

2019 圓剛科技 企業社會責任報告書



董事長的話

圓剛科技在公司管理團隊及所有同仁的共同努力下，2019年達成連續二年獲利的目標，雖營收相較去年僅微幅成長且獲利的金額不高，但連續二年獲利是一個正面的訊號，更將是圓剛翻轉成功的契機。在歷經多年的轉型過程，我們知道我們仍須持續地加倍努力，去面對更加嚴峻的COVID-19的疫情、總體經濟持續疲弱、國際政治詭譎多變及產業環境的變化等諸多的挑戰，我們更要以有限且適當的資源持續投入在研發及行銷的部分，並發揮出極大化的效益。圓剛科技在追求企業永續經營的同時，期能為我們的客戶/經銷商、員工、股東、供應夥伴、政府、社區等互動利害關係人及環境，創造更多的利益及福祉，為整體利害關係人創造更大的成果與利潤。同時我們將善盡企業社會責任之義務，可確保企業的永續發展，讓圓剛AVerMedia真正成為一個被信賴的國際名牌。

「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」是圓剛的企業目的，我們深切體認善盡企業公民責任與回饋社會，是企業理應承擔的義務與承諾，因此每年藉由報告書的編製過程，重新審視我們在績效/治理、環境及社會(ESG)三個永續面向的努力，進而驅動自己在 CSR 永續範疇上的實踐與不斷精進，進而邁向企業的永續發展。



圓剛科技董事長 郭重松

2019年永續成效

績效與治理(G)		環境(E)	
合併營收	29.47億元(NT\$) 2019年合併營收.	溫室氣體	↓ 5.54% 2019年溫室氣體總排放量 (YOY)
稅後淨利	3,578萬元(NT\$) 2019年合併稅後淨利.	水資源	↓ 3.2% 2019年總用水量 (YOY)
創新領先	推出全球首款4K HDR及240 FPS遊戲擷取外接實況擷取盒	節能省電	↓ 12% 2019年總用電量 (YOY)
治理評鑑	2019年度公司治理評鑑·圓剛名列為前50%~65%.	廢棄物管理	↓ 8.9% 2019年產生一般事業廢棄物 (YOY)*
社會(S)			
員工訓練	3,062小時 2019年員工訓練總時數3,062小時, 平均每人14.7小時.		
客戶服務	4分 2019年售後客戶滿意度平均3.8分(5為滿分).		
回饋社會	236人次 2019年全球員工擔任企業志工服務共236人次.		
志工服務	708小時 2019年全球企業志工服務總時數共708小時.		

目錄

董事長的話	<u>2</u>		
關於報告書	<u>5</u>		
壹、企業社會責任之推動			
1.1 永續發展策略	<u>7</u>		
1.2 企業社會責任承諾與組織	<u>8</u>		
1.3 利害關係人之鑑別與溝通	<u>9</u>		
1.4 企業社會責任重大性議題分析	<u>12</u>		
1.5 回應聯合國永續發展目標 (SDGs)	<u>13</u>		
貳、企業營運			
2.1 公司概況	<u>15</u>		
2.2 研發創新	<u>18</u>		
2.3 品牌、產品與服務	<u>19</u>		
參、公司治理			
3.1 公司治理架構	<u>21</u>		
3.2 董事會與股東結構	<u>22</u>		
3.3 誠信經營與風險管理	<u>24</u>		
		肆、環境永續發展	
		4.1 綠色品質與承諾	<u>28</u>
		4.2 溫室氣體盤查	<u>31</u>
		4.2 節能管理	<u>32</u>
		4.4 水資源管理	<u>33</u>
		4.5 廢棄物管理	<u>34</u>
		伍、夥伴關係	
		5.1 員工關係	<u>36</u>
		5.2 客戶滿意	<u>52</u>
		5.3 供應鏈管理	<u>55</u>
		陸、回饋社會	
		6.1 關懷社區	<u>58</u>
		6.2 關懷弱勢	<u>59</u>
		6.3 志工服務	<u>60</u>
		6.4 企業志工服務	<u>62</u>
		附錄、GRI Standard 指標對照索引	<u>63</u>

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，自本年度起參考本報告書的內容架構依循全球報告倡議組織（GRI，Global Reporting Initiative）永續報導準則（GRI Standards）核心選項編製，以及「上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」指引進行各面向的揭露。

本報告書涵蓋了圓剛科技母公司本業自2019年1月1日至2019年12月31日在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總公司內部由各部門提供其自行調查、統計、模擬之資料及數據，由企業社會責任報告書編製小組彙整，並經行政程序審查確認符合本報告書之用途。其中，財務報告資訊已業經會計師簽證；環境及安全衛生之管理系統定期每年接受ISO 14001及OHSAS 18001的外部稽核認證外，其他揭露之內容並未取得外部第三方單位認證。未來，我們預計將邀請第三方查證機構，針對報告書內容進行外部查證。

本報告書為圓剛科技自行宣告發行的社會責任報告，每一年出版一次，並於圓剛科技公司官方網站上公開發表。

首次發行版本及日期：圓剛科技企業社會責任報告書 2009/2010年，2011年11月發行

上期發行版本及日期：圓剛科技企業社會責任報告書 2018年11月發行

本期發行版本及日期：圓剛科技企業社會責任報告書 2019年9月發行

下期發行版本及日期：圓剛科技企業社會責任報告書 2020年9月發行

歷年報告書：<https://www.avermedia.com/tw/responsibility>

聯絡資訊

若您對本報告書有任何建議或疑問，歡迎您以下列方式與我們連繫：

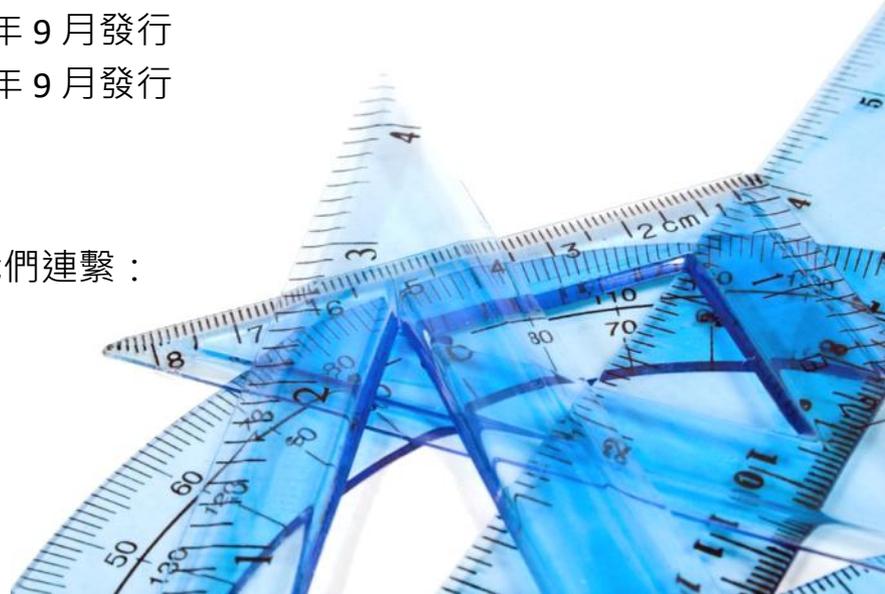
單位：圓剛科技股份有限公司 公共關係室

地址：新北市中和區建一路135號

電話：02-2226-3630 Ext. 6821

電子郵件：ir@avermedia.com

公司網址：<http://www.avermedia.com/tw>





壹、企業社會責任之推動

永續發展策略承諾 | 企業社會責任承諾與組織 | 利害關係人之鑑別與溝通 | 企業社會責任重大性議題分析 | 回應聯合國永續發展目標

1.1 永續發展策略

圓剛科技的企業目的為「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」，並秉持『腳踏實地、創造價值、貢獻自己、服務人群』之經營理念，並於公司大廳清楚揭示圓剛之企業目的與經營理念。且明訂下列兩大永續發展策略目標，期能在追求企業永續經營的同時，也能善盡企業社會責任，為我們的客戶/經銷商、員工、股東、供應夥伴、政府、社區等互動利害關係人及環境，創造更多的利益及福祉。

兩大永續發展策略目標：

- 在所處的影音串流產業中，以自有品牌業務創造利潤；並發展有價值的ODM業務，來提昇產品的質與量。
- 秉持永續經營的理念，投資足夠的資源，配合組織的永續發展，持續善盡企業社會責任，來確保我們的品牌是一個被信賴的名牌。

圓剛的企業社會責任指導原則，符合各國與國際相關法令與規範，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，維持良好的關係，使我們成為可被信任的企業。除我們的公司經理人與員工均須恪遵社會責任的指導原則外，我們也期望我們的經營夥伴也支持我們對社會責任的承諾。



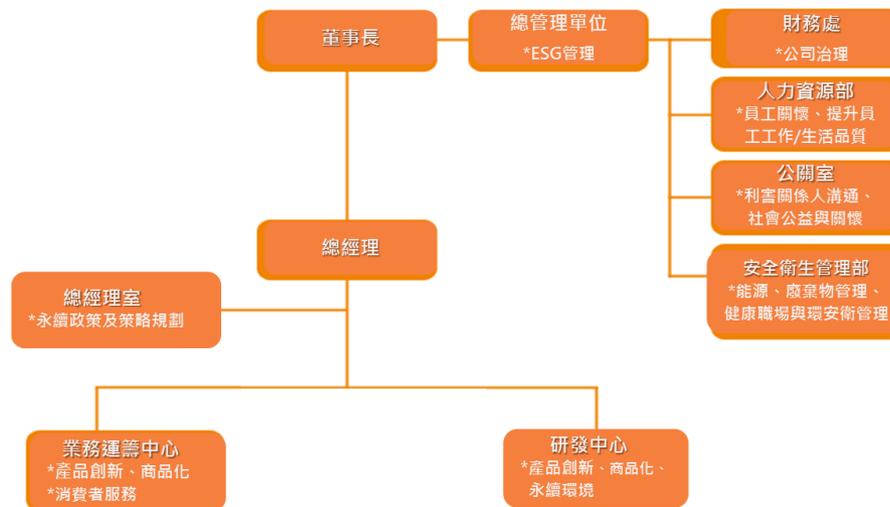
▲ 於公司大廳清楚揭示企業目的與經營理念

1.2 企業社會責任承諾與組織

- 1. 就業權及員工關係:** 我們尊重員工，以人為本，保障勞工權益，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。我們重視參與公司營業之人員的基本人權，絕對禁止脅迫勞工與使用童工的情事。我們恪遵各國與國際相關勞動法律的原則及標準，並透過溝通和對話，與員工建立相互信任的關係，重視員工潛力以及在公司的成長。
- 2. 保護消費者權益:** 我們承諾尊重消費者權益，以「以客為尊」的理念，發展符合客戶需求的產品與服務，以增進人類的溝通性與娛樂性，並確保所提供商品是創新、安全與高品質。我們致力於保護消費者以及任何參與事業經營人員的個人資料，並遵守各國個人資料保護相關法律的條文和精神。
- 3. 維護環境永續:** 我們追求永續成長，致力於與環境和諧共處，對環境的影響降至最低，除了遵循相關法令，設計與製造無污染、低耗能的綠色產品，並注重技術創新與環境、經濟的共榮共存。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。
- 4. 事業夥伴及公平交易:** 我們面重視並與事業夥伴 (如供應商和通路商) 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。每位同仁、每年以電子課程方式宣需導並重新簽署反托拉斯法規遵循承諾書以確認全體人員對此營運準則之認同與承諾，新進同仁則於到職日當天簽署。
- 5. 鼓勵創新並保護智慧財產:** 遵守各國與國際智財權相關法律並鼓勵創新積極地申請對社會有貢獻的專利。
- 6. 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)，並接受利益關係人給予我們的評價與期望。
- 7. 建立社群和諧:** 我們尊重在地文化、風俗習慣與歷史傳承，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。我們應與經營夥伴、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，實現「做為一個對社會有貢獻的企業」使命。

企業社會責任組織

本公司企業社會責任指導原則為經理人與員工提供遵循的依據，並由財務、公關、人力資源、安全衛生管理、採購及客戶服務組成總管理單位，負責企業社會責任與ESG相關的重要議題推動，並定期向高階管理階層報告。並關注外部脈動與新議題的發展趨勢，定期檢視現況。以透明公開的方式來回應我們在CSR上的努力，為整體利害關係人創造更大的價值。

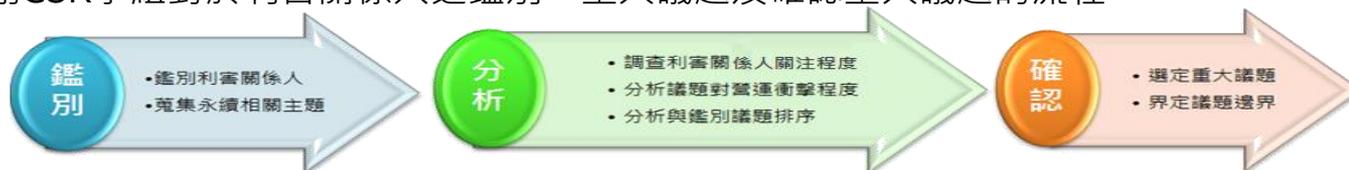


企業社會責任組織圖

1.3 利害關係人之鑑別與溝通做法

圓剛科技非常重視與利害關係人間的信賴與溝通，本報告書參考AA1000 SES利害關係人議和標準的五大原則，由CSR報告書編輯小組與各相關部門共同討論、參考同業，並根據依賴性、責任性、影響力、多元點、關注張力等特性鑑別，經由上述特性鑑別出客戶 / 經銷商、員工、股東、供應商、政府機關、媒體、社區/非營利組織等為圓剛科技之利害關係人。

下圖為圓剛CSR小組對於利害關係人之鑑別、重大議題及確認重大議題的流程。



1.3.1 利害關係人之溝通做法(1)

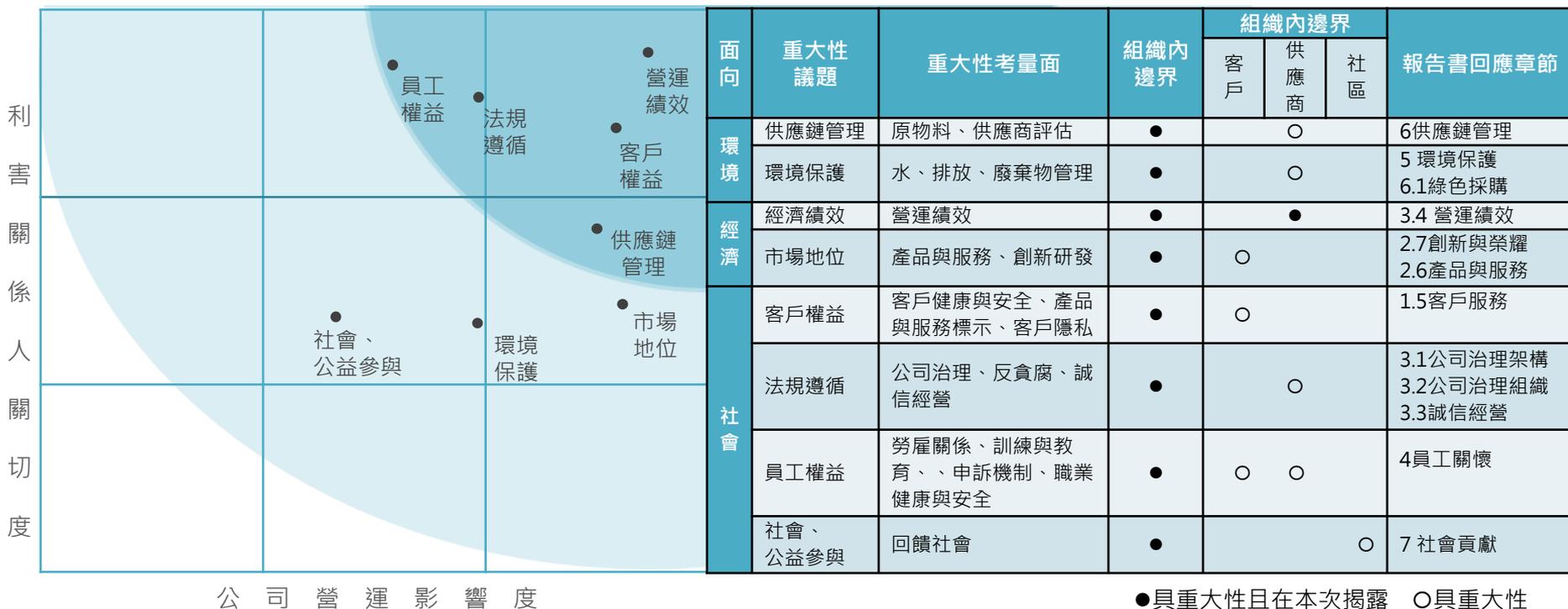
利害關係人	互動對象	關注議題	溝通管道/形式	溝通頻率
員工	員工	尊重人權; 公司治理; 符合法規; 勞資關係與福利; 職業安全與健康	<ol style="list-style-type: none"> 1. 開拓多元員工溝通管道 2. 內部網站及電子報 3. 進行員工意見調查 4. 定期勞資會議溝通 5. 設有職工福利委員會 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 隨時 2. 持續開放 3. 不定期 4. 每季 5. 每月召開
投資人	一般股東 法人股東 分析師 台灣證券交易所	揭露資訊透明化; 公司在產業中之競爭力; 未來成長潛力; 獲利能力; 股利政策 經營績效	<ol style="list-style-type: none"> 1. 定期公告營運績效 2. 召開股東大會 3. 透過網站公告相關訊息 4. 舉行法人說明會或參加論壇 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 7. 公司治理評鑑 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每月5日 2. 每年 3. 隨時 4. 每年(二次) 5. 持續遵守 6. 隨時 7. 每年
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 行銷與標示	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 隨時 2. 依計畫進行 3. 持續開放 4. 每年
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	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續開放 2. 依專案執行 3. 依需要進行 4. 依需要進行

1.3.2 利害關係人之溝通做法(2)

利害關係人	互動對象	關注議題	溝通管道/形式	溝通頻率
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/拜訪 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 不定期 2. 不定期 3. 除財務新聞稿外、其餘不定期 4. 不定期
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. 遵守相關法規 2. 參加主管機關舉辦的研討會 3. 會議及公文往來 4. 與主管機關溝通 5. 不定期拜訪/面對面溝通 6. 參與公會組織運作，目前為電子電機同業公會及台北市電腦同業公會會員 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 持續遵守 2. 依實際需要參加 3. 隨時 4. 隨時 5. 隨時 6. 持續進行
社區	附近社區	尊重社區文化; 參與社區公益	贊助或舉辦清掃社區公益活動	不定期
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	長期依公益專案進行

1.4 企業社會責任之重大性議題分析

圓剛科技CSR小組依利害關係人之鑑別、重大性議題及確認重大議題的流程，為達企業社會責任報告書與利害關係人有效溝通，本年度依循永續性報導準則 (GRI Standards) 及「聯合國永續發展目標(SDGs)」為主軸，針對經濟、社會及環境三大面向進行鑑別，進行重大性議題分析，決定2019年企業社會責任報告書的重大議題與其邊界。CSR小組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」、「法規遵循」、「環境保護」、「風險管理」、「員工權益」、「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。本報告書將會就上述的議題進行揭露，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。



1.5 回應聯合國永續發展目標 (SDGs)

圓剛重視企業社會責任，持續與利害關係人溝通與經營，無論在「環境永續發展」、「社會關懷」、「公司治理」、與「夥伴關係」或等面向，都列入公司討論、決策與執行的重點考量，並期待發揮企業的力量，讓更多人或團體共同為營造一個更好的未來而努力。

並持續關注全球永續及企業社會責任相關趨勢與議題，在聯合國於2016年正式啟動17項永續發展目標SDGs後，公司審視內部在永續發展、企業能力、利害關係人對CSR議題關切度等因素，決定積極回應「消除貧窮」、「教育品質」、「可負擔能源」、「就業與經濟成長」、「責任消費與生產」、「氣候行動」、「促進和平與包容的社會」等7個目標，並持續檢視其他10個目標與圓剛之關連性及可執行性，期與全球共同努力的目標接軌，共同促進SDGs之成功。

對應SDGs	對應章節	做法
1 消除貧窮	2. 企業營運 5. 夥伴關係 6. 社會關懷	產品與服務 創造就業機會、 公益捐助、回饋社會
3 健康與福祉	4. 人本職場	健康職場
4 教育品質	2. 企業營運 5.1. 員工關係 7. 社會關懷	產品與服務 人才培育 公益捐助
5 性別平等	5. 夥伴關係	尊重人權
7 可負擔能源	2. 企業營運 4. 環境永續發展 5. 夥伴關係	產品與服務 環境保護 綠色供應鏈
8 就業與經濟成長	2. 企業營運 3. 公司治理 5. 夥伴關係	薪資與福利、人才培 育、遵循法規聘用 發展就業機會
12 責任消費與生產	4. 環境永續發展 6. 夥伴關係	環境保護、廢棄物管 理 綠色供應鏈
13 氣候行動	2. 企業營運 4. 環境永續發展 5. 夥伴關係	產品與服務 綠色品質/承諾、內部節能 綠色供應鏈
16 和平與正義制度	3. 公司治理 5. 夥伴關係 6. 社會關懷	公司治理、遵循法規 供應鏈管理

貳、企業營運

公司概況 | 研發創新 | 品牌、產品與服務

2.1 公司概況

2.1.1 公司簡介

圓剛科技創立於1990年，依中華民國公司法登記設立之股份有限公司，公司所有權屬於全體股東共同擁有，並在2000年股票上市(股票代號: 2417)。致力於數位影像技術的研發，目前為全球專精於影音串流、高畫質影音擷取與AI 邊緣運算相關產品的設計、製造及行銷的領導廠商之一，圓剛持續投注於影像擷取的軟硬體核心技術及使用者經驗的優勢，陸續開發出一系列符合市場需求之影音擷取與影音串流等相關產品；結合雲端科技、物聯網等產業趨勢，提供各產業及領域之最佳解決方案。

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。長期以來以「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」為使命，除了以穩健的步伐永續經營外，更重視企業社會責任善盡公民職責，回饋社會。合併財務報表中所包含的實體

近兩年營運績效請參考右表，2019年達成連續二年獲利的目標。全年合併營收為29.47億元，較去年同期成長5.21%，全年合併的稅後淨利3,578千元。連續二年獲利是一個正面的訊號，雖然營收相較去年僅微幅成長且獲利的金額不高，但我們相信這將是圓剛翻轉成功的契機。(詳細財務報表請參閱公司年報)

本公司自2015年1月份起，為配合IFRS 10的實施，公告之合併財務報表均已包含圓展科技股份有限公司(股票代號: 3669)。

財務表現	2019年	2018年
合併營收(百萬元)	2,947	2,801
營業成本(百萬元)	1,462	1,424
資產報酬率(%)	0.91%	0.01%
權益報酬率(%)	0.0%	0.01%
稅後淨利(百萬元)	3.58	5.12
每股盈餘(元)	0.02	0.03

(資料來源：2019年公司年報)

公司總部位於新北市中和區建一路135號

2.1.2 基本資料與組織架構



公司名稱	圓剛科技股份有限公司
成立日期	1990年1月17日
股票上市	1997年3月上櫃/ 2000年9月 上市
股票代號	2417
實收資本額	NT\$19.29 億元
董事長	郭重松
總經理	郭重松
員工人數	233 (全球·不含圓剛·2020/07)
公司總部	台灣新北市中和區建一路135號
營運據點	圓剛以AVerMedia自有品牌行銷全球80餘國。於美國、日本、中國、歐洲、西班牙、德國等國家設立海外子公司外，亦於俄羅斯、英國、法等國家設立服務、銷售據點，以服務當地之市場。
主要業務	圓剛致力於數位影像技術的鑽研，並持續發表多項重要專利，逐漸成為全球重要的影像技術領導廠商。從早期以電視棒/卡/盒開啟全球知名度的影像相關商品，到因應市場趨勢上的轉變，圓剛持續投注於影像擷取的軟硬體核心技術，並陸續開發出一系列符合市場需求之影音擷取串流等相關產品；結合雲端科技、物聯網等產業趨勢，圓剛致力於提供各式產業領域之最佳解決方案。

2.1.3 企業目的與經營理念

圓剛企業目的:

為增進人類的溝通性與娛樂性，並作一個對社會有貢獻的企業。

圓剛經營理念:

圓剛秉持「腳踏實地、創造價值、貢獻自己、服務人群」的經營理念，發揮圓剛的競爭優勢，以「精益求精、追求卓越」的精神，展現最大的決心與企圖心，更要以認真努力、持續進步的態度，來面對未來的挑戰。以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。同時我們將善盡企業社會責任之義務，可確保企業的永續發展，讓圓剛AVerMedia真正成為一個被信賴的國際名牌。

腳踏實地：崇本務實，實實在在在做好每件事；鑽研本業，矢志成為世界之翹楚。

創造價值：積極創新，發揚企業核心價值觀；永續經營，兼顧企業長短期發展。

貢獻自己：盡情揮灑，打造自我實現的家園；團隊合作，以服務之心提昇群體。

服務人群：回饋社會，與員工股東分享利潤；尊重生命，增進人類生活之福祉。

圓剛企業識別:



圓剛的中文意涵為圓剛，有圓有方；有陰有陽；有柔有剛，對應古代太極圖像及金剛經中金剛般若波羅密經深山寶石，歷久彌堅的深層意含。

文字：A代表「Audio + AI」、V代表「Video」、er代表「者」，也有專家之意；Media 則為多媒體影音之意，故AVerMedia即代表圓剛是由影音與AI相關技術人才所組成的一家公司，致力於提供使用者最優質的影音溝通產品和服務。

深藍色及黑色代表我們穩重踏實的經營，紅點代表我們追求卓越的方向。

2.2 研發創新

圓剛科技以卓越創新的技術實力，持續強化影音直播串流、個人影像周邊和影音人工智慧解決方案的創新領導地位，研發創新，領先業界。本公司核心技術為影音視訊相關技術，如影音擷取、影像訊號處理、影像轉換、影音壓縮/解壓縮及網路影音串流等並應用於數位視訊相關之產品系列。全球員工中約1/2 為的研發人員，投入將近營業額之15%的研發費用，擁有技術整合與產品設計的專業實力；至2019年底，圓剛在全球已獲得352件產品專利，另有44件專利在申請審核中。圓剛以創新技術與卓越品質，提供客戶智慧型解決方案，自行研發的產品廣受各界好評，更贏得多座國際大獎肯定。公司除不斷研發新產品及改良現有產品外，亦持續對先進技術進行投資。透過質量並重的專利申請，建置完善的智財權保護，以確保研發成果及積極運用。並以技術與創新的產品來鞏固我們的市場領導地位，更提供卓越的產品品質與快速完善的客戶服務，來提升AVerMedia 全球品牌知名度。

圓剛在2019年研發創新部分獲得重要的成就如下：



榮獲COMPUTEX 2019 BEST CHOICE AWARD之「LG4K實況擷取卡GC573」以及「高畫質網路攝影機PW313



全球第一款具備4K60 HDR及240 FPS高更新率，搭載 THUNDERBOLT 3 傳輸介面的外接遊戲實況擷取盒，獲2020 reddot設計獎及台灣精品獎



圓剛人工智慧影像邊緣運算平台榮獲2020台灣精品獎

2.3 品牌、產品與服務

圓剛聚焦於串流直播、個人視訊與影音人工智慧解決方案，透過整合視訊、音訊、電子、光學、軟體應用技術及工業設計能力，提供擷取卡/盒、麥克風、網路攝影機、個人影音視訊周邊、直播整合錄播軟體及邊緣運算整合系統等產品，以滿足教育與企業用戶各種不同的需求，以AveMediar品牌行銷全球並也提供高品質OEM/ODM服務。



參、公司治理

公司治理架構 | 董事會與股東結構 | 誠信經營與風險管理

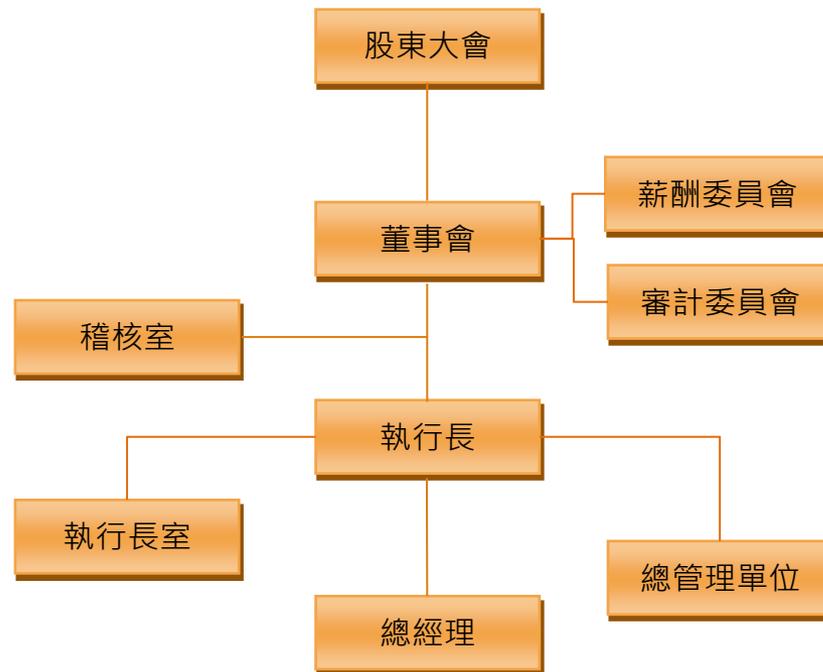


3.1 公司治理架構

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，保障投資人及利害關係人權益。圓剛推動公司治理的具體事績：

1. 本公司於2011年訂定「企業社會責任指導原則」、「誠信經營原則」及「員工行為準則」，並於董事會下成立「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，在投資人關係網站(ir.avermedia.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。
4. 在2019年度(第六屆)證交所公司治理中心舉辦的「公司治理評鑑」當中，名列50%~65%企業。

3.1.1 公司治理組織



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后：

3.2 董事會與股東結構

3.2.1 董事會成員

圓剛董事會七席董事(三席為獨立董事)，均為股東投票產生，且具科技、行銷、法律、財務、會計等專業實務背景，董事長由董事推選產生，對內為董事會主席，對外代表公司。其職責包括整個公司的營運方向、健全的公司治理制度、監督/任命與指導公司管理階層、強化內部管理機能、並致力於利害關係人權益極大化。

董事會成員	姓名	性別
董事長	郭重松	男
副董事長	李焱盛	男
董事	王江林	男
董事	郭昱廷	男
獨立董事	趙堃成	男
獨立董事	黃瑞南	男
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。截至2020年05月，本屆董事會已召開6次會議。

3.2.2 審計委員會

本屆審計委員會由全體獨立董事趙堃成先生、黃瑞南先生、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。截至2020年05月份，本屆審計委員會已召開6次會議。

3.2.3 薪酬委員會

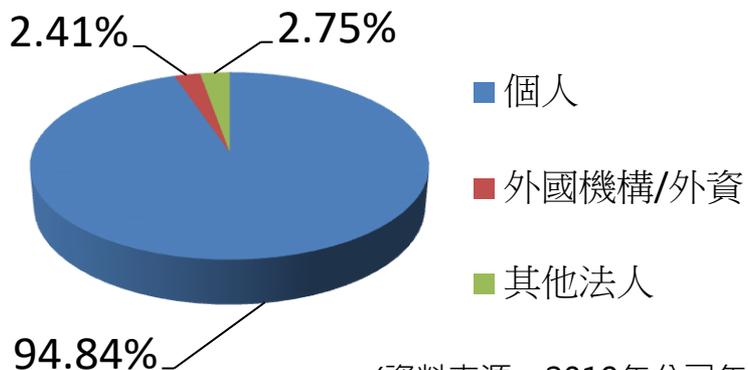
本公司於2011年12月06日成立第一屆「薪資報酬委員會」，2018年06月14日第四屆薪資報酬委員會聘任趙堃成先生、黃瑞南先生、趙興偉先生等三位獨立董事擔任，其主要職責為擬訂下列各款事項之建議案：

- (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。截至2019年05月份，本屆薪酬委員會已召開3次會議。

3.2.4 股權與前十大股東

本公司主要股東包括國內外法人、外國機構及個人。前十大股東依序為：郭重松、昱慈投資有限公司、高錦蘭、郭倍慈、顏如敏、李焱盛、郭昱廷、張永哲、郭娟娟、莊寶明。(截止日期：2020.04.22)



(資料來源：2019年公司年報)

3.2.5 股利政策

本公司之股利政策依公司章程之第十八條規定如下：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。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。

3.2.6 2018、2019 年度員工分紅及董事酬勞

2018年員工分紅 NT\$ 0元，董事酬勞NT\$ 0元。

2019年員工分紅 NT\$ 0元，董事酬勞NT\$ 0元。

3.2.7 2018、2019年度現金股利分配之情形

2018年現金股利 NT\$19,289仟元，每仟股配發100元。

2019年現金股利 NT\$19,289仟元，每仟股配發100元。

3.3 誠信經營與風險管理

圓剛科技內部稽核為超然獨立單位，隸屬於董事會。稽核人員除在董事會例行會議報告外，並定期向董事長及審計委員會報告。

3.3.1 內部稽核

稽核室依法制定「內部控制制度」及「內部稽核實施細則」，制訂年度稽核計劃，藉以檢查及評估內部控制執行情形，並適時提供改進建議，以確保內部控制制度得以持續有效實施。此外，依規定每年覆核公司各單位之自行檢查報告，併同前述內部稽核結果及改善情形，提供董事會及總經理評估整體內部控制制度有效性及出具內部控制制度聲明書之依據。

3.3.2 公司履行誠信經營的措施

- 1) 本公司遵循公司法、證券交易法、商業會計法、上市上櫃相關規章或其他商業行為有關法令，以作為落實誠信經營的基本。針對財務報告，2019年無違反相關法規而受罰。
- 2) 本公司訂有「誠信經營守則」，以建立誠信經營的企業文化及健全公司營運的發展與經營。
- 3) 本公司「董事會議事規範」中訂有董事利益迴避制度，對董事會所列議案，與其自身或其代表法人有利害關係，致有害於公司利益之虞者，得陳述意見及答詢，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。
- 4) 本公司訂有「內部重大資訊處理作業程序」，明訂董事、經理人及受僱人不得洩露所知悉內部重大資訊予他人，不得向知悉本公司內部重大資訊之人探詢或蒐集與個人職務不相關之公司未公開內部重大資訊，對於非因執行業務得知本公司未公開之內部重大資訊亦不得向其他人洩露。
- 5) 本公司合約如「採購合約」，其內容包含遵守誠信經營政策及交易相對人如涉及不誠信行為，得隨時終止或解除契約條款。
- 6) 本公司現有會計制度及內控制度，內部稽核人員均定期查核前項制度遵循情形，以確保誠信經營之落實。

3.3.3 風險管理

3.3.3.1 風險管理之組織架構

本公司並無從事高槓桿財務操作或高風險事業，各項作業之風險管理，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客戶隱私權防護措施，以降低資訊安全風險。
稽核室	負責內控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、訴訟爭議、智慧財產權及專利等，以降低法律風險。

3.3.4.2 風險議題與因應方式

性質	風險議題	因應方式
財務 風險	利率變動	本公司2019年並無長短期融資情形，故對利息支出並無重大影響
	匯率變動	本公司以外銷為主，美金交易為主，外幣匯率風險不可避免。因應方式主要以提高原物料亦採美金計價。歐洲、日本及中國等子公司降低收取單一貨幣，同時以專人隨時掌握匯率變動資訊，適時調整因應。
	通貨膨脹及 緊縮	研發創新產品的同時須持續降低產品成本，並隨時注意市場物價變化，行配合物價水準調整採購數量或以政策性備料來因應可能之通貨膨脹。
營運 風險	科技與產業 變化	掌握產業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。以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；並協助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。
	銷貨	本公司以AVerMedia品牌行銷全球，為避免營收過於集中單一區域及增加在地行銷強度積極在海外重要區域市場成立子公司，以降低營運銷貨之風險。
	進貨	為維持供貨之穩定性、品質、及價格與交期，本公司對於關鍵零組件都會維持兩家以上之合格供應商，以降低進貨之風險。
	國內外政策 及法令變動	本公司總部設於台灣，遵行國內之政策及法令。此外以AVerMedia自有品牌行銷全球，於海外重要區域市場均以設立子公司，藉由貼近市場及及時掌握當地政府法令，來因應國內外政策及法令之即時變動。於總部設置專職法務單位，含括法務及智財管理人員，隨時注意當地之政府政策及法令之變動，以利及時提出因應措施，以維護本公司之權益與長久以來已建立之信譽。
氣候 變遷 風險	氣候變遷	圓剛長期關注全球氣候變遷所引發的環境危機，遵守國內外環保法規與顧客的要求，雖目前已無實體工廠，仍要求外包代工廠商必須通過環安衛相關之國際標準如ISO14001、OHSAS18000及IECQ QC080000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。



肆、環境永續發展

綠色品質與承諾 | 溫室氣體盤查 | 節能管理 | 水資源管理 | 廢棄物管理

4.1 綠色品質與承諾

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指令的無鉛無害製程，並在產品開發階段即納入環保設計考量，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。圓剛科技的產品均符合歐盟RoHS指令之無鉛無害要求以及符合歐盟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，能源效率 ErP, 產品安全性和電磁相容性的CE、FCC、BSMI、VCCI、CCC、CB、LVD等。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。

目前通過導入ISO 14001環境管理系統、OHSAS 18001環安衛管理系統，IECQ QC080000有害物質管理系統等認證。從產品設計開發的階段即開始從環保的角度進行考量，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。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，於2019年訂定之每年減少2%的目標中。總體耗電量、溫室氣體排放量、總用水量及廢棄物總量均順利達成減量目標。因此針對2020年之溫室氣體排放量、總用水/用電量及廢棄物總量仍維持每年均減少至少達成2%的目標。

2019年，本公司並未因違反環境相關法令而受罰。

國際管理制度	認證有效期限
ISO 9001: 2015	~ 2020.11.02
ISO 14001: 2015	~2020.11.08
OHSAS 18001: 2007	~2020.11.08
IECQ QC08000:2017	~2022.08.19

4.1.1 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) 維害物質管理：無違反綠色產品法規與顧客規範之情事。
- (4) 節能省碳管理：符合政府溫室氣體減量法之要求。
- (5) 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。



▲ 各項國際管理系統認證通過之證書

4.1.2 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、有害物質 等管理系統與組織。
- (2) 遵守各項國內外法規與顧客及利害相關者的要求，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 等，各項流程實施有效管理，使其不含有法令與顧客限用的有害物質。
- (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。

4.1.3 節能措施

地球上資源有限，圓剛科技從自身行為做起，透過下列簡單隨手可做的辦公室節能措施，落實於全球子公司，並持續改善以達成節能減碳的目標。

Energy Saving Items	
Air Conditioning (incl. heater)	1 夏季空調溫度設至當地政府規範溫度 Set temperture control for the air conditioning as that the local government requests / suggests in summer.
	2 訂定空調主機開關機時間表 Set the ON / OFF time table for the main air conditioning operation.
	3 假日或晚間少數人加班，只開加班人員區域空調 For evening or holiday overtime-workers, only turn ON air conditioner / conditioning for rooms where workers stay.
	4 辦公室配合電風扇使用，增強冷房效果，避免降低溫度設定而耗能 Use electric fans to enhance air conditioner/conditioning performance, to prevent lowering temperture setting and thus more energy consumption.
	5 會議室使用完，須關閉空調 Turn OFF air conditioning in the meeting room where meeting ends.
	6 下班離開辦公室，須關閉空調 Turn OFF air conditioning when leaving office.
	7 空調設備定期檢查清潔維護 Regularly maintain and clean air conditioner/conditioing equipment.
Water	1 水龍頭水量調整適當.勿過大(針對自有使用區域) Appropriately adjusting water volume of faucets for water saving (in under-control areas).
	2 水龍頭加裝省水頭(針對自有使用區域) Adopting water limiter on faucet for water saving (in under-control areas).
Others	如有其他建議事項，請提供 (Please contribute your suggestions, if any.)



4.2 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2019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99.93%，2019年溫室氣體總排放量為515.9公噸。較2018年530.1公噸降低 5.54%。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
2018	529.7	0.1	0.3	0	0	0	530.1
2019	515.5	0.1	0.3	0	0	0	515.9

年度	範疇一 (直接排放)	範疇二 (間接排放)
2018(排放)	7.7	522.4
2018(比重)	1.44%	98.36%
2019(排放)	8.3	507.6
2019(比重)	1.60%	98.18

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。2019年圓剛科技總直接溫室氣體之排放量為 8.3 噸，佔整體排放量的 1.60%。

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。2019年圓剛科技總能源間接之排放量為507.6噸，佔整體排放量的 98.18%。

4.3 節能管理

公司三溫暖電熱器節能

- 公司三溫暖採計時器設定。
- 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，再以手動加熱至60度。

公司空調節能

- 當室外溫度低於17度或室內溫度低於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，進行空氣直接對流。

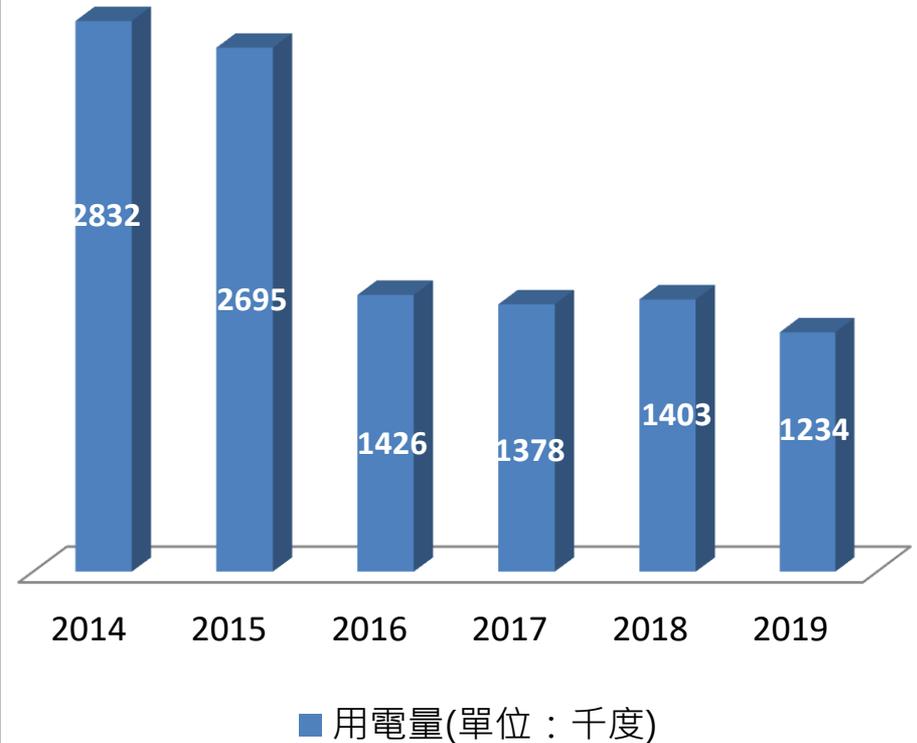
公司電梯節能

- 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。

2014-2019耗電量比較

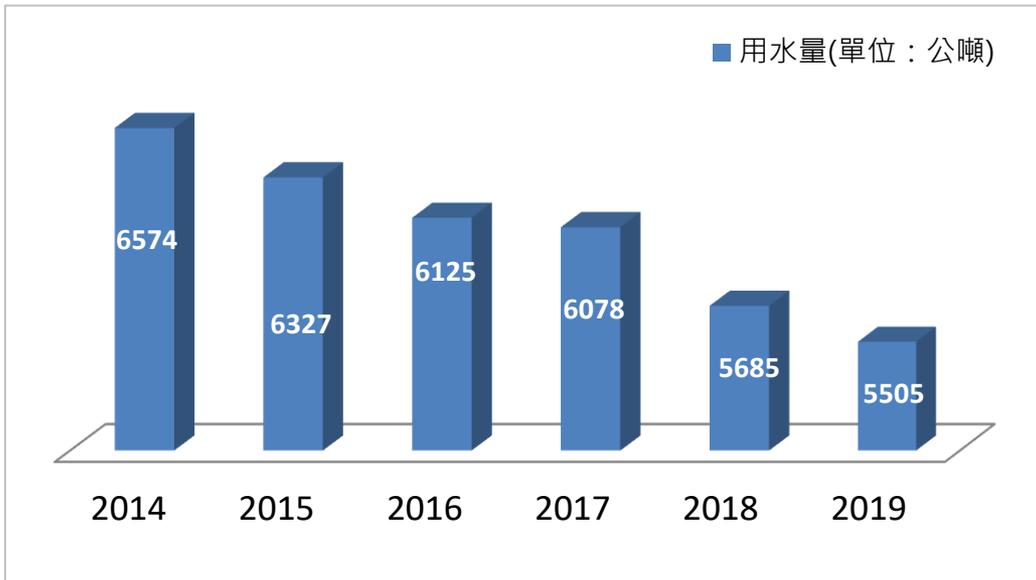


▲ 圓剛科技2019年之總體耗電量為1,234千度，較2018年之總體耗電量1,403千度減少 12%。

4.4 水資源管理

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。2014至2019年期間節水成果如下表：

2014-2019年水資源耗用



▲圓剛科技2019年之總用水量為5505公噸，較2018年減少3.2%之總用水量。



4.4 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。

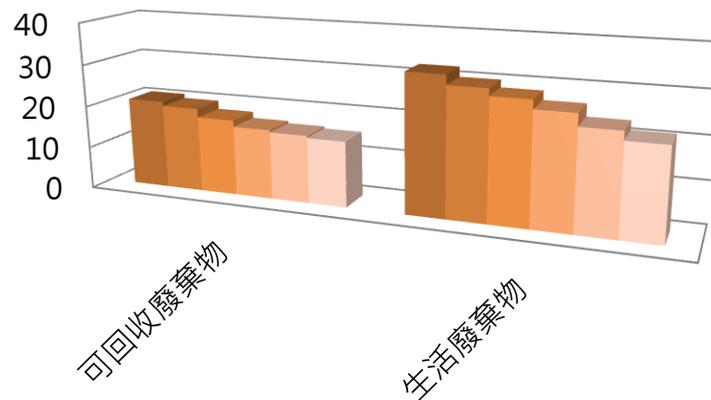
可回收廢棄物處理

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2014-2019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。



單位：公噸

	可回收廢棄物	生活廢棄物
■ 2014	21	32.5
■ 2015	20	30.2
■ 2016	18	28.5
■ 2017	16.5	26.4
■ 2018	16	23.5
■ 2019	15.5	21.4

伍、夥伴關係

員工關係 | 客戶關係 | 供應鏈管理



5.1 員工關係

5.1.1 員工概況

圓剛在「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，營造樂於雙向溝通的環境及優質的報酬為發展目標，期能吸引人才並更貼近員工需求。薪酬方面，不分性別，研發人員薪資政策為P75，另亦有保障年薪的機制，以期留下關鍵人才。

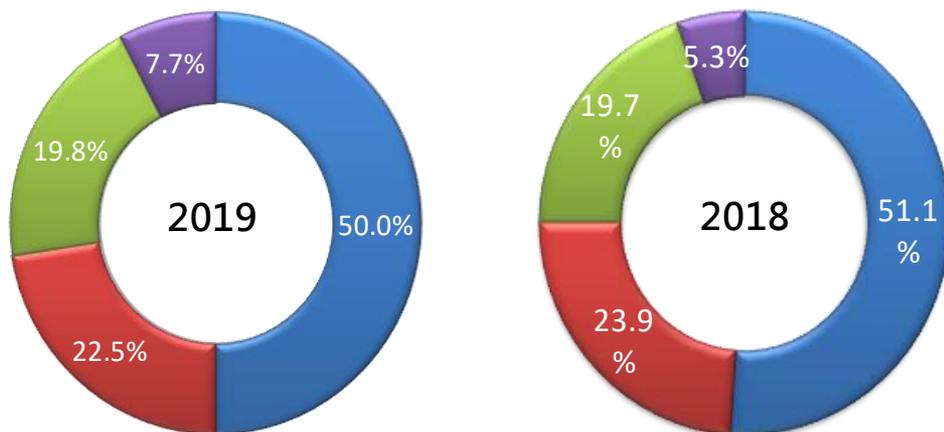
圓剛科技於2008年首度導入職能概念，以企業文化及經營理念為中心，配合與高階主管訪談，訂定並發展屬於圓剛的核心職能、管理職能及功能職能。更於2010起因人力資源系統(Human Resource Information System)的導入，定義各職級之能力，應用於訓練發展、績效考核及晉升甄選等作業。提供極具競爭力之薪資福利及教育訓練機會，讓使當地員工能與公司一起成長，故主要以聘雇當地員工為主。

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。為落實保障員工人權，於新進人員訓練中對員工宣導人權及勞動相關法規課程。2019年間，於政府無任何職災申報。截至2019年底，圓剛科技全球員工人數為227人，其中台灣員工182人、海外45人。員工組成型態如下頁：

基本概況			
	2017年	2018年	2019年
台灣全職員工	175人	188人	182人
台灣部分工時員工	1人	1人	2人
海外全職員工	47人	46人	45人
海外部分工時員工	1人	1人	1人
總計	222人	234人	227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

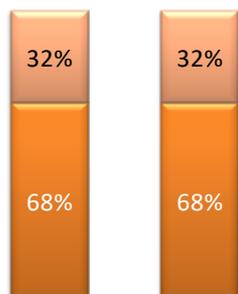
	2018	2019
博士	0.53%	0.55%
碩士	39.89%	36.81%
學士/專科	56.38%	59.34%
高中	2.66%	2.75%
高中以下	0.53%	0.55%

本公司2018年與2019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。

2019年間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，亦無任何職災申報。截至2019年底，圓剛科技總部員工人數為182人(若含海外員工則為 227人)，員工組成型態本頁之各表。

台灣副理級以上員工比例

■ 一般員工 ■ 副理級以上主管

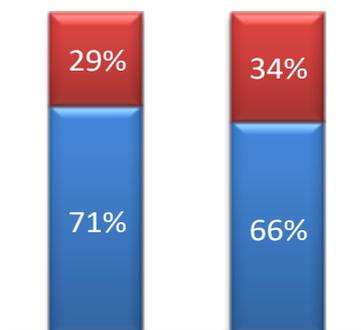


2018 2019

單位：人

台灣員工性別比例

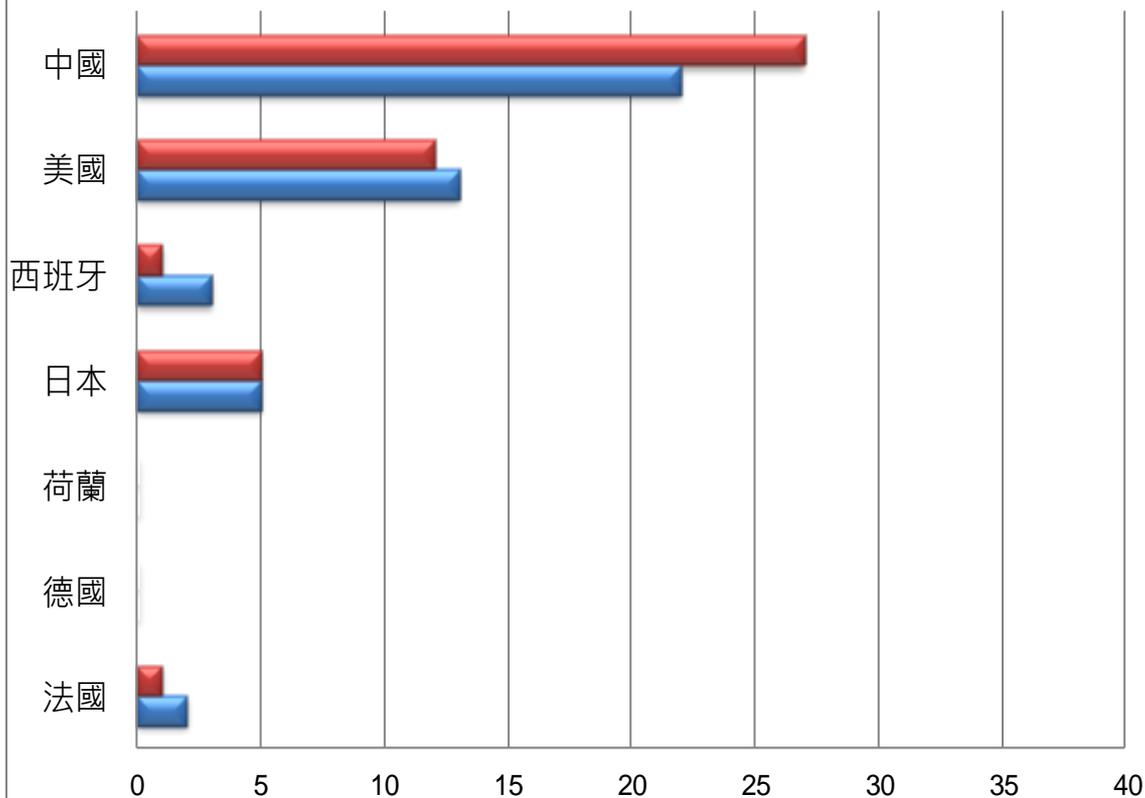
■ 男性 ■ 女性



2018 2019

單位：人

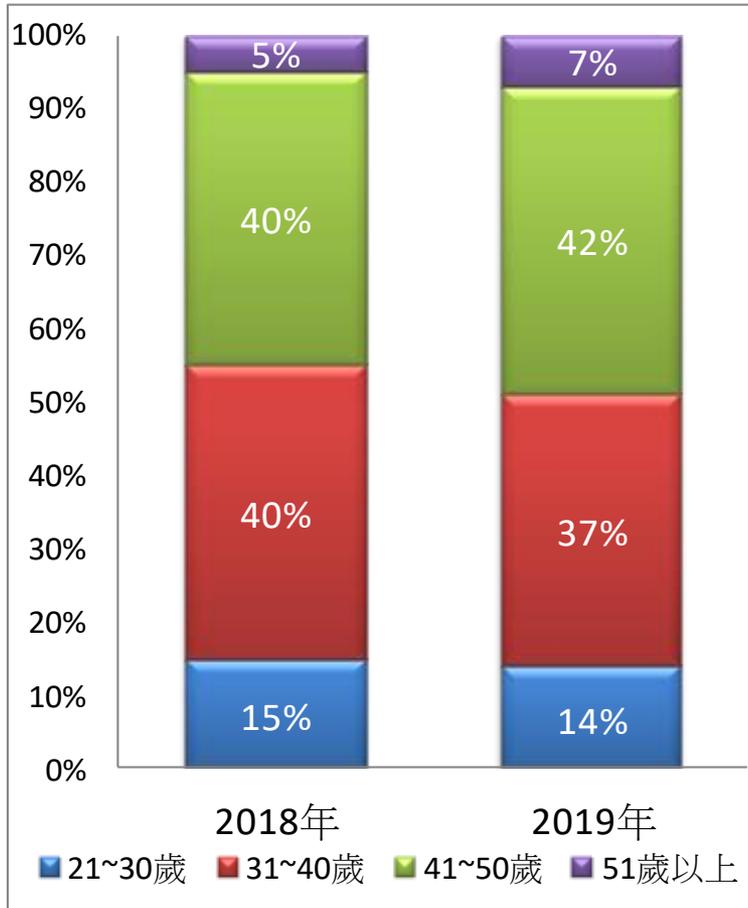
海外同仁人數分布



	法國	德國	荷蘭	日本	西班牙	美國	中國
■ 2018	1	0	0	5	1	12	27
■ 2019	2	0	0	5	3	13	22

單位：人

員工年齡分布比例



離職員工分析

依年齡區分

	2018		2019	
	人數	比例	人數	比例
30歲以下	9	23.70%	8	23.53%
31-50歲	28	73.70%	23	67.65%
51歲以上	1	2.60%	3	8.82%
	38	100.0%	34	100.0%

依性別區分

	2018		2019	
	人數	比例	人數	比例
男	26	68.4%	25	73.5%
女	12	31.6%	9	26.5%
	38	100.0%	34	100.0%

員工訓練概況

	2018			2019		
	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	43	1152	25.2	44	1238	28.1
一般員工	164	1886	11.5	160	1820	11.4
合計	207	3038	14.7	204	3058	15.0

2019年員工總訓練數共3,058小時，平均每人訓練時數為15小時。訓練成功與否並不是在於所參與的人數，初期圓剛科技著重於「量」的成長，培養同仁自主學習後，便開始思考「質」的提升：如何提升課程品質、如何衡量課程效益，都是圓剛科技要持續努力的目標。

5.1.3 整體薪酬

秉持「員工是企業最重要的資產」及「兼顧員工與股東權益」的理念，圓剛提供具競爭力的整體薪酬，以獎勵同仁創造績效及能長期投入工作，並吸引及留任最好的人才。

圓剛的整體薪酬包括月薪、獎金及員工酬勞，係依據同仁的專業知識技能、工作職掌、績效表現與長期投入，結合公司營運目標，來決定其整體薪酬。身為跨國的企業，圓剛在海內外的營業據點也會依據當地政府法令、人才市場狀況設計符合當地的薪資制度，同時依公司整體及子公司營運績效訂定獎酬計畫，以激勵海內外同仁能長期投入工作，與公司共同成長，創造雙贏的局勢。

為維持公司整體薪酬的競爭力，圓剛每年都會參考業界之薪資調查，藉此衡量市場的薪資水準及總體經濟指標，對同仁月薪作出適當的調整；並於考量公司財務、營運績效及未來發展訂定同仁的獎酬計畫，據以訂定實施方案。對於同仁表現給予即時性的獎勵，至於員工酬勞則於次一年度發放，以鼓勵同仁貢獻。遵循《勞動基準法》規範，依勞工退休金條例之規定每月工資提繳工資百分之六至勞保局退休金之個人帳戶。

5.1.4 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。

雙軌晉升制度為使每一位員工都能在個人職務上獲得發展與肯定，圓剛科技兼顧通才與專才之發展，並參酌員工個人特質與專業能力，採取管理職與非管理職雙軌並行的晉升制度，讓員工發揮最大潛能，並從中獲得成就感與自我實現，進而樂在工作。

圓剛科技每年2次由各單位提報晉升名單，人資單位彙整各單位提報之晉升名單後，六職等(含)以上人員晉升需進行180度回饋評估，並經由人員評議委員會審核與投票，以求慎重，讓公司資深員工的晉升能更加公平與合理。



5.1.5 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。致力於員工各項權益的維護及福利制度的執行。為讓員工產生幸福感，透過福委會共同推動各項福利活動及提供各類獎助津貼與社團活動，
- 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，勞資雙方和諧理性的溝通。



(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、員工意見箱
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	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
其他	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



(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2019年共162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 舒活動健康

為了大家的健康與活力，我們鼓勵同仁們要多多外出運動，不論是健走或跑步都很棒，能夠持續30分鐘以上的運動會更好。因此福委會特別舉辦了可以一起健行或一起快走、慢跑5K的團體競速活動，歡迎所有員工、攜家帶眷一起動起來，希望同仁在埋首工作之餘，有這裡運動揮汗、釋放工作壓力。更期望同仁可以因此喜歡運動。本次活動最目的是培養大家要動、要走、要慢跑，持續的運動才是我們舉辦這個活動的重點。因此，提醒沒有跑步的經驗同仁，當天最好是走快一點就好。同時提供一連串運動前的熱身及運動後收操的簡易課程，避免造成不必要的運動傷害。



雙圓健走趣活動

日期: 2019.09.22

地點: 南天母森林小鎮(土城永寧站集合)

參加人數: 90



雙圓一起跑活動

日期: 2019.11.16

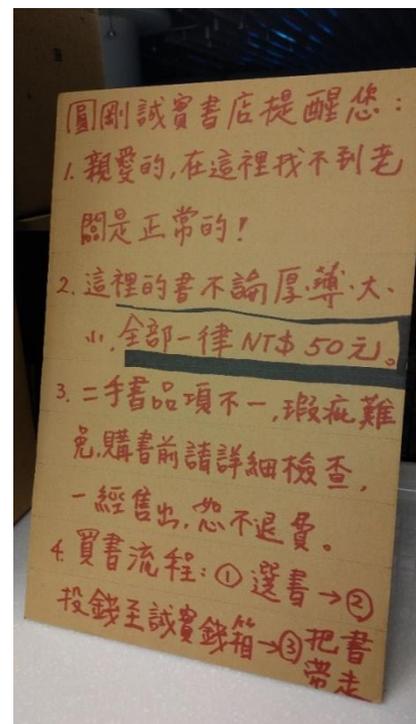
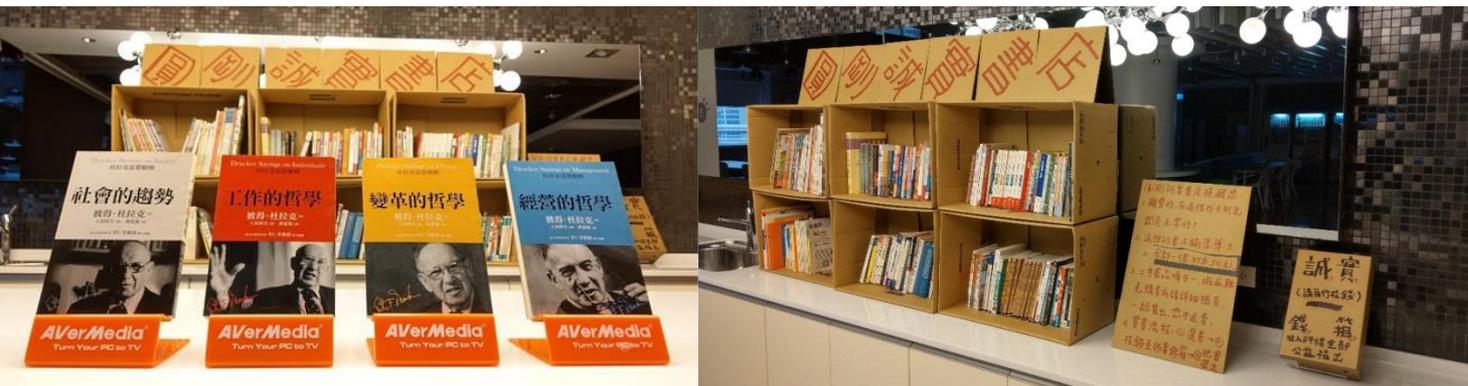
地點: 新北市河濱公園(光復橋~華中橋)

參加人數: 123

③ 圓剛誠實書店

我們是將向同仁募集到之書本，重新整理分成三類-管理類、童書類、其他類，目前上架書籍已有201本。歡迎同仁於公司的休息時間，前去書店自由閱讀外，若對書籍有興趣、想買回家，也歡迎自行投錢購買。以下是書店的注意事項，要提醒大家：

- 在書店找不到老闆是正常的! 千萬不要四處嚷嚷喔!
- 這裡的書，不論厚薄、不管大小，每本售價均為50元(請自備零錢)。
- 若您認為該書的價值認為超過50元，歡迎自行加價、自行投入錢筒，不須報備。
- 書局內備有捐書箱，歡迎同仁持續捐書，為鼓勵大家捐書，每捐兩本書、可換一本(請依誠信原則自行交換)
- 賣書所得將全部作為1919弱勢家庭陪讀計畫專案之捐款，將會公告捐款收據。
- 若您對某本書有興趣，請直接將錢錢自行放入誠實錢箱後，即可將書帶走。
- 雖然公司有很厲害的高畫質網路攝影機(PW313)，但是書店內並沒有用喔~ 因為圓剛人有的是「誠信」!
- 畢竟二手書品項不一，瑕疵難免，購書前請詳細檢查，一經售出，恕不退費。



④ 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2019年的耶誕節，我們依舊募集了250份耶誕禮物，讓這250位弱勢家庭的孩子們也有一個溫暖又溫馨有感的耶誕節。

⑤ 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樂樂聖誕趴活動，讓大家在這個嚴寒的冬天，透過部門組隊練習，以特別的趣味遊戲進行競賽。當天除了有圓剛傳統的交換禮物是以每位圓剛小天使來圓同仁剛才許下的小夢外，還有有趣的活動及精緻的茶點，耶誕節當天所有同仁聚集七樓餐廳，一起用笑臉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。

5.1.6 尊重人權

本公司之人權政策為恪守全球各營運據點所在地法規，依循《國際人權法典》、《國際勞工組織 - 工作基本原則與權利宣言》、《聯合國全球盟約十項原則》等國際公認之人權標準，並採取與《負責任商業聯盟行為準則》一致的行動，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，均有尊嚴地對待及尊重所有員工、契約及臨時人員、實習生等。並按照以下的執行方針，落實圓剛科技之人權政策，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。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。2019年，本公司、營業據點供應商無接獲任何侵犯人權、違反結社自由、集體協商權利或歧視申訴案件。

(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。

(2) 遵循當地勞動法規

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。當公司即將發生重大營運變化時，將影響員工就業權利，以及各項勞務條件的變更，對此我們100%遵守《勞動基準法》及《大量解僱勞工保護法》，在終止勞動契約前進行事前預告。

(1) 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，並由人資單位主動協助復職準備。2019年提出育嬰假同仁共2位，其中1人結束育嬰假後復職，另1人結束育嬰假後未復職。

(2) 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。2019年無接獲任何性騷擾投訴案件。

5.1.7 勞工安全

本公司通過OHSAS 18001:2007職業安全衛生管理系統國際認證，定期稽核維持系統運作有效性，以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。相關執行狀況如下：

(1)安全衛生委員會

本公司設有安全衛生委員會，擬定、規劃、推行及指導各單位實施相關安全衛生事項，制定職業安全衛生工作守則供員工依循。依據作業環境檢測計劃書，每半年進行作業環境測定，針對公司內部機械設備、安全防護裝置及飲水機水質定期進行檢查，並將檢測結果公告。定期舉行一般勞工之新人訓練及在職安全衛生教育訓練。

(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，並每半年進行員工緊急應變演練教育訓練。本公司於2019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

5.2 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。

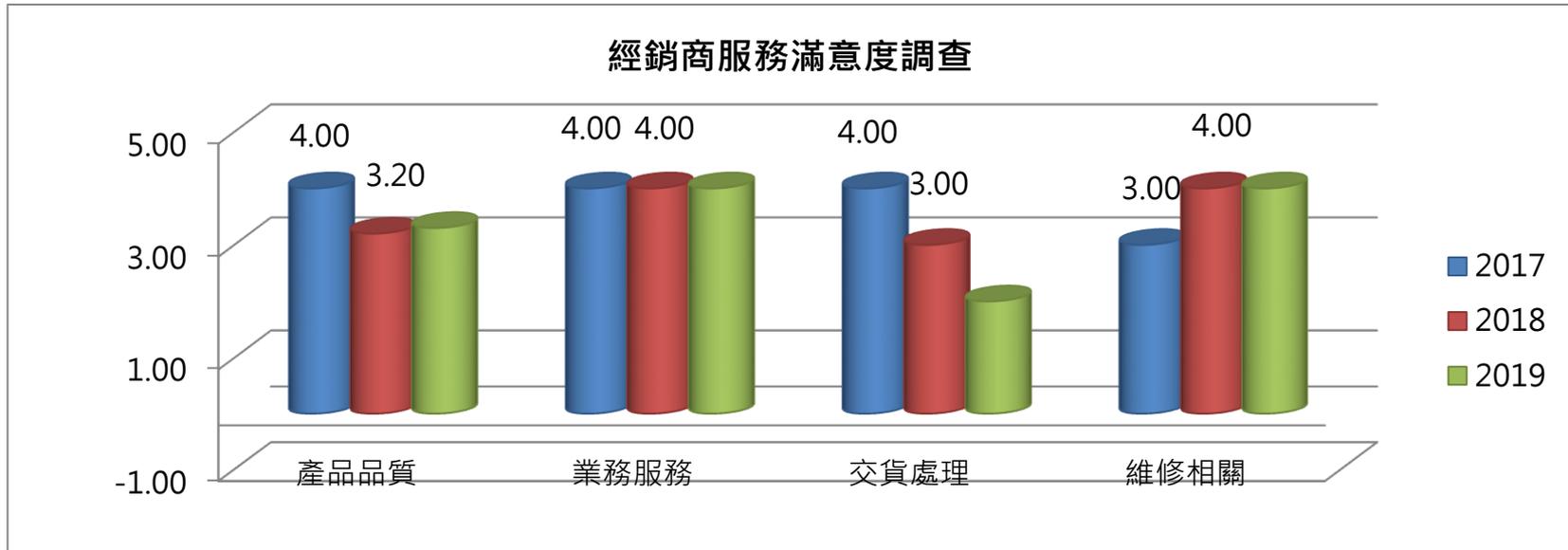
圓剛科技透過下列溝通管道如，**客服專線、客服網路信箱、客戶檢測服務、線上技術支援服務、線上產品教育訓練影片、線上產品知識庫(FAQ)、軟體下載中心、產品保固及維修狀態查詢等服務**，以客戶為中心，在客戶預期成本下，提供滿足客戶需求的產品與服務，以滿足各項客戶服務的需求。

5.2.1 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。



5.2.1.1 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。

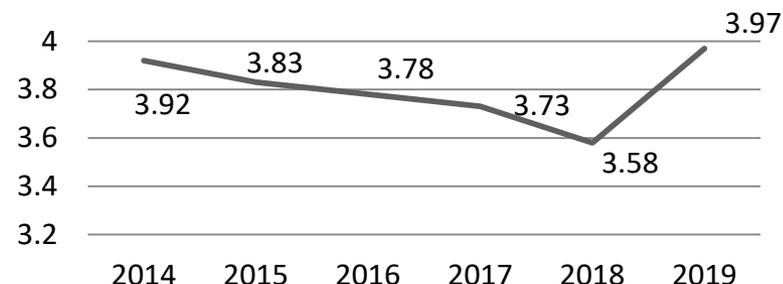
- 經銷商服務滿意度調查中的數據顯示2019年客戶反饋的服務滿意度的交貨部分有下滑的趨勢，甚至已達不滿意的部分，其主因為2019年年初，部分標案之機種在交貨後發現，若未使用該設備超過20分鐘即自動關機，造成使用單位的困擾，並向經銷商認定為產品缺失，雖然快速的找出主因(產品因為符合歐洲能源之星認證，此被設定為出場預設)並已全部換貨方式進行處理後，但仍造成客戶端對於產品品質及交貨處理上的滿意度降低，所幸此問題已順利解決，並於後續的標案中將能源之星的設定的取消，預計2020年的客戶滿意度應會獲得改善。

5.2.1 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2019年客戶滿意度調查結果，較2018年增加了0.4分。經深入探究主因後，發現2018年除人力與產品相容性問題外，新產品規格提高至4K後，其應用難度相對增加，亦是導致回覆時效有所延遲的主因，此問題已在於2019年增補人力及設計自我診斷程式後，已獲得改善。
- 對台灣區消費者親自檢測者亦加入服務滿意度評分問卷。

消費者服務滿意度



5.2.2 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，已制定「內部個人資料保護遵循作業」(TQ-S-JD003)。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。2019年，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。

5.2.3 遵循國內外法令法規

圓剛科技的每一項營運活動，均遵循國內外法令法規。依循 GRI Standard 準則所要求揭露產品、服務銷售相關的法規遵循指標，檢視2019年之成效如下：

- 針對產品銷售過程，產品與服務的提供未因違反相關法律和規定受罰。
- 未發生侵犯顧客隱私權或遺失顧客資料有關的投訴次數。
- 未發生違反有關行銷推廣，包括廣告、推銷及贊助的法規及自願性準則的事件。
- 未發生爭議產品的銷售。
- 未發生違反商品與服務資訊標示的法規及自願性規範之事件。
- 未發生違反有關產品和服務在其生命週期內之健康與安全性衝擊的法規和自願性準則的事件。

5.3 供應鏈管理

圖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。

5.3.1 供應商評估與管理

各原物料供應商的遴選，透過採用「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，再以合約規範、實地評鑑及供應商的財務狀況等量化資料為評核的重點，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。經評核合格的供應商，才能進行採購。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。針對供應鏈管理政策，要求供應夥伴需符合本公司「綠色環保化學物質管制標準(TQ-S-RD012)」的規定，並定期對其進行有害物質(HSF, Hazardous Substance Free)考核。另外，明訂反賄賂條款，嚴禁利益輸送，以建立透明正當之交易環境。在與供應商簽訂之買賣條約中明訂賄賂禁止條款，要求供應商不得與圖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以利攀結等情事。

此外，本公司於員工行為準則中亦明訂「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。



▲ 供應鏈模型

5.3.2 綠色供應鏈

圓剛科技對於供應商的環境管理，除將環保原則嚴格納入供應商管理機制外，更參考電子行業行為準則，擴大號召供應商共同重視與推動企業社會責任，例如衝突礦產規範，圓剛科技承諾不使用衝突礦產，且要求供應商提供之零部件不得含有來源來自於非透過無政府軍團或非法集團，由剛果民主共和國衝突區域之礦區開採或循非法走私途徑取得衝突金屬之產品。目前圓剛科技要求供應商建立綠色供應鏈，以及要求其遵循『綠色產品採購規範』，目前配合之供應商皆有簽署並提供RoHS測試實驗室檢測報告、綠色產品承諾書、無鉛無毒零件調查表、環境危害物質調查表、安全資料表(SDS)、材質證明、可靠度測試表及衝突礦產聲明等相關資料，透過零件承認系統及定期供應商評鑑管理作業，提升供應商永續的觀念，以確認供應商具有綠色產品提供之能力。

5.3.3 採購政策

導入新供應商依據產業別的不同，評鑑品質、設備、產能、服務、環境等控管機制，供應商提供之服務與產品，達到互惠互惠夥伴關係。對於全體供應商評選指標管理，已包含IECQ QC08000、ISO14000、OHSAS18000 及 EICC 內供應商在地化等企業社會責任等相關指標。要求供應商須維護基本人權、遵守勞動規範。此外圓剛科技針對整體供貨狀況進行風險評估，以適當比例採購不同地區的供應商來分散物料風險，並針對常用物料做策略性備料，以防止斷料風險。同時也與供應商建立策略合作關係，定期檢討產品與服務狀況，以確保原物料的供貨品質及穩定度。2019年當地採購之比例約70%，未來也會繼續加強與既有供應商的合作關係，並持續尋找更有競爭力之新供應商，對於原物料的來源、品質與價格提供更多的保障與選擇。



▲綠色供應鏈管理系統建置模式

陸、回饋社會

關懷社區| 關懷弱勢| 志工服務| 企業志工服務

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，每位圓剛人每人每年至少花半天實際參與志工活動回饋社會，鼓勵員工能用自己珍貴的時間服務社會，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。

以下為2019年圓剛回饋社會之實際做法：

6.1 關懷社區: 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，2018年11/16邀請所有同仁們一起花半天時間來回饋我們的社區，清掃新北市河濱公園的環境。

今年的活動與子公司圓展科技聯合舉行，大多數的同仁都到場共襄盛舉，回饋社會。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，當天圓剛員工及眷屬共123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。



6.2 關懷弱勢: 弱勢家庭兒童鞋盒傳愛聖誕禮物募集

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，我們都會向同仁以募款的方式，請大家以認捐禮物份數或捐款金額，然後再將大家認捐的金額去選購全新的生活實用品、文具、玩具。接著我們再將把大家的愛心放入包裝圓剛產品的彩盒(以反面白盒方式)再用包裝紙，包裝成精緻的禮盒，轉送至弱勢家庭兒童的手上，2019年我們持續募得 250份耶誕禮物，並安排志工同仁親送至10個1919陪讀班，讓弱勢家庭孩童們在耶誕節前夕，都拿到一份令他們開心的耶誕禮物。(合作單位: 中華基督教救助協會)



6.3 志工服務: 食物銀行分裝包米志工

我們得知中華基督教救助協會今年有好心人捐贈白米，主動連繫後，中華基督教救助協會非常歡迎圓剛的志工一起來協助將這些捐贈的白米分裝成3公斤的小包裝，以便於將其分配到食物包中，再分送到有需要幫助的弱勢家庭，這一天我們以實際的行動來為弱勢家庭帶來一點暖意。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。十餘年來，長期擔任支持協會，不只是志工活動上非常重要的夥伴，更是企業落實企業社會責任的最佳表率。」



食物銀行- 食物包募集

於六月份在公司內舉行的1919食物銀行300元救助套餐及1000元食物包的募集活動。救助套餐與食物包內容物:內容物:每份食物包市價約2500元，主要內容為「基本民生需品」如米、麵條、奶粉、麥片、罐頭、沙拉油、醬油、牙刷、牙膏、洗衣...等最後，本次募集所得共 80,700元的現金，全部提供協會為許多弱勢家庭爭取到更多的救助套餐與食物包!

6.3 志工活動- LET'S RUN 空英1919陪讀路跑志工

每年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「2019 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十年，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40位企業志工，協助當天活動之服務，貢獻一己之力，讓活動更圓滿。



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團購，以支持點亮新竹後山星子計畫，但是2019年發生15年來第一次因氣候異常，尖石鄉水蜜桃的桃樹只開花不結果，沒能結果就無法團購。因此轉向同仁們以募款方式支持點亮新竹後山星子計畫。最後共募得6萬元，繼續贊助50位國高中生的課後輔導經費，愛心不因沒有水蜜桃而中止。



2017阿朗水蜜桃季—隆重登場

阿朗水蜜桃產地直購開始囉!
水蜜桃最佳時機、選購指南、豐收季節給您超上天的眷顧、近年氣候異常、農產產出心力照顧期待豐收、但今年果粒數卻較去年削減一半、地產優質熟甜水蜜桃能撫慰農的心、也能滋養愛桃人、您的共襄盛舉、將直接支持25-30戶果農



6.4 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。



GRI準則指標內容對照表

GRI準則類別/主題	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼	註解
一般揭露 - 組織概況	102-01	組織名稱	2.1.2 基本資料與組織架構	16	
	102-02	活動、品牌、產品與服務	2.3 品牌、產品與服務	19	
	102-03	總部位置	2.1 公司簡介	15	
	102-04	營運活動地點	2.7 全球營運據點	14	
	102-05	所有權與法律形式	2.1 公司簡介	15	
	102-06	提供服務的市場	2.1.2 基本資料與組織架構	16	
	102-07	組織規模	2.1.2 基本資料與組織架構	16	
	102-08	員工與其他工作者的資訊	5.1.1 員工概況	36	
	102-09	供應鏈	5.3 供應鏈管理	55	
	102-10	組織與其供應鏈的重大改變	2.1 公司簡介	10	無變化
			6.1 供應鏈管理	55	
	102-11	預警原則或方針	3.4 風險管理	25	
	102-12	外部倡議	1.6 回應聯合國永續發展目標	13	
102-13	公協會的會員資格	1.3.2 利害關係人之溝通做法(2)	11		
一般揭露 - 策略	102-14	決策者的聲明	董事長的話	2	
	102-15	關鍵衝擊、風險及機會	3.3.4 風險議題與因應方式	26	
一般揭露 - 倫理與誠信	102-16	價值、原則、標準及行為規範	3.3 誠信經營與風險管理	21	
	102-17	關於倫理之建議與顧慮的機制	1.4 利害關係人	3	
			3.3 誠信經營	21	
一般揭露 - 公司治理	102-18	治理結構	3.1 公司治理架構	21	
	102-19	委任權責	3.1.1 公司治理組織	21	
	102-20	管理階層負責經濟、環境和社會主題	壹、企業社會責任之推動	2	
	102-22	最高治理單位與其委員會的組成	3.2. 董事會與股東結構	22	
	102-23	最高治理單位的主席	3.2. 董事會與股東結構	22	
	102-24	最高治理單位的提名與遴選	3.2. 董事會與股東結構	22	

GRI準則指標內容對照表

GRI準則類別/主題	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼	註解
一般揭露- 公司治理	102-25	利益衝突	3.3.2 公司履行誠信經營的措施	24	
	102-26	最高治理單位在設立宗旨、價值觀及策略的角色	壹. 業社會責任的推動	6	
	102-27	最高治理單位的群體智識	3.2.1 董事會成員	22	
	102-28	最高治理單位的績效評估	3.2.3 薪酬委員會	22	
	102-31	經濟、環境和社會主題的檢視	2019 圓剛永續成效 1.3企業社會責任組織	3 9	
	102-36	薪酬決定的流程	3.2.3 薪酬委員會	22	
一般揭露-利害關係人溝通	102-40	利害關係人團體	1.3 利害關係人之鑑別與溝通做法	9	
	102-41	團體協約			無工會
	102-42	鑑別與選擇利害關係人	1.3 利害關係人之鑑別與溝通做法	9	
	102-43	與利害關係人溝通的方針	1.3.1 利害關係人之溝通做法	10	
	102-44	提出之關鍵主題與關注事項	1.4 企業社會責任重大性議題分析	12	
一般揭露-報導實務	102-45	合併財務報表中所包含的實體	2.1.1公司簡介	15	
	102-46	界定報告書內容與主題邊界	1.4 企業社會責任重大性議題分析	12	
	102-47	重大主題表列	1.4 企業社會責任重大性議題分析	12	
	102-48	資訊重編			本次無勘誤
	102-49	報導改變	1.4 企業社會責任重大性議題分析	12	
	102-50	報導期間	關於報告書	5	
	102-51	上一次報告書的日期	關於報告書	5	
	102-52	報導週期	關於報告書	5	
	102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於報告書	5	
	102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於報告書	5	
	102-55	GRI 內容索引	GRI準則指標內容對照表	63	
	102-56	外部保證 / 確信	關於報告書	5	未取得外部 第三方單位 認證

GRI準則指標內容對照表

GRI準則類別/主題	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼	註解
特定主題準則：200 系列 (經濟的主題)					
經濟績效主題揭露	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	2.1.1 公司簡介	15	
	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	3.3.4 風險議題與因應方式	26	
	201-3	定義福利計劃義務与其它退休計畫	5.1.5 員工關係經營	43	
市場地位主題揭露	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	5.1 員工關係	36	
	202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	5.1.3 整體薪酬	41	
採購實務主題揭露	204-1	來自當地供應商的採購支出比例	5.3.3 採購政策	56	
反貪腐主題揭露	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	5.3.1 供應商評估與管理	55	
	205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	5.3.1 供應商評估與管理	55	本公司員工尚無違反不誠信行為情事。
反競爭行為主題揭露	206-1	涉及反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	1.2 企業社會責任承諾與組織	8	本公司員工尚無違反競爭行為情事。
特定主題準則：300 系列 (環境的主題)					
能源主題揭露	302-1	組織內部的能源消耗量	4.3 節能管理	32	
	302-3	能源密集度	4.3 節能管理	32	
	302-4	減少能源消耗	4.1 綠色品質與承諾	28	
水主題揭露	303-1	依來源劃分的取水量	4.4水資源管理	33	
	303-2	因取水而受顯著影響的水源	4.4水資源管理	33	
	303-3	回收及再利用的水	4.4水資源管理	33	

GRI準則指標內容對照表

GRI準則類別/主題	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼	註解
特定主題準則：300 系列 (環境的主題)					
排放主題揭露	305-1	直接 (範疇一) 溫室氣體排放	4.2 溫室氣體盤查	31	
	305-2	間接 (範疇二) 溫室氣體排放 溫室氣體排放減量	4.2 溫室氣體盤查	31	
	305-4	溫室氣體排放密集度	4.2 溫室氣體盤查	31	
	305-2	溫室氣體排放減量	4.2 溫室氣體盤查	31	
特定主題準則：400 系列 (社會的主題)					
有關環境保護的法規 遵循管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	1.4 企業社會責任之重大性議題 分析	12	
	103-2	管理方針及其要素	4.1.2 圓剛品質與環境管理方針	29	
			4.1.2 圓剛品質與環境管理方針	29	
	103-3	管理方針的評估	4.1.2 圓剛品質與環境管理方針	29	
		4.1.2 圓剛品質與環境管理方針	29		
有關環境保護的法規 遵循主題揭露	307-1	違反環保法規			2019年無違反 環境法規
供應商環境評估主題 揭露	308-1	採用環境標準篩選新供應商	5.3.1 供應商評估與管理	55	
	308-2	供應鏈對環境的負面衝擊，以及所 採取的行動	5.3.2 綠色供應鏈	56	
勞雇關係主題揭露 2016	401-1	新進員工和離職員工	5.1.1 員工概況	36	
	402-2	提供給全職員工 (不包含臨時或兼 職員工) 的福利	5.1.5 員工關係經營	43	
	403-3	育嬰假	5.1.6 尊重人權	50	
勞/資關係管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	1.4 企業社會責任之重大性議題 分析	12	
	103-2	管理方針及其要素	5.1.5 員工關係經營	25	
勞/資關係主題揭露 2016	402-1	關於營運變化的最短預告期	5.1.6 尊重人權	50	

GRI準則指標內容對照表

GRI準則類別/主題	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼	註解
特定主題準則：400 系列 (社會的主題)					
職業安全衛生主題揭露 2016	403-1	由勞資共同組成正式的安全衛生委員會中的工作者代表	5.1.7 勞工安全	51	
	403-2	傷害類別，傷害、職業病、損工日數、缺勤等比率，以及 因公死亡件數	5.1.7 勞工安全	51	
	403-3	與其職業有關之疾病高發生率與高風險的工作者			無
	403-4	工會正式協定中納入健康與安全相關議題			無工會
訓練與教育管理方針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	1.4 重大性議題、邊界與回應	12	
	103-2	管理方針及其要素	5.1.2 員工訓練	40	
	103-3	管理方針的評估	5.1.2 員工訓練	40	
訓練與教育主題揭露 2016	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	5.1.2 員工訓練	40	
	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	5.1.2 員工訓練	40	
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	5.1.2 員工訓練	40	
員工多元化與平等機會 主題揭露 2016	405-1	治理單位與員工的多元化	5.1.6 尊重人權		
	405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	5.1.1 員工概況	36	
不歧視主題揭露 2016	406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	4.2 尊重人權	25	無發生歧視事件
結社自由與團體協商 主題揭露 2016	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	5.1.6 尊重人權	50	
童工主題揭露 2016	408-1	營運據點和供應商使用童工之重大風險	5.1.6 尊重人權	50	
強迫或強制勞動主題揭露 2016	409-1	具強迫與強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	5.1.6 尊重人權	50	
原住民權利主題揭露 2016	411-1	涉及侵害原住民權利的事件			無侵害原住民權利的事件

GRI準則指標內容對照表

GRI準則類別/主題	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼	註解
特定主題準則：400 系列 (社會的主題)					
人權評估主題揭露 2016	412-2	人權政策或程序的員工訓練	5.1.1員工概況	36	
當地社區主題揭露 2016	413-1	經當地社區溝通、衝擊評估和發展計畫的營運活動	陸.回饋社會	57	
	413-2	對當地社區具有顯著實際或潛在負面衝擊的營運活動			無
供應商社會評估主題 揭露 2016	414-1	新供應商使用社會準則篩選	5.3.1 供應商評估與管理	55	
	414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	5.3.2 綠色供應鏈	56	
顧客健康與安全主題 揭露 2016	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	5.2.3 遵循國內外法令法規	54	
行銷與標示主題揭露 2016	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示法規的事件	5.2.3 遵循國內外法令法規	54	
	417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	5.2.3 遵循國內外法令法規	54	
客戶隱私主題揭露 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	5.2.3 遵循國內外法令法規	54	
社會經濟法規管理方 針 2016	103-1	解釋重大主題及其邊界	1.4重大性議題、邊界與回應	12	
	103-2	管理方針及其要素	叁. 公司治理	20	
	103-3	管理方針的評估	叁. 公司治理	20	
GRI 419 社會經濟法 規遵循 主題揭露 2016	419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定	3.3誠信經營與風險管理 5.1.6 尊重人權	24 50	