



2024

● 永續報告書 Sustainability Report

神腦國際企業股份有限公司 Senao International Co., Ltd.

# 目錄

|                    |    |
|--------------------|----|
| 編輯原則 .....         | 4  |
| 經營者聲明.....         | 6  |
| 年度 ESG 亮點.....     | 8  |
| 發展里程碑.....         | 12 |
| 一、神腦國際 .....       | 14 |
| (一) 組織架構.....      | 15 |
| (二) 財務績效.....      | 18 |
| (三) 通路服務.....      | 21 |
| 二、公司治理 .....       | 24 |
| (一) 治理機制.....      | 25 |
| (二) 誠信經營.....      | 29 |
| (三) 風險管理.....      | 30 |
| (四) 採購實務.....      | 35 |
| (五) 資訊安全.....      | 37 |
| 三、永續管理 .....       | 40 |
| (一) ESG 委員會 .....  | 41 |
| (二) 重大主題判別 .....   | 43 |
| (三) 利害關係人溝通.....   | 48 |
| 四、待客如親 .....       | 50 |
| (一) 實體服務與維修據點..... | 53 |
| (二) 隱私權保護 .....    | 54 |
| (三) 客服中心.....      | 56 |
| 五、幸福職場 .....       | 58 |
| (一) 人力結構.....      | 59 |
| (二) 員工福利.....      | 62 |
| (三) 人權守護.....      | 66 |
| (四) 訓練與發展 .....    | 69 |
| (五) 員工多元化 .....    | 72 |
| (六) 健康與安全 .....    | 73 |
| 六、環境永續 .....       | 76 |
| (一) 能源管理.....      | 77 |
| (二) 水資源管理 .....    | 80 |
| (三) 廢棄物管理 .....    | 82 |
| (四) 二手機回收 .....    | 84 |
| 七、社會共好 .....       | 86 |

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| (一) 神腦科技文教基金會 .....                    | 87  |
| (二) 神腦國際手機維修庇護工場 .....                 | 95  |
| 附錄 .....                               | 101 |
| 董事會成員資訊 .....                          | 101 |
| 永續揭露指標：通信網路業 .....                     | 104 |
| 上市公司氣候相關資訊 .....                       | 105 |
| 永續會計準則 ( SASB ) 索引表：多線和專業零售商與配銷商 ..... | 108 |
| GRI 內容索引表 .....                        | 114 |
| 保證聲明書 .....                            | 117 |

# 編輯原則

歡迎閱讀神腦國際企業股份有限公司（通信網路業，股票代號：2450，以下簡稱「神腦國際」或「我們」）發行之第八本《永續報告書（ESG Report）》。本報告依據全球永續性報導準則（GRI Standards）編製，揭露我們於 2024 年環境、社會及公司治理等面向的管理機制、具體作為與成果，旨在提供包括投資人、客戶、供應商、員工與社會大眾等利害關係人，一個全面且透明的溝通管道。

報告內容涵蓋本公司在永續議題上的風險因應與機會掌握，並說明我們依據重大性分析結果所投入的資源與推動情形。所有資料來源均可追溯並具查證性，致力確保資訊揭露的完整性與可靠性。

本報告書同時發行中文、英文版，可至我們的官方網站下載：<https://www.senao.com.tw/>。

## 報告期間與範疇

本報告所揭露之資訊期間為 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，以神腦國際為編製邊界，對應個體財務報表之範疇，未納入子公司營運資訊。

報告內容聚焦於神腦國際於報告期間內推動永續管理之策略、重大主題應對措施、執行成效與相關績效指標。為呈現議題脈絡與專案執行延續性，部分資料回溯至 2023 年，或說明已規劃於 2025 年實施之行動方案。

本報告發行頻率為每年一版，上次發行日：2024 年 6 月；下次發行日：2026 年 6 月。

如無特別說明，本報告書內所有財務數據貨幣單位預設：新台幣元。

## 撰寫依據與保證

本報告書內容由神腦國際各相關單位提供、彙整並進行初步分析，經永續報告書編輯小組審核後，提交各權責單位主管確認，最終由公司最高管理階層審閱及核定後發布。所有揭露資訊均已文件化，具備可追溯性；若有資訊重編，將於相關章節、議題或表格中清楚註明。本報告依循以下國內外永續性揭露準則進行編製與揭露：

- 全球報告倡議組織（GRI Standards；2021 年版）
- AA1000 當責性原則標準（2018）
- 台灣證券交易所永續揭露規範：
  - 「永續揭露指標 - 通信網路業」（附表一之十一）
  - 「上市公司氣候相關資訊」（附表二）
- 永續會計準則委員會（SASB）：行業標準指標「多線和專業零售商與配銷商（Multiline and Specialty Retail Distributors）」。

本報告書經台灣檢驗科技股份有限公司（SGS Taiwan Ltd.），依循 GRI 準則及 AA 1000 AS v3 進行第一類型中度保證，針對內容、重大性評估流程，執行重大 / 特定主題指標審查作業。

外部保證範圍未包括：永續揭露指標、氣候相關資訊、SASB。

## 意見回饋

如果您對我們的《永續報告書》有任何建議及意見，歡迎聯繫：

神腦國際企業股份有限公司 / ESG 秘書處 / 陳怡璇管理師

地址：新北市新店區中正路 531 號 2 樓 ( 總公司 )

電話：(02)2218-3588

傳真：(02)2218-3608

## 經營者聲明

回顧 2024 年，台灣通過碳費徵收相關辦法，並於 2025 年開始徵收，象徵我們進入「排碳有價」的時代。雖然，我們並非首批碳費徵收對象，但仍需提前規劃並做好準備。除了掌握自身排放量、重點排放源外，更需規劃實質減量措施，因此我們透過「永續 ( ESG ) 報告書」，與大家分享我們永續發展的理念與成果，並與利害關係人共同努力，持續推進永續發展工作。

「在企業與社會之間，我們尋找一條路、一座橋，讓更多的人能夠幸福安穩的前行。在企業經營的路上，我們願意播撒快樂的種子，與消費者共享美好的果實。」因此，神腦國際秉持著與社會共好的理念，於 1997 年成立「神腦科技文教基金會」，在努力耕耘本業的同時，也不忘回饋社會，培育科技人才、參與社會公益活動，透過基金會運作，讓大家更關心土地、環境，與周遭的人事物，並提升下一代關注自然生態、環境人文與對鄉土的熱愛，讓台灣的環境永續發展、生生不息。

自 2002 年起，神腦科技文教基金會開始舉辦「原鄉踏查」系列活動，透過手中的攝影器材記錄、觀察並關心這片土地，其中涵蓋自然生態、環境永續、人文藝術、語言文化，以及產業生活等多方面內容。透過鏡頭陳述個人獨特觀點，以最簡單的方式，來講述一個個動人的故事，以做出貢獻當地的實際行動，體現「原鄉踏查」的精神，寫下屬於台灣的感人篇章，喚起民眾對生活環境的關注與關心。

為因應高齡化社會的來臨，我們也啟動了樂鄰學苑，內容涵蓋科技運用、親子故事、生活新知、健康保健等多個領域，安排初階與進階的推廣課程，幫助民眾獲得實用的知識。其聯合全台神腦門市，由單點擴散到週遭區域，將服務延伸到社區，形成綿密的全齡教育網絡，縮短全民數位落差，提升高齡族群的生活品質。

在追求營運獲利的同時，我們也積極響應全球 2050 淨零轉型的趨勢，並於 2024 年完成全神腦 ( 含子公司 ) 營運據點全面性的 ISO14064-1 溫室氣體盤查工作。我們將以 2023 年為基準年，逐年設立減碳目標、規劃減碳時程並制定具體措施。2024 年我們選定指標特約門市導入 ISO 14067 碳足跡，並獲得環境部碳足跡標籤，展現我們在企業永續發展方面的積極努力。面對氣候變遷、環境污染與資源永續，我們持續在直營門市廣設回收箱，進行廢舊手機及電池回收，並在 2024 年與台北市政府合作，響應手機回收月活動，藉此降低對環境的衝擊。此外，我們也持續推動無紙化作業，推廣數位簽名及無紙化憑證，致力於綠色永續經營，為環境持續發展貢獻力量。

同時，2025 年初始，在總統的指示下「體育暨運動發展部」成立，本著對本地人文與鄉土的熱愛，我們也會試著透過支持體育發展，做為社區回饋的內容之一，與環境永續發展結合起來。

展望未來，面對全球氣候變遷帶來的挑戰，我們秉持誠信經營的核心價值，致力於以客戶為核心，並以低碳經營為環境永續發展而努力，與所有利害關係人攜手合作，共同匯聚力量，戮力於台灣環境的淨零未來，創造更多善的循環，做出更積極的實質貢獻。

董事長



創辦人暨總裁





# 年度 ESG 亮點

## 神腦首家碳足跡雙認證門市-碳轉型成效獲肯定

神腦國際攜手永續低碳聯盟（華威利群國際、SGS-Taiwan），針對桃園藝文特約服務中心的各項服務活動，從顧客進到門市，申請臨櫃服務開始到離開門市，其中包括用電、設備冷媒、文具消耗及廣告宣傳等碳排放源，進行全面性盤點及碳足跡計算，並通過 SGS-Taiwan 專業嚴謹的稽核作業，確保數據完整性與透明度，取得 ISO 14067 碳足跡證書。

此次神腦國際除遵循最新版 ISO 14067 標準外，亦依照環境部公告的「金融保險及電信業臨櫃服務」產品類別規則，確保其碳足跡計算符合國際標準及國內規範之要求。神腦國際桃園藝文特約服務中心成功獲得雙認證，代表其 ESG 及減碳行動獲得肯定並與國際接軌。

### 展現淨零永續 門市銷售暨服務流程 e 化降低碳排

神腦長期致力於永續 ESG 的推動，積極實踐對環境、社會及公司治理的承諾。於全國門市積極推動無紙化作業及數位化流程，以達到減少碳排放並提升營運效率。藉由各項能源、資源的節約措施，不僅能有效降低浪費，更因此大幅提升服務效益，為顧客提供更環保、更低碳的電信服務。

此外，神腦國際還積極推動綠色消費理念，從碳足跡透明化到購買及推廣環保產品，逐步引導顧客在購物時考量其碳足跡及環境影響，進一步實行綠色消費及其生活型態。神腦身為全臺最大手機通路商，不只是賣手機，也早在 10 年前就將「二手機回收」納入服務項目，至今回收了近 40 萬臺手機，減少 5,600 公噸碳排放，相當於 23 座大安森林公園每年的吸碳量，並建構最安心且完整地的二手機回收、鑑定及販售機制，承諾出六大保證，讓民眾安心地參與綠色消費。

### 用科技創造永續影響力

在社會責任方面，神腦國際致力於縮短數位落差，透過電信設備等資源的捐贈及社會公益計畫，於各縣市開辦「神腦樂齡學苑」講授科技及健康主題課程，全年共辦 200 多場，助長者及偏鄉族群享受數位時代的便利。在公司治理上也持續提升公司資訊透明度與營運效率，確保財務穩定成長，為股東及利害關係人創造永續價值。

我們將以「科技賦能、低碳轉型」為永續策略，透過科技與永續的結合，積極回應全球氣候變遷的挑戰，並與母公司中華電信及產業夥伴緊密合作，共同達成淨零排放目標，以實際行動打造兼具經濟效益與環境責任的未來，為產業減碳與永續貢獻更多力量。





神腦門市推動無紙化作業及數位化流程

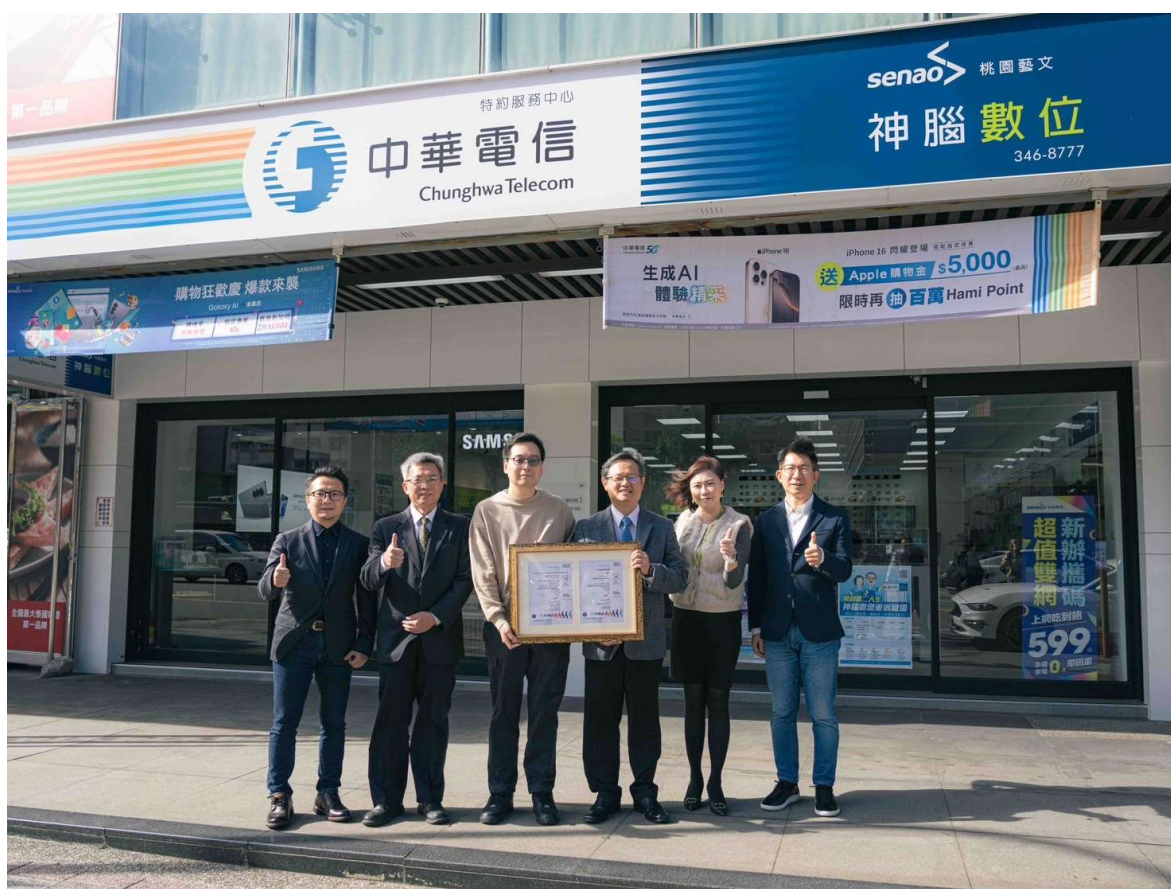


神腦國際積極推動綠色消費理念，從碳足跡透明化到購買及推廣環保產品，進一步實行綠色消費及其生活型態



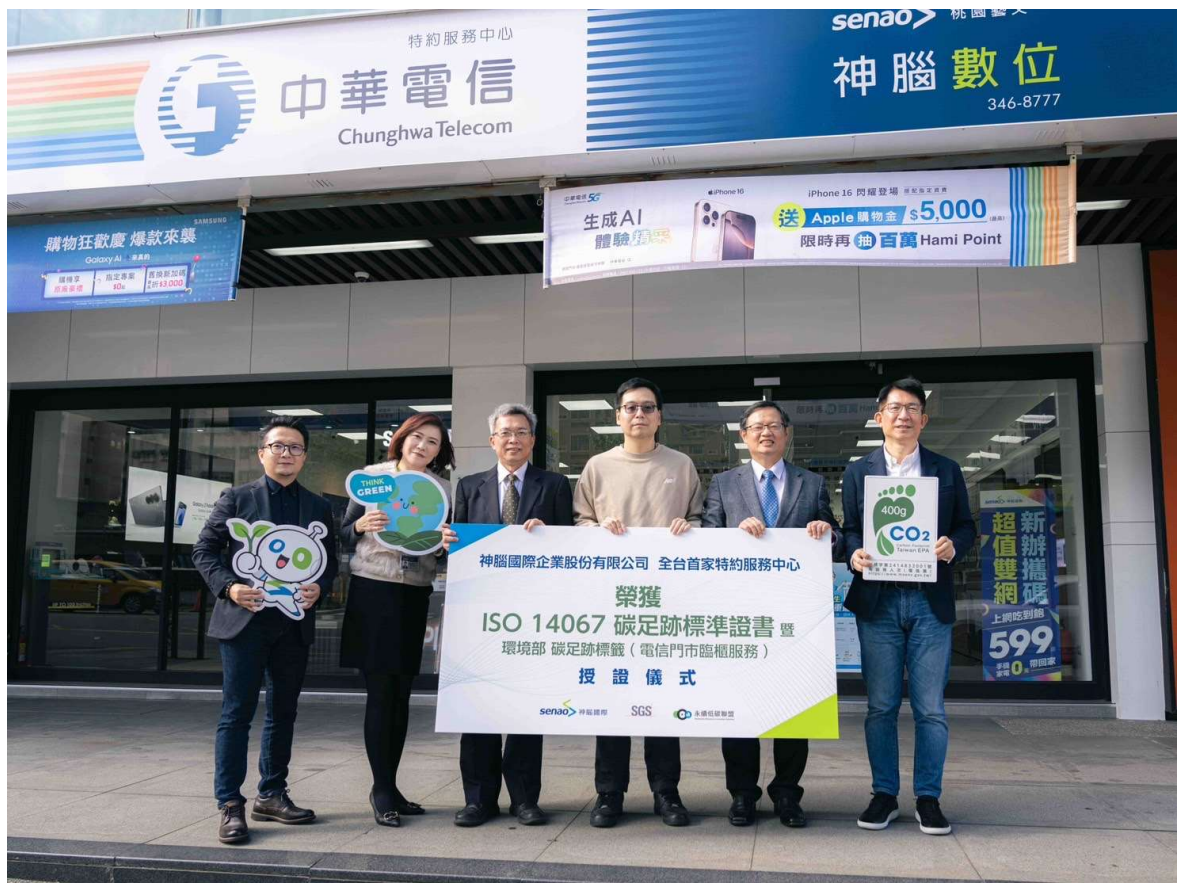


頒發碳足跡證書-永續低碳聯盟陳振明秘書長(中右)、神腦國際林正峯特助(中左)、華威利群國際張順傑總經理 (左一)、神腦國際鄭妍妍執行副總(左二)、廖基宏執行副總(右一)、SGS 謝禎濤營運總監(右二)



頒發 SGS 證書-SGS 謝禎濤營運總監(中右)、神腦國際林正峯特助(中左)、廖基宏執行副總(右一)、神腦國際鄭妍妍執行副總(右二)、華威利群國際張順傑總經理(左一)、永續低碳聯盟陳振明秘書長(左二)





碳足跡授證儀式合影-永續低碳聯盟陳振明秘書長(中左)、神腦國際林正峯特助(中右)、華威利群國際張順傑總經理(左一)、神腦國際鄭妍妍執行副總(左二)、廖基宏執行副總(右一)、SGS 謝禎濤營運總監(右二)



碳足跡授證儀式門市人員合影-神腦國際林正峯特助(中右)、鄭妍妍執行副總(中左)、黃靖雅(左一)、翁瑋杰經理(左二)、鍾佳玲主任(右一)、廖基宏執行副總(右二)、桃園藝文店林律伶店長(右三)

## 發展里程碑

| 年    | 內容                                                                                                                                                 |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1979 | 設立神腦企業開發有限公司，資本額為 500 萬元，以電話機及通信器材裝配買賣業務為主                                                                                                         |
| 1994 | 更名為神腦國際企業股份有限公司                                                                                                                                    |
| 1996 | 獲證管會核准公開發行                                                                                                                                         |
| 2000 | 台灣證券交易所股份有限公司董事監察人聯席會議通過股票上市案及財政部證券暨期貨管理委員會核準備查                                                                                                    |
| 2001 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 股票上市</li> <li>● 經濟部工業局獲准重要科技事業完成證明</li> </ul>                                                             |
| 2003 | 與中華電信行動通信分公司簽訂《策略聯盟契約》                                                                                                                             |
| 2005 | 第二季華亞廠進駐完成                                                                                                                                         |
| 2006 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 中華電信宣佈公開收購神腦 3 成股權</li> <li>● 正式分割無線通訊事業群，成立神準科技股份有限公司</li> <li>● 取得《中華電信行動電話業務終端設備供應及門號代理契約書》</li> </ul> |
| 2007 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 成為中華電信手機獨家通路商</li> <li>● 中華電信完成公開收購，成為神腦最大股東</li> </ul>                                                   |
| 2008 | 榮獲 SGS 服務品質驗證最高榮譽之肯定                                                                                                                               |
| 2011 | 神腦第一家數位匯流門市正式在台北開幕                                                                                                                                 |
| 2012 | 提供消費者「手機送修 全年無休」的差異化服務                                                                                                                             |
| 2013 | 關聯企業神準科技股份有限公司股票上櫃(TWSE #3558)                                                                                                                     |
| 2015 | 國內零售通路業第一家取得英國標準協會 ( BSI ) 個人資訊管理系統認證 ( BS10012 )                                                                                                  |
| 2017 | 神腦跨足 O2O 神腦線上開站                                                                                                                                    |
| 2018 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 首次發行「企業社會責任 ( CSR ) 報告書」，取得 SGS 外部保證聲明書</li> <li>● 展開溫室氣體盤查專案，取得 SGS ISO 14064-1:2006 驗證聲明書</li> </ul>    |
| 2019 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 獲頒 TCSA 台灣企業永續獎 企業永續報告類第一類銅獎</li> <li>● 「神腦線上」正式更名「神腦生活」</li> </ul>                                       |
| 2020 | 第六屆公司治理評鑑上市公司排名首度進入前 6%~20%                                                                                                                        |
| 2021 | 推廣無本創業平台「much much」                                                                                                                                |
| 2022 | 跨足健康產業，代理日本原裝進口保健品牌「sakuyo」，以訴求全家人健康為核心，依不同年齡層及保健需求推出一系列商品，除了在自有通路販售外，擴大至其他 EC 平台及零售通路販售。                                                          |
| 2023 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 取得 ISO 27001:2013 資訊安全管理系統國際標準認證</li> </ul>                                                               |

|      |                                                                                                                                   |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 遵循行政院環境部於民國 2023 年 2 月 16 日公告之「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」，制定 2024 年至 2026 年網購包裝減量目標</li> </ul> |
| 2024 | 電信門市臨櫃服務取得 ISO 14067 產品碳足跡認證暨環境部碳足跡標籤                                                                                             |



# 一、神腦國際

## 企業簡介

神腦國際創立於 1979 年（總公司位於新北市新店區中正路 531 號 2 樓），為全台行動手持裝置最大通路商，結合 3C 數位匯流行銷於全台。自 2007 年中華電信入股至今，我們除了在全台中華電信營業窗口設立據點、建立遍佈全台的中華電信特約門市與客服維修中心外，更以提供專業商品諮詢及售後維修服務為宗旨，讓消費者享受更即時與便利的服務，深受社會大眾肯定。

自從創立以來，我們秉持著「讓生活更簡單、更聰明、更美好」的服務理念，以穩健踏實的經營態度，提升社會「樸實」的工作涵養與「堅定」的工作精神，建立「公司有倫理、市場有秩序、工作有責任」的觀念，與「誠實、專業、堅定、創新」的企業文化。

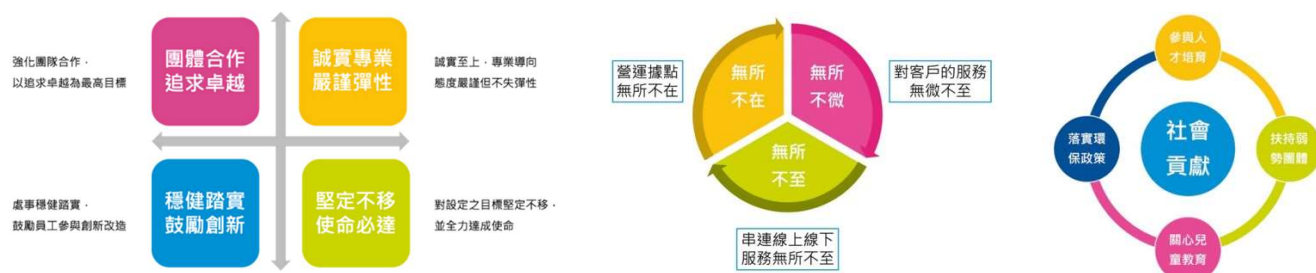
在數位化商品已成為市場主力的新時代，智慧型手機、平板電腦及數位家電，成為消費者選購的主要商品，神腦生活門市將持續以消費者為核心，提供客戶「全時段、全商品、全服務、全通路」的新零售模式，持續增加神腦會員數量。透過「神腦生活 (senaonline)」串聯多家銀行及電子支付平台的付款機制，達到線上線下資訊流、物流、金流完整串聯，提供 24 小時交易平台，此外，在日益普及的 5G 與智慧聯網的發展下，以健康為導向的健康聯網家電應用，勢必將成為未來的主流趨勢，並與網通設備品牌「EnGenius」密切合作，藉此提供完整網路與應用服務。

現在的神腦生活，自既有通訊商品延伸至資訊、家電、保健等並透過四大多元通路（零售、經銷、線上、無本創業平台）推動新零售商業模式，也擴增神腦所代理的日本原裝進口保健品牌「sakuyo」保健保養商品項目，除自有通路販售外，規劃推廣至外通路，包括其他 EC 平台、百貨專櫃、連鎖藥局等，以全家人的健康訴求為核心出發，不斷地針對各種需求研發出新品項符合全年齡層使用，藉以深植神腦生活的品牌印象至消費者的日常生活中，讓神腦生活精采每個人的生活！

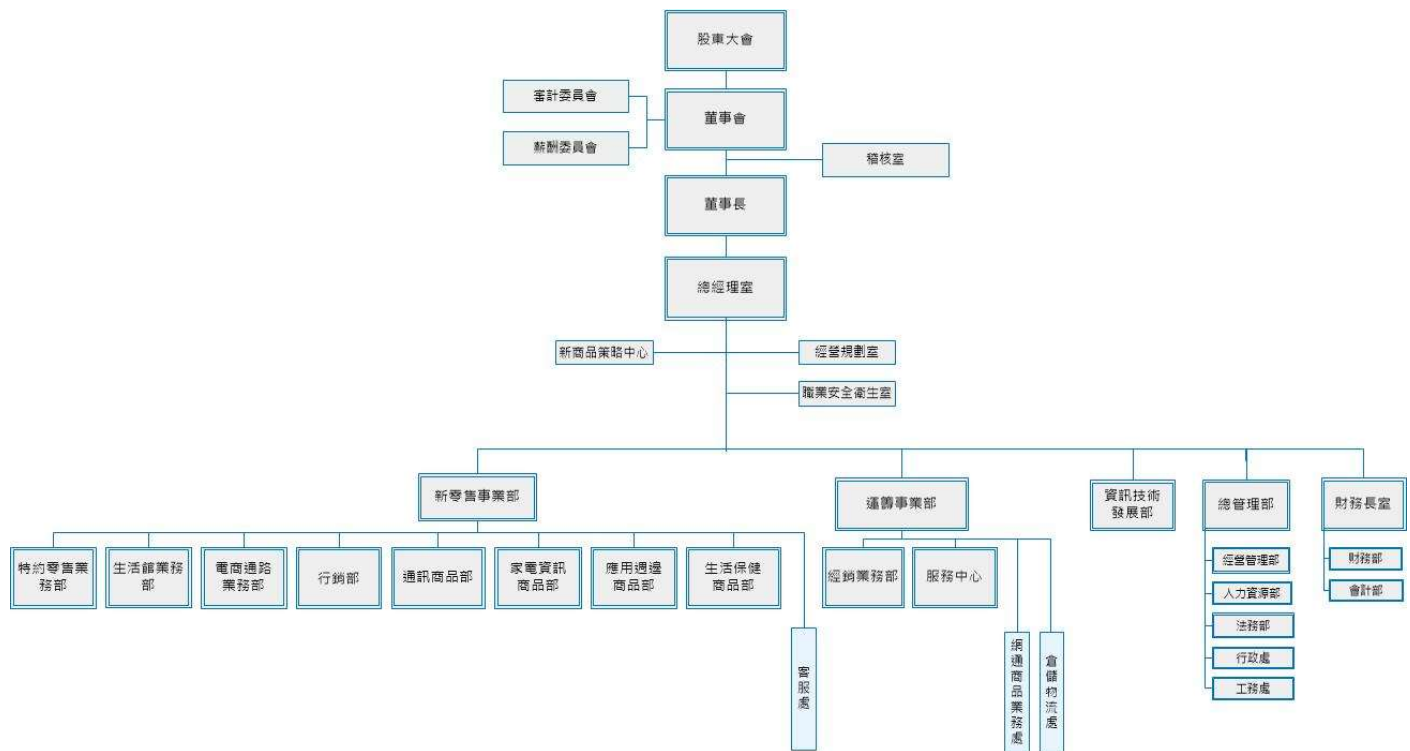
2024 年正式揮別過去三年來的疫情，社會經濟與人民生活都已回歸正常軌道，經濟成長可期，相信可帶動國內消費市場回溫，神腦國際亦將持續穩固本業經營、深耕神腦會員、推廣「sakuyo」保健品牌、聚焦熱賣商品、串連全通路、發展異業跨業結盟。經營團隊也將繼續秉持誠信經營的理念，打造全通路品牌，使行銷多樣化，再加上綿密的通路據點及專業員工的貼心服務，結合企業社會責任，期許神腦能成為消費者心目中的數位通路第一品牌，開創出更多潛藏的商機。

(一)願景：邁向通訊、資訊、服務整合的通路領導者。

(二)使命：透過完善的銷售及服務網絡，提供大眾創新的產品與服務，推廣通訊和資訊科技應用，滿足客戶需求，創造社會大眾的福祉。



## (一) 組織架構



### 部門職掌

| 部門        | 部門職掌說明                                                                                                                         |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 董事長室/總經理室 | <ul style="list-style-type: none"> <li>秉承董事會之決議，總理全公司業務</li> <li>公司年度目標與營運方針之規劃、執行、控制與管理</li> </ul>                            |
| 稽核室       | 協助董事會與經理部門檢查及評估內部控制制度之設計面與執行面是否有效，並衡量營運之效果及效率，適時提供改進建議，以確保內部控制制度得以持續有效實施，並協助董事會與經理部門確實履行其責任                                    |
| 經營規劃室     | 協助公司組織規劃及重要營運目標設定、控制及分析，評估新事業開發之可行性，企業風險管理及流程改善                                                                                |
| 職業安全衛生室   | 職業安全衛生業務管理                                                                                                                     |
| 新商品策略中心   | <ul style="list-style-type: none"> <li>商品新趨勢追蹤與分析</li> <li>新商品策略整合與規劃</li> <li>日本商品的開發、規劃與追蹤管理</li> </ul>                      |
| 財務長室      | 財務會計政策暨目標之規劃與管理                                                                                                                |
| 財務部       | <ul style="list-style-type: none"> <li>財務規劃與資金管理、投資規劃與評估管理、外匯管理</li> <li>各項股務作業及投資人關係維護</li> <li>風險管理、強化公司治理及推動 ESG</li> </ul> |
| 會計部       | 財務會計、稅務管理及營業會計之規劃與管理                                                                                                           |
| 經營管理部     | <ul style="list-style-type: none"> <li>協助公司策略的規劃、制定與執行，確保組織在不同市場條件下能夠適應變化並保持競爭優勢</li> </ul>                                    |



|         |                                                                                                                                                                                                                    |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 致力於改進組織的內部流程和運營方式，以提高業務效率和效益，這包括優化銷售流程、降低採購成本、提高資源利用率等</li> <li>● 負責監督組織的實際執行情況，並進行績效評估和監控，確保組織達到設定的目標和指標，並及時調整策略和計劃以實現預期的結果</li> </ul>                                   |
| 人力資源部   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 人力資源管理及訓練發展規劃</li> <li>● 員工關係協調及福利事項規劃</li> </ul>                                                                                                                         |
| 法務部     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 商標、專利之維護與管理，授信及法律案件承辦與管理</li> <li>● 誠信經營專責單位</li> </ul>                                                                                                                   |
| 行政處     | 公司環境維護管理、各項設備及庶務用品之採購與管理                                                                                                                                                                                           |
| 工務處     | 企業營業門市工程管理規劃與執行及工務品質控管                                                                                                                                                                                             |
| 資訊技術發展部 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 營運系統之流程規劃與建置</li> <li>● 資訊安全、系統穩定及風險評估</li> </ul>                                                                                                                         |
| 特約零售業務部 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 零售門市（含直營門市 / 電信窗口駐點櫃台 / 中華直營門市）全通路各項營業政策、營運管理、業務活動規劃、銷售推廣執行、績效管理追蹤</li> <li>● 各項業務推廣行銷活動與販促規劃與執行</li> <li>● 各項門市營業相關制度規範訂定、修正與執行品質確認</li> <li>● 直營門市人員專業能力培育規劃</li> </ul> |
| 電商通路業務部 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 負責電子商務之策略規劃、業務發展及營運管理</li> <li>● 數位行銷及創新業務發展規劃</li> <li>● 數位商務運作之金流、物流、供應商出退貨相關之規畫/管理/核帳、客服問題分析與處理</li> <li>● 數位商務平台相關之交易秩序、營業服務支援管理與維運</li> </ul>                        |
| 行銷部     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 會員經營及全通路行銷活動規劃統籌</li> <li>● 品牌和廣告行銷活動規劃統籌</li> </ul>                                                                                                                      |
| 通訊商品部   | 通訊 / 平板商品開發導入、採購、行銷企劃及銷售推展                                                                                                                                                                                         |
| 家電資訊商品部 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 家電商品引進、採購、銷售及行銷規劃</li> <li>● 資訊商品引進、採購、銷售及行銷規劃</li> </ul>                                                                                                                 |
| 應用週邊商品部 | 應用週邊商品引進、採購、銷售及行銷規劃                                                                                                                                                                                                |
| 生活保健商品部 | 生活保健商品引進、採購、銷售及行銷規劃                                                                                                                                                                                                |
| 客服處     | 客訴案件處理並與各單位溝通與問題反映                                                                                                                                                                                                 |
| 經銷業務部   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 經銷、系統、異業、專案、中華門號、客戶開發，業務活動推廣</li> <li>● 年度各項行銷活動與促案規劃與執行</li> <li>● 經銷網站架構與平台銷售、策略規劃及業務推廣</li> </ul>                                                                      |
| 服務中心    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 商品售後服務與全省維修中心作業管理</li> </ul>                                                                                                                                              |

|         |                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 各項品牌商品售後服務與全省蘋果、三星授權維修中心作業管理</li> </ul>                                                                                                                                                           |
| 網通商品業務處 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 擬定 BD 開發策略與執行計畫，落實通路開發與締結；新商品搜尋與原廠代理，規劃 VAD 行銷包裝規劃與推銷計畫</li> <li>● 泛中華提品上架與資費網綁行銷、拓展經銷通路批發、建立品牌專網及線上下 OMO 販促、專標案維繫與商圈企客締結</li> <li>● 並且建立企業客戶會員關係與回購管理，提供線上下全年無休的售前中後技術服務與諮詢，確保企業客戶滿意度</li> </ul> |
| 倉儲物流處   | 商品之倉儲、加工、物流及配送等相關規劃與執行                                                                                                                                                                                                                     |

## (二) 財務績效

2024 年，神腦國際年度合併營收達新台幣 323.07 億元，本期淨利為新台幣 4.77 億元，歸屬於母公司業主之淨利為新台幣 4.78 億元，每股稅後盈餘為 1.85 元。相較於 2023 年度，營收增長 3.32%，淨利衰退 32.34%。這些成就得益於我們秉持「固本、整合及創新」的經營策略。

神腦國際透過通路轉型、商品策略及會員制度，充分發揮全台門市網路及 350 萬會員的優勢。我們跨入網路行銷零售點 (Online to Retail，簡稱 O2R)，以消費者為核心，整合線上商品、服務與資源，創造全通路新零售模式。

我們致力成為國人生活中的第一品牌，以「為消費者帶來更簡單、聰明、美好之印象」為目標。

不僅如此，自 2018 年起，我們跨足健康保健領域，代理日本原裝進口保健品牌「sakuyo」。該品牌以全家人健康為核心，針對不同年齡層及保健需求推出一系列產品，滿足台灣高齡化社會及國民健康意識提升的需求。

此外，我們與母公司中華電信保持緊密合作，透過電信行動門號及家用固網業務，為中華電信用戶提供更全面的通訊、資訊及家電商品選擇，並持續深耕社區商圈經營，以提升經營績效，靈活應對環境變化帶來的挑戰。2024 年，我們繳納營業稅新台幣 124,639,281 元，占個體營業收入 0.4%。

這些努力和成就，反映了神腦國際在創新與穩健經營上的承諾，並彰顯我們致力於為消費者提供卓越服務和產品的核心價值。

### 財務績效表

| 項目            | 2024       |
|---------------|------------|
| 營業收入          | 32,307 佰萬元 |
| 營運成本          | 28,811 佰萬元 |
| 營業費用          | 3,095 佰萬元  |
| 員工薪資與福利 *     | 1,663 佰萬元  |
| 支付給股東的股利      | 517 佰萬元    |
| 支付政府稅金        | 4 佰萬元      |
| 社會投資 / 捐贈費用 * | 15 佰萬元     |
| 留存的經濟價值       | -120 佰萬元   |

標示「\*」之項目皆包含在營業成本及費用中。

### 政府獎勵 / 補助

| 項目                    | 2024      |
|-----------------------|-----------|
| 產檢假薪資勞保局補助款           | 26,847 元  |
| 經濟部 2024 年商業服務業節能設備補助 | 372,253 元 |

## 營收比重

| 業務類型 | 占比     |
|------|--------|
| 銷貨收入 | 93.01% |
| 勞務收入 | 5.26%  |
| 維修收入 | 1.73%  |

### 2024 年營運方針

1. 分析與善用會員資料庫，提供會員更符合消費喜好與專屬優惠推播訊息，強化會員回購與再購的黏著，進而提升會員滿意度。
2. 優化零售門市服務與銷售品項，針對季節時事商品提供在地化的銷售組合包裝，同時利用社群成團的快締結溝通模式來拉近與社區商圈住戶距離，讓服務能更不受地點影響。
3. 擴大經銷 B2B 平台的品項與操作優化，服務更多經銷商客戶，提供更多元且便利的進貨選擇及優惠。
4. 成為二手機收售的第一指名，提供客戶安心賣機的透明流程與安全購機的保障服務，建立客戶信心。

### 2025 年營運目標

1. 鞏固母公司中華電信既有客戶的黏著，優化服務項目與擴大銷售內容，並透過社群行銷力量，強化建立社區與門市間的連結性；並透過社群行銷的快速擴散性質，進而接觸更多非中華電信客戶，進而提升客戶數。
2. 結合神腦生活線上平台，有效地利用 O2O 的導購全服務流程及社群媒體的運作，讓消費者能夠在任何時間、任何地點隨時都可以享受到快速便利的購買體驗。
3. 強化經銷商關係與合作深度，利用增加品項、類別商品與數位平台行銷策略，擴大經銷量能產出。
4. 優化、改善公司內部流程與經營系統，避免不必要的浪費與環境資源的維護，朝向達成符合 ESG 標準。
5. 擴大二手機服務，提升回收效率與增加銷售通路，成為二手機市場第一指名。

### 2025 年產銷政策

1. 通訊商品代理方面：將致力爭取代理市場第一線品牌有競爭力之商品，並持續找尋極具潛力、高性價比與具話題性的第二線或其他新品牌；並同時將代理商品以母公司中華電信資費捆綁上架為主要政策目標，讓全泛中華共同銷售。
2. 家電商品方面：引進市場第一線主力家電、資訊品牌的季節與熱銷商品，以客戶需求為主要政策導向，並增加 AIoT 與健康聯網家電類的多元品項。



3. 應用週邊商品方面：聚焦經營神腦自有品牌「Mega King」，合作研發出符合市場流行與兼具實用性的配件產品，同時積極爭取代理市場第一線品牌有競爭力之商品，以及引進各專業領域聯網穿戴設備，擴大銷售客群。
4. 保健商品方面：持續聚焦經營神腦代理日本原裝進口保健品牌「sakuyo」，開發更符合全家人需求的保健產品，並擴大傳統通路與各主力線上通路的銷售與合作。
5. 以消費者為核心出發點，並提供全家人需求為主要導向，自既有通訊、資訊、家電、應用週邊與保健等主力品牌商品外，更擴大引進了生活用品類、美容類商品等多樣類別商品，並透過神腦生活線上平台，讓消費者能有更多選擇性與消費便利性。

### (三) 通路服務

面對 5G、物聯網及人工智慧等新興科技的快速發展，神腦國際持續推動商業模式升級，並導入多元科技應用以強化門市服務功能與數位整合能力。截至 2024 年底，神腦國際會員總數達 350 萬人，透過建置線上與線下整合的全通路架構，提升消費者服務體驗與營運效率。

我們以智慧家庭、智慧辦公與行動應用為核心場景，積極導入智慧生活解決方案，並評估延伸至個人智慧健康商品的可行性，拓展消費者接觸面。未來，神腦國際將持續整合數據應用與零售據點，提升商品與服務在多時段、多場域的可得性，以發展為具備數位能力之通路整合平台。

#### 經銷通路

- (1) 產品銷售：提供經銷商的首要服務是多樣化的品牌經銷，提供銷售多品牌或產品線。經銷商可以提供消費者所需要的產品，包括手機、家電、穿戴、網通、生活保健商品等。
- (2) 產品服務：協助經銷商經常提供相關產品的教育訓練、維修後送和保障服務。這些服務可以保證客戶在購買後提供售後服務。

| 經銷通路業務項目                         |
|----------------------------------|
| 1. 經銷、系統、異業、專案、中華門號、客戶開發，業務活動推廣。 |
| 2. 年度各項行銷活動與促案規劃與執行。             |
| 3. 經銷商網站架構與平台銷售、策略規劃及業務推廣。       |



#### 零售通路門市

神腦國際不僅是中華電信的關係企業，更是全台灣 3C 商品最大通路商與代理商之一，在加持的綜效下，提供多元客戶群及電信用戶，更客制、完整、精準的商品與服務。針對實體門市，我們講求「人、貨、場」三個面向，皆達成「既有的服務提升」及「新商品與新應用的需求」。

- 「人」：針對新商品與新服務的知識，提供各項不同型態的培訓課程，除讓所有人員都保持著最新、最快、最專業的知識與技能，更能用「心」接待並服務消費者。
- 「貨」：提供精選及最新的 3C 商品，包含各項智慧與家電聯網設備，也引進各類保健商品與生活用品，讓消費者有更多樣性的選擇，達到與滿足客戶「一站購足」的服務。
- 「場」：提供各項實體產品陳列，讓客戶能夠看得到也買得到，並且在新產品的應用上，結合人員訓練提供有效的實際展演，讓客戶親身體驗。

近年來，神腦國際在門市大力推廣「舊機回收」服務，積極鼓勵客戶在購買新手機時進行舊機回收。透過提供多種優惠方案，讓消費者在回收舊手機的同時，也能享受神腦國際的專屬折扣，提升消費者的參與意願，不僅可讓客戶能夠最大化利用手中的資源，還能確保回收的二手機不會成為環境的負擔。此外，回收的手機內含的貴金屬，可以被有效提取並再次利用，進一步推動資源的循環經濟。有些舊手機經過整理後，還能再重新銷售，不僅有效減少了環境衝擊，也間接降低了碳排放。

## 零售門市販售與受理業務項目

1. 販售 3C 數位商品（行動裝置、資訊商品）、週邊配件商品、家電商品及生活與保健商品。
2. 中華電信之電信門號業務、固網業務、MOD 業務及加值業務作業申辦。
3. 協助行動裝置保險相關業務申辦。
4. 現場二手機檢測、估價及回收。
5. 行動裝置協助異常檢測、故障排除及後端維修代理收送。

## 電商通路

因應消費型態的快速轉變，神腦自 2019 年起推動全通路零售策略，整合實體門市與電子商務平台，提升消費者的跨通路購物體驗。同年，將電子商務平台「神腦線上」更名為「神腦生活」，並擴展產品線與服務類別，以回應不同客群對商品多樣性與購物便利性的需求。

我們持續優化線上與線下接觸點的整合流程，強化資訊透明度與消費體驗一致性。透過商品資訊同步、會員資料整合、客服支援與物流服務的系統串接，降低通路間的落差，提升全通路營運效能。

根據市場研究公司 Tinuiti 於 2020 年發布的《15 項創新零售趨勢》報告指出，全通路發展已成為零售業的重要趨勢，企業需確保在各接觸階段均提供一致性的品牌體驗。神腦據此持續精進數位零售基礎建設，並導入行銷科技工具，推動線上與實體場域的整合，強化營運韌性與顧客滿意度。

## 「神腦生活」網路購物站

### 1. O2O 新商業模式

由既有實體零售門市通路出發，逐步推動新零售模式，針對消費者、神腦會員、供應商及合作夥伴，規劃線上線下資源共享的合作架構。藉由整合商品、平台與營運流程，提升整體營運效益，擴展零售價值鏈的綜效。



## 2. 線上到線下 ( Online to Offline ) 串流模式

神腦導入 O2O 虛實整合策略，有別於傳統電商純線上銷售，藉由既有的 241 家實體通訊門市據點，整合線上資源與服務流程，建立全時段、全商品、全服務的全通路平台。此模式不僅提升消費者在各通路的使用體驗，也強化會員服務與多元購物優惠，對應不同通路消費需求。



## 3. 策略聯盟與服務整合

神腦持續推動與上游原廠品牌、供應商及中下游經銷夥伴的策略合作，提供資源共享與互惠條件。透過新零售平台整合及服務共創機制，促進各方在商品流通、行銷推廣與顧客服務上的協作效率，提升整體供應鏈競爭力，實現雙向價值共創。



神腦生活：<https://online.senao.com.tw/>

## 二、公司治理

神腦國際重視公司治理及資訊透明，除了依據《公司法》、《證券交易法》等相關法令制定和執行日常營運外，還持續提升管理績效。透過系統化的永續管理制度，積極落實 ESG，保障廣大利害關係人之權益，致力於打造透明、高效且可持續的企業運營模式，確保在追求經濟及股東效益的同時，亦能維護環境永續與社會福祉。



## (一) 治理機制

### 治理機制說明

神腦國際董事會由 8 席董事和 5 席獨立董事組成，按照「公司章程」明確規定，董事的選舉全面採用候選人提名制度。在「公司治理實務守則」及「董事選舉辦法」中，明定董事會成員組成應考量多元化，包含利害關係人的意見（包括股東）、多樣性、獨立性及企業衝擊相關能力等因素。我們針對公司的運作、營運型態及發展需求，制定多元化方針，涵蓋基本條件與價值、專業知識與技能等兩大面向的標準。董事候選人的甄選過程必須符合資格審查及相關規範，確保在董事席次產生空缺或需要增加時，能有效識別並選出合適的新任董事。我們持續進行之董事繼任計畫，按下列標準建置董事人選資料庫：

- 誠信、負責、創新並具決策力，與本公司核心價值相符具備有助於公司經營管理的專業知識與技能。
- 具有與本公司所營業務相關的產業經驗。
- 預期該成員之加入，能為公司持續提供一個有效、協同、多元性且符合公司需求的董事會。並期許至少 1 席女性董事，及整體董事會成員能力評估需具備危機處理、國際市場觀、領導能力及決策能力。

董事會的運作遵循《董事會議事規則》，每季至少召開一次會議，詳細審核企業經營績效並討論未來發展策略。董事會依據「董事會績效評估辦法」規定，於每年年度結束前，至少進行一次針對董事會、個別董事成員、審計委員會及薪酬委員會的內部績效評估。2024 年的內部績效評估結果均屬優良。此外，我們每三年進行一次外部評估，2022 年 11 月委請臺灣董事會績效協進會進行評估，並於同年 12 月出具評估報告。

根據《公司治理實務守則》，神腦國際訂定《董事會成員多元化政策》，針對公司運作、營運型態及發展需求制定多元方針，考量標準涵蓋董事的專業背景、營運判斷、會計及財務分析、經營管理、危機處理、產業知識、國際市場觀、領導及決策等整體能力。截至 2025 年 5 月底，董事會成員中有 13 名董事，其中具員工身份的董事有 4 人（佔 30.77%）；獨立董事有 5 人（佔 38.46%，且任期年資均未超過三屆）；女性董事成員佔 7.69%。

為提升董事會的 ESG 智識，我們依據公司治理 3.0 藍圖規劃，每年安排董事參加神腦、主管機關及母公司中華電信舉辦的進修課程，以提供多元化的學習機會。2024 年，董事參加了公司舉辦的「集團治理與績效管理實務-從財務角度出發」進修課程，共有 8 名董事參與，累計進修時數達 24 小時。此外，提供董事中華公司治理協會的線上課程，並定期在公開資訊觀測站揭露詳細的進修情形。

### 董事會組成

| 年齡      | 男性   | 女性  |
|---------|------|-----|
| 30~50 歲 | 2 人  | 0 人 |
| 51 歲以上  | 10 人 | 1 人 |

## 股權結構

| 股東結構       | 政府機構 | 金融機構  | 其他法人   | 個人     | 外國機構及外人 |
|------------|------|-------|--------|--------|---------|
| 持股比例 ( % ) | 0%   | 0.28% | 71.43% | 25.21% | 3.08%   |

資料日期：2024 年 06 月 22 日。

## 內稽制度

稽核室隸屬於董事會，負責內部控制之運作及年度循環查核工作計劃，稽核主管定期與獨立董事溝通稽核報告結果，若有特殊狀況時，亦會即時向獨立董事報告，以維護獨立董事與內部稽核主管間溝通的良好與順暢。

內部稽核組織及運作：[https://www.senao.com.tw/pages/governance\\_audit](https://www.senao.com.tw/pages/governance_audit)

## 利益衝突管理

我們建立有效會計制度及內部控制制度，並依主管機關相關法規或業務上實際需要適時修訂。內部稽核已依據風險評估結果，擬定年度稽核計畫進行查核與追蹤，防範本公司不誠信行為方案。

| 項目                | 項目說明                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 跨董事會成員資格          | <ul style="list-style-type: none"><li>解除新任董事及其代表人競業行為之限制，可參考公開資訊觀測站或公司官網揭露之 2024 年股東會議事錄。</li><li>公開資訊觀測站路徑：基本資料 / 電子書 / 年報及股東會相關資料 ( 含存託憑證資料 )</li></ul> 神腦國際 / 公司年報： <a href="https://www.senao.com.tw/pages/investors_annual-report">https://www.senao.com.tw/pages/investors_annual-report</a>                                                                     |
| 與供應商及其他利害關係人的交叉持股 | <ul style="list-style-type: none"><li>依據金管會「公開發行公司取得或處分資產處理準則規定」訂定「神腦國際企業股份有限公司取得或處分資產處理程序」。</li><li>依「神腦國際企業股份有限公司取得或處分資產處理程序」規定，與關係人交易金額達達公司實收資本額百分之二十、總資產百分之十或新台幣三億元以上者，應將交易相關資料提報審計委員會同意，再提交董事會通過後，始得簽訂交易契約及支付款項，並依重大訊息處理程序之申報期限將相關資訊於金管會指定網站辦理公告申報。</li><li>2023 年董事會通過「關係人相互間財務業務相關作業規範」並揭露於公司官網，其內容包含進銷貨、取得或處分資產等交易之管理程序，及相關重大交易應提董事會決議通過，並提股東會同意或報告。</li></ul> |
| 控股股東              | 神腦國際之主要控股股東為中華電信股份有限公司，並無利益衝突的情事而致損害投資人的權益。<br>我們於 2023 年 11 月董事會通過制定關係人相互間財務業務相關作業規範，由於中華電信股份有限公司為神腦主要控股股東屬關係人，相關進銷貨均需遵守關係人相互間財務業務相關作業規範，並無利害衝突的情事而致損害投資人的權益。                                                                                                                                                                                                         |

|                     |                        |
|---------------------|------------------------|
| 相關方、其關係、<br>交易與未清餘額 | 以股東會年報中財報的關係人附註達成揭露需求。 |
|---------------------|------------------------|

## 薪酬管理

設有「薪資報酬委員會」，董事薪酬主要由年度盈餘分配之酬勞，以及出席董事會的車馬費組成。前者依據公司章程規定，並經薪酬委員會審議後，提報董事會決議。由於薪酬訂定乃依當年度盈餘的固定比例，故與公司經營績效及未來風險有高度相關。

此外，總經理及副總經理的薪酬分為固定薪資與變動薪資。固定薪資依照公司《薪酬福利管理規定》辦理，根據其職位之工作職掌及專業能力核定；變動薪資部分包括年終獎金與員工酬勞，年終獎金參考公司獲利狀況，並依據經理人 KPI 指標（如：營收達成率、獲利達成率、預算控制、領導能力、部屬培育等）達成狀況，依其績效評核結果核算獎金。

神腦國際將企業永續經營策略目標，靈活納入績效薪酬評估項目，不僅使變動薪酬與公司長期發展目標緊密結合，還能夠激勵經理人追求雙贏，實現公司與個人的共同成長。

神腦國際功能性委員會：[https://www.senao.com.tw/pages/governance\\_committee](https://www.senao.com.tw/pages/governance_committee)

| 項目        | 最高治理單位（董事會）人員                                                                                                                                                                        | 高階管理人員                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 固定薪資及變動薪資 | 獨立董事每月支領固定報酬，不參與董事酬勞分派，另依董事會決議支領每次出席董事會之車馬費，並無發放其餘相關變動報酬。<br><br>其餘董事之報酬除支領每次出席董事會之車馬費外，依據本公司章程第 27 條規定，公司年度如有獲利，提撥之董事酬勞不高於百分之三，已考量本公司營運績效、財務狀況及董事職責，並與經營績效獲利連結，再經薪酬委員會審議後，提報董事會決議之。 | 高階管理人員之薪酬分為固定薪資與變動薪資，固定薪資依照本公司「薪酬福利管理規定」辦理，依其職位之工作職掌及專業能力核定；變動薪資包含年終獎金及員工酬勞。<br><br>年終獎金參酌公司獲利狀況，並依經理人之 KPI 指標（營收達成率、獲利達成率、預算控制、領導能力、部屬培育等）達成狀況，依其績效評核結果核算獎金；公司章程第 27 條規定，依公司年度獲利提撥不低於百分之三之員工酬勞，並以董事會決議之員工酬勞總額，依績效評核結果分配，員工酬勞之提撥及核發與公司經營績效獲利連結，並經薪酬委員會審議後，提報董事會決議之。 |
| 離職金       | 無                                                                                                                                                                                    | 依法規給付員工離職金，與其他員工無差異。                                                                                                                                                                                                                                                |
| 退休福利      | 無                                                                                                                                                                                    | 依法規給付員工離職金，與其他員工無差異。                                                                                                                                                                                                                                                |

註：神腦國際無簽約獎金 / 徵才獎金及薪酬索回機制。

| 項目 2-21                                | 增 / 減比率 |
|----------------------------------------|---------|
| 「最高薪酬人員」的年度總薪酬 (A)                     | -2.57%  |
| 「全體員工」( 排除最高薪酬人員 ) 之年度「總薪酬中位數」(B)      | 6.33%   |
| 年度「總薪酬比率」( 最高薪酬人員較全體員工總薪酬中位數 ) (A / B) | -40.63% |

## 法規遵循

我們設有法務部門負責法規遵循管理，每月進行法規盤點作業，依據法規更新或變動情形，指派各權責單位進行滾動式調整，以確保營運活動符合相關法令規定與產業監管要求。

為提升全體員工之法遵意識與誠信經營文化，神腦要求新進人員完成新人法規訓練課程，課程內容涵蓋誠信經營政策、基本法律常識（如：偽造文書、業務侵占、個人資料保護法）等議題。2024 年完成「誠信經營守則政策宣導」訓練共計 2,016 人時，並透過線上教育平台推動關鍵法規遵循主題課程，協助同仁理解誠信行為之重要性與潛在法規風險。

亦設置多元申訴與檢舉管道，供內外部利害關係人反映疑慮情事。相關機制包括設立獨立檢舉信箱、明訂受理與處理程序，並授權專責人員處理案件，承諾對檢舉人身份與內容予以保密，確保檢舉人不因反映事項而受到不當對待。2024 年，神腦未發生重大違反法規之事件。

- 審計委員會：[auditing@senao.com.tw](mailto:auditing@senao.com.tw)
- 總裁 e 信箱：[senaovoice@senao.com.tw](mailto:senaovoice@senao.com.tw)
- 外部人員：[legal@senao.com.tw](mailto:legal@senao.com.tw)

## 資訊透明

我們透過官方網站持續揭露產品資訊、公司治理、財務報表等基本資訊，並設立發言人及代理發言人制度，負責回應與股東權益相關之對外溝通事宜。針對公司重大議題，由公司治理主管與內部稽核機制彙整後，定期提報至董事會進行溝通與審議。2024 年度共計 2 項重大議題經董事會提報，另針對溫室氣體管理議題提報 4 次、資訊安全議題提報 5 次。

亦定期舉辦法人說明會，說明營運成果與未來發展方向，並將資訊同步揭露於「公開資訊觀測站」及官方網站「投資人專區 - 活動訊息」中，確保投資人及其他利害關係人均可取得即時、正確與完整的資訊。

投資人專區：[https://www.senao.com.tw/pages/investors\\_infor](https://www.senao.com.tw/pages/investors_infor)

## （二）誠信經營

神腦秉持公平、誠實、守信及透明的原則從事商業活動，致力於遵循相關法規與商業道德規範，確保經營行為符合法令及誠信治理要求。為強化誠信經營文化，神腦制定《行為準則》，明訂員工於執行業務過程中應遵守之規範，包括從業倫理、法律遵循、員工關係、營業秘密維護、饋贈與招待管理、員工關懷、客戶隱私保護、反歧視、防止賄賂、利益衝突管理及公司資產正當使用等，並設有違規行為之懲處機制。

所有新進員工須簽署遵守《行為準則》之承諾，每年亦透過電子郵件及線上確認方式進行全員重申與宣導。2024 年神腦辦理《行為準則》e-Learning 課程，應參與人數 2,016 人，課程完成率達 100%。課程中亦公告舉報管道，明訂保密與保護舉報人之原則，以維護檢舉者權益。

為進一步落實誠信經營，神腦制定《誠信經營守則暨作業程序》，經董事會核備後實施，規範所有員工在商業往來中應遵守之行為標準。同時設置《誠信經營守則政策宣導》線上課程，強化員工對廉潔、透明與負責任經營理念之認識。神腦亦要求供應商簽署廉潔承諾書，作為商業契約之一環，明訂雙方不得從事不誠信行為，並以此作為交易條件。

2024 年神腦未發現有舞弊、貪污或其他違反誠信原則之行為，亦無任何涉及反競爭行為、反托拉斯或壟斷相關之訴訟事件發生或結案紀錄。

相關「商業道德政策」請參考官網：[https://www.senao.com.tw/pages/governance\\_regulations](https://www.senao.com.tw/pages/governance_regulations)

神腦國際人權政策：[https://www.senao.com.tw/pages/governance\\_staff](https://www.senao.com.tw/pages/governance_staff)

### 負面衝擊申訴與救濟

神腦國際設立法務部，並組成誠信經營工作小組，積極防範不誠信之商業行為。審委會受理員工檢舉或投訴案件之相關規定《神腦國際審計委員會受理員工檢舉或投訴案件之通信地址、電子郵件帳號、電話專線及相關規定》授權處理檢舉情事之相關人員應對於檢舉人身分及檢舉內容予以保密，並承諾保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置。

若外部利害關係人發現本公司員工或任何代表本公司之相關人士涉嫌貪污、舞弊等不合法與不道德行為，皆可透過下列管道進行舉報。處理檢舉案件之相關人員將對檢舉人身分及檢舉內容予以保密，並承諾保護檢舉人不因檢舉而遭受不當處置。

| 類別   | 說明                                                                                                                                                                                                                     |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 內部人員 | <ul style="list-style-type: none"><li>審計委員會受理員工檢舉或投訴案件：<a href="mailto:auditing@senao.com.tw">auditing@senao.com.tw</a></li><li>總裁 e 信箱：<a href="mailto:senaovoice@senao.com.tw">senaovoice@senao.com.tw</a></li></ul> |
| 外部人員 | 不誠信經營投訴專用信箱 <a href="mailto:legal@senao.com.tw">legal@senao.com.tw</a>                                                                                                                                                 |



### (三) 風險管理

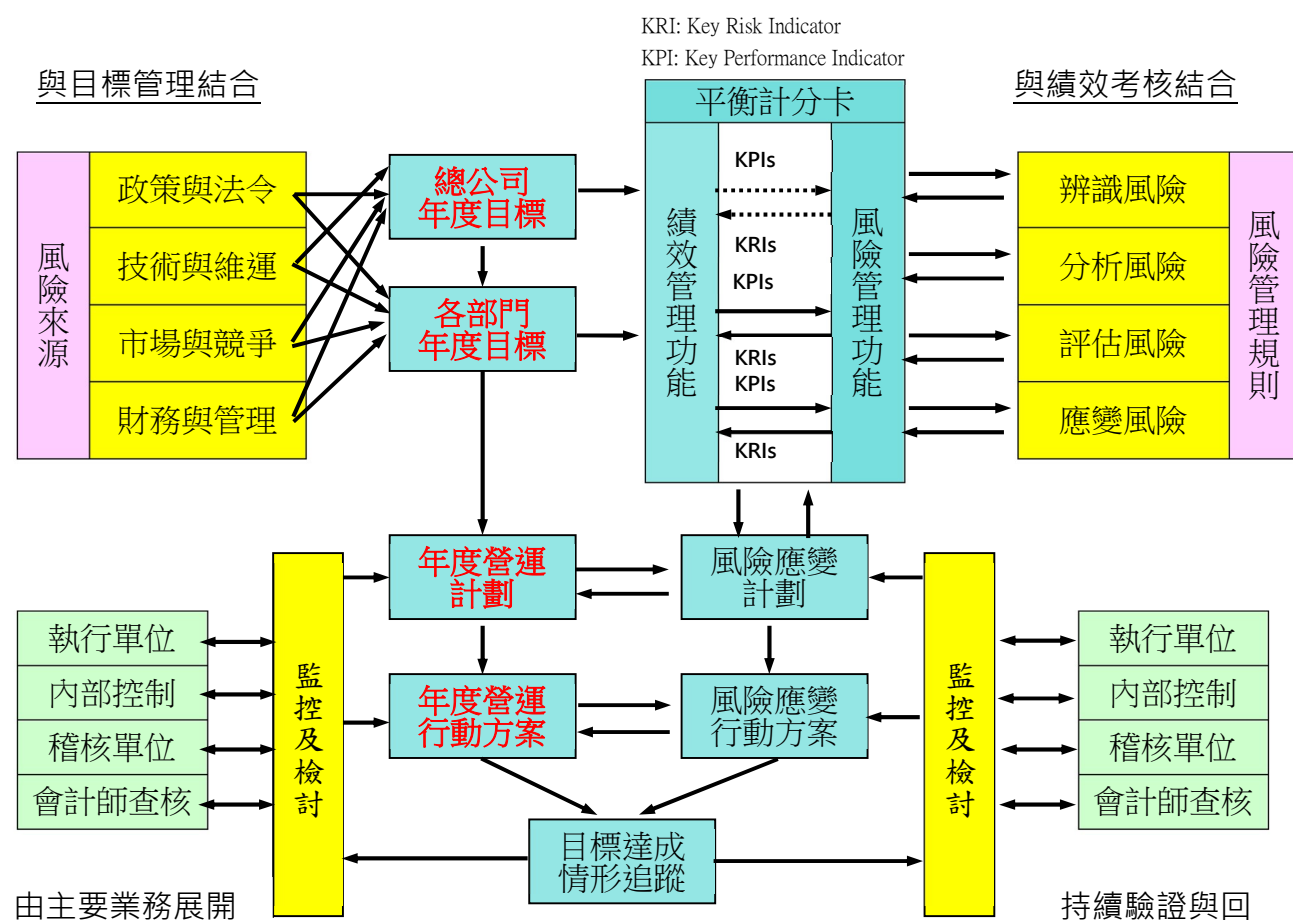
神腦國際致力於實現企業永續發展，對此，我們高度重視風險管理作為，包括風險識別、風險評估、風險處理和風險監控等。藉由制定並執行全面性風險管理策略與計畫、建立相應應變方案，來因應突發的營運事件與災害，確保企業運營的持續性，並不斷優化風險管理措施，致力於為股東和員工創造更大價值。

針對我們所處的產業，預期將面臨的經濟、環境及社會風險，我們透過積極的控管來應對各種不確定因素。未來，我們將進一步強化企業風險管理相關制度，持續提升員工的風險管理意識，有效掌握和管理風險及其不確定性。

| 管理層級                    | 權責範圍                                                                                                                                                      |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 董事會 / 審計委員會             | <ul style="list-style-type: none"><li>● 核定風險管理政策及架構</li><li>● 確保風險管理機制之有效性，進行資源配置</li></ul>                                                               |
| 高階管理階層（總經理、執行副總經理、副總經理） | <ul style="list-style-type: none"><li>● 執行風險管理決策</li><li>● 協調跨部門之風險管理互動與溝通</li></ul>                                                                      |
| 各部級主管                   | <ul style="list-style-type: none"><li>● 彙整風險管理活動執行結果</li><li>● 協助與監督部門內各項進行風險管理活動</li><li>● 視外部環境及內部策略改變決定風險類別並建議承擔方式</li><li>● 進行風險調整後之績效衡量與協調</li></ul> |
| 部門所屬之各級單位主管             | <ul style="list-style-type: none"><li>● 執行日常風險管理活動</li><li>● 進行風險控管活動之自我評估</li></ul>                                                                      |

## 風險管理架構圖

### 風險管理運作架構圖



## 風險評估結果

| 重大議題類別  | 風險評估項目                                         | 風險管理政策或策略                                                                                                                                                                             |
|---------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 經濟與公司治理 | 經銷商大額倒帳導致公司產生呆帳損失。                             | 增加授信擔保比率並縮減問題客戶之無擔保額度。                                                                                                                                                                |
| 經濟與公司治理 | 各大品牌市佔率越趨穩固，欲跳過代理商，將商品直供予系統商或經銷商，進而強化其對通路的掌控力。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 強化通路價值</li> <li>● 協商限定直供機型</li> <li>● 善用電子商務通路</li> </ul>                                                                                    |
| 經濟與公司治理 | 疫後實體零售復甦，消費結構改變及人力需求擴大，使得零售實體門市需以多元商業模式，更貼近客戶。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 增益營收計畫，透過人機銷售 / 連結 / 服務與社群行銷專案經營引流，擴增多元服務項目 / 商品，並以新展店 / 改裝規劃呈現出創新營銷模式，以提高門市營收及獲利。</li> <li>● 提升外撥執行力、優化門市人員銷售能力，以增加締結率並創造加購與回購率。</li> </ul> |

| 重大議題類別 | 風險評估項目                       | 風險管理政策或策略                           |
|--------|------------------------------|-------------------------------------|
| 環境     | 因人為或非人為意外及天災等因素造成機房損毀。       | 建立每日異地資料備份系統，以完成 BCP 計劃。            |
| 社會     | 外部報導不正確性。                    | 定期揭露營運資訊，並不定期發佈重大訊息及進行說明，以提昇資訊的透明度。 |
| 社會     | 網站資料庫中會員個人資料因駭客或病毒問題而導致資料外洩。 | 建置應用層防火牆。                           |

## 氣候變遷風險與機會

神腦國際依循氣候相關財務揭露 (TCFD) 指引，積極識別並分析氣候變遷對公司可能帶來的風險與機會。透過整合性的風險管理流程及措施，制定氣候行動策略並設定相關管理目標 / 指標，強化氣候韌性，逐步邁向低碳轉型。

展望未來，我們將持續關注國際及國內的氣候變遷相關政策及趨勢，規劃更適切的行動方案，不斷提升內外部在氣候變遷減緩與調適方面的能力，並向關心我們的利害關係人揭露我們在碳管理的努力與成果。

## 氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表

| TCFD 架構 | 揭露項目                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 治理      | <p><b>(1.) 董事會對氣候相關風險和機會的監督情況</b></p> <p>ESG 委員會由董事長擔任主任委員，總經理擔任副主任委員，兩人均為董事會成員，確保氣候變遷相關議題能夠在年度 ESG 委員會上進行全面的風險和機會討論與審查，並將結果向董事會報告。</p> <p>為了應對氣候變遷議題的重要性，神腦國際於 2022 年響應母公司中華電信 2050 年淨零排放目標並簽署承諾書。神腦國際透過相關機制及指標，致力於將企業永續與氣候變遷相結合，進一步提升企業永續執行績效。</p> <p><b>(2.) 管理層評估和管理氣候相關風險和機會的責任</b></p> <p>ESG 委員會下設環境永續小組，根據董事會所制定之長期策略，配合投資人、評比機構及利害關係之需求，評估相關氣候議題所帶來的風險與機會。</p> <p>此外，ESG 委員會審視公司碳管理策略，規劃妥適預算執行行動方案，確保氣候策略能逐步於營運活動中展開，2024 年已完成全神腦（含子公司）營運據點全面性的 ISO 14064-1 溫室氣體盤查工作。</p> |
| 策略      | <p><b>(3.) 辨視出之短期、中期及長期氣候相關風險和機會</b></p> <p>身為全台行動手持裝置最大通路商，秉持著「讓生活更簡單、更聰明、更美好」的服務理念，發揮產業核心價值與競爭力，以「誠實、專業、堅定、創新」的企業文化做對社會、對產業有利的事情。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

| TCFD 架構 | 揭露項目                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         | <p>根據不同的時間範疇，評估及分析氣候變遷相關的風險和機會，短期（2025 年），中期（至 2030 年）和長期（2050 年以後）。</p> <p><b>(4.) 氣候相關風險和機會對業務、策略和財務規劃的影響</b></p> <p>我們認為，氣候變遷所帶來機會，會反應在未來的產品及服務上。所以，我們目前也在持續關注，及尋求合適發展的綠色標的，期望累積更多創新服務及創新事業的動能，在低碳及智慧經濟中搶得先機。</p> <p><b>(5.) 不同氣候情境對營運 (業務)、策略和財務規劃的潛在影響</b></p> <p>目前尚未執行 TCFD 情境分析。</p>                                                                                                                                                                                                                    |
| 風險管理    | <p><b>(6.) 鑑別和評估氣候相關風險的流程</b></p> <p>配合母公司規劃，導入氣候變遷財務相關揭露（TCFD）專案，配合專業顧問指導，填寫氣候相關風險評估問卷，由各部門進行辨識重大風險之優先順序，後續將針對氣候相關議題之風險，擬定因應對策，並視需要向董事會報告。</p> <p><b>(7.) 管理氣候相關風險的流程</b></p> <p>對於氣候變遷相關風險，神腦國際由環境永續小組，針對氣候變遷議題涵蓋範疇，及業務或日常營的影響進行系統評估及分析。</p> <p>上述分析，包括了按風險類型進行重大營運流程的檢視，並針對相關節能方案，評估其結果及提升相關設施的調適能力。</p> <p><b>(8.) 鑑別、評估和管理氣候相關風險的流程，如何與企業風險管理機制融合</b></p> <p>環境永續發展小組，定期了解氣候變遷相關風險狀況，必要時評估分析結果，並視風險程度，採取相關緩解措施。</p> <p>在流程面上，環境永續小組之評估分析及回饋意見，改善既有風險管理機制，確保更符合營運面之需求，必要時向董事會報告，力求將氣候變遷相關風險融入企業風險管理流程中。</p> |
| 指標和目標   | <p><b>(9.) 評估氣候相關風險和機會時使用的指標</b></p> <p>目前尚未制定氣候相關風險和機會時使用的指標。</p> <p><b>(10.) 溫室氣體排放（範疇 1、範疇 2 和範疇 3）</b></p> <p>按 ISO 14064-1:2018 標準，盤查全區據點（總公司、營運據點、門市、倉儲）溫室氣體排放，並通過外部第三方查證。</p> <p><b>(11.) 氣候相關風險和機會之管理目標及實現情況（績效）</b></p> <p>目前尚未制定相關管理目標，故無相關實際績效。</p>                                                                                                                                                                                                                                                  |

## 營運持續管理

神腦致力於降低營運中斷風險，透過建立營運持續管理機制（Business Continuity Management，簡稱 BCM），確保在面臨突發事件或不可預見情境時，能維持關鍵營運功能與服務提供。2024 年，我們持續進行營運不中斷計畫（Business Continuity Plan，簡稱 BCP）之滾動式檢討，涵蓋自然災害、意外事故、供應鏈中斷及資訊系統異常等風險情境，並於必要時啟動應變機制。

此外，神腦透過保險轉嫁特定營運風險，降低財務衝擊與營運中斷後之損失。2024 年，投保項目涵蓋財產損失、營業中斷、資訊設備、運輸風險、公共意外責任及員工傷害等險種，年度總保費支出為約新台幣 5,116 萬元，另為強化公司治理責任，已為董事及監察人辦理責任保險，保額為 1,000 萬美元。

神腦將持續精進風險辨識與管理機制，結合制度化的應變計畫與風險轉移策略，以強化企業韌性與營運穩定性。

## 投保統計表

| 險種                                                       | 投保金額         |
|----------------------------------------------------------|--------------|
| 商業火險                                                     | NT\$36.11 億元 |
| 公共意外險                                                    | NT\$6,600 萬元 |
| 產品責任險（自有品牌：MEGA KING、TOPCELL）、商品以及神腦自有商品，代理銷售之商品         | NT\$5,000 萬元 |
| 食安產品責任險（sakuyo 品牌商品 / 日本 EGOIPSE 品牌商品 / 日本鳥取品牌商品）        | NT\$3,000 萬元 |
| 食安產品責任險（sakuyo 品牌商品）                                     | NT\$3,000 萬元 |
| 現金險                                                      | NT\$500 萬元   |
| 商業流動險                                                    | NT\$1,000 萬元 |
| 好市多產品責任險（品牌行動電話、電池、充電插座及行動電話相關配件等，筆記型電腦相關及其配件等 3C 電子產品等） | NT\$3,370 萬元 |
| 好市多公共意外險（賣場之專櫃）                                          | NT\$3,370 萬元 |
| 董監事暨經理人責任險                                               | US\$1,000 萬元 |

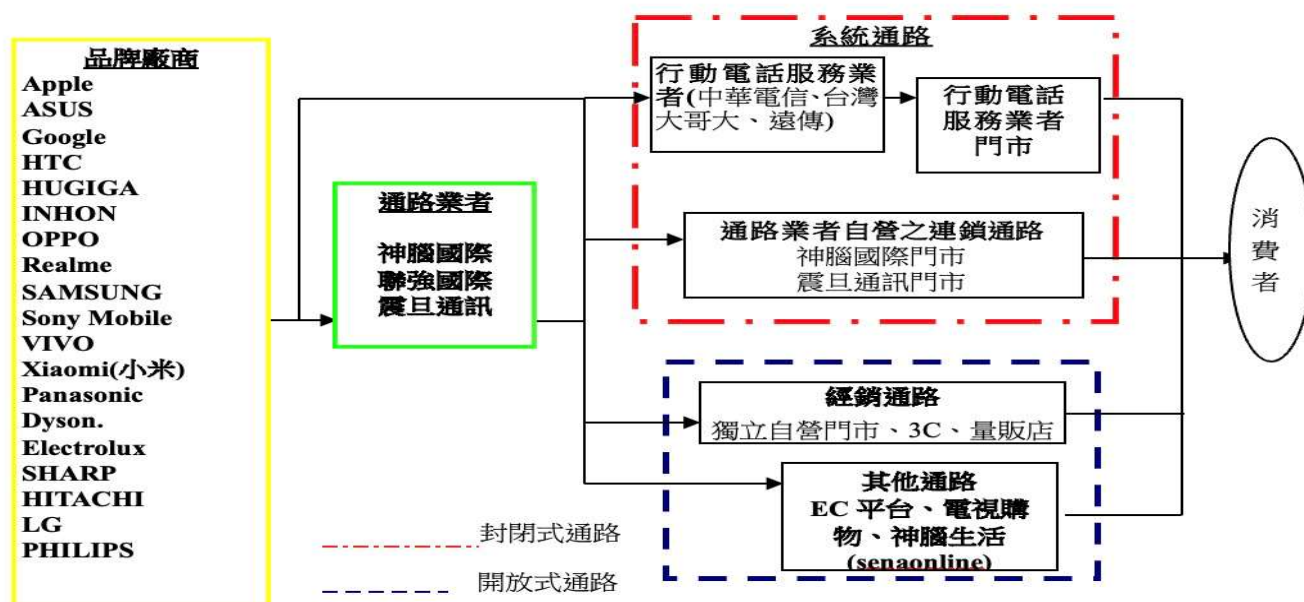


## (四) 採購實務

神腦國際視供應商為營運體系中不可或缺的合作夥伴，透過穩定的採購制度與在地合作策略，強化供應鏈韌性與永續性發展。我們將持續深化與供應商的合作關係，並結合永續標準強化供應鏈管理，朝向經濟、社會與環境三面向平衡發展的目標邁進。

更多有關供應商管理政策及相關規範之實施情形，請詳：[https://www.senao.com.tw/pages/esg\\_stakeholder](https://www.senao.com.tw/pages/esg_stakeholder)

### 產業價值鏈



### 供應商自評

神腦國際的供應商管理政策主要目的為建立供應商管理機制，確保供應商在品質、成本、交期、服務品質及確保供應商貫徹永續發展暨道德規範標準，共同合作建立一個以永續發展為目標，並重視保護環境、安全健康、勞動人權暨道德規範標準要求之供應鏈。

因應資訊安全風險日益升高，神腦持續強化供應鏈資訊安全管理機制，確保合作廠商具備相應的資訊安全防護能力與個資保護責任。針對電子商務供應商，神腦要求其提供保密承諾書，並須填寫《個人資料安全作業自評表》，以自我檢視其在資料處理、儲存及傳輸過程中的保護措施是否符合法規與實務要求。

2024 年，共計 283 家電子商務供應商完成自評表填寫，其中包含 17 家新進供應商，回覆率達 100%。此外，神腦要求所有供應商（共計 284 家）簽署《神腦國際企業社會責任與誠信廉潔交易承諾書》，以確認其理解並支持神腦在誠信經營、環境保護、勞工權益及資訊安全等方面的永續理念。

透過自評與承諾書制度，神腦持續推動供應鏈合作夥伴共同實踐負責任的商業行為與永續管理。

| 《個人資料安全作業自評表》指標 |            |          |
|-----------------|------------|----------|
| 行政管理責任          | 個人資訊搜集管理流程 | 有限度的資料搜集 |
| 有限度的使用、揭露、保存    | 資料搜集正確性    | 安全維護機制   |
| 持續改善與維持         |            |          |

### 在地採購

我們重視與本地產業的合作，為促進在地經濟發展與提升供應鏈韌性，優先採購台灣地區產品與服務。透過支持本地供應商，不僅有助於縮短物流距離與降低碳排放，也強化區域供應穩定性，進一步促進本地產業鏈共榮發展。

| 類型   | 區域 | 金額               | 占比     |
|------|----|------------------|--------|
| 商品   | 國內 | 27,548,012,710 元 | 97.23% |
|      | 國外 | 784,148,671 元    | 2.77%  |
| 行政採購 | 國內 | 51,533,533 元     | 100%   |

區域定義係以交易對象營業登記地址為基準，區分國內、外。

針對商品類供應商，2024 年共計有 87 家新供應商，佔總供應商（713 家）比例為 12.20%。

### 綠色採購

神腦將環境永續納入採購決策流程，針對商品類項目持續推動具環保標章、節能認證或低環境影響的產品優先採購政策。2024 年，綠色採購金額占商品類採購總額之 46.40%，反映神腦於採購活動中實踐資源節約與環境保護原則。

| 綠色採購類型 | 金額               |
|--------|------------------|
| 庶務類    | 10,135,724 元     |
| 商品類    | 13,145,540,642 元 |

| 禁用衝突礦產                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>剛果民主共和國及其周圍國家和地區的錫石、黑鎢、鈳鉭鐵礦和黃金等稀有金屬，在開採過程中造成嚴重人權與環境問題，因而讓這些地區出產的礦石被稱為「衝突礦產」，而這些金屬即可能被應用在資訊和通信技術產品上。</p> <p>對此，我們除了承諾絕不購買衝突金屬外，也將無使用衝突礦產納入供應商管理政策，主要手機品牌皆有禁用衝突礦產，神腦與供應商往來簽訂的合約裡皆明確載明禁用衝突礦產相關政策的條文。供應商應視要求提供礦產來源證明、第三方認證未使用衝突礦產聲明書，並接受必要稽核，以確保產品不使用上述衝突礦產。</p> |

## (五) 資訊安全

隨著電子商務和數位科技的發展，資訊安全成為企業經營中不可忽視的重要議題。我們設有專責團隊負責資訊安全管理，持續保護公司內部資料和客戶個人資訊，並關注法規變動，調整內部流程，確保合規與效率並行。

依據國內法規與國際標準，建置完整的資訊安全管理制度，針對內、外部可能出現的風險進行預防與監控。2024 年，完成資訊安全管理系統 ( ISO / IEC 27001:2022 ) 的轉版認證，與全球資訊安全標準接軌，確保管理體系與防護措施的有效性。

目前神腦的系統與服務建置於林口自有機房，並搭配使用 Amazon 公有雲平台，提升系統穩定性與備援能力。所有客戶資料都存放在符合國際標準的資料庫中，並使用 AES-256 加密技術進行保護，避免未經授權的資料存取。

我們將持續強化資訊安全防護，讓顧客在使用神腦的數位服務時更加安心，也確保企業在面對未來風險時具備足夠的應變能力。

### 神腦國際資訊安全大事紀

| 年    | 說明                                           |
|------|----------------------------------------------|
| 2011 | 租賃雲端系統平台獲 ISO / IEC 27001 認證                 |
| 2014 | 租賃雲端系統平台獲 ISO 9001 認證                        |
| 2015 | 租賃雲端系統平台獲 ISO / IEC 27017、ISO/IEC 27018 認證   |
| 2016 | 導入系統弱點掃描與管理系統系統 ( Vulnerability Management ) |
| 2017 | 進行線上交易相關系統滲透測試專案 ( Penetration Test )        |
| 2018 | 進行紅隊滲透 ( Red Team ) 專案                       |
| 2019 | 部屬自動化可疑 IP 阻擋機制 ( Suspicious IP Block )      |
| 2020 | 租賃雲端系統平台獲 CSA STAR CCM v3.0.1 認證             |
| 2021 | 舉辦全體員工資安教育訓練 ( 居家工作篇 )                       |
| 2022 | 進行紅隊演練(Red Team)專案                           |
| 2023 | 取得 ISO 27001:2013 資訊安全管理系統國際標準認證             |
| 2024 | 完成 ISO 27001:2022 資訊安全管理系統國際標準認證轉版           |

### 資安防護措施

| 項目      | 內部                                                                                                                         | 外部                                                                                                                                   |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 風險及趨勢監控 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 定期執行風險稽核，並依據發現事項改善</li><li>● 採用入侵偵測監控、防毒集中管理平台、整合日誌集中化平台，自動分析搜集軌跡、掃描潛在事件</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 隨時追蹤國際標準及法規趨勢</li><li>● 訂閱資安威脅及技術情報資訊，持續追蹤及處理威脅情資</li><li>● 定期參與國際型資安大會掌握最新技術與威脅情資</li></ul> |

|        |                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                             |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 資安攻擊事件發生後，相關單位將進行事件調查與分析</li> </ul>                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 加入臺灣電腦網路危機處理暨協調中心聯盟（TWCERT / CC），共享相關資安情資</li> </ul>                                                                                                               |
| 機制與防護  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 落實日誌集中化並進行自動化關聯分析，建立即時資安事件告警機制</li> <li>● 導入惡意封包監控機制及主機端點防護系統</li> <li>● 強化應用程式防護，導入應用程式防火牆，降低應用程式遭受攻擊的風險</li> <li>● 強化資料庫系統稽核，導入資料庫存取監控系統，留存資料庫活動軌跡</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 與資安廠商合作，即時分析內部使用狀況</li> <li>● 定期安排對外服務資訊系統執行第三方檢測，如滲透測試、紅隊演練等</li> <li>● 透過專業白帽駭客，遵循國際組織檢測標準，如：全球應用程式安全專案（OWASP）、開放式安全測試方法學手冊（OSSTMM）執行，依據發現資安風險進行修正與追蹤</li> </ul> |
| 業務持續運作 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 參考營運持續管理系統標準（ISO 22301:2019）規範，進行混合雲端架構的建置與遷移</li> <li>● 針對關鍵業務系統建立營運持續計劃，並每年定期演練</li> </ul>                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 落實國家資通安全政策，即時更新與確認法遵狀況，定期進行資安教育訓練及考試</li> <li>● 執行 PDCA，強化事前預防、事中監控、事後應變，降低企業資安風險</li> </ul>                                                                       |

### 運用軟體安全測試與組成分析防範風險

神腦在軟體開發流程中導入多項資安控管機制，以提升應用程式安全性與法規遵循程度。已建置靜態應用程式安全測試（SAST）及軟體組成分析（SCA）系統，持續監控自有開發程式碼與第三方開源元件，及早辨識潛在安全漏洞與授權風險。

透過自動化掃描與持續測試，神腦可即時掌握開發流程中的異常情形，並根據資安政策啟動風險應變措施。針對 SCA 識別出的開源元件授權問題與已知弱點，亦與外部資安技術廠商合作強化風險控管，確保開發產品在交付前已符合安全性與合規性要求。

#### 運用常駐型監控系統防禦攻擊

導入建置多個資安系統如（APT 即時防護系統、EDR 端點防護系統），持續觀察設備及網路行為，即時更新及防護網際網路上的最新威脅，與資安廠商合作判讀各種情資，並依照制定的資安政策採取立即的行動。

### 重大事件

神腦定義的資安重大事件為以下三種情境：

- 一般公務機密、敏感資訊或涉及關鍵基礎設施維運之核心業務資訊遭嚴重洩漏，或國家機密遭洩漏。

- 一般公務機密、敏感資訊、涉及關鍵基礎設施維運之核心業務資訊或核心資通系統遭嚴重竄改，或國家機密遭竄改。
- 涉及關鍵基礎設施維運之核心業務或核心資通系統之運作受影響或停頓，無法於可容忍中斷時間內回復正常運作。

#### 2024 年資安重大事件說明

| 日期        | 內容說明                                                             | 改善措施                                                                              |
|-----------|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 10 月 16 日 | 神腦查知外部伺服器遭受駭客攻擊，立即啟動相關防護機制，隔離攻擊，評估無個資或內部文件資料外洩等情事，對公司營運及服務提供無影響。 | 外部系統帳號全面進行重新盤點，對可疑帳號進行適當處置。<br>強化系統登入控管機制，強制多因子（MFA）登入。<br>依密碼原則政策規範，加強稽核外部系統的頻率。 |

#### 其他支付方式的資訊安全（安全交易機制）

為確保電子商務使用信用卡的交易安全，除有專業資訊安全小組把關外，我們有嚴謹的信用卡防盜刷機制，確保消費者在神腦國際平台上購物的安全性。因應行動支付蓬勃發展，神腦國際也陸續導入行動支付，如 Apple Pay、Line Pay、街口支付、Pi 錢包、台灣 Pay、全盈+PAY、悠遊付等。



### 三、永續管理

神腦深知，企業的價值不僅來自財務績效，也來自對環境與社會的責任。為落實永續發展願景，神腦於 2017 年制定並經董事會核准通過《企業社會責任實務守則》，作為公司推動永續的行動依據。

2018 年，神腦成立「CSR 委員會」，並首次發行經第三方驗證機構 SGS Taiwan 保證之《企業社會責任報告書》，建立系統化的永續管理架構。2022 年，因應國際趨勢與國內政策，「CSR 委員會」正式更名為「ESG 委員會」，負責規劃公司永續政策、制度與行動方案，並定期檢視執行績效。

董事會基於負責任治理原則，授權高階管理團隊執行 ESG 策略與行動方案，並由董事會持續監督 ESG 委員會的推動進度與績效，確保永續發展方向得以有效落實，能持續以穩健治理為基礎，深化永續制度，為利害關係人創造長期共享價值。

2024 年永續管理重點作為如下：

- 完成全國營運據點（含總部、門市、倉儲等）的溫室氣體盤查，作為未來減碳行動的基礎。
- 響應母公司中華電信「2030 碳排減半、2050 年淨零排放」目標，積極推動營運活動減碳與碳中和。
- 桃園藝文特約服務中心取得「ISO 14067 門市服務碳足跡認證」，導入產品與服務碳足跡管理機制。
- 持續推動多元價值創造，除追求經濟績效外，也致力於環境保護、社會參與與文化傳承，善盡企業公民責任。

#### 神腦國際永續發展政策

- 強化公司治理、追求穩健經營
- 遵守行為準則、貫徹誠信經營
- 致力環保節能、落實環境永續
- 維護客戶權益、保障資訊安全
- 重視員工人權、創造健全職場
- 擴大社會參與、深耕慈善公益

神腦國際企業股份有限公司永續發展實務守則：[https://www.senao.com.tw/pages/governance\\_regulations](https://www.senao.com.tw/pages/governance_regulations)

## (一) ESG 委員會

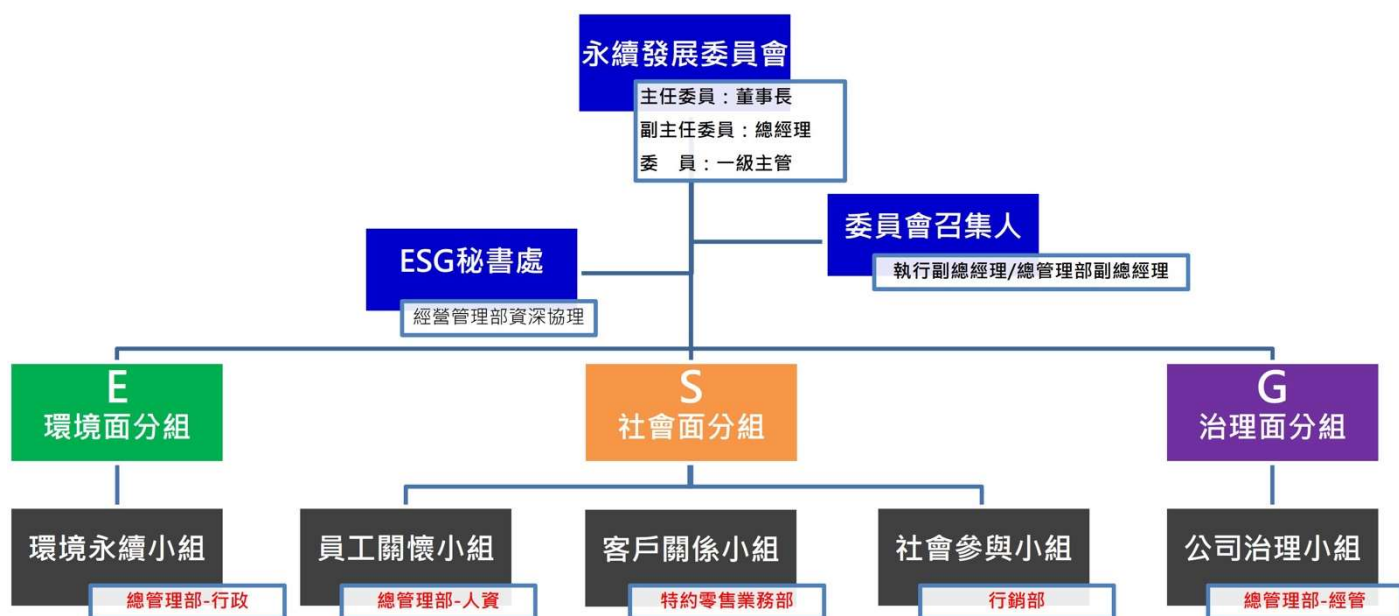
神腦國際 ESG 委員會由最高經營階層（董事長及董事會代表）擔任指導委員，高階主管負責次委員會之運作，專責制定相關政策、行動規劃，並對 ESG 議題進行深入討論與決議。

董事會作為公司永續發展與 ESG 的最高指導單位，授權高階管理層負責處理相關事務，定期審核永續發展的執行成果和未來工作計畫、《神腦國際永續報告書》的審視及批准、永續策略實施成果及進度評估，並適時督促經營團隊進行調整。

在執行層面，ESG 秘書處負責跨部門協調工作，督導各小組完成年度 ESG 行動方案。另為回應廣大利害關係人對永續資訊揭露之需求，神腦國際每年編製出版《永續報告書》，並每年定期向董事會報告 ESG 年度績效，由董事會進行督導及檢視年度 ESG 成果。

2024 年，神腦國際董事會檢視並核准了包括《永續報告書編製及確信之作業程序》、《永續資訊之管理》、溫室氣體盤查，及多項 ESG 專案等重要事宜。

### 神腦國際 ESG 委員會組織圖



### ESG 小組

為提升 ESG 行動專案推動效率與《永續報告書》揭露品質，神腦於 ESG 委員會之下設置永續發展委員會秘書處（以下簡稱「秘書處」），擔任永續政策與行動計畫之專責推動單位。秘書處負責統籌提出永續政策、制度與管理方針，執行年度推動計畫，並負責每年彙整、編製與發行《永續報告書》，回應各類利害關係人所關注之永續議題。

秘書處每年依據主管機關公告之公司治理評鑑指標，召集跨部門 ESG 小組，聚焦於新增或重大調整主題、指標，針對內部對應機制與利害關係人關切主題，進行討論與說明。此溝通過程亦作為年度報告揭露與改善行動的重要依據。

依據神腦內部核決權限，相關 ESG 政策與執行進度由董事會授權高階管理階層負責推動，秘書處每年至少一次向董事會報告執行情形，作為董事會監督 ESG 委員會運作成效與策略落實的重要依據。董事會亦將視報告內容，適時督促經營團隊調整方向或優先順序。

此外，神腦指定法務部作為《企業社會責任實務守則》之專責執行與管理單位，負責守則修訂、解釋、教育訓練、諮詢服務、內部通報與登錄建檔等業務，並每年向董事會提交執行成效報告。

展望未來，跨部門 ESG 小組將依據 ESG 委員會所制定之策略，依各部門專業職責分工，推動各項 ESG 行動計畫的執行、追蹤與改善，並藉由每年度報告書揭露，與利害關係人持續溝通，提升整體永續管理績效。

## ESG 小組職掌

| 組別   | 說明                                                                                                                                                           |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 員工關懷 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 提供安全、和諧、健康的工作環境</li> <li>● 保護員工權益與申訴機制</li> <li>● 良好的勞資關係，提供專業技能之培訓計畫</li> <li>● 維持整體薪酬競爭力，與完善員工退休機制</li> </ul>     |
| 環境永續 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 整合公司內部環境保護相關措施，定期追蹤各項專案結果</li> <li>● 環境法規的遵循，確保相關防治措施</li> <li>● 關注國際新環境議題，更新內部環境友善作法</li> <li>● 降低廢棄物產出</li> </ul> |
| 客戶關係 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 保障消費者權益，建立即時與有效的溝通管道</li> <li>● 提供消費者更節能環保的服務流程</li> <li>● 嚴謹控管客戶個人資料的使用與加密機制</li> </ul>                            |
| 社會參與 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 積極響應社會公益活動，進行相關社會參與專案</li> </ul>                                                                                    |
| 公司治理 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 推動永續供應鏈管理</li> <li>● 確保公司 ESG 資訊透明度，以利投資人與利害相關者</li> <li>● 評估公司營運風險，及制定風險管理政策及因應措施</li> </ul>                       |

## (二) 重大主題判別

### 重大性判別流程

- 頻率：每年一次
- 重大性流程 / 重大議題審查簽署：經最高治理單位代表 ( 董事長 ) 核准
- 參與評估之利害關係人類型：由各處室 ESG 小組成員，搜集各業務職掌之利害關係人所關注之議題

### 重大性鑑別程序

| 1. 持續蒐集 / 識別各項永續議題                                                                                               | 2. 顯著性排序                                                                                 | 3. 結果確認 / 重大議題矩陣                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 搜集國際永續 ( ESG ) 議題、揭露框架 / 標準 ( 如 GRI 準則、TCFD、SASB )、標竿企業資訊，及神腦國際 2024 年相關 ESG 新聞，配合短、中、長期 ESG 目標，進行各面向 ESG 議題之鑑別。 | 在完成主題顯著性評估後，ESG 小組按內部考量、產業實務及標竿，進行最終議題分析及討論，設定實際、潛在衝擊議題之「重大性門檻值」，進行優先順序之排序，完成「年度重大主題矩陣」。 | 「年度重大主題矩陣」經 ESG 委員會確立後，送請「最高治理單位代表 ( 董事長 )」進行審查及核准，確認當年度識別結果，並繪製矩陣，作為年度 ESG 報告書揭露/行動方案規劃之重要參考依據。 |

### 重大主題判別結果

神腦國際在評估重大主題時，均考量該主題「對經濟、環境及人群的衝擊 ( 正面 / 負面 )」，以完整辨別議題對內、外部的影響。

| 衝擊類型 | ESG 面向 | 重大 GRI 主題 | 雙重重大性原則                                              |                                                     | 衝擊來源                                                                                                                             | 衝擊標的     |
|------|--------|-----------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|      |        |           | 對營運及業務的衝擊                                            | 對社會、環境及人群的衝擊                                        |                                                                                                                                  |          |
| 實際正面 | E      | 排放        | 投資綠電與節能技術，減少電費支出與污染管理開支，顯著提升營運效益與環保形象                | 減少碳及有害物質排放，改善當地居民空氣品質，結合活動與宣導，提高大眾對節能減排與減污行動的支持與參與度 | <input checked="" type="checkbox"/> 營運活動<br><input checked="" type="checkbox"/> 產品服務<br><input checked="" type="checkbox"/> 商業關係 | 員工       |
|      | S      | 勞雇關係      | 提供具競爭力的薪酬、全面性福利和平等工作環境，有助吸引留住優秀人才，穩定生產力              | 提供公平薪酬、育嬰假和多元福利，滿足員工基本生活需求，提升營運當地員工家庭福祉             | <input checked="" type="checkbox"/> 營運活動                                                                                         | 員工       |
|      | G      | 經濟績效      | 建立透明健全的退休福利及職工保障制度，吸引 ESG 導向投資者，提高融資效率並提升對人才的吸引力與留任率 | 與在地供應商建立長期合作關係，促進地方型中小企業成長，增加地區經濟活動與產生經濟價值          | <input checked="" type="checkbox"/> 營運活動<br><input checked="" type="checkbox"/> 產品服務                                             | 股東<br>員工 |

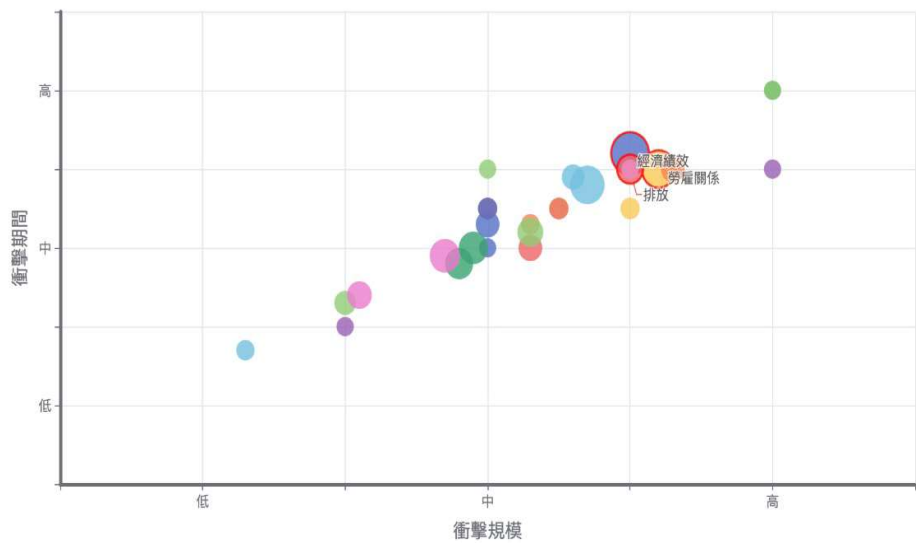
| 衝擊類型 | ESG面向 | 重大GRI主題 | 雙重重大性原則                                          |                                                     | 衝擊來源                                                                                 | 衝擊標的   |
|------|-------|---------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------|
|      |       |         | 對營運及業務的衝擊                                        | 對社會、環境及人群的衝擊                                        |                                                                                      |        |
| 潛在正面 | S     | 行銷與標示   | 遵循行銷與標示法規，避免違規引發的罰款及負面資訊，維持穩健營運並打造負責任品牌形象        | 產品標示清楚解釋成分來源及對環境的影響，幫助消費者了解並選擇符合其價值觀的產品，促進永續理性消費    | <input checked="" type="checkbox"/> 產品服務                                             | 消費者供應商 |
|      | G     | 採購實務    | 透過建立穩定的永續供應鏈，能在面對市場或供應端變動時快速調整，減少供應中斷風險，確保服務的穩定性 | 透過採購在地供應商或產品，減少供應鏈碳排放，有助於實現淨零碳排放目標，對減少氣候變遷衝擊有所貢獻    | <input checked="" type="checkbox"/> 營運活動                                             | 供應商    |
| 實際負面 | G     | 市場地位    | 無定期檢視薪酬在市場上的競爭力，薪酬政策未能與市場競爭對手匹配，可能導致人才流失，增加招聘成本  | 過度強調人事成本控制，可能導致裁員或縮減福利，對員工家庭和社區經濟造成負面影響             | <input checked="" type="checkbox"/> 營運活動                                             | 員工     |
|      | G     | 採購實務    | 不公平的付款政策可能導致供應商財務壓力，影響供應鏈穩定性，進而影響公司產品服務的持續供應     | 過度依賴特定地區或單一供應商，特別是受到自然災害或政治動盪影響地區，可能導致供應鏈中斷，影響服務穩定性 | <input checked="" type="checkbox"/> 營運活動<br><input checked="" type="checkbox"/> 產品服務 | 供應商    |

重大 GRI 主題變化：2024 年重大主題新增「經濟績效、採購實務」；較 2023 年刪除「客戶隱私、反競爭行為、員工多元化與平等機會、訓練與教育」；調整係因部分前期議題，已納入既有管理機制持續監督，衝擊程度相對降低，故未被鑑別為本期重大主題。



重大主題矩陣

實際正面

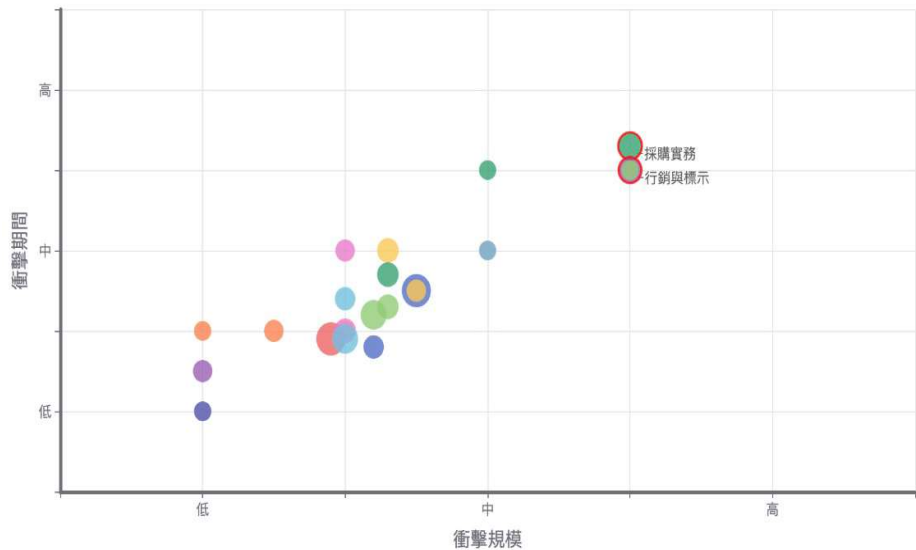


| 經濟     |      |      |
|--------|------|------|
| GRI主題  | 衝擊規模 | 衝擊期間 |
| 經濟績效 ✓ | 4    | 4.2  |

| 環境    |      |      |
|-------|------|------|
| GRI主題 | 衝擊規模 | 衝擊期間 |
| 排放 ✓  | 4    | 4    |

| 社會     |      |      |
|--------|------|------|
| GRI主題  | 衝擊規模 | 衝擊期間 |
| 勞雇關係 ✓ | 4.2  | 4    |

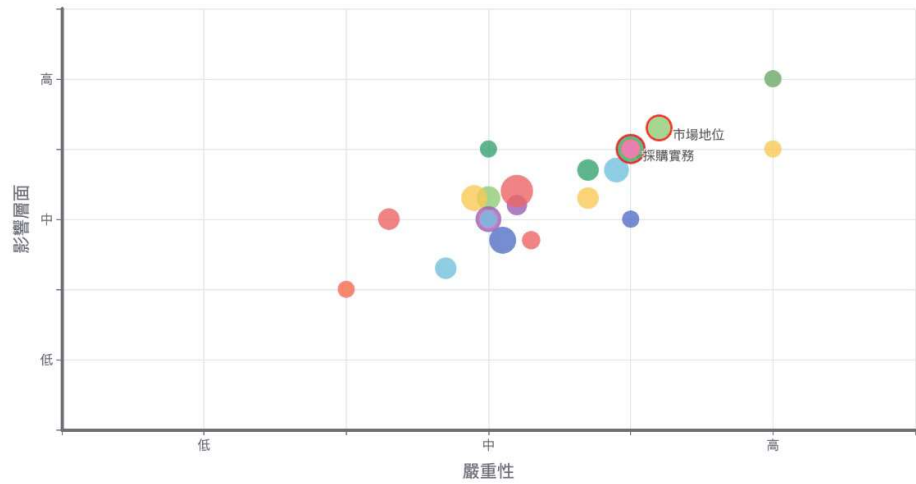
潛在正面



| 經濟     |      |      |       |
|--------|------|------|-------|
| GRI主題  | 衝擊規模 | 衝擊期間 | 發生可能性 |
| 採購實務 ✓ | 4    | 4.3  | 3.5   |

| 社會      |      |      |       |
|---------|------|------|-------|
| GRI主題   | 衝擊規模 | 衝擊期間 | 發生可能性 |
| 行銷與標示 ✓ | 4    | 4    | 3     |

實際負面



| 經濟     |     |      |      |
|--------|-----|------|------|
| GRI主題  | 嚴重性 | 影響層面 | 可改善度 |
| 採購實務 ✓ | 4   | 4    | 4    |
| 市場地位 ✓ | 4.2 | 4.3  | 4    |

## 重大主題列表

| 永續<br>面向 | 重大<br>GRI 主題 | 政策 / 辦法與承諾                                                                                                | 檢核追蹤機制                                                                                    | 目標                                                                                                                                                      | 2024 年進度說明                                                                                                                                       |
|----------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| E        | 排放           | 我們重視環境永續發展，除依法遵循相關環境保護政策及法令外，亦持續規劃節能減碳相關措施與管理系統，確保公司經營無違反環境保護相關法令之規範。                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>主責單位：行政處</li> <li>每年通過 ISO 14064-1 外部驗證</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2026 年：每一年減少 1% 用電總度數；每一年減少 1% 用水。</li> <li>響應母公司中華電信 2050 淨零排承諾：2030 年減碳 50%（較 2020 年）、2050 年達到淨零排放。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>按季向董事會提報溫室氣體盤查及查證時程規劃。</li> <li>完成全據點（含子公司）溫室氣體盤查並取得外部查驗聲明書。</li> <li>完成一特約門市導入 ISO 14067 碳足跡。</li> </ul> |
| S        | 勞雇關係         | 我們重視環境良善的勞雇關係建力，規劃優於法規的完善福利，以實際行動讓員工安心致力於工作。                                                              | 主責單位：人力資源部                                                                                | 規劃優於法規的完善福利，以實際行動讓員工安心致力於工作，共享經營成果。                                                                                                                     | 符合相關法令規定                                                                                                                                         |
|          | 行銷與標示        | 訂有《商品標示法》，針對產品與服務主動提供說明與使用規範，並公告於門市。                                                                      | 主責單位：通訊商品部                                                                                | 明確傳達產品與服務資訊，並主動提供說明及使用規範。                                                                                                                               | 2024 年末發生不實案件                                                                                                                                    |
| G        | 經濟績效         | 提供具競爭力的薪資與福利措施，確保人力資本投資回報維持產業水準；推動縮短數位落差、持續推動普及服務建設。同時，我們遵循規定每年揭露氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表向利害關係人揭露我們的氣候相關風險與機會。 | 主責單位：財務部                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>持續推動多元化樂齡教育課程，強化樂齡族群的數位知識，縮小城鄉數位落差，提升長者的數位素養，讓他們融入現代數位生活。</li> <li>持續強化公司氣候相關財務揭露 (TCFD)</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>啟動智匯公益計畫-全齡教育課程，縮短全民數位落差。</li> <li>完成全神腦（含子公司）營運據點全面性的 ISO14064-1 溫室氣體盤查工作。</li> </ul>                    |
|          | 市場地位         | 設有薪資報酬委員會及《薪酬福利管理規定》，提供潛力人才具競爭力的薪酬，藉由透明化的薪酬政                                                              | 主責單位：人力資源部                                                                                | 配合政府政策，提供優於勞基法之當地薪酬。                                                                                                                                    | 符合相關法令規定                                                                                                                                         |

| 永續<br>面向 | 重大<br>GRI 主題 | 政策 / 辦法與承諾                                          | 檢核追蹤機制         | 目標                                                                 | 2024 年進度說明                                                                                             |
|----------|--------------|-----------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |              | 策，將營運績效適當的回饋給員工，並確保公司均符合政府法規要求之員工權益。                |                |                                                                    |                                                                                                        |
|          | 採購實務         | 除了部分不可替代性之專業網通設備需從國外採購，我們積極實踐「在地採購」理念，促進台灣在地產業經濟發展。 | 主責單位：通訊商品部、行政處 | 主為販賣 3C 零售產品，目前販售商品大多為在地採購，歷年比率均達 99%以上；我們將持續維持高在地採購比率，實踐「在地採購」理念。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 商品在地採購佔總採購金額 97.23%。</li> <li>● 行政在地採購佔總採購金額 100%。</li> </ul> |

### (三) 利害關係人溝通

神腦依循 AA 1000 利害關係人議合標準 ( Stakeholder Engagement Standard，簡稱 SES ) 六大原則：責任、影響力、親近度、依賴性、代表性與政策意涵，辨識出對公司營運具高度關聯之關鍵利害關係人，包含：員工、供應商、消費者、股東 / 投資人、主管機關與社區。本辨識結果亦作為後續重大主題鑑別之依據，協助我們聚焦在具實質影響之永續議題。

我們透過多元管道與利害關係人進行持續溝通與互動，包括定期會議、問卷調查、客服機制、法說會、網站專區等，了解各界對神腦永續作為的期待與關注，並將其作為擬定 ESG 推動策略與行動方案的重要參考依據。

針對關鍵利害關係人所關注之重大議題，神腦亦設置對應的溝通機制與負責單位，以利即時回應並強化雙向互動，促進長期信任關係的建立。

神腦國際利害關係人：[https://www.senao.com.tw/pages/esg\\_stakeholder](https://www.senao.com.tw/pages/esg_stakeholder)

#### 利害關係人議合一覽表

| 利害關係人    | 議合目的                            | 議合管道                     | 議合頻率        | 關注主題                                                                                               |
|----------|---------------------------------|--------------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 股東 / 投資人 | 股東 / 投資人是我們股票持有者，故必須對其反饋負責並回應。  | 投資人專線<br>法人說明會           | 即時<br>4 次/年 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 經濟績效</li><li>● 市場地位</li><li>● 排放</li></ul>                 |
| 員工       | 員工是永續經營的關鍵，也是持續成長的驅動力。          | E-mail<br>電話專線<br>勞資協商會議 | 即時<br>不定期   | <ul style="list-style-type: none"><li>● 市場地位</li><li>● 勞雇關係</li></ul>                              |
| 消費者      | 消費者的需求及購買選擇，是我們業務及商業模式創新發展的關鍵。  | 客服專線<br>服務中心             | 即時          | <ul style="list-style-type: none"><li>● 行銷與標示</li></ul>                                            |
| 社區       | 我們期望透過本業累積的成果回饋社會，打造美好的未來。      | 公益活動                     | 不定期         | <ul style="list-style-type: none"><li>● 排放</li></ul>                                               |
| 主管機關     | 我們所有的產品與服務及相關營銷行為，皆受主關機關的檢核與監督。 | 函文                       | 不定期         | <ul style="list-style-type: none"><li>● 市場地位</li><li>● 排放</li><li>● 勞雇關係</li><li>● 行銷與標示</li></ul> |
| 供應商      | 我們的服務體系皆仰賴供應商穩定且高品質的支持。         | E-mail<br>電話專線<br>實地訪查   | 即時<br>1 次/月 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 採購實務</li><li>● 行銷與標示</li></ul>                             |

## 參與外部公協會

| 組織名稱           | 參與狀況 | 繳交之年 / 會費 |
|----------------|------|-----------|
| 台灣區電信工程工業同業公會  | 一般會員 | 0.36 萬元   |
| 台灣區電機電子工業同業公會  | 一般會員 | 4.2 萬元    |
| 新北市進出口商業同業公會   | 一般會員 | 0.24 萬元   |
| 台北市電腦商業同業公會    | 一般會員 | 1.5 萬元    |
| 台日商務交流協進會      | 一般會員 | 2.0 萬元    |
| 台日產業技術合作促進會    | 一般會員 | 2.0 萬元    |
| 台北市進出口商業同業公會   | 一般會員 | 0.48 萬元   |
| 台灣保健營養食品工業同業公會 | 一般會員 | 2.0 萬元    |
| 中華民國三三企業交流會    | 一般會員 | 5.0 萬元    |
| 台灣產業控股協會       | 一般會員 | 3.0 萬元    |
| 彰化縣醫療器材商業同業公會  | 一般會員 | 0.2 萬元    |



## 四、待客如親

為提供消費者高品質服務體驗，神腦設立專業客服中心，致力於提供即時、專業且具同理心的顧客服務，強化客戶溝通與問題解決效率。我們亦透過多元化通訊管道（如線上系統與電子郵件）建立回饋機制，讓消費者可依自身習慣反映意見與建議。

為精進服務品質，神腦委託第三方機構不定期進行客戶滿意度調查，並將調查結果提供給相關部門參考，以利優化服務流程與應對策略。針對申訴案件，神腦設有內部標準作業程序，確認事實後交由專責單位處理並於合理時限內回覆，確保客戶問題能獲得妥善解決。

在商品與服務資訊揭露方面，神腦嚴格依循《商品標示法》、《資源回收再利用法》等相關規範，確保產品標示清晰完整，並禁止任何可能造成消費者誤解的行銷內容。2024 年度，神腦未發生任何違反產品標示規範的案件。

針對代理販售之商品與電信資費方案，神腦確保資訊傳遞的透明與一致性，透過服務人員的詳細說明及清楚的標示內容，避免資訊不對稱，協助消費者做出明確選擇，保障其知情權與交易公平性。

### 客戶滿意度調查

| 調查機制及方式                                                 | 2024 年調查成果                                                                                                                        | 精進措施                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 申辦後以電話進行滿意度調查，內容包含 5 個面向：服務態度、專業知識、處理效率、等候時間、迎賓接待、環境設施。 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 服務品質（QOS）為 5 分制</li><li>● 2024 年目標：4.68 分</li><li>● 訪查約 15,225 位消費者，特約分數 4.91 分</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 對內：聘請外部講師對內開辦服務好感課程。</li><li>● 對外：內部講師至外學習服務課程，並透過轉訓人員精進整體服務力；以外，另規劃設置獎懲辦法，給予績優門市獎勵；給予績差門市輔導與罰則。</li></ul> |

| 保健商品-引進 sakuyo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>台灣已逐步邁入超高齡化社會，近年來受疫情影響，國人對於身體保健需求逐步提升。2019 年神腦自日本獨家引進保健品牌 sakuyo，依循「專業」、「信任」、「安心」之職人精神，期望為國人健康盡一份心力。sakuyo 由日本營養學博士率領團隊、通過日本 GMP 大廠品質嚴格把關，並以「個人健康」為起點，於 2019 年規劃第一支成人保健系列商品：比菲德氏菌+半乳寡糖產品，爾後以衛福部國人飲食習慣調查、食工所食品產業年鑑、經濟部食品市場規模調查為基石，已引進 9 項商品；2023 年持續加強保健商品線的廣度，延請日本營養學博士持續開發新品，於 2023 年 10 月推出獨家日本好眠配方 - 芝麻元氣，上市後廣受消費者好評。</p> <p>目前 sakuyo 商品線共有 10 支商品，產品線涵蓋基礎保健、美容保健、兒童保健與銀髮族照護等，未來將持續貫徹日本「一生懸命」的精神，持續開發新品，為國人健康盡一份心力。</p> |

自 2022 年 12 月起，神腦代營運 sakuyo 官網，網站除商品資訊外，另開闢「好評見證」、「健康小教室」等，藉以強化 sakuyo 品牌形象及提升消費者對於日常健康資訊之保健保養知識。

市場發展方面，除了既有實體門市銷售外，因應全世界新冠疫情肆虐之際，消費大眾除注重個人健康外，更擴及全家人之健康，大幅降低實體觸擊機會改往線上選購。有鑒於此，神腦保健團隊配合商品開發計畫，推出「網路週期購」服務，區分為 3 個月及 6 個月，月月配送，透過商品定期宅配到府，提供消費者便利備齊自己及全家人保健品之需求；實體門市則結合通路量販概念，提供多種關聯性商品包裝優惠，讓客人以優質價格一次購足所需，降低群聚風險，照顧自己也照顧家人的健康。

sakuyo 官網連結：<https://www.sakuyo.com.tw/>

### 神腦社會公益講堂—與顧客同行的社會公益行動

神腦秉持「待客如親」的理念，積極邀請顧客一同參與公益行動，透過實際行動回饋社會，強化顧客關係同時實踐企業社會責任。與神腦文教基金會合作推動的「神腦社會公益講堂」計畫，結合健康教育與社區關懷，鼓勵消費者參與其中，共同為社會貢獻一份力量。

#### 1. 全台巡迴捐血活動：熱血顧客、共襄盛舉

神腦定期舉辦巡迴捐血活動，邀請顧客透過簡單行動實踐公益。2024 年共舉辦 3 場活動，共有 364 人次參與捐血，募集 546 袋 250c.c.血袋。為感謝民眾熱情參與，現場亦贈送 sakuyo 系列商品作為回饋，營造溫暖互動氛圍。

#### 2. 健康講堂與銀髮樂活推廣：顧客一同守護在地健康

自 2020 年起，神腦推動健康講堂計畫，邀請顧客與社區民眾參與健康講座，由專業營養師分享保健知識。2021 年起更擴展為「銀髮樂活講座」，關注高齡族群營養與健康管理。2024 年共舉辦 11 場次，參與人數達 644 位，顯示顧客對於參與公益型活動有高度回響與肯定。

神腦期望透過這類「顧客參與式公益活動」，深化與消費者之間的正向連結，讓每一次參與都是實踐永續生活方式的起點，共同為社會帶來正面的影響力。

### 打造全方位數位諮詢

神腦國際以關心全家人健康為出發點，透過自媒多元平台管道，免費提供各種最新、最正確的保健與保養新知與專業諮詢予消費者。

| 數位諮詢管道     | 數位諮詢內容說明                                                                                                                                                       |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Youtube 頻道 | 藉由「流言健定團」系列影片，並邀請專業醫師、營養師、藥師解說衛教知識、釐清坊間各種針對健康的不實資訊。                                                                                                            |
| 神腦生活誌、DM   | <ul style="list-style-type: none"><li>● 神腦生活誌：不定期提供各種保健保養知識分享。</li><li>● DM：實體門市每半個月出刊乙次，供消費者免費索取；數位版 DM 同步更新於神腦生活誌，不定期提供健康知識分享、保健品挑選注意事項、健康新聞與衛教資訊。</li></ul> |

|                                    |                                                                      |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| sakuyo 官網<br>Facebook<br>Instagram | 不定期提供最貼近生活的保健新知、季節時事、商品資訊、飲食指南，專業營養師小編協助解答各種疑問，另提供 KOL / KOC 商品推薦分享。 |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|

## 消費者安全與健康

### 產品檢驗報告標準

針對保健商品，神腦均要求所有供應商需提供完整的產品檢驗合格報告，包括：

1. 造冊清列食品業者登錄字號等資訊。
2. 供應商提供之原材料，應有可佐證之成分分析資料 ( Certificate of Analysis，簡稱 COA ) 及逐批出貨核可證明文件，把關產品品質。
3. 供應商執行自主管理情形，包括 GHP 準則符合性、自主檢驗、完成食品業者登錄、建立追溯追蹤制度、食品添加物許可證登載事項與現況符合性、倉儲管理與實際作業及紀錄之一致性、其他自主管理制度等。

2020 年下半年起，神腦保健團隊投入資源開發「保健商品效期與物流管理系統」並已於 2021 年正式上線；2023 年 10 月已建置生活保健商品儲存及效期管理作業規定，定期針對商品的保存與流通進行更高標準的規範與控管，讓消費者的安全與健康更有保障。

### 產品行銷與標示

針對上架商品審核及供應商審核須符合審核要點規範，資訊商品上架審查須遵循商品審核要點及持續向部門人員宣導商品應遵循的法令。

針對保健商品的行銷規範，均參台灣食品安全衛生管理法，神腦內部定期派員參加衛生局舉辦之食品標示說明會，藉以了解產品標示資訊相關新增或調整項目。

2024 年末發生違反產品與服務之資訊與標示法規、及行銷傳播相關法規之情事。

### 環保產品銷售與推廣

響應母公司中華電信的環境永續理念，神腦積極導入對環境友善的消費選擇。2023 年我們與 Nokia 原廠合作，引進永續環保智慧型手機 Nokia X30 5G，該產品機身採用 100%回收鋁合金製作，背蓋則使用 65%回收塑膠材質，展現品牌在循環材料應用上的具體行動。

此項目為神腦推動綠色產品線的開端，未來也將持續評估並引進具環保設計理念之產品，提升消費者對永續選擇的可近性。2024 年，我們規劃擴大綠色商品銷售占比，透過產品組合優化與行銷溝通，引導消費者參與環境友善行動，藉由實際購買行為共同為永續發展貢獻力量。

## (一) 實體服務與維修據點

為提供消費者即時、便利且具品質保證的售後支援服務，神腦持續強化全台實體服務網絡的布局與服務能量。截至 2024 年底，神腦於全台設有 126 家電信窗口、241 家特約門市，涵蓋北、中、南及東部地區，確保服務據點觸及更多社區與生活圈，縮短顧客前往據點所需時間。

在售後支援方面，神腦設立 3 家區域物流維修中心與 11 家品牌授權維修中心，其中包括 8 家 Apple 維修中心與 3 家 Samsung 維修中心，皆由專業技術團隊進行設備檢修與原廠維護。神腦全體維修體系均依循標準作業流程與品牌授權規範，確保維修品質與安全一致性。

為提升顧客體驗與服務效率，神腦導入數位化維修查詢平台，讓顧客於裝置送修後可隨時透過線上系統查詢維修進度，無須致電或親自到場詢問。此數位化機制除提升流程透明度，也有效降低顧客往返次數，達到節省時間與減少交通碳足跡的效果，兼顧便利性與永續性。

此外，為回應多元族群與不同區域顧客的服務需求，神腦亦持續檢視門市與維修據點的服務量能與地理覆蓋率，並根據實際營運需求與客戶回饋調整營運配置，強化在地化服務效能，實踐以顧客為核心的服務精神。

服務據點：<https://online.senao.com.tw/Location>

維修服務：<https://helpcenter.senao.com.tw/>

更多有關神腦國際通路資訊，請詳本報告書神腦國際章節>通路服務。

### 甲地送修，乙地取件

根據財團法人台灣網路資訊中心 ( TWNIC ) 2024 年調查結果，台灣行動寬頻用戶普及率達 86.43%，其中 48.37% 使用 4G 網路，38.06% 使用 5G 網路，顯示智慧型手機已深度融入日常生活。在此背景下，當行動裝置故障時，消費者對維修流程的便利性與時效性尤為重視。

為提升維修服務彈性，神腦提供「甲地送修、乙地取件」創新機制，允許消費者可選擇在任一維修據點送件，並於他處取回裝置。此服務減少重複移動與等待時間，提升服務便利性與顧客滿意度。

2024 年，此服務共計使用 632 次，顯示消費者對此靈活服務安排具高度接受度，也反映神腦在數位生活支援上的服務創新與使用者導向思維。

## (二) 隱私權保護

為強化個人資料保護並保障消費者權益，神腦成為國內首家導入並通過 BS 10012 個人資訊管理制度國際標準認證的零售通路業者，展現對資訊安全與隱私保護的具體承諾。神腦隱私保護管理制度涵蓋行政、銷售、維修與客服等主要作業流程，透過系統化的作業規範與資訊安全控管，降低個資風險，確保顧客資料在各階段均受到妥善保護。

面對個人資料保護法的修法與實施，神腦亦透過 e-Learning 教育平台，定期辦理相關教育訓練課程，內容涵蓋個資定義、舉證責任倒置、刑事責任規定、資料生命週期等重點，協助員工掌握法規重點與內部應對機制，強化全員的個資保護意識與實務操作能力。

2024 年，神腦未發生重大違反個資法規之事件，持續落實資訊保護作為，提升顧客信賴與營運風險管理能力。

神腦國際隱私權政策：[https://www.senao.com.tw/pages/privacy\\_policy](https://www.senao.com.tw/pages/privacy_policy)

神腦生活隱私權政策：<https://online.senao.com.tw/About/terms#privacy>

更多有關神腦國際資訊安全，請詳本報告書公司治理章節>資訊安全。

### 隱私保護管理制度

| 流程 | 說明                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 行政 | 於合約中要求供應商均須遵守《個人資料保護法》及其他相關法令，有關對消費者個人資料之蒐集、處理，利用或國際傳遞等規定                                                                                                                                                                                                          |
| 通則 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 舉凡所有需蒐集消費者之個人資料者，務必主動告知消費者個資條款及取得個資同意，再將客戶資料登記於系統</li><li>● 若有非直接記錄於系統上的個人資料需蒐集，均需紙本同意書</li><li>● 同意書應妥善保管，已結案或登入系統後的同意書，將以碎紙機銷毀</li></ul>                                                                                 |
| 銷售 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 神腦首先會出示《個人資料蒐集告知條款》，向消費者說明相關內容，在取得同意與紙本簽名後，方進行後續系統操作與資料輸入</li><li>● 紙本單據上亦僅以隱碼顯示個人資料，保障消費者隱私</li></ul>                                                                                                                     |
| 維修 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 於報修作業前清楚說明個資注意事項，如事先備份或刪除資料等，以避免消費者遺失重要資訊</li><li>● 消費者手機維修時口述個人基本資料，現場承辦人員直接鍵入維修系統中（避免紙本填寫降低個資風險）</li><li>● 建立維修資料後印出神腦國際機器送修單（個資呈現隱碼）讓消費者確認資料無誤後簽名（維修聯）</li><li>● 若手機須轉送原廠處理時神腦國際只提供手機資料給原廠做保固確認，不會提供消費者相關個人資料</li></ul> |
| 客服 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 客戶進線客服中心時，將取得客戶同意提供之聯絡電話，以利提供給予相關單位回電處理</li><li>● 客服單位所產出之報表資料，將不會顯示客戶聯繫號碼</li></ul>                                                                                                                                       |



|     |                                                                                                                                                                |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 文件  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 客戶及公司內部資料文件需歸檔、置於規範位置後上鎖，且需經碎紙機銷毀後方能丟棄</li> <li>● 客戶及公司內部資料文件，不可當做回收紙或便條紙再次使用</li> <li>● 嚴禁複印及留存非業務必要之個資文件</li> </ul> |
| 檔案  | 如使用寬展機或公務卡發送簡訊，務必將客戶資料刪除                                                                                                                                       |
| 硬體  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 營業電腦無人看管時，應登出策盟系統、將電腦螢幕鎖定或關閉</li> <li>● 電腦閒置的 USB、USB-TYPE C 設備（含主機後方設備）需使用「禁止拆封」的貼紙封閉</li> </ul>                     |
| 申裝書 | 前場審件時，請使用「暫不開放」立牌，無人審閱時須將申裝書存放於可上鎖的抽屜或櫃子內，不可隨意擺放                                                                                                               |

### (三) 客服中心

神腦深知，顧客服務品質與回應效率是消費者信任企業的關鍵要素，也是品牌信譽與市場競爭力的重要基礎。為此，我們設立專業客服中心，提供即時且具同理心的回應機制，協助消費者快速解決類問題，打造順暢與正向的消費體驗。

為便利消費者提出詢問與申訴，神腦提供多元溝通管道，包括：0800 免付費客服專線、線上表單填寫系統、專屬 E-mail 客服信箱、電信業者窗口轉介服務，上述管道皆連結至神腦的客服處理平台，由訓練合格的專業客服團隊，依據內部標準作業流程進行處理，確保問題均獲得妥善處理與回覆。

此外，神腦透過內部教育訓練，提升客服團隊的應對能力與溝通技巧，並定期檢視回覆品質與處理效率，作為服務改善與制度優化之依據。

面對數位服務的快速演進與消費者期待的轉變，我們將持續強化客服體系，與智慧回應工具的整合應用，期望在第一時間即解決顧客需求，進一步提升顧客滿意度與品牌信賴感。

#### 客服中心進線分析

| 管道 | 0800 進線  | 中華電信轉派   | 網站留言  |
|----|----------|----------|-------|
| 件數 | 27,922 件 | 11,609 件 | 653 件 |
| 比率 | 69%      | 29%      | 2%    |

註：

1. 上述客服進線包含前三大進線管道之統計。
2. 維修諮詢、中華電信相關、商品諮詢、會員官網、客訴處理、個資問題、技術查詢、神腦生活及其他問題。
3. 三大進線管道所占總進線數量之比例為 100%。

#### 客訴統計

神腦重視每一位消費者的意見與回饋，視之為持續優化服務品質的重要依據。為更有效掌握問題本質並縮短處理時效，我們將客訴案件依性質區分為三級（A/B/C），並依具體情境建立標準回應程序，確保回應即時、處置迅速且精準。

2024 年，我們共受理 79 件客訴案件，約占總進線量的 0.20%。其中，前三大主因為：作業異常（80%）、服務態度（8%）、不符顧客預期（4%）。對於消費者反應的問題，客服人員均進行確認與回覆，並妥善處理相關事宜；針對服務態度類型案件，已通報區域主管進行教育訓練與改善。

針對個人資料保護相關需求，2024 年共處理並回覆 311 件，占總進線量約 0.77%，顯示顧客對於個資保障議題的持續關注與重視。

#### 個資處理需求分析

| 項目    | 筆數（件） | 占比（%） |
|-------|-------|-------|
| 補充更正  | 232 件 | 74.6% |
| 查詢或閱覽 | 53 件  | 17.0% |
| 製給複製本 | 26 件  | 8.4%  |

## 客戶服務績效指標

| 績效指標類型      | 說明                                                                                                                       |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 客服人員進線滿意度調查 | 客戶進線客服中心於電話結束後透過系統語音，進行滿意度調查評分，調查評分項目為專業能力、解決問題的能力、服務態度、處理效率、整體滿意度五個項目，客戶評分客服服務給予滿分，故 2024 年整體成績為 100 分。                 |
| 客服人員訓練      | 課程共三大類：「基礎課程、神腦生活及維修及零售相關服務」。內容涵蓋電話禮儀、溝通技巧、維修簡易介紹，系統操作、行銷活動說明、神腦會員、金流與訂單問題；針對需加強的客服人員或課程再進行教育；每月召開月會，探討客訴說案件修正，出席率 100%。 |

## 神腦國際客服人員基本能力

| 項目           | 占比  | 評估目標值                                                                                                     | 定義及說明                                          |
|--------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| 達成客服產能及管理目標  | 30% | 部門電話接聽率達 90%                                                                                              | 每人接聽量需達成進線通數 90%                               |
| 達成客服產能及管理目標  | 30% | 部門電話服務水準 85%                                                                                              | 於 30 秒內接聽電話比例達 85%                             |
| 服務滿意度及作業品質提升 | 20% | <ul style="list-style-type: none"> <li>Monitor Call 成績部門總成績達 90 分</li> <li>話後滿意度問卷調查部門成績達 90 分</li> </ul> | 依當月 0800 客服員與客戶通話錄音，隨機抽查 6~8 通做為評核，以部門平均成績做為準則 |
| 團隊效率與各單位凝聚提升 | 20% | 客訴案例分享課程，服務話訴溝通技巧課程及客訴處理案例探討相關課程                                                                          | 安排教育訓練，如手機操作、客訴分享、溝通技巧、客服人員客訴處理相關課程            |

## 感動服務事蹟

- **表揚對象：**特約門市「屏東陸興」陳姓服務人員
- **事由：**2024 年，一位消費者透過中華電信客服主動表揚神腦屏東陸興特約服務中心的陳姓服務人員，感謝其在購買與維修過程中展現高度的同理心與專業服務。  

該用戶原先於門市購買筆電，但不到一個月產品即發生故障。由於顧客腳部開刀不便親自送修，該服務人員主動承諾協助代為將裝置送往維修站，用戶僅需等待通知後前往取回維修完成的商品，大幅減輕消費者的不便。

期間，雖因產品問題導致用戶情緒波動，曾表達「東西真的很爛」等語句，該服務人員仍始終保持耐心、微笑應對，協助處理後續事宜，未讓顧客感受到壓力或不適，全程服務展現出神腦「以人為本、誠意待客」的服務精神，也讓顧客深感安心與溫暖。
- **表揚方式：**本案件已轉知門市主管，並由門市團隊向該名顧客表達感謝，誠摯回應其對服務人員的肯定與鼓勵，並向全體門市同仁分享，作為優質服務的學習典範。

## 五、幸福職場

我們致力於打造幸福職場，秉持開放、透明和高效溝通的文化氛圍，讓每位員工感受到尊重與支持，從而提升員工的幸福感與工作表現。

自創立以來，神腦的每一項成就皆仰賴經營團隊與全台員工的共同努力。我們重視員工的職涯發展，除提供友善舒適的工作環境外，也規劃多元的培訓資源與發展機會，協助員工持續學習與成長。公司亦建立完善的升遷機制與回饋制度，鼓勵員工展現潛能，肯定個人貢獻。

「公平、誠信與正直」是神腦始終秉持的核心價值，並落實於日常管理與組織文化中。為強化員工行為準則的理解與遵循，公司訂定《行為準則》，針對禁止不當行為、營業秘密保護、個人資料管理等議題提出明確規範，並要求全體員工確實遵守。每年亦透過商業行為準則宣導與培訓課程，強化員工對產業倫理與企業道德的認知，提升整體專業素養與合規意識。

# (一) 人力結構

截至 2024 年，神腦國際擁有 2,035 位員工，其中包含 19 位身心障礙與 15 位原住民族群員工，展現我們對多元共融的重視。公司持續強化勞動條件與聘用穩定性，致力提供員工穩定且具發展性的工作環境。

## 員工數統計

| 項目          | 男性    | 女性      | 合計      |
|-------------|-------|---------|---------|
| 員工「總人數」     | 914 人 | 1,121 人 | 2,035 人 |
| 「正職員工」人數    | 863 人 | 1,083 人 | 1,946 人 |
| 「員工」人數      | 0 人   | 0 人     | 0 人     |
| 「非保證時數員工」人數 | 51 人  | 38 人    | 89 人    |
| 「全職員工」人數    | 863 人 | 1,083 人 | 1,946 人 |
| 「兼職員工」人數    | 0 人   | 0 人     | 0 人     |

註：

- 1. 正職員工均為正式員工。
- 2. 短期員工：因留停而產生的短期需求約聘人員。
- 3. 非保證時數員工：包含計時人員（工讀生 / PT）、實習生、雙軌學制專班學生。
- 4. 全職員工為本公司全時員工。
- 5. 兼職員工：保證每日工時之工讀人員。

| 類別    | 男性    | 女性      | 說明                                                                                                                |
|-------|-------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 正式員工  | 863 人 | 1,083 人 |                                                                                                                   |
| 非正式員工 | 51 人  | 38 人    |                                                                                                                   |
| 員工總計  | 914 人 | 1,121 人 |                                                                                                                   |
| 身心障礙者 | 14 人  | 5 人     | 依《身心障礙者權益保障法》第 38 條規定，神腦應進用身心障礙者 20 人，現階段已超額進用身心障礙者 27 人：輕度 10 人、中度 1 人、重度 8 人。<br>依規定進用重度以上身心障礙者，每進用 1 人以 2 人核計。 |
| 原住民   | 7 人   | 8 人     | 秉持員工多元化之原則，進用原住民 15 人，以達平等包容的工作環境。未來如有參與政府採購案，將另依《政府採購法》第 98 條、《原住民族工作權保障法》第 12 條等相關規定，進用足額原住民。                   |

註：

- 1. 非正式員工為兼職人員，含約聘人員、工讀生、計時人員，其他多數全職 / 正職人員即為正式員工。
- 2. 所有員工 100% 為本國籍。
- 3. 2024 年員工總數為 2,035 人（包含身心障礙、原住民員工數）。



各職級人數一覽表

| 職級   | 年齡       | 男性 ( 人 ) | 女性 ( 人 ) |
|------|----------|----------|----------|
| 一般員工 | 29 歲以下   | 232 人    | 192 人    |
|      | 30~50 歲  | 573 人    | 824 人    |
|      | 51 歲以上   | 35 人     | 59 人     |
|      | 占比 ( % ) | 41.28%   | 52.83%   |
| 基層主管 | 29 歲以下   | 1 人      | 0 人      |
|      | 30~50 歲  | 18 人     | 18 人     |
|      | 51 歲以上   | 3 人      | 6 人      |
|      | 占比 ( % ) | 1.08%    | 1.18%    |
| 中階主管 | 29 歲以下   | 0 人      | 0 人      |
|      | 30~50 歲  | 25 人     | 12 人     |
|      | 51 歲以上   | 15 人     | 4 人      |
|      | 占比 ( % ) | 1.97%    | 0.79%    |
| 高階主管 | 29 歲以下   | 0 人      | 0 人      |
|      | 30~50 歲  | 3 人      | 1 人      |
|      | 51 歲以上   | 9 人      | 5 人      |
|      | 占比 ( % ) | 0.59%    | 0.30%    |

註：

1. 職級定義：一般員工：基層員工、基層主管：主任 / 課長、中階主管：經 / 副理。
2. 高階主管：協理級以上 ( 100%為本國籍 ) 。
3. 占比=該職級人數 / 員工總人數，如：中階主管男性占比 = 男性中階主管總人數 / 員工總人數。

員工新進 / 離職狀況

| 項目   | 類別      | 男性    | 占比     | 女性    | 占比     | 總計    | 總占比    |
|------|---------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|
| 新進員工 | 29 歲以下  | 145 人 | 7.13%  | 122 人 | 5.99%  | -     | -      |
|      | 30~50 歲 | 98 人  | 4.81%  | 119 人 | 5.85%  | -     | -      |
|      | 51 歲以上  | 5 人   | 0.25%  | 8 人   | 0.39%  | -     | -      |
|      | 小計      | 248 人 | 12.19% | 249 人 | 12.24% | 497 人 | 24.42% |
| 離職員工 | 29 歲以下  | 54 人  | 2.65%  | 64 人  | 3.15%  | -     | -      |
|      | 30~50 歲 | 75 人  | 3.69%  | 115 人 | 5.65%  | -     | -      |
|      | 51 歲以上  | 7 人   | 0.34%  | 9 人   | 0.44%  | -     | -      |
|      | 小計      | 136 人 | 6.68%  | 188 人 | 9.24%  | 324 人 | 15.92% |

註：

1. 新進員工定義：2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日到職之員工。
2. 離職人數：不包含到職 3 月內離職者。
3. 新進率=新進員工人數 / 員工總人數；離職率=離職員工人數 / 員工總人數。

## 非員工工作者資訊

2024 年非員工之工作者總人數為 26 人，包含 MIS 3 人、清潔員 4 人、門市：3 人、倉庫：16 人。

| 最常見的工作者類型 | 與公司之間的契約關係    | 執行的工作類型 |
|-----------|---------------|---------|
| 清潔員-承包商   | 透過第三方（ 承包商 ）  | 清潔公司環境  |
| MIS-派遣勞工  | 透過第三方（ 人力仲介 ） | 軟體與系統開發 |
| 門市-派遣勞工   |               | 協助門市營運  |
| 倉庫-派遣勞工   |               | 理貨      |

以報導期間期末人數計算。

## (二) 員工福利

神腦國際深信，優質的職場環境是提升工作品質與激發員工潛能的關鍵。我們致力於營造幸福職場，不僅關注員工的身心健康與職涯發展，也提供多元化的福利措施，協助員工在工作與生活之間取得平衡，並共享公司營運成果。

員工薪酬依據「薪酬福利管理規定」辦理，綜合考量學歷、專業能力、年資與績效表現，訂定合理薪資水準。除遵循國家勞動法規，如基本工資、加班規定與工時限制外，亦落實同工同酬原則，保障不因性別、種族、宗教、政治立場、婚姻狀況或工會成員身份而有待遇差異。

我們每年依據公司獲利狀況核定年終獎金基數，並以員工年度目標達成情形進行績效評核，作為年終獎金計算依據。另依照公司章程，員工酬勞提撥比例不低於年度稅前盈餘之3%，經董事會決議後，依個人績效進行合理分配。

2024年初，神腦已啟動年度調薪評估作業，綜合考量物價指數、經濟環境、公司營運狀況與員工個人績效表現，授權各單位主管依據整體表現進行調薪建議，落實激勵與公平原則。

### 薪資與當地最低薪資比

| 類別                | 基層人員與當地最低薪資比率 |
|-------------------|---------------|
| 男性：當地最低薪資         | 1.09:1        |
| 女性：當地最低薪資         | 1.09:1        |
| 門市人員基本薪資比率（女性：男性） | 1:1           |

註：

1. 「當地最低薪資」以2024年台灣基本工資27,470元為基準。
2. 基層人員以門市人員為計算基準，不含門市管理階層。
3. 計算準則以門市人員標準敘薪為準。

### 各職級員工薪資比

| 類別              | 一般員工   |        | 基層主管   | 中階主管   | 高階主管   |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                 | 門市人員   | 非門市員工  |        |        |        |
| 平均薪資<br>(女性：男性) | 1:1.04 | 1:1.17 | 1:1.02 | 1:0.94 | 1:0.96 |
| 基本薪資<br>(女性：男性) | 1:1.01 | 1:1.14 | 1:1    | 1:0.94 | 1:1.05 |

註：

1. 統計範疇：2024年全年在職之正式員工。
2. 各職級性別平均薪資比：以固定加變動做統計（包含月薪、獎金、酬勞等）。
3. 各職級性別基本薪資比：以固定薪資做統計（月薪）。

## 非擔任主管職務之全時員工薪資資訊

| 項目        | 2023    | 2024    | 與前一年度相比 |
|-----------|---------|---------|---------|
| 全時員工薪資平均數 | 63.2 萬元 | 66.4 萬元 | 0.95:1  |
| 全時員工薪資中位數 | 58.9 萬元 | 63.0 萬元 | 0.93:1  |
| 全時員工人數    | 1,828 人 | 1,823 人 | 1:1     |

註：

1. 全時員工人數為加權平均數。
2. 非擔任主管僅排除高階主管，仍包涵中階、基層主管。
3. 數據經外部會計師確證，並已上傳證交所公開資訊平台：[非擔任主管職務之全時員工薪資資訊](#)。

## 員工福利項目

我們建置全面完善員工福利制度，協助員工實現工作與生活的平衡，並支持其職涯發展和未來的退休生活。為促進員工的身心健康與生活品質，除依法提供多項福利措施，包括健康檢查、健康促進活動、醫師臨場服務、勞健保、育嬰留職停薪以及退休準備金外，另所有員工在報到當天即享有團體保險的保障，亦可自費將家屬納入優惠福利計畫，擴大保障範圍至其家庭。2024 年，神腦國際在員工福利計畫上共計投入 10,026,364 元，以實際行動展現對員工的關愛與承諾。

| 項目     | 說明                                                                                                       | 頻率        | 參與人數    | 投入 / 補助金額   |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|-------------|
| 團體保險   | 提供員工免費的團體保險，包含壽險、意外險、癌症險、醫療險等，以及眷屬優惠。                                                                    | 在職期間      | 2,033 人 | 6,622,025 元 |
| 年度健康檢查 | 透過年度健康檢查協助員工及早發現潛在健康風險，預防疾病發生或惡化。檢查後，由公司護理師主動關懷檢出異常的員工，提供衛教指導並提醒就醫，確保員工獲得必要的健康支持與追蹤照護。                   | 1 次 / 年   | 1,369 人 | 3,272,339 元 |
| 醫師臨場服務 | 由專業職業醫師進行的臨場服務，協助員工進行健康諮詢、健康管理與促進指導。醫師亦針對健康檢查異常結果及工作相關傷病提供預防建議，協助員工改善生活習慣、強化自我健康管理，進而預防職業傷病並提升整體健康與工作效能。 | 12 次 / 每年 | 69 人    | 132,000 元   |
| 健康宣導   | 定期發送健康資訊信件，協助員工了解疾病成因、建立正確健康觀念，並傳遞公路安全相關知識。透過這些內容，鼓勵員工養成良好生活習慣與安全駕駛意識，達到預防疾病與事故的雙重效果，守護員工的身心健康與生命安全。     | 1 次/月     | 2,033 人 | -           |

| 項目   | 說明                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 頻率        | 參與人數  | 投入 / 補助金額 |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|-----------|
| 健康講座 | <p>為提升員工健康意識與疾病預防知識，神腦持續舉辦多元化健康講座，強調自我健康管理與定期檢查的重要性，協助員工改善生活習慣、降低疾病風險，促進整體身心健康。</p> <p>2024 年舉辦的線上健康講座：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 如何防治心血管疾病   主講：耕莘醫院健管師 林芳綺   307 人參與</li> <li>• 肩頸手部的辦公室危害預防   主講：中和國泰診所物理治療師 高瑞宏   207 人參與</li> <li>• 健康減重與聰明飲食   主講：博仁醫院健管師 彭嚴峰   177 人參與</li> </ul> <p>透過講座傳遞實用的健康管理知識，幫助員工在工作與生活中維持良好身心狀態，進而提升工作效能與生活品質。</p> | 3 次 / 年   | 691 人 | -         |
| 疫苗施打 | <p>為協助員工預防傳染病並維護健康，神腦與衛生所及醫療機構合作，定期提供疫苗接種服務。2024 年共 86 人接種 COVID-19 疫苗、60 人接種流感疫苗，有效提升員工免疫力，預防疾病傳播，降低因病缺勤風險。</p>                                                                                                                                                                                                                                                      | 1-2 次 / 年 | 146 人 | -         |
| 癌症篩檢 | <p>為協助員工及早發現癌症或癌前病變，神腦與衛生所合作，定期於廠區辦理癌症篩檢服務，降低疾病風險並促進早期診斷與治療。</p> <p>2024 年篩檢項目包括：子宮頸抹片檢查 70 人、乳房攝影 27 人、糞便潛血檢查 11 人。透過預防性措施，提升員工健康意識，強化疾病預防與健康管理成效。</p>                                                                                                                                                                                                               | 1 次 / 年   | 108 人 | -         |



## 退休制度

為了保障、維持員工退休後的生活品質，神腦依據《勞動基準法》規定，由公司每月提撥退休準備金並提存於台灣銀行信託專戶，且由勞資雙方組成「勞工退休準備金監督委員會」，負責管理監督及審核退休準備金相關事宜。

針對工作年資含有勞退舊制年資之員工，公司依薪資總額提撥 2% 退休金，按月存入台灣銀行之勞工退休準備金監督委員會帳戶；勞退新制之員工則依其月投保薪資，按月提繳 6% 勞退金，儲存於勞保局設立之勞工退休金個人專戶，2024 年勞工退休準備金帳戶累積提撥金額達 193,294,992 元。

| 項目                  | 說明         |
|---------------------|------------|
| 需支付舊制退休金總值          | 123,783 仟元 |
| 舊制退休金能被公司提撥退休基金償付比例 | 100%       |
| 評估年度                | 2024 年     |
| 現有退休基金無法支付應負債務之因應策略 | 從公司帳上支付    |
| 退休計畫的參與程度           | 全體員工       |

## 生育福利

為落實《性別工作平等法》，神腦依法提供產假、陪產假與育嬰留職停薪等制度，並營造母性友善的職場環境。針對懷孕至產後一年內之女性員工，公司實施職場母性健康風險評估，並持續追蹤與管理健康狀況。

此外，神腦設置之哺乳室已通過新北市政府合格認證，鼓勵產後女性員工持續哺乳，協助其兼顧工作與家庭，實踐職場性別平等與生活平衡。

| 類別                   | 男性     | 女性     | 合計     |
|----------------------|--------|--------|--------|
| 2024 年符合育嬰假申請資格人數(A) | 75 人   | 120 人  | 195 人  |
| 2024 年實際申請育嬰假人數(B)   | 18 人   | 58 人   | 76 人   |
| 育嬰假申請率(B/A)          | 24%    | 48.33% | 38.98% |
| 2024 年應復職人數(C)       | 20 人   | 59 人   | 79 人   |
| 2024 年實際復職人數(D)      | 14 人   | 25 人   | 39 人   |
| 復職率(D/C)             | 70%    | 42.37% | 49.37% |
| 2023 年復職總人數(E)       | 21 人   | 37 人   | 58 人   |
| 2023 年復職後服務滿一年人數(F)  | 16 人   | 30 人   | 46 人   |
| 留任率(F/E)             | 76.19% | 83.78% | 81.04% |

註：

- 2024 年符合育嬰假申請資格人數(A)：2022、2023、2024 年有請過產假及陪產假的員工人數計算。
- 2024 年應復職人數(C)：包含分別於 2022、2023、2024 年申請，並應於 2024 年復職的人數。
- 復職率(D/C)：( 2024 年實際復職人數 / 2024 年應復職人數 ) \* 100%。
- 留任率(F/E)：( 2023 年復職後持續工作一年的人數 / 2023 年復職人數 ) \* 100%。

### (三) 人權守護

神腦國際堅信，保障人權是社會進步的基石，也是邁向企業永續發展的重要關鍵。因此，我們承諾在經營過程中，尊重並保障每一位員工、消費者、供應商夥伴，以及所有與營運相關的利害關係人的勞動人權。本公司雖無簽訂團體協約，但員工的權益均依照法規規範的勞動條件和本公司的勞動契約，確保不因缺乏團體協約而導致勞動權益受損。

#### 神腦國際人權政策

1. 本公司為致力維護員工基本人權，塑造人權充分保障環境，人力資源管理政策與程序皆恪守現行勞動法令規範，並遵循《國際人權法典》、《國際勞工組織基本公約的核心勞動標準》、《聯合國全球盟約十項原則》等國際公認的人權標準，有尊嚴的對待及尊現職員工，杜絕任何侵犯及違反人權的行為。
2. 本公司致力於提供員工一個有尊嚴及安全的工作環境，保障就業機會平等，我們落實雇用多樣性、薪酬與升遷機會的公平性，並確保員工不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌、五官、身心障礙、星座、血型及其他受適用法規保護的任何狀況或以工會會員為由，給予差別待遇或任何形式歧視，創造尊重、平等、安全、免於騷擾的工作環境或不平等的待遇。
3. 本公司遵循相關法規，透過各種預防措施，持續改善工作環境的安全與衛生，致力於降低職業災害的風險，並禁止任何形式之強迫勞動與任用童工，遵守法令工時規範及休假制度，以保障員工的身心健康。
4. 我們尊重員工籌組、加入受法律認可的工會以維護自身工作權益的權利，並持續維持員工意見表達管道的暢通，藉此保障及提供員工的權益，並努力推動勞資關係的和諧。
5. 關於求職者及所僱員工之個人隱私資料保護，皆遵守個人資料保護法等相關法令。同時為提升本公司個人資料保護機制，降低個人資料遺失、受損、受到未經授權或不合法處理之風險，特建立個人資料安全事件管理機制，確保發生個人資料安全事件時，可即時採取矯正措施，避免損害擴大。
6. 本公司為保障所有員工在執行職務過程中，免於遭受身體或精神不法侵害而致身心理疾病，以及維護員工性別工作平等及人格尊嚴，特頒布及定期宣導《預防職場暴力之聲明》，並訂定《工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒規範》，以提供本公司所有員工免於職場霸凌及性騷擾之工作環境。

## 維護人權行動

| 行動          | 說明                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 提供安全與健康職場   | <p>我們力求「符合法規、風險評估、全員參與、持續改善、危害歸零」，主要執行說明如下：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 設置職業安全衛生室，聘任全職之專業護理師為員工平時之健康把關，規劃員工健康管理及健康促進事項，每月聘請勞工健康服務醫師執行臨場服務，提供員工健康諮詢、指導及執行作業環境評估，推動四大計畫（人因性危害預防、母性健康保護、職務遭受不法侵害預防、異常工作負荷促發疾病預防）。</li> <li>● 每年定期安排員工健康檢查、四癌篩檢、流感疫苗施打、健康講座等，定期追蹤異常狀況及處理，以建立基層照護服務體系。</li> <li>● 女性員工凡懷孕至產後一年尚在哺乳期間，皆會進行職場母性健康風險評估並追蹤管理健康狀況。配合衛生福利部國民健康署母乳哺育政策及性別工作平等法精神，設置哺（集）乳室，鼓勵女性員工生產後持續哺餵母乳，落實工作與家庭生活平衡。</li> <li>● 為提供員工安全、健康、衛生的工作環境，總部大樓日夜間均設有進出門禁監視系統，且辦公環境全面禁菸，通過新北市政府衛生局健康職場自主認證，並頒行《安全衛生管理規定》、《門禁管理規定》。</li> </ul> |
| 杜絕不法歧視及騷擾   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、容貌、五官、身心障礙、星座、血型或以工會會員為由，給予差別待遇或任何形式歧視，以創造尊重、平等、安全及免於騷擾的工作環境。</li> <li>● 為保障所有員工在執行職務過程中，免於遭受身體或精神不法侵害而致身心理疾病，以及維護員工性別工作平等及人格尊嚴，特頒布及定期宣導「預防職場暴力之聲明」，並訂定《工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒規範》，以提供本公司所有員工免於職場暴力及性騷擾之工作環境。</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                          |
| 禁用童工、禁止強迫勞動 | 禁止任何形式之強迫勞動與任用童工，遵守法令工時規範及休假制度，以保障員工的身心健康。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 支持員工集會結社之自由 | 尊重員工籌組、加入受法律認可的工會行使勞動權，維持員工意見表達管道的暢通，並致力推動勞資關係的和諧。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 促進工作機會      | 提供國內大量就業機會，並與學校合作，提供學生實習就業機會，善盡企業社會責任。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 落實資訊安全      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 關於求職者及所僱員工之個人隱私資料保護，皆遵守個人資料保護法等相關法令。</li> <li>● 同時為提升本公司個人資料保護機制，降低個人資料遺失、受損、受到未經授權或不合法處理之風險，特訂定「個人資料檔案安全維護計畫」，以</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

| 行動      | 說明                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         | 建立個人資料安全事件管理機制，確保發生個人資料安全事件時，可即時採取矯正措施，避免損害擴大。                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 人權申訴機制  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 訂定「神腦國際審計委員會受理員工檢舉或投訴案件之相關規定」，提供嚴謹的舉報機制，讓員工可以在安全、保密的情況下傳達意見。</li> <li>● 通信地址：神腦國際企業（股）公司 / 稽核室 / 231 新北市新店區中正路 531 號 2 樓</li> <li>● 電子郵件帳號：<a href="mailto:auditing@senao.com.tw">auditing@senao.com.tw</a></li> <li>● 電話語音專線：02-22183588 ext:1805</li> </ul>                 |
| 吹哨者保護制度 | <p>雇主不可以對申訴勞工有解雇、降調、減薪等不利處分。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「神腦國際審計委員會受理員工檢舉或投訴案件之相關規定」第 6 條：本委員會授權處理檢舉情事之相關人員應對於檢舉人身分及檢舉內容予以保密，並承諾保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置。</li> <li>● 「行為準則」第 5.14.3 條：本公司對檢舉人之工作地位、人身安全、法律扶助等給予全面性保障。</li> <li>● 「工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒規範」第 8 條第 15 點：雇主不得因員工協助他人申訴，而予以解僱、調職及其他不利之處分。</li> </ul> |

## 人權教育訓練

我們重視每位員工的人權和尊嚴，為了確保這些權利得到保障，我們提供多元人權訓練，期望藉由人權政策與訓練，確保利害相關人的權利得到充分保障，創造更加公平、尊重和和諧的工作環境。

| 課程      | 內容                                                                                                                                                                                                                                         | 參與人數    |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 性平法相關課程 | <p>2024 年度舉辦「性別工作平等」與「性騷擾防治」相關議題之教育訓練：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 購置專家學者錄製之課程影片，進行「工作場所性騷擾與其他不法侵害防治」線上宣導，數位課程提供全體員工閱讀，共計 2,025 人參與。</li> <li>2. 邀請專家進行「性騷擾防治」實體課程授課並同步線上連線宣導，提高主管對職場不法侵害的認知及預防能力，共計 257 人參與。</li> </ol> | 2,282 人 |

## (四) 訓練與發展

神腦國際重視人才培育，深信透過系統化的訓練與發展，不僅能提升員工素質與職場競爭力，更有助於強化企業整體營運績效與永續競爭力。

為協助員工建立基礎職能與專業技能，我們建構完整的訓練制度與職涯發展規劃，營造多元、自主、具彈性的學習文化與環境，促進專業成長，同時提升工作效能與生活品質，進而轉化為組織績效。

神腦教育訓練體系涵蓋四大類別：新進人員訓練、專業訓練、職級訓練與自我發展訓練，並依據員工職務屬性、職級與發展需求持續優化課程設計。

在零售業務方面，多數常態型課程採用線上教學方式，包括新人報到訓練與基礎專業訓練，有效減少學員舟車往返的負擔與因差旅產生的碳排放，同時提升學習彈性與環境效益。

神腦導入數位學習平台已逾十年，持續從使用者角度優化介面設計，透過直覺式操作與手機端功能，提升學習體驗，推動制度落實、學習習慣建立、知識傳承與自主成長，全面強化員工發展效能。

2024 年訓練時數共計 75,639 小時，總訓練費用 1.6 佰萬元，占營收比 0.0065% )。

### 訓練架構

| 訓練體系   | 類型                                                                                                                                                                  | 目標                                            |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 新人訓練   | <ul style="list-style-type: none"><li>● 通識訓練</li><li>● 基礎專業知識訓練</li><li>● 在職訓練 ( On the Job Training, OJT )</li></ul>                                               | 協助新進員工盡速適應公司文化                                |
| 專業別訓練  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 內部訓練</li><li>● 在職訓練</li><li>● 外派訓練</li></ul>                                                                                | 依據各職類所需之專業能力不同，協同事業單位進行專業別訓練，提升工作所需之專業能力      |
| 職級別訓練  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 一般知識：</li><li>● 一般同仁</li><li>● 管理訓練：</li><li>● 基層主管 ( 課長 / 主任 )</li><li>● 中階主管 ( 經 / 副理 )</li><li>● 高階主管 ( 協理以上 )</li></ul> | 依不同的職級所需的能力，規劃相關課程，協助員工在職涯中一路晉升成長             |
| 自我發展   | <ul style="list-style-type: none"><li>● 在職進修、學分班</li><li>● 讀書會</li><li>● 線上課程</li><li>● 語文課程</li></ul>                                                              | 提供逾百門 e-Learning 課程，使得學習零距離，英語、日語會話課亦能提升職場戰鬥力 |
| 行為準則問卷 | 協助神腦員工了解公司行為準則 讓神腦員工在工作上或與客戶接洽時務必信守公平、誠信及正直之最高行為標準，以避免發生不當的行為                                                                                                       | 每年定期宣導一年一次發送行為準則問卷，2024 年 100%員工皆填覆完成行為準則問卷   |

| 訓練體系 | 類型             | 目標                                                                            |
|------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 神級人物 | 每個月專訪一位「神」級人物！ | 神腦採訪團隊每個月邀請一位名人或專家，跟大家談談科技新知、保健觀念或是生活妙招。<br>2024 年觀看人數：2,407 人、累計時數：309.36 小時 |

## 新人訓練

新進門市人員報到三個月內，須進行門市作業規範訓練課程，協助人員融入工作團隊，並透過適用考核表完整評估，主要評核項目包括專業能力培訓、客戶服務、商品銷售、績效目標達成、店內日常作業執行等。

| 訓練對象       | 項目                                                                                                                                         |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 門市人員       | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 門市新人育成訓練</li> <li>● 門市人員</li> <li>● 店長育成訓練</li> <li>● 門市主任</li> </ul>                             |
| 一般人員至中高階主管 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 新人育成訓練</li> <li>● 一般人員育成訓練</li> <li>● 基層主管育成訓練</li> <li>● 中階主管育成訓練</li> <li>● 高階主管育成訓練</li> </ul> |
| 客服 / 維修人員  | 客服 / 維修人員育成訓練                                                                                                                              |

## 零售業務部門新進人員內訓課程

| 課程名稱                     | 內容                                                     | 投入經費     | 參與人次   |
|--------------------------|--------------------------------------------------------|----------|--------|
| 新人報到訓練課程                 | 公司簡介<br>業務範圍<br>人資規章<br>門市規範<br>服務接待規範<br>基礎系統操作       | -        | 275 人次 |
| 門市人員專業訓 L1<br>( 到職滿一個月 ) | 法律知識<br>進階系統操作<br>門市作業流程<br>店務標準規範<br>標準服務流程<br>中華相關業務 | 28,200 元 | 224 人次 |



|                        |                                            |         |       |
|------------------------|--------------------------------------------|---------|-------|
|                        | 商品專業知識                                     |         |       |
| 門市人員專業訓練 L2<br>(到職滿半年) | 內控作業規範<br>顧客抱怨與客訴處理<br>優質服務流程<br>績效追蹤與獎金解析 | 4,050 元 | 94 人次 |

## 滿意度調查

為了解訓練成效，我們於訓練課程結束後，發放訓練評估表供學員提供反饋意見，項目涵蓋課程內容、講師能力、課程滿意度、講師滿意度等，期望持續精進課程，也滿足員工對於議題的期待。

| 課程類別         | 說明                                                                                             | 滿意度    |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 「長照資源，這樣用」講座 | 讓同仁在工作之餘學習瞭解：<br>1. 家庭照顧者的壓力來源與負荷<br>2. 如何建立與家屬共同照顧模式<br>3. 如何有效的運用長照資源<br>4. 滿意度：4.88 分 / 5 分 | 4.88 分 |

## 2024 年訓練成果

| 職級別  | 訓練時數                        |           | 平均訓練時數  |         |
|------|-----------------------------|-----------|---------|---------|
|      | 男性                          | 女性        | 男性      | 女性      |
| 一般員工 | 29,717 小時                   | 38,013 小時 | 35 小時/人 | 35 小時/人 |
| 基層主管 | 1,056 小時                    | 2,009 小時  | 48 小時/人 | 83 小時/人 |
| 中階主管 | 2,534 小時                    | 1,494 小時  | 63 小時/人 | 93 小時/人 |
| 高階主管 | 665 小時                      | 150 小時    | 55 小時/人 | 25 小時/人 |
| 時數總計 | 75,639 小時 ( 平均每人 37.17 小時 ) |           |         |         |

註：

1. 包含實體與線上課程。
2. 平均時數=該類別訓練時數 / 該類別員工總數。
3. 平均員工受訓時數=員工訓練總時數 / 總員工數。
4. 平均員工訓練費用=員工訓練總金額 / 總員工數。

## 績效評估

我們視績效考核為評估員工工作表現與貢獻的核心機制，亦為激勵投入、提升營運績效與促進職涯發展的重要手段。公司訂有不分職級與性別的《績效考核管理規定》，採目標設定方式，由員工與主管於年初共同訂定年度工作目標，年終則依據 KPI 達成情況與工作行為進行全面評估。

考核結果除用於年終獎金及員工酬勞分配外，亦作為晉升、調薪與人才發展的重要依據。對於績效未達預期的員工，則依制度進行輔導與追蹤，協助其持續改善與成長。2024 年，所有符合考核資格的員工皆完成定期績效評估，覆蓋率達 100%。考核對象包括通過試用期，且任職滿 90 天 ( 含 ) 以上之正式員工。

## (五) 員工多元化

神腦國際致力於打造平等與包容的工作環境，透過健全的制度保障，防止任何形式的歧視或不當對待。我們深信，多元背景與經驗的團隊有助於激發創新思維，並更能理解不同消費族群的需求。

我們訂有《人員任用管理規定》，明定在招募、甄選、進用、分配、考核與晉升等各階段，不得因種族、性別、年齡、婚姻、宗教、語言、性傾向、身心障礙、外貌、星座、血型或工會身分等因素產生差別待遇，落實職場平等原則。

在人才招聘方面，神腦依公平與公開原則，建構完整的招募流程與評估機制，透過標準化測驗與面談程序，確保員工適才適所，發揮專業潛能。另依《身心障礙者權益保障法》第 38 條規定，神腦應進用身心障礙員工 20 人。截至 2024 年，實際進用人數為 27 人，其中包括輕度 10 人、中度 1 人、重度 8 人（重度以上人員依規定每人折算為 2 人），符合法規並持續落實多元與包容的用人政策。

### 招募管道：

- 神腦人才招聘網站：<https://pse.is/AXVKP>
- 人力銀行：104、1111、yes123
- 政府或校園徵才活動
- 員工引薦介紹
- 勞動力發展署及各大專院校配合實習計畫（雙軌訓練旗艦計畫）

### 產學合作 / 建教合作

我們重視產學合作，藉由與學術界的合作，對 3C 零售產業具有興趣之學生進行銷售培訓，目標將其培育成專業銷售人才，此合作除能夠支持地方教育，增加學生實務工作經驗，協助其更好地掌握職場需求外，亦可吸引年輕人才加入公司，達到進用及培養人才之目標。

| 類別   | 學校     | 人數   | 期間                 |
|------|--------|------|--------------------|
| 產學合作 | 僑光科技大學 | 9 人  | 2023/7/1~2024/5/31 |
|      | 僑光科技大學 | 10 人 | 2024/7/1~2025/5/31 |
|      | 德明財經科大 | 2 人  | 2023/7/1~2024/5/31 |
|      | 德明財經科大 | 6 人  | 2024/7/1~2025/5/31 |
| 建教合作 | 正修科技大學 | 1 人  | 2021/9/1~2025/6/30 |
|      | 正修科技大學 | 3 人  | 2022/9/1~2026/6/30 |

### 人才招聘 — 中高齡專案

神腦國際積極落實企業社會責任，推動中高齡及二度就業者友善職場，歡迎樂齡族群與退休人士重新投入職場行列，發揮豐富經驗與專業價值，與我們一同創造職涯新篇章。

無論是尋求再出發的機會，或是期待迎接全新挑戰，神腦皆誠摯邀請中高齡人才加入團隊，共同打造多元、共融且永續的職場環境。

## (六) 健康與安全

神腦國際秉持保障員工健康與安全的承諾，重視職業安全衛生管理，不僅遵循法規要求，更致力於超越標準，持續推動各項健康與安全措施，營造和諧、安心的工作環境，確保員工身心健康與職場安全。

公司依據職業安全衛生管理系統原則，由總經理擔任「職業安全衛生委員會」主任委員，督導職安衛政策執行與成效。委員會每季定期召開會議，針對職場潛在風險進行討論與改善，致力預防工作相關事故與職業病。具體推動措施包括：

- 設立專責單位，聘任 2 位專任職業護理師，規劃員工健康管理與促進計畫。
- 每月安排職業醫師臨場服務，提供健康諮詢、作業環境評估與預防指導，執行「人因性危害預防」、「母性健康保護」、「防範不法侵害」、「異常工作負荷疾病預防」四大方案，並透過健康檢查與問卷調查追蹤員工健康風險。
- 強化個別健康關懷機制，針對健檢異常者進行個別追蹤、衛教與健康指導，並無員工因工作導致健康危害之紀錄。
- 提供優於法令之健康照護措施，每年安排全體員工進行健康檢查與癌症篩檢，另提供流感疫苗施打及健康講座，提升員工健康意識與防病能力。

神腦將持續投入資源優化職場健康與安全管理，致力於建立具預防導向與全人照護的職場健康文化。

### 職業安全衛生委員會

| 類別                | 2024 |
|-------------------|------|
| 職業安全衛生委員會總人數      | 9 人  |
| 勞工代表人數            | 3 人  |
| 勞工代表佔職業安全衛生委員會之比例 | 33%  |

### 促進身心健康

為提升員工安全衛生意識並預知潛在危害風險，神腦國際透過綜合性的安全衛生管理計畫與績效指標，積極推動有效的健康安風險管理作為，期望藉由正確的設計、工程技術與管理控制、預防保養、安全操作程序，以及持續性的安全知識培訓，有效地控制員工在職場中可能遇到的各種潛在危險。自 2020 年起，神腦國際與博仁醫院合作，配置臨場服務醫師，為員工提供全方位的健康管控與檢查服務，包括：急救、簡單傷病處理、健康諮詢、複診定期追蹤就醫狀況、受傷在家休養追蹤，以及復工後適應狀況的了解。

此外，公司不定期舉辦各類健康議題與紓壓講座，提升員工對於照顧個人身心健康的意識。每年舉辦定期健康檢查，檢查頻率優於《勞工健康保護規則》的規定。2024 年，神腦國際於員工健康促進活動方面總計投入 3,404,339 元，包含年度健康檢查和醫師臨場諮詢等服務。

## 健康檢查成果

| 類別        | 對象    | 健檢人數    | 健檢比率  |
|-----------|-------|---------|-------|
| 團體巡迴檢查或到院 | 一般員工  | 1,323 人 | 82%   |
| 到院檢查      | 課長級以上 | 46 人    | 47.9% |

## 健康促進活動

| 類別     | 項目           | 參與人數  |
|--------|--------------|-------|
| 疫苗施打   | COVID-19     | 86 人  |
|        | 流感疫苗         | 60 人  |
| 線上健康講座 | 如何防治心血管疾病    | 307 人 |
|        | 肩頸手部的辦公室危害預防 | 207 人 |
|        | 健康減重與聰明飲食    | 177 人 |
| 癌症篩檢   | 子宮頸抹片檢查      | 70 人  |
|        | 乳房攝影檢查       | 27 人  |
|        | 糞便潛血檢查       | 11 人  |

## 職業安全衛生管理行動

| 項目                | 2024 年成果                                                                                                                                        |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 【線上課程】年度職場不法侵害預防  | 根據公司所訂立的預防不法侵害計畫，為提升員工對於不法侵害風險的識別與應對能力，公司將定期提供不法侵害相關預防課程。課程內容涵蓋不法侵害的類型、預防措施、法律責任、應對流程等，旨在增強員工的安全意識和應變能力。<br>達標：2024 年共有 1,647 位員工（約 8 成）完成相關課程。 |
| 職業災害月報            | 每月統計「職災統計報表」                                                                                                                                    |
| 擬訂次年度「職業安全衛生管理計畫」 | 1.完成計畫表<br>2.依安全衛生管理規定擬訂                                                                                                                        |
| 召開職業安全衛生管理委員會議    | 每三個月召開一次，必要時召開臨時會議。                                                                                                                             |

## 緊急應變機制

我們制定相關程序和體系，以預防、管理、追蹤、報告的方式來處置職業傷害與疾病，並執行例行性檢查及稽核，定期舉辦消防演習，保障員工之工作環境安全。在全體員工的努力下，神腦綜合傷害指標控制在既定水準，2024 年未發生重大職災與因公死亡之情事。

| 項目         | 男性           | 女性           | 總計           |
|------------|--------------|--------------|--------------|
| 工作天數       | 224,900 天    | 285,798 天    | 510,698 天    |
| 工作時數       | 1,799,200 小時 | 2,286,384 小時 | 4,085,584 小時 |
| 缺勤日數       | 1 天          | 118 天        | 119 天        |
| 失能傷害人次數    | 1 人次         | 2 人次         | 3 次          |
| 失能傷害之總損失日數 | 1 天          | 118 天        | 119 天        |

## 員工及非員工職業傷害、職業病一覽表

| 項目               | 類別                      | 神腦國際員工    |           |           | 其他工作者<br>( 承包商、供應商 ) |    |        |
|------------------|-------------------------|-----------|-----------|-----------|----------------------|----|--------|
|                  |                         | 男性        | 女性        | 合計        | 男性                   | 女性 | 合計     |
| 職業傷害<br>率 ( IR ) | 職業傷害主要類型                | -         | -         | 跌倒        | -                    | -  | 無發生    |
|                  | 總工作時數 ( 小時 )            | 1,799,200 | 2,286,384 | 4,085,584 | -                    | -  | 43,400 |
|                  | 可記錄之職業傷害 ( 件 )          | 1         | 2         | 3         | 0                    | 0  | 0      |
|                  | 可記錄之職業傷害率 ( % )         | 4.9       | 9.79      | 14.69     | 0                    | 0  | 0      |
|                  | 職業傷害所造成的死亡人數 ( 人 )      | 0         | 0         | 0         | 0                    | 0  | 0      |
|                  | 職業傷害所造成的死亡率 ( % )       | 0         | 0         | 0         | 0                    | 0  | 0      |
|                  | 嚴重職業傷害 ( 件 )<br>排除死亡人數  | 0         | 0         | 0         | 0                    | 0  | 0      |
|                  | 嚴重職業傷害率 ( % )<br>排除死亡人數 | 0         | 0         | 0         | 0                    | 0  | 0      |
| 職業病率<br>( ODR )  | 職業病主要類型                 | -         | -         | 無發生       | -                    | -  | 無發生    |
|                  | 可記錄之職業病案件(件)            | 0         | 0         | 0         | 0                    | 0  | 0      |
|                  | 職業病造成的死亡數量(人)           | 0         | 0         | 0         | 0                    | 0  | 0      |
|                  | 職業病的死亡比率(%)             | 0         | 0         | 0         | 0                    | 0  | 0      |

註：

1. 職業傷害死亡率= ( 職業傷害所造成之死亡人數 / 工作總時數 ) ×200,000。
2. 嚴重的職業傷害率= ( 嚴重的職業傷害人數 / 工作總時數 ) ×200,000。
3. 可記錄之職業傷害率= ( 可記錄之職業傷害人數 / 工作總時數 ) ×200,000。
4. 失能日數：指受傷人暫時不能恢復工作之日數，其總損失日數不包括受傷當日及恢復工作當日。但應包括中間所經過之日數 ( 包括星期日、休假日或事業單位停工日 ) 及復工後，因該災害導致之任何不能工作之整日數。
5. 工作總時數：以勞檢處申報之職業災害統計匯總表計算。統計月底在職受僱員工本月內之平均每人工作時數，包括正常及加班工時。凡在事業單位規定之工作時間內實際工作總時數，亦即不含規定休假、例假日、國定假日及員工請假未工作部分，稱正常工時；而員工在正常工時以外之有酬工作總時數，稱加班工時。
6. 統計數據不包含通勤事故。
7. 嚴重的職業傷害定義：因職業傷害而導致死亡、或導致工作者無法或難已於六個月內恢復至受傷前傷害狀態的傷害。

## 六、環境永續

神腦國際積極推動環境永續行動，透過多元策略落實能源與資源管理，執行節能減碳措施，致力降低營運對環境的影響。

為呼應《巴黎協定》目標，神腦於 2022 年簽署並響應母公司中華電信「2050 年淨零排放承諾書」，展現企業對氣候行動的責任與承諾。我們從建置完善的環境與能源管理系統著手，逐步提升能源使用效率，推動綠色營運模式，朝向達成 2050 年淨零排放目標邁進。

### 神腦國際環境政策

神腦處於 3C 產品通路業（非製造或高污染性行業），基於維護地球生態保護之理念，神腦非常重視環保永續經營之責任，進而積極投入相關資源，以善盡全球環境保護之責。

神腦環境政策方向如下：

- 一、恪遵環保法令規定。
- 二、減少資源耗用，降低對環境之負荷。
- 三、持續改善，確保永續經營。

已實施相關措施：

1. 神腦在各地營運據點均嚴格遵守當地相關環境法規，在 2024 年並無違反環境保護法規而受裁罰之情事。且神腦之營運據點及範圍，均位於非生態保護區，並無影響生物多樣性之虞。
2. 在相關耗能較高之總公司辦公室區域及物流倉儲中心，均設置完善的節能管理與提升能源效率機制，進而推及至神腦各地營運據點。例如：
  - (1.) 設備改善  
藉由時間管理控制空調設備、提高控制環境溫度、加強循環對流、遮蔽主要日曬熱源、時間控制及關閉無人作業區的照明設備、定期保養清洗空調設備改善效能等措施。
  - (2.) 能源管理  
加強源頭管理，例如：加裝省水裝置，購置省水衛浴設備，即時檢修漏水設備及主動減少民生用水量；更換節能標章照明及電器、訂定辦公室及特地營運據點之用電契約容量，定期檢視契約用量、依照季節調整及長期監控用電管理；空調設備汰換時選用 R410 及 R32 環保冷媒，對於節能標章機種為優先評估，以降低對環境的影響。此外，神腦之倉儲及物流單位使用之車輛，均要求使用符合我國現行環保法規之車輛，以求降低車輛使用對於環境保護的衝擊。
3. 制定節能減碳策略，加強對環境之保護：持續宣導節能、節水等節能減碳政策，並要求所有之員工，將此等節能減碳之理念，落實於日常作業及辦公環境當中。



## (一) 能源管理

為邁向淨零排放目標，神腦國際積極推動能源與資源盤查與管理。完成全數營運據點碳盤查後，即著手實施一系列內部能源管理措施，並規劃多項環境友善專案，藉此有效降低能源消耗、減少碳排放，同時提升能源使用效率與員工環保意識。

神腦持續強化環境與能源管理系統，透過系統化作法逐步優化能源利用，並推動碳減量行動，穩健朝向《巴黎協定》所設定的氣候目標邁進。

### 溫室氣體排放

2024 年，神腦國際溫室氣體排放總量為 5,104.4963 t-CO<sub>2</sub>e (類別 1 + 類別 2)，根據數據分析顯示，我們最主要的溫室氣體排放來源為外購電力，因此溫室氣體減量策略，主要是以用電管理、減少用電量為核心方針。

| 類別                | 2022                          | 2023                          | 2024                          |
|-------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 直接溫室氣體排放量 (類別一)   | 341.7181t-CO <sub>2</sub> e   | 550.1651t-CO <sub>2</sub> e   | 528.5585t-CO <sub>2</sub> e   |
| 能源間接溫室氣體排放量 (類別二) | 324.8234t-CO <sub>2</sub> e   | 5,030.9494t-CO <sub>2</sub> e | 4,575.9378t-CO <sub>2</sub> e |
| 總排放量 (類別一 + 類別二)  | 666.5415t-CO <sub>2</sub> e   | 5,581.1145t-CO <sub>2</sub> e | 5,104.4963t-CO <sub>2</sub> e |
| 營業額               | 29,143 佰萬元                    | 29,598 佰萬元                    | 30,751 佰萬元                    |
| 排放密集度 (總排放量/佰萬元)  | 0.0229t-CO <sub>2</sub> e/佰萬元 | 0.1886t-CO <sub>2</sub> e/佰萬元 | 0.166t-CO <sub>2</sub> e/佰萬元  |

註：

- 2024 年按 ISO 14064-1:2018 進行溫室氣體盤查，並通過 SGS-Taiwan 查證。
- 2024 年電力排碳係數 1kWh = 0.494kg-CO<sub>2</sub>e 計算，為經濟部能源署公告 112 年之電力排碳係數；GWP 引用 IPCC 2021 AR6。
- 計算溫室氣體包含為二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟碳化物、六氟化硫、三氟化氮，共 7 種。
- 2023 年起，盤查範疇為神腦全據點 (含辦公室、特約門市、維修門市及倉儲中心)，設定 2023 年為基準年。
- 2024 年溫室氣體相較 2023 年減少 476.6182 t-CO<sub>2</sub>e。

### 價值鏈溫室氣體排放

為了完整盤查組織溫室氣體排放量，我們依循 ISO 14064-1:2018 標準，計算價值鏈碳排放，2024 年針對類別三、四進行盤查。

| 類別   | 項目                             | 排放量                           |
|------|--------------------------------|-------------------------------|
| 類別三  | 員工商務差旅                         | 23.4878t-CO <sub>2</sub> e    |
|      | 員工通勤                           | 1,067.2075t-CO <sub>2</sub> e |
| 類別四  | 購買商品 (用水)                      | 6.7903t-CO <sub>2</sub> e     |
|      | 一般廢棄物處理                        | 35.3514t-CO <sub>2</sub> e    |
|      | 燃料及能源相關的活動                     | 977.2549t-CO <sub>2</sub> e   |
| 總排放量 | 2,110.0919 t-CO <sub>2</sub> e |                               |

## 碳管理擴大化：神腦啟動全營運據點溫室氣體盤查

神腦自 2018 年起，導入 ISO 14064-1:2006 溫室氣體盤查標準，並於 2021 年完成轉版至 ISO 14064-1:2018，將新店總公司納入盤查範疇，逐步建立組織層級碳盤查機制，並擴大涵蓋部分價值鏈排放來源，作為推動節能減碳與環境管理的基礎。

因應國內碳議題日益受重視，以及政府淨零轉型政策與相關路徑圖的推動，我們自 2024 年起與子公司同步啟動全營運據點溫室氣體盤查作業，逐步強化範疇一與範疇二排放的盤查範圍，提升組織碳排放管理的完整性與透明度。

此舉為神腦未來氣候治理工作的重要里程碑，亦將作為後續碳減量策略與中長期排放目標規劃的基礎依據。

## 能源使用狀況

| 項目                   | 2022         | 2023             | 2024             |
|----------------------|--------------|------------------|------------------|
| 電力                   | 638,160kWh   | 10,163,535.97kWh | 9,263,066.338kWh |
|                      | 2,297.376GJ  | 36,588.7295GJ    | 33,347.0388GJ    |
| 汽油                   | 123,497.25L  | 122,815.359L     | 120,771.404L     |
|                      | 4,030.3575GJ | 4,008.1038GJ     | 3,941.3989GJ     |
| 總使用量                 | 6,327.7335GJ | 40,596.8333GJ    | 37,288.4377GJ    |
| 營業額                  | 29,143 佰萬元   | 29,598 佰萬元       | 30,751 佰萬元       |
| 能源密集度 ( 總使用量 / 佰萬元 ) | 0.2171GJ/佰萬元 | 1.3716GJ/佰萬元     | 1.2126GJ/佰萬元     |

註：

1. 電力能源換算係數採用 1kWh=0.0036GJ。
2. 汽油能源轉換係數採用能源署 109 年能源產品熱值，1 公升 = 7,800kcal、1kcal=4,184J。
3. 2023 年起，盤查範疇為神腦全據點 ( 含辦公室、特約門市、維修門市及倉儲中心 )。

## 低碳行動

| 類別   | 說明                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 節能措施 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 節約用電：要求減少使用非公務使用之電器，午休時間關閉非必要之照明；室內溫度則設定在 26 度，並增加循環扇提升冷房效益，此外定期保養空調系統維持高效能，以節約用電。</li><li>● 節約用水：水龍頭加裝省水出水裝置、提升出水效率，並定期巡檢廁所馬桶避免漏水，以達節能省水效益。</li><li>● 照明系統：更換傳統 T8、鹵素燈具，改以 T5 或 LED 相關產品，可調整減少數量及達到節能效益。</li><li>● 事務機器：設定未使用時開啟節能模式，並整合相關單位共用共享資源。</li></ul> |
| 環保行動 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 逐步汰換空調：各地營運據點改採用 R410 及 R32 環保冷媒機種，以協助減緩地球暖化。</li></ul>                                                                                                                                                                                                        |

| 類別         | 說明                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 落實垃圾分類：辦公室增設垃圾分類及廚餘專用垃圾桶，以減少生活性廢棄物，增加可回收之垃圾有效分離回收。</li> <li>● 減少能源消耗：鼓勵員工以爬樓梯取代搭電梯，鍛鍊身體，健康又節能。</li> <li>● 響應綠色生活：鼓勵員工自備環保餐具、環保杯、環保袋，在外出用餐及消費時重複利用，並取消訪客使用拋棄式紙杯。</li> </ul>                                                                                                |
| 經銷通路低碳行動計畫 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 響應推動永續發展與友善環境理念，在門號申辦業務進行推動無紙化，以數位簽名取代紙本辦理各項業務，減少紙張耗量，以達節能減碳與實踐環境永續，創造綠色永續經營。</li> <li>● 無紙化數位簽名比例逾 90%，減少消耗 359,640 張用紙，約相當於減少砍伐 33 棵原木，等同減少 6,474 噸碳排放。</li> <li>● 2025 年持續推動無紙化作業，以達到低碳產出的目的。</li> </ul>                                                               |
| 零售通路低碳行動計畫 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 門市之門號申辦業務已改為無紙化數位簽名作業：「無紙化數位簽名比例逾 50%，減少消耗 4,509,552 張用紙，約相當於減少砍伐 410 棵原木，等同減少 81,172 噸碳排放」</li> <li>● 門市之未持單繳費業務之列印格式由原本的帳單紙/A4 紙，已改為小白單：「繳費業務調整為小白單比例逾 68%，減少消耗 6,228,212 張用紙，約相當於減少砍伐 566 棵原木，等同減少 112,108 噸碳排放」</li> <li>● 未來會持續推動其他紙張類憑證的無紙化作業，以達到低碳產出的目的</li> </ul> |
| 綜合 DM 印刷   | <p>2024 年綜合 DM 因印刷量縮減（與 2023 年相比），計算後約可減少 111 噸碳排放。</p> <p>註：2023 年用紙量 238.517 噸，2024 年用紙量 210.456 噸</p> <p>2024 年比 2023 年用紙量，238.517 噸 - 210.456 噸 = 共減少 28.061 噸</p> <p>節省約 6,173(千張)紙張(28.061 噸*22 萬張 A4)</p> <p>約 561 顆樹木(28.061 噸*20 棵樹)</p> <p>減少約 111 噸碳排放量 ((千張) *18 克) = 6,173(千張)*18 克</p>               |

(二) 水資源管理

神腦國際主要使用一般民生用水，來源為第三方供應單位（自來水系統）。雖非高用水產業，我們仍秉持節約用水的原則，推動內部水資源管理與效率提升。

2024 年，總用水量為 34.014 百萬公升。面對後疫情時代用水需求的變化，我們持續推動多項節水措施，包括更換省水型沖水設備與水龍頭、定期檢修漏水設施，以及對冷卻水塔實施定時啟用管理，以降低不必要的耗水，提升整體用水效率。

未來也將持續透過日常管理與設備改善，強化用水控管，落實環境永續責任。

用水量統計

|       | 2022            | 2023            | 2024            |
|-------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 用水量   | 8.79 百萬公升       | 31.743 百萬公升     | 34.014 百萬公升     |
| 營業額   | 29,143 佰萬元      | 29,598 佰萬元      | 30,751 佰萬元      |
| 用水密集度 | 0.0003 百萬公升/佰萬元 | 0.0011 百萬公升/佰萬元 | 0.0011 百萬公升/佰萬元 |

註：2023 年起，統計範疇為神腦全據點（含辦公室、特約門市、維修門市及倉儲中心）。

1.5°C 論壇

2024 年，神腦國際參與《天下雜誌》所舉辦之「企業 1.5°C論壇」，制定之減碳目標與路徑，經「企業減碳溫度計」(TRIPs)認定為 1.431°C，符合《巴黎協議》於本世紀末地球升溫不超過 1.5°C 之企圖心，並獲得 1.5°C標章證書，神腦將依循承諾，持續朝向淨零排放/碳中和邁進。

減碳目標：2022 響應母公司中華電信 2050 淨零承諾：2030 年減碳 50%（較 2020 年），2050 年達到淨零排放。本公司於 2024 年完成 2023 年神腦全據點溫室氣體盤查作業，將以 2023 年為基準年進行相關目標設定。2023 年溫室氣體排放總量中電力約佔 74.76%，故擬定溫室氣體減量未來方向，以每一年減少 1%（約 50.3095 kg-CO<sub>2</sub>e）用電總度數為目標，並積極加強宣導隨手關燈避免不必要浪費及控制空調溫度等措施因應；用水部份，以每一年減少 1%（約 0.3174 百萬公升）用水為目標，將逐步於外點辦公室及門市廁所裝設二段式沖水設備進行改善。

1.5°C 標準證書

Certification in Net-Zero Progress under Paris Agreement

茲證明 神腦國際企業股份有限公司

所制定之減碳目標與路徑，經「企業減碳溫度計」(TRIPs) 認證，符合《巴黎協議》於本世紀末地球升溫不超過 1.5°C 之企圖心，特此授予標章以茲認證，併期待 貴企業依循承諾，持續朝向淨零排放/碳中和邁進。

貴企業於「企業減碳溫度計」(TRIPs) 的溫度判定為 1.431 °C

此溫度判定係基於：  
☐科學減碳減量目標與路徑 (SBTi) 專家認證。  
☒企業減碳溫度計 (TRIPs) 依據貴企業相關之減碳目標與 AISTP 國際標準與多數指標計算得出。

1.5°C

天下雜誌 共同執行長 吳曉衡 吳曉衡 吳曉衡

神腦國際企業股份有限公司

符合《巴黎協議》減碳目標認證

Certification for Net-Zero Progress under Paris Agreement

1.5°C

神腦國際企業股份有限公司

1.431°C

8項減碳溫度計 TRIPs 得分

2024/05/01 - 2025/05/31

AISTP 天下雜誌

80



出處：天下雜誌

### (三) 廢棄物管理

神腦國際重視廢棄物管理與處置，積極推動廢棄物減量、回收與資源循環再利用。公司依廢棄物特性進行分類管理，並優先採用可回收、可再利用的處理方式，提升整體資源使用效率。

每年，我們持續執行多項廢棄物減量與回收專案，強化營運過程中的資源管理。除實務作法外，神腦亦重視員工對廢棄物議題的認識與參與，透過教育訓練與內部宣導，提升員工參與意願與行動力，共同落實廢棄物管理目標，推動企業向循環經濟方向發展。

#### 廢棄物管理方針

| 項目         | 說明                                                                                                                                                                                      |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 辨別廢棄物相關衝擊  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 神腦國際營運主要廢棄物分為：一般垃圾、可回收垃圾級，及維修電子類機板等三大類別；廢水部分則為一般生活汙水。</li><li>● 因目前焚化爐受到較嚴謹空汙排放標準、使用年限等及底渣受到掩埋場地目變更使用等因素，垃圾減量及回收循環使用等綠色經濟為眼前廢棄物的課題之一。</li></ul> |
| 預防衝擊機制     | 因應廢棄物採取行動：較嚴謹的垃圾分類，增加可回收或再利用之廢棄物。                                                                                                                                                       |
| 管控廢棄物處理供應商 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 總公司：辦公室廢棄物皆委由園區管委會，與合格之廢棄物處理廠商進行簽約執行。</li><li>● 其他營運處點：部份營運據點為獨立據點，無管委會，故需自行處理廢棄物；另一部份營運據點，有社區集中處理廢棄物區域，由管委會統一處理。</li></ul>                     |
| 數據量測及監控    | 自 2022 年 3 月起以定期進行實際秤重，計算報導邊界內廢棄物數據。                                                                                                                                                    |

#### 廢棄物管理成果

| 項目      | 2022         | 2023         | 2024         |
|---------|--------------|--------------|--------------|
| 總產生量    | 9.37 噸       | 126.8812 噸   | 104.0084 噸   |
| 營業額     | 29,143 佰萬元   | 29,598 佰萬元   | 30,751 佰萬元   |
| 廢棄物密集度  | 0.0003 噸/佰萬元 | 0.0043 噸/佰萬元 | 0.0034 噸/佰萬元 |
| 廢棄物回收量  | 17.73 噸      | 19.12 噸      | 11.16 噸      |
| 門市廢手機回收 | 1,920 支      | 1,561 支      | 13,597 支     |
|         | 1,644kg      | 1,671kg      | 2,188kg      |

- 註：
1. 2023 年起，廢棄物總產生量，統計範疇為神腦全據點（含辦公室、特約門市、維修門市及倉儲中心）。
  2. 統計以實際量測一個月工作天，推估為 2024 年廢棄物年產生量，皆為非有害廢棄物。
  3. 廢棄物回收量統計範疇為新店總公司。
  4. 依循管理委員會相關政策，自 2024 年起，樂利包、紙便當盒及紙杯不再分類回收，統一依規定作為一般廢棄物處理。



## 網購包裝減量目標

| 時程                 | 目標                             | 作法                                                                                                                                                                |
|--------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 短期目標年：<br>至 2025 年 | 以 2023 年為基準年，平均包材減重率減少至少 30%   | 調整包裝箱尺寸及重量：減少緩衝材使用數量，可原箱出貨之商品則儘量使用原箱出貨。                                                                                                                           |
| 中期目標年：<br>至 2026 年 | 以 2023 年為基準年，平均包材減重率減少至少 35%   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 規劃門市取貨商品視類別使用循環箱。</li> <li>● 設計回收獎勵機制，如：紅利點數發送。</li> </ul>                                                               |
| 長期目標年：<br>至 2030 年 | 以 2023 年為基準年，達成平均包裝材減重率 50%之目標 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 遵循包裝減量指引，制定包裝減量標準作業流程，並持續追蹤內部使用之相關包材是否符合規範。</li> <li>● 定期檢視使用之包裝材規格並適時調整製作較適當之規格，以期隨著銷售商品的多樣性變化，用更適宜之包裝材進行包裝。</li> </ul> |

註：

1. 遵守行政院環境部於中華民國 112 年 8 月 1 日公告之「網購包裝減量指引 2.0」。
2. 網購包材包含：紙類包裝箱、內箱緩衝材、膠帶。

## 網購包裝減成效：

- 為行政院環境部認證之網購包裝減量標章業者（全台共有 22 個 B2C 平台獲得此標章）。
- 現行使用之包材皆優於政府規定之包裝材料限制。
- 減少物流包裝衍生之廢棄物，對於環境產生的衝擊及資源浪費問題。

行政院環境部：

<https://enews.moe.gov.tw/Page/3B3C62C78849F32F/5a1ca2cf-0122-45ff-9902-621e37e39295>

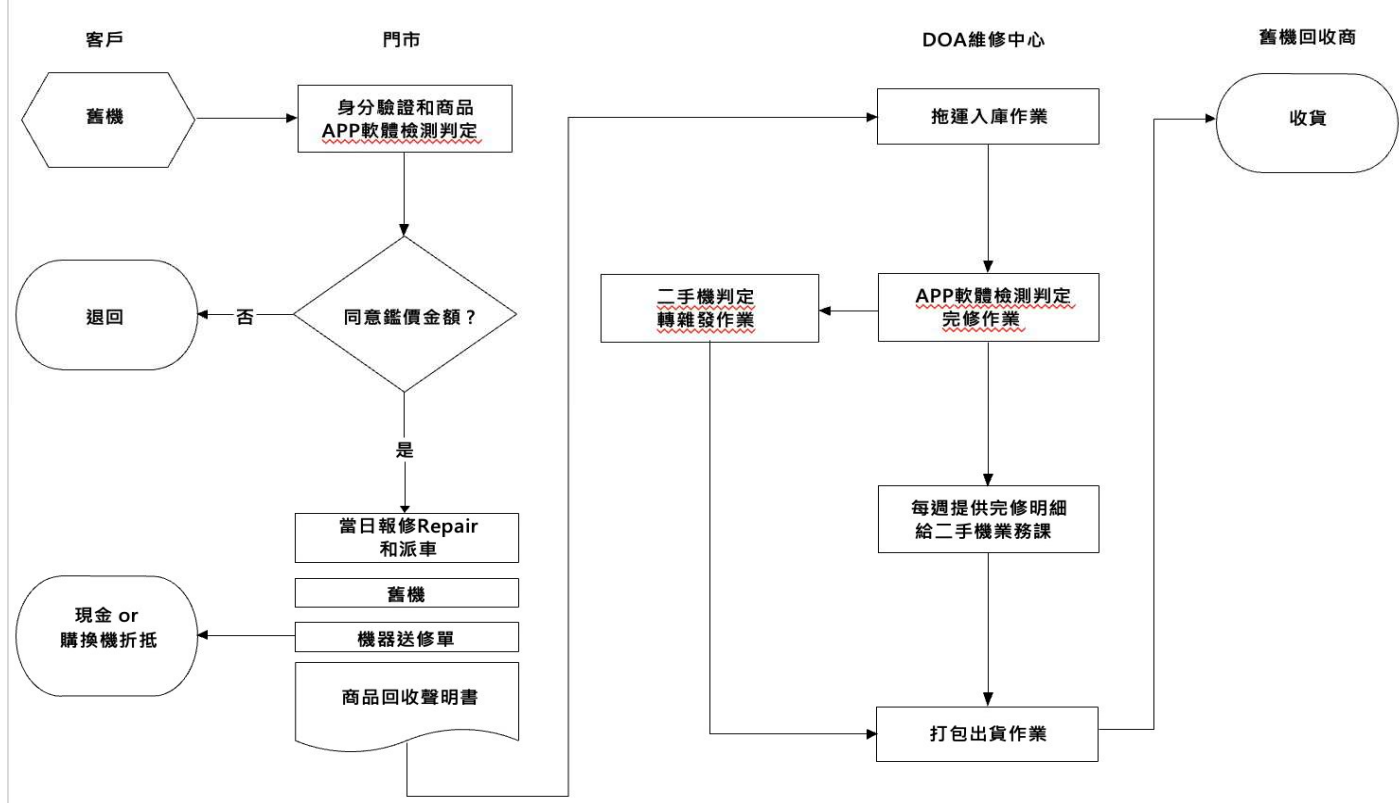
## (四) 二手機回收

隨著智慧型手機汰換週期逐漸縮短，所產生的大量報廢設備若未妥善處理，將可能對環境與人體健康造成潛在風險。為減緩電子廢棄物對環境的衝擊，神腦積極推動二手機回收行動，提供消費者便捷的回收管道與專業鑑價服務。

公司於全台直營門市設置廢棄手機回收桶，並依據內部管理規範，執行嚴謹的二手機回收流程，要求用戶簽署舊機回收聲明書，以保障資訊安全與顧客權益。

2024 年共回收 98,645 支二手機，其中 79,153 支進入回收再利用程序。門市專用回收桶另回收 13,597 支報廢手機及 2,188 公斤廢電池，有效減少電子廢棄物對環境的負荷，並推動資源循環與綠色價值鏈的發展。

| 負責單位                    | 回收流程說明                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 神腦特約門市，及其他通路據點          | 透過回收 APP 軟體檢測判定後，於維修系統建立單據後，並由門市消費加購品專區（CCR）進行銷貨作業，或由現金支付鑑價金額，並請客戶簽屬回收聲明書，完成後再進行二手機包裝與寄件作業，將二手機寄送至到貨即損（Damage On Arrival，簡稱 DOA）進行檢測作業並提供出貨報表，每周出貨給得標的合作廠商。                                                                                                             |
| 德誼數位、Studio A、iStore 門市 | 透過 EPBOX 手機回收機器人進行二手機回收鑑價，客戶同意回收即簽屬回收聲明書，並由電子支付鑑價金額，同時系統回傳判定資料至維修系統建立單據，完成後隔日派車請物流公司取回，DOA 進行完修檢測後，每周出貨給得標的合作廠商。<br>EPBOX 手機回收機器人：<br><a href="https://www.cht.com.tw/home/consumer/mobservice/basic/674">https://www.cht.com.tw/home/consumer/mobservice/basic/674</a> |



## 二手機回收月—政企合作，深化電子回收行動

神腦遵循母公司中華電信訂定的環境永續目標，積極為環境保護和 ESG 議題來努力。為實踐資源循環再利用，神腦國際積極響應環境部「手機回收月」活動，並攜手臺北市政府環境保護局推動資源回收行動。2024 年 10 月，神腦於臺北市 21 家直營門市設置廢棄手機、平板回收箱，鼓勵民眾將閒置裝置投入回收體系。為提升參與意願，凡回收 1 臺裝置，即可獲得 50 元超商禮券及抽獎資格，更提供加入神腦會員之額外獎勵，推廣綠色消費與循環經濟理念。

作為國內最大手機通路商，神腦自 2014 年起即投入二手機回收機制，至今累計回收近 40 萬臺手機，推估減碳量達 5,600 公噸，等同 23 座大安森林公園每年碳吸附總量，有效降低電子廢棄物對環境造成的影響。2024 年度回收裝置數已達 10 萬臺，顯示大眾對資源循環的意識逐步提升，尤其以 iPhone 14 與 15 系列回收最為踴躍，顯示用戶對裝置延壽與永續價值的重視。

除 iPhone 外，神腦回收通路涵蓋 Samsung、OPPO、vivo、小米等達 860 款 Android 機型，並設計優惠活動鼓勵「舊機換新機」，最高加碼折抵 3,000 元，提升消費者參與循環行動的誘因。

神腦亦重視回收流程的透明與個資安全，推出「神腦鑑價 APP」及線上估價系統，並於全台門市提供即時鑑價與回收作業。回收裝置全程經由神腦體系內部檢測、維修、資料清除及分類出貨，保障資訊安全並提升裝置再利用率。此外，神腦 Apple 授權維修中心亦針對 iPhone 14 至 16 系列提供維修折扣，鼓勵消費者維修取代丟棄，延長裝置使用壽命。

所有活動詳情以神腦官網或門市公告為準，更多資訊請參考：

- 「手機回收月」活動網頁：<https://reurl.cc/dyvbZy>
- 「高價收購舊機」活動網頁：<https://reurl.cc/WNVvoy>
- 「神選二手機」活動網頁：<https://reurl.cc/Klv35y>
- 「iPhone 維修優惠」活動網頁：<https://reurl.cc/Yqn05l>
- 神腦生活：<https://online.senao.com.tw/>

## 七、社會共好

我們長期關注社會共融與公益議題，透過實際參與與資源投入，促進社會更加平等、包容與永續的發展。我們以文教基金會為主要社會參與平台，統籌資源整合與計畫推動，聚焦於教育支持與在地需求回應。

除了提供物資與經費，我們更重視了解實際需求，協助提供合適資源，確保公益行動具體落實，並投入科技教育推廣，培育未來人才。

其中「手機維修庇護工場」即為神腦結合本業與社會責任的具體實踐。手機維修庇護工場秉持「訓用合一」理念，為身心障礙者提供系統化的專業技能訓練與就業支持，涵蓋教學、技術、行銷與管理等面向，依學員能力量身設計課程，協助其在學習與職場上穩定成長與自立。

神腦期望透過實質行動，創造有感價值，持續推動社會共好，讓更多人共享成長與發展的成果。

## (一) 神腦科技文教基金會

### 基金會宗旨

教育：全齡互助學習，活躍樂齡生活

土地：守護環境永續，傳承技藝與記憶

文化：弭平數位落差，縮短城鄉差距

關懷：關懷偏鄉人事物，陪伴社區再生



在企業與社會之間，搭建一座幸福的橋樑

神腦國際始終致力於在企業與社會之間尋找一條道路，搭建一座橋樑，讓更多人能夠幸福前行，也讓年輕世代懷抱希望，迎向未來。

**「我們並不偉大，但願意一路撒播快樂的種子，期待結出豐碩的善良果實。」**

神腦科技文教基金會成立於 1997 年，由神腦國際創辦人林保雍先生基於回饋社會的理念創立。自成立以來，基金會秉持推動社會公益、培育科技人才的宗旨，透過多元專案關懷這片土地，讓生活變得更簡單、更智慧、更美好。

#### ◆ 短期目標：發掘生活微光，記錄動人時刻

從通訊科技本業出發，基金會希望在忙碌的生活中，喚起大眾對日常微光片刻的關注。透過影像短片競賽，鼓勵全民拿起手邊器材記錄生活故事，並透過電視媒體與全台國中小學巡迴影展，邀請得獎團隊親自分享觀點，讓更多關於土地與人們的故事被看見。

#### ◆ 中期目標：守護在地社區，推廣智慧生活

基金會致力於培養熱衷公益的夥伴，發揮專業所長，加入「全齡教育課程」志工講師行列。我們透過科技應用、生活新知、健康保健等主題課程，推廣專業且實用的知識，促進人際連結，讓智慧生活的理念走入社區，帶來更多溫暖與關懷。

#### ◆ 長期目標：縮減數位落差，提升生活品質

隨著社會邁入超高齡化，我們期盼透過科技，縮減數位落差，幫助民眾提升生活品質，促進親友互動與人文素養。我們希望每個人都能隨著年歲增長，仍保持高品質的生活，實現「健康慢老」的理想，讓幸福成為一種日常。

## 社區參與專案大事紀

| 年度   | 內容                                                                                                                                                  |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2002 | 原鄉踏查系列活動開辦，邀集全國小學師生，透過電子書和網頁的製作，累積鄉土教育資源。                                                                                                           |
| 2009 | 開辦原鄉踏查紀錄片競賽與辦理數位應用學習計畫，落實鄉土教育並傳承在地文化。                                                                                                               |
| 2010 | 全國首創企業尾牙結合有機小農、友善環境小農之園遊會，透過園遊會增進企業員工、一般大眾與農民的溝通，除了支持小農產品銷售，亦提升社會大眾對「友善環境」的認知。                                                                      |
| 2011 | 「Smart 溝通·用愛行動」計畫以活躍老化為主軸，透過「寓教於樂」的活動促進家庭情感與對社區的認同。                                                                                                 |
| 2013 | 開辦愛心小農場，著重「環境友善」的議題，結合學校的課程、家長的協助及社區老農的知識，並活化校園閒置土地，讓學子化身為小小農夫，不但實際體會農友的辛勞進而愛惜食物，更能藉此培養珍視台灣生態、環境的下一代。                                               |
| 2020 | 辦理第一屆神腦紀錄生活-手機直式短片徵件，鼓勵全民用手機記錄下日常瞬間或是值得留存的片刻；擴大辦理原鄉踏查紀錄片競賽，吸引 180 組優秀團隊角逐參賽，締造投件量新猷。推廣全齡教育課程，於全台門市小講堂辦理 50 場次講堂、釋出 40 支線上學習影片。                      |
| 2021 | 神腦原鄉踏查紀錄片競賽獲編入「南一書局 - 公民與社會（探索與實作）」高中課本內容。第 13 屆原鄉踏查紀錄片競賽，不畏疫情影響，創下開辦 13 年史上最高報名徵件量，共 193 件。                                                        |
| 2022 | 全台辦理全齡教育課程，從門市精緻化服務，走入社區親自協助民眾，分別開設手機運用、健康保健、科技健康、生活新知，與親子故事等主題課程活動，共計 240 場次。                                                                      |
| 2023 | 原鄉踏查紀錄片競賽得獎影片於六都公用電視頻道、中華電信 MOD 串流平台播放；手機直式短片競賽增設不老導演推薦獎。                                                                                           |
| 2024 | 原鄉踏查紀錄片競賽得獎影片首次在公視 - 我們的島節目與原住民電視台播出，於臺南市定古蹟 - 臺南市南門電影書院舉辦為期三天、五場次原鄉踏查影展。手機直式短片競賽首創四大主題獎：拍拍日常獎、旅遊美景獎、賞味時光獎、寵愛毛孩獎，並增設不分組的小小導演推薦獎，鼓勵全民不分年齡，拿起手機隨手拍神片。 |

神腦科技教基金會館方網站：<https://www.senao.org.tw/>

神腦科技文教基金會 FB 粉絲專頁：<https://www.facebook.com/taiwansenaoorg/>

神腦自媒體：<https://www.youtube.com/channel/UC91CtpehWrhzxfIDPMhVzJA>



## 原鄉踏查

近年來，利害關係人對氣候變遷與碳排放風險的關注日益升高，而這些議題也間接加劇了「生物多樣性的流失 ( Biodiversity Loss )」。為提升大眾對環境保護與生態議題的關注，神腦科技文教基金會舉辦「原鄉踏查系列影像競賽」，並特設「環境生態特別獎」( 30 萬元 ) 及「原鄉踏查推薦獎」( 15 萬元 )，鼓勵民眾透過影像記錄環境生態與家鄉關懷的真實故事。

為進一步擴大議題影響力，神腦同步舉辦線上與實體影展，提升環境保護與生物多樣性的社會能見度。在線上影展方面，2022 年青年組最佳影片《種回一座森林》於原住民族電視台播出，並與其他 8 部得獎作品共同呈現多元環境議題。此外，公視《我們的島——環境映像》單元則播出 2023 年「環境生態特別獎」得獎作品《高等的溼地》，以及其他 5 部原鄉踏查得獎影片，內容涵蓋森林復育、濕地生態、農業與土地污染、風力發電與鯨豚生存、人類賴以維生的蜜蜂與蝙蝠等，充分展現神腦對生態永續及生物多樣性保育的承諾。

實體影展則於全台巡迴舉辦，並結合映後座談，深化觀眾對環境議題的理解。其中，雲林縣蔦松國中的校園影展特別放映 2023 年一般組優選作品《半徑 2.5 公里》，該片以蜜蜂的活動範圍為名，透過蜂農的視角，揭示蜜蜂在生態系統中扮演的生產、運輸與授粉等關鍵角色。影片引發在場國中生的深刻共鳴與熱烈討論，使他們意識到人類與蜜蜂的共生關係，以及蜜蜂在解決糧食問題與改善生態環境中的重要性，進一步體現生物多樣性對人類社會不可或缺的价值。



**我們的島**  
our island

# 環境映像

我們的島 X 各地導演 帶你進入環境視界  
公視每週一晚間十點、YouTube 同步播出

|                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <p><b>6/10 超級蝙蝠</b><br/>蝙蝠晝伏夜出，用超音波偵測環境與獵物，特殊的形體構造、奧妙的生活，以及狩獵、冬眠等行為，隨著科學家揭開蝙蝠不為人知的神秘面紗...</p> |  <p><b>6/17 高等的溼地</b><br/>中興新村被規劃為高等研究園區，環評通過後，南環心公共工程全面展開，新闢的濕地與鄰近的排水系統，基地產生積水，生物開始在此棲息繁衍...</p>   |  <p><b>6/24 鯨之聲</b><br/>現行最嚴格海獵限制打捕時，750公尺內不可有海豚出沒，打捕時聲不可超過160分貝，但這樣的限制，規模足夠保護海豚嗎？又會對海豚造成那些影響？</p> |
|  <p><b>7/1 平溪雙蛛</b><br/>住在平溪的阿公，因為過去當礦工的應酬感惡化，開始無法負荷辛苦的高溫而有放棄耕作的念頭，開始重新思考，決定重新接手家中產業...</p>    |  <p><b>7/8 半徑2.5公里</b><br/>蜜蜂在生態中擔任著生產、運輸及授粉的重要角色，活動範圍約在半徑2.5公里內，他們的日常，也間接幫助人們解決糧食問題及改善周圍的生態...</p> |  <p><b>7/15 農情</b><br/>農業時代的阿公，年輕時無法選擇職業，只能繼承祖業之志，面對許多農業災害時，仍沒有放棄耕作，樂觀的去面對這些讓人苦惱的問題。</p>           |
|  <p><b>7/22 身在蝠中</b><br/>在研究員的眼裡，蝙蝠只不過是人類所看不見的現實實力生存著；同時，作為環境生態中的重要幫手，他們非但一點都不可怕，還相當可愛。</p>    |  <p><b>7/29 菱藕</b><br/>菱藕林再次受到降水政策，人力短缺與自然生態劇烈變遷的困境。影片試圖以水田、農人、生態三面，向觀眾呈現菱藕，一窺菱藕不為人知的故事。</p>        |  <p><b>8/5 記白海豚悔過書</b><br/>不過20年間，臺灣白海豚族群數量銳減，目前僅存50多隻，棲地破壞、漁業結構、離岸風機、行政怠惰，都讓白海豚步上滅絕末路...</p>      |

環境映像 DM

## A. 隨手拍神片

「隨手拍神片」號召全民參與手機直式短片競賽，歡迎熱愛紀錄生活的民眾，以 90 秒內的短片分享最愛的神時光。競賽設有不分組獎項及四大主題獎。不分組獎項包含首獎、貳獎、參獎，並特別設立「不老導演推薦獎」與「小小導演推薦獎」，鼓勵長者與兒少參與。競賽主題包含：日常、旅遊、美食及寵物」四大類別。

身為「全台灣最大行動手持裝置通路商」，神腦發揮企業影響力，將首獎獎金提升至業界最高「20 萬元」，並首度促成六大手機品牌聯手推動全民影像創作。SAMSUNG、ASUS、OPPO、hTC、SONY、vivo 等品牌共同支持本活動，合計贊助價值 138,670 元的品牌手機作為獎品，並投入價值 35,000 元講師費支援社區手機快製課程，讓全民透過科技輕鬆記錄生活。

隨手拍直式短影音：<https://youtu.be/iH94wIMneK4?si=YzVHRWJEb1Ys8uf2>

| 隨手拍神片—2024 年成果效益                     |
|--------------------------------------|
| 1. 參賽作品：745 件，較前一年成長 610%            |
| 2. FB 貼文推廣：觸及總人數達 76 萬人，非會員達 87%     |
| 3. YT 觀看次數：YT Shorts 觀看次數，較前一年成長 29% |

## B. 原鄉踏查紀錄片競賽

原鄉踏查紀錄片競賽邁入第 16 屆，是全國參賽者年齡跨度最廣的紀錄片競賽。依年齡層劃分，特別設立兒少與青年獨立獎項，匯聚不同世代的多元視角，透過影像訴說對家鄉土地的關懷與熱愛。此外，本競賽亦是全臺專為環境議題設立高額獎金的紀錄片競賽，特別提供 30 萬元「環境生態特別獎」，鼓勵參賽者深入探索生活環境的變遷，培養觀點，深化與土地的情感連結。

本屆競賽以「啟動新視界」為主題，鼓勵民眾從自然、地方、社會與生活中發掘永續觀點。今年共收到 151 件作品，並如往年舉辦影片人氣票選獎，透過線上投票提升觀眾參與度，促進影片推廣，使參賽作品得以透過網路媒介傳播，讓更多人一同關注這片土地的故事。

2024 神腦原鄉踏查紀錄片競賽人氣獎票選：<https://youtu.be/JfVVUniB-nM?si=CPxQBEQOnrtHUaH2>

### 原鄉踏查紀錄片競賽—2024 年成果效益

1. 參賽作品：151 片
2. 人氣獎票選：影片總投票數 10,915 票、YouTube 獲 35,974 個觀看次數、訂閱人數增加 1,053 人



財團法人  
原住民族文化事業基金會  
Indigenous Peoples Cultural Foundation  
原住民族電視台 & 原住民族廣播電台  
Taiwan Indigenous TV & FM96.3 Alian Radio



## 智匯公益計畫 - 全齡教育課程

### A. 樂鄰學苑：用科技與知識拉近社區距離

以母公司最熟悉的通訊科技為基礎，精心規劃涵蓋科技應用、生活新知、健康保健與理財規劃等主題的精緻門市課程與社區推廣活動。今年，更攜手子公司神揚保代共同投入公益服務，為民眾提供更多元的學習資源。



- 科技講堂：由門市同仁與 3C 達人擔任講師，以淺顯易懂的方式，傳授智慧生活與科技應用的實用技巧。在競賽期間，更與手機品牌原廠及社區大學合作，開設手機拍片教學課程，幫助年長者輕鬆掌握影像創作技巧，享受拍片樂趣，透過科技拉近親友距離，分享美好生活。
- 健康講堂：由專業營養師與藥師授課，提供日常保健、簡易居家運動與健康飲食等預防醫學知識，幫助民眾養成良好生活習慣，提升健康意識。
- 理財講堂：由子公司神揚保代的理財專家授課，專為熟齡族群量身打造，解析醫療保障、退休財務規劃等關鍵議題，幫助民眾在財務管理上更具前瞻性，安心迎接未來。

透過這些多元化的課程，樂鄰學苑致力於將科技與知識帶入社區，讓每位民眾都能學習新技能、提升生活品質，享受更聰明、更健康、更安心的未來！



## B. 兒少紮根教育

以原鄉踏查相關影像競賽得獎影片為基礎，結合全台灣中小學校園主題活動、大型週會，邀請得獎團隊舉辦校園巡迴影展的實體座談活動，並於臺南南門電影書院舉辦為期三天、共計 5 場次的原鄉踏查影展，由創作團隊現身說法，闡述創作歷程的發現與刻劃真實的美好。

在兒少與青年組的創作者分享拍攝理念時，台下的觀眾往往是與他們年齡相仿，甚至更年長的學生與師長。對講者而言，這是難能可貴的經驗，而對觀眾來說，則是一次難得的啟發——看到同齡學子透過影像深刻觀察家鄉環境，不僅展現創作的可能性，也具有深遠的教育意義。

以 2023 年青年組最佳影片《林家小院》為例，當導演在深坑國中分享時，有學生提問：「深坑與片中主角的家園同樣是都市中的偏鄉，也面臨隔代教養與毒品氾濫等問題。主角如何在如此不利的環境中，仍保持正向思考的能量？」在這場實體對談中，觀眾不僅深入思考，更在討論與交流中悄然萌生學習與反思的契機。



《林家小院》深坑國中分享

### 樂鄰學苑—2024 年成果效益

推廣講座全年共計辦理 299 場次，活動橫跨全台 22 個縣市，縣市涵蓋率 100%

1. 門市精緻課程：共計於全台 57 間特約門市、辦理 241 場次
2. 社區推廣講座：共計於全台 19 地、辦理 58 場次，門市與社區共計 1,633 人次受惠
3. 實體影展：55 場次，共計 6,344 人次受惠

### 聯合捐血

神腦秉持回饋社會的信念，長期固定於寒暑假辦理捐血活動，希望藉由定期的號召，並提供健康小禮鼓勵總公司所在地 - 新店地區企業人士與在地居民每到此時就踴躍投入公益，今年為鼓勵民眾積極捐出「熱血」，與鼎馨獅子會合辦秋季捐血，為社會盡一份心力。2024 年共辦理 3 場次，364 人次成功捐血、募集 546 袋 250C.C 血袋。與 2023 年的 247 人相比，增加 32% 參與人次。



## 神腦藝術走廊

神腦長期支持藝文展覽活動，於總公司公共空間規劃「神腦藝術走廊」，對外作為新銳藝術家展演的舞台，對內提昇同仁的藝術人文氣質，同時美化公共空間佈置。

神腦藝術走廊以雙月展形式呈現，每兩個月更換檔期作品，2024 年共辦理 6 檔雙月展。

| 雙月展檔名             | 2024 年展期        |
|-------------------|-----------------|
| 林隆達-水墨創作展         | 1/11-3/7        |
| 張綺舫-「提琴密碼」水彩創作展-2 | 3/8-5/8         |
| 康台生-淬鍊-省思_攝影展     | 5/9-7/8         |
| 吳恭瑞-「因心造境」水墨畫展    | 7/9-9/9         |
| 王子麵 ( 三 )：溫暖時光插畫展 | 9/10-11/12      |
| 曾己議-憶戀美感油畫創作展     | 11/13-2025/1/12 |

## 2024 年投入經費一覽表

| 專案名稱   | 投入金額 ( 元 )  |
|--------|-------------|
| 原鄉踏查   | 5,679,487 元 |
| 智匯公益計畫 | 2,196,517 元 |
| 聯合捐血   | 101,186 元   |
| 總計     | 7,977,190 元 |



## (二) 神腦國際手機維修庇護工場

---

### 神腦庇護工場核心價值 — 職扶

神腦庇護工場秉持「訓用合一」原則，透過教學、技術、行銷、經營、管理完整專業的教育訓練，讓更多身心障礙朋友從事手機維修、資料建檔、客戶應對、料件管理等工作，給予穩定就業機會，讓他們學習到專業職能實務經驗，更重要的是培養身心障礙者積極進取的工作態度，建立人生美好價值觀。

---

秉持「取之社會、用之社會」的企業公民精神，神腦國際自 2006 年起與中華民國身心障礙自立更生創業協會策略合作，設立「神腦國際士林客服手機維修庇護工場」，為全台唯一全面聘僱身障工程師的手機維修服務據點，透過結合本業專長與公益理念，推動弱勢族群的職場參與，落實 SDG 10 減少不平等所倡導的「社會包容與機會平等」。

工場旨在提供身心障礙者穩定的就業環境，並協助取得手機維修等專業技能，提升自立能力。藉由政府補助與協會指導，神腦建構起完整的「技術訓練 - 職場實習 - 庇護就業 - 正式進用」支持體系，確保每位員工獲得適切的發展機會，體現 SDG 8 合適的工作與經濟成長「為所有人提供有尊嚴且包容的就業」之目標。

為提升社會大眾對身障就業的認識，神腦於 2017 年成立 Facebook 粉絲專頁「神腦樂扶之家」，以公益、愛心與服務為核心，透過網路社群分享工場故事與服務成果，擴大影響力並深化社區參與，呼應 SDG 11 永續城鄉強調的「社區包容與參與機會」。

在台北市政府主辦的庇護工場評鑑中，神腦於 2017、2019 與 2023 年三度獲得「甲等」評價，肯定其在專業訓練、品質管理與社會影響力等面向的積極作為。儘管 2021 年因疫情評鑑暫停，神腦仍持續優化庇護制度，為身心障礙者打造安全、穩定且可持續的職涯場域。2024 年接待中國福建省廈門市殘疾人聯合會來訪交流，展現神腦在身障就業實踐上的經驗分享。

展望未來，神腦國際將持續結合核心業務與社會關懷，深化庇護就業模式，推動技術創新與永續社會參與，為更多身心障礙者創造有尊嚴的就業機會，的打造共好的願景。



中國福建省廈門市殘疾人聯合會來訪交流

### 什麼是庇護工場？

「庇護工場」指的是身心障礙者製作產品和提供服務的場域；「庇護性就業」則指可為身心障礙者的需求和能力所調整的職業和工作場所。

神腦樂扶之家：<https://pse.is/AXR6P>

### 庇護工場人員組成

| 身心障礙員工 | 負責人 | 專任就業服務員 | 專任專案管理員 | 總人數 |
|--------|-----|---------|---------|-----|
| 5 人    | 1 人 | 1 人     | 1 人     | 8 人 |

### 重視員工權益

庇護工場與所有員工簽訂有《勞動契約》，並依法辦理參加勞工保險、全民健康，及其他社會保險，依相關勞動法規規定，確保庇護性就業者之權益。同時，我們依循《身心障礙者庇護工場設施及人員配置標準》，配置相關人員。

### 安全友善工作環境

神腦庇護工場依循《身心障礙者庇護工場設施及人員配置標準》，依員工及業務需求，確保職務空間動線規劃，符合相關法規與人員需求，並且提升工作效率與產能。

我們建立緊急災害、事故處理機制，明訂緊急事件處理辦法，強化組織分工及各項職務內容、每年定期辦理預防職業災害相關訓練課程，舉辦防災演練、確認逃生路線、滅火器使用方法。針對性騷擾防治措施，我們訂有申訴機制及懲戒辦法，並依規定每年定期進行臺北市性騷擾防治措施自主檢查，2024 年自主檢查結果皆符合。

## 員工滿意度調查

神腦國際手機維修庇護工場每年定期辦理員工滿意度問卷調查，評估構面涵蓋：工作滿意度、組織氣氛與認同、薪資福利、學習成長、績效考核與工作環境，做為優化庇護制度與管理機制之依據。

調查完成後，我們召開檢討會議，針對當年度得分最低項目與相關意見進行溝通與改善，冀望透過制度性溝通與支持機制，神腦持續強化庇護就業品質。

2024 年調查以「組織氣氛與認同」為平均得分最低（4.0），主因為個別同仁對升遷機會存有疑慮，希望轉任為公司正式員工。對此，職業就服專員已與該員工說明：升遷需依公司人事權責辦理，協會無法介入，但可提供職涯轉介協助。目前已為其申請身心障礙者職涯輔導服務，協助探索合適的發展方向。

| 項目   | 工作滿意度 | 組織氣氛與認同 | 薪資福利  | 學習成長  | 績效考核  | 工作環境  |
|------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|
| 5 分制 | 4.3 分 | 4.0 分   | 4.1 分 | 4.4 分 | 4.1 分 | 4.5 分 |

## 完善教育訓練

庇護工場的新進員工，皆需通過專業維修科目的訓練與評核，並提供二次補考的機會；針對既有員工，訂有《庇護員工升遷考核辦法及績效獎勵制度》，按相關規範，落實每年應執行之教育訓練，以確保所有員工的專業技能，及職場基本認識。

| 類型 | 內部訓練                                                                                                                                                     | 外部訓練                                                                                                                                                                            | 急救訓練                                                                                                                                     | 專業訓練                                                                                                                           |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 對象 | 全體內部員工                                                                                                                                                   | 就服專員                                                                                                                                                                            | 就服專員                                                                                                                                     | 技輔專員                                                                                                                           |
| 人次 | 52 人次                                                                                                                                                    | 4 人次                                                                                                                                                                            | 3 人次                                                                                                                                     | 3 人次                                                                                                                           |
| 內容 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 提升客戶服務品質與應對技巧。</li><li>● 手機保固範圍與常見維修爭議。</li><li>● 消費者爭議之申訴管道與案例探討。</li><li>● 消防逃生演練。</li><li>● 環境保護計畫。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 精障會所與其在台灣發展的歷史與挑戰。</li><li>● 精神衛生法及身心障礙者權益保障法對於精神障礙者就業之影響。</li><li>● 腦傷成因、簡易評估方式及面對工作易產生的問題因應之道。</li><li>● 勞動市場趨勢與身心障礙者就業之展望。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 第一類(精神障礙)服務對象認知能力評估、用藥副作用及處遇。</li><li>● 助人工作者的自我照顧-談替代性創傷。</li><li>● 自病症類群障礙者社交技巧訓練策略。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● Apple 年度新機 iPhone 16 系列線上課程訓練。</li><li>● 勞工職業災害保險及保護法。</li><li>● 戲劇復原力與工作實務。</li></ul> |
| 頻率 | 季 / 次                                                                                                                                                    | 不定時                                                                                                                                                                             | 不定時                                                                                                                                      | 不定時                                                                                                                            |
| 時數 | 10 小時                                                                                                                                                    | 18 小時                                                                                                                                                                           | 15 小時                                                                                                                                    | 12.5 小時                                                                                                                        |



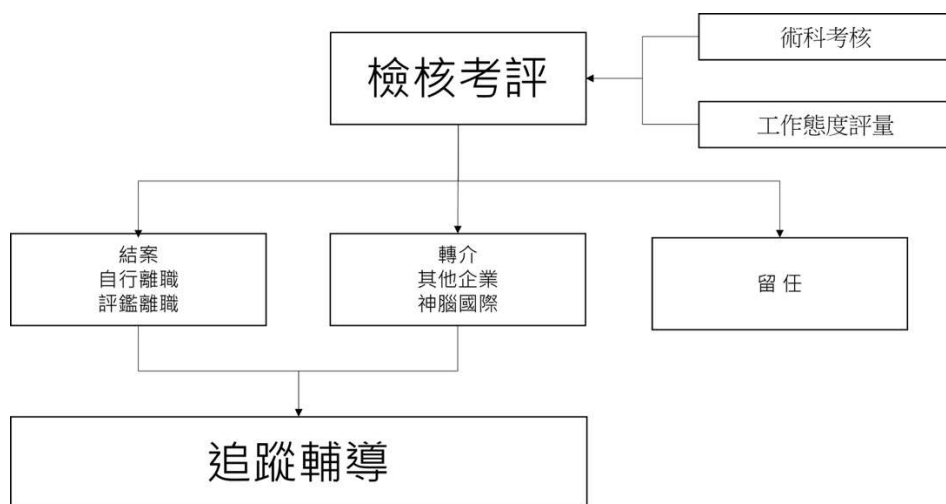
消費者爭議之申訴管道與案例探討

## 基礎訓練

| 項目              | 內容                                                 |
|-----------------|----------------------------------------------------|
| 客服技巧            | 了解客服應對相關處理模式，進而改善工作並增進效能。                          |
| 性騷擾防治           | 培養庇護性職場工作夥伴正確的職場倫理關係，並宣導兩性平權，防止職場性騷擾。              |
| 維修注意事項暨故障排除方法新知 | 為了讓庇護性職場工作夥伴即時更新專業知識、正確地工作態度、積極進取的工作理念及建立制度化之工作模式。 |
| 消防安全演練          | 重視職場安全，消防及逃生演練。                                    |

## 轉銜服務機制

依《庇護性就業服務流程第四項》：「庇護就業者工作能力提升後，庇護工場得依其意願積極協助進入一般性職場。」我們按實際需求，內部設有轉銜評估辦法及操作程序、升遷機制，協助工作優良、態度正確並符合神腦國際相關規定的員工，轉任正式員工，或連結其他服務體系。



### 身障工程師駐點，民權 Apple 授權維修中心

原任 Android 維修工程五名中，經內部評估後，先行將兩名工程轉任為 Apple 維修工程師。

- 2020 年：由北區維修中心指派已取得 Apple 認證之工程師擔任相關教育訓練講師，針對兩位進行必要的教育訓練，同時也協助指導取得 Apple 原廠認證，以利銜接民權 Apple 授權修中心開幕後的現場維修作業執行，兩位工程師均於 2020 年 12 月順利通過原廠認證季考試。
- 2021 年：Apple 原廠取消認證考試機制，改以上線課程研讀，完成原廠所規劃的指定課程後，即可獲得維修認證。
- 2022 年：四位身障工程師員工，由專員從旁指導協助下，均完成原廠所規畫的指定課程，取得可執行 Apple 系列手機維修認證。
- 2024 年：兩位工程師已順利完成相關新機線上指定課程，取得新機維修許可。



## 年度績效指標

| 項目    | 目標           | 實績           | 達成率  |
|-------|--------------|--------------|------|
| 維修台數  | 10,736 台     | 11,535 台     | 107% |
| 維修收入  | 26,400,000 元 | 30,750,956 元 | 116% |
| 服務滿意度 | 90%          | 95.4%        | 106% |

## 透明收支紀錄

庇護工場收入及支出，皆由神腦國際總公司會計及財務負責控管帳戶及登錄，收支以明細分類帳呈現，再由協會之會計及出納查核對帳。

除庇護員工及專案人員人事費用以外，庇護工場只針對電話費、水電費用及其他受補助核銷必要之開銷，備料及其他管銷由神腦國際負責，隨每季季報產出呈報做收支管控。

| 收入項目      | 金額          | 占比    |
|-----------|-------------|-------|
| 銷售 / 營業收入 | 1,631,245 元 | 39.2% |
| 政府補助總額    | 2,531,737 元 | 60.8% |

| 支出項目 | 金額          | 占比    |
|------|-------------|-------|
| 人事薪資 | 2,902,104 元 | 66.6% |
| 行政費用 | 1,457,032 元 | 33.4% |



## 附錄

### 董事會成員資訊

| 姓名  | 性別 | 參與的委員會                  | 任職其他重要職位 / 承諾的數量與性質                                          | 管理階層 | 獨立性 | 任期  | 企業衝擊 / 影響的相關能力                                                                                                  | 利害關係人代表 |
|-----|----|-------------------------|--------------------------------------------------------------|------|-----|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 余政憲 | 男  | 董事會                     | 台灣糖業股份有限公司董事<br>中華民國棒球協會副理事長<br>高雄高苑工商董事長<br>財團法人八卦寮文教基金會董事長 |      |     | 3 年 | 台灣糖業股份有限公司董事長<br>義守大學 管理科學研究所碩士                                                                                 | V       |
| 葉公亮 | 男  | 董事會<br>審計委員會<br>薪資報酬委員會 | 富邦綜合證券(股)公司董事                                                |      | V   | 3 年 | 康和綜合證券(股)公司董事長<br>康和期貨(股)公司 董事長<br>富邦行銷(股)公司 董事長<br>富邦金融控股(股)公司董事<br>富邦綜合證券(股)公司董事長<br>國立台灣大學財務金融所 EMBA         |         |
| 吳文燦 | 男  | 董事會<br>審計委員會<br>薪資報酬委員會 | 義傳科技(股)公司董事長                                                 |      | V   | 3 年 | 美國 Cortina Systems, Inc.副總裁<br>美國集通科董事長兼總經理<br>Broadcom 亞太區 SMB 部門總經理<br>Altimia (優碼)創辦人暨 CEO<br>美國華盛頓大學電機碩士、博士 |         |
| 葉福海 | 男  | 董事會<br>審計委員會<br>薪資報酬委員會 | 大聯大投資控股(股)公司副董事長<br>大聯大電子(股)公司董事<br>明基材料(股)公司獨立董事            |      | V   | 3 年 | 大聯大投資控股(股)公司執行長<br>詮鼎科技(股)公司執行長<br>億科國際(股)公司董事長<br>艾睿電子(股)公司總經理<br>宏碁電腦(股)公司副總經理<br>逢甲大學電子工程系                   |         |

|     |   |                         |                                                                                                               |   |   |     |                                                                           |   |
|-----|---|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|-----|---------------------------------------------------------------------------|---|
| 鄭閔卿 | 男 | 董事會<br>審計委員會<br>薪資報酬委員會 | 將來商業銀行股份有限公司獨立董事                                                                                              |   | V | 3 年 | 宏華國際(股)公司 董事長<br>中華電信(股)公司北區電信分公司總經理<br>中華電信(股)公司行動通信分公司副總經理<br>高雄工專電機工程科 |   |
| 胡學海 | 男 | 董事會                     | 中華電信個人家庭分公司總經理<br>台灣碩網網路娛樂(股)公司董事<br>台北金融大樓股份有限公司董事<br>宏華國際股份有限公司董事<br>中華投資股份有限公司董事<br>中華數位文創管理顧問(股)公司董事      |   |   | 3 年 | 中華電信個人家庭分公司總經理<br>成功大學交通管理碩士                                              | V |
| 林文智 | 男 | 董事會                     | 中華電信股份有限公司執行副總經理(業務)<br>智趣王數位科技股份有限公司董事長<br>中華電信基金會董事<br>中華數位文創管理顧問(股)公司董事<br>春水堂科技娛樂股份有限公司董事<br>願境網訊股份有限公司董事 |   |   | 3 年 | 中華電信股份有限公司業務管理處副總經理<br>逢甲大學自動控制工程碩士                                       | V |
| 柯素秋 | 女 | 董事會                     | 中華電信個人家庭分公司副總經理<br>智趣王數位科技股份有限公司董事                                                                            |   |   | 3 年 | 中華電信個人家庭分公司副總經理<br>政治大學土地行政學系                                             | V |
| 林保雍 | 男 | 董事會                     | 神準科技(股)公司董事<br>坤洲(股)公司董事長<br>正峯投資(股)公司董事長                                                                     | V |   | 3 年 | 神準科技(股)公司董事<br>坤洲(股)公司董事長<br>正峯投資(股)公司董事長<br>臺中縣立東勢初級中學                   | V |
| 林正峯 | 男 | 董事會                     | 全國電子(股)公司董事<br>燦坤實業(股)公司董事                                                                                    | V |   | 3 年 | 全國電子(股)公司董事<br>燦坤實業(股)公司董事<br>國立政治大學國際經營管理英語碩士                            | V |

|     |   |                         |                                                                                                                                                                                                                                                     |   |   |     |                                                   |   |
|-----|---|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|-----|---------------------------------------------------|---|
| 林正剛 | 男 | 董事會                     | 全國電子(股)公司董事                                                                                                                                                                                                                                         | V |   | 3 年 | 全國電子(股)公司董事<br>國立政治大學國際經營管理英語碩士<br>加拿大英屬哥倫比亞大學日文系 | V |
| 賈仲雍 | 男 | 董事會                     | 中華電信網路技術分公司總經理<br>中華電信歐洲有限責任公司董事長<br>台灣國際標準電子股份有限公司董事                                                                                                                                                                                               |   |   | 3 年 | 中華電信網路技術分公司副總經理                                   | V |
| 何英圻 | 男 | 董事會<br>審計委員會<br>薪資報酬委員會 | 91APP, Inc. 董事長<br>九易宇軒(股)公司董事長<br>全通路零售系統(股)公司董事長<br>91APP HK Limited 法人董事代表人<br>EasyStore Commerce Sdn. Bhd.<br>法人董事代表人<br>旌泓(股)公司法人董事代表人<br>全國電子(股)公司獨立董事<br>Omnichat Limited 法人董事代表人<br>NineYi Capital Inc.董事<br>N-Team, Inc.董事<br>和利忻資本(股)公司董事 |   | V | 3 年 | 雅虎奇摩電子商務<br>事業群總經理<br>興奇科技(股)公司<br>董事長            |   |

註：

1. 董事會於 2025 年 5 月 28 日完成改選。
2. 代表人數不足之社群 ( GRI 2-9-C-vi ) 「女性董事」：柯素秋

## 永續揭露指標：通信網路業

| 指標                                    | 揭露情形                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 一、消耗能源總量、外購電力百分比及再生能源使用率              | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 能源總消耗：37,381.7814 GJ</li> <li>● 外購電力百分比：100 %</li> <li>● 再生能源使用率：0 %</li> </ul>                                                                                                                                           |
| 二、總取水量及總耗水量                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 總取水量：34,014 m<sup>3</sup></li> <li>● 總耗水量：34,014 m<sup>3</sup></li> </ul>                                                                                                                                                 |
| 三、所產生有害廢棄物之重量及回收百分比                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 所產生有害廢棄物之重量：0 公噸</li> <li>● 所產生有害廢棄物之回收百分比：0%</li> </ul>                                                                                                                                                                  |
| 四、說明職業災害類別、人數及比率                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 職業災害類別：跌倒</li> <li>● 職業災害人數：3 人</li> <li>● 職業災害比率：14.69 %</li> </ul> <p>職業災害比率 = ( 可記錄之職業傷害人數 / 工作總時數 ) × 200,000</p>                                                                                                     |
| 五、產品生命週期管理之揭露：含報廢產品及電子廢棄物之重量以及再循環之百分比 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 含報廢產品及電子廢棄物之重量：0 公噸</li> <li>● 再循環之百分比：0%</li> </ul> <p>註：每年於全國直營門市、中華電信營業櫃台及公司官網進行二手機估價回收，並將其整理後以整新機之模式推出 ( 2024 年整新機數量為 79,153 支 )，除此之外，亦於直營門市設置回收桶，針對廢手機及廢電池進行回收 ( 2024 年報廢手機 13,597 支、廢電池 2,188KG )，藉此降低對環境負荷之衝擊。</p> |
| 六、與使用關鍵材料相關的風險管理之描述                   | 不適用                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 七、因與反競爭行為條例相關的法律訴訟而造成的金錢損失總額          | 無                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 八、依產品類別之主要產品產量                        | 屬本公司商業機密，不予揭露                                                                                                                                                                                                                                                      |

# 上市公司氣候相關資訊

## 1.氣候相關資訊執行情形

| 項目                                         | 執行情形                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。            | <p>ESG委員會主任及副主任委員，分別由董事長及總經理擔任，2人亦同時為董事會成員，確保氣候變遷相關議題，能在年度ESG委員會上，進行相關風險和機會的討論與審查，並向董事會進行彙報。</p> <p>也因為意識到氣候變遷議題的重要性，2022年響應母公司中華電信2050年淨零排放並簽署承諾書，將企業永續與氣候變遷透過相關機制及指標，來提升企業永續執行績效。</p> <p>ESG委員會下設環境永續小組，根據董事會所制定之長期策略，配合投資人、評比機構及利害關係之需求，評估相關氣候議題所帶來的風險與機會。</p> <p>此外，ESG 委員會審視公司碳管理策略，規劃妥適預算執行行動方案，確保氣候策略能逐步於營運活動中展開，目前相關管理責任已於 2024 年已完成全神腦（含子公司）營運據點全面性的 ISO 14064-1 溫室氣體盤查工作。</p> |
| 2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務（短期、中期、長期）。 | <p>身為全台行動手持裝置最大通路商，秉持著「讓生活更簡單、更聰明、更美好」的服務理念，發揮產業核心價值與競爭力，以「誠實、專業、堅定、創新」的企業文化做對社會、對產業有利的事情。</p> <p>根據不同的時間範疇，評估及分析氣候變遷相關的風險和機會，短期（2025 年），中期（至 2030 年）和長期（2050 年以後）。</p>                                                                                                                                                                                                                 |
| 3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。                    | <p>我們認為，氣候變遷所帶來機會，會反應在未來的產品及服務上。所以，我們目前也在持續關注，及尋求合適發展的綠色標的，期望累積更多創新服務及創新事業的動能，在低碳及智慧經濟中搶得先機。</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。         | <p>神腦國際訂有「風險管理作業規定」各部門應辨識重大風險之優先順序，針對氣候相關議題之風險，擬定因應對策，並得視需要向董事會報告。對於氣候變遷相關風險，神腦國際由環境永續小組，針對氣候變遷議題涵蓋範疇，及業務或日常營的影響進行系統評估及分析。</p> <p>上述分析，包括了按風險類型進行重大營運流程的檢視，並針對相關節能方案，評估其結果及提升相關設施的調適能力。</p> <p>環境永續發展小組，定期了解氣候變遷相關風險狀況，必要時</p>                                                                                                                                                          |

|                                                                                                                   |                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                   | <p>評估分析結果，並視風險程度，採取相關緩解措施。</p> <p>在流程面上，環境永續小組之評估分析及回饋意見，改善既有風險管理機制，確保更符合營運面之需求，必要時向董事會報告，力求將氣候變遷相關風險融入企業風險管理流程中。</p> |
| 5. 若使用「情境分析」評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。                                                            | 目前尚未執行 TCFD 情境分析。                                                                                                     |
| 6. 若有因應管理氣候相關風險之「轉型計畫」，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。                                                           | 目前尚未執行相關轉型計畫風險評估。                                                                                                     |
| 7. 若使用「內部碳定價」作為規劃工具，應說明價格制定基礎。                                                                                    | 目前尚未制定內部碳定價。                                                                                                          |
| 8. 若有設定「氣候相關目標」，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用「碳抵換」或「再生能源憑證（RECs）」以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量。 | 目前尚未設定氣候相關目標。                                                                                                         |
| 9. 溫室氣體盤查及確信情形                                                                                                    | 詳下表。                                                                                                                  |

### 1-1 最近二年度公司溫室氣體盤查及確信 / 驗證情形

- (1.) 2024 年度完整溫室氣體盤查及確信 / 驗證資訊詳永續報告書 p.78-79 揭露。
- (2.) 2023 年度溫室氣體盤查及確信 / 驗證情形，如下：

| 項目  | 總排放量<br>(公噸 CO <sub>2</sub> e) | 密集度<br>(公噸 CO <sub>2</sub> e/營業額) | 查證/確信機構    | 查驗/確信情形<br>說明 |
|-----|--------------------------------|-----------------------------------|------------|---------------|
| 範疇一 | 550.1651                       | 0.0186                            | SGS-Taiwan | 通過            |
| 範疇二 | 5,030.9494                     | 0.1700                            | SGS-Taiwan | 通過            |
| 範疇三 | 1,148.7514                     | 0.0388                            | SGS-Taiwan | 通過            |

註：

- 按 ISO 14064-1:2018 進行溫室氣體盤查，並通過 SGS-Taiwan 查證。
- 電力排碳係數 1kWh = 0.494 kg-CO<sub>2</sub>e 計算，為經濟部能源署公告 112 年電力排碳係數；GWP 引用 IPCC 2021 AR6。
- 計算溫室氣體包含為二氧化碳、甲烷、氧化亞氮、氫氟碳化物、全氟碳化物、六氟化硫、三氟化氮，共 7 種。
- 2023 年盤查範疇為神腦全據點（含辦公室、特約門市、維修門市及倉儲中心），設定 2023 年為基準年。
- 溫室氣體排放量之密集度以每單位營業額（新台幣佰萬元整）計算。
- 範疇三項目包括員工商務差旅、廢棄物處理及清運、外購自來水、燃料及能源相關活動。



## 1-2 溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫

1. 本公司實收資本額未達新台幣五十億元，依金管會金管證發字第11103849344號函規定，應自2027年起完成盤查資訊揭露，2029年起完成確信資訊揭露。
2. 本公司於2024年完成2023年神腦全據點溫室氣體盤查作業，將以2023年為基準年進行相關目標設定。在2023年溫室氣體排放總量中電力約佔74.76%，故擬定溫室氣體減量未來方向，以每一年減少1%用電總度數為目標，並積極加強宣導隨手關燈避免不必要浪費及控制空調溫度等措施因應；用水部份，將逐步於外點辦公室及門市廁所裝設二段式沖水設備，以每一年減少1%用水為目標進行改善。

# 永續會計準則 ( SASB ) 索引表：多線和專業零售商與配銷商

神腦國際持續強化永續資訊揭露，參考及對應永續會計準則 ( SUSTAINABILITY ACCOUNTING STANDARDS BOARD，簡稱 SASB ) 詳列我們所屬的行業「多線和專業零售商與配銷商 ( Multiline and Specialty Retailers and Distributors ) 」揭露準則永續主題 ( 共 5 項 )，索引永續指標 ( 共 11 項 ) 與活動指標 ( 共 2 項 ) 所對應的內容與報告頁碼。

本索引所揭露的數據，除另有說明外，統計截至日均為 2024 年 12 月 31 日。

表 1. 永續揭露主題及指標

| 主題<br>Topic | 代碼<br>CODE   | 指標<br>METRIC                                           | 頁碼<br>PAGE |
|-------------|--------------|--------------------------------------------------------|------------|
| 零售及配銷之能源管理  | CG-MR-130a.1 | (1)總能源消耗量、(2)電網電力百分比，及(3)再生百分比                         | 108        |
| 資料安全        | CG-MR-230a.1 | 對辨認及因應資料安全風險之作法之描述                                     | 108        |
|             | CG-MR-230a.2 | (1)資料洩露數量、(2)屬於個人資料洩露之百分比、(3)受影響之客戶數                   | 108        |
| 勞動實務        | CG-MR-310a.1 | (1)平均時薪及(2)賺取最低工資之店內及配銷中心員工之百分比，按地區別                   | 109        |
|             | CG-MR-310a.2 | 店內及配銷中心員工之(1)自願及(2)非自願離職率                              | 109        |
|             | CG-MR-310a.3 | 與違反勞動法規有關之法律程序導致之貨幣性損失總額                               | 109        |
| 勞工多元及包容性    | CG-MR-330a.1 | 針對(a)高階管理階層、(b)非高階管理階層及(c)所有其他員工之(1)性別及(2)多元群體之代表性之百分比 | 109        |
|             | CG-MR-330a.2 | 與違反就業歧視有關之法律程序導致之貨幣性損失總額                               | 109        |
| 產品取得、包裝與行銷  | CG-MR-410a.1 | 經第三方環境或社會永續取得標準認證之產品收入                                 | 110        |
|             | CG-MR-410a.2 | 對評估及管理產品中化學品相關風險或危害之流程之討論                              | 110        |
|             | CG-MR-410a.3 | 對減少包裝對環境影響之策略之討論                                       | 111        |

表 2. 活動指標

| 代碼<br>CODE  | 活動指標<br>METRIC      | 頁碼<br>PAGE |
|-------------|---------------------|------------|
| CG-MR-000.A | (1)零售地點及(2)配銷中心數之數量 | 112        |
| CG-MR-000.B | (1)零售空間及(2)配銷中心之總面積 | 112        |

# 1. 永續揭露主題與指標

## 零售及配銷之能源管理

### CG-MR-130a.1 (1) 總能源消耗量 (2) 電網電力百分比，及 (3) 再生百分比

1. 總能源消耗量：37,381.7814 GJ
2. 電網電力百分比：89.21 %
3. 再生百分比：0 %

## 資料安全

### CG-MR-230a.1 對辨認及因應資料安全風險之作法之描述

1. 辨認資訊系統中，造成資料安全風險漏洞的方法
  - 神腦國際定期執行風險稽核，並依據發現事項改善，依照國內法規、主管機關頒布之最新資訊安全規定，定期改善、更新公司資訊安全政策。
  - 每年依照國際外部環境、國內資安威脅趨勢、公司內部評估、既有資安系統使用報表，及資訊安全事件等因素，進行分析，完成資訊安全風險評估報告。
  - 使用大數據分析公司的日誌紀錄，定期使用弱點掃描系統掃描公司全系統，定期辦理滲透測試、紅隊演練。
  - 加入國家級 TWCERT 組織，以資安通報聯防，關注國內、外資安相關情資，定期參與國際型資安會議，掌握最新技術與威脅情資。
  - 導入惡意封包監控機制及主機端點防護系統，與資安廠商合作，即時分析內部使用狀況。
  - 導入建置多個資安系統，靜態應用程式安全測試 ( SAST )、軟體組成分析 ( SCA )，持續監測應用程式開發過程與所使用的第三方元件，確保程式碼安全性與開源授權合規性。
2. 處理辨識到的資料安全風險與漏洞
  - 神腦國際依循國際標準及政府法規，建立資訊安全管理規範，針對內部系統，強化防護建立業務持續運作機制，降低企業資訊安全風險。
  - 重要資訊服務，選擇通過國際各種資訊標準的雲端服務商，其他資訊服務選任優良合格的供應商並每年進行評鑑汰換。
  - 定期委託第三方專業資安公司，進行滲透測試或紅隊演練，並在時限內將弱點完成修補。
  - 每年全體員工進行 1 小時以上的教育訓練及測驗，加強員工資訊安全的認知。

### CG-MR-230a.2 (1)資料洩露數量、(2)屬於個人資料洩露之百分比、(3)受影響之客戶數量

1. 資料洩漏數量：0 件
2. 屬於個人資料洩漏之百分比：0 %
3. 受影響之客戶數量：0 人

## 勞動實務

### CG-MR-310a.1. (1)平均時薪及(2)賺取最低工資之店內及配銷中心員工之百分比，按地區別

1. 門市與配銷中心員工平均時薪：0.3073 仟元
2. 門市與配銷中心員工領取最低工資百分比：0 %

註：邊界為全台

### CG-MR-310a.2.店內及配銷中心員工之(1)自願及(2)非自願離職率

1. 自願離職率：12.8467 %
2. 非自願離職率：0.8029 %

註：

1. 揭露範疇：台灣；包含門市人員、客服、倉儲（不含計時人員）。
2. 3 個月內離職者，不納入離職率計算

### CG-MR-310a.3 與違反勞動法規有關之法律程序導致之貨幣性損失總額

無相關情事發生

## 勞工多元及包容性

### CG-MR-330a.1 針對(a)高階管理階層、(b)非高階管理階層及(c)所有其他員工之(1)性別及(2)多元群體之代表性之百分比

1. 性別百分比

| 性別 | 高階主管 |        | 非高階主管 |        | 所有其他員工  |        |
|----|------|--------|-------|--------|---------|--------|
|    | 人數   | 占比     | 人數    | 占比     | 人數      | 占比     |
| 女  | 6 人  | 33.33% | 40 人  | 39.22% | 1,075 人 | 56.14% |
| 男  | 12 人 | 66.67% | 62 人  | 60.78% | 840 人   | 43.86% |
| 合計 | 18 人 |        | 102 人 |        | 1,915 人 |        |

2. 多元代表性百分比

|       | 高階主管 |      | 非高階主管 |        | 所有其他員工  |        |
|-------|------|------|-------|--------|---------|--------|
|       | 人數   | 占比   | 人數    | 人數     | 占比      | 人數     |
| 身心障礙者 | 0 人  | 0%   | 2 人   | 1.96%  | 17 人    | 0.89%  |
| 原住民   | 0 人  | 0%   | 0 人   | 0%     | 15 人    | 0.78%  |
| 一般身份  | 18 人 | 100% | 100 人 | 98.04% | 1,883 人 | 98.33% |
| 合計    | 18 人 |      | 102 人 |        | 1,915 人 |        |

3. 針對員工多元化，我們訂有平等進用政策，並依《身心障礙者權益保障法第 38 條規定》雇用身心障礙員工 19 人，含輕度 10 人，中度 1 人，重度 8 人，換算進用身心障礙者人數 27 人。

註：平等進用政策詳見官網資訊 [https://www.senao.com.tw/about\\_us6.php](https://www.senao.com.tw/about_us6.php)

### CG-MR-330a.2 與違反就業歧視有關之法律程序導致之貨幣性損失總額

無相關情事發生

## 產品取得、包裝與行銷

### CG-MR-410a.1. 經第三方環境或社會永續取得標準認證之產品收入

7,181,179 仟元

### CG-MR-410a.2. 對評估及管理產品中化學品相關風險或危害之流程之討論

神腦國際為台灣 3C 商品最大通路及代理商，非終端產品製造商，但我們仍致力於減少產品對消費者健康安全之危害，透過下列作為來進行潛在風險之評估及管理，以確保我們所代理及銷售之第三方產品，在化學品及有害物質之使用上，能得到有效控管及足夠之評估資訊：

- 於採購流程中，針對代理及購買之產品，要求供應商 / 代理商，須盡到產品資訊告知義務，提供產品相關化學品及有害物質使用之承諾書 / 證書。
- 如可行，供應商於提供產品時，須提供原廠、製造商所出具之品化學品管制文件、化學品驗證文件，如，REACH、RoHS，以利神腦國際採購單位，有效推行化學品相關風險與危害管理。

#### 1. 化學品管理

##### (1) 化學品使用時機：

目前神腦於維修端使用之化學品主要有四種，分別為異丙醇、洗淨劑、DOWSIL™ SE 9160 Adhesive 及 EH9777BS，主要用於手持智慧裝置產品之清潔，與黏著兩種用途。

異丙醇、洗淨劑：使用於清潔，如：機身指紋、油墨去除，整機清潔消毒，貼合殘膠去除、主機板焊油清潔及受潮鏽蝕銅氯去除。

DOWSIL™ SE 9160 Adhesive 及 EH9777BS：使用於黏著，如：手機屏幕液晶面板壓合製程。

##### (2) 化學品領用與管制：

- 異丙醇及洗淨劑領用：工程師於維修過程需使用時，與倉儲保管人提出領用需求，倉儲保管人於倉庫保管地分裝後，配發予需求人。
- DOWSIL™ SE 9160 Adhesive 及 EH9777BS 領用：工程師於維修過程需使用時，與業務保管人提出領用需求，保管人審查領用正當性後，於儲存管制區取出，並登記領用紀錄表後，配發予需求人。

##### (3) 管理作業流程：

神腦國際為台灣 3C 商品最大通路及代理商，非終端產品製造商。係透過採購流程中，要求供應商提供，產品製造商所出具之產品化學品管理/認證文件，以進行消費者使用風險評估。

#### 2. 加強與供應商溝通：化學品使用優先順序，及替代化學品開發

神腦以文件（如 E-mail），每年定期進行供應商宣導，告知新世代消費者對於永續產品之重視，神腦國際落實綠色採購理念，鼓勵供應商製造/提供，不含對人體有害之化學品商品予神腦，並期望於產品設計及製造階段，運用環境化設計思維，儘量使用綠色化學品，來取代傳統可能對人體有健康潛在風險之化學品。

#### 3. 銷售產品完整化學配方之揭露

神腦國際所代理及銷售之商品，均要求其代理及製造商，須遵守生產國 / 進口國當地產品資訊標示法規，明示產品標示資訊。

#### 4. 化學成份驗證

- (1) 神腦國際無自有品牌，故無進行產品化學成分檢測相關機制。
- (2) 針對第三方品牌產品，目前尚無相關措施/機制，選擇已取得通過化學成分第三方認證之產品，然，我們於採購流程中，針對代理及購買之產品，要求供應商/代理商，須盡到產品資訊告知義務，並且提供產品相關化學品及有害物質使用之承諾書/證書。

#### CG-MR-410a.3. 對減少包裝對環境影響之策略之討論

針對倉儲物流包裝進行減量，神腦以適當大小紙箱為包材，並使用環保材質之緩衝材，用以防止商品因運送過程中的衝擊而造成損傷。

##### 1. 遵守行政院環境部公告之「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」：

###### (1) 包裝材料限制使用實施方式：

- 包裝材料不使用含聚氯乙烯 (PVC) 材質之物品。
- 紙類包裝箱 (袋) 之瓦楞紙箱 (盒)、紙板產品及紙漿模製品，其回收紙混合率應為百分之九十以上。
- 塑膠類包裝箱 (袋) 及緩衝材應以再生料摻配比率百分之二十五以上製成。

###### (2) 商品包裝重量比值應符合以下規定：

- 包裝箱 (袋) 內商品總重二百五十公克以上且未滿一公斤，其包裝重量比值須小於百分之四十。
- 包裝箱 (袋) 內商品總重一公斤以上且未滿三公斤，其包裝重量比值須小於百分之三十。
- 包裝箱 (袋) 內商品總重三公斤以上，其包裝重量比值須小於百分之十五。
- 商品包裝重量比值計算 =  $\left[ \frac{\text{網際網路購物包裝材料重量}}{\text{網際網路購物包裝材料重量} + \text{商品總重量}} \right] \times 100\%$ 。

##### 2. 執行作法：

- (1) 包裝材料未使用含聚氯乙烯 (PVC) 材質之物品，現行使用 OPP (膠帶)、HDPE (內箱緩衝材)。
- (2) 紙類包裝箱 (袋) 之瓦楞紙箱 (盒)、紙板產品及紙漿模製品，其回收紙混合率已達百分之九五以上。
- (3) 緩衝材之再生料摻配比率達百分之三十，且有 GRS 全球回收標準認證。
- (4) 統計包裝重量比值相關數據並產出報告。

##### 3. 執行績效及成果：

- (1) 為行政院環境部認證之網購包裝減量標章業者。(全台共有 22 個 B2C 平台獲得此標章)
- (2) 現行使用之包材皆優於政府規定之包裝材料限制。
- (3) 減少物流包裝衍生之廢棄物，對於環境產生的衝擊及資源浪費問題。

環境部：<https://enews.moe.gov.tw/Page/3B3C62C78849F32F/5a1ca2cf-0122-45ff-9902-621e37e39295>



## 2. 活動指標

### CG-MR-000.A (1)零售地點及 (2) 配銷中心之數量

| 項目     | 2024  |
|--------|-------|
| 零售地數量  | 417 個 |
| 配銷中心數量 | 4 個   |

### CG-MR-000.B (1) 零售空間及 (2) 配銷中心之總面積

| 項目      | 2024             |
|---------|------------------|
| 零售空間總面積 | 17,914.8363 平方公尺 |
| 配銷中心總面積 | 9,745.46892 平方公尺 |

## GRI 內容索引表

|              |                                                                        |
|--------------|------------------------------------------------------------------------|
| 使用聲明         | 報導組織「神腦國際企業股份有限公司」，已依循 GRI 準則報導 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期間的内容。 |
| 使用的 GRI 1    | GRI 1：基礎 2021                                                          |
| 適用的 GRI 行業準則 | N/A                                                                    |

| GRI 準則          | 揭露項目            | 資訊位置     | 省略 |    |    |
|-----------------|-----------------|----------|----|----|----|
|                 |                 |          | 要求 | 理由 | 解釋 |
| GRI 2 一般揭露 2021 |                 |          |    |    |    |
| 組織及報導實務         |                 |          |    |    |    |
| 2-1             | 組織詳細資訊          | 4        |    |    |    |
| 2-2             | 組織永續報導中包含的實體    | 4        |    |    |    |
| 2-3             | 報導期間、頻率及聯絡人     | 4-5      |    |    |    |
| 2-4             | 資訊重編            | 4        |    |    | 無  |
| 2-5             | 外部保證 / 確信       | 4        |    |    |    |
| 活動與工作者          |                 |          |    |    |    |
| 2-6             | 活動、價值鏈和其他商業關係   | 13,20,34 |    |    |    |
| 2-7             | 員工              | 58       |    |    |    |
| 2-8             | 非員工的工作者         | 60       |    |    |    |
| 治理              |                 |          |    |    |    |
| 2-9             | 治理結構及組成         | 100-102  |    |    |    |
| 2-10            | 最高治理單位的提名與遴選    | 24       |    |    |    |
| 2-11            | 最高治理單位的主席       | 24       |    |    |    |
| 2-12            | 最高治理單位監督衝擊管理的角色 | 40       |    |    |    |
| 2-13            | 衝擊管理的負責人        | 40       |    |    |    |
| 2-14            | 最高治理單位於永續報導的角色  | 40       |    |    |    |
| 2-15            | 利益衝突            | 25-26    |    |    |    |
| 2-16            | 溝通關鍵重大事件        | 27       |    |    |    |
| 2-17            | 最高治理單位的群體智識     | 24       |    |    |    |
| 2-18            | 最高治理單位的績效評估     | 41       |    |    |    |
| 2-19            | 薪酬政策            | 26       |    |    |    |
| 2-20            | 薪酬決定流程          | 26       |    |    |    |
| 2-21            | 年度總薪酬比率         | 27       |    |    |    |
| 策略、政策與實務        |                 |          |    |    |    |
| 2-22            | 永續發展策略的聲明       | 6        |    |    |    |
| 2-23            | 政策承諾            | 28       |    |    |    |
| 2-24            | 納入政策承諾          | 28       |    |    |    |

| GRI 準則            | 揭露項目                           | 資訊位置  | 省略 |     |       |
|-------------------|--------------------------------|-------|----|-----|-------|
|                   |                                |       | 要求 | 理由  | 解釋    |
| 2-25              | 補助負面衝擊的程序                      | 28    |    |     |       |
| 2-26              | 尋求建議和提出疑慮的機制                   | 28    |    |     |       |
| 2-27              | 法規遵循                           | 27    |    |     |       |
| 2-28              | 公協會的會員資格                       | 48    |    |     |       |
| 利害關係人議合           |                                |       |    |     |       |
| 2-29              | 利害關係人議合方針                      | 47    |    |     |       |
| 2-30              | 團體協約                           | 65    |    |     |       |
| GRI 3：重大主題 2021   |                                |       |    |     |       |
| 3-1               | 決定重大主題的流程                      | 42    |    |     |       |
| 3-2               | 重大主題列表                         | 42-44 |    |     |       |
| 3-3               | 重大主題管理                         | 45-46 |    |     |       |
| GRI 201：經濟績效 2016 |                                |       |    |     |       |
| 201-1             | 組織所產生及分配的直接經濟價值                | 17    |    |     |       |
| 201-2             | 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會           | 31-32 |    |     |       |
| 201-3             | 確定給付制義務與其他退休計畫                 | 64    |    |     |       |
| 201-4             | 取自政府之財務補助                      | 17    |    |     |       |
| GRI 202：市場地位 2016 |                                |       |    |     |       |
| 202-1             | 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率        | 61    |    |     |       |
| 202-2             | 雇用當地居民為高階管理階層的比例               | 59    |    |     |       |
| GRI 204：採購實務 2016 |                                |       |    |     |       |
| 204-1             | 來自當地供應商的採購支出比例                 | 35    |    |     |       |
| GRI 305：排放 2016   |                                |       |    |     |       |
| 305-1             | 直接（範疇一）溫室氣體排放                  | 76    |    |     |       |
| 305-2             | 能源間接（範疇二）溫室氣體排放                | 76    |    |     |       |
| 305-3             | 其它間接（範疇三）溫室氣體排放                | 76    |    |     |       |
| 305-4             | 溫室氣體排放強度                       | 76    |    |     |       |
| 305-5             | 溫室氣體排放減量                       | 76    |    |     |       |
| 305-6             | 臭氧層破壞物質(ODS)的排放                | -     |    | 不適用 | 無相關排放 |
| 305-7             | 氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx)、及其它顯著的氣體排放 | -     |    | 不適用 | 無相關排放 |
| GRI 401：勞雇關係 2016 |                                |       |    |     |       |
| 401-1             | 新進員工和離職員工                      | 59    |    |     |       |
| 401-2             | 提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利         | 62-63 |    |     |       |

| GRI 準則                                  | 揭露項目                     | 資訊位置 | 省略 |    |       |
|-----------------------------------------|--------------------------|------|----|----|-------|
|                                         |                          |      | 要求 | 理由 | 解釋    |
| 401-3                                   | 育嬰假                      | 64   |    |    |       |
| GRI 407：結社自由與團體協商 2016（非重大主題，按政府政策要求揭露） |                          |      |    |    |       |
| 407-1                                   | 可能面臨結社自由及團體協商風險的營運據點或供應商 | -    |    |    | 無相關情事 |
| GRI 417：行銷與標示 2016                      |                          |      |    |    |       |
| 417-1                                   | 產品和服務資訊與標示的要求            | 51   |    |    |       |
| 417-2                                   | 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件    | 51   |    |    |       |
| 417-3                                   | 未遵循行銷傳播相關法規的事件           | 51   |    |    |       |



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE  
SENAO INTERNATIONAL CO., LTD.'S ESG REPORT FOR 2024

NATURE AND SCOPE OF THE ASSURANCE

SGS Taiwan Ltd. (hereinafter referred to as SGS) was commissioned by SENAO INTERNATIONAL CO., LTD. (hereinafter referred to as SENAO) to conduct an independent assurance of the ESG Report for 2024 (hereinafter referred to as the Report). The assurance is based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology and AA1000 Assurance Standard v3 Type 1 Moderate level during 2025/04/08 to 2025/05/15. SENAO Taiwan operational and service sites as disclosed in SENAO's ESG Report of 2024. The boundary is not the same as SENAO's consolidated financial statements.

SGS reserves the right to update the assurance statement from time to time depending on the level of report content discrepancy of the published version from the agreed standards requirements.

INTENDED USERS OF THIS ASSURANCE STATEMENT

This Assurance Statement is provided with the intention of informing all SENAO's Stakeholders.

RESPONSIBILITIES

The information in the SENAO's ESG Report of 2024 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and the management of SENAO.

SGS has not been involved in the preparation of any of the material included in the Report.

Our responsibility is to express an opinion on the text, data, graphs and statements within the scope of assurance based upon sufficient and appropriate objective evidence.

ASSURANCE STANDARDS, TYPE AND LEVEL OF ASSURANCE

The assurance of this report has been conducted according to the AA1000 Assurance Standard (AA1000AS v3), a standard used globally to provide assurance on sustainability-related information across organizations of all types, including the evaluation of the nature and extent to which an organization adheres to the AccountAbility Principles (AA1000AP,2018).

Assurance has been conducted at a type 1 moderate level of scrutiny.

SCOPE OF ASSURANCE AND REPORTING CRITERIA

The scope of the assurance included evaluation of quality, accuracy and reliability of specified performance information as detailed below and evaluation of adherence to the following reporting criteria:

| Reporting Criteria Options |                                         |
|----------------------------|-----------------------------------------|
| 1                          | AA1000 Accountability Principles (2018) |
| 2                          | GRI (In Accordance with)                |

- AA1000 Assurance Standard v3 Type 1 evaluation of the report content and supporting management systems against the AA1000 Accountability Principles (2018) is conducted at a moderate level of scrutiny, and therefore the reliability and quality of specified sustainability performance information is excluded.
- The evaluation of the report against the requirements of GRI Standards, includes GRI 1, GRI 2, GRI 3, 200, 300 and 400 series claimed in the GRI content index as material and is conducted in accordance with the standards.

#### **ASSURANCE METHODOLOGY**

The assurance comprised a combination of pre-assurance research, interviews with relevant employees, superintendents, ESG committee members and the senior management in Taiwan; documentation and record review and validation with external bodies and/or stakeholders where relevant.

#### **LIMITATIONS**

Financial data drawn directly from independently audited financial accounts, Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) and SASB have not been checked back to source as part of this assurance process.

#### **INDEPENDENCE AND COMPETENCE**

SGS affirm our independence from SENAO, being free from bias and conflicts of interest with the organisation, its subsidiaries and stakeholders.

The assurance team was assembled based on their knowledge, experience and qualifications for this assignment, and comprised auditors registered with ISO 26000, ISO 20121, ISO 50001, SA8000, QMS, EMS, SMS, GPMS, CFP, WFP, GHG Verification and GHG Validation Lead Auditors and experience on the SRA Assurance service provisions.

#### **FINDINGS AND CONCLUSIONS**

##### **ASSURANCE OPINION**

On the basis of the methodology described and the assurance work performed, we are satisfied that the specified performance information included in the scope of assurance is accurate, reliable, has been fairly stated and has been prepared, in all material respects, in accordance with the AA1000 Accountability Principles (2018).

We believe that the organisation has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting.

#### **ADHERENCE TO AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018)**

##### **INCLUSIVITY**

SENAO has demonstrated its commitment to stakeholder inclusivity and engagement. A variety of engagement efforts, such as surveys and communications with employees, customers, investors, suppliers, ESG experts, governments, communities, and other stakeholders, have been implemented to strengthen the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, SENAO may proactively consider facilitating more direct, two-way involvement of stakeholders during engagement activities.



## **MATERIALITY**

SENAO has established a systematic process and continuously adopts various analytical approaches to refine the identification of issues that are material to the business. Formal reviews have identified stakeholders and the issues that are material to each group. The report addresses these issues at an appropriate level, reflecting their importance and priority to the respective stakeholders.

## **RESPONSIVENESS**

The report addresses how stakeholders are engaged and outlines the channels available for their feedback.

## **IMPACT**

SENAO has demonstrated a process for identifying and fairly representing impacts that encompasses a range of environmental, social, and governance topics from a wide range of sources, such as activities, policies, programs, decisions, and products and services, as well as any related performance. Measurement and evaluation of its impacts related to the material topic were in place at the target setting with a combination of qualitative and quantitative measurements.

## **ADHERENCE TO GRI**

The report, SENAO's ESG Report of 2024, is reporting in accordance with the GRI Universal Standards 2021. The significant impacts were assessed and disclosed in accordance with the guidance defined in GRI 3: Material Topic 2021 and the relevant 200/300/400 series Topic Standard related to the material topics claimed in the GRI content index. The report has properly disclosed information related to SENAO's contributions to sustainable development. SENAO has effectively utilized a cross-referencing approach with the official website in the report, enhancing its readability. It is recommended that future reports provide more detailed descriptions regarding the commitment of the highest governance body, as well as how the organization has applied due diligence to manage its impacts on the economy, environment, and people.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



Stephen Pao  
Business Assurance Director  
Taipei, Taiwan  
06 June, 2025  
[WWW.SGS.COM](http://WWW.SGS.COM)



**AA1000**  
Licensed Report  
000-8/V3-BPZHF



[www.senao.com.tw](http://www.senao.com.tw)



永續發展實務守則



維修服務



神腦人才  
招募網站



神腦樂扶之家



神腦生活  
APP下載



財團法人  
神腦科技文教基金會