

## 董事長的話



信義房屋企業集團  
董事長

周俊彥

《信義企業集團》成立35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終極願景。

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、深耕台灣 放眼海外

近年來的不動產業環境受政府施策影響甚鉅，隨著各項賦稅改革（如實價課稅、房地合一稅等）的陸續實施，加上整體經濟景氣進入循環週期、適逢四年一次的總統大選...，在在都使得買賣雙方對房價認知出現明顯分歧，進而影響整體市場交易量，導致去年集團整體營收下滑、未如預期。

面對這樣的情況，我們除了對內加強「該做的事，說到做到」的理念深化外，對外也同步深耕以二手房買賣仲介為主的經營本業，促使市占率由前一年的7.14%，略為提升至2015年的7.28%。未來，仍將持續精益求精，兼顧所有利害關係人權益，為追求「信義立業，止於至善」而堅持不懈。

此外，繼日本市場之後，我們也於去年正式進軍東協國家，首度與馬來西亞續優開發商合作，代理銷售其位於吉隆坡的優質建案。2016年則將成立「聯合暨代理事業處」，整合信義代銷、房仲等各通路，提供「一站式購足」的全方位房地產諮詢，與值得信賴的海內、外不動產投資服務，以期充分發揮信義精神的差異化優勢。

### 二、創新招募方式 翻轉勞僱關係

由於房仲產業的高壓特性，人員流動遠較其他產業頻繁，為有效降低離職率，我們努力不懈推出各種創新施策。

2015年的重大施策首推「集氣30天·菜鳥開大絕」新人定向計畫專案，創設「離職選擇權」，改由新人試用公司，翻轉既有勞僱關係，希望協助新人們及早認識自己、積極提高自信，並正確理解產業，願意與我們共創幸福未來。

善待新進人員的同時，我們也不忘照顧既有同仁的身心健康。2015年新成立「幸福健康管理中心」，由專職健康管理師運用其專業醫療護理、健康保健知識為同仁的健康把關，希望每一位同仁都能在健康、工作與家庭三者間取得最適均衡。

而2013年實施的「幸福好孕」，截至2015年底，已有193位同仁提出申請，預估發出2,316萬元的獎勵金，每年平均生育嬰兒數（含第一胎及第二胎）由110名提升至254名，實施成效斐然。

「提供良好環境，確保同仁獲得就業安全與成長」，是我們一路走來的不變承諾，日後也將繼續努力。

### 三、感動、回味、有信義真好！

2015年，我們全力推動「信義感動時刻」（STM, Sinyi Touching Moment），透過探索客戶真實需求、提供專業意見、具體落實建議，並不斷確認是否滿足、甚至超越客戶期待的模式，藉以激勵同仁發揮最大創意，形塑出獨一無二的客製化專屬服務，讓每一個客戶都能體驗「感動、回味、有信義真好」。

在軟體升級的同時，若能同步搭配尖端科技的創新硬體，勢必更能擴大事半功倍的正面效益。是以，我們在2015年推出「3D互動看屋」服務，除保有過去「隨選隨看」的優勢外，再增加如「鳥瞰3D格局圖」、「任意行走所有空間」、「HDR高畫質清晰影像」等三大特色，猶如親臨實境一般。

此外，去年也推出「社區房價通V2」，將實價登錄的成交資訊，與信義房屋自建的20,000棟社區大樓資訊，進行逐一比對與確認，提供消費者超過5,000個社區的基本資料、主要特色、未來潛力說明、完整價格與行情走勢等資訊，讓消費者可以「一指」輕鬆掌握社區大小事。

也因此，去年客戶滿意度已由2014年的91.43%，上升至2015年的94.45%，今年第一季更進一步增加至96.32%，陸續浮現上述施策成效。同時，我們也不忘保護客戶個資安全，採用「ISO 27001資訊安全管理系統」的國際標準，以期全方位檢視並保障客戶權益。

### 四、全民社造 幸福台灣

一路走來，我們也透過各種社會回饋，用力建設台灣成為一個溫情醇厚的幸福國度。

在社會和諧方面，在「社區一家計畫」走過十年頭之後，我們於2015年3月正式啟動第二階段 - 全民社造行動計畫，再接再厲投入2億元新台幣做為圓夢基金。這是目前台灣企業所提出的最大規模單一社造計畫，我們希望透過類似群眾募資的新創模式，打造一個全民都可以簡單參與的媒合平台（「勾勾募集平台」），有效整合物資、金錢、人力與知識，藉以降低參與社區營造門檻，邀請大眾一起來勾勾手，聯袂開心做社造。

在高等教育部分，我們於2012年與政治大學攜手創設的「信義書院」，三年來不斷積極推廣企業倫理、開辦企業倫理課程、培育企業倫理師資、發展企業倫理教材、深化企業倫理研究，期待未來有一天，企業倫理能成為台灣商界的獨到競爭力。

### 五、保護環境 永續發展

近年來，如何因應全球暖化與有效愛護地球，早已成為國際趨勢與顯學，在歷史性的《巴黎氣候協定》之後，即便是身為人均碳排放量相對較低的服務業，也應該積極回應並善盡企業公民的責任與義務。

總結我們去年的努力成果：2015年信義總部大樓的碳總排放量，減幅為1.5%（702,531公斤→691,977公斤）；而分店同仁的表現則遠遠優於總部成員，去年所有分店的碳總排放量減幅高達19%（5,344,606公斤→4,317,410公斤）。也因此，全公司去年平均每人用電碳排放量，由2014年的1489.8公斤，降至2015年的1,281.5公斤，年減幅約為14%，若相較於2010年，減幅則高達53.4%。

除持續不斷的節能減碳措施外，我們更在去年底成為全球第一家取得「ISO14064-1溫室氣體盤查」與「PAS2050產品與服務碳足跡盤查」雙認證的房仲業者。希望我們的努力能成為「低碳社會」的正向力量，最終能有效緩衝氣候變遷對人類生存環境所造成的重大衝擊。

### 六、目標「共好」的供應鏈管理

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，主要來自不動產代銷體系、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行動。

2013年7月起，我們強制要求公司所有制式合約，都必須加註供應商人權條款與採購工作倫理準則，以實現信義供應鏈善盡企業社會責任的最終目標。2014年，信義供應商的簽訂比率已高達99%，去年更進一步達到100%的滿分水準，充分展現出「信義立業，止於至善」的奮發精神。

除了要求供應商夥伴們簽署人權條款，我們也在去年積極建立管理稽核機制，雖然囿於成本無法採取普查方式落實，但抽查比率也已高達73%，且受抽查廠商合格率亦有100%的完美表現，這表示供應商夥伴們可以充分認同信義的經營理念，願意與我們攜手共創幸福社會。

以「企業倫理」為核心策略的《信義企業集團》，向來力求從本業穩步向前，發想出各種兼顧利害關係人權益的創新做法，企盼在可預見的未來，能成為全球華人居住產業的第一品牌，長遠則與整體社會、乃至於全人類，共同邁向兼容並蓄的成長高峰。