

2017 圓剛科技 企業社會責任報告書

董事長的話

圓剛科技秉持「為增進人類的溝通性與娛樂性，並做一個對社會有貢獻的企業」的企業目的，雖然目前公司仍處於虧損狀況，但我們仍本著『腳踏實地、創造價值、貢獻自己、服務人群』的經營理念，持續專注本業、穩健經營。其中服務人群、回饋社會、就是我們重要的社會責任，我們也一直朝向這個中心理念邁進，實踐此中心理念，善盡企業社會責任。期望藉由企業社會責任報告書的出版，能讓我們更深刻自我反省，以透明而公開方式來回應我們在企業社會責任上的努力與應股東、員工、消費者、供應商、環境、社區等各利害關係人所關切的重要議題上，我們始終相信，我們仍有許多可以再加強的部分。

我們重視對股東長期承諾，並提升企業資訊揭露的透明及公司治理的落實；過去每年參與臺灣證交所及證券櫃檯買賣中心委託證券暨期貨市場發展基金會所建置的「資訊揭露評鑑系統」，均獲A級企業以上之評比，更有5次獲列為A+等級之企業。目前則每年參與臺灣證交所之公司治理中心所舉辦之公司治理評鑑系統，透過評鑑來審視、檢討我們在企業社會責任上仍需努力的目標與方向。



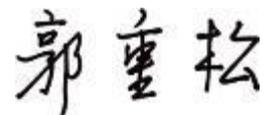
公司的經營理念中便清楚揭示了服務人群、回饋社會是公司的企業文化中的一環。並明訂企業目的為「為增進人類的溝通性與娛樂性，並做一個對社會有貢獻的企業」。圓剛科技透過實際行動來實踐這樣的理念。長期以來，我們本著在地關懷的精神專注在環保、教育兩個領域上。我們更鼓勵員工每人每年至少花半天實際參與志工活動回饋社會，透過外部公益團體舉辦之的公益活動，或由公司統一籌辦之志工活動，讓員工能用自己最珍貴的時間來服務社會，用自己的雙手幫助需要幫助的人。

隨著全球氣候變遷加劇，乾旱、洪水、熱浪、風暴等極端天氣發生頻率亦大幅提升，除了領先同業率先完成符合歐盟無鉛無毒製程外，圓剛更長期致力於環境保護，並陸續通過環安衛相關之國際標準如ISO14001、OHSAS18000、ISO28000(供應鏈安全管理系統)及IECQ QC080000(危害物質過程管理)等管理系統認證，亦針對特定產品進行碳足跡計算及依

ISO14064-1(組織溫室氣體盤查)之規範自我審查。藉由與國際標準接軌，來完成全面環境管理的系統建置及持續推動環保工作；並在產品開發時，即考慮環保設計的概念。

展望未來，我們面對的挑戰是全球經濟景氣及科技版圖轉移的挑戰，因此我們仍要努力不懈的耕耘著我們的本業，持續開發創新的產品，積極致力於產品的轉型，有效率的經營關鍵供應商的關係，提供滿足客戶需求的產品與服務，以提高公司的業績與盡快達成損益兩平的短期目標，為整體利害關係人創造更大的成果與利潤，分享全體股東及持續重視與關注企業社會責任，善盡企業公民之義務。

圓剛科技董事長



目錄

董事長的話

2

關於報告書

5

壹、企業社會承諾與利害關係人對話

1.1 企業社會責任之承諾

7

1.2 企業社會責任組織

9

1.3 利害關係人之鑑別與溝通

9

1.4 利害關係人之溝通做法

10

1.5 企業社會責任之重大性議題分析

12

1.6 利害關係人關鍵議題邊界鑑別

13

貳、企業營運概況

2.1 公司概况

15

2.2 公司治理

20

2.3 關鍵風險與機會

23

參、環境永續發展

3.1 綠色承諾

27

3.2 溫室氣體盤查

29

3.3 節能措施及成果

30

3.4 廢棄物管理

32

3.5 水資源節約

33

3.6 供應鏈管理

34

肆、企業社會責任

4.1 員工關係

37

4.2 客戶滿意

51

4.3 社區回饋

54

附錄、GRI G4 指標對照索引

60

關於報告書

圓剛科技為了呈現我們在企業社會責任面努力的成果，並與利害關係人溝通，自本年度依循全球永續性報告協會(Global Reporting Initiative, GRI)的第四版報告書綱領，依所列之指導方針及架構撰寫發表「圓剛科技企業社會責任報告書」。整理出企業營運概況、環保、企業社會責任三大面向與利害關係人報告，並揭露公司主要永續性議題、策略、目標與措施。報告書內容涵蓋以圓剛科技為主體，部分內容若超出此範疇時，將於報告書中註明告。

報告書涵蓋了圓剛科技母公司本業2017年1月1日至2017年12月31日在全球企業社會責任方面的績效表現，其中所揭露的資訊數據來自圓剛科技內部自行調查、統計之結果，針對報告書中揭露的資訊進行內部模擬查證。未來，我們預計邀請第三方查證機構，針對報告書內容進行外部查證。

有關財務數據係經由會計師簽證後公開發表之資訊，涵蓋2017年度，為了完整呈現圓剛科技過去在企業社會責任的成果，部分資訊將回溯至過去。本報告書針對企業社會責任相關議題的揭露每一年出版一次，2018年的圓剛企業社會報告書預計將於2019年10月發行，同時於圓剛科技公司網站上公開發表。

聯絡資訊

非常歡迎各位針對CSR報告書，提供您的建議，歡迎您以下列方式與我們連絡：

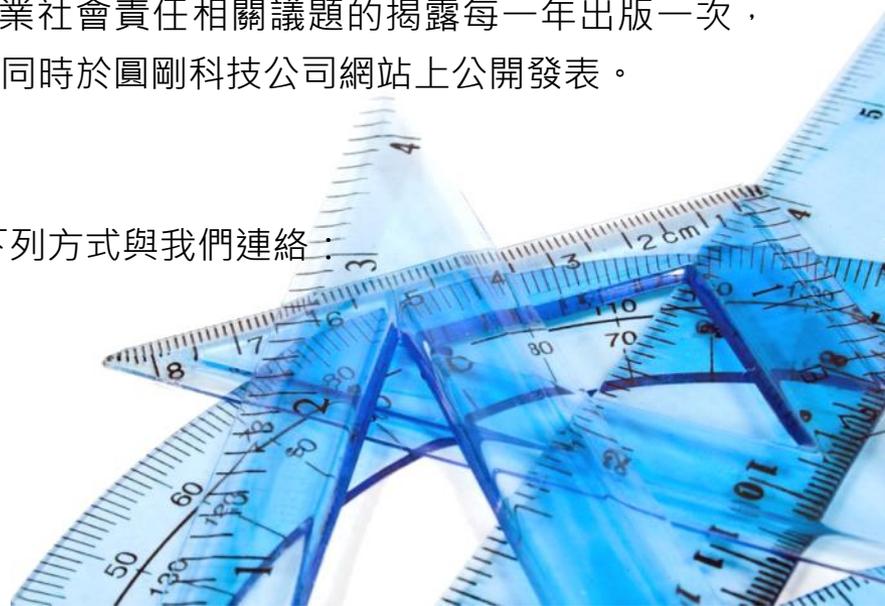
聯絡單位：圓剛科技股份有限公司 公共關係室

地址：新北市中和區建一路135號

電話：02-2226-3630

電子郵件：csr.report@avermedia.com

公司網址：<http://www.avermedia.com/>





壹、企業社會承諾與利害關係人對話

企業社會責任之承諾 | 企業社會責任組織 | 企業社會責任之關鍵議題 | 利害關係人之溝通做法

1.1 企業社會責任之承諾

圓剛科技企業目的在於成為「增進人類的溝通性與娛樂性，並做一個對社會有貢獻的企業」，秉持『腳踏實地、創造價值、貢獻自己、服務人群』之經營理念，同時藉由高階領導公司內部各項活動，透過內外部不斷的溝通凝聚團隊的意識，形成組織文化，落實公司之經營理念與價值觀，經過長期的耕耘與累積，誠信正直、自我反省與自我超越的金三角定律已逐漸成熟儼然形成了圓剛科技的企業文化。此外更強調『服務人群、回饋社會、愛護地球』是企業重要的社會責任，不僅致力於發展符合綠色製造的產品，亦藉由實際響應環保、關懷教育及參與各種公益行動實踐此中心理念，善盡企業社會責任。

圓剛科技在經營理念揭示之下，訂定了企業永續經營的根基，因此我們提出圓剛之企業目的為並將此組織使命『增進人類的溝通性與娛樂性，並做一個對社會有貢獻的企業』，揭櫫於圓剛大樓大廳內，其中之文字內容均由中、高階經營主管親自書寫的毛筆字，代表所有圓剛集團同仁之共同承諾，以督促所有員工，必須不斷地追求卓越，創造員工、股東以及利害關係人之最大福祉，並為社群、為國家、為地球善盡企業公民之責任之共同承諾。圓剛科技的社會責任指導原則，符合各國與國際相關法令與規範，並反映公司「以人為本、誠信正直、自我反省、自我超越」的企業文化以及「腳踏實地、創造價值、貢獻自己，服務人群」的經營理念。基於企業的永續經營與發展，我們以開誠佈公的心與利益關係人溝通，維繫良好的關係，使我們成為可被信任的企業。



▲ 於公司大廳清楚揭示企業目的與經營理念

我們的經理人與員工恪遵社會責任的指導原則及承諾如下：

- 1. 事業夥伴及公平交易：**我們慎選適當的事業夥伴(如供應商和通路商)，重視事業夥伴並與其建立長期的互信互利關係，同時尊重自由競爭的市場機制，遵守各國公平交易與競爭的相關法律。
- 2. 鼓勵創新並保護智慧財產：**鼓勵創新並積極保護公司的智慧財產，遵守各國與國際智慧財產權相關法律。
- 3. 納稅、股東權益與公司治理：**我們依法履行納稅義務，積極創造公司價值與穩定成長，並維護股東長期的利益。強調公司治理，提供股東與投資人即時、透明、公開、且具可信度的資訊，充分揭露公司重要事項(如公司結構、財務狀況、社會責任活動狀況及公司治理情形等)。
- 4. 維護環境永續：**我們追求永續成長，致力於與環境和諧共處，除遵循相關環保法令外，並重視技術創新，設計與製造低污染、低耗能的綠色產品。鼓勵同仁貢獻自己投入環境保護相關活動，並與其他組織與個人合作，共同維護地球與生存環境。
- 5. 保護消費者權益：**尊重消費者權益，基於「以客為尊」的理念，發展符合顧客需求的產品與服務。致力於保護消費者的個人資訊，並遵守各國個人資料保護相關法律的條文和精神。
- 6. 就業權及員工關係：**尊重員工，以人為本，保障勞工權益與福利，加強勞、雇關係，並建立安全、健康、無性騷擾、無歧視、公平待遇的工作環境。
- 7. 建立和諧與健全的社群關係：**尊重在地文化與歷史傳承，參與在地社群活動，適當地貢獻與回饋社會，關懷弱勢團體，善盡企業社會責任。應與經營夥伴、政府機構或公權力維持公開、誠信與公平的關係。
- 8. 社會關懷與參與：**我們以服務人群的心，積極地推動社會公益活動，關懷教育、人文及科技發展，落實「做為一個對社會有貢獻的企業」使命。

1.2 企業社會責任組織

本公司訂有社會責任指導原則，作為社會責任政策與相關活動推廣之依據，並責成公共關係室負責相關業務及主持企業社會責任事項之成效檢討，並於每月經營會議進行向總經理進行報告。公共關係室設有專職人員負責推動負責投資人關係與企業社會責任等相關業務。

1.3 利害關係人之鑑別與溝通

圓剛科技非常重視與利害關係人間的信賴與溝通，將利害關係人定義為與公司由直接或間接關係的個人或團體，鑑別出員工、投資人、客戶、供應商、媒體、社區、政府/公、協會和非營利組織等，積極建立與維繫暢通的溝通管道，由公關室主導、藉由人力資源處、安全衛生單位、採購單位、客戶服務單位及其他與利害相關人有直接接觸的各部門，在與利害相關人交換意見後，分別就其負責的相關議題進行蒐集、管理、初步篩選，再依議題所涵蓋層面和衝擊度，決定自行處理、跨部門討論或由高階主管參與進一步磋商等方式，以決定處理措施及妥善的回應方式。

圓剛科技追求永續經營與發展，遵循本公司社會責任指導原則，符合各國與國際相關法令與規範，並反映「以人為本」的企業文化及經營理念，以開誠佈公的心與利益關係人溝通，使我們成為可被信任的企業。我們持續密切關注外在環境的脈動與新議題的發展趨勢，秉持時刻自我反省及定期檢視現況，以透明而公開方式來回應股東、員工、消費者、供應商、環境、社區等各利害關係人所關切的重要議題上，為整體利害關係人創造更大的價值。

1.4 利害關係人之溝通做法

利害關係人	互動對象	關注議題	溝通管道/形式
員工	員工	尊重人權; 公司治理; 符合法規; 勞資關係與福利; 職業安全與健康	1. 開拓多元員工溝通管道 2. 內部網站及電子報 3. 進行員工意見調查 4. 定期/不定期會議溝通 5. 設有職工福利委員會
投資人	一般股東 法人股東 分析師 台灣證券交易所	揭露資訊透明化; 公司在產業中之競爭力; 未來成長潛力; 獲利能力; 股利政策	1. 定期公告營運績效 2. 定期召開股東大會 3. 透過網站公告相關訊息 4. 法人說明會/論壇 5. 設立投資人聯繫窗口，並落實發言人制度 6. 透過電話/電子郵件回答投資人或分析師的提問
客戶	現有客戶 潛在客戶	提供高品質產品與服務; 提高客戶滿意度	1. 業務會議 2. 定期/不定期客戶拜訪 3. 設立客服專線及網路信箱 4. 進行客戶滿意度調查
供應商	採購商 / 協力廠商	公平採購; 供應商管理; 符合法令規範	1. 設立與供應商互動及協商之專屬議價採購平台 2. 建立供應商評鑑機制 3. 採購業務會議 4. 定期/不定期拜訪

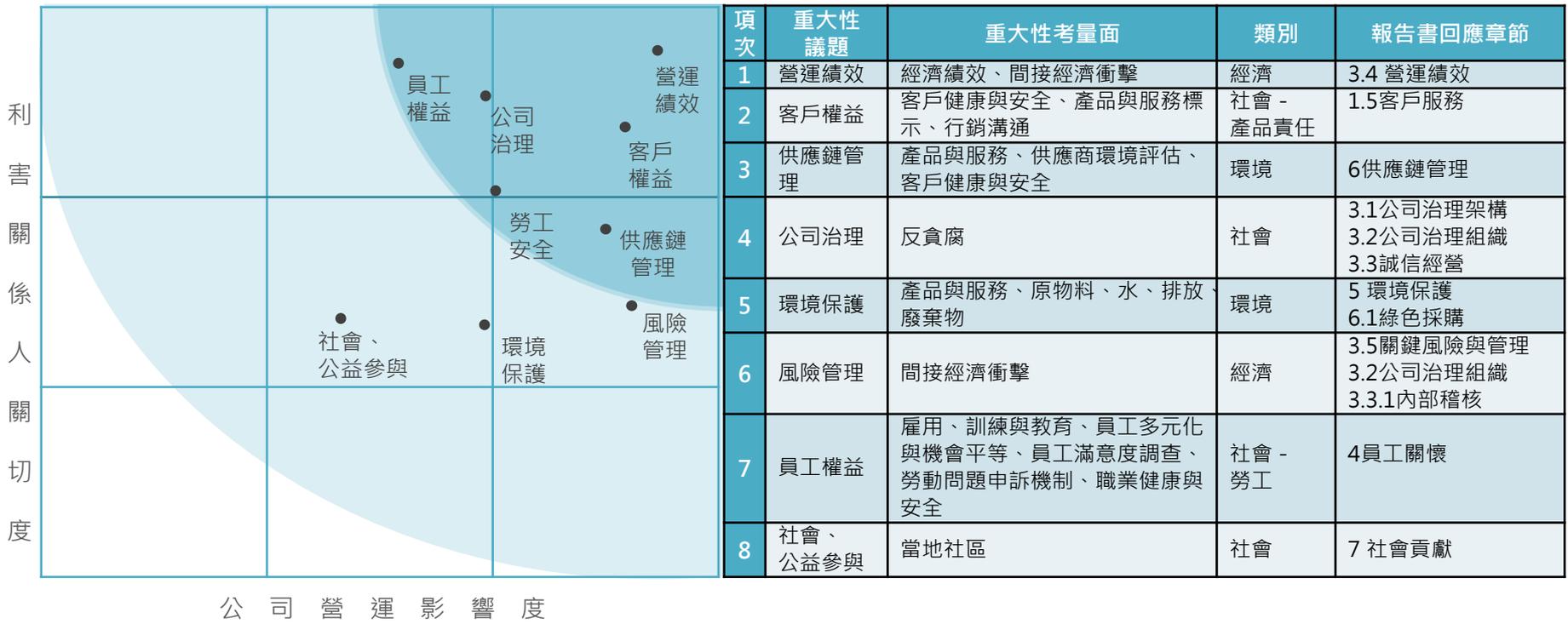
1.4 利害關係人之溝通做法

利害關係人	互動對象	關注議題	溝通管道/形式
媒體	平面 / 電子媒體	公司在產業中之競爭力; 未來成長潛力; 獲利能力; 重大訊息	<ol style="list-style-type: none"> 1. 記者會 2. 採訪規劃 3. 新聞稿 4. 電話/不定期拜訪
社區	附近社區	尊重社區文化; 參與社區公益	贊助或舉辦社區公益活動
政府/公會	財政部 / 金管會 / 經濟部 / 內政部 / 環保署 / 市政府 / 公會	遵守法令; 繳納稅金; 環保與職場安全; 勞資關係; 產業發展 同業互動	<ol style="list-style-type: none"> 1. 參加主管機關舉辦的研討會 2. 會議及公文往來 3. 與主管機關溝通 4. 不定期拜訪/面對面溝通 5. 參與公會運作，目前為電子電機同業公會及台北市電腦同業公會會員
非營利組織	教育 / 環境等非營利組織	關懷弱勢團體	長期與部份非營利組織進行相關的公益專案協辦或志工參與

1.5 企業社會責任之重大性議題分析

本報告書針對員工、客戶、投資人、供應商、社區、非營利組織等利害關係人之溝通管道。以公司營運影響度與利害關係人關切度的角度，鑑別出企業社會責任之重大性議題分為：「營運績效」、「客戶權益」、「供應鏈管理」、「公司治理」、「環境保護」、「風險管理」、「員工權益」、「勞工安全」、「社會、公益參與」。

並於下表中列出在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面擊回應之章節。本報告書將會就以上所述的議題進行揭露，其餘經常性活動及資訊將會公佈於公司年報、官方網站及投資人關係網站中。



1.6 利害關係人關鍵議題邊界鑑別

●:具重大性且在本次報告中揭露 ○:具重大性

重大性議題	邊界 考量面	公司內部邊界		公司外部邊界		
		總公司	子公司	客戶	供應商	社區
經濟						
營運績效與獲利	經濟績效	●	●			
	間接經濟衝擊	●				
風險管理	間接經濟衝擊	●			○	
環境						
供應鏈管理	產品與服務	●	●			
	供應商環境評估	●			●	
	客戶健康與安全	●		●		
環境保護	產品與服務	●	●		○	
	原物料	●			○	
	水	●				
	排放	●				
	廢污水和廢棄物	●				
勞工						
員工權益	雇用	●				
	訓練與教育	●	●			
	員工多元化與機會平等	●	●			
	勞動問題申訴機制	●	●			
	職業健康與安全	●				
社會						
公司治理	反貪腐	●			○	
社會公益參與	當地社區	●	●			●
產品責任						
客戶權益	客戶健康與安全	●	●	●	●	
	產品與服務標示	●	●	●	●	
	客戶滿意度	●		●		
	行銷溝通	●	●	●		

貳、企業營運概況

公司概況 | 公司治理 | 關鍵風險與機會

2.1 公司概況

2.1.1 公司簡介

圓剛科技股份有限公司(以下簡稱：圓剛科技)，創立於1990年，並在2000年股票上市(股票代號: 2417)，成立初期，即致力於數位影像技術的研發，其電視卡在電腦消費性市場逐漸居領導地位;並陸續將產品擴展至筆記型電腦內建式電視卡模組，為全球專精於數位影音、高畫質錄影與即時影音產品的設計、製造及行銷的主要公司之一，以一貫的設計理念透過自有技術的優勢及使用者經驗，研發設計出高品質且大眾化的商品。然而隨電視卡需求萎縮，公司經營方向進行調整與轉型從之前專注的電視模組轉型為影音模組和整機系統。2017年公司進行組織精簡、取消BU組織架構，調整為以功能性為主的組織架構，人力調整則強化在行銷、業務、研發及技術研發的人才，提升對客戶的服務速度與彈性，以滿足或更甚至是超越客戶預期的需求。

圓剛科技目前主要產品為PC/平板/手機看電視相關產品，遊戲錄影裝置、遊戲直播設備、高畫質影音錄影產品、影像網路直播設備等，多項高畫質影音擷取及網路即時影音串流技術之應用。

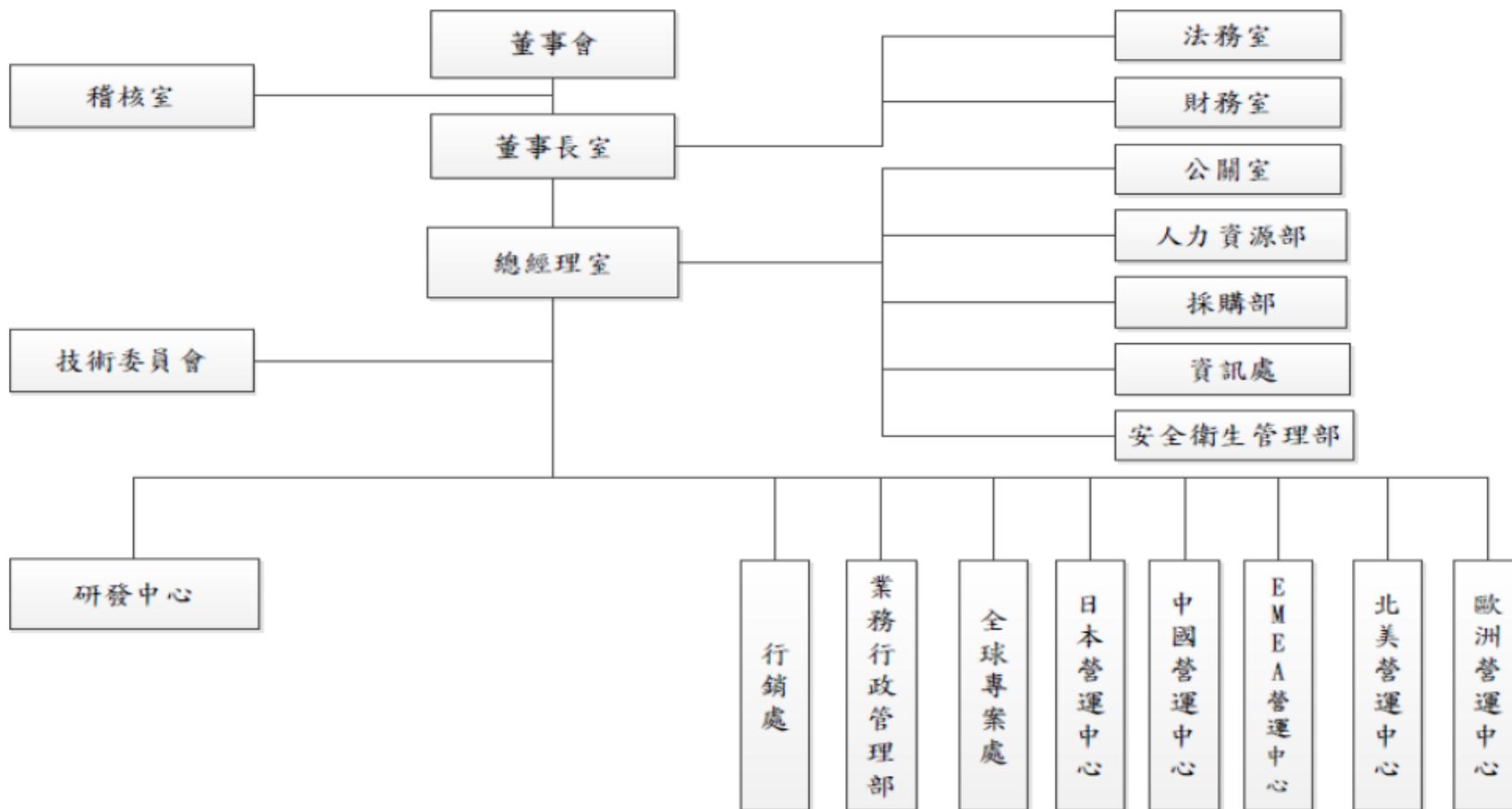
公司總部位於新北市中和區的圓剛科技，目前於海內外設有多處營運及服務據點，以AVerMedia品牌行銷產品於全球，通路遍佈各國通路經銷商、加值型客戶、全國性零售商及ODM客戶，並與世界各大經銷商建立長期良好的合作關係。圓剛是ISO9001品質、ISO14001環保及符合歐盟有害物質限用(RoHS)認證合格的廠商，擁有一流的人才、尖端的技術、以滿足國際ODM客戶的嚴格要求。

公司所在地址：新北市中和區建一路135號

	2017年	2016年
資本額(百萬元)	1,929	1,929
合併營收(百萬元)	2,512	2,504
營業成本(百萬元)	1,226	1,238
資產報酬率(%)	-1.21%	-1.92%
權益報酬率(%)	-1.41%	-2.27%
保留盈餘(百萬元)	359	417
每股盈餘(元)	-0.30	-0.49

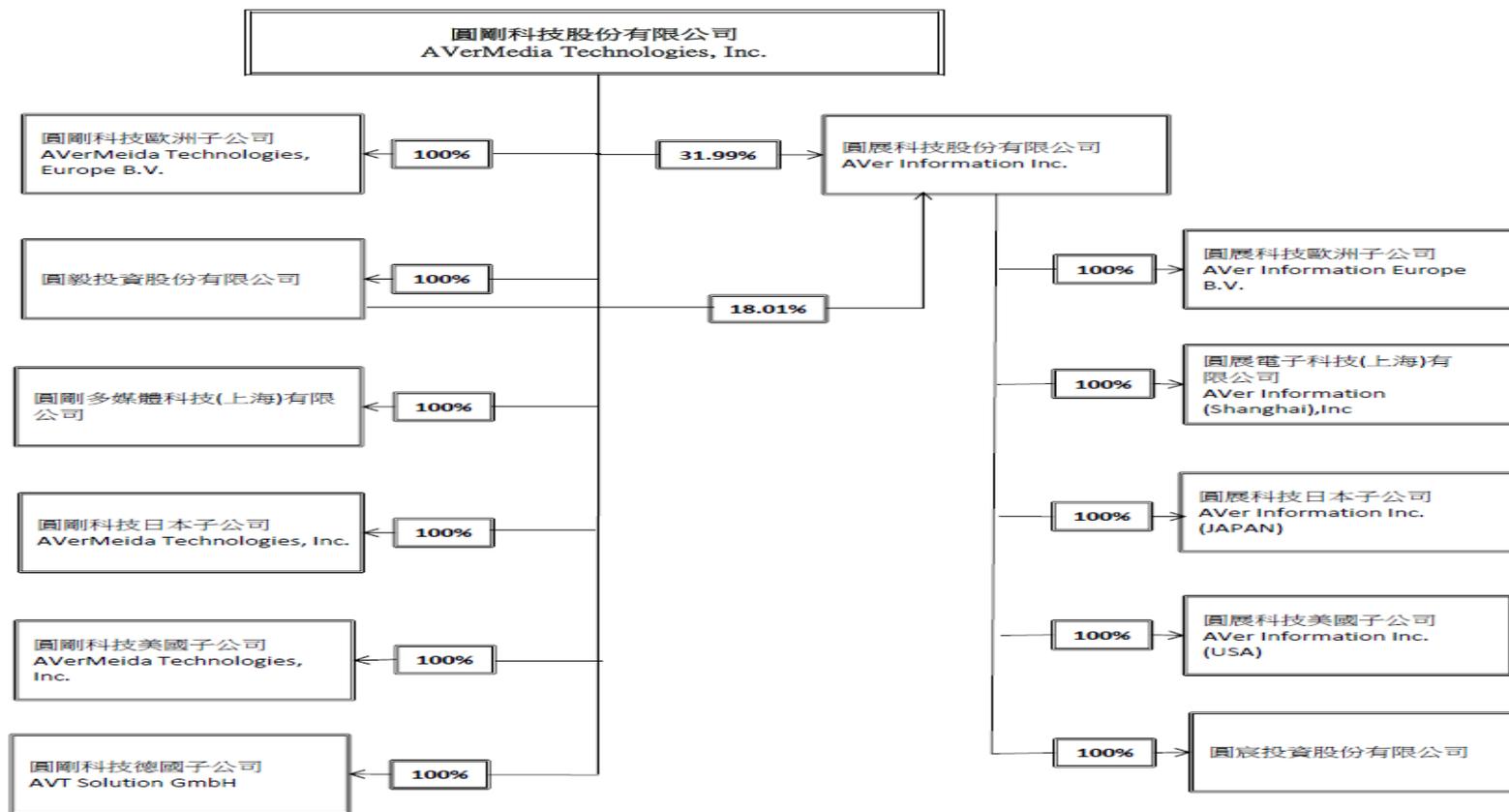
(資料來源：2017年公司年報)

2.1.2 組織架構



(資料來源：2017年公司年報)

2.1.3 關係企業



(資料來源：2017年公司年報，其中本公司之子公司AVerMedia Technologies Europe B.V.因長期虧損，以及荷蘭當地營運人力成本居高不下，本公司於106年11月3日經董事會決議，不再提供資金挹注，並責成AVerMedia Technologies Europe B.V.依據荷蘭當地規定，自行評估未來營運方向。AVerMedia Technologies Europe B.V.經與當地律師及會計師評估，於107年2月23號向法院提出聲請破產保護程序，並經法院於107年2月27裁定准許。)

2.1.4 品牌精神

圓剛科技持續專注於產品設計、行銷，並以AVerMedia自有品牌行銷全球80餘國。

圓剛科技的核心理念是滿足世界各地顧客的需要，並以其能力將創新技術及功能導向設計融入產品研發的過程，圓剛並承諾帶給顧客領先業界標準以及超乎期望的滿意度及服務。圓剛科技以以一貫的設計理念透過自有技術的優勢，融合科技、人體工學以及使用者經驗，研發設計出高品質且大眾化的商品。

圓剛科技主要以電視相關產品，遊戲錄影裝置、遊戲直播設備、高畫質影音錄影產品、影像網路直播設備等；另亦提供多項高畫質影音擷取及網路即時影音串流技術，與教育、醫療、廣播及生產自動檢測等專業級影像視訊應用。



▲ 圓剛科技全球行銷/服務據點

2.1.5 歷史沿革及重要獎項

2017

影音產品持續榮獲台灣精品獎肯定
新產品 BU110 榮獲 2017 年科技趨勢金獎及 2017 年年度 Top 10 金獎

公司治理評鑑系統第兩年評鑑結果均名列排名前百分之二十之企業
圖剛「攜帶式無線教學擴音機 AW330」榮獲資訊月百大創新獎
圖剛獲認可為擁有 MPEG-DASH 基礎專利的專利權人之一

2009-2016

成立日本子公司於東京

榮獲第十七屆產業科技發展獎「優等創新企業獎」

雙核數位棒榮獲傑出資訊應用暨產品獎

雙核數位棒榮獲 Best Choice of Computex 2009 Award

AVerTV TwinStar 榮獲台灣資訊月傑出資訊產品暨應用獎

AVerTV Hybrid TVBox 11、AVerTV Hybrid PocketExpress 獲 CES 創新設計及工程獎

AVerMedia 品牌獲頒外貿協會舉辦之第六屆台灣優良品牌

榮獲第十八屆產業科技發展獎「傑出創新企業獎」

榮獲中華公司治理協會 CG6005 公司治理制度評量認證

連續第七年榮獲天下雜誌評選為天下企業公民 TOP 50

證期會第五十一屆資訊揭露評鑑圖剛五次名列 A+ 級企業、二次 A 級企業

通過 ECQ QC080000 危害物質過程管理系統認證

獲行政院頒發第二十一屆國家品質獎

多項產品持續榮獲台灣精品獎肯定

兩項產品榮獲「概念設計獎」及「包裝設計獎」

通過 ISO 28000 供應鏈安全管理系統

公司治理評鑑系統第兩年評鑑結果均名列排名前百分之二十之企業

圖剛「攜帶式無線教學擴音機 AW330」榮獲資訊月百大創新獎

圖剛獲認可為擁有 MPEG-DASH 基礎專利的專利權人之一

1990-2008

創立圓剛科技股份有限公司

成立美國子公司於加州

通過 ISO 9001:1994 品質管理系統認證

通過上櫃掛牌

成立英國子公司

成立中國子公司於昆山

成立西班牙子公司於馬德里

上櫃轉上市

通過 ISO 9001:2000 版品質管理系統轉證

通過 ISO 14001 環境管理系統認證

成立泰國子公司於曼谷

通過 SONY Green Partner 認證

成立法國子公司於巴黎

榮獲經濟部頒發 2006 台灣優良品牌

獲國防部頒發 95 年度國防工業訓練儲制度績優用人單位

證期會第四屆資訊揭露評鑑圖剛為 A 級且為自願性揭露透明度高的公司

通過 OHSAS 18001 職業安全衛生管理系統認證

成立歐洲營運總部於荷蘭

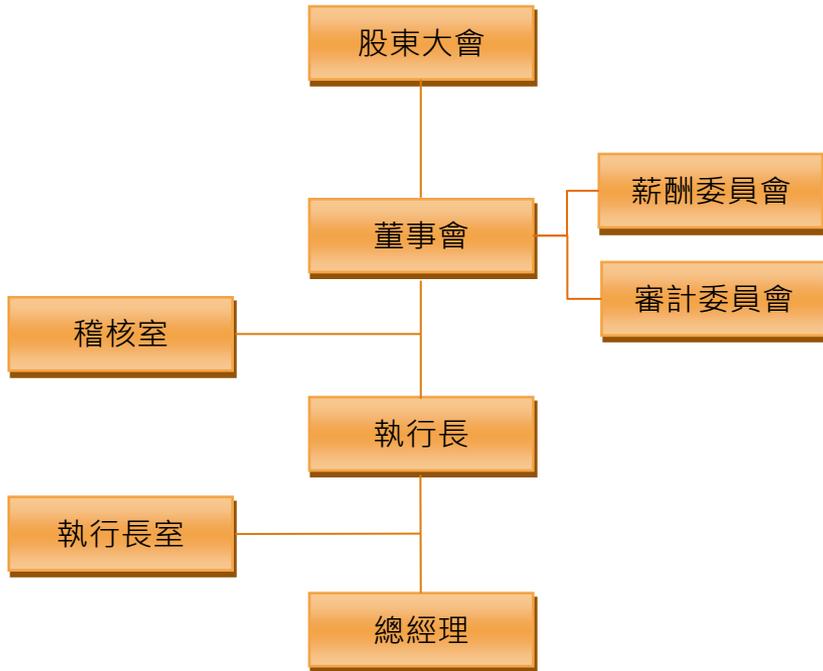
成立子公司圓展科技

GPS 數位電視棒贏得 2008 台灣最佳外銷資訊產品獎

2.2 公司治理

圓剛重視營運透明度及公司治理，依中華民國公司法、證券交易法以及其它相關法令制定公司治理架構與執行實務規範，持續提升管理績效，保障投資人及其他利害關係人權益。

2.2.1 公司治理組織



圓剛推動公司治理的具體事績：

1. 本公司於2011年訂定「誠信經營原則」及「員工行為準則」，隨即當年12月份於董事會下成立「薪酬委員會」。並於2014年訂定「公司治理實務守則」落實良好之公司治理制度。
2. 2012年起本公司股東常會選舉本公司董事，選出董事7人，其中包含獨立董事3人，並依據本公司章程，設置「審計委員會」取代監察人。
3. 針對資訊揭露，除了在證交所公開資訊觀測站上公告各項財務資訊、財務報表、年報、重大訊息之外，在圓剛企業網站 (www.vermedia.com) 與投資人關係網站 (ir.vermedia.com)，也能查詢到相關資訊。除供國內外投資人參考外，更致力於追求公司治理及財務資訊透明化、即時化、公平化，在2018年度(第四屆)證交所公司治理中心舉辦的「公司治理評鑑」當中，名列35%~50%企業。圓剛董事會、審計委員會及薪酬委員會之運作分別依「董事會議事規範」、「審計委員會組織規程」、「薪酬委員會組織規程」之規定執行，其職責及相關說明如下頁：

2.2.2 董事會

圓剛現行董事會成員共計七席，所有董事均為參與股東會之股東投票產生，董事會由董事長、副董事長、二席董事，三席獨立董事所組成；其職責包括建立良好董事會治理制度，監督、任命與指導公司管理階層，強化管理機能，並負責公司經濟面、社會面及環境面相關整體的營運狀況，致力於利害關係人權益極大化。

董事會成員	姓名	性別	備註
董事長	郭重松	男	兼任總經理
副董事長	李焱盛	男	
董事	王江林	男	
董事	林宗德	男	已於2018年6月任期屆滿
獨立董事	趙堃成	男	
獨立董事	曹安邦	男	已於2018年6月任期屆滿
獨立董事	趙興偉	男	

圓剛董事會成員之背景資料、學歷、兼任其它公司職務之情形及董事出席率之揭露，皆已公佈於公司年報，並可在公開資訊觀測站與公司投資人關係網站 (ir.vermedia.com) 中查詢。依本公司「董事會議事規範」董事會至少每季開會一次。至2018年05月份，本屆董事會共召開20次會議。

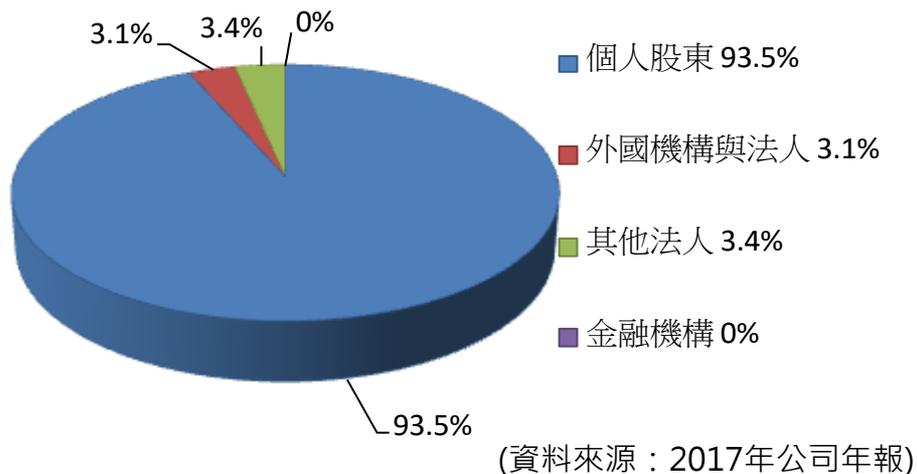
2.2.3 審計委員會

本屆審計委員會由全體獨立董事趙堃成先生、曹安邦先生、趙興偉先生組成，負責協助董事會審議公司財務報表、內部控制制度、稽核業務、會計政策與程序、重大之資產交易、會計師聘任及財務、會計及內部稽核主管之任免等相關事項，以確保公司經營符合政府相關法令與實務規範。依圓剛「審計委員會組織規程」審計委員會至少每季開會一次。至2018年05月份，本屆審計委員會共召開15次會議。

2.2.4 薪酬委員會

本公司於2011年12月06日成立第一屆「薪資報酬委員會」，2015年06月17日第三屆薪資報酬委員會聘任趙堃成先生、曹安邦先生、趙興偉先生等三位先生擔任之，其主要職責為擬訂下列各款事項之建議案：
(1).定期檢討薪資報酬委員會組織規程並提出修正建議。
(2).訂定並定期檢討本公司董事及經理人年度及長期之績效目標與薪資報酬之政策、制度、標準與結構，並定期評估績效目標達成情形，並訂定其個別薪資報酬之內容及數額。
依圓剛「薪資報酬委員會組織規程」薪酬委員會每年至少開會二次。至2018年05月份，本屆薪酬委員會共召開5次會議。

2.2.5 股東結構



2.2.6 股權結構

本公司主要股東包括國內外法人、外國機構及個人，前十大股東為：郭重松、高錦蘭、昱慈投資有限公司、李焱盛、顏如敏、張永哲、郭昱廷、郭娟娟、陳昭成、中國信託商銀受託財產專戶。

(上述股權結構為截至2018.04.16止之統計資料)

2.2.7 年度員工分紅及董事酬勞

2016年員工分紅NT\$ 0元，董事酬勞NT\$ 0元。

2017年員工分紅NT\$ 0元，董事酬勞NT\$ 0元。

2.2.8 股利政策

本公司董事會於105年6月14日通過公司章程修訂。依修訂章程第十八條規定：

- 本公司每年決算後如有盈餘，先依法完納所得稅捐，彌補以往年度虧損後，就其餘額提列法定盈餘公積金百分之十，但法定公積已達實收資本時，得免繼續提存，並依法提列或迴轉特別盈餘公積後，尚有餘額併同以往年度未分配盈餘，由董事會提請股東大會決議分派股東股息及紅利。並考量本公司長期財務規劃及滿足股東對現金流入之需求，每年發放之現金股利以不得低於當年度分派股東股息及紅利的百分之十。股東股息及紅利數額視公司營運狀況需要，由董事會依前項規定擬案提請股東大會決議分派之。

- 公司年度如有獲利（所謂獲利係指稅前利益扣除分派員工酬勞及董事酬勞前之利益，應提撥百分之三至百分之二十為員工酬勞及不高於百分之三為董事酬勞）。但公司尚有累積虧損（包括調整未分配盈餘金額）時，應預先保留彌補數額。前項員工酬勞得以股票或現金為之，其給付對象得包括符合董事會所訂條件之從屬公司員工。前項董事酬勞僅得以現金為之。前二項應由董事會決議行之，並報告股東會。

2.2.9 年度股利分配之情形

2016年股東現金紅利NT\$ 19,289仟元，每仟股配發100元。

2017年股東現金紅利NT\$ 19,289仟元，每仟股配發100元。

2.3 關鍵風險與機會

2.3.1 風險管理之組織架構

本公司各項作業風險之管理，依據業務性質分由相關管理單位負責，並由稽核室針對各作業之風險性，據以擬訂年度之稽核計畫，各項風險之管理單位權責如下：

單位	權責
執行長室	負責所有產品事業單位之經營績效，評估長期投資效益，以降低策略性風險。
財務處	負責財務調度及運用，並建立避險機制，以降低財務風險。
業務及行銷單位	負責行銷策略、產品推廣、掌握市場趨勢，以降低業務營運風險。
品質系統單位	負責外包生產品質、有效管理外包廠生產品質以降低危害品牌風險
研發單位	負責控管研發資源，提升研發成果、增進技術以降低產品開發風險。
資訊單位	負責網路規劃、建置及維護，持續測量網路品質，以降低網路營運風險。 負責網路資訊安全控管及防護措施，以降低資訊安全風險。
稽核室	負責內部控制制度之修訂及推動等工作，以強化內部控制功能，確保其持續有效性，達成財務報導之可靠性、營運之效果及效率與相關法令之遵循之目的。
法務單位	負責法律風險管理、遵循政府監理政策並處理契約及訴訟之爭議，以降低法律風險。

2.3.2 關鍵機會與風險

(1) 台灣電腦影音周邊產業的競爭優勢

- 台灣為國際電腦資訊與周邊產業的重要供應地，擁有優秀的電腦軟、硬體技術人才，尤其是國內上游IC廠商的積極投入、以及優異的製程技術與經驗等基礎，也奠定整個產業上、下游垂直整合的製造、供應的完整體系，更有助於國內多媒體電腦及周邊產業的發展。

(2) 圓剛為技術導向的科技公司

- 電腦影音應用包羅萬象，圓剛產品以技術取勝，依市場反應為設計的依歸，具相當的競爭力。
- 圓剛自行研發核心技術，致力於產品的創新及功能整合，軟/硬體兼具的完整套件研發，並積極從事專利的保護，以提供使用者最具經濟效益的人性化產品；同時以自有品牌(OBM)發展與有價值的ODM並重的策略下，協助ODM客戶在市場上率先推出最能符合使用者需求的產品，贏得市場先機。
- 視訊產品線齊全，符合市場發展潮流

圓剛具備完整多媒體視訊產品的設計能力，製造符合國際品質標準的產品，能迅速因應市場的需求，領先同業推出新產品，取得市場先機的優勢。近年來，圓剛多媒體電腦視訊產品已在國際市場上先後獲得國內外專業單位的相當高評價與獎項，並已建立相當高的知名度。

(3) 面對產業競爭的特性

因應策略：

- 圓剛財務結構健全，並發展多系列完整的產品線，具有厚植的研發及生產經驗，更是國際一流的ODM大廠最理想的合作廠商。
- 掌握產品核心技術及客戶需求，迅速推出高附加價值的產品，以區隔低價市場之競爭，並進行自有技術發展及製程改良，以降低成本。
- 強化AVerMedia自有品牌的優勢，來擴大全球市場的行銷活動，更不斷地運用各地市場回饋的機制，加強產品的使用功能及技術創新。
- 自有品牌與具有價值的ODM並重的經營策略，可以有效的降低管銷成本，分散經營風險；尤其積極拓展有價值的ODM業務，協助ODM客戶在市場上率先推出最能符合使用者需求的產品，贏得市場先機。

(4) 氣候變遷風險與因應

- 地球暖化及氣候變遷加劇是目前全球企業共同面臨的危機與挑戰，而溫室氣體減量、降低碳排放量、節能減碳更是所有企業應盡的責任。圓剛長期致力於環境保護，雖目前已無實體工廠，但仍要求外包代工廠商務必符合歐盟無鉛無毒製程外，更積極通過環安衛相關之國際標準如ISO14001、OHSAS18000及IECQ QC080000(危害物質過程管理)等管理系統認證，並針對特定產品進行碳足跡計算及依ISO14064-1(組織溫室氣體盤查)之規範自我審查的方式，善盡企業公民的責任。
- 本公司並於企業內部推動節能減碳措施，並落實減量包裝，鼓勵同仁與社會大眾共同響應環保。



參、環境永續發展

綠色承諾 | 溫室氣體盤查 | 節能措施及成果 | 廢棄物管理 | 水資源節約 | 供應鏈管理 |

3.1 綠色承諾

本公司深切了解到保護地球環境是人類共通的重要課題，但基於圓剛長期致力於環境保護，仍持續嚴格要求外包代工廠商務必遵守歐盟無鉛無毒製程，要求代工廠商以全面環境管理系統的建立來推動環保工作，落實歐盟RoHS指令的無鉛無毒製程，同時在產品開發階段即納入環保設計的考量，進而與國際標準接軌。

本公司長期致力於環境保護的管理，自2003年12月即通過ISO14001國際環保認證，利用整體的環境評估、廣泛的法規查核、全廠原物料及化學物質使用狀況的清查、能源資源使用狀況及環境設施的安全調查，全面而深入的探討現行的各項活動可能造成的環境衝擊，以作為管理階層制訂環境政策、設立環境管理方案的依據，使圓剛科技的環境保護系統能持續有效的運作，減少對環境的衝擊。圓剛科技自2006年起，即導入符合歐盟RoHS指令無鉛無毒要求以及符合歐盟WEEE(廢電機電子設備指令)與國際最新的用料與生產潮流保持同步，產品符合REACH要求，且不使用衝突金屬，產品皆依客戶規格提供，符合當地國產品標識相關法規要求，例如：CE、RoHS、WEEE、FCC、UL、BETS-7、C-TICK、BSMI、VCCI...等。雖目前已無實體工廠，因此，在產品生命週期中各項活動，皆應考慮品質保證與減少造成對環境的衝擊，而採取的必要行動。

目前擁有 ISO9001(品質管理)、ISO14000(環境管理)、OHSAS18000(安衛管理)、AEO(優質企業)、IECQQC080000(危害物質過程管理系統)等認證。從產品設計開發的階段即開始從環保的角度進行考量，並全面的從零件材質以及工廠製程用料的選擇上做好源頭管理。本公司為善盡企業公民之責任，持續推動企業及供應鏈之節能減碳，2017年所訂定之溫室氣體排放量、總用水量、總體耗電量，均須達成每年減少2%的目標。2017年期間本公司並未因違反環境法令而受罰。



▲各項管理系統認證通過之證書

3.1.1 圓剛管理目標

- (1) 產品品質管理：無重大客戶抱怨。
- (2) 環境與安全衛生管理：無違反法規及重大員工傷亡等環安衛事件。
- (3) 危害物質管理：無違反綠色產品法規與顧客規範之情事。
- (4) 貨物與供應鏈安全管理：無重大安全事件。
- (5) 節能省碳管理：符合政府溫室氣體減量法之要求。
- (6) 廢棄物管理：透過企業的管理活動，建置安全工作場所，推動能源減量使用、減少廢棄物及衛生安全的風險，努力維護良好的環境。

3.1.2 圓剛品質與環境管理方針

- (1) 建立並維持品質、環境、安全衛生、危害物質、貨物與供應鏈安全等管理系統與組織。
- (2) 遵守各項國內外法規與顧客的要求，對於用於產品的原材料、零組件及副資材，從設計、採購、進料、製程、品保、入庫的所有流程實施有效管理，使其不含有法令與顧客限用的危害物質。
- (3) 高階主管承諾致力於提升員工各項系統的管理意識，培育人才，並積極參與相關活動。
- (4) 暢通政策及訊息的傳達管道，加強與同仁及利害關係者之互動，並給予適切的回應。
- (5) 落實風險評估、定期實施內部稽核與召開管理審查，並適時投入必要的資源，以推動PDCA持續改善的循環。

3.2 溫室氣體盤查

溫室氣體排放為地球暖化的主因，為因應此議題並善盡企業公民之責任，圓剛科技自2010年起透過導入ISO14064-1進行全面盤查公司之溫室氣體排放量，此次針對六大類溫室氣體：二氧化碳(CO₂)、甲烷(CH₄)、氧化亞氮(N₂O)、氫氟碳化物(HFCs)、全氟碳化物(PFCs)及六氟化硫(SF₆)進行全面性盤查，並依排放源型式區分為：固定式燃燒排放、移動式燃燒排放、製程排放、逸散排放與能源輸入等類型。於2017年以二氧化碳為主要排放氣體，佔整體六種溫室氣體的排放量的99.90%，2017年溫室氣體總排放量為546.1公噸。較2016年558.5公噸降低 2.22%。溫室氣體排放將造成全球氣候產生劇烈變化，進而造成環境及生態衝擊，影響人類之生存，因此本公司為善盡企業公民之責任，將持續推動企業及供應鏈之溫室氣體減量政策，並以實際節能減碳、省水的節能措施，達成逐年減少溫室氣體排放量2%的目標。

(單位：噸CO₂e)

年度	二氧化碳 (CO ₂)	甲烷 (CH ₄)	氧化亞氮 (N ₂ O)	氫氟碳化物 (HFCs)	全氟碳化物 (PFCs)	六氟化硫 (SF ₆)	總計
2016	557.7	0.2	0.7	0	0	0	558.5
2017	545.6	0.1	0.4	0	0	0	546.1

年度	範疇一 (直接排放)	範疇二 (間接排放)
2016(排放)	21.0	538.5
2016(比重)	3.75%	96.25%
2017(排放)	13.2	532.9
2017(比重)	2.42%	97.35%

範疇一：直接溫室氣體排放，針對直接來自於組織所擁有或控制之排放源。2017年圓剛科技總直接溫室氣體之排放量為13.2噸，佔整體排放量的2.42%。

範疇二：能源間接排放源，係指來自於輸入電力、熱或蒸汽而造成間接之溫室氣體排放。2017年圓剛科技總能源間接之排放量為532.9噸，佔整體排放量的97.35%。

3.3 節能措施及成果

3.3.1 節能措施

地球上資源有限，圓剛科技從自身行為做起，計畫並落實節能措施，持續改善以達成節能減碳的目標。

飲水機節能

- 公司飲水機在假日進行節能，非上班日 24小時飲水機停止加熱與供應熱水，如需飲用水請至7F餐廳或1F茶水間取水。

公司招牌節能

- 公司招牌在夜間照明進行節能，夏季與非夏季開啟時間利用計時器設定。
- 夏季招牌照明開啟時間為19：00 - 20：30。
- 非夏季招牌照明開啟時間為18：00 - 20：00。



公司三溫暖電熱器節能

- 公司三溫暖原規劃是每天加熱1小時，利用計時器設定。
- 冬季同仁使用三溫暖頻率較少，電熱器採用手動加熱；每日巡視電熱器熱水溫度，當熱水溫度降至30度時，再用手動加熱至60度。

公司空調節能

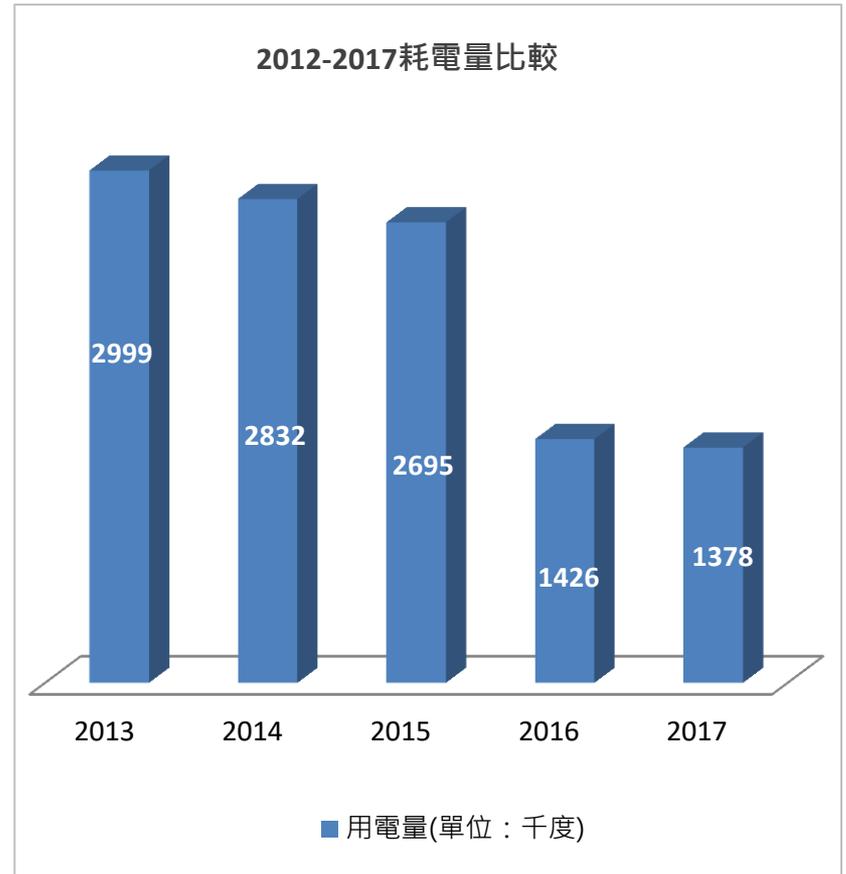
- 當室外溫度低於17度，室內溫度低於25度，空調主機開成送風，節省空調主機運轉電費。
- 辦公室外空氣調節箱開啟運轉，將室外低溫抽至室內。
- 辦公室各樓層打開局部窗戶，進行空氣對流。

公司電梯節能

- 鼓勵同仁多走樓梯，少乘電梯。

公司冷卻水塔節能

- 公司冷卻水塔風扇馬達原未裝設水溫溫控器，現在於冷卻水塔風扇馬達裝設水溫溫控器，設定低於25度時水塔風扇馬達停止運轉，高於25度時水塔風扇馬達才啟動運轉。節省冷卻水塔風扇馬達運轉電費。



▲ 圓剛科技2017年之總體耗電量為1,378千度，較2016年之總體耗電量48千度減少3.4%。

3.4 廢棄物管理

為使產生環境汙染之各類來源、製程能合乎環境保護法規規定與國外法規的要求加以管制、處理、使各類汙染能減至最低程度。建立完整的汙染管制系統、並符合客戶綠色產品要求與規定。

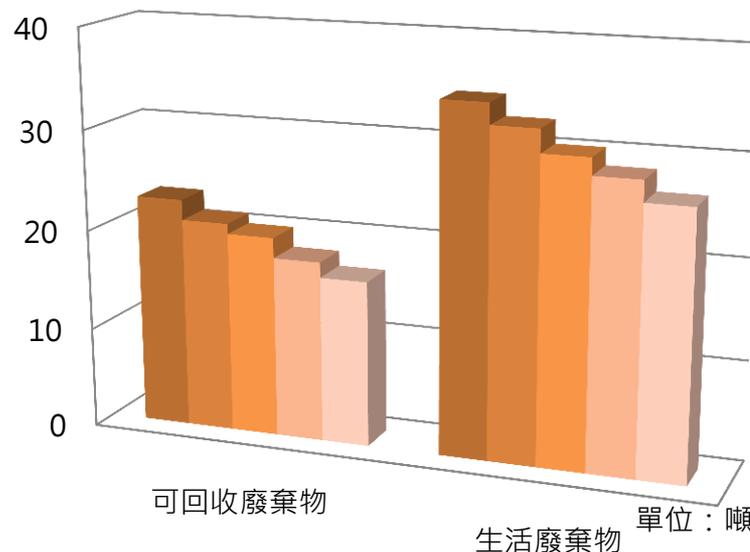
可回收廢棄物處理

針對一般事業廢棄物，我們對可回收再利用材料應注意分類回收，並減少使用無法再回收材料，以達到節能減碳目標，並定期清運與處理。

生活廢棄物處理

生活廢棄物中包含可回收再利用資源，圓剛平時落實垃圾分類工作，具有再利用價值的生活廢棄物，轉入可回收流程處理，並定期清運與處理。

圓剛2013-2017年，降低廢棄物生產量、提高廢棄物回收再利用，降低有害事業廢棄物處理量之成效，請參照右表。



	可回收廢棄物	生活廢棄物
■ 2013	23	34.6
■ 2014	21	32.5
■ 2015	20	30.2
■ 2016	18	28.5
■ 2017	16.5	26.4

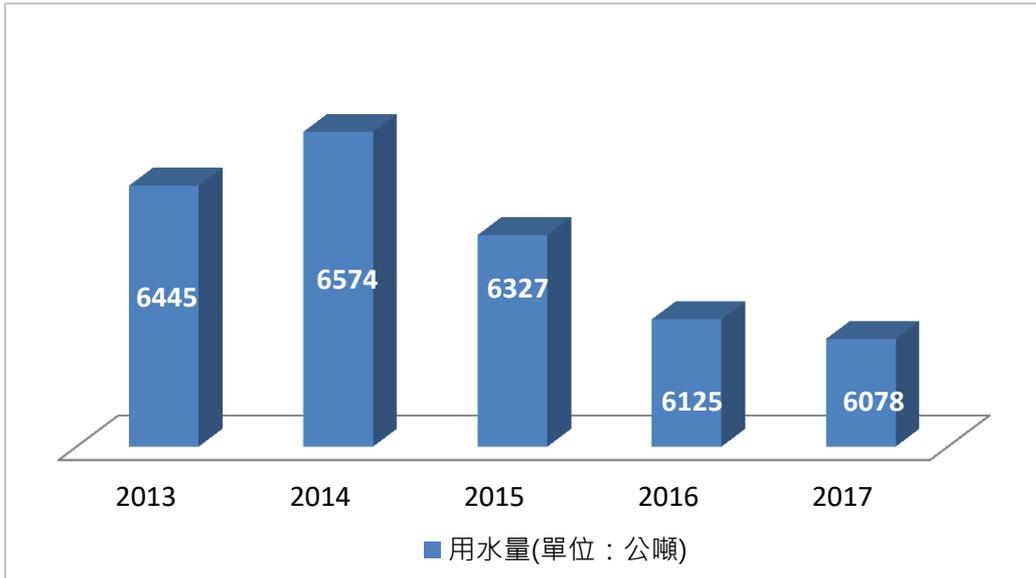
3.5 水資源節約

受全球氣候變遷影響，原有降雨型態產生變化，在這樣的情況下，水資源的日益缺乏是全球必須重視且面對的問題。本公司鼓勵同仁共同響應節約水資源，並以實際行動來節約用水，如：調整出水裝置出水量、全面加裝省水裝置於水龍頭及大小便斗、對同仁加強宣導省水節能觀念、廁所水龍頭改成氣霧式給水系統等措施。

2013至2017年期間節水成果如下表：

2013-2017年水資源耗用

單位：公噸



▲ 圓剛科技2017年之總用水量為6,078公噸，較 2016年之總用水量47公噸減少0.7%。



3.6 供應鏈管理

3.6.1 供應商管理

圓剛科技供應鏈模型如右圖所示，從原物料取得、生產製造以及配送產品至終端顧客，將所有資源加以整合，以更有效率的實體物流作業來完成，並即時提供最新的資訊以供決策之用，提高整體價值。

3.6.2 供應商溝通

設立圓剛與供應商互動及協商平台E-Procurement，維繫與供應商良好之互動模式。即時更新本公司與供應商相關公告及需知事項。並設有協商作業，供應商可即時與本公司相關負責人互動、協商。

3.6.3 供應商評估

針對各原物料供應商採用「評選作業程序」稽核其產品品質、設計、服務是否符合需求，預做遴選；之後，必須通過跨部門針對品質、設計、服務以及危害物質管制等各面向進行稽核評鑑。方能列入「合格供應商名冊」中。合格之廠商採用「供應商考核」作業日常監督與管理。



3.6.4 綠色供應鏈

圓剛科技將環保議題納入供應鏈政策，定期評鑑考核供應商之製程能力、供貨品質水準之外，更評估其使用原物料之環境物質能符合公司及客戶對環境品質及綠色產品之要求。

定期對合格供應商進行無有害物質 (HSF, Hazardous Substance Free) 考核，另外不定期對合格供應商進行查核輔導，必要時協助供應商進行製程及品質(HSF)改善。除了構築系統做好內部管理之外，並積極爭取供應商的全力合作，實現綠色供應鏈，提供綠色產品(Green Product)。圓剛科技的綠色供應鏈與內部管理系統除通過SONY的稽核取的該客戶Green Partner之榮譽外，也通過IECQ QC080000危害物質流程管理系統的國際認證。



▲綠色供應鏈管理系統建置模式

3.6.5 反貪瀆

1. 在與供應商簽訂之買賣條約中明訂賄賂禁止條款，本公司員工不得給予或接受有不當意圖影響正常業務或決策的任何餽贈。於買賣合約書中明訂：供應商不得與圓剛科技所雇用員工任何勾結、佣金、回扣、利益輸送或任何形式之餽贈(含餐敘)等利益或不當之行為(如風化等)以利攀結等情事。
2. 本公司於員工行為準則中明訂「賄賂禁止」及「餽贈與招待之規範」。每位員工均需通過「員工行為準則」課程外，並需簽署遵守員工行為準則同意書。實施至今，本公司員工尚無違反不誠信行為情事。

肆、企業社會責任

員工關係 | 客戶滿意 | 社區回饋

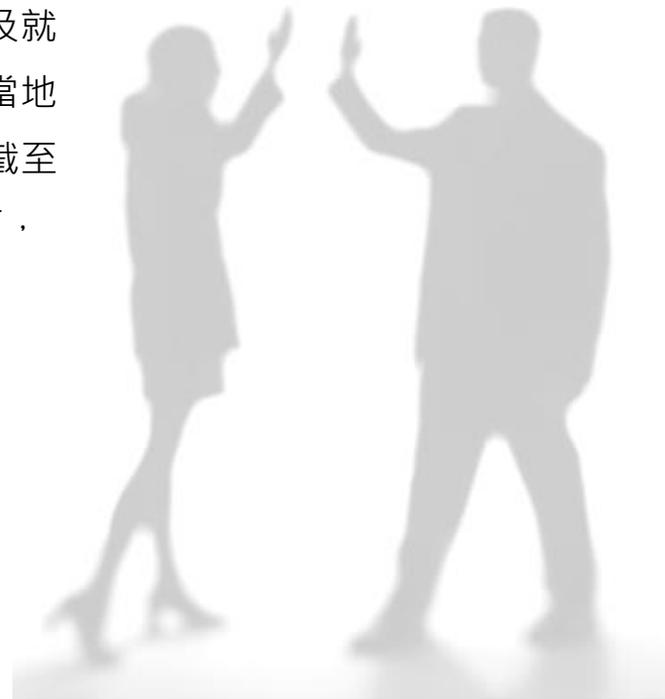


4.1 員工關係

4.1.1 員工概況

圓剛「以人為本」的企業文化中，員工是公司最重要的資產也是企業成長最主要的動能之一，圓剛科技於2008年首度導入職能概念，以企業文化及經營理念為中心，配合與高階主管訪談，訂定並發展屬於圓剛的核心職能、管理職能及功能職能。更於2010起因人力資源系統(Human Resource Information System)的導入，定義各職級之能力，應用於訓練發展、績效考核及晉升甄選等作業。提供極具競爭力之薪資福利及教育訓練機會，讓員工能與公司一起成長，主要以聘雇當地員工為主。

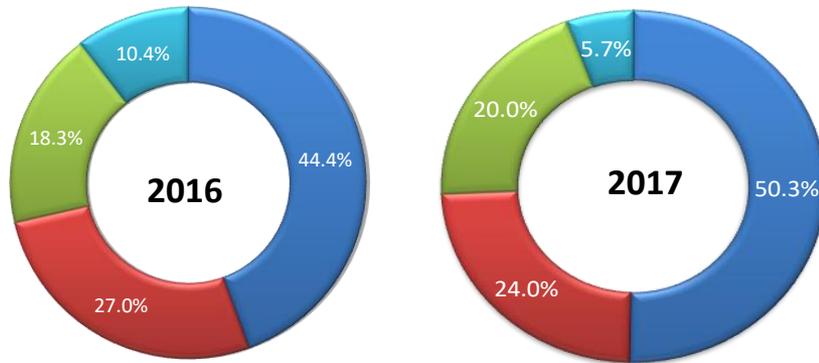
本公司無雇用童工或強迫勞動之相關情事，依性別工作平等法及就業服務法之規定，對於當地員工及原住民無就業歧視亦無侵犯當地員工之人權之情事發生。2017年間，於政府無任何職災申報。截至2017年底，圓剛科技全球員工人數為222人，員工組成型態如下，



基本概況		
	2016年	2017年
台灣全職員工	202人	175人
台灣部分工時員工	1人	1人
海外全職員工	45人	47人
海外部分工時員工	1人	1人
總計	247人	222人

各功能之成員組成

■ 研發單位 ■ 業務行銷單位 ■ 行政單位 ■ PM/PL

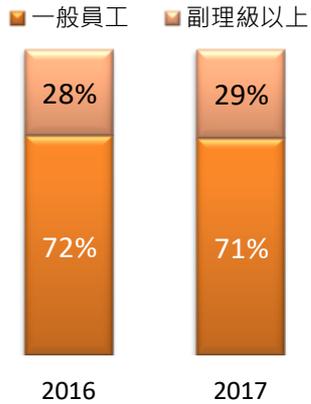


員工學歷分布

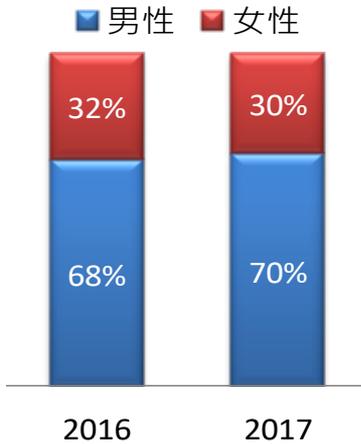
	2016	2017
博士	0.99%	0.57%
碩士	39.11%	40.57%
學士/專科	70.33%	56.00%
高中	2.48%	2.29%
高中以下	0.50%	0.57%

本公司2016年與2017年研發人員佔全體員工之四成以上，自2016年起已無製造營運人員。2017年間對於當地員工及原住民無就業歧視並無侵犯當地員工之人權之情事發生，亦無任何職災申報。截至2017年底，圓剛科技總部員工人數為175人(若含海外員工則為 222人)，員工組成型態本頁之各表。

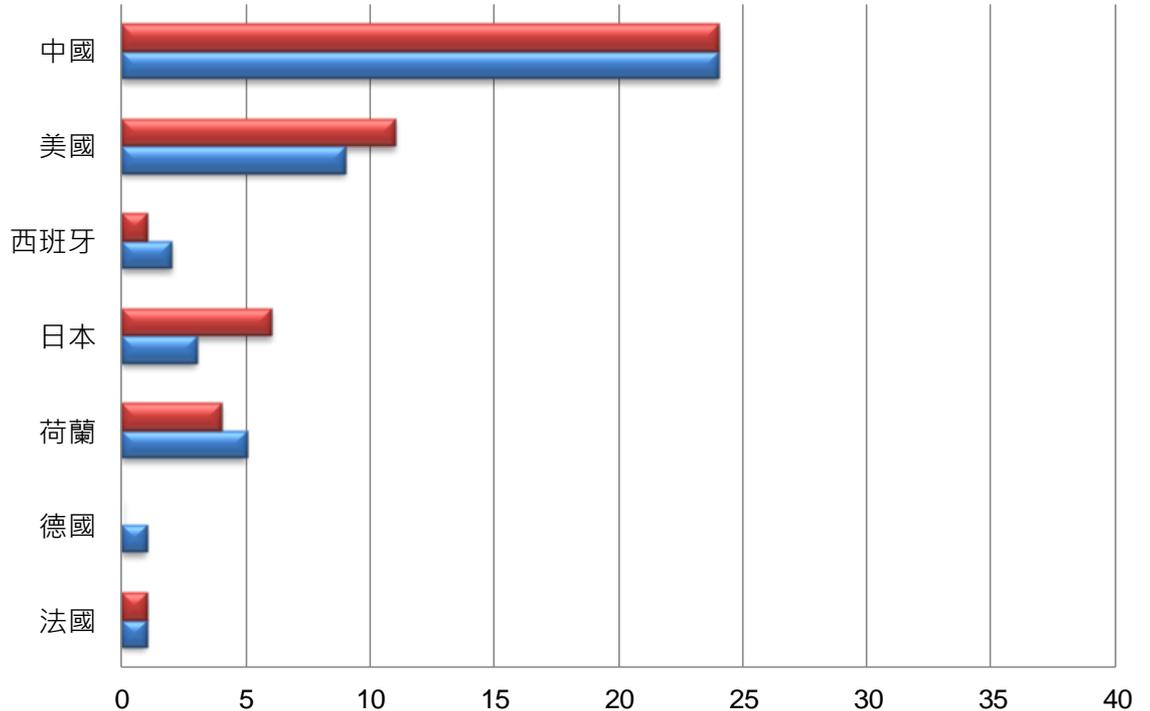
台灣副理級以上主管比例



台灣員工性別比例



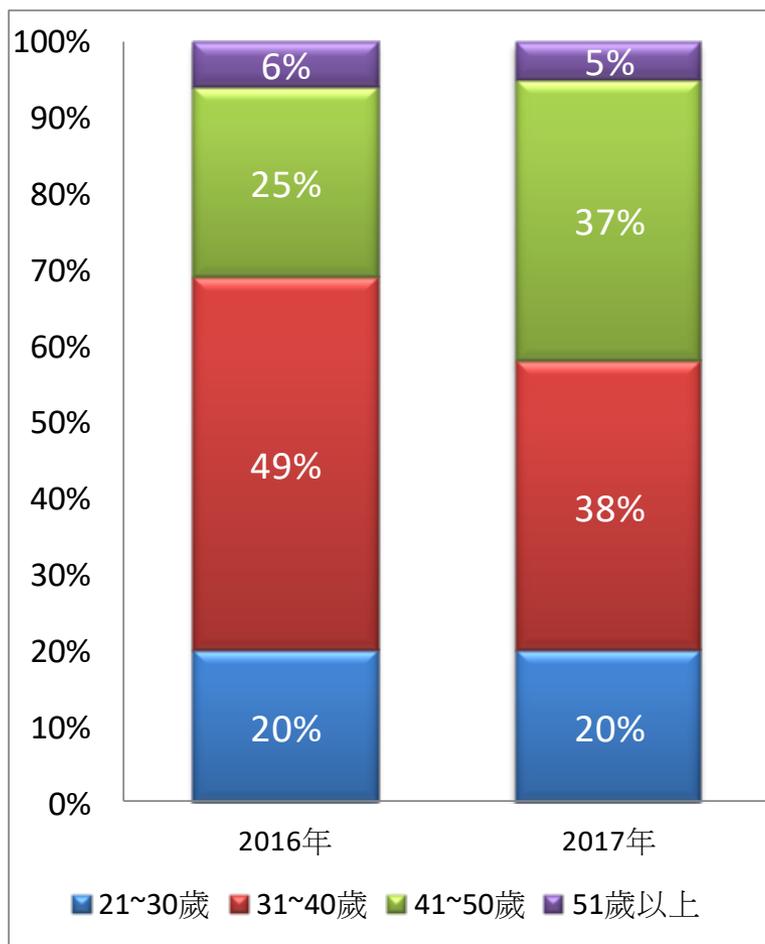
海外同仁人數分布



	法國	德國	荷蘭	日本	西班牙	美國	中國
■ 2016	1	0	4	6	1	11	24
■ 2017	1	1	5	3	2	9	24

單位：人

員工年齡分布比例



離職員工分析

依年齡區分

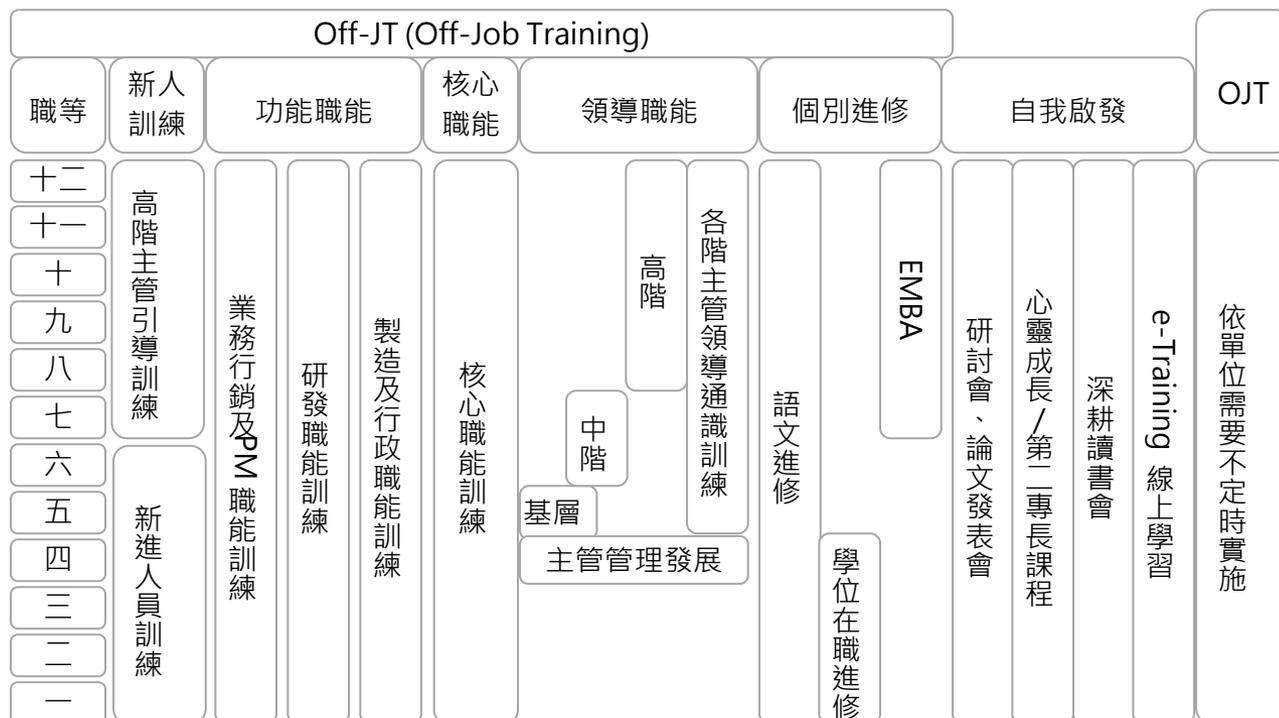
	2016		2017	
	人數	比例	人數	比例
30歲以下	42	38.5%	12	17.4%
31-50歲	61	56.0%	53	76.8%
51歲以上	6	5.5%	4	5.8%
	109	100.0%	69	100.0%

依性別區分

	2016		2017	
	人數	比例	人數	比例
男	55	51.5%	35	50.7%
女	54	49.5%	34	49.3%
	109	100.0%	69	100.0%

4.1.2 員工訓練

員工是圓剛科技最重要的資產，完善的教育訓練制度是維持公司持續成長的動力。公司應用教學平台與軟體，提供員工各類型、不同型式的進修課程。員工的教育訓練類別可分為OJT (On Job Training)及Off-JT (Off Job Training)，並依職務及職類分為功能職能、核心職能、管理職能等三類訓練，結合新人訓練、個別進修及自我啟發等方式，改善行為模式、提升技術水準，提升員工整體素質。圓剛科技強調建立有策略規劃的教育訓練制度。



2016、2017年員工訓練概況

	2016			2017		
	人數	總訓練時數	平均每人訓練時數	人數	總訓練時數	平均每人訓練時數
管理階層	41	1,039	25.3	32	1,009	25.2
一般員工	161	2,023	12.6	143	1,848	11.7
合計	202	3,062	15.2	175	2,857	14.4

4.1.3 職涯發展

為提升整體組織營運績效，圓剛科技自2006年起導入平衡計分卡 (Balance Score Card, BSC)，每月主管會議檢核各部門財務、客戶、內部流程與學習成長等四個構面關鍵績效指標達成狀況。公司深刻了解學習成長構面在員工職涯發展中扮演相當重要的角色，透過組織及人員持續學習成長，改善內部流程，使員工能夠自我實現並同時達成公司之願景與策略。

全體員工透過每半年一次的績效考核，協助個人職涯的發展；對於績效不佳之員工，主管與部屬共同訂定績效改善計畫 (Performance Improvement Program, PIP) 定期追蹤改善狀況。此外，公司針對績效表現優異與潛力佳的員工另行設計培訓計畫(AEP)，並於內部推廣內部講師制度，希望創造學習風氣，鼓勵同仁及主管將知識、技能、經驗傳承下來。



4.1.4 員工關係經營

員工對企業文化與企業價值的認同，來自內部文化的改造及員工的向心力，因此圓剛科技透過各種機制努力經營員工關係，確保公司長期競爭力。

(1)公司內部的溝通管道包括：

- a) **主管提問週**：每月擇一週之主管會議進行主管提問，由管理階層同仁針對公司提出管理、經營、策略等面向提出疑問，由董事長、總經理等高階主管現場親自回答問題。
- b) **員工申訴與關懷專線**：每位同仁皆可以利用分機直撥6999董事長專線或6885員工關懷專線，直接且即時反映對公司之建議。
- c) **設置無所不談信箱**：於公司內設置無所不談信箱，為讓員工勇於發表自己的意見，採匿名方式投遞，由人資單位統整後，轉發相關單位就員工問題進行回覆，並將回覆結果上傳至HR系統，供所有同仁上網查詢。
- d) **職工福利委員會**：統籌辦理職工福利及相關法令所規範之相關事宜。對於員工各項權益的維護及福利制度的執行，皆以法律規範為依據。
- e) **勞資會議**：每季召開勞資會議，作為勞方與公司間溝通的橋樑，自2001年以來，未發生過勞資糾紛問題，勞資雙方和諧理性的溝通。



(2) 員工福利：

<p>基本福利</p>	<p>三溫暖、健身房、團體保險、年度健康檢查、晚餐團膳、空中花園、消氣室與投籃機、廠醫駐診、身心障礙人士按摩服務、員工意見箱</p>
<p>補助</p>	<p>結婚補助、生育補助、住院補助、喪葬補助、社團補助</p>
<p>福利活動</p>	<p>三節獎金、國內外員工旅遊、年終尾牙、生日禮金、員工運動會暨園遊會</p>
<p>其他</p>	<p>公司社團補助、在職進修補助、員工身心健康講座、健康促進活動</p>



(3) 員工健康檢查：

本公司依據職業安全衛生法、勞工健康保護規則、危險工作場所審查暨檢查辦法及勞動基準法及其實施細項等有關規定確實辦理。此外針對新進員工提供職前健康體檢並提供廠醫做健康諮詢。針對在職員工實施每年健康檢查，並搭配國家健康政策推廣四癌篩檢，針對特殊作業提供適當安全職業環境及安全防護用具，並實施特定項目之健康檢查，執行員工的健康管理，並定期舉辦安全教育課程的講座，例如緊急應變教育訓練、有機溶劑使用及管理及定期消防安全訓練等。圓剛科技2017年共196人次接受年度健康檢查。

(4) 績優健康職場：

自2014年獲績優健康職場活力躍動獎之肯定後，每年均依該獎項之評審方式自我檢視，持續推動職場健康促進，不僅可使員工免於職業傷病、確保工作安全與健康，更可凝聚員工向心力，增加企業競爭力與生產力，創造勞資雙贏局面。圓剛將持續致力職場健康促進工作。並透過公司內部郵件與電子看板播放促進身心靈健康促進資訊，藉以提升員工健康知識及改善員工健康的型態。放送內容包括，健康保健、疾病防治、減重觀念、運動資訊等，平均每周更新，資訊取得自國民健康署網站。



(5) 員工感動專案：

以人為本的企業文化，人才一向是圓剛所珍視的資產。營造舒適的工作環境，讓公司同仁的投入工作。每年，由福利委員會主導，進行一系列員工感動專案，以傳統節日為主題，以創新的手法、低成本的創意、高員工滿意度的作法，營造同仁們在公司一同過節的氛圍，凝聚彼此對AVerMedia的向心力、達到感動員工的員工感動專案。

① 一元復始開工趣

每年農曆新年的前一週，都會在圓剛的大廳掛上兩個紅通通的大燈籠，並且於入口處和電梯口貼上刻有不同吉祥話的紅紙裝飾，讓整間公司瞬間多了喜氣洋洋的年節氣氛。

每年的開工活動由辛苦的總務單位準備開工典禮掀開序幕，依序由各主管帶領部門同仁，至一樓大廳，參與每年一次的開工儀式，自今年起，改為不再點香，直接以雙手合十的方式，由董事長帶領所有同仁，虔誠的祈求，所有同仁，身體健康、家庭和樂，並祝公司業績成長、損益兩平。結束後，由董事長親自發送開工紅包，內含一枚巧克力金幣，象徵著今年大家一元復始、萬象更新。



② 參與1919急難家庭救助挑戰營活動

每年1919救助挑戰營，這是一個「沒有冠軍」、「沒有競爭」，只有「相互扶持」、「堅持到底」的非競賽戶外活動。救助挑戰營是一個沒有競爭只有相互扶持的非競賽戶外活動。每年圓剛指派優秀同仁參與1919急難家庭救助挑戰營活動，透過結合救助行動意涵之挑戰活動—單車、健行、定向等體驗活動體驗，學習超越自我，經歷團隊合作精神！！



③ 百盒傳愛-弱勢家庭兒童之聖誕禮物募集

耶誕節是個溫馨及感恩的時刻，除了在公司營造耶誕的歡樂氣息外，我們也不忘要適時的回饋社會。每年由公共關係室向公司同仁募集各種生活實用品、文具、玩具等，並將募來的愛心放入圓剛產品包裝盒(以反面放置)，並包裝成禮物盒，再親自轉送至中華基督教救助協會所安排的弱勢家庭兒童陪讀班地址。在2017這個寒冷的季節裡，我們共募集250份禮物，讓這250位弱勢家庭的孩子們一個溫暖、有感的耶誕節。



④ 圓剛聖誕歌舞趣活動

福委會在耶誕節的前夕為大家推出禮物交換及有別以往的圓剛聖誕歌舞趣活動，讓大家在這個嚴寒的冬天，透過部門組隊練習，以自編的歌舞表演進行競賽，當天交換禮物是以每位圓剛小天使來圓您剛才許下的小夢外，當天有精彩的歌舞、有趣的表演及精緻的茶點，所有同仁聚集七樓餐廳，一起來享受這無憂無慮快樂時光~



員工感動專案成果

- 本專案沒有KPI，尤其部分活動內容是針對某些屬性的員工而特別設計。與參加同仁溝通後，我們發現同仁對圓剛有更強向心力，覺得公司是很酷、很有人性、很照顧員工，是一家很溫暖的公司。
- 本專案於執行期間廣受同仁與高層主管認可，本專案已列入年度活動，未來我們也將持續的辦理，將有限資源的效用發揮到最大，成為圓剛獨有特色，留住好人才，進而與公司齊力同心、邁向卓越。

4.1.6 尊重人權

本公司承諾遵守社會責任相關國際規範與倡議以及勞動相關法規與性別工作平等法等國家法令，秉持「尊重人權」與「用人適才」的原則，不因性別、年齡、種族、國籍、宗教、婚姻狀況或政治立場不同而對同仁有差別待遇，並致力於建構健康及安全的營運環境，每年均定期進行OHSAS 18001內部稽核與第三方驗證，以確保工作環境的安全與衛生條件符合國際標準。相關勞務變更之最短告知期，均依循當地法令之要求執行之。新進員工均需接受一小時之CSR訓練課程，以為確保勞動人權的落實，亦配合客戶需求不定期檢視童工與未成年工、強迫勞動、性騷擾、勞資溝通、表達自由等各項議題的落實情形。2017年無接獲任何上述侵犯人權或歧視等議題之申訴案件。

(1) 禁用童工與強迫勞動

本公司恪守中華民國「勞動基準法」規定，不僱用未滿15歲的童工，並依照主管機關規定，對於僱用15歲以上未滿18歲之未成年人，需提供職業訓練以協助其獲得工作技能，但不使其從事繁重及具危險性之工作，同時也加強未成年工的紀律管理，以確保其身心發展及勞動權益。本公司各營運據點皆遵循當地法規，所有員工的工作應出於自願，員工依據法規適當通知，即可擁有自由離職的權利。

(2) 女性平權

依中華民國「勞動基準法」與「性別工作平等法」等規定，落實禁止懷孕歧視、促進性別工作平等，圓剛總部女性同仁可依生理需求申請生理假、產檢假、產假、流產假與哺(集)乳時間，也給予需要照顧嬰幼兒的所有同仁育嬰留職停薪假，員工於育嬰假期滿一個月前提出復職意願，並由人資單位協助復職準備。2017年提出育嬰假同仁共4位，1人結束育嬰假後復職，但有3人結束育嬰假後均未復職。

另本公司為防治工作場所性騷擾行為，維護兩性工作平等與人格尊嚴，也在工作規定中規定並設有員工性騷擾申訴管道。

2017年無接獲任何性騷擾投訴案件。



4.1.6 勞工安全

本公司運用OHSAS 18001職業安全衛生管理系統架構，致力於符合國際先進之安全衛生標準，確保公司提供員工一個安全健康的工作環境與設施，促進勞資雙贏的永續經營。

(1) 安全衛生委員會

本公司設有安全衛生委員會應協調各單位依公司安全衛生與環境政策進行安全衛生與環境目標、標的之制定及登錄，以作為安全衛生與環境管理系統規劃之依據。安全衛生委員會由總經理指派公司管理代表擔任主任委員及各部門指派人員擔任部門推動代表。再由管理代表指派專人擔任總幹事(每任一年)。

(2) 災害緊急處理：

為有效的對各項災害及事故能迅速且恰當的處理，本公司已制定緊急事件應變相關辦法，界定各項災害定義及處理程序，使傷害降至最低，並調查檢討發生原因及預防方法，避免類似情況再次發生。本公司於2017年間，無任何職災情形發生。

(3) 健康職場：

- 全體員工團體保險包含壽險、意外險、意外醫療險、住院醫療險、癌症醫療險等，費用全由公司支付。
- 全體員工每年身體健康檢查，費用由公司負擔。另外更提供職業醫學專科醫師定期駐診服務，提供同仁在健康方面即時且專業的諮詢。
- 每季固定舉辦員工健康講座，內容包含親子關係、心靈成長、身體健康等相關課程。



▲ 地震緊急疏散演練



▲ 滅火器使用訓練課程

4.2 客戶滿意

圓剛科技專精於高畫質錄影及網路即時影音串流等產品的設計及行銷。一貫的設計理念是利用本身技術的優勢，融合科技、環保、人體工學以及使用者經驗，研發設計出高品質且大眾化的商品。

圓剛科技透過下列溝通管道如，**客服專線、客服網路信箱、客戶檢測服務、線上技術支援服務、線上產品教育訓練影片、線上產品知識庫(FAQ)、軟體下載中心、產品保固及維修狀態查詢等服務**，以客戶為中心，在客戶預期成本下，提供滿足客戶需求的產品與服務，以滿足各項客戶服務的需求。

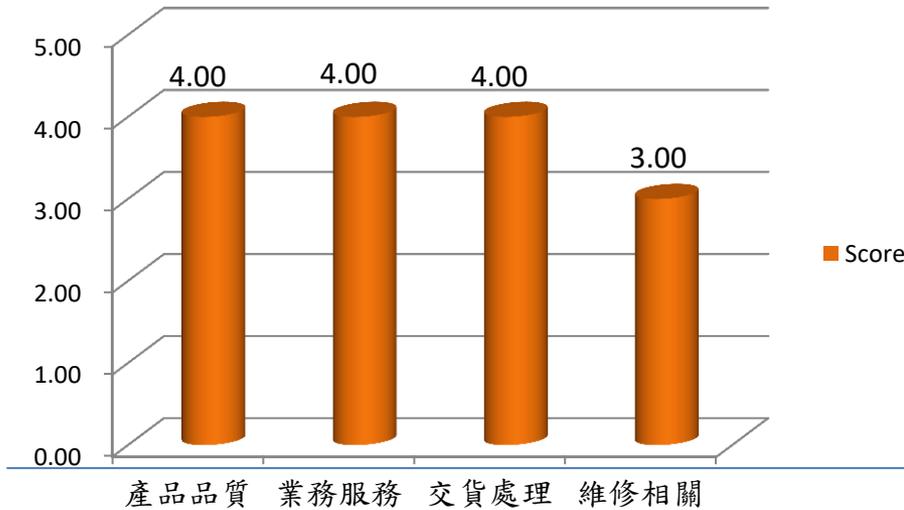
4.2.1 客戶滿意度

- 使用者經驗及潛在需求研究：圓剛科技於2008年成立使用者經驗設計中心，透過消費者級客戶通路訪談，來收集資訊。了解顧客未來的需求及掌握市場消費習慣的演變，提升整體使用經驗。
- 客戶回饋的收集：圓剛科技建構完善的客戶回饋資訊平台，由客服單位蒐集客戶回饋有關產品問題或建議事項，進行分析彙整後，將資訊傳遞給產品研發相關單位，做為未來產品開發的參考依據。
- 圓剛科技考量現有通路客戶多為長期合作夥伴，為避免調查過於頻繁造成客戶反感與不便，選定年交易次數超過3次以上的國內外主要客戶分別施行一年一次的顧客滿意度調查。調查結束診斷出的不滿意原因皆後續交由相關單位擬定改善計劃與進行實施，期許不斷提高國內外主要客戶滿意度，繼續共同創造公司、合作廠商與客戶三贏局面。

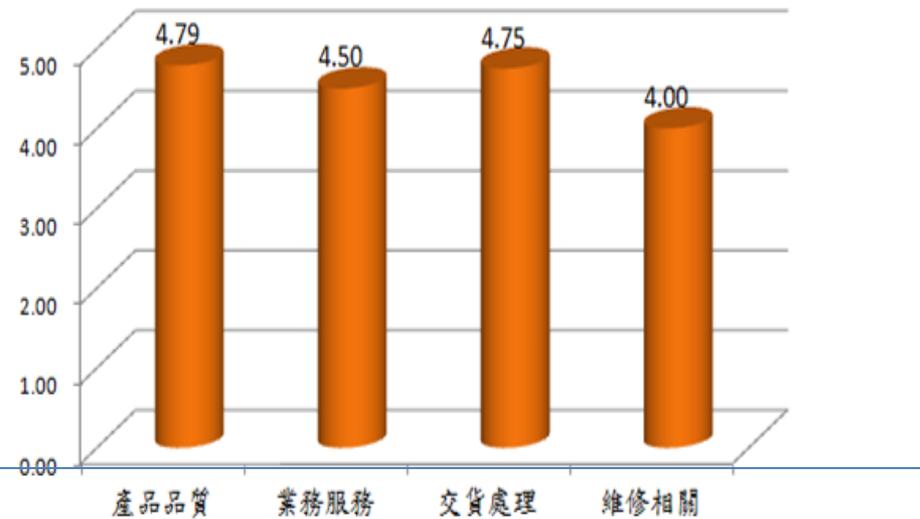


經銷商顧客滿意度

2017經銷商服務滿意度調查



2016 經銷商服務滿意度調查



評估方式：

為求真正聽到經銷商的聲音，圓剛科技持續調整調查的方式與內容，本公司客戶滿意度調查分為經銷商服務滿意度及終端使用者顧客滿意度兩種，其中經銷商服務滿意度的調查方式如下：

自2014年起，我們針對國內外主要合作經銷商(含代理商、經銷商、系統整合商及加值型經銷商)分別針對產品品質、業務服務、交貨處理及維修相關進行滿意度調查，以1分為非常不滿意、2分為不滿意、3分為普通、4分為滿意、5分為非常滿意請合作客戶給予評分。

經銷商服務滿意度調查中的數據顯示2017年客戶反饋的服務滿意度有下滑的趨勢，經深入探究主因後，發現2017年部分區域業務人員異動較為頻繁，以致針對客戶的回饋回覆時效有所延遲，此問題已於增補人力後，應會會逐漸獲得改善。

終端使用者顧客滿意度

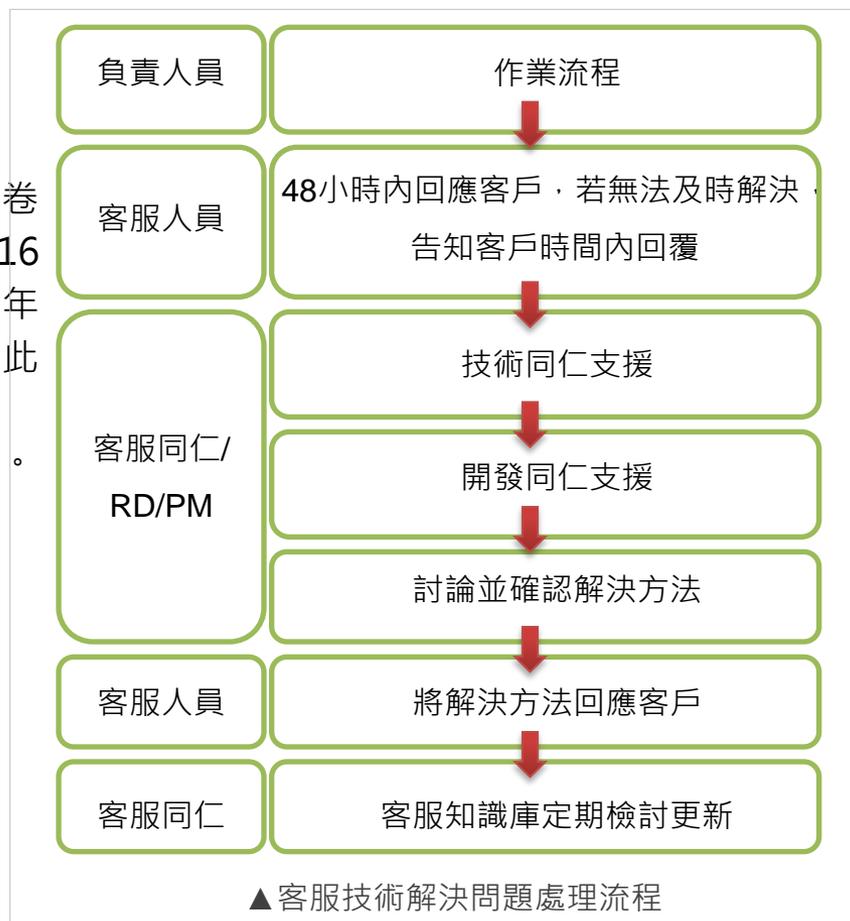
圓剛科技持續對使用者進行滿意度調查，進行方式如下述：

- 全球一般消費者以信件服務系統加入服務滿意度評分問卷。針對2017年客戶反饋的服務滿意度調查結果，較2016年平均低於了0.05分。經深入探究主因後，發現2017年技術支援信件明顯增加趨勢；以致回覆時效有所延遲，此問題已於增補人力後，將會逐漸獲得改善。
- 對台灣區消費者親自檢測者亦加入服務滿意度評分問卷。



4.2.2 客戶資料隱私權

圓剛科技向來尊重客戶之權益及維護客戶隱私權及智慧財產權，如與客戶簽署保密協約以保護客戶機密資訊；針對執行業務及相關單位同仁進行個資法及智慧財產等相關法律之教育訓練，以確保維護客戶隱私權及智慧財產權。本公司於2017年期間，並無侵犯客戶隱私權或因遺失客戶資料而傷害客戶權益之情事。



4.3 社區回饋

圓剛科技於核心經營理念 - 「腳踏實地、創造價值、貢獻自己、服務人群」中便清楚揭示了服務人群、回饋社會是公司營運理念中的一環。並明訂企業目的為「為增進人類的溝通性與娛樂性，並做一個對社會有貢獻的企業」。

圓剛科技透過實際行動來實踐這樣的理念。長期以來，我們本著在地關懷的精神專注在回饋社區這個領域上。

除了捐款贊助之外，董事長更期望並鼓勵員工每人每年至少花半天實際參與志工活動回饋社會，透過弱勢家庭救助計畫、清潔社區等活動，讓員工能用自己的時間服務社會，用自己的雙手幫助需要的人。圓剛科技於2007年獲得遠見雜誌頒發企業社會責任獎殊榮；自2007年起至2013年連續9年獲得天下雜誌評選為台灣Top50企業公民。

4.3.1 鞋盒傳愛-弱勢家庭兒童之聖誕禮物募集

圓剛每年舉行一次鞋盒傳愛活動，甚麼是鞋盒傳愛？每年在歲末之際，我們都會向各位同仁募集各種尚未開封過但好用的生活實用品、文具、玩具等，接著我們將把各位的愛心放入圓剛產品包裝的彩盒(反面放置加上包裝紙)，並轉送至弱勢家庭兒童的手上，當然我們也歡迎以募款的方式，請大家以認捐禮物份數或捐款金額，最後再將大家認捐的金額代大家選購全新的生活實用品、文具、玩具，進行適當的分配。2017年共募得 250份耶誕禮物，準時寄送至15個1919陪讀班，讓小朋友們在耶誕節前夕，拿到一份令他們開心的耶誕禮物。



4.3.2 參與公益活動

① 為急難家庭募集食物包

中華基督教救助協會公關資源處張綺凌組長說：「圓剛一直是救助協會的好伙伴。九年來，除了認領陪讀班，長期擔任陪讀志工；參加救助挑戰營，為急難家庭募款；除了公司員工認捐食物包，更擔任包米志工。實在是企業落實社會責任的最佳表率。」救助協會是圓剛在志工活動上非常重要的夥伴，彼此充分合作，當然也提供許多志工活動的機會讓圓剛同仁有機會參與。」。



② 舉行休閒運動服義賣、為急難家庭募集食物包

於三月份在公司內舉行的運動休閒服義賣會，不分尺寸、不分款式、不分包裝，全都是為公益而來的。同樣還是因為有人送了好多款式的休閒服給食物銀行專案，所以我們今年再幫忙讓這些休閒服都變成現金吧!!! 最後，義賣所得共近 29,500元的現金也為許多弱勢家庭爭取到更多的食物包!。

METRO OASIS 城市綠洲
http://www.metroasis.com.tw
圓剛員工專屬特賣會
城市綠洲·為了公益、拚了!

即日起，抗靜電上衣不限款式
一件只要**200元**、
三件只收**500元**。
數量有限、要買要快!

請洽
1F 公關室
參觀、試穿

* 本活動義賣所得將全額資助中華基督教救助協會弱勢家庭兒童陪讀計畫

③ 「2017 LET'S RUN | 空英1919陪讀路跑」

響應中華基督教救助協會「弱勢家庭兒童課後陪讀計畫」，為經濟弱勢家庭的孩子設立課後陪讀班，「空中英語教室」，特別舉辦具有英語特色的公益路跑活動「2017 LET'S RUN | 空英1919陪讀路跑」。圓剛支持弱勢家庭兒童課後陪讀計畫已有九年，故與主辦單位合作一起來關心弱勢家庭孩子的教育，共出動30位企業志工，協助寄物區之服務，貢獻一己之力，讓活動更圓滿。



④ 當好人、吃好桃、做好事! 阿朗水蜜桃/黃金桃團購

每年七月份，響應新事社會服務中心協助新竹尖石鄉水蜜桃小農直接銷售網絡的專案，都會在公司內部發起水蜜桃/黃金桃團購，支持尖石山上教導與協助原住民小農，同時這些原住民果農每年亦從每盒水蜜桃的金額，提撥一定比例的金額捐助“點亮新竹後山星子計畫”的活動經費。共25戶果農參與本計畫，並將銷售金額部分贊助50位國高中生的課後輔導經費。



2017阿朗水蜜桃季—隆重登場

阿朗水蜜桃產地直購開跑囉！
水蜜桃生性嬌嫩，溫種含羞，豐收季節總要仰賴上天的眷顧，近年氣候異常，果農難付出心力照顧期待豐收，但今年果粒數竟較去年銳減一半，唯願藉著熱銷水蜜桃能撫慰果農的心，也能滋養愛桃人，您的共襄盛舉，將直接支持25~30戶果農全年的生計及部份贊助50位國高中生的課後輔導。



尖石鄉後山果農/新事社會服務中心

4.3.3 清潔地球、社區服務日活動

為鼓勵員工從事志工服務，將我們自2002年起，在公司內推動每人每年三小時的志工服務，為提供同仁有志工服務的機會，2017年11/4邀請所有同仁們一起花半天時間來回饋我們的社區，清掃公司周圍的環境。

今年的活動期間，雖然飄著細細的雨絲，但公司同仁熱情不減的到場共襄盛舉，回饋社會。同仁們熱情的支持，我們看到一群面帶微笑、快樂做志工，彎下腰、認真撿垃圾的圓剛人；更看到同仁們帶著全家一起開心參與清潔地球，更不乏許多小朋友，當天約110人到場參與。尤其還有幾位同仁，還特別從家裡帶了廢電池及光潔片來交換小禮物，更是為小朋友做了很棒的機會教育。

2017 Clean Earth and Community Service Day



4.3.5 企業志工制度

為鼓勵員工從事志工服務，將自身最珍貴的時間貢獻給社會，我們建立了一套企業志工制度，讓同仁在工作之餘也能夠有做志工的機會。

- a. **志工服務時數**：公司鼓勵每位同仁每人每年都能完成三小時的志工時數來回饋社會，因此每年舉辦 - 清潔地球、回饋社區日活動，鼓勵同仁都能做到基本的將志工服務，更歡迎同仁參與外部志工活動。
- b. **志工社**：圓剛志工社於2010年3月成立。透過志工社成立，將對社會服務有興趣的同仁集結在一起，對公司提升認同度及向心力，同時讓志工活動更多元精彩。
- c. **志工隊**：圓剛科技股份有限公司志願服務隊於2011年9月成立，並與新北市志願服務暨婦女資源中心密切合作，獲得更多與志願服務相關的資訊，並將有限資源的利用最大化。



全球永續性報告指標 GRI G4 對照表 - 一般標準揭露表

一般標準揭露		報告章節索引	頁碼	註解
策略與分析	G4-1 企業永續發展願景與策略聲明	董事長的話	2-3	
	G4-2 主要衝擊、風險及機會之陳述	2.3 關鍵風險與機會	23-25	
組織概況	G4-3 組織名稱	2.1.1 公司簡介	15	
	G4-4 主要品牌、產品和/或服務	2.1.1 公司簡介	15	
		2.1.4 品牌精神	18	
	G4-5 企業總部座落地點	2.1.1 公司簡介	15	
	G4-6 業務活動涉及之國家與數量	2.1.1 公司簡介	15	
		2.1.4 品牌精神	18	
	G4-7 所有權的性質及法律形式	2.1.3 關係企業	17	
	G4-8 所服務的市場與市場性質	2.1.4 品牌精神	18	
	G4-9 組織規模	2.1 公司概況	15	
		2.1.3 關係企業	17	
		2.1.4 品牌精神	18	
G4-10 聘僱概述	4.1.1 員工概況	37		
G4-12 描述組織的供應鏈情況	3.6 供應鏈管理	34		
G4-13 報告期間有關重大變化	2.1 公司概況	15	2017公司組織精簡、走向精實化，取消BU畫組織	
G4-14 組織預防措施或原則	2.2 公司治理	20-22		
G4-15 參與或倡議支持外界發起的經濟/環境/社會之法案或準則	3.1 綠色承諾	27		
G4-16 加入國內外業內公協會之會員	1.4 利害關係人之溝通做法	11	國內: 電腦公會、電機公會	
鑑別重大考量面與邊界	G4-17 企業營運之組織架構	2.1.2 組織架構	16	
	G4-18 界定報告內容的過程說明	1.3 利害關係人之鑑別與溝通	9	
G4-19 列出所有在界定報告內容過程中所鑑別出的重大考量面	1.5 企業社會責任之重大性議題分析	15		

全球永續性報告指標 GRI G4 對照表 - 一般標準揭露

一般標準揭露		報告章節索引	頁碼	註解
鑑別重大考量面與邊界	G4-20 列出每個考量面的邊界，說明那些考量面對組織內部具有實質性	1.3 利害關係人之鑑別與溝通	9	
	G4-21 列出每個考量面的邊界，說明那些考量面對組織外部具有實質性	1.3 利害關係人之鑑別與溝通	9	
	G4-22 先前報告書中所提供之任何資訊有進行重編的影響及原因			無重編
	G4-23 與先前報告期間相比，在範疇與考量面邊界上的顯著改變	關於報告書	5	無
利害關係人議合	G4-24 組織進行議合的利害關係人清單	1.4 利害關係人之溝通做法	10-11	
	G4-25 利害關係人的鑑別與選擇方法	1.3 利害關係人之鑑別與溝通	9	
	G4-26 說明利害相關人的議和方式	1.4 利害關係人之溝通做法	10-11	
	G4-27 利害關係人議合所提出之關鍵議題與關注事項及其溝通回應	1.4 利害關係人之溝通做法	10-11	
報告書基本資料概況	G4-28 報告期間	關於報告書	5	
	G4-29 上一次的報告日期	關於報告書	5	
	G4-30 報告出版週期	關於報告書	5	
	G4-31 報告聯絡或詢問資訊	關於報告書	5	
	G4-32 GRI 揭露指標、遵循的依據以及外部聲明書	關於報告書	5	無外部機構認證
	G4-33 組織為報告尋求外部保證/確信的政策與現行做法	關於報告書	5	
治理	G4-34 組織的治理結構，包括最高治理機構的委員會。鑑別哪些委員會分負責經濟、環境及社會衝擊的決策	2.2 公司治理	20-21	
	G4-35 最高治理機構針對經濟、環境及社會議題，授權委任給高階管理階層與其他員工的流程	2.2 公司治理	20-21	
	G4-36 組織是否任命經營管理階層負責經濟、環境和社會議題，是否直接向最高治理機構報告	2.2 公司治理	20-21	
	G4-38 董事會之獨立/非獨立董事及其委員會的組成。	2.2.2 董事會	21	
	G4-39 最高治理機構的主席是否亦為經營團隊成員	2.2 公司治理	20-21	
倫理與誠信	G4-56 對組織之價值、原則、標準和行為規範，如行為準則和倫理守則	2.2 公司治理	20-21	

全球永續性報告指標 GRI G4 對照表 - 特定標準揭露

類別	考量面	管理方針揭露與指標	報告章節索引	頁碼	註解
經濟	經濟績效	G4-EC1 董事會人員兼行政職概	2.1 公司概況	21	
環境	能源	G4-EN3 直接的主要能源消耗量	3.3 節能措施及成果	30	
		G4-EN4 間接的主要能源消耗量	3.3 節能措施及成果	30	
		G4-EN7 降低產品及服務的能源需求	3.1 綠色承諾	27	
	水	G4-EN8 總耗水量	3.5 水資源節約	33	
	溫室氣體排放	G4-EN15 直接溫室氣體排放 (範疇一)	3.2 溫室氣體盤查	29	
		G4-EN16 能源間接溫室氣體排放量 (範疇二)	3.2 溫室氣體盤查	29	
		G4-EN17 其他間接溫室氣體排放量	3.2 溫室氣體盤查	29	
		G4-EN19 減少溫室氣體的排放量	3.1 綠色承諾	27	
	廢污水和廢棄物	G4-EN23 按類別及處置方法劃分的廢棄物總重量	3.4 廢棄物管理	32	
	綠色產品和服務	G4-EN27 降低產品和服務對環境衝擊的程度	3.1 綠色承諾	27	
	法規遵循	G4-EN29 違反環境法令遭懲處之重大罰款金額，以及所受非經濟制裁的次數	3.1 綠色承諾	27	無
供應商環境評估	G4-EN32 經由環境準則加以篩選的新供應商比例	3.6 供應鏈管理	34		
	G4-EN33 供應鏈對於環境具有實際和潛在的顯著負面衝擊，與組織所採取的措施	3.6 供應鏈管理	34		
社會-勞工實務與尊嚴	雇用	G4-LA1 依年齡、性別及區域的新進員工數及比例，及員工離職數及流動率	4.1 員工關係	37	
		G4-LA3 性別報告於生產育嬰假後之恢復工作率與留任率	4.1.6 尊重人權 (2) 女性平權	49	
	勞資關係	G4-LA4 明訂勞務變更的最短告知期	4.1.6 尊重人權	49	依法令
	聯業安全與健康	G4-LA8 與工會達成協議中與安全衛生相關議題			公司未成立工會
	教育訓練	G4-LA10 加強員工持續受僱能力及協助員工轉職的技能管理及終生學習計畫	4.1.2 員工訓練	41	

全球永續性報告指標 GRI G4 對照表 - 特定標準揭露

強化員工持續受僱能力以及協助其管理退休生涯的職能管理與終生學習計畫標與說明			報告章節索引	頁碼	註解
社會-人權	投資	G4-HR2 員工人權的訓練時數與比例	4.1.6 尊重人權	50	
	不歧視	G4-HR3 歧視事件與矯正措施	4.1.6 尊重人權	50	無相關情事
	人權問題申訴機制	G4-HR12 經由正式申訴機制提出、處理和解決的人權條件申訴件數	4.1.6 尊重人權	50	無相關情事
社會-社會	當地社區	G4-SO1 實施當地社區參與、影響評估和發展方案的營運活動之比例	4.3 社區回饋	55	
	反貪腐	G4-SO4 反貪腐的溝通與訓練	3.6.5 反貪瀆	35	
		G4-SO5 已證實之貪腐事件的處置	3.6.5 反貪瀆	35	無相關情事
	反競爭行為	G4-SO7 不公平競爭行為、反托拉斯與市場壟斷的訴訟與結果			無相關情事
	法規遵循	G4-SO8 違反法律規章的次數與罰款金額			無相關情事
	社區問題申訴機制	G4-SO11 經由正式申訴機制提出、處理和解決的社區衝擊申訴件數			無相關情事
社會-產品責任	客戶健康與安全	G4-PR3 按程序要求標籤所需的產品及服務資訊種類，以及標示這些資訊於重要產品及服務	4.2 客戶滿意	52	無相關情事
		G4-PR4 產品與服務違反資訊與標示的法規事件			無相關情事
		G4-PR5 客戶滿意度調查的結果	4.2.1 客戶滿意度	52-54	
	客戶隱私	G4-PR8 侵害客戶隱私及遺失客戶資訊的事件			無相關情事
	法規遵循	G4-PR9 產品與服務違反法規的罰款金額			無相關情事