及專線 社群：Line、Facebook、Instagram 及 google 評論的官方帳號，會由相關單位盡速回覆並提供顧客進一步所需的聯繫資訊。
投入資源	<p>人力</p> <ul style="list-style-type: none"> 安排員工參與 2022 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 2022 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

投入資源	<p>財務</p> <ul style="list-style-type: none"> 2022 年度編列食安預算 \$1,473,732 元 2022 實驗室支出費用為 \$3,739,430 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
2022 績效成果	<ul style="list-style-type: none"> 2022 年寒舍餐旅沒有違反有關產品與服務之健康與安全法規 2022 年寒舍餐旅無違反產品與服務之資訊與標示法規之事件 寒舍餐旅旗下三館 2022 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

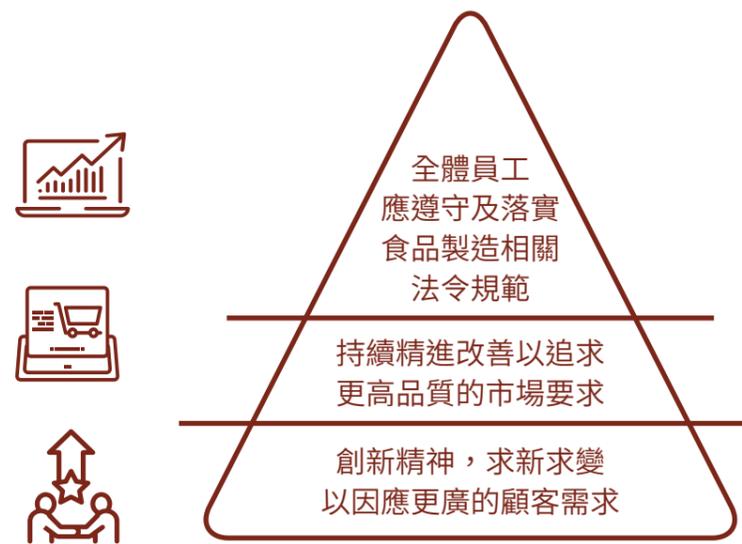
2.3.1 食品安全衛生及品質管理

食品安全管理策略

提供每位賓客安心與美味的餐飲服務，守護顧客的健康與安全一直是我們成立之初的宗旨，也是我們始終秉持的核心原則。寒舍餐旅遵循國外萬豪集團的《Marriott Global Food Safety》食品安全政策和台灣的食品衛生管理法，並每年接受外部主管機關的稽核檢驗，以確保食品安全。

我們通過嚴格的品質控制和標準、完善的監測和檢測制度、品牌和信譽管理、食品安全培訓，以及消費者反饋和投訴管理，確保食品品質和安全，滿足消費者需求，提高企業競爭力和聲譽。

目前，我們旗下部分餐廳已獲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」的相關規定。我們將繼續秉持核心原則，嚴格把關顧客的健康與安全。為了達到這一目標，我們計劃在 2022 年督導旗下所有餐廳實施食材溯源、檢驗、品質管理以及每日廚房清潔管理等措施。同時，我們將配合 BSA 國際集團檢查和 P2P 寒舍內部檢查，不斷提升餐飲品質，為取得國內外標準認證奠定堅實基礎。目前，我們旗下部分餐廳已獲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」的相關規定。我們將繼續秉持核心原則，嚴格把關顧客的健康與安全。為了達到這一目標，我們計劃在 2022 年督導旗下所有餐廳實施食材溯源、檢驗、品質管理以及每日廚房清潔管理等措施。同時，我們將配合 BSA 國際集團檢查和 P2P 寒舍內部檢查，不斷提升餐飲品質，為取得國內外標準認證奠定堅實基礎。



餐飲品質管理

食品安全一直是寒舍餐旅重視的問題，因此餐飲品質管理做法考慮更多關於食品安全的相關因素，例如實行更嚴格的食物安全標準、確保食品保存的衛生環境、加強食品衛生知識的宣傳和培訓等。

寒舍餐旅實施菜餚的標準化 SOP，嚴格要求現場作業遵循標準作業流程。結合集團的食譜卡機制，我們確保每道菜餚從採購食材到經過多道程序的處理、調味、烹飪，直至最終出餐時，都能保持相同的高品質水準。此外，我們進行餐前隨機試菜抽查與不定期的主管試菜，每週對廚房和用餐場所進行例行性巡檢，內容涵蓋環境衛生、食材分裝與標示、食材離地等事項。

食材分裝與標示方面，我們要求食材的品名、進貨和開封日期、有效期限和過敏提示等資訊標示清楚且完整，以確保食材按先進先出的原則使用，避免誤用過期品，並確保顧客品嚐到最佳風味的產品。

為遵循 Marriott Global Food Safety 規範，我們的自助餐檯均標明「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，避免對顧客造成身體不適。

在環保方面，寒舍餐旅致力於實行環境友好的做法，包括落實垃圾分類、各廚房食材互相支援利用以及剩食管理，從而減少浪費。

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、排水溝、通風口清潔、廚房衛生環境，當月份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，以維護顧客的食物安全衛生。為保護顧客及員工，2022 年度仍延續疫情時其作法，客人使用空間由原來 1 小時清潔一次改為半小時清潔消毒一次，採取社交距離、提供隔板等措施，減少交叉感染風險，並培訓員工使用適當的清潔消毒方式，以符合萬豪國際與衛生福利部政府機關的標準和法規。

P2P 寒舍內部檢查

寒舍集團對於食材、設備和服務的營運流程設定了統一標準，以確保三家分店的合規實施。每年，我們會對各分店的食物安全文件記錄、衛生管理、設備維護、個人衛生和蟲害控制等五大方面進行全面的稽查和評估，每家分店每年接受三次稽查。為了監督和提升寒舍集團的食物安全水平，集團內的飯店持續實施互相稽核（Peer to peer audits，簡稱 P2P 稽核）。在 2022 年，共進行了 14 次交叉稽核並提出建議。

內部食物安全稽查的及格分數為 75 分。若未達到及格分數，則需接受複檢，並在每季度的食物安全會議上報告改善進度。2022 年三家分店的 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	85	黃色
台北寒舍艾美酒店	92	綠色
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）

2.3.2 「從產地到餐桌」食材溯源

寒舍餐旅致力於每日為顧客提供最安心、最優質的餐飲服務。從管理系統的導入、食材溯源管理、食材檢驗管理、餐飲品質管理、環境衛生管理到產品標示管理等各個層面，我們都制定了嚴格的把關政策。各館旗下的餐廳需每日檢視各方面的管理，以降低對顧客造成的潛在風險和危害。

遵循萬豪集團的《Marriott Global Food Safety》食物安全手冊，我們對食物的保存、製程和運送等各項規則嚴格把關，確保食物在流通的每個環節都不會受到污染。通過層層通報機制和明確的分工，我們確保每一步驟都符合寒舍餐旅食物安全標準，將食物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進行交叉比對，找出常見的不足之處，並督促相關單位檢視作業流程。透過這些措施，寒舍餐旅持續提升餐飲品質，確保顧客的健康與安全。

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			
海鮮			
蔬果	100%	100%	100%
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，追溯完成之表單會簽相關人員並留存，希望透過長期的練習可有效導入食品追溯機制。



食材追溯表單
Food Traceability Form



台北寒舍艾美酒店

日期: 2022.07.05
餐廳別: 探源廚房
菜名 (中/英文): 華茹黃金蟹海鮮燉鍋
菜單項/Menu Item

FT: 111-07

照片:



成品+原料+半成品		處理人員: 劉信佑			
序號	品名	原料日期	採購日期	備貨數量	有效日期
1	0210002930 大蝦仁 去頭 手動		2022/7/5		
2	0210004150 蒜泥油蔥		2022/7/5		2024/8/18
3	0276016170 玉籽黑糖糖		2022/6/29		2023/8/27
4	0226002130 Spaghetto 粉粉薯粉		2022/6/30		2023/9/30
5	0109000211 鱈魚		2022/6/29		2023/9/30
6	0200002350 九層塔		2022/7/5		2023/12/7
7	0650001451 飛馬粗線蝦粉(粗片)		2022/6/29		2022/9/27
8	0149000930 雙 熟黃連蟹		2022/7/5		2025/2/8
9	0120016204 白蝦		2022/7/5		2023/11/19
10	0150004390 生粉玉米		2022/7/5		2023/4/27
11	0610000150 蝦醬		2022/7/1		2024/12/9
12	0600000150 蝦醬		2022/7/1		

總管理: _____ 行政主廚: _____ 採購人: _____ 填表人: _____

食材溯源表單

食品安全管理策略

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。

在 2022 年則針對以下事項進行作為：

- 哈根達斯香草口味受食安風波影響，飯店端有做及時下架更換
- 來自日本食品須標示 " 都道縣府 " 來源地
- 供應商禾禾園櫻花蝦混參事件，已停止交易
- 竹筴重金屬超標，已下架退貨

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，且 2021 榮獲認證。台北寒舍艾美申請第三方協助認證該館之宴會廳取得 HACCP 驗證，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

2.3.3 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，並於台北喜來登及台北寒舍艾美實驗室進行檢驗，及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、台北寒舍艾美及礁溪寒沐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，並因應臨時的食安事件進行隨機性檢測。

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及企業社會責任，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，2022 年檢驗結果如下，不合格比例為 0.86%：

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	348	0
肉品瘦肉精檢測	萊克多巴胺快速檢測試劑套組	128	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	515	8
SO ₂ 二氧化硫檢驗	二氧化硫快速檢測套組	240	4
過氧化氫 (H ₂ O ₂) 檢驗	過氧化氫簡易試劑	99	0
皂黃檢驗	皂黃、二甲基黃、二乙基黃三合一簡易試劑	68	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 2022 年之食品安全實驗室相關支出費用共計 \$ 3,739,430 元，佔寒舍餐旅當年度營業收入 0.11%。

自主檢驗流程

各館每週進行一次自主檢驗，早上進貨時，食品技師於食材驗收區或廚房抽樣檢驗，檢查食材有效期限、包裝外觀和品質等是否正常，並於實驗室進行食材檢驗施作，檢驗完成後填寫食品檢測表記錄檢驗結果。若檢驗結果合格，相關單位主管複核後，將食品檢測表交予相關單位保存；若檢驗結果不合格，由權責單位即時通知各館相關部門，對該批食材進行封存退貨，由採購部門立即更換供應商；若該產品是獨家供應商，則協調餐飲部更換食材，以避免食材短缺的情況。食安技師後續會針對該問題食材進行異常改正計畫追蹤，並將同批次食材送交第三方公證單位進行進一步檢測，以確保檢驗結果的正確性，若確認為問題食材，將對供應商執行一次性賠款處罰，並視情節輕重考量是否永久停用。

委外檢驗與作業流程

為了確保顧客食用安全並有效地管理各館餐廳的供膳食品安全，我們每季都會委外進行食品從業人員與供膳食品接觸面的抽樣檢驗，以確保供膳環境及食品從業人員的衛生達標。寒舍餐旅制定了《食品安全自主檢測計畫》，每季由食品技師根據各館的實際情況，選擇需要檢測的類別和對應項目，並將之送至第三方公正機構進行檢驗。

檢驗完成後，食品技師將填寫委外檢驗報告，並提交給主管和負責的單位進行簽核。目前，我們進行委外檢驗的類別包括食品類：米飯、鮮食類、即食類、包裝食品以及即食冰塊；手部、盤具、接觸面和原料類則包括水產和蔬菜。若檢驗結果不合格，相關人員需填寫異常改正計畫並持續追蹤狀況。以下是委外檢測的流程圖以及檢驗項目和頻率：



委外檢驗項目及頻率

樣品種類	檢驗項目	頻率
鮮食類 (生魚片等)	沙門氏菌 + 腸炎弧菌 + 單核球增多性李斯特菌	每季 1 個
生鮮即食蔬果 / 生熟食混和即食食品	大腸桿菌 + 沙門氏菌 + 單核球增多性李斯特菌	每季 3 個
即食類	金黃色葡萄球菌 + 沙門氏菌 + 單核球增多性李斯特菌	每季 1 個
鮮榨 / 還原果汁	腸桿菌科 + 大腸桿菌 + 沙門氏菌	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
食用冰塊 / 冷凍非即食食品	腸桿菌科 + 沙門氏菌 + (大腸桿菌)	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。2022 年度委外檢驗件數共 69 件，其中不合格之比例為 0%，比去年不合格比率 5.1% 下降許多，本公司將會持續嚴格督導，若有任何違規或不合格將會請供應商持續改善並複檢合格，情節較嚴重者直接更換供應商。

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，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，2022 年針對有疑慮的食材自主送檢，送檢 40 件，不合格比例為 0%。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，2022 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。

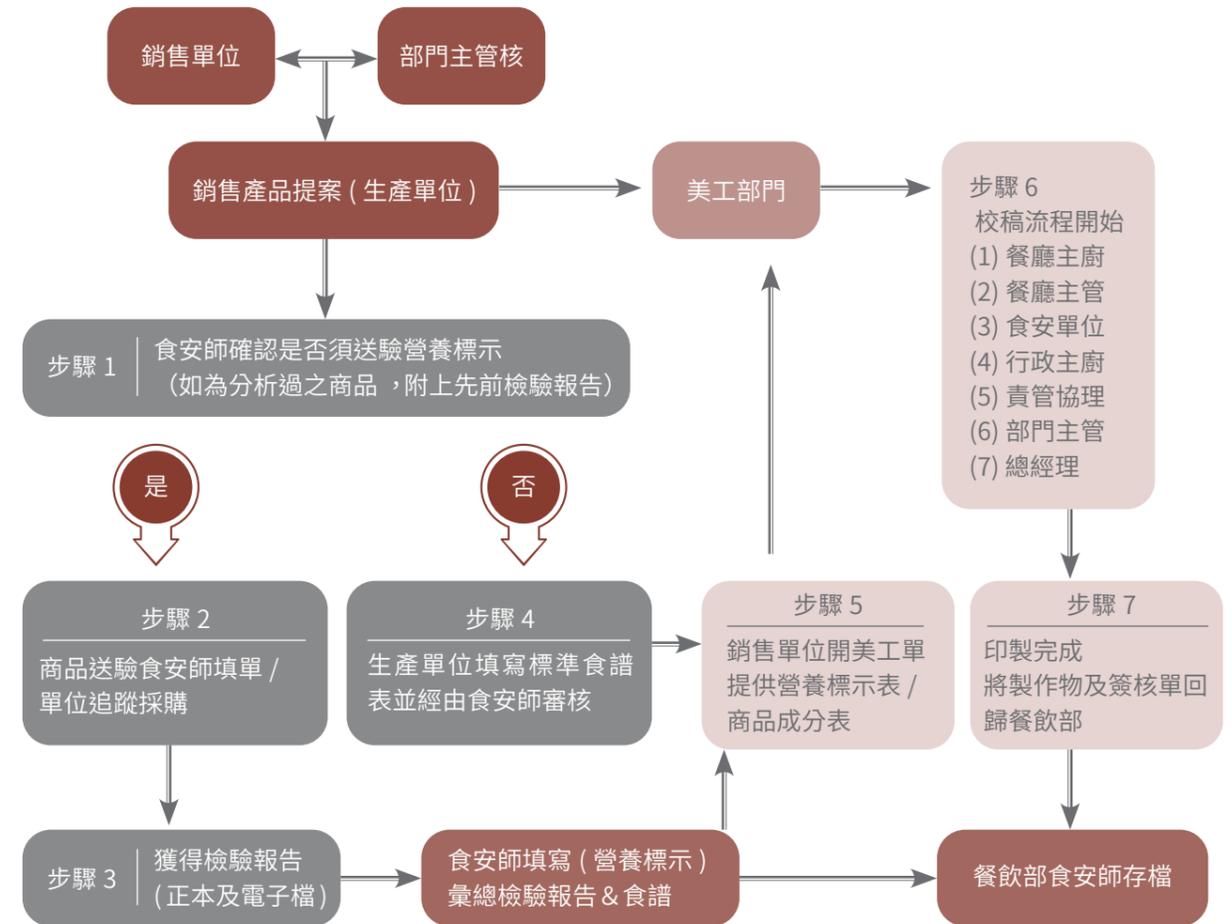
產品標示管理

寒舍餐旅在確保館內餐廳提供健康、安全、衛生且美味的品質之外，對於外賣商品的要求同樣嚴格，絕不妥協。我們針對外賣商品制定了送檢流程和產品標示規範，以展現對食品安全的重視。

在產品標示方面，我們遵循衛生福利部公告的「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」以及「包裝食品含基因改造食品原料標示應遵行事項」等規定進行操作。截至 2022 年，寒舍餐旅並未因外賣商品標示或食品安全問題引發任何申訴或違法情況。此外，我們出售的包裝食品和外賣餐盒都不含基因改造原料，並在包裝上標示可能的過敏原。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。



在寒舍嚴格檢驗及管制下，2022 年未有違反食品安全衛生管理法之事件。

2.3.4 食安小組把關 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。2022 年集團各食安小組共召開 4 次季度會議，會議內容主要包含新法規分享與因應、食安新聞分享、臨時食安事件的處理與應對，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。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，宣導食安相關法令，要求確實執行。此外，寒舍餐旅亦投入資源設置食安實驗室，定期進行自主性檢驗，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

2022 年寒舍持續聘請三位國家考試合格之食品技師及營養師擔任食品衛生專責人員，為了更即時反應所有館內的食物安全突發狀況，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。



寒舍餐旅各餐廳與作業人員需遵守《Marriott Global Food Safety》之食品安全相關規定，並就在職報到前進行食品從業人員健康檢查，確保人員身體健康良好無傳染性疾病，並於職前訓練接受食品安全衛生教育訓練，以確保所製備之食品均達到最高之衛生標準。

此外，本公司旗下三館皆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工作動線，及食品安全相關之標準作業流程，受訓對象亦包括食品安全小組成員及所有供膳人員，以下表格為 2022 年三館共通之食安教育訓練課程，本公司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。

課程種類	人數	參訓總時數
HACCP 持續教育課程	1	8
HACCP 基礎訓練班 (60A)	4	128
HACCP 進階訓練班 (60B)	2	64
食品安全衛生課程	753	381.8
持證廚師衛生講習	290	2320
ServSafe	4	64
Ecolab	17	17
其他	1151	575.5
合計	2222	3558.3

截至 2022 年底，寒舍餐旅持有專業證書之員工共計 309 位，佔總廚師人數 336 位的 92%，包含 HACCP(60A) 45 位、HACCP(60B) 21 位、ServSafe 32 位、CIEH(Lv3) 3 位、旅館業衛生管理人員 4 位、高考食品技師 2 位與高考營養師 1 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	合計
HACCP(60A)	22 位	19 位	4 位	45 位
HACCP(60B)	6 位	11 位	4 位	21 位
ServSafe	19 位	13 位	0 位	32 位
CIEH(Lv3)	1 位	2 位	0 位	3 位
旅館業衛生管理人員	2 位	2 位	0 位	4 位
高考食品技師	1 位	1 位	0 位	2 位
高考營養師	1 位	0 位	0 位	1 位
總計	52 位	48 位	10 位	110 位

2.4 永續供應鏈

2.4.1 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：

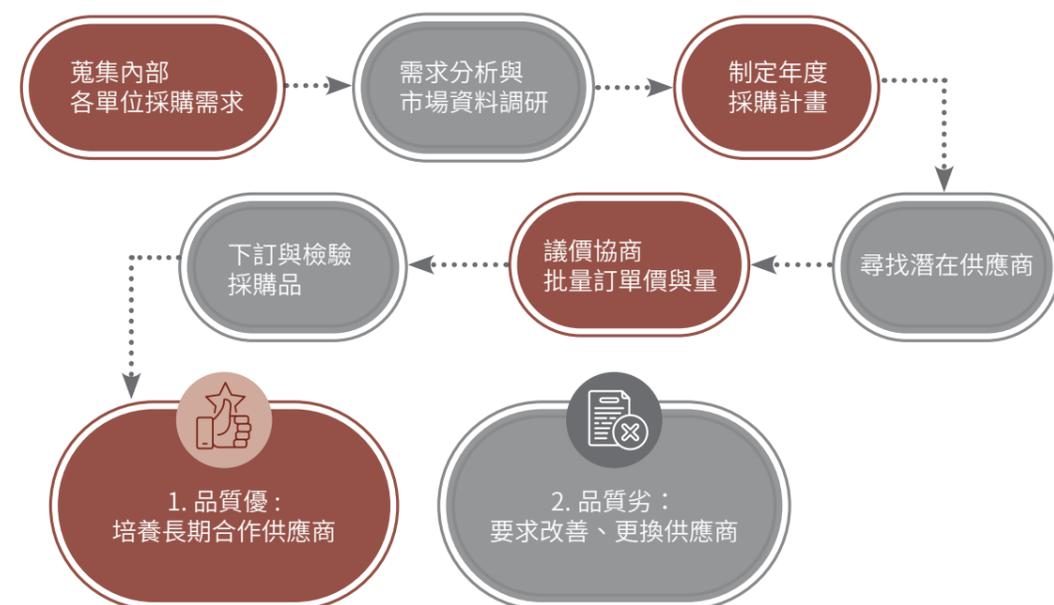
1. 交貨商品剩餘有效期限需大於總有效期限 2/3，低於規定之商品本公司得予以拒收
2. 交貨商品均應符合政府法令規範，並符合相關法規之法定標準，如商品有危害可能，必須於明顯處標示警告及緊急處理危險之方法，如經察覺應標示而未標示，供應商需立即負責予以回收或為必要之處理以除去危害；若已對相關人員造成實際之傷害，同意負擔相關賠償責任

3. 絕無不實際標示或偽造變造或塗改製造日期、製造地、製造者、品質、成分內容、保存期限、違反公平交易法、商品標示法及消費者保護法或其他食品安全衛生相關法規等規定之行為

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。

2.4.2 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，統一為三館採購共同所需的食材、備品和原物料，實現資源共享和綜效提升。採購部負責制定年度採購計畫、食品安全問題的預防策略、危機處理準則以及設備用品的健康安全評估標準等。因此，採購部需深入了解食材、物料和維修工程的成本結構，以提高採購效益、降低成本和簡化採購流程。此外，採購部會定期收集各館各部門的內部需求，進行分析並搜集市場資料。制定完年度採購計畫後，將尋找具有競爭力的潛在供應商，進行詢價、比價及議價，以確定批量訂單的價格和採購量。寒舍餐旅希望利用其強大的議價能力，找到低成本且符合品質要求的採購品項。同時，我們致力於與優良供應商建立長期合作關係。若出現品質不佳的情況，我們會要求供應商立即改善，嚴重者則更換供應商並列入黑名單，以便嚴格管理供應商。寒舍餐旅要求所有食品原料供應商在提供原料前，必須簽署《寒舍集團採購業務交易協定》。協定內容包括雙方合作的具體事項、採購流程的細節，以及反賄賂等條款。



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，2022 年我們將集團內各餐廳所需之龍蝦選用經 SGS 的海洋管理委員會 (MSC) 認證之永續海洋食材 - 波士頓龍蝦，一年採購量為 1,792 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。2022 年寒舍餐旅採購符合國際認可之產品總金額 \$1,903,714 元，占整體採購金額 \$833,140,125 元的 0.22%。

認證標章	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐
ISO9001	3.69%	1.87%	6.71%
CAS	5.21%	3.00%	4.04%
產銷履歷 (請列舉標章, 如吉園圃等)	0.70%	0.21%	0.25%
TQF	0.53%	0.24%	2.33%
HACCP	6.83%	2.55%	8.28%
ISO22000	6.66%	2.52%	8.70%
合計	16.18%	9.69%	4.15%

註 1：本項定義為依據食藥署發布之「食品添加物含基因改造食品原料標示應遵行事項」：非基因改造食品原料因採收、儲運或其他因素等非有意摻入基因改造食品原料，且該項原料百分之三以下者，得於外包裝明顯位置進行標示，惟現未有公認、一致之標章機制。

註 2：比例計算方式以一般品進貨總採購金額為分母；具認證標章之一般品總採購金額為分子。

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，2022 年寒舍餐旅符合國際認可之茶包及咖啡採購金額為新台幣 \$1,926,551 元，佔 2022 年之茶包類及咖啡採購支出 16,153,488 的 11.93%。

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) 認證的金百利及永豐餘衛生紙，2022 年採購總金額為新台幣 \$2,404,082 元，佔 2022 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 4,325,358 的 55.58%。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 2022 年綠色採購金額與各館採購具國際認證標章之食材比例：

	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	0.070%	0.040%	0.009%
	ETP 道德茶葉合作夥伴認證	0.065%	0.003%	0.011%
	SA 英國土壤協會有機認證	0.000%	0.028%	0.000%
衛生紙	FSC 森林管理委員會認證	0.478%	0.152%	0.212%

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

寒舍餐旅致力於優先選用地食材，以促進台灣本地農民的發展和鼓勵永續環境。在 2022 年，寒舍三館的在地食材採購比例達到了 77%。同年，我們在礁溪寒沐酒店積極推動在地採購計畫，通過與宜蘭當地的小農契作合作，共同創立有機蔬果專案，支持小農，提高在地產品的使用比例。此外，我們還整合了其他食材，設計出多道創意料理，讓真實的原味成為我們的獨特特色之一。對於海鮮食材，我們選擇購買當地漁船捕獲的最新鮮產品。而農產品方面，我們與當地休閒農場和農會合作，購入有機食材，並在餐廳內明確標示這些食材的來源。這些食材包括在地溫泉絲瓜、溫泉空心菜、高麗菜、大白菜、金棗、番茄、過貓、紫糯米玉米、黑木耳等。同時，我們在 MU TABLE 推出了「從產地到餐桌」的天然餐食。

我們希望通過縮短產地到餐桌的距離，提高食物的鮮度，拉近人與土地的連結，體現自然生活的態度。同時，讓消費者吃得安心、放心、開心，並減少碳足跡。在未來，我們將致力於深耕在地農民社團，協助小農擴大銷售通路、獲得穩定收益。



2.4.3 供應商年度評鑑與稽核

寒舍餐旅對供應商進行年度評鑑和作業現場稽查，以確保原物料源頭管理和供應商衛生安全得到有效檢查。各館的食品技師和採購部共同對供應商進行評分。在原物料源頭管理方面，2022 年我們對 123 家食品和飲料供應商進行了評鑑，佔總食材供應商家數的 32%。台北喜來登根據年度交易金額，對生鮮食品前 60% 和一般食品前 30% 的供應商進行評鑑，而其他館則依照年度交易金額，針對生鮮食品前 30% 和一般食品前 15% 的供應商進行評鑑。以下是年度評鑑指標項目及各面向的權重比例，其中我們將商品品質和供貨狀況的占比提高到 55%，希望加強對原物料品質的篩選，並促使供應商重視這方面。根據各指標的評鑑結果，我們將供應商分為優良、佳、普通和欠佳等級進行管理。對於評級為欠佳的供應商，我們將其列入觀察名單，要求提出異常改正計畫，以便後續追蹤。

館別	評鑑家數	總食材家數	百分比
寒舍餐旅	123	385	32%

評鑑項目	重要發現與改善情形
商品品質 :15% 供貨狀況及服務態度 :40% 經營管理 :45%	2022 年共有 2 間廠商列入觀察名單，我們透過要求廠商提出異常改正計畫並持續追蹤，若仍不符規定將會停止合作。

下表為寒舍餐旅針對供應商作業現場衛生安全檢查部分明訂之稽核類型與檢驗頻率。2022 年新冠疫情仍未平息，我們稽核了 11 家食材供應商，供應商之進貨金額佔 2022 年寒舍餐旅當年度的食材供應商進貨總金額之 8.61%、稽核之供應商家數則佔 2.86%。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，採購部會同食安小組人員一起搭配，輪流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

2022 年寒舍餐旅供應商作業場所稽查項目與結果

稽核家數	11
總食材家數	385
百分比	2.86%
稽核項目	<ul style="list-style-type: none"> 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	主要為供應商人員服務態度差，已要求廠商配合改善
高風險食材評鑑家數	9
高風險食材家數	32
百分比	28%

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。

氣候變遷的議題已是企業永續經營的重點，具有環保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。本公司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，如：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。

2022 年亮點績效

- 寒舍集團成立溫室氣體盤查及推動小組，負責整體計劃擬定及報告書製作等作業
- 寒居酒店新建案取得黃金級綠建築標章
- 參與台電用電尖峰時間帶調整試辦活動，辨識集團尖峰用電時間帶並規畫相對應措施

「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 指標

註：由於寒居酒店開幕尚未滿一年，量化數據將於明年度呈現於報告書中

3.1 TCFD 氣候變遷風險與機會

根據世界經濟論壇（World Economic Forum, 簡稱 WEF）2023 年發布之「全球風險報告」，未來十年內的十大風險中，「氣候變遷減緩失敗」為全球風險感知的第一名，「氣候變遷調適失敗」、「自然災害及極端天氣事件」則以第二、三名緊接在後，顯示氣候變遷議題是全球未來須共同面對的問題。

面對氣候變遷所帶來的轉型風險、實體風險與機會，寒舍餐旅積極佈署與因應以維持企業之競爭力。為落實氣候風險管理並響應聯合國永續發展目標（Sustainable Development Goals, 簡稱 SDGs），寒舍餐旅導入氣候變遷相關財務揭露（Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD）架構，鑑別氣候變遷帶來的風險與機會，並與營運策略進行鏈結，以達成永續經營的目標，並促進與利害關係人間的溝通。



董事會	做為風險監督決策者，由推動小組評估與辨識出風險提報於董事會，由董事會做進一步決策與指導。
推動小組	公司各部門負責蒐集彙整各項風險議題並提報對於本公司具風險之議題，再由推動小組進行風險評估與辨識並將結果呈報於董事會，並實施氣候變遷風險因應措施。

氣候變遷風險與機會鑑別流程

寒舍餐旅氣候風險評估流程分為五個步驟，蒐集相關氣候風險資料、分析與評估，制定相應的策略，並定期檢視執行成效進行檢討，以做為未來精進之方向。

- 1 氣候風險資料蒐集
部門主管訪談
- 2 辨識可能影響的事件及風險因子
鑑別氣候變遷風險與機會
- 3 重大風險及機會說明
- 4 制定風險因應策略
訂定風險管理指標與目標
- 5 定期評估並檢視成效
持續改善並精進

氣候變遷因應策略

治理 Governance

- 董事會及其功能委員會：監督氣候變遷風險、機會、因應策略及相關推動計畫與目標推動成果
- 董事會：做為風險監督決策者，由推動小組評估與辨識出風險提報於董事會，由董事會做進一步決策與指導。
- 推動小組：公司各部門負責蒐集彙整各項風險議題並提報對於本公司具風險之議題，再由推動小組進行風險評估與辨識並將結果呈報於董事會，並實施氣候變遷風險因應措施。



策略 Strategy

- 利用 TCFD 架構，定期鑑別短、中、長期氣候相關的風險與機會，設定相關因應方案持續成長，並針對氣候相關風險與機會對組織的營運、策略和財務規劃之衝擊進行因應



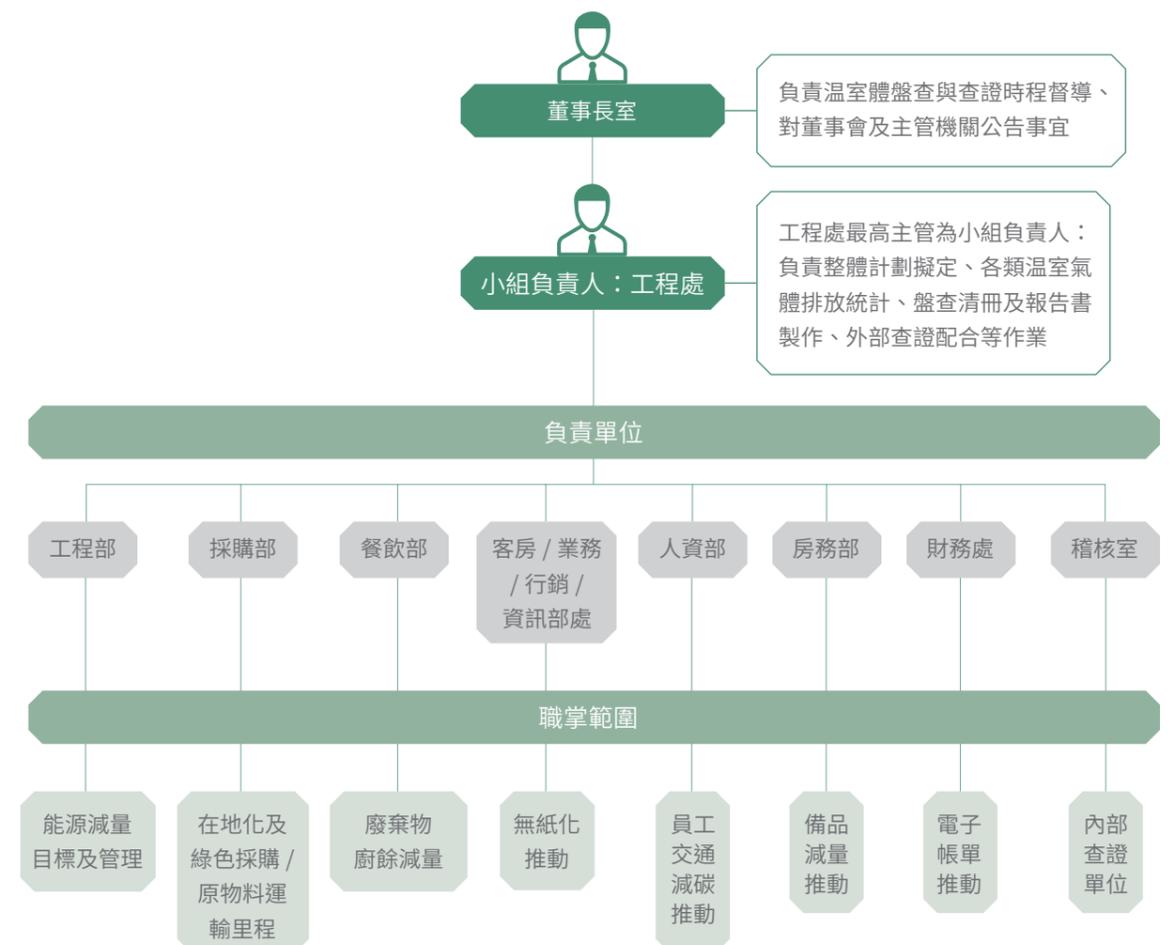
風險管理 Risk Management

- 鑑別在不同情境下可能衍生的政策、法規、市場與科技的轉變、商譽及實質性風險等面向分別進行風險與機會分析
- 透過相關部門討論及研擬，針對前重大風險發展調適與減緩之因應對策，整體評估結果呈報董事會



指標與目標 Metrics and Targets

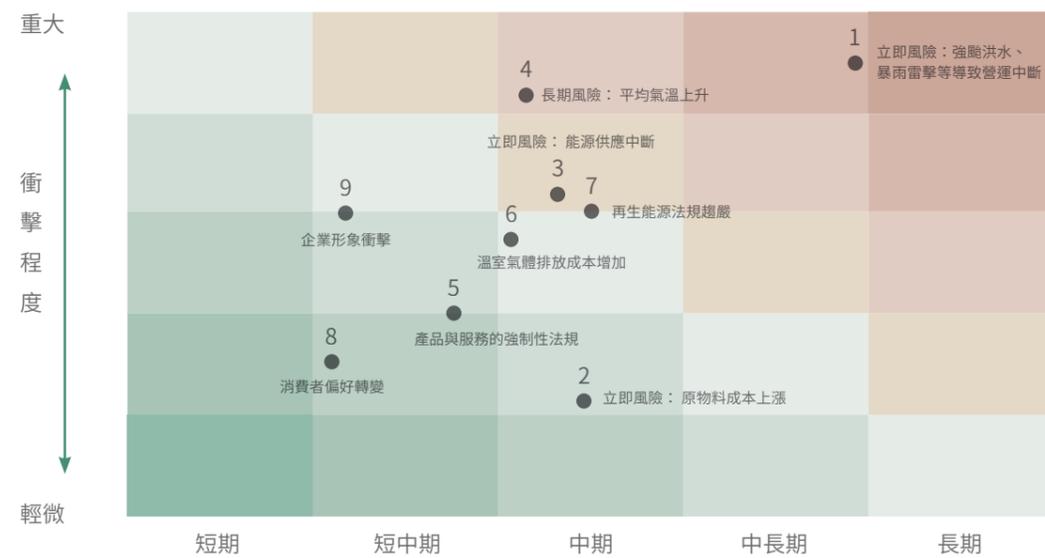
- 建立用水量、能源使用量、溫室氣體排放等氣候相關風險與機會評估管理指標
- 以綠色旅宿概念為出發，減少一次性消耗品使用並提出無紙化計畫，減少旅宿碳排放。



氣候變遷風險與機會鑑別矩陣圖

寒舍餐旅將產業相關風險區分為轉型風險與實體風險，透過蒐集全球產業風險管理報告和台灣法規政策，建立風險與機會議題清單。另為掌握氣候變遷風險變化，每年重新檢視風險評估結果，調整氣候變遷策略，降低風險衝擊及掌握氣候機會。2022 年度針對影響公司營運之重大項目進行說明，並鑑別 9 項重大風險議題及 9 項氣候變遷機會矩陣圖，除為未來風險提前作準備及預防，也思考潛在機會的市場發展方向，以支持寒舍餐旅的永續發展。

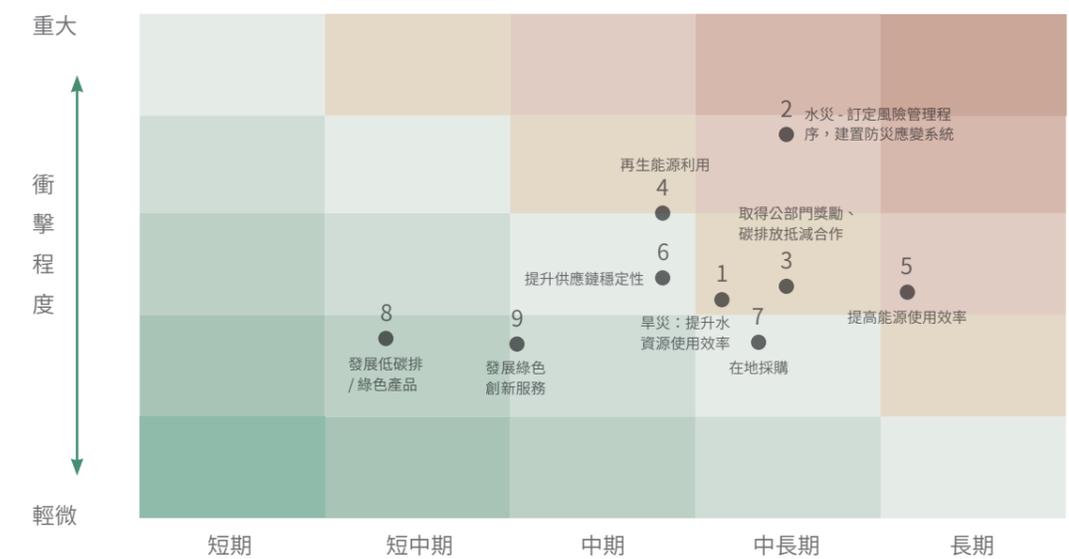
氣候變遷風險矩陣圖



實體風險	立即風險	極端天氣事件	針對極端天氣事件 (強颱洪水、暴雨雷擊等) 影響，可能導致飯店及餐廳營運作業中斷達 10 天以上，且需增加臨時設備運輸 (如：環境災後恢復，加設抽水或灑水裝置)、人員或物料運輸緊急調度等異動，延誤原訂公司營運。
		原物料成本上漲	針對全球氣候變遷導致各項原物料 (災害導致食材價格飆漲、政策提高環保標準導致相關原物料減產) 價格上漲，可能讓食材及其它原物料成本上升或採購困難。
		能源供應中斷	因極端氣候導致電力不足或政府政策限制電力供應等措施導致飯店與餐廳無法如期營運之情形。
	長期風險	平均氣溫上升	針對長期性氣候環境，可能導致飯店及餐廳工作環境因高溫停工發生機率增加、工作效率不佳或人員熱衰竭。
轉型風險	法規面	產品與服務的強制性法規	針對營業場所 / 產品可能或標示制定更嚴格的標準或法規等，例如要求低汙染、可循環、省能源、取得相關環境認證等要求。
		溫室氣體排放成本增加	針對國際或國內開始管制溫室氣體排放量及實施碳稅碳費徵收，考量寒舍餐旅對於相關法規的遵循與費用支付情形。

轉型風險	法規面	再生能源法規趨嚴	針對因未來再生能源法規趨嚴，在原有用電需求下可能增加用電成本 (如：建置 / 購置綠電成本、政府提倡綠電使用故調升電力費用) 之情形。
	市場面	消費者偏好转變	針對市場或終端消費者的行為改變，要求提供綠色服務 (例如：環保的住房方案，或永續的消費飲食)，造成相關採購、教育訓練成本增加。
	聲譽面	企業形象衝擊	氣候議題符合國內外期待，因此若在永續成績與作為方面不足，可能影響到利害關係人對公司的信任程度，進而影響利害關係人與公司合作、招募困難、投資人長期投資的意願或企業形象。

氣候變遷機會矩陣圖



機會	提升水資源使用效率	落實節水措施、提升水資源使用效率，降低生產成本，進而降低缺水時對營運的衝擊與成本。
	訂定風險管理程序	進行淹水情境分析，提升管理淹水風險與建置防水閘門，降低非預期淹水發生時所產生之資本損失，提升氣候韌性作為企業競爭優勢。
	取得公部門獎勵、碳排放抵減合作	取得公部門獎勵、碳排放抵減合作，降低未來可能面臨之碳稅或碳費，達到淨零排放。
	再生能源利用	設置自有再生能源發電設備，降低溫室氣體，降低可能因外在電力不足所造成之風險，並進一步避免未來可能面臨之碳稅或碳費成本。

機會	提高能源使用效率	公司營運中採購最新節能設備（如變頻冷氣機）與建構更具效率之系統（能源監控系統），提高能源使用效率、節省營運成本。
	提升供應鏈穩定性	落實氣候風險鑑別，並定期稽核及輔導高風險供應商，確保風險的有效控制，降低為未來供應商面臨氣候風險變遷時所造成的斷鍊風險，提升供應鏈的穩定性，準時交貨。
	在地採購	積極開發當地供應商，落實在地採購，降低管理營運成本，減少運送的間接運輸溫室氣體排放，並創造地方就業機會與經濟繁榮，增加正面形象。
	發展綠色創新服務 / 商品	減少開發豬肉、牛肉類產品，推出新商品如低碳（豆、白肉、蛋、魚類）餐點、蔬食 / 植物基類品項增加收入，順應市場需求並降低全球因氣候變遷風險所帶來的衝擊。 針對市場或終端消費者的行為改變，發展創新綠色住宿服務，滿足市場需求並提升品牌聲譽。

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。

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。

類型	面向	風險描述	潛在影響	因應措施
實體風險	極端天氣事件	針對極端天氣事件（強颱洪水、暴雨雷擊等）影響，可能導致飯店及餐廳營運作業中斷達 10 天以上，且需增加臨時設備運輸（如：環境災後恢復，加設抽水或灑水裝置）、人員或物料運輸緊急調度等異動，延誤原訂公司營運。	<ul style="list-style-type: none"> 民眾觀光需求減少，導致營運毛利下降。 對氣候變遷做出回應的因應作為開銷成本。 	<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。 透過水利署即時資訊監測水情資訊並擬定缺水對策。 透過營運持續管理降低天災風險，提升應變力。

實體風險	原物料成本上漲	針對全球氣候變遷導致各項原物料（災害導致食材價格飆漲、政策提高環保標準導致相關原物料減產）價格上漲，可能讓食材及其它原物料成本上升或採購困難。	餐飲服務食材成本上漲，侵蝕營業利潤。	<ul style="list-style-type: none"> 提高在地採購比例，並以備用供應來源，維持供應鏈穩定性。 確保多頭供貨來源，並建立供應商行為準則管理。
	能源供應中斷	因極端氣候導致電力不足或政府政策限制電力供應等措施導致飯店與餐廳無法如期營運之情形。	<ul style="list-style-type: none"> 暫停營運等事件導致的營收損失 客訴事件間接影響品牌聲譽所造成的損失 	<ul style="list-style-type: none"> 透過能源管理，穩定廠內營運，提升整體競爭力。 每日記錄能源使用狀況並於月會稟報能源異常狀況。
	平均氣溫上升	針對長期性氣候環境變化影響，可能導致飯店及餐廳工作環境因高溫停工發生機率增加、工作效率不佳或人員熱衰竭。	用電量與碳排放量上升，導致營運費用上漲。	<ul style="list-style-type: none"> 定期檢視用電量，並設定用電減量目標 離峰時間減少設備使用或調整成間歇運轉
轉型風險	產品與服務的強制性法規	針對主管機關未來可能對營業場所 / 產品制定更嚴格的標準或法規等，例如要求低汙染、可循環、省能源、取得相關環境認證等要求。	<ul style="list-style-type: none"> 企業內部轉型以符合規範的額外支出開銷 建置節能系統與購置節能設備的成本 	<ul style="list-style-type: none"> 建立永續採購準則，確保營運符合政府規範。 汰換老舊及高耗能設備
	溫室氣體排放成本增加	針對國際或國內開始管制溫室氣體排放量及實施碳稅碳費徵收，考量寒舍餐旅對於相關法規的遵循與費用支付情形。	<ul style="list-style-type: none"> 繳納碳費使營運成本增加 若違反法規要求須繳納罰款，造成營業費用增加。 	成立寒舍集團溫室氣體盤查及推動小組負責整體計劃擬定、各類溫室氣體排放統計、盤查清冊及報告書製作等作業。

轉型 風險	再生能源 法規趨嚴	針對因未來再生能源法規趨嚴，在原有用電需求下可能增加用電成本 (如：建置 / 購置綠電成本、政府提倡綠電使用故調升電力費用) 之情形。	<ul style="list-style-type: none"> 購置再生能源、綠電憑證的成本。 推動企業綠色轉型的資源投入。 	由寒舍溫室氣體盤查及推動小組參與政府淨零研討會及訓練，了解最新再生法規。
	消費者偏 好轉變	針對市場或終端消費者的行為改變，要求提供綠色服務 (例如：環保的住房方案，或永續的消費飲食)，造成相關採購、教育訓練成本增加。	<ul style="list-style-type: none"> 消費者抵制的成本。 永續教育訓練、轉型的成本投入。 	往綠色旅宿邁進，減少一次性消耗品的提供，建立循環使用的旅遊模式。
	企業形象 衝擊	氣候議題符合國內外期待，因此若在永續成績與作為方面不足，可能影響到利害關係人對公司的信任程度，進而影響利害關係人與公司合作、招募困難、投資人長期投資的意願或企業形象。	<ul style="list-style-type: none"> 無法滿足利害關係人期待，未能展現重視低碳作為。 轉型之形象，失去客戶信任，導致減少營收。 	<ul style="list-style-type: none"> 透過公司網站、年報及企業社會責任報告書向利害關係人溝通執行成果。 重視企業形象及風險控管，透過認養行道樹、參加「地球一小時」活動以響應節能減碳。



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



設備汰舊換新

- 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
- 客房空調變頻馬達更新，降低噪音及節電 31%
- 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



持續倡導環保觀念

- 鼓勵員工通勤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

2022 年寒舍餐旅亦設定「設備汰舊」為節能方案主軸，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。未來將持續於各館推行省電變頻設備更換，以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)
2020	台北喜來登	1F 大廳酒吧天花板間接照明燈	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
2021	台北寒舍艾美	RF 熱泵	夏季熱水用量較少，6-9 月關閉熱泵	67,140	36

3.2 能源管理

寒舍餐旅資源節約政策

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。

寒舍餐旅資源節約目標

本公司致力降低碳排放強度 (噸 CO2e/ 仟元營業額)，參考國內外節能減碳趨勢調整節能作為，設定 2018 年為基準年，目標每年減少 1% 碳排放強度，並擬定短、中、長期規劃，持續推動節能減碳措施並購置環保節能設備，預計於 2030 年減少 12% 碳排放強度。

2021	礁溪寒沐	酒店棟	酒店公共區域空調箱，設備 AHU-1.1、AHU-1.2、AHU-1.3 風機馬達由 55HZ 降至 50HZ	32,512.5	18
	小計			99,652.5	54
2022	台北喜來登	客房	投資 \$558,000 於客房冰水送風機更換可變速設定弘祿 EC 馬達 (MPAD060S5 單相 110V)236 組，節電率約 31%	41,347	21.045
	台北喜來登	客房	150W 更換 LED 約 40w, 節電率約 66.8%	19,972	10.166
	礁溪寒沐	宴會廳空調箱變頻降載	實施區域： 宴會廳空調箱 7.5kw 共 5 台編號 AHU3.2、3.3、4.1、4.2、4.3	10,027.5	5.03
	台北喜來登	餐廳	規劃投資 \$2,200,000 於餐廳空調箱及 VAV 監控系統整合工程，預估可減碳 47.746 噸 / 年	目前仍在建置中，將於 2023 年 4 月完成，預估可減碳 47.746 噸 / 年	
	小計			71,346.5	32.241

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，其中以照明與空調需要的電力耗用為最大，寒舍餐旅旗下台北喜來登、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，2022 年我們的電力使用量為 28,113,000 度，柴油使用量為 14,263 公升，天然氣使用量為 1,993,180 度，液化石油氣 171,431 公斤。

針對整體溫室氣體排放，2022 年範疇一排放量為 4,132.7 (噸 CO₂e)，範疇二排放量為 14,309.52 (噸 CO₂e)，二氧化碳排放強度為 0.00556 噸 CO₂e/ 仟元)，因營業額增加、能源使用量相對增加，故二氧化碳排放總量較去年增加 11%，但由於建置節能減碳設施，使碳排放強度較 2021 年下降。

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	2020	2021	2022
 能源使用量	電力 (度)	29,593,293	25,704,400	28,113,000
	柴油 (公升)	15,795	15,010	14,263
	重油 (公升)	0	0	0
	天然氣 (度)	1,779,752	1,683,059	1,993,180
	液化石油氣 (公斤)	196,108	155,891	171,431

 二氧化碳排放	範疇一碳排放量 (噸)	3,775.59	3,517.44	4,132.70
	範疇二碳排放量 (噸)	14,855.83	13,083.54	14,309.52
	碳排放量 (噸)	18,631.42	16,600.98	18,442.22
	碳排放強度 (噸 CO ₂ e/ 仟元)	0.00664	0.00711	0.00556

註 1: 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 110 年公告及修正之最新電力排放係數：108 年 = 0.509、109 年 = 0.502(kgCO₂e/kWh)。

註 2: 所有電力來源皆來自台灣電力股份有限公司。

近三年寒舍餐旅能源密集度

	2020	2021	2022
電力密集度 (度 / 仟元)	10.5444	11.0134	8.4814
柴油密集度 (公升 / 仟元)	0.0056	0.0064	0.0043
重油密集度 (公升 / 仟元)	0	0	0
天然氣密集度 (度 / 仟元)	0.6341	0.7211	0.6013
液化石油氣密集度 (度 / 仟元)	0.0699	0.0668	0.0517

註 1: 以仟元營收計算密集度。註 2: 因更新設備導致電力使用量降低。

近三年寒舍餐旅用電量與密集度

館別	項目	2020	2021	2022
台北喜來登	用電密集度 (度 / 仟元)	9.22	10.02	7.74
	用電量 (度)	13,986,400	12,784,800	13,954,000
台北寒舍艾美	用電密集度 (度 / 仟元)	8.79	10.40	7.46
	用電量 (度)	6,682,000	6,212,800	7,022,000
礁溪寒沐	用電密集度 (度 / 仟元)	13.46	13.98	11.93
	用電量 (度)	7,469,693	6,706,800	7,137,000

3.3 水資源管理

寒舍餐旅水資源管理政策

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，未來擬提升水資源使用效率，導入空調水系統 AI 節能設備。

節約用水管理方案

2022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2022年實施的節水作為與用水情形如下方表格所示，年度總用水量為798,425噸，用水密集度為0.236（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
		調整感應式水龍頭水流量，每日抄表以監控用水狀況。
		廢水回收：符合排放水質，回收雨水到噴灌池。
	廚房水槽水龍頭增設起泡節水器。	
	外部	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。
		客房浴室洗手台水龍頭及淋浴間蓮蓬頭安裝節水墊片。
		全館廁所小便斗改一段式沖水（原為二段式）。
廚房	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然解凍，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

		2020	2021	2022
取水量 (噸)	自來水 (噸)	697,288	555,021	710,981
	地下水 (噸)	107,646	80,917	87,444
用水密集度 (噸 / 仟元營收)		0.287	0.273	0.241
營收		2,806,550	2,333,910	3,314,671

註 1：總取水量 = 總耗水量。

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污泥會由合約廠商定期清運，詳細內容請參閱「改為 3.4.1 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

- 更新汙水處理設備，使處理設備更加完備、達效能提升之目標



污水處理設備

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，避免熱泵之板式熱交換器堵塞

礁溪寒沐溫泉水管理

溫泉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，並於溫泉機房及大眾池裝設超音波水錶以提升量測精度，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，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。

3.4 廢棄物管理

3.4.1 廢棄物與廢油管理

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。

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，且徹底落實應盡的企業社會責任。

廢棄物管理流程	<ul style="list-style-type: none"> 一般廢棄物：由專人自現場清運至垃圾間，每日集中清運。 廚餘：由專人自現場清運至垃圾間，置於廚餘專用冷藏庫之廚餘桶內，每週 2~3 次集中清運。 廢油：廚房如有廢油產生時，由專人自現場清運至垃圾間的廢油桶內，每週 2~3 次集中清運。
廢棄物管理成效	2022 年本公司處置之廢棄物為 2,256 噸，因營業額增加，較 2021 年增加約 10%。

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：

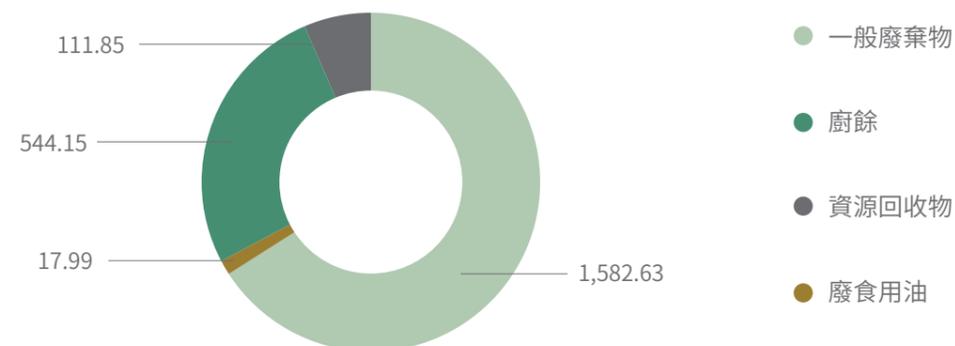
寒舍餐旅近三年廢棄物產生量

單位：噸	2020 年	2021 年	2022 年
一般廢棄物	1,555.83	1,443.50	1,582.63
廢食用油	19.8	17.24	17.99
廚餘	624.47	464.2	544.15
資源回收物	103.20	108.28	111.85
總計	2,303.30	2,033.22	2,256.62

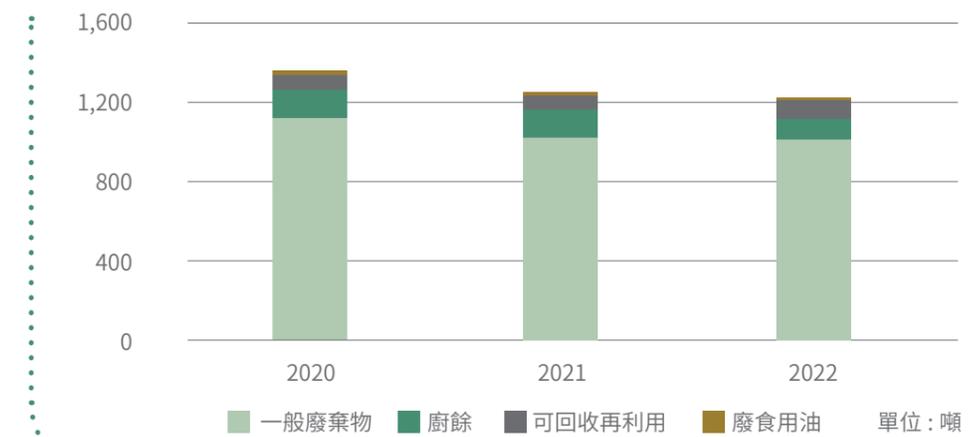
食安議題一直為大眾所關注，寒舍餐旅嚴加管理各館餐廳、廚房所產生的廢棄食用油，並透過嚴謹管理程序確保廢食用油不污染環境或流入食用油市場。各餐廳統一將廢食用油裝於桶中，並通知合格簽約之廢食用油清除及再利用廠商進場進行清運，再進行線上申報，清運業者再將廢食用油交由油脂業者回收再利用。

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之體系，2022 年我們持續降低環境危害風險，合規、正向的永續資源循環為目標邁進。

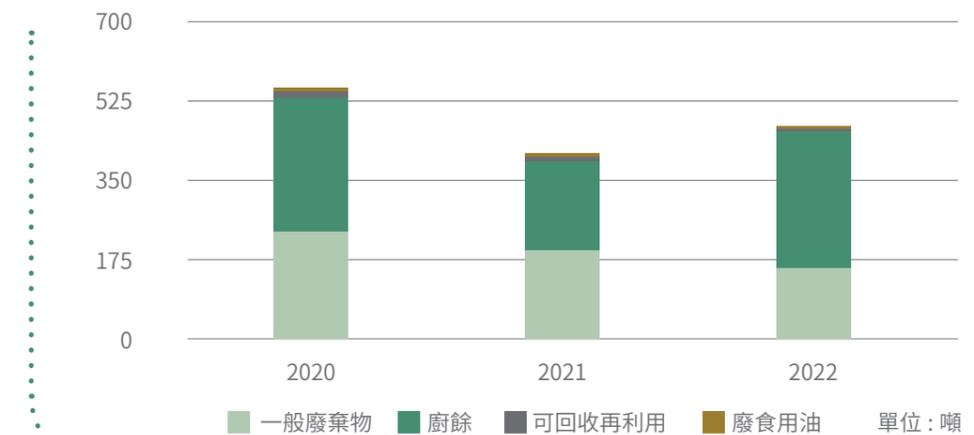
2022 年寒舍餐旅整體廢棄物量



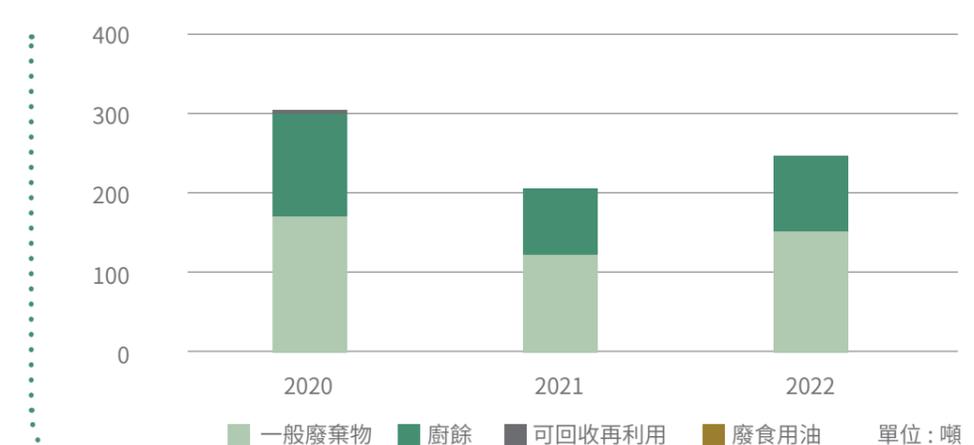
2020-2022 年台北喜來登廢棄物量



2020-2022 年台北寒舍艾美廢棄物量



2020-2022 年台北礁溪寒沐廢棄物量



寒舍食材造形藝術中心 - 廢棄物再利用

隨著時代的演進，人們對於食藝果雕的需求和期待也不同，早期的潮流是精工細雕的龍鳳、飛禽、吉祥、人物等題材，而現在的果雕及鹽雕主題則是強調客製化，以滿足生活設計導向，依據宴客主軸背景，提供顧客驚喜及獨特性的感受。寒舍食材造形藝術中心深信廢棄物是可以重新利用的資源，主廚領軍率領食藝中心的師傅將廢棄食材進形變化創作，例如：使用辣椒梗、龍眼殼 / 核等利用再製作，也從一般的蔬果延伸到甲殼、蛋殼、鹽塑等，材質的改變除了降低物料成本，成品更達到畫龍點睛、化繁為簡的效果。此外，師傅也使用運送海鮮漁貨之保麗龍箱，製作出令人驚艷的裝置藝術品，同時也將退役的湯匙、叉子、湯勺、平底鍋，以獨特的形仿物呈現出精美擺飾品，重新賦予廢棄物新的生命，也達到了節省資源的目的。



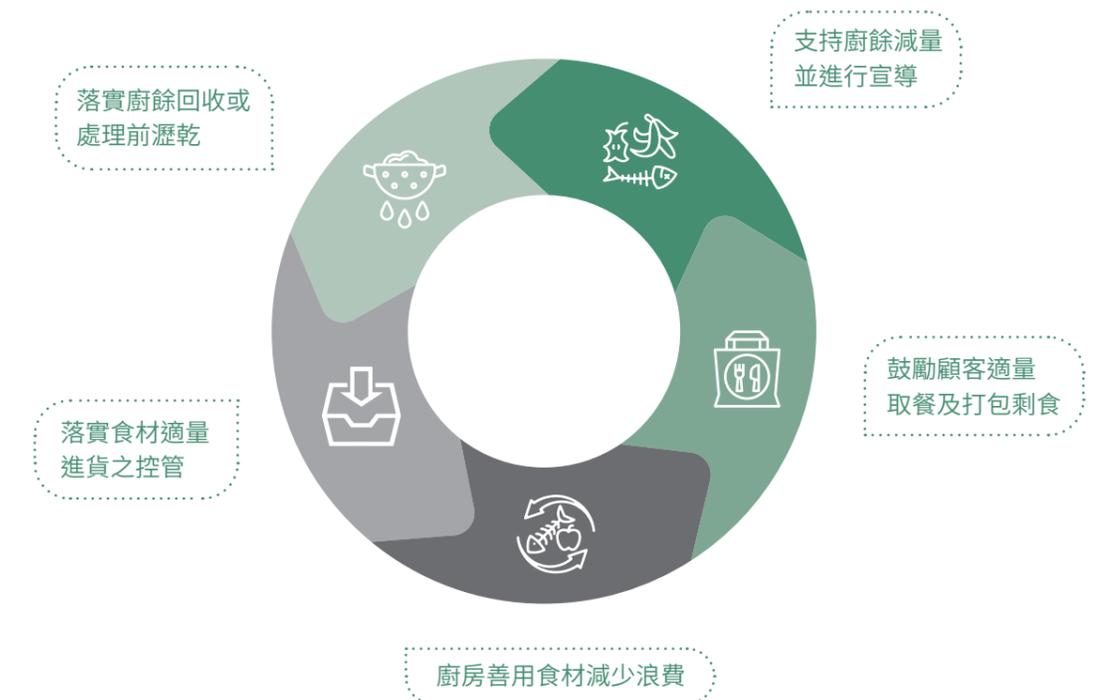
每天用餐、宴客人潮不斷，師傅會為宴席和不同主題餐宴的賓客們，打造餐桌上令人驚喜的藝術作品。廢棄的龍蝦蟹殼以往都是被丟棄到垃圾堆中，現在被師傅的巧手轉化成一件件精美的藝術品，製作過程首先要將廢棄的龍蝦蟹殼去除殘肉後風乾、上膠，再加入不同的設計元素，創作出各類展示品。在循環經濟的觀念下，寒舍集團希望能夠達到最大程度的資源利用，同時也減少了回收所造成的垃圾量。不但能夠節約成本，也能響應環保，實踐把握每一分資源的目標，也希望通過此做法能夠引起更多人投入對環保與循環經濟的關注。

3.4.2 惜食惜福

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。

我們每年皆會檢視並調整內部作業流程與採購政策，以持續減少非必要資源耗損，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，另外四館皆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冷藏庫內，以避免不良氣味及病媒滋生，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」，承諾持續投入以下五大項目：



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觀念（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。

減量不浪費



- 於顧客點餐時推薦適人適量之餐點內容，並鼓勵剩食打包
- 可讓消費者減少主食份量 / 特殊食材
- 張貼標語於餐廳內部及員工區域，宣導惜食重要



- 改變烹調作法提高使用率，善用食材零浪費
- 食材專人控管，妥善儲存及效期控管
- 四館餐廳互相協調食材減少浪費
- 自助餐食材備料數量以當日訂位數為主



- 願意捐贈剩餘食材給食物銀行或剩食再利用之相關組織
- 置塑膠濾網方便廚餘進行瀝乾，餐廳廚餘做好分類及回收

餐廳惜食標語



CHAPTER

04

尊爵服務 賓至如歸

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。

2022 年亮點績效

- 台北喜來登大飯店獲「ezTravel 易遊網」2021 年度風雲飯店金桃獎 - 百大優選 BEST100
- 寒居酒店榮獲 Booking.com「Travel Proud 彩虹族群友善」及「Travel Sustainable property 永續旅遊」徽章的殊榮
- 台北寒舍艾美酒店榮獲台北市政府警察局頒發觀光飯店安全防護工作檢查「特優」肯定
- 寒居酒店獲易遊網「2022 臺灣最美飯店大賞」之「最美設計住宿」類優勝
- 寒居酒店獲線上訂房平台 Agoda「第 14 屆傑出飯店金環獎」以及「旅人鑑賞優勝」
- 寒居酒店獲 Klook「2022 Partner Awards 優質夥伴獎」獎



對應之 SDGs 指標

註：由於寒居酒店開幕尚未滿一年，量化數據將於明年度呈現於報告書中

4.1 風格食尚 引領潮流

4.1.1 傳遞品牌價值

寒舍餐旅旗下的四間酒店「台北喜來登」、「台北寒舍艾美」、「寒居酒店」、「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，延續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。2022 年銜接 2021 年親子專案商機開發新主題親子住宿體驗，並與日本知名動畫電影合作增加話題曝光度。礁溪寒沐也邀請知名親子 YouTuber 及部落客 分享住房、餐飲以及相關設施體驗，吸引更多民眾來參與。

2022 年四館行銷策略與目標

館別	主要客源	行銷策略與目標
台北喜來登	國旅客群：受疫情影響主攻國旅市場、另開闢城市親子飯店形象	<ul style="list-style-type: none"> • 邀約 KOL 與部落客體驗，增加飯店國旅能見度 • 銜接 2021 年親子專案商機開發新主題親子住宿體驗，並與日本知名動畫電影合作增加話題曝光度 • 館內舉辦大型中式婚禮體驗日與館外西式庭園婚禮宣傳，並邀請到全台最大婚禮資訊平台「新娘物語」合作進攻婚宴市場 • 廣邀第三方販售平台合作，提升國內市場的話題性，增加消費者的興趣 • 跟著時事議題推出相對應專案，如無敵星星、小黃卡、護照新辦、彩虹遊行等餐飲與住宿方案更上時事熱潮吸引消費族群
台北寒舍艾美	本國及歐美的商務與觀光散客	<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 • 透過與台北市雙層餐車、藝術展活動、精品異業、化妝品香水的異業互動，增加住房及餐飲銷售專案的曝光機會 • 廣邀第三方販售平台合作，提升國內市場的話題性，增加消費者的興趣 • 運用本身的社群媒體平台像 LINE、FACEBOOK、IG 持續推播宣傳活動
礁溪寒沐	本國觀光散客	<ul style="list-style-type: none"> • 持續與國內 KOL 及部落客合作，吸引多元的顧客 • 透過異業互動、結合在地的傳統或特色活動，增加住房及餐飲銷售專案的曝光機會 • 廣邀第三方販售平台合作，提升國內市場的話題性，增加消費者的興趣 • 運用本身的社群媒體平台如 FACEBOOK、IG 持續推播宣傳活動
寒居	於 2022 年 5 月 5 日開幕，因疫情影響之下，10 月 13 日前以國旅市場觀光散客為主，國境開放後國際商務及觀光旅客日趨成長中	<ul style="list-style-type: none"> • 於 2022 年 3 月試營運前期，透過國際類型的媒體網路各大平台 (ELLE、VOGUE、GQ 等) 搶先開箱介紹，引發話題 • 為寒舍全新的風格酒店，結合休閒與商務，鎖定年輕世代嘗鮮體驗，餐廳與米其林一星林明健主廚聯手，打造新一波餐飲潮流。透過國內 IG KOL 口碑行銷開箱體驗，強化消費者對新品牌的認識及好感度

4.1.2 經營社群深耕市場

寒舍餐旅旗下的四館積極透過 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，成效如下：

1. 台北喜來登 2022 年 Facebook 社群總觸及約 430 萬人，相較 2021 全年成長 72.7%；在 Instagram 的部分 2022 年觸及達到 30 萬人，相較 2021 全年成長 738%。粉絲成長部份也有卓越表現，2022 年 Facebook 共增加 4,775 位、Instagram 則是增加近 400 人，相較以往成長 41.7%。年度最佳貼文則以台北國際旅展活動觸及人數約 8.3 萬人。
2. 台北寒舍艾美 2023 年 Facebook 社群觸及，以探索廚房龍蝦日活動觸及人數約 8.2 萬、北緯二十五土然巧克力合作案觸及人數約 7.1 萬、不定期的住房快閃，觸及人數約 7 萬。另外也有邀請知名 blogger 愛吃鬼芸芸分享寒舍食譜經典菜，觸及人數超過 8 千人，也有邀請主播房業涵體驗住房，該分享 PO 文近千個讚。
3. 礁溪寒沐酒店 2023 年 Facebook 社群觸及，以石斑魚活動觸及約 16.1 萬人、寒舍生活 App 獨賣住房券觸及約 15.4 萬人、遊艇婚宴專案觸及約 13 萬人等表現良好。另外，也有邀約藝人吳鳳體驗礁溪寒沐，轉分享文觸及約 2.4 萬人。
4. 寒居酒店 2022 年 Facebook 粉絲人數為 6,500，Instagram 追蹤者為 2,500。5 月開幕後因應時事話題推出股票套牢升等寒居酒店套房活動，透過股民社群的推廣引出強烈關注度，Facebook 社群貼文觸及人數約 1.3 萬人，近 500 個按讚。

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。



2022 年四館社群經營策略與目標

<p>Facebook</p>	<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諷諧呈現，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
<p>Instagram</p>	<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
<p>Line</p>	<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
<p>YouTube</p>	<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

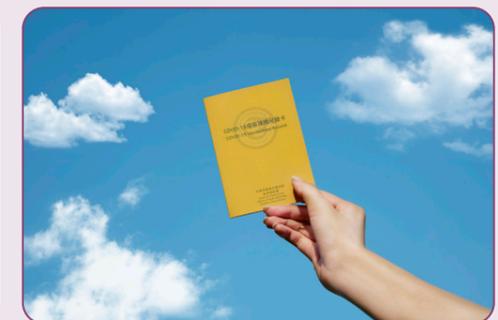
4.1.3 引人入勝 深刻難忘

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。2022 年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：一同抗疫

台北喜來登—「小黃卡餐飲優惠」與防疫「好」生活專案

台北喜來登配合政府防疫，在疫情期間推出「小黃卡餐飲優惠」，賓客持小黃卡三劑證明至館內 SUKHOTHAI、比薩屋與安東廳餐廳用餐享優惠，讓客人在防疫之餘也能安全享受大餐。此外，為強化防疫新生活，喜來登大飯店推出「防疫好生活」長住方案，提供賓客連續 7 日入住 12 坪大的首席客房，除了能躺在品牌專屬特色體驗睡眠之床外，還能免費暢看房內電影，並可使用會館三溫暖、健身房、泳池等，以及十二廚自助早餐。



親子特色專案

台北喜來登—「叢林探險」沉浸式住宿專案與全新「恐龍探險」主題親子房

繼 2021 年「夏日祭典」親子住宿體驗後，2022 年喜來登推出沉浸式親子體驗力作「叢林探險」，飯店將整層樓以奇幻叢林為主題，規劃 8 間結合電影、體能、魔術、手作等多方面體驗的遊戲空間。此外，「手拉手樂園」也推出 5 間「恐龍探險」主題客房，延續人氣插畫家童趣筆觸打造的全新親子房，房內不但有溜滑梯和盪鞦韆，每房還提供法國恐龍磁鐵遊戲書、日本益智積木組等，讓房內即是孩子的遊戲場。



台北喜來登—「角落小夥伴電影版」住宿體驗

「角落小夥伴」電影首部曲不僅擄獲小孩子的心，更意外感動無數成年人，被視為「大人的催淚神作」。喜來登配合日本十周年紀念電影《角落小夥伴電影版：藍色月夜的魔法之子》上映，將整層樓打造成「角落小夥伴樂園」，10 間主題遊戲間結合電影場景，包含星空電影院、球池溜滑梯、迷你高爾夫、爆米花丟丟樂、手作 DIY、魔術互動與 Switch 等，一踏入即可感受滿滿的夢幻魔法氛圍，超萌角色讓全家大小一起感受歡樂。



寒沐—「馬上奔馳、海上探險」兒童夏令營

礁溪寒沐酒店針對 6 歲以上的兒童推出「馬上奔馳、海上探險」專案，規劃兩種不同的海陸課程。烏石港碼頭「遊艇自駕」體驗，由專業的教練陪同，以英文授課，小朋友可以在船上了解帆船構造、認識海圖、帆船操控與水手結繩練習，體驗小水手的大樂趣。宜蘭大洲馬場「馬術活動」，透過專業、有耐心的教練，搭配穩定溫馴的馬匹，運用豐富的兒童教學經驗，讓小孩能體驗最安全、愉悅的小牛仔樂趣。白天除了有專業的教練指導授課外，晚上還可以入住頂級度假飯店享受溫泉與美食。



鏈結在地專案

礁溪寒沐酒店—「石」全十美！寒沐石斑宴即刻登場

為支持漁農及養殖漁業，礁溪寒沐酒店採購兩噸合格石斑魚，推出「石」全十美，寒沐石斑宴活動，MU TABLE 自助餐廳、川薈中餐廳、MU BAR 大廳酒吧聯手端出多道鮮魚料理，包括：古味清蒸鮮石斑、川蜀泡椒酸奶魚、重慶古巷辣烤魚等。另外，MU TABLE 加碼推出「LIVE SHOW」大廚料理秀，一週七天、天天不同主題，如客家麻糬播茶香、新加坡七彩撈魚生... 等，讓賓客能在用餐之餘享受視覺味蕾兼具的廚藝表演。



礁溪寒沐酒店—「百年牽罟 五告團結」五周年慶活動

礁溪寒沐酒店承襲寒舍美學「以大地為家」的品牌理念，將自然、名湯與在地文化完美融合，為迎接 5 周年慶到來，以行動推廣宜蘭百年傳統文化，關懷海洋保育及永續，特召集寒沐員工，一起探訪港澳沙灘，體驗在宜蘭具有 200 年歷史傳承的「東北角牽罟」，透過「螺」吹響號召，作為各家漁民齊聚的依據，發揮團隊精神的捕魚方式，體現團結共享的精神。此外，2023 年將以「輔導年」為主題串聯，全年結合宜蘭 12 鄉鎮特色舉辦各項主題活動，讓員工及遊客認識宜蘭在地人文風貌與自然環境，進而帶動整體觀光共榮效益。



寒居 - 「里鄰與玩味」特別規劃

寒居酒店以「里鄰」為品牌核心概念，衍伸品牌體驗玩味寫錄，以寒居為中心點，結合市井文化、里鄰公園、社區特色，悠遊探訪周邊景點，收藏寫錄旅行者的生活體驗，特別製作了「寒居酒店散策地圖」介紹在地商圈、美食、文化博物館及宗廟等地點，讓旅人悠遊探訪，穿街走巷探索鄰里地圖。



性別友善專案

寒居 - 響應彩虹驕傲月

- 寒居酒店於 2022 年八月獲得國際訂房平台 Booking.com 頒布 Travel Proud 標章，認證為彩虹族群友善飯店。
- 持續打造性別友善環境，適逢第二十屆台灣同志大遊行將於 10 月底登場，寒居酒店推出「寒居愛很大」住房專案，特別於指定樓層規劃「Light Up the Rainbow」炫彩拍照空間，以絢麗的霓虹燈結合平權口號、標語裝飾而成的打卡牆，表達對愛的多元性之尊重與支持，凡於期間入住的賓客，皆可在此留下亮麗多彩的回憶紀錄、大力聲援性別平權。



台北喜來登 - 為愛同歡喝采

為每一種愛歡慶，迎接彩虹驕傲月到來，台北喜來登以性別友善飯店響應多元認同與平等尊重，SUKHOTHAI 泰式餐廳推出 6 款限定甜點與飲品與「為愛振翅」打卡牆，以繽紛的宮廷甜點露楚、六色雞蛋糕、夢幻漸層蘇打等表達愛的多樣性。此外，喜來登也推出「彩虹巡禮」住宿專案與「台北彩虹觀光巴士」雙人車票，由台灣最美變裝皇后親自導覽，深度走訪彩虹專屬路線。



年度特色專案

台北喜來登、寒舍艾美、礁溪寒沐酒店 - 參與 2022 年「地球一小時」熄燈計畫

台北喜來登：2022 年地球一小時當天於大廳舉版 61+ 蠟燭字樣排與綠色系小食飲品供應、共邀賓客走出客房節能。

台北寒舍艾美：酒店適度關閉或調低室內外燈光電源為環境保護盡一份心力，包括：關閉外牆標誌燈光、外牆燈、停車場指示燈箱、騎樓燈、外牆投射燈、花園燈及 LED 路樹燈...等。

礁溪寒沐：同步和全球實行「地球一小時」熄燈計畫，攜手齊心響應環保活動，讓分秒都在改變的地球，能夠集合大家的力量永續健康的生活環境！



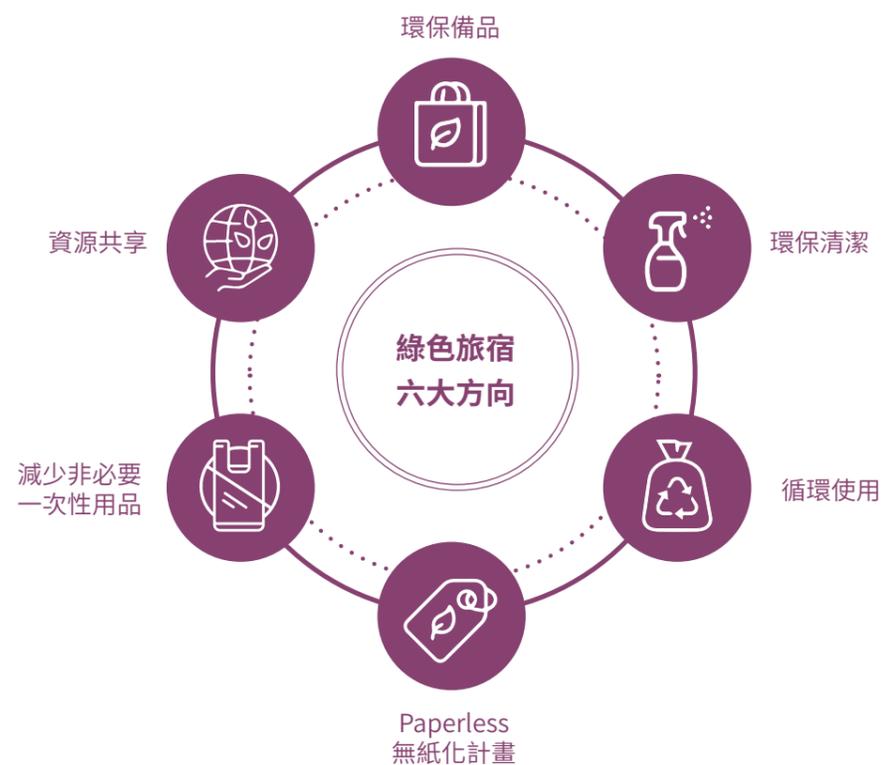
寒舍艾美 - 「粉願耶誕」耶誕月
台北寒舍艾美酒店與「台灣導盲犬協會」合作，推出愛心慈善捐款活動，於飯店大廳設立慈善捐款箱及百元樂捐箱，歡度歲末之際，邀請賓客以行動支持導盲犬培育以及打造盲人友善環境。另外，並搭配推出「開箱耶誕」主管套房住房專案，以精品氣球搭配夢幻的氣泡酒與甜品，為旅人打造幸福難忘的回憶。



4.2 永續旅宿 環保安全

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。

2022 年我們秉持著六大方向推動綠色旅宿並設定相關對應之目標與作為，在未來寒舍餐旅將會持續檢視旅宿服務提供的相關用品，發現可改善之處，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。



對應之友善作為



環保備品

- 四館自 2022 年起皆使用大瓶裝填充按壓瓶，以減少塑膠使用與丟棄浪費
- 寒居備品使用植物性材質，瓶蓋為 100% 再生材質
- 寒居採用低耗電量吹風機以減少耗能
- 利用網站系統向訂房顧客推廣自帶備品，可減少資源浪費
- 台北喜來登將於 2023 年 6 月全面使用環保材質束帶提供客房拖鞋



環保清潔

- 客房及公共區域清潔皆使用符合國際標準之清潔劑，在維持清潔標準同時降低對環境的影響。
- 台北喜來登及台北寒舍艾美依據萬豪國際集團規定，全面使用 Ecolab 清潔用品



循環使用

- 喜來登將房客送洗衣物改以皮製盒子送回，取代使用一次性塑膠包材。
- 喜來登已於 2021 年 6 月導入 keyless 數位鑰匙，艾美也持續規劃中。
- 提升消耗品材質，使顧客願意循環使用，如：寒居酒店提供加厚版拖鞋及肥皂攜出袋；寒沐使用耐用且可外出使用材質拖鞋，鼓勵房客攜出重覆使用。



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
- 顧客意見表以 QR code 取代紙本



減少非必要一次性用品

- 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
- 寒居房內無提供瓶裝水，每層樓提供氣泡水機



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



與顧客一同減碳

- 寒居酒店無附設停車位，鼓勵顧客搭乘大眾運輸（公車、計程車）



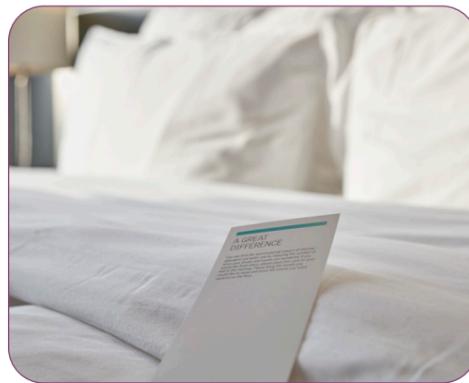
大瓶裝備品



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，並於四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。



4.2.1 賓客安全

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，2022 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，並安排夜間消防演習，另外，配合消防局每半年進行全館消防演習，提升防災意識，確保同仁皆能在突發狀況下緊急應變。

台北艾美寒舍

由安全部主導安全機制，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

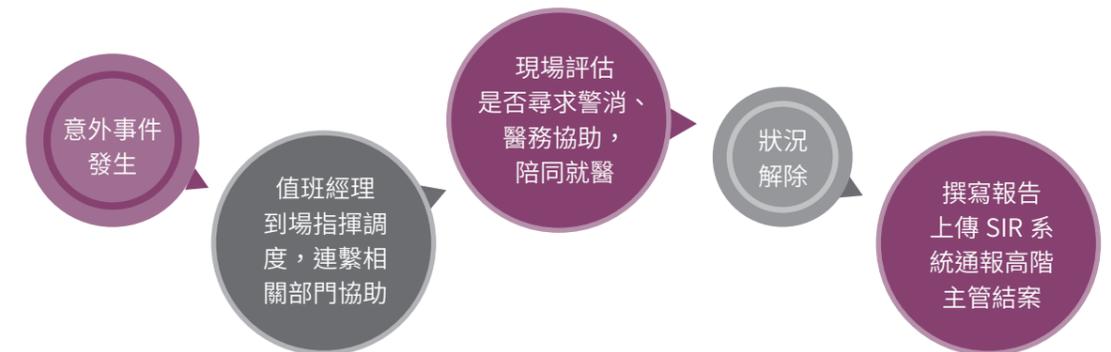
由安全部每月定期召開安全會議，針對全館安全事項進行說明及檢討，每月不定期進行無預警消防演練，提升全館同仁防災意識。同時，與警消保持聯繫，以利突發狀況時可即時獲得支援。

寒居

每月召開安全會議檢討各項安全事宜執行率及缺失，依缺失項目調整每月訓練計畫，強化同仁應變能力；另外，每月不定期、不定點模擬災害突發狀況，訓練同仁們臨場反應。

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



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」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
- 提前部屬防颱作業
- 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，確保各飯店資訊互通互助
- 不定期同業防疫資訊交流



夜間廚房檢查

- 每日定時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

為確保顧客的健康與安全，以下為 2022 年執行成果與作為（以台北喜來登為例）

內容	2022 年度執行成果
安全技能訓練 安全部門例行各項安全技能訓練	每月一次、共 12 次
消防演練 每年 2 次大型演練，每月責任區消防演練， 每 2 個月 1 次大夜演練	20 次
急難應變 安全室 24 小時值班	每日 1 次，共 365 次
加強監控設備系統 每日檢查硬碟存取值及確認影像正常	每日 1 次，共 365 次
飯店同業聯防系統 確保各飯店資訊互助	2022 年不定期於四、八、十一月舉辦 飯店聯防會議，共三次會議
夜間廚房檢查 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）	每日 1 次，共 365 次
安全巡查 A、B、C 班 確實巡檢飯店各區域及巡邏點	A 班每日 2 次、共 730 次 B 班每日 12 次、共 4380 次 C 班每日 7 次、共 2555 次

4.2.2 疫後生活 安心出遊

後疫情時代，每個人都逐漸找到自己應對疫情的步調，面對疫後新生活，寒舍餐旅持續優化疫情期間訂定之內部防疫 SOP 指引與入住旅客防疫流程，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
依萬豪集團高規格的消毒清潔模式執行每日清潔工作 (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 • 自助餐餐廳提醒顧客取餐時佩戴口罩，部分餐點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便當 • 於宴會廳及會議室座位加裝防疫隔板 • 各餐廳提供取餐手套供客人使用





招牌微笑標章

為了避免因配戴口罩而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、體貼入微之寒舍精神。



餐廳賣場化 - 防疫好食在

台北喜來登疫後持續推動外帶市場，The Deli 不定期推出外賣品項，含常溫、冷藏、冷凍商品，供賓客選擇。餐廳自助餐則持續提供拋棄式手套供消費者取用、持續開發各項外賣食品，並在顧客用餐後以酒精消毒桌面等防疫作為。順應疫後市場改變，寒沐更是打入團購市場，於疫情期間推出的宅在家麵包禮袋廣受好評，成功推廣麵包烘焙相關產品，相關產品也深受團購主青睞，團購規模超過 10 萬元，更在 2023 年盛大開幕「沐選」以提高烘焙產品產能及銷售量。

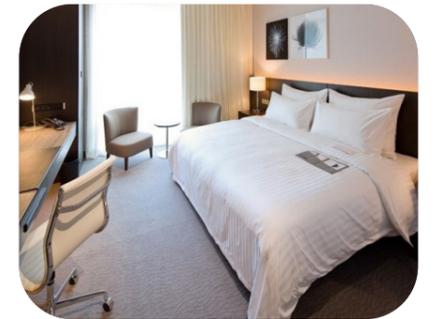


純淨客房

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、並選用防過敏與塵螨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。



安心入住 - 防疫好生活

寒舍餐旅一直以來致力於提供優質的住宿體驗，除了擁有純淨的客房外，我們更加強了客房住宿空間的整備，定期進行全面清潔與消毒防護工作以抑制空間裡的病菌及過敏原，儘管疫情趨緩仍堅持提供嚴謹的防疫措施，以照顧顧客的安全與健康，為此我們在出入口處放置鞋底消毒地墊，為顧客進入飯店時清潔鞋底，防止外來的汙染物進入室內，並經由紅外線體溫感測儀進行體溫篩檢、配合實聯制與酒精乾洗手機強化防疫。在非接觸式服務上，住客亦可透過手機 App 快速辦理入住、要求提出服務需求以及並可作為房卡使用，減少面對面的接觸風險，我們深知疫情對於顧客的影響，因此不斷提升衛生安全的層次與等級、優化措施，以確保每位顧客在寒舍餐旅都能感受到溫馨、舒適且安心的住宿體驗。





2022 年亮點績效

- 2022 年榮獲 1111「幸福企業金獎」肯定，落實友善、幸福職場
- 疫情期間減少群聚，為持續協助同仁精進專業知識與職能，大幅運用數位學習網定期開設線上學習課程，製作數位學習課程共 62 堂，不受場地時間限制，學習效能更加提升
- 勞保、健保、團保及健檢費用共支出新台幣 97,949 千元，替同仁的健康把關
- 於員工出入口增設體溫感應機，上班提供口罩、防護面罩並且定時消毒環境；鼓勵員工施打疫苗，提供疫苗施打假及免費 Covid-19 快篩試劑，降低同仁染疫風險。



對應之 SDGs 指標

註：由於寒居酒店開幕尚未滿一年，量化數據將於明年度呈現於報告書中

5.1 多元選才 適才適所

包容職場與
多元化政策

- 寒舍餐旅致力於為員工打造適才適所、安心工作的職場環境。秉持平等就業原則，禁止任何形式的歧視與不公平對待，無論是種族、性別、年齡、宗教信仰等
- 提供多元化招聘管道，鼓勵來自各種背景的優秀人才加入我們的團隊，確保組織內部的多樣性
- 訂定公平的薪酬福利制度，關心每一位同仁的身心健康，並為其規劃完整的職涯發展計畫，鼓勵員工開發自我潛能，發揮各自的長才
- 提供友善安心之工作場所，保持暢通勞資溝通與落實平等職場

寒舍餐旅鼓勵多元開放的職場文化，秉持就業平等原則，在招募時，以各職位所需的專業能力作為選才考量，不因種族、膚色、國籍、宗教、黨派、族裔、出生地，性別、性傾向、年齡、家庭狀況、身心障礙或其他因素，而有差別待遇，2022 年，寒舍餐旅旗下三館包含計時人員共雇有 1,583 位員工，包括年輕世代族群、原住民及身心障礙者。寒舍餐旅相信，多元的員工組成將帶來不同的觀點及進步的契機，透過建立多元及包容的職場文化，有助於員工在工作上發揮所長，提出不同的思維，成為企業成長的關鍵。

此外，女性同仁佔員工人數百分比為 48.4%，在高階主管（協理級以上）佔比為 47.4%，晉升管道暢通，不分性別皆能在高階主管層中嶄露頭角；並制定「執行職務遭受不法侵害預防計畫」、「母性勞工健康保護計畫」及「性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」等，營造無歧視、重平等的工作環境，顯示出寒舍餐旅對於性別平權的重視，打造公平競爭及性別友善之職場環境。

寒舍餐旅人力結構

	2020年			2021年			2022年		
	♂ 男性	♀ 女性	+	♂ 男性	♀ 女性	+	♂ 男性	♀ 女性	+
正職員工數	715	658	1,373	617	543	1,160	638	575	1,213
建教生數	76	92	168	55	119	174	64	85	149
計時人員數	53	80	133	75	91	166	115	106	221

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

	2020年		2021年		2022年	
	♂ 男性	♀ 女性	♂ 男性	♀ 女性	♂ 男性	♀ 女性
人數	844	830	747	753	817	766
百分比	50%	50%	50%	50%	51.6%	48.4%

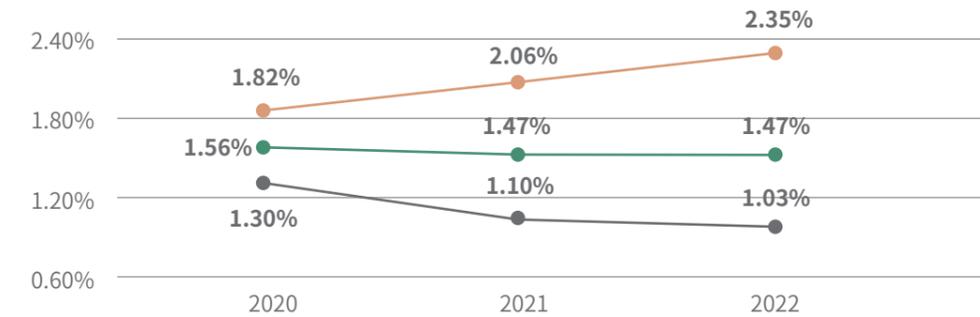
註：此處全體員工包含正職員工、建教生、計時人員。

2022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	%	♂ 人	%	♂ 人	%
男性	133	19%	567	81%	700	51%
女性	113	17%	549	83%	662	49%
合計	246	18%	1,116	82%	1,362	100%
30歲以下	3	1%	469	42%	472	35%
30-50歲	193	78%	470	42%	663	49%
50歲以上	50	20%	177	16%	227	17%
合計	246	100%	1,116	100%	1,362	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1,362人。

寒舍餐旅近三年少數族群員工人數統計



5.1.1 招募新血 活絡組織

寒舍餐旅在招募與人員聘僱上遵守臺灣法令與公司勞工道德政策之規定，以就業平等為原則，徵才不設限，經錄取之新進人員都將透過完善的培訓制度，協助同仁培養應具職能，發揮所長，提供客戶更優質服務。寒舍餐旅在過去幾年固定參加各大專院校舉辦之就業博覽會，招募實習生與正職人員，讓學生及社會新鮮人應用所學，提供探索職涯發展的機會；同時也透過各大招募平台(104人力銀行、1111人力銀行、Yes123求職網等)積極尋找優質新血，並與台北市政府就業服務處合作、協助僑外生申請工作證、臨時工額外獎勵津貼為組織注入活泉，更提供介紹獎金鼓勵同仁引薦合適人選，並發展靈活、暢通的內部轉調制度，促進員工發展與成長。

宜蘭地區以其優美的環境和深厚的傳統文化而聞名，進而積極發展觀光業，吸引眾多同業前來設置服務據點。然而，由於地理位置鄰近首都，宜蘭也面臨著嚴重的青壯年就業人口外移問題，使競爭者更加激烈。為了留住優秀的人才，我們不惜成本地實行高於礁溪地區旅宿業平均薪資的敘薪制度，同時提供宿舍或租屋津貼等福利。這些福利吸引了全台各地的人才前來應聘，彌補宜蘭地區人力缺口的問題。除此之外，我們也積極與各大專院校合作，招募實習生，自開幕以來，已經與30間院校合作，並招募了70位以上的實習生。同時，我們也鼓勵在地就業，為台北兩館員工提供返鄉服務的機會，同時在招募人才時，優先媒合錄取在地居民，促進在地就業機會，寒沐愛才惜才，因此採取了多項措施來留用優質人才，希望這些努力可以讓更多人才留在宜蘭地區，為當地的發展做出貢獻。

2022年寒舍餐旅新進員工統計

	♂	♀	合計
30歲下	108	88	196
31~50歲	107	75	182
51歲以上	16	7	23
合計	231	170	401

新進員工比例為29.44%

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1,362人。

2022 年寒舍餐旅離職人數統計

 30 歲下 31~50 歲 51 歲以上 合計	♂	♀	合計
	103	92	195
112	64	176	
16	12	28	
合計	231	168	399

新進員工比例為 29.3%

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 1,362 人。

2022 年寒舍餐旅離職人數統計

項目	2022
自願離職率 (%)	99%
非自願離職率 (%)	1%
自願離職率 (人)	354
非自願離職率 (人)	5

5.2 寒舍樹人 創建未來

5.2.1 傳承寒舍文化 創新企業價值

寒舍餐旅以「企業家精神」、「人才」、「創新力」、「文化」四大核心價值，為持續發展與永續經營奠定了堅實基礎。我們致力於打造具有魅力與影響力的企業文化，持續引進優秀的人才，培育具備創新思維的新一代領袖。

在推動企業發展的同時，我們始終重視寒舍文化的傳承。因此，我們特別安排各單位資深同仁擔任種子教師，將他們多年累積的經驗和智慧傳承給年輕一代，帶動寒舍人團結齊心共好，秉持「寒舍人一家人」的信念，幫助同仁在職場上發光發熱，同時厚植寒舍謙遜思維，以企業家精神培植下一代的成功企業家。

寒舍餐飲四大核心價值

企業家精神

在寒舍餐旅，每位員工都被鼓勵將工作視為自己的事業來經營，透過成功案例分享，讓同仁們相互啟發，並促進團隊的凝聚力和 cooperativeness。

創新力

我們始終秉持著創新的精神，持續追求新方法提升全方位表現，持續改進經營管理能力及營運管理流程，同時注重提升員工的專業技能和能力，以應對不斷變化的市場需求和挑戰。



人才

我們一直致力於吸引和雇用正確態度的人才，讓每位員工發揮潛力和才華，透過職能相關的培訓課程和學習機會，淬鍊未來領導者，根據員工的表現和潛力，設定個人發展計畫，並為其提供培訓和支持。

文化

寒舍集團以文化、藝術、美學薈萃的引領市場潮流，打造「藝術即生活」及「生活即藝術」的寒舍品味哲學，致力於締造完美的品牌體驗。

寒舍 DNA

寒舍餐旅重視企業文化的建立和培育，為了讓每位員工都能夠深入體驗寒舍餐旅的企業文化，寒沐自主推出「寒舍 DNA」計畫。

定期由相關主管票選符合寒舍餐旅「企業家精神」、「人才」、「創新力」、「文化」四大核心價值的優秀員工，並將其公布於文化走廊上，接受全體員工的表揚，激勵員工的積極性和創造力，強化員工對寒舍餐旅的歸屬感與認同感，進而提高團隊合作和凝聚力。



5.2.2 扎實訓練 深化專業

寒舍餐旅以「發展集團的核心價值及策略」，與「培養同仁紮實之專業能力」為人才發展計畫的主軸，接軌國際，與全球旅館業巨擘萬豪國際集團 (Marriott International) 合作，對寒舍人進行完整的教育訓練，強化人才的國際視野與競爭力。培訓發展系統分為四大模組，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。

為保持課程的穩定性與延續性，2022 年延續去年的合作模式，配合萬豪集團 Core Management Training 計畫，開設核心管理課程，加強員工對萬豪文化的認知。其它特色課程也都因時制宜，提升員工所需職能，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



在寒舍，教育訓練並不僅限於課堂講授訓練或課程推展，而是透過公司資源的整合與運用，提供員工全方位的學習環境。



2022 年寒舍餐旅各類別課程參訓人次及時數

項目	客房服務人員訓練	餐廳服務人員培訓	食品安全與衛生培訓	工程人員培訓
參訓總人次 (人)	3,989	3,713	2,222	102
參訓總時數 (小時)	3,150.4	4,075.6	3,558.3	345.5

客房人員訓練



住宿專案設定佈置解說



一般式熨斗教學



台北市觀光地圖導覽



禮賓服務冷藏冷凍寄存流程

餐廳服務人員



酒類知識課程



喜宴管家課程

餐廳服務人員



茶藝感官品評



菜單介紹

寒舍餐旅近三年員工教育訓練投注經費

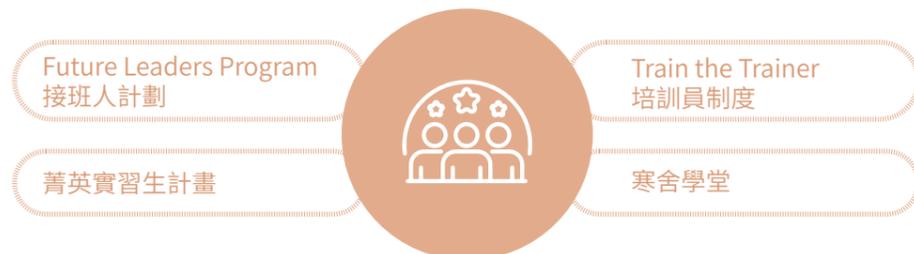
項目	2020年	2021年	2022年
員工訓練總金額(千元)	1,961	1,532	1,592
員工訓練總時數(小時)	56,427	24,958	24,622
人均訓練金額(元)	1,273	1,148	1,169
人均訓練時數(小時)	37	19	18

2022 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(小時)	2,692	21,930	11,321	13,301
人均訓練時數(小時)	10.94	19.65	7.45	9.33

為了更完善及快速地因應國境開放的市場，寒舍餐旅於 2022 年 8 月開始重整規劃，目前正在整合「寒舍策略共識營」、「寒舍接班人計劃」和「寒舍學堂」三個計畫，打造一個全新的人才發展培育計畫，透過這一整合，員工能夠接受更為全面且深入的培訓，進一步提高自身素質及競爭力。儘管這是一項艱鉅的工程，但寒舍餐旅致力於推動人才培育計畫的整合，期藉培訓開發員工潛能，傳遞「寒舍精神」與「寒舍文化」，培育未來管理人才。

寒舍餐旅四大人才發展計畫



寒舍學堂

寒舍學堂於本年度因疫情因素暫停，未來將進行集團組織架構重整，將集團資源與人力進行整合，以達最大效力，重新規劃員工職能發展培育計畫，以符合未來集團發展所需。



Train the Trainer
培訓員課程 / 制度



2022 Train the Trainer

為精進員工職能，寒舍餐旅開設「Train the Trainer」培訓員課程，積極培訓各部門內部種子講師，以培訓發展的六大步驟，統一各館的人員培訓標準，進而提升各單位培訓員對於系統培訓的認知，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。2022 年採集團聯合開課方式實體授課（喜來登、艾美、寒沐、信義區關係企業艾麗），並透過 Teachback 驗收學習成效。上下年度各開一梯次，受訓同仁共計 15 人，通過考核認證者計 13 人。

2022 年度共開立 5 梯次「新一代服務文化」課程，此為萬豪集團各個品牌特色所設計的服務培訓，同仁們可將學習到的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。

菁英實習生計畫



實習生菁英計畫課程照片 (艾美酒店品牌特色介紹 / 服務中心大解密)

寒舍餐旅規劃一系列實習、培訓與考核，以促進產學合作效益，加強實習生／建教合作生的職能。除職前訓練，亦在到任客房部、餐飲部等單位後，安排資深員工成為專屬夥伴進行一對一培訓，利用 90 天培訓課程清單，追蹤實習生／建教合作生的學習進度。

實習生／建教合作生可參與寒舍餐旅所開設之課程，強化各項服務文化、促進核心價值及增強語文相關能力，到職半年後通過單位主管推薦，方可成為「菁英實習生」，由集團進行重點培育，進一步學習初階管理技能，透過部門主管的專題講座，瞭解飯店管理的全貌，菁英實習生在實習期間將於不同館別授課，透過姊妹飯店及萬豪品牌相關酒店導覽，實地體驗不同館別的特色。2022 年學員給予此計畫極高評價，認為在工作之餘，公司有用心規劃課程讓菁英實習生了解飯店營運的全貌，並透過主管經驗分享，能夠有效規劃自身職涯發展。寒舍也鼓勵菁英實習生回任，提供畢業回任獎勵及結業考核獎學金以吸引優異人才，於 2022 年共計吸納 29 位菁英實習生，其中有 4 位於實習結束後轉為正職，並獲得升遷機會。2022 年共計吸納 29 位菁英實習生，其中有 4 位於實習結束後轉為正職，並獲得升遷機會。

寒舍數位學習網

寒舍數位學習網落實公司人才培育、倡導終生學習與協助員工個人發展計劃，公司規劃完整多元的學習管道與環境，以達員工的全方位多元學習目的。2022 年共開設 62 堂新課程，包含食品安全、管理、領導等主題，為節省同仁通勤成本，並強化可預習 / 複習的學習管道與員工更彈性的學習途徑與環境，將 186 堂面授課程建置數位學習網中，依據課程屬性分為「核心 / 通識」、「管理領導」、「語言學習」、「勞工安全與衛生」、「飯店安全」、「專業技能與知識」、「建教合作」、「政府法令」、「系統操作」、「訓練者培育」、「單位內部訓練」及「其他」共 12 類課程。參訓學員可透過平台上的課程滿意度調查系統反饋意見，2022 年統計同仁對平台滿意度達 4.5/5 分，經過 3 年持續推廣數位學習，目前集團數位學習平台之普及率已達到 98%，單位主管亦可利用數位平台雲端後台報表系統了解員工培訓狀況與紀錄，追蹤員工在職訓練狀況與成效，鼓勵員工學習及成長，制定個人化學習計畫，增進員工學習之深度與廣度。

5.2.3 鼓勵多元發展 適才適所

寒舍餐旅績效管理的目的在於提升與開發員工潛能，提供優質的學習環境、設計良好的績效管理制度外，也強調主管與同仁間的良性互動。除年度績效考評外，透過主管與員工的雙向互動與溝通，提供員工協助與必要之關懷，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，以達改善個人及組織績效的目標。



績效考核

寒舍集團設有「績效考核實施辦法」，考核以半年為單位進行，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，同仁與直屬主管透過考核流程共同訂定未來六個月的目標，考核分數達到甲等者，有機會獲得調薪或晉升，或依據能力及意願給予轉調，並於職務調動三個月後進行試用期滿考核，確認適應並適任新職務 / 職級。

2022 年寒舍餐旅超過 50% 管理階層接受定期績效及職涯發展檢視，非管理階層則達到 82%，未來將持續拓展績效考核的範疇及項目，以提升組織績效，驅動企業成長。

■ 內部輪調

為因應員工多元之職涯發展，寒舍餐旅依據「員工轉調管理辦法」，提供內部不同事業單位之輪調機會，當職位空缺時，我們鼓勵員工可依個別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，藉內部輪調機制期盼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，暢通員工之升遷機會，促進集團內部人才向上流動。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

「健康、無憂、樂活」是寒舍餐旅守護員工身心健康的核心價值。本著員工為公司重要資產之理念，我們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發展員工職場全人照護，讓每一位寒舍人都能獲得完善的照顧，透過持續不斷的健康關懷，讓同仁安心工作，無後顧之憂，並經由活動推展促進員工產生健康行為、建立健康的生活型態，進而創造工作與家庭平衡雙贏之局。

寒舍餐旅非擔任主管職務之全時員工薪資資訊

項目	2020 年	2021 年	2022 年
非主管之全時員工薪資總額 (A)	789,938,746	705,516,117	770,685,000
非主管全時員工人數 (B)	1,455	1,277	1,335
非主管之全時員工「薪資平均數」(A/B)	538,102	552,335	577,000
非主管之全時員工「薪資中位數」	454,300	464,749	489,000

獲得最低薪資員工的百分比

項目	2021	2022
獲得最低工資的員工人數	3	3
所有員工總數	1,334	1,362
百分比	0.22%	0.22%

寒舍餐旅豐富的員工福利



■ 職工福利委員會

為提供員工友善便利的工作環境，公司規劃有食、衣、住、行等福利措施，本公司另設有職工福利委員會，每年規劃多樣化的福利措施及各種類型之活動。福委會福利金收入主要用於辦理旅遊活動、三節福利金、生日禮券、子女獎學金、團體保險，文康活動，生育及住院補助。2022 年因 COVID-19 影響，為配合政府正向防疫政策，福委會多項例行福利活動如員工旅遊因配合政府防疫政策暫時停止辦理，為提振同仁士氣並慰勞同仁配合防疫辛勞，改以發放春遊券方式辦理家庭日，並給予公假一天，鼓勵同仁可攜家帶眷一同出遊。

■ 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。2022 新冠疫情嚴峻，寒舍集團因應政府政策，暫停人數多的活動，避免人群聚集，改發春遊券，並持續摸彩活動，員工福利不打折。2022 疫情趨緩後，更舉辦員工保齡球競賽與廚藝大賽，透過球技及廚藝切磋維繫同仁之間的感情，打造有趣的職場文化、2022 疫情趨緩後，更舉辦員工保齡球競賽與廚藝大賽，透過球技及廚藝切磋維繫同仁之間的感情，打造有趣的職場文化、多元友善的工作環境。

廚藝競賽



寒舍餐旅素來以貼心的服務及精緻的餐點著名，為了進一步加強寒舍的精緻餐飲優勢，並鼓勵員工互相交流學習，寒舍餐旅於 2022 年舉辦萬豪廚藝競賽，聯合萬豪集團旗下各飯店一同參與，讓員工透過廚藝切磋增進同業交流及互動的機會，激發同仁的創造力與學習熱情，並持續向提供旅人更優質與多樣化的餐飲體驗邁進。

員工保險及健康檢查

寒舍餐旅關心員工健康，除了提供同仁基本勞保、健保、團保等法定保障外，更全額補助每位同仁每年參加健康檢查，並提供優於法令之健康檢查項目。

2022 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	56,557,368
健保費	36,836,116
團保費	3,462,016
健康檢查費	1,093,535
合計	97,949,035

健康檢查

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提供員工身體質量檢測。為促進員工健康，集團聘僱護理人員，照護員工個人身體狀況，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，提醒同仁平衡工作與健康狀況。



育嬰假

寒舍集團瞭解工作與家庭平衡之重要性，故設有彈性育嬰假制度，員工可選擇分次申請，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。

2022 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	10	10	0	1	2	4
實際申請人數	3	8	0	1	2	4

2022 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	年度育嬰假後實際申請復職人數	前年度復職人數	前年度復職滿一年人數
男	6	1	4	2
	17%		50%	
女	14	10	21	15
	71%		71%	

註 1：復職率=報告年度實際復職人數/報告年度應復職人數

註 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

寒舍餐旅在維護員工權益上不遺餘力，為建立和諧勞資關係，促進勞資合作，改善勞工福利事項，公司建立多元暢通的透明溝通管道，對健康安全、勞工福利等基本勞動條件議題表達意見，積極主動了解員工之心聲並適時處理反應問題，達到勞資正向溝通。若有不法情事投訴，亦設有申訴信箱、舉報專線及性騷擾防治專線等申訴管道，我們定期召開勞資會議、員工大會，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。員工可公開地就各項公、私領域、工作條件、薪資福利或個人意見與管理階層充分溝通，各項溝通途徑如下：

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可向獨立申訴信箱提出，公司將於接獲申訴日起盡速進行調查並作成決議，所有申訴文件及信函皆以密件方式處理，以保障申訴人權益，並建立勞資和諧的工作環境，2022 年無收到任何爭議或申訴事件。

5.3.3 落實平等職場

寒舍集團制定「性騷擾防治、申訴及懲戒辦法」，視防治性騷擾事件為重任，透過員工佈告欄、內部網站及職工手冊內公告等方式，積極宣導性別平等及性騷擾防治等人權事項，我們與現代婦女基金會合作，完善性騷擾防治教育訓練，嚴格要求主任級以上的主管應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。寒舍集團將持續努力，朝消除性別歧視、提升性別人權標準、落實性別平等及零性騷擾事件邁進。



打造友善性別職場講座

5.4 環境友善 安全職場

5.4.1 職場安全與衛生

寒舍餐旅重視每位同仁的工作狀態，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。

我們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，共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

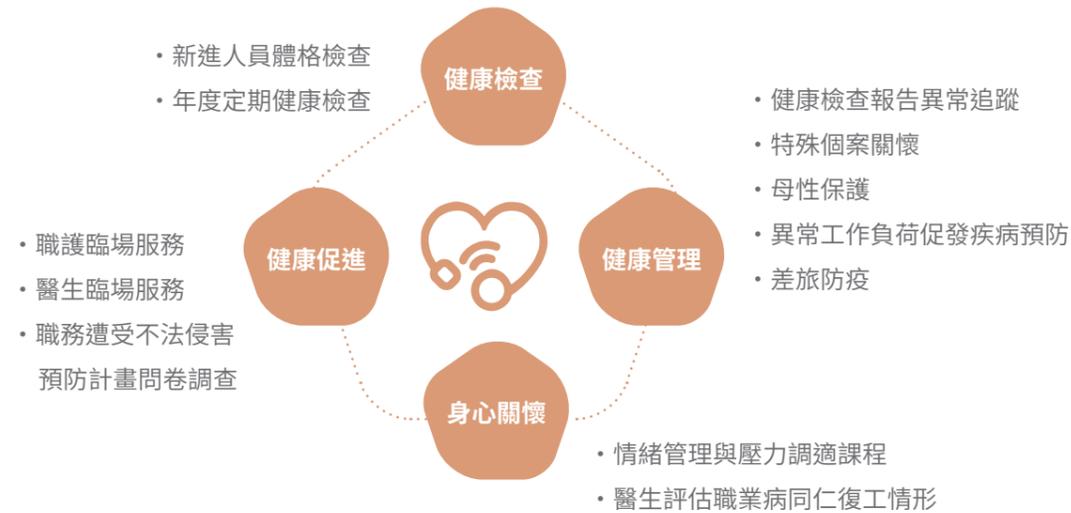
寒舍餐旅依法針對每位同仁安排職業安全衛生教育訓練，除了培養同仁工作技能外，更注重將職場健康與安全的正確觀念落實於同仁心中，預防發生職業傷害。2022 年辦理 9 場 CPR 及 AED 的教育訓練，共 235 名員工參與，也定期舉行安全衛生管理職前訓練共 61 場，參訓人次共 941 名員工。2022 年度以線上課程進行一般勞工安全衛生教育訓練，共 911 人完成培訓，以此加強員工防災意識，也減少意外事故發生之機率。除了每年定期辦理之教育訓練外，為提升職業安全，寒舍餐旅在 2022 年所投入之金費高達新台幣 55,782 元，教育訓練總時數達 4,030 小時，並總共有 5,318 人次參與訓練。



職安教育訓練

5.4.2 員工健康照護

寒舍餐旅以照顧員工的身體健康為重任，每年皆安排員工進行免費的健康檢查，亦聘僱職業健康護理人員，每個月 4 次臨場服務，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兩個月 1 次的「醫師臨場服務」，追蹤公傷復工同仁的恢復狀況及懷孕員工職場環境評估及關懷，並進行健康檢查的後續追蹤與衛教宣導。寒舍餐旅關懷員工身心健康狀況，2022 年辦理情緒管理與壓力調適課程，並新增「執行職務遭受不法侵害預防計畫」問卷調查，全方位守護員工身心。



■ 失能傷害頻率、嚴重率

2022 年度工傷情形以上下班的交通及滑倒意外居多，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。因應寒舍餐旅於安全衛生管理的積極行動，2022 年職業傷害人數大幅下降，未來將持續朝職場零職災的目標邁進。

	2020 年			2021 年			2022 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)	29.96	6.24	34.3	41.85	12.4	17.9	13.1	32.9	27.0
失能傷害嚴重率 (SR)	464	504	156.6	81	179.8	102.3	72.0	676.6	138.5
年度之總合指數 (FSI)	3.72	1.77	2.3	1.84	0.2	1.8	1.0	4.7	1.9

註 1：2022 年無任何因公死亡事件。

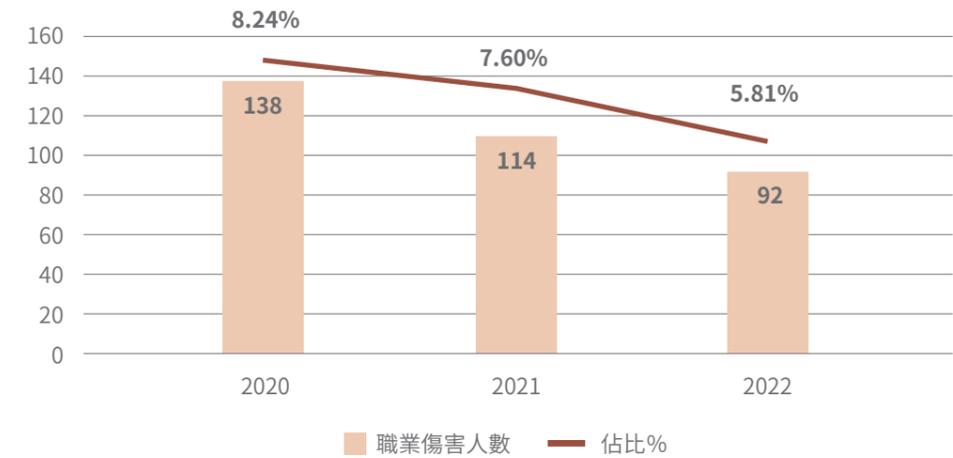
註 2：工傷為在執行工作時受傷、因工作導致職業病、通勤途中發生事故，所造成的疾病、傷害、殘廢或是死亡。

註 3：此數據內容中，未包含現場急救可解決問題的工傷。

註 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

註 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

註 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：配發耳塞給工程部工作同仁，以降低鍋爐所造成之巨大聲響，針對高風險場所實施噪音監測，確保現況合法合規。
- 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，針對滑倒高風險區域，設置止滑墊，以保護員工之安全。
- 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。

5.5 因應疫情 彈性調整

2022 年末雖疫情趨緩，寒舍餐旅仍嚴陣以待，為防治疫情擴散，衛福部疾病管制署宣布進入防疫三級警戒。寒舍餐旅謹慎應對疫情衝擊，彈性調整員工工作模式。



寒舍餐旅在疫情爆發時，深刻認識到疫情給同仁帶來的身心靈影響，我們關注員工的健康與安全，彈性調整員工的上班模式，並透過密切溝通，瞭解他們所面臨的困難和挑戰，尋找解決方案，以幫助他們克服困難，保持穩定的生活和工作狀態。同時，我們也積極採取措施，調整適應後疫情時代的經營策略，以迎接新的挑戰。

章節亮點

- 寒舍集團耶誕慈善捐款共計募得 160,000 元，幫助導盲犬協會
- 關懷在地，連日超大豪雨衝擊宜蘭，礁溪寒沐酒店贈送酒店人氣美食「椒香碳烤雞」30 隻，關懷大同鄉社區的部落長者
- 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 指標

註：由於寒居酒店開幕尚未滿一年，量化數據將於明年度呈現於報告書中

6.1 在地社會關懷

寒舍秉持「以人為本，與環境共生，與社會共榮的全球性友善生態新價值」之永續願景，串聯內外部各式資源，積極參與社會公益活動。多年來，更積極透過環保、公益活動等多元合作與推動方式，將投入社會參與的效益發揮至最大綜效，正面提升社會共好之風氣，並將影響擴及到更多需要幫助的人身上，為社會持續締造真善美的正向影響力。

6.1.1 公益活動

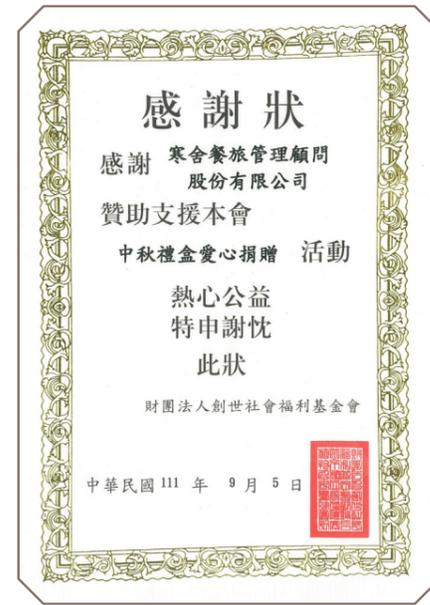
【愛與希望】耶誕慈善捐款活動

寒舍餐旅在地茁壯生根，秉持著「取之於社會，用之於社會」的精神，積極回饋社會，造福鄉里。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、寒居酒店、礁溪寒沐酒店，在耶誕感恩月期間於各飯店設置慈善捐款箱，每年度定期舉辦耶誕慈善捐款活動，並號召旗下各飯店整理物資，將吹風機、快煮壺與碗盤等物資，捐贈給創世社會福利基金會，將愛與關懷傳遞到社會的每一個角落，在 2022 年與台灣導盲犬協會合作，邀請賓客以行動支持導盲犬培育以及打造盲人友善環境，活動當天請台灣導盲犬協會帶了多隻導盲犬來寒舍艾美與賓客做近距離的互動，提供賓客更多知識，讓大家對於導盲犬有更進一步的認識，募得總金額 TWD160,000。另外，2022 年特別號召旗下各飯店整理物資，將吹風機、快煮壺與碗盤等物資，捐贈給創世社會福利基金會。



• 愛心捐贈 - 中秋月餅捐贈

今年首次由台北喜來登客房部莊智雅行政副總代表捐贈愛心月餅給創世基金會，讓收到月餅的清寒家庭能吃在嘴裡、甜在心坎裡，感受滿滿的中秋祝福與溫暖，捐贈 250 盒集團愛心月餅。



• 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，我們期望透過植樹造林改善市容景觀，為行人提供舒適休憩空間，並提升都市生態指標，樹木成長成蔭，未來長成老樹時轉變為文化資產，自 2019 年開始，寒舍餐旅持續認養行道樹，今年度更是投入 660,938 元，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。

• 環境永續 - 地球一小時

為落實 ESG 及對於環境保護的理念，寒舍艾美酒店、台北喜來登大飯店、寒居酒店、礁溪寒沐酒店 4 間飯店共同響應 WWF 世界自然基金會發起的「地球一小時 Earth Hour」全球熄燈行動，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，共同攜手守護這片美麗的土地。



體育人才培育 - 寒舍集團射箭隊

寒舍集團長期支持與贊助國內體育活動，期盼透過資源挹注，培育國內體育人才，創造台灣體育專才的永續性，為培育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、恒耀工業贊助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運動項目。

在中華企業射箭聯賽中，寒舍集團射箭隊以驚人的堅韌和毅力勇奪勝利。每位選手僅有一箭決定勝負的壓力下，寒舍集團成功逆轉戰局，以 3 比 2 擊敗台南射箭隊，藉由男子團體賽的穩定表現成功奪得季後賽席次。後續憑藉自身經驗優勢，以壓倒性的比數收下勝利，搶下首張總冠軍賽門票，期許能勇奪佳績。



6.1.2 在地深耕

關懷鄉土 - 照顧在地家庭

2022 年 11 月由於連日超大豪雨衝擊宜蘭，台 7 線道路多處坍方，導致當地民眾受困。為關心當地社區居民，礁溪寒沐酒店於 11 月贈送了 30 隻人氣美食「椒香碳烤雞」，送到當地部落，以表達對當地居民的支持和關懷，我們一直致力於回饋社區，希望能在災難和困難時與當地居民一同度過。



地方創生 - 百年牽罟 五告團結

礁溪寒沐酒店承襲寒舍美學「以大地為家」的品牌理念，將自然、名湯與在地文化完美融合，以行動推廣宜蘭百年傳統文化，關懷海洋保育及永續，於 10 月 25 日召集寒沐員工，一起探訪港澳沙灘，體驗在宜蘭具有 200 年歷史傳承的「東北角牽罟」，透過「螺」吹響號召，作為各家漁民齊聚的依據，發揮團隊精神的捕魚方式，體現團結共享的精神，2023 年也將以「輔導年」為主題串聯，結合宜蘭 12 鄉鎮特色舉辦各項主題活動，讓員工及遊客認識宜蘭在地人文風貌與自然環境，進而帶動整體觀光的共榮效益。



本次牽罟活動更邀請港口社區總幹事李世田帶領礁溪寒沐酒店員工巡禮防風林生態、陸蟹復育、漁村罟寮文化等，透過活動來展現團隊合作精神，以及對於在地文化的真切關懷！

深度探索 - 移動式早會

礁溪寒沐酒店以具體行動致力於宜蘭共生、在地關懷與公益實踐，於 7 月 28 日特別推出「移動式早會」，帶領飯店主管至員山鄉二湖鳳梨館，親身體驗宜蘭緯度最高的採果農家樂，由鳳梨產銷班班長江朝清專業說明「開英 3 號」鳳梨的特色、耕作與採收的技巧，以及 DIY 鳳梨豆腐乳教學，讓每一位員工豐富人文精神內涵，旨在串聯區域特色發展，進而帶動宜蘭整體觀光的共榮效益，讓大家看見臺灣魅力，並將活動採收的新鮮土鳳梨，搭配礁溪寒沐酒店加碼祭出的人氣美食商品「椒香碳烤雞」約 140 隻，一同交由村長協助捐贈予當地的弱勢家庭，關懷送暖，善盡社會責任。移動式早會，特別選在農曆 7 月鬼門開的前一天，除了體驗採收鳳梨的田園樂趣，結合暖心送美食的公益活動，也特別認識「鳳梨花」，帶領同仁敬天祈福，也特別具有文化傳承的意味。



附錄一：全球永續性報告指標 GRI 準則內容索引

使用聲明	寒舍已依循 GRI 準則報導 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期間的內容
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021
適用的 GRI 行業準則	N/A

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	備註
一般揭露				
GRI 2: 一般揭露 2021	組織及報導實務			
	2-1	組織詳細資訊	1.1 公司簡介	17
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	13
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	13
	2-4	資訊重編	關於本報告書	13
	2-5	外部保證 / 確信	關於本報告書	13
	活動與工作者			
	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.1 公司簡介	17
	2-7	員工	5.1 多元選才 適才適所	99
	2-8	非員工的工作者	5.1 多元選才 適才適所	102
	治理			
	2-9	治理結構及組成	1.2.1 治理架構及運作	22
	2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.2.1 治理架構及運作	22
	2-11	最高治理單位的主席	1.2.1 治理架構及運作	22
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.2.1 治理架構及運作	22
	2-13	衝擊管理的負責人	1.2.1 治理架構及運作	22
	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	1.2.1 治理架構及運作	23
	2-15	利益衝突	1.3.1 誠信經營	32
	2-16	溝通關鍵重大事件	1.3.1 誠信經營	33
	2-17	最高治理單位的群體智識	1.2.1 治理架構及運作	24
	2-18	最高治理單位的績效評估	1.2.1 治理架構及運作	24
2-19	薪酬政策	1.2.1 治理架構及運作	24	
2-20	薪酬決定流程	1.2.1 治理架構及運作	24	
2-21	年度總薪酬比率	5.3.1 優渥的薪酬福利	25	

策略、政策與實務						
GRI 2: 一般揭露 2021	2-22	永續發展策略的聲明	董事長的話	04		
	2-23	政策承諾	1.4.1 誠信經營 1.2.2 風險管理及因應	32		
	2-24	納入政策承諾	1.4.1 誠信經營 重大主題管理方針 利害關係人議和	33		
	2-25	補救負面衝擊的程序	1.3.1 誠信經營 2.2.3 用心傾聽 落實精進	08		
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.4.1 誠信經營	34		
	2-27	法規遵循	1.3.2 法規遵循	28		
	2-28	公協會的會員資格	1.5 營運績效與發展規劃	35		
	利害關係人議合					
	2-29	利害關係人議合方針	利害關係人議和	10		
	2-20	團體協約	無設立工會，不適用	-		
重大主題						
GRI 3: 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	利害關係人與重大性分析	10		
	3-2	重大主題列表	利害關係人與重大性分析	11		
1. 永續發展策略及風險管理						
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.2 公司治理	21		
2. 營運持續管理						
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.2.2 營運風險管理與因應	25		
3. 客戶隱私管理						
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.3 資訊安全與顧客隱私保護	29		
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	1.3 資訊安全與顧客隱私保護	29		
4. 法規遵循						
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.4.2 法規遵循	32		
GRI 418: 客戶隱私 2016	307-1	違反環保法規	1.4.2 法規遵循	32		
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	1.4.2 法規遵循	32		

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	1.4.2 法規遵循	33	
5. 消費者健康與安全					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.3 安心食尚 美味上桌	46	
GRI 416: 顧客健康與安全	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	2.3.3 食材檢驗與商品標示	48	
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	1.4.2 法規遵循	33	
6. 客戶關係					
GRI 3: 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2 客戶關係	40	
GRI 416: 顧客健康與安全	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	2.3.3 食材檢驗與商品標示	48	

■ 一般揭露

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	35	
GRI 202: 市場地位	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	5.1 多元選才 適才適所	100	
	202-2 雇用當地居民為高階管理階層的比例	5.1 多元選才 適才適所	100	
GRI 204: 採購實務	204-1 來自當地供應商的採購支出比例	2.4.2 綠色與在地採購	58	
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	73	
	302-3 能源密集度	4.2 能源節約與管理	73	
	302-4 減少能源消耗	4.2 能源節約與管理	73	
GRI 303: 水	303-1 依來源劃分的取水量	4.3 水資源管理	74	
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	73	
	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	73	
	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	73	
	305-5 溫室氣體排放減量	4.2.1 氣候變遷因應與節能減碳	73	

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	備註
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	76	
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	101	
	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	110	
GRI 403：職業安全衛生	403-3 職業健康服務	5.4 職場安全與身心健康	116	
	403-9 職業傷害	5.4 職場安全與身心健康	116	
GRI 404：訓練與教育	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	106	
	404-2 提升員工職能及過渡協助方案	5.2.2 扎實訓練 深化專業	105	
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.2.3 鼓勵多元發展 適才適所	106	
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	5.1.1 多方人力結構	100	
GRI 406：不歧視	406-1 歧視事件以及組織採取的改善行動	5.3.2 暢通的勞資溝通	111	
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 食材檢驗與商品標示	47	
	417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	3.1.3 食材檢驗與商品標示	47	

■ 附錄二：

永續會計準則委員會（Sustainability Accounting Standards Board, SASB）指標對照表

寒舍餐旅根據 SASB 官方網站產業分類查詢結果，自永續會計準則（SASB 準則）之重大性地圖索引（SASB Materiality Map）內的 11 項產業別（Sector）、77 項行業別（Industry）中，選出適用之指標進行揭露：

產業類別（Sector）：服務業（Services）

行業準則（Industry）：酒店與住宿業（Hotels & Lodging）

註：由於寒居酒店開幕尚未滿一年，以下數據揭露範圍僅有台北喜來登、台北寒舍艾美、礁溪寒沐，寒居數據將於明年度報告書中納入。

揭露主題	指標代碼	揭露指標	性質	內容摘要與說明								
能源管理	SV-CA-130a.1	(1) 總能源消耗	量化	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2022 年度情形</th> <th>台北喜來登</th> <th>台北寒舍艾美</th> <th>礁溪寒沐</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>總能源消耗 (GJ)</td> <td>106,988</td> <td>436,346</td> <td>30,948</td> </tr> </tbody> </table>	2022 年度情形	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐	總能源消耗 (GJ)	106,988	436,346	30,948
		2022 年度情形	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐							
		總能源消耗 (GJ)	106,988	436,346	30,948							
(2) 電網電力百分比	量化	寒舍餐旅集團 100% 的電力均購自台灣電力股份有限公司										
(3) 可再生能源百分比	量化	寒舍餐旅集團 0% 的電力來自可再生能源										

揭露主題	指標代碼	揭露指標	性質	內容摘要與說明												
水和廢水管理	SV-HL-140a.1	(1) 總取水量，(2) 總耗水量，在基線水資源壓力高或極高的地區所佔的百分比	量化	<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>自來水</td> <td>710,981</td> </tr> <tr> <td>地下水</td> <td>87,444</td> </tr> <tr> <td>總取水量</td> <td>798,425</td> </tr> <tr> <td>總用水量</td> <td>798,425</td> </tr> </tbody> </table> <p>(單位：立方公尺) 寒舍餐旅集團皆無來自水資源壓力地區之取水 / 用水</p>	年度	2022	自來水	710,981	地下水	87,444	總取水量	798,425	總用水量	798,425		
				年度	2022											
自來水	710,981															
地下水	87,444															
總取水量	798,425															
總用水量	798,425															
生態影響	SV-HL-160a.1	位於受保護狀態或瀕危物種棲息地或其附近的住宿設施數量	量化	<p>2022 年，寒舍餐旅集團並無物業位處以下受保護地區：</p> <ul style="list-style-type: none"> 聯合國教科文組織生物圈 自然 2000 區域 拉姆薩爾濕地 <p>根據世界保護區數據庫：寒舍集團並非位處受保護的土地上。 資料來源：Protected Planet's World Database of Protected Areas (WDPA)</p>												
				SV-HL-160a.2	描述保護生態系統服務的環境管理政策和實踐	討論與分析	<p>寒舍餐旅集團重視環境保護，於能資源各個面向上均有制定相關管理政策，也積極採取各種措施例如：</p> <ul style="list-style-type: none"> 節約能源和資源，採用節能設備和綠色能源，減少能源的消耗 提倡客戶參與環保行動，鼓勵客戶將毛巾和床單重複使用，減少洗滌的頻率和浪費。 培訓員工環保意識，加強員工環保知識，確保員工能夠嚴格遵守環保政策和標準。 優先選擇環保產品和材料，確保我們的供應商也能夠共同遵守環保標準。 <p>我們希望能夠積極改善和保護環境，達到永續的目標。能資源相關政策詳細資料可查看：CH3 綠色營運環保節能 章節</p>									
勞動待遇	SV-HL-310a.1	(1) 員工的自願離職率和(2) 非自願離職率	量化	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>台北喜來登</th> <th>台北寒舍艾美</th> <th>礁溪寒沐</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>自願離職率 (%)</td> <td>97%</td> <td>100%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>非自願離職率 (%)</td> <td>3%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	項目	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐	自願離職率 (%)	97%	100%	100%	非自願離職率 (%)	3%	0%	0%
				項目	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐									
	自願離職率 (%)	97%	100%	100%												
非自願離職率 (%)	3%	0%	0%													
SV-HL-310a.2	由於違反勞動法的法律訴訟而造成的金錢損失總額	量化	2022 年度無違反勞動法的法律訴訟而造成金錢損失情事													
SVHL-310a.3	(1) 非主管職平均時薪	量化	<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>2022 年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非擔任主管職務之全時員工薪資總額 (A)</td> <td>710,981</td> </tr> <tr> <td>非擔任主管職務之全時員工人數 (B)</td> <td>1,335</td> </tr> <tr> <td>非擔任主管職務之全時員工「薪資平均數」 (A/B)</td> <td>577,000</td> </tr> </tbody> </table> <p>單位：新台幣 / 元</p>	年度	2022 年	非擔任主管職務之全時員工薪資總額 (A)	710,981	非擔任主管職務之全時員工人數 (B)	1,335	非擔任主管職務之全時員工「薪資平均數」 (A/B)	577,000					
			年度	2022 年												
非擔任主管職務之全時員工薪資總額 (A)	710,981															
非擔任主管職務之全時員工人數 (B)	1,335															
非擔任主管職務之全時員工「薪資平均數」 (A/B)	577,000															
(2) 獲得最低工資的員工的百分比	量化	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>2022 年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>獲得最低工資的員工 (人數)</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>所有員工總數 (人數)</td> <td>1,362</td> </tr> <tr> <td>百分比</td> <td>0.22%</td> </tr> </tbody> </table>	項目	2022 年	獲得最低工資的員工 (人數)	3	所有員工總數 (人數)	1,362	百分比	0.22%						
項目	2022 年															
獲得最低工資的員工 (人數)	3															
所有員工總數 (人數)	1,362															
百分比	0.22%															

附錄四：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

會計師有限確信報告

寒舍餐旅管理顧問股份有限公司 公鑒

確信範圍

本會計師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2022年度永續報告書中所選定之永續績效資訊（以下稱「標的資訊」），執行財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則所定義之「有限確信案件」並出具報告。

標的資訊及其適用基準

有關寒舍餐旅之標的資訊及其適用基準詳列於附件一。

管理階層之責任

寒舍餐旅管理階層之責任係依據臺灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」之規定，以及參考適當之基準編製標的資訊，包括參考全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)所發布之2021年GRI 準則(GRI Standards)，寒舍餐旅管理階層應選擇所適用之基準，並對標的資訊在所有重大方面是否依據該適用基準報導負責，此責任包括建立及維持與標的資訊編製有關之內部控制、維持適當之記錄並作成相關之估計，以確保標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

本會計師之責任

本會計師之責任係依據所取得之證據對標的資訊作成結論。

本會計師依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作，以對標的資訊是否存在重大不實表達出具有限確信報告。本會計師依據專業判斷，包括對導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險之評估，以決定確信程序之性質、時間及範圍。

本會計師相信已取得足夠及適切之證據，以作為表示有限確信結論之基礎。

會計師之獨立性及品質管理

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

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

所執行程序之說明

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

A member firm of Ernst & Young Global Limited

揭露主題	指標代碼	揭露指標	性質	內容摘要與說明														
勞動待遇	SV-HL-310a.4	政策和計劃的描述防止員工騷擾	討論與分析	寒舍餐旅集團建置「員工申訴電子信箱及專線」，並規範「就業場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」、「道德行為準則」等條款，妥善公正地處理員工申訴，以多元的溝通管道，使勞資雙方可以表達想法並有效溝通，達成勞資雙贏。 詳細資訊可閱：CH1.3.1 誠信經營														
氣候變遷的物理影響	SV-HL-450a.1	位於 100 年洪水區的住宿設施數量	量化	不適用，寒舍餐旅集團目前僅有台灣地區，台灣並非位於百年洪水區域。														
勞動待遇	SVHL-000.A	可用房晚數	量化	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2022 年度情形</th> <th>台北喜來登</th> <th>台北寒舍艾美</th> <th>礁溪寒沐</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>客房總數</td> <td>688</td> <td>160</td> <td>190</td> </tr> <tr> <td>可用房晚數</td> <td>251,120</td> <td>58,400</td> <td>69,350</td> </tr> </tbody> </table>	2022 年度情形	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐	客房總數	688	160	190	可用房晚數	251,120	58,400	69,350		
	2022 年度情形	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐														
	客房總數	688	160	190														
	可用房晚數	251,120	58,400	69,350														
SVHL-000.B	平均入住率	量化	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2022 年度情形</th> <th>台北喜來登</th> <th>台北寒舍艾美</th> <th>礁溪寒沐</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>一年平均入住率</td> <td>46.16%</td> <td>58.85%</td> <td>62.08</td> </tr> </tbody> </table>	2022 年度情形	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐	一年平均入住率	46.16%	58.85%	62.08							
2022 年度情形	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐															
一年平均入住率	46.16%	58.85%	62.08															
SVHL-000.C	住宿設施總面積	量化	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2022 年度飯店總面積</th> <th>台北喜來登</th> <th>台北寒舍艾美</th> <th>礁溪寒沐</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平方公尺 (m²)</td> <td>80,910</td> <td>20,871</td> <td>36,105</td> </tr> </tbody> </table>	2022 年度飯店總面積	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐	平方公尺 (m ²)	80,910	20,871	36,105							
2022 年度飯店總面積	台北喜來登	台北寒舍艾美	礁溪寒沐															
平方公尺 (m ²)	80,910	20,871	36,105															
SVHL-000.D	住宿設施的數量和百分比：(1) 管理，(2) 自有和租賃，(3) 加盟	量化	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2022 年度情形</th> <th>台北喜來登</th> <th>台北寒舍艾美</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>管理</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>自有和租賃</td> <td>1</td> <td>33%</td> </tr> <tr> <td>加盟</td> <td>2</td> <td>67%</td> </tr> <tr> <td>總計</td> <td>3</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>註：台北喜來登、台北寒舍艾美為加盟及委託經營管理；礁溪寒沐為寒舍餐旅自有品牌。</p>	2022 年度情形	台北喜來登	台北寒舍艾美	管理	0	0%	自有和租賃	1	33%	加盟	2	67%	總計	3	100%
2022 年度情形	台北喜來登	台北寒舍艾美																
管理	0	0%																
自有和租賃	1	33%																
加盟	2	67%																
總計	3	100%																

重大性地圖索引 (SASB Materiality Map) : <https://materiality.sasb.org/> SASB 官方網站，請參閱 <https://www.sasb.org>

附錄三：TCFD 索引表

對應報告書 3.1 章節 - 氣候變遷風險與機會		
面向	建議揭露項目	頁碼
治理	董事會對氣候相關風險與機會的監督	65
	管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會方面的角色	64
策略	鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	66
	衝擊組織在業務、策略和財務規劃的氣候相關風險與機會	66
	組織在策略上的韌性，考量不同氣候相關情境	68
風險管理	氣候相關風險的鑑別和評估流程	65
	氣候相關風險的管理流程	64
	氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程和整合在組織的整體風險管理制度	64
指標與目標	組織評估氣候相關風險與機會所使用的指標	66
	範疇 1、範疇 2 和範疇 3 (如適用) 溫室氣體排放和相關風險	73
	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	72

附錄四：會計師獨立確信報告

附錄四：會計師獨立確信報告



儘管本會計師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，惟本確信案件並非對寒舍餐旅內部控制之有效性表示意見。本會計師所執行之程序不包括測試控制或執行與檢查資訊科技(IT)系統內資料之彙總或計算相關之程序。

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

本會計師所執行之程序包括：

- 與寒舍餐旅人員進行訪談，以瞭解寒舍餐旅之業務與履行永續發展之整體情況，以及永續報導流程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解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求；
- 與寒舍餐旅攸關人員進行訪談，以瞭解用以蒐集、整理及報導標的資訊之相關流程；
- 檢查計算標準是否已依據適用基準中概述的方法正確應用；
- 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；
- 閱讀寒舍餐旅之永續報告書，確認其與本會計師取得關於永續發展整體履行情況之瞭解一致。

先天限制

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

結論

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

其他事項

本確信報告出具後，寒舍餐旅對任何確信標的或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

安永聯合會計師事務所

會計師：呂倩雯

呂倩雯



民國一十二年七月三十一日



附件一：

編號	章節標題	內文標題	標的資訊	適用基準	其他說明
1	Ch2 美好安心健康	2.3.4 食安小組把關專業人才培育	寒舍餐旅共計 21 間餐廳(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 309 位，佔總廚師人數 336 位的 92%。	為改善食品衛生、安全與品質，而針對其從業人員、作業場所、設施衛生管理及其品保制度等方面進行之評估與改進及所影響之主要產品與服務類別與百分比。	依據「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一之指標一應加強揭露績效指標。
2	Ch4 尊爵服務賓至如歸	4.2.1 賓客安全	2022 年未有違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件。	違反有關產品與服務之健康與安全法規及未選購產品與服務之資訊與標示法規之事件類別與次數、產品下架次數及下架產品總重量。	依據「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一之指標二應加強揭露績效指標。
3	Ch2 美好安心健康	2.4.2 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。2022 年寒舍餐旅符合國際認可之茶包及咖啡採購金額為新台幣 \$1,926,551 元，佔 2022 年之茶包類及咖啡採購支出 16,153,488 元的 11.93%。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)認證的金百利及大豐裕衛生紙，2022 年採購總金額為新台幣 \$2,404,082 元，佔 2022 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 4,325,358 元的 55.58%。	採購符合國際認可之產品責任標準者占整體採購之百分比，並依標準區分。	依據「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一之指標三應加強揭露績效指標。

A member firm of Ernst & Young Global Limited



編號	章節標題	內文標題	標的資訊	適用基準	其他說明						
4	Ch2 美好安心健康	2.3.2 用心傾聽落實精進	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，且 2021 榮獲認證。	經獨立第三方驗證符合國際認證之食品安全管理系統標準之廠房所生產產品之百分比。	依據「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一之指標四應加強揭露績效指標。						
5	Ch2 美好安心健康	2.4.3 供應商年度評鑑與稽核	2022 年新冠疫情仍未平息，我們稽核了 11 家食材供應商，供應商之進貨金額佔 2022 年寒舍餐旅當年度的食材供應商進貨總金額之 8.61%，稽核之供應商家數則佔 2.86%。 <table border="1"> <tr> <td>稽核家數</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>總食材家數</td> <td>385</td> </tr> <tr> <td>百分比</td> <td>2.86%</td> </tr> </table> 稽核項目： - 檢查文件 - 設備使用/保養 - 作業環境清潔人員操作 - 食材儲存及庫存管理 重要發現與改善： 主要為供應商人員服務態度差，已要求廠商配合改善	稽核家數	11	總食材家數	385	百分比	2.86%	對供應商進行稽核之家數及百分比、稽核項目及結果。	依據「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一之指標五應加強揭露績效指標。
稽核家數	11										
總食材家數	385										
百分比	2.86%										
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)。	依法規要求或自願進行產品追溯與追蹤之情形及相關產品占所有產品之百分比。	依據「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一之指標六應加強揭露績效指標。						

附錄四：會計師獨立確信報告



編號	章節標題	內文標題	標的資訊	適用基準	其他說明																												
7	Ch2 締造美好安心健康	2.3.3 食材檢驗與商品標示	<p>為強化上市、上櫃食品業者對食安把關的自主管理及企業社會責任，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。寒舍餐飲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，2022年檢驗結果如下，不合格比例為0.86%：</p> <table border="1"> <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>抗生素快速篩檢試驗組 Premi Test</td> <td>348</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>肉品瘦肉精檢測</td> <td>萊克多巴胺快速檢測試驗組 鹽酸克倫特羅快速檢測試驗組 沙丁胺醇快速檢測試驗組</td> <td>128</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>油炸食品總糖性化合物測定</td> <td>ehro 食用油酸測試器 FOM320</td> <td>515</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>SO₂ 二氧化硫檢驗</td> <td>二氧化硫快速檢測組</td> <td>240</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>過氧化氫(H₂O₂)檢驗</td> <td>過氧化氫簡易試劑</td> <td>99</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>皂質檢驗</td> <td>皂質、二甲基黃、二乙基黃三合一簡易試劑</td> <td>68</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> <p>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。寒舍餐飲於2022年之食品安全實驗室相關支出費用共計\$3,739,430元，佔寒舍餐飲當年度營業收入0.11%。</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	抗生素快速篩檢試驗組 Premi Test	348	0	肉品瘦肉精檢測	萊克多巴胺快速檢測試驗組 鹽酸克倫特羅快速檢測試驗組 沙丁胺醇快速檢測試驗組	128	0	油炸食品總糖性化合物測定	ehro 食用油酸測試器 FOM320	515	8	SO ₂ 二氧化硫檢驗	二氧化硫快速檢測組	240	4	過氧化氫(H ₂ O ₂)檢驗	過氧化氫簡易試劑	99	0	皂質檢驗	皂質、二甲基黃、二乙基黃三合一簡易試劑	68	0	<p>依法規要求或自願設置食品安全實驗室之情形、測試結果、相關支出及其占營業收入淨額之百分比。</p>	<p>依據「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一之指標七應加強揭露績效指標。</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	抗生素快速篩檢試驗組 Premi Test	348	0																														
肉品瘦肉精檢測	萊克多巴胺快速檢測試驗組 鹽酸克倫特羅快速檢測試驗組 沙丁胺醇快速檢測試驗組	128	0																														
油炸食品總糖性化合物測定	ehro 食用油酸測試器 FOM320	515	8																														
SO ₂ 二氧化硫檢驗	二氧化硫快速檢測組	240	4																														
過氧化氫(H ₂ O ₂)檢驗	過氧化氫簡易試劑	99	0																														
皂質檢驗	皂質、二甲基黃、二乙基黃三合一簡易試劑	68	0																														

A member firm of Ernst & Young Global Limited



編號	章節標題	內文標題	標的資訊	適用基準	其他說明														
8	Ch3 綠色營運環保節能	3.2 能源管理	<table border="1"> <thead> <tr> <th>能源與溫室氣體排放</th> <th>使用能源種類</th> <th>2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5">能源使用量</td> <td>電力(度)</td> <td>28,113,000</td> </tr> <tr> <td>柴油(公升)</td> <td>14,263</td> </tr> <tr> <td>重油(公升)</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>天然氣(度)</td> <td>1,993,180</td> </tr> <tr> <td>液化石油氣(公斤)</td> <td>171,431</td> </tr> </tbody> </table>	能源與溫室氣體排放	使用能源種類	2022	能源使用量	電力(度)	28,113,000	柴油(公升)	14,263	重油(公升)	0	天然氣(度)	1,993,180	液化石油氣(公斤)	171,431	<p>消耗能源總量、外購電力百分比、再生能源使用率。</p>	<p>依據「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一之指標八應加強揭露績效指標。</p>
能源與溫室氣體排放	使用能源種類	2022																	
能源使用量	電力(度)	28,113,000																	
	柴油(公升)	14,263																	
	重油(公升)	0																	
	天然氣(度)	1,993,180																	
	液化石油氣(公斤)	171,431																	
9	Ch3 綠色營運環保節能	3.3 水資源管理	<p>2022年寒舍餐飲用水情形</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">取水量(噸)</td> <td>自來水(噸)</td> <td>710,981</td> </tr> <tr> <td>地下水(噸)</td> <td>87,444</td> </tr> <tr> <td>用水密集度(噸/仟元營收)</td> <td></td> <td>0.24</td> </tr> <tr> <td>營收</td> <td></td> <td>3,314,671</td> </tr> </tbody> </table>			2022	取水量(噸)	自來水(噸)	710,981	地下水(噸)	87,444	用水密集度(噸/仟元營收)		0.24	營收		3,314,671	<p>總取水量及總耗水量。</p>	<p>依據「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一之一之指標九應加強揭露績效指標。</p>
		2022																	
取水量(噸)	自來水(噸)	710,981																	
	地下水(噸)	87,444																	
用水密集度(噸/仟元營收)		0.24																	
營收		3,314,671																	
10	Ch2 締造美好安心健康	2.1 東西管萃食尚饗宴	<p>寒舍餐飲餐廳數量與員工數</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>餐廳數量(間)</th> <th>餐廳員工數(人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>21間</td> <td>共616人</td> </tr> </tbody> </table> <p>註：餐廳數量包含餐廳、宴會廳、酒吧</p>	餐廳數量(間)	餐廳員工數(人)	21間	共616人	<p>餐廳數量(含分店)、餐廳員工人數(含分店)。</p>	<p>依據「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」第四條附表一及其問答集所指餐廳業應加強揭露績效指標。</p>										
餐廳數量(間)	餐廳員工數(人)																		
21間	共616人																		

