

利害關係人之關注議題、溝通管道及回應方式

利害關係人分類	關注議題	溝通管道及頻率	回應方式
顧客	顧客隱私保護、人權平等、產品品質與責任、食品安全、公共安全與衛生	服務台、顧客意見函 / 隨時 0800 免付費顧客服務專線 / 隨時 客服信箱、客服線上留言 / 隨時 數位行銷工具 (APP / 迷誠品 / EDM / 簡訊) / 隨時 紙本 DM / 隨時 顧客滿意度調查 / 2-3 次 / 年	透過客服中心處理顧客信函與電話，根據誠品生活客服處理 SOP 與顧客溝通，並追蹤其滿意度
同仁	人才招聘與薪資福利、品牌管理、法規遵循、員工培育與職涯發展、營運績效	內部信件、人資部門 / 隨時 勞資會議 / 每季 法令宣導 / 不定期 內部網站、工作聯繫單 / 不定期 教育訓練 / 不定期	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每月事業單位營運績效會議(頻次依各事業單位需求召開) 2. 誠品學苑提供以專業職能為基礎的六大學苑進行人才培育 3. 定期召開勞資會議與同仁進行溝通
股東/投資人	營運績效、品牌管理、經營投資策略、利害關係人溝通、公司治理	股東會 / 年 法人說明會 / 每年至少 2 次 財務資訊公告 / 每季；年報公告 / 年 重大訊息公告 / 不定期 官網資訊揭露 / 不定期 電話及電子郵件回覆提問 / 不定期	<ol style="list-style-type: none"> 1. 舉辦法人會議與每年股東大會 2. 即時重大訊息公開於公開資訊觀測站與公司網站 3. 於公司網站提供投資人專用電子郵件信箱與聯絡電話，為投資者與公司之間建立暢通的溝通管道 4. 設立專責之法人投資關係部門
政府	法規遵循、顧客隱私保護、產品品質與責任 品牌管理、食品安全、公共安全與衛生	法規查核 (不定期) 協助相關規範制定、宣導 (不定期) 政府機關舉辦宣導會、教育訓練課程 (不定期)	與政府單位建立良好雙向溝通，以符合法規遵循要求
廠商	品牌管理、產品品質與責任、顧客關係經營、顧客隱私保護	廠商會議 / 隨時 檢舉信箱/隨時 email / 即時 / 不定期 訪談會議 / 不定期	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每季開發至少 30 家新廠商 2. 各店於每年 3 月、9 月調整樓面配置，讓新品牌進駐，增加樓面新鮮感 3. 與廠商隨時電話或會議溝通並進行調整並設有檢舉信箱
文創工作者	品牌管理、永續產品服務、顧客關係經營 法規遵循	電話、e-mail / (即時) 訪談會議 (不定期)	expo 針對各潛力品牌，每季進行 1 次品牌發展會議；其餘品牌則各進行約 1 至 2 次訪談會議