

《信義企業集團》成立33年以來，始終秉持著「以人為本」的信義精神，以「堅持企業社會責任，成就世界級服務業」為目標，期能達成與整體社會共生共榮的長遠願景。

我們謹遵循下列六項重大策略構面，調和各利害關係人權益，積極建立未來永續利基：

### 一、以誠取信 以質求勝

「誠信作業」、「先義後利」是我們奉行不渝的企業文化，為從根本有效執行，公司最高層決策單位—董事會的**獨立董事人數，自2013年起增加為四位，占總人數七人的一半以上**，以確保公司重大決策能納入多元包容的外部觀點，不受經營階層的有心左右或影響。

同時，我們也同步將經營階層的最高指導核心—「**全面品質管理**」（TQM）委員會，升級成為「**全面倫理管理**」（TEM）委員會，希望能在每一項重大施策實施前，全方位評估各利害關係人的效益增減，如有任何一方權益受到侵害，提案單位必須重新修正至兼顧所有利害關係人權益為止。

展望未來，我們希望能夠不斷精進，追求「信義立業，止於至善」，永不止息！

### 二、與同仁／夥伴一起成長

我們一向視同仁為夥伴，致力協助同仁在工作與生活間取得雙向均衡。唯有如此，才能維護企業永恆的創新發展與幸福成就。

例如**2013年我們正式實施：第二胎起，每年補助12萬元的「生育津貼」**，鼓勵同仁增產報國，減緩台灣全球「老化最快」的高齡壓力。實施成效不差：2013年全年，我們一共發出了220萬元的獎勵津貼，催生了37個信義寶寶，粗出生率約為0.92%，優於去年全台的0.86%。

「提供良好環境，確保同仁獲得就業安全與成長」，是我們一路走來與同仁間不變的承諾，日後也將會努力持續下去。

### 三、創新服務 視客如親

為積極響應政府「實價登錄」制度，同時滿足我們捍衛市場交易秩序與民眾居住品質的經營使命，我們在去年推出「房價溫度計（手機APP）」功能：透過使用方便的簡單元素（顏色／箭頭／溫度計），結合手機定位功能，快速呈現所在位置的鄰近成交行情，希望帶領消費者在大量混亂的資訊流中，成功發現房價新綠洲。還有以「以捷運為主題的成交行情頻道」，我們先行為客戶消化、解讀複雜的實價登錄資料，**2013年並導入「交通為建設之母」的軌道經濟學概念**，讓客戶快速了解捷運附近的理想物件行情，並提供第一手的資訊判讀與後續服務，以節省客戶在買賣房屋上的尋覓時間與蒐集成本。

「持續創新服務，保障客戶權益」，這是我們三十幾年來的一貫堅持，過去如此，未來也會如此！

### 四、保護環境 永續發展

如何因應「氣候變遷」早已成為國際趨勢與顯學，我們也積極回應相關思潮。例如**我們自日本引進全台第一個「UBITEQ能源管理系統」(UGS)**，自2013年第二季起啟動信義總部大樓自動節電措施，還有**營業據點燈具全面汰換為LED燈及事務機整併等措施**，整體做法使得信義房屋全年用電總量減少15%，相當於113萬8,310公斤的二氧化碳排放量，約三座大安森林公園一年的二氧化碳吸碳量。

**2013年我們還參與經濟部專案，導入產品 生命周期評估技術**，希望提高溫室氣體盤查的完整性與正確性，藉以制定完善的減碳計畫，初步成效是：平均每成交一案的碳排放量，自2012年的318.99kgCO<sub>2</sub>降至2013年的256.56kgCO<sub>2</sub>，降幅約為20%。

希望我們努力不懈的實際行動，能有效帶動實現「低碳社會」的正向力量。

### 五、「人造社區，社區造人」 提升台灣競爭力

在邁向世界級服務業的過程中，我們也希望透過「社區一家贊助計畫」，與推廣「企業倫理」教育等社會回饋，積極追求提升台灣未來競爭力的終極目標。

「社區一家計畫」已邁入第十個年頭，計已贊助過1,271個社區(其所在地的鄉鎮市區約占全台總數的76%)，實現居民們對鄉里、對家園的想望，並與北京清華大學合作成立兩岸第一個社區營造平台，去年更正式將「人造社區，社區造人」的人文關懷引進中國大陸，希望和諧社區的種子能為兩岸帶來幸福社會的全新契機。2012年底與台灣政治大學攜手創設的「信義書院」，2013年也有重大突破，成功確立「企業倫理」成為政大商學院的全院必修課程，期能從教育根本厚植講信重義的品德素養。未來也會繼續聯合其他國際知名高等學府加強推廣，如英國劍橋大學、中國北京大學等，企盼昔日地靈人傑的福爾摩沙，未來能真正轉型成為傲視全球的文化大國。

### 六、人權策略與考核管理—廠商共好 信義社會

信義房屋屬於百分之百的服務業，在供應鏈部分與一般製造業不同，主要體系來自轉介居家服務與一般事務性採購。2012年起，我們開始研擬供應商人權條款、建立供應商CSR觀念、邀請供應商參加企業倫理系列講座等具體行動。

成效令人欣慰！2012年，計有84%的供應商簽訂人權條款，2013年比率增加到89%。既有供應商由於長久以來的合作默契，多半能認同信義的企業社會責任理念，八成以上願意簽訂人權條款。因此我們特別針對新增供應商加強要求，使得簽訂人權條款的新合作廠商比率，由2012年的21.1%大增至2013年的89.5%，成長幅度高達4.2倍。

同時我們也積極考核，臚列具有人權疑慮的供應商名單，希望他們能積極改善，經多次溝通、輔導後，違反人權條款的供應商比率，從2012年的2.5%下降至2013年的0.6%。對於始終不願改善者，則將解除合約關係，這是我們對於廠商共好、和諧社會的堅持。

「企業倫理／企業社會責任」不是只為圖謀企業良好形象，而是未來企業經營的根本策略，我們會力求從本業出發，發想出各種兼顧利害關係人權益的創新做法，盼與整體社會、乃至於全人類，共同邁向兼容並蓄的成長高峰。



信義房屋企業集團  
董事長

王俊吉