



2025

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

關於本報告書.....	4
經營者聲明.....	6
年度 ESG 亮點.....	8
發展里程碑.....	11
一、神腦國際.....	13
(一) 組織架構.....	14
(二) 財務績效.....	17
(三) 通路服務.....	20
二、公司治理.....	24
(一) 治理機制.....	25
(二) 誠信經營.....	30
(三) 風險管理.....	31
(四) 採購實務.....	37
(五) 資訊安全.....	41
三、永續管理.....	44
(一) ESG 委員會.....	45
(二) 重大主題.....	47
(三) 利害關係人溝通.....	55
四、待客如親.....	57
(一) 實體服務與維修據點.....	62
(二) 隱私權保護.....	63
(三) 客服中心.....	65
五、幸福職場.....	68
(一) 人力結構.....	69
(二) 員工福利.....	73
(三) 人權守護.....	80
(四) 訓練與發展.....	83
(五) 員工多元化.....	88
(六) 健康與安全.....	90
六、環境永續.....	95
(一) 能源管理.....	98
(二) 水資源管理.....	103
(三) 廢棄物管理.....	105
(四) 二手機回收.....	108

七、社會共好.....	112
(一) 神腦科技文教基金會.....	113
(二) 神腦國際手機維修庇護工場.....	129
附錄.....	134
董事會成員資訊	134
永續揭露指標-通信網路業	137
上市公司氣候相關資訊	138
永續會計準則 (SASB) 索引表：多線和專業零售商與配銷商.....	142
GRI 內容索引表.....	148
保證聲明書	151

關於本報告書

編輯原則

本報告書依循全球永續性報導準則 (GRI Standards) 編製，揭露神腦 2025 年於環境 (E)、社會 (S) 及公司治理 (G) 面向之管理機制、推動作為與執行成果，作為與投資人、客戶、供應商、員工及社會大眾等利害關係人溝通永續資訊之管道。

報告內容聚焦於神腦對永續相關風險與機會之辨識、因應方式及管理作法，並說明我們如何依重大性分析結果，規劃資源配置及推動相關行動。報告所揭露之資料均由各權責單位提供，並經內部彙整與檢視，以提升資訊之可追溯性與可查證性。

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 2025 年 1 月 1 日至 2025 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 2024 年，或說明已規劃將於 2026 年實施之行動方案。

註：

1. 本報告發行頻率為每年一次，上次發行日：2025 年 6 月；下次發行日：2027 年 6 月。
2. 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各相關單位提供資料，經彙整及初步分析後，由編輯小組進行審核，並提交各權責單位主管確認，最終經公司最高管理階層審閱及核定後發布。揭露資訊均留存相關佐證文件，以維持資料之可追溯性與可查證性。若有資訊重編情形，將於相關章節、議題或表格中說明重編原因及影響範圍。

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

如果您對神腦的《永續 / ESG 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 2025 年，台灣正式啟動碳費徵收制度，並持續依循淨零轉型路徑推動各項配套措施，象徵我國已全面邁入「排碳有價」與「減碳有責」的新階段。隨著制度逐步落實與政策工具日益完善，企業面臨的氣候治理要求亦持續提升。雖然，我們目前尚未列入首波碳費徵收對象，但我們深知，面對全球淨零轉型浪潮，企業不能僅是被動因應，更應主動布局。除了持續掌握自身溫室氣體排放量與主要排放來源外，我們也積極思考如何透過具體減量策略與內部碳管理機制，逐步建立更具韌性的永續經營模式。透過「永續 (ESG) 報告書」，我們希望與各界利害關係人分享我們在永續治理、環境保護及社會責任上的努力與成果，也誠摯邀請更多夥伴與我們攜手同行，共同為永續未來貢獻力量。

「在企業與社會之間，尋找一條路、一座橋，讓更多的人能夠幸福地走著，也讓更多的年輕人帶著希望向前行。我們並不偉大，但是一路上，願意種下無數快樂種子，期待結出無比碩大的善良果實」—因此，神腦國際秉持與社會共好的初心，神腦國際於 1997 年成立「神腦科技文教基金會」，在深耕本業的同時，也持續投入社會公益與人才培育。我們相信，科技不只是產業發展的工具，更應成為連結人與土地、知識與未來的重要力量。多年來，基金會持續推動科技教育、公益倡議與在地關懷，期盼讓更多人重新關注我們所生活的土地、周遭的環境，以及與我們共同生活的人事物，並將這份關懷傳遞給下一代，深化對自然生態、環境人文與鄉土文化的理解與熱愛，讓永續的價值在日常中扎根。

自 2002 年起，神腦科技文教基金會持續舉辦「原鄉踏查」系列活動，鼓勵人們重新認識自身所處的土地與環境，透過走進地方、走進社區、走進真實生活，培養更多元的視角與更深刻的理解。透過影像記錄在地故事與環境變遷，讓更多關於土地與人之間的連結被看見與傳承；同時引導參與者運用鏡頭進行觀察與記錄，深化對環境與社區的關懷，內容涵蓋自然生態、環境永續、人文藝術、語言文化及產業生活等面向，並融入教育意涵，引導參與者透過觀察與記錄，將感動轉化為理解，將理解轉化為行動。因為我們始終相信，唯有真正走近土地，才更能理解這片土地所承載的記憶與未來，也才能讓關懷不只是理念，而是成為一種持續實踐的力量。

面對高齡化社會的來臨，我們也持續思考，企業可以如何透過自身專長，為社區帶來更多實際而溫暖的支持。因此，我們推動「樂鄰學苑」，以通訊科技與生活知識為基礎，發展社區型終身學習課程，聚焦於「手機科技應用」、「健康老化」及「社區韌性」三大主題，希望透過更貼近生活的方式，縮短數位落差，提升高齡族群的生活品質。2025 年由董事長帶領，結合地方政府、民意代表及警察機關，共同推動 AI 樂鄰學苑課程，將科技教育與生活安全議題導入社區。並從單點逐步擴展至週遭區域，周邊區域，串聯成更綿密的全齡學習網絡。對我們而言，科技的意義，不只是創新與效率，更在於是否能讓每一位需要幫助的人，都有機會被看見、被陪伴、被支持。

在追求營運成長與企業價值提升的同時，面對全球 2050 淨零轉型趨勢，神腦國際於 2024 年完成全神腦 (含子公司) 營運據點全面性的 ISO 14064-1 溫室氣體盤查作業，並以 2023 年作為基準年，

逐步規劃減碳路徑、設定減碳目標，推動具體行動方案。我們相信，減碳不是一時的口號，而是一項需要被持續管理、持續落實的長期承諾。面對氣候變遷、環境污染與資源永續，我們持續從營運日常中落實環境行動，在直營門市廣設回收箱，推動廢舊手機及電池回收，鼓勵消費者以實際行動參與循環經濟。2025 年，我們亦攜手臺北市政府推廣行動電源安全回收，持續響應手機回收月活動，累計回收舊、廢手機已達 10 萬臺，藉此降低對環境的衝擊。同時，我們也持續推動無紙化作業，推廣數位簽名及無紙化憑證，將綠色營運理念落實於日常管理之中。致力於綠色永續經營，為環境持續發展貢獻力量。

同時，2025 年政府持續推動體育與運動發展政策，並透過組織升格與制度強化，完善全民運動推廣及運動產業發展基礎，逐步落實運動平權與永續治理目標。本著對本地人文與鄉土的熱愛，我們亦持續關注體育發展議題，並透過支持多元運動活動，作為社區回饋的重要一環，進一步結合健康促進與環境永續理念，實踐企業於社會責任與永續發展上的承諾。

展望未來，面對氣候變遷、人口結構改變與社會需求持續演變等挑戰，我們將持續秉持誠信經營的核心價值，以客戶為核心，穩健推動低碳經營與永續轉型，並與所有利害關係人攜手合作，匯聚更多善的力量。我們相信，每一項對環境的珍惜、每一次對社會的投入、每一份對土地的關懷，終將形成改變未來的力量。未來，我們也將持續以更具體的行動，回應時代的期待，為台灣的淨零未來、社會共好與永續發展，做出更積極且深遠的貢獻。

董事長



創辦人暨總裁



年度 ESG 亮點

導入 EAP 員工協助方案 強化人才永續與幸福職場機制

神腦國際秉持「以人為本」的經營理念，於 2025 年 10 月 1 日正式導入員工協助方案 (Employee Assistance Program, EAP)，將員工身心健康與職場支持機制納入人才永續與企業永續發展的重要推動項目。此次制度導入，除強化既有員工關懷措施外，亦透過制度化與專業化管理，逐步建構更完整的員工支持機制，展現公司對人才發展與健康職場之重視。

透過外部專業資源與協助，EAP 提供心理諮詢、壓力調適、法律與財務諮詢，以及家庭與職涯相關協助等多元服務，協助同仁於面對工作與生活議題時，能取得適切且即時。相關服務採保密原則與專業轉介機制，以維護隱私與使用安心，並透過定期檢視與持續精進，優化員工關懷措施與內容。

整合 ESG「S」與「G」面向 強化組織韌性與管理機制

EAP 制度除關注員工福祉外，亦呼應 ESG 中社會 (S) 與公司治理 (G) 面向之管理精神，協助公司提升組織支持能力與風險管理機制。

◆ 社會 (S) 建立多元協助資源與心理安全職場文化

神腦國際透過 EAP 平台提供多元且具保密性之諮詢管道，並搭配心理健康宣導與相關教育活動，提升員工對壓力管理、自我照顧及資源運用之認識。同時，亦強化主管於團隊關懷與溝通管理角色，協助建立尊重、信任與包容之職場互動文化。透過制度化之關懷機制，公司持續營造友善且安心的工作環境，提升員工安全感與組織凝聚力，並作為穩定人才發展與促進員工投入之重要基礎。

◆ 公司治理 (G)：強化風險預防與支持機制覆蓋

EAP 制度之導入，有助及早辨識潛在職場壓力與員工支持需求，作為人力資源管理與健康促進規劃之參考。為提升資源可近性，提供電話及電子郵件等諮詢方式，協助全臺門市與後勤單位員工於不同工作場域下，皆能取得相關支持資源。

此外，於不涉及個人隱私之前提下，透過整體使用趨勢與議題類型分析，作為後續優化員工關懷措施、人力資源制度與健康促進方向之參考，持續提升管理機制之完善性與組織韌性。

人才永續 即為企業永續

神腦國際深信，企業長期競爭力來自於人才的健康、成長與投入。EAP 制度的推動，代表我們將員工關懷措施進一步納入長期人才發展與職場健康管理的一環，持續營造具心理安全感、關懷能量與組織韌性的友善職場。

未來，神腦國際將持續精進 EAP 服務內容，並結合健康促進與人才發展規劃，落實「科技賦能、人才永續」的策略方向，與員工及利害關係人共同推動兼具營運穩健與社會價值的永續發展。



人力資源部李文鈴資深經理開場，說明 EAP 制度推動與員工身心健康承諾。



顧問公司介紹 EAP 使用方式與實際情境，提升員工認知與信任。



專業心理師主講心理健康議題，增強員工壓力辨識與自我照護能力。



專業心理師主講心理健康議題，增強員工壓力辨識與自我照護能力。

發展里程碑

年度	內容
1979 年	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 年	更名為神腦國際企業股份有限公司
1996 年	獲證管會核准公開發行
2000 年	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 年	● 股票上市 ● 經濟部工業局獲准重要科技事業完成證明
2003 年	與中華電信行動通信分公司簽訂《策略聯盟契約》
2005 年	第二季華亞廠進駐完成
2006 年	● 中華電信宣佈公開收購神腦 3 成股權 ● 正式分割無線通訊事業群，成立神準科技股份有限公司 ● 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》
2007 年	● 成為中華電信手機獨家通路商 ● 中華電信完成公開收購，成為神腦最大股東
2008 年	榮獲 SGS 服務品質驗證最高榮譽之肯定
2011 年	神腦第一家數位匯流門市正式在台北開幕
2012 年	提供消費者「手機送修 全年無休」的差異化服務
2013 年	關聯企業神準科技股份有限公司股票上櫃(TWSE #3558)
2015 年	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 年	神腦跨足 O2O 神腦線上開站
2018 年	首次發行「企業社會責任 (CSR) 報告書」，取得 SGS 外部保證聲明書 展開溫室氣體盤查專案，取得 SGS ISO 14064-1:2006 查驗聲明書

年度	內容
2019 年	● 獲頒 TCSA 台灣企業永續獎 企業永續報告類第一類銅獎 ● 「神腦線上」正式更名「神腦生活」
2020 年	第六屆公司治理評鑑上市公司排名首度進入前 6%~20%
2021 年	推廣無本創業平台「much much」
2022 年	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 年	● 取得 ISO 27001:2013 資訊安全管理系統國際標準認證 ● 遵循行政院環境部於 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
2024 年	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
2025 年	● 響應母公司編製首本 TCFD 報告書 ● 導入 EAP 員工協助方案 ● 回收舊、廢手機數達 10 萬支

一、神腦國際

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），結合 3C 數位匯流行銷於全台，為全台行動手持裝置最大通路商。自 2007 年中華電信入股至今，我們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，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，深耕「誠實、專業、堅定、創新」的企業文化，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。

因應數位化發展及智慧聯網應用普及，智慧型手機、平板電腦及數位家電已成為消費者日常生活中的重要商品。神腦國際以消費者需求為核心，推動「全時段、全商品、全服務、全通路」之新零售模式，並透過「神腦生活（Senaonline）」串聯銀行及電子支付服務，整合線上與線下之資訊流、金流及物流，提供更便利的數位交易與服務體驗。

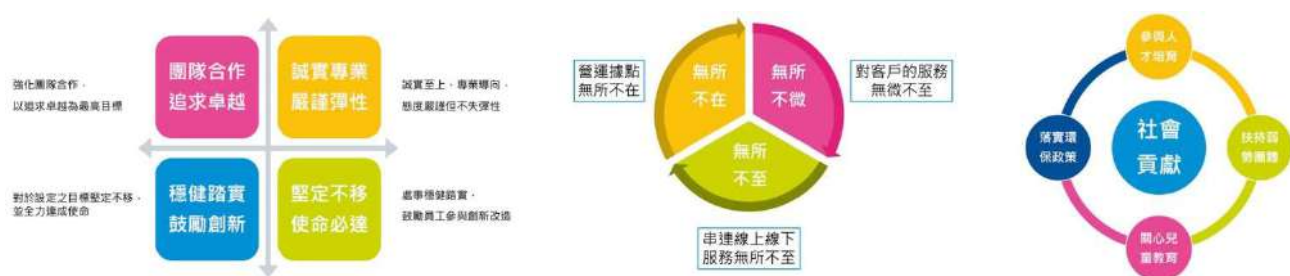
隨著 5G、AIoT 及智慧生活應用發展，以健康管理為導向之聯網家電與生活服務逐漸受到重視。神腦國際將既有通訊商品服務延伸至資訊產品、家電及保健商品等領域，並透過零售、經銷、線上及無本創業平台等多元通路推動新零售商業模式。同時，神腦亦與網通品牌「EnGenius」合作，提供網路應用相關服務，滿足消費者於居家、工作及生活場域之連網需求。

在健康生活服務方面，神腦國際積極推廣日本原裝進口保健品牌「sakuyo」，除既有自有通路外，亦逐步拓展至電商平台、百貨專櫃及連鎖藥局等銷售據點。公司以全齡健康需求為出發，持續觀察消費者生活型態與健康管理需求，拓展相關商品與服務，深化神腦生活與消費者日常生活之連結。

未來，經營團隊將秉持誠信經營理念，結合企業社會責任與永續發展精神，朝向成為消費者信賴之數位通路品牌邁進。

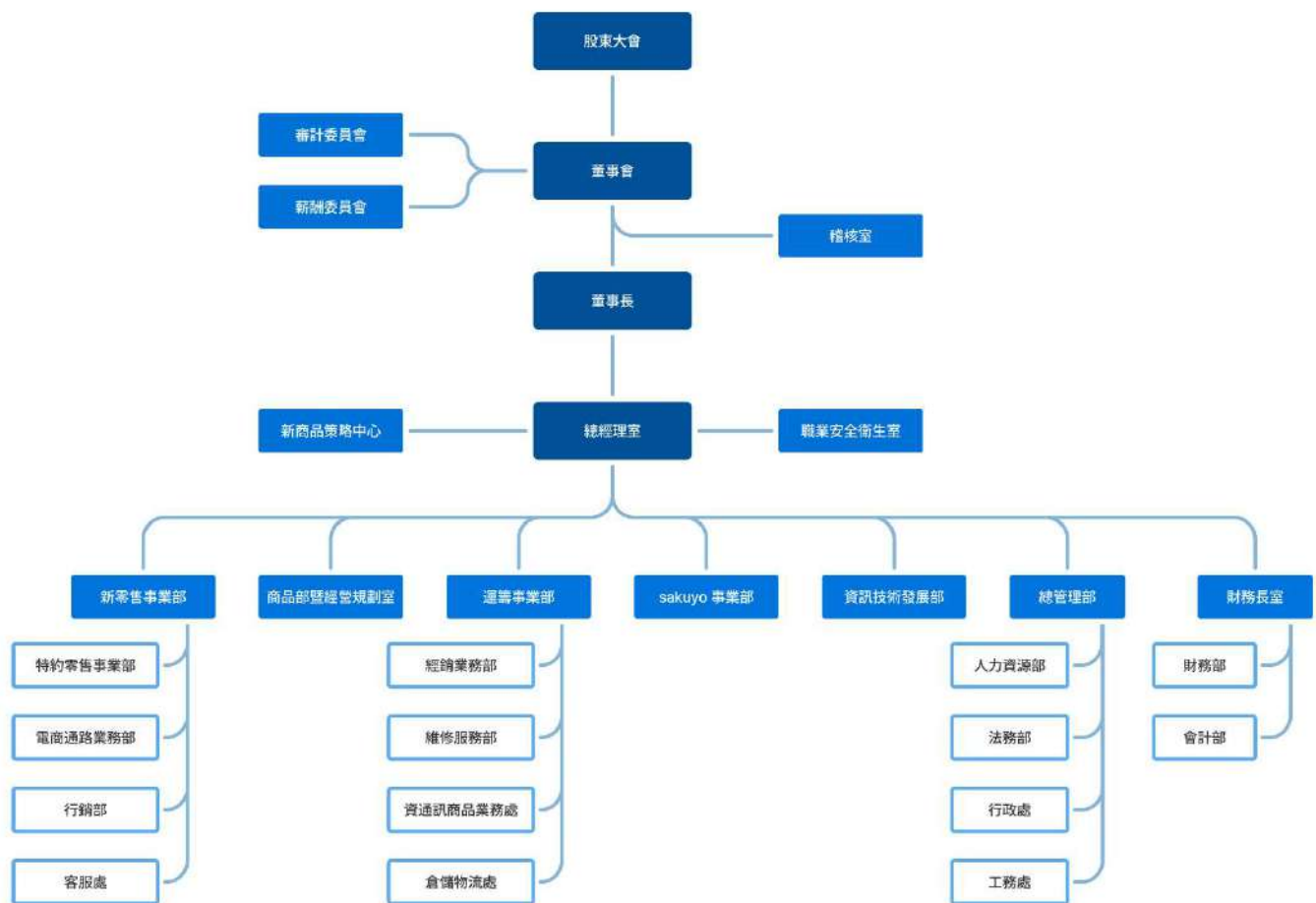
（一）願景：邁向通訊、資訊、服務整合的通路領導者。

（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。



註：神腦生活官方網站：<https://online.senao.com.tw/>

(一) 組織架構



更新日期：2026 年 06 月 01 日

部門職掌

部門	部門職掌說明
董事長室	秉承董事會之決議，總理全公司業務
總經理室	公司年度目標與營運方針之規劃、執行、控制與管理
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	商品新趨勢追蹤與分析

部門	部門職掌說明
	● 新商品策略整合與規劃 ● 日本商品的開發、規劃與追蹤管理
財務長室	財務會計政策暨目標之規劃與管理
財務部	● 財務規劃與資金管理、投資規劃與評估管理、外匯管理 ● 各項股務作業及投資人關係維護 ● 風險管理、強化公司治理及推動 ESG
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	● 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 ● 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 ● 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
人力資源部	● 人力資源管理及訓練發展規劃 ● 員工關係協調及福利事項規劃
法務部	● 商標、專利之維護與管理，授信及法律案件承辦與管理 ● 誠信經營專責單位
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	● 營運系統之流程規劃與建置 ● 資訊安全、系統穩定及風險評估
特約零售業務部	● 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 ● 各項業務推廣行銷活動與販促規劃與執行 ● 各項門市營業相關制度規範訂定、修正與執行品質確認 ● 直營門市人員專業能力培育規劃
電商通路業務部	● 負責電子商務之策略規劃、業務發展及營運管理

部門	部門職掌說明
	● 數位行銷及創新業務發展規劃 ● 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 ● 數位商務平台相關之交易秩序、營業服務支援管理與維運
行銷部	● 會員經營及全通路行銷活動規劃統籌 ● 品牌和廣告行銷活動規劃統籌
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	● 家電商品引進、採購、銷售及行銷規劃 ● 資訊商品引進、採購、銷售及行銷規劃
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	● 經銷、系統、異業、專案、中華門號、客戶開發，業務活動推廣 ● 年度各項行銷活動與促案規劃與執行 ● 經銷網站架構與平台銷售、策略規劃及業務推廣
服務中心	● 商品售後服務與全省維修中心作業管理 ● 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
資通訊商品業務處	專責於整合並推廣神腦代理及自有品牌之網路通訊產品，涵蓋企業級、消費型與 IoT 應用，提供從設備選型、佈建規劃到雲端管理的全方位解決方案，服務對象包括經銷商、SI 業者、中大型企業及特定專案標案通路。
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

2025 年，神腦國際合併營收為新台幣 331.25 億元，本期淨利為新台幣 4.44 億元，歸屬於母公司業主之淨利為新台幣 4.45 億元，每股稅後盈餘為 1.72 元。相較 2024 年度，營收成長 2.53%，淨利減少 6.92%。公司持續依循「固本、整合及創新」之經營策略，穩定推動各項業務發展。

神腦國際透過通路轉型、商品策略及會員制度，運用全臺門市網路及 370 萬會員基礎，推動網路行銷零售點 (Online to Retail, O2R) 模式，整合線上商品、服務與資源，發展全通路零售服務。

自 2018 年起，神腦國際跨足健康保健領域，代理日本原裝進口保健品牌「sakuyo」，針對不同年齡層及保健需求提供相關產品，以回應高齡化社會及健康意識提升之市場需求。

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。2025 年，繳納營業稅新台幣 163,960,557 元，占個體營業收入 0.54%。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	2025
營業收入	33,125 佰萬元
營運成本	29,661 佰萬元
營業費用	3,130 佰萬元
員工薪資與福利 *	1,730 佰萬元
支付給股東的股利	426 佰萬元
支付政府稅金	54 佰萬元
社會投資 / 捐贈費用 *	15 佰萬元
留存的經濟價值	-146 佰萬元

註：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	2025
經濟部 2025 年商業服務業節能設備補助	98,500 元

營收比重

業務類型	占比
銷貨收入	93.97 %
勞務收入	4.58 %
維修收入	1.45 %

2025 年營運方針

1. 建構精準會員生態系，整合實體與線上數據，利用 AI 分群與精準推播機制，優化顧客體驗，精準經營行動與固網客群，提升會員黏著度與長期生命週期價值。
2. 將門市從「純零售空間」轉向「複合式服務體驗場域」，強化在地經營，將實體據點打造為社區的科技諮詢、教育服務與社會連結中心。透過全通路 (Omni-channel) 策略，讓門市成為線上流量的服務終端，同時也是線下信任感的建立起點。
3. 推動經銷資通訊的「解決方案服務化」，從既有擅長的 3C 經銷銷售模式，全面轉型為「整合式解決方案服務模式」。形成其他一般 3C 經銷商無法複製的核心競爭優勢，使神腦更具條件提供從設備、網路、到後端服務的一站式解決方案。
4. 持續建立神腦認證二手機品牌，塑造市場對於神腦認證二手機標準化的認知，透過檢測報告與六個月保固，提升消費者信心。

2026 年營運目標

1. 深化電信綁約服務，在維持營收穩定的同時追求持續成長，優化產品線佈局的智慧家電品項，推動 AIoT 智慧家庭解決方案，創造產品附加價值。
2. 推動 AI 營運與銷售應用，透過全通路 OMO 整合，從線上下商品智能導購與推薦工具，延伸至現下 AI 體驗場域打造，促進品牌在智慧生活科技服務場景中的深耕與延伸，將 AI 應用落實於零售、服務與體驗接觸點。
3. 推動經銷商「解決方案服務化」，提供跨產品線、跨場域的整合型解決方案規劃，建構難以被複製的核心競爭優勢。
4. 透過營運系統升級與流程再造，極大化資源利用效率並減少環境足跡，統時擴大二手機循環服務，提升回收效率與增加銷售通路，致力成為二手機市場第一指名，落實永續發展承諾，達成企業 ESG 治理目標。

2026 年產銷政策

1. 通訊商品：

將致力於鞏固資通訊產業領導地位，採取 iPhone 引領動能與 Android 多元布局等雙軌代理策略，確保通訊商品長期穩健。並將「中華電信行動購機政策」視為核心目標，優先保障其用戶之綁約購機需求，深化與電信龍頭的策略合作關係，鞏固電信通路第一品牌之護城河。

2. 家電資訊商品：

- 家電事業策略：以市場需求與風險控管為核心，採取審慎備貨與彈性供應策略，並依據通路特性規劃商品組合與優化銷售節奏，降低庫存週轉風險。同時透過與原廠緊密協作，強化價格與促銷紀律，結合資費方案服務整合，提升產銷整體效率與營運穩定。
- 資訊產銷政策：以雙 A (ASUS / Acer) 及 MSI 等資訊品牌為主軸，重點導入 AI 熱銷話題商品，並以使用者需求為導向，引入更多週邊產品。

3. 應用週邊商品：

聚焦發展自有品牌「MEGA KING」，合作研發出兼具市場流行與實用的配件產品；同時積極爭取代理具競爭力的市場第一線品牌，並引進各專業領域聯網穿戴設備，以滿足多元客群需求，擴大銷售客群。

4. 保健商品：

透過實體門市的體驗式銷售，藉由產品試用、健康諮詢與專業講座，建立與顧客間的深厚信任根基。以此為核心，結合電商私域流量與會員經營，透過官方社群與知識教育深化顧客忠誠度；並輔以 AI 數據分析進行精準投放與個性化推薦，達成從線下到線上、從體驗到購買的數位轉型循環，全面提升品牌影響力與復購率。

5. 智慧未來願景

神腦致力成為消費者與智慧未來的橋樑，將 AI 科技融入家庭生活的每個角落。從核心通訊、家電到美容生活用品，我們不斷擴增服務疆域，滿足全家人的不同階段需求。透過神腦生活線上平台與 AI 數據深度結合，為消費者精選最合適的商品，讓科技轉化為觸手可及的日常便利與貼心關懷。

(三) 通路服務

面對 5G、物聯網及人工智慧等科技發展，神腦國際持續推動商業模式調整，並導入相關科技應用，以強化門市服務功能與數位整合能力。截至 2025 年底，神腦國際會員總數達 370 萬人，並透過線上與線下整合之全通路架構，提升消費者服務體驗與營運效率，同時強化數位服務之便利性與可近性。

我們以智慧家庭、智慧辦公及行動應用為主要服務場景，導入智慧生活相關商品與服務，並評估延伸至個人智慧健康商品之可行性，以回應消費者對智慧生活與健康管理之需求。此外，持續透過全臺據點與數位平台整合，提供消費者多元且即時之服務管道，降低不同消費族群於數位服務的落差。

未來，神腦國際將持續整合數據應用與零售據點，提升商品與服務於不同時段及場域之可得性，並持續關注會員資料管理、數位服務品質及消費者體驗，發展具數位能力之通路整合服務。

經銷通路

- (1) 產品銷售：經銷商可以提供涵蓋手機、家電、穿戴裝置、網通及生活保健等商品，提供多品牌或產品線的多樣化的品牌經銷。
- (2) 產品服務：提供經銷商相關產品的教育訓練、維修後送和保障服務。確保售後服務的專業性與即時性。

經銷通路業務項目
1. 經銷、系統、異業、專案、中華門號、客戶開發等業務活動推廣。
2. 年度各項行銷活動以及促銷的規劃與執行。
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

身為中華電信關係企業之一，神腦國際為臺灣 3C 商品主要通路與代理商之一，持續提供電信、資訊及智慧生活相關商品與服務。實體門市營運聚焦「人、貨、場」三大面向，提升服務品質與消費者體驗：

- 「人」：針對新商品與服務內容，提供門市人員教育訓練與產品知識課程，協助同仁掌握商品特性、服務流程及消費者溝通要點，持續提升專業能力與服務品質，並強化第一線人員對消費者權益與友善服務之認知。
- 「貨」：提供 3C 數位商品、智慧聯網家電、保健商品及生活用品等多元商品選擇，回應消費者於數位生活、居家應用及健康管理等不同需求，並透過商品組合與服務說明，協助消費者選擇符合自身需求之產品。

- 「場」：透過門市展示與實機體驗，結合人員說明與應用展示，協助消費者了解產品功能、使用方式及適用情境，降低資訊落差，提升購買決策透明度與服務可近性。

近年來，神腦國際持續於門市推動舊機回收服務，鼓勵消費者於購買新手機時同步進行舊機回收，並透過回收優惠方案提升參與意願。回收之廢棄手機可交由合格處理流程進行資源回收與再利用，降低電子廢棄物對環境造成之負擔；部分仍具使用價值之設備，亦可經整理後重新投入市場，延長產品生命週期，落實資源循環利用。

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 業務及增值業務作業申辦。 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，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。

根據市場研究公司 Tinniti 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，神腦逐步推動新零售轉型。針對消費者、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。透過商品整合、平台與營運流程優化，提升營運效益，擴張零售價值鏈的綜效。



2. 線上到線下 (Online to Offline) 串流模式

神腦導入 O2O 虛實整合策略，與傳統電商純線上模式區隔。憑藉全台既有的 240 家通訊門市據點，整合線上資源與服務流程，打造「全時段、全商品、全服務」的全通路平台。不僅能優化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

神腦持續深化與上游品牌原廠、供應商及中下游經銷夥伴的策略聯盟。透過新零售平台的整合與服務共創機制，實現資源互惠，並促進各方在商品流通、行銷推廣與顧客服務上的協作效率，進行資源共享與互惠條件，提升整體供應鏈的競爭力，達成雙向價值共創。



神腦生活：<https://online.senao.com.tw/>

二、公司治理

神腦國際重視公司治理與資訊透明度，除嚴格遵循《公司法》、《證券交易法》等相關法令，落實日常營運，更致力提升管理績效。

透過系統化的永續管理制度，我們積極實踐 ESG，以保障利害關係人的權益。神腦致力於打造透明、高效且永續的企業運營模式，確保在追求經濟及股東效益的同時，兼顧環境永續與社會福祉，達成永續的目標。

（一）治理機制

神腦國際依據《公司章程》規定，董事選舉全面採用候選人提名制度；另依《公司治理實務守則》及《董事選舉辦法》，董事會成員組成應考量多元化原則。我們訂有《董事會成員多元化政策》，涵蓋「基本條件與價值」及「專業知識與技能」兩大面向，並依公司運作、營運型態及發展需求制定多元化方針。考量標準包括董事之專業背景、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、領導及決策等能力，以支持公司經營所需之董事會職能。

董事候選人之甄選均依資格審查及相關規範辦理，以確保於董事席次產生空缺或需增補董事時，能有效識別並選任合適人選，並持續推動董事繼任計畫，依下列標準建置董事人選資料庫：

- 具備誠信、負責、創新及決策力，與本公司核心價值相符，並具備有助於公司經營管理之專業知識與技能。
- 具有與本公司所營業務相關之產業實務經驗。
- 預期其加入有助於建構具有效能、協作性、多元性，且符合公司需求之董事會。同時，本公司期許董事席次中至少包含 1 席女性董事，且整體董事會成員於能力評估上，應具備危機處理、國際市場觀、領導及決策能力。

截至 2026 年 1 月底，神腦國際董事會成員共計 13 名，其中具員工身分之董事 3 人，占 23.08%；獨立董事 5 人，占 38.46%，且任期年資均未超過三屆；女性董事成員占 7.69%。我們將持續關注董事會組成的多元性、獨立性及專業性，以回應公司治理與永續經營需求。

董事會運作依循《董事會議事規則》，每季至少召開一次會議，審核企業經營績效，並討論公司未來發展策略及重要營運議題，以落實董事會監督與指導職能。

為提升董事會運作效能，依《董事會績效評估辦法》規定，於每年至少辦理一次董事會、個別董事成員、審計委員會及薪資報酬委員會之內部績效評估，2025 年內部績效評估結果均屬「優良」；此外，每三年辦理一次外部評估，並於 2025 年 5 月委請「臺灣董事會績效協進會」進行評估，同年 11 月取得評估報告，作為精進董事會運作與公司治理制度之參考。

為提升董事會對 ESG 及永續治理議題之理解，本公司依據「公司治理 3.0 藍圖」規劃，每年安排董事參加由神腦國際、主管機關及母公司中華電信舉辦之進修課程，協助董事掌握公司治理、永續發展、科技應用及產業趨勢等議題。2025 年，董事參與本公司舉辦之「從數據到 AI：正確利用科技降本增效的策略指南」進修課程，共計 3 名董事參與，累計進修時數達 9 小時。此外，我們亦提供董事「中華公司治理協會」線上課程資訊，並定期於公開資訊觀測站揭露董事進修情形。

更多董事會績效評估內容，請參閱：https://www.senao.com.tw/pages/governance_directors

董事會組成

年齡	男性	女性
29 歲以下	0 人	0 人
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 %	0.02 %	70.9 %	26.47 %	2.61 %

資料日期：2026 年 02 月 03 日。

內稽制度

神腦國際稽核室隸屬於董事會，專責內部控制的運作及年度循環查核工作計畫。稽核主管定期與獨立董事溝通稽核報告結果；若遇特殊狀況，亦會即時向獨立董事報告，以確保獨立董事與內部稽核主管之間維持良好且順暢的溝通管道。

內部稽核組織及運作：https://www.senao.com.tw/pages/governance_audit

利益衝突管理

我們建立了完善的會計制度與內部控制制度，並依據主管機關的相關法規或業務上的實際需要適時修訂。內部稽核單位已依據風險評估結果，擬定年度稽核計畫並落實查核與追蹤，以有效防範本公司發生不誠信之行為方案。

項目	項目說明
跨董事會成員資格	- 解除新任董事及其代表人競業行為之限制，具體內容可參考公開資訊觀測站或公司官網揭露之 2025 年股東會議事錄。 - 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) 神腦國際公司年報：https://www.senao.com.tw/pages/investors_annual-report
與供應商及其他利害關係人的交叉持股	- 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》。 - 依上述程序規定，與關係人交易金額達達公司實收資本額百分之二

項目	項目說明
	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，並提交董事會決議通過後，始得簽訂交易契約及支付款項。同時，須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。 ● 2023 年經董事會通過《關係人相互間財務業務相關作業規範》並揭露於公司官網，內容涵蓋進銷貨、取得或處分資產等交易之管理程序，且相關重大交易均應提請董事會決議通過，並提報股東會同意或報告。
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，於 2023 年 11 月經董事會通過制定《關係人相互間財務業務相關作業規範》，由於中華電信屬關係人，雙方之相關進銷貨等交易均嚴格遵守此規範執行，並無任何利益衝突而損害投資人權益之情事。
相關方、其關係、交易與未清餘額	相關資訊揭露於股東會年報中之財務報告關係人附註，以滿足資訊揭露需求。

薪酬管理

神腦國際設有「薪資報酬委員會」，董事薪酬主要包括年度盈餘分配之董事酬勞及出席董事會之車馬費。其中，董事酬勞依《公司章程》規定辦理，經薪資報酬委員會審議後，提報董事會決議。由於董事酬勞係依當年度盈餘按固定比例計算，因此與公司經營績效及營運成果具連動性。

總經理及副總經理等高階經理人薪酬則分為固定薪資與變動薪資。固定薪資依公司《薪酬福利管理規定》辦理，並依其職務職責、專業能力及相關條件核定；變動薪資包括年終獎金及員工酬勞。其中，年終獎金參酌公司當年度獲利狀況，並依經理人個人 KPI 指標達成情形核算，評估項目包括營收達成率、獲利達成率、預算控制、領導能力及部屬培育等。

神腦國際亦將永續經營相關目標納入績效薪酬評估項目，使高階經理人薪酬制度與公司經營績效、管理責任及長期發展方向相連結，藉此引導經理人落實公司營運與永續發展目標。

神腦國際功能性委員會：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，	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

項目	最高治理單位（董事會）人員	高階管理人員
	並無發放其他相關變動報酬。 其餘董事：除支領每次出席董事會之車馬費外，依據《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 3%。此成效已綜合考量本公司營運績效、財務狀況及董事職責，並與經營績效獲利緊密連結，經薪酬委員會審議後，提報董事會決議之。	掌及專業能力核定；變動薪資則包含年終獎金及員工酬勞。 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，依績效評核結果核算。依公司章程第 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，依績效評核結果進行分配。員工酬勞之提撥及核發均與公司經營績效及獲利連結，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	2024	2025	增 / 減比率
「最高薪酬人員」的年度總薪酬 (A)	-	-	6.96 %
「全體員工」（排除最高薪酬人員）之年度「總薪酬中位數」(B)	-	-	2.46 %
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)	19.2	20.04	2.83

法規遵循

神腦國際設有專責法務部門負責法規遵循管理，並每月定期執行法規盤點作業。針對法令更新或變動情形，本公司由各權責單位進行滾動式檢討與調整，以確保營運活動符合相關法令規定及產業監管要求。

為提升同仁法遵意識並落實誠信經營文化，新進同仁均須完成新人法規訓練課程，內容涵蓋誠信經營政策及基本法律常識，包括偽造文書、業務侵占及個人資料保護法等議題。2025 年，完成「誠信經營守則政策宣導」訓練，共計 1,991 人時；同時，亦透過線上教育平台推動關鍵法規遵循主題課程，協助同仁瞭解誠信行為要求及相關法規風險。

此外，我們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，並授權專責人員獨立辦理案件，對檢舉人身分及檢舉內容予以保密，並避免檢舉人因反映事項而受到不利對待。

2025 年，神腦國際未發生重大違反法規事件；年度一般法規違規案件共 3 件，支付罰鍰總額為新台幣 4.5 萬元。

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

資訊透明

我們透過官方網站持續揭露產品資訊、公司治理及財務報表等基本資訊，並建立發言人與代理發言人制度，專責回應與股東權益相關的對外溝通事宜。針對公司的重大議題，則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。

2025 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。此外，我們定期舉辦法人說明會，向外界說明營運成果與未來發展方向，並將相關資訊同步揭露於「公開資訊觀測站」及官方網站的「投資人專區 - 活動訊息」中，確保投資人及其他利害關係人均能即時取得正確且完整的公司資訊。

投資人專區：https://www.senao.com.tw/pages/investors_infor

（二）誠信經營

神腦國際秉持公平、誠實、守信及透明原則從事商業活動，並依循相關法規與商業道德規範，要求經營行為符合法令及誠信治理要求。

為規範員工執行業務之行為準則，我們訂有《行為準則》，內容涵蓋從業倫理、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事項，作為員工日常業務執行及判斷之依循。

所有新進員工於到職時均須簽署遵守《行為準則》之承諾；我們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。《行為準則》並明訂違反準則時之報告與處理程序，以及檢舉人保護原則，以維護案件處理之保密性及檢舉人權益。

此外，我們訂有《誠信經營守則暨作業程序》，規範員工於商業往來中應遵循之行為標準，並透過《誠信經營守則政策宣導》e-Learning 課程，協助同仁瞭解誠信經營、廉潔、透明及負責任商業行為之要求。本公司亦於商業契約中訂定廉潔相關條款，要求交易對象共同遵守誠信商業行為規範。

2025 年，《誠信經營守則政策宣導》e-Learning 課程參與人數 1,991 人、完訓率達 100%；年度未發現舞弊、貪污或其他違反誠信原則之行為，亦無涉及反競爭行為、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

神腦國際人權政策：https://www.senao.com.tw/pages/governance_staff

負面衝擊申訴與救濟

神腦國際設有法務部並組成「誠信經營工作小組」，相關組織規劃經董事會決議通過後實施，積極防範不誠信之商業行為。

針對檢舉與投訴，公司訂有《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》，並由審計委員會負責受理。本公司授權處理檢舉情事之專責人員必須對於檢舉人身分及檢舉內容予以絕對保密，並承諾保護檢舉人不因檢舉情事遭受到任何不當處置。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之行為，皆可透過下列管道進行舉報：

類別	管道說明
內部人員	● 審計委員會受理員工檢舉或投訴案件：auditing@senao.com.tw ● 總裁 e 信箱：senaovoice@senao.com.tw
外部人員	不誠信經營投訴專用信箱： legal@senao.com.tw

(三) 風險管理

神腦國際為維持營運穩定並支持永續經營，將風險管理納入日常營運管理流程，透過「風險識別、風險評估、風險處理及風險監控」等程序，辨識公司於經濟、環境及社會等面向可能面臨之風險，並依風險性質及影響程度，採取相應之控管措施。

為因應突發營運事件或災害情境，我們依營運需求建立應變方案，以降低事件對人員安全、客戶服務、商品供應及營運持續性之影響。各權責單位依其業務範圍執行風險管理措施，並視外部環境、法規要求及營運狀況變化，檢視相關管理作法之適用性。

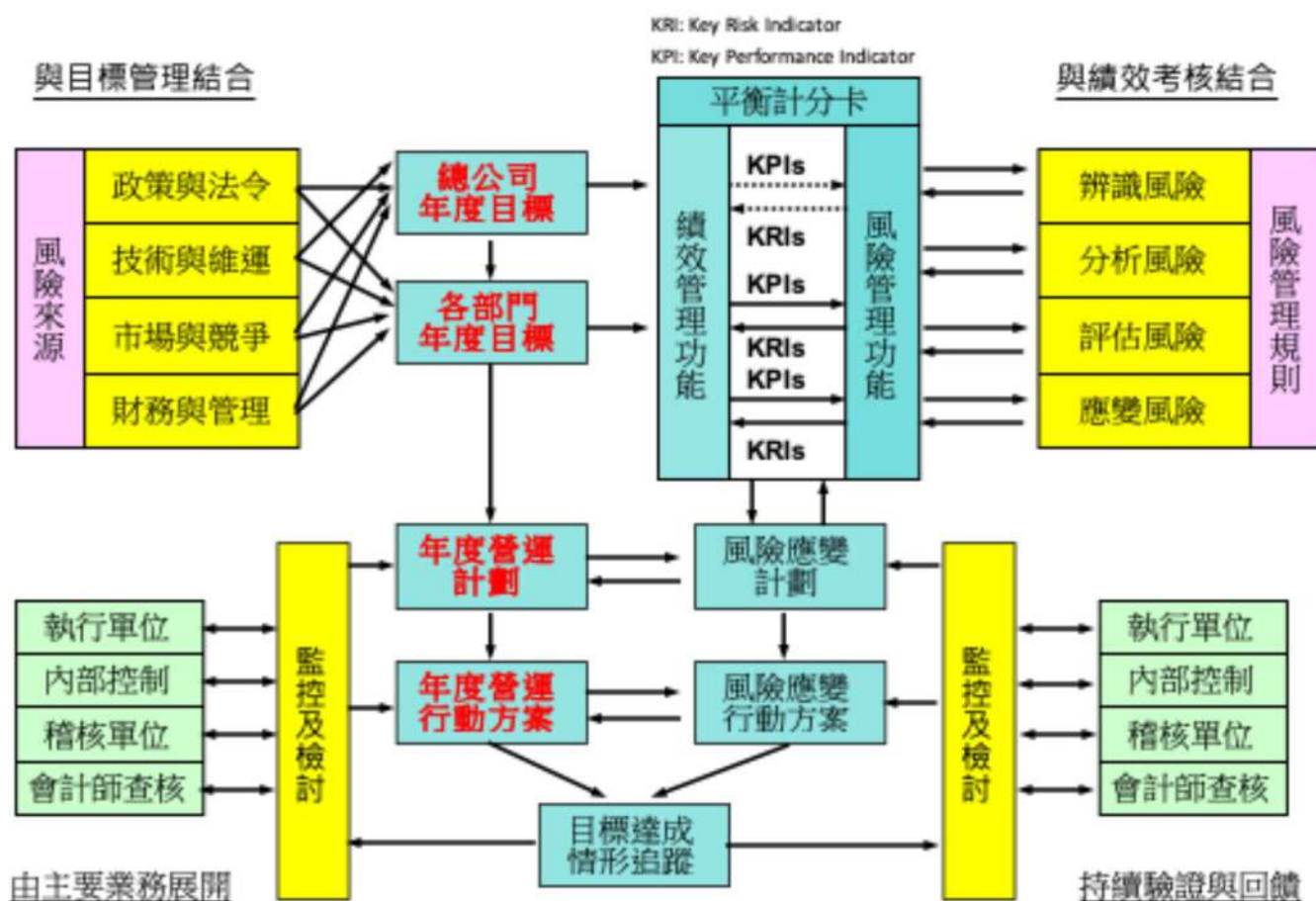
面對產業環境變化及 ESG 相關議題所帶來之不確定性，神腦國際將持續透過風險辨識、內部溝通、教育宣導及管理措施追蹤，協助同仁理解其職務相關風險，並作為公司後續調整營運管理及永續發展作法之參考。

管理權責

管理層級	權責範圍
董事會 / 審計委員會	● 核定風險管理政策及架構 ● 確保風險管理機制之有效性，進行資源配置
高階管理階層（總經理、執行副總經理、副總經理）	● 執行風險管理決策 ● 協調跨部門之風險管理互動與溝通
各部級主管	● 彙整風險管理活動執行結果 ● 協助與監督部門內各項進行風險管理活動 ● 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 ● 進行風險調整後之績效衡量與協調
部門所屬之各級單位主管	● 執行日常風險管理活動 ● 進行風險控管活動之自我評估

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。	● 強化通路價值 ● 協商限定直供機型 ● 善用電子商務通路
經濟與 公司治理	數位發展快速成長，消費者消費模式改變，導致門市來客數降低。	● 增益營收計畫，透過數位媒體行銷與新銷售推廣工具，擴增多元服務項目，同時增加新展店、移點與改裝規劃，穩固通路電信服務提升市佔率，進而提高門

重大議題類別	風險評估項目	風險管理政策或策略
		市營收及獲利。 ● 透過數位體驗與專業服務，並優化門市人員銷售能力，以增加締結率並創造加購、回購率及顧客滿意度。
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營運可能帶來的潛在風險與轉型機會。透過整合性的風險管理流程及因應措施，制定氣候行動策略並逐步設定相關管理目標 / 指標，以強化企業的氣候韌性，逐步邁向低碳轉型。

展望未來，我們將持續密切關注國際與國內的氣候變遷政策與法規趨勢，規劃更適切的行動方案，不斷提升企業內外部的氣候變遷減緩與調適能力，並向各界利害關係人揭露我們在碳管理上的努力與成果。

氣候相關財務揭露 (TCFD) 對照表

TCFD 架構	揭露項目
治理	(1) 董事會對氣候相關風險和機會的監督情況 本公司 ESG 委員會由董事長擔任主任委員，總經理擔任副主任委員，兩位均為董事會成員，確保氣候變遷相關議題能於年度 ESG 委員會上進行全面性的風險與機會審查，並定期將審議結果向董事會報告。 為應對氣候變遷議題的重要性，神腦國際於 2022 年積極響應母公司中華電信「2050 年淨零排放」目標並簽署承諾書，透過建立相關管理機制與指標，將企業永續與氣候策略深度結合，進一步提升永續執行績效。 (2) 管理層評估和管理氣候相關風險和機會的責任 ESG 委員會下設環境永續小組，依據董事會所制定的長期策略，並配合投資人、評比機構及利害關係人之需求，評估相關氣候議題所帶來的風險與機會。 此外，ESG 委員會亦負責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開展於日常營運中。2025 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。
策略	(3) 辨視出之短期、中期及長期氣候相關風險和機會 作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。 我們依據不同的時間範疇，全面評估與分析氣候變遷對本公司帶來的風險與機會。包含短期（2026 年），中期（至 2030 年）和長期（2050 年以後）。 (4) 氣候相關風險和機會對業務、策略和財務規劃的影響

TCFD 架構	揭露項目
	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。因此，我們持續關注並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，在低碳及智慧經濟的浪潮中搶得先機。 (5) 不同氣候情境對營運(業務)、策略和財務規劃的潛在影響 目前尚未執行 TCFD 情境分析。
風險管理	(6) 鑑別和評估氣候相關風險的流程 配合母公司規劃，導入氣候變遷財務相關揭露 (TCFD) 專案。在專業顧問指導下，透過「氣候相關風險評估問卷」的填寫，由各業務部門共同辨識重大風險的優先順序。後續將針對關鍵氣候議題擬定因應對策，並視需要提報至董事會。 (7) 管理氣候相關風險的流程 對於氣候變遷相關風險，由環境永續小組針對氣候議題的涵蓋範疇，及對業務與日常營運的衝擊，進行系統性的評估與分析。 上述分析包含按風險類型檢視重大營運流程，並針對相關節能方案評估其實施成效，以提升相關設施的氣候調適能力。 (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 環境永續小組定期掌握氣候變遷風險之最新狀況，必要時評估分析結果，並依風險嚴重程度採取相應的緩解措施。 在流程面上，環境永續小組的評估分析與回饋意見將用於改善既有的風險管理機制，確保更符合營運實務需求，必要時亦向董事會報告，力求將氣候變遷相關風險融入企業風險管理流程中。
指標和目標	(9) 評估氣候相關風險和機會時使用的指標 目前尚未制定氣候相關風險和機會時使用的指標。 (10) 溫室氣體排放 (範疇 1、範疇 2 和範疇 3) 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驗。 (11) 氣候相關風險和機會之管理目標及實現情況 (績效) 目前尚未制定相關管理目標，故無相關實際績效。

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。2025 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。2025 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 586 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\$34.16 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

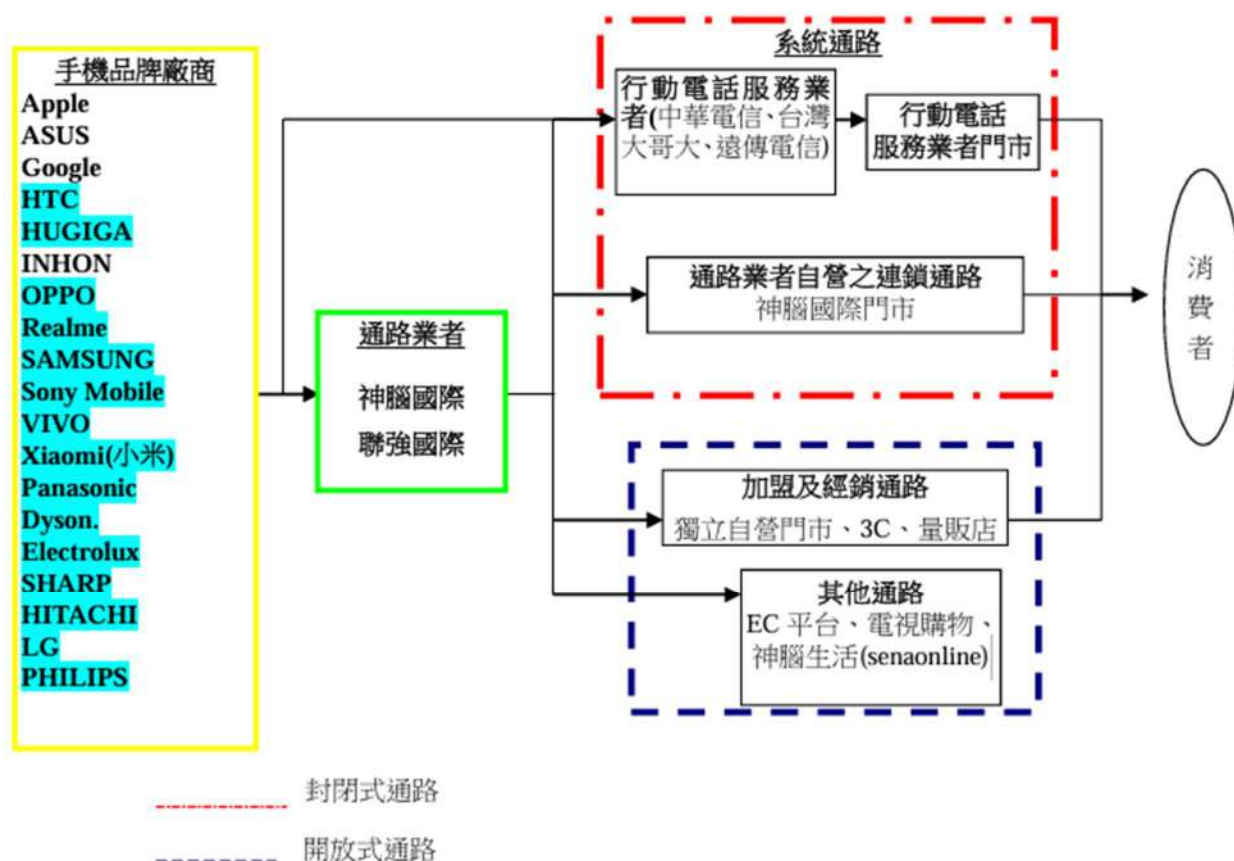
神腦國際將供應商視為營運活動之重要合作對象，並依營運需求、品質、交期、價格、服務及合規情形等因素進行採購評估，以維持商品與服務供應之穩定性。

在採購實務上，本公司優先考量符合採購條件之在地供應商，以支持在地合作並降低溝通及交付風險。針對主要供應商，亦逐步納入法規遵循、誠信經營、勞動權益、環境管理及職業安全衛生等永續相關考量，作為供應商管理及合作關係維護之參考。

未來，神腦國際將依營運需求持續檢視採購管理作法，並透過供應商溝通、合約要求或相關管理程序，作為推動供應鏈永續管理之基礎。

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

產業價值鏈



供應商自評

神腦國際透過供應商評核與管理機制，檢視供應商於品質、成本、交期及服務等面向之表現，並將誠信經營、環境保護、勞動人權、安全健康及資訊安全等永續議題納入供應商管理要求。

因應資訊安全及個人資料保護風險，針對電子商務供應商，神腦國際要求其簽署保密承諾書，並填寫《個人資料安全作業自評表》，以檢視其於資料處理、儲存及傳輸過程中之管理措施，是否符合法規及公司作業要求。

此外，神腦國際要求供應商簽署《神腦國際企業社會責任與誠信廉潔交易承諾書》。2026 年，共計 179 家電子商務供應商完成自評表填寫，其中包含 2 家新進供應商，回覆率達 100%；同年度共 179 家供應商完成承諾書簽署，確認知悉並承諾遵循誠信經營、環境保護、勞工權益及資訊安全等相關要求。相關自評與承諾書結果，作為後續供應商溝通及管理之參考。

《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

神腦國際重視與在地供應商之合作，並於符合品質、價格、交期、服務及合規要求之前提下，優先採購台灣地區之產品與服務，以支持在地供應鏈發展。

透過在地採購，我們可縮短供應溝通與交付時間，降低物流安排及供貨不確定性，並維持商品與服務供應之穩定。相關採購作業均依內部採購程序辦理，作為供應商合作與在地經濟連結之基礎。

類型	區域	金額	占比
商品	國內	25,235,923,269 元	91.71%
	國外	2,281,113,675 元	8.29%
行政採購	國內	55,787,671 元	100 %

註：

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，2025 年共計有 39 家新供應商，佔總供應商 (716 家) 比例為 5.45%。

綠色採購

神腦國際將環境考量納入採購決策流程。針對商品類採購項目，於符合品質、價格、交期及服務需求之前提下，優先採購具環保標章、節能認證或較低環境負荷之產品。

2025 年，綠色採購金額占商品類採購總額之 72.81%。公司將持續依採購需求及產品可取得性，檢視綠色採購執行情形，作為後續採購管理及環境議題推動之參考。

支出項目	金額
庶務類	17,068,066 元
商品類	20,035,341,664 元

禁用衝突礦產

剛果民主共和國及其周邊國家與地區，在開採錫石、黑鎢、鈳鉭鐵礦和黃金等稀有金屬的過程中，常引發嚴重的人權侵害與環境破壞問題，因而使這些地區出產的礦石被定義為「衝突礦產 (Conflict Minerals) 」，且此類金屬常廣泛應用於資訊與通信技術產品中。

對此，神腦國際除了承諾絕不採購衝突金屬外，亦將無使用衝突礦產納入供應商管理政策。目前市場上主要手機品牌皆已推行禁用衝突礦產政策，而神腦與供應商往來所簽訂的合約中，亦皆明確載明禁用衝突礦產的相關政策條文。供應商應依本公司要求，配合提供明確的礦產來源證明、

禁用衝突礦產

第三方認證之未使用衝突礦產聲明書，並接受必要的稽核程序，以共同確保產品不使用上述衝突礦產。

(五) 資訊安全

隨著電子商務與數位服務發展，資訊安全與個人資料保護已成為公司營運管理之重要議題。神腦國際設有專責資訊安全管理團隊，負責資訊安全制度規劃、風險管理與相關作業推動，並依據法規變動及營運需求，檢視內部作業流程，以維持資訊作業之合規性與管理效率。

我們依循國內法令規範及相關資訊安全管理標準，建置資訊安全管理制度，針對內、外部可能面臨之資安風險，採取預防、偵測、監控及應變措施。2025 年導入入侵與攻擊模擬平台，以檢視系統防護能力及潛在弱點，作為後續資安改善與風險管理之參考。

神腦國際的核心系統與服務建置於林口自有機房，並搭配亞馬遜公有雲平台，以支援系統穩定性及災難備援需求；在個人資料保護方面，客戶資料存放於具安全管控機制之資料庫中，並採用 AES-256 加密技術，降低未經授權存取及資料外洩風險。

未來，神腦國際將持續依資安風險、法規要求及營運需求，檢視資訊安全防護措施，並透過系統監控、弱點檢測、教育宣導及應變機制，維持數位服務與營運系統之穩定運作。

神腦國際資訊安全大事紀

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

年度	說明
2025 年	完成入侵與攻擊模擬平台導入

資安防護措施

項目	內部	外部
風險及趨勢監控	● 定期執行風險稽核，並依據發現事項改善 ● 部署入侵偵測監控、防毒集中管理平台及整合日誌集中化平台，自動分析搜集軌跡、掃描潛在事件 ● 建立資安事件通報機制，資安攻擊事件發生後，相關單位將進行事件調查與分析	● 隨時追蹤國際標準及法規趨勢 ● 訂閱資安威脅及技術情報資訊，持續追蹤及處理威脅情資 ● 定期參與國際型資安大會，掌握最新技術與威脅情資 ● 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
機制與防護	● 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 ● 導入惡意封包監控機制及主機端點防護系統 ● 深化應用程式防護，導入應用程式防火牆，降低應用程式遭受攻擊的風險 ● 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 ● 使用 AES-256 加密技術，高強度破解難度達「使用超級電腦亦需嘗試 10 億年以上」，可確保資料安全性	● 與資安廠商合作，即時分析內部使用狀況 ● 定期安排對外服務資訊系統執行第三方檢測，包含滲透測試、紅隊演練等 ● 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）」及「開放式安全測試方法學手冊（OSSTMM）」執行檢測，並依據發現之資安風險進行修正與追蹤
業務持續運作	● 參考《ISO 22301:2019 營運持續管理系統》標準規範，進行混合雲端架構的建置與遷移 ● 針對關鍵業務系統建立營運持續計劃，年度定期演練	● 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 ● 執行 PDCA 循環管理，強化「事前預防、事中監控、事後應變」機制，降低企業資安風險

運用軟體安全測試與組成分析防範風險

神腦國際於軟體開發流程中導入資安控管機制，並建置靜態應用程式安全測試 (Static Application Security Testing, SAST) 及軟體組成分析 (Software Composition Analysis, SCA) 系統，針對自有開發程式碼及第三方開源元件進行檢測，以辨識潛在安全漏洞、開源元件風險及授權合規議題。

透過自動化掃描與持續測試，可於開發過程中掌握異常項目，並依資安政策及風險等級進行評估與處理。針對 SCA 識別之開源元件授權問題及已知弱點，神腦國際亦與外部資安技術廠商合作，進行風險檢視與改善建議，作為開發產品交付前之安全性與合規性檢核依據。

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、入侵與攻擊模擬平台)，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

神腦國際依資安事件影響程度，將下列情形列為重大資安事件之判定範圍：

- 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發生嚴重洩漏，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竊改，或國家機密遭竊改。
- 涉及關鍵基礎設施維運之核心業務或核心資通系統運作受到影響或停頓，且無法於可容忍中斷時間內回復正常運作。

2025 年，神腦國際未發生符合上述定義之重大資安事件。相關資安事件之辨識、通報及處理作業，依內部資訊安全管理程序辦理，並作為後續資安風險檢視及改善之依據。

其他支付 (pay) 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

神腦國際重視企業營運對環境、社會及公司治理之影響。為推動永續發展，我們於 2017 年制定並經董事會核准通過《企業社會責任實務守則》，作為公司推動永續管理之依據。

為建立永續管理架構，神腦國際於 2018 年成立「CSR 委員會」，並於同年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》。2022 年，因應 ESG 議題發展及國內政策趨勢，「CSR 委員會」更名為「ESG 委員會」，負責規劃公司永續政策、制度及行動方案，並定期檢視執行情形。

董事會授權高階管理團隊推動 ESG 策略與相關行動方案，並監督 ESG 委員會之推動進度與績效，使永續管理與公司營運決策、風險管理及利害關係人溝通相互連結，作為公司持續檢視與調整永續發展方向之依據。

2025 年永續管理重點成果如下：

- 導入 EAP (Employee Assistance Program) 員工協助方案，提供同仁身心健康支持資源。
- 響應母公司中華電信「2030 碳排減半、2050 年淨零排放」目標，推動營運活動之碳排管理及減碳措施。
- 持續推動經濟績效、環境管理、社會參與及文化傳承等相關工作，回應利害關係人對企業永續經營之期待。

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

(一) ESG 委員會

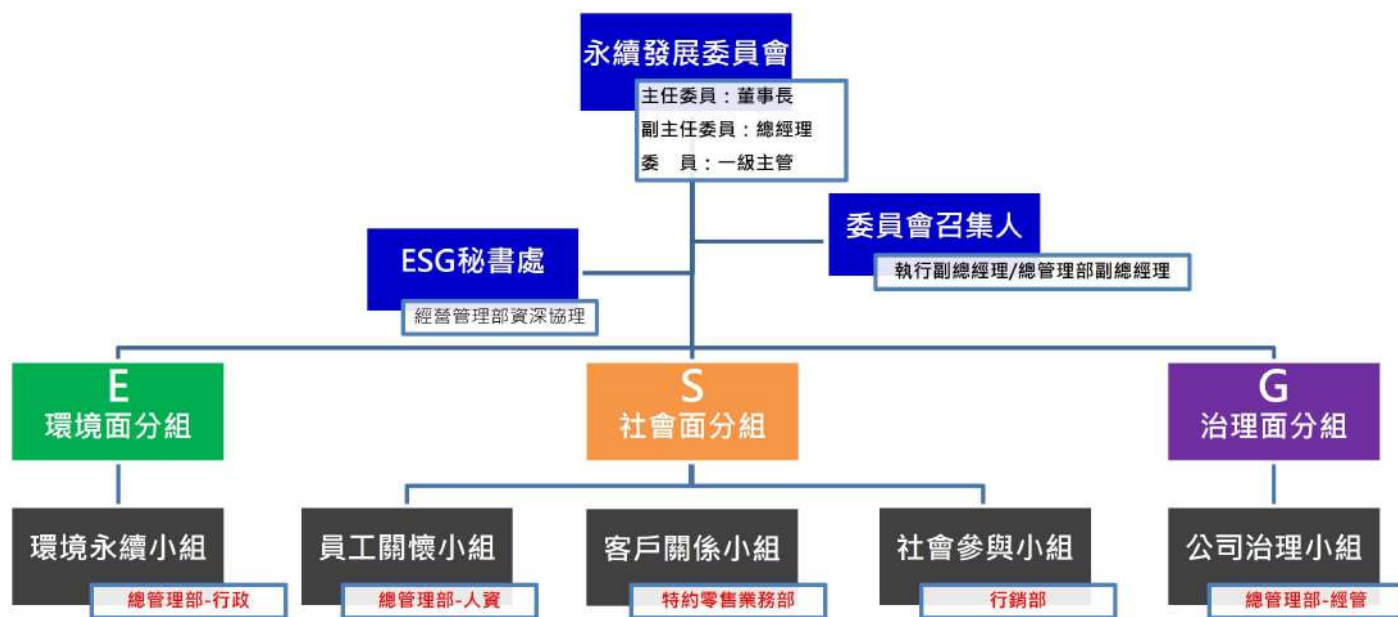
神腦國際設有 ESG 委員會，由最高經營階層，包括董事長及董事會代表擔任指導委員，並由高階主管負責各次委員會之實務運作。ESG 委員會負責研擬永續相關政策、制度及行動規劃，並就公司重要 ESG 議題進行討論與決議。

董事會為公司永續發展與 ESG 管理之最高治理單位，授權高階管理層推動相關事務，並定期審核永續發展執行成果與後續工作計畫。董事會亦負責審閱及核准《神腦國際永續報告書》，並檢視永續策略執行情形與推動進度，作為經營團隊後續調整之依據。

在執行層面，ESG 秘書處負責跨部門協調，並督導各功能小組依年度 ESG 行動方案辦理相關作業。為回應利害關係人對永續資訊揭露之需求，神腦國際每年編製及出版《永續報告書》，並定期向董事會報告年度 ESG 績效，由董事會進行督導與檢視。

2025 年，神腦國際董事會檢視並核准溫室氣體盤查及多項 ESG 重要專案等永續決策事項，作為推動永續管理及資訊揭露之依據。

神腦國際 ESG 委員會組織圖



ESG 小組

為推動 ESG 行動專案及《永續報告書》編製作業，神腦國際於 ESG 委員會下設置「永續發展委員會秘書處」(以下簡稱秘書處)，作為永續政策與行動計畫之推動單位。秘書處負責統籌提出永續政策、管理制度與方針，執行年度推動計畫，並每年彙整、編製與發行《永續報告書》，以回應利害關係人關注之永續議題。

秘書處每年依據主管機關公告之「公司治理評鑑(2025 年 10 月更名為 ESG 評鑑)」，召集跨部門 ESG 小組，針對年度新增或重大調整之主題與指標進行討論，並檢視內部對應機制及利害關係人關切之主題。相關討論結果亦作為年度報告揭露及後續改善行動之依據。

依據神腦國際內部核決權限，ESG 相關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 委員會運作成效及策略執行進度之依據。董事會亦得視報告內容，督促經營團隊調整執行方向或優先順序。

此外，法務部作為《企業社會責任實務守則》之執行與管理單位，負責守則修訂、解釋、教育訓練、諮詢服務、內部通報及登錄建檔等作業，並每年向董事會提交執行成效報告。

未來，跨部門 ESG 小組將依據 ESG 委員會所制定之策略，並依各部門專業職責分工，持續推動 ESG 行動計畫之執行、追蹤與改善。神腦國際亦將透過年度報告書揭露，與利害關係人保持溝通，作為檢視永續管理成效之參考。

ESG 小組職掌

組別	職掌說明
員工關懷	● 提供安全、和諧、健康的工作環境 ● 保護員工權益與申訴機制 ● 良好的勞資關係，提供專業技能之培訓計畫 ● 維持整體薪酬競爭力，與完善員工退休機制
環境永續	● 整合公司內部環境保護相關措施，定期追蹤各項專案結果 ● 環境法規的遵循，確保相關防治措施 ● 關注國際新環境議題，更新內部環境友善作法 ● 降低廢棄物產出
客戶關係	● 保障消費者權益，建立即時與有效的溝通管道 ● 提供消費者更節能環保的服務流程 ● 嚴謹控管客戶個人資料的使用與加密機制
社會參與	● 積極響應社會公益活動，進行相關社會參與專案
公司治理	● 推動永續供應鏈管理 ● 確保公司 ESG 資訊透明度，以利投資人與利害相關者 ● 評估公司營運風險，及制定風險管理政策及因應措施

(二) 重大主題

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
廣泛蒐集並檢視國際永續（ESG）議題、揭露框架與標準（如：GRI 準則、TCFD 指引、SASB 指標等）、標竿企業之資訊，並彙整神腦國際 2025 年度之 ESG 相關作為與新聞。配合公司短、中、長期的 ESG 發展目標，進行各面向永續議題之鑑別。	在完成潛在主題的衝擊顯著性評估後，由跨部門 ESG 小組依據公司內部營運考量、產業實務及標竿，進行最終的議題分析與討論。設定實際與潛在衝擊議題之「重大性門檻值」，依衝擊程度進行優先順序排序，據以完成「年度重大主題」鑑別。	「年度重大主題」經 ESG 委員會確立後，呈送「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，並繪製重大性矩陣，作為年度 ESG 報告書揭露 / 行動方案規劃之重要參考依據。

重大主題鑑別結果

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	將低碳排放，結合活動與宣導，提高大眾對節能減排的支持與參與度	☒ 營運活動 ☒ 產品服務 ☒ 商業關係	員工 社區

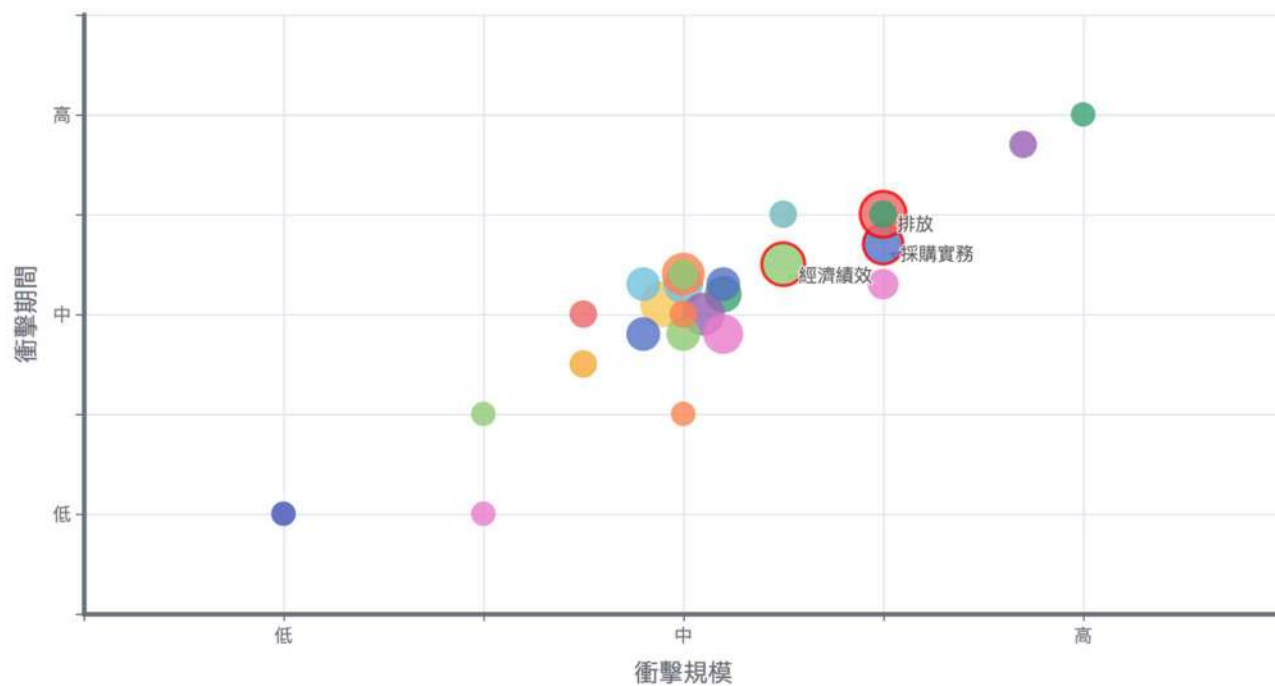
衝擊類型	ESG面向	重大GRI主題	雙重重大性原則		衝擊來源	衝擊標的
			對營運及業務的衝擊	對社會、環境及人群的衝擊		
實際正面	G	經濟績效	建立透明健全的退休福利及職工保障制度，吸引ESG導向投資者，提高融資效率並提升對人才的吸引力與留任率	與在地供應商建立長期合作關係，促進地方型中小企業成長，增加地區經濟活動與產生經濟價值	☒ 營運活動 ☒ 產品服務	股東 員工
實際正面	G	採購實務	與在地優秀供應商合作，促進創新技術及應用，提升產品與服務品質，強化市場競爭力	透過供應鏈採購促進當地經濟發展，包括吸引其他投資及增加工作機會，促進當地經濟發展	☒ 產品服務 ☒ 商業關係	供應商
潛在正面	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	☒ 營運活動	員工
實際負面	G	市場地位	應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	若果未能提供公平的薪酬福利，可能加劇性別或地區間的收入不平等	☒ 營運活動	員工
潛在負面	S	行銷與標示	若商品標示、功能說明、保固條件或促銷內容與實際商品不一致，可能造成消費者客訴或退換貨，進而影響客戶信任、通路	產品使用安全資訊不足，可能導致產品被誤用，產生意外傷害或損害，影響消費者健康與生活品質	☒ 產品服務	消費者 供應商

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		
			服務品質及營運管理 成本。			
潛在 負面	S	客戶 隱私	客戶 / 消費者機敏資 訊洩露可能引發信任 危機，導致現有或潛 在客戶流失，對營收 造成直接衝擊	大規模隱私洩漏事 件，可能引發社會輿 論效應，擴大社會對 數位治理的不信任， 影響數位經濟與數位 化產業發展	☒ 營運活動	消 費 者

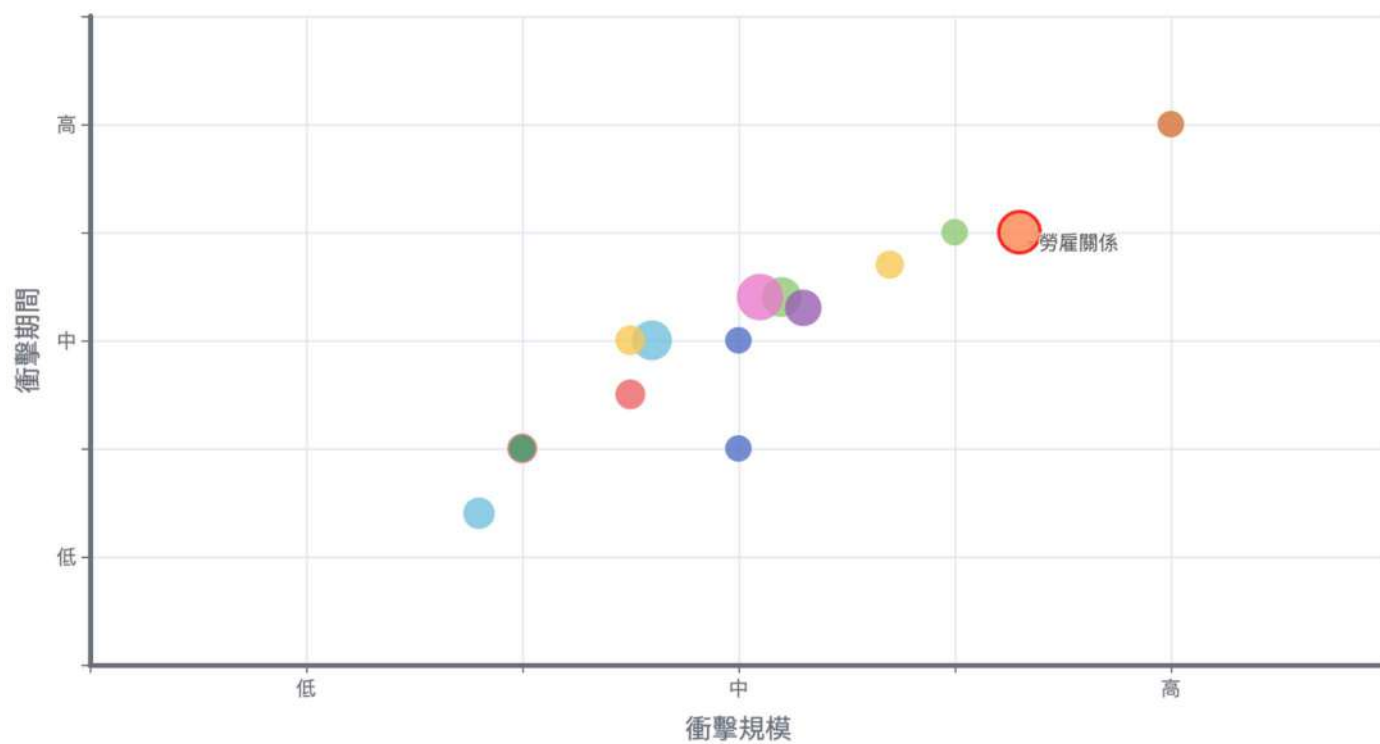
重大 GRI 主題變化：2025 年重大主題較 2024 年新增「客戶隱私」。

重大主題矩陣

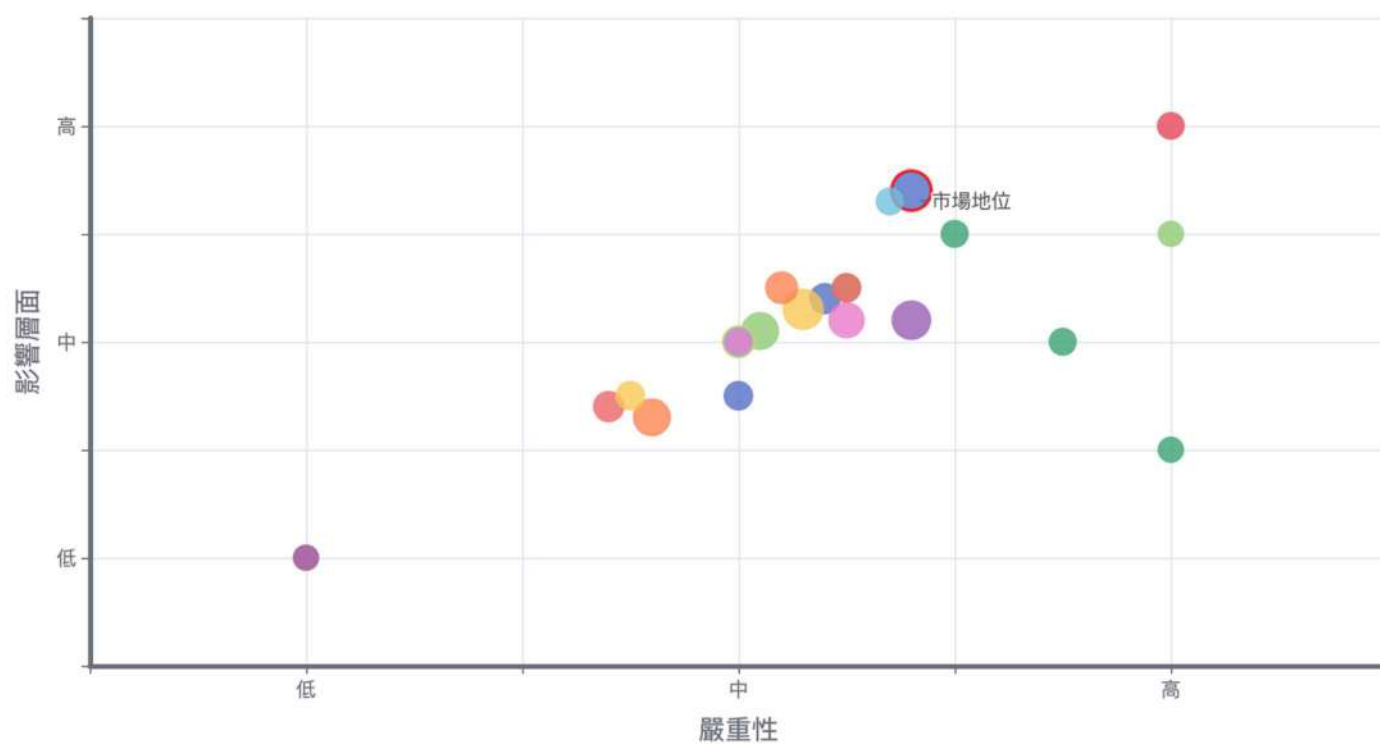
(1) 實際正面



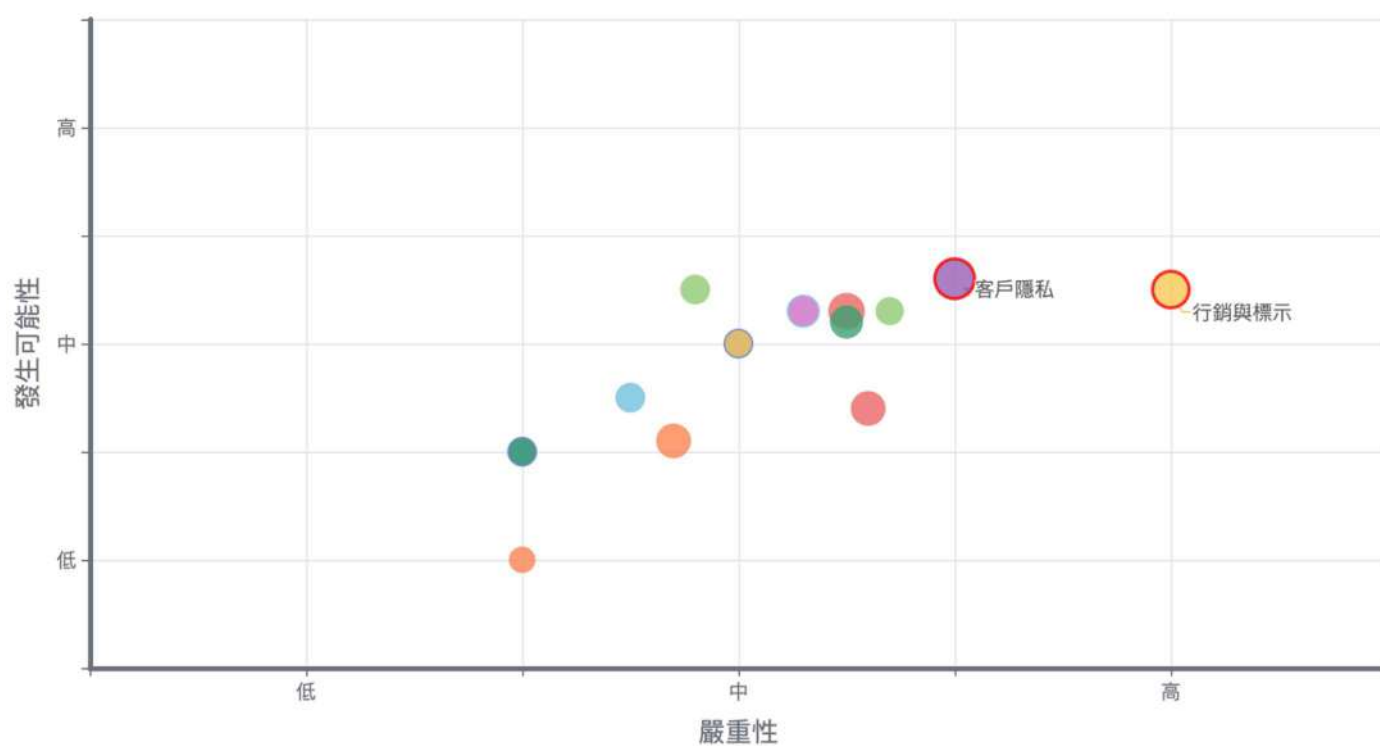
(2) 潛在正面



(3) 實際負面



(4) 潛在負面



重大主題列表

永續面向	重大主題	政策/辦法與承諾	檢核追蹤機制	目標	2025 年進度說明
E	排放	我們重視環境永續發展，除依法遵循各項環境保護政策及法令外，亦持續規劃與執行節能減碳措施及管理系統，確保公司經營全面符合環境法規之規範。	主責單位：行政處	● 每年通過 ISO 14064-1 外部查驗 ● 每年減少 1% 用電總度數、減少 1% 用水 ● 響應母公司中華電信 2050 淨零排放承諾，推動 2030 年減碳 50%、2050 年達成淨零排放	● 按季向董事會提報溫室氣體盤查及查驗時程規劃 ● 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 ● 完成一家特約門市導入 ISO 14067 碳足跡
S	勞雇關係	我們致力於建構環境良善的勞雇關係。透過規劃優於法規的完善福利制度，以實際行動打造安心職場。	主責單位：人力資源部	規劃與提供優於法令規範的完善福利制度，以實際行動讓員工安心投入工作並共享企業經營成果。	符合勞動相關法令規定，提供穩定且具凝聚力的職場環境
	行銷與標示	本公司訂有《商品標示法》，針對所提供的產品與服務，主動提供說明與使用規範，並於門市公告。	主責單位：通訊商品部、家電商品部	持續明確傳達產品與服務資訊，主動提供說明及使用規範，落實消費者權益保護。	針對 2024 年因原廠節能標章失效而未及時置換刊登文案之事件，公司於第一時間立即下架相關商品圖文，並已完成系統提醒機制的優化，防止類似事件再次發生

永續面向	重大主題	政策/辦法與承諾	檢核追蹤機制	目標	2025 年進度說明
	客戶隱私	● 訂有《資訊安全政策》、《個人資料檔案安全維護計畫》、《店務規範-銷售類個資作業流程》及《店務規範-維修類個資作業流程》。 ● 設有「資訊安全管理委員會」，由高階主管擔任召集人，執行嚴謹的資安管理與防護措施，透過定期會議與第三方認證，落實個資外洩「零容忍」之目標與承諾。	● 主責單位：法務部、資訊技術發展部 ● 資安風險納入「資訊安全專案」追蹤管理，定期向審計委員會及董事會報告	● 持續透過多元制度與流程規範，強化消費者個人資料保護，杜絕資訊外洩風險 ● 年度無重大資安、個資洩漏事故發生 ● 維持 ISO 27001 證書之有效性	● 針對 2025 年度個人資料相關事件，經內部檢視，主要係物流及部分作業流程控管尚有精進空間；公司已於第一時間強化流程管理，並持續從制度與作業面檢討改善，以最大程度降低類似風險 ● 年度無任何因資安外洩影響業務或遭主管機關裁罰之情事
G	經濟績效	提供具產業競爭力的薪資與福利措施，確保人力資本投資回報維持業界水準；積極推動縮短數位落差並持續投入普及服務建設。同時，每年氣候相關財務揭露(TCFD)對照表，定期	主責單位：財務部	● 持續推動多元化樂齡教育課程，強化長者的數位素養與知識，縮小城鄉數位落差，協助長輩融入現代數位生活 ● 持續強化公司氣候相關財務揭露 (TCFD)	● 積極推動「智匯公益計畫——全齡教育課程」，縮短全民數位落差 ● 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

永續 面向	重大主題	政策/辦法與承諾	檢核追蹤機制	目標	2025 年進度說明
		對利害關係人揭露氣候相關風險與機會。			
	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策，將營運績效合理回饋給同仁，確保公司保障與符合法規要求之員工權益。	主責單位：人力資源部	● 配合政府政策，致力提供優於勞基法之當地薪酬 ● 配合政府政策與市場競爭力，提供優於在地勞基法規範之薪酬水平，吸引並留任人才	符合勞動相關法令規定，落實員工權益
	採購實務	除部分具不可替代性之專業網通設備需自國外採購外，我們積極實踐「在地採購」理念。透過實際支持台灣在地供應商，促進本土產業經濟發展。	主責單位：通訊商品部、行政處	神腦核心業務為 3C 零售產品之銷售，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。	● 商品類採購：在地採購金額占總商品採購總額達 91.71% ● 行政類採購：在地採購金額占總採購總額達 100%

(三) 利害關係人溝通

神腦國際依循《AA 1000 利害關係人議合標準》(Stakeholder Engagement Standard, SES) 之責任、影響力、親近度、依賴性、代表性與政策意涵等原則，辨識出與公司營運具高度關聯之六大關鍵利害關係人，包括員工、供應商、消費者、股東 / 投資人、主管機關及社區。相關辨識結果作為後續重大主題鑑別之依據，協助公司聚焦與營運及利害關係人相關之永續議題。

為了解各利害關係人對神腦國際永續作為之關注與期待，透過定期會議、問卷調查、顧客服務、法人說明會及官方網站專區等管道，與利害關係人進行溝通及意見蒐集。相關回饋意見作為本公司擬定 ESG 推動策略與行動方案之參考。

針對各關鍵利害關係人所關注之重大議題，神腦國際設有對應之溝通機制與負責單位，以利回應相關意見，並作為後續檢視利害關係人溝通成效及永續管理作法之依據。

神腦國際利害關係人：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 法人說明會	即時 4 次/年	● 經濟績效
員工	員工是永續經營的關鍵，也是持續成長的驅動力。	E-mail 電話專線 勞資協商會議	即時 不定期	● 經濟績效 ● 市場地位 ● 勞雇關係
消費者	消費者的需求及購買選擇，是我們是業務及商業模式創新發展的關鍵。	客服專線 服務中心	即時	● 行銷與標示 ● 客戶隱私
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	● 市場地位 ● 排放
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	● 排放 ● 行銷與標示 ● 客戶隱私
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 電話專線	即時 1 次/月	● 採購實務

利害關係人	議合目的	議合管道	議合頻率	關注主題
		實地訪查		

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 萬元
台日產業技術合作促進會	一般會員	2 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 萬元
中華民國三三企業交流會	一般會員	5 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

為提供消費者穩定且可及的服務管道，神腦國際設有專責客服中心，受理消費者諮詢、意見回饋及申訴案件，並透過線上系統、電子郵件等通訊管道，提供消費者反映意見與建議之方式。

為檢視服務品質，神腦國際委託第三方機構不定期進行客戶滿意度調查，並將調查結果提供相關部門，作為服務流程及應對方式調整之參考。針對申訴案件，本公司訂有內部標準作業程序，於確認事實後交由專責單位處理，並於合理時限內回覆消費者。

在商品與服務資訊揭露方面，神腦國際依循《商品標示法》與《資源回收再利用法》等相關法令規範，要求產品標示及行銷內容符合正確、清楚及不致誤導消費者之原則。

針對 2024 年度曾發生之 1 件違反產品標示規範案件，主因為原廠節能標章失效，而內部未及時置換網頁刊登文案，我們於發現後即下架商品圖文，並於後續調整系統防錯提醒機制，以降低類似情形再次發生之可能性。

針對代理販售之 3C 商品及電信資費方案，神腦國際透過門市服務人員說明及標示內容揭露，協助消費者瞭解商品功能、服務條件及資費方案內容，以降低資訊不一致或消費者誤解之風險，並作為維護消費者權益與服務品質之基礎。

客戶滿意度調查

調查機制及方式	2025 年調查成果	精進措施
消費者申辦業務後，以電話方式進行滿意度訪查，評估項目包括服務態度、專業知識、處理效率、等候時間、迎賓接待及環境設施等 6 個面向	● 評分機制：服務品質 (QOS) 採 5 分制評估 ● 2025 年目標：4.68 分 ● 年度績效：年度共成功訪查 14,131 位消費者；特約分數達 4.92 分，優於年度目標。	● 內部培訓：聘請外部專業講師，面向內部同仁開辦「服務好感課程」；同時安排內部講師參與外部服務課程，並透過轉訓機制提升服務人員訓練效益。 ● 制度激勵與考核：規劃獎懲辦法，針對績優門市給予獎勵與表揚；針對未達標門市，則投入輔導並依制度執行相應管理措施。

保健商品-Sakuyo

台灣已逐步邁入超高齡化社會，國人對於身體保健與預防醫學的需求日益提升。神腦國際自 2019 年起從日本獨家引進保健品牌「Sakuyo」，依循「專業、信任、安心」之職人精神，致力為國人健康貢獻心力。

Sakuyo 由日本營養學博士率領研發團隊，並通過日本 GMP 大廠的嚴格品質把關。品牌以「個人健康」為起點，於 2019 年推出首支成人保健商品「比菲德氏菌+半乳寡糖」；隨後，我們以衛福部《國人飲食習慣調查》、食品工業發展研究所《食品產業年鑑》及經濟部《食品市場規模調查》等研究為基石，迄今已引進 9 項優質商品。針對日本厚生勞動省指出亞洲人最常見的腸胃道、肥胖與視力等健康問題，Sakuyo 與營養學博士野原哲矢等人合作，成立業界少數以營養學為核心的專門研究室，持續開發益生菌、葉黃素等專業產品。

目前 Sakuyo 產品線已全面涵蓋基礎保健、美容保健、兒童保健與銀髮族照護等。未來，我們將持續貫徹日本「一生懸命」的精神，開發多元新品以滿足全家人的健康需求。

多元通路與便利服務：

- 數位體驗深化：由神腦代營運之 Sakuyo 官方網站，除提供透明的商品資訊外，亦開闢「好評見證」與「健康小教室」專區，藉此提升消費者的日常保健知識。
- 線上週期購：因應消費模式轉變，神腦推出「網路週期購」定期定額宅配服務（區分為 3 個月與 6 個月期），月月配送到府，提供消費者便利的家庭保健備品方案。
- 實體量販優惠：實體門市結合通路量販概念，提供多種關聯性商品的組合優惠，讓顧客能以優質價格一次購足所需，同時降低群聚風險。

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

導入日用美食商品

神腦生活洞察到消費者對日常民生用品的需求日益多元，在關注 3C 產品之餘，亦更加重視家庭清潔、個人衛生與居家生活品質。因此，神腦持續拓展日用快銷商品的布局，以更豐富多元的商品選擇，建構全方位的便利購物體驗。

在拓展商品品類的同時，神腦國際高度重視產品對人體健康、使用安全與生態環境的衝擊。我們積極與具備環保理念、友善環境及永續經營意識的品牌和供應商合作，優先引進環境友善訴求之商品。相關品項涵蓋：減塑設計、採用可回收或可再生包材、降低環境負荷，以及取得環保標章或永續認證之日用品與食品。我們亦持續鼓勵供應商優化產品包裝，提供消費者兼具「品質、健康與環境友善」的多元選擇，落實永續消費之目標。

神腦社會公益講堂—與顧客同行的社會公益行動

神腦國際秉持「待客如親」理念，透過公益活動邀請顧客及社區民眾共同參與社會關懷行動。我們長期與「神腦文教基金會」合作推動「神腦社會公益講堂」計畫，結合健康教育與社區關懷，作為公司與顧客、社區互動及實踐企業社會責任之方式，將持續依活動執行情形及參與回饋，檢視公益活動內容與推動方式，作為後續社會參與規劃之參考。

1. 全台巡迴捐血活動：熱血顧客、共襄盛舉

我們定期舉辦巡迴捐血活動，邀請顧客與民眾參與公益行動。2025 年共舉辦 4 場活動，參與捐血人次共 432 人，募集 633 袋 250 c.c. 血袋。活動現場亦提供 Sakuyo 系列商品予參與民眾，作為健康回饋。

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，神腦國際推動健康講堂計畫，邀請顧客及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，活動延伸為「銀髮樂活講座」，聚焦高齡族群之營養攝取與健康管理。2025 年共舉辦 27 場次，參與人數達 1,018 人，作為推動健康教育與社區互動之具體成果。

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	藉由打造「流言健定團」系列衛教影片，邀請專業醫師、營養師與藥師親自解說，以釐清坊間不實的健康謠言與錯誤資訊。
神腦生活誌、DM	● 神腦生活誌：不定期提供多元化的保健保養知識分享 ● DM：實體門市每半個月出刊一次，供消費者免費索取；數位版 DM 同步更新於神腦生活誌，不定期分享健康知識、挑選保健品的注意事項、健康新聞與衛教資訊
sakuyo 官網 Facebook Instagram	不定期發布最貼近生活的保健新知、季節時事、日常飲食指南與商品資訊，由專業營養師小編即時解答消費者的各種疑問；同時透過關鍵意見領袖（KOL / KOC）進行商品的推薦分享，強化品牌信任度。

保健商品檢驗報告標準

為管理產品品質及消費者安全，神腦國際要求相關供應商提供產品檢驗合格報告及必要佐證文件，作為商品導入及後續管理之依據，具體要求包括：

1. 供應商須依法完成登錄，並提供食品業者登錄字號等相關資訊。
2. 供應商所提供之原材料，應檢附可佐證之成分分析報告 (Certificate of Analysis, COA) 及逐批出貨核可證明文件，作為產品品質管理之依據。
3. 神腦國際持續評核供應商自主管理情形，評核範疇包括食品良好衛生規範準則 (GHP) 符合情形、自主檢驗執行情形、追溯追蹤制度建置、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紀錄一致性，以及其他自主管理制度。

自 2020 年下半年起，神腦國際保健團隊投入「保健商品效期與物流管理系統」開發，並於 2021 年正式上線。2023 年 10 月，進一步建置《生活保健商品儲存及效期管理作業規定》，針對商品保存條件與物流流通作業進行管理，以降低效期、倉儲及配送過程之管理風險。

產品行銷與標示

針對 2024 年因原廠節能標章失效，且內部未及時置換網頁刊登文案，導致 2025 年行政罰款之違規事件，我們於發現後即下架相關商品圖文，並檢視內控流程及系統提醒機制。

針對家電標章控管作業，在法務部指導下，由業務單位與 IT 資訊部門合作，將現行「提醒通知」機制調整為「系統自動強制執行」機制。未來凡遇商品標章於當日失效，系統將於凌晨 0:00 依據資料庫所載效期資訊，自動對該商品執行下架作業，降低因人工判斷或處理延遲所產生之標示不符風險。

透過上述流程調整，我們將持續檢視商品行銷與標示管理作業，作為降低法遵風險及維持消費者資訊揭露正確性之依據。

環保產品銷售與推廣

神腦積極響應母公司中華電信的環境永續理念，將環境友善消費選擇導入通路中。

2023 年，我們與 Nokia 原廠合作，引進永續環保智慧型手機 Nokia X30 5G。該款產品的機身採用 100%回收鋁合金製作，背蓋則使用 65%回收塑膠材質，以實際產品展現品牌在循環材料應用與環境友善上的具體行動。

環保產品銷售與推廣

此合作為神腦國際推動綠色產品線的重要開端。未來，我們將持續評估並積極引進具備環保設計理念的永續產品，提升消費者對綠色商品的可近性。2025 年度，我們更規劃進一步擴大綠色商品的銷售占比，透過產品組合優化與行銷溝通，引導消費者共同參與環境友善行動，藉由實際的綠色購買行為，攜手為社會永續發展貢獻力量。

(一) 實體服務與維修據點

為提供消費者售後支援服務，截至 2025 年底，神腦國際於全台設有 125 家電信窗口、241 家特約門市，涵蓋北、中、南及東部地區，提供消費者就近申辦、諮詢及售後服務之管道。

在售後支援方面，設有 2 家區域物流維修中心與 10 家品牌授權維修中心，其中包括 7 家 Apple 維修中心及 3 家 Samsung 維修中心。相關維修作業由維修人員依標準作業流程及品牌授權規範辦理，以維持維修品質及作業一致性。

為提升服務便利性，神腦國際導入數位化維修查詢平台，顧客於裝置送修後，可透過線上系統查詢維修進度，減少致電或親自至門市查詢之需求。此機制有助於提升維修資訊透明度，並降低顧客往返據點次數。

此外，我們依實際營運需求及客戶回饋，檢視門市與維修據點之服務量能及區域配置，作為後續調整實體服務網絡與維修資源配置之參考。

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：通路服務」章節。

手機維修：甲地送修，乙地取件

根據財團法人台灣網路資訊中心 (TWNIC) 2025 年調查結果，台灣上網率達 88.75%，5G 網路覆蓋率為 98.20%，5G 使用率為 40.76%，行動支付使用率為 40.32%。相關數據顯示，智慧型手機已成為民眾日常生活中重要的數位工具，使消費者對維修服務便利性、時效性具較高需求。

為提升維修流程彈性，神腦國際提供「甲地送修、乙地取件」服務，消費者可於任一維修據點送件，並依需求選擇於其他據點取回裝置，以減少受固定取件地點限制所造成之不便。

2025 年，此服務共使用 673 次，作為神腦國際檢視維修服務便利性及據點協作流程之參考。未來，公司將依實際使用情形及顧客回饋，持續檢視維修服務流程與取件安排。

(二) 隱私權保護

為管理個人資料保護及消費者權益，神腦國際導入並通過《BS 10012 個人資訊管理制度 (PIMS) 》國際標準認證，為國內首家取得該認證之零售通路業者。隱私保護管理體系涵蓋行政、銷售、維修、客服等主要作業流程，並透過作業規範與資訊安全控管，管理顧客資料於蒐集、處理、利用、保存及傳輸等階段之相關風險。

因應《個人資料保護法》修法，透過 e-Learning 線上教育平台定期辦理法遵教育訓練，課程內容涵蓋個資法定義、舉證責任倒置、刑事責任規範及資料生命週期管理等主題，協助員工理解個資保護要求及內部作業規範。

2025 年度，我們所掌握之個人資料相關事件中，有 3 件係由外部利害關係人通報，其餘由內部管理與稽核機制發現。經內部盤點與檢視，事件主因為部分文件於物流運送、交付及相關作業流程中，個別控管環節未全程依循既定管理機制完成處理。經評估，上述事件均屬無須向主管機關通報之獨立個案。

針對前述情形，相關單位已檢視物流與文件處理流程之控管要求，並從制度面與作業面進行檢討與調整，以降低類似事件再次發生之可能性。

神腦國際隱私權政策：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：資訊安全」章節。

隱私保護管理制度

流程	說明
行政	於合約中要求供應商及合作夥伴均須遵循《個人資料保護法》及相關法令，涉及消費者個人資料之蒐集、處理、利用或國際傳遞等行為，均須符合規定。
通則	除 CCR 系統的客訂銷售與受理維修案件外，凡需蒐集客戶個人資料的情況，請依以下流程辦理： (1) 若是神腦會員，核資後，可將其個人資料登記於 My Portal 系統 (2) 若非神腦會員，請客戶加入神腦會員後，再將資料登記於 My Portal 系統 ● 客戶加入神腦會員，即代表同意神腦會員服務條款及隱私權政策，網址： https://online.senao.com.tw/register ● 系統操作說明：My Portal 系統→店務事項→店務/客訂維護 個人資料蒐集禁止人員為作業便利性，要求客戶以非正式方式先行提供其個人資料，如於便條紙上填寫姓名、電話、身分證字號等
銷售	● 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

流程	說明
	意與紙本簽名後，方進行後續系統操作與資料輸入 ● 紙本單據上亦僅以隱碼顯示個人資訊，保障消費者隱私
維修	● 於報修作業前，主動且清楚說明個資注意事項，如提醒消費者事先自行備份或刪除資料等，避免重要資訊遺失 ● 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，取代紙本填寫，降低實體單據流轉之個資風險 ● 系統建立維修資料後，列印出之《神腦國際機器送修單（維修聯）》關鍵個資皆自動呈現隱碼，由消費者確認無誤後簽名 ● 若遇手機須轉送原廠處理之情形，神腦國際僅提供手機資料供原廠進行保固確認，不提供消費者任何個人隱私資料
客服	● 客戶進線客服中心時，在取得客戶同意前提下，始得記錄聯絡電話並指派相關權責單位進行回電處理 ● 客服單位所產出之報表資料，不會顯示客戶聯繫號碼
文件	● 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 ● 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 ● 嚴禁複印及留存非業務必要之個資文件
檔案	如使用實展機或公務卡發送簡訊，務必將客戶資料刪除
硬體	● 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 ● 電腦閒置之 USB、USB-Type C 等傳輸介面（含主機後方插槽），一律使用「禁止拆封」之貼紙進行實體封閉
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

神腦設有客服中心，受理消費者諮詢、申訴及其他服務需求，協助消費者反映問題並取得回覆。

為便利消費者聯繫，我們建置多元溝通管道，包括 0800 免付費客服專線、線上表單填寫系統、專屬 E-mail 客服信箱及電信業者窗口轉介服務等，各項管道皆連結至神腦客服處理平台，由客服團隊依案件內容進行受理、分派、追蹤及回覆。

針對客服案件，神腦訂有內部標準作業程序，作為案件處理與回覆之依循。為維持客服品質，透過內部教育訓練，協助客服人員熟悉服務流程、回覆原則及溝通方式，並定期檢視回覆品質與處理效率，作為後續調整服務流程之參考。

面對數位服務發展及消費者需求變化，神腦將持續檢視客服中心運作情形，並評估智慧回應工具之應用，以提升客服案件處理效率及服務資訊一致性。

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	26,001 件	11,529 件	1,205 件
比率	67 %	30 %	3 %

註：

1. 上述客服進線包含前三大進線管道之統計。
2. 進線包含維修諮詢、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%。

客訴統計說明

神腦重視消費者意見回饋，並將客訴案件作為檢視服務流程與改善作業之參考。為掌握案件性質並管理處理時效，我們依客訴內容將案件區分為 A、B、C 三級，並依不同情境建立標準回應程序，作為客服人員受理、確認、處理及回覆之依循。

2025 年，共受理 151 件客訴案件，約占總進線量 0.39%。客訴案件前三大類型為：服務態度（占 49%）、合約資費爭議（占 17.2%）、維修爭議（占 7.3%）。針對消費者反映之訴求，客服人員均依內部處理時限完成確認與回覆。針對占比最高之服務態度類型案件，均通報所屬區域主管，作為後續教育訓練與服務流程檢視之依據。

此外，2025 年共處理並回覆 372 件個人資料保護相關諮詢，占總進線量約 0.96%。相關諮詢案件由客服及權責單位依內部程序回覆，作為未來持續檢視個人資料保護溝通與服務說明之參考。

個資處理需求分析

項目	筆數 (件)	占比 (%)
補充更正	299 件	80.4 %
查詢或閱覽	50 件	13.4 %
製給複製本	23 件	6.2 %

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	消費者進線客服中心並結束通話後，神腦國際透過系統語音進行即時滿意度評分。評估項目涵蓋專業能力、解決問題能力、服務態度、處理效率及整體滿意度等 5 個面向。 2025 年，客服中心整體滿意度成績為 99 分 (滿分 100)，顯示消費者對客服人員回覆品質及服務過程多給予正向評價。相關調查結果亦作為客服中心檢視服務品質及後續教育訓練安排之參考。
客服人員訓練	神腦國際客服人員訓練課程分為「基礎課程」、「神腦生活與維修」及「零售相關服務」三大類，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、金流及訂單問題處理等主題。 針對需加強之客服人員或特定課程內容，本公司亦安排後續教育訓練，以協助客服人員熟悉服務流程及回覆原則。此外，客服中心每月召開月會，討論客訴案件及相關作業調整事項；2025 年度客服同仁月會出席率為 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%

項目	占比	評估目標值	定義及說明
服務滿意度及作業品質提升	20 %	● Monitor Call 成績部門總成績達 90 分 ● 話後滿意度問卷調查部門成績達 90 分	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	事由	表揚方式
特約門市「中和興南」：吳姓服務人員	顧客於 2025 年 2 月 17 日及 18 日連續兩晚至神腦中和興南店尋求協助，其智慧手錶 (Apple Watch) 因不明原因無法順利連線。門市吳姓服務人員協助顧客進行測試與問題排除，並主動致電客服諮詢解決方案，最終協助顧客修復連線問題。顧客事後來信肯定該服務人員之耐心與服務表現，並感謝門市團隊提供協助。	客服中心已回信感謝消費者之肯定；相關事蹟已轉呈單位主管，並對吳姓服務人員予以嘉獎表揚。

五、幸福職場

神腦重視員工工作環境與職涯發展，並透過溝通、培訓、升遷及回饋制度，支持同仁在工作中持續學習與發展。

自創立以來，神腦的營運成果仰賴經營團隊與全台員工共同投入。我們除提供工作環境與相關資源外，亦規劃培訓課程與發展機會，協助同仁提升職務所需能力。同時，神腦建立升遷機制與回饋制度，作為肯定員工貢獻及支持職涯發展之依據。

「公平、誠信與正直」為神腦長期遵循的行為標準。為使同仁了解工作中應遵守之規範，神腦訂有《行為準則》，內容涵蓋禁止不當行為、營業秘密保護、個人資料管理等議題。每年亦透過商業行為準則宣導與培訓課程，協助員工理解產業倫理、企業道德及合規要求。

神腦連續兩年（2024 年、2025 年）榮獲「1111 人力銀行幸福企業」金獎。我們提供優於法規要求之年度健康檢查與托兒福利資源，作為員工身心照護與家庭支持措施之一。此外，神腦設立由身心障礙工程師組成的授權維修中心，透過職務安排與專業訓練，支持多元人才參與職場，並展現神腦對多元共融職場之重視。

(一) 人力結構

截至 2025 年底，神腦員工總數為 2,036 人。我們重視勞動條件、聘用穩定性與員工發展，並依營運需求與職務條件，提供不同背景人才參與職場之機會。

在多元共融方面，神腦聘僱 23 位身心障礙員工及 16 位原住民族群同仁，作為推動友善職場與人才多元化之基礎。

員工數統計

項目	男性	女性	合計
員工「總人數」	889 人	1,147 人	2,036 人
「正職員工」人數	843 人	1,102 人	1,945 人
「短期員工」人數	1 人	1 人	2 人
「非保證時數員工」人數	45 人	44 人	89 人
「全職員工」人數	844 人	1,103 人	1,947 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	男性員工數	女性員工數
正式員工	843 人	1,102 人
非正式員工	46 人	45 人
員工總計	889 人	1,147 人
身心障礙者	11 人	6 人
原住民	7 人	9 人

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. 2025 年員工總數為 2,036 人（包含身心障礙、原住民員工數）。
4. 身心障礙者：依《身心障礙者權益保障法》第 38 條規定，公司應進用身心障礙者 20 人，現階段已超額進用身心障礙者 23 人（輕度 9 人、中度 2 人、重度 6 人，依規定進用重度以上身心障礙者，每進用 1 人以 2 人核計）。
5. 原住民：秉持員工多元化之原則，進用原住民 16 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。

各職級人數一覽表

職級	年齡層	男性（人）	女性（人）
一般員工	29 歲以下	212 人	177 人
	30~50 歲	564 人	845 人
	51 歲以上	36 人	74 人
	占比(%)	39.88%	53.83%
基層主管	29 歲以下	0 人	0 人
	30~50 歲	17 人	17 人
	51 歲以上	4 人	7 人
	占比(%)	1.03%	1.18%
中階主管	29 歲以下	0 人	0 人
	30~50 歲	27 人	14 人
	51 歲以上	18 人	6 人
	占比(%)	2.21%	0.98%
高階主管	29 歲以下	0 人	0 人
	30~50 歲	3 人	2 人
	51 歲以上	8 人	5 人
	占比(%)	0.54%	0.34%

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	男性占比	女性	女性占比	總計	總占比
新進 員工	29 歲以下	90 人	4.42%	93 人	4.57%	-	-
	30~50 歲	98 人	4.81%	90 人	4.42%	-	-
	51 歲以上	3 人	0.15%	14 人	0.69%	-	-
	新進員工小計	191 人	9.38%	197 人	9.68%	388 人	19.06%
離職 員工	29 歲以下	59 人	2.9%	48 人	2.36%	-	-
	30~50 歲	92 人	4.52%	77 人	3.78%	-	-
	51 歲以上	11 人	0.54%	6 人	0.29%	-	-
	離職員工小計	162 人	7.96%	131 人	6.43%	293 人	14.39%

註：

1. 新進員工定義：2025 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。

新進率與離職率趨勢-依性別與年齡

類別	性別	年齡	2023	2024	2025
新進率	男性	29 歲以下	8.65 %	7.13 %	4.42 %
		30~50 歲	4.49 %	4.81 %	4.81 %
		51 歲以上	0.33 %	0.25 %	0.15 %
	女性	29 歲以下	6.98 %	5.99 %	4.57 %
		30~50 歲	4.78 %	5.85 %	4.81 %
		51 歲以上	0.1 %	0.39 %	0.29 %
離職率	男性	29 歲以下	2.87 %	2.65 %	2.90 %
		30~50 歲	5.45 %	3.69 %	4.52 %
		51 歲以上	0.38 %	0.34 %	0.54 %
	女性	29 歲以下	3.49 %	3.15 %	2.36 %

類別	性別	年齡	2023	2024	2025
		30~50 歲	4.92 %	5.65 %	3.78 %
		51 歲以上	0.24 %	0.44 %	0.29 %

註：

員工離職率趨勢與多元分析（依據性別別與年齡別）：2025 年神腦國際的整體離職率為 14.39%，相較於 2024 年的 15.92% 呈現小幅下降趨勢，顯示整體同仁的留任情形已趨於穩定。針對離職結構，我們依據性別與年齡兩維度進行分析，作為精進人力資源管理的實質依據。

- ⑩ 依據性別分析顯示，2025 年度男性離職率為 7.96%、女性為 6.43%；2024 年男性離職率為 6.68%、女性為 9.24%。相較 2024 年度，2025 年女性離職率下降，男性離職率略有增加，使兩性離職率差異縮小。
- ⑩ 依據年齡分析顯示，離職員工主要分布於 30~50 歲及 29 歲以下族群，兩年度結構一致，51 歲以上員工之離職率則維持在相對較低水準。29 歲以下數據反映早期職涯員工的人力流動特性。30~50 歲族群為公司核心中堅工作人口，流動原因多與個人職涯發展規劃及外部就業市場變化相關。51 歲以上數據顯示資深員工在公司之任職穩定度與留任率極高。

本公司已依據上述量化分析結果，持續檢視並精進相關人力資源管理措施。未來將持續優化職涯發展機制、彈性工作安排與家庭支持制度，以回應不同性別及各年齡層同仁的需求，並作為後續留任策略規劃的依據。

非員工工作者資訊

針對維繫企業日常營運支持的非員工工作者，2025 年度總人數為 24 人，其職務領域分布為倉庫 16 人、清潔員 4 人、資訊管理 (MIS) 3 人、門市 1 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	透過第三方 (人力仲介)	協助門市營運
倉庫-派遣勞工	透過第三方 (人力仲介)	理貨

註：以報導期間期末人數計算。

(二) 員工福利

神腦重視員工身心健康、職涯發展及工作與生活平衡，並透過薪酬、獎金、員工酬勞及相關福利措施，支持同仁穩定工作與發展。

員工薪酬依《薪酬福利管理規定》辦理，綜合考量學歷、專業能力、年資及績效表現，訂定薪資水準。我們遵循勞動法規有關基本工資、加班及工時等要求，並依「同工同酬」原則辦理薪酬管理，避免因性別、種族、宗教、政治立場、婚姻狀況或工會成員身分而產生待遇差異。

在獎酬制度方面，神腦每年依整體獲利狀況核定年終獎金基數，並以員工年度 KPI 目標達成情形進行績效評核，作為獎金發放依據。另依《公司章程》規定，年度獲利時，神腦應提撥不低於稅前盈餘 3% 作為員工酬勞，經董事會決議後，依個人績效進行分配。

2025 年初，神腦已啟動年度調薪評估作業，綜合考量消費者物價指數、市場經濟環境、公司營運狀況與員工個人表現，並授權各單位主管依據員工工作情形及單位整體表現進行調薪評估，作為薪酬調整之依據。

員工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	1.08 : 1
女性：當地最低薪資	1.08 : 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 2025 年台灣基本工資 28,590 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			
女性：男性					
平均薪資	1 : 1.02	1 : 1.15	1 : 1.03	1 : 0.99	1 : 1.32
基本薪資	1 : 1.01	1 : 1.12	1 : 1.01	1 : 0.99	1 : 1.32

註：

1. 統計範疇：2025 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（年度）薪資資訊

項目	2024	2025	與前一年度相比
全時員工薪資平均數	66.4 萬元	68.5 萬元	0.97 : 1
全時員工薪資中位數	63 萬元	64.9 萬元	0.97 : 1
全時員工人數	1,823 人	1,829 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，仍包含中階、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

神腦重視員工職涯發展、工作與生活平衡及退休生活準備，依相關法規及內部制度提供員工福利措施。福利內容包括：定期健康檢查、醫師臨場服務、勞健保、育嬰留職停薪及退休準備金撥補等。

為提供同仁基本保障，所有員工於報到當天即享有團體保險保障，並可自費將家屬納入優惠福利計畫，使保障範圍延伸至家庭成員。

2025 年度，我們於員工福利計畫共投入新台幣 11,698,103 元；同年 10 月，首度導入員工協助方案（Employee Assistance Program, EAP），將心理健康支持納入員工福利措施，並委託外部專業諮詢資源，提供同仁相關支持管道。

項目	說明	頻率	參與人數	投入 / 補助金額
團體保險	員工免費享有團體保險，保障範圍涵蓋壽險、意外險、癌症險及醫療險等，並提供眷屬優惠。	在職期間	2,016 人	7,638,819 元
年度健康檢查	定期辦理員工健康檢查，協助同仁了解自身健康狀況，並及早留意潛在健康風險。健檢完成後，由公司護理師針對檢出異常之同仁進行追蹤與關懷，提供衛教說明並提醒就醫，作為後續健康管理之支持。	1 次 / 年	1,500 人	3,893,449 元
醫師臨場服務	聘請職業醫師定期提供臨場服務，內容包括員工健康諮詢、健康管理及健	1 次 / 每月	43 人	132,000 元

項目	說明	頻率	參與人數	投入 / 補助金額
	康促進建議。醫師亦會針對健康檢查異常個案及工作相關傷病風險提供預防建議，協助同仁了解健康風險與日常改善方向。			
健康宣導	定期發送健康促進與疾病預防相關資訊，協助員工了解疾病成因、預防方式及日常健康管理觀念。此外，我們亦視需要提供道路交通安全資訊，提醒員工注意通勤及日常行動安全，從工作與生活面向支持員工健康與安全。	1 次 / 月	2,016 人	-
健康講座	為提升員工健康意識與疾病預防知識，神腦辦理健康促進講座，主題涵蓋運動保健、癌症預防、自律神經調適、情緒與壓力管理、親密關係及慢性病預防等面向，協助員工在工作與生活中建立健康管理觀念。 2025 年，共辦理 6 場健康講座，共計 265 人次參與，內容如下： ● 每天都在走，你知道你走對了嗎 主講：元心運動醫學 高瑞宏物理治療師 35 人參與 ● 如何避免癌症來敲門 主講：康寧醫院 施瑞宏衛教部主任 38 人參與 ● 舒緩自律神經失調 主講：中英醫院 徐東明衛教部主任 45 人參與 ● 情緒管理與壓力調適 主講：博仁醫院 彭嚴鋒健管師 43 人參與 ● 為什麼我們總在愛裡受傷？ 主講：華心基金會 何培申心理	6 次 / 年	265 人	33,835 元

項目	說明	頻率	參與人數	投入 / 補助金額
	師 50 人參與 三高傷腎，黃金守則教您穩操腎券 主講：耕莘醫院 林芳琦健管師 54 人參與			
疫苗施打	為協助員工預防傳染病並維護日常健康，神腦與衛生所及醫療機構合作，定期提供疫苗接種服務，將疾病預防納入員工健康促進措施之一。透過疫苗接種服務，員工可依自身健康需求及意願取得接種資源，有助於降低傳染病對個人健康、工作安排及日常生活之影響。 2025 年度疫苗接種統計： - 流感疫苗：共計 102 名員工。 - 新冠疫苗：共計 21 名員工。	1 次 / 年	104 人	-
癌症篩檢	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，提供員工較便利的預防性健康檢查管道。透過篩檢服務，神腦支持員工提升對自身健康狀況之關注，並強化對疾病早期發現、早期治療之重視。 2025 年度癌症篩檢項目如下： - 子宮頸抹片檢查：74 人。 - 乳房攝影檢查：46 人。 - 糞便潛血檢查：59 人。 - 口腔黏膜篩檢：4 人。	1 次 / 年	183 人	-
員工協助方案 (EAP)	為提供員工心理健康支持，導入員工協助方案 (Employee Assistance Program, EAP)，提供全體員工工具隱私保障之專業諮詢服務。透過外部專業諮詢資源，我們協助同仁在面對	在職期間	8 人	-

項目	說明	頻率	參與人數	投入 / 補助金額
	工作、生活或心理壓力時，能有適當管道尋求支持，作為神腦員工照護與健康促進措施之一。			

員工活動

項目	說明
書法競賽	神腦於 2025 年 12 月 16 日至 2026 年 1 月 9 日期間舉辦傳統藝文書法競賽，開放全體員工自由報名參與。 本次活動以傳統書法為主題，鼓勵同仁在工作之餘參與藝文體驗，並促進跨部門與跨區域同仁交流。透過活動辦理，神腦希望提供員工多元參與管道，增進同仁之間的互動，並將文化傳承與職場活動結合，作為員工關懷及職場凝聚之方式之一。 本次書法競賽共計 505 人次參與，員工回饋整體正向。

退休制度

為保障員工退休權益，神腦依循《勞動基準法》及相關法規建立退休制度，並按月提撥退休準備金。相關款項提存於台灣銀行信託專戶，並由勞資雙方共同組成「勞工退休準備金監督委員會」，負責退休準備金之管理、監督及審核事項。

針對適用勞退舊制年資之同仁，神腦依每月薪資總額提撥 2% 退休準備金，按月存入台灣銀行之勞工退休準備金監督委員會專戶。針對適用勞退新制之同仁，神腦則依其月投保薪資，按月提繳 6% 勞工退休金，儲存於勞保局設立之勞工退休金個人專戶。

截至 2025 年底，神腦勞工退休準備金帳戶累積提撥金額為新台幣 197,222,051 元，作為員工退休權益保障及退休生活準備之基礎。

項目	說明
需支付舊制退休金總值	108,214 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	2025 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

神腦重視員工於不同人生階段中，對於工作發展、婚育規劃及家庭照顧責任之平衡需求，透過制度化措施提供相關支持，作為建構友善職場與性別平等工作環境之一環。

為落實《性別平等工作法》，神腦依法提供產假、陪產檢及陪產假、育嬰留職停薪等制度，並推動下列母性健康與家庭照顧支持措施：

- **母性健康風險評估**：針對懷孕至產後一年內之女性同仁，實施職場母性健康風險評估，並依評估結果進行後續追蹤與管理。
- **孕期關懷資源**：提供孕期衛教諮詢、上班族孕婦伸展操指引、爸爸手冊、孕期營養建議、擴大產檢補助資訊，以及剖腹產相關保險理賠項目說明等資源，協助同仁掌握孕產期間所需資訊。2025 年度，實際接受孕期關懷服務之員工共計 24 人。
- **哺集乳室**：神腦設置之哺集乳室已通過新北市政府合格認證，提供產後員工哺集乳空間，支持同仁於重返職場後兼顧工作與育兒需求。
- **訂婚假**：除依法提供各項法定假別外，神腦另提供 1 日「訂婚假」。2025 年度，實際申請訂婚假之同仁共計 27 人。
- **家庭照顧假彈性安排**：針對員工日常家庭照顧需求，神腦將「家庭照顧假」之最小請假單位規劃為半小時，增加同仁面對臨時家庭照顧需求時之請假彈性。

神腦將持續透過婚育支持與家庭照顧相關措施，作為人力資源管理及職場支持政策之一，並定期檢視各項制度運作情形，以回應員工於不同人生階段之需求。

類別	男性	女性	合計
2025 年符合育嬰假申請資格人數(A)	57 人	107 人	164 人
2025 年實際申請育嬰假人數(B)	15 人	22 人	37 人
育嬰假申請率(B/A)	26.32%	20.56%	22.56%
2025 年應復職人數(C)	14 人	36 人	50 人
2025 年實際復職人數(D)	11 人	27 人	38 人
復職率(D/C)	78.57%	75%	76%
2024 年復職總人數(E)	16 人	26 人	42 人
2024 年復職後服務滿一年人數(F)	9 人	18 人	27 人
留任率(F/E)	56.25%	69.23%	64.29%

註：

1. 2025 年符合育嬰假申請資格人數(A)：2023、2024、2025 年有請過產假及陪產假的員工人數計算。

2. 2025 年應復職人數(C)：包含分別於 2023、2024、2025 年申請，並應於 2025 年復職的人數。
3. 復職率(D/C)：(2025 年實際復職人數 / 2025 年應復職人數) * 100%。
4. 留任率(F/E)：(2024 年復職後持續工作一年的人數 / 2024 年復職人數) ×100%。

(三) 人權守護

我們重視營運過程中涉及之人權議題，並將尊重員工、供應商夥伴及營運相關利害關係人之勞動與基本權益，視為企業經營與永續管理的一環。

神腦目前尚未簽訂團體協約，員工權益均依循國家勞動法令辦理，並落實於勞動契約及內部管理規章中。相關權益保障不因未簽訂團體協約而受到減損。

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。

行動	說明
提供安全與健康職場	● 我們力求「符合法規、風險評估、全員參與、持續改善、危害歸零」。 ● 職業安全專責單位：設置「職業安全衛生室」，聘任全職專業護理師落實員工健康把關；每月定期聘請勞工健康服務醫師執行臨場服務，提供專業健康諮詢、指導及作業環境評估。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」及「異常工作負荷促發疾病預防」計畫。 ● 建立基層照護服務體系：每年定期安排員工健康檢查、四癌篩檢、流感疫苗接種與健康講座，定期追蹤異常狀況及處理。 ● 母性友善職場：針對懷孕至產後一年內之女性員工，落實母性健康風險評估與追蹤管理。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，支持員工重返職場後持續哺乳，平衡工作與家庭需求。 ● 安全健康的工作環境：總部大樓日夜間均部署出入的門禁監視系統，且辦公環境全面禁菸，已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》與《門禁管理規定》以資遵循。
杜絕不法歧視及騷擾	● 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。 ● 為保障所有員工在執行職務過程中，免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》，提供本公司所有員工免於職場暴力及性騷擾之工作環境。
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	尊重員工依法籌組或加入受法律認可之工會、行使合法勞動權利之自由；公司維持暢通的意見表達管道，致力強化和諧的勞資雙向溝通。
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	● 針對求職者及所僱員工之個人隱私資料，嚴格遵守《個人資料保護法》

行動	說明
	等相關法令。 ● 制定《個人資料檔案安全維護計畫》，建立個人資料安全事件管理與緊急應變機制，降低個資遺失、受損、受到未經授權或不合法處理之風險，確保發生突發事件時能立即採取矯正措施，將潛在損害降至最低。
人權申訴機制	● 訂有「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。 ● 通信地址：神腦國際企業股份有限公司（231 新北市新店區中正路 531 號 2 樓，總部）稽核室 ● 電子郵件帳號：auditing@senao.com.tw ● 電話語音專線：02-22183588 ext:1805
吹哨者保護制度	雇主不可以對申訴勞工有解雇、降調、減薪等不利處分。 ● 「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。 ● 《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。 ● 《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。

人權教育訓練

我們重視員工之人權尊嚴與平等權利，並透過教育訓練協助同仁了解性別平等、性騷擾防治及職場尊重等相關議題。為提升員工對人權與平等工作環境之認知，將相關課程納入數位必修課程，並辦理實體講座，作為人權政策宣導及職場友善環境推動之一環。

課程	內容	參與人數
性平法 相關課程	2025 年度辦理「性別工作平等」及「性騷擾防治」相關教育訓練： 1. 購置專家學者錄製之課程影片，辦理「性騷擾防治教育訓練」線上宣導，並列為數位必修課程，共計 1,778 人完成修課。 2. 邀請專家進行「性別歧視與防治性騷擾」主題實體講座，協助同仁了解性別平等與性騷擾防治相關觀念，共計 36 人參與。	1,814 人

(四) 訓練與發展

我們重視人才培育，透過教育訓練制度與職涯發展規劃，協助員工建立基礎職能、專業技能及管理能力，作為支持員工發展與組織營運之基礎。

教育訓練體系主要涵蓋四大類別，包括新進人員訓練、專業訓練、職級訓練及自我發展訓練，依據同仁之職務屬性、管理職級及發展需求，規劃相應課程內容，協助員工於不同職涯階段持續學習。

神腦導入數位學習平台已逾十年，並持續檢視平台介面及使用功能。透過線上課程與手機端操作功能，員工可依工作安排進行學習，有助於提升學習彈性，並支持制度宣導、知識傳承及自主學習。

在零售與門市業務培訓方面，神腦將部分常態型課程轉化為線上數位教學，包括新進人員報到訓練及基礎專業技能培訓等，以減少學員往返時間並提升訓練安排彈性。相較於實體集中訓練，線上課程亦可降低部分交通往返需求，作為兼顧學習便利性與環境考量之訓練方式之一。

2025 年，訓練總時數共計 48,432.26 小時，總訓練費用為新台幣 270 萬元，占營收比 0.0089%。

訓練架構

訓練體系	類型	目標
新人訓練	● 通識訓練 ● 基礎專業知識訓練 ● 在職訓練 (On the Job Training, OJT)	協助新進員工盡速適應公司文化
專業別訓練	● 內部訓練 ● 在職訓練 ● 外派訓練	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	● 一般知識 ● 一般同仁 ● 管理訓練 ● 基層主管 (課長 / 主任) ● 中階主管 (經 / 副理) ● 高階主管 (協理以上)	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	● 在職進修、學分班 ● 讀書會 ● 線上課程 ● 語文課程	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

訓練體系	類型	目標
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，2025 年 100%員工皆填覆完成行為準則問卷
神級人物	每個月專訪一位「神」級人物！	神腦採訪團隊每月邀請一位名人或專家，與同仁分享科技新知、保健觀念及實用的生活妙招，透過多元主題的交流，豐富同仁的工作與生活視角。 2025 年累計觀看人次達 4,239 人，總學習時數為 536.44 小時。

新人訓練

針對第一線新進門市人員，新進同仁於報到三個月內，須參與「門市作業規範訓練課程」，協助融入工作團隊。

在培訓過程中，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，進行全面的階段檢視。

訓練對象	項目
門市人員	● 門市新人育成訓練 ● 門市人員 ● 店長育成訓練 ● 門市主任 ● 性平必修課程
一般人員至中高階主管	● 新人育成訓練 ● 一般人員育成訓練 ● 基層主管育成訓練 ● 中階主管育成訓練 ● 高階主管育成訓練 ● 性平必修課程
客服 / 維修人員	● 客服 / 維修人員育成訓練 ● 性平必修課程

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、人資規章、法律知識 ● 標準服務流程、門市店務規範、門號繳費流程 ● 門市系統介紹、維修業務說明、保險業務說明 ● 中華業務說明、中華系統介紹、結帳系統介紹 ● 商品銷售知識、基本銷售話術	365,390 元	278 人次
門市人員專業訓練 L1 (到職滿一個月)	● 法律知識 ● 進階系統操作 ● 門市作業流程 ● 店務標準規範 ● 標準服務流程 ● 中華相關業務	4,800 元	30 人次
門市人員專業訓練 L2 (到職滿半年)	● 內控作業規範 ● 顧客關係建立 ● 重點績效解析 ● 締結成交話術 ● 中華固網系統作業	164,249 元	98 人次

訓練滿意度調查

為檢視教育訓練的成效，神腦於各項訓練課程結束後，均會發放訓練評估表以蒐集學員的反饋意見。評估面向涵蓋：課程內容、講師能力、課程滿意度、講師滿意度等。我們透過分析結果持續精進課程，滿足員工對於議題的學習期待。

課程類別	課程說明	課程滿意度
教練型領導力課程	讓同仁透過課程學習瞭解： 1. 建立教練式領導心態，整合領導、管理與教練角色。 2. 運用教練技巧，提升帶人能力。 3. 營造信任對話與自我管理，促進團隊成長與行動落實。	4.98 分

課程類別	課程說明	課程滿意度
	4. 滿意度：4.98 / 5 分。	

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	19,965.02 小時	24,877.64 小時	24.59 小時/人	22.7 小時/人
基層主管	538.54 小時	704.06 小時	25.64 小時/人	29.34 小時/人
中階主管	1,180.02 小時	581.5 小時	26.22 小時/人	29.08 小時/人
高階主管	311.32 小時	274.16 小時	28.3 小時/人	39.17 小時/人
總計	21,994.9 小時	26,437.36 小時	24.74 小時/人	23.05 小時/人
時數總計	48,432.26 小時 (平均每人 23.79 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

我們將績效考核作為評估員工工作表現、職務貢獻及後續人才發展之管理機制，並作為年終獎金、員工酬勞、職位晉升、年度調薪及人才發展規劃之參考依據。

神腦訂有《績效考核管理規定》，考核制度適用於符合考核資格之員工，並不因性別而有不同標準。考核作業採目標設定方式辦理，由員工與主管於年初共同訂定年度工作目標，年終則依關鍵績效指標 (KPI) 達成情形及工作行為表現進行評估。

針對績效表現未達預期之員工，神腦依制度進行績效輔導與追蹤，協助員工了解改善方向，並作為後續職務發展與管理調整之參考。

2025 年，神腦所有符合考核資格之員工皆已完成定期績效評估，考核覆蓋率達 100%。

註：考核對象為正式員工，範圍包括通過試用期，且當年度任職滿 90 天 (含) 以上。

神腦響應玉山銀行 ESG 倡議活動 - 產業賦能《Empowering 人才培育與科技應用》

神腦響應玉山金控 ESG 倡議活動 - 產業賦能《Empowering 人才培育與科技應用》，共同關注綠色永續發展、人才培育及科技應用等議題。

神腦承諾響應政府雙軸轉型政策，並持續布建綠領人才與科技應用能力，作為推動企業永續轉型與營運發展之基礎；玉山金控則透過永續金融影響力，與政府、學術及產業等各界夥伴合作，支持台灣產業永續轉型。

透過本次倡議參與，神腦將與玉山金控及相關夥伴持續交流，共同關注人才培育、科技應用及產業轉型議題，作為企業推動 ESG 行動與永續管理之參考。

(五) 員工多元化

神腦重視平等與包容的工作環境，並透過內部制度規範，避免招募、任用及職涯發展過程中產生不當差別待遇。我們訂有《人員任用管理規定》，明定於招募、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而有差別待遇，以維護職場平等原則。

在人才招聘方面，我們依公平與公開原則辦理招募作業，並透過測驗與面談程序，評估應徵者之職務適合度與專業能力，作為任用決策之參考。

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 2025 年底，神腦實際進用身心障礙員工 23 人，其中包括輕度 9 人、中度 2 人、重度 12 人；重度以上人員依規定每人折算為 2 人。神腦依相關法規辦理身心障礙員工進用，並持續依職務需求提供不同背景人才參與職場之機會。

員工招募管道：

- 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

在產學合作及建教合作方面，我們透過與學校合作，提供對 3C 零售產業有興趣之學生銷售培訓與實務學習機會，協助學生了解職場需求及累積工作經驗。相關合作亦作為神腦接觸年輕人才、培育零售服務人才及銜接未來用人需求之方式之一。

類別	學校	人數	期間
產學合作	僑光科技大學	10 人	2024/7/1~2025/5/31
	僑光科技大學	8 人	2025/7/1~2026/5/31
	德明財經科技大學	6 人	2024/7/1~2025/5/31
	德明財經科技大學	2 人	2025/2/3~2025/6/30
	德明財經科技大學	1 人	2025/7/14~2026/5/31
	康寧大學	9 人	2025/2/17~2025/6/20

類別	學校	人數	期間
	嶺東科技大學	1 人	2025/7/1~2025/8/31
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

人才招募中高齡專案

神腦重視多元年齡人才的職場參與，並推動中高齡及二度就業者友善招募，歡迎樂齡族群與退休人士依自身經驗、專業能力及工作意願重新投入職場。

中高齡人才累積了不同產業經驗與生活歷練，在顧客服務、門市營運及團隊合作中，能提供穩定且具同理心的服務觀點。神腦透過中高齡人才招募專案，提供不同年齡階段人才加入團隊的機會，也讓職場組成更具多元性。

未來，神腦將持續依營運需求與職務條件，開放適合中高齡及二度就業者參與的職務機會，作為推動多元共融職場與友善就業環境的措施之一。

(六) 健康與安全

神腦重視員工健康與職場安全，並依職業安全衛生相關法規及管理原則，推動職業安全衛生管理、健康促進及風險預防措施，作為維持安全工作環境與支持員工身心健康之基礎。

我們設有「職業安全衛生委員會」，由總經理擔任主任委員，督導職業安全衛生政策之執行與管理情形。委員會每季定期召開會議，針對職場潛在風險、健康管理及相關改善事項進行討論，以預防工作相關事故與職業病。

健康與安全相關推動措施如下：

- **職業安全衛生專責單位：**設立職業安全衛生專責單位，並聘任 2 位專任職業護理師，負責規劃與推動員工健康管理及健康促進相關作業。
- **職業醫師臨場服務：**每月安排職業醫師提供臨場服務，內容包括健康諮詢、作業環境評估及預防指導，並執行「人因性危害預防」、「母性健康保護」、「防範不法侵害」及「異常工作負荷疾病預防」四大方案。我們亦透過健康檢查與問卷調查，追蹤員工健康風險。
- **員工協助方案 (EAP)：**自 2025 年 10 月起，導入員工協助方案 (Employee Assistance Program, EAP)，提供全體員工心理諮詢、壓力調適及生活支持等外部專業資源，作為職場心理健康支持措施之一。
- **個別健康關懷：**針對健康檢查結果異常之員工，由職業護理師進行個別追蹤、衛教及健康指導。2025 年，神腦無員工因工作導致健康危害之紀錄。
- **健康促進措施：**提供優於法令之健康照護措施，每年安排員工健康檢查與癌症篩檢，並提供流感疫苗施打及健康講座，協助員工了解自身健康狀況，提升疾病預防與健康管理意識。

我們將持續檢視職場健康與安全管理措施之執行情形，並依員工健康需求、職場風險及法規要求，調整相關健康促進與風險預防作法。

職業安全衛生委員會勞工比例

類別	2025
職業安全衛生委員會總人數	7 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	42.86 %

促進身心健康

為提升員工安全衛生意識，並預先辨識職場可能存在之危害風險，神腦透過職業安全衛生管理計畫及相關績效指標，推動健康與安全風險管理作業。我們藉由作業設計、工程技術與管理控制、預防保養措施、安全操作程序及安全衛生教育訓練，降低員工於職場中可能面臨之安全與健康風險。

自 2020 年起，我們與博仁醫院合作配置臨場服務醫師，為員工提供健康管理與諮詢服務，內容包括急救與簡易傷病處理、健康諮詢、複診與就醫狀況定期追蹤、受傷在家休養期間之關懷追蹤，以及復工後適應狀況之評估與關懷。

此外，不定期辦理健康議題與紓壓講座，協助員工提升身心健康自我照護意識；並每年實施定期健康檢查，其檢查頻率及項目優於《勞工健康保護規則》之規定。

2025 年，投入於員工健康促進相關活動共計投入新臺幣 4,062,130 元，涵蓋年度健康檢查、醫師臨場諮詢及保健箱維護等服務，作為支持員工身心健康與職場安全管理之措施。

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	1,421 人	78.7 %
到院檢查	課長級以上	79 人	77.5 %

健康促進活動

類別	項目	參與人數
疫苗施打	流感疫苗	104 人
	COVID-19	21 人
健康講座	每天都在走，你知道你走對了嗎？	35 人
	如何避免癌症來敲門	38 人
	舒緩自律神經失調	45 人
	情緒管理與壓力調適	43 人
	為什麼我們總在愛裡受傷？	50 人
	三高傷腎，黃金守則教您穩操腎券	54 人
癌症篩檢	子宮頸抹片	74 人

類別	項目	參與人數
	乳房攝影	46 人
	糞便潛血	59 人
	口腔黏膜檢查	4 人

導入員工協助方案 (EAP)

神腦於 2025 年 10 月正式導入員工協助方案 (Employee Assistance Program, EAP)，提供員工心理諮詢、壓力調適、生活支持及每月心靈健康月報等專業資源，作為員工關懷與身心健康管理措施之一。

EAP 服務對象涵蓋全體員工，提供同仁在面對工作、生活或心理壓力時，可透過具隱私保障之管道取得外部專業支持。2025 年因導入期間為 10 月至 12 月，尚屬制度建置與推廣初期，期間內共計 8 人使用相關服務，將持續蒐集完整年度資料，作為檢視服務使用情形及後續調整之參考。

職業安全衛生管理行動

項目	執行成果
【線上課程】年度職場不法侵害預防	依神腦預防職場不法侵害計畫，定期提供不法侵害預防相關課程，內容涵蓋不法侵害類型、預防措施、法律責任及應對流程等，協助員工辨識相關風險並了解處理方式。 2025 年共有 2,024 位員工完成相關課程，完訓率約 99%。
職業災害月報	每月統計並彙整「職災統計報表」，作為職業災害追蹤與管理之依據
擬訂次年度「職業安全衛生管理計畫」	1. 依《安全衛生管理規定》擬訂次年度職業安全衛生管理計畫，並完成計畫表。 2. 依規定完成次年度計畫表擬訂。
召開職業安全衛生管理委員會會議	職業安全衛生管理委員會每三個月召開一次，必要時召開臨時會議，討論職安衛相關管理事項。
各區保健箱設置	神腦各區長期設置保健箱，2025 年起導入統一追蹤管理，定期檢查並補充用品，以維持保健箱設備完整及可用。

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，2025 年末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	220,403 天	279,164 天	499,567 天
工作時數	1,763,224 小時	2,233,312 小時	3,996,536 小時
缺勤日數	7 天	75 天	82 天
失能傷害人次數	3 人次	4 人次	7 人次
失能傷害之總損失日數	7 天	75 天	82 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 (承包商、供應商)		
		男性	女性	合計	男性	女性	合計
職業傷害率 (IR)	職業傷害主要類型	墜落與滾落 (2 件) 、被切割及擦傷 (2 件) 、物體飛落 (1 件) 、跌倒 (1 件) 及與有害物接觸 (1 件)			無發生		
	總工作時數 (時)	1,763,224	2,233,312	3,996,536	-	-	38,744
	可記錄之職業傷害 (件)	3	4	7	0	0	0
	可 記 錄 之 職 業 傷 害 率 (%)	15.01	20.02 %	35.03	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 (排除死亡人數) (件)	0	0	0	0	0	0
	嚴重職業傷害率) 排除死亡人數) (%)	0	0	0	0	0	0

項目	類別	神腦國際員工			其他工作者 (承包商、供應商)		
		男性	女性	合計	男性	女性	合計
職業病率 (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= (可記錄之職業傷害件數 / 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。
8. 本年度職業傷害事件共 7 件，主要類型包括墜落與滾落 (2 件)、被切割及擦傷 (2 件)、物體飛落 (1 件)、跌倒 (1 件) 及與有害物接觸 (1 件)。公司持續強化安全防護措施，降低相關風險。

六、環境永續

神腦重視營運過程中對環境造成之影響，並透過能源與資源管理、節能減碳措施及日常營運改善，推動環境永續相關作業。

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」，作為推動氣候行動及環境管理之依據。我們自環境與能源管理制度建置著手，逐步檢視能源使用情形，推動節能措施及營運管理調整，朝向 2050 年淨零排放目標前進。

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 2025 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
採購節能設備並加強源頭管理，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 R32 環保冷媒機種，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。

桃園藝文特約服務中心榮獲碳足跡雙認證

神腦首家碳足跡雙認證門市-碳轉型成效獲肯定

2024 年，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

神腦長期推動 ESG 相關工作，並於全台門市逐步導入無紙化作業及數位化流程，以減少紙張使用及提升服務作業效率。透過桃園藝文特約服務中心之碳足跡盤查經驗，我們進一步檢視門市服務流程中能源與資源使用情形，作為後續推動門市低碳營運及作業改善之基礎。

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。

未來，神腦將持續以「科技賦能、低碳轉型」作為永續推動方向，透過門市服務流程改善、產品循環利用、數位工具應用及社會參與行動，與母公司中華電信及合作夥伴共同推動減碳與永續管理工作。

環境永續行動：響應 Earth Hour 關燈一小時

一、氣候倡議：串聯全台門市節能

神腦自 2023 年起持續響應全球「Earth Hour 關燈一小時」活動，與母公司中華電信攜手實踐減碳承諾。透過每年三月固定關閉全台門市招牌燈之行動，號召員工、消費者及社區共同關注能源耗損議題，強化企業與利害關係人的環境共感。

環境永續行動：響應 Earth Hour 關燈一小時

二、 轉型實踐：從標竿門市到綠色消費

在追求節能行動的同時，我們持續優化門市低碳營運流程，將標竿門市（桃園藝文特約服務中心）之碳足跡管理經驗推廣至全台據點，落實 e 化無紙化服務與資源精準盤點。

三、 循環經濟：深化二手機回收體系

我們將循環經濟理念轉化為長期具體服務，透過一條龍的回收與鑑定機制，賦予廢棄電子產品新生命：

- 量化成果：推動手機回收服務十餘年，累計回收量近 40 萬台，總計減少約 5,600 公噸碳排放（約等同 23 座大安森林公園年吸碳量）。
- 環保配套：結合世界關燈日推出「神選二手機」限時折扣，並提供專業維修保固，引導消費者以「維修」與「循環再利用」取代過度購置，達成資源使用最大化。

四、 數位連結：科技賦能社區永續

運用門市據點與數位服務資源，增加社區民眾與門市之互動。截至 2025 年，神腦於全台門市設置 240 間《Pokémon GO》補給站及 21 間道館，結合 5G 網路服務與實體門市場域，提供民眾在申辦電信業務之外，亦可透過數位應用參與戶外休閒與社區互動。

(一) 能源管理

為朝向淨零排放目標推進，神腦持續辦理能源與資源盤查及管理作業。完成全數營運據點碳盤查後，我們依據盤查結果檢視主要能源使用來源，並推動內部能源管理措施，作為降低能源耗用及溫室氣體排放之基礎。

神腦持續透過環境與能源管理作法，檢視營運據點用電情形，並以年度用電總度數減少 1% 為管理目標。相關措施包括節能宣導、落實隨手關燈、避免不必要能源耗用、合理調控空調溫度，以及檢視設備使用效率等，以逐步降低營運過程之能源使用強度。

溫室氣體排放

2025 年，神腦國際溫室氣體排放總量為 4,693.2378 t-CO₂e (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。

神腦致力朝 2030 年溫室氣體排放量減少 50% 及 2050 淨零排放持續努力，於 2024 年完成 2023 年全據點溫室氣體盤查作業，並訂 2023 年為基準年。

由於屬零售業型態，溫室氣體排放來源以外購電力為主，2025 年溫室氣體總排放總量中，外購電力約占 61.39%，為最主要排放來源。鑑此，我們將溫室氣體減量策略聚焦於用電管理與降低用電量，訂定每年用電總度數減少 1% 為管理目標 (約減少 50.3095 t-CO₂e)，2025 年較 2024 年減少 4.97% 之總用電度數，相關具體措施包括強化節能宣導、落實隨手關燈、避免不必要能源浪費、合理調控空調溫度及優化設備使用效率等，以持續降低能源使用強度。

此外，未來亦不排除規劃以採購綠電之方式，透過再生能源達到碳中和，穩健朝 2030 年減碳 50% 目標邁進，並最終實現 2050 年淨零排放之長期承諾。

類別	2023	2024	2025
直接溫室氣體排放量 (類別一)	550.1651t-CO ₂ e	528.5585t-CO ₂ e	520.8823t-CO ₂ e
能源間接溫室氣體排放量 (類別二)	5,030.9494t-CO ₂ e	4,575.9378t-CO ₂ e	4,172.3555t-CO ₂ e
總排放量 (類別一+類別二)	5,581.1145t-CO ₂ e	5,104.4963t-CO ₂ e	4,693.2378t-CO ₂ e
營業額	29,598 佰萬元	30,751 佰萬元	30,315 佰萬元
排放密集度 (總排放量/佰萬元)	0.1886t-CO ₂ e/佰萬元	0.166t-CO ₂ e/佰萬元	0.1548t-CO ₂ e/佰萬元

註：

- 2025 年按 ISO 14064-1:2018 進行溫室氣體盤查，並通過 SGS-Taiwan 查證。
- 2025 年電力排碳係數 1kWh = 0.474kg-CO₂e 計算，為經濟部能源署公告 113 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。

4. 組織邊界採營運控制權，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。
5. 2025 年溫室氣體相較 2024 年減少 411.259t-CO₂e。
6. 2025 年生物源的溫室氣體排放為 0t-CO₂e。

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，2025 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	25.1275t-CO ₂ e
	員工通勤	974.7687t-CO ₂ e
類別四	購買商品（用水）	6.4174t-CO ₂ e
	一般廢棄物處理	48.8645t-CO ₂ e
	燃料及能源相關的活動	1,048.3359t-CO ₂ 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，逐步建立組織層級溫室氣體盤查機制，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之基礎。

因應國內淨零轉型政策及碳管理議題發展，神腦自 2024 年起與子公司同步啟動全營運據點溫室氣體盤查作業，逐步擴大類別一及類別二排放之盤查範圍，以提升組織碳排放資料之完整性及後續管理可追蹤性。

全營運據點溫室氣體盤查作業，將作為神腦後續檢視主要排放來源、規劃減量措施及設定中長期排放管理目標之基礎，並支持公司持續推動氣候治理與環境管理相關工作。

能源使用狀況

項目	2023	2024	2025
電力	10,163,535.97kWh	9,263,066.338kWh	8,802,475.267kWh
	36,588.7295GJ	33,347.0388GJ	31,688.911GJ
汽油	122,815.359L	120,771.404L	120,171.037L
	3,864.2232GJ	3,799.9128GJ	3,781.0231GJ
柴油	4,007.75L	1,707.22L	0L
	144.6947GJ	61.637GJ	0GJ
總使用量	40,597.6474GJ	37,208.5886GJ	35,469.9341GJ
營業額	29,598 佰萬元	30,751 佰萬元	30,315 佰萬元
能源密集度 (總使用量 / 佰萬元)	1.3716 GJ/佰萬元	1.21GJ/佰萬元	1.17GJ/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 113 年能源產品單位熱值表，1 公升 = 7,520kcal、1kcal=4,184J。
3. 柴油能源轉換係數採用能源署 113 年能源產品單位熱值表，1 公升 = 8,629kcal、1kcal=4,184J。
4. 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	● 節約用電：減少使用非公務所需之電器設備，午休時間關閉非必要照明，下班時間定時關閉中央空調；室內溫度設定為 26 度，並搭配循環扇提升冷房效率，定期保養空調系統，以維持設備運作效率。 ● 節約用水：馬桶採用二段式出水裝置，並定期巡檢廁所設備，避免漏水情形發生。 ● 照明系統：陸續汰換 T8、T5 及鹵素燈具，改用 LED 及具節能標章之產品，並視使用需求調整燈具數量；門市室外招牌亦設置定時器，以管理用電時間。 ● 事務機器：設定未使用時啟動節能模式，並整合相關單位共用設備資源，以提升設備使用效率。

類別	說明
環保行動	● 逐步汰換空調設備：將各門市使用 R22、R410 冷媒之冷氣設備，陸續更換為 R32 冷媒，以降低設備使用過程之環境負荷。 ● 落實垃圾分類：辦公室增設垃圾分類及廚餘專用垃圾桶，以促進生活性廢棄物分類及可回收資源分流。 ● 減少能源消耗：鼓勵員工以爬樓梯取代搭乘電梯；並以 Teams 會議取代部分差旅及通勤需求，降低不必要之能源使用。 ● 響應綠色生活：鼓勵員工自備環保餐具、環保杯及環保袋，並於辦公室茶水間提供訪客專用馬克杯，減少一次性用品使用。
經銷通路低碳行動計畫	● 神腦於門號申辦業務推動無紙化作業，以數位簽名取代紙本文件办理流程，減少紙張耗用，作為通路低碳營運措施之一。 ● 無紙化數位簽名比例逾 90%，減少用紙 340,200 張；依內部換算，約相當於減少砍伐 31 棵原木，並減少 6,124 噸碳排放。 ● 2026 年將持續推動無紙化作業，以降低紙本文件使用量。
零售通路低碳行動計畫	● 門市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%，減少用紙 4,367,280 張；依內部換算，約相當於減少砍伐 397 棵原木，並減少 78,611 噸碳排放。 ● 門市未持單繳費業務之列印格式，由原帳單 A4 紙調整為小白單。繳費業務調整為小白單比例逾 68%，減少用紙 5,873,333 張；依內部換算，約相當於減少砍伐 534 棵原木，並減少 105,720 噸碳排放。 ● 後續將持續推動其他紙張類憑證之無紙化作業，以降低紙本文件使用量。
推動低碳行銷： 數位廣宣與無紙化成效	因應綠色消費及數位溝通趨勢，行銷部透過神腦生活 App 及會員行銷等方式，逐步調整傳統紙本廣宣作業。2025 年，我們推動綜合 DM 減量計畫，經盤點印刷數據，全年廣宣用紙量由 2024 年 210.456 公噸降至 2025 年 202.847 公噸，減少 7.609 公噸紙張耗用。依內部換算，約相當於減少 152 棵樹木，並減少約 30 公噸二氧化碳當量（CO₂e）排放。 後續將持續檢視紙本廣宣使用情形，並透過線上與線下通路整合，推動數位化溝通模式。 註：計算公式如下 2024 年用紙量 210.456 噸 2025 年用紙量 202.847 噸

類別	說明
	2025 年比 2024 年用紙量，210.456 噸 – 202.847 噸 = 共減少 7.609 噸節省約 1,674 (千張) 紙張 (7.609 噸*22 萬張 A4) 約 152 顆樹木 (7.609 噸*20 棵樹) 減少約 30 噸碳排放量 ((千張) *18 克) = 1,674 (千張) *18 克

(二) 水資源管理

神腦主要使用一般民生用水，水源來自第三方供應單位，即自來水系統。雖然神腦並非高用水產業，我們仍以節約用水為原則，並以每年用水量減少 1% 為管理目標，約減少 0.3174 百萬公升。

透過日常管理與設備改善，神腦持續檢視用水情形及節水措施之執行成效。2025 年，神腦總用水量為 32.171 百萬公升，較 2024 年減少 5.42%，已達年度管理目標。

在節水措施方面，我們逐步於外點辦公室及門市廁所裝設二段式沖水設備，並推動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，以降低不必要之用水耗損，提升用水效率。

未來，神腦將持續透過日常巡檢、設備汰換及用水數據追蹤，檢視各據點用水情形，作為後續水資源管理與節水改善之依據。

用水量統計

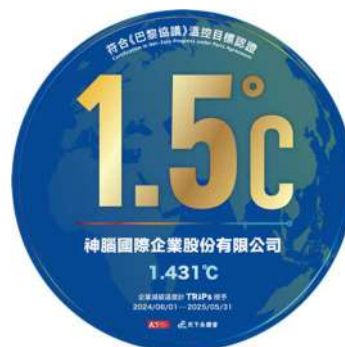
	2023	2024	2025
用水量	31.743 百萬公升	34.014 百萬公升	32.171 百萬公升
營業額	29,598 佰萬元	30,751 佰萬元	30,315 佰萬元
用水密集度	0.0011 百萬公升/佰萬元	0.0011 百萬公升/佰萬元	0.0011 百萬公升/佰萬元

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 年響應母公司中華電信「2050 淨零承諾：2030 年減碳 50%，2050 年達到淨零排放」。我們於 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-CO₂e）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。



圖片出處：天下雜誌

(三) 廢棄物管理

神腦重視營運過程中廢棄物之分類、回收與處理管理，並依廢棄物特性進行分類作業，優先採取可回收或可再利用之處理方式，以提升資源使用效率。

在日常管理上，我們持續推動廢棄物減量與回收相關措施，並透過內部宣導及教育訓練，協助員工了解廢棄物分類、減量及回收作業要求，提升同仁於日常營運中參與廢棄物管理之意識。

神腦以每年廢棄物產生量減少 1% 為管理目標，約減少 1.2688 噸。2025 年廢棄物產生量較 2024 年增加 38.21%，未達年度管理目標，已持續檢視廢棄物產生來源及變動原因，並推動相關減量、分類及回收管理措施，作為改善廢棄物管理績效之依據。

廢棄物管理方針

項目	說明
辨別廢棄物相關衝擊	● 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。 ● 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。
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	● 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。 ● 其他營運處點： (1.) 獨立據點、無管委會：需自行處理廢棄物。 (2.) 有社區集中處理廢棄物區域之據點：由管委會統一處理。
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	2023	2024	2025
總產生量	126.8812 噸	104.0084 噸	143.7547 噸
營業額	29,598 佰萬元	30,751 佰萬元	30,315 佰萬元
廢棄物密集度	0.0043 噸/佰萬元	0.0034 噸/佰萬元	0.0047 噸/佰萬元
廢棄物回收量	19.12 噸	11.16 噸	18.96 噸
門市廢手機回收	1,561 支	13,597 支	11,071 支
門市廢電池回收	1,671 kg	2,188 kg	3,321 kg

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 2025 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

神腦依循環境部於 2023 年 7 月 1 日公告之「網購包裝減量指引 2.0」，針對網購配送使用之紙類包裝箱、內箱緩衝材及膠帶等包材，訂定短、中、長期包裝減量目標，作為後續管理與改善之依據。

時程	目標	作法
短期目標年 至 2026 年	以 2023 年為基準年，平均包材減重率減少至少 35%	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 至 2027 年	以 2023 年為基準年，平均包材減重率減少至少 40%	● 規劃門市取貨商品視類別使用循環箱。 ● 設計回收獎勵機制，如：紅利點數發送。
長期目標年 至 2030 年	以 2023 年為基準年，達成平均包裝材減重率 50%之目標	● 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。 ● 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。

網購包裝減量成效

- 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://recycle2.moenv.gov.tw/SingleUse/Page/OnlinePackagingGuide>

包材減量行動

神腦推動包材源頭減量，於商品包裝過程中檢視包裝尺寸、材料使用及包裝方式，避免「大箱裝小物」造成不必要之包材耗用。

在不影響商品保護與配送安全之前提下，我們透過紙箱結構調整、使用較輕薄之包裝設計、調整緩衝材料放置方式，以及檢視膠帶黏貼長度等作法，降低紙箱、緩衝材及膠帶之使用量。

未來將依商品特性、配送需求及相關法規指引，檢視包材使用情形，並在商品保護與包裝減量之間取得平衡，作為推動網購包裝管理與資源減量之措施之一。

(四) 二手機回收

隨著智慧型手機汰換週期縮短，報廢或閒置設備若未妥善處理，可能對環境及人體健康造成潛在風險。為減少電子廢棄物對環境影響，神腦推動二手機回收服務，提供消費者舊機回收及鑑價管道。

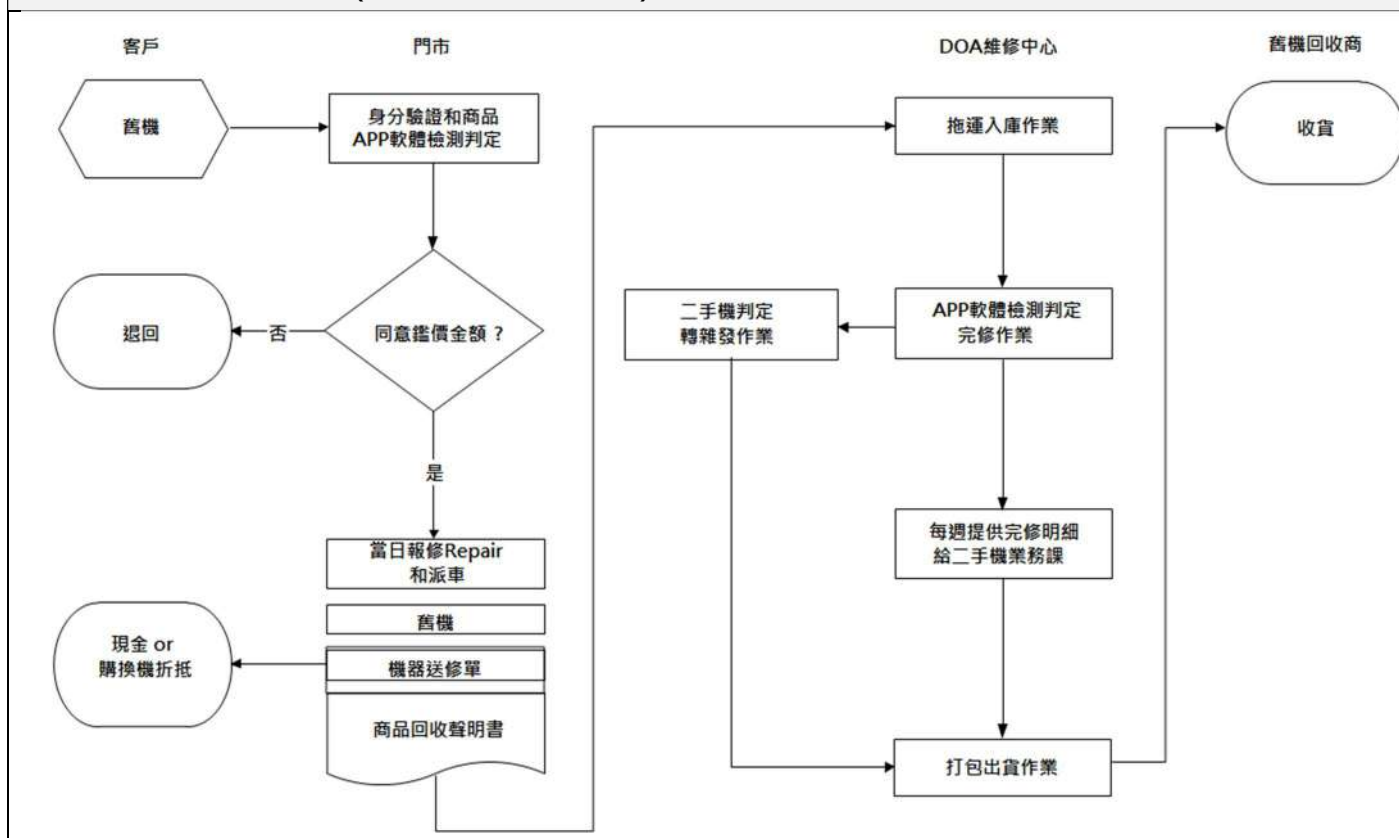
神腦於全台直營門市設置廢棄手機回收桶，並依內部管理規範執行二手機回收流程。消費者辦理舊機回收時，需簽署舊機回收聲明書，作為確認回收意願、資訊安全及顧客權益保障之依據。

2025 年，神腦共回收 94,302 支二手機，其中 89,071 支進入回收再利用程序。另透過門市專用回收桶，回收 11,071 支報廢手機及廢電池與配件，總重量共 3,321 公斤。透過二手機回收、再利用及報廢品分類回收，神腦持續推動電子產品資源循環，降低廢棄電子產品對環境造成之負荷。

神腦國際廢手機回收流程

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。 EPBOX 手機回收機器人： https://www.cht.com.tw/home/consumer/mobservice/basic/674

舊機一般回收作業流程（增設、特約、電信）



二手機回收月

十月為傳統「手機回收月」，在各品牌新機話題帶動下，消費者也更願意拿舊機出來回收。除 iPhone 手機外，神腦回收通路涵蓋 Samsung、OPPO、vivo、小米等多達 680 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，回收之二手機皆經嚴格國際認證軟體資料清除及專業資安檢測，並推出「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，神腦鼓勵消費者透過維修延長 3C 產品壽命，提供一條龍的維修服務，方便消費者於神腦門市或 Apple 授權維修中心進行電池、螢幕更換等維修。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/>

神腦手機 2025 年度回收突破 10 萬台

作為國內主要手機通路商之一，神腦自 2014 年起即投入二手機回收機制，提供消費者舊機與廢棄手機回收管道，協助電子產品進入回收、再利用或妥善處理流程，以降低電子廢棄物對環境造成之影響。

2025 年，神腦回收舊機及廢棄手機數量合計已超過 10 萬台。其中，iPhone 12 與 iPhone 13 系列回收較為踴躍，顯示消費者對手機回收、裝置延壽及資源循環議題已有一定參與度。透過持續推動二手機回收服務，神腦將閒置或報廢行動裝置重新導入回收與再利用流程，作為推動電子產品資源循環及減少電子廢棄物之具體行動。

二手機環保折扣

神腦推動二手機回收服務已逾十年，並因應智慧型手機品質提升及產品使用週期延長，建置二手機銷售平台，提供消費者回收、選購及再利用行動裝置之管道。針對「神選二手機」，神腦提供六大安心保證及半年專業保固，協助提升消費者對二手機產品之信任，並支持電子產品延長使用週期。

為響應「世界關燈日」，神腦於 3 月 22 日至 26 日推出限時環保折扣，會員可於線上領券購買 iPhone 12 至 iPhone 15 系列「神選二手機」，最高折抵新台幣 1,000 元。透過折扣、會員優惠及相關行銷溝通，神腦鼓勵消費者將二手機納入購買選項，以循環再利用方式延長產品使用週期，降低閒置手機及電子廢棄物產生。

至今神腦已累計回收近 40 萬台手機，依內部估算，約減少 5,600 噸碳排放。透過無紙化、數位化流程及二手機回收服務，神腦持續將資源循環概念納入通路服務與消費者溝通。此外，神腦亦結合門市據點與數位應用，攜手《Pokémon GO》於全台門市設置 21 間道館及 240 間補給站，增加消費者與門市之互動，並鼓勵民眾走入戶外。神腦亦搭配相關會員優惠或購物金回饋機制，提升消費者參與門市活動及循環消費服務之誘因，使環境倡議能與日常消費情境連結。

行動電源回收獎勵

配合母公司中華電信之環境永續目標，持續推動電子產品回收與資源循環相關行動。為鼓勵廢棄電子產品進入正確回收體系，神腦於 2025 年 11 月再次與臺北市政府環境保護局合作推動「行動電源回收」行動。

本次活動除原有臺北市 21 家中華 / 神腦特約門市設置廢棄手機及平板回收箱外，另新增 2 家 Apple 授權維修中心加入回收據點，提供民眾回收廢棄手機、平板及閒置行動電源之管道。

行動電源回收獎勵

為提升民眾參與意願，活動期間民眾攜帶 2 顆舊行動電源回收，即可獲得新台幣 50 元超商商品卡；回收 1 顆行動電源並於現場加入會員者，亦可獲得新台幣 50 元神腦幣，並享有行動電源購買優惠。神腦透過便利回收據點與即時回饋機制，鼓勵民眾將廢電池及廢棄電子產品交由合適管道處理，作為推動資源回收與循環利用之措施之一。

七、社會共好

神腦長期關注社會共融、教育支持、環境生態與在地文化等議題，並以文教基金會作為主要社會參與平台，推動公益計畫與資源整合。我們透過科技教育、土地探索、環境關懷及多元就業支持等行動，回應不同族群與社區需求。

在社會參與推動上，神腦除投入物資與經費外，也重視與學校、社福團體、地方組織及專業夥伴合作，透過跨域資源串聯，使公益行動更貼近在地需求。未來，神腦將持續以本業能力與夥伴合作為基礎，推動教育學習、環境關懷、文化探索及共融就業等行動，作為實踐社會共好的方式之一。

其中，「手機維修庇護工場」為神腦結合本業與社會參與之具體作法。該工場秉持「訓用合一」理念，為身心障礙者提供手機維修相關之專業技能訓練與就業支持，內容涵蓋教學、技術、行銷及管理面向，並依學員能力安排相應課程，協助其累積職場技能與工作經驗。

神腦將持續透過文教基金會及相關公益計畫，推動教育支持、科技學習及多元就業參與，作為實踐社會共好與回應利害關係人期待之方式之一。

（一）神腦科技文教基金會

基金會宗旨

教育 | 影像共學，培養行動力

以全齡學習為基礎，結合影像與科技應用，促進跨世代共學，培養理解地方、參與社會的公民行動力。

土地 | 踏查記錄，實踐永續

透過影像踏查與在地行動，記錄環境、文化與生活樣貌，深化對土地的理解，推動城鄉永續發展。

文化 | 科技為橋，縮短距離

運用科技與教育資源，弭平數位落差，促進城鄉交流，讓地方記憶與文化得以被保存與傳承。

關懷 | 社區連結，共好成長

以社區為核心，串聯夥伴關係，陪伴在地發展，厚植社區韌性，實現彼此支持、共同成長的永續社會。

在企業與社會之間，持續鋪展共好的行動路徑

神腦國際始終相信，企業的價值不僅來自創新與成長，更來自對社會的長期承諾。我們在企業與社會之間，持續鋪展一條溫柔而堅定的行動路徑，讓科技成為理解彼此、連結地方、照顧生活的力量，也讓不同世代都能在其中找到前行的方向。

「我們並不偉大，但願意一路撒播行動的種子，陪伴更多人走向更好的生活。」

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初衷所創立。多年來，基金會以科技為工具、以人為核心，持續透過影像、教育與社區行動，關懷土地、回應社會需求，讓永續不只是理念，而是可以被實踐的日常。

◆ 短期目標：以影像踏查，連結土地與人的故事

基金會持續推動「影像踏查」行動，透過紀錄片與直式短片競賽，邀請全民用影像回望生活現場，記錄地方文化、環境變遷與人們的日常努力。我們進一步將得獎作品轉化為巡迴放映與教學素材，走入校園與社區，促進對話與理解，讓一段段地方故事成為公共討論與社會學習的起點。

◆ 中期目標：深化教育與社區，培養行動力

在教育層面，基金會系統化發展影像教案與社區教材，協助教師與青年將課堂知識與地方踏查結合，培養跨領域思考與公共敘事能力；在社區端，則升級「樂鄰學苑」課程內容，整合手機與 AI 科技應用、健康老化與生活新知，並與在地團體合作固定班期，厚植社區學習能量與互助網絡。

◆ 長期目標：串聯夥伴關係，打造具韌性的永續社會

面對高齡化與數位轉型的挑戰，基金會持續以縮減數位落差、提升生活品質為核心方向，並以門市據點作為社區節點，串聯學校、文化館、獨立書店與非營利組織，推動社區記憶保存的行動，建立長期且具韌性的夥伴關係。我們期盼透過穩定而持續的陪伴，讓科技真正成為支持生活、守護社區、連結世代的力量。

社區參與專案大事紀

年度	內容
2002 年	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 年	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 年	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 年	「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 年	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 年	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 年	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 年	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 年	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 年	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。
2025 年	● 原鄉踏查紀錄片競賽總徵件 196 件，創歷年新高，新增「大專組」帶動學生參與

回應聯合國永續發展目標中「永續城鄉」(SDG 11)、「氣候行動」(SDG 13)與「陸域生態」(SDG 15)的核心精神。

透過線上平台、電視媒體與全臺校園巡迴影展等多元管道推廣，原鄉踏查影像紀錄獎讓影像作品持續走進公共場域，促進跨世代對話與公共討論，發揮影像作為永續教育與社會溝通工具的長期影響力；同時連結優質教育(SDG 4)與夥伴關係(SDG 17)，形塑全民共同參與的永續行動基礎。

2025 年成果效益

1. 2025 年兩項競賽合計徵件達 635 件，顯示影像已成為全民參與永續議題的重要媒介。其中，直式短片強化社群擴散與公眾參與，紀錄片競賽則深化議題研究與土地關懷，形成「普及參與 × 深度踏查」的雙軌模式。
2. 兩項競賽合計吸引超過 5,000 人次參與投票，累計投票數逾 38,000 票，並創造超過 51 萬次線上觀看。相關成果顯示，影像內容已進入數位公共場域，並透過社群互動提升永續議題的能見度與討論度。

透過分級影像形式設計、獎項誘因調整與社群互動機制，原鄉踏查影像紀錄獎持續串聯跨世代創作者與觀眾社群，發揮影像作為永續教育與社會溝通工具的功能，並呼應 SDG 4 (優質教育)、SDG 11 (永續城鄉)、SDG 13 (氣候行動)、SDG 15 (陸域生態)及 SDG 17 (夥伴關係)等目標。



A. 直式短片競賽

以影像回應永續議題，擴大社群參與與公共影響力

面對氣候變遷、資源耗用與生物多樣性流失等永續挑戰，神腦科技文教基金會持續透過影像競賽，引導大眾以貼近日常的方式關注環境與社會議題。2025 年起，競賽名稱由「手機直式短片競賽」調整為「直式短片競賽」，拍攝媒材不再限於手機，開放不同影像創作工具參與，惟統一採直式影像規格，以符合當前短影音平台的使用與傳播習慣，降低創作門檻並擴大參與族群。

為提升作品擴散力與社群互動性，本屆競賽除延續 YouTube Shorts 平台外，亦新增 Instagram Reels 作為徵件管道，鼓勵民眾以「日常隨手拍」形式記錄環境觀察與永續行動。徵件方向由過往偏重「作品展示」，轉向更具社群共鳴的「社群化題材」，強化使用者生成內容 (UGC) 的參與比例，並將入圍名額提升至 30 名，同時增設「人氣獎」，透過網路互動機制提升公共能見度與議題討論度。

本屆入選作品內容呼應多項聯合國永續發展目標 (SDGs)，展現影像作為永續倡議工具的多元面向。最年長的得獎人-黃世源導演以作品《黑翅鳶育雛》，完整記錄第二級珍貴稀有保育類物種黑翅鳶自求偶、交配至幼鳥離巢的歷程，呈現生物多樣性與棲地保育的重要性，對應 SDG 15「陸域生態」。陳業茗導演則以《神秘桶子》記錄自身與獨居外婆共同回收廢棄電池的生活實踐，反映責任消費、資源循環與跨世代環境行動，呼應 SDG 12「責任消費與生產」、SDG 13「氣候行動」，並兼具家庭關係與社會關懷意涵，獲得直式短片競賽首獎及 20 萬元獎金。

透過直式短片競賽，基金會不僅鼓勵民眾以影像參與永續行動，也藉由社群平台的傳播特性，放大環境、生態與生活永續議題的社會影響力，實踐 SDG 4「優質教育」、SDG 11「永續城鄉」及 SDG 17「永續發展夥伴關係」，持續推動公眾參與型的永續影像行動。

2025 年成果效益

1. 2025 年總徵件數達 439 件，顯示短影音形式已成為大眾參與公共議題的重要媒介。
2. 本屆新增「網路人氣獎」並提高入圍名額至 30 名，強化使用者生成內容 (UGC) 之社群擴散效益。人氣投票為期 15 天，共吸引 1,413 人參與、累計 9,688 次投票，其中 445 人跨日投票，占總投票人數超過三成，顯示活動具持續互動與社群黏著度。
3. 在內容觸及方面，活動期間 YouTube Shorts 累計觀看達 51.2 萬次，為 2024 全年觀看總數 (17.9 萬次) 的 2.86 倍，顯示透過直式影像規格與社群平台策略，有效提升永續與生活議題的網路能見度與傳播效率。
4. 原鄉踏查看見台灣 (廣播電台採訪) 共 7 篇。

B. 原鄉踏查紀錄片競賽

以影像深化土地關懷，培育跨世代永續視角

神腦科技文教基金會持續透過「原鄉踏查紀錄片競賽」，鼓勵全民以影像回應土地、環境與社會議題，培養對家鄉與生活環境的長期關懷。第 17 屆競賽於 2025 年以「**用影像踏查臺灣，走近土地、走近彼此**」為主題，徵件題材涵蓋地方文化、環境生態、部落生活與社會變遷等面向，透過影像記錄自然環境、社區生活與土地利用變遷之間的關係，回應聯合國永續發展目標（SDGs）中關於優質教育（SDG 4）、永續城鄉（SDG 11）、氣候行動（SDG 13）與陸域生態（SDG 15）的核心精神。

本屆競賽由陳儒修教授擔任評審團主席，邀集李建成、姚執善、蔡崇隆、盧盈良等導演共同評選。評審團以專業影像視角與多元社會觀點進行深度討論，使入選作品在議題面向與敘事深度上皆展現歷屆新高的廣度與成熟度，也讓不同地區的生態樣貌、環境議題與地方經驗，透過影像被看見。

為持續擴大青年與學生族群參與，2025 年競賽於學生組中首度新增「大專組」，完整納入小學、中學至大學各教育階段的創作觀點，強化影像教育的縱向連結與世代對話，報名件數達 196 件，創歷年新高，顯示影像作為公共議題表達工具，已逐步深化於不同年齡層與學習階段之中。經歷為期三個月的評選與討論，最終選出 52 部入圍作品。

不分組皆可角逐的年度大獎「環境踏查特別獎」，最終由 17 歲導演曹立妍以作品《阿嬤，我帶你回家》獲得，獲頒 30 萬元獎金，為競賽創辦以來首次由學生作品獲得年度最高獎項。該片透過導演陪伴失智長者阿嬤重返花蓮崇德部落的歷程，以土地作為記憶的線索，呈現高齡照護、家庭關係與原住民族文化傳承等議題；同時也透過返鄉路徑與部落生活場景，連結人與土地、文化記憶與自然環境之間的關係，引發社會對高齡化、照顧議題與在地文化保存的關注，呼應 SDG 3「健康與福祉」與 SDG 10「減少不平等」。

除競賽本身外，基金會亦透過多元傳播管道放大影像影響力，包含中華電信 MOD、原住民電視台、公視、六都公用頻道、全臺校園巡迴影展及 YouTube 等平台，讓紀錄片作品持續走進校園、社區與大眾生活場域。透過長期影像徵集與推廣機制，原鄉踏查紀錄片競賽已發展為具代表性的全齡影像平台，持續培養公民影像素養，並促進跨世代對土地、生態環境與永續議題的理解與對話。

基金會期盼透過影像創作，連結個人經驗與公共議題，讓紀錄不僅成為保存記憶的方式，更成為推動社會永續發展的重要力量。透過創作者對地方環境、自然生態與社會變遷的長期觀察，影像亦成為引導大眾重新理解土地價值、環境變化與人群關係的重要媒介。

2025 年成果效益

1. 2025 年總徵件數達 196 件，創歷年新高，較 2024 年增加 45 件，整體成長達 130%，相關成果顯示，議題型影像競賽持續吸引學生族群與社會大眾參與，並成為土地、環境與社會議題表達的重要形式。

2025 年成果效益

2. 本屆新增「大專組」，報名件數達 42 件，較去年統計基準（25 件）成長 144%，顯示組別獨立與獎項結構調整有效提升參與誘因；中學組報名亦達歷年最高（38 件），展現影像教育向下扎根的成效。反映影像教育逐步向不同學習階段延伸。
3. 人氣票選活動為期 18 日，共吸引 3,755 人參與，累計投票 28,507 票，單一作品最高票數達 3,341 票。期間有 107 人投票超過 50 次（每人、每日可投 3 票），顯示觀眾對入圍作品具有高度支持與持續關注。此機制除提升作品曝光度外，也促進青年創作者與社會大眾間的互動與回饋。



智匯公益計畫－全齡教育課程

基金會持續以「影像 × 科技 × 社區」為核心，發展跨世代教育推動模式，透過社區學習、校園教育與公共參與三軌並行，建立由兒少至樂齡族群的全齡學習網絡。2025 年共辦理 93 場在地教育與推廣活動，累計 6,572 人次參與，將文化內容與科技知識轉化為可理解、可實踐的公共教育資源。

基金會同時將影像成果系統化轉化為教育教材，結合 108 課綱推動影像融入教學，並與大學 USR 團隊合作開發教案與教師培力課程，促進跨領域學習與地方議題理解，落實優質教育（SDG 4）、永續城鄉（SDG 11）與夥伴關係（SDG 17）。

A. 樂鄰學苑：應用科技與知識拉近社區距離

樂鄰學苑以通訊科技與生活知識為基礎，發展社區型終身學習課程，聚焦「手機科技應用」、「健康老化」及「社區韌性」三大主題。2025 年由董事長帶領，結合地方政府、民意代表及警察機關合作推動 AI 樂鄰學苑課程，將科技教育與生活安全議題導入社區。

課程內容涵蓋 AI 應用、防詐識讀、健康管理與生活知識，協助高齡族群在數位化社會中建立基本科技能力與風險辨識能力，降低數位落差並提升自我照護能力。全年共辦理 27 場，1,018 人參與，並獲 23 篇媒體報導，有效擴散公共知識與健康安全觀念。

透過在地學習與面對面交流，樂鄰學苑建立長者社會參與與終身學習支持系統，提升高齡族群生活自主性與心理安全感，回應健康與福祉（SDG 3）及減少不平等（SDG 10）之目標。

相關連結：https://www.tristarnews.com.tw/news_ii.html?ID=33033





B. 兒少教育紮根：以影像教育深化環境與社會理解

基金會以「原鄉踏查影像紀錄獎」成果為基礎，發展校園巡迴影展與教案化學習模式，結合導演映後對談與議題討論，引導學生理解環境、生態與文化議題。2025 年原鄉踏查影展共辦理 64 場，涵蓋中小學 46 所、大專校院 11 場及社區放映 5 場，累計 5,248 人次參與。

影像教學除傳遞知識外，更培養學生議題判讀與價值思辨能力。以 2024 年環境生態特別獎《除蛙記》為例，影片記錄外來入侵種斑腿樹蛙在臺灣擴散繁殖，以及研究人員與志工持續移除以保護原生物種的過程，並呈現海蟾蜍入侵造成的生態壓力，具體說明人為活動與生物多樣性之間的關聯（SDG 15）。

於基隆市信義國小放映時，共 200 名四至六年級學生參與。多數學生首次意識到外來物種已進入日常生活環境，並對人類行為如何影響生態提出具體問題。創作者分享田野觀察與拍攝歷程後，學生從被動觀看轉為主動討論，思考如何在生活中減少對環境的干擾，顯示影像能有效降低環境議題理解門檻，促進早期環境教育認知建立（SDG 4）。

該場次後續獲公共電視《我們的島－環境映像》單元採訪報導，進一步擴大公共討論。透過影像、對談與媒體傳播的多層次推廣，基金會將抽象的生態保育議題轉化為具體生活經驗，提升學生與社會大眾對生物多樣性保護的關注與行動意識。

此外，基金會與大學合作開發 5 件教案並試辦 15 場教學，369 名學生參與，並培力 30 名教師強化影像教學能力，使影像從單次活動轉為可延續之教育工具。

此模式有效提升學生議題理解、觀察能力與公共參與意識，實踐優質教育（SDG 4）、永續城鄉（SDG 11）及陸域生態（SDG 15）之教育目標。

相關連結：<https://www.youtube.com/watch?v=QjoAYKJRJws&t=42s>

2025 年成果效益

A. 樂鄰學苑 (熟齡與社區學習)

1. 辦理 27 場課程，1,018 人參與
2. 媒體報導 23 篇，提升公共議題能見度
3. 效益影響
 - 提升長者數位與 AI 應用能力，降低數位落差 (SDG 4)
 - 加強防詐與資訊判讀能力，提升社區安全韌性 (SDG 11)
 - 健康與生活知識導入，促進高齡健康生活型態 (SDG 3)

B. 兒少教育紮根 (校園與青年學習)

1. 校園與社區影展 64 場，5,248 人次參與
2. 中小學 46 所、大專校院 11 場、社區放映 5 場
3. 教案開發 5 件、試教 15 場，369 名學生、30 名教師參與培力
4. 效益影響
 - 透過影像理解生態與文化議題，建立永續素養 (SDG 4)
 - 提升對生物多樣性與環境保護認知 (SDG 15)
 - 建立議題討論與公民思辨能力 (SDG 11)

整體全齡教育效益

1. 年度共辦理在地活動 93 場，接觸 6,572 人次
2. 串聯學校、社區、創作者與大學合作，建立跨域教育網絡 (SDG 17)
3. 形成「熟齡學習 × 青年教育 × 社區參與」之世代共學模式

愛健康

神腦持續將「健康促進」納入企業社會參與重點，透過公益捐血與健康衛教雙軌並行，結合企業、社區與專業醫事人員資源，推動預防醫學與健康老化觀念，回應社區健康需求。相關行動呼應「SDG 3 健康與福祉」，透過定期活動與在地參與，支持公共衛生、疾病預防及熟齡族群健康管理。

A. 公益捐血行動

基金會長期鼓勵民眾參與公益捐血，並於新店總公司及各地據點，串聯在地企業與社區夥伴共同辦理捐血活動，回應醫療體系穩定供血需求。

2025 年共辦理 4 場次捐血活動，432 人次成功捐血，募集 633 袋 250 c.c. 血液；相較 2024 年 364 人次，參與人次提升約 18.7%，顯示活動逐步建立穩定參與族群與社區信任基礎。透過持續辦理定期捐血行動，神腦鼓勵企業員工與社區民眾共同參與公共衛生支持行動，並協助醫療體系維持血液資源供應。

B. 健康衛教與健康老化推廣

為回應高齡社會與慢性病預防需求，基金會於樂鄰講堂邀請專業營養師與醫療專業人員，推廣日常可實踐之健康管理知識，協助降低醫療資訊落差並提升民眾自我照護能力。

課程以生活化飲食與行為調整為核心，強調「預防優於治療」，協助熟齡族群建立長期健康管理觀念，促進身心健康與生活品質提升。2025 年共辦理 5 場健康講座，計 354 位民眾參與，主題涵蓋：

腸胃道保健與營養攝取

失智症預防與認知保健

護腦飲食（麥得療法）與慢性病管理





整體健康影響

透過公益捐血與健康教育的整合推動，神腦將健康議題由一次性活動延伸為持續性的社區參與機制，不僅支援醫療體系血液資源，也協助培養民眾自我健康管理能力，促進社區互助與健康老化，逐步形成企業、社區與民眾共同參與的健康支持網絡。

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平台，對內則提供同仁接觸藝術與人文創作的機會，同時美化公共空間。

神腦藝術走廊以雙月展形式呈現，每兩個月更換檔期作品。2025 年共辦理 6 檔雙月展，持續透過公共空間策展，支持藝文交流，並將藝術欣賞融入日常工作環境。

雙月展檔名	期間
蘇振明-形象與再創	2025-01-13 ~ 2025-03-12
王國太-話台灣畫台灣	2025-03-12 ~ 2025-05-15
陳正治-「麗水雲山」水墨畫展	2025-05-15 ~ 2025-07-10
陳澄波-山林唸歌	2025-07-10 ~ 2025-09-10
葉天生-逸想·逸享—繽紛心視界	2025-09-10 ~ 2025-11-17
蕭妙修-油畫創作展	2025-11-17 ~ 2026-01-14

2025 年投入經費一覽表

神腦長期投入國內文化發展與公共參與，聚焦以影像創作支持在地文化保存、社會對話及環境永續議題，並以「用影像踏查臺灣，走近土地、走近彼此」為核心理念，持續辦理《神腦原鄉踏查影像紀錄獎》。

我們透過「紀錄片競賽」及「直式短片徵件」雙軌機制，建構全民可參與之影像創作平台，鼓勵民眾運用日常可得之影像工具，記錄臺灣原鄉文化、自然環境與生活樣貌，支持國內影像創作人才及文化藝術發展。另設立「環境踏查特別獎」，回應土地關懷、生態保育與生物多樣性等議題，深化文化創作與環境永續之連結。

為擴大文化影響力與公共參與，神腦同步辦理得獎作品巡迴影展，並推動校園教案化應用，使影像內容進入校園、社區及公共場域，帶動地方議題對話與文化理解，提升民眾文化近用與參與機會。

2025 年，神腦投入支持國內文化發展相關計畫之總經費為新臺幣 6,155,181 元。下表彙整各項投入經費，呈現神腦於國內文化創作扶植、文化傳承、環境議題倡議及社會參與之資源投入情形。

專案名稱	投入金額 (元)
原鄉踏查	5,648,994 元
智匯公益計畫 (含原鄉踏查影展 506,187 元)	2,916,891 元
聯合捐血	370,143 元

專案名稱	投入金額 (元)
神腦藝術走廊	25,500 元
總計	8,961,528 元

安心即時通：災時通訊不中斷

面對極端氣候可能帶來之災害風險，通訊能力已成為災後安全確認、家人聯繫及資源調度的重要基礎。神腦以行動通訊服務本業為基礎，建立災害應變公益機制「安心即時通」，於重大災害發生時提供受災民眾通訊設備支持，協助降低災後資訊中斷所造成之不便，並回應 SDG 11「永續城鄉」及 SDG 17「夥伴關係」之精神。

花蓮光復鄉風災支援行動

2025 年 10 月 1 日，基金會前往花蓮縣光復鄉馬太鞍教會設立服務據點，提供受災民眾可立即使用之行動裝置，協助其恢復與家人、政府及救援單位之聯繫。

本次行動共提供 63 支手機，包括 iPhone 神選整新機與 Android 新機。除設備支援外，現場亦協助基本設定與資料移轉，使長者與弱勢族群能較快重新建立通訊功能，降低災後數位落差對生活安排與心理壓力造成之影響。

社會回饋與公共影響

本次行動獲得社群正向回饋，網路輿論多以支持與肯定為主，網友稱呼團隊為「手機超人」。相關社群貼文於 Threads 平台超過 172,000 次觀看，提升企業公益信任度與社會連結感。

透過結合企業專業與公益行動，神腦將企業資源轉化為即時公共服務能力，強化社區面對災害之韌性與復原力，並建立企業參與災害應變的可持續模式 (SDG 11、SDG 17)。

相關新聞資訊：

<https://ec.ltn.com.tw/article/breakingnews/5195793>

<https://3c.ltn.com.tw/news/63413>

影像擴散 × 公益媒體力：讓土地議題被更多人看見

基金會以「影像教育與土地關懷」為核心，透過多元媒體平台擴大公共議題的觸及，使環境、文化與在地故事不僅停留於活動現場，也能持續進入社會對話。

除於原住民族電視台、公視《我們的島》「環境映象」單元、中華電信 MOD 與地方有線電視台播映原鄉踏查影展作品外，基金會亦同步發展自有平台「原鄉踏查親子電影院」線上影展，提供全年齡觀眾可近用的觀影管道。

影像擴散 × 公益媒體力：讓土地議題被更多人看見

透過電視、公播與線上平台串聯，紀錄片作品得以由競賽成果延伸為公共教材，使偏鄉文化、環境議題與在地故事進入家庭、校園與社區場域。媒體露出除提升議題能見度外，也促進民眾關注家鄉、土地與生活環境，連結企業、教育與社會參與，擴大 ESG 中「社會參與」與「環境教育」的實質影響。

相關新聞資訊：<https://leho.com.tw/archives/124867>

（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、經營及管理專業教育訓練，讓更多身心障礙朋友能從事手機維修、資料建檔、客戶應對及料件管理等工作。我們提供穩定就業機會，協助其學習專業職能與實務經驗，並培養積極的工作態度，建立自我價值與職場信心。

秉持「取之社會、用之社會」的企業公民精神，神腦自 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」。該工場為全台唯一全面聘僱身心障礙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，推動弱勢族群職場參與，落實 SDG 10「減少不平等」所倡導之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「技術訓練 - 職場實習 - 庇護就業 - 正式進用」之支持體系，協助每位員工獲得適切的發展機會，呼應 SDG 8「合適的工作與經濟成長」中為所有人提供有尊嚴且包容就業之目標。

為提升社會大眾對身心障礙者就業的認識，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，擴大社會參與並深化社區連結，呼應 SDG 11「永續城鄉」所強調之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 年、2019 年及 2023 年三度獲得「甲等」評價，肯定工場在專業訓練、品質管理與社會影響力等面向之推動成果。雖然 2021 年因疫情暫停評鑑，我們仍持續檢視並優化庇護制度，為身心障礙者打造安全、穩定且可持續的職涯場域。

2025 年，庇護工場逐漸面臨兩項挑戰。其一，受限於職業輔導評量制度，工場無法自行聘僱身心障礙者，需透過職業輔導評量及引介媒合程序，因條件較為嚴格，媒合度較低，招募相對困難；其二，因勞動部逐漸要求庇護工場轉向職業訓練功能，優秀員工無法長期留用，對工場營運績效及產能造成影響。

為提升營運績效與產能，同時響應聯合國《身心障礙者權利公約》（CRPD）精神，神腦提出庇護工場轉型社會企業之構想計畫，規劃於 2026 年上旬進行相關規劃報告，中旬提交申請，並力拼於下旬通過審核、正式轉型。未來，神腦將持續結合核心業務與社會關懷，深化庇護就業模式，推動技術創新與社會參與，為更多身心障礙者創造有尊嚴的就業機會，共同打造共好願景。

什麼是庇護工場？

「庇護工場」是指提供身心障礙者製作產品或提供服務的工作場域；「庇護性就業」為依身心障礙者之需求與能力，調整職務內容、工作方式及工作場所，使其能在適合的環境中參與工作。

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
6 人	1 人	1 人	1 人	9 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，2025 年自主檢查結果皆符合。

庇護工場員工年度滿意度調查

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。

調查完成後將召開檢討會議，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。

2025 年調查以「薪資福利」為平均得分最低（4.1），主因為維修量能下滑進而影響相關獎金分配高低。對此，進行溝通說明，因為整體手機市場的趨勢進而影響維修量能的多寡，且獎金分配是依擔任維修工作項目不同而有所，因此人員有計畫性工作輪替求得均等。

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
分數	4.2 分	4.2 分	4.1 分	4.3 分	4.2 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。

訓練成果統計

訓練類型	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	54 人次	-	-	-
內容	1. 消防逃生演練 2. 手機保固範圍與常見的維修爭議 3. 提升客戶服務品質 4. AASP 環境保護計畫 5. 保險維修作業	-	-	-
頻率	季 / 次	不定時	不定時	不定時
時數	9 小時	-	-	-

基礎訓練

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。

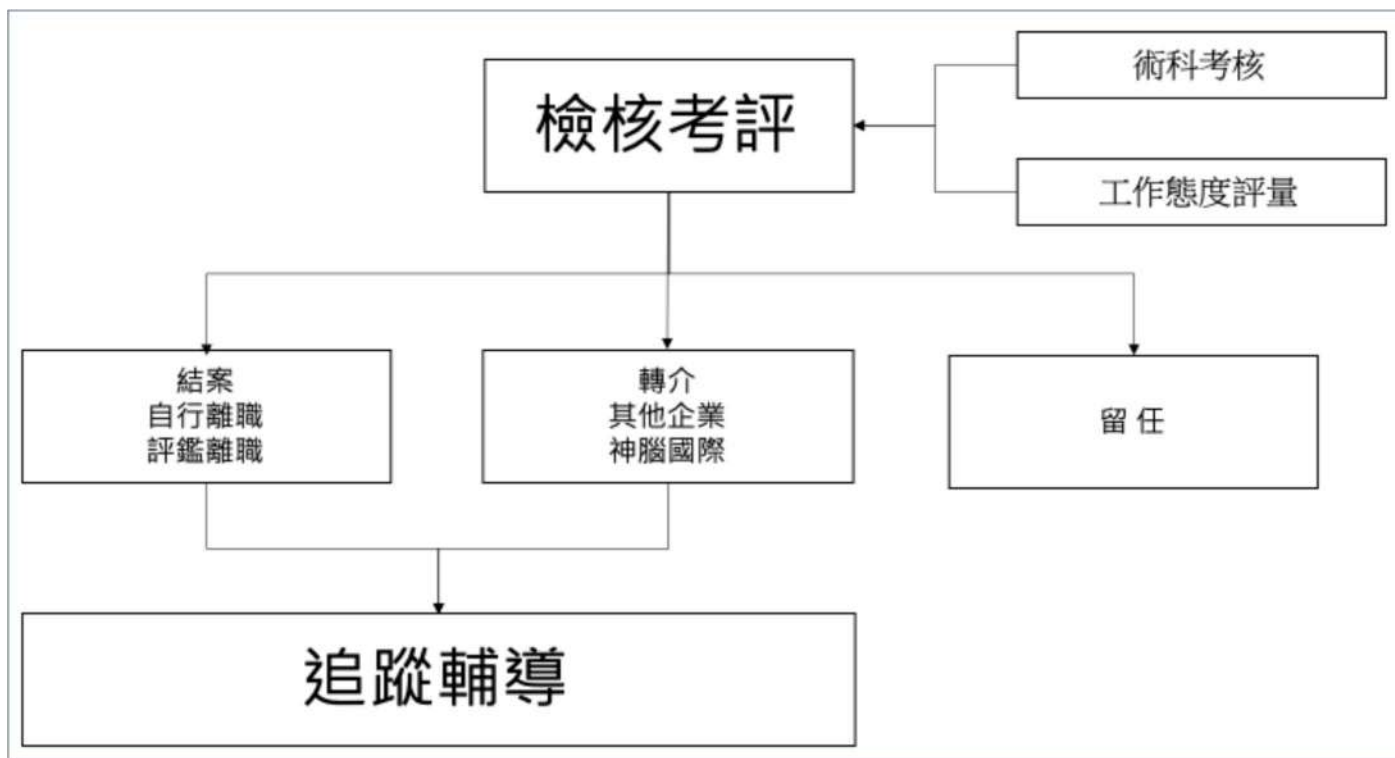


消防安全演練

轉銜服務機制

依《庇護性就業服務流程第四項》：「庇護就業工作者能力提升後，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。

轉銜服務機制流程圖



身障工程師駐點，民權 Apple 授權維修中心

為協助身障工程師拓展維修職能，神腦於民權 Apple 授權維修中心導入身障工程師駐點服務。原任 Android 維修工程師 5 名中，經內部評估後，先行安排 2 名工程師轉任 Apple 維修工程師，並依原廠維修要求逐步銜接相關作業。透過持續培訓與原廠課程銜接，神腦協助身障工程師累積 Apple 產品維修能力，並支持其於授權維修服務場域中發揮專業。

年度 執行情形

2020 年 由北區維修中心指派已取得 Apple 認證之工程師擔任教育訓練講師，針對 2 名轉任工程師進行必要訓練，並協助其準備 Apple 原廠認證，以利銜接民權 Apple 授權維修中心開幕後之現場維修作業。

2 名工程師均於 2020 年 12 月順利通過原廠認證考試。

2021 年 Apple 原廠取消認證考試機制，改採線上課程研讀方式。工程師完成原廠指定課程後，即可取得維修認證。

2022 年 4 名身障工程師在專員從旁指導協助下，均完成 Apple 原廠指定課程，取得可執行 Apple 系列手機維修之認證。

身障工程師駐點，民權 Apple 授權維修中心

2024 年 2 名工程師完成相關新機線上指定課程，取得新機維修許可。

2025 年 2 名工程師完成相關新機線上指定課程，取得新機維修許可。

透過持續培訓與原廠課程銜接，神腦協助身障工程師累積 Apple 產品維修能力，並支持其於授權維修服務場域中發揮專業。

年度績效指標

項目	目標	實績	達成率
維修台數	11,223 台	11,025 台	98.24 %
維修收入 (元)	32,743,000 元	30,360,614 元	92.72 %
服務滿意度	90 %	96 %	106.67 %

透明收支紀錄

庇護工場之收入及支出，由神腦總公司會計及財務單位負責帳戶控管與登錄，並以明細分類帳呈現收支情形，再由協會會計及出納進行查核與對帳。

除庇護員工及專案人員人事費用外，庇護工場支出主要包含電話費、水電費及其他受補助核銷所需之必要開銷。備料及其他管銷費用則由神腦負責。相關收支資料隨每季季報彙整呈報，作為庇護工場收支管理與追蹤之依據。

收入項目	金額	占比
銷售 / 營業收入	1,925,721 元	41.3 %
政府補助總額	2,740,252 元	58.7%

支出項目	金額	占比
人事薪資	3,200,450 元	67.3 %
行政費用	1,556,440 元	32.7%

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 中華民國棒球協會副理事長 高雄高苑工商董事長 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 義守大學 管理科學研究所碩士	V
葉公亮	男	董事會 審計委員會 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 康和期貨（股）公司 董事長 富邦行銷（股）公司 董事長 富邦金融控股（股）公司董事 富邦綜合證券（股）公司董事長 國立台灣大學財務金融所 EMBA	
吳文燦	男	董事會 審計委員會 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 美國集通科技（StorLink Semiconductors, Inc.）董事長兼總經理 Broadcom 亞太區 SMB 部門總經理 Altima（優碼）創辦人暨 CEO 美國華盛頓大學電機碩士、博士	
葉福海	男	董事會 審計委員會 薪資報酬委員會	大聯大投資控股（股）公司副董事長 大聯大電子（股）公司董事 明基材料（股）公司獨立董事 全國電子(股)公司獨立董事		V	3 年	大聯大投資控股（股）公司執行長 詮鼎科技（股）公司執行長 億科國際（股）公司董事長 艾睿電子（股）公司總經理	

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
							宏碁電腦（股）公司副總經理 逢甲大學電子工程系	
鄭閔卿	男	董事會 審計委員會 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 中華電信（股）公司北區電信分公司總經理 中華電信（股）公司行動通信分公司副總經理 高雄工專電機工程科	
何英圻	男	董事會 審計委員會 薪資報酬委員會	91APP 董事長/共同執行長 資廚管理顧問（股）公司董事長 資廚通訊（股）公司董事長 九易宇軒（股）公司董事長 曜比科技（股）公司董事長 91APP HK Limited 董事 全通路零售系統（股）公司董事長 Omnichat Limited 法人董事代表人 EasyStore Commerce Sdn. Bhd. 法人董事代表人 旌泓（股）公司法人董事代表人 NineYi Capital Inc.董事 N-Team, Inc.董事		V	3 年	雅虎奇摩電子商務事業群總經理 興奇科技（股）公司董事長	
胡學海	男	董事會	中華電信個人家庭分公司總經理 台灣碩網網路娛樂（股）公司董事 台北金融大樓股份有限公司董事 宏華國際股份有限公司董事 中華投資股份有限公司董事			3 年	中華電信個人家庭分公司總經理 成功大學交通管理碩士	V

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
			中華數位文創管理顧問（股）公司董事					
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） 智趣王數位科技股份有限公司董事長 中華電信基金會董事 中華數位文創管理顧問（股）公司董事 春水堂科技娛樂股份有限公司董事 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 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 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 政治大學土地行政學系	V
賈仲雍	男	董事會	中華電信網路技術分公司總經理 中華電信歐洲有限責任公司董事長 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
林保雍	男	董事會	神準科技（股）公司董事 坤洲（股）公司董事長 正峯投資（股）公司董事長	V		3 年	神準科技（股）公司董事 坤洲（股）公司董事長 正峯投資（股）公司董事長 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 燦坤實業（股）公司董事	V		3 年	全國電子（股）公司董事 燦坤實業（股）公司董事 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 國立政治大學國際經營管理英語碩士 加拿大英屬哥倫比亞大學日文系	V

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	● 能源總消耗：35,469.934 GJ ● 外購電力百分比：90.6835 % ● 再生能源使用率：0 %
二、總取水量及總耗水量	● 總取水量：32,171 m³ ● 總耗水量：32,171 m³
三、所產生有害廢棄物之重量及回收百分比	● 所產生有害廢棄物之重量：0 公噸 ● 所產生有害廢棄物之回收百分比：0 %
四、說明職業災害類別、人數及比率	● 職業災害類別：本年度職業傷害事件共 7 件，主要類型包括墜落與滾落（2 件）、被切割及擦傷（2 件）、物體飛落（1 件）、跌倒（1 件）及與有害物接觸（1 件）。 ● 職業災害人數：7 人 ● 職業災害比率：35.0303 % 註：職業災害比率 = (可記錄之職業傷害事件數 / 工作總時數) × 200,000 = (7/3996536) × 200000 = 0.350303 = 35.0303%
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	● 含報廢產品及電子廢棄物之重量：18.5827 公噸 ● 再循環之百分比：82.1285 % 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，並將其整理分級後重新銷售（2025 年重新銷售手機數量為 89,071 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與配件進行回收（2025 年報廢手機共 11,071 支，合計共 2,608KG、廢電池與配件合計共 713KG），藉此降低對環境負荷之衝擊，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。
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	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。 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。 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。 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 溫室氣體盤查暨查驗工作。
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）	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。 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（2026 年），中期（至 2030 年）和長期（2050 年以後）。
3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響	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。
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	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

項目	執行情形
制度	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。 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，及業務或日常營運的影響進行系統評估及分析。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。 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。 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。
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劃風險評估。
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	目前尚未設定氣候相關目標。

項目	執行情形
(RECs)數量	
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.) 2025 年度完整溫室氣體盤查及確信 / 驗證資訊

114 年度完整溫室氣體盤查資訊如下：

項目	總排放量（公噸 CO ₂ e）	密集度（公噸 CO ₂ e/營業額）
範疇一	520.8823	0.01718
範疇二	4,172.3555	0.13763
範疇三	2,103.5140	0.06939

註：

1. 按 ISO 14064-1:2018 進行溫室氣體盤查，並通過 SGS-Taiwan 查證。
2. 電力排碳係數 1kWh = 0.474kg-CO₂e 計算，為經濟部能源署公告 113 年之電力排碳係數；GWP 引用 IPCC 2021 AR6。
3. 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。
4. 112 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 112 年為基準年。
5. 2025 年溫室氣體相較 2024 年減少 411.259 t-CO₂e。
6. 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。
7. 範疇三項目包括員工商務差旅、員工通勤、廢棄物處理及清運、外購自來水、燃料及能源相關活動。

(2.) 2024 年度溫室氣體盤查及確信 / 驗證情形，如下：

項目	總排放量 (公噸 CO ₂ e)	密集度 (公噸 CO ₂ e/營業額)	查證 / 確信機構	查驗 / 確信情形說明
範疇一	528.5585	0.01719	SGS-Taiwan	通過
範疇二	4575.9378	0.14881	SGS-Taiwan	通過
範疇三	2110.0919	0.06862	SGS-Taiwan	通過

註：

1. 按 ISO 14064-1:2018 進行溫室氣體盤查，並通過 SGS-Taiwan 查證。
2. 電力排碳係數 1kWh = 0.494kg-CO₂e 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。
3. 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。
4. 112 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 112 年為基準年。
5. 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。
6. 範疇三項目包括員工商務差旅、員工通勤、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，依金管會金管證簽字第 11103849344 號函規定，應自 116 年起完成盤查資訊揭露，118 年起完成確信資訊揭露。
2. 本公司於 113 年完成 112 年神腦全據點溫室氣體盤查作業，將以 112 年為基準年進行相關目標設定。在 113 年溫室氣體排放總量中電力約佔 63.43%，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。此外，本公司亦不排除規劃以採購綠電之方式，透過再生能源達到碳中和，穩健朝 2030 年減碳 50% 目標邁進，並最終實現 2050 年淨零排放之長期承諾。

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 2025 年 12 月 31 日。

表 1. 永續揭露主題及指標

主題 Topic	代碼 CODE	指標 METRIC	頁碼 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	143
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	143
	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	143
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	144
	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	144
	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	144
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	144
	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	144
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	145
	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	145
	CG-MR-410a.3	對減少包裝對環境影響之策略之討論	146

表 2. 活動指標

代碼 CODE	活動指標 METRIC	頁碼 PAGE
CG-MR-000.A	(1)零售地點及(2)配銷中心數之數量	147
CG-MR-000.B	(1)零售空間及(2)配銷中心之總面積	147

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：35,469.93 GJ
2. 電網電力百分比：90.68 %
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，或使用入侵與攻擊模擬工具進行內部演練並在時限內將弱點完成修補或進行改善方案。
 - 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：0.3176 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：10.5547 %
2. 非自願離職率：0.4622 %

註：揭露範疇：台灣；包含門市人員、客服、倉儲（不含計時人員）；惟 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	7 人	38.89 %	44 人	40%	1,096 人	57.44%
男	11 人	61.11 %	66 人	60%	812 人	42.56%
合計	18 人	100%	110 人	100%	1,908 人	100%

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	占比	人數	占比
身心障礙者	0 人	0%	4 人	3.6%	19 人	0.99%
原住民	0 人	0%	0 人	0%	16 人	0.84%
一般身份	18 人	100%	107 人	96.4%	1,878 人	98.17%
合計	18 人	100%	111 人	100%	1,913 人	100%

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 17 人，含輕度 9 人，中度 2 人，重度 6 人，換算進用身心障礙者人數 23 人。

註：平等進用政策詳見官網資訊 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

18,897,138 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：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，目前尚無相關措施及機制，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 30%，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「網購包裝減量指引 2.0」：<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	2025
零售地數量	387 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	2025
零售空間總面積	17,619.19954 平方公尺
配銷中心總面積	9,897.53526 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 2025 年 1 月 1 日至 2025 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	13,20,37			
2-7	員工	69			
2-8	非員工的工作者	72			
治理					
2-9	治理結構及組成	134-136			
2-10	最高治理單位的提名與遴選	25			
2-11	最高治理單位的主席	25			
2-12	最高治理單位監督衝擊管理的角色	45			
2-13	衝擊管理的負責人	45			
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	45			
2-15	利益衝突	26-27			
2-16	溝通關鍵重大事件	29			
2-17	最高治理單位的群體智識	25			
2-18	最高治理單位的績效評估	45			
2-19	薪酬政策	27-28			
2-20	薪酬決定流程	27-28			
2-21	年度總薪酬比率	28			
策略、政策與實務					
2-22	永續發展策略的聲明	6-7			
2-23	政策承諾	30			
2-24	納入政策承諾	30			

GRI 準則	揭露項目	資訊位置	省略		
			要求	理由	解釋
2-25	補救負面衝擊的程序	30			
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	30			
2-27	法規遵循	28-29			
2-28	公協會的會員資格	56			
利害關係人議合					
2-29	利害關係人議合方針	55-56			
2-30	團體協約	80			
GRI 3：重大主題 2021					
3-1	決定重大主題的流程	47			
3-2	重大主題列表	47-49			
3-3	重大主題管理	52-54			
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	34-35			
201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	77			
201-4	取自政府之財務援助	18			
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	73			
202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	70			
GRI 204：採購實務 2016					
204-1	來自當地供應商的採購支出比例	39			
GRI 305：排放 2016					
305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	98			
305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	98			
305-3	其它間接（範疇三）溫室氣體排放	98			
305-4	溫室氣體排放強度	98			
305-5	溫室氣體排放減量	98-99			
305-6	臭氧層破壞物質（ODS）的排放	-		不適用	
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	
GRI 401：勞雇關係 2016					
401-1	新進員工和離職員工	71			
401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	74-77			
401-3	育嬰假	78-79			

GRI 準則	揭露項目	資訊位置	省略		
			要求	理由	解釋
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	57, 60			
417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	57, 60			
417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	57, 60			
GRI 418：客戶隱私 2016					
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	63			



ASSURANCE STATEMENT

SGS TAIWAN LTD.'S REPORT ON SUSTAINABILITY ACTIVITIES IN THE SENAO INTERNATIONAL CO., LTD.'S ESG REPORT FOR 2025

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 2025 (hereinafter referred to as the ESG Report). The assurance is based on the SGS Sustainability Report Assurance methodology and AA1000 Assurance Standard v3 Type 1 Moderate level during 2026/03/30 to 2026/05/18. The boundary of this report includes SENAO Taiwan operational and service sites as disclosed in SENAO's ESG Report of 2025. 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 the stakeholders in SENAO's ESG Report of 2025.

RESPONSIBILITIES

The sustainability information in SENAO's ESG Report of 2025 and its presentation are the responsibility of the directors or governing body (as applicable) and 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 the ESG 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 ESG 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 ESG 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 affirms 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 SENAO has chosen an appropriate level of assurance for this stage in their reporting.

ADHERENCE TO AA1000 ACCOUNTABILITY PRINCIPLES (2018)

INCLUSIVITY

SENAO has demonstrated a good commitment to stakeholder inclusivity and stakeholder engagement. A variety of engagement efforts such as survey and communication to employees, customers, investors, suppliers, ESG experts, and other stakeholders are implemented to underpin the organization's understanding of stakeholder concerns. For future reporting, SENAO may proactively consider having more direct two-ways involvement of stakeholders during future engagement.

MATERIALITY

SENAO has established effective processes for determining issues that are material to the business. Formal review has identified stakeholders and those issues that are material to each group and the ESG Report addresses these at an appropriate level to reflect their importance and priority to these stakeholders.

RESPONSIVENESS

The ESG Report includes coverage given to stakeholder engagement and channels for stakeholder feedback.

IMPACT

SENAO has demonstrated a process to identify and fairly represented impacts that encompass a range of environmental, social and governance topics from 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 material topics were in place at targets setting with combination of qualitative and quantitative measurements.

ADHERENCE TO GRI

The report, SENAO's ESG Report of 2025, 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 Topics 2021 and the relevant 200/300/400 series Topic Standards related to the material topics claimed in the GRI content index. The ESG Report has properly disclosed information related to SENAO's contributions to sustainability development.

For future reporting, we encourage SENAO to more systematically highlight the strategic support and leadership role of senior executives in major sustainability issues, in order to demonstrate the organization's culture of sustainable governance.

Signed:

For and on behalf of SGS Taiwan Ltd.



Stephen Pao
Business Assurance Director
Taipei, Taiwan
02 June, 2026
WWW.SGS.COM



AA1000
Licensed Report
000-8/V3-MHNM9



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
購物APP下載



財團法人
神腦科技文教基金會