

人群關係 PEOPLE

從顧客、加盟主、股東、員工到廠商，這些與7-ELEVEN息息相關的不同族群，7-ELEVEN皆有其堅持的理念與原則，以期共同創造新的消費生活，成為民眾享受便利生活時不可或缺的夥伴。

顧客 Customer

提供創新服務 延伸生活視野

7-ELEVEN永遠把顧客權益放在第一位，不斷追求服務品質的提升，領先同業投入商品的「無添加」革命，讓消費者買到的不僅是便利，更是一份安心。



利點數兌換平台及愛心捐款、繳費等功能，打造成便利的社區金融服務中心。

ibon是集行動辦公室、繳費、紅利兌換、票務及數位生活等5大服務於一身的多媒體資訊站，搭配門市現有的多功能事務機，提供消費者更多便利選擇。目前ibon共導入4677台，每月平均點閱筆數達350萬筆，透過網路的即時處理，具有速度快、安全性高的優點，有別於市面上其他機台，就算人不在辦公室，也可先將文件上傳到7-ELEVEN提供的免費網路空間，再從門市下載列印；電影票、演唱會門票的預訂也可在ibon輕鬆完成，成為消費者另一個處理公務和預約生活娛樂的數位中心。

便利的社區服務中心

7-ELEVEN以成為「社區服務中心」為目標，不斷追求便利生活的提升，從過去的ATM、代收、預購，2006年開始更推出「ibon便利生活站」。

7-ELEVEN目前已導入3950台中國信託ATM，每個月平均交易746萬筆，提供消費者24小時全年無休且安全的交易環境。2008年更導入500台現金循環式存款、提款機，ATM也提供紅

ibon 便利生活站

繳費

溝通繳費免帶紙單，ibon提供帳單查詢及繳費服務。

紅利兌換

溝通全國最大的紅利兌換平台，提供8家銀行、smile加油站、優力加油站、dream mall及遊戲廠商之紅利兌換。

票務

包含運動票、娛樂票、休閒票及交通票，全面建立ibon票務機what's new image。

行動辦公室

提供下載列印及掃描之獨家服務，如今年1月的OPEN小將門聯下載達1.5萬套。

數位生活

提供各項數位服務，如免費叫車服務、社區健康小站及免費命理等，以建立社區數位服務中心為目標。





➤ 保障資訊安全

目前所有的資訊都是以獨立專線跟廠商連線進行資料交換，就連門市的ibon也是使用專用線路，因此得以確保消費者資訊的安全性，提供全面的生活服務。

此外，為了達成「數位超商」的便民理想，7-ELEVEN更與安源資訊策略聯盟，在台北市600多家7-ELEVEN門市提供便捷的無線上網服務，只要顧客在門市周圍100公尺內，都能接受到完整的WIFLY無線網路訊號，無限延伸每個人的生活。

➤ 提供便民的外送服務

因應逐漸高齡化的社會，7-ELEVEN自2006年起率先推動商品外送服務，讓顧客可以透過電話傳真網路等方式訂購商品，免出門即可購物，只要坐在家中就可以輕鬆享用，加上7-ELEVEN的商品種類繁多，吃喝玩樂應有盡有，消費者與7-ELEVEN更沒有距離！

此服務自推動以來獲得不少消費者的迴響，除了因此提升不少業績之外，與客人的互動、客情的建立也更加得心應手，並增加了不少推薦預購商品，各式顧客服務、數位服務商品機會，潛在的商機無窮。除了制定外送推廣作業辦法外，陸續開發「外送POP」、「外送名片」、「外送袋」等工具支援門市，提升外送推廣的專業度與細膩度，同時將門市好的作法，透過各種內部資源，快速傳達至各門市，達到標竿學習與複製之目的。

外送服務已成為門市經營重點與創造差異化服務的利器之一，未來將持續強化「客製」經營，以單店特色自主經營，將門市ETC申請、OPEN講電信門號申請、行駕照換發申請、紅利點數兌換等更多的便利服務提供，作為外送服務推廣的附加價值。

QC200%

➤ 對消費者的無添加承諾

每天超過130萬人選擇7-ELEVEN的鮮食商品來補充元氣，讓台灣消費者帶來生活上的重大改變，7-ELEVEN不僅領先業界，更耗費2年投入「無添加」的鮮食改革，成立7-ELEVEN「米飯實驗室」，以8台最先進的機器設備，對稻穀品質、鮮度、白度等進行嚴格把關篩選。

「無添加」是7-ELEVEN對消費者的承諾，不添加防腐劑，利用天然食材本身的酸、甜、鹹、辣，製作出口感一樣美味，但是卻多了幾分健康保障的無添加鮮食。如飯糰使用成本高於一般精鹽的天然海鹽，堅持以純天然、無污染的海鹽提供消費者高品質的口感以及健康生活。

其中，誕生於1999年的御便當更嚴守鮮食品管標準，獲得國家CAS食品認證，製造過程完全符合HACCP規範。為了保持食物的新鮮度，供應商依據原料屬性不同，在全程溫度控管的環境下，進行初步醃製或烹調處理，原料製成品全程不添加防腐劑，確保食物不對人體造成負擔，保障消費者在飲食方面的安全性。同時，所有鮮食容器都不含可遷移式螢光劑，避免因螢光劑脫落透過人體吸收而有危害健康之慮。

➤ 提升商品的優良品質

7-ELEVEN「米飯實驗室」從驗收、製程及口感3大方向進行改造升級，全面提升食用米的品質。2007年初更進一步與稻米供應商合作，設置專屬7-ELEVEN的恆溫米倉，確保米粒的鮮度與美味。

近年來7-ELEVEN以「QC200%」的概念來為商品的品質嚴格把關，採用比國家標準還嚴格的規範，從原物料採購的「源頭管理」做起，同時加強來自中國之原物料安全檢驗管理，進而落實到製程、配送及門市品質管理作業。7-ELEVEN每月針對農藥殘留進行檢驗，確保沙拉、水果的安全，維護消費者健康。

Food Products Security

商品檢驗流程

- 1 **商品規範** 由第三公正單位檢驗
- ↓
- 2 **原物料** 符合微生物檢驗等標準、具備CAS、GMP、ISO等工廠認證
- ↓
- 3 **製造工廠** 定期及不定期工廠評鑑維持品質檢驗管理、鮮食生產作業品質管理、食品安全管制系統
- ↓
- 4 **物流中心** 依低溫與常溫兩種保存溫度制定不同的運送標準
- ↓
- 5 **門市** 商品驗收、品質維護、商品抽檢及商品販售給消費者前的最後把關

7-ELEVEN 食品標示查檢項目

1. 品名
2. 內容物名稱及重量、容量或數量；若為二種以上混合物時，應分別標明
3. 食品添加物名稱
4. 廠商名稱、電話號碼及地址，應註明國內負責廠商名稱、電話號碼及地址
5. 有效日期，經衛生署公告需標示製造日期、保存期限或保存條件者，應一併標示
6. 營養宣稱（如：高鈣、低脂、低糖、低熱量等）
7. 營養標示（熱量、蛋白質、脂肪、飽和脂肪、反式脂肪、碳水化合物、鈉）
8. 標示其所宣稱的營養素含量（如：高鈣應標鈣含量，無糖應標糖含量）
9. 所標示的宣稱營養素含量都達到法規上「可宣稱」的標準
10. 營養標示全部使用中文標示（可輔以英文）

7-ELEVEN鮮食三道嚴格標準把關

HACCP衛生管制

全程18°C 恆溫生產、配送、銷售

符合國家標準CAS食品認證

商品安全 嚴格把關

7-ELEVEN為商品安全架構了一套嚴格的把關機制，在門市所銷售的所有商品，都依照類別訂定檢驗標準，新商品上架前需要檢附第三公正單位的合格檢驗報告才能開始販售；已經在架上販售的商品，也有商品例行檢驗的制度，委由第三公正單位依照類別各有不同頻率的抽檢，發現有檢驗不合格商品則整批予以下架處分。藉由雙重把關的檢驗設計，確保消費者買到的商品符合國家衛生標準。

在物流的配送過程，必須保持冷藏食品在7°C以下到凍結點、冷凍食品在-18°C以下的標準，為了加強溫度管控，7-ELEVEN要求每部車必須加裝連續式溫度記錄器，好方便物流中心的驗收人員了解車輛的配送車溫。

物流中心在驗收時，除了確定數量無誤，同時將針對產品品質、溫度、條碼及外箱包裝是否完整等指標一一檢查，並確認商品的製造日期及保存期限是否符合7-ELEVEN的允收期限。在商品送到消費者手中前，全程進行最嚴格的把關，以確保商品品質，達到100%品質保證及商品完整性。

低溫商品及鮮食商品每日定時進行清潔、商品溫度檢測、檢核；結帳時再檢查一次，確認外觀沒有改變，也未遭到破壞。

7-ELEVEN鮮食包材兼顧環保與食用安全

為維護消費者的安全及產品的品質，7-ELEVEN針對自有鮮食產品包材的安全性做嚴謹的把關。對於供應商的管理作業十分詳細，包括：包材溶出實驗、包材變形測試、紙製品螢光劑測試、微波測試研究以及鉛鎘等重金屬材質測試，採取標準更嚴格的進階品保機制。

現階段7-ELEVEN鮮食便當包材仍以塑膠材質（PP、OPS）為主，主要是考量配送過程中包裝的穩固性。



賣場安全 空間明亮

讓消費者在明亮乾淨安全無虞的賣場環境享受購物的樂趣，是7-ELEVEN相當重視的一環。

在門市裡設有各種提醒消費者注意自身安全告示POP，如「小心高溫」POP及「小心地滑告示牌」等。門市亦設有簡易醫藥箱以備不時之需。為預防各種突發狀況之發生，更進一步建立門市防搶、防盜、火警等安全機制，並不定時教育門市同仁安全之應對，每月亦會檢查滅火器偵煙器及緊急照明燈等是否正常運作，

以確保門市人員及顧客的安全，避免傷害之發生。

為了強化與社區守望之功能，部份7-ELEVEN門市與學校合作，作為「兒童導護站」，讓放學後的小朋友可以安心暫留，等候家長前來。除了門市內裝設監視器24小時錄影外，從2007年開始在門市外騎樓逐步增設監視器，擴大保障消費者安全；其他還有叫車服務、婦女求援協助、警察定期巡迴簽到等安全措施，7-ELEVEN不僅提供便利的生活，更是社區居民的守望中心。

大類	用途	特性
PP	便當、燴飯 小菜盒底等	以聚丙烯為原料，耐油、耐水、耐酸、耐鹼，確保食品品質。 可耐高溫(120°C)及耐寒(-20°C)，適用於微波加熱。
OPS	便當盒蓋 涼麵盒等	中文名為雙軸延伸聚苯乙烯。兼具耐熱性及耐寒性， 在常用溫度85°C、瞬間溫度95°C下，到-20°C時，不影響其安定性。
OPP	傳統飯糰袋	中文名稱為定向聚丙烯(薄膜)， 常做為食品真空袋、果汁、沙拉和番茄醬等商品的包裝，耐熱溫度可達95°C。
紙盒	漢堡 便當盒外套等	紙盒包的原料來自北歐及美國的經濟針葉林，屬於紙質較好的長纖維。
PLA	思樂冰大杯裝	PLA中文俗稱為「聚乳酸」，可由天然玉米澱粉或植物纖維提煉製成， 為100%完全生物可分解材料。
環保木盒	便當盒底 盒蓋	採用印尼原產木種FALCATA之樹種為基本原料，經刨車旋切所製成。 掩埋後會自動分解，不會造成環境污染。(可參考p.48木製環保容器使用的相關內容)

參考資料來源：

- 行政院環保署資源回收網 - <http://recycle.epa.gov.tw/> • 五花八門包裝容器 (台灣中油石油展示館網站) - <http://www1.cpc.com.tw/museum>
- 台灣個人造纖維製造工業同業工會期刊 - <http://www.tmmfa.org.tw/出版刊物/magazine/第12期/> • 自由時報 - <http://www.libertytimes.com.tw/2006/new/dec/1/today-e7.htm>

➤ 推動優質服務

除了確保販售商品的品質安全，優質服務也是7-ELEVEN自我提升，對顧客始終如一的責任與承諾。7-ELEVEN在全國擁有4000多家門市，為了讓所有門市都能擁有水準一致的優質服務，7-ELEVEN制定了「優質服務SOP手冊」，透過圖文並茂的內容，將優質服務觀念深化成為每位門市員工的工作準則，透過全台六區執行門市服務品管作業，定期考察並審核執行成效。例如每月執行的神秘顧客評分機制，由查核人員偽裝成顧客至門市消費並測試門市人員服務態度。另一方面，則是透過優良案例表揚及分享，藉由表揚傑出門市員工，分享顧客服務故事，形成「善」的循環，鼓勵所有門市人員落實優質服務精神。

➤ 單一窗口的聯合服務中心

為了建立企業優質服務之口碑，與顧客共同創造價值，全面提升顧客整體滿意度，聯合服務中心除了擔任公司與內、外顧

客的溝通橋樑外，並致力以方便、熱忱、主動、快速、完整的優質服務體系，來樹立以顧客為導向之企業形象，及提升服務品質。為了建立服務窗口單一化專人處理，以確保反應事件均能獲得處理；均會於第一時間回應顧客的需求期許，來建立良好的互動關係，並主動了解顧客的觀點資訊，提供顧客的建議給企業經營管理端來參考，減少服務成本、降低錯誤機率，有效創造企業經營服務的作業口碑。

執行作業內容

標準作業流程建立

顧客電話分流各項作業必須明確規範訂定作業流程，確定服務等級及相關窗口對應，俾內部作業有所依據。

分級處理程序建立

對於顧客各種的服務需求，分級處理程序可使資源最有效的管理及應用，有效提升顧客服務處理之能力。

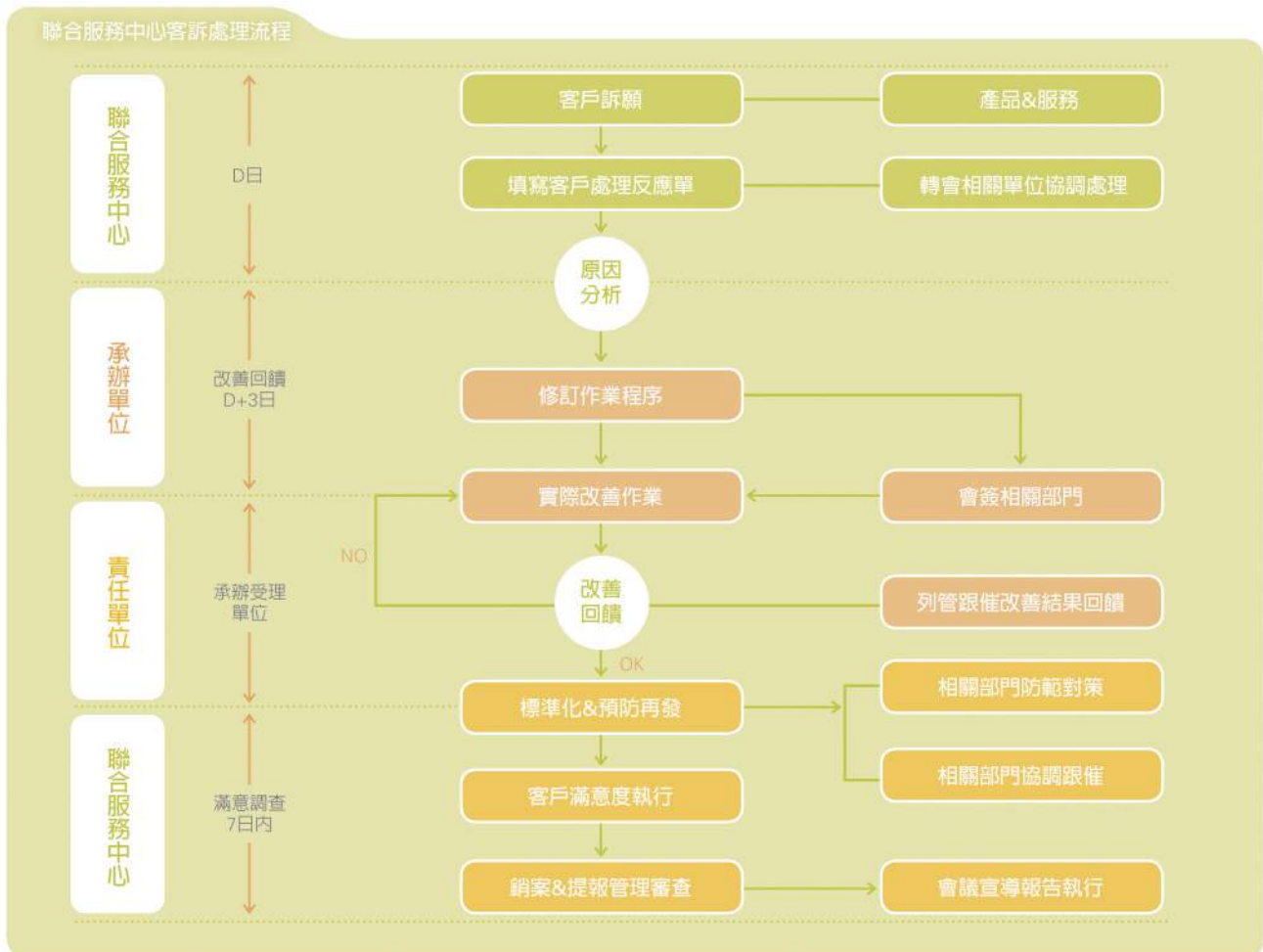
作業通報指標設定

建立作業原則及設定作業周期服務指標，以顧客作業面之需求來維繫企業之形象。

知識運用管理提供

以顧客的意見情報來促成企業自我學習參考之依據，對客服專業養成及知識訊息運用可作為日後管理之指標。

電話分流作業





➤ G-Store 開創自助式加油型態

加油站與便利商店相結合的複合式型態為美、日等國近年來發展重點，因此，7-ELEVEN於2008年歡慶30週年之際，引進自助式加油站「G-Store」，提供民衆全新的生活消費模式。

首間位於林口長庚附近的G-Store，佔地約750坪的空間，結合了加油區以及便利商店，提供民衆雙重服務。加油站體以鋼材為主體結構，挑高設計沒有壓迫感，而屋頂使用採光罩，讓陽光能照亮整個環境，即使不開燈也不會覺得陰暗。不僅如此，加油站也結合國際光電建築趨勢，在屋頂上設置太陽能發

電板，提供加油站的部分供電，估計1年即可省下6.6噸的二氧化碳排放量，這對於致力於節能環保的7-ELEVEN來說，是非常重要的實踐構想。此外，7-ELEVEN門市就設在加油站旁，屋頂處設置15座風力發電風扇，可提供門市部分照明，且增設雨水回收的設施，將收集的雨水作為灌溉周圍花草之用。

目前加油站內共設有6座加油機台，採多媒體導引的方式，能幫助民衆進行自助式加油的步驟，一旁也會有店內員工從旁輔助，提供方便民衆諮詢服務。



FOCUS
ON

周立涵：以消費者為先的服務精神令人感動窩心

我是統一獅20年來的死忠球迷，因此一直以來也十分關心7-ELEVEN的動向與社會公益活動的案子，因此對於7-ELEVEN長期投入人力、資金推動公益事業的努力十分了解且推崇；例如7-ELEVEN舉辦簡單生活節活動，並成立好鄰居文教基金會與DUSKIN合作送身心障礙者到日本學習如何自立、設置高島屋獎學金鼓勵青年學子等，都是很有意義的活動。

這些年讓我印象深刻的還有ibon便利生活站，提供演唱會、棒球賽及電影購票等服務項目，讓我不需

要花太多時間與精力，輕輕鬆鬆就能買到門票！還有在博客來網路書店訂書，既能夠享有誘人的折扣，也不必大老遠自己提書回家。從這些日常生活的點點滴滴裡，充分感受7-ELEVEN的體貼與用心，以實際行動全面照顧消費者的生活細節。

近年7-ELEVEN積極推廣LOHAS生活觀，倡導減碳、環保、輕鬆無負擔的生活態度，確實讓社會大眾知道愛地球、愛自己、愛家人的重要性，7-ELEVEN在社會責任上的付出不但值得學習，也影響我逐漸邁向健康的生活觀。

微星科技公司
消費者代表

加盟主 Franchisees

專業分工共存共榮， 打造加盟理想國的美好藍圖

7-ELEVEN不僅提供便利的生活，還有創業理想的實現，在7-ELEVEN堅強總部的協助下，全國4300多家加盟店主的創業夢想，不再遙不可及。

2008年，7-ELEVEN加盟總店數到達4304家，是全台便利商店加盟店數最多之連鎖業者。7-ELEVEN以加盟型態為主要展店模式，佔比超過80%，提供社會大眾穩健獲利的創業機會，其中有不少是夫妻一同創業打拚或家族共同經營的事業。

為了找到理念相同的加盟夥伴，加盟主在加盟前須經過層層的面談與審核，才能取得加盟資格。同時，在加盟之前，7-ELEVEN也善盡加盟總部的職責，將各種加盟創業可能隨之而來的風險分析讓加盟主知道。另一方面，行銷、營業及後勤等總部機制作為加盟主最有力的後盾，也永遠站在同一陣線，努力讓門市表現可以脫穎而出，進一步讓加盟主能有長遠豐厚的獲利，一起為提供消費者更加便利的生活而努力。

為了讓7-ELEVEN的服務品質全國同步，在「專業分工、共存共榮」的理念下，7-ELEVEN建立了完整的加盟制度、專業的教育訓練，提供加盟主堅強的後勤支援，強化加盟主經營所需的技能。除了開店輔導、提供人員培訓等服務之外，近年來，台灣經濟受景氣影響，部份門市獲利不如以往，7-ELEVEN總部也推出因應措施，給予獎勵補貼。例如，提高最低毛利額保證，為同業之最高額度，更加保障加盟主的獲利，降低加盟主的創業風險；當商圈重大變化，導致獲利下滑時，則提供實質毛利補貼。

為了鼓勵優良加盟主提高獲利及規劃未來，7-ELEVEN則提供續約優惠，例如續約毛利分配多1~2%、續約加盟金減收1/2，並以無息分期付款、加盟滿10年或特殊店免收或減收加盟金等，以鼓勵加盟店主永續經營的理念。

憑藉流通經營的堅強實力及優勢，統一超商以7-ELEVEN為主體的事業，到引進DUSKIN、統一星巴克、台灣無印良品、統一多拿滋、自創康是美，以連鎖經營的運作概念，延伸到不同領



域的事業。7-ELEVEN未來也將規劃開放優良加盟主優先申請經營統一超商店鋪型關係企業，讓加盟主也可以達企業化經營的規模。

面對未來挑戰，統一超商帶領加盟主不斷追求創新變革，跨足不同的事業領域，鼓勵優良加盟主朝向多店多角化經營，以提高獲利並規劃未來。7-ELEVEN在關心每一位加盟主的經營獲利外，也積極規劃各項福利措施，不斷地擴充對加盟主的服務支援，以建構加盟理想國為目標。

➤ 獎勵夥伴儲蓄理財方案

為了讓加盟主了解穩健理財觀念與工具的重要性，7-ELEVEN規劃出獎勵加盟主儲蓄信託專案，有意願加入之加盟店負責人，可以每個月提撥定額之信託資金到信託專戶，定期定額購買統一超商股票，再加上年度之公司獎勵辦法，由銀行依約定管理每位加盟主的信託財產，在信託契約終止時將返還信託財產給加盟主。期藉由大家共同努力，正向反應在門市經營利潤的提升，同時也增加信託資產的價值。





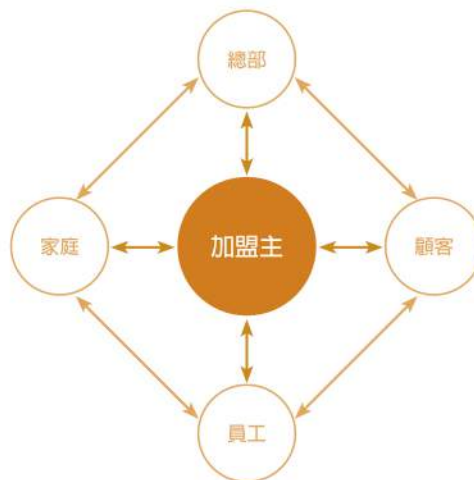
► 菁英100的榮譽表揚

為感謝加盟主們盡心盡力的付出與辛勞，7-ELEVEN於1998年開始舉辦「菁英100表揚大會」，希望讓勞苦功高的加盟主透過榮耀與家人、夥伴分享感動，為事業蓄積更旺盛的能量。

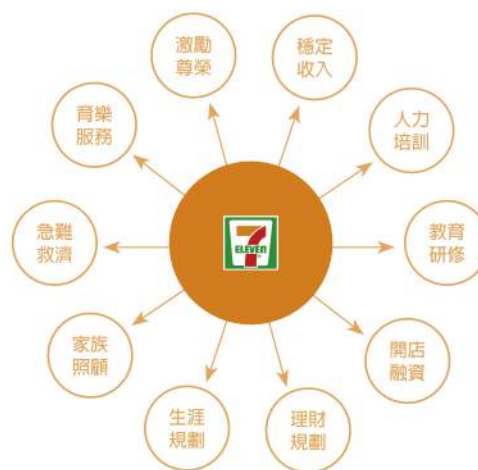
取名為菁英100不代表名額僅限百名，而是象徵圓滿如意的意義。至2008年為止，已選出超過1800人次的優秀加盟主，透過彼此的尊榮激勵，凝聚家族夥伴們對未來更有信心，讓經驗薪火相傳，進一步實踐加盟理想國的遠景！

Elites' Praise

全方位的加盟服務



加盟理想國全生涯的照顧



2007全國優良店長
擁有1家加盟店

黃炳文：因為「7-ELEVEN」體會到助人為快樂之本的真義

加盟7-ELEVEN至今已經7年，公司提供了完整的教育訓練，使有心加盟的業主能通盤了解整體狀況，增加經營者的安心感。另外，也舉辦成長營、店長特訓會，請同業或異業菁英分享成功案例，再加上後勤支援陣容堅強，針對加盟者的需要隨時回饋解決方案，更讓我能放心經營、無後顧之憂。這一路走來，無形的收穫比實質多，特別在領導統御、經營管理、吸收新知等面向獲益不少。

多年來7-ELEVEN在公益事業的耕耘有目共睹，在潛移默化之中，我也開始發自內心做好事。門市附近住了一對患有肌肉萎縮症的母子，媽媽常常

辛苦地推著菜籃車來購物，而她兒子行動不便，病情更加嚴重，因此我和門市的夥伴們就主動幫忙送貨。此外，有一年除夕，我們還到這對母子家裡烹煮7-ELEVEN的年菜，從他們開心的笑容當中，親身體會到了助人為快樂之本的真義。每年7-ELEVEN各家店長會一起募集粽子、蛋糕送到育幼院，雖是小物資幫不了什麼大忙，但即使是小小一家店一樣可以為社會盡點心力。而7-ELEVEN則能為社會做得更多，像收銀旁的小小捐款箱，每年可累積上千萬捐助弱勢團體，想不到吧？小銅板也能發揮大力量。

股東 Stockholder

財務資訊透明， 令投資人信任安心

無論在何種企業，「誠實、透明」絕對是最佳的經營法則，對於股東也是必須秉持相同的態度，才能獲取信任，並讓股東們更放心。

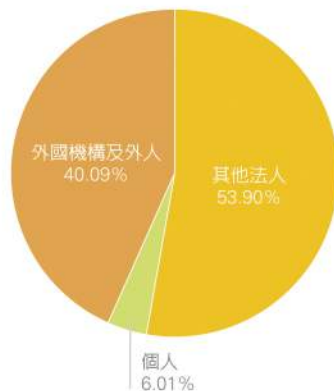
「強調公司治理、創造股東價值」正是統一超商的核心經營原則，因此在每年的年度財務報告書與例行的股東大會及不定期舉辦的法人說明會，都詳實揭露所有財務資訊，讓股東能夠清楚了解企業的營運狀況。

誠實發表企業營運狀況

在統一超商的年度財務報表中，都是以「致股東報告書」為序幕，誠實揭露過去一年的績效表現，以及發表「未來」的營運方針，讓股東放心。除了書面報告之外，在統一超商的企業網站上，更設置投資人專屬網站，以易懂且透明的資訊，讓股東或法人隨時掌握企業的營運狀況；同時也著重最近5年資產負債與損益表，甚至連公司及關係企業間的財務狀況及效益都逐一表列。並且在每年財務報告書中，嚴格遵守「公司治理」的精神，詳盡揭露公司的營運狀況、股東結構，以及大股東股權移轉、股權質押及關係人之間的訊息。

2008年統一超商股東結構

政府機構	1人
金融機構	0人
其他法人	157人
個人	21293人
外國機構及外人	517人



財務透明獲得A級評鑑肯定

企業資訊透明化，有助於健全資本市場，而「資訊揭露」更是統一超商相當重要的經營理念。統一超商一向重視對外資訊的透明度，因此，由中華民國證券暨期貨市場發展基金會舉辦的「上市櫃公司資訊揭露評鑑」中，統一超商獲得「上市櫃公司資訊揭露評鑑」的A級。評審認為，統一超商資訊揭露相當清楚，屬於自願性揭露資訊較透明的企業，更尊重股東權益，給予正面的評價。許多專業證券投資研究的分析師都公認，統一超商的獲利能力優於同業，對統一超商的表现始終評定「穩健且健康」。

從統一超商的股東結構來看，重視經營績效的外資法人機構，投資比重達到40%以上；而就投資面而言，統一超商的獲利能力深受肯定，加上主動、透明的財務訊息，讓投資人更能掌握企業的運作。

十大主要股東名單

主要股東名稱	持股比率
統一企業股份有限公司	45.401%
花旗託管蘇格蘭皇家FS太平洋投資專戶	1.799%
大通銀行託管特寶豐發展市場信託公司專戶	1.565%
匯豐銀行託管馬修國際基金投資專戶	1.455%
中華郵政股份有限公司	1.444%
中國信託受統一超商員工福儲綜合信託專戶	1.338%
花旗銀行託管新加坡政府基金專戶	1.310%
南山人壽保險股份有限公司	1.148%
摩根大通台北分行託管歐本漢瑪基金專戶	1.096%
大通託管特寶豐新興市場系列基金投資專戶	1.069%



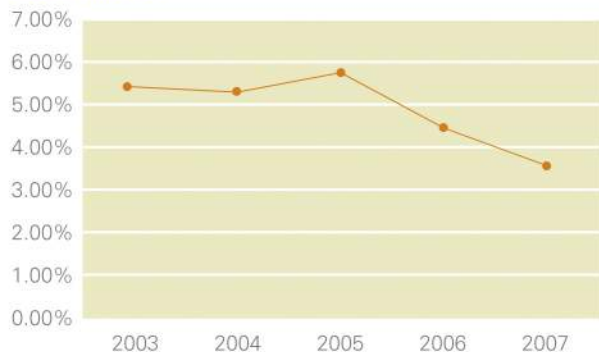
➤ 股利回饋穩定發放

由於統一超商擁有穩定的營運績效，因此可提供穩定的現金股利配發政策，令股東相當放心。對許多企業或投資人而言，發放現金股利是營運績效的指標，同時也代表企業的经营獲利能力，而統一超商正以亮眼的股利表現，驗證投資大師華倫·巴菲特「發得出現金的就是好公司」的理論。觀察國內上千家上市公司，統一超商股東權益報酬率表現優異，是值得投資人放心的企業；而在統一超商企業網站上，對於「歷年股利分派」也有相當詳盡的資訊，並清楚解釋明股利回饋的原則。

過去3年股利回饋如下

年度	2006年	2007年	2008年
每股盈餘	4.18	3.96	3.85
每股股利 (現金股利)	3.50	3.2	2.04

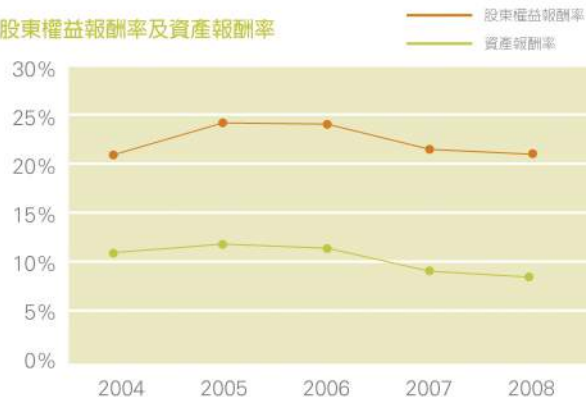
現金股利殖利率



➤ 法規鑑別會控管企業風險

統一超商為落實事業「遵法、守法、崇法」政策，於2003年6月正式成立「法規鑑別委員會」。法規鑑別委員會成員係由各單位指派人員擔任，各單位於每月針對立法機關增刪修法令與政府機關所發布之公告及函釋，進行蒐集並與單位業務內容進行鑑別檢視有無違法，並登錄於法規登錄表中，以完成法規登錄表資料庫之建置。此外，每月亦會於書面報告中分享公司近期發生案例，透過案例解析與法規搜集，避免統一超商於運作中發生違法情事。2008年起，統一超商更每半年召集各單位舉行例會，以實際案例作為研討教材，如2008年即分別以門市員工勞保職災給付糾紛案與商品預購廣告不實案例進行宣導，透過此模式檢視相關部門是否有違法事項，確實遵守法律條文規定。

股東權益報酬率及資產報酬率



員工 Employee

用「心」相待 打造溫馨安心的工作環境

企業的發展，除了公司的決策、大環境的優勢之外，最重要的還是員工的付出。秉持「以人為本」的精神，7-ELEVEN具備完善的工作環境、教育訓練與福利制度，除了創造優秀的企業文化之外，也讓所有員工在此得到愉快的工作氛圍，創造以人才發展為核心的企業文化。

至2008年12月31日為止，7-ELEVEN的員工正職與計時工作人員合計有6333人。完善的工作與福利制度，讓員工在7-ELEVEN不僅有穩定的工作環境，也能與企業一同成長，讓工作是生活，也是學習。

加盟主三階段研訓課程如下：

第一階段（10天）

輔導具備初步實作能力。

第二階段（5天）

熟悉訂貨方式，強化訂貨管理能力。

第三階段（10天）

具備門市營運管理能力。
熟悉財務報表分析。
具備商圈經營管理能力。



完善制度提供優質工作環境

7-ELEVEN年輕、踏實、親切的優良形象，成為許多人嚮往工作的企業，對於員工福利制度的要求，更是不在話下。硬體設備上，如門市陳列，都有一定的標準規格，定期的器具檢查，讓所有員工都能擁有安全、安心的工作環境。為了讓同仁們能在工作學習成長，7-ELEVEN總部提供完整的教育訓練課程，充實員工的專業知識，並有完善的升遷制度，讓同仁先享有迎接新挑戰的機會。

在7-ELEVEN現行的教育訓練制度下，分為二大類型，一是針對加盟業者，二是針對員工。

三階段員工養成術：

教育訓練

1. 標準學習講座。
2. 職位訓練。
3. 主管培育計劃。
4. 自我研修。

人才培訓

1. 內訓課程。
2. 認證評鑑。
3. 單位特訓。
4. 外部訓練。
5. 在職進修。
6. 外語研修。
7. 自我研修。

績效評核

1. 培育個人核心能力，保持組織核心競爭力。
2. 經理人的教導能力及改善意見回饋。
3. 績效評核結合良好的激勵制度。

► 照顧員工的健全福利政策

7-ELEVEN以員工的角度為出發點，從各方面協助鼓勵員工進修、充實自我，隨著同仁的需要而不斷調整、增加新的福利與政策，提供優質的事業環境。目前7-ELEVEN的員工福利分為六大類，其中有三類比照一般大型企業，提供員工「各類保險與保障」、「各類補助」、「各類福利」，像是職工互助會、員工急難貸款、健康檢查補助、汽車保險補助、社團補助、外語（英、日）研修補助等。

在職進修的部份，為鼓勵同仁有效結合工作與學習，以進一步提昇專業知能，7-ELEVEN對於申請在職進修，且表現到達一定標準的同仁，提供獎學金補助。另有三大項則是7-ELEVEN獨有的員工福利，也是7-ELEVEN吸引人才的利器：

- 一、員工福儲信託：目的為鼓勵員工對退休生活事先進行規劃，由員工提撥個人本薪的6%，購買7-ELEVEN股票，公司也相對提撥前述金額之30%。
- 二、自選式福利：員工依個人、家庭及生活上之不同需求，彈性選擇自己最想要使用的福利項目。
- 三、內部加盟優惠：員工接加盟店，加盟金將依年資給予折扣，鼓勵內部創業。

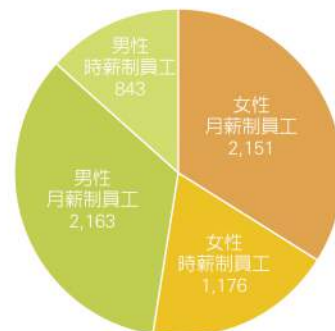
► 重視兩性平等的工作權益

「兩性平等」是現今企業都相當重視的一環，7-ELEVEN在此部分的規劃相當完善，員工們都可享有「家庭照顧假」、「陪

產假」、「育嬰假」等相關假別，甚至在總公司還設置有溫馨「集乳室」，體貼女性員工的權益，工作之時也能兼顧家庭需要。此外，在僱用人員時也謹守兩性平等原則，男女員工的比率幾乎各佔一半，同時也針對弱勢族群提供更多就業機會，像是身心障礙、原住民等，都是以鼓勵就業為出發點。目前身心障礙員工人數佔全體員工比例3.6%，同時也歡迎從事短時間兼差的中年婦女，加入二度就業的行列。

員工性別比率

女性員工總計 3,327
男性員工總計 3,006



弱勢員工的比例

身心障礙 3.6%
(超越政府法令僱用規定)

二度就業 4.8%

原住民 1%
(符合政府法令僱用規定)



FOCUS ON

孫培偉：在體制健全的環境工作是一種幸福

營運企劃部
營業支援team專員

當兵前，便接觸了便利商店的工作，從每天的清潔、打掃、結帳、訂貨與顧客互動的工作模式中，覺得這工作很有趣，充滿活力與新鮮，因而退伍後，毅然決然地以品牌形象不錯的7-ELEVEN作為第一工作選擇。很幸運地，我成功踏出了第一步，成為7-ELEVEN的一份子，從門市的大夜班、副店長、店長到區顧問，一路走來，在公司完整的訓練制度下讓我不斷成長與進步，更於4年前在一次機會中進入總部擔任營運企劃的工作。

回顧將近20年間，每個階段都是一種學習，從組織分工，分權分責、問題解決、溝通協調等組織運作過程，時時充滿挑戰、雖不輕鬆卻很充實，

其中除了訓練機制與各種學習課程外，每位夥伴「真誠無私」的相處互助與主管用心積極的培育部屬，更讓我覺得進入7-ELEVEN這個大家庭是正確的選擇。

在每次與同學或朋友的聚會中都會聊到現今全球經濟不景氣，工作不穩定、擔心裁員的問題，而我能在新資福利、各項制度完善且有著朝氣與活力的企業中工作，更感到幸福與惜福！只要不斷的充實自我，提升自己的廣度與深度，堅持「凡事徹底」的精神，7-ELEVEN像一座寶山讓你取之不竭、用之不盡。從「有7-ELEVEN真好」到「Always open」他就像顆大樹般，是這麼讓人值得信賴與呵護。

廠商 Supplier

公平競爭透明機制 提供優質服務

有好的廠商才能提供最優質、最令人放心的產品，為了讓消費者滿意，7-ELEVEN在品質上也不斷提出要求，並與廠商建立公平互惠的合作模式，創造「共好」的伙伴關係。

7-ELEVEN 廣受消費者青睞的原因，就在於無論深夜或清晨，都能讓每位顧客找到令人滿意安心的產品。因此在商品政策上，相當強調產品齊全度與品質穩定性。要達到這兩項要求，以通路經營為事業主體的7-ELEVEN必須找到願意以「顧客滿意」為經營願景的合作伙伴。

所有在7-ELEVEN販售的商品，背後都有著供應廠商的努力與承諾。像是1年可賣出上萬盒的御便當，或是櫃台架下免費提供的餐巾紙、醬包等，都必須通過7-ELEVEN嚴密審慎的標準才能上架。

為了讓消費者買得安心，7-ELEVEN在尋找合作伙伴時，都有一定的篩選流程，並在「公平競爭」的原則下，選擇最合適的廠商。在採購前，雙方必須充分討論該商品是否符合消費者的需求，並從買賣雙方的角度來思考供貨成本，訂出合理交易價

格，讓雙方都能夠有實質互惠的獲利。

7-ELEVEN不斷從消費者的角度檢視販售商品，也要求廠商能以這個出發點思考品質的改善。同時，7-ELEVEN也會與供應商簽訂「商品品質保證協議書」，一方面可以從市場需求分析穩定地下訂單，另一方面，廠商則必須依約履行，並且維持穩定的供貨量和品質。

► 透明化競標，降低營運成本

2002年，7-ELEVEN在流通次集團導入採購共享服務後，共購效益不斷提昇；2006年起，為使採購流程透明化，並提昇整體採購作業效率，創造與供應商間公平、公正、公開之採購平台，開始導入「電子競標」作業。藉由「電子競標」的採購機制，大大改變篩選廠商與採購程序的傳統方式，過去需要大量書面往返的採購、競標方式逐一電子化，並讓所有資訊規格化、透明化，保證廠商的權益，避免人為介入的機率，替廠商和企業創造雙贏局面。

經過3年的推廣與執行，共執行250件之電子競標案件，亦有將近850家次廠商參與過電子競標，總採購金額達到14.05億。導入初期因流程改變，確實遭遇執行上的阻力，不過經過一段時間的執行之後，廠商對於電子競標之操作與熟悉度，也較初期提升許多。對於新加入之廠商，7-ELEVEN會單獨進行線上教育訓練，故整體電子競標之效應開始逐漸發酵，每年執行標案件數成倍數成長，電子競標採購金額佔總體採購金額的比重亦逐步增加。

因此，善用電子競標利器，有助於在採購時找到「合理成本」，落實Low Cost Operation的營運模式，提昇採購生產力，也能为廠商創造一個公開、優質的競爭環境。

FOCUS ON

石安牧場董事長

謝石泉：7-ELEVEN對待廠商就像朋友一般

石安牧場已走過30年歲月，在追求品質的理念下，於1994年將傳統養雞場全面改建成閉閉式自動環控的環保養雞場，更進一步使用靈芝多醣體、納豆菌、鳳梨酵素等全植物性配方飼養雞隻，以確保蛋品的衛生與完整的營養成份。然而在品質提升的同時亦拉高成本負擔，多數通路商都以毛利為最大考量，使得石安在市場開發上難以突破。在1999年有幸與7-ELEVEN接觸，雙方在給予消費者「好」東西的想法一致，合作至今除了茶葉蛋，其架上有關蛋類的鮮食都由石安生產，經過長久配合建立了彼此深厚的信任關

係。我認為7-ELEVEN是有良心的團隊，不斷為消費者開發好商品。一般廠商易與消費市場脫節，7-ELEVEN透過實力堅強的市調協助廠商開發新商品，加上嚴格的品管，每半年7-ELEVEN稽核單位就會協同第三驗證單位做產品稽核，一發現問題其專業團隊即共同尋求改善方案。多年來，彼此一起攜手成長，互相體諒並共體時艱，奠定如兄弟般的革命情感。

未來石安牧場也將與7-ELEVEN共同努力，持續提供台灣消費者品質優良的產品，讓消費者吃得更有保障、更安心。

