



2009-2010

企業社會責任報告書

圓剛科技股份有限公司

董事長的話

圓剛科技本著『腳踏實地、創造價值、貢獻自己、服務人群』的經營理念，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，專注本業、穩健經營。其中，更明白的揭示服務人群、回饋社會、愛護地球是企業重要的社會責任，圓剛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。我們期望藉由此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，還有可以加強的部分。

圓剛科技重視對股東長期承諾，成立21年來，除第一年有虧損外，已持續20年連續獲利；除經營績效卓越外，為提升企業資訊揭露的透明度及落實公司治理，通過公司治理制度CG6005認證；每年主動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」，第六、七屆評鑑結果均列為A+等級之公司。



圓剛長期致力於環境保護，除了領先同業率先完成符合歐盟無鉛無毒製程外，更陸續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，更規畫三至五年內開始導入ISO14064-1(組織溫室氣體盤查)、ISO28000(供應鏈安全管理系統)及推動碳足跡計算及碳交易等管理系統。期許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。

圓剛在社會參與及關懷弱勢的議題上，除了不定期捐助各慈善機構、響應急難救助活動外，更鼓勵公司員工加入企業志工，鼓勵員工將自己最珍貴的時間，無償地捐獻出來服務需要關懷協助的團體、社區或家庭。在圓剛所參與的公益活動中，捐款的金額，不在其多寡，但我們卻投入比金錢還要更有價值的東西，就是公司同仁自我貢獻的志工服務時間。

圓剛連續第九年響應『Clean up the world』世界清潔日活動，不僅僅是發揚公司理念及認同其精神外，更以實際行動來落實，希望同仁們都能以愉悅的心參與，在清潔環境的過

程中，同時進行身體環保，愛護地球也重視身體健康。每年九月的第三個周末所有圓剛的同仁都會參與『Clean up the world』活動，以實際行動實踐我們對環境的重視及生態的關懷。

展望未來，我們面對的是經濟及科技版圖轉移，因此我們更要努力不懈的耕耘著我們的本業，持續開發創新的產品，努力經營關鍵供應商的關係，提供滿足客戶需求的產品與服務，使公司的業績與獲利能夠雙雙持續成長外，我們更陸續建構系統化的管理手法與工具，強化大家做事與溝通的精準度，以全員參與的共識，展現我們最大的決心與企圖心，將適當的資源發揮出極大化的效益，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

郭重松

目錄

董事長的話

壹、企業社會承諾與利害關係人對話

企業社會責任之承諾	6
企業社會責任組織	7
企業社會責任關鍵議題	7
利害關係人之溝通做法	8

貳、企業營運概況

公司概况	11
公司治理	16
關鍵風險與機會	20

參、環境永續發展

綠色承諾	25
溫室氣體盤查	27
節能措施與成果	28
廢棄物管理	29
水資源節約	30
供應鏈管理	31

肆、企業社會責任

員工關係	34
客戶滿意	43
社區回饋	46

關於報告書	52
-------	----

A close-up photograph of a person's hand gently cupping a small, vibrant green seedling. The seedling has several leaves and is growing out of a mound of dark, rich soil. The background is a bright blue sky filled with soft, white clouds. The lighting is natural, suggesting a sunny day.

壹、企業社會承諾與利害關係人對話

企業社會責任之承諾 | 企業社會責任之組織 | 關鍵議題 | 與利害關係人之溝通管道

一、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。在董事長 郭重松先生及其管理團隊的帶領之下，營收屢創新高外，更創造連續19年獲利之佳績。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。

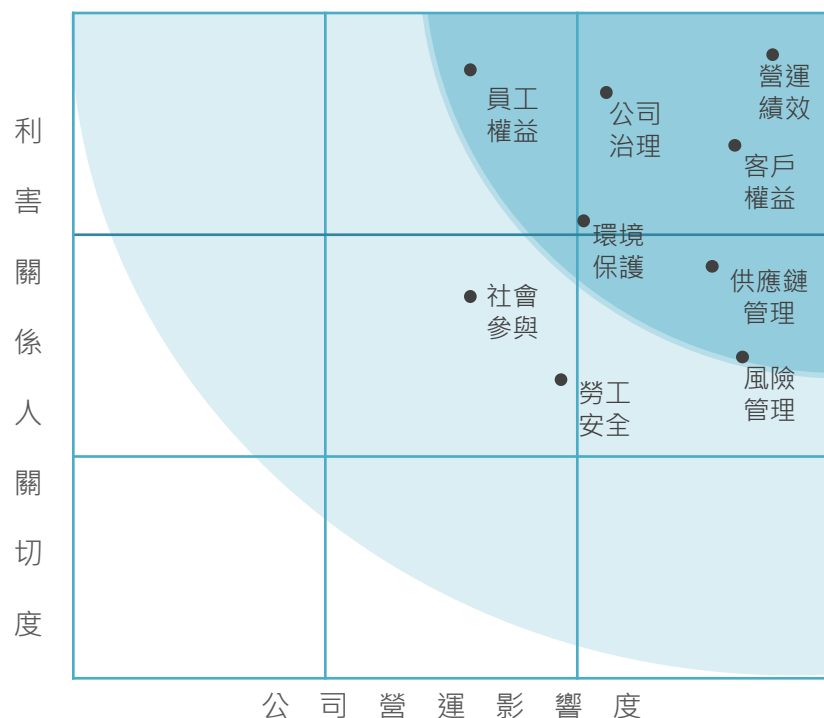


▲ 於公司大廳清楚揭示企業目的與經營理念

二、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，並責成公共關係室進行實施成效之檢討，並於每月經營會議進行向總經理進行報告。並設有公共關係室，負責投資人關係與企業社會責任兩項業務，均有專職人員推動相關事宜。

三、企業社會責任之關鍵議題



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。鑑別出企業社會責任之關鍵議題分為：「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」、「社會參與」。

本份報告書將會就上面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官方網站及投資人關係網站中。

四、利害關係人之溝通做法

對象	溝通之做法
員工	1. 員工與高階主管對話： 1) 主管提問週：每月主管可針對公司經營方向、產業未來變革進行提問，由董事長及總經理當場親自回覆問題 2) 菁英座談會：每季績效考核前10%之菁英參加座談會，由董事長及其他高階主管共同主持，回覆各項問題，並列入公司經營之參考 3) CEO座談會：每季一次，高階經理人藉由專業管理期刊上之文章，分享其管理實務經驗 2. 員工申訴與關懷專線：董事長專線6999、員工關懷專線6885，可直接且即時反映對公司之建議 3. 舉行參眾議會說明滿意度調查結果並Deep-Diving員工問題 4. 每兩個月發放圓剛內部員工電子報，報導公司內部活動訊息 5. 設有職工福利委員會
客戶	1. 客服專線：接受產品查詢、服務設定諮詢及技術問題排除 2. 客服網路信箱：提供網路客服，提供最方便且快速的平台 3. 客戶滿意度調查：規劃各式調查了解用戶需求以全面提昇用戶滿意度 4. 客戶檢測服務：提供用戶攜帶產品至圓剛，實機檢測的服務，以解決用戶於產品使用上的問題 5. 利用官方網站提供即時產品資訊

對象	溝通之做法
投資人	1. 每年定期召開股東大會，並於會中發放財務年報 2. 每月營收數字固定於次月5號公告於公開資訊觀測站 3. 設有投資人關係網站：http://ir.avermedia.com，投資人可以透過此網站訂閱投資人訊息，並有歷年財務數字、股利分配情況 4. 設有監察人信箱，如對公司經營需改進之相關期許能透過此信箱反應 5. 設有投資人聯繫窗口，並落實發言人制度。
供應商	1. 設立與供應商互動及協商專屬平台E-Procurement：維繫與供應商良好互動模式；即時更新本公司與供應商相關公告及須知事項，並設有協商作業，供應商可即時與本公司相關負責人員互動、協商。 2. 每年召開供應商大會，針對新供應商進行教育訓練，並針對本公司之系統、規定與相關資訊進行說明與溝通。 3. 建立供應商評鑑機制：由採購及相關人員以品質、服務與工廠環境等審查項目進行評鑑。
社區	透過公共關係室執行之社會參與及環保活動，與社區溝通聯繫，如新莊區、板橋區陪讀班計畫、三峽區有木國小說故事活動、Clean up the World清掃公司周遭環境、清除外來種、愛心贊助等，公司以身作則，鼓勵員工積極回饋社會，愛護地球。
非營利組織	公司為擴大履行企業責任，長期與部分非營利組織進行相關的公益專案協辦或志工參與服務之相關活動，僅列舉部分非營利組織之配合專案，如下： • 中華基督救助協會之弱勢家庭兒童課後陪讀班與急難家庭救助計畫 • 中華民國企業永續發展協會(BCSD)之台灣節能巡邏隊專業節能診斷志工 • 創世基金會之舞動奇蹟及其他義賣活動 • 天下文教基金會之希望閱讀計畫中認養三峽有木國小 • 捐血協會之固定年度捐血活動



貳、企業營運概況

公司概況 | 公司治理 | 關鍵風險與機會

一、公司概况

1. 公司概况

圓剛科技股份有限公司(以下簡稱：圓剛科技)是全球專精於多媒體電腦視訊、網路電視與消費性電子產品的設計、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。圓剛科技主要產品為電視卡、電視盒，提供消費者能夠隨時隨地看電視 - Watching TV Anytime and Anywhere。

圓剛科技創立於1990年，並在2000年股票上市，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、網路電視與消費性電子產品，專攻數位娛樂的多媒體市場。

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據點，分佈於美國、英國、法國、西班牙、荷蘭、泰國、日本、大陸及台灣等地。以AVerMedia品牌行銷產品於全球，通路遍佈各國經銷商、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，並符合最新的綠色製造標準。擁有一流的人才、尖端的技術、先進的自動化生產設備及精密的品質控制儀器，以滿足國際ODM客戶的嚴格要求。

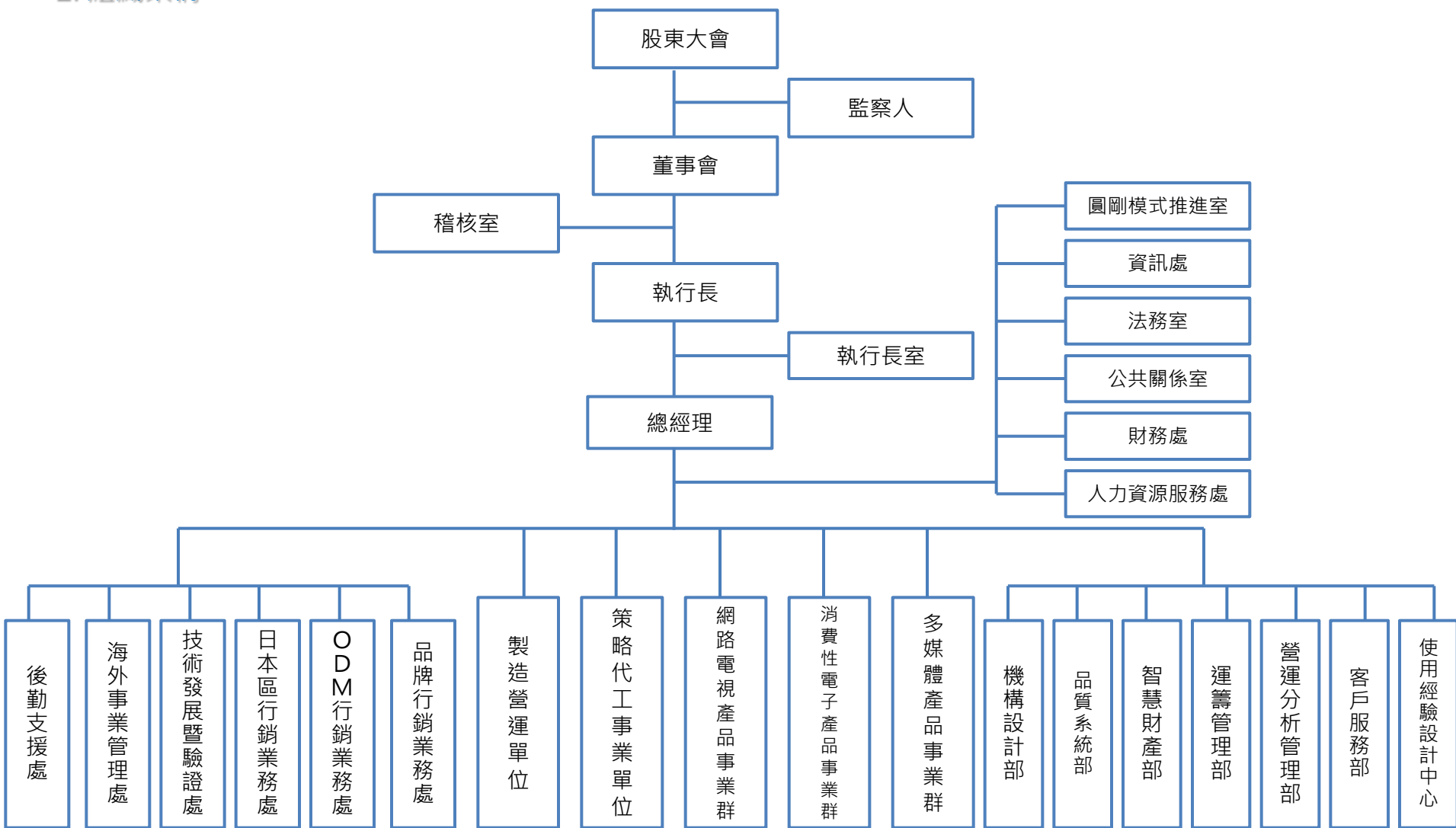
公司地址：新北市中和區建一路137號7樓

工廠地址：新北市中和區員山路502號2F - 4、5、6

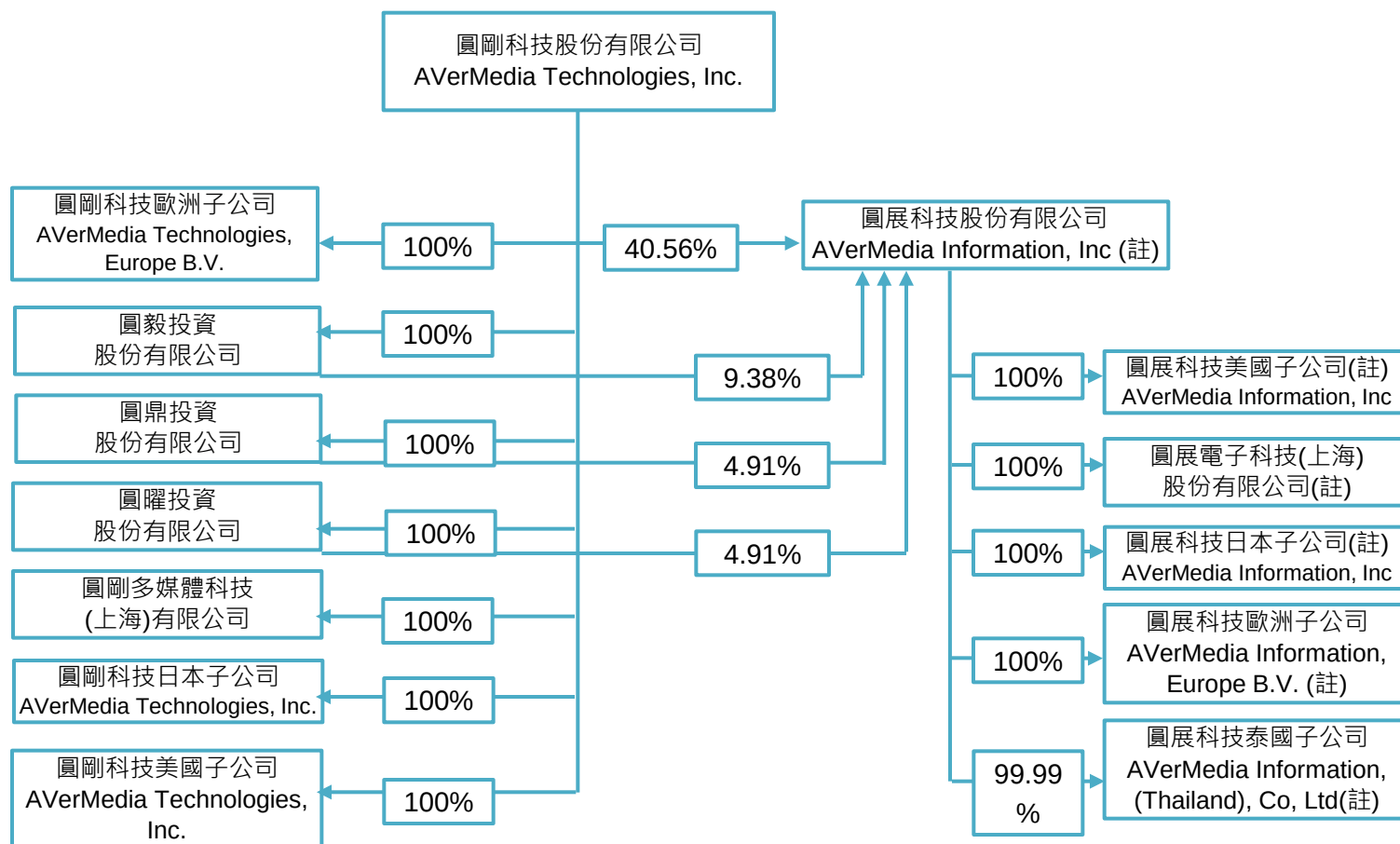
	2010年	2009年
合併營收(百萬元)	5,880	4,913
營業成本(百萬元)	2,819	2,482
資產報酬率	17.31%	16%
股東權益報酬率	22.31%	21%
保留盈餘(百萬元)	1,948	1,541
每股盈餘(元)	4.52	3.67

註：上述營收資料表達至99.12.31，截至100.04.26本公司整體持有圓展科技股份有限公司股份已低於50%，圓展科技股份有限公司只是本公司之投資公司，故圓展科技股份有限公司及其子公司非屬本公司之關係企業。

2. 組織架構



3. 關係企業



註：上述持股比率表達至99.12.31，截至100.04.26本公司整體持有圓展科技股份有限公司股份已低於50%，圓展

科技股份有限公司只是本公司之投資公司，故圓展科技股份有限公司及其子公司非屬本公司之關係企業。

4. 品牌精神

圓剛科技專注於產品設計、行銷、製造，並以AVerMedia自有品牌行銷全球。

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。為達到這些目標，圓剛專業團隊與顧客共同發展出先進技術及持續改善引領潮流並符合客戶需求的產品品質。圓剛科技以創新能量開發先進但容易使用之產品，不僅僅致力於滿足顧客娛樂之需求，同時也提供創意性的多媒體生活方式以獲得顧客長期信賴。



▲ 圓剛科技全球行銷據點

5. 歷史沿革及重要獎項

2010

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
通過IECQ QC080000 危害物質過程管理系統認證
證期會第七屆資訊揭露評鑑圖剛連續兩年名列A+級企業
連續第四年榮獲天下雜誌評選為天下企業公民TOP 50
連續第四年榮獲遠見雜誌CSR上市公司五十強

2009

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

2008-2005

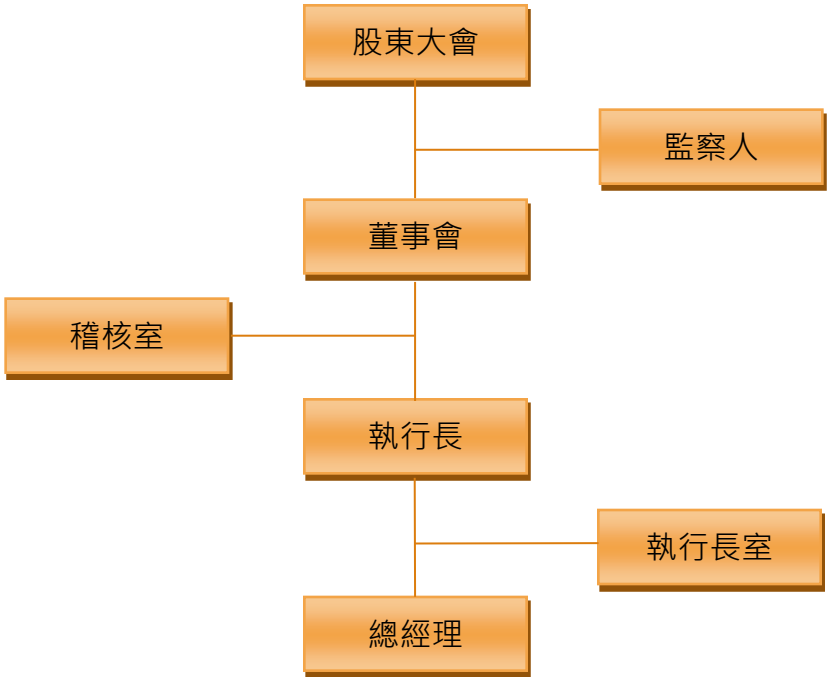
成立泰國子公司於曼谷
通過SONY Green Partner 認證
榮獲經濟部頒發2006台灣優良品牌
獲國防部頒發95年度國防工業訓練制度績優用人單位
通過OHSAS 18001 職業安全衛生管理系統認證
證期會第四屆資訊揭露評鑑圖剛為A級且為自願性揭露透明度高的公司
成立歐洲營運總部於荷蘭
成立子公司圓展科技
GPS 數位電視棒贏得2008台灣最佳外銷資訊產品獎

2004-1990

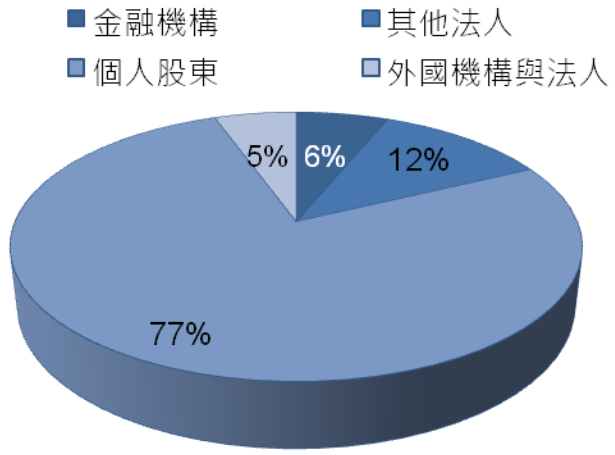
創立圓剛科技股份有限公司
成立美國子公司於加州
通過ISO 9001:1994 品質管理系統認證
通過上櫃掛牌
成立英國子公司
成立中國子公司於昆山
成立西班牙子公司於馬德里
上櫃轉上市
通過ISO 9001:2000 版品質管理系統轉證
通過ISO 14001 環境管理系統認證

二、公司治理

1. 公司治理組織



2. 股東結構



3. 股權結構

本公司主要股東包括國內外法人、金融機構及個人，前十大股東為：郭重松、三商美邦人壽保險全權委託復華投信投資帳戶、中華郵政(股)公司、富邦人壽保險(股)公司、高錦蘭、德意志台北分行受託保管大學退休基金專戶、昱慈投資有限公司、李焱盛、兆豐證券認購避險專戶、張永哲。(資料來源：2010年公司年報)

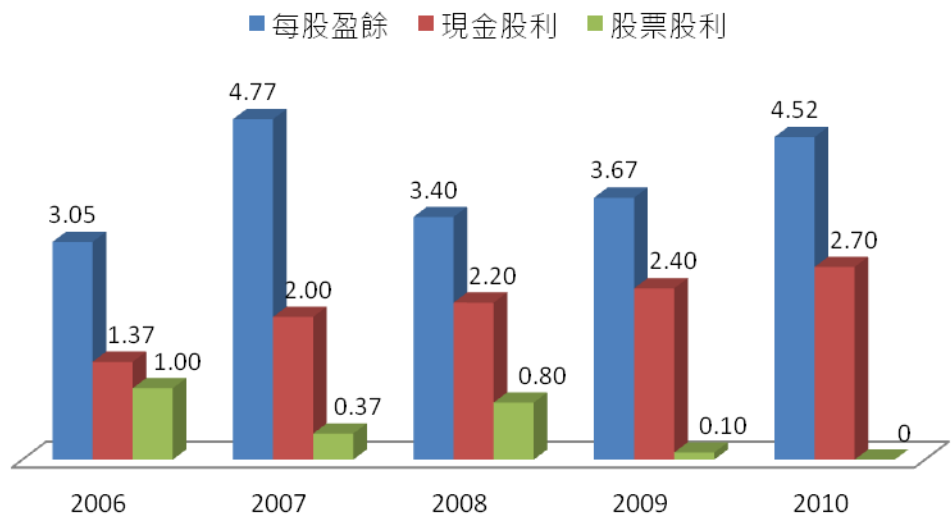
4. 公司治理運作情形

公司股權結構及股東權益	公司處理股東建議或糾紛等問題之方式	股東可依本公司之股東會議事規則，對於議案發言，並設有發言人負責處理股東建議或糾紛等問題，且有股務代理機構處理一般事務。如涉及法律問題，則移請法務處理。
	公司掌握實際控制公司之主要股東及主要股東之最終控制者名單之情形	每月申報董監事、經理人、大股東持股資訊，本公司無持股超過10%之股東。
	公司建立與關係企業風險控管機制及防火牆之方式	本公司與關係企業間之往來或交易皆依據法令規定辦理，並訂定「特定公司、集團企業及關係人交易作業程序」及子公司監控作業執行之。
董事會之組成及職責	公司設置獨立董事之情形	目前董事成員中已有二席符合獨立董事之規範。 本公司雖未設置獨立董事，但董事會之運作均依照法令、公司章程規定及股東會決議行使職權。所有董事除具備執行職務所必須之專業知識、技能及素養外，均本著忠實誠信原則及注意義務，為所有股東創造最大利益，所有董事不具任何家族或財團色彩，已初步符合獨立董事具專業能力及獨立性之精神，為順應世界潮流及落實公司治理精神，將於2012年全面改選董監事時，適當設置獨立董事
	定期評估簽證會計師獨立性之情形	本公司定期評估簽證會計師之獨立性，要求會計師提供「超然獨立聲明書」，經確認會計師與本公司除簽證及財稅案件之費用外，無其他之財務利益及業務關係，並向董事會報告，簽證會計師皆非為董監事、公司之關係人，並具有專業資格、負責，且同一會計師簽證未超過五年。
資訊公開	公司架設網站，揭露財務業務及公司治理資訊之情形	本公司已將相關的業務、財務、法說會內容及公司治理的執行情形揭露於公司網站，網址為： http://ir.avermedia.com.tw
	公司採行其他資訊揭露之方式（如架設英文網站、指定專人負責公司資訊之蒐集及揭露、落實發言人制度、法人說明會過程放置公司網站等）	公司設有發言人及代理發言人各一人，落實發言人制度，並設有專人依相關法令規定，依法按時公告應揭露資訊於公開資訊觀測站，並將此網站與公司網站相連結。
公司設置提名、薪酬或其他各類功能性委員會之運作情形		目前本公司內部稽核功能有效運作，建立有效之內部控制制度，並設置「人事評議」委員會對於員工晉升的考評，並將於2011年年底設置「薪酬委員會」，其他各類功能性委員會如有法令或實際必要之考量時，則依「上市上櫃公司治理實務守則」及相關法令辦理。

5. 公司治理具體作法

a. 保障股東權益

- (1) 圓剛創立於1990年，於2000年股票上市，自成立迄今已連續20年獲利。
- (2) 每年均配發股利，近五年每股盈餘均在3元以上。



b. 資訊透明度

- (1) 設立中英文版投資人關係網站，皆設有公司治理專區，隨時揭露企業即時訊息。
投資人關係網站：<http://ir.vermedia.com>
- (2) 每月五號（如遇假日延至第一工作日），即時對外公告月營收、合併月營收，除上傳資料至公開資訊觀測站、投資人關係網站外，亦同時發送新聞稿給投資人及媒體，讓大眾從公司取得正確消息。
- (3) 公司年度財務報告於年度結束後三個月內完成申報。另外，公司季報均於該季結束後一個月內完成申報。

c. 強化董事會之獨立性及監察人職能

- (1) 本公司設有兩席外部董事，佔董事會席次十分之二。圓剛科技2009年至2010年期間由李吉仁先生及江英村先生擔任外部董事。李吉仁先生為台大商學暨國際企業學系教授，江英村先生為現任掌寶移動科技股份有限公司執行長，兩位外部董事皆在經營管理、財務方面具有專業能力及學養，對於公司各項重大決策提供獨立且客觀之建言，已初步符合獨立董事具專業能力及獨立性之精神。為順應全球趨勢及落實公司治理精神，將於2012年全面改選董監事時，適當設置獨立董事。
- (2) 本公司雖未設立審計委員會，但其監察人發揮類似功能。
- 2010年4月訂立「監察人之職能範疇規則」建立有效且周延嚴謹之監督機制，發揮監察人之監督職能，以強化本公司內部之自我監督能力，並健全本公司之公司治理制度，維護公司及全體股東權益之責任。
 - 每年針對年度自評結果，監察人均聽取稽核室之報告並提出內控改善建議，要求稽核室針對稽核專案進行狀況追蹤簡報。
 - 設有監察人信箱 (Supervisor.AVT@avermedia.com)，並公告於投資人關係網站，建立股東及其他利害關係人與監察人直接溝通管道。
- (3) 避免利益衝突：依公司法206條適用178條利益迴避之規定，董事對其利害相關之議案討論及表決均予以迴避。

d. 高層酬金與績效連結

本公司給付酬金之政策，以參考業界該職位的薪資水平，並於公司內該職位的權責範圍及對公司營運目標的貢獻度給付酬金。目前本公司董監事只有給付董監酬勞，並無額外給付報酬。執行長、財務長、總經理及各事業群主管之薪資架構為基本薪資、職務津貼、主管津貼、伙食津貼，並每人配備一台公務車，訂定酬金之程序，除了參考公司整體的營運績效，亦參考個人的績效達成率及對公司績效的貢獻度，給予合理的報酬，個人績效目標會依平衡計分卡之財務、客戶、內部流程與學習成長四個構面來訂定，兼顧公司短期與長期之營運目標，降低公司之未來營運風險。(本公司於2011年年底設置「薪酬委員會」)

三、關鍵風險與機會

1. 風險管理之組織架構

本公司各項之作業風險之管理，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	單位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
生產單位	負責提昇生產效率、改善良率、有效控制生產成本以降低製造風險
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。
資訊處	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. 關鍵機會與風險

(1) 數位化生活的潮流

- 數位家庭時代的來臨，孕育多媒體電腦、網路、通訊、數位廣播等產業蓬勃發展的時機，使用族群逐漸擴大至家庭用戶的消費者，擁有非常大的發展潛力。
- 隨著資訊、通訊與消費性電子的整合趨勢、國際電腦大廠軟/硬體標準規格的建立及視窗作業系統不斷快速更新推出，使數位家庭娛樂產品的應用、設計廠商有依循的設計標準環境，加速產業的發展。
- 多媒體視訊產品結合數位、類比、軟體等技術，複雜程度、設計難度及種類遠超過一般資訊及消費產品，有相當的進入門檻。

(2) 台灣多媒體電腦產業的競爭優勢

- 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。

(3) 圓剛為技術導向的科技公司

- 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
- 多媒體應用包羅萬象，其中最受歡迎的部分在於資訊家電化，不但具有電腦處理資訊的能力，還能具有家電的高親和力及感官的刺激。因此，圓剛每年投入高達營業額8~10%比例的研發費用，致力於技術的創新及功能整合，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；數位娛樂消費性產品亦是消費者購買數位家庭娛樂設備及電腦升級者的首先考慮及最佳選擇。

- 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。

- 圓剛重視組織的平衡發展並以技術取勝，除重視研發、製造、品質外，同時也加強行銷通路及品牌的建立。另外，有關內部管理、稽核、教育訓練及各部門的均衡成長，一直是本公司政策性所追求的目標。
- 圓剛已奠立紮實的技術基礎及行銷通路，由於多媒體視訊產品大多結合數位、類比、軟 / 硬體的技術、因此設計上較困難、零組件眾多且製程複雜，大廠不易切入此領域，小廠更是有技術上的障礙。
- 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，亦可共同活絡數位家庭產業的市場。
- 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。

(4) 資訊產品價格競爭的特性

因應策略：

- 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。

(5)在資源相對有限的狀況下，營運規模、資金運作受到某種程度限制，無法迅速大力擴張，也可能喪失某些獲利時機。

因應策略：

- 提高銷售預測的準確性，產銷密切配合，以縮短產品週轉期，降低庫存壓力；並提高獲利產品的銷售比重。
- 進行技術合作或轉移，節省新產品的開發成本。
- 加強內控系統功能的發揮，降低庫存及呆帳的發生，加強應收帳款的收回，以增加資金的週轉率。

(6) 依不同的地區別或國家別，其電視系統的規格不一，另外再加上還有數位、類比或是同時具有數位/類比之需求的差異，因此，造成在備料上或是在生產線上，因此要經常更換之困擾。

因應策略：

- 建構並推動產品設計之模組化，以符合不同客戶所要求的客製化程度，並藉此降低存貨之水平。
- 建構並推動產品標準化之生產模式、除了提升產品品質及提升工作效率外，並藉此提高經濟規模，進而降低生產成本。

(7) 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。本公司於2010年與台灣愛普森(Epson)與企業永續發展協會合作組成台灣節能巡邏隊，由志工小組前往受檢企業進行現場檢測評估，提供節能建議，強化企業對環境保護的實踐力。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 | 節能措施與成果 | 廢棄物管理 | 水資源節約 | 供應鏈管理 |

一、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，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環境衝擊，而採取必要的行動。

圓剛長期致力於環境保護，藉著全面環境管理系統的建立來推動環保工作，領先同業完成符合歐盟RoHS指令的無鉛無毒製程，在產品開發時即納入環保設計的考量，而與國際標準接軌。

本公司長期致力於環境保護的管理，於2003年12月通過ISO 14001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。

圓剛科技於2006年起導入符合歐盟RoHS指令無鉛無毒要求的零件選用及潔淨生產，陸續通過世界大廠之綠色伙伴(Green Partner)認證以及符合歐盟WEEE(廢電機電子設備指令)，



▲ ISO 14001、ISO 9001、OHSAS 18000證書

與國際最新的用料與生產潮流保持同步，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。目前擁有ISO9001(品質管理)、ISO14000(環境管理)、OHSAS18000(安衛管理)的國際認證，並於2010年6月通過IECQ QC 080000危害物質過程管理系統的認證，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，在產品設計開發的同時即納入環保的考量。

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。

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。

二、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。其中圓剛科技於2010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99.91%，2010年溫室氣體總排放量為2481.6噸。未來，圓剛科技將會持續推動溫室氣體減量政策，並以實際作為達成目標。

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
2479.3	0.1	0.4	1.8	0	0	2481.6
99.91%	0%	0.02%	0.07%	0	0	100%

(單位：噸CO₂e)

範疇一	範疇二
直接排放	間接排放
14.7	2466.9
0.59%	99.41%

(單位：噸CO₂e)

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。2010年圓剛科技總直接溫室氣體之排放量為14.7噸，佔整體排放量的0.59%。

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。2010年圓剛科技總能源間接之排放量為2466.9噸，佔整體排放量的99.41%。

三、節能措施及成果

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，並不斷改善以達成節能減碳的目標。

照明系統

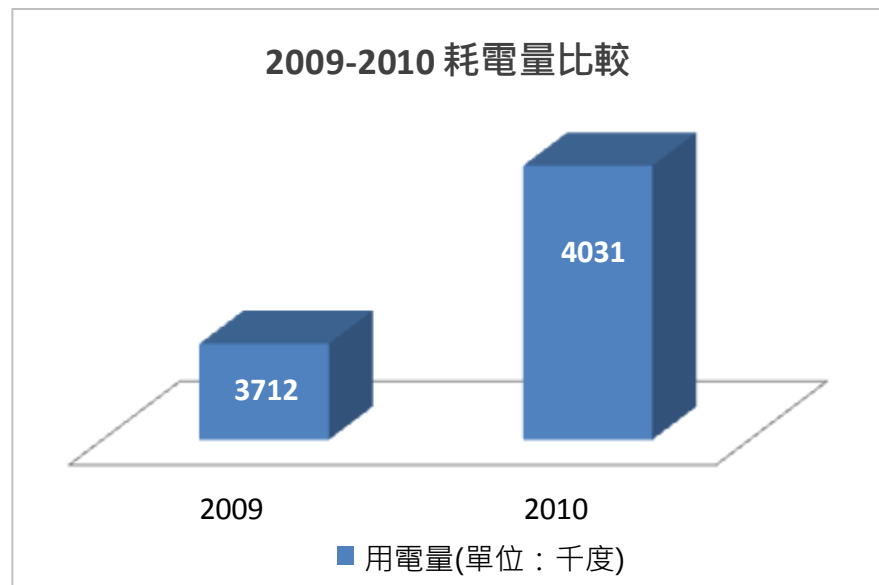
- 辦公室照明系統T8全面更換為T5節能燈具
- 辦公室、廁所、走道公共區域照明減少
- 避難方向指示燈與出口燈改換為LED為光源
- 廁所、茶水間、影印室裝設感應式偵測器

室內空調系統

- 辦公室室內空調溫度設定為25 - 26度
- 假日加班盡量集中人員於同一樓層，強化能源使用率

其他

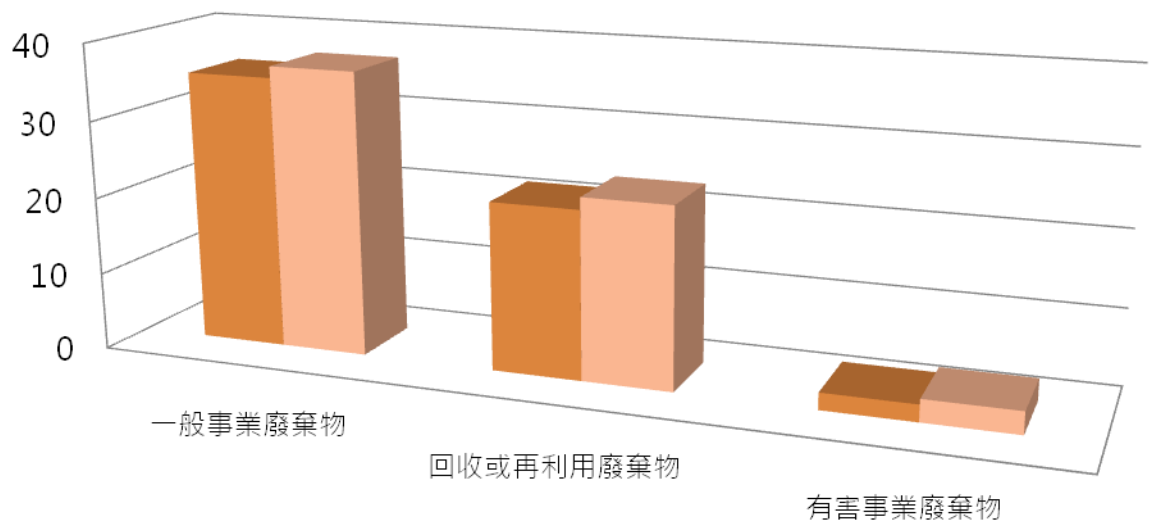
- 全面施行e化電子簽核，減少用紙量
- 採用多功能事務機，加設密碼管制以降低耗能；並提倡使用回收紙
- 鼓勵員工少搭電梯多走樓梯，降低耗電率外同時運動健身
- 電力契約容量調整
- 定期透過佈告欄、Email宣導節能訊息



四、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。圓剛科技2009年至2010年廢棄物排放狀況如下表。

針對一般廢棄物，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之材料，達到減廢之目的。有害之事業廢棄物部分，主要為廢印刷電路板、廢溶劑容器。有害事業廢棄物之儲存，處理或清理應符合當地環保法規之規定，委外清運處理之外包商也應具適當之合格等級之承攬商。



	一般事業廢棄物	回收或再利用廢棄物	有害事業廢棄物
2009	35.4	21.8	2.2
2010	36.9	23.4	2.9

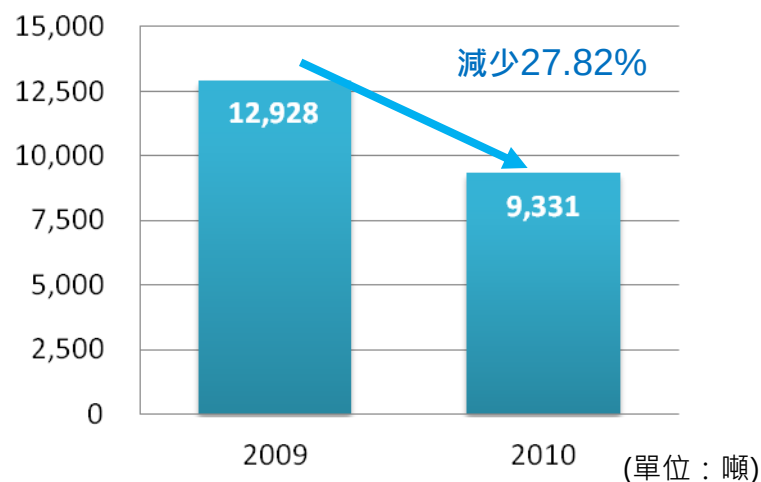
單位：噸

五、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，並以實際行動來節水，2009至2010年期間節水成果如下表：

- 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

2009-2010年水資源耗用



六、供應鏈管理

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。

供應商溝通

1. 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。
2. 每年一次召開供應商大會，針對新建立之供應商進行教育訓練，並講解與本公司系統與規定之相關資訊。

供應商評估

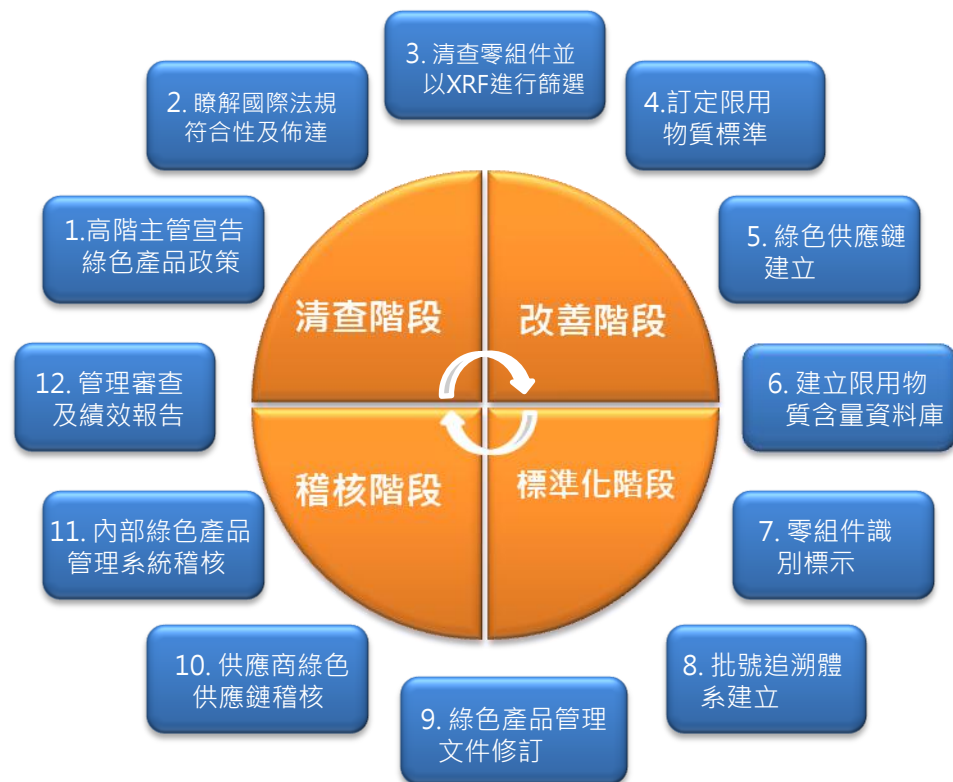
針對各原物料供應商採用「評選作業程序」稽核其產品品質、設計、服務是否符合需求，預做遴選；之後，必須通過跨部門針對品質、設計、服務以及危害物質管制等各面向進行稽核評鑑。方能列入「合格供應商名冊」中。合格之廠商採用「供應商考核」作業日常監督與管理。



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

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. 並於員工行為準則中明訂「賄賂禁止」及「餽贈與招待之規範」。每位員工均需簽署並遵守之。

肆、企業社會責任

員工關係 | 客戶滿意 | 社區回饋



2009年泰國子公司參與Clean up the World活動照片

一、員工關係

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。2009至2010年間，於政府無任何職災申報。截至2010年底，圓剛科技全球員工人數為643人，員工組成型態如下。

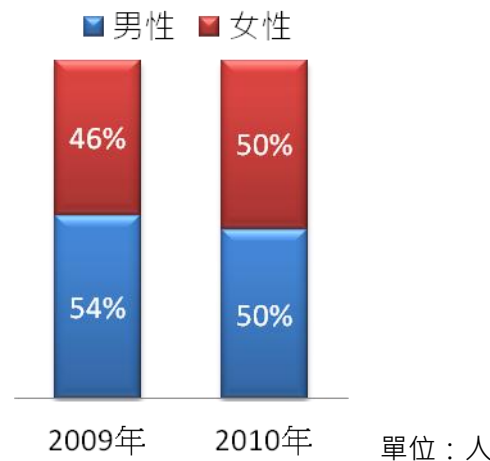
基本概況		
	2009年	2010年
台灣全職員工	478人	577人
台灣部分工時員工	61人	6人
海外全職員工	56人	60人
海外部分工時員工	無	無
總計	595人	643人

員工概況

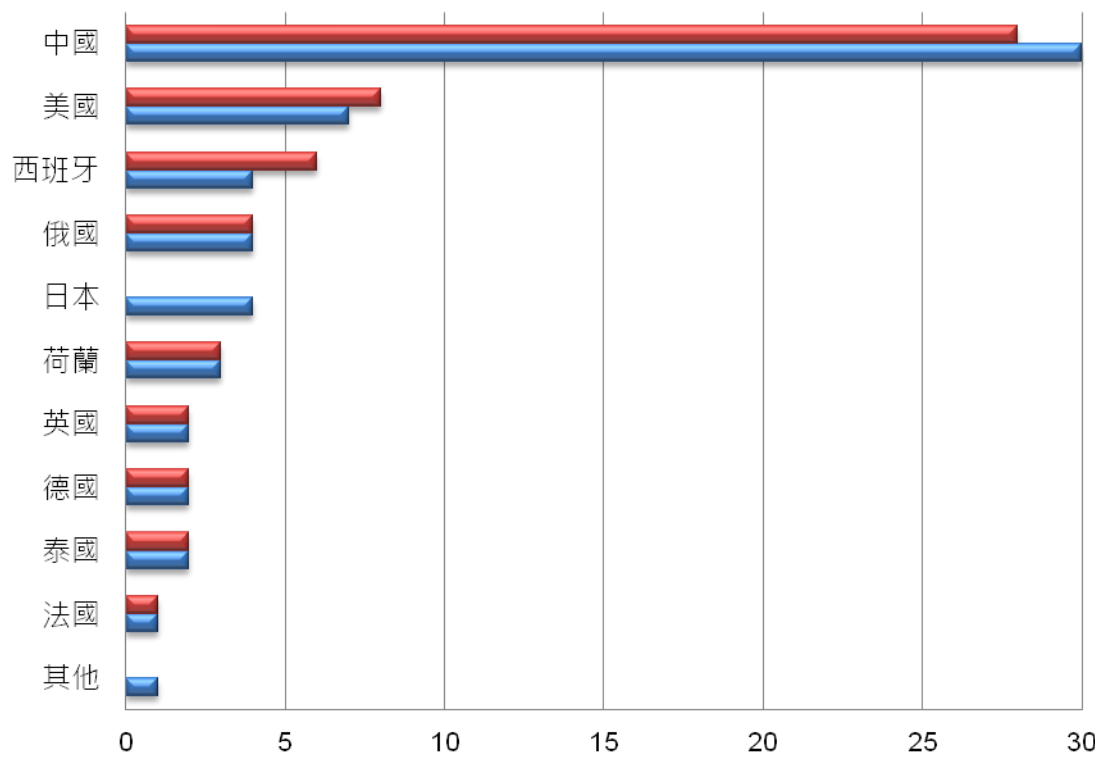
台灣當地副理級以上員工比例



台灣員工性別比例



海外同仁人數分布



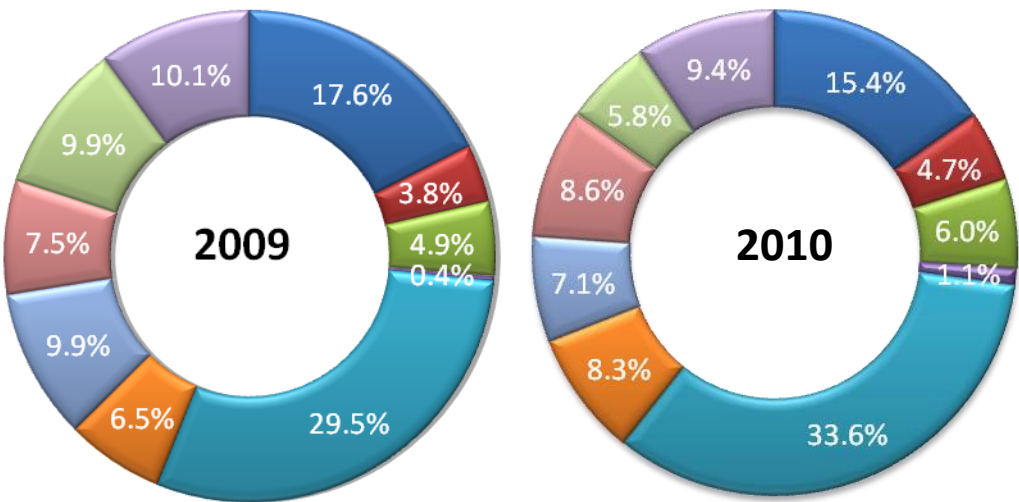
	其他	法國	泰國	德國	英國	荷蘭	日本	俄國	西班牙	美國	中國
2009年	0	1	2	2	2	3	0	4	6	8	28
2010年	1	1	2	2	2	3	4	4	4	7	30

單位：人

員工概況

各部門成員組成

- 多媒體產品事業群
- 消費性電子產品事業群
- 網路電視產品事業群
- 策略代工事業單位
- 製造營運單位
- 行銷業務群
- 研發管理群
- 後勤單位
- 其他
- 海外子公司



員工學歷分布

直接人員

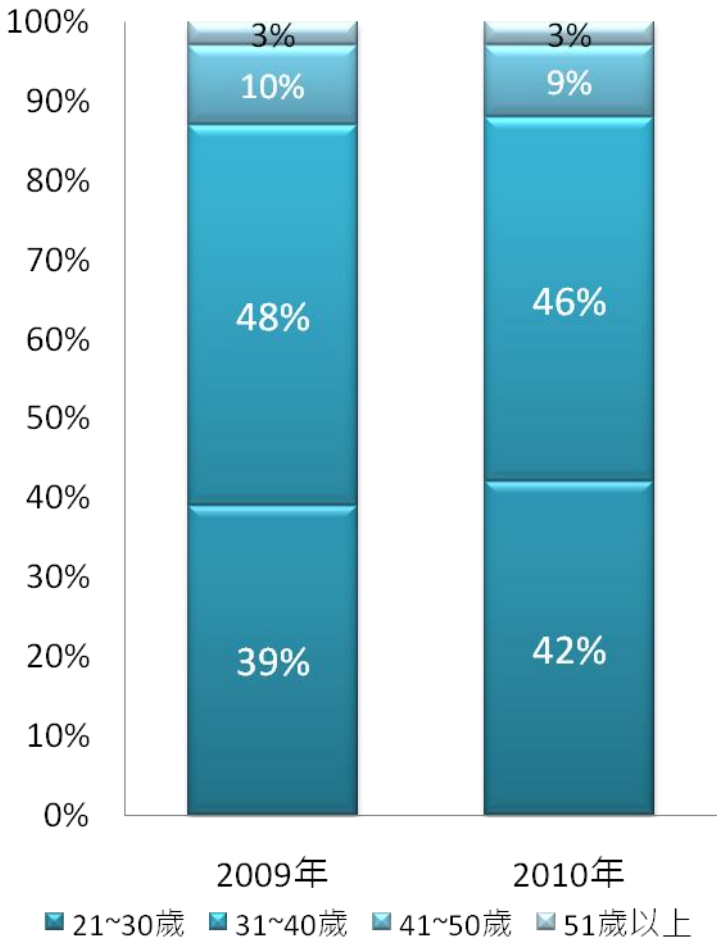
	2009		2010	
學士	35人	32.41%	87人	55.06%
專科	16人	14.81%	16人	10.13%
高中以下	57人	52.78%	55人	34.81%

間接人員

	2009		2010	
博士	1人	0.27%	1人	0.24%
碩士	118人	31.89%	143人	34.13%
學士	157人	42.43%	182人	43.44%
專科	67人	18.11%	66人	15.75%
高中以下	27人	7.30%	27人	6.44%

員工概況

員工年齡分布比例



員工流動率

依年齡區分

	2009		2010	
	人數	比例	人數	比例
30歲以下	49	44.5%	49	47.1%
31-50歲	57	51.8%	54	51.9%
50歲以上	4	3.6%	1	1.0%
	110人	100%	104人	100%

依性別區分

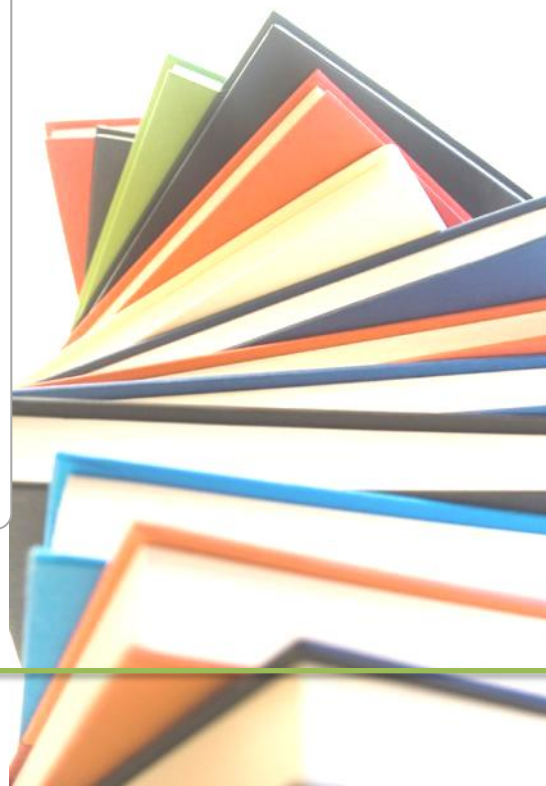
	2009		2010	
	人數	比例	人數	比例
男	44	40.0%	36	34.6%
女	66	60.0%	68	65.4%
	110	100%	104	100%

2. 員工訓練

教育訓練組織與體系

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。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。

Off-JT (Off-Job Training)														OJT			
職等	新人訓練	功能職能			核心職能	領導職能		個別進修		自我啟發							
十二	高階主管引導訓練	業務行銷及PM職能訓練	研發職能訓練	製造及行政職能訓練	核心職能訓練	高階	各階主管領導通識訓練	語文進修	EMBA	研討會	論文發表會	心靈成長／第二專長課程	深耕讀書會	依單位需要不定時實施			
十一																	
十																	
九						中階	各階主管領導通識訓練	語文進修	EMBA	研討會	論文發表會	心靈成長／第二專長課程	深耕讀書會				
八																	
七	新進人員訓練	業務行銷及PM職能訓練	研發職能訓練	製造及行政職能訓練	核心職能訓練	基層	主管管理發展	語文進修	EMBA	研討會	論文發表會	心靈成長／第二專長課程	深耕讀書會				
六																	
五																	
四						學位在職進修	學位在職進修	學位在職進修	學位在職進修	學位在職進修	學位在職進修	學位在職進修	學位在職進修		學位在職進修	學位在職進修	學位在職進修
三																	
二																	
一																	



2009、2010年員工訓練概況

2009				2010		
	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	67	3,193	47.7	69	2,757	40.0
一般員工	411	11,269	27.4	508	10,470	20.6
合計	478	14,462	30.3	577	13,227	22.9

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。



2010年與台灣兒童閱讀協會合作開設親子關係課程講座

4.員工關係

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.精英座談會：每年度績效考核優異之Top10%精英受邀參加菁英座談會，由董事長及一位副總級以上主管共同主持，對精英所關注組織發展之各項議題予以對談，並所提之建議列入經營參考，座談會會議紀錄透過email寄發給全公司同仁。

b.主管提問周：每月擇一周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。



2010年年度會議

c.參眾議院研討會：於2009員工滿意度調查後為提升同仁向心力與滿意度邀請各階層同仁共同參與，研討會代表由同仁票選產生眾議院代表(非管理職)及參議院代表(管理職)。深入探討公司管理經營現況並研擬出具體方案。

d.員工關懷專線6999：每位同仁皆可以利用分機直撥6999員工關懷專線將任何在工作上的問題直接告訴董事長。

e.員工內部電子情報：透過圓剛/圓展內部情報，讓全公司員工了解到公司兩個月內發生的大小事，並透過專欄不同部門同仁工作的一天，讓同仁可以更認識其他部門的職責與甘苦談。

f.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外，每季召開勞資會議，作為勞方與公司間溝通的橋樑，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。自2001年以來，不曾發生過勞資糾紛問題，勞資雙方和諧理性的溝通，是促成公司近年來穩定成長的重要因素之一。

(2) 員工福利：

基本福利	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
補助	結婚補助、生育補助、住院補助、喪葬補助、社團補助
福利活動	國內外員工旅遊、年終忘年會、員工運動會暨園遊會
其他	在職進修補助、員工身心健康講座

(3) 員工滿意度調查：

圓剛科技在2009年首次舉行員工滿意度調查，為求公正與客觀性，與人資管理顧問公司美商惠悅合作，針對員工承諾度、策略連結度、能力授與度、價值實踐度等四大指標；個人、管理、互動及環境議題四大議題，12個構面進行調查。有效填答人數佔員工總數的78%。並於最後調查結果出爐後針對可改善之處舉辦員工及主管討論會議，共同找尋解決的方法。



4.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。由執行長、總經理或其指派專人擔任主任委員、由管理代表或其指派專人擔任總幹事(或稱「執行秘書」)、各廠處指派人員擔任廠處推動代表。共有18人參與此委員會，佔全體員工比例0.3%。

(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2009-2010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。



▲ 新人訓練中滅火器使用訓練課程

二、客戶滿意

圓剛科技長期專精於多媒體電腦視訊的設計、製造及行銷，以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。近年逐步將業務拓展至消費性電子產品與網路電視。

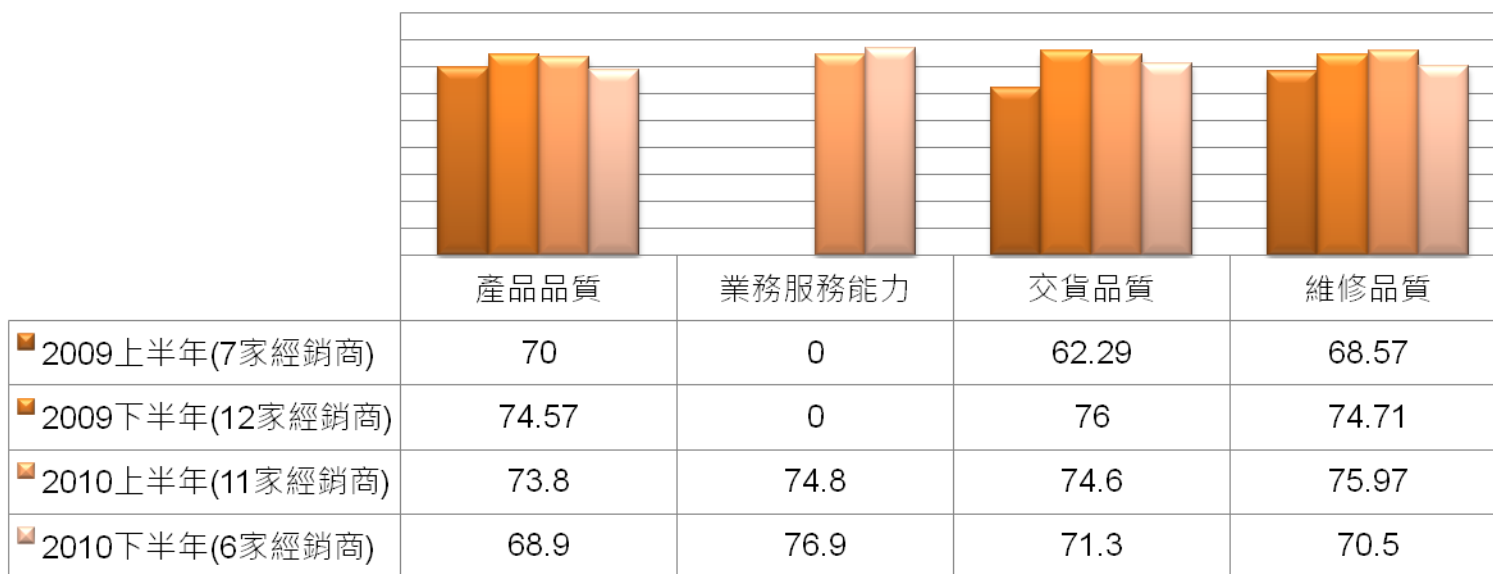
產品開發以客戶為中心，在客戶預期成本下，提供滿足客戶需求的產品，並透過在地化的通路商鋪陳各項行銷及販售活動，以滿足各項客戶服務的需求。

1. 客戶滿意度

- (1) 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。
- (2) 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之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。
- (3) 圓剛科技考量現有OBM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，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二次或一年一次的顧客滿意度調查。調查結束診斷不滿意原因後，交由相關單位擬定改善計劃與實施，改善成效則呈報業務高階主管審核可後，交由客服主管持續追蹤。



台灣區經銷商客戶滿意度調查結果



經銷商顧客滿意度

評估方式：為求真正聽到經銷商的聲音，圓剛科技持續改善調查的方式與內容，2009-2010年的調查方式簡述如下

2009年

➤因2008年的問卷內的四大構面排列並無分類別，且評分分數等級過於複雜，恐有誤導現象，為使經銷商能直覺快速而正確的填寫，修改問卷內容與評分等級。

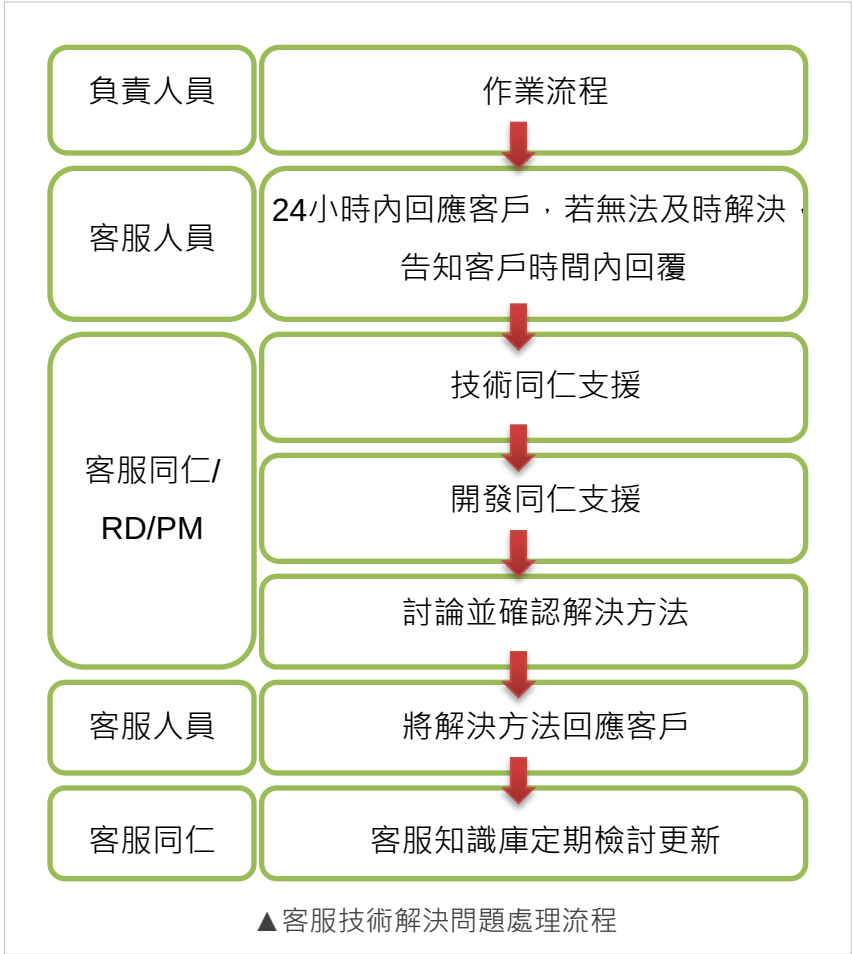
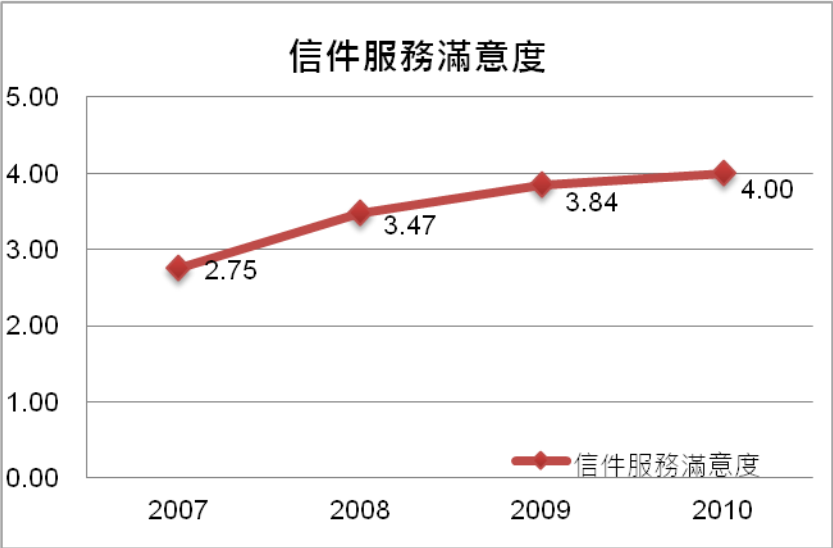
2010年

➤因應IECQ QC 080000系統的導入，新增HSF (Hazardous Substance Free；無危害物質)環保要求的符合性調查。上圖顯示國內外經銷商對圓剛科技各項服務滿意度調查的回應。

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
- 針對台灣及俄羅斯消費者親自檢測時加入服務滿意度評分問卷



2. 客戶資料隱私權

圓剛科技向來尊重客戶之權益，尤其致力於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2009年至2010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。

三、社區回饋

圓剛科技核心經營理念 - 「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**環保、教育、本土農業**三大領域上。

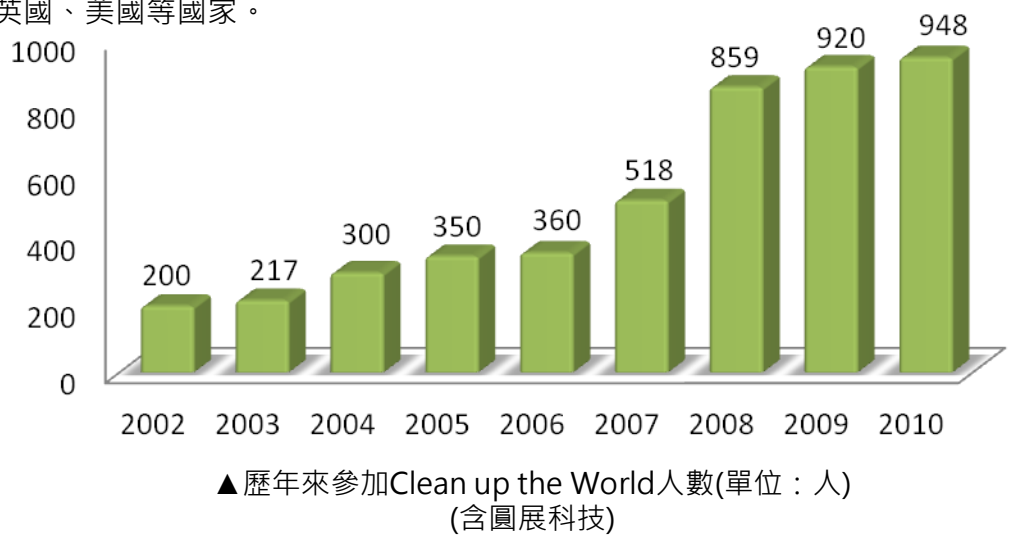
除了捐款贊助之外，董事長更期望並鼓勵員工每人每年至少花半天實際參與志工活動回饋社會，透過Clean up the World、弱勢家庭兒童陪讀計畫、天下希望閱讀等活動，讓員工能用自己的時間服務社會，用自己的雙手幫助需要的人。自2007年起連續四年獲得遠見雜誌頒發企業社會責任獎的殊榮，及連續四年獲得天下雜誌評選為台灣Top50企業公民。



Clean up the World 清潔地球・環保台灣

每人每一天在生活中都製造了許多垃圾，也許一個人所製造的垃圾不算什麼，但一千人、一萬人的垃圾累積起來，對環境將會有很大的危害。圓剛科技從2001年開始響應統一好鄰居文教基金會所舉辦之「Clean up the World - 清潔地球，環保台灣」，集結公司全體員工的力量共同清掃環境。至2010年為止，已經邁入第9年。每年九月的第三個禮拜六，號召全體員工及家屬利用半天時間進行環境清潔，透過簡單的清掃活動將環保種子播在心中，由自身開始做到垃圾減量，改變個人習慣與生活形態，並逐漸推廣至家人朋友，最後期望喚起社會大眾對環保的重視。

2010年除台灣地區之外，更號召海外子公司同仁共同響應，共計有948名同仁參與，清掃區域包括台北、台南、中國、日本、泰國、俄羅斯、荷蘭、法國、西班牙、英國、美國等國家。

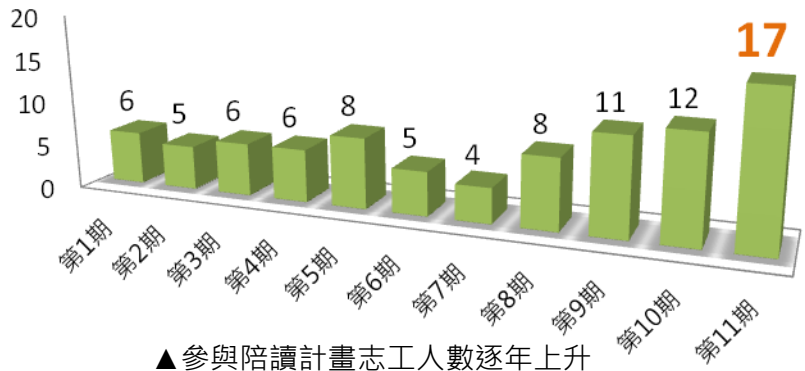


弱勢家庭兒童陪讀計畫

社會上許多角落有著一群需要幫助的弱勢家庭，這些家庭中下一代的教育問題也是亟需社會關注的議題。近年結構性失業、外籍配偶、單親、隔代教養、身心障礙家庭日益遽增。這些家庭因為沒有時間陪陪孩子，也沒有足夠的經濟能力供孩子課後上安親班，導致孩子放棄學習，甚至課後在外遊蕩、流連不良場所造成社會隱憂。

圓剛科技長期專注於視訊影像處理的核心技術，產品為多媒體消費性電腦產品，期望透過資訊及多媒體科技結合教學提高台灣在國際的競爭力，但同時，弱勢家庭的孩子因背景因素，並不一定有機會享有這樣的教育科技，有感於此，圓剛科技從2007年開始便支持中華基督教救助協會「弱勢家庭兒童陪讀計畫」，關照社會上需要幫助的一群。除每學年固定認養資助一個陪讀班之外，更招募內部優秀人才為志工，每周三下午提供志工假到新莊更新教會陪讀班進行陪讀，並於2010年增加板橋國光教會陪讀班進行國中生的課業輔導，四年下來，累積總服務時數達**1126**小時。

孩童透過陪讀班的課業輔導及品格教育課程，除在課業上有進步之外，在品格與待人接物方面也可以看出他們正向的改變。透過與陪讀班志工與老師的互動，讓孩子在人際關係上能夠有更正面的循環。孩子在充足的愛與關懷的環境下成長，就能夠有足夠的自信心，陪讀教育正補足了弱勢家庭兒童先天環境的限制，讓他們不會輸在起跑點上，落入累代貧窮的循環中。



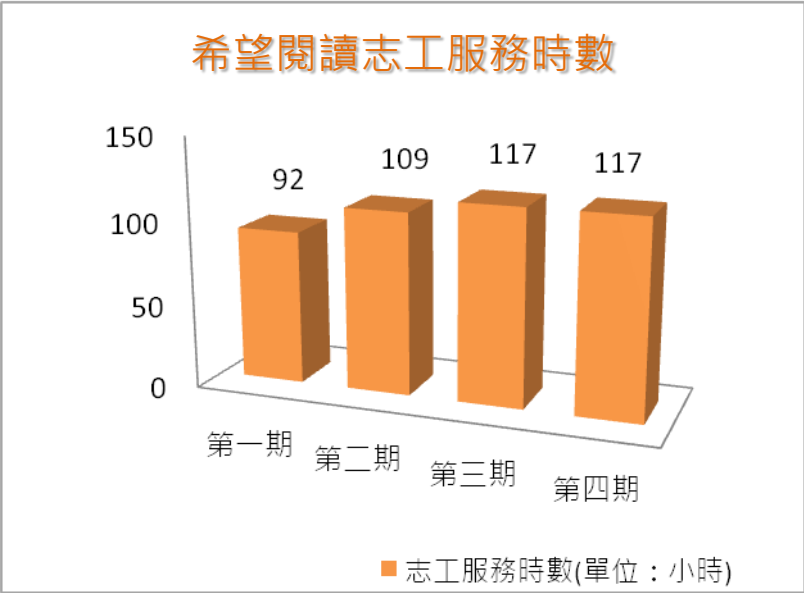
陪讀班實際情況



天下希望閱讀

偏遠地區的孩童因為交通與環境的限制，讓他們比城市孩子少了一些資源，也少了一點機會，從2008年開始，圓剛科技認同天下雜誌教育基金會 - 希望閱讀之理念，參與希望閱讀活動，志工們利用每周五下午的時間，至三峽有木國小為一群國小的學童們說一個故事。

希望閱讀的志工們在星期五下午放下工作，離開辦公室，搭著車經過蜿蜒的山路到位於三峽區的有木國小，低矮的課桌椅上有著期待聽故事的孩子們，志工們蹲下來配合他們的高度從孩子的世界重新認識繪本，共同閱讀一本書，啟發學童對問題的思索及探討。從2008年實行到2010年，已經累積**435**個志工服務小時，**48**位志工曾經參與過這項計畫。



實際參與希望閱讀活動

關懷本土農業



2009年，同仁團購尖石鄉水蜜桃

以「科技農夫」自許的圓剛科技，不僅效法農夫腳踏實地的耕耘精神，更深深體會農民種植農作物之辛苦及所承受的天然風險。因此，藉由各種響應公益團體推廣台灣農產品的活動，以實際消費行動支持農民努力的成果，關懷台灣鄉土農業。

2007年起響應新事社會服務中心所推行之【點亮後山星子新竹原住民國中課業輔導計畫 - 多一盒水蜜桃，多點亮一個後山星子】，以直接向新竹尖石鄉原住民農民購買的方式，來資助原鄉孩童的教育經費，迄今每年夏天仍會發起這樣的活動。

2008年參與行政院農糧署及PayEasy結合古坑鄉農會與雲林農產物流中心主辦的「橙心足GO」古坑柳丁樹企業認養活動，透過企業認養的方式，關懷辛苦農民，讓愛傳遞給我們的社會。圓剛科技透過此計畫認養0.1公頃柳丁園，將為數3,000公斤的柳丁發放給同仁。

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. 志工服務時數制度 - 志工護照：針對每人參與公益活動服務時數進行統計，視情況發給小紀念品並於年終視投入情況給於適當獎勵(一年內達8小時：送紀念磁鐵；一年內達24小時：送環保筷一套)。
- b. 志工假制度：同仁能夠利用上班時間參與公司所舉辦之志工活動 - 弱勢家庭兒童陪讀及天下希望閱讀活動，並於員工考勤工作表上新增04840企業志工服務之選項。將志工服務完全開放給所有員工共同參與。
- c. 志工社：圓剛志工社於2010年3月成立，經費由圓剛聯合職工福利委員會(註1)支出，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。



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，我們參考全球永續性報告協會(Global Reporting Initiative, GRI)第三版報告書綱領G3，首度發表「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。報告書內容以圓剛科技為主體，部分內容涉及圓剛科技之子公司圓展科技，將於報告書中註明。

本報告書中所揭露的資訊數據來自圓剛科技自行調查、統計之結果，有關財務數據係經由會計師簽證後公開發表之資訊，涵蓋2009 - 2010兩個年度，本次為圓剛科技首度發行CSR報告，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。未來將持續就相關議題做揭露每兩年出版一次，圓剛企業社會報告書次版預計於2013年11月發行。

聯絡資訊

非常歡迎各位針對這本首度發行的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137號7樓

電話：02-2226-3630

電子郵件：Frank.Wang@avermedia.com

公司網址：<http://www.avermedia.com/tw/>

