

gamania 橘子集團

2023
ESG 永續報告書





閱讀指引



2023 年橘子根據 GRI 2021 版本重新詮釋了集團永續報告書，與內外部利害關係人共同梳理重大主題，並以集團永續策略藍圖架構監管與追蹤 ESG 相關資訊，以示橘子集團邁入企業永續的決心。您可針對欲深入了解之議題優先閱讀相應之章節，各章節皆有完整之管理方針、年度績效、目標等資訊說明。橘子永續報告書亦提供橘子官網、YouTube 頻道、年報等管道增添互動性，歡迎掃描 QR Code 或點選超連結了解更多資訊。

CH1 轉動永續經營

橘子的營運概況、文化、永續治理機制、永續策略藍圖等

CH2 轉動數位責任

橘子持續提供創新多元之產品與服務，並守護安全數位環境

CH3 轉動環境友善

橘子關注之氣候及環境議題，並支持環境共生行動

CH4 轉動正向價值

橘子打造友善職場，並帶動良善包容的社會風氣

關於本報告書

集團執行長暨永續發展委員會主席的話

2023 榮耀與肯定

01 | 轉動永續經營

1.1 關於橘子	09
1.1.1 營運概況	09
1.1.2 財務績效	12
1.1.3 橘子文化	14
1.2 公司治理	16
1.2.1 治理組織與架構	16
1.2.2 誠信經營	21
1.2.3 風險管理	23
1.2.4 外部組織參與	26
1.3 永續經營	28
1.3.1 實踐永續治理	28
1.3.2 重大主題分析	30
1.3.3 利害關係人議合	36

02 | 轉動數位責任

2.1 創新管理	39
2.1.1 創新投入與研發	39
2.2 資訊安全	42
2.2.1 資安管理	42
2.2.2 守護網路安全	47
2.3 客戶權益保障	51
2.3.1 服務與溝通	51
2.3.2 隱私保護	52
2.3.3 客戶滿意度	54

03 | 轉動環境友善

3.1 環境管理	56
3.1.1 氣候變遷因應	56
3.1.2 環境暨能資源管理	64
3.1.3 污染防治與廢棄物管理	67
3.2 環境共生	69
3.2.1 永續採購	69
3.2.2 環境共生行動	71

04 | 轉動正向價值

4.1 橘子家庭	77
4.1.1 人力結構	77
4.1.2 人才招募與留任	79
4.1.3 人才發展	81
4.1.4 薪酬與福利	84
4.1.5 友善職場	87
4.1.6 健康職場	92
4.2 社會共好	97
4.2.1 橘子關懷基金會	97
4.2.2 社區共好	99
4.2.3 支持國內文化產業	101

05 | 附錄

GRI 索引表	103
TCFD 索引表	106
SASB 索引表	107
氣候相關資訊	108
獨立有限確信報告	109
溫室氣體查驗聲明書	109





關於本報告書

GRI 2-1~2-5

歡迎閱讀遊戲橘子數位科技股份有限公司及各事業群（橘子集團，以下簡稱橘子）發行的 ESG 永續報告書，橘子長期關注並履行企業社會責任，期待自主接軌國際永續發展趨勢，透過報告書與利害關係人溝通。

報告期間與週期

本報告書資訊揭露期間為 2023 年度（2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日），內容涵蓋橘子在經濟、環境、社會等面向的具體作為和績效數據。部分數據將追溯至 2020 年之資訊。橘子自 2018 年開始發行企業永續報告書，本報告書為橘子發行的第六本報告書，發行時間為 2024 年 8 月，未來將以年度為單位持續發行，下期報告書預計發行時間為 2025 年 8 月。報告書可於橘子集團 ESG 專區進行下載。

報告邊界與範疇

本報告書邊界考量財務重大性及產業關聯性，涵蓋遊戲橘子數位科技股份有限公司本身，及本報告書 CH1 所列子公司（詳見 P10-11），以在台營運據點為主，營收加總涵蓋合併總營收達 85%。經營績效之財務數據係採自經會計師查核後之遊戲橘子母子公司合併財務報告，合併財務報告所含個體、關係企業及遊戲橘子轉投資公司請詳 2023 年年報，所有金額均以新台幣為單位。溫室氣體數據依 ISO 14064-1:2018 盤點全集團範圍，包含能源、用水等環境指標數據取自盤查過程蒐集之全集團資料，而其餘環境數據係採橘子之企業總部大樓（台北市內湖區瑞湖街 111 號）所發生之相關數據。報告書揭露的數據來自於自行統計與調查，並以大眾常用的數值描述呈現，且本年度無資訊重編之情形。

聯絡資訊

對於本報告書有任何的建議與諮詢，歡迎您與我們聯絡：
遊戲橘子數位科技股份有限公司 ESG 永續規劃室

- Mail : ESG@gamania.com
- 電話 : 02-26588866 #1437



Gamania 橘子集團
ESG 官網

報告書編撰原則

本報告書依循櫃買中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」要求，內容與架構依循全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 於 2021 年發布之永續性報導準則 (GRI Standards) 撰寫。同時揭露內容也對應「上市上櫃公司永續發展實務守則」、「氣候變遷相關財務揭露 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD)」、「聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs) 及永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standard Board, SASB) 之軟體與資訊科技服務 (Software & IT Services) 產業永續指標。

報告書確信

報告書內容經由董事會通過後，委託安侯建業聯合會計師事務所 (KPMG) 依據中華民國會計研究發展基金會確信準則公報第 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行有限確信。經確信後，本報告書所揭露之內容符合 GRI 及相關永續報導準則，並經 KPMG 出具獨立有限確信報告。有關 ISO 14064 及 27001 系列相關國際標準產出之數據，皆經第三方合格驗證單位通過。





集團執行長暨永續發展委員會主席的話



隨著全球疫情趨緩且大環境各式挑戰日新月異，橘子集團從未停下腳步，透過多面向經營戰略，仍在變動的市場環境中穩健前行，2023 年度合併營收為台幣 97.9 億元，營業利益為新台幣 6.4 億元。我們不僅在科技應用上追求創新突破，更長期支持漫畫、小說、圖文及音樂等跨領域的原創內容，推動產業生態系正向循環。除了業務方面的關注，橘子也深知永續發展對企業經營的重要性，所以在 2022 年就正式定下了橘子集團四大永續策略方針：「轉動永續經營」、「轉動數位責任」、「轉動環境友善」及「轉動正向價值」，並以與核心業務高關聯性之 7 項聯合國永續發展目標（UN SDGs），制定逐步落實的可評估指標。我們很开心地和大家分享，2023 年橘子達成了很不錯的成績：

- 成立風險管理委員會，有效監督公司營運情形，並制定集團廣告倫理政策，保障所有玩家和用戶權益；同時，經國際永續評比機構獲評為國內互動媒體娛樂產業同業第一名的企業
- 透過通路管理並與公部門密切配合打詐，減少近 9 成點數詐騙案件的發生，且未發生重大網路攻擊事件或隱私洩露事件
- 積極落實環保作為，每人年均用電、用水及垃圾量均較去年顯著減少；員工餐廳「普橘島」更榮獲綠食企業殊榮與環境部環保餐廳認證
- 持續支持偏鄉地區與基層體育活動發展，並竭力推動年輕人的冒險教育，舉辦「橘子岸到頂超級馬拉松」，成功取得國際超馬賽道認證

轉動永續經營

橘子堅信完善的公司治理，是業務發展的基石，能提供客戶高品質的產品及服務；因此，集團於 2023 年度成立風險管理委員會，在企業管理的各項環節與經營過程中辨識潛在的風險型態，確保永續經營成效。橘子已連續 4 年在公司治理評鑑位居上櫃公司 6%-20% 的前段班，並榮獲國際永續評比機構 S&P Global 評定為國內互動媒體娛樂產業 (IMS) 同業第一名。

「樂業安居」是我們對員工的承諾，我們致力打造能安心兼顧工作與生活的友善環境，不斷開展各項福利措施。員工餐廳「普橘島」積極實踐永續餐飲行動，獲得第三屆綠色餐飲指南「企業綠食先行獎」肯定，並取得環境部「環保餐廳」認證。

轉動數位責任

橘子致力打造讓玩家和用戶安全且優質的數位服務體驗，與大眾消費者站在同一陣線，為保障所有用戶的權益，我們於同業中率先制定廣告業務相關規範，更透過通路管理並與公部門密切配合執行「全方位」打詐，截至年底，已顯著減少近 9 成的詐騙案件發生，善盡產業自律與社會責任。同時，橘子在 2023 年沒有發生重大網路攻擊事件或隱私洩露事件，修訂 13 項資安規範，並獲得 86 件台灣地區核准與公開的專利。



轉動環境友善

2023 年，橘子的業務量擴增與員工人數增加，仍積極投入節能減碳措施，我們進行了總部硬體重整，將老舊燈管汰換為 LED 感應系統，本年度人均用電量相較 2022 年下降 17%；此外，更首度引進可將空氣中的濕氣轉成飲用水的大氣飲水機，並提倡員工節約用水，人均用水量相較去年下降 5.34 度；同時持續內部宣導環保減塑作為，人均產生垃圾年減 11.71 公斤。橘子不僅提前國內法令規範，並領先同業導入氣候變遷財務相關揭露 (TCFD) 方法學，自主性盤點潛在氣候風險與機會，集團減碳承諾也獲得天下永續會認證，為全臺符合 "《巴黎協議》於升溫目標不超過 1.5°C" 的 220 家表現卓越企業之一，獲得不分產業第 14 名、服務業軟體類第 1 名之肯定。

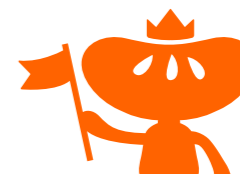
轉動正向價值

橘子集團是擁有「挑戰」DNA 的企業，除行動支持基層棒球，每年舉辦至少三次捐血活動，連續七年參與「內科千人捐血活動」，2023 年參與人數達 197 人共募集 293 袋血；我們也與偏鄉、在地社區和企業攜手合作，將正向影響力傳遞到社會各個不同角落。另外，橘子關懷基金會持續推動年輕人的冒險教育，除繼續支持大夢計畫，2023 年更擴展冒險文化的倡議維度：支持成立花蓮第一支 U12 社區型俱樂部籃球隊「花蓮橘子猿」，並啟動「橘子岸到頂超級馬拉松」計畫，以比照國際規格打造的賽道及極具挑戰性的賽事，讓台灣豐富的文化底蘊與獨特地景生態被更多人看見。

橘子的使命是為所有玩家和用戶建構充滿樂趣的數位生活，未來集團將以高科技和國際化為發展目標，聚焦於擴大 AI 科技應用領域，提供更加全球化的網路科技服務。同時，也將秉持以「Dare to Challenge」的積極態度和勇於突破的冒險精神，迎接每一個變化和挑戰，為市場帶來正向的影響力，用行動打造永續的企業品牌。



2023 榮耀與肯定



公司治理

- 第十屆公司治理評鑑 **6~20%**
- S&P Global ESG 評鑑
國內互動媒體娛樂產業 (IMS) 同業 **第一名**
- 富時羅素 (FTSE Russell) ESG 評鑑 **獲 2.9 分**
- Sustainalytics **16.9 (Low Risk)**
- Game Star 2023 遊戲之星 **佳作**
- Common Criteria EAL2 **國際資安認證**
- ISO 27001.27017.27018**
- PCI-DSS (支付卡產業資料安全標準)
- 原創 IP 風雲榜 **Top IP 獎 《食屍鬼》**
- 原創 IP 風雲榜 **動畫潛力獎 《食屍鬼》**
- 原創 IP 風雲榜 **人氣 IP 獎 《叛逆玩家》**
- LINE Display **鑽石級認證經銷商**
- LINE OA **銀級認證經銷商**



環境友善

- GD 綠裝修認證**
- 2023 Buying Power **社創採購獎 參獎**
- 第三屆 **企業綠食先行獎**
- 行政院環境部 **「環保餐廳」認證**



社會共榮

- 教育部體育署 **運動企業認證**
- 銀響力新聞獎**
- iF Design**



CHAPTER 1



CH1. 轉動永續經營

1.1 關於橘子.....	09
1.2 公司治理.....	16
1.3 永續經營.....	28

1.1 關於橘子

1.1.1 營運概況 GRI 2-6

橘子簡介

1995 年成立，1999 年更名為遊戲橘子，自 2014 年起，事業布局大幅擴張，以遊戲為核心，跨足遊戲、電子商務、支付、媒體、行動平台、數位商務解決方案等服務。橘子不斷挑戰新的商業模式，積極串聯、多角化拓展關聯性服務，橘子集團持續朝向全生態網絡企業邁進，提供消費者全面的服務，並將台灣創意帶往全世界。未來除深耕旗下各事業，營運重點將以 beanfun! 行動生活平台為主軸，將投入資源發展自有 IP，透過各事業群互聯整合，全面深入生活運用，翻轉使用經驗，創新集團能量，發揮集團綜效，建構全生態網路企業，奠定永續成長動能。







年報 QR Code

橘子小檔案



橘子集團服務項目

類別	業務主體	企業簡介與營運亮點
遊戲		遊戲橘子持續與國際知名遊戲大廠合作，推出萬眾期待之遊戲，透過堅強的在地文化營運實力，準確掌握玩家需求，提升玩家的忠誠度與黏著度，不僅成功引領遊戲作品締造傳奇，亦打造產品最佳續航力，並自行開發新遊戲，以增進獨特的娛樂體驗。集團旗下遊戲營運包括《新楓之谷》、《天堂 Remastered》、《艾爾之光》、《新瑪奇》、《絕對武力》、《新龍之谷》等線上遊戲及手機遊戲如《天堂 M》、《召喚圖板》、《彈射世界》等多款遊戲產品。
電子商務		串聯社交購物平台的全方位後勤支援，提供電子商務所需之品牌營銷、數據管理、客戶管理、倉儲物流等工作，涵蓋多元領域的合作對象。曾蟬聯天貓五星級評價肯定，成為台資企業第一家和唯一連續獲獎的企業。
		首家聚焦以 Anime、Comics、Games and Novels (ACGN) 商品為核心，致力於打造一個娛樂電商平台；透過遊戲化、社群化的方式升級購物樂趣，運用 AI 數據運提升商家夥伴經營成效，讓買賣更便利，購物更有趣。有閑協助商店家及個人開店，提供更多零售業者數位化轉型優惠方案，開拓線上線下運營整合商機。以全台首創之線上盲盒銷售模式，帶給用戶不同的購物樂趣，更提供商家多元的商品清銷方案。2023 年持續以 ACGN 族群熱愛的商品為主品類，並以創新服務獨家推展虛實消費，帶動新客流量。
支付		串連集團及跨領域合作夥伴力量，從線上數位內容交易延伸至實體生活消費 (Online to Offline)，服務擴及食衣住行育樂，打造便利、安全且更貼近數位世代消費需求的支付應用服務，以年輕與遊戲族群消費的通路為優先，同時提供通路商家於金流、會員管理的最佳解決方案。2023 年持續發展 ACGN 產業鏈，深耕集團特色通路，加強銀行合作串接，會員成長率達 8.4%，集團特色通路成長率達 7.6%，並因積極推廣帳戶交易，強化手續費獲利，帳戶交易成長率達 9.7%。
		GASH 點數業務不只提供玩家付費的服務，更提供全面性的數位娛樂內容，優質而強大的使用功能，讓全球數位玩家輕鬆透過 GASH 數位娛樂平台，恣意暢遊在無限寬敞的數位娛樂世界中。2023 年 GASH 正式推出「fun 市集 - 虛實收藏卡交易平台」，提供 ACGN 玩家一個可以購買、交易、交換及贈送數位收藏卡的平台。

類別	業務主體	企業簡介與營運亮點
媒體		<p>擁有獨立編採團隊，新聞觀點剖析及趨勢掌握以「快」－夠快夠及時，「穩」－追求事實持續追蹤，「深」－深度剖析挖掘新聞內幕，每日產製包含政治、財經、娛樂、新奇、生活等軟硬性內容。影音節目內容與各大平台合作逐漸轉型為影音新聞網站，同時結合集團資源藉由數據分析了解讀者喜好後推薦個人化新聞，更可分眾提供多元化專題和豐富專業的深度觀點。近來持續關注銀髮族權益，已連續三屆獲得「銀響力新聞獎」獎項。</p>
		<p>深耕原生數位的厚實基礎，深入挖掘網路使用者的需求，更藉由集團雄厚的組織實力與數位資源，將廣告行銷服務持續擴大，快速串動網路資源，並持續承接 NOWnews 廣告總經銷、深耕藝人經紀服務、數位影音內容發展等，成為串聯媒體資源的行銷 A Team，提供合作夥伴全方位的整合行銷服務，為客戶開展與數位世代消費者間的共鳴，以更多元的數位內容與年輕世代溝通，擴大市場聲量，創造綜效，努力成為企業主想串動年輕世代的重要夥伴，成功協助遊戲、娛樂、電商等多款網路產品與服務順利進入台灣市場。</p>
		<p>引進先進的 AI 客服系統佈署，利用 AI 技術整合電話、電郵、即時通訊、留言版等多渠道管理，同時結合行銷互動和智能文字客服機器人，以提升用戶體驗和優化運營效率。透過智能客服系統蒐集第一方數據並應用分析，精準地提出客戶解決方案。系統同時擁有交換機雙備援和 Amazing Thor 智慧安全辦公室解決方案，實現業務分散式運作，確保全年無休、不間斷的服務。同時提供 CRM 整合服務，透過社群、廣告和線下實體活動等方式經營人群，基於數據分析進行渠道整合和精準標籤，協助品牌維繫用戶忠誠、強化用戶驅動力，並實現流量變現的目標。</p>
行動平台		<p>beanfun! 是全方位行動化生活的平台，集合了遊戲、點數、支付、電商、IM 溝通互動，並串接消費折扣金，透過簡單人性化的介面，讓生活更豐富，從聊天群組裡即可揪團，為溝通製造更多樂趣，享受簡單豐富的網路生活。2023 年推出全新社群互動服務「一起 SHOW」，為您提供專屬的超大線上展示空間。無論是照片、創作圖影、數位收藏品或遊戲道具，都可以隨時隨地上傳展示您的「寶貝」，盡情 SHOW 出您的創意和想法！</p>
數位商務解決方案		<p>雲端資安的專家，整合雲端機房、資安服務、行動安全，以多年來累積的技術經驗，提供國內外客戶在資訊安全、系統整合、IDC/NOC/SOC 的量身訂做服務與解決方案。近年，除雲端規劃需求增加外，我們在 2023 年第一季，手機資安服務亦榮獲 Common Criteria EAL2 國際資安認證，以最高層級的 IT 產品安全性認證規格，進軍東南亞市場。</p>

1.1.2 財務績效

GRI 201-1

財務表現

橘子集團 2023 年合併營收為新台幣 97.9 億元，營業毛利為新台幣 37.9 億元，營業利益為新台幣 6.4 億元；回顧全年營收及獲利規模減少，主係遊戲年度改版力道較小且未有新品挹注，遊戲營收減少所致，惟透過線下特色活動及在地化營運，驅動活躍玩家數躍升，且在持續耕耘數位娛樂版圖下，多元事業營收穩健成長；歸屬母公司業主稅後淨利達新台幣 5.8 億元，每股盈餘 EPS 為新台幣 3.28 元。

稅務管理

為因應國際趨勢、日趨複雜之跨國業務以及租稅環境，橘子集團於 2023 年經董事會修訂通過「集團稅務政策」，重點方針為符合當地稅務法規和揭露要求，提升股東價值，執行有效的風險管控，並善盡企業責任。

稅務治理原則

- 1 所有營運皆依據集團當地及子公司所在地之相關稅務法律與規定辦理，依法繳納稅款。
- 2 審慎評估關係人各項交易，訂定符合常規利潤配置之合理性及一致性，並防範刻意轉移利潤至低稅率國家之行為。
- 3 稅務資訊透明，遵循財務報導準則與年報揭露之規定。
- 4 制定及執行稅務決策時，妥善管理稅務風險。
- 5 透過事前租稅評估，避免重覆課稅，合理合法降低稅賦成本，創造股東價值。
- 6 基於互信與資訊透明，與稅務機關建立相互尊重之關係。
- 7 關係企業間交易係依據常規交易原則，並遵循經濟合作暨發展組織（OECD）公布之國際公認移轉訂價準則。
- 8 不進行只為避稅目的之規劃，例如將利潤移轉至低稅率或免稅天堂國家，或利用沒有商業實質的多重組織架構。

單位：新台幣 佰萬元

	2021	2022	2023
營業收入	11,372	11,388	9,791
營業毛利	4,757	4,682	3,795
本期淨利	1,106	1,280	575
EPS (元)	6.30	7.29	3.28
負債比率 (%)	38.22%	39.45%	41.08%

單位：新台幣 佰萬元

組織所產生及分配的直接經濟價值	2023	
產生的直接經濟價值 (A)	a. 銷售淨額	9,791
	b. 金融投資	48
	c. 資產銷售所得	0
分配的經濟價值 (B)	a. 營運成本	5,996
	b. 員工薪資與福利	1,320
	c. 股利分配	576
	d. 支付利息	6
	e. 支付政府的款項	403
	f. 社區投資	36
留存的經濟價值 (C)	-	1,502

集團稅務資訊

單位：新台幣 仟元

	2022	2023
稅前淨利	1,708,448	687,621
帳面稅額	430,341	127,389
帳面有效稅率 (%)	25.19%	18.53%
支付所得稅	447,641	402,704
現金有效稅率 (%)	26.20%	58.56%



地區別稅務報告

橘子集團依本國營利事業所得稅相關規定，得免送交「國別報告」，本年度主要營運地區支付所得稅之情形如下：

香港、新加坡、日本、韓國

遊戲營運、資訊軟體服務及銷售、遊戲點數銷售

在職員工(人數)	收入(仟元)
59	1,451,652
稅前利潤(仟元)	應付所得稅(仟元)
208,629	7,746
支付所得稅(仟元)	
88,858	

台灣

遊戲營運、遊戲點數銷售、電子支付、資訊軟體服務及銷售、電商平台、客服服務、電視節目製作、廣告服務

在職員工(人數)	收入(仟元)
1,053	8,334,777
稅前利潤(仟元)	應付所得稅(仟元)
366,559	14,528
支付所得稅(仟元)	
313,846	



1.1.3 橘子文化

Gamania 橘子集團品牌核心：Dare to Challenge 戰自己

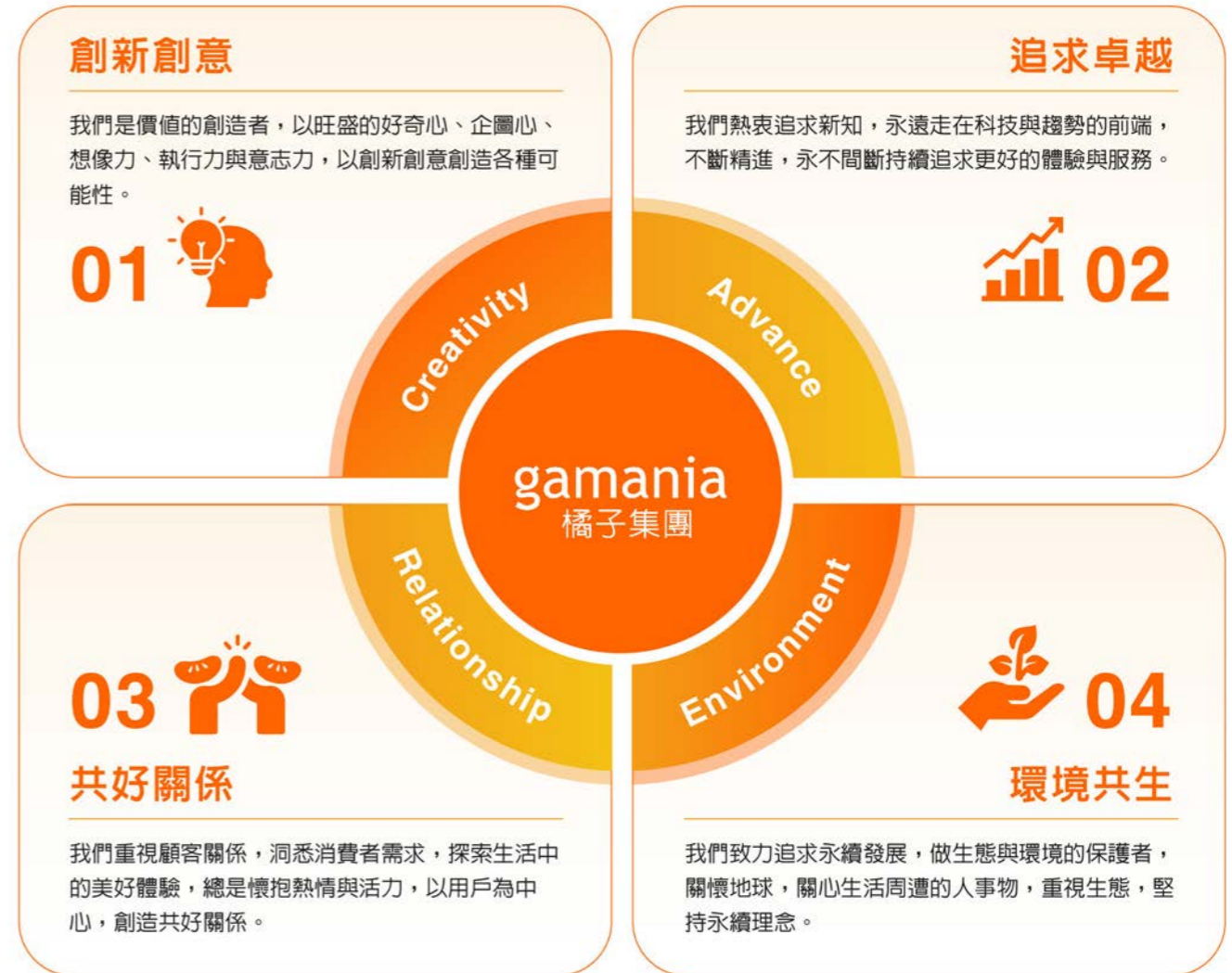
1995 年創立至今，Gamania 橘子集團以破壞式創新基因，將「Dare to Challenge 戰自己」作為品牌核心，看待每一次挑戰都是超越的機會。保有探索世界的熱情，創造獨特的橘式價值。但是面臨新世代的衝擊，橘子更積極、更堅決，拿出冒險的精神，不只深耕數位娛樂事業，更積極地將觸角擴及更廣的數位生活領域，以「have a GOOD TIME!」作為企業 Slogan，期許為人們構築美好生活的想像！

矢志成為百年企業的品牌價值「C.A.R.E.」

對於橘子來說，文化價值是連結多元人才的紐帶；企業價值更是企業仰賴的行動力。橘子集團的「C.A.R.E.」是永續發展的四大品牌價值，Creativity 與 Advance 是橘子對於自身於產業角色的期許；Relationship 以人為本，關照員工、用戶、社會與合作商務夥伴間多元角色的關係；Environment 是對於永續環境的責任，在這些核心價值中，展現出橘子文化獨特性。

品牌願景：「Explore the Unlimited Possibilities of Life 為人們探索生活的無限可能」

Gamania 橘子集團從遊戲、媒體、支付、電商、到數位生活，我們的探索沒有界線，以「Explore the Unlimited Possibilities of Life 為人們探索生活的無限可能」為願景，持續帶給人們嶄新的視野與感動，並堅持任何人、任何事、任何地方，都擁有創造美好生活的無限可能。



企業年度主題：one synergy 一橘萬力

員工溝通與凝聚全員向心力，一直是橘子集團相當重視的包容性文化塑造，2023 年是橘子集團成立的第 29 年，持續匯聚各項服務，讓橘子人的戰力將會更加集中，也能帶給使用者更加單純、順暢的體驗，延續 2022 年度主題「All for One 同心同軸」實質意涵。2023 年，我們將聚集所有橘子集團能量，整合集團內的服務，一同展望未來。不斷滾動，不斷向前，是橘子集團朝向網路全生態持續發展的目標。2023 年度主軸訂為「one synergy 一橘萬力」，象徵凝聚力量，集結所有集團事業體，從「一」出發至以「萬」計算的網路脈絡，一起創造新橘面。

橘人誌

自 2006 年起發行《橘人誌 G!VOICE》，對外向大眾傳遞橘子文化，吸引有相同理念、志同道合的夥伴；對內增進橘人的彼此了解，凝聚橘子發展目標的共識，更注入獨特的創意思維，結合橘子集團多元事業體產業內容，創造屬於橘子的新觀點。橘人誌設計各類單元，以「橘觀點」介紹及探討和橘子文化相關的內容，以「橘專欄」一探橘人不得不知的各界觀察，以「橘新聞」體現橘人玩樂文化的各種活動，以「橘榮耀」分享橘人的傑出大獎，以「橘設計」秀出橘子設計的品牌商品及贈品。



橘人誌 - 了解更多關於
2023 年度主題



橘人誌 - 了解更多關於
歷年年度主題



橘人誌



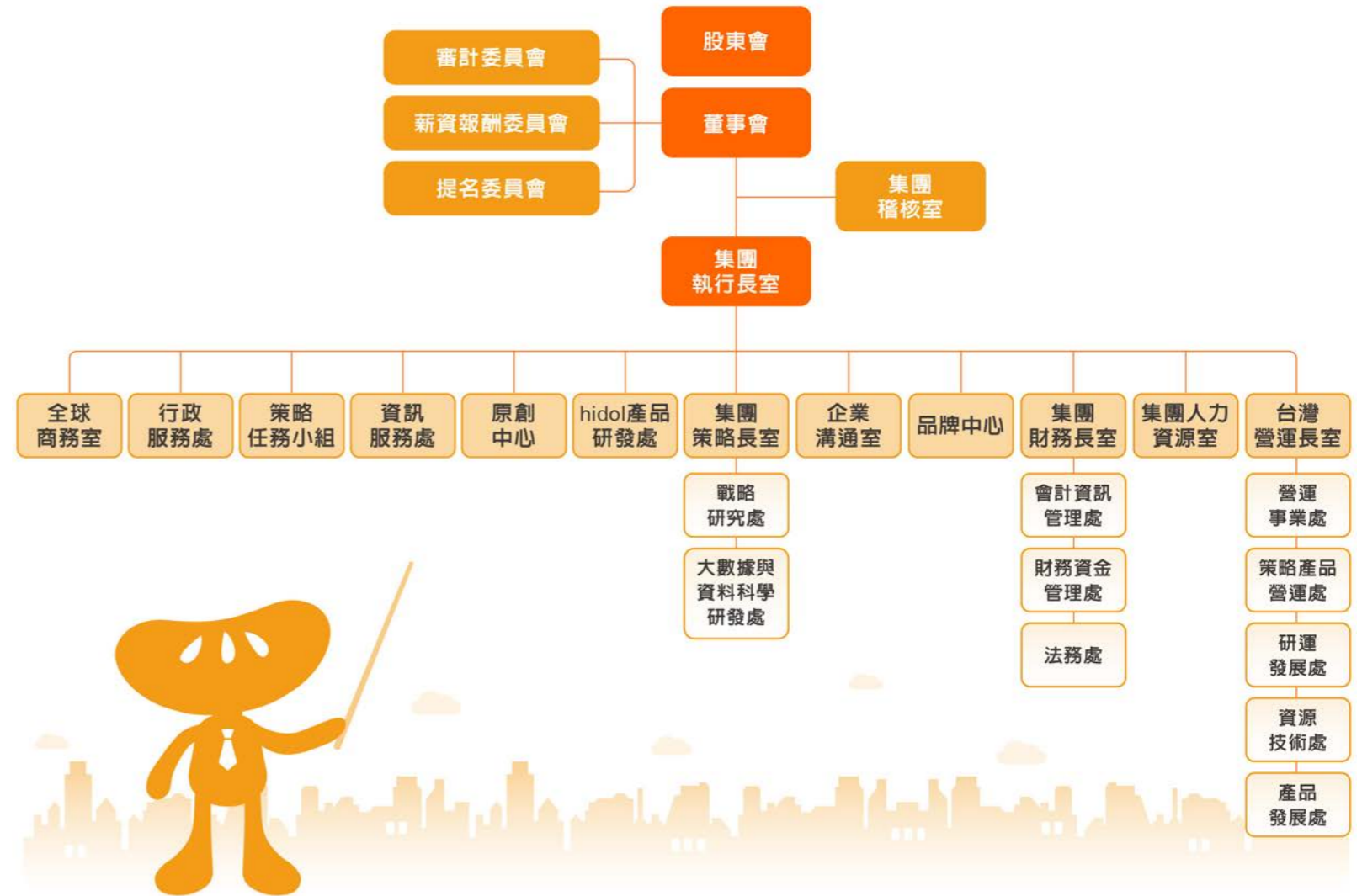
1.2 公司治理

1.2.1 治理組織與架構

GRI 2-9-11 GRI 2-15 GRI 2-17 GRI 2-18

董事會

橘子董事會成員共 7 位成員，包含 4 位董事及 3 位獨立董事，董事會成員平均任期為 7 年，投入董事會、各功能性委員會及內部相關會議，2023 年度各種溝通情況皆良好。每年皆進行董事會及功能性委員會績效評估，2022 年委由社團法人中華公司治理協會針對董事會進行外部績效評估，並將依評估結果進行優化改善，2023 年經董事會通過包含於設置風險管理委員會，並將偶發事件管理、永續相關風險列入管理項目，通過集團淨零宣言及修訂永續相關規範等。更多關於本公司經營團隊、重要溝通事件及相關運作情形內容，詳參閱公司網站、年報 P.13-17。



• 註：hidol 產品研發處前身為 beanfun! 產品研發處

董事會組成與多元化 GRI 2-10 GRI 2-11

依公司章程規定，本公司設董事五至九人，任期為三年，並依照本公司所訂之董事選舉辦法及獨立董事設置及應遵循辦法，採候選人提名遴選制度，以確保董事會成員之多元性及獨立性，並具備應有之專業能力，並由股東會選任之，連選得連任。本公司董事會成員依《公司治理實務守則》規定，成員組成應考量多元化，故目前董事會成員不限於性別、年齡、國籍、種族、年資及文化等，皆為各業界優秀企業家及財務、營運、豐富閱歷之不同專業人士組成，其中獨立董事占四席，占比約 57%，其獨立性皆符合「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」相關規定。



董事姓名	職稱	國籍	性別	產業經歷	專業能力
劉柏園	董事長暨執行長	中華民國	男	文創、資訊科技	國際營運、併購、風險管理
網銀國際(股)公司 代表人：蕭政豪	董事	中華民國	男	文創、資訊科技	國際營運、併購、風險管理
林憲銘	董事	中華民國	男	資訊科技	投資、國際營運、併購、風險管理
盛保熙	獨立董事	中華民國	男	文創、生技	國際營運、研發、財務分析、投資、併購、風險管理
林瑞益	獨立董事	中華民國	男	貿易	國際營運、財務分析、投資、風險管理
陳冠百	獨立董事	中華民國	男	財務金融	國際營運、財務分析、投資、風險管理
侯嘉騏	獨立董事	中華民國	女	文創、財務金融、 百貨飯店	國際營運、財務分析、投資、併購、風險管理

2023 年，橘子董事成員多元化管理目標與達成情形如下：

獨立董事占比過半

達成 ✓

兼任經理人之董事
不超過董事席次三分之一

達成 ✓

增加一席女性董事

達成 ✓

獨立董事連任不超過三屆

達成 ✓

董事會出席情形

依據「董事會議事規範」規定，董事會每季至少召開 1 次會議。2023 年共計召開 6 次董事會，董事平均出席率達 78.2%。



職稱	姓名	實際出席次數 (B)	委託出席次數	實際出席率 (%) (B/A)
董事長	劉柏園	6	0	100
董事	網銀國際(股)公司 代表人：蕭政豪	1	5	16
董事	林憲銘	6	0	100
獨立董事	盛保熙	5	1	83
獨立董事	林瑞益	5	1	83
獨立董事	陳冠百	4	2	66
獨立董事	侯嘉騏 ^註	4	0	100

• 註：侯嘉騏女士於 2023.06 就任本公司獨立董事。

董事會利益迴避 GRI 2-15

依本公司董事會議事規則第十五條執行：董事對於會議事項，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。

董事會日期	姓名	議案內容	利益迴避原因	備註
2023.03.09	劉柏園	薪資報酬委員會建議董事及經理人薪酬案	董事兼任經理人	離席不參與討論及表決
2023.05.10	劉柏園	董事酬勞及經理人員工酬勞分配案	董事兼任經理人	離席不參與討論及表決

董事會進修情形與績效評估 GRI 2-17 GRI 2-18

本年度董事會成員進修情形請參閱公司網站。配合公司治理 3.0 永續發展藍圖，自 2021 年已陸續安排董事會成員進修 ESG 相關課程，內容包含企業永續、公司治理及風險管理等，以加深公司永續治理文化。每位董事平均進修時數至少 6 小時，2023 年董事進修情形揭露於公開資訊觀測站及[公司網站](#)。

本公司已訂定董事會績效評估辦法及評估方式，每年定期進行內部評估並提報董事會，作為薪資報酬及提名續任參考。且應至少每三年由外部專業獨立機構或外部專家學者團隊執行評估一次。最近一次第三方評估結果及改善計畫揭露於[公司網站](#)。2023 年度董事會及功能性委員會績效評估結果為「優等」，評估包含五大面向：對公司營運之參與程度、提升董事會決策品質、董事會組成與結構、董事的選任及持續進修及內部控制。對於個別董事自我績效評估面向則包含：公司目標與任務之掌握、董事職責認知、對公司營運之參與程度、內部關係經營與溝通、董事之專業及持續進修及內部控制，據以落實公司治理，提升董事會功能。

功能性委員會

本公司設置董事會層級功能性委員會，依提名委員會相關資格審查辦法，遴選業界翹楚擔任獨立董事及委員，強化董事會運作，並擬定各委員會之組織章程，由獨立董事參與薪資報酬委員會、審計委員會、提名委員會及內部重要會議，強化公司治理。

	職責	成員	開會頻率	2023 年實際開會次數及委員出席率
 審計委員會	負責監督公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則、公司存在或潛在風險之管控。	全體獨立董事	每年至少 4 次	共 5 次會議， 委員出席率達 85%
 薪資報酬委員會	負責協助董事會定期評估並訂定董事及經理人之薪資報酬，及定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。	全體獨立董事	每年至少 2 次	共 4 次會議， 委員出席率約 81.3%
 提名委員會	負責向董事會提出適任的董事及高階經理人名單（包含重要子公司），並依法就股東或董事會推薦之提名對象候選人進行事先審查，並將審查結果暨提名對象候選人建議參考名單，提報董事會。	董事長及全體獨立董事	每年至少 2 次	共 3 次會議， 委員出席率約 81.2%

薪酬政策 GRI 2-19 GRI 2-20

本公司之薪酬給付，相關酬金訂定及審議均依薪資報酬委員會之規定及決議辦理，本公司董事及獨立董事之報酬，係依本公司章程之規定提撥，送董事會決議後發放，並報告股東會。本公司給付高階經理人之酬，係依對公司貢獻暨參考同業薪酬標準制定，並考量實際經營績效（包含永續發展目標）及評估未來風險調整之；員工酬勞的分派則遵循公司章程，送董事會決議後發放，並報告股東會。有關最高治理單位及高階經理人之薪酬細節，請參考 2023 年年報 P.20-22。

稽核室

橘子設有稽核室，直接隸屬於董事會，專職於內部稽核相關工作，協助董事會及經理人檢查及覆核內部控制制度執行成效，並提供改善建議，確保內部控制制度得以持續及有效實施，並作為檢討及修正內部控制制度之依據。外部稽核方面，主管機關依法令規定對公司執行實地審查，本公司配合檢查結果，落實相關內控機制，強化自我管理及健全經營。



內控機制

橘子為確實落實內部控制及風險管理，藉由三道防線機制，有效分散、移轉或降低風險，以利辨識及掌控潛在風險並確保各項業務遵循相關制度。

防線	負責單位	控制模式	角色與功能
第一道防線	各營運單位	營運單位進行日常之風險管理活動 (包括自行評估內控)	設計完善的內部控制程序，以辨識各項風險，加以管理並回應風險
第二道防線	管理及法遵單位	以專業技能輔助公司流程優化，並透過管理階層的監控，進行策略性管理、政策制定及功能性監督	持續由管理階層訂定之風險管理政策，以整體性的角度監督及協助各單位，確保企業風險及控制能被有效管理
第三道防線	內部稽核	在風險導向的原則上，以獨立性與客觀性為基礎進行稽核，並直接向董事會報告	適時查核與評估內部控制制度的有效程度，並以標準作業流程執行稽核業務，衡量風險及控制的管理及執行是否有效

1.2.2 誠信經營

GRI 2-23 GRI 2-24

誠信經營管理

誠信經營貫徹在橘子的核心價值之中，橘子設置隸屬於董事會之推動企業誠信經營專職單位「集團執行長室」，負責誠信經營政策與防範方案之制定及監督執行，每年定期向董事會報告執行情形，並訂定「誠信經營作業程序及行為準則」與「道德行為準則」，內容包含反貪腐政策、員工行為準則、政治獻金與慈善捐贈之處理程序等，每年提供誠信經營落實情形及採行措施予利害關係人檢視。

自 2016 年起設置誠信經營之線上課程，由董事長、總經理與高階管理階層向公司内部員工宣導誠信經營的理念與價值觀，並作為員工道德行為之圭臬，得依本公司「獎懲辦法」適時給予績效鼓勵或懲處。

橘子同樣訂有「供應商管理政策」，要求本公司人員於執行業務過程，不得直接或間接提供、收受、承諾或要求任何不正當利益，或從事其他違反誠信、不法或違背受託義務之行為，並在採購、議價、驗收、評核的過程中，皆有嚴格的管控，以掌握供應商品質，詳情請詳 3.2.1 永續採購章節。



誠信經營作業程序
及行為準則



道德行為準則

誠信道德訓練與溝通 GRI 205

本公司誠信經營課程列為新進員工必修課程，員工完訓率為 100%，2023 年共有 406 位同仁完成修習。橘子遵守各項法規，落實誠信經營，2023 年有 0 件腐敗和賄賂、歧視和騷擾、利益衝突、洗錢和內線交易相關之罰款或非金錢的處罰。

對象	(溝通 / 完訓) 成員總數	角色與功能
組織治理單位成員 (董事會)	6 位董事參與董事教育訓練 (董事會成員其中 1 位為法人董事，不計入)	100%
員工	所有同仁於到職時皆修習必修課程	100%
合作夥伴	新進供應商簽署供應商企業責任聲明書	14 份

檢舉機制 GRI 2-25 GRI 2-26

橘子於「誠信經營作業程序及行為準則」明訂完整之檢舉措施、受理檢舉事項之調查標準作業程序及保密機制、保護檢舉人之相關措施，負責處理檢舉情事之相關人員應以書面聲明對於檢舉人身分及檢舉內容予以保密，本公司並承諾保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置。

外部檢舉由隸屬於董事會之專責單位稽核室負責、內部檢舉由專責單位人力資源室負責相關檢舉制度的規劃與運作。如經證實被檢舉人確有違反相關法令或本公司誠信經營政策與規定者，將立即要求被檢舉人停止相關行為，並為適當之處置。必要時向主管機關報告、移送司法機關偵辦，或透過法律程序請求損害賠償，以維護公司之名譽及權益。後續則由專責單位將檢舉情事、處理方式及檢討改善措施，向董事會報告，並已將相關辦法及資訊揭露公司網站。如有相關問題，本公司將委請律師或會計師等專業人士協助誠信經營相關建議。

檢舉情事處理程序

01

檢舉情事涉及一般員工者應呈報至部門主管，檢舉情事涉及董事或高階主管，應呈報至獨立董事。

02

本公司專責單位及前款受呈報之主管或人員應即刻查明相關事實，必要時由法規遵循或其他相關部門提供協助。

03

如經證實被檢舉人確有違反相關法令或本公司誠信經營政策與規定者，應立即要求被檢舉人停止相關行為，並為適當之處置，且必要時向主管機關報告、移送司法機關偵辦，或透過法律程序請求損害賠償，以維護公司之名譽及權益。

04

檢舉受理、過程、調查結果均應留存書面文件，並保存五年，其保存得以電子方式為之。保存期限未屆滿前，發生與檢舉內容相關之訴訟時，相關資料應續予保存至訴訟終結止。

05

對於檢舉情事經查證屬實，應責成本公司相關單位檢討相關內部控制制度及作業程序，並提出改善措施，以杜絕相同行為再次發生。

06

本公司專責單位應將檢舉情事、其處理方式及後續檢討改善措施，向董事會報告。

檢舉與溝通管道

公司藉由公開透明及多元的申訴管道，24H 提供內外部人員對於組織營運或商業關係的行為進行檢舉與溝通，並設有匿名機制，保護檢舉人權益不受迫害。

	內部管道	外部管道
適用對象	員工	所有利害關係人
檢舉與 溝通管道	995@gamania.com (性騷擾案件)	integrity@gamania.com
	integrity@gamania.com (誠信經營事件)	
	內部匿名留言板：宅橘便 M	
	員工大會匿名 QA 單	



裁罰案件 GRI 2-27

橘子 2023 年未有因誠信經營、反競爭行為有關之財務損失。惟本年度本公司代理之遊戲「新楓之谷」因使用原廠所提供有誤之機率表，與遊戲實際機率不符，經公平會依違反公平交易法第 21 條第 4 項準用第 1 項規定，處新臺幣 200 萬元罰鍰。

本公司作為國內遊戲業領航者，自詡透過堅強的在地化實力，創新遊戲娛樂體驗，促進並發揚國內遊戲產業文化，打造優質遊戲產業生態。於 2023 年 3 月得知機制異常後，便啟動立即性「釐清、溝通與補償、管理」三項措施，迅速處理以提升國人對於遊戲業的信任。本公司除原先盡最大努力補償玩家及用戶外，對內加強機率公告之內控管理流程，對外加強溝通補償並與玩家建立遊戲信心，秉持知過必改善盡社會責任。



釐清

此次事件，本公司於接獲申訴時皆於第一時間梳理問題脈絡，了解國際原廠與代理商之間的訊息落差，確認公開紀錄，並迅速擬定緊急訊息，回應玩家、媒體與政府相關單位。



溝通與補償

採取正面回應與玩家進行說明，表明歉意並於官網及遊戲公告提出全體玩家補償方案 (在 3 天內提出全體玩家補償方案，並於 10 日內完成全體玩家補償)。



管理

1. 立即針對遊戲中異常商品進行改製，原本有異常商品停止販售，杜絕傷害擴大。
2. 不貳過思維，加強事前驗證，並與原廠開發更細部的驗證工具：
 - 透過驗證指令或手動實際抽取，數量達最適抽樣次數，全程錄影存證。
 - 正式環境推出機率型商品後，於次日採派報方式比對遊戲實時數據與機率是否相符。
 - 相關驗證成果與資料保留至少一年以供備查。
3. 配合新法增訂機會型中獎商品或活動機率透明化之相關規範，制定公司內部機率型商品驗證 / 揭露流程。

1.2.3 風險管理

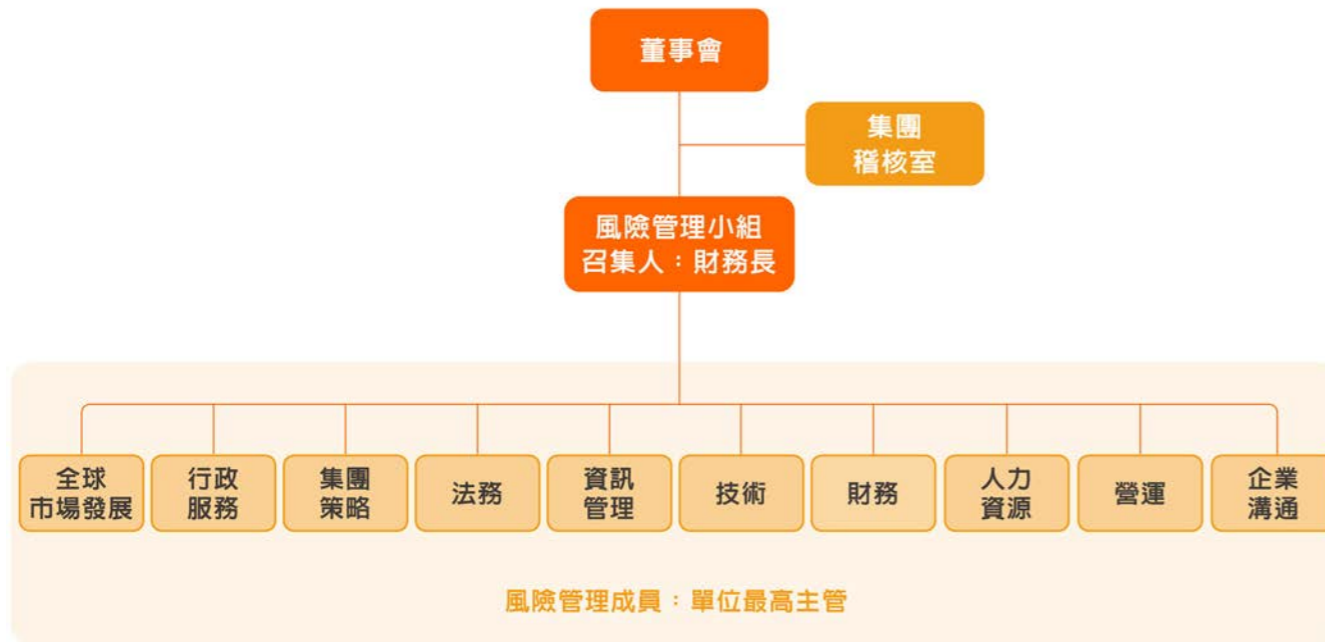
橘子為強化公司治理，回應利害關係人需求，於 2023 年 8 月經董事會通過成立「風險管理委員會」，依「上市上櫃公司治理實務守則」條文規定據以建構全面風險管理與控制系統，在企業管理的各項環節與經營過程中執行風險管理，以辨識潛在的風險型態，達成永續經營之效。

本公司風險管理委員會由董事長擔任主席，集團財務長擔任召集人，各單位最高主管擔任委員，每年至少召開兩次會議，必要時得邀請董事、相關部門經理人員、內部稽核人員、會計與法律顧問等人員列席，負責訂定本公司風險管理政策、架構及相關風險胃納之策略執行，每年向董事會報告以監督風險管理機制運作及整體落實情形。董事會及風險管理委員會成員亦每年進行特定時數的進修，以提升企業風險管理實務的監督與落實能力。

為有效應變各項風險，稽核室除建立內部控制三道防線架構，釐清三道防線之角色功能及權責範圍外 (請詳 P.20 內控機制)，亦每年定期執行稽核，並出具稽核進度控制表及各項缺失改善情形彙總，以維護橘子良好的企業形象，避免營運遭受風險，使企業得以穩健成長。





風險管理組織架構 (自 2023 年 8 月起)



風險管理流程





本年度橘子依產業特性辨識出相應的利害關係人及營運處境議題，將可能的風險及會對公司造成之影響之結果作成風險矩陣（下表揭示本年度主要風險），並據以擬定出因應措施，定期監控執行成效。

風險項目	風險影響概述	因應措施	監控週期
 資訊安全風險	橘子為全網路生態產業，資訊安全風險無論對內部或外部影響都將造成嚴重損害，如外部惡意入侵網路攻擊，內部人員資安意識不足、新型病毒威脅等導致系統運作異常或中斷、資料竄改及毀損等，均重大影響本公司營運。	面對日新月異的資安衝擊，公司明定「集團資訊安全委員會」為資通安全最高指導組織，並由執行長親自擔任督導。除依循法令制定相應資安政策，進行資安佈防外，更透過風險管理循環，落實各項資安管理工作，並不定期檢討公司現有資安作為及擬定改進方案，以全面管理客戶及會員數字資產。相關資訊詳參 2.2.1 資安管理。	不定期 (委員會每半年一次)
 產品客訴訴訟風險	隨著時代演進，橘子提供之產品與服務日新月異，邁向多元與創新化，恐於提供服務的過程中存在疏漏與缺失，致消費者蒙受損失，進而引發法律問題。	橘子一直以來與消費者保持密切溝通與互動，積極守護消費者權益。我們設有 24H 客服中心在線服務及多元服務管道，傾聽消費者的心聲。 針對已發生過之疏漏，橘子除第一時間進行修正並補償玩家與用戶，更進一步加強事前驗證，與原廠溝通開發更細部的驗證工具。同時增訂相關內部規範，加強內控機制，避免風險二次發生。相關資訊詳參 2.3.1 服務與溝通。	隨時

新興風險

為辨識集團潛在新興風險，橘子參考外部機構 (如 WEF 全球風險報告等) 發佈之新興風險相關報告及內部主管針對營運上的隱憂，彙集管理階層意見，辨識出新興風險及研擬風險減緩措施，呈報風險管理委員會以提早布局與因應。

風險項目	風險影響概述	因應措施	監控週期
 用戶詐騙	網路資訊蓬勃發展，卻也伴隨著詐騙行為、盜取遊戲帳號等新形態社會問題，GASH 用戶成受害者，進而影響本公司商譽。	為能解決並且避免潛在社會問題，橘子團隊主動出擊、與消費者並肩面對犯罪者。我們與全民防詐騙網站 (165) 合作，藉司法警察與數位轉型之力，協助確保消費者、司法警察能及時處理因數位遊戲及網路消費所造成的詐騙行為。相關資訊詳參 2.2.2 守護網路安全。	不定期 (通常每周一次)
 氣候變遷風險	自世界經濟論壇每年出具之全球風險報告指出，近年氣候變遷議題竄升於前三大風險，橘子開始審視自身之資產、供應鏈或商品與服務是否可能受氣候變遷影響而產生新的問題。	橘子於 2023 年導入 TCFD(氣候變遷相關財務影響) 專案，盤點本公司可能受短期或長期性天災所造成的衝擊，並提前因應，包含機房建置場址、辦公大樓軟硬體設施氣候韌性等。相關資訊詳參 3.1.1 氣候變遷因應。	每年一次

1.2.4 外部組織參與

GRI 2-28

橘子參與各類產業與非營利社會團體，促進產業交流、共同開發合作商機，主動與各利害關係人溝通，打造優質產業發展環境，創造正面之社會形象與產業發展願景。橘子與產業業者共同成立台灣遊戲產業振興會，凝聚台灣遊戲產業相關公司與組織的力量，以促進產業交流、開發合作商機、致力於打造優質產業發展環境為宗旨，為台灣遊戲產業最具影響力的公協會團體。本集團參與外部組織、遊說活動、公共政策之評估，乃經各事業體之最高主管同意，並定期匯報至總經理。

重要外部組織參與組織

- 中華民國電子競技運動協會
- 社團法人台灣遊戲產業振興會
- 臺北市新觀念教育文化協會
- 台北市電腦商業同業公會
- 台灣機器人協會
- 中華民國銀行商業同業公會全國聯合會
- WorldPay Limited
- 台灣國防產業發展協會
- 社團法人台灣少年權益與福利促進聯盟
- 臺灣新媒體暨影視音發展協會
- 社團法人中華動漫出版同業公會
- 中華民國無店面零售商業同業公會
- 社團法人台灣資訊安全協會
- 內部稽核協會
- 天下永續會

公共政策影響力

單位：新台幣 仟元

	2020	2021	2022	2023
遊說組織、利益團體	0	0	0	0
政治組織、候選人	0	0	3,900	800
產業協會、智庫團體	500	3,200	6,630	10,050
其他	15,520	24,765	22,209	22,790
總額	16,020	27,965	32,739	33,640

• 註：此表數據涵蓋率為 100%，涵蓋率以營業收入計算。

公共政策影響力 - 重大投入

單位：新台幣 仟元

	2023 年支出金額	投入角色	協會性質	投入目的
中華民國電子競技運動協會	6,700	常務理事	產業協會	為促使電競協會能永續發展，透過定期捐款藉以提升我國職業電子競技運動之技術水準，促進國內外電子競技團體交流，提供國人更好的健康休閒環境。
社團法人台灣遊戲產業振興會	2,020	理事	產業協會	贊助台灣遊戲產業最具影響力的公協會團體，以凝聚產業相關公司與組織的力量，促進產業交流、開發合作商機。並努力朝向「保障玩家權益」、「建立友善環境」、「善盡社會責任」三大目標。
台北市電腦商業同業公會	225	會員	產業協會	參與台灣資訊產業重要公會之一，以推廣台灣資訊產業發展為主，並辦理國內外各大資訊展覽，建立台灣與國際資訊產業友好關係。

公共政策參與 - 氣候一致性

橘子集團淨零宣言

2023 年度橘子董事會通過集團「淨零宣言」，設定集團 2050 年減碳目標：2030 年達成範疇一、範疇二碳中和，2050 年淨零碳排，盡全力響應國家政策及參與低碳轉型，與《巴黎協定》目標保持一致。

公協會參與機制

橘子加入公協會的評估，是由各事業體最高主管同意，並核報至總經理。面對全球永續議題，橘子積極投入氣候倡議與減碳行動，同樣針對相關公協會，我們也以與巴黎協定保持一致為原則，並由「ESG 永續溝通室」負責評估與呈報，確保立場一致性。若有不一致情形發生，橘子也將會持續溝通，攜手外部組織打造低碳永續環境。

氣候相關遊說與行業協會參與成果

2023 年橘子無進行相關直接遊說，然為達成淨零轉型的目標，參與天下雜誌主辦之「天下永續會」，與企業家交流，共享共學永續轉型內涵並發展異業合作機會。天下永續會結合產官學研，攜手開發減碳平台及環境永續相關獎項，鼓勵公私部門承諾符合世紀末升溫不超過 1.5°C 目標並授予符合《巴黎協定》溫控目標認證。旗下橘子支付也參與銀行公會，均積極推動氣候變遷議題的進展，包含 TCFD 氣候變遷風險與機會財務揭露、溫室氣體排放盤查。



▲ 企業減碳溫度計調查服務業共計 231 家，僅 37 家企業拿到「成效卓越」等級

1.3 永續經營

1.3.1 實踐永續治理

GRI 2-12

GRI 2-13

GRI 2-14

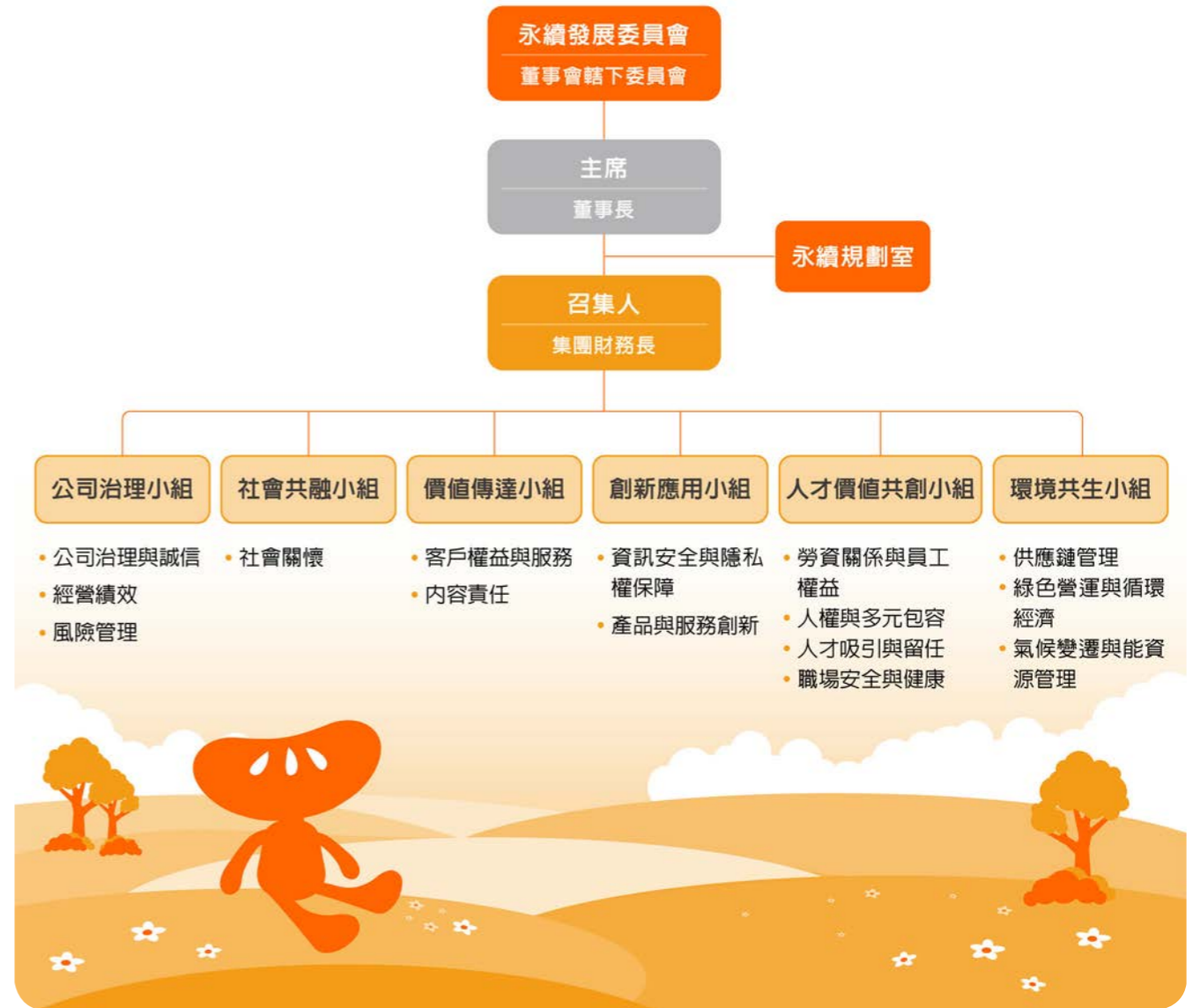
GRI 2-16

ESG 委員會

橘子關注公司內、外部利害關係人之權益，訂有企業永續發展實務守則，希望以企業自身作為典範，延伸擴及社會與環境，為企業內、外部帶來正面效益。2019 年經董事會決議通過，設置 ESG 委員會，由董事長擔任委員會主席，集團財務長擔任召集人，並於 2021 年底由董事會決議通過 ESG 委員會轄下設置「永續規劃室」，須每年至少一次向董事會報告年度執行成果，負責推動及整合 ESG 各任務小組。

ESG 任務小組共有 6 大功能組別，分別由集團財務長室、集團策略長室、企業溝通室、集團人力資源室、橘子關懷基金會及行政服務處之單位主管統籌管理並執行對應之 ESG 任務。ESG 委員會每季至少召開一次會議，董事會對於 ESG 委員會所提之永續發展策略及執行，皆充分授權並給予指導，針對年度 ESG 重大事項定期追蹤與監督（如淨零宣言、永續報告書出版等），以確保永續專案執行有效性。

2023 年重點專案包含推動 ESG 永續策略藍圖、永續報告書改版編製、重大主題分析、溫室氣體盤查與查驗、淨零宣言及策略減碳、優化機構投資人評比、建構母性保護計畫、數位內容責任管理及社會公益活動影響力。



永續策略藍圖

橘子自 2021 年啟動永續策略藍圖之規劃，以「永續轉動」做為策略核心，發揮「唯一不曾改變的就是改變」的精神，發揮品牌核心 Dare to Challenge，期許各個事業體皆能做到創新創意、追求卓越、共好關係、環境共生，成為更永續的橘子。我們回應與核心業務高關聯性之 7 項聯合國永續發展目標（UN SDGs），包含 SDG 3 健康與福祉、SDG 4 優質與平等教育、SDG 8 就業與經濟成長、SDG 12 責任消費與生產、SDG 13 氣候行動、SDG 16 和平、正義與健全制度、SDG 17 同心協力的夥伴關係，擊劃「轉動永續經營」、「轉動數位責任」、「目標轉動環境友善」、「轉動正向價值」四大永續策略主軸。

2023 年末經 ESG 委員會指示，由各 ESG 任務小組組長帶領小組成員深入探討永續主題及相應利害關係人之期待，擬定永續績效指標及短、中、長期目標。永續策略藍圖各面向績效成果將定期於 ESG 委員會呈報追蹤，持續透過跨單位溝通與資源整合，達成集團綜效。未來，橘子將深度結合企業永續發展之精神與橘子文化，於日常營運中實踐永續發展，引領產業永續發展。

主軸	回應 SDGs	回應永續主題	2023 年重點績效	2024 年重點目標	願景
轉動 永續經營	 	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理與誠信 經營績效 風險管理 供應鏈管理 	<ul style="list-style-type: none"> 榮獲第十屆公司治理評鑑上櫃公司前 6%-20% 的佳績 新進同仁 100% 完成誠信課程 0 件誠信經營、反競爭、行為準則違反事件 設置風險管理委員會 新進廠商簽署供應商企業社會責任聲明書 	<ul style="list-style-type: none"> 公司治理評鑑上櫃公司前 6%-20% 定期檢視誠信經營政策完整性 定期檢視稅務政策完整性 0 件誠信經營、反競爭、行為準則違反事件 所有廠商簽署供應商企業社會責任聲明書 	將 ESG 要素納入管理機制，打造更具韌性的經營制度與文化，並透過深化與價值鏈夥伴共同合作，進一步打造更永續的企業品牌文化
轉動 數位責任	 	<ul style="list-style-type: none"> 資訊安全與隱私權保障 客戶權益與服務 產品與服務創新 內容責任 	<ul style="list-style-type: none"> 通過 ISO 27001 外部查驗 0 件資安事故、隱私洩露事件 全體同仁資安教育訓練完訓率 100% 制定集團廣告倫理政策 全管道服務平均客戶滿意度達 4.81 分（滿分 5 分） 首次回應獲得解決率 92% 服務品質檢核正確率 99% 防詐騙績效卓越。 	<ul style="list-style-type: none"> 持續通過 ISO 27001 外部查驗 定期執行資安主題 BCP 演練 定期檢視資安政策、隱私權政策、廣告倫理政策完整性 全管道服務平均客戶滿意度達 4 分（滿分 5 分） 首次回應獲得解決率 90% 服務品質檢核正確率 95% 0 件資安事故、隱私洩露事件 	以消費者的需求為中心，持續提供創新多元之產品與服務，並致力於打造安全健康的數位使用環境，建構健全 IT 社會

主軸	回應 SDGs	回應永續主題	2023 年重點績效	2024 年重點目標	願景
轉動 環境友善	 	<ul style="list-style-type: none"> 綠色營運與循環經濟 氣候變遷與能資源管理 	<ul style="list-style-type: none"> 通過集團「淨零宣言」 完成 TCFD 氣候相關風險鑑別 通過 ISO 14064:2018 外部查驗 溫室氣體（範疇二）較 2022 年下降 13% 再生能源總使用量達 12.58% 廢棄物總量較 2022 年減量 5.3% 人均用水量較 2022 年下降 5.34 度 RE-BAG 循環物流袋回收率達約 46%，較 2022 年提升 16% 	<ul style="list-style-type: none"> 持續通過 ISO 14064 外部查驗 朝淨零宣言目標邁進 廢棄物減量訓練及宣導 提升綠色採購金額 提高 RE-BAG 循環物流袋回收率 研議環保減廢 QBrick 設計，達循環經濟成 	持續關注環境與氣候變遷，管理能資源使用，透過落實環境友善作為，逐步降低營運對環境造成的負面衝擊
轉動 正向價值	 	<ul style="list-style-type: none"> 勞資關係與員工權益 人權與多元包容 人才吸引與留任 社會關懷 職場安全與健康 	<ul style="list-style-type: none"> 員工大會意見回覆率 100% 普橋島整體滿意度達 82.5% 導入人權盡職調查管理 離職率較 2022 年降低 8.2% 0 重大職災事件 員工協助方案滿意度達 4.6 分 設立「公益假」 大夢計畫成立首支 U12 籃球隊「花蓮橘子猿」 岸到頂超馬取得國際賽道認證和 IAU 銅標賽事認證 	<ul style="list-style-type: none"> 持續優化職工福利 員工大會意見回覆率維持 100% 執行人權盡職調查流程 定期檢視人權政策完整性 定期檢視職安衛政策完整性 維持 0 重大職災事件 規劃 ESG 系列必修課程 	增進社會正向影響，帶動更良善包容的社會風氣，並引導新世代勇於追夢展現自我，強化青少年自我認同與自信心

1.3.2 重大主題分析

2023 年橘子依循 GRI 3 重大主題 (2021 版) 之重大主題決定流程及報告原則，依據橘子營運活動與國內外趨勢產出橘子 2023 年的永續主題清單共 15 項主題，相較 2022 年主要調整「法規遵循」併入「公司治理與誠信」，增加「供應鏈管理」以擴大橘子永續管理範疇，及增加「內容責任」以符合產業永續趨勢期待，後續透過雙重重大性的分析，進一步辨識不同議題的內、外部衝擊，除了考量永續主題對橘子的營運及業務的影響外，也同時考量橘子營運及業務，如何對社會、環境及人群產生負面與正面衝擊。2023 年橘子鑑別出 8 項重大主題：資訊安全與隱私權保障、公司治理與誠信、經營績效、風險管理、產品與服務創新、客戶權益與服務、勞資關係與員工權益、人權與多元包容。橘子每年重新檢視永續主題清單並進行重大主題鑑別分析，重大主題鑑別結果與執行成果亦每年呈報董事會，以提升履行企業永續發展成效。

重大主題鑑別流程

01

產出永續主題清單

辨識國際關注的永續議題與趨勢，如世界經濟論壇 (WEF)2023 年全球風險報告、S&P 重要行業議題、SASB Software & IT Services 產業重大主題及投資人關心重點議題，並參考國內外標竿企業重大主題清單，分析並篩選橘子適用之永續主題清單共 15 項主題

02

調查利害關係人關注程度

依據橘子營運活動與價值鏈，鑑別橘子重要的利害關係人，並發出「利害關係人關注度問卷」，評估外部利害關係人對於 15 項永續主題之關注程度，橘子重要利害關係人累積回收 66 份有效問卷，包含員工（高階主管 23 份）、投資人 / 股東（17 份）、客戶 / 消費者（12 份）、合作夥伴（9 份）、媒體與社會大眾（5 份）

03

雙重重大性分析

通過雙重重大性的分析，反映主題對於橘子的財務、營運上的影響程度，並同時反映橘子對整體經濟、環境、社會的衝擊程度與發生可能性，考量由外部議題對橘子內部帶來的潛在衝擊影響，以及由內部觀點判斷主題對經濟、環境、社會的衝擊狀況

分析對橘子營運的衝擊

發放「重大主題鑑別問卷 - 對公司營運的衝擊程度」問卷，評估 15 項永續議題對橘子之收益、成本、聲譽、法遵與風險管理 4 大商業面向的影響程度

分析對經濟、環境、社會的衝擊

發放「重大主題鑑別問卷 - 對經濟、環境、社會的衝擊程度」問卷，評估 15 項永續議題之衝擊規模 / 範圍與發生可能性，其中針對負面衝擊額外進行災難性評估

04

確認重大主題

綜合利害關係人關注度、對橘子營運的衝擊、對經濟、環境、社會的衝擊，與外部顧問之專業意見，計算綜合之衝擊程度與百分比排序，確認橘子 2023 年的 8 項重大主題包含 3 項關鍵主題及 5 項次要主題

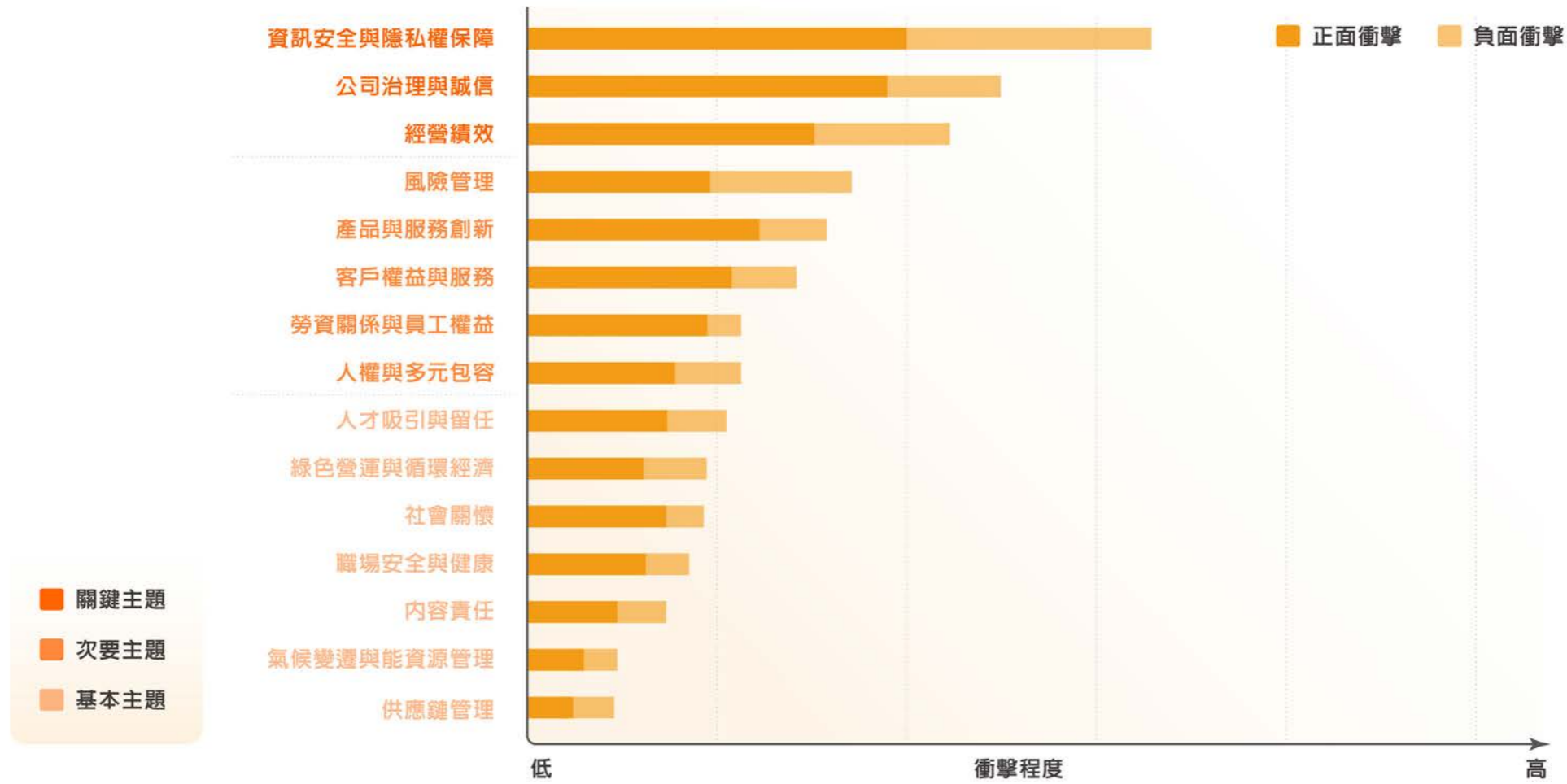
05

重大主題回應與揭露

橘子將重大主題鑑別結果呈報董事會，經董事會授權納入永續發展委員會管理，必要時納入風險管理流程，持續改進各項制度，以提升履行企業永續發展成效，並公開揭露於永續報告書及官方網站。未來將每年重新檢視永續主題清單，並評估進行重大性之調整與鑑別。



重大主題鑑別結果



• 註：衝擊程度為利害關係人關注度、對橘子營運的衝擊，及對經濟、環境、社會的正負面衝擊綜合計算結果。

重大主題管理

重大主題	實際 / 潛在	對橘子的意義	價值鏈衝擊					對應章節
			員工	投資人 / 股東	客戶 / 消費者	合作夥伴	媒體與社會大眾	
資訊安全與隱私權保障 (經濟、人群)	實際	<p>正面衝擊：資訊安全與隱私權保障</p> <p>安全的資料收集、使用、管理以及資訊安全培訓，可以保障資料隱私相關利害關係人的人權和隱私，防止一系列損害</p>						2.2.1 資安管理
	潛在	<p>負面衝擊：資安防護不善及隱私洩漏</p> <p>系統當機、遭駭客入侵攻擊或個人（包含員工與用戶）資料外洩時產生損失賠償、訴訟和紀律處分等相關費用，造成權益受損並影響商譽</p>						2.2.2 守護網路安全 2.3.2 隱私保護
公司治理與誠信 (經濟)	實際	<p>正面衝擊：健全公司治理</p> <p>健全的公司治理架構與良好的誠信管理，為企業永續經營的基礎，強化公司治理健全機制，可落實誠信經營、法遵制度，維持公司聲譽及良好形象，取得投資人及客戶信賴</p>						1.2.1 治理組織與架構
	實際	<p>負面衝擊：貪腐與不道德行為</p> <p>企業公司治理不佳，發生貪腐或不道德行為，損害企業商譽甚至產生資產損失，並影響股東權益</p>						1.2.2 誠信經營
經營績效 (經濟)	實際	<p>正面衝擊：經濟績效良好</p> <p>企業穩健營運並追求持續獲利成長，活動社會經濟發展，對業務夥伴、地區、國家與全球經濟體系帶來貢獻</p>						1.1.1 營運概況
	實際	<p>負面衝擊：營運不善</p> <p>營運績效不佳將影響公司持續運作，造成投資人的虧損</p>						1.1.2 財務績效

重大主題	實際 / 潛在	對橘子的意義	價值鏈衝擊					對應章節
			員工	投資人 / 股東	客戶 / 消費者	合作夥伴	媒體與社會大眾	
風險管理 (經濟、人群)	實際	正面衝擊：風險管理完善 有效的風險管理可強化企業經營之韌性，避免經濟損失及影響利害關係人權益						1.2.3 風險管理
	潛在	負面衝擊：風險管理失當 因沒有落實風險管理，未能有效規避、減緩或即時因應，導致企業發生重大違規或損失，影響利害關係人權益	☹️	☹️	☹️	☹️		
產品與服務創新 (經濟)	實際	正面衝擊：產品與服務創新 完善創新管理，發展數位創新，整合內外部資源，透過跨業合作及業務創造，提供客戶更優質及新穎的服務，提高用戶便利性						2.1.1 創新投入與研發
	實際	負面衝擊：創新科技之威脅與隱憂 創新科技之導入與應用過程可能產生不良的使用者體驗，或隨新興科技衍伸技術問題	☹️	☹️	☹️		☹️	
客戶權益與服務 (人群)	實際	正面衝擊：維持客戶高滿意度 透過完善的顧客關係管理，持續優化、改善客戶體驗						2.3.1 服務與溝通
	實際	負面衝擊：影響客戶權益與服務 缺乏客戶關係與服務品質管理，給用戶帶來不便和一定損失					☹️	2.3.3 客戶滿意度

重大主題	實際 / 潛在	對橘子的意義	價值鏈衝擊					對應章節
			員工	投資人 / 股東	客戶 / 消費者	合作夥伴	媒體與社會大眾	
勞資關係與員工權益 (人群)	實際	<p>正面衝擊：勞資關係良善與照護員工權益</p> <p>提供優良的員工福利措施及合理的新資待遇，並有完善機制聆聽及回應員工意見，打造良好的雙向互動關係</p>						4.1.4 薪酬與福利
	實際	<p>負面衝擊：勞資關係惡化、損害員工權益</p> <p>企業未有效與員工溝通，了解員工心聲，導致不和諧之勞資關係；的和諧，提供員工安心工作的環境，提供優良的員工福利措施及合理的新資待遇</p>	☹️			☹️		4.1.5 友善職場 4.1.6 健康職場
人權與多元包容 (人群)	實際	<p>正面衝擊：多元、平等、包容職場</p> <p>打造重視人權，且多元、平等、包容之職場環境與商業合作，促進社會共融</p>						1.2.1 治理組織與架構
	實際	<p>負面衝擊：侵害人權</p> <p>因不法加班、強迫勞動、性別及其他形式歧視等人權問題，導致員工工作權益受損</p>	☹️			☹️	☹️	3.2.1 永續採購 4.1.4 薪酬與福利 4.1.5 友善職場
內容責任 (人群)	實際	<p>正面衝擊：內容責任管理</p> <p>內容的合法性、多樣性和包容性可以防止文化、政治和社會風險，用戶間友善互動有助於打造、傳播正向的產業文化</p>						
	實際	<p>負面衝擊：內容責任管理失當</p> <p>因企業本身或用戶創建之不良內容及相關管理機制之缺失，造成用戶 / 未成年人的身心安全隱憂</p>			☹️	☹️	☹️	2.2.2 守護網路安全

1.3.3 利害關係人議合 GRI 2-29

利害關係人

為了符合利害關係人期待，實踐橘子的企業社會責任承諾，我們採用 AA1000SES 的五大原則：依賴性、責任、張力、影響力與多元觀點，並參酌考量對公司內、外部產生影響的團體或個人，鑑別出屬於橘子的五大利害關係人：員工、投資人 / 股東、合作夥伴、客戶 / 消費者、媒體與社會大眾，並持續參考國際永續趨勢，未來將評估進一步納入政府 / 主管機關及新世代。

利害關係人	對橘子的意義	關注議題	溝通管道	溝通頻率
員工	員工是橘子最重要的資產，我們的產品、服務、熱情和文化建立，都是每個橘子人一點一滴累積，因此我們非常重視橘子人的心聲。	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理與誠信 • 經營績效 • 資訊安全與隱私權保障 • 產品與服務創新 • 人才吸引與留任 	<ul style="list-style-type: none"> • 對於全橘總動員（員工大會）中員工所提問題，當場由集團執行長回覆，或後會責成相關單位內部公告說明 • 對於員工所提福委會的問題，由福委會信箱回覆個人或全體員工 • 檢舉信箱 integrity@gamania.com • 性騷擾申訴信箱 995@gamania.com • 內網 OH 或 teamgoal! 上的 HR 小幫手 • 集團人力資源室經理 / 鄭珮君 • 電話：+886-2-2658-8866 #1061 • Email：ghq_hr@gamania.com 	<ul style="list-style-type: none"> • 每季一次全橘總動員 • 每半年至少一次大型福委會活動 • 新人教育訓練、員工定期教育訓練 • E-Leaming • 每年一次績效考核 • 不定期講座
投資人 / 股東	為了解橘子經營及決策的重要關係人，我們致力於維繫資訊公開透明化，保障投資人的權益。	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理與誠信 • 經營績效 • 資訊安全與隱私權保障 • 風險管理 • 客戶權益與服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 投資人關係部資深經理 / 陳維霞 • 電話：+886-2-2658-8866#1019 • Email：ir@gamania.com • 股務經理 / 徐靖紘 • 電話：+886-2-2658-8866 #1433 • Email：fn-share@gamania.com 	<ul style="list-style-type: none"> • 每年召開股東大會、發行公司年報 • 不定期參加海內外法人說明會 • IR 網站投資人關係專區即時更新相關資訊

利害關係人	對橘子的意義	關注議題	溝通管道	溝通頻率
合作夥伴	我們與不同的軟硬體供應商、開發商保持良好關係，也積極參與各類公協會。與同業一起為努力塑造更棒的數位娛樂產業是我們共同的目標。	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理與誠信 • 經營績效 • 資訊安全與隱私權保障 • 風險管理 • 產品與服務創新 	<ul style="list-style-type: none"> • 橘子集團商務洽談 / 全球商務室 總監 馬庭妤 • 電話：+886-2-2658-8866 #1202 	<ul style="list-style-type: none"> • 進行合作或選商前之技術會議 • 不定期舉辦技術論壇與研討會 • 不定期參加各類遊戲展覽
客戶 / 消費者	客戶服務是企業成功的關鍵，對於建立品牌忠誠度、增強市場競爭力及促進經營效率都有顯著影響；惟有客戶與消費者的支持，我們才能長久經營。	<ul style="list-style-type: none"> • 經營績效 • 資訊安全與隱私權保障 • 產品與服務創新 • 人才吸引與留任 • 人權與多元包容 • 綠色營運與循環經濟 	<ul style="list-style-type: none"> • 電話專線：(02) 2192-6100 • 智能客服 (Chat Bot)：客服小幫手 • 即時文字服務 (IM)：客服小幫手 • 問題回報中心 (留言板 / E-mail)：https://service.antspw.com/MSGBoardUI/APPForm • iOS / Android 雙平台留言回應 • FB 粉專私訊回覆：https://www.facebook.com/letsbeanfun 	<ul style="list-style-type: none"> • 依不同客戶及消費者的需求，提供 24 小時全年無休的多渠道服務
媒體與社會大眾	橘子集團跨足遊戲、支付、電商、媒體、數位商務與新創等多元領域，建構出完整的全生態網路企業版圖，並以 AI、大數據、平台為發展核心，打造完整的娛樂網絡生態。橘子集團相當重視消費者權益，也致力於提供玩家和用戶方便、多元、安全的服務。	<ul style="list-style-type: none"> • 公司治理與誠信 • 經營績效 • 資訊安全與隱私權保障 • 客戶權益與服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 代理發言人 / 企業溝通室總監 謝湘儀 • 電話：+886-2-2658-8866 #1013 • Email：pr@gamania.com 	<ul style="list-style-type: none"> • 橘子集團官方網站與各子公司網站發布資訊 • 橘子集團社群媒體 (FB、IG 與 LinkedIn) 發布資訊 • 透過媒體不定期發布最新消息



CHAPTER 2



CH2. 轉動數位責任

2.1 創新管理.....	39
2.2 資訊安全.....	42
2.3 客戶權益保障	51

2.1 創新管理

2.1.1 創新投入與研發

橘子向來以滿足消費者生活需求為目的，透過各事業群互聯整合，打造全方位創新管理。研發策略上，橘子朝著「壯大集團 IP 生態圈，持續茁壯全方位娛樂生態」願景，執行自有 IP 開發與泛娛樂內容佈局，建構最貼近新世代態度與文化的社群平台，並持續投入行動遊戲及行動生活 App 之開發，及搶攻雲端與資安市場。2023 年研究發展支出達 6.53 億元，較前一年度提高 34.6%，台灣地區核准與公開之專利共 86 件。未來將持續引入 AI 新科技及技術，善用各事業群資源及數據優勢，全面深入生活運用，翻轉使用經驗，創新集團能量，發揮集團綜效，建構全生態娛樂網路企業，奠定永續成長動能。

2023 研究發展成果

✦ 「fun市集」打造正版授權IP的數位收藏品平台

✦ 「區塊鏈BaaS一站式整合服務」

✦ IP多元場景應用

✦ 《便利商店 口袋版》自製手遊，集團經典經營模擬IP，擴大虛實結合體驗

✦ 櫻桃小丸子手機遊戲上線，建立三消遊戲基礎框架供後續遊戲應用




✦ 研發AI美術、語音、文本、音樂等技術，並融入於開發過程中，提高產能及品質

✦ 完成霹靂核心玩法，展示核心戰鬥及相關美術優勢

✦ 提供創新AI智能客服，增加客服效率與精準服務

創新 IP 發展

台灣擁有豐沛的原創能量，卻因缺少資源而無法順利推展。橘子回應市場趨勢，於 2023 年底宣布將明年度將啟動三大計畫並設立目標，包括原創作品數量要成長超過 60%、平台點閱數破千萬，並朝跨域發展、招募新秀和深化人才培育三面向，未來也將輸出亞洲市場，進一步帶動集團生態系流量及業務，挹注橘子整體營運。

 跨域改編	<p>推出跨域企劃，為用戶創造再升級的娛樂體驗；旗下原創作品《三個不結婚的女人》也將與跨領域夥伴合作，除了有實體書與舞台劇改編外，將陸續推出不同衍生應用，為粉絲帶來更多驚喜。</p>
 新星計畫	<p>漫畫星、文學星推出「創作者平台」，提供創作者自行投稿的管道外，通過徵選還能成為站內「新星作家」或「官方簽約作家」。「新星作家」能參與官方舉辦進修課程並接受知名作家指導，也能提案爭取成為「官方簽約作家」</p>
 人才培育	<p>為正式簽約的作家提供穩定稿酬、助手補助、進修學習規畫並開展更多跨域創作可能性；與影視公司合作，針對漫畫小說與影視領域所需的編劇人才，合作培育課程以及與業界實作結合的培訓計畫；攜手大專院校漫畫系，提供學生創作以及未來出路的建議，助力學生與職涯接軌。</p>

創新多角化經營



遊戲橘子目標成為擁有高科技壁壘的國際網路集團，在多角化經營的策略下，以支持集團於網路科技產業的發展藍圖為導向，聚焦遊戲營運、技術研發和擴展 AI 科技應用範疇，期望透過內外部創新，提供更全球化的網路科技服務。

在內部創新方面，我們鼓勵員工進行內部創業，提供所需的創業環境、資金及各式資源，不僅能滿足員工追求自我實現需求、留住優秀人才，同時能促進組織活化，激盪出集團新成長曲線。

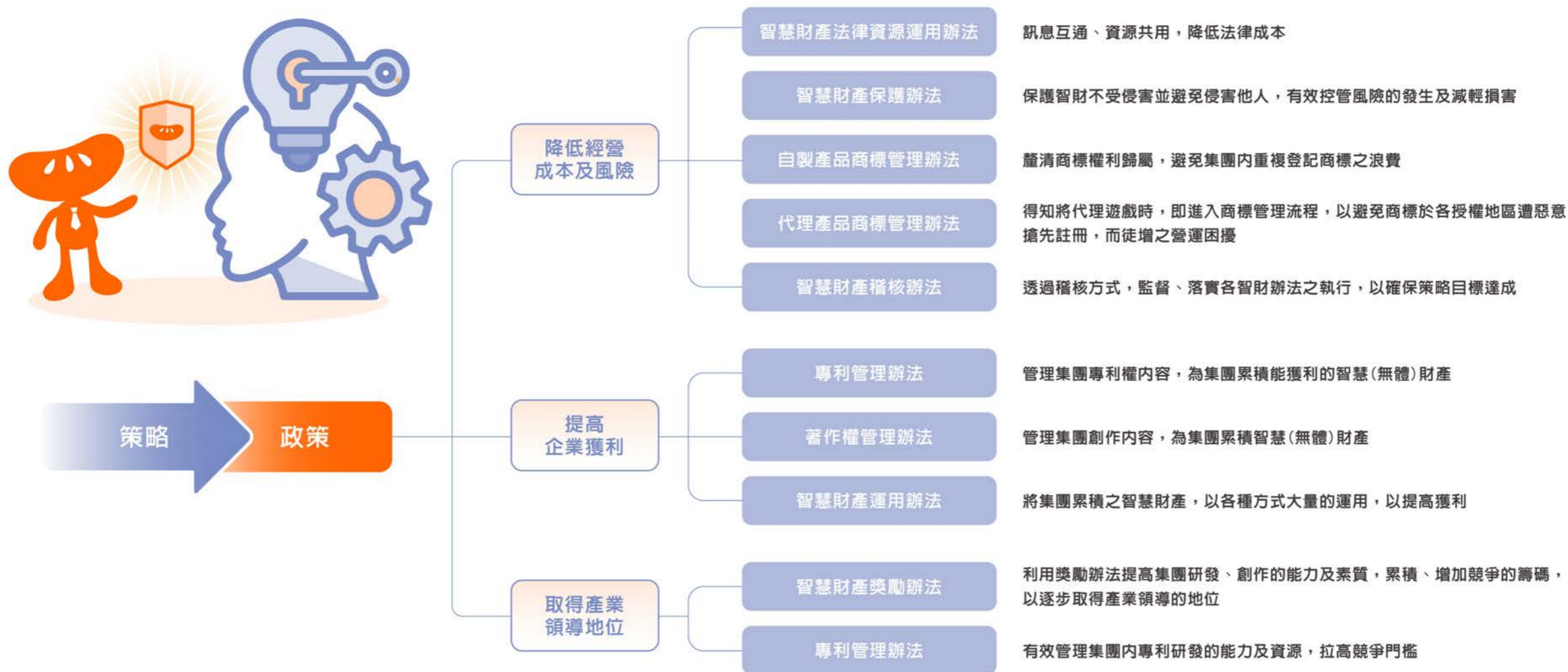
在外部創新方面，透過策略性投資新創企業，以獲得關鍵技術、加快產品開發速度，並取得具創新力的經營或技術團隊與人才，以提升集團競爭優勢及開發新事業發展機會，促進集團中長期營收及獲利成長動能。

專利策略目標

遊戲橘子集團致力於研發創新，根據營運目標投入研發資源，並擬定智慧財產權之管理計畫，藉以降低經營成本與風險，同時提高企業獲利、取得產業領導地位。本公司每年定期將智慧財產管理計畫提報至董事會，最近一次提報日期為 2023 年 11 月 06 日。

 技術領先	<p>持續投入相關服務的技術研發與專利布局，以維持產業的領先地位。</p> <ul style="list-style-type: none"> 完成專利探查與分析 <p>在連結公司營運目標的前提下，配合研發單位，針對下列領域進行檢索、分析：AI 詐騙偵測、AI 特徵學習、電子支付及 NFT 應用，以掌握業界技術發展動態與布局狀況，並進行對應的研發與突破，且將關鍵技術進行專利申請布局保護。</p>
 保護智權	<p>全面保護公司研發成果，嚴格要求專利、商標申請及著作權公證，落實集團智慧財產權政策。</p> <ul style="list-style-type: none"> 對於主要營運與計畫營運之地區進行萬筆商標查詢，且評估防堵與撤銷近似商標 計畫於 2024 年導入 TIPS 台灣智慧財產管理系統，促進內部智慧財產權管理制度升級與完善

為妥善運用及保護本公司之智慧財產，本公司訂有「智慧財產權基本政策」，以降低經營風險、提高企業獲利及取得產業領導地位，規劃本公司智慧財產權策略地圖。



2.2 資訊安全

2.2.1 資安管理

資訊安全政策

本公司訂有「資訊安全政策」由執行長核定，為本集團建立資訊安全、網路安全管理、程序及電腦系統軟硬體等相關資通管理之準則，以確保公司重要資訊之機密性、完整性及可用性。

資安治理組織架構

「集團資訊安全委員會」為本公司資通安全最高指導組織，由集團執行長擔任最高督導，同時督檢組織成員落實各項資訊安全管理作為，以表示對於資訊安全管理之充分支持。委員會組織構架如下，成員由各部門指派專員組成，包括且不限於首長、處級主管級別成員參與，集團總部於 2023 年設置「資安主管」，由資訊服務處處級管理單位綜理資通安全相關事宜，並委請專業資安技術團隊協助提供所需各項資安服務。年度召開兩次集團資安委員會會議，由集團執行長主持，檢討現有安全管理制度執行情況、評估營運風險及相關因應方案及年度資安專案進度檢討。



「集團資訊安全委員會」基於集團營運目標、策略，遵照政府相關法令、法規要求，負責制定相應之資安政策，進行資安防護佈署、弱點漏洞補強、異常訊息掌握、緊急事件應變等，落實各項資安管理工作；秉承 PDCA(Plan- 規劃評估、Do- 設計建置、Check- 覆核稽查、Act- 檢討改善) 管理循環思維，以說寫做一致作為執行要點管理風險，以確保服務及營運持續。在風險評估、政策修訂、防護佈署、風險監控、安全補強的循環架構下，持續掌握新的資安趨勢，因應時空改變不同的資訊服務、營運環境、適法性及各項影響條件，滾動式檢討現行管理與防護作為，使資訊系統運營及網路服務均能做到適當的風險管控。

資訊安全管理策略與具體管理措施

本公司資安策略關注人員、制度及管理三大面向，遵循國家法令，通過風險導向的分析與管控，管理客戶及會員數字資產。

事前預防

- 定期檢討資訊安全相關管理規範

每年依照現行法令法規、產業脈動、關注方要求，進行資安政策及相關管理規範、程序編修作業，內容涵蓋資料保護、營運安全、資訊作業委外、密碼管理 ... 等共計 13 項規範。

- 資訊作業安全檢測

依專案性質進行風險評估，系統上線前依評估結果，進行行源碼掃描 / 弱點掃描 / 滲透測試等資安檢測，並確實完成系統弱點修補。

- 導入資安監控 (SOC) 及端點防護 (EDR) 機制

僱請國內第三方資安技術顧問團隊監控並掌握資安告警及情資，強化並加速偵防與回應。

- 資通安全作為有效性檢討

集團資訊安全委員會每年定期召開兩次會議，針對資安策略與機制進行滾動式的檢討與修正，同時檢討規範落地執行之成效並追蹤內部查核發現。

- 導入 ISO 27001 等國際資訊安全管理標準

強化資訊安全管理體系，訂定各項作業要求及應變處理計畫，提高整體資訊安全管控與應變能力。



- 集團各分子公司取得國際資安認證情形（請參閱[資安認證一覽表](#)）。

- 橘子支付自 2019 年起連年取得「行動應用 App 基本資安檢測」認證，並經第三方檢測機構通過。

- 社交工程演練及員工資安教育訓練

- 年度辦理電子郵件社交工程 1 次，另行針對誘騙成功之員工進行教育訓練。






- 年度實施資安訓練課程，並列為集團全員必修課程以全面性的提升同仁資安意識，完訓率 100%。

 事中執行與檢核	<ul style="list-style-type: none"> • 營運資訊作業自我評量 針對各項資安管理措設定評量機制，每季要求各營運分子公司進行資訊作業自我評量。 • 端點安全管理 設有端點防護機制，有效降低端點設備因不慎使用，形成資安缺口。 • 重要系統、資料庫及檔案皆具備份機制 每年針對核心服務系統設有系統復原計畫，定期（每年至少一次）執行災復演練，透過書面模擬及情境模擬演練，確認演練標的達成預設之目標、面臨緊急事件發生時能及時應對，確保服務不中斷。 • 年度資安內部查核作業 每年由集團總部擬定實施資安管理檢核計畫，對各營運分子公司進行訪談與抽樣各項資訊作業執行情況，並將查核結果提報集團資安委員會，查核發現則列管追蹤矯正情況，作為精進集團資安管理依據。
 事後應變與復原	<ul style="list-style-type: none"> • 建立資安應變及通報機制，確保資安事件可迅速及完善的處理與復原。 • 2023 年末發生重大的網路攻擊或事件，亦未曾涉入任何相關之法律案件或監管調查。

資安風險管理

公司資通安全風險管理是一個持續的過程，透過管理架構進行資通安全對營運風險分析及影響評估，建立適當防護機制、監控措施及應變作為，從而使公司營運做到以最小化損失和最大化收益。公司資通安全風險管理架構主要的目標是提供（1）營運所面對資通安全風險得到適當管理（2）鼓勵公司管理及運營團隊了解風險暴露的影響（3）實現更好的業務彈性和合規性（4）提供嚴格的決策和規劃流程。以下針對公司營運所可能遭遇之資安風險，提出說明及因應作為，確保公司營運服務和系統佈署了安全必要防護措施。



資安風險	影響及因應措施
 律法及標準合規性	<p>因應產業變動而生之律法要求，遊戲橘子因即時反應並滾動調整或增加相應管理制度以符合法遵要求。數位發展部於 2023 年 10 月 12 日頒布「數位經濟相關產業個人資料檔案安全維護管理辦法」，並依辦法施行之日起三個月內完成個人資料檔案安全維護計畫及業務終止後個人資料處理方法。本公司於 2024 年 1 月 12 日完成「個人資料保護政策」及「個人資料檔案安全維護計畫」，用以落地執行各環節資料處理與保護。</p> <p>本公司對標產業資訊安全標準合規性，透過第三方認證機構核實驗證實作，取得 ISO 27001 及 PCIDSS 認證並持續其有效性。</p>
 網路攻擊	<p>駭客使用技術手段或方法入侵、破壞或是竊取目標系統或網路，將直接衝擊企業營運，因此建置環境時應使用必要之防護措施，包括防火牆區隔、網段切割、安全通道存取設計規劃、使用加密通訊協定、設有入侵偵測及阻斷攻擊 ... 等機制；同時針對對外提供服務之網站定期或不定期進行相關之安全檢測（如：資安檢健、弱點掃描、滲透測試 ...）並修補弱點，及透過資安情資蒐集之弱點警示，進行系統強化或漏洞修補，以期減低因弱點而遭受攻擊之機率。</p>
 病毒威脅	<p>電腦病毒來源可能是瀏覽過的網站、電子郵件中含惡意程式的附件或連結、社交媒體網站的惡意連結或執行檔、可攜式儲存媒體、未經驗證文件、檔案、軟體或應用程式。因應種類廣泛的來源管道，公司設置多層次防禦機制及檢測，並全面導入端點防護系統，採中央管理方式進行監控及防護，以降低遭惡意程式感染及攻擊的風險。</p>
 營運中斷	<p>為確保企業營運持續，設有系統營運安全管理、備援及回復作業計畫之規劃及管理要求，而資安事件處理程序則是確保遭遇突發之緊急危難或異常事件時應及時反應與因應。維運依據「資安政策」、「集團營運事業資安管理要點」，年度針對營運核心服務進行資訊作業營運持續演練，驗證系統還原後能持續服務、確保機密資訊之安全性；同時演練含括事件通報處理，藉由完整的演練亦可讓相關同仁熟悉事件處理步驟，強化資安事件應變能力，減少營運衝擊，降低服務、資產及財務損失風險。</p>
 員工資安意識不足	<p>員工因職責需要，會直接接觸公司營運系統及資料，因此稍有不慎即可能因使用不明軟體或感染到惡意程式，而影響到公司内部系統資訊安全；因此公司除將自行編製之線上資安教育訓練列為必修課程，定期對全員工進行相關教育之外，日常蒐集資訊安全相關資訊及報導，不定期透過其它管道對員工宣導資安知識，用以降低不慎操作而造成資安風險的機會；同時也會透過社交工程演練驗證員工資安意識，提升員工對隱私權、個資法、數據保護實踐和網路安全行為等認知。鼓勵從事資訊技術職務的同仁，參加各式資訊安全、資訊作業管理 ... 之研討會，瞭解新興產業動態、資安趨勢及技術，用以提升自我技能，甚至藉此提升風險預判能力、及早防範。</p>

資安技術提升

橘子除持續在各分子公司導入 ISO 27001，為加強在端點防護與營運系統的安全性，導入了功能全面的 EDR 軟體，並整合 SOC 來確保防護與通報機制可以更加即時，並依據各子分公司的特性做對應的 EDR 防護政策導入，透過定期的資安技術會議，掌握集團的資安成效與交流最新的資安趨勢。

- EDR-端點偵測及回應：結合了即時的持續監控、端點資料蒐集，以及進階交叉關聯，來偵測並回應主機和端點連線的可疑活動，可讓資安團隊更快速的判斷及交叉比對分析並提供更明確的偵測事件。

在資安人才方面，果核數位作為集團的資安領導單位，針對職員之技術能量提升，制定資安人才培育辦法，依不同技術專業所適用之證照訂定不同金額津貼補助，藉以提升職員考取相關技術證照之積極度，使團隊技術能量有效提升。另外，2023 年集團辦理兩場次企業包班課程，展現本集團對於資安技術與人才培育重視。

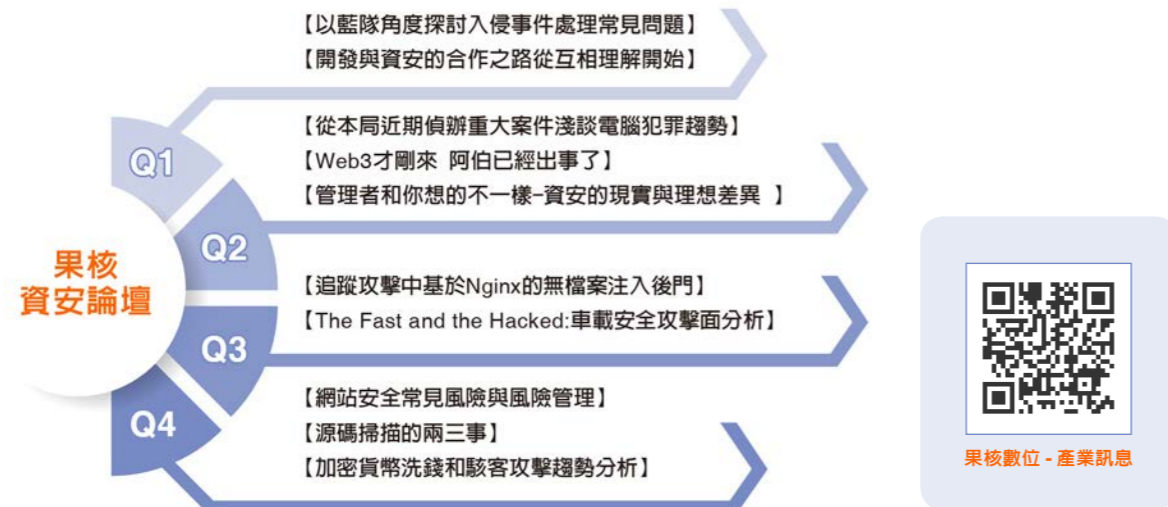
ISO/IEC 27001:2022 主導稽核員

本集團含分子公司，共計 16 名同仁上課，全數通過考試並取得證書。

零信任 & NIST 網路安全 全框架認知課程

邀請 BSI 講師授課，含營運長在內共 20 名學員完訓並取得上課證明。

因應 5G 時代來臨，駭客攻擊日新月異，橘子發揮產業專長，定期辦理果核資安論壇 (2023 年每季辦理一場次，共計 154 人次參與，平均活動滿意度達 99%)，亦於果核官網不定期分享資安相關文章，提高企業與個人對資訊安全防護之重視，並加強資安防禦層級，以避免因資訊外洩而造成損失及損害企業形象。



果核資安論壇

除內部主辦之論壇外，為引領業界驅動資安議題，果核也不定期與代理商及原廠合辦 Seminar 或 workshop，2023 年以「軟體開發安全」為主軸，攜手代理商邁達特及 OpenText，上半年舉辦【落實資安防護，杜絕漏洞風險】研討會；下半年舉辦【強化 DevOps 開發流程安全】說明會，不僅提供企業客戶軟體開發安全觀念，建議應將有限資源投入於關鍵刀口，更夠透過介紹 DevOps 全生命週期管理工具，帶領企業達到實踐敏捷資訊治理框架，以正確的思維主動尋找可能的風險，以釐清開發人員和資安人員雙方的認知。年末更自行舉辦 Source Code Analysis Workshop，透過實作的方式引導與會來賓了解程式開發的安全及重要性。

未來，果核數位將持續以實務經驗與溝通協助企業導入安排軟體安全測試，挖掘隱而未現的資安風險，強化軟體系統的安全性。

資安通報與處理程序

橘子訂有「資訊安全事件處理程序」，訂定集團各事業體資安事件通報及處理方式。集團全體同仁負舉發資安事件之責，一律立即主動告知所屬單位 IT 技術窗口，窗口須依其事件等級及分類進行釐清，填寫「資訊安全事件通報紀錄單」，責成資訊單位及事件相關單位做後續資安事件處理。資訊單位需於目標處理時間內排除及解決該事件，並於事件處理完畢後提供分析結果及建議修補作為，以預防事件重複發生。最後，上述的資安事件處理報告會彙整於資訊安全月報中，供資訊安全委員會議檢視留存。



供應商資安管理

橘子於 2023 年增設「資訊作業委外安全管理辦法」，為委外開發案做資訊安全審核，凡由第三方開發、建置、維護、處理與管理之活動，須依照其功能可能涉及之資安風險嚴重程度，具備相對應之資安檢測項目，包括重要數據隱私要求，確保每個供應商承諾應用足夠的技術和組織措施保護其處理的資訊。且資安檢測廠商資格需具備資安專業證照，並可提供原始碼檢測、弱點及滲透測試等檢測服務，使各分子公司之委外開發系統於導入或上線前具備標準安全性。此外，我們的法律團隊在處理和公司的數據交換（包括個資），確保所有供應商協議均應包括適當的陳述和關於保護的義務。

2.2.2 守護網路安全

集團對於所提供之商品或服務，除重視消費者之健康與安全，並對所提供的網路服務均向消費者詳細說明商品或服務之使用方法，維護交易之公平。對所提供的網路服務訂立預先擬定之契約條款，提供消費者充分與正確之資訊，及實施其他必要之消費者保護措施，以維護商品或服務之品質與安全，防止服務損害消費者之身心健康、財產或其他權益。對於商品或服務之標示、公平交易符合法令規定，提供完整消費資訊供運用，俾能採取正確合理之消費行為，以維護其安全與權益。

犯罪防治

網路資訊蓬勃發展，卻也伴隨著詐騙行為、盜取遊戲帳號等新型態社會問題。橘子秉持著服務客戶至上、玩家權益優先的態度，與大眾消費者站在同一陣線，凡收到相關的申訴案件，並有足夠的佐證資料，橘子團隊會主動出擊、與消費者並肩面對犯罪者，攜手消滅不良的投機者。自 2022 年開始我們與全民防詐騙網站（165）合作設置線上查詢平台機制，司法警察可藉由線上投單提出

查詢案件需求，提升作業效率。另外，為確保司法警察能及時了解數位遊戲相關的專有名詞，橘子成立獨立運作的「警偵小組」單位，派遣 24 小時輪班人力，隨時支援警察、檢調單位，提供資訊支援與疑問解答的服務，助力全民防詐騙不中斷。

GASH 是橘子的遊戲點數、虛擬商品，因近年電玩遊戲蓬勃發展，在市場已有大量、普遍性流通趨勢，卻也遭犯罪集團利用作為犯罪工具。

2023 年橘子與樂點 (Gash) 自 4 月起開始推出一系列風控管理措施，如「序號儲值延遲入點」、「點數防詐鎖卡平台」等，並設置「防詐工作小組」與數位發展部及警政署密切配合打詐，橘子不畏營運績效影響仍善盡產業自律與社會責任。截至年底已顯著減少近九成的詐騙案件發生，攔截逾 150 萬元，阻詐成效顯著。



橘子「全方位」打詐執行重點

風控管理：調整GASH錢包帳號與儲值風控管理

- 1 新創帳號身分認證：樂點與遊戲橘子皆針對新創帳號進行手機與電子郵件認證
- 2 強化帳戶驗證機制：樂點對GASH錢包用戶定期OTP驗證；遊戲橘子對平台遊戲帳號每日首儲進行OTP驗證
- 3 跳板IP儲值驗證：阻擋海外IP，不定時提供相關可疑IP供警方分析
- 4 序號儲值延遲入點：啟動GASH點數延遲入點機制，現況為延遲24小時入點，以爭取消費者辨識購買誘因及報案時間
- 5 異常帳號關閉儲值功能：針對新創、閒置、高風險帳號關閉序號儲值與轉點功能
- 6 點數防詐鎖卡平台：為保護消費者財產安全，於點數商品使用過程中疑似遭遇詐騙，可先行利用本平台進行商品鎖定避免被盜用



GASH 防詐鎖卡平台

為保護消費者財產安全，如於點數商品使用過程中疑似遭遇詐騙，可先行利用本平台進行商品鎖定避免被盜用，如屬誤鎖，請先準備好點數商品資料，以便後續操作。

序號

儲值密碼

鎖卡原因

確認鎖定



技術優化

與遊戲廠商協力打詐，並運用大數據演算法與後台資料分析，強化風控機制，技術端同步且持續分享予遊戲廠商

防詐宣導

集團媒體群與合作通路積極進行防詐騙宣導

攜手防詐

- 1 偕同通路合作廠商採取相關防詐措施與銷售監控，如與超商通路長期施行「主被動關懷提醒」機制、「單店每日銷售額度限制」、「單人單筆交易張數限制」與顧客「收執聯防詐提醒」等4項措施
- 2 聯合超商開發GASH去序號機制，推出「超商即時儲」，交易當下由系統直儲點數至遊戲帳號內的機制



橘子支付是橘子集團提供數位支付服務，主打交易、轉帳免用現金的特點，解決民衆攜帶現金可能面臨遺失或被搶奪等風險，卻難杜絕有心人士利用漏洞進行新型態電子詐騙的可能。近年橘子支付亦配合金管會加入電子支付阻詐行列，提出防堵措施，高度減少詐騙成功率，阻詐成效卓越。

橘子「電子支付」打詐執行重點

詐騙態樣	情境說明 (詐騙手法)	防堵措施	成效
冒開人頭戶後即有大額轉入，並迅速轉出	取得民衆身分證資料、手機門號及銀行帳戶後，向電子支付機構申請開立及註冊電子支付帳戶，進行跨行轉入金額，並快速跨行轉出	<ol style="list-style-type: none"> 1. 依照新修正之安全控管作業基準第 7 條，新增驗證會員開立存款帳戶或信用卡原留手機門號機制，以加強用戶身份確認 2. 高風險會員服務限權：潛在風險會員於首次單筆大額儲值時，再次發送確認簡訊並點選確認為本人後，始得開通大額儲值服務 3. 針對此態樣進行高風險會員服務限權：潛在風險會員於一定期間內，進行跨行轉帳限額 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 防堵措施上線次月，警示帳戶當月數量降低至 0 件 2. 2023 年警示帳戶案件月平均數量較前一年度大幅減少 3. 財金轉帳、高風險通路受詐總額較前一年度分別減少 94% 及 46% 以上




產業法規推動

為了提升產業的競爭力，橘子協助政府制定維護公平正義且符合產業需求之法規，法務同仁亦擔任全國律師聯合會文創、運動及娛樂法委員會委員，透過各公協會長期向政府提出修法建議，並前往政府機關說明與分享。同時，每年度固定接受律師、司法官團體及學校法律相關科系學生參訪，了解在快速變動的數位娛樂產業中可能遇到的爭議事件，並交流對產業法規制度之看法。



數位內容責任

橘子集團之產品與服務多以數位娛樂多媒體內容為主，為提供玩家及消費者優質創新的服務體驗，所有數位內容之上架皆依循營運所在地法規之要求。除此之外，網路世界在民主的社會環境下，更加容易發聲，易伴隨不當內容的曝光風險，作為平台方，橘子主張應制定責任內容相關準則以傳達本公司在數位科技產業中的永續商業理念。

 廣告倫理	<p>2023 年本公司正式啟動「橘子集團廣告倫理政策」制定，為國內同業首家針對廣告主訂定廣告業務相關規範，並統合集團泛數位娛樂事業體之回饋，藉以提高本政策之適用性及作為產業示範。本政策內容除適法外，我們針對成人內容、管制商品、娛樂、健康等產品分類設定管制條件，並禁止一切暴力仇恨、騷擾、欺騙性文字以招攬或誤導消費者，如違反，橘子有權停刊該廣告。</p>
 責任內容	<p>本公司所發布的遊戲及平台，於註冊頁面重點聲明使用者應遵守本公司營業規章、管理規則、網際網路國際使用慣例與禮節之相關規定，嚴禁任何違反公序良俗等行為，如具辱罵、誹謗、威脅、不雅等生成式內容，情節重大者本公司有權終止任何數位服務。</p>
 兒童保護	<p>本公司所產生之數位內容，為促進兒童青少年重視身心均衡發展，皆鼓勵年滿 12 歲以上的自然人使用，並應依照《兒童及少年福利與權益保障法》、《遊戲軟體分級管理辦法》規定，提供合適之數位內容及明確分級標章，採取避免兒少接觸之必要措施，並明確標示相對應之警語。所發布之遊戲及平台，皆於使用者條款提醒，我們尊重兒童及青少年的隱私權，對於未成年用戶或玩家，要求其法定監護人同意方可蒐集其個人隱私或敏感資訊。若家長 / 法定監護人有發現異狀，請立即連繫客服，橘子將採取適當措施保護兒童及青少年隱私。</p>



2.3 客戶權益保障

2.3.1 服務與溝通

橘子所有產品皆依據不同的業務範疇，遵照政府主管機關之法規及國際準則，制定相關服務機制及流程，以確保消費者或客戶在各項產品使用權益受到保障。我們將客服中心委任子公司蟻力，藉由 AI 技術提供全年無休 24 小時在線服務，同時因應不同產品需求，亦備有多元服務管道（電話專線、官網來信留言板、線上即時文字交談、智能 chatbot 客服等），讓客戶服務再升級。

專業客服體系

蟻力作為橘子集團的數據客服專家，掌握先進 AI 客服系統部署，人機協作，整合多元服務管道，精準提供客戶服務解決方案，同時提供顧客關係管理 (CRM) 整合服務，運用數據分析協助品牌維繫用戶忠誠度，有效管理品牌聲譽。全能的客服體系包含：

優質客服人員培育

- 通識課程：需全員參與及檢核完訓
 1. 基本服務認知及禮儀展現
 2. 產品專業知識及後台工具
 3. 權限使用規範、個資保護及資安風險
- 強化課程：視業務執行狀況安排
 1. 電話 / 親訪服務溝通談判技巧
 2. 情緒管理、建立正確服務心態
 3. 服務數據分析及報告撰寫

客服品質系統掌握

1. 智能客服渠道：風險字詞即時監測示警、負評案件普查並針對內容持續優化改善
2. 真人服務渠道：導入 AI 風控質檢針對風險案件即時監測示警 / 關懷、全渠道服務案件常態 3-5% 抽檢，針對缺失案件對外主動關懷更正資訊，對內則啟動個案輔導及強化資訊布達提醒

卓越解決方案服務

1. 擴大涵蓋 7*24hr 全時段即時問題諮詢回應
2. 針對障礙排查或需核資異動案型，引導自助服務功能操作，或留下需查核資料自動轉真人接手查核處理
3. 重要產品 / 活動資訊或案件處理進度即時通知、服務意見訪問調查



若為法人客戶，橘子依業務別定期與客戶安排相關會議，並與各單位高階主管做專案評估與檢討，確保產品及服務品質，即刻修正問題。因應本集團數位優勢，大部分事業體採用 AI 智能技術工具導入應用，不斷強化整體服務效能及互動品質，持續提升客戶服務體驗。重視客戶心聲，建立多元反饋機制，橘子支付更依主管機關規範，訂定且依循「客服營運中心品質政策」及其 13 份相關辦法，落實客服管理及客戶關係維運，保障客戶申訴權利。

2.3.2 隱私保護

橘子網路服務均設有防火牆、網路身份辨識、威脅監控分析機制並阻隔惡意網路行為、不定期針對網站系統弱點掃描並予以補強修正、不定期模擬駭客攻擊及資訊安全演練、依服務內容制定及實施備份作業等各項資訊安全防護措施，惟有經過授權的人員才能接觸到相關資料，詳細資訊請參閱 2.2 資訊安全。

橘子亦訂有「個人資料保護政策」，適用範圍涵蓋集團分子公司所有員工及其供應商，由集團「個資管理委員會」管理，針對集團內擁有個資之單位(包含全體員工、承包商及合同同業所管理之個資)，應規劃、執行與落實個資保護要求及委員會交辦事項，並向個資管理委員會報告個資保護推動進度。委員會以財務長為召集人，轄下分為緊急應變小組及個資保護工作小組，與法務處一同管理與防止外界不當侵入與維持個資檔案正確性及完整性。其中，個資保護小組納編「稽核小組」，由稽核室及法務處成員組成，規劃定期檢和安全維護計畫及相關規定之執行狀況，第一時間進行改善。

個資管理委員會之執行任務

1

個資保護政策之擬議。

2

個資管理制度之規劃及相關事宜討論、推展。

3

個人資料隱私風險之評估與管理審查。

4

集團所屬各級單位 以下簡稱各單位 專人與職員工之個 資保護意識提升及教育訓練計劃之擬議。

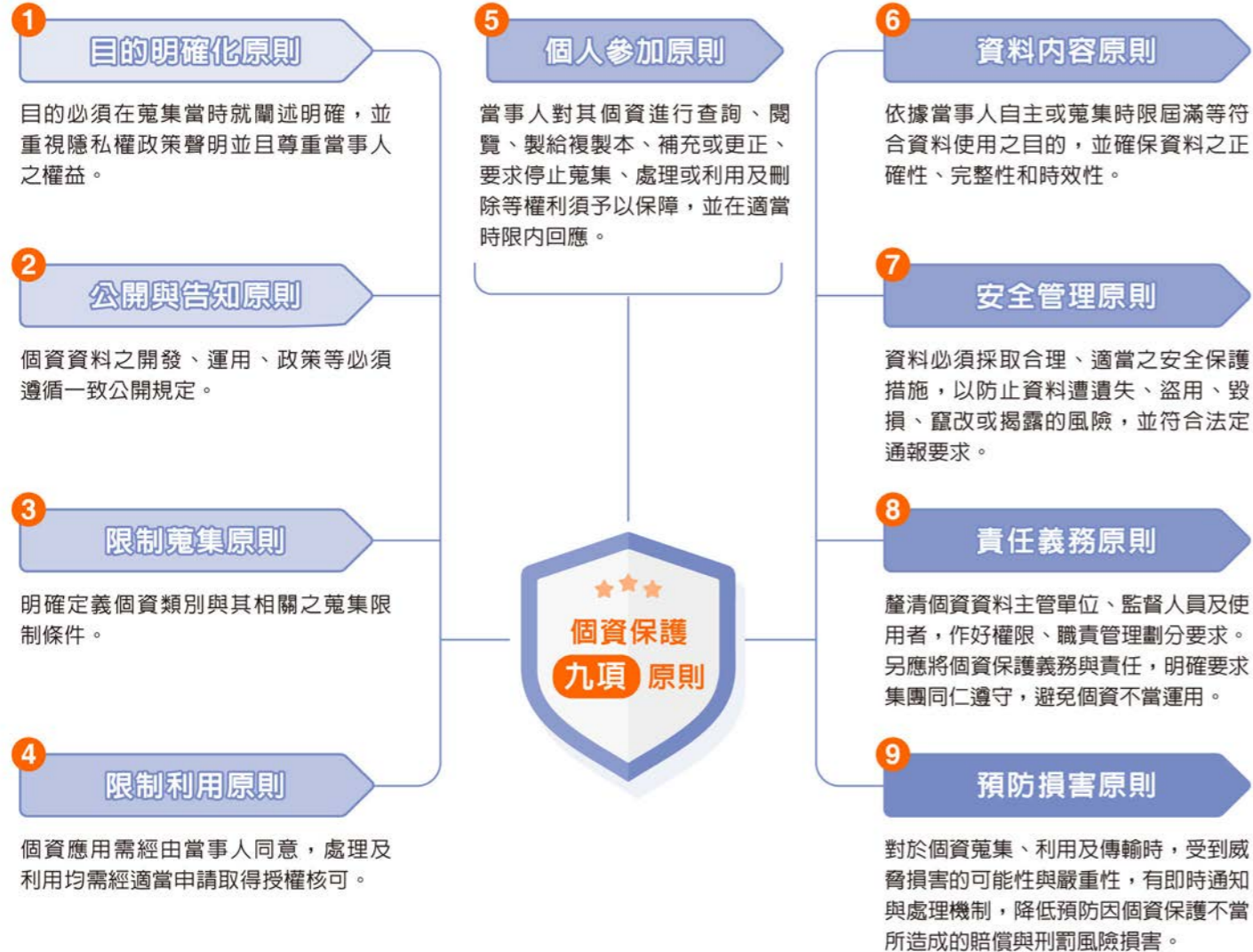
5

個資管理制度適法性與合宜性之檢視、審議及評估。

6

其它個資保護、管理之規劃及執行事項。

個資保護九項原則



橘子針對個資蒐集依循九項原則，任何個人資料的蒐集，皆主動告知客戶隱私權保護政策及使用者條款資訊、不蒐集不必要之個人資訊，並且告知用戶皆有權選擇是否被追蹤行為軌跡、做個人化行銷或二次目的使用。本年度個資被用於二次目的之使用者達 100%，主係橘子取得之個資將於後續線上線下活動中持續運用，直至該自然人主動申請停用或依平台隱私權條款進行調整（如因營運活動取得玩家資料，將依法規保存 5 年以上，公開資料皆會進行去識別化）。個資若經網路傳遞皆須加密機制，以確保資料在傳輸過程中不被第三方非法擷取。且依消費者或供應商簽訂服務約定，皆簽署保密條款，不會任意提供、出售、交換或出租的隱私與機敏資料給其他團體、個人、私人機構或其他用途。對於資安及個資保護業務，橘子以「零容忍」為原則，違者將依本公司「獎懲辦法」實施必要處置。2023 年並未發生侵犯客戶隱私事件，亦無與用戶隱私有關之法律裁罰。

2.3.3 客戶滿意度

一直以來橘子與消費者保持密切溝通與互動，積極守護消費者權益。橘子集團客戶服務以遊戲橘子之線上或手機遊戲為大宗，年服務量超過 75 萬件，有 92% 的案件可於首次回應獲得解決，服務品質檢核正確率達 99% 以上，同時以日、周、月、季、年為周期，透過系統檢視及統計分析案件問題，針對特殊、大量類型問題，提出因應及精進改善計畫，提交經營團隊作為評估，以降低重複客訴，並陸續上線多項自助化服務功能，透過技術賦能擴充智能客服涵蓋的服務項目，快速回應與解決客戶問題。2023 年總計公機關來函 871 件，其中 133 件須召開協調會，所有的客訴案件皆在 15 日內妥善處理完畢。2023 年並未發生無法解決、侵犯客戶隱私或健康等事件。



CHAPTER 3



CH3. 轉動環境友善

3.1 環境管理.....	56
3.2 環境共生.....	69

3.1 環境管理

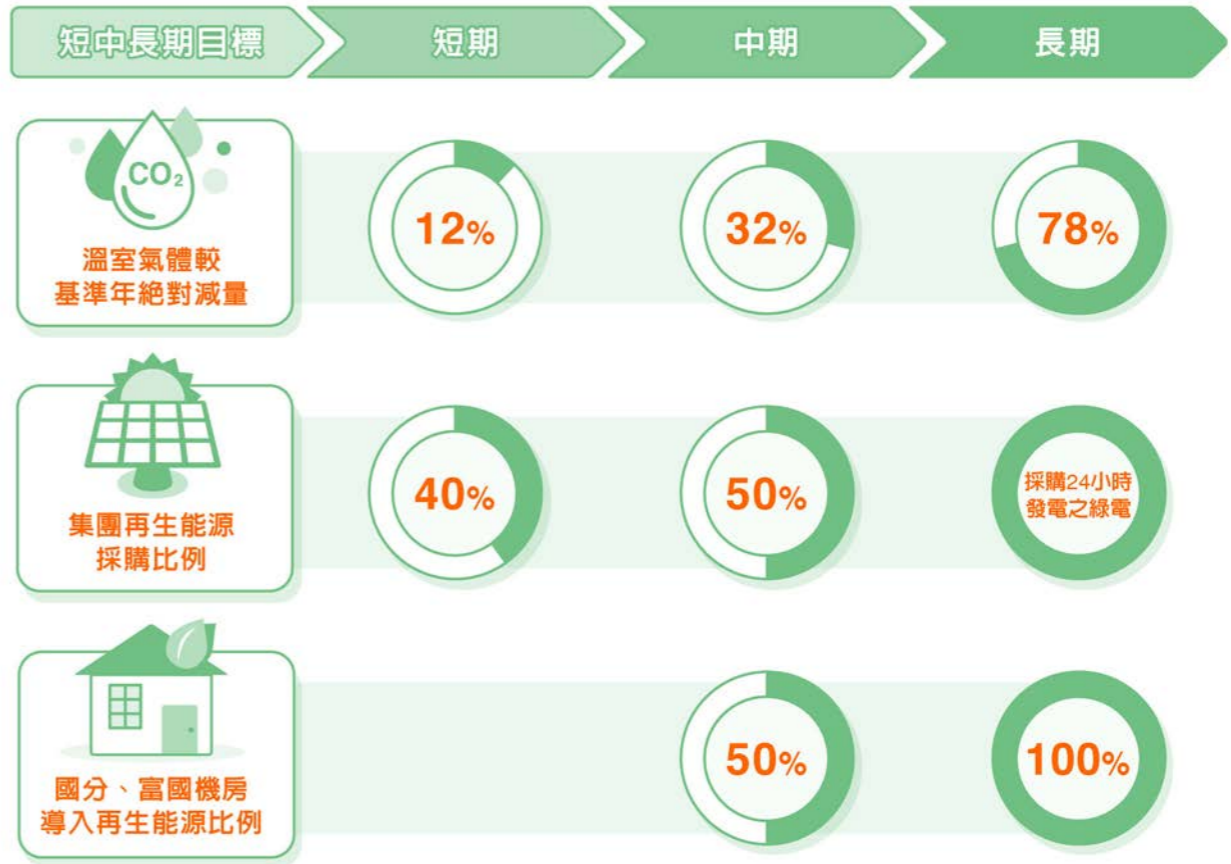
3.1.1 氣候變遷因應

2023年8月橘子董事會通過集團「淨零宣言」，承諾2030年較2022年範疇一、範疇二減碳78%，並達成範疇一、範疇二碳中和，2050淨零碳排。為與台灣淨零碳排政策接軌，積極部署減碳規劃，短期更換省電設備、購買綠電，中長期改變數據機房能源使用模式，落實節能減碳，打造低碳機房並提供更優質的服務。減碳承諾更獲天下「企業減碳溫度計」認證，符合《巴黎協定》升溫不超過1.5°C目標。

本年度橘子依循國內永續法規建議，率先導入氣候相關財務揭露建議（Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD），促進氣候相關風險及機會之資訊揭露透明化，逐步建立氣候風險與機會管理機制，未來規劃與公司風險管理流程相互整合，透過「治理、策略、風險管理、指標與目標」四大策略方向，推動低碳轉型與強化氣候韌性。



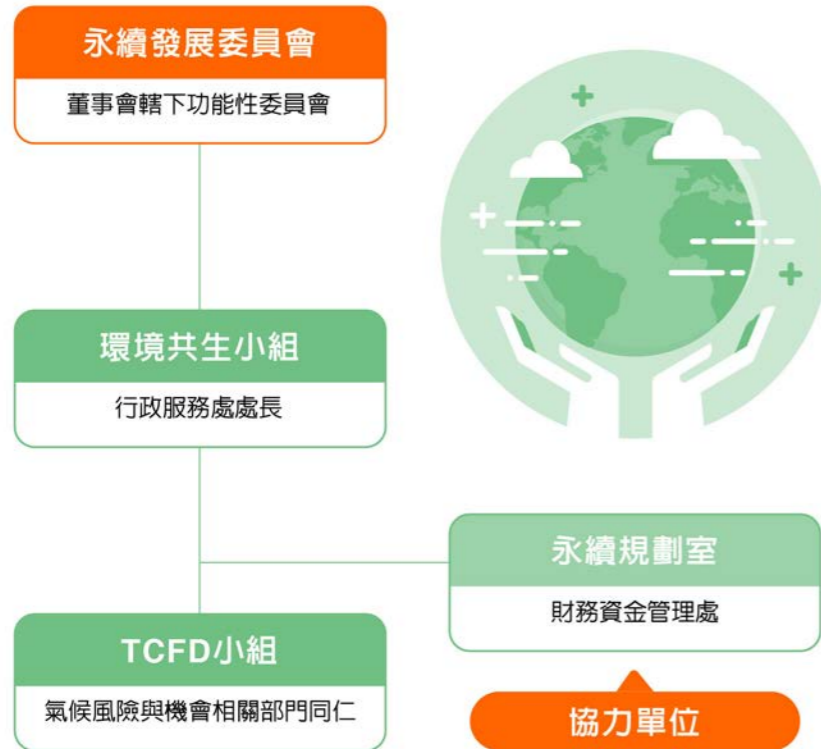
 <p>治理</p>	<p>因應氣候變遷議題，橘子增設「TCFD 工作小組」，由「環境共生小組」及「ESG 永續規劃室」召集相關成員共同管理，行政服務處處長負責管理並推動溫室氣體盤查與減碳行動等環境相關專案，並定期向永續發展委員會及董事會報告，董事會針對氣候相關議題充分授權並給予指導，如淨零宣言、減碳目標與策略規劃等。</p>
 <p>策略</p>	<p>橘子於氣候風險評估與排序時納入國際能源總署 (IEA) 公布之淨零排放情境 (NZE)、與政府間氣候變化專門委員會 (IPCC) 提出之 RCP2.6 與 RCP8.5 情境[*]，討論橘子面對不同氣候情境下之風險與機會。並於營運布局、策略制定、財務規劃中將碳排放因素納入考量，規劃短、中、長期的目標與行動方案，包含：再生能源使用、節能設備更換、廠商選用、平台與大數據建置等，透過落實環境友善作為，逐步降低營運對環境造成的負面衝擊。</p>
 <p>風險管理</p>	<p>建立氣候風險與機會議題清單後，各相關部門針對橘子價值鏈進行風險及機會的辨識與評估，參考風險管理實務常見方法，針對每一項風險所造成之衝擊程度與脆弱度，進行風險危害的重大性評估與排序，最後整合於集團風險管理制度中，以即時準備及採取各項應變措施。</p>
 <p>指標和目標</p>	<p>氣候相關議題的管理橘子依各部門權責來偕同執行，由行政服務處主責減碳行動的推動並以碳排放量作為內部管理的氣候指標；因應氣候機會方面，橘子積極引進低碳技術及服務至集團內部，在平台與大數據、新品代理、自研新品中將碳排放量納入評估因素之一。</p> <p>自 2022 年開始逐年依據「溫室氣體議定書 (GHG Protocol)」方法統計溫室氣體排放量，並通過溫室氣體盤查認證 (ISO 14064) 認證。2023 年公布「淨零宣言」，承諾橘子集團於 2050 年實現淨零碳排，並設定相關指標追蹤之。</p>



• 註 1：依據 IPCC 第五次科學評估報告中發布的 RCP 情境代表濃度途徑 (Representative Concentration Pathways)，即以溫室氣體濃度變化與輻射強迫力來進行未來全球暖化推估情境，其中 RCP2.6 是個暖化減緩的情境、RCP8.5 則是個溫室氣體高度排放的情境，分別約等同 IPCC 第六次科學評估報告中 SSP1-2.6、SSP5-8.5 情境。

• 註 2：本年度氣候風險盤點結果顯示，橘子為低氣候風險產業，暫未列入本公司重大風險管理因應措施。

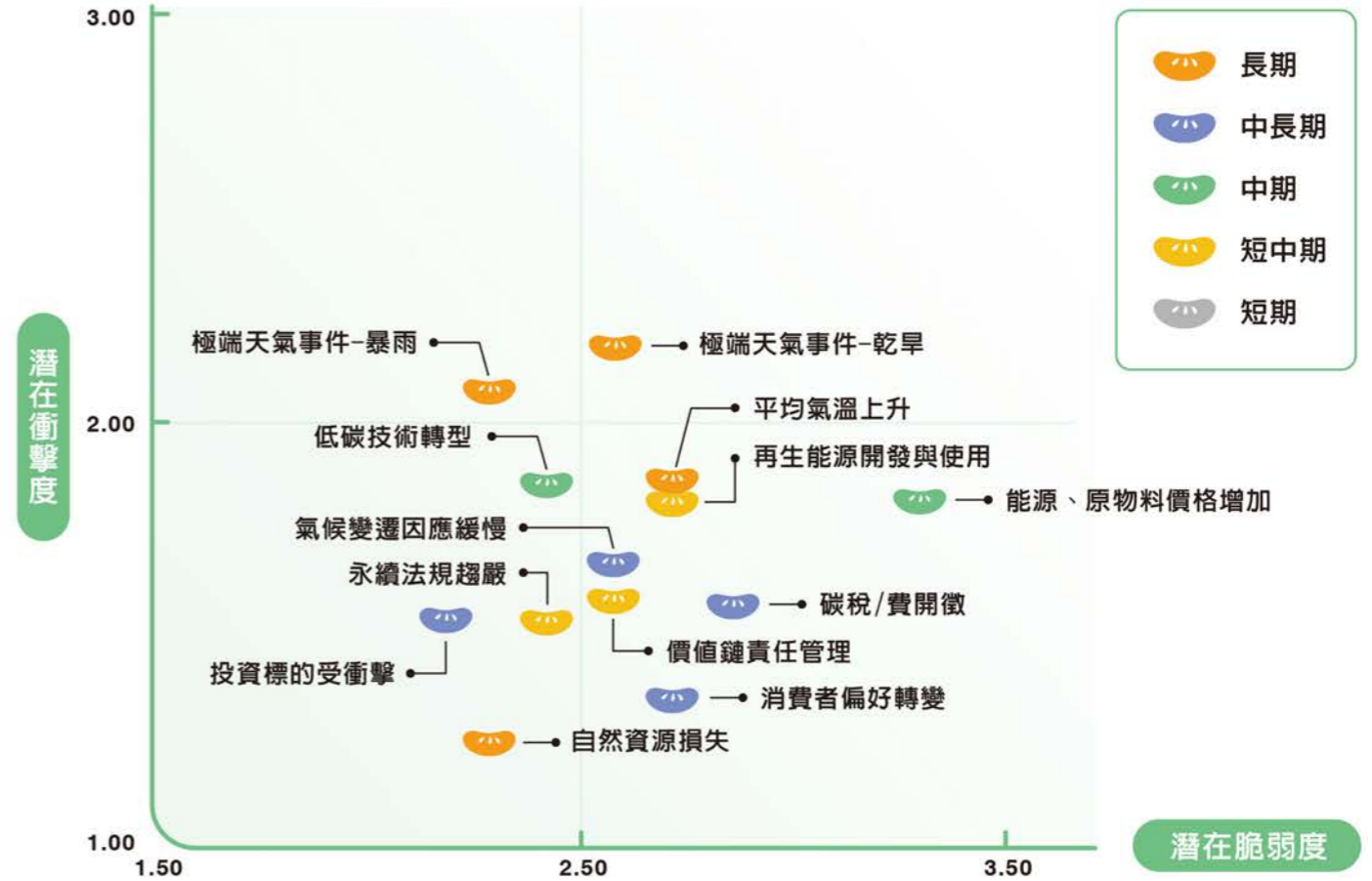
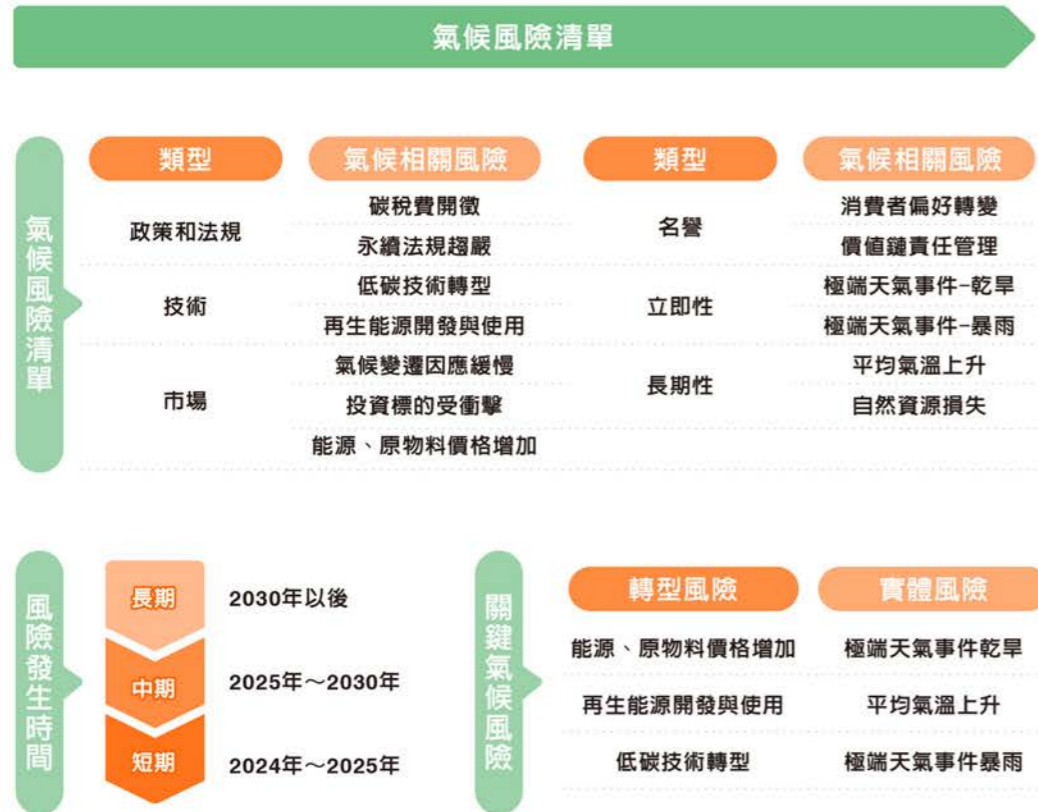
氣候治理架構



氣候風險鑑別、評估與管理流程

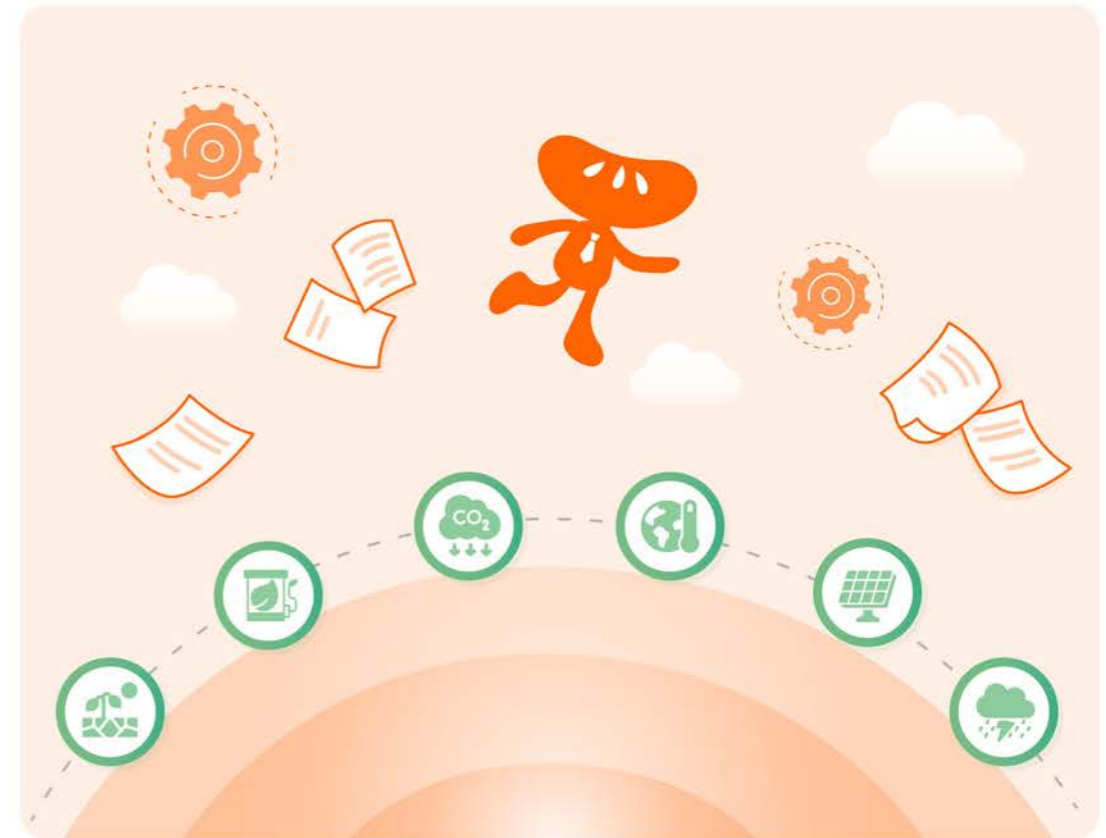


氣候風險矩陣圖



關鍵氣候風險議題管理說明

透過上述的氣候相關風險鑑別程序，依據「潛在衝擊程度」和「潛在脆弱度」的乘積繪製之矩陣圖進行判定，其結果分為低、中、高三種風險等級。2023年橘子盤點的結果顯示氣候相關風險皆屬中低等級風險，以前六大風險作為關鍵風險議題，包含轉型風險（能源、原物料價格增加、再生能源開發與使用、低碳技術轉型）與實體風險（極端天氣事件 - 乾旱、平均氣溫上升、極端天氣事件 - 暴雨）。橘子進一步管理關鍵風險對於橘子的潛在衝擊與財務影響、因應措施與管理計畫如下所述：





立即性風險 極端天氣事件-乾旱

長期

衝擊說明

參考 TCCIP 推估台灣套用 IPCC SSP 5-8.5 情境，顯示極端天氣發生頻率增加，連續 30 日以上不降雨發生機率倍數增加，若因乾旱發生而導致停水或水資源短缺造成水費上漲將導致下述風險：

- 因乾旱發生而導致停水、水資源短缺等造成水費上漲，可能導致橘子或價值鏈之營運中斷、營運成本增加。
- 機房冷卻水供應中斷、設備歲修頻率上升甚至導致毀損，導致營運成本上升。



長期性風險 平均氣溫上升

長期

衝擊說明

參考 TCCIP 推估台灣套用 IPCC AR6 之升溫 1.5°C~4°C 情境，將導致台灣周邊海域海平面上升 0.5~1.2 公尺，同時伴隨乾旱季節長度增加與極端高溫持續時間增加，將對橘子造成下列影響：

- 員工之身體狀況產生負面影響，導致工作效率下降或流動率上升，橘子需付出更多人力成本。
- 因機房更頻繁使用空調，消耗更多電力，造成能源短缺，並對所有業務發展產生風險，且促使橘子需要付出更多成本進行整個商業策略的轉型。

因應措施/管理計畫

1. 提升天災抵禦能力：

強化建築架構、增加因應災難發生應變措施，維持 BCM 有效性。橘子之資訊系統設備皆設有營運持續計畫，並定期進行確認及演練。

2. 提升水資源效率與避免水資源浪費：

橘子已完成洗手台感應龍頭更換，並持續宣導節約用水，規劃更全面的水資源管理政策，減少水資源的耗用。

3. 節能措施：

同市場風險之說明。

4. 供應鏈韌性：

橘子訂有供應商管理政策，依政策進行評核遴選合適的夥伴，同時也積極與供應商齊心推動永續發展，共同降低對環境的衝擊，未來也將逐步納入氣候風險的議題，鑑別高氣候風險之供應商並加強管理與輔導，強化橘子供應鏈的氣候韌性。

潛在財務影響

營運中斷、供應鏈中斷、因設備歲修、能源使用等營運成本提高或產能下降

影響範疇

上游、自身營運、下游



科技風險 再生能源開發與使用

短中期

衝擊說明

依國際能源總署 (IEA) 提出 2050 淨零排放情境 (NZE)，說明全球再生能源發電裝置容量於 2030 年必須較 2022 年提升三倍，考量橘子主要碳排放來源為電力使用，預計未來將更廣泛的投入再生能源的開發與使用，將致使營運成本上升。

因應措施/管理計畫

1. 外購及評估其他再生能源：

導入太陽能採購，並規劃逐年提升再生能源使用量，待未來再生能源技術成熟，目標採購 100% 再生能源，如地熱、氫能。2023 年 3 月橘子總部大樓已開始採購太陽能綠電，累積購買綠電憑證數量 901 張。

2. 規劃負碳技術

評估自然碳匯減碳技術。

潛在財務影響

營運成本及費用增加

影響範疇

自身運營



立即性風險 極端天氣事件-暴雨

長期

衝擊說明

TCCIP 推估台灣套用 IPCC RCP 8.5 情境，強颱比例於世紀中及世紀末分別增加約 100%、50%，平均風速增強 8%。經統計，近十年台灣預計遭遇 7.96 個強烈颱風，也顯示極端降雨的機率與強度增加、發生淹水的機率上升 10~20%，將伴隨下述風險：

- 營運的辦公大樓、數據機房可能淹水，導致大量的資產損失，以及後續的處理成本。
- 供應鏈可能因極端強降雨導致自身設備資產損失，造成供應鏈中斷無法即時供給產品 / 服務。
- 暴雨可能導致員工住所損害、通勤受阻，無法出勤。

因應措施/管理計畫

1. 提升天災抵禦能力：
 - 進行大樓防災演練，確認疏通管道通暢；增加因應災難發生應變措施（如異地備援、遠端辦公），維持 BCM 有效性。
2. 供應鏈韌性：
 - 同長期性風險之說明。

潛在財務影響

營運中斷、供應鏈中斷、因設備歲修等營運成本提高或產能下降

影響範疇

上游、自身運營、下游



科技風險 低碳技術轉型

中期

衝擊說明

為回應投資人、消費者等利害關係人的期待，為符合未來對低碳產品或服務的需求，未來逐步導入低碳轉型，即通過技術創新、制度創新、產業轉型、新能源開發等多種手段所造成的額外支出。

因應措施/管理計畫

1. 轉型計畫
 - 平台與大數據：會朝由地端移到綠電比重較高的雲進行規劃。
 - 代理新品：與原廠討論機器設備佈建時，將會將碳排納入考量。
 - 自研新品：將以碳排較低的雲為主。
 - 既有代理產品：向原廠提出上雲建議。
 - 內部營運電子化：善用集團網路技術，推動無紙化及雲端壓縮的行動方案。
2. 執行成果：
 - 整合雲端機房、資安服務、行動安全，以多年來累積的技術經驗，提供國內外客戶在資訊安全、系統整合、IDC/NOC/SOC 的量身訂做服務與解決方案。

潛在財務影響

營運成本（如建置低碳資訊機房）、研發支出或投資新技術成本增加

影響範疇

自身運營

氣候機會議題管理說明

2023年橘子參考自身產業特性與產業標竿，建立氣候相關機會議題清單，由TCFD小組評估並確認與橘子經營理念與策略方向一致，盤點低碳轉型趨勢下，可掌握與發展的氣候機會與商機，包含：資源效率、產品和服務及綠色採購/供應鏈。我們進一步擬定內部策略與目標、管理與行動方案如下表所述：

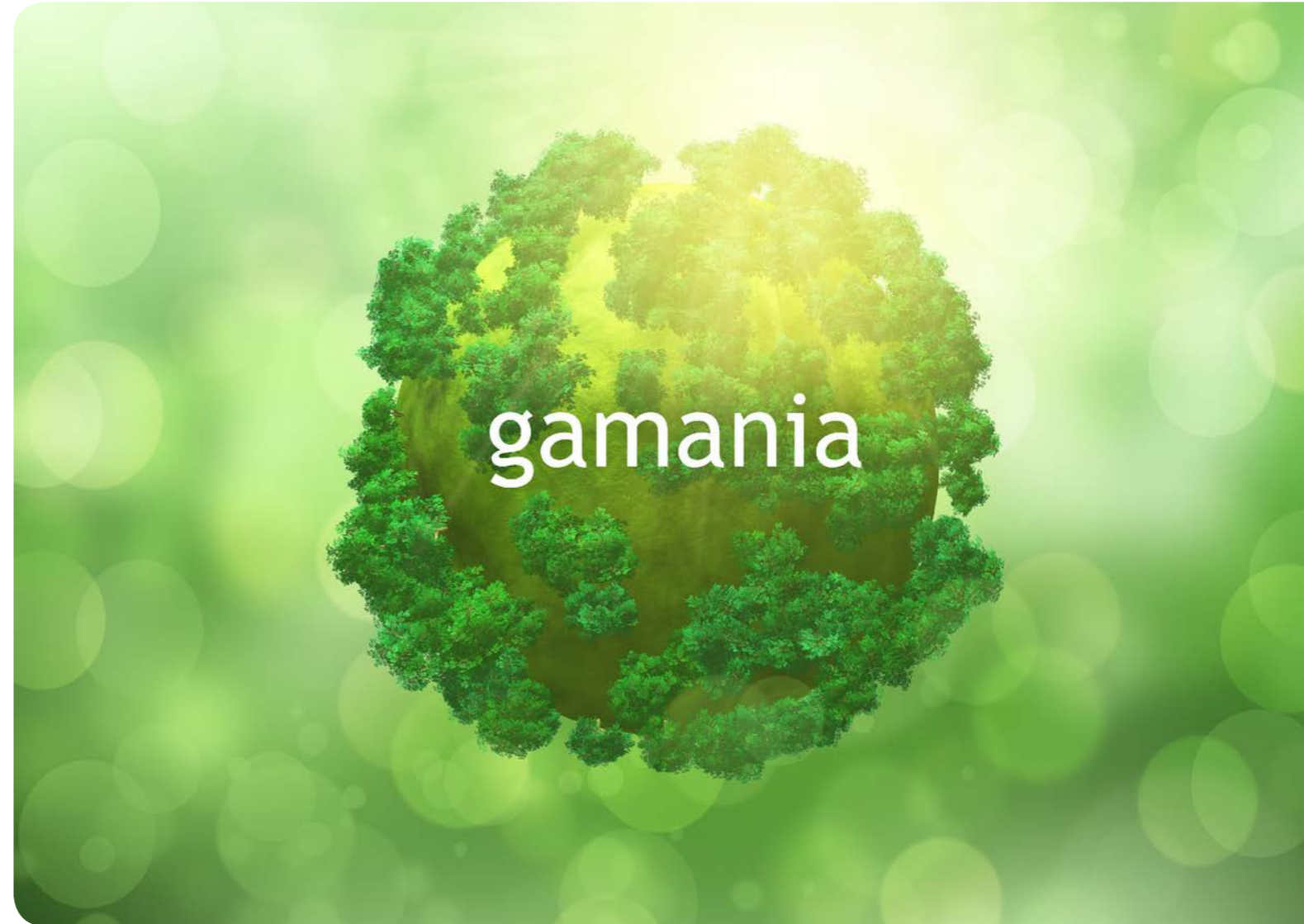
機會議題	內部策略及目標	潛在財務影響	管理與行動方案
資源效率 因應氣候變遷橘子導入或開發新技術及設備，應用於再生能源使用、資源效率、綠建築等，減少營運成本或提升因應氣候風險之韌性	橘子積極推動數位轉型、再生能源使用及環保再生等低碳材質物品，並持續向同仁宣導節約用水、節能減廢，規劃更全面的水資源、廢棄物管理政策，減少各種資源的耗用，落實集團環境共生理念	營運成本減少	<ol style="list-style-type: none"> 1. 總部大樓設有智慧能源監測管理系統，對建築物耗能進行數位化的監控與分析，進而達到節電及管理空氣品質 2. 2023年辦公室全面更換LED照明系統，部分區域設有感應燈光，下班時間加強巡檢 3. 推動無紙化以及雲端壓縮的行動方案，如：善用雲端儲存空間、開會電子化取代傳統白板、便利貼等耗材 4. 製作環境宣導影片，提升員工節能意識
產品和服務 因應綠色趨勢及消費者行為的改變，針對自身服務進行開發與創新，達到拓展新業務領域、開發新市場的機會	橘子運用數位網路技術，導入AI、大數據等技術，進行產品與服務創新，可有效整合集團綜效並增加營運效率、提升服務體驗，以獲取消費者的認同感，並提供數位商務解決方案，整合雲端機房、資安服務、行動安全等項目	創新低碳服務、進入新市場、提高營收	<ol style="list-style-type: none"> 1. 2023年因應各大企業積極進行雲端轉型，減少實體機房產生之碳排量，本公司雲端相關服務營收亦連年成長 2. 果核數位代理WeMB 3D數位分身視覺化平台，整合雲端、資安、能源及環控系統，有效協助企業轉型。近兩年累積銷售約近4千萬，已有逾10家指標型客戶導入 3. 產品經理於策略會議中分享最新市場資訊與趨勢，制定下階段的產品服務與銷售策略
綠色採購/供應鏈 優先採購具環保標章（低污染、可回收、省資源或綠建材）、自行宣告或生命週期（原料取得至廢棄）對環境衝擊較小的綠色產品，或積極參與綠色採購計畫及活動，帶動產業與民衆的綠色消費風氣	橘子訂有供應商管理政策，與供應商齊心推動永續發展，共同降低對環境的衝擊，並積極推動綠色採購，除選用ESG績效良好的雲端廠商外，庶務性的採購如LED燈泡、電腦硬體主機、衛生紙等產品皆挑選符合環保規章、ISO認證、PEFC森林認證的產品	營運成本減少、供應鏈可靠性、名聲提高	<ol style="list-style-type: none"> 1. 優先採購環保標章之桌上/筆記型電腦超過1,080萬元 2. 2023年橘子總部大樓汰換老舊燈具，採購高效率節能LED燈具，採購金額高達1,083萬元 3. 總部集中採購之綠色採購達2,179萬元 4. 持續榮獲經濟部中小企業處「2023 Buying Power 服務採購獎」，實踐責任消費與生產，促成工商各界與社創組織創新合作 5. 訂定「供應商管理政策」，持續針對新供應商要求自主管理並簽訂「供應商企業社會責任聲明書」

3.1.2 環境暨能資源管理

環境政策

橘子於產業型態上，非高耗能、高污染排放的企業，對於環境之負面衝擊相對影響較小。為實踐企業永續發展並一同守護市場環境，我們訂定「環境暨能源管理政策」，除遵循環境相關規範外，承諾透過管理機制，降低集團對自然環境之衝擊，並加強同仁環保及環境安全意識。同時因應國際能源短缺及氣候變遷議題，橘子將永續思維納入經營管理，持續轉動環境友善。

2023年橘子製作集團永續藍圖「轉動環境永續」教育訓練影片，內容涵蓋節能減碳、水資源、廢棄物管理及環境相關法規說明，並公開放置於橘子學習網 (E-learning) 供 24H 隨時線上觀看，亦透過信件對全體同仁宣導，加深員工認識橘子所認可的環保相關作為與共識。



能源管理系統

橘子在營運過程中不會產生有害的廢棄物或空氣污染排放，惟資訊機房的建置與運行需要使用大量的電力，故橘子總部大樓設置能源監測管理系統，系統包含設計層面、運轉層面以及節能改善分析三個面向環環相扣而成，主要精神為藉由完整且數位化的監控系統，對建築物耗能現況詳細診斷，分析計算蒐集之數據與既存資料庫以發掘問題，再進一步擬定節能對策，追溯問題源頭進行調整和改善。此能源管理與監測系統同時具有室內空氣品質、溫度、濕度監控感應，以維護良好的空氣品質，或即時提醒同仁採取因應措施。

為透過良好監測環境，避免管理死角，以實現數位轉型，果核數位代理 WeMB 3D 數位分身視覺化平台，整合企業 IT&O 及不同系統，包括門禁、CCTV、雲端系統、資安系統及環控系統，以數位分身技術直觀監控，即時確認事件。目前內湖總部大樓及中和機房皆運用此技術，以智慧建築、智慧機房的型式掌控集團能資源使用，並有效針對能源熱點進行管理，如調整空調使用、異常排除等。



能源使用與排放

橘子持續強化能源管理，密集監控能源使用，2023 年經營業務量擴增，集團人數上升，因此各項能源數據相對微幅上漲，但在人均使用能源上皆微幅下降。用電方面，以提高能源使用效率為目標及環保節能為優先考量，透過大樓重新規畫及修繕與持續向同仁宣導，提升節能意識，並於本年度汰換老舊燈管，轉換高效能 LED 燈。2023 年人均用電量相較 2022 年下降 1,686 度，人均用電量約下降 17%。2023 年溫室氣體（範疇二）較 2022 年下降 11%，超標達成溫室氣體（範疇二）減量 6% 之目標。

橘子營運據點所使用之水源 100% 來自於台北自來水事業處^註，2023 年橘子除致力維持疫情穩定並鼓勵同仁培養衛生習慣，同時提倡同仁勤洗手並加強每日大樓環境消毒。本年度橘子引進兩台大氣飲水機，利用空氣的水分集結並過濾成可飲用的水來減少用水，並持續向同仁宣導節約用水，規劃更全面的資源管理政策，減少水資源的耗用，2023 年人均用水量相較 2022 年下降 5.34 度。

- 註：台北自來水事業處所取用之水源皆屬於淡水（水的總溶解固體含量等於或小於 1,000 毫克 / 公升），並且根據 WRI 工具評估非水資源高壓區。



能源使用量

能源	單位	2020	2021	2022	2023	2023 目標
瓦斯	度	1,434	1,008	1,880	-	-
天然氣	度	-	-	-	1,831	-
	GJ	-	-	-	61.29	-
液化石油氣	公升	-	-	-	1,581.66	-
	GJ	-	-	-	43.91	-
柴油	公升	-	-	-	731.29	-
	GJ	-	-	-	25.70	-
外購電力 - 非再生	度	2,959,100	11,508,827	10,349,029	9,211,644	達標 人均用電量 約下降 17%
	GJ	10,647.55	41,411.52	37,238.29	33,145.71	
外購電力 - 再生	度	0	0	0	1,331,232	達每年人均用電 量減少 1% 目標 (基準年 2022 年)
	GJ	-	-	-	4,790.09	
自來水用量	百萬公升	13.83	16.01	27.98	23.00	-

非再生能源總用量

33,276.61 GJ 87.42%

再生能源總用量

4,790.09 GJ 12.58%

能源總用量

38,066.70 GJ 100%

- 註 1：2023 年調整瓦斯揭露方式，分別揭露天然氣、液化石油氣及柴油使用量。
- 註 2：轉換係數係參考資料來源「環境部公告之溫室氣體排放係數管理表 6.0.4 版」。
- 註 3：2020 年數據涵蓋率為 74%，2021-2023 年數據涵蓋率為 100%，涵蓋率以營業收入計算。

溫室氣體排放

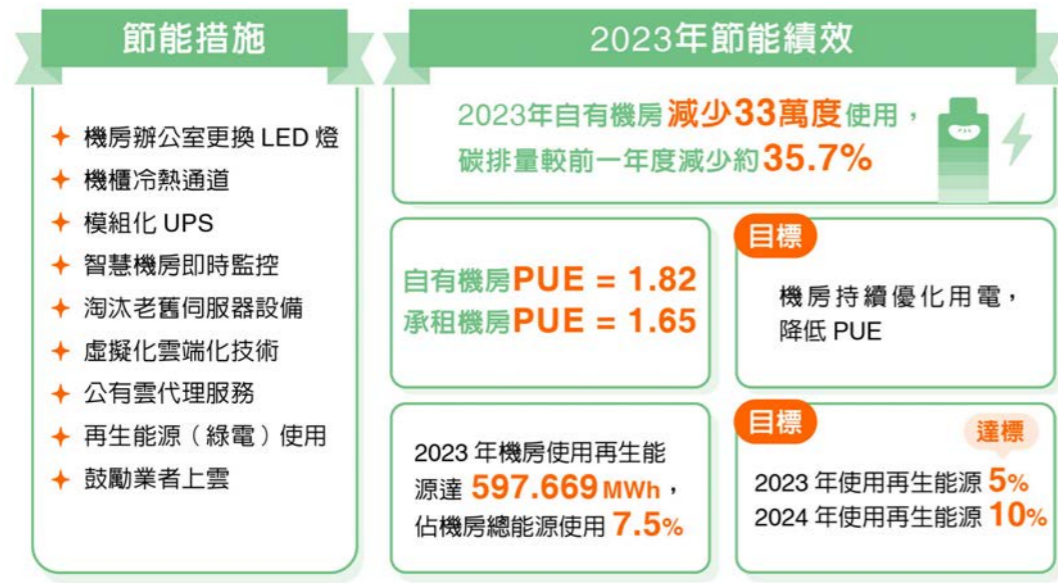
單位：公噸 CO₂e

排放源	2020	2021	2022	2023	2023 目標
類別一	2.697	24.276	45.882	193.463	-
類別二 - 所在地基準 (location-based)	1,506.181	5,777.431	5,267.656	4,559.764	達標 範疇二下降 13.44%
類別二 - 市場基準 (market-based)*	1,506.181	5,777.431	5,267.656	4,559.764	達範疇二下降 6% 之目標 (基準年 2022 年)
類別三	NA	399.910	818.830	613.291	-
類別四	NA	2,118.895	1,929.418	1,918.753	-
類別五	NA	NA	792.965	1,257.437	-
溫室氣體排放總量	1,508.878	8,320.512	8,854.751	8,542.709	-

- 註 1：類別一本年度上升，主係新增大樓空調；類別五上升係異業客戶增加所致。
- 註 2：類別三包含上（下）游運輸、員工通勤及商務旅行。
- 註 3：類別四包含源自採購商品、資本商品、固體和液體廢棄物處理及使用其他服務產生的排放。
- 註 4：類別五包含下游租賃資產的排放。
- 註 5：本次盤查依重大性排除訪客運輸、上游租賃資產、產品使用排放、產品最終處理排放、特許經營權、投資的排放。
- 註 6：電力排碳係數採能源局公告，2020 年至 2023 年依序使用電力排碳係數為 0.509、0.502、0.509、0.495 (kg/度)。
- 註 7：2020 年數據涵蓋率為 74%，2021-2023 年數據涵蓋率為 100%，涵蓋率以營業收入計算。

機房減碳

數據機房之總用電量，佔整體營運用電量的 55.5%，亦佔整個碳排量 54.1%(包含範疇一、二及三)，為橘子所有營運據點及設施能源中最大的消耗量。自有及承租機房的能源消耗，主要因應 AI 乘載量、數位化轉型及營運業務的提升而逐漸擴大，為達到 2030 年減碳目標，除逐年增購綠電外，自有機房透過導入雲端化技術及淘汰老舊伺服器，搭配智慧機房即時監控設備，穩定能源使用情形，同時設置機櫃冷熱通道，避免冷熱混風使空調節能效果失靈。2023 年自有機房節電情形較前一年度約 33 萬度電，報廢近 50 台老舊設備，平均自有機房 PUE 達 1.82。承租之機房同樣評估 ISP 業者提供的機房空間配置，包含完善的電力、空調、消防、安全、環控系統及再生能源使用情況等，皆符合橘子環境友善理念，攜手業者共同朝向淨零目標邁進。



- 註 1：本表格數據以果核整體 (100%) 機房為範疇。
- 註 2：減碳量計算以 2022 年度電力排碳係數 = 0.495 公斤 CO₂e/度。

3.1.3 污染防治與廢棄物管理

廢棄物管理

橘子之廢棄物管理計畫，依「環境暨能源管理政策」規定，應每年盤查廢棄物總重量，並制定相關減量措施與回收循環計畫，妥善回收和處理一般及事業廢棄物，以降低廢棄物及污染物之排放。橘子的廢棄物大多為生活垃圾、廚餘以及少部分的廢電池與 3C 產品，2023 年約產生 29.48 噸之資源回收類廢棄物、51.05 噸之生活垃圾，總產生的廢棄物重量約為 80.53 噸，較前一年度減少 5.3%。各類廢棄物委由合法立案的公司進行廢棄物清理作業。橘子另設置智能回收機「瓶柑仔 Bottle Man」及電池機「電女郎 MS Battery」情侶檔，將蒐集到的寶特瓶、電池供應給回收業者，再由回收業者提供給其他循環製造業者，創造資源的循環再利用，讓廢棄物產生新價值。同時員工也可以就透過回收廢棄物換取環保點數，可透過累積點數兌換公司合作之相關環保商品(如配合植樹節員工可憑點數兌換一袋具環保標章之衛生紙)。

廢棄物類別	清運數量 (kg/年)				
	2020	2021	2022	2023	
生活垃圾	40,190	53,520	56,580	51,050	
資源回收廢棄物	廚餘	8,840	5,713	12,285	14,255
	紙類	10,832	9,704	12,488	11,106
	鋁	164.6	92.2	128.5	152.2
	鐵	988.9	862.7	1,379.6	1,393
	寶特瓶	2,065	1,624	2,143	2,534
	廢電子產品(電池)	17.3	30.3	68.5	43.6
	小計	22,908	18,026	28,493	29,484
總計	63,098	71,546	85,073	80,534	

- 註 1：清運數據來源為廢棄物外包清運廠商的清運記錄。
- 註 2：數據涵蓋率為 85%，涵蓋率以營業收入計算。

廢棄物減量措施

- ✦ 建置智能回收機、電池機，鼓勵員工確實回收並與循環經濟廠商合作。
- ✦ 累積回收點數，可兌換環保商品。
- ✦ 增加紙容器分類，改善垃圾回收空間，確實分類。
- ✦ 辦公室設置影印紙回收區，提升重複再利用。
- ✦ 拍攝垃圾分類宣傳影片，讓同仁更了解資源分類的步驟。
- ✦ 茶水間設置塑膠袋回收區，讓乾淨的塑膠袋重複再利用。



2023年廢棄物減量成果

生活垃圾較去年

減少約**5.5**公噸



資源回收類較去年

增加約**1**公噸

人均產生垃圾

減少達**11.7**公斤

目標

使用再生能源及環保再生或是低碳材質物品；宣導並落實集團環境共生理念

污染防治

橘子的營運型態並不會產生廢氣或其他有害污染物，故無設置排放水處理設施或污染防制的需求，然而我們每年定期執行污染防治設備維護，包含普橘島員工餐廳規劃如污廢水池清理工程、廚房截油槽清理工程、餐廳排水管清洗工程、廚房排油煙系統及空氣品質管理等污染防治項目，2023年投入近37萬於污染防治設備維護。

污染防治設備項目	2023 執行頻率	2023 年操作維護金額
污廢水池清理工程	每季一次(一年共四次)	約15萬元
廚房截油槽清理工程	每季一次(一年共四次)	約2萬元
排水管清洗	每月二次(一年共二十四次)	約20萬元



3.2 環境共生

3.2.1 永續採購 GRI 2-6 GRI 2-24

供應商管理政策

橘子的供應商以電子設備及庶務性採購為大宗，訂有「供應商管理政策」，與供應商齊心推動永續發展，共同降低對環境的衝擊，並規範於簽約時需簽訂「供應商企業社會責任聲明書」，確保合作夥伴均遵守相關環境、勞工、人權規範，同時應對供應商進行評估、管理及考核。

供應商管理執行情形

庶務性採購如電腦硬體主機、衛生紙、影印紙、飲水機、行政事務用品等品項優先挑選符合環保規章、ISO 認證、PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) 森林認證的產品。未來針對庶務性採購將增加評估可分解之環保產品，購置財產時將納入永續風險評估。2023 年榮獲經濟部中小企業處「2023 Buying Power 服務採購獎」參獎，該獎項持續鼓勵中央及地方政府機關、國營事業、民營企業及團體率先採購社會創新組織產品或服務，協助社會創新組織取得資源及開拓市場商機，實踐責任消費與生產，促成工商各界與社創組織創新合作。

2023 年永續採購成效

- 100% 在地採購
- 優先採購環保標章之桌上 / 筆記型電腦超過 1,080 萬元
- 2023 年橘子總部大樓汰換老舊燈具，採購高效率節能 LED 燈具，採購金額高達 1,083 萬元
- 2023 年集中採購之綠色採購達 2,179 萬元，占比為 10%
- 2023 年新增簽訂 13 份「供應商企業社會責任聲明書」

關於 PEFC 認證

PEFC 認證確保木材和非木材森林產品之生產符合最高生態、社會和道德標準，橘子採用 PEFC 認證以落實環境永續之精神。

- 註：在地供應商的定義為在台灣營業登記的供應商，已排除非實物的虛擬軟體供應商。



橘子供應商
管理政策

供應商評鑑

橘子採購管理辦法中，總務採購部每年依交易次數、交易額、與重要性等條件遴選關鍵供應商，作為年度評核對象，採購單位須依據供應商評核表所列項目提出檢討，檢討內容包括品質、時效及客訴處理等，並依供應商評核規章規定辦理；已有合作異常且仍持續合作者，須優先列為評核對象。供應商評核結果經權責單位主管確認，簽章後，供採購人員作為日後供應商遴選之依據。2023 年進行風險評核的供應商共 12 家，占全體供應商 10.3%。

評分規則

採購人員須調查以往合作紀錄或市場評價並將評語紀錄於供應商評核表，作為後續年度供應商的評核依據。

供應商評核項目，評估內容包括品質、時效、服務、價格等項目，2023 年新增 ESG 執行情形列為加分標準。以上項目須清楚登錄於評核表中，其評核結果由部門主管裁定。

評核結果

- | | |
|------------------|-------------------------------------|
| ① 積極配合 (5 分) | ④ 個案考核 (2.9~2 分) |
| ② 加強往來 (4.9~4 分) | ⑤ 終止合作 (1.9~0 分) |
| ③ 保持合作 (3.9~3 分) | ⑥ 如連續兩年評核均為個案考核 (未滿 3 分) 內則該廠商將中止合作 |

供應商管理規則

- ① 若有違反遊戲橘子誠信經營作業程序及供應商管理規範等規範時，應標示異常狀態，作為各單位交易時之注意事項；若需與之交易時，應先權責主管報告並取得同意後，始可為之。
- ② 對於有列管或評核結果低於標準的供應商，須實施對應的管控機制。
- ③ 供應商評核結果將作為採購人員日後合作的供應商判斷條件。
- ④ 集團區域性供應商須依母公司所制定之集團區域性供應商評核機制辦理。
- ⑤ 對於重大或長期性採購案的供應商應提升其評核標準，以確保服務與品質保證。

退場規則

對於品質多次異常而造成公司損失，且無意改善之供應商或列為暫停 / 停止交易之供應商，應停止往來，如因特殊因素仍須維持交易者，需規定取得相關權責主管同意；

若是唯一或不可替代之供應商，應加強注意其改善效果，同時積極尋找其他供應商。

對於評核結果低於標準或符合供應商列管規定（如母公司的供應商管理政策等相關管理規範）時，需通知相關單位因應方案與執行對應的管控機制。

3.2.2 環境共生行動

橘子的核心價值之一為「與環境共生」，強調透過多元的行動，將永續環保、綠色營運的理念傳達於全體員工，進一步深植成為企業文化，期望每個員工都是我們的永續種子，持續散佈相同的信念與精神，擴大影響力。

吃飯救地球！「綠色餐飲」減碳革命 - 普橘島

普橘島是橘子的員工餐廳，為一舒適明亮的用餐空間，兼具休憩、會議、展覽、論壇與記者會的功能，被視為橘子非常重要的「文化財」。橘子重視員工健康，專聘廚師在餐飲上為品質把關，慎選具政府認證合格標章的供應商，如具吉園圃標誌的蔬果、有防檢局屠宰衛生合格章的肉品。菜單的設計依照員工的喜愛，每周規劃美味與健康兼具的菜色，並享有餐飲補助，另由護理師規劃清爽無負擔的健康餐點，顧全美味與同仁健康，打造完美職場補給站，是橘子最引以為傲的員工福利之一。另外普橘島每年執行一次員工滿意度調查，包含環境衛生、速度效率、前場服務、餐點內容等傾聽員工心聲，2023 年整體滿意度達 82.4%。

綠食宣言

為了響應 ESG 理念，我們加入「綠色餐飲指南」倡議行動，並以「綠色宣言」貫穿經營精神。普橘島堅持綠食採購，與在地有機小農、蛋農採購及具產銷履歷驗證蔬菜等，另普橘島 IG 農場也自行栽種蔬菜，多樣當令食材創造美味饗宴。

不提供一次性餐具

為了響應 ESG 浪潮，普橘島自 5 年前淘汰了一次性餐具的使用，並由專業清潔人員負責清洗，節省洗碗精使用與水資源的浪費，經過計算，一個月可以減少約 34 萬份的一次性餐具。同時不提供外帶服務，並且全面使用電子化結帳系統，對於廢棄物管理也是嚴格控管。

綠色看的見

2023 年榮獲全台最具指標性的綠色餐廳評鑑、由社團法人台北市文化探索協會、綠色餐飲指南 Green Dining Guide 共同主辦的「第三屆綠色餐飲年會暨頒獎典禮」，橘子集團榮獲第三屆「綠食先行獎」企業類肯定。因響應做好源頭減量（不主動提供一次性餐具）、使用在地食材（優先使用國產食材）、推行惜食點餐（提供餐點份量調整服務），亦獲行政院環境部「環保餐廳」認證。近年來廣受設有員工餐廳的企業前來交流與仿效，我們也立志打造台灣餐飲資源分享平台，深度發揮影響力。



不提供一次性餐具

為了響應 ESG 浪潮，普橘島自 5 年前淘汰了一次性餐具的使用，並由專業清潔人員負責清洗，節省洗碗精使用與水資源的浪費，經過計算，一個月可以減少約 34 萬份的一次性餐具。同時不提供外帶服務，並且全面使用電子化結帳系統，對於廢棄物管理也是嚴格控管。

綠色看的見

2023 年榮獲全台最具指標性的綠色餐廳評鑑、由社團法人台北市文化探索協會、綠色餐飲指南 Green Dining Guide 共同主辦的「第三屆綠色餐飲年會暨頒獎典禮」，橘子集團榮獲第三屆「綠食先行獎」企業類肯定。因響應做好源頭減量（不主動提供一次性餐具）、使用在地食材（優先使用國產食材）、推行惜食點餐（提供餐點份量調整服務），亦獲行政院環境部「環保餐廳」認證。近年來廣受設有員工餐廳的企業前來交流與仿效，我們也立志打造台灣餐飲資源分享平台，深度發揮影響力。



Gamania 形象大使 Q Brick 的綠色行動

橘子為全生態網路產業，不發行任何實體商品，惟每逢佳節時刻，我們自製 Q Brick 獻給外界夥伴作為感謝贈禮，賦代表意義與友好象徵，維持永續合作關係。Q Brick 是橘子的形象大使，歷年來在製作設計上以創新流行因應時事為主軸，而環境永續浪潮來襲，我們自 2020 年開始將商品開發設計及物流配送融入環保元素。

綠色行動歷程



為延續企業品牌文化，我們仍每年優化禮品傳達的所有細節，透過綠色設計，讓外界與利害關係人知道，我們面對 ESG 是玩真的！而其餘未贈送之 QBrick，橘子與新北市政府合作提供偏鄉孩童獎勵品使用。



歷年 QB



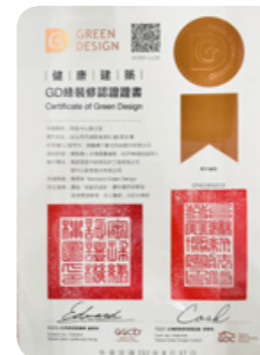
GREEN GAME EARTH
Gamania 跟地球玩真的！

綠色辦公

橘子支持綠建築及智慧大樓思維，於租賃或購置不動產時，將設計、裝潢、選址等細節開始評估永續議題。2023 年 8 月新租賃的原創中心辦公室，通過「規劃與設計、建材應用與管理、裝修環境管理、完工驗收」共四大階段，符合 28 項健康裝修指標並取得 GGCB 全球綠認證機構所頒證的「GD 綠裝修認證」。

同年為節能減碳並兼顧同仁健康，內湖總部大樓辦公區域、會議室及事務處理等空間之既有照明設備全面汰換為高效率 LED 燈具，大幅降低用電（年節省約 17 萬度電），提升能源使用效率。目前已將此案申請環境部的自願性減碳專案中，進入補件審核階段。未來將持續改善其餘集團空間照明設備，使其納入智慧大樓控管範圍。

另外，因著台灣日漸乾旱的氣候以及對健康優質飲水的需求，我們引進以色列七大發明之一「Watergen 高科技大氣飲水萃取裝置」，以空氣為原料，節能高效地產出最頂級、低成本的健康飲用水，期盼藉由其創新科技，為橘人更多帶來健康、環保且便利的綠色生活！



其他環境共生行動專案	說明	成果
<p>交通車接送服務</p>	<p>橘子體恤員工長途通勤的辛勞，同時鼓勵員工共乘，自總部搬遷後便開始執行中和到內湖的通勤上下班接駁。因成效良好，總部單位便持續與員工宣導溝通，目前已有固定中和線(上、下班)、忠孝線(上、下班)及新埔線(上班)路線。</p>	<p>2023年總共接駁 20,595 人次，並達成減碳效益。</p>
<p>免廢市集</p>	<p>每半年號召集團員工參與二手物資回收並舉辦免費市集，其餘物資捐贈給偏遠地區的弱勢團體與機構。</p>	<p>共募集 3,151 項物資，2,050 項物資在免廢市集中獲得循環使用，物品再次回收率約 65%，而 1,101 項物資捐贈給偏遠地區的弱勢團體與機構。</p>
<p>集團鼓勵回收活動</p>	<p>號召同仁收集寶特瓶及電池回收至智能回收機「瓶柑仔 Bottle Man」、電池機「電女郎 MS Battery」，累積一定點數可兌換一袋「ReTissue 植樹衛生紙」，「ReTissue 植樹衛生紙」與國際種樹組織 Trees for the Future 合作，每賣出一箱(10袋)，就會種下 1 棵樹。</p>	<p>植樹節兩天一瓶種樹活動 共 54 個人參與，共種了 6 棵樹。</p> <p>日常回收活動兌換 共 93 個人參與，共種了 10 棵樹。</p>
	<p>11 月 10 日為橘子專屬的橘子節日，活動中同仁收集電池或寶特瓶累積 11 點，便可用點數兌換一包環保衛生紙。</p>	<p>橘子節活動 共 13 個人參與，兌換 13 包環保衛生紙。</p>
<p>內部活動容器租借服務</p>	<p>每年橘子集團運動會便是柑盃家庭日，讓員工帶著家人一起前往戶外放鬆，並進行愉快的團體活動，而當天的餐點及飲品採用容器租借服務，且鼓勵同仁攜帶水壺，提供飲用水讓同仁活動當天盡情飲用。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	<p>柑盃家庭日 出席總計 898 人 租借 1,200 組 PP 方盒，500 組 PP 抗菌叉子，500 組 PP 抗菌環保杯，租借費用約 2 萬元。</p>

其他環境共生行動專案	說明	成果
<p>內部活動容器租借服務</p>	<p>橘子集團每逢中秋佳節，也會舉辦中秋晚會，除了讓同仁搭乘遊覽車一同前往減少交通工具碳排放量外，租借餐具減少使用一次性垃圾。</p> 	<p>中秋晚會 出席總計 855 人 共租借 1,200 份環保餐具 (杯子 + 筷子 + 碗)、240 個大餐盤，租借費用約 4 萬元。</p>
<p>生物多樣性</p>	<p>生物多樣性象徵生態環境的健康指標，橘子雖未生產實體產品，但為善盡保護義務，採行：</p> <ul style="list-style-type: none"> • 支持綠色採購，購買 PEFC 認證之木材與非木材商品，嚴格把關商品來自永續森林。 • 舉辦橘子冒險學園，以自然為場域，帶領學員從認識山林與冒險知識，到體驗過程中提升自我效能感與環境意識，了解生物多樣性。 • 捐款支持與鼓勵符合生物多樣性之社福團體，期望為環境行動盡一份心力。 	<p>2023 年度 100% 在地採購，庶務性採購項目挑選符合環保標章、ISO 認證、PEFC 森林認證的產品。且捐款支持綠色和平基金會及荒野保護協會投入環境行動。</p>



CHAPTER 4



CH4. 轉動正向價值

4.1 橘子家庭..... 77

4.2 社會共好..... 97


4.1 橘子家庭

4.1.1 人力結構

GRI 2-7

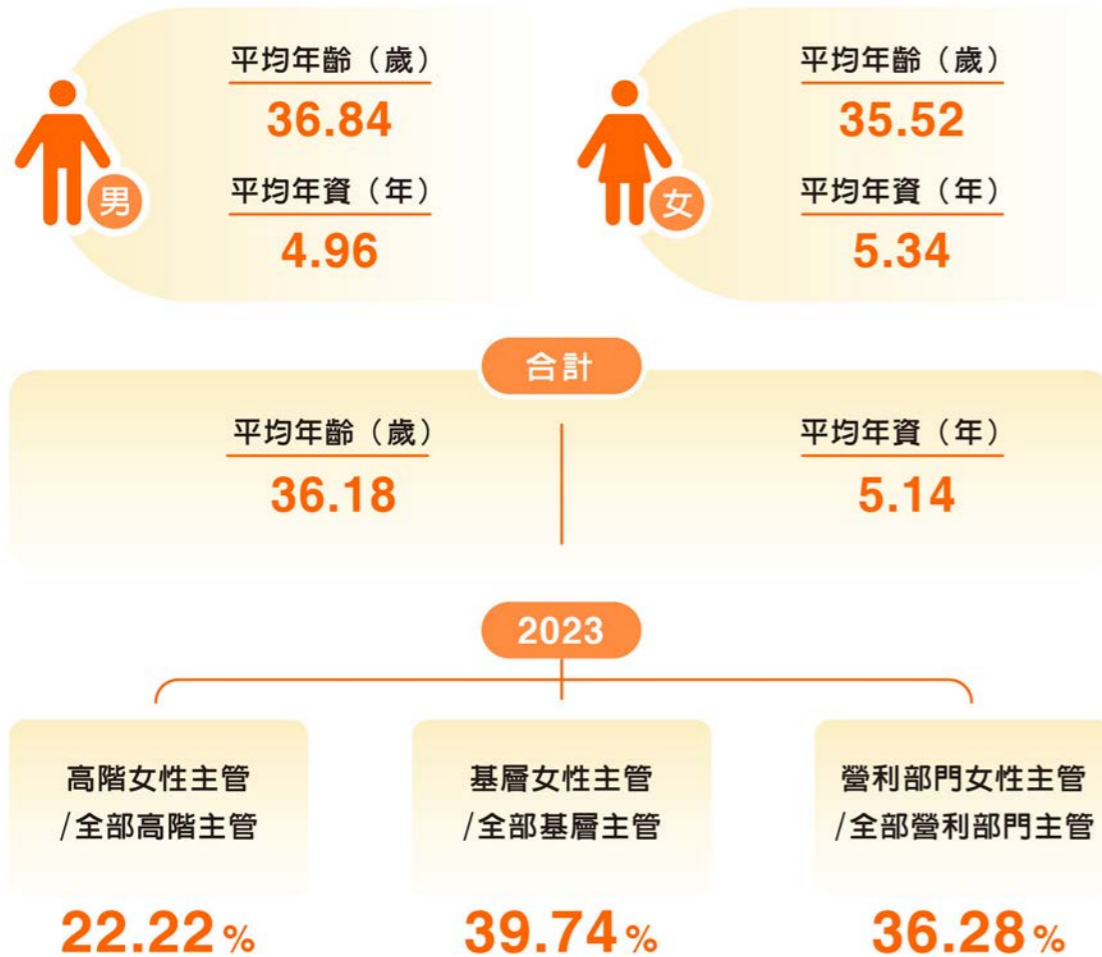
GRI 405-1

隨著橘子積極布局多元領域，截至 2023 年 12 月 31 日止，橘子在台員工人數合計為 1,053 人，包含正式人員 1,004 人及約聘人員 49 人（主要為特定專案或期間性之支援）。橘子員工皆享有公平機會，不因性別、年齡、種族、宗教、殘疾等狀況歧視員工，約聘派遣人員同為集團夥伴，故同享各式員工福利，不因身分別而區別。

		男		女		小計 ^{註1}
		人數	比例	人數	比例	
 合約類別	永久合約	522	49.57%	482	45.77%	95.35%
	臨時合約（約聘）	28	2.66%	21	1.99%	4.65%
 年齡	30 歲以下	146	13.87%	160	15.19%	29.06%
	31~50 歲	377	35.80%	335	31.81%	67.62%
	51 歲以上	27	2.56%	8	0.76%	3.32%
 學歷	博士	2	0.19%	0	0.00%	0.19%
	碩士	126	11.97%	88	8.36%	20.32%
	大學 / 專科	379	35.99%	402	38.18%	74.17%
	高中	43	4.08%	13	1.23%	5.32%
 種族 / 國籍	本籍	546	51.85%	500	47.48%	99.34%
	原住民	0	0.00%	1	0.09%	0.09%
	外籍	4	0.38%	2	0.19%	0.57%
 身心狀況	身心障礙	4	0.38%	1	0.09%	0.47%
 職能類別	經理	106	10.07%	64	6.08%	16.14%
	研發	113	10.73%	45	4.27%	15.00%
	管銷	331	31.43%	394	37.42%	68.85%
 職級	管理職級 ^{註2}	105	9.97%	64	6.08%	16.05%
	基層職級	445	42.26%	439	41.69%	83.95%

• 註 1：此表數據以在台員工數為統計基準。

• 註 2：管理職位指經理級以上。



• 註：高階女性主管以首長級主管（總經理以下兩職級內）統計；基層及營利部門女性主管以經理級以上主管統計。



• 註 1：執行管理階層：總經理以下兩職級內主管，包含總經理、首長。

• 註 2：非執行管理階層：10 職等以上員工，包含處長、特助、經理。

• 註 3：技術人員：工程師等資訊人員。

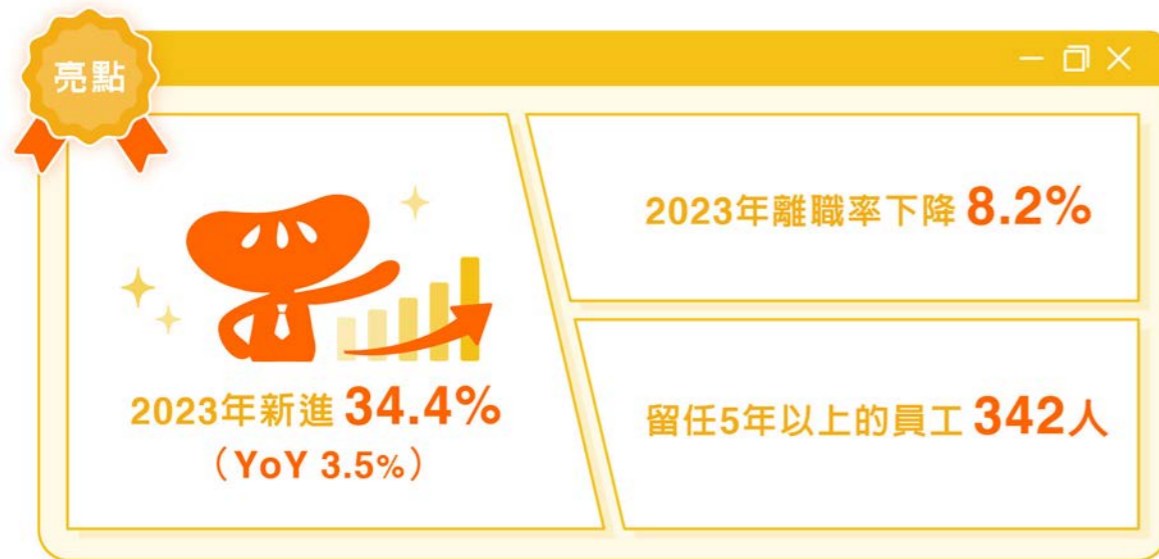
• 註 4：其他員工：非上述等歸類於其他員工。

• 註 5：本表格數據涵蓋正職、兼職、約聘及派遣人員。

4.1.2 人才招募與留任

面對行動化浪潮，橘子積極轉型，為了更迅速推出貼近市場及消費者需求的各項網路服務，我們持續耕耘雇主品牌，並透過人力銀行、社群平台、徵才活動以及內部員工推薦等多元之招募管道，強力網羅遊戲、電商、電子支付、新創、媒體、資訊等各界菁英加入團隊。

近年，橘子重視 DEI 趨勢，集團人力資源室廣納並收斂相關指標，以提供同仁富有高度認同感的職場環境。相較於往年，P 世代人潮在疫情過後加入職場社會，更加慎重評估工作可以帶給自己哪些意義及自主性。這些多元的思維讓橘子不斷創造嶄新的管理制度，從不設限「Dare to Challenge」的角度，超前業界提供福利新高度，全方位守護優秀人才。



熱血新進率

橘子為新進同仁安排「初心者任務」，藉由資深的同仁經驗分享和簡單的測驗，增進新人彼此間的互動，找到有相近興趣與嗜好的夥伴，同時也協助新進同仁認識集團的核心精神、發展歷史、未來的觸角。2023年新進率 34.4%，主要為 30 歲以下之同仁，橘子打造具兼顧創新活力與能力經驗的職場環境，吸引許多優秀年輕人才加入。橘子訂有「職務輪調辦法」，2023年內部員工職缺遞補率為 4.7%，顯示員工對於本集團的認同，並善用彈性內部管道，藉以提升人力資本有效運用、降低外部招募成本。

健康離職率

數位科技產業的流動率一直都存在一定的比例，橘子員工年資平均為 5.14 年。我們針對離職員工皆會進行離職訪談，2023年離職率為 23.2%，相較於前一年下降 8.2%。橘子深信傾聽員工的聲音，有助於改善現有問題並採取措施處理，將更能在流動率高的環境下，打造更友善留才之職場環境。



新進概況



男



女

人數 新進率

人數 新進率

30歲以下

55 44.35%

60 42.86%

31~50歲

81 21.77%

48 14.37%

51歲以上

1 3.85%

0 0.00%

小計

137 26.25%

108 22.41%

• 註：新進率 = 該年齡組新進人數 / 該年齡組總人數，總人數為 2023 年 12 月 31 日仍在職同仁。

離職概況



男



女

人數 離職率

人數 離職率

30歲以下

38 30.65%

62 44.29%

31~50歲

68 18.28%

57 17.07%

51歲以上

6 23.08%

2 25.00%

小計

112 21.46%

121 25.10%

• 註：離職率 = 該年齡組離職人數 / 該年齡組總人數，總人數為 2023 年 12 月 31 日仍在職同仁。

性別多元化政策

橘子集團提供性別平等、多元共創的工作環境，守護員工權益。人員晉用主係考量專業能力、學經歷及職能等，從未以性別、年齡、種族、宗教、殘疾、黨派、籍貫、性傾向、婚姻及身心障礙等作為任用與否之考量，並落實同工同酬。自成立以來從未雇用童工，亦未曾發生勞資糾紛、貪污、賄賂、具強迫與強制勞動事件及歧視等案件，亦不曾發生涉及侵害員工權利的事件。相關性別指標，請參閱4.1.1 人力結構。

4.1.3 人才發展

橘人養成計畫

「橘人養成計畫」提供橘人專業領域的相關訓練，透過六大結構多方累積不同的市場知識，讓人才在趨勢產業中，保有良好競爭力。

完善的學習環境及完整的教育訓練藍圖，規劃分配給各職級同仁多元的訓練，包含訓練課程、演講、座談會（橘講台、橘內容）等方式，並輔以數位學習（橘資源）的方式進行教育訓練。

橘子重視永續發展，將誠信經營、資安管理、環境管理（包含水資源、廢棄物、節能減碳）等 ESG 議題等納入教育訓練中，讓同仁在提升專業能力的同時，了解並認同橘子於 ESG 的理念與使命，另補助同仁參加外部專業課程。2023 年共挹注超過 342 萬元於教育訓練，平均每人訓練費用約 3,254 元，員工訓練課程共 272 門，總受訓人次數達 7,006 人次，總訓練人時數達 13,234 小時，員工平均受訓時數 12.6 小時。



人才訓練藍圖



教育訓練概況

		2020	2021	2022	2023
總訓練時數 (小時)	女	2,703	6,063	7,469	6,611
	男	2,331	7,461	9,222	6,623
	管理職級	3,430	2,459	3,329	2,880
	基層職級	1,604	11,065	13,362	10,354
	合計	5,034	13,524	16,691	13,234
人均受訓時數 (小時/人)	女	6	12	15	13
	男	4	14	18	12
	管理職級	9	15	20	17
	基層職級	3	12	16	12

- 註：2020年人均受訓時數為訓練時數/總上課人數；2021-2023年調整人均受訓時數計算方法為訓練時數/總人數，總人數為2023年12月31日仍在職同仁。



新進 / 晉主管 訓練課程

為協助新任主管對應具備之工作職能及管理專業，使其應用更加熟悉並勝任主管一職，除直接掌握領導技巧排除不適任的壓力，更間接留住人才，達更有效人力資本運用，藉以降低招募成本與離職率。2023 年共安排精準招募面試技巧與績效管理面談兩堂課程，參與率達全體員工 8.1%。



外訓課程

為彌補企業內部資源不足及掌握同仁競爭力，橘子支持藉由外訓課程學習特定專業。如果核同仁為能更有效率取得 ISO 27001 主導稽核員證照，與 BSI Group 合作開立專班及因應集團導入新技術，安排使用 Jira&Confluence 之技術之開發人員參與訓練。參與率加總達全體員工 13.6%。

TALENT, in Taiwan 台灣人才永續行動倡議夥伴

人才的永續，一直是橘子集團重視的發展目標。為了打造更加多元、平等、共融的職場及全球企業對人才社會責任的看重。我們承諾提供具產業競爭力的薪酬福利方案、創造和諧的勞資溝通環境掌握數位科技，持續吸引更多志同道合的優秀人才加入橘子追求更高價值的實現。自 2021 年開始，我們持續以行動支持，《天下學習》、《Cheers 快樂工作人》、人才永續頻道及台灣 400+ 聯盟夥伴推動倡議，加入「台灣永續人才永續行動倡議夥伴」，共同承諾為每一位工作人創造更好的未來。



加入橘子
大家庭

績效管理

橘子將「Dare to Challenge」的核心精神與文化落實於績效評量制度中，發展出適用於高度變化網路產業的績效制度，並每年至少執行一次員工職涯發展規劃及績效評估。橘子採用目標管理，每位同仁在期初根據工作屬性與職級，分別在財務指標與任務指標訂定 1 到 3 個目標，並針對各目標設定計算權重，作為績效評估基準。為鼓勵因應環境改變而調整績效目標，個人或單位可以增加額外目標，或針對既定項目提高標準，如同仁可設定加分題，或依專案性質採用 360 度績效考核及敏捷對話等多元績效方式管理，反映不同專業、專長之目標達成率，進而鼓勵同仁全力以赴展現最佳績效。

獎勵機制



戰略獎勵

主要對象為各單位首長及首長下重要的主管或同仁，評估各單位的長期佈局、計畫、發展、營運成果及整體績效做為年度獎勵依據。



戰術獎勵

提供給全力執行主管方向與戰術的橘人，如業績目標或關鍵績效任務，依據各單位訂定的獎金辦法發放。



特別獎勵

若團隊或個人有非既有獎勵機制之特殊貢獻或卓越績效，主管可申請特別獎勵。



即時獎勵

橘食激賞

當同仁有傑出表現時，可由直屬主管申請小獎勵，以鼓勵同仁與公司一同不斷進步，2023 年有 300 人次獲獎，每位獲獎同仁皆能獲得當年度特製橘時激賞徽章及普橋島餐券 100 元。每季邀請參與 High Party 鼓勵優秀同仁互相交流，並與執行長同樂。



GAMA STAR

GAMA STAR 候選人由該單位/子公司營運長提名，經處長級主管進行初選，最終由首長們投票決定得獎者。2023 年共 7 位同仁角逐，均獲得執行長、直屬首長特邀參加 Super High Party，給予同仁難忘的晚宴及榮譽的回憶。經集團總部及各子公司首長決選後，由 3 位同仁脫穎而出榮獲 GAMA STAR 獎座、三萬元獎金和專屬於 GAMA STAR 特製的識別證。



4.1.4 薪酬與福利

薪酬制度

我們掌握業界薪資動態，適當調整以提供具競爭力的薪資，達到留才留任的效益，基層職級薪資高於法定最低薪資比為 4.28%。依法令規定辦理基本勞健保，另提供員工團保，理賠範圍涵蓋：定期壽險、意外險、因公意外險、意外醫療險、住院醫療險、癌症保險、職業災害險；員工眷屬亦可自費加入團保，理賠範圍涵蓋：意外險、意外醫療險、住院醫療險。本公司退休金制度依據「勞工退休金條例」執行，相關資訊請詳年報 P.76-77。

2023 年非主管薪酬資訊

單位：新台幣 仟元

項目	2023
非主管之全時員工薪資總額 (A)	656,799
非主管全時員工人數 (B) (人)	836
非主管之全時員工「薪資平均數」 (A/B)	786
非主管之全時員工「薪資中位數」	749

• 註：台灣 2023 年 1 月 1 日實施之基本薪資為新台幣 26,400 元。

福利規劃

GRI 201-3

GRI 401-2

GRI 401-3

「這間公司除了人，其他東西都很便宜」，做為產業的標竿企業，橘子每年別出心裁，提供多元全面且優於法令的福利制度，配合橘人職涯發展提供相應的福利，希望能夠吸引更多相關領域的人才加入橘子，刺激台灣企業福利升級。

優於法令假別

<p>New 公益假</p> <p>2023年橘子為鼓勵同仁走向公益，參與集團認可與支持方向的公益活動，不受時間限制，且不影響工作進度者可申請。</p>	<p>New 產假</p> <p>2023年起我們積極推廣母嬰保護計畫，率先業界將產假從8週延長至10週。</p>	<p>陪產檢、陪產假</p> <p>如同仁之伴侶懷孕，同仁可有13天陪產檢與陪產假，於伴侶孕產期間使用。</p> 
<p>壯遊假</p> <p>呼應橘子集團品牌核心，鼓勵同仁勇闖冒險戰自己，2015年獨創「壯遊假」，經審核通過之同仁，皆可帶薪請假且無上限。</p>	<p>平權假</p> <p>橘子重視兩性的平等權利，重視維護人權，自2015年設置平權假，同志結婚生育皆可享有新婚假8天與陪產假，為國內上市櫃公司的創舉。</p>	<p>員旅假</p> <p>橘子鼓勵同仁工作與生活平衡，提供員旅假3天，並依年資比例提供補助金額，最高為1萬元。2023年共930人次申請。</p>
<p>自主假</p> <p>自2015年試行自主假，同仁可在年假休完後申請無限制天數的有薪假期，不需主管逐筆准假，培養同仁自我管理的精神，並鼓勵提升工作效率。2023年請假人次為10人次、累積時數104小時。</p>		

凡是橘子正職員工，均享有彈性工時、居家辦公、線上遊戲點數員購、團體保險、免費汽機車停車位、公司週邊商品、年度健康檢查、員工餐廳（每日享有一定的免費消費點數）、健身房（24小時免費使用）、哺乳室設施、員工免費心理諮商服務（心理諮商、財務／醫療／法務）、員工三等親（含）以內親屬享有特約優惠價心理諮商服務、員工子女可就讀附設幼兒園並享部分補助等福利措施，提供多元假別如無上限自主假、員工給薪旅遊假三天、給薪生日假、女性員工給薪產檢假八天、女性員工產假十週、員工之配偶伴侶妊娠產檢或分娩時，均享給薪陪產檢及陪產假十三日，優於法規僅給假七日；另提供多項補助諸如：部門聚餐費、員工旅遊補助、員工社團補助、三節與生日禮金、結婚補助金、喪葬補助金、住院慰問金、生育補助金、急難救助金、居家清潔補助…等等。橘子從福利制度到空間環境，皆以人為出發，使福利措施貼近橘人需求，並融入橘子文化及精神，實現樂業安居，追求工作與生活的平衡。

2023 年育嬰假申請人數統計

育嬰留停概況	男	女	合計
總申請育嬰留停人數	4	13	17
2023 年預計復職人數 (a)	3	14	17
2023 年實際復職人數 (b)	3	9	12
復職率 (b/a)	100%	64.3%	70.6%
2022 年實際復職人數 (c)	1	7	8
2022 年留停復職後工作超過一年人數 (d)	1	6	7
留任率 (d/c)	100%	85.7%	87.5%

• 註：實際復職人數含提前復職者。

Gamania Experience



長期福利計畫

橘子除了依據勞動基準法、勞工退休金條例等相關規定訂定「員工退休辦法」外，為協助同仁達到長期儲蓄、累積財富，以保障未來生活之安定，同時增進同仁對公司之參與感，使同仁能夠持有公司股票，共享企業經營成果，橘子另訂定「員工持股信託實施辦法」。員工持股信託福利是本公司同仁為取得自己所服務之公司股票，自行組成一個員工持股會。凡是服務年資滿一年以上者，以公開接受同仁自由申請加入持股會為原則，約定由加入者自其每個月薪資中提存一定金額，並配合公司給予補助之獎勵金，經由員工持股會統一委託交付予中國信託商業銀行信託部管理每個月定期購入本公司股票，俟符合相關條件再將股票返還同仁。截至 2023 年集團員工申請入會共 421 人。

幼橘園

隨著橘子的發展，團隊由平均年齡二十多歲的同仁，逐漸成長為面臨結婚生子人生大事的 28 歲至 35 歲的中堅主力，橘子為實踐樂業安居的承諾，成為台北市第一家設立附設幼兒園之企業，展現企業福利新高度，集團執行長劉柏園期待：「希望有一天，會有優秀的人才因為想要讓他的子女念幼橘園，所以來橘子工作」。

幼橘園是以「Love to Play」為核心精神，打造出勇敢、冒險、快樂成長的學習環境，期盼每位幼兒都能發展出他的獨特性，在適性的環境中學習成長。同時也依照幼兒發展的需求安排各種教學活動，多元化激發幼兒對活動深入探索、認識，以建構孩子的知識，透過做中學、玩中學來培養孩子的能力，讓孩子能夠從中發現問題、解決問題並勇於挑戰。空間設計則以「Follow the Child」為理念，把空間還給孩子、讓孩子成為空間的藝術家，曾榮獲「台灣室內設計大獎」（Taiwan Interior Design Award）公共空間類獎項。



橘觀點
- 了解更多關於幼橘園



4.1.5 友善職場 GRI 402-1

橘子在各項制度上關切同仁的生活品質，秉持樂業安居的最高目標，持續推動各種措施，讓同仁可以在安心與被支持的職場內執行業務，2023 年無性騷擾申訴、違反勞動、人權法規的情事發生。我們除了提供員工餐廳 - 普橘島、親子幼兒園 - 幼橘園外，也在總部大樓設置點字板與行人坡道等，透過友善及無障礙設施增進員工福祉。年度也舉辦各式大型活動，如中秋晚會、柑盃家庭日、寵物日、橘子節、聖誕市集等，凝聚同仁向心力。

我們也非常重視勞資溝通的頻率與品質，以創新多元的管道，打造有效的雙向溝通機制，即時了解同仁想法與需求，並傳達橘子經營理念與策略方向。若遇嚴重影響員工權益的變化，我們將於重大訊息公佈後，依勞基法規定之預告期間第一時間通知同仁，以友善的緩衝期協助同仁即時回應。

人權管理 GRI 2-23 GRI 2-24 GRI 2-30 GRI 406-1



人權政策

橘子集團承諾將保障全體員工及所有利害關係群體的基本人權。我們參考《世界人權宣言》、《聯合國全球盟約》等國際公認的人權標準，制定人權相關政策，展現本公司對尊重和保護人權的承諾，並公平對待所有員工。我們也期望供應商和合作夥伴與我們一起實現這些人權政策的精髓，善盡社會責任。集團訂定人權的承諾與政策之四大重點為：

- 1 共創自主多元、包容尊重的職場
- 2 建構健康安全的工作環境
- 3 定期檢視與評估相關制度與作為
- 4 落實教育訓練與宣導



橘子人權承諾與政策



人權盡職調查

橘子依循 OECD 指引建立人權管理架構，將制度結合日常工作之中，同時透過風險評估工具、定期審查使勞工人權得以持續提升。



1 將負責任商業行為融入政策與管理系統

建立10項管理規範，將人權管理議題明確融入本公司人事管理章程。

2 識別和評估與企業運營、產品或服務相關的實際和潛在不利影響

鑑別與公司活動和營運相關的實際和潛在人權風險，包括國際常見人權議題，確定公司面臨的各項人權問題的風險議題，並將這些議題的嚴重性與可能性作為評核依據，最終評定各項議題的風險等級，優先處理風險等級最高的事件。

3 終止、防範與減輕不利影響

透過各項申訴機制、矯正預防措施，針對人權負面事件（若有）進行調查，同時接受各方利害關係人意見回饋進行持續改善。

4 跟蹤實施情況與結果

藉由定期的內部人員審查措施，檢討各項管理措施的運作成效、實施的適宜性、充分性及有效性，根據管理檢討報告的結果，實施必要的改進措施，並持續追蹤其成效和完成情況。

5 溝通如何消除影響

持續透過內部教育訓練及外部多元溝通管道，宣達本公司人權管理措施推動進程。

6 提供或展開合作進行補救

設定具體的管理目標，並制定相應的風險減緩和補救策略。同時評估公司的管理體系、流程和方法是否與人權議題的管理目標相符，如有不足之處，則進行調整。

人權盡職調查流程

為評估橘子在人權方面的風險和潛在影響，我們於 2023 年運用了專門的人權調查和評估工具，及成立人權專案小組，以識別職場和供應鏈中的關鍵風險，定期進行人權盡職調查。若在風險評估過程中發現任何高度人權風險、潛在問題或違規情況，我們將立即進行減緩應對措施或補救措施。透過此過程，我們可以評估並識別出人權風險、潛在影響或違規事件，並對人權治理措施的實施效果進行評估，結果將用於定期審視和更新各項人力資源管理規章中的人權管理，以持續提升本公司人權績效。2023 年，本公司共評估了 27 項人權風險事項，項目類別包含自由選擇職業、青年勞工、工時管理、薪酬福利、人道待遇、反歧視騷擾、自由結社、隱私及職業安全衛生等，其中無任何高風險事項、4 項中度風險及 23 項低度風險。

重大人權議題之說明

風險減緩與補救措施



工作管理

因遊戲改版或特殊專案導致工時增加。

- 1 增加事前宣導
- 2 確認原因增加人力配置
- 3 給付合理工資
- 4 導入系統警示機制
- 5 供應商管理聲明與檢核

人道待遇

遇主管或同仁因口氣不好，用不禮貌或宣洩情緒方式溝通。

- 1 職場不法侵害課程宣導
- 2 多元檢舉制度申訴
- 3 人資介入調查，確認是否加強輔導或懲處機制
- 4 增加情商訓練課程
- 5 供應商管理聲明與檢核

青年勞工

招募如誤用童工，未有童工保護措施。

- 1 建立「禁用童工與誤用補救管理辦法」
- 2 加強面試技巧與宣導
- 3 供應商管理聲明與檢核

自由選擇職業

因應人力配置，未經員工同意調派其職務，致離職率提升。

- 1 預告期內召開轉調會議
- 2 多元檢舉制度申訴
- 3 離職面談輔導
- 4 設計即時獎勵、救火機制
- 5 增加專職人力
- 6 供應商管理聲明與檢核

人權議題與管理方案

議題	對象	管理方案
禁止強迫勞動	所有員工 / 供應商 / 承攬商	<ul style="list-style-type: none"> 絕不以暴力、脅迫、拘禁或其他非法手段強制勞工從事勞動 不扣留員工的身分證件或其他個人財物，確保員工的合法權益不受侵犯
禁用童工	童工	<ul style="list-style-type: none"> 僱用符合當地法規最低年齡標準 建立童工保護拯救措施
杜絕不法歧視	所有員工 / 女性員工 / 外籍員工	<ul style="list-style-type: none"> 在所有勞動權益事項上，對所有員工一視同仁，不因種族、階級、語言、思想、宗教、黨派、籍貫、出生地、性別、性傾向、年齡、婚姻、懷孕、外貌、五官、身心障礙、星座、血型等因素而有任何不法對待
多元包容性與平等機會	所有員工	<ul style="list-style-type: none"> 致力於打造多元且包容的職場，廣泛接納不同背景的族群，尊重並保有每個人的差異性。我們確保每位成員都能得到公平與尊重的對待，享有公平的學習資源、公平的薪酬條件和晉升發展機會
維持身心健康與工作生活平衡	所有員工	<ul style="list-style-type: none"> 支持健康活動：提供場地或贊助經費，鼓勵員工參與各類健康活動 團隊交流活動：公司每年提供經費，鼓勵部門主管與員工通過聚餐和其他交流活動增進彼此的情感與協作 員工福利活動：為了調劑員工身心並凝聚向心力，定期舉辦尾牙及公司活動，增強團隊精神和企業文化
結社自由和集體談判權	所有員工	<ul style="list-style-type: none"> 尊重員工依法行使的結社自由與集體談判權利 維持與同仁的暢通溝通管道，建構和諧的勞資關係
職場健康與安全	所有員工 / 供應商 / 承攬商	<ul style="list-style-type: none"> 定期提供員工健康檢查，並由特約專業醫護人員提供健康服務。此外，定期辦理安全衛生及消防等相關教育訓練，採取必要的預防措施以防止職業災害發生，降低工作環境中的危險因素 在執行業務期間，盡責地進行危害告知及督促，確保進駐本公司提供服務之合作夥伴、承攬商等工作安全

人權訓練與宣導

為了提升員工對人權保護的意識並有效降低人權風險發生可能性，橘子每年為所有員工實施涵蓋人權議題的教育訓練或宣導。為考量員工的工作環境和作業時間，我們採用線上方式或電子看板方式進行人權議題宣導，2023 年度新進人員完訓率達 100%。



訓練及宣導主題包含：



暢通溝通管道

橘子高度重視同仁意見表達自由與權利，致力於全面了解同仁對工作環境的各項需求與期望，並確保在保密且無需擔心報復的情況下，自由地提出建議、要求或問題。透過這些開放的溝通平台，管理單位能夠迅速掌握並回應意見，營造一個更加和諧且高效的工作環境。詳參 1.2.2 誠信經營章節 檢舉與溝通管道。

供應鏈人權盡職調查管理

橘子除了提升自身人權管理議題，亦期許合作夥伴共同提升人權管理成效。本公司透過供應商管理程序，將人權議題納入供應商宣導、新廠商評選、供應商年度考核重點議題，詳細績效請參 3.2.1 永續採購章節。

全橘總動員

全橘總動員每季固定舉辦一次，集團管理階層與同仁齊聚，邀請知名講者和橘人分享交流，打開橘子同仁的視野，持續放眼世界。2023 年共邀請 STORY WEAR 創辦人陳冠百、台大資工系副教授 陳縉農和 Taiwan-LLaMa 開發者林彥廷等領域專家，向橘人分享他們精采的人生故事，其中 2 場次與 ESG 主題相關。全橘總動員亦為員工溝通的重要管道之一，打破傳統勞資會議，讓所有同仁可匿名提問或提供建議（未出席者仍然可透過員工及員工代表提問），由集團執行長現場理解同仁需求並一一回答所有問題，以即時地雙向交流提升互動品質及勞資關係，2023 年共回應員工 72 題。

2023 年全橘總動員場次

場次	主題	說明
Q1	不可不知道的國際永續時尚趨勢 Story Wear	永續時尚大躍進，Story Wear 從生活中落實永續行為，持續推動善的循環，打造首家零廢旗艦店－邀請到臺灣唯一零廢棄時裝品牌創辦人分享自身創業經驗，並深度解析時裝產業及循環永續的國際趨勢。
Q2	橘友攻略：掌握互動界線，溝通技能 Level Up	「人」兩撇，寫起來簡單，做起來怎麼這麼難？疫後時代，重啟社群活動，邀請二大兩性互動專家與橘人分享，人與人之間，如何掌握互動界線和作好溝通。
Q3	智能革命：擁抱 AI 新世界	AI 人工智慧風靡世界，正改變我們的生活。邀請二大資訊科技專家針對 AI 人工智慧的未來和影響，帶來最夯、最精彩的分享。
Q4	我畫的啤酒夢，正在市場發酵中， 精釀產業幕後的推手	用創意與跨界改變台灣的啤酒文化，邀請憨啤酒 HanBeer 創辦人分享關於啤酒的二三事：啤酒有什麼分類及特色、啤酒歷史的演化和軼事、及商業啤酒與精釀啤酒的不同。



宅橘便 M

橘子善用自身的網路技術服務，除每季的全橘總動員外，我們創造了全匿名的溝通管道，讓同仁何時何地都能與公司溝通，相關權責單位也能於第一時間處理，實現高效率職場友善。宅橘便 M 的同仁使用人數近 100%，2023 年共處理 305 則管理上的問題。

員工協助方案

橘子自 2021 年初開始試行「員工協助方案」，並於同年 4 月正式執行，透過每年定額次數提供同仁諮商、財務、法務、管理協助，改善同仁在生活與心理上的平衡，以及工作上遇到的身心壓力或問題，提供同仁一個沒有壓力的匿名諮詢管道，更能有效的幫助到需要協助的同仁。透過此協助方案，三年來已服務超過 1,000 人次，為集團內部的重要穩定力量。2023 年進線同仁滿意度達 4.6 分 (滿分 5 分)。

4.1.6 健康職場

健康促進活動

橘子打造豐富全面的健康職場，規劃員工健檢、母性保護計畫、運動競技活動等項目，並設有健身房，培養同仁良好的健康習慣。未來將進一步規劃情緒減脂健促計畫，針對高危險族群從減脂減重中探討過去較少關注的情緒層面，搭配營養師專業一對一諮商及客製化營養團體課程，協助同仁健康永續。

員工健檢

橘子每年提供員工健檢，2023 年共 786 人完成健檢，2023 年健檢率達 83.9%，並每季安排職醫駐診服務，針對同仁的健康檢查異常或是個人健康問題進行諮詢、衛教輔導與追蹤，2023 年諮詢人數共 26 人。

關懷健檢高危險族群

每季測量 InBody 身體組成分析，給予飲食衛教及運動衛教。

母性保護計畫

給予懷孕、產後同仁相關衛教，並於辦公室不同樓層設置哺乳室，並規劃針對孕婦提供免費停車位、B1 臨停、以及代為停車 / 取車的協助。2023 年 8 位懷孕同仁參與衛教。

肌肉骨骼疾病預防

同仁長期久坐工作，易導致肌肉骨骼痠痛不適，故橘子挑選三款坐姿矯正椅供同仁申請，並由護理師至同仁辦公區搭配升降桌調整適合的坐位及姿勢。

2023 年申請人數共 26 位。



高強度活動照護

遇高強度活動如龍舟競技、馬拉松、三鐵活動時，會由護理師協助參與同仁每月測量 InBody，針對個人健康問題，提供飲食、運動及相關健康照護，並避免運動傷害。

健身房

設有 24 小時健身房，提供免費的 InBody 身體成分組成分析，特聘有一位正職健身教練，指導器材的正確使用。另特別聘請的老師開辦瑜珈、拳擊有氧、Zumba 等運動課程，每天有三堂以上的課程提供同仁選擇，2023 年運動課程約有 6,816 人次參加。常態性協助同仁進行體能訓練，維持高體能狀態，降低三高風險。近年陸續新增不插電心肺器材，如滑步機、划船機等設備，兼顧健康與節能。

紓壓放鬆

橘子與台北市勞動力重建運用處合作，於每週三下午安排按摩師舒壓服務，同仁可以透過預約方式，享受一次 15 分鐘的舒壓按摩，2023 年為 426 人次提供按摩服務。另舉辦筋膜放鬆課程，參與同仁藉由課程了解情緒與自我身心的關聯性，學習情緒檢視與紓解壓力的方法。

運動競技活動

長年組團參與龍舟競賽，增進團隊氣氛、協力的精神，同時在如此高度體力消耗的運動競技活動中，鍛鍊體魄與促進身心健康。



橘觀點 - 了解更多
關於橘子龍舟隊



2022 Gamania
橘子集團龍舟隊紀實

運動社團與講座

橘子鼓勵透過社團活動達身心健康與工作平衡，目前共有 5 個與健康相關的社團，包含熱舞社、瑜珈社、排球社等。同仁可結交同好，一齊打造健康職場氛圍。



亦不定期舉辦講座，讓同仁能更加體驗並了解健康細節，並營造運動氛圍，吸引更多同仁加入運動行列。2023 年共兩場講座：自由重量訓練講座共有 13 人次參與；阿果八千公尺挑戰共有 30 人次應援。



LED 色溫照明管理

因應集團全面汰換 LED 燈，橘子於 2023 年於內湖總部大樓全面導入健康照明光環境，結合人因照明，提供符合生理及心理需求的辦公環境，藉以調整同仁的晝夜節律系統，為健康帶來正向關係。

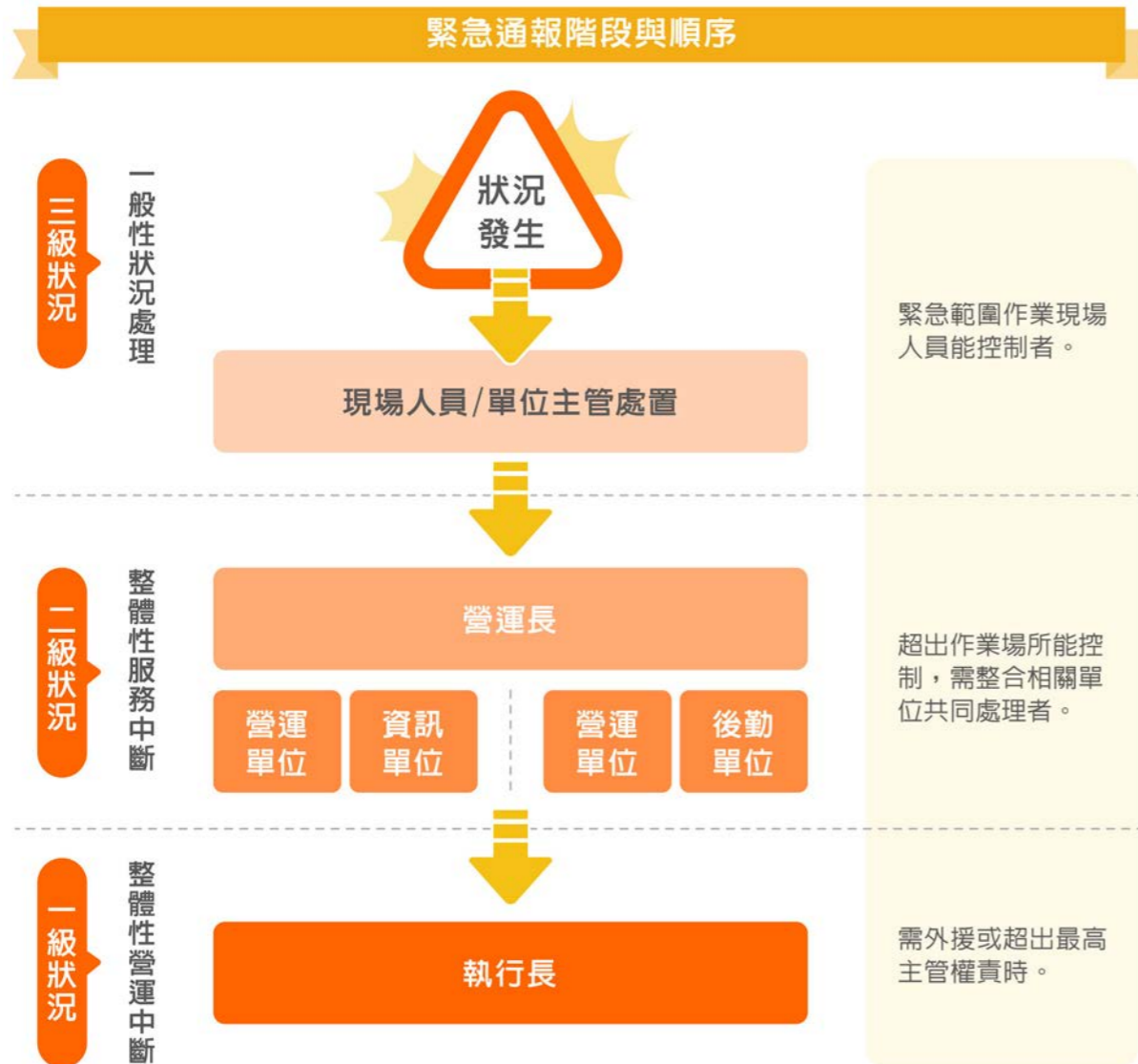


職業安全衛生

橘子集團極度重視員工的職場健康與安全，以零工安事故為目標。橘子之產業型態依「職業安全衛生管理辦法」規範，屬第三類低度風險事業，大部分業務皆為辦公室作業，無需設置管理單位。橘子仍特別注意辦公室的環境監控，如對噪音、二氧化碳、照明、溫濕度等進行管理，特別是對於空氣污染的防治。所以每年會定期進行環境監測作業，結合總部智慧大樓系統，檢視總部大樓相關數值，來確保同仁工作環境品質。

為加強及保障同仁工作安全，橘子對同仁及在公司內執勤的承攬商訂定「職業安全衛生政策」，由集團執行長簽署公布。確保辦公環境皆依國內「職業安全衛生法」執行作業，定期進行勞工健康四大保護計畫辨識、預防職場風險，保護同仁減少職業疾病和事故的可能性，提供安心友善的健康職場。

為因應重大災害及突發狀況發生，而危及、阻斷公司資訊系統、人員及正常營運作業運作時，能有效控制損害、確保資訊的暢通並提供公司營運正常運作，橘子訂定「集團安全管理政策」及相關子法「辦公室安全管理辦法」，針對「實體安全」、「門禁安全」、「公共安全」、「設備安全」與「作業安全」進行管理，並訂有「緊急事件標準作業流程」，為危機事件進行標準化緊急通報程序。2023 年本公司無重大工安事件或緊急通報事件發生。



本公司之安全與衛生標準最高原則如下：

- 1 必須遵守安全衛生守則及法規。
- 2 報告不安全的情況，並促請改善。
- 3 報告所有虛驚及傷害事故。
- 4 協助新進人員了解安全工作方法。
- 5 必須遵守各工作場所訂定之安全衛生注意項。
- 6 必須接受與工作本身有關之安全衛生教育及訓練。
- 7 必須接受公司規定之體格及健康檢查。
- 8 在工作時嚴禁吸菸、飲酒、嚼檳榔、吃口香糖及其他妨礙安全工作之行為。
- 9 於工作場所之安全門、通道路口、樓梯口、進出口等處，不得堆積任何物品。
- 10 必須熟悉滅火器，消防設備之使用方式及放置地點。
- 11 嚴禁任意使用非公司規定之任何電器用品；非本身管理的機器、設備及儀器，切勿擅自使用。
- 12 必須了解各工作場所逃生及疏散之路線。
- 13 若遇火災等事故，不可搭乘電梯逃生。
- 14 在工作環境避免將物品堆積過高，以免傾倒傷人。
- 15 離開工作場所務必隨手將不用之電器、瓦斯、氣體及水龍頭之開關關閉。
- 16 發現公司內任何地方有危害安全衛生之人、事、物等，必須立即反應相關人員做緊急處理。
- 17 注意各種危險信號及安全標誌。
- 18 工作場所內嚴禁亂丟菸蒂及雜物等。

職業傷害統計

當有工傷事件發生時，橘子依管理辦法及當地法規，執行標準處理程序並即時通報當地主管機關。相關職災統計以行政院勞動部職業安全衛生法及全球永續性報告指標 (GRI 準則) 所公布之重要指標計算，其中失能傷害頻率 (FR)、失能傷害嚴重率 (SR) 及缺勤率等為主要數據指標。



年度：2023

- 註：1. 職業傷害所造成的死亡比率 = 職業傷害所造成的死亡人數 / 總工作小時 × 1,000,000。
- 2. 嚴重的職業傷害 (損工日數超過 180 天者且不含死亡人數) 比率 = 嚴重的職業傷害 / 總工作小時 × 1,000,000。
- 3. 失能傷害頻率 (FR) = 失能傷害人次數 / 總工時小時 × 1,000,000。
- 4. 失能傷害嚴重率 (SR) = 失能傷害天數 / 總工作小時 × 1,000,000。
- 5. 以上數據含申報至勞動部之事業體，且未包含上下班時遭遇之車禍事故。

	2021 年	2022 年	2023 年
缺勤率 (%)	0.68	0.96	0.70
涵蓋率 (%)	100	100	100

- 註：缺勤日數包含病假、公傷假、生理假及住院病假。



4.2 社會共好

4.2.1 橘子關懷基金會



橘子關懷基金會

橘子關懷基金會延伸集團董事長兼基金會創辦人勇於冒險挑戰的精神，同時回應集團「Dare to challenge 戰自己」的品牌核心，我們自 2008 年打造一個公益平台，鼓勵青年勇敢冒險，網羅全台志同道合的夥伴，創造並發揚獨特的「橘式價值」。

隨著時代變遷，基金會也與時俱進，從鼓勵年輕人用力作夢，到 2022 年開始倡議「挺冒險 GoNext」，支持青年大膽放眼未來。同時激勵自己不斷 GoNext，扎根冒險教育、倡議擴大冒險文化的社會影響力。我們從風險管理思維發展出「大夢計畫」為台灣樹立冒險有無限可能的標竿，以及「橘子冒險學園」扎根青年冒險教育。在永續發展的路徑上，響應優質教育 (SDG 4) 和促進和平多元社會 (SDG 16)，賦能青年勇敢面對挑戰、開創自己的道路；倡議社會大眾包容與支持不畏挑戰、勇於創新的新世代。

2023 基金會以「冒險的科學轉向」為核心，透過「大夢計畫」支持青年為夢想遠征、「冒險學園」促進青年啟動自我挑戰的勇氣，舉辦「岸到頂超級馬拉松」訴求打造台灣最高規格與挑戰性的超馬系統，吸引國際頂尖選手來台並促進產業與專業提升。並舉辦了 4 場線下分享「冒險小聚」、3 場教學訓練和 1 場記者會，並以冒險專業支持同仁實踐壯遊假。我們與超過 400 位民眾、學童、媒體和領域 KOL 面對面、傳遞「挺冒險 GoNext」的精神，同時透過影像和報導訴說冒險動人故事，持續溝通超過 6,000 位社群參與者、橘子集團逾千位員工，並透過多元媒體傳播及出版計畫，啟發與鼓勵社會大眾不畏挑戰和勇於創新、GoNext。



大夢計劃

我們透過「大夢計劃」支持過許多勇於挑戰自我極限的青年，期許成為青年勇於冒險的推手，打開冒險的各種想像，提供冒險支持和機會，讓青年具備挑戰自己的能力，突破舒適圈，迎向未知挑戰，將冒險精神的價值落實於生活中，並期待能透過他們的故事，激勵更多社會大眾勇敢開創自己的冒險篇章。多年來跨越陸海空，完成了許多驚人的計劃，實現不設限的大夢想。

大夢計劃 × 呂忠翰 前進十四峰

台灣登山家呂忠翰（阿果）於 2013 年首次攀登八千公尺高峰，世界第 13 高峰迦舒布魯 II（Gasherbrum II，8,035 公尺），成為首位在喀喇崑崙山脈登頂的台灣人。自此，他不斷創下台灣登山史的新紀錄。大夢計劃支持阿果進行八千公尺頂峰攀登，進行世界第三極高挑戰，完成剩下的五座八千公尺頂峰攀登計畫。2021 年，阿果成功攻頂安娜普納（Annapurna，8,091 公尺）。2022 年 5 月 5 日，他挑戰世界第三高峰干城章嘉峰（Kangchenjunga，8,586 公尺），成功成為首位無氧攀登此峰的台灣人。2023 年 5 月，他攜手張元植和紀錄者雪羊，以「台灣團隊」進行世界第七高峰道拉吉里峰（Dhaulagiri，8,167 公尺）西北稜新路線開拓，成為首個踏上此路線的台灣攀登小隊，並撰寫報告書供後繼冒險家參考。同年 7 月 27 日，阿果成功登頂世界第二高峰喬戈里峰（K2，8,611 公尺），成為目前無氧攀登第八座高峰的台灣登山家。

大夢計劃 × 袁永誠 前進西甲

橘子關懷基金會自 2021 年起與袁永誠攜手，共同推動前進西甲的計劃。袁永誠從小學一年級開始練足球，9 歲便立志成為職業足球員，國小畢業後開始了旅外培訓。2021 年，他以 19 歲成為台灣首位獲得歐洲職業合約的足球員，並於 2022 年初首次在西班牙職業聯盟出賽。2023 年，他

轉會至西協甲豐拉夫拉達足球俱樂部（CF Fuenlabrada），並於同年七月入選 U-23 亞洲盃資格賽中華隊名單，代表挑戰 2024 亞洲盃會內賽，爭取 2024 巴黎奧運的門票。袁永誠的冒險故事，充分展現了「GoNext」精神：勇往直前，放眼下一次冒險。

大夢計劃 × 花蓮橘子猿 前進籃球夢

橘子關懷基金會扎根冒險精神，與專業籃球訓練機構「EMPOWER 引爆籃球訓練」合作，於花蓮成立第一支社區型俱樂部籃球隊「花蓮橘子猿」，組建 U12 及 U14 梯隊推動青少兒運動教育。2023 年 6 月，花蓮橘子猿首次對外公開成軍並舉行了第一次比賽，橘子關懷基金會執行長親自捐贈球衣。同年 12 月，球隊回到故鄉花蓮，舉辦「花蓮橘子盃」，邀請同年齡層球隊競賽，展現訓練成果。這一計劃旨在通過籃球訓練，激發青少年對運動的熱愛，培養團隊合作和堅韌不拔的精神。

橘子冒險學園

橘子關懷基金會自 2008 年成立以來，透過各項冒險計畫鼓勵青年挑戰自我，以符合台灣 108 課綱中提倡的「實作學習」和「跨域整合」精神，喚起屬於這個世代的冒險精神。截至目前，我們已陪伴超過 700 位學員、45 個據點，冒險里程達 28,504 公里。2023 年，橘子冒險學園以「山海川岸到頂」為主題，舉辦線上線下冒險體驗，徒步總長度提升至 106 公里，學員需耗時六天五夜完成挑戰。基金會邀請山岳專家張元植、森林護管員賴伯書及心靈冥想導師 Stella 開設線上課程，從冒險想像、山林保育與自我覺察三方面完整學員體驗。活動從前期宣傳到後期分享，網路觸及超過 1,000 人，影片觀看次數超過 1,500 次，並將線上課程系統化，作為未來冒險素養教育的補充教材，提供給教育現場應用。



橘子岸到頂超馬 邀請賽

「山海川國家級綠道」這條冒險朝聖之路，全長 177 公里，涵蓋內海、大圳、原鄉及聖山四大路線。這條綠道從開台內海仰望護國神山玉山，沿途經歷多元文化和繁複生態。2022 年測試賽由 7 位頂尖跑者試跑，他們背負著示範的使命。橘子關懷基金會致力打造最高規格國際賽道與國際超馬賽事，面向世界頂尖運動員、齊聚台灣同台競賽並探索台灣之美。2023 年，賽事成功取得 100miles 國際 Aims/WA 賽道認證和 IAU 銅標賽事認證。賽事的圓滿，不僅止於跑者自我挑戰的達成，更是後勤、補給及醫療等專業團隊共同成就，不斷挑戰以更完善的風險管理與賽事執行，建立最高規格的超馬賽是標竿，挺台灣的冒險 GoNext。

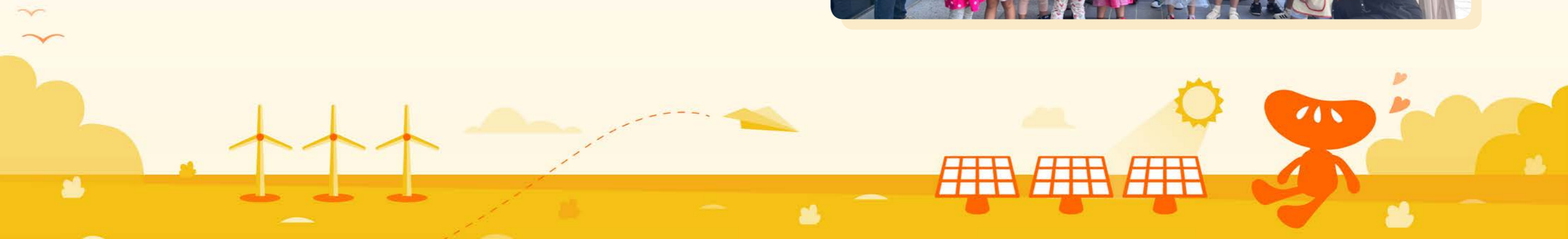
冒險小聚

冒險小聚聚集了「挺冒險」的人，透過對談、分享和節目化形式，記錄冒險的熱情與科學，揉合感性與理性的故事傳遞 GoNext：勇往直前，放眼下一次冒險的精神。2023 年末我們於橘子集團總部舉辦了山與海的冒險對談，由前進 14 峰計畫的大夢青年呂忠翰分享高山攀登的冒險視野、台灣第一位完成泳渡直布羅陀海峽的泳者許汶而的海洋挑戰。透過影像紀錄和社群傳播，讓更多人能夠從線上獲得並參與冒險實踐的經驗、傳遞感動並引發共鳴，此場聚會共邀集線上線下約 200 人參與。其他外部分享小聚，2023 年共舉辦 4 場次，參與共計 834 人次。

4.2.2 社區共好

舉辦捐血活動

橘子自 2016 年搬遷至內湖總部大樓開始，即參與台北內湖科技園區發展協會推動的「內科千人捐血活動」，與在地社區及企業共好，展現橘人互助熱血的精神。自 2018 年起，橘子開始自發性舉辦捐血，於橘子節當日，結合公司內部慶祝活動，號召橘人與周邊鄰里社區一同捐血，助力北市醫療能量。每年至少舉辦 3 次捐血活動，由企業溝通室負責。2023 年參與 197 人，共募集 293 袋血，提供給台北捐血中心。為鼓勵員工捐血做公益，凡捐血成功之同仁可獲員工餐廳普橘島電子餐券，未來也將規劃提供更多公益小獎勵，培養捐血助人好習慣。



橘子聖誕市集

橘子自 2017 年開始舉辦橘子聖誕市集，推廣與邀請周邊公司廠商及內外部友好夥伴的商品，結合員工餐廳「普橘島」活動操作，讓橘人與社區鄰里有同慶同樂的過節氣氛。本活動也成為橘子的固定年度活動，由企業溝通室、行政服務處與普橘島合作舉辦。同時我們推動 Open GAMA 的參觀計畫，邀請內科夥伴或橘人眷屬一同參與，深入了解橘子集團社區共好的服務宗旨。

2023 年邀請 15 家攤商市集，同時邀請歌手現場演唱、並舉辦內湖在地商家手作體驗、幼橘園劇場表演等；提供聖誕拍貼機、結合「橘人寵物日」、「免廢市集」與普橘島活動，讓橘人度過充滿聖誕節慶感的一日。有感於集團重視 ESG 價值傳遞，未來計劃邀集內湖園區相關友好夥伴及更多公益性質單位加入，如小農友善商品餐點提供、弱勢愛心公益單位擺攤、毛小孩認養活動、狗醫生宣導等，持續進行長期概念延伸，從 ESG 各個面向傳達「橘式價值」。



社會公益

橘子於 2023 年社會公益支出總金額達新台幣 2,200 萬元，主要採贊助或捐贈方式，將資源投入橘子重視的社會議題，包含醫療、動物友善、文化創意及教育相關單位。同時設置公益假，鼓勵同仁參與公益專案，期望透過全員參與和企業號召，讓資源能更有效的幫助到所需團體。

集團子公司 NOWnews 發揮媒體影響力，近年持續關注銀髮族權益，2023 年藉專題特寫基隆市的「防跌工班」，訴說一群初老志願者發現長者因為居住環境不良，容易發生跌倒狀況，進而臥床影響生活品質，因此成立工班進入社區的家戶內協助高齡長者改善生活環境，不僅如此，工班更進一步推動長者走出家門，走進社區「換工」，呈現因為改善環境而走出家門的長者，從換工中獲得成就感的正能量故事，獲第三屆「銀響力新聞獎」首獎，將高齡化社會的解方傳達出去。

單位：新台幣 仟元

類別	項目	經費 / 說明
醫療服務	現金投入	1,140
動物友善	現金投入	3,600
文化創意	現金投入	1,795
教育理念	現金投入	15,542
	物品捐贈	媒合集團資源收集捐贈物品，統一捐贈給新北社會局愛心大平台

• 註：文化創意包含歷史文化及運動賽事等。



4.2.3 支持國內文化產業

橘子為上櫃文創產業，除推動自身業務外，亦積極參與相關文藝及創作相關活動，發揚國內文化產業發展，善盡企業社會責任。

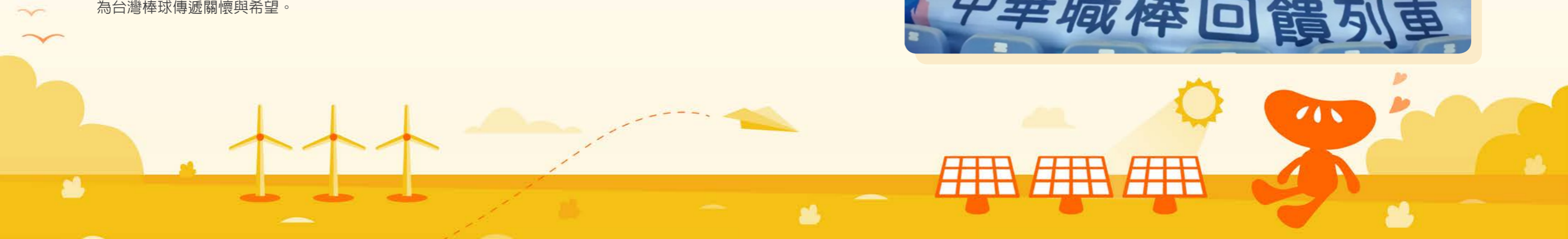
支持國內原創，驅動 IP 產業

橘子積極推廣國內文創投資，透過旗下原創內容平台 beanfun! 漫畫星、文學星，邀請國內原創漫畫家、小說家將其作品展示於平台，以稿費、版權費用支持台灣原創藝術，並不定期舉辦系列推廣活動，2023 年投資達 1,450 萬元，攜手台灣創作佼佼者將原創 IP 躍上國際舞台。

自 2022 年由中華動漫出版同業協進會與文化內容策進院共同開辦「原創 IP 風雲榜」，鼓勵國內原創漫畫、動畫及小說創作發展，並藉活動匯流 IP 生態圈。2023 年橘子集團之協作《叛逆玩家》及《食屍鬼》兩大神作共奪「年度 TOP IP 獎」、「人氣 IP 獎」、「動畫潛力獎」3 獎項成本年度最大贏家。

支持體育賽事，攜手中華職棒進冬盟

橘子秉持著「Dare to Challenge」的企業核心精神，多年支持台灣在地運動，包含棒球、籃球、馬拉松，極地登山探險等，用實際行動，幫助台灣體育運動實現社會價值。2023 年橘子集團贊助中華職棒金手套獎，迄今 3 年，持續為支持在地選手，並且回饋到基層面向，更攜手中華職棒公益列車，提供物資給在地小朋友，為台灣棒球傳遞關懷與希望。



APPENDIX



附錄

GRI 索引表	103
TCFD 索引表	106
SASB 索引表	107
氣候相關資訊	108
獨立有限確信報告	109
溫室氣體查驗聲明書	109

GRI 索引表

GRI 準則	揭露項目	對應章節暨補充說明	頁碼	省略 / 說明	
GRI 2 : 一般揭露	2-1	組織詳細資訊	關於本報告書	04	
			1.1.1 營運概況	09	
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	04	
			1.1.1 營運概況	09	
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	04	
	2-4	資訊重編	關於本報告書	04	
	2-5	外部保證 / 確信	關於本報告書	04	
	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.1.1 營運概況	09	
			3.2.1 永續採購	69	
	2-7	員工	4.1.1 人力結構	77	
	2-8	非員工的工作者	4.1.1 人力結構	77	約聘時薪制 16 人 派遣 236 人 承攬商 20 位
	2-9	治理結構及組成	1.2.1 治理組織與架構	16	
	1.3.1 實踐永續治理		28		
2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.2.1 治理組織與架構	16		
2-11	最高治理單位的主席	1.2.1 治理組織與架構	16		
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.3.1 實踐永續治理	28		

GRI 準則	揭露項目	對應章節暨補充說明	頁碼	省略 / 說明
2-13	衝擊管理的負責人	1.3.1 實踐永續治理	28	
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	1.3.1 實踐永續治理	28	
2-15	利益衝突	1.2.1 治理組織與架構	16	
2-16	溝通關鍵重大事件	1.3.1 實踐永續治理	28	
2-17	最高治理單位的群體智識	1.2.1 治理組織與架構	16	
2-18	最高治理單位的績效評估	1.2.1 治理組織與架構	16	
2-19	薪酬政策	1.2.1 治理組織與架構	16	
2-20	薪酬決定流程	1.2.1 治理組織與架構	16	
2-21	年度總薪酬比率	4.1.4 薪酬與福利	16	保密規定限制，屬公司機密資訊
2-22	永續發展策略的聲明	集團執行長暨永續發展委員會主席的話 1.3.1 實踐永續治理	05 28	
2-23	政策承諾	1.2.2 誠信經營 4.1.5 友善職場	21 87	
2-24	納入政策承諾	1.2.2 誠信經營 3.2.1 永續採購 4.1.5 友善職場	21 69 87	
2-25	補救負面衝擊的程序	1.2.2 誠信經營 2.3.3 客戶滿意度	21 54	
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.2.2 誠信經營	21	
2-27	法規遵循	1.2.2 誠信經營	21	
2-28	公協會的會員資格	1.2.4 外部組織參與	26	
2-29	利害關係人議合方針	1.3.3 利害關係人議合	36	
2-30	團體協約	4.1.5 友善職場	87	

GRI 2：一般揭露

重大主題				
GRI 準則		揭露項目	對應章節暨補充說明	頁碼
GRI 3：重大主題	3-1	決定重大主題的流程	1.3.2 重大主題分析	30
	3-2	重大主題列表	1.3.2 重大主題分析	30
資訊安全與隱私權保障				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.3.2 重大主題分析	30
GRI 418：客戶隱私	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.3.2 隱私保護	52
公司治理與誠信				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.3.2 重大主題分析	30
GRI 205：反貪腐	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.2.2 誠信經營	21
經營績效				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.3.2 重大主題分析	30
GRI 201：經濟績效	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.1.2 財務績效	12
風險管理				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.3.2 重大主題分析	30
產品與服務創新				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.3.2 重大主題分析	30
客戶權益與服務				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.3.2 重大主題分析	30
GRI 418：客戶隱私	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.3.2 隱私保護	52
勞資關係與員工權益				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.3.2 重大主題分析	30
GRI 201：經濟績效	201-3	定義福利計劃義務與其它退休計畫	4.1.4 薪酬與福利	84

重大主題				
GRI 準則		揭露項目	對應章節暨補充說明	頁碼
GRI 401：勞雇關係	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	4.1.4 薪酬與福利	84
	401-3	育嬰假	4.1.4 薪酬與福利	84
GRI 402：勞資關係	402-1	關於營運變化的最短預告期	4.1.5 友善職場	87
人權與多元包容				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.3.2 重大主題分析	30
GRI 405：員工多元化與平等機會	405-1	治理單位與員工的多元	4.1.1 人力結構	77
	405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	4.1.4 薪酬與福利	84
GRI 406：不歧視	406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	4.1.5 友善職場	87

TCFD 索引表

代碼	TCFD 建議揭露事項	對應章節暨補充說明	頁碼
治理	TCFD 1(a)	描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況	56
	TCFD 1(b)	描述管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色	56
策略	TCFD 2(a)	描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	56
	TCFD 2(b)	描述組織氣候相關風險與機會對於組織業務、策略、財務規劃所造成的衝擊	56
	TCFD 2(c)	描述組織在考量不同氣候情境（包含升溫 2°C）之下，組織營運、策略及財務規劃之影響	56
風險管理	TCFD 3(a)	描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程	3.1.1 氣候變遷因應 56
	TCFD 3(b)	描述組織在氣候相關風險的管理流程	56
	TCFD 3(c)	描述氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在組織的整體風險管理制度	56
指標與目標	TCFD 4(a)	揭露組織為確保氣候策略與風險管理流程一致，所用來評估與氣候相關的風險與機會的指標	56
	TCFD 4(b)	揭露範疇 1、範疇 2、與範疇 3 的溫室氣體排放量，以及相關風險的揭露	56
	TCFD 4(c)	描述組織用來評估組織氣候變遷相關風險與機會之管理、績效追蹤的目標	56

SASB 索引表

主題	指標代號	指標名稱	對應章節	備註
硬體基礎建設之環境足跡	TC-SI-130a.1	(1) 總能源消耗量 (2) 來自電網的比例 (3) 來自再生能源的比例	3.1.2 環境暨能資源管理	(1) 38,066.70 GJ (2) 87.073% (3) 12.583%
	TC-SI-130a.2	(1) 總取水量 (2) 總耗水量；在高度或極高度水資源壓力地區之百分比	3.1.2 環境暨能資源管理	總用水量 23,001m ³ ，且未在水資源高壓力地區取水
	TC-SI-130a.3	說明如何將環境考量整合在數據中心的策略規劃之中	3.1.2 環境暨能資源管理	
資訊隱私和自由表達	TC-SI-220a.1	描述與所有廣告和用戶隱私有關的政策與做法	2.3.2 隱私保護	
	TC-SI-220a.2	資訊被使用於二次目的之使用者數量	2.3.2 隱私保護	
	TC-SI-220a.3	與用戶隱私有關之法律程序處理所導致的財務損失	2.3.2 隱私保護	本年度無此情事
	TC-SI-220a.4	(1) 執法單位索取用戶資訊的次數 (2) 被索取用戶資訊的用戶數量 (3) 用戶資訊被揭露事件次數比例	2.3.3 客戶滿意度	(1) 2,193 次 (2) 35,275 筆 (3) 0%
	TC-SI-220a.5	核心產品或服務受到政府要求而被監控、阻擋、內容過濾或審查之國家列表	-	本年度無此情事
資訊安全	TC-SI-230a.1	(1) 數據外洩次數 (2) 涉及個人資料外洩的百分比 (3) 受影響的用戶數量	2.3.2 隱私保護	本年度無此情事
	TC-SI-230a.2	說明識別和解決數據安全風險的方法，包括使用第三方網路安全標準	2.2.1 資安管理	
招聘與管理全球多樣化及技術性勞工	TC-SI-330a.1	需要工作簽證的員工之百分比	4.1.1 人力結構	集團共 4 位員工需要工作簽證，佔比為 0.38%
	TC-SI-330a.2	員工敬業度百分比	-	本年度無辦理相關調查
	TC-SI-330a.3	(1) 執行管理階層 (2) 非執行管理階層 (3) 技術人員 (4) 其他員工的性別與種族 / 國籍比例	4.1.1 人力結構	
智慧財產保護及競爭行為	TC-SI-520a.1	與反競爭行為有關之法律程序導致之財務損失	1.2.2 誠信經營	本年度無此情事

主題	指標代號	指標名稱	對應章節	備註
管理來自技術中斷之系統風險	TC-SI-550a.1	(1) 效能問題次數 (2) 服務中斷次數 (3) 用戶服務中斷導致的總停機時間	-	2023 年度主要產品平均異常時間約 0.42 天，服務可用率達 99.8%
	TC-SI-550a.2	說明與營運中斷有關之商業持續性風險	2.2.1 資安管理	
營運活動指標	TC-SI-000.A	(1) 服務授權或訂閱之數量 (2) 為雲端服務之百分比	-	本公司無任何服務授權或訂閱項目
	TC-SI-000.B	(1) 資料處理能力 (2) 資料處理外包百分比	-	配合同業暫不揭露
	TC-SI-000.C	(1) 資料儲存量能 (2) 資料儲存外包百分比	-	配合同業暫不揭露

氣候相關資訊

指標名稱	對應章節
1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理	請參閱「1.2.1 治理組織與架構」、「1.2.3 風險管理」與「3.1.1 氣候變遷因應」
2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務 (短期、中期、長期)	請參閱「3.1.1 氣候變遷因應」關鍵氣候風險與機會議題管理說明
3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響	
4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度	請參閱「3.1.1 氣候變遷因應」風險管理說明
5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響	請參閱「3.1.1 氣候變遷因應」中策略說明與關鍵氣候風險議題管理說明
6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標	請參閱「3.1.1 氣候變遷因應」中目標與指標說明與關鍵氣候風險議題管理說明
7. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎	本公司暫無使用內部碳定價作為規劃工具
8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證 (RECs) 以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證 (RECs) 數量	請參閱「3.1.1 氣候變遷因應」中目標與指標說明與關鍵氣候風險議題管理說明
9. 溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫	請參閱「3.1.1 氣候變遷因應」中目標與指標說明、「3.1.2 環境暨能資源管理」與「溫室氣體查驗聲明書」

獨立有限確信報告

溫室氣體查驗聲明書

KPMG 普華永道會計師事務所
KPMG
100, South Bridge Road, #12, Tower 3, Singapore 068703
100, South Bridge Road, #12, Tower 3, Singapore 068703

會計師事務所確信報告

確信報告之委託者及委託事項：
本公司受委託查驗其財務報表(以下簡稱「帳目」)之公允性。對於民國一十二年(2023年度)之帳目,係指帳目(以下簡稱「帳目」)中列載之帳目(以下簡稱「帳目」)之執行與帳目之公允性。

確信報告之委託者及委託事項：
本公司受委託查驗其財務報表(以下簡稱「帳目」)之公允性。對於民國一十二年(2023年度)之帳目,係指帳目(以下簡稱「帳目」)中列載之帳目(以下簡稱「帳目」)之執行與帳目之公允性。

會計師事務所之責任：
本公司受委託查驗其財務報表(以下簡稱「帳目」)之公允性。對於民國一十二年(2023年度)之帳目,係指帳目(以下簡稱「帳目」)中列載之帳目(以下簡稱「帳目」)之執行與帳目之公允性。

KPMG 普華永道會計師事務所
KPMG
100, South Bridge Road, #12, Tower 3, Singapore 068703
100, South Bridge Road, #12, Tower 3, Singapore 068703

確信報告之委託者及委託事項：
本公司受委託查驗其財務報表(以下簡稱「帳目」)之公允性。對於民國一十二年(2023年度)之帳目,係指帳目(以下簡稱「帳目」)中列載之帳目(以下簡稱「帳目」)之執行與帳目之公允性。

會計師事務所之責任：
本公司受委託查驗其財務報表(以下簡稱「帳目」)之公允性。對於民國一十二年(2023年度)之帳目,係指帳目(以下簡稱「帳目」)中列載之帳目(以下簡稱「帳目」)之執行與帳目之公允性。

黃郁揚
謝秋平

KPMG 普華永道會計師事務所
KPMG
100, South Bridge Road, #12, Tower 3, Singapore 068703
100, South Bridge Road, #12, Tower 3, Singapore 068703

確信報告之委託者及委託事項：
本公司受委託查驗其財務報表(以下簡稱「帳目」)之公允性。對於民國一十二年(2023年度)之帳目,係指帳目(以下簡稱「帳目」)中列載之帳目(以下簡稱「帳目」)之執行與帳目之公允性。

會計師事務所之責任：
本公司受委託查驗其財務報表(以下簡稱「帳目」)之公允性。對於民國一十二年(2023年度)之帳目,係指帳目(以下簡稱「帳目」)中列載之帳目(以下簡稱「帳目」)之執行與帳目之公允性。

KPMG 普華永道會計師事務所
KPMG
100, South Bridge Road, #12, Tower 3, Singapore 068703
100, South Bridge Road, #12, Tower 3, Singapore 068703

編號	確信報告之委託者及委託事項	確信報告之委託者及委託事項
1.1.1	帳目之公允性	帳目之公允性
1.1.2	帳目之公允性	帳目之公允性
1.1.3	帳目之公允性	帳目之公允性
1.1.4	帳目之公允性	帳目之公允性
1.1.5	帳目之公允性	帳目之公允性
1.1.6	帳目之公允性	帳目之公允性
1.1.7	帳目之公允性	帳目之公允性
1.1.8	帳目之公允性	帳目之公允性
1.1.9	帳目之公允性	帳目之公允性
1.1.10	帳目之公允性	帳目之公允性

DNV

Independent Verification Opinion

Verification Opinion No.: CE78303-2023-AG-TW-016
Issued Place: Taipei
Issued Date: 09 May, 2024

This is to verify initiate reporting of Greenhouse Gas Inventory Management Report (2023) of

GAMANIA DIGITAL ENTERTAINMENT CO., LTD.

Scope of Verification
DNV Business Assurance (DNV) has been commissioned by GAMANIA DIGITAL ENTERTAINMENT CO., LTD. (the "Organization") to perform a verification of the greenhouse gas statements of Greenhouse Gas Inventory Management Report (2023) (hereafter the "Inventory Report") in Taiwan, ROC with respect to the sites listed in Appendix A.

The Reporting Boundary for the verification including direct GHG emissions and removals, indirect GHG emissions from imported energy, indirect GHG emissions from transportation, indirect GHG emissions from products used by the Organization and indirect GHG emissions associated with the use of products from the Organization. The further descriptions for the Reporting Boundary listed in Appendix B.

Verification Criteria and GHG Programme
The verification was performed on the basis of ISO 14064-1:2018 as well as criteria given to provide for consistent GHG emission identification, calculation, monitoring and reporting. The verification was conducted in accordance with ISO 14066:2011, ISO 14065:2020, ISO14064-3:2019

Verification Opinion
It is DNV's opinion that the Inventory Report (2023), which was published on April 2024 is free from material discrepancies in accordance with the verification criteria identified as stated above. The opinion is decided based on the following approaches:

- For the Direct (Category 1) and Indirect GHG emissions from imported energy (Category 2), the reliability of the information within the Inventory Report (2023) were verified with reasonable level of assurance.
- For the other indirect GHG emissions, the involved information was verified and tested using agreed-upon procedures, AUP, defined in Inventory Report.

Also, the GHG information as stated in Appendix C has been verified during the process.

Huang, Yi Zhuo
GHG Verifier

For the issuing office:
DNV Business Assurance Co., Ltd.
29F1, No. 293, Sec. 2, Wenhua Rd., Sanjiao District, New Taipei City 220, Taiwan

Place and date:
Taipei

Management Representative

DNV

Verification Opinion No.: CE78303-2023-AG-TW-016
Issued Place: Taipei
Issued Date: 09 May, 2024

Supplement to Verification Opinion

Process and Methodology
The reviews of the Inventory Report and relevant documents, and the subsequent follow-up interviews have provided DNV with sufficient evidence to determine the fulfillment of stated criteria.

Quantification of Greenhouse Gas Emission
The Inventory Report covering the period 1 January, 2023 to 31 December, 2023, it is DNV's opinion that GHG emissions and removals identified within the Reporting Boundary has been included in the Inventory Report as claimed in accordance with the verification criteria identified as stated above, and results in quantification of GHG emissions that are real, transparent and measurable.

Organizational Boundary of Verification
Financial Control Operational Control Equity Share

GHGs Verified
CO₂, CH₄, N₂O, HFCs, PFCs, SF₆, NF₃

The Quantification of GHG emissions:

Category	Category	Emission (tq CO ₂ e)
Category 1	Direct GHG emissions and removals	193,463,782
1.1	Stationary combustion emissions	11,501,721
1.2	Mobile emissions	-
1.3	Industry processes	-
1.4	Fugitive emissions	181,962,061
Category 2	Indirect GHG emissions from imported energy*	4,599,754,016
2.1	Indirect GHG emissions from purchased electricity	4,599,754,016
Category 3	Indirect GHG emissions from transportation	613,373,260
3.1	Emissions from upstream transport and distribution for goods	4,511
3.2	Emissions from downstream transport and distribution for goods	19,563,102
3.3	Emissions from employee commuting	574,641,141
3.4	Emissions from business travel	61,081,396
Category 4	Indirect GHG emissions from products used by an organization	1,918,793,151
4.1	Increased goods and services (including purchased energy)	95,011,727
4.2	Emissions from capital goods and emissions from goods that are purchased and amortized by the organization	767,687,179
4.3	Emissions from the disposal of solid and liquid waste	8,979,024
4.4	Emissions from services used by organization	227,815,748
Category 5	Indirect GHG emissions associated with the use of products from the organization	1,297,437,088
5.1	Emissions from downstream issued goods	1,297,437,088
	Total	8,541,708,727

[The Imported Energy Indirect Emissions was calculated based on 2022 electricity emission factor of 0.495 kg CO₂-e/kWh, which was announced by Bureau of Energy, Ministry of Economic Affairs, The Global Warming Potential (GWP) defined in IPCC AR5 (2013) has been chosen and correctly verified by the Organization.]
[*During the verification process, confirmed that 1,331,232 kilowatt-hours of renewable energy were used, and 961 certificates from the National Renewable Energy Certification Center.
(https://www.bepa.gov.tw/verification_files/verification_report/2023/)
The renewable energy from solar and wind power emissions factor of 0 was calculated based on 2024 Greenhouse Gas Emissions Inventory published by the Environmental Protection Administration.]

Verification Opinion
unmodified modified adverse

lack of fulfillment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this Certificate invalid. This Verification Opinion is based on the information made available to us and the engagement conditions defined above. Hence, DNV cannot guarantee the accuracy or completeness of the information. DNV cannot be held liable by any party relying on this Verification Opinion.
DNV Business Assurance Co., Ltd. 29F1, No. 293, Sec. 2, Wenhua Road 220 Sanjiao District, New Taipei City, Taiwan, ROC. +886-2-8227-0900, website: <https://www.dnv.com/>
DNV Veritas DP-476, Rev. 11.1, 2024-4

