SYNNEX 聯強國際

聯強國際股份有限公司

2014 年度
企業社會責任報告書

經營者的話

聯強自 1988 年創立，即制訂【聯強國際的理想、經營理念與價值觀】，內容揭櫫如下：

《聯強國際的理想》

我們經營事業所秉持的態度，是基於相信人是善良且值得信賴；具有創意和生產力；渴望參與，並且在明確的目標下，願意有效地自我管理。

我們希望公司的每一份子，都能關心且獻身投入盡善盡美的服務以及營運上卓越的成就。在這裡，每個人彼此互相尊重，熱愛公司以及公司的目標。

我們要創造出一個穩定發展而有保障的環境，使得員工在此能追求他終身的事業，同時也希望創造出一個正面的、有其需要性的聯強文化，使每個人有追求自我表現與成長的機會。

我們的員工必須清楚了解公司的理想、價值觀、與經營理念。因為我們相信只要了解並認同公司的目標，員工必然會想把工作做好，而且的確會把事情做好。卓越的服務水準就是我們要求員工所認同的主要目標之一。同樣也相信唯有員工真正了解自己所參與的工作，才會突破工作上的瓶頸，進而解決問題。

我們追求適當的利潤來支援公司的成長；提供員工良好的工作環境和終身發展的機會；滿足股東的期望、協助供應商擴大市場佔有率以及提供客戶卓越的服務。相信我們所有的權益人(員工、股東、供應商及客戶)都一致地期待著我們能在服務標準、組織運作、以及長期營運績效上表現突出。

《聯強國際的經營理念》

1. 我們追求對客戶提供卓越的服務

聯強將從事於能以卓越服務獲取利潤的商業機會，並投入數量足以建立實質規模的潛在市場。我們將洞察客戶的需求；開發相關的服務特色，並經由服務執行品質的標準化及客戶的滿意度，來衡量我們的績效。期以此卓越服務提供客戶超值的利益，來獲得客戶長期的信賴。

2. 聯強的經營管理是以顧客為中心的管理

我們將以策略為前導，注重分析，持之以恆，來建立卓越的服務績效。我們必須創新以建立堅實的競爭優勢，並經由高市場佔有率，與客戶分享經濟規模的效益。同時，我們也必須定期確實地衡量競爭者的表現，以作為全公司人員的參考。

3. 唯有卓越的團隊，才能達成卓越的目標

我們深知唯有在員工了解並認同公司的經營理念、價值觀及企業文化，並配合高水準、專業化的經營團隊，始能達成公司的目標。

我們人力規劃的理念植基於深信員工是渴望努力工作追求高標準的成就。我們將協助員工發揮潛能並激勵員工追求卓越，且經由員工共同參與執行公司卓越服務的理念，來達成服務客戶的目標。

我們也深信創造一個高度職業保障與激勵環境，並讓員工感受參與和分享公司利益，是引導員工全力奉獻於公司目標的最佳方法。

《聯強國際的價值觀》

1. 均衡維護員工與股東的權益是我們的責任。我們將以誠信、公平的原則來處理彼此的權益。

2. 我們潛心於建立優良的企業文化與環境，以為員工在公司經營理念與策略的組織規範內，有充分發揮個人潛能的機會。

3. 我們執著於誠信的原則，秉持最高商業道德，不以提供誘因來影響他人行為，而違反雇主或公司利益，同樣也不容許我們的員工收受這種誘因。

4. 我們認為對所在的社會或行業付出貢獻是義務，也是使命。

5. 我們深信：贏得信賴，是榮譽也是責任；雅納批評，是智慧也是勇氣。

成立 27 年來，聯強一直基於以上述的理想、經營理念與價值觀，作為對外對內經營管理的最高原則。

我們崇尚企業經營「以人為本」，我們相信一群共事之同仁，相互學習、共長智慧，必能共同開創企業的發展；同時這也是讓每個人的才能得以發揮，自我實現，創造個人生涯的意義。因此，人員的培訓、專業的追求，一直是聯強創立以來最注重的事項。

此外，聯強相信「由內而外」「推己及人」。我們在事業發展過程，透由同仁專業技能發展出來「通路服務」的創新模式，來提升產業的效能；我們並且也積極將我們的營運模式、經營觀念，透由研討會、出書來分享給社會。

我們相信社會國家要能進步、強盛，知識經驗的普及化是非常重要的。因此，秉持「知識經驗的分享，是我們回饋社會的方式」的理念，這也是我們二十多年來持續不懈努力的方向。

當然，我們營運的各個面向，也在我們理念與價值觀的延展下，自然展現企業社會責任該有的作為。而且追求進步、改善一直是我們的企業文化，也是聯強的精神。

此次報告書乃依照「全球永續性報告協會」所公布之綱領架構撰寫，一則用來檢視我們的成果，一則用來提示我們可以補強改善的方向。期望能夠精益求精，持續提升改善！

聯強國際 總經理

關於本報告書

報告書內容

聯強國際股份有限公司(以下簡稱本公司、聯強國際或我們)，創立於 1988 年，是亞太地區最大的 3C 專業通路商， 針對高科技產業供應鏈提供整合型服務。2015 年發行台灣聯強國際股份有限公司的首本企業社會責任報告書(下稱 CSR 報告書或本報告書)，並上傳於公開資訊觀測站及公布於本公司網站。我們希望能藉由出版本報告書作為與聯強利害關係人之間的溝通管道及平台，並說明聯強國際在經濟、環境、社會與產品面向的努力與績效。

本報告書係依照全球永續性報告協會(Global Reporting Initiative,簡稱 GRI)所公布之 GRI 4.0 版綱領(以下簡稱 GRI G4)架構撰寫，並以核心揭露原則作為依循。財務數字以新台幣為計算單位並經會計師財務簽證認可，相關統計數據以國際通用指標為計算基礎表示。以上所揭露之量化指標含特殊意義時，另以註解方式說明。

報告發行時間與週期

聯強國際於 2015 年首次發行 2014 年企業社會責任報告書，揭露 2014 年度（2014 年 1 月 1 日起至 2014 年 12 月 31 日止）之永續發展績效及回應利害關係人所關注之議題；為求資訊之完整性及可比較性，部分資訊將追溯至 2012 年或往後延伸至 2015 年。自 2015 年起將每年持續發行企業社會責任報告書。

邊界與範疇

本報告書報告地理邊界為台灣聯強國際股份有限公司，除經會計師簽證之財務資訊與部分永續性資訊外，不包含合併財務報表中之轉投資事業。

聯絡資訊

聯絡單位：聯強國際股份有限公司 劉心瑜

地址：台北市中山區民生東路三段 75 號

電話：(02)2506-3320 分機 1518

E-mail：csr@synnex.com.tw

網站：www.synnex.com.tw

目錄

經營者的話 1

關於本報告書 4

第 1 部分 聯強國際 7

1-1.關於聯強國際 7

1-2.聯強國際的公司治理 16

1-3.企業社會責任治理 19

1-4.風險管理 21

第 2 部分 重大議題與利害關係人議合 23

2-1.決定永續重大議題之流程 23

2-2.利害關係人與永續性議題之鑑別 23

2-3.重大議題之排序、確證與檢視 25

第 3 部分 亞太最大 3C 專業通路商 28

3-1.全球獨創的經營模式 28

3-2.供應商管理 30

3-3.打造卓越服務品牌 33

第 4 部分 幸福企業 36

4-1.落實員工關懷 36

4-2.職場安全衛生 38

4-3.人才培訓與升遷 40

4-4.各項福利與薪資報酬 43

4-5.促進勞資和諧 48

第 5 部分 社區共榮 49

5-1.社會關懷 49

第 6 部分 永續環境 51

6-1.環境管理方針 51

6-2.能源管理 53

6-3.溫室氣體排放 55

6-4.導入綠色節能專案 56

6-5.水資源管理 59

6-6.廢棄物處置 60

6-7.降低環境衝擊 61

附錄 63

附錄 1 GRI4.0 指標索引 63

第 1 部分 聯強國際

1-1.關於聯強國際

聯強國際（Synnex Technology International Corporation）集團是亞太地區最大的 3C 專業通路商， 針對高科技產業供應鏈提供整合型服務。聯強國際集團的全球營運據點，涵蓋台灣、中國大陸、港澳、澳大利亞、印尼等國家及地區，並投資美國、加拿大、泰國、印度、中東非洲等國家的通路事業，營運據點遍佈全球 34 個國家、300 個城市，形成以亞太為主軸，美洲、印度中東非洲兩翼為輔的全球通路佈局。

聯強國際銷售的產品，橫跨資訊、通訊、消費性電子、元組件四大領域，提供客戶多品牌、多產品與一次購足的便利。 目前聯強國際集團銷售全球超過 270 個領導品牌，包括 Intel, Microsoft, IBM, HP, Asus, Acer, Lenovo, Samsung, HTC, Apple, Sony, Toshiba, Seagate, WD, Cisco, Huawei...等， 產品品項高達 30,000 項。

企業概況：

創立時間	1988 年
董事長	苗豐強
總經理	杜書伍
最大股東	神通電腦股份有限公司 13.62 %
資本額	158.85億元
營業額	3,315億元
員工人數	1204人
總部地址	台北市民生東路三段75 號4 樓

（資料更新至2014 年12 月31 日為止）

聯強國際身為亞太地區 3C 通路領導廠商，除了自身公司營運外，我們也希望能為台灣產業盡一份心力及配合政府產業政策發展，而積極參與多項協會與公會成員。

編號	組織名稱	加入日期	適用之國家或地區
1	兩岸企業家峰會*	2013 年 7 月 25 日	台灣與中國大陸
2	股務協會	2005 年 8 月	台灣
3	台北市電腦商業同業公會	1988 年 10 月 6 日	台灣
4	台北市進出口商業同業公會	1989 年 2 月 15 日	台灣
5	台北市電器商業同業公會	1992 年 3 月	台灣
6	桃園縣工業會	1998 年 2 月 2 日	台灣
7	台中市工業會	2008 年 2 月	台灣
8	台中市電腦商業同業公會	1992 年 1 月 16 日	台灣
9	台中市電器商業同業公會	1995 年 1 月 26 日	台灣
10	高雄市電腦商業同業公會	1989 年 4 月 26 日	台灣
11	高雄市電器商業同業公會	1995 年 3 月 14 日	台灣

*兩岸企業家峰會主要為促進兩岸交流，並由公司苗豐強董事長擔任監事，協助推動兩岸企業合作

公司沿革

年度	重要事蹟
1988	聯強國際成立，資本額新台幣 2 億元，由苗豐強任董事長、杜書伍任總經理
	MIS 運作達到即時性的要求
1989	創立 LEMEL 品牌
	耗資新台幣二千萬元購置大型電腦主機及配件，以符合進一步電腦化的需求
	先後成立高雄、台中分公司，拓展南部、中部業務
1990	確立拓展資訊、通訊通路業務，潛心研究通路結構，決定採取「開放式通路」經營，首創銷售、配送、維修三合一的經營模式
1991	電腦資材管理系統榮獲資策會「第一屆傑出資訊應用獎」，於評審過程中獲所有評審委員全票通過
1992	成立物流車隊，針對大台北地區客戶展開「半天送達」的快速配送服務
1993	林口運籌中心正式啟用
	成立中、南部物流車隊，提供中南部客戶快速配送服務
	對經銷商推廣「少量多樣，一次購足」的觀念與作法，降低經銷商庫存風險，提高其採購便利性
	推出 LEMEL 品牌個人電腦
1994	領先同業提供經銷商「四個半天」（亦即二天）的快速維修服務
	創立發行「聯強補貨超市」月刊，成為經銷商必備採購工具
1995	股票正式掛牌上市買賣，為國內第一家股票上市的專業通路商
1996	營運績效卓越，成為當年上半年國內 362 家上市公司中，股價漲幅最大的個股
1997	提供消費者「今晚送修，後天取件」快速維修服務
	通訊經銷商家數達 3000 家
	購併香港雷射公司(2005 年更名為聯強國際(香港)有限公司)，開始經營香港、大陸市場
1998	林口運籌中心第二倉儲完工啟用，為高度自動化之倉儲作業
	個人電腦即時生產中心(CTO)投產，配置國內第一條專為消費者量身訂作個人電腦而設計的即時生產線
	購併澳洲子公司，開始經營澳洲市場
1999	在全省各地成立「大哥大快速維修中心」，率先提供消費者「大哥大 30 分鐘完修」服務
	購併泰國 Compex 公司 (2002 年更名為 Synnex (Thailand) Co., Ltd.，2008 年更名為 Synnex (Thailand)Public Company Ltd.)，開始經營泰國市場
	通訊業務年營業額突破新台幣 100 億元，與資訊、電子元組件並列聯強三大業務重心
2000	提供消費者「大哥大 2 年保固」服務
	林口運籌中心第三倉儲完工啟用，為全自動化無人操作倉儲
	發表「聯強 e 城市」網站及「聯強經銷商專屬網站」，展開電子化行銷、電子化服務
	商訊文化公司著眼於聯強經營管理經驗具參考價值，而出版「不停駛的驛馬」一書
2001	台中運籌中心完工啟用，面積 7,300 坪，物流運作量能為林口運籌中心的 1.3 倍
	澳洲運籌中心正式啟用，面積 5,200 坪
	「大哥大快速維修中心」升級為「聯強直營維修中心」，維修服務範圍擴大至所有聯強銷售之 3C 產品
	將直營維修中心、維修代收站及一般經銷商整合而成「聯強維修網」，為台灣最綿密的資訊、通訊維修網絡，並接受原廠委託維修非聯強銷售之產品
	展開專業運籌服務業務（LSP，Logistic Service Provider）

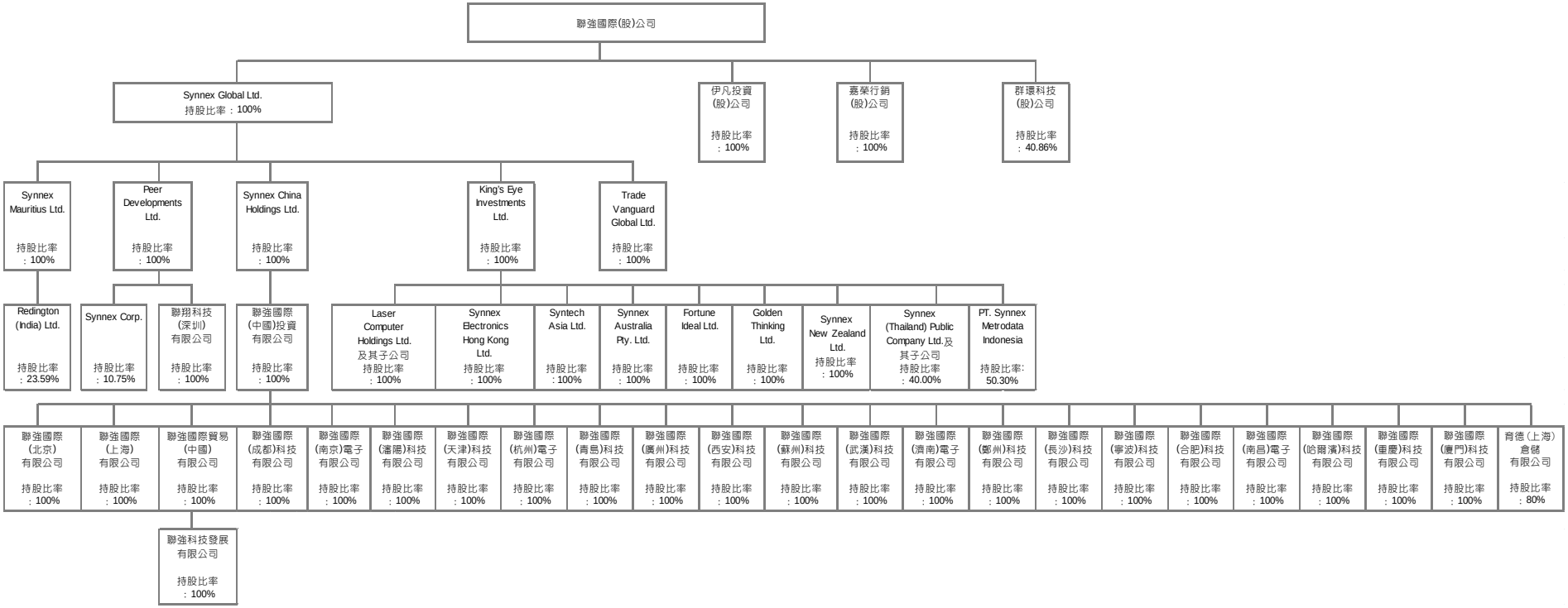
年度	重要事蹟
2002	泰國運籌中心完工啟用，面積 2,700 坪
	「聯強 e 城市」網站全年訪客數達 950 萬人次，內容獲超過 120 個其他網站引用，ICP（Internet Content Provider）角色成型
	與群環科技公司進行股份交換策略聯盟，深耕台灣資訊商用市場
2003	澳洲、泰國運籌中心導入 CTO 客製化即時生產機制，為客戶量身訂作個人電腦
	以「聯強貨」所代表的卓越服務為主軸，進行大規模的服務品牌行銷
	合併營業額突破新台幣一千億元大關，達 1,082 億元
2004	併購永康企業及霆寶公司，擴大元組件事業規模
	入股印度雷廷頓（Redington Group）集團，通路觸角延伸至印度、中東及非洲等地，全球通路佈局成型
2005	上海運籌中心啟用
	設立紐西蘭子公司
2006	林口運籌中心 E 倉正式運作，擴增運作儲位達一倍
	成立消費性電子事業部，為元組件、資訊、通訊產品之後另一大事業範疇
2007	取得 Nokia 手機中國大陸地區代理權，正式開啟通訊事業海外市場發展
	泰國運籌中心導入自動化倉儲運作
2008	中國大陸運籌中心籌建計畫順利推展，上海二期、成都、南京、北京等運籌中心陸續動工
	元組件事業群完成電腦系統全面更新計畫，提升元組件營運管理效能
2009	中國大陸南京、成都、北京三大城市之聯強運籌中心正式啟用
	合併營業額突破新台幣二千億元大關，達 2,207 億元
2010	中國大陸瀋陽、天津、杭州三大城市之聯強運籌中心正式啟用
	印度轉投資通路公司雷廷頓投資土耳其第二大資訊通路商 Arena，正式跨足土耳其市場，打開通往東歐的大門
	與印尼最大的電腦集團 ME 合資成立通路公司，正式進軍印尼市場，拓展亞洲新興市場再下一城
2011	中國大陸西安與青島兩大城市之聯強運籌中心正式啟用
	合併營業額突破新台幣三千億元大關，達 3,126 億元
2012	中國大陸蘇州、廣州、武漢及鄭州四大城市之聯強運籌中心正式啟用
	澳洲完成電腦系統全面更新計畫，提升營運管理效能
2013	合併營業額持續成長，再創新高，達 3,303 億元
2014	澳洲雪梨運籌中心正式啟用
	中國大陸合肥運籌中心正式啟用
	中國大陸廈門運籌中心正式啟用
2015	中國大陸南昌運籌中心正式啟用

得獎及肯定

年度	得獎內容
1991	電腦資材管理系統榮獲資策會「第一屆傑出資訊應用獎」，於評審過程中獲所有評審委員全票通過
1998	苗豐強、杜書伍同獲國內各大媒體資深產業記者共同票選為「台灣資訊產業開拓史十大關鍵人物」
	杜書伍獲國內基金經理人共同票選為五位「未來五年最值得投資的專業經理人」之一
1999	獲亞元雜誌(Asiamoney)評選為亞太地區 50 家「最佳管理公司」之一
2000	泰國子公司獲泰國電腦協會評選為「泰國最佳通路商」及「最佳行銷表現獎」
2001	獲微軟評選為全球 15 家黃金級 Windows 嵌入式夥伴(Windows Embedded Partner Gold Program)
2002	天下雜誌、商業周刊分別進行 2001 年國內 500 大服務業調查，聯強國際均排名第 8
	美國商業周刊全球 IT 百強調查，聯強國際排名第 4
	電腦週報調查，聯強為店頭門市心目中最理想之代理通路商
2003	獲品牌價值鑑定機構 Interbrand 評鑑為「台灣十大最有價值國際品牌」，且為十大品牌中唯一服務品牌
	獲天下雜誌、Accenture 邀集國內產官學界共同評選為「卓越服務獎」
	獲天下雜誌評選為「標竿企業」
	亞元雜誌(Asiamoney)針對全球各大金融機構分析師與基金經理人進行票選，聯強獲選為「台灣最佳管理企業」第三名
	美國商業周刊全球 IT 百強調查，聯強國際排名第 56
	商業周刊調查，聯強為台灣 2002 第一大資訊/通訊/IC 通路服務業
2004	新電子雜誌評選聯強國際為 2004 年國內「十大傑出電子零件代理商」
	商業周刊公佈聯強國際在 2003 年兩岸三地一千大企業中排行第 36
	商業周刊進行 2003 年國內 500 大服務業調查，聯強國際排名第 7
	獲澳洲 BRW 雜誌評選「50 Companies with Good Asset Use」，澳洲子公司排名第 20
2005	獲品牌價值鑑定機構 Interbrand 評鑑為「台灣十大最有價值國際品牌」第八大
	天下雜誌 2004 年國內 500 大服務業調查，聯強國際排名第 11
	獲天下雜誌評選為「標竿企業」
	商業周刊 2004 年國內 500 大服務業調查，聯強國際排名第 11
2006	商業周刊 2005 年國內 500 大服務業調查，聯強國際排名第 15
	天下雜誌 2005 年國內 500 大服務業調查，聯強國際排名第 7
	獲天下雜誌評選為「標竿企業」
	獲大陸【銷售與市場】雜誌頒發的中國「金銷獎」
	獲大陸【電腦產品與流通】頒發十大卓越分銷商金榜
	獲【電腦商情報】頒發的「中國百強 IT」分銷商第二名
2007	獲天下雜誌評選為 2007 年「最佳聲望標竿企業」
	天下雜誌 2006 年國內 500 大服務業調查，聯強國際排名第 7
	商業周刊 2006 兩岸三地 1000 大企業，排名第 73，電子通路商排名第 1
	獲品牌價值鑑定機構 Interbrand 評鑑為「台灣最有價值國際品牌」第十一大

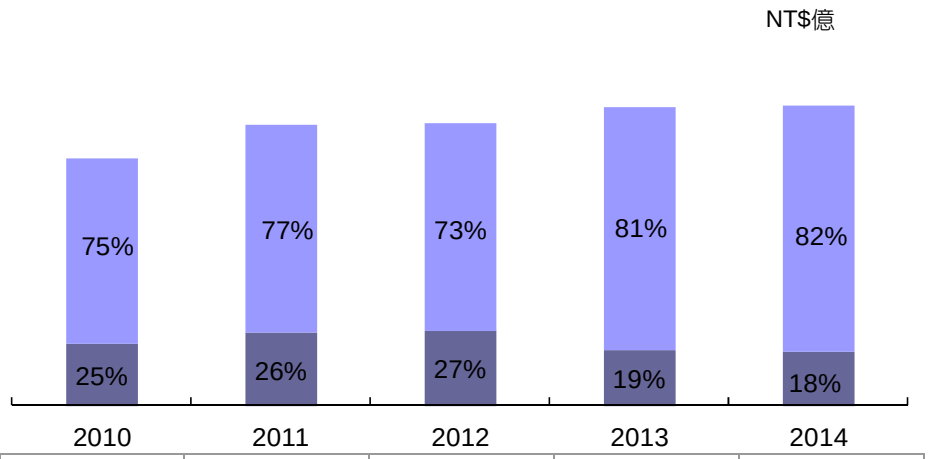
年度	得獎內容
2008	獲天下雜誌評選為 2008 年「最佳聲望標竿企業」
	天下雜誌 2007 年國內 500 大服務業調查，聯強國際排名第 6
	今周刊 2008 年「中國市場消費品牌五十強排行榜」，聯強國際排名第 24
	獲品牌價值鑑定機構 Interbrand 評鑑為「台灣最有價值國際品牌」第九大
	杜書伍獲選國立交通大學五十位最有影響力校友
2009	獲品牌價值鑑定機構 Interbrand 評鑑為「台灣最有價值國際品牌」第九大
	天下雜誌 2008 年台灣「500 大服務業調查」，聯強國際排名第 7
	天下雜誌評選為 2008 年「最佳聲望標竿企業」，連續七年獲此殊榮
	數位時代 2008 年之「台灣科技一百強」中「最讓投資人滿意」之科技企業第八強
2010	獲品牌價值鑑定機構 Interbrand 評鑑為「台灣最有價值國際品牌」之第九大
	天下雜誌評選為 2010 年「最佳聲望標竿企業」，連續八年獲此殊榮
	天下雜誌 2009 年台灣「500 大服務業調查」，聯強國際排名台灣第 6 大之服務業公司；在資訊、通訊、IC 通路業排名第 1
	今周刊 2010 年「兩岸三地上市通路 50 強」，聯強國際在中港台上市的通路企業中，營收排名第 3 大
	數位時代 2010 年「台灣科技 100 強」，聯強國際在台灣科技業中，排名第 43 強，較 2009 年進步 35 名
	彭博商業周刊 2010 年「世界科技 100 強」，聯強國際在全球科技業中，排名第 37 強
2011	獲品牌價值鑑定機構 Interbrand 評鑑為「台灣最有價值品牌」第九大，品牌價值達 3.17 億美元
	獲經濟部評選為「台灣百大品牌」
	天下雜誌評選為 2011 年「最佳聲望標竿企業」，連續第九年獲此殊榮
	天下雜誌 2011 年台灣「500 大服務業調查」，聯強國際排名台灣第 6 大之服務業公司
2012	獲品牌價值鑑定機構 Interbrand 評鑑為「台灣最有價值品牌」第八大，品牌價值達 3.39 億美元
	天下雜誌評選為 2012 年「最佳聲望標竿企業」，連續第十年獲此殊榮
	天下雜誌「500 大服務業調查」，聯強國際排名第 6 大，且為「服務業最賺錢公司」第 7 大
2013	獲品牌價值鑑定機構 Interbrand 評鑑為「台灣最有價值品牌」第九大，品牌價值較前一年提升 2%，達 3.45 億美元
	天下雜誌評選為 2013 年「最佳聲望標竿企業」，連續第十一年獲此殊榮
	天下雜誌「2013 兩千大調查」，聯強國際排名服務業第 6 大
2014	獲品牌價值鑑定機構 Interbrand 評鑑為「台灣最有價值品牌」第九大，品牌價值達 3.45 億美元
	天下雜誌評選為 2014 年「最佳聲望標竿企業」，連續第十二年獲此殊榮
	天下雜誌「2014 兩千大調查」，聯強國際排名服務業第 6 大

轉投資事業


聯強國際(股)公司
Synnex Global Ltd. 持股比率：100%
伊凡投資(股)公司 持股比率：100%
嘉榮行銷(股)公司 持股比率：100%
群環科技(股)公司 持股比率：40.86%
Synnex Mauritius Ltd. 持股比率：100%
Peer Developments Ltd. 持股比率：100%
Synnex China Holdings Ltd. 持股比率：100%
King's Eye Investments Ltd. 持股比率：100%
Trade Vanguard Global Ltd. 持股比率：100%
Redington (India) Ltd. 持股比率：23.59%
Synnex Corp. 持股比率：10.75%
聯翔科技(深圳)有限公司 持股比率：100%
聯強國際(中國)投資有限公司 持股比率：100%
Laser Computer Holdings Ltd.及其子公司 持股比率：100%
Synnex Electronics Hong Kong Ltd. 持股比率：100%
Syntech Asia Ltd. 持股比率：100%
Synnex Australia Pty. Ltd. 持股比率：100%
Fortune Ideal Ltd. 持股比率：100%
Golden Thinking Ltd. 持股比率：100%
Synnex New Zealand Ltd. 持股比率：100%
Synnex (Thailand) Public Company Ltd.及其子公司 持股比率：40.00%
PT. Synnex Metrodata Indonesia 持股比率：50.30%
聯強國際(北京)有限公司 持股比率：100%
聯強國際(上海)有限公司 持股比率：100%
聯強國際貿易(中國)有限公司 持股比率：100%
聯強國際(成都)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(南京)電子有限公司 持股比率：100%
聯強國際(瀋陽)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(天津)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(杭州)電子有限公司 持股比率：100%
聯強國際(青島)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(廣州)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(西安)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(蘇州)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(武漢)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(濟南)電子有限公司 持股比率：100%
聯強國際(鄭州)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(長沙)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(寧波)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(合肥)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(南昌)電子有限公司 持股比率：100%
聯強國際(哈爾濱)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(重慶)科技有限公司 持股比率：100%
聯強國際(廈門)科技有限公司 持股比率：100%
育德(上海)倉儲有限公司 持股比率：80%
聯強科技發展有限公司 持股比率：100%

近年經營績效

1. 最近五年度集團營收成長趨勢



	2010	2011	2012	2013	2014
海外子公司	2,047	2,308	2,295	2,689	2,724
台灣	679	799	831	614	591
合併	2,726	3,107	3,126	3,303	3,315

* 母子公司間銷貨交易於賣方營業收入項下減除。

2. 簡明資產負債表

單位 :新台幣百萬元

項目 / 年度	IFRS			
	2012*	2013*	2014*	2015.03.31**
流動資產	97,669	102,131	112,532	108,871
固定資產/不動產、廠房及設備	4,715	5,848	6,737	6,857
無形資產	407	408	413	403
基金及投資/其他資產	14,413	16,068	17,005	17,425
資產總額	117,204	124,455	136,687	133,556
流動負債				
分配前	71,115	80,664	85,768	83,193
分配後	74,289	85,112	91,010	88,435
長期及其他負債/非流動負債	5,296	442	4,711	4,576
負債總額				
分配前	76,411	81,106	90,479	87,769
分配後	79,585	85,554	95,721	93,011
歸屬於母公司業主之權益	40,793	42,584	45,327	44,908
股本	15,839	15,885	15,885	15,885
資本公積	14,030	14,265	14,331	14,340
保留盈餘				
分配前	12,290	14,400	14,986	16,143
分配後	9,116	9,952	9,744	10,901
股東權益其他調整項/其他權益	-1,366	-1,966	124	-1,460
庫藏股票	-	-	-	-
非控制權益	-	764	882	879
股東權益/權益總額				
分配前	40,793	43,348	46,208	45,787
分配後	37,619	38,900	40,966	51,029

* 當年度財務資訊均經會計師查核簽證。

** 係自結數，尚未經會計師核閱。

*** 上開最近五年度，均未辦理資產重估價。

**** 上開各年度分配後數字，除 2014 年度係依次年度董事會決議填列，餘係依據次年度股東會決議之情形填列。

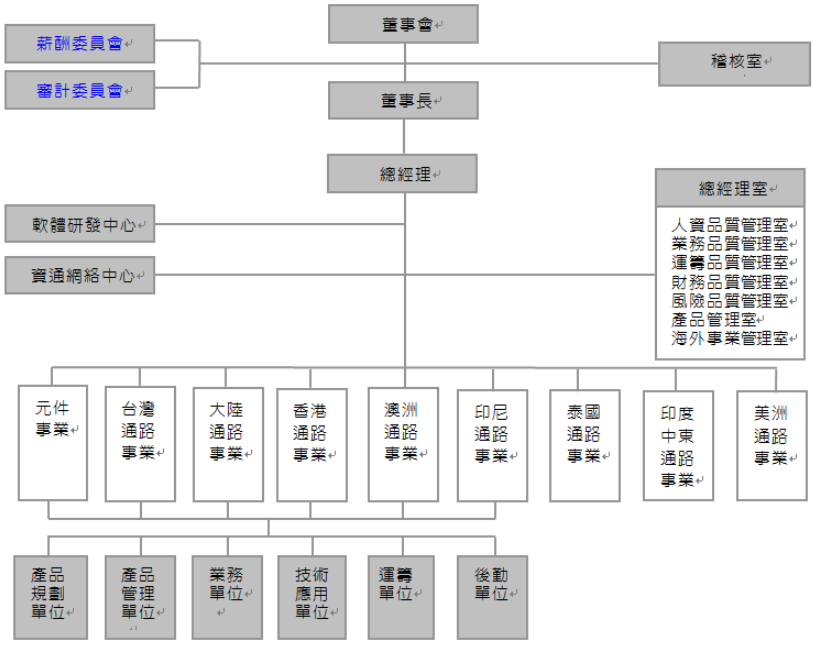
於 2014 年度，聯強國際並未享受台灣政府之租稅獎勵及科專計畫等財務補助。

1-2.聯強國際的公司治理

公司治理是企業永續經營的基石，聯強國際的治理政策以「上市上櫃公司治理實務守則」為基礎，分別依循以下原則作為公司治理的建置原則：

1. 建置有效的公司治理架構

聯強國際係為在台灣證券交易所 (下稱證交所)公開交易之上市公司，並發行海外存託憑證(GDR)於盧森堡證券交易所。公司治理規範與作為係遵循金管會與證交所所發布法令為主，以股東會為公司最高意思決定機關，董事會為最高業務執行機關並選任董事長為公司對外代表及委任總經理對內經管公司業務，公司治理結構如下：



本公司為求公司治理架構之完整，依法於 2011 年成立薪酬委員會加強公司治理制度之完整。

2. 保障股東權利：

我們委由股務代理機構「中國信託商業銀行代理部」專責處理股東之問題及建議。公司並設有發言人及代理發言人職位與投資人溝通專線，都是我們與股東間直接溝通的橋樑。我們早於 2013 年即依公司法第 177 之 1 條規定，於股東會中增設以電子投票方式行使股東表決權之機制，並載明於股東會召集通知，作為保障小股東之權益及貫徹公司治理之機制。本公司依法需揭露之相關資料，均有專責單位即時於「公開資訊觀

測站」公告予投資人明瞭及進行查詢。並於公司網站(網址：http://www.synnex-grp.com/)即時揭露中英文公司治理相關資訊。

發言人：總經理 杜書伍

代理發言人：財務部協理 張文英

發言人聯絡電話與郵件信箱：(02) 2506-3320； oliverwy@synnex.com.tw

3. 強化董事會職能：

聯強國際董事會目前計由 7 位董事所組成，其中並有獨立董事 3 名，任期 3 年，並具有商務、法務、財務、會計或公司業務所需之專業技能。對董事所應具備之資格及經驗，除符合法規要求外，並由股東會依據聯強所需之能力與經驗選任之。董事會成員之基本資料、學經歷、專長與酬金等資訊之揭露，可參閱公開資訊觀測站(http://mops.twse.com.tw/mops/web/index)之 2014 年度股東會年報內容。

我們並依據金管會之規定訂立本公司之董事會議事規則，著重管控利益衝突之風險。董事成員中若對於董事會所決議事項中，發現與其自身或其代表之法人有利害關係，致有利益衝突之虞者，將不得加入討論與表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。

本公司每季至少召開一次董事會，2014 年度共計召開 6 次董事會，除確實遵守本公司所訂定之「董事會議事規則」外，對於董事會之決策過程中需利益迴避議案均依規定執行。

聯強國際並設有稽核室主要評估及改善風險管理、控制、治理過程之有效性。稽核室直接對董事會負責報告，2014 年度之稽核中並無發現違反法律與聯強國際自律準則情事。經檢視內外部的溝通機制後，亦無發現 2014 年度有違反誠信經營事項發生。

4. 發揮監察人功能：

本公司監察人由聯華實業股份有限公司指派兩名自然人代表行使職權，2014 年度董事會開會計有 6 次，皆有監察人列席參與，並：

(1)稽核主管於稽核項目完成之次月向監察人提報稽核報告，監察人並無反對意見。

(2)稽核主管列席公司定期性董事會並作稽核業務報告，監察人並無反對意見。

(3)監察人定期每季與會計師以面對面或書面方式進行財務狀況溝通。

本公司並將於 2015 成立審計委員會接替監察人之工作，冀求更多資源人力執行監察工作，尋求公司治理制度之進步與完善。

5. 尊重利害關係人權益

自 2015 年開始，我們每年定期編制 CSR 報告及建立官方網站上之 CSR 專區，作為與利害關係人溝通之重要管道與平台。

薪資報酬委員會

本公司並由 3 名獨立董事組成薪資報酬委員會，作為評估董事、監察人及經理人領取報酬之合理性。2014 年本公司薪資報酬委員會共召開 2 次，並無董事會否決委員會決議或該等委員對於董監事及經理人之報酬案提出反對或保留意見情事。本公司董監事之酬勞主要係考量公司營運績效、同業水準及個人參與董監事功能運作之參與度綜合考量給付之。經理人之酬勞視公司營運績效及個人績效表現，參酌同業水準給付之。

6. 提升資訊透明度

聯強國際為在台公開股票市場交易之上市公司，並發行全球存託憑證於盧森堡證券交易所交易，公司資訊的公開透明是我們所重視的治理基礎。依法定期揭露與上傳「經會計師查核簽證（年度）或核閱 （季報）之財務報告」、「年報」、「每月營運情形」、「董事、監察人、經理人及持有股份總額 10% 以上之股東持股變動情形」與「股東會開會資料」等資訊於公開資訊觀測站。

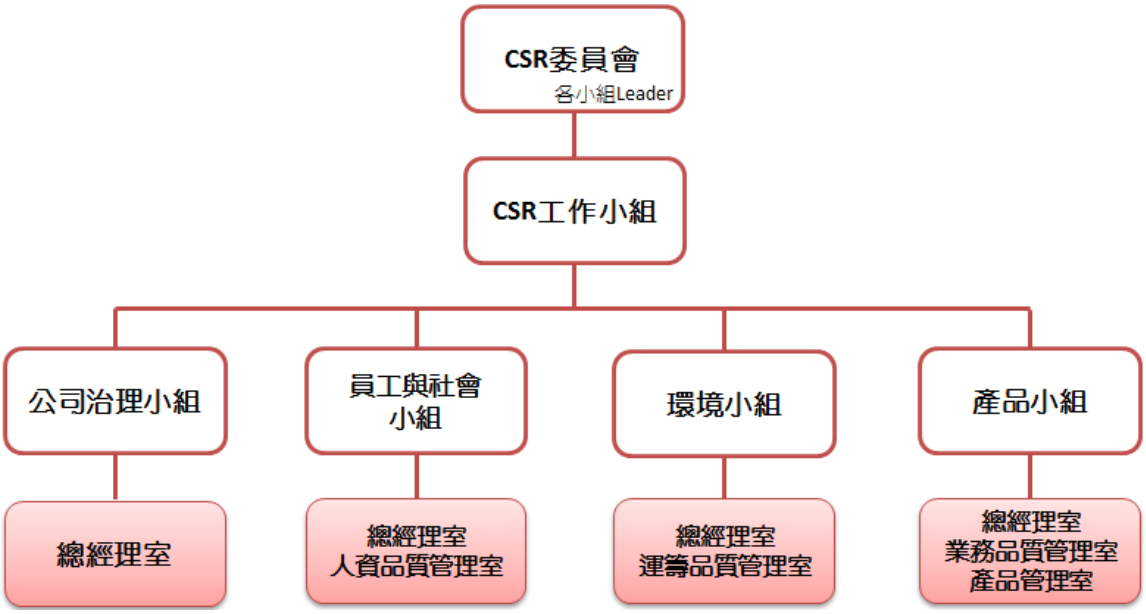
我們的公司官方網站並設有公開聯繫之方法及資訊，歡迎任何與本公司攸關的利害關係人與關心聯強營運的消費者得以直接與本公司取得聯繫及溝通。

網址：http://www.synnex-grp.com/

1-3.企業社會責任治理

企業社會責任治理：

為求落實永續經營之理念，我們於 2015 年針對永續議題之管理成立專責之 CSR 工作小組，並由總經理為召集人，依議題區分為 4 個領域工作小組，由各部門遴選適當職能主管及員工組成，每季舉行討論會議。CSR 工作小組將統籌管理與執行聯強的 CSR 政策與活動，並負責每年度之 CSR 報告編撰與出版事宜。



公司治理小組:負責關於公司治理、誠信經營、風險管理及法規遵循等與公司營運治理及財務面相關事項。

員工與社會小組：負責聯強國際員工權益、社區關懷公益事項。

環境小組:檢視與規劃聯強國際關於環境管理政策方針與活動小組。

產品小組：負責產品品質環節與產品責任之控管、消費者權益。

誠信經營：

聯強國際之價值觀：「我們執著於誠信的原則，秉持最高商業道德，不以提供誘因來影響他人行為，而違反雇主或公司利益，同樣也不容許我們的員工收受這種誘因」。創建以來，誠信即是聯強國際堅持的企業經營價值觀。在聯強國際之工作夥伴都必須依循我們所制訂及核備於勞檢局之「工作規則」任事，其中訂明關於員工服務時之行為準則、勞工法令規範及反歧視等內容，亦載明員工違反時之懲處規範。我們並要求我們的所有夥伴必須簽訂「廉潔承諾書」，以求確實做到聯強國際的誠信價值標準要求。我們並定期舉行週會及月報等，使全體同仁均能定期與各級主管溝通工作與誠信事項，並設有內部稽核部門專責處理相關事宜。我們經由各種方式的溝通，建立起聯強國際全體之共識。

依據本公司之 2014 年度稽核報告結果，並無員工違反工作規則或內部控制辦法中誠信經營事項，亦無發現公司內部人員與往來廠商間的不當利益收送情事，也未有內部人員因違反誠信規約而受懲戒情事。

1-4.風險管理

因聯強國際所屬為通路產業且為股票上市之公開發行公司，財務議題之風險管理為聯強國際重要之營運焦點，我們分別有利率、匯率與通貨膨脹之相關風險分析與管理政策(請詳 2014 年股東會年報第 73 頁之揭露)。

除財務風險外，其他風險與聯強國際之營運攸關者：

風險項目	風險因素	2014 年對公司之影響	因應措施
產品研發	由於本公司係通路業，故產品研發之風險主要集中於供應商或客戶。惟為擴展電子元組件業務，本集團設有專責部門負責產品研發，研發成果將移轉給客戶，以利其後續向本集團採購製造所需之電子元組件。	無	本集團產品研發定位係「以售前服務協助電子元組件銷售業務」，研發部門均堅守此一定位，即可避免投入過多公司資源，而研發之最終風險仍由客戶所承擔。
政府政策及法律變動	本公司為擁有強大物流運籌能力之通路業，目前本公司所在之各國政府產業政策均傾向於鼓勵發展高附加價值之物流運籌，尤其以台灣及大陸較為積極。故就現階段而言，政府政策及法律變動之風險尚屬有限。	並無重大政府政策及法律變動。	本公司仍將持續觀察及分析各國政府政策及法律之未來走向，以利即時反應。
科技改變	本公司所經營之產品領域大多屬高科技產品，故科技改變所引起之產銷變化，例如未能取得革命性新產品之代理權…等，將對營運產生風險。	本公司之產品代理權互有增減。	「多品牌、多產品」係本公司產品經營之重要政策，故本公司所代理之產品囊括全球大多數知名品牌，而各大品牌通常掌握了科技優勢，故將有效降低本集團之經營風險。
企業形象改變	本公司所經營之資訊及通訊類產品，由於最終客戶為消費者，故企業形象對本集團之營運至為重要。	本公司企業形象持續穩定良好，未發生重大損害企業形象之事件。	1. 加強客服部門之服務技巧，並充份發揮客戶意見反應及消費者申訴信箱之功能。 2. 遇有重大消費糾紛案件，立即組成跨部門專案小組明快處置，避免事態擴大。
進行併購	併購將使本公司能迅速擴充代理品牌及產品範圍，擴大市場佔有率。但亦存在併購價格過高、負債低估、及整合失敗之風險。	本公司並無併購之情形。	不適用。
擴充廠房	高效率及高品質之後勤運籌運作係聯強之核心競爭優勢，有效提升服務之附加價值，擴大市場佔有率，進而提升整體經營績效。但亦有擴充過速導致資金週轉不良、利用率偏低或閒置之風險。	本公司新建或擴建各運籌中心，支出約計 NT$950 百萬元。	**擴充前**：審慎評估投資效益及成本。 **擴充後**：導入已有之成功運作經驗及管理，使其迅速發揮效益。
進貨或銷貨集中	進貨集中之風險為失去代理權或代理之產品失去競爭力時，對業績有重大之影響。 銷貨集中之風險為失去客戶時，將對業績有重大影響。	本公司進銷貨並無過於集中之問題。詳「最近二年度本集團主要進銷貨客戶名單與金額」之統計。	「多品牌、多產品」及「開放式通路經營–建立綿密經銷網」為本公司之經營策略，故亦有效避免進銷貨集中之風險。

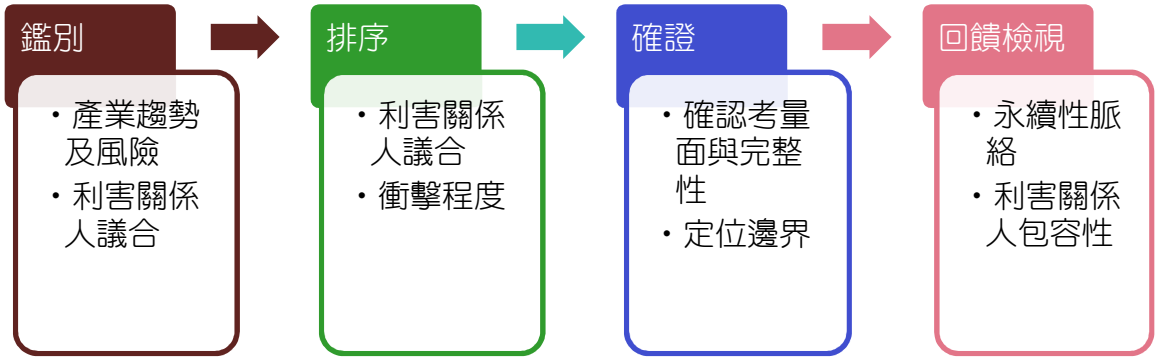
風險項目	風險因素	2014 年對公司之影響	因應措施
董事、監察人或持股超過百分之十之大股東之股權大量移轉或更換	對股東權益及聯強股價可能有重大影響。	無股權大量移轉或更換情事。	本公司已建立通報機制，以及時掌握相關狀況及公開資訊。
經營權之改變	對股東權益及聯強股價可能有重大影響。	無經營權改變之情事。	經營權若有重大改變，將迅速公佈重大訊息。
訴訟或非訟事件	本公司及本公司董事、監察人、總經理、實質負責人、持股達 10%以上之大股東及從屬公司之重大訴訟、非訟事件，將對公司整體形象、股東權益及聯強股價有重大損害。	詳下說明	本公司已建立通報機制，將秉持著誠信且迅速公開的處理方式，將損害減到最低。

氣候變遷與全球暖化影響為全球所面臨的嚴峻挑戰，為善盡企業公民之責任，聯強國際積極從事各項環境管理與節能措施落實作為我們回應全球氣候變遷議題之作為。相關環境管理政策方針與具體行動請參考本報告書第 6 部分永續環境章節之說明與績效。

第 2 部分 重大議題與利害關係人議合

2-1.決定永續重大議題之流程

本報告書之主要目的係為針對關心聯強國際各面向永續性重大議題之利害關係人提出回應與說明我們的作為，作為未來發展的重要方向與指標。聯強國際參考 GRI G4 綱領與 AA 1000 STAKEHOLDER ENGAGEMENT STANDARD(SES)之指引，發展以下流程辨識聯強國際的重大議題：



2-2.利害關係人與永續性議題之鑑別

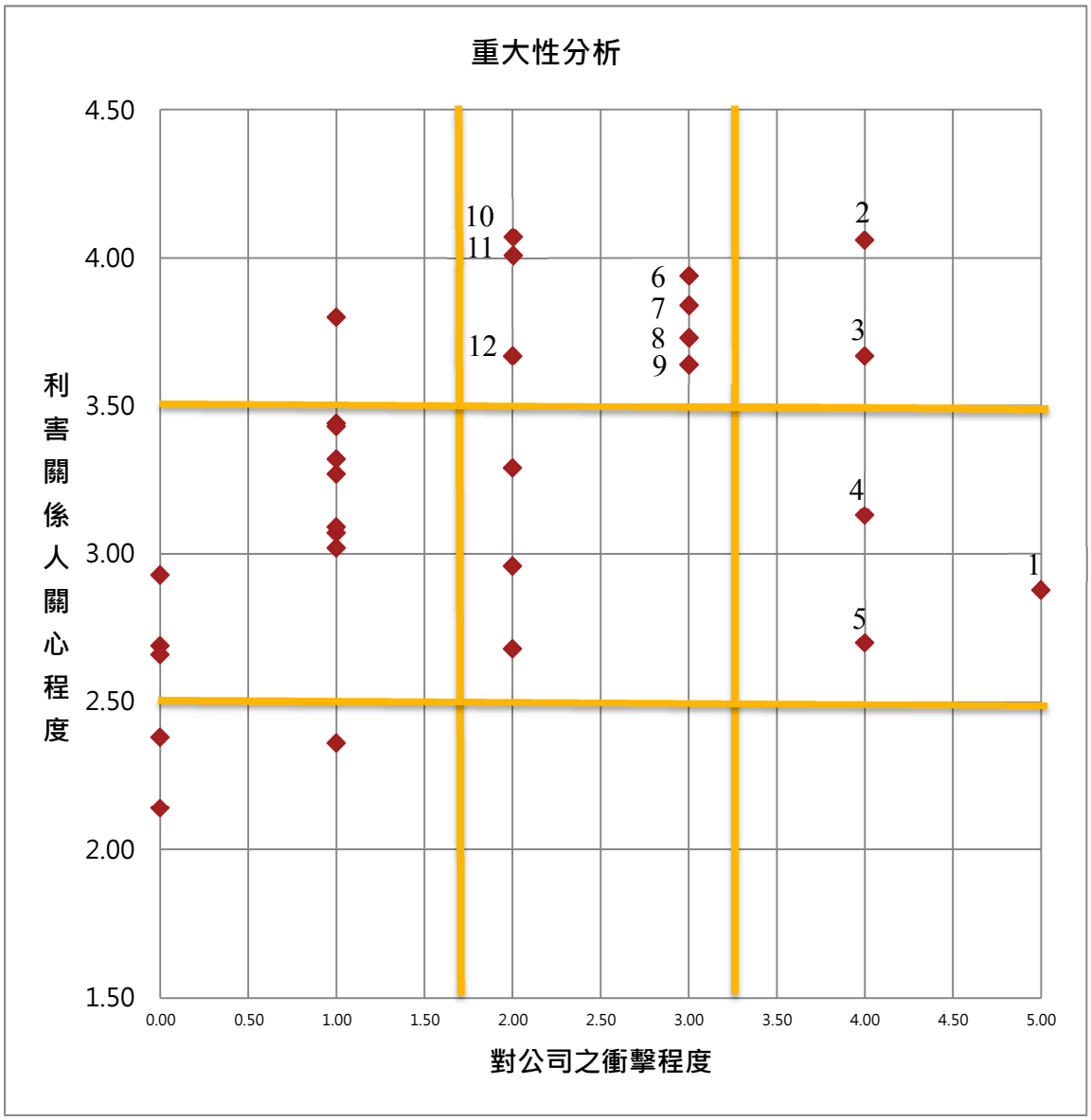
我們以 4 個構面的 CSR 工作小組作為與利害關係人議合與鑑別重大議題之主要作業小組，並委任外部獨立顧問提供符合本公司之永續性脈絡之建議，並協助設計問卷。於各專業小組討論後分別以共識決及問卷方式鑑別聯強國際之利害關係人關注之重大實質性議題。

本公司各 CSR 小組及外部獨立顧問依公司之永續性脈絡、產業特性及實務經驗參考 AA1000 Stakeholder engagements standard(AA1000 SES) 五項原則：依賴程度(Dependency)、責任(Responsibility)、關注程度(Tension)、影響程度(Influence)及多元觀點(Diverse perspective)分別鑑別出股東及投資人、主管機關、員工、社區鄰里、供應商及承攬商、客戶及消費者、銀行、媒體及通路商為我們的永續發展之利害關係人。並統整該等利害關係人所關心之永續性議題及與聯強之議合溝通方式如下:

利害關係人	關注議題	議合管道與方式
股東及投資人	法規遵循 公司治理 經營績效 永續發展策略	股東會 股務代理機構 公開資訊揭露 公司公開網頁 公司發言人
政府機關	社會公益 法規遵循 產品標示 勞工權益 食品健康與安全	政令宣導會議 公文函文往返 公司股務部門 公司發言人
員工	職場環境 勞工人權 人才培訓 性騷擾防治	職工福利委員會 勞資會議 員工意見反映專線與信箱
供應商	供應鏈管理 產品創新 永續採購	採購部門 供應商會議 公司官網利害關係人專區 供應商稽核
消費者	客戶健康與安全 客戶隱私 產品服務與標示 產品創新	客服專線及信箱 公司官方網站 服務門市
經銷商	客戶隱私 產品創新 產品服務與標示 行銷溝通	業務人員 經銷商會議

2-3.重大議題之排序、確證與檢視

針對前述利害關係人所關切之永續性議題，我們由獨立的外部顧問設計專家問卷，參考重大性與利害關係人包容性原則，由 CSR 工作小組參考過往利害關係人回饋經驗與自身專業判斷出 12 項重大永續議題。



永續重大議題

1、採購實務

2、產品及服務標示

3、經濟績效

4、反貪腐

5、公共政策

6、行銷溝通

7、產品創新

8、勞僱與勞資關係

9、職業健康與安全

10、客戶健康與安全

11、客戶隱私

12、訓練與教育

針對各項重大永續議題，我們並依聯強國際組織內外之邊界加以定位。

重大永續議題	組織內		組織外				
	聯強國際	員工	股東及投資人	政府機關	供應商	消費者	經銷商
採購實務	o	o		o	o		o
產品及服務標示	o			o	o	o	o
經濟績效	o	o	o		o		o
反貪腐	o	o		o	o		o
公共政策	o			o	o		o
行銷溝通	o	o	o	o	o	o	o
產品創新	o	o	o		o	o	o
勞僱與勞資關係	o	o		o			
職業健康與安全	o	o		o			
客戶健康與安全	o			o		o	
客戶隱私	o			o		o	o
訓練與教育	o	o					

第 3 部分 亞太最大 3C 專業通路商

3-1.全球獨創的經營模式

聯強國際集團深耕通路領域達 30 餘年，首創銷售、配送、維修、CTO 量身訂做四合一的經營模式。多年來致力於拓展多元化的產品及市場，研發通路管理的核心關鍵技術，建立整合配售、物流、維修的通路運作系統。1995 年股票公開上市，成為台灣第一家上市的通路商，並陸續推出「手機兩年保固」及「聯強維修網」等多項創新服務。此一成功的經營模式，並已從台灣逐步複製到澳洲、紐西蘭、泰國及大陸/香港。

高附加價值的通路商

聯強堅實的後勤運籌能力提供了上、下游事業夥伴高附加價值的服務。下游客戶專注於銷售，吃力不討好的存貨管理、維修及接單後即時生產(CTO) 等後勤運作交給聯強來做；上游供應商專注於研發、生產及品牌行銷，複雜的銷售通路運作就交給聯強來做。於是在整個產品流通的活動鏈中，聯強在中游扮演著關鍵性的整合角色，這就是聯強所提供的高附加價值。

產業鏈分工與通路商角色扮演

（研發、製造、銷售之外）

有品牌的通路商

聯強首先提出品牌通路商的概念，透過服務價值口碑的建立，經銷商樂於向聯強進貨也樂意向消費者推銷聯強代理的產品，而消費者同樣也會因考慮售後服務，而主動向經銷商指名購買聯強代理的產品。此外，聯強也銷售自有品牌「Lemel」的產品，此舉並非與供應商爭利，而係與代理品牌銷售做良性調節，希望形成互相拉抬的效果。

E 時代全方位的運籌管理服務提供者

在電子商務逐漸發展的趨勢中，聯強的經營模式將定位為全方位的運籌管理服務提供者，提供經營 B2C 業者庫存管理、宅配、維修等完整的電子商務後勤服務。從 1999 年在全省各地成立「大哥大快速維修中心」，率先提供消費者「大哥大 30 分鐘完修」，2001 年「大哥大快速維修中心」升級為「聯強直營維修中心」，維修服務範圍擴大至所有聯強銷售之 3C 產品。將直營維修中心、維修代收站及一般經銷商整合而成「聯強維修網」，為台灣最綿密的資訊、通訊維修網絡，並接受原廠委託維修非聯強銷售之產品。

「卓越服務，相同價位」，提供高品質售後維修服務

提供專業迅捷的使用或設計問題解決，並提供總部 2 天快速維修及各地維修站現場快速維修兩種服務機制，使客戶『買得安心，用的放心』。而綿密的維修網及快速的維修取送，大幅提高使用者的售後服務滿意度。除了提供高品質的售後維修服務外，也善盡企業社會責任，在維修站提供廢棄與老舊電子產品回收管道。並提供消費者於維修中心回收手機，則可減免當次的檢測費用 300 元，提高回收的誘因。

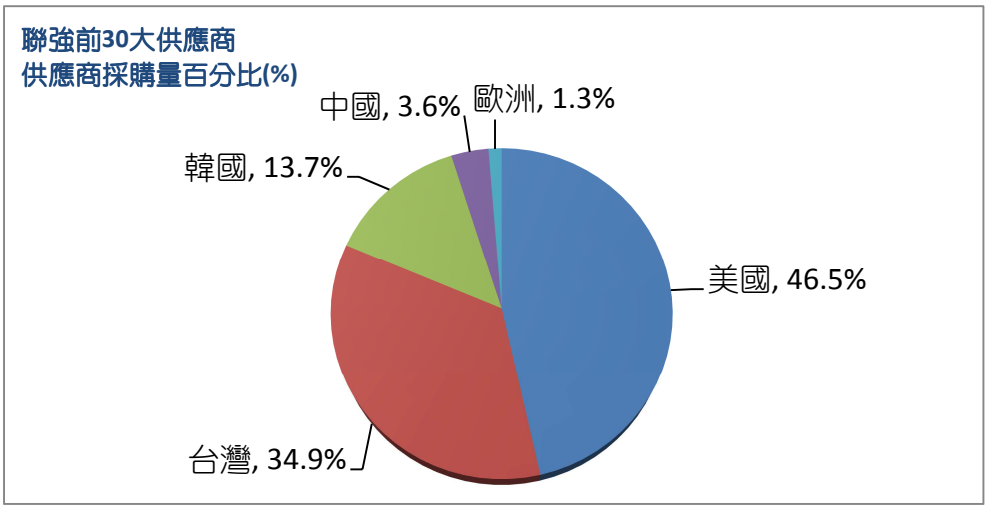
3-2.供應商管理

供應商區域分布

截至 2014 年底，聯強供應商超過 200 家，統計前 30 大主要供應商所在區域分布於台灣、美國、中國、韓國和歐洲。

前 30 大廠商所在區域	供應商家數
台灣	13
美國	10
中國	3
韓國	3
歐洲	1

若以採購金額來看占比，聯強前 30 大供應商，最大宗來自於美國，其次是台灣供應商。



來自合作供應商的榮譽肯定

2014 年聯強也獲得合作供應商的肯定殊榮，彰顯出聯強致力於創造企業價值鏈，以及經營和供應商之間的永續夥伴合作關係。

供應商名稱	頒予聯強的獎項
INTEL SEMICONDUCTOR LIMITED	最佳貢獻獎
Seagate Singapore International Headquarters PTE, LTD.	Value Seagate Contribution Core Bsuiness
華碩聯合科技股份有限公司	最佳夥伴
惠普科技股份有限公司	2014 列印最佳業績貢獻
惠普科技股份有限公司	伺服器最佳代理商
友訊科技股份有限公司	年度最佳配銷商
台灣微軟股份有限公司	代理商最佳貢獻獎
聯想股份有限公司台灣分公司	最佳代理商

供應商管理

聯強除加強企業自我管理外，在往來合作對象的選擇上，本公司並非側重利潤，同時以合作對象企業社會責任的履行程度，作為是否長期合作的一項重要評估指標。在評估供應商對於社會責任的履行上，本公司主要朝著以下幾個項目作為評估：

1. 產品標示與商品檢驗

聯強本業為產品代理與通路商，因此對於產品與服務行銷及標示，在與供應商的合約中載明，供應商須符合商品標示法及經濟部商業司公告實施之資訊、通訊(3C)商品標示基準及其他相關規定；另依法向經濟部標準檢驗局申請商品檢磁及其他驗證。以保障消費者對於產品使用的充分了解。

2.「廉潔管理、乾淨交易」

透過聯強代理商角色來鏈結原廠及客戶，共同創造一個和諧的交易環境，除了遵守廉潔承諾，更要遵守相關法令規範，務求做到守法務實的企業本分。

3.「綠色環保、能源再利用」

要求原廠及供應商遵守歐盟環保規範及各國環保法令，以永續經營為目標，擴大整體的綠色供應鏈績效。

聯強流通事業群前 20 大供應商(直接面對終端消費者)，合約內容包含產品標示、商品檢驗、環境保護與廉潔承諾規範統計比例如下表。

合約內容					
	產品標示	商品檢驗	環境保護	廉潔承諾書	合併
家數	3	5	2	5	8
比例	15%	25%	10%	25%	43%

註:合併百分比的計算方式為合約書內容有符合任一項，即納入。

法規遵循

2014 年聯強並無違反提供產品/服務相關法律和規定，也無違反有關行銷推廣(包括廣告、推銷及贊助)的法規及自願性準則。

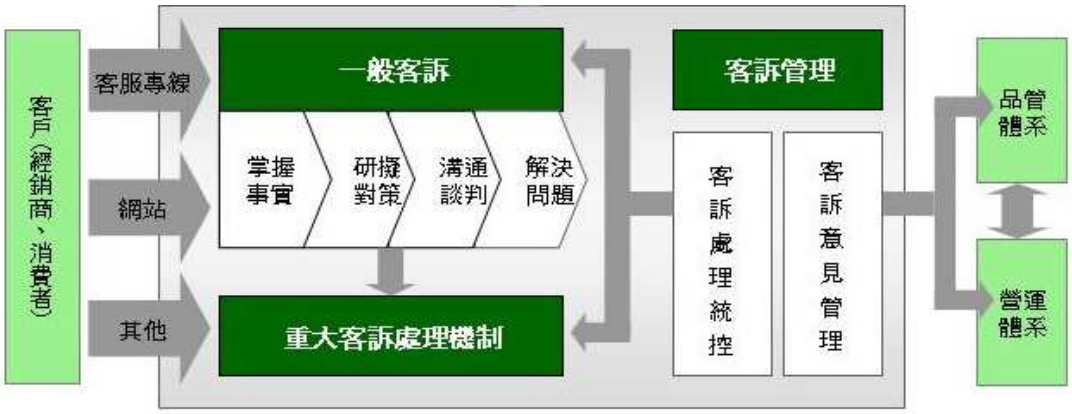
3-3.打造卓越服務品牌

客戶服務

聯強十分重視消費者權益和各項售後服務之滿意度，同時提供聯強 e 城市網站客服信箱與客服電話專線，以即時掌握顧客反映意見並關切處理。

客服管理改善流程

申訴的來源可以區分為消費者、經銷商以及委託維修客戶，接獲反映意見後，指派專人處理且統籌控管處理進度與結果，並且以提升客戶滿意度為最高目標。除了即時的處理改善客服流程外，更重要的是推動後續的行動方案，彙整客戶意見反映內容，同步改善品質管理與改善營運體系。



顧客隱私保障

聯強非常重視保障客戶的隱私權，謹慎地在營運的每個環節都做好客戶隱私權的把關。2014 年並無發生侵犯顧客隱私權的事件。

1.客服:

(1)人員工作守則中有簽署關於客戶隱私權之規範。

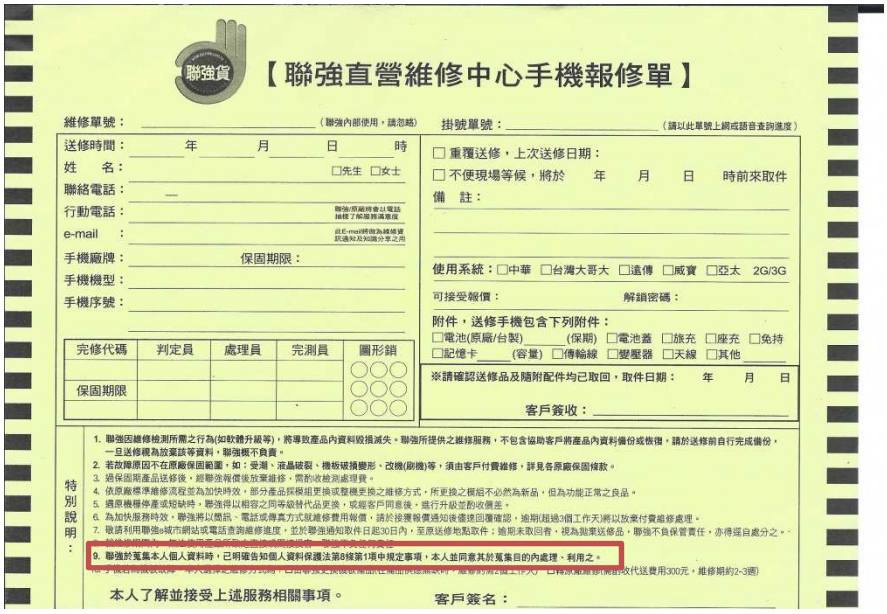
(2)若有需要客戶提供個資(如提供給第三方或產品供應商)，一定會源自客戶要求及取得客戶同意。

2.維修站

(1)於手機報修單和資訊類產品報修單中均於特別說明第 9 條列示「聯強於蒐集本人個人資料時，已明確告知個人資料保護法第 8 條第 1 項中規定事項，本人並同意其於蒐集目的內處理、利用之」。

(2)聯強並於各大維修站櫃台設置「個資法通知文」提醒看板。

(3) 若消費者欲回收廢電子產品，回收前提醒消費者須將個人資料清除。



【聯強直營維修中心手機報修單】

維修單號：（聯強內部使用，請忽略） 掛號單號：（請以此單號上網或語音查詢進度）

送修時間：　年　月　日　時
姓　名：　□先生 □女士
聯絡電話：
行動電話：
e-mail：
手機廠牌：　保固期限：
手機機型：
手機序號：

□ 重覆送修，上次送修日期：
□ 不便現場等候，將於　年　月　日　時前來取件
備　註：

使用系統：□中華 □台灣大哥大 □遠傳 □威寶 □亞太 2G/3G
可接受報價：　解鎖密碼：
附件，送修手機包含下列附件：
□電池(原廠/台製)_____(保期) □電池蓋 □旅充 □座充 □免持
□記憶卡_____(容量) □傳輸線 □變壓器 □天線 □其他_____

完修代碼	判定員	處理員	完測員	圖形銷
保固期限				

※請確認送修品及隨附配件均已取回，取件日期：　年　月　日
客戶簽收：

特別說明：
1. 聯強因維修檢測所需之行為(如軟體升級等)，將導致產品內資料毀損滅失。聯強所提供之維修服務，不包含協助客戶將產品內資料備份或復原，請於送修前自行完成備份，一旦送修視為放棄該等資料，聯強概不負責。
2. 若故障原因不在原廠保固範圍，如：受潮、液晶破裂、機板被損變形、改機(刷機)等，須由客戶付費維修，詳見各原廠保固條款。
3. 過保固期產品送修後，經聯強報價後放棄維修，需酌收檢測處理費。
4. 依原廠標準維修流程並為加快時效，部分產品採模組更換或整機更換之維修方式，所更換之模組不必然為新品，但為功能正常之良品。
5. 遇原機種停產或短缺時，聯強得以相容之同等級替代品更換，或經客戶同意後，進行升級並酌收價差。
6. 為加快服務時效，聯強將以簡訊、電話或傳真方式就維修費用報價，請於接獲報價通知後儘速回覆確認，逾期(超過3個工作天)將以放棄付費維修處理。
7. 敬請利用聯強e城市網站或電話查詢維修進度，並於聯強通知取件日起30日內，至原送修地點取件；逾期未取回者，視為拋棄送修品，聯強不負保管責任，亦得逕自處分之。
9. 聯強於蒐集本人個人資料時，已明確告知個人資料保護法第8條第1項中規定事項，本人並同意其於蒐集目的內處理、利用之。

本人了解並接受上述服務相關事項。　客戶簽名：

屏東維修服務中心

提升銷售出貨品質

聯強客戶服務展現在營運的眾多環節中，透過管理與持續改善人員作業品質、系統機制與作業流程，提升對於下游廠商的銷售出貨品質。

從客戶下單到完成出貨的服務流程有許多的環節，我們持續的改善各個流程，達到 2014 年訂單出貨客訴率只有 0.06%。訂單出貨客訴率計算為：異常次數/訂單數，異常次數包含了備貨配送過程與業務服務下單產生的問題。備貨配送異常包括到貨錯誤/短溢/損壞，像是出貨品項發生錯誤、配送過程損壞或短少等；業務服務下單異常包括業務人員下單品項(規格)錯誤或爭議、數量錯誤或爭議、經銷商網站下單操作系統問題或建議等。

我們針對出貨流程的管理與改善機制，包含了提升人員作業品質，透過 KM(知識管理)經驗庫建立、獎懲制度、重要指標管理等來減少人為的操作失誤；也透過改善系統機制，投注資源導入防呆措施、更新設備、持續不斷的研發等來優化系統；以及嚴謹管理作業流程，透過醒目提示、簡化作業、設立檢核點等，整體降低作業流程的出錯可能。

透過專注於管理每一個細節，聯強持續創造服務客戶的價值，將產業鏈中游通路商的效益發揮到最大。

訂單出貨客訴率統計

年度	2012	2013	2014
訂單出貨客訴率	0.07%	0.06%	0.06%

第 4 部分 幸福企業

聯強經營事業所秉持的態度，是基於相信人是善良且值得信賴；具有創意和生產力；渴望參與，並且在明確的目標下，願意有效地自我管理。我們希望聯強的每一份子，都能關心且獻身投入盡善盡美的服務以及營運上卓越的成就。在聯強，每個人彼此互相尊重，熱愛公司以及認同公司的目標。我們要創造出一個穩定發展而有保障的環境，使得員工在此能追求他終身的價值與成就，同時也希望創造出一個正面的、有其需要性的聯強文化，使每個人有追求自我表現與成長的機會。

4-1.落實員工關懷

聯強堅信:「有好的員工才有好的部門，有好的部門才有好的公司」，我們希望藉由提供每位員工適度的關心和照顧，及確實落實員工關懷，並提供同仁發展才能的舞台，持續帶給員工職涯成就感與滿足感。基於以員工為本的理念，聯強國際建構出多元平等、溫馨穩健的職場環境，重視員工安全及人才培育發展。

員工多元化與平等

我們僱用員工，不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、性別、容貌、五官、出生地、性傾向、年齡、婚姻、身心障礙或以往工會會員身分而予以歧視。截至 2014 年 12 月 31 日止，本公司員工人數合計為 1,204 人。

員工資料

員工類別	男性	女性	總計
總員工人數	701	503	1204
正職員工數	686	487	1173
計時員工數	15	16	31

2014 年員工年齡分布

員工類別		管理人員	非管理人員	總員工人數
<30 歲	男性	0	195	195
	女性	2	177	179
30-50 歲	男性	70	414	484
	女性	57	258	315
>50 歲	男性	14	8	22
	女性	4	5	9
合計		**147**	**1057**	**1204**

2014 年正職新進員工的總數及比例

性別	年齡	總計	
女	<30 歲		69
女	31-50 歲		14
女	>51 歲		0
男	<30 歲		79
男	31-50 歲		35
男	>51 歲		0
註:2014 新進正職員工總數及比例"不含計時"			
新進比率= (當年度新進人數/當年度年底在職人數)		女	17.04%
		男	16.62%
		合計	16.79%

2014 年正職離職員工的總數及比例

性別	年齡	總計	
女	<30 歲		43
女	31-50 歲		40
女	>51 歲		0
男	<30 歲		61
男	31-50 歲		51
男	>51 歲		3
註:1.2014 離職正職員工總數及比例"不含計時" 2.離職不含試用期離職。			
離職比率= (當年度離職人數/當年度年底在職人數)		女	17.04%
		男	16.76%
		合計	16.88%

4-2.職場安全衛生

職場的安全與衛生是聯強對於工作夥伴能安心工作的重要承諾，我們定期統計職災件數，並進行檢討分析及宣導，以期望降低職災發生率，並以零職災零公傷為我們的目標。為加強職業災害的預防，我們的機電人員每日巡檢工作場所及機房、加強用電安全、每季進行水質檢測、執行修繕作業、更新防護具 (例：頂樓爬梯護籠)；並定期檢查大樓結構安全、傾斜度、消防設備、建物設施安全等，確保我們的夥伴們能夠安心的工作。

針對運籌人員我們舉辦多種教育訓練，預防職業傷害；像是新人入職進行線上教學，堆高機操作安全重點、搬重物正確的姿勢教導，並透過每日早晨進行體操熱身，以預防傷害。我們亦提供護腰與耳塞給出貨組，降低職業傷害之發生情形。2013 年 11 月起導入健康服務醫師，安排每兩個月進行臨廠服務，提供健康講座及醫師諮詢；並於 2014 年 4 月設置健康服務護理師，定期巡視集乳室環境整潔及用物補充。我們規劃於 2015 年起全面更換辦公室螢幕 (低藍光設備)，降低同仁長期直視螢幕對眼睛造成的傷害，並舉辦健康促進活動如減重活動、員工運動會、員工福利社以提供健康食品為原則等，同時成立企業社團活動(籃球社)。

2014 年職業災害統計

項目	頻率
失能傷害頻率	12.68
失能傷害嚴重率	114
失能傷害平均損失日數(損失日數/傷亡人數)	9
因失能傷害造成之缺勤率	0.1%

計算公式說明:

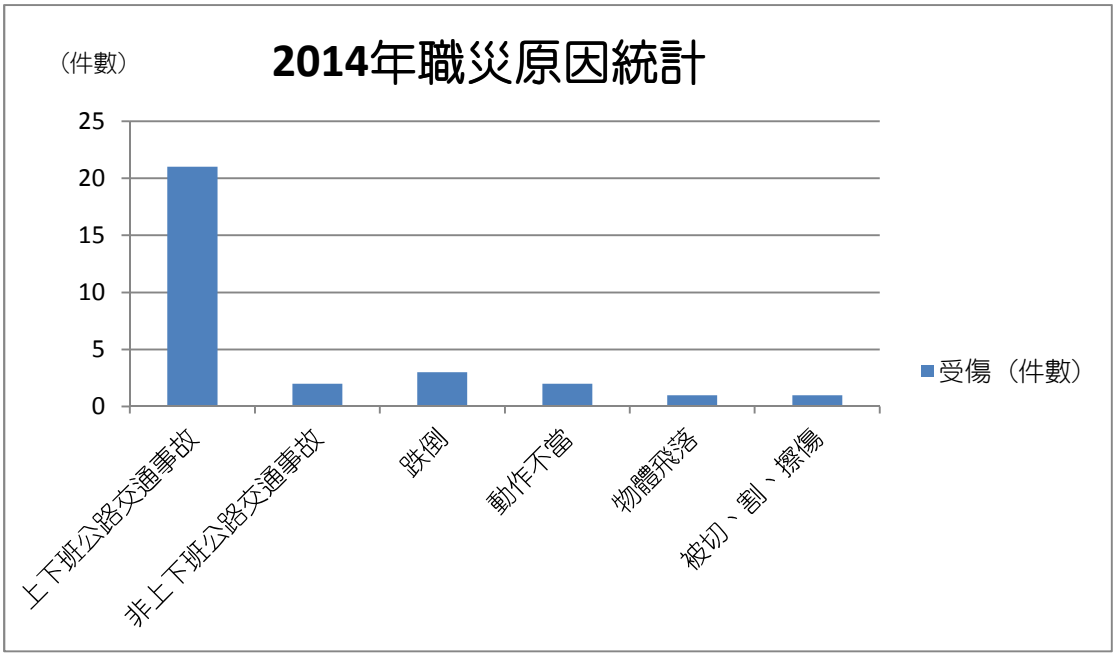
1) 失能傷害頻率 (FR) $= \frac{\text{傷亡人次數合計}}{\text{所有人之總工作時數}} \times 10^6$ (以百萬工時計)

2) 失能傷害嚴重率 (SR) $= \frac{\text{總損失日數}}{\text{所有人之總工作時數}} \times 10^6$ (以百萬工時計)

3) 失能傷害平均損失日數 $= \frac{\text{總損失日數}}{\text{總傷亡人次}}$

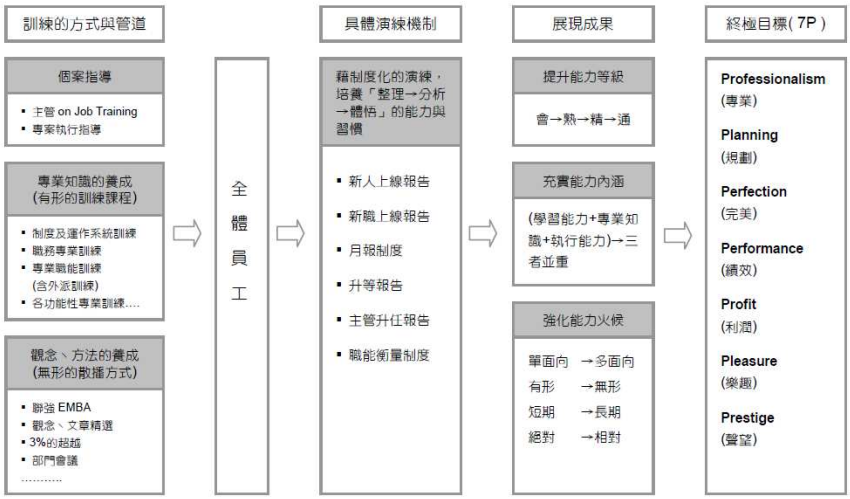
4) 缺勤率(AR) = 失能傷害平均損失日數 $= \frac{\text{總缺勤日數}}{\text{總工作日數}} \times 100\%$ ； 總缺勤日數包含公傷假、病假等

我們每月統計職災案件並依主管機關要求進行申報，2014 年失能傷害頻率為 12.68，失能傷害嚴重率為 114，然而仔細分析原因多數係來自於員工上下班公路交通事故(占所有事件發生原因七成)。因此，為提升員工通勤過程安全意識並降低類似事件發生風險，我們積極強化內部教育訓練及交通安全宣導。



4-3.人才培訓與升遷

聯強視員工為最重要之資產，對於員工培育方面不遺餘力，經過多年努力，已建構出一套完整的員工培育制度(如下圖所示)，在激烈的經營競爭中，優異的員工素質，將是我們脫穎而出的最大利器。



多元及系統化教育訓練

聯強堅信:「有好的員工才有好的部門，有好的部門才有好的公司」。從新人報到當天即辦理新人教育訓練，規劃各職務專業培訓，於課程中宣導公司經營理念與價值觀，當中亦包含傳達公司企業社會責任理念。

我們更建置知識管理系統讓員工透過自主學習，能夠不斷精進，提升專業能力，並長期透過內部教育訓練、月報及聯強 EMBA 文章、聯強觀念短語等，宣導正面的價值觀，以達到潛移默化的效果。另外，在每個不同的職涯發展階段，安排報告與整合閱讀；幫助員工藉由制度化的演練，提升職涯能力。

員工教育訓練平均時數

性別	男性			女性		
員工類別	總受訓時數	總人數	平均受訓時數（小時/人）	總受訓時數	總人數	平均受訓時數（小時/人）
主管	5707	84	68	4280	63	68
一般同仁	72637	529	137	49843	363	137
新進同仁	18911	88	215	16547	77	215
合計	97255	701	139	70671	503	140

註:含內外訓

績效管理辦法

聯強認為同仁的努力程度是可以被激勵出來的，所以在制度設計上，獎金依質化及量化指標進行評估，反映「同貢獻，同酬勞」的公平原則。此外，針對不同工作類型的專業功能，設有不同的績效評核基準。聯強的績效評核制度，運籌中心人員工作重點在於每日操作表現，因此以按月評核的方式；業務人員則在於長期與客戶關係的經營，故採季評核的方式，其餘後勤功能人員也有年度的績效評核制度。

績效評核制度

類別	評核頻率	說明
運籌	每月	運籌功能是聯強基礎運作的強大支援，每月針對運籌直接人員作業表現及工作質量進行評核，依其物流、倉儲、維修等不同職務性質及專業，而有不同評核重點。
泛業務人員	每季	每季針對業務人員之績效表現進行績效評核，評核方式同時考量個人績效、部門績效及公司績效。
後勤人員	每年	每年針對後勤人員依個人年度貢獻及整體表現給予績效評核，同樣整體性地考量個人績效、部門績效及公司績效。

除了從工作績效進行考核外，我們亦設有「職能衡量制度」，做為辨識人才能力火候的重要工具，透過該制度長期運作，聯強歸納整理出一套職涯成長需齊備的條件，方便我們的夥伴們自我比對，清楚認知自我強弱項目，以明確設定精進方向。

我們經過審慎的蒐集與整理後，歸納出職涯最重要的四類職能：工作態度、基礎能力、專業能力及主管能力；對於基層人員、專才、主管各有不同的評核項目，基層人員評核重點在於工作態度和基礎能力，一定職等以上未擔任主管職的專才需額外評核專業能力，而主管職同仁則需進行主管能力的評核。

四類職能依其內涵再細部拆解為多個衡量要項，方便聯強的夥伴們逐一比對。每一個要項都區分為六個火候層級，並且具體區隔出不同等級會顯現的行為與內涵；經由觀察與體悟，便能準確區辨自己位於哪一層級。

職能衡量分為自我評量與基層主管初評及人事權主管複評，每半年進行一次評核。同仁透過自我評核的過程，回顧這一段時間的工作表現及能力成長，可以產生自我感知成長的喜悅；主管則可透過比對同仁自評分數與主管評分，找出同仁的弱項及雙方認知的落差，作為後續人員輔導的重點。而因基層主管本身能力尚不夠成熟，因此真正的得分係以人事權主管的複評分為準，人事權主管可自基層主管評核的方式得知其讀人識人的準度及盲點，同樣可藉此進行基層主管的輔導及提昇。

此外，聯強國際擁有暢通的升遷管道，2012 年到 2014 年升等比率分別為 15%、16%、18%。

年度	**Y12 升等總計**		**Y13 升等總計**		**Y14 升等總計**	
總計	人數	比率	人數	比率	人數	比率
	183	15%	192	16%	209	18%

4-4.各項福利與薪資報酬

除了扎實的培訓機制與暢通的升遷管道外，聯強非常重視提供員工充份保障且安心的工作環境，並提倡同仁致力於營造「智慧均衡的工作生活模式」，讓同仁在工作之餘，健康有保障、經濟沒煩惱、家庭照顧無後顧之憂。

在台灣地區，聯強員工除依法參加勞工保險、全民健康保險外，並為全體正職員工投保團體壽險(為同仁投保至少 300 萬元壽險，遠優於一般企業)；且成立職工福利委員會，每年舉辦諸如運動會、三節禮品活動、電影欣賞活動、年終晚會、部門旅遊與團建活動等多元豐富的活動，以凝聚員工向心力。

此外聯強亦依法成立職工退休監督管理委員會，並依勞基法訂定退休制度，且於 2005 年 7 月依勞工退休金條例實施新制退休金制度，使員工無後顧之憂。
彙整聯強國際為員工規劃的福利項目，可歸納為四大類：

一、安心與安全保障方面

1. 強調營造「智慧均衡的工作生活模式」，鼓勵同仁「適度休假」，除依法賦予員工特休假，且特別針對年資未滿一年新進同仁，提供優於勞基法的額外賦予七天休假(依年度任職比例)。
2. 為所有正職員工投保至少三百萬元的定期壽險，強化員工的家庭基本保障。
3. 任職滿一年可申請購屋、房屋修繕、結婚、生育、購車、急難救助無息貸款，迄今已有超過 500 餘人次申請運用。
4. 結婚、喪葬、住院、生育、生日等禮金/禮券。
5. 足額繳納勞工保險、勞工退休金提撥、全民健康保險等法定保障。

二、女性友善職場環境

1. 公司選用與晉升人才不受性別影響，所有主管職中女性人數超過四成。
2. 設有舒適且隱私不受打擾的哺集乳室，產後哺乳無壓力。

3. 友善提供彈性的育嬰留停環境，統計近三年申請產假的女性同仁中，有 50%會接續在生產後申請育嬰假(亦有多位男性同仁申請育嬰假)，且高達 72%有申請育嬰假的同仁會回任，降低女性同仁工作與家庭照顧間的衝突，使女性同仁不因短期的家庭照顧因素中斷職涯！

育嬰假後復職和留任的比例

項目	男性人數	女性人數	總計
2014 年度符合育嬰留停申請之員工(A)	37	30	67
2014 年度實際申請育嬰留停之員工(B)	3	20	23
2014 年度預計育嬰留停復職(C)	5	27	32
2014 年度實際育嬰留停復職(D)	3	20	23
2013 年度實際育嬰留停復職(E)	0	12	12
2013 年度育嬰假復職後十二個月仍在職(F)	0	4	4
育嬰留職停薪申請率(B/A)	8%	67%	34%
復職率(D/C)	60%	74%	72%

註:

1.男:當年度申請陪產假；女:當年度請生產假

2.復職率：實際育嬰留停復職員工數/預計育嬰留停復職員工數

三、健康促進環境

1. 設置專職護理師，提供健康諮詢、舉辦健康講座與健康促進競賽，提倡同仁注重自己與家人的健康。
2. 定期免費健康檢查，並由護理師提供異常追蹤之必要協助。
3. 規劃 2015 年辦公用電腦全面採用低藍光螢幕，並持續提升辦公環境的舒適與健康。
4. 不定期提供專業肩頸舒壓按摩服務，改善久坐辦公的僵硬，促進血液循環。

四、團隊建設活動

1. 聯強運動會。

2. 部門旅遊與部門活動舉辦。

3. 不定期部門餐敘。

4. 優質新春聯歡晚會。

5. 電影欣賞活動。

6. 資深同仁獎勵：任職滿五、十、十五、二十年同仁，可享特別獎勵獎金、餐敘及紀念獎座等等。

7. 自助福利社：提供免費咖啡及自助福利社服務。

4-5.促進勞資和諧

聯強定期舉行勞資會議，提供勞資雙方溝通管道，建立共識，促進勞資和諧，且不定期以電子郵件通告各項訊息。每季定期召開勞資會議討論勞方相關權益事項，勞資會議中勞方代表比例佔 50%。

勞資關係之溝通，除於正常組織系統外，更有定期職能衡量制度、勞資會議及福委會等，使全體同仁均能與各級主管溝通，以期建立共識，促進勞資和諧。2014 年度及 2015 年截至目前為止，並未發生重大勞資糾紛及損失。此外，有關工作變動最短預告期，我們符合勞動基準法相關通知程序，在終止勞動契約前進行事前預告，最短預告期取決於員工資歷：繼續工作 3 個月以上未滿 1 年者，於 10 日前預告之；繼續工作 1 年以上未滿 3 年者，於 20 日前預告之；繼續工作 3 年以上者，於 30 日前預告之。

聯強國際為提供同仁免於性騷擾之工作及服務環境，訂有工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法，並設置申訴評議委員會，負責處理性騷擾申訴案件。2014 年有 1 件員工申訴案件，經評議委員會議調查結果認為此案不成立。

員工申訴管道

部門：人資行政部

專線電話：02-2506-3320 分機 2516

專線傳真：02-2505-6609

電子信箱：hr1999@synnex.com.tw

第 5 部分 社區共榮

5-1.社會關懷

聯強國際多年以來一向秉持的理念在於「知識與經驗的分享，是我們回饋社會的方式」，我們認為知識分享是提升國家社會知識水平的最佳途徑，因此，多年來即將內部經營管理之經驗與知識集結而成的內部教育訓練教材《聯強 EMBA》與《聯強觀念短語》等相關文章，無償授權予各界使用。並且，將相關文章出版之版稅收入，全數捐出作為推廣教育文化藝術用途，截至 2014 年總計捐贈新台幣 1,749,349 元。

此外，聯強之經營管理之經驗，也提供學術界作為個案研究使用，獲得國立政治大學商學院選入作為台灣企業管理個案研究(Case Study)，並已在全球商學院發行。

聯強深信「取之於社會，用之於社會」的道理，在為股東創造最大價值時，我們仍應善盡企業社會責任。

聯強國際於 2014 年舉辦多場愛心公益活動，包括提供視覺障礙者就業機會的伊甸按摩活動；邀請心路基金會參與公司所舉辦的園遊會，設攤義賣。除支持公益外，聯強國際也陸續認養行道樹。未來我們也將秉持同樣精神，持續回饋社會，預計於 2015 年舉辦愛心捐血及各項捐贈活動，善盡企業社會責任。

社會公益參與彙整：

活動類型	說明
伊甸按摩	此為公司健康促進活動，並提供視覺障礙者就業機會。
愛心攤位	自 2013 年開始，林口運籌中心園遊會連續二年請心路基金會前來設攤
行道樹認養	從 2012 年開始進行行道樹認養，目前共認養 8 棵行道樹

在聯強，我們期許自己在取之於社會資源的同時，也要回饋更多於社會，善盡企業社會責任，將企業資源充分運用在每一個社區角落。我們於 2002 年 12 月 18 日成立財團法人聯強文化藝術基金會，以推廣文化理念，辦理文化活動，創造文化教育與產業之連結為宗旨；業務項目主要包含下列:

項次	項目
1	舉辦或贊助各種文化、藝術事業與活動，以提昇國家、社會及全民學習文化。
2	文化教育推廣，設立文化教育獎助學金。
3	致力造就有為人才，服務社會，貢獻文化與產業發展。
4	文化、藝術品之出版。
5	其他符合本會設立宗旨之相關公益性文化藝術活動。

我們將捐贈款項予交通大學作為該校賢齊館建置公共文化藝術環境專用，以為該館注入人文藝術，推動科技與優質文化藝術結合，打造融合科技與人文的教育環境；並作為該館建置藝術展覽空間；或公共藝術品設置；或購置相關展覽裝置之經費。2014 年共捐贈新台幣 1,261,022 元。

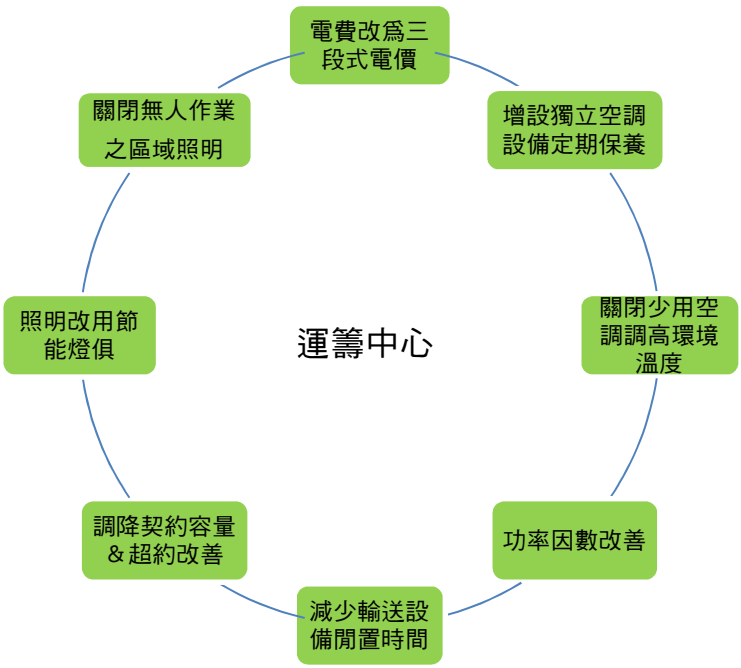
第 6 部分 永續環境

6-1.環境管理方針

環境管理政策與目標

聯強為 3C 產品通路業，非高污染性行業，然聯強基於地球生命共同體的理念，仍然為善盡環保責任而積極付出。主要的環境管理方針如下:

致力於提升能源與資源之利用效率，降低對環境之負荷。在耗能最大的運籌中心有完善的節能管理與提升能源效率機制。例如在一般作業流程上的改善措施，減少輸送設備閒置時間、關閉少用空調與提高環境溫度、關閉無人作業區的照明設備；也投資增設獨立空調，並且定期保養空調設備、更換燈具為節能 LED 燈、設備功率因數改善；並且從源頭管理，啟用三段式電價，配合電價高低峰調整作業時間、調降用電契約容量，若是超過契約用量即啟動改善方案。



1. 運籌中心使用車輛，在車輛汰舊換新時，全面採用符合我國現行環保法規之車輛，降低車輛使用對於環境保護的衝擊。
2. 制定節能減碳及溫室氣體減量策略，持續多年在辦公室與運籌中心宣導節能、節水政策，請所有的員工將節能與節水落實於日常作業之中。

北區廠管處 【通 告】 Y90603

請同仁配合節能政策！

目前已進入夏令時節，電費之支出又將增加，台電自去年7月、10月分兩階段調價，目前電費較去年相比約調漲25%，煩請同仁務必配合以下節能政策，以節省電費、降低運作成本。

1. 廠區空調溫度標準為25°，請勿任意調整控制器溫度設定。
2. 會議室、休息室用畢，請隨手關閉空調及照明。
3. 茶水間、廁所等場所，使用時開燈，離開時關燈。
4. 作業區遇休息時段及無人作業時，應關閉空調、風扇及照明。
5. 多走樓梯，少搭電梯，節約又健康。

隨手節約，是你(妳)我的責任，亦請各單位主管協助宣導與要求，廠務將不定時稽核並公告異常狀況。

聯絡窗口：北區廠管處／蔡秀錦 # 3612

此外，聯強在營運據點遵守當地相關環境法規，在 2014 年並無違反環境法規而受到裁罰。聯強營運據點的地裡位置均位於非生態保護區，並無影響生態多樣性之虞。

6-2.能源管理

能源管理

工業革命以來大量使用化石燃料所造成的氣候變遷已是這個世代與未來，人類所必須面對與積極應對。聯強雖不屬於高耗能的製造產業，但身為地球公民責無旁貸，多年來持續投入提升總部與運籌中心的能源使用效率。

聯強集團的大宗能源使用可以區分為電力與運籌中心的物流車輛用油。因建築物型態和地區的差異，統計數據區分為集團台北總部(商業大樓)與運籌中心(台北與台中)。

營運據點用電

1. 集團台北總部

   聯強集團總部位於台北中山區的商業辦公大樓，2014 年的用電度數較 2013 年微幅成長 1.7%，因為 2014 年 MIS 機房增加新設備，造成用電量增加。2014 建築物耗電強度(Energy Use Intensity, EUI)為 345(度/平方公尺)。

年度 項目	2012 年	2013 年	2014 年	2014 年 vs.2013 年
台北總部用電(度數)	2,058,010 註	2,676,670	2,721,410	1.7%
台北總部面積(平方公尺)	7,889.75	7,889.75	7,889.75	0.0%
建築耗電強度 EUI (度/平方公尺)	261	339	345	1.7%

註: 2012 年台北總部用電統計 1-10 月資料

2. 運籌中心(台北與台中)

2014 年運籌中心持續導入多項節能設備與提升能源效率的措施，節電成果非常顯著。2014 年台北和台中的運籌中心用電度數分別下滑了 6.1%和 9.5%。2014 整體的 EUI 值為 46.0(度/平方公尺)，相較 2013 年減少了 6.3%。

年度 項目	2012 年	2013 年	2014 年	2014 年 vs.2013 年
台北自建運籌中心用電(度數)	2,518,504	2,580,120	2,421,640	-6.1%
台中自建運籌中心用電(度數)	931,695	904,679	818,337	-9.5%
總計	**3,450,199**	**3,484,799**	**3,239,977**	**-7.0%**
台北自建運籌中心面積(平方公尺)	53,715	53,480	53,480	0.0%
台中自建運籌中心面積(平方公尺)	18,493	17,523	16,979	-3.1%
總計	**72,208**	**71,003**	**70,459**	**-0.8%**
建築耗電強度 EUI (度/平方公尺)	47.8	49.1	46.0	-6.3%

3. 運籌中心車輛用油

2014 年運籌中心車輛的油量使用強度為 4,903 (公升/輛)，雖然較前年度成長 3.2%，主要原因為營運成長，但並未添購新車輛。

年度 項目	2012 年	2013 年	2014 年	2014 年 vs.2013 年
運籌自有車輛用油-汽油(公升)	558,049	556,158	573,681	3.2%
運籌自有車輛數(輛)	104	117	117	0.0%
油量使用強度(公升/輛)	5,366	4,753	4,903	3.2%

6-3.溫室氣體排放

2014 年為聯強首年編撰 CSR 報告書，溫室氣體盤查的邊界劃分，先以涵蓋使用能源大宗的範疇二電力排放(總部以及運籌中心)，加上運籌中心的車輛用油排放為邊界。2014 年總計排放 4,403 噸 CO_2，相較於前一年減少 1.56%。

項目 \ 年度	2012 年	2013 年	2014 年
用電總計(度) (總部+自建運籌中心)	5,508,209	6,161,469	5,961,387
用電溫室氣體排放(tCO_2)	2,930	3,216	3,106
用電溫室氣體排放強度 (KgCO2e/平方公尺)	37	41	40
運籌中心車輛用油總計(公升)	558,049	556,158	573,681
運籌中心車輛用油溫室氣體排放 (tCO_2)	1,261	1,257	1,297
總計溫室氣體排放(tCO_2)	4,191	4,473	4,403

6-4.導入綠色節能專案

運籌中心節能專案

項次	運籌中心節能方案	說明
1	運籌中心節能宣導	夏令時節由廠務發布通告，請同仁配合節能政策。
2	關閉少用空調	關閉台北運籌中心維修倉 11 台送風機，每年可降低成本＞100,000 元
3	調高空調設定溫度	台北運籌中心 E 棟 2 樓與 7 樓調高空調設定溫度由 22 度至 25 度，安裝壁扇，增加空氣循環，每年可降低成本＞70,000 元
4	安裝獨立分離式空調	減少大型空調主機的運作時間，每年可省電費＞100,000 元
5	關閉無人作業區照明設施	關閉台北運籌中心 E 棟 1 樓無人作業區域照明設施，每年可降低成本約 30,000 元
6	運籌中心使用省電燈具比例	台北運籌中心為 23.1%；台中運籌中心為 31%
7	台中運籌中心汰換節能燈具	1.2014 年汰換一樓為 LED 燈具共計 80 盞，預計節電 13000 度/年

調增設獨立空調

通訊維修部門因作業需求，中央空調常須延長運轉時數，中央空調的耗電項目較多，包括有主機(150 噸)、Cooling Tower、冷卻水泵／冰水泵／區域泵和送風機(FCU)。評估後，安裝獨立分離式冷氣，每年均可節省可觀的電力使用量。

調高環境溫度與增設風扇

台北運籌中心 E 倉部分樓層為密閉型區域，雖有空調，但因空氣不流通，作業時容易感到悶熱。改善方案為裝設壁扇，增加空氣循環，降低體感溫度。為了彌補加裝風扇的電費增加，提高空調的設定溫度(由 22 度℃提升到 25 度℃)，根據經濟部能源局的數據，每調高空調溫度 1℃，可節省空調 6~9%耗能。以提高 3 度℃的設定，保守估計約節省 18%電力。再扣掉風扇耗用的電力，總計約節省 16.3%電力。

照明改用節能燈俱

庫房使用傳統 T8 日光燈，因高度過高，不僅照度不足，且更換相當危險。為提升能源效率和減少維護的人力，改用 T5 燈具並且降低燈具高度，調整燈具的位置到走道中央，使得照明能夠更平均。燈具也能夠由原本的 105 減少到 50 盞。每年除可以減少電費，也因為 T5 較 T8 使用壽命長，可以節省更換燈具的人力與物力。總計在台北運籌中心使用省電燈具的比例有 23.1%，在台中運籌中心使用的比例也高達 31%，足見聯強的節能投入。

關閉無人作業區域照明

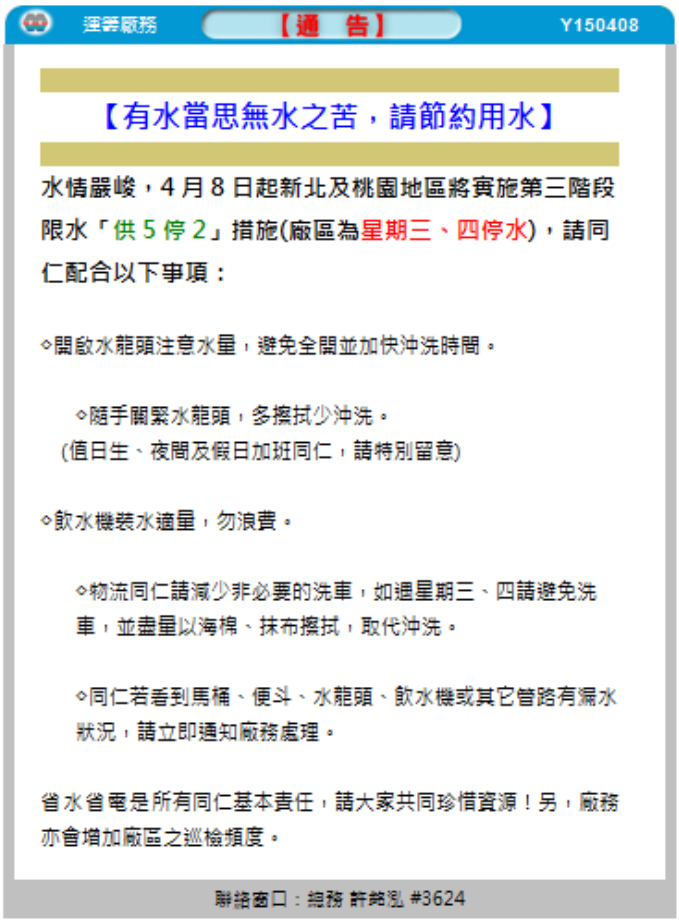
除了上述的節能設備投資導入外，聯強在提升能源效率的作為也展現在行為的改變上。以往，庫房無人作業或僅前方點交和少數人處理收貨，日光燈也會全開(超過 100 盞，每盞 80W)。在不影響作業的前提下，調整開燈的區域，除了貴重物品區、重要出入口，電燈仍是全開；其他區域可依作業狀況適時調整。如此一來，平時最少後方 50 盞可關閉，並且在開關處以圖示說明，清楚標示開燈或關燈區域，以及廠區節能宣導與不定時稽核。

6-5.水資源管理

2014 年統計台北總部與運籌中心(台北、台中)的用水量，整體相較於 2013 年下降 9.9%，用水趨勢也呈現逐年下降。除了台北總部因為增設冷卻水塔設施，故用水量增加；台北和台中運籌中心的用水量也相較前一年度分別下降 17.4%和 24.2%。

2014 整體的用水密集度為 0.29 噸/平方公尺，相較於前年度減少 9.2%。多年來，聯強持續執行日常巡檢及節約用水宣導通知，節水績效顯著。

項目＼年度		2012	2013	2014	2014 vs. 2013
自來水(噸)	台北總部	10,676	10,919	11,185	2.4%
	台北運籌中心	7,748	9,766	8,068	-17.4%
	台中運籌中心	4,170	4,250	3,220	-24.2%
	合計	22,594	24,935	22,473	-9.9%
用水密集度 (噸/樓地板面積 M^2)		**0.28**	**0.32**	**0.29**	**-9.2%**


聯強廠務 【通 告】 Y150408

【有水當思無水之苦，請節約用水】

水情嚴峻，4 月 8 日起新北及桃園地區將實施第三階段限水「供 5 停 2」措施(廠區為星期三、四停水)，請同仁配合以下事項：

◇開啟水龍頭注意水量，避免全開並加快沖洗時間。

◇隨手關緊水龍頭，多擦拭少沖洗。
(值日生、夜間及假日加班同仁，請特別留意)

◇飲水機裝水適量，勿浪費。

◇物流同仁請減少非必要的洗車，如遇星期三、四請避免洗車，並盡量以海棉、抹布擦拭，取代沖洗。

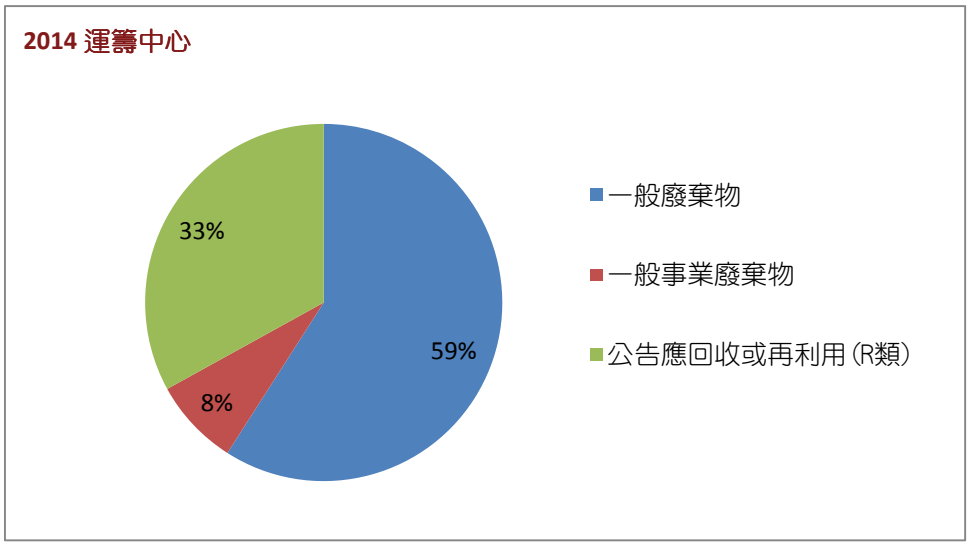
◇同仁若看到馬桶、便斗、水龍頭、飲水機或其它管路有漏水狀況，請立即通知廠務處理。

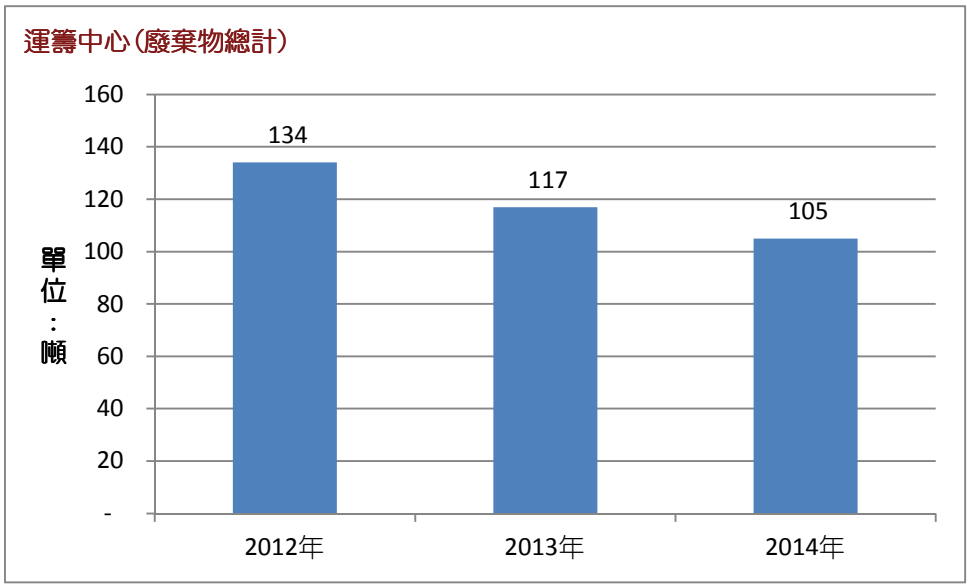
省水省電是所有同仁基本責任，請大家共同珍惜資源！另，廠務亦會增加廠區之巡檢頻度。

聯絡窗口：總務 許銘泓 #3624

6-6.廢棄物處置

2014 年度盤查的地點以運籌中心為主，廢棄物可分為三類，一般廢棄物(民生垃圾)，委由廠商送至焚化廠、一般事業廢棄物(通訊與資訊週邊產品報廢)和公告應回收再利用(R)類(紙箱與鐵鋁罐)都是委由廠商進行資源回收。整體的廢棄物量呈現逐年下滑的趨勢，2014 年的廢棄物總計 105 噸，相較於前一年度減少 10.2%。充分落實垃圾減量與盡可能回收再利用，例如進行包材回收重複利用。

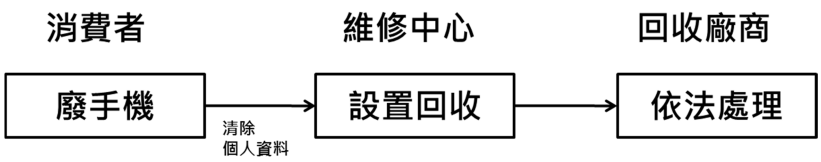




6-7.降低環境衝擊

降低服務的環境衝擊

聯強在台灣的維修中心設置廢、舊手機、廢電子產品與電池回收標誌與回收箱。若是回收廢、舊手機，回收前皆提醒消費者須將個人資料清除，以維護個資安全。每一季再委由廠商依法回收處置。



除此之外，聯強在 2013 年開始推動安裝電視時，協助回收家中的舊電視。2013 年回收了 1,815 台，2014 年回收了 4,555 台。

降低物流交通運輸的環境衝擊

消費性產品通路的產業，物流車輛為主要的耗能與排放溫室氣體來源。因此聯強很早就意識到且著手管理，以降低運輸產品過程對於環境的衝擊。

在車輛汰舊換新時時，全面採用符合我國環保法規之車輛，以降低運輸過程產生的空氣汙染。聯強透過自行開發之運籌管理資訊系統，結合自有車隊與多年配送實務經驗，劃分配送領域，專人專車服務該領域客戶，一日 2~3 次配送，減少沒有效率的運輸路線。物流車輛回至廠區停放後，一律熄火，禁止怠速時使用冷氣。

辦公室的節能措施

不只在運籌中心導入節能設備與執行節能方案，聯強總部辦公大樓也實施許多節能措施，例如:

1.推動無紙化行政作業，如電子簽核系統，大量降低紙張的耗用。

2.辦公室區域溫度未達 26℃，冷氣主機無法開啟。

3.晚上 7:30 關空調。

4.鼓勵同仁多走樓梯、少搭電梯。

附錄

附錄 1 GRI4.0 指標索引

GRI4.0 指標對照表

一般揭露事項

GRI4.0	揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
策略與分析			
G4-1	提供組織最高決策者對永續性議題的聲明及回應議題的策略	1-3	經營者的話
組織概況			
G4-3	說明組織名稱	7	1-1. 關於聯強國際
G4-4	說明主要品牌、產品與服務	7	1-1. 關於聯強國際
G4-5	說明組織總部所在位置	7	1-1. 關於聯強國際
G4-6	組織營運所在的國家數量及國家名	7	1-1. 關於聯強國際
G4-7	所有權的性質與法律形式	7	1-1. 關於聯強國際
G4-8	說明組織所提供服務的市場	7	1-1. 關於聯強國際
G4-9	說明組織規模	7	1-1. 關於聯強國際
G4-10	按雇用類型、僱用合約及僱用地區畫分的員工總數	36	4-1.落實員工關懷
G4-11	受集體協商協定保障之總員工數比例	—	本公司未設立工會組織
G4-12	描述組織的供應鏈	28	3-1.全球獨創的經營模式
G4-13	報告期間有關組織規模、結構、所有權或供應鏈的任何重大變化	—	報告期間內無重大變化
G4-14	說明組織是否具有因應相關之預警方針或原則	21-22	1-4. 風險管理
組織概況			
G4-15	列出經組織簽署認可，而由外部所開發的經濟、環境與社會規章、原則或其他倡議	—	無相關情形，不適用
G4-16	列出組織參與的公協會（如產業公協會）和國家或國際性倡議組織的會員資格	8	1-1.關於聯強國際
鑑別重大考量面及邊界			
G4-17	合併年報中的相關組織	4	關於本報告書
G4-18	界定報告內容與考量面邊界的流程	23	2-1.決定永續重大議題之流程
G4-19	所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	25-26	2-3.重大議題之排序、確證與檢視
G4-20	針對每個重大考量面，組織內部在考量面上的邊界	27	2-3.重大議題之排序、確證與檢視

GRI4.0	揭露項目	頁次	對應章節及特別說明
G4-21	針對每個重大考量面，組織外部在考量面上的邊界	27	2-3. 重大議題之排序、確證與檢視
G4-22	對先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因	—	本報告為聯強國際首本報告，不適用此指標。
G4-23	和先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的重大改變	—	本報告為聯強國際首本報告，不適用此指標。
利害關係人議合			
G4-24	組織進行議合的利害關係人群體	23	2-2. 利害關係人與永續性議題之鑑別
G4-25	鑑別與選擇利害關係人的方式	23	2-2. 利害關係人與永續性議題之鑑別
G4-26	與利害關係人議合的方式、形式及頻率	24	2-2. 利害關係人與永續性議題之鑑別
G4-27	利害關係人所提出之關鍵議題與關注事項及組織的回應。	24	2-2. 利害關係人與永續性議題之鑑別
報告書基本資料			
G4-28	提供資訊的期間	4	關於本報告書
G4-29	最近一次報告的日期	—	本報告為聯強國際發行首本報告，不適用此指標。
G4-30	報告週期	4	關於本報告書
G4-31	聯絡資訊	4	關於本報告書
G4-32	GRI 揭露指標、遵循依據以及外部聲明書	4	關於本報告書
G4-33	組織為報告取得外部確信的政策與做法	—	無相關情形，不適用
治理			
G4-34	組織的治理結構	16	1-2. 聯強國際的公司治理
倫理與誠信			
G4-56	描述組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則	20	1-3. 企業社會責任治理

特定揭露事項

重大考量面	DMA 與指標		頁次	對應章節及特別說明
經濟績效	DMA	管理方針揭露	7	1-1. 關於聯強國際
	G4-EC1	組織所產生及分配的直接經濟價值	14-15	1-1. 關於聯強國際
	G4-EC2	氣候變遷對組織活動所產生的財務影響及其他風險與機會	22	1-4.風險管理
	G4-EC4	接受政府之財務補助	15	1-1. 關於聯強國際
採購實務	G4-EC9	於重要營運據點，採購支出來自當地供應商之的比例	30	3-2.供應商管理
勞僱關係	DMA	管理方針揭露	36	4-1.落實員工關懷
	G4-LA1	按年齡組別、性別及地區劃分新進員工和離職員工的總數及比例	37	4-1.落實員工關懷
	G4-LA2	按重要營運據點劃分，只提供給全職員工的福利	43-47	4-4.各項福利與薪資報酬
	G4-LA3	按性別劃分，育嬰假後復職和留任的比例	44	4-4.各項福利與薪資報酬
勞/資關係	G4-LA4	是否在集體協商中具體說明有關重大營運變化的最短預告期	48	4-5.促進勞資和諧
職業健康與安全	DMA	管理方針揭露	38	4-2.職場安全衛生
	G4-LA6	按地區和性別劃分的工傷類別、工傷頻率、職業病、損失日數比例及缺勤率，以及因公死亡事故總數	38-39	4-2.職場安全衛生
訓練與教育	DMA	管理方針揭露	40-42	4-3.人才培訓與升遷
	G4-LA9	按性別和員工類別劃分，每名員工每年接受訓練的平均時數	40	4-3.人才培訓與升遷
	G4-LA11	按性別和員工類別劃分，接受定期績效及職涯發展檢視的員工比例	41-42	4-3.人才培訓與升遷
員工多元化與平等機會	DMA	管理方針揭露	36	4-1.落實員工關懷
	G4-LA12	按性別、年齡層、少數族群及其他多元化指標劃分，公司治理組織成員和各類員工的組成	37	4-1.落實員工關懷
勞工實務問題申訴機制	DMA	管理方針揭露	48	4-5.促進勞資和諧
	G4-LA16	經由正式申訴機制立案、處理和解決的勞工實務申訴的數量	48	4-5.促進勞資和諧
不歧視	DMA	管理方針揭露	36	4-1.落實員工關懷
	G4-HR3	歧視事件的總數，以及組織採取的改善行動	36	4-1.落實員工關懷

重大考量面	DMA 與指標		頁次	對應章節及特別說明
當地社區	DMA	管理方針揭露	49	5-1.社會關懷
	G4-SO1	營運據點中，已執行當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的據點之百分比	49-50	5-1.社會關懷
反貪腐	G4-SO3	已進行貪腐風險評估的營運據點總數及百分比，以及所鑑別出的顯著風險	20	1-3. 企業社會責任治理
	G4-SO4	反貪腐政策和程序的溝通及訓練	20	1-3. 企業社會責任治理
供應商社會衝擊評估	DMA	管理方針揭露	31-32	3-2.供應商管理
	G4-SO9	針對新供應商使用社會衝擊標準篩選的比例	32	3-2.供應商管理
顧客的健康與安全	G4-PR1	為改善健康和安全而進行衝擊評估的主要產品和服務類別之百分比	32	3-2.供應商管理
	G4-PR2	依結果分類，違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件總數	32	3-2.供應商管理
產品及服務標示	DMA	管理方針揭露	33,35	3-3.打造卓越服務品牌
	G4-PR5	客戶滿意度調查的結果	35	3-3.打造卓越服務品牌
行銷溝通	G4-PR7	按結果類別劃分，違反有關行銷推廣（包括廣告、推銷及贊助）的法規及自願性準則的事件總數	32	3-3.打造卓越服務品牌
顧客隱私	DMA	管理方針揭露	33	3-3.打造卓越服務品牌
	G4-PR8	經證實與侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數	33-34	3-3.打造卓越服務品牌
法規遵循	G4-PR9	因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處巨額罰款的金額	32	3-2.供應商管理
能源	DMA	管理方針揭露	51-52	6-1.環境管理方針
	G4-EN3	組織內部的能源消耗量	53-54	6-2.能源管理
	G4-EN5	能源密集度	53-54	6-2.能源管理
	G4-EN7	降低產品和服務的能源需求	56-58	6-4.導入綠色節能專案
水	DMA	管理方針揭露	59	6-5.水資源管理
	G4-EN8	依來源劃分的總取水量	59	6-5.水資源管理
	G4-EN9	因取水而受顯著影響的水源	59	6-5.水資源管理
生物多樣性	G4-EN11	組織所擁有、租賃、管理的營運據點或其鄰近地區位於環境保護區或其他高生物多樣性價值的地區	52	6-1.環境管理方針

重大考量面	DMA 與指標		頁次	對應章節及特別說明
排放	G4-EN15	直接溫室氣體排放（範疇一）	55	6-3.溫室氣體排放
	G4-EN16	能源間接溫室氣體排放量（範疇二）	55	6-3.溫室氣體排放
	G4-EN18	溫室氣體排放強度	55	6-3.溫室氣體排放
廢污水及廢棄物	DMA	管理方針揭露	60	6-6.廢棄物處置
	G4-EN23	按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	60	6-6.廢棄物處置
產品及服務	DMA	管理方針揭露	61	6-7.降低環境衝擊
	G4-EN27	降低產品和服務對環境衝擊的程度	56-58 61-62	6-4.導入綠色節能專案 6-7.降低環境衝擊
	G4-EN28	按類別說明回收已售出之產品及產品之包裝材料的百分比	61	6-7.降低環境衝擊
法規遵循	G4-EN29	違反環境法律和法規被處巨額罰款的金額，以及所受罰款以外之制裁的次數	52	6-1.環境管理方針
交通運輸	DMA	管理方針揭露	62	6-7.降低環境衝擊
	G4-EN30	為組織營運而運輸產品、其他商品、原料以及員工交通所產生的顯著環境衝擊	62	6-7.降低環境衝擊
供應商環境評估	DMA	管理方針揭露	31-32	3-2.供應商管理
	G4-EN32	採用環境標準篩選新供應商的的比例	32	3-2.供應商管理