SUSTAINABILITY REPORT 2024

橘子集團ESG永續報告書

E

S

G

EXPLORE THE
UNLIMITED POSSIBILITIES OF LIFE

SUSTAINABILITY
REPORT

(2024)

READING GUIDE

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

閱讀指引

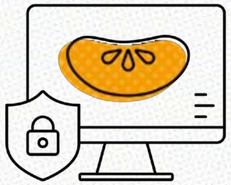
2024年橘子根據GRI 2021版本詮釋了集團永續報告書，與內外部利害關係人共同梳理重大主題，
並以集團永續策略藍圖架構監管與追蹤ESG相關資訊，以示遊戲橘子長期以來面對企業永續發展的決心。
2025年橘子即將邁入30周年，您可從前半部了解橘子的成長歷程，接著針對欲深入了解之議題優先閱讀相應章節，
各章節皆有完整之管理方針、年度績效、目標等資訊說明。橘子永續報告書亦提供橘子官網、年報等管道增添互動性，
歡迎掃描QR Code或點選超連結了解更多資訊。

CHAPTER.1

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

CHAPTER.2



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

CHAPTER.3

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

CHAPTER.4

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

TABLE OF CONTENTS 目錄

00 CHAPTER 前言

關於本報告書 004
集團執行長暨永續發展委員會主席的話 006
橘子三十 008
永續發展里程碑 016
2024榮耀與肯定 017

01 CHAPTER 轉動永續經營

1.1 關於橘子 019
1.1.1 營運概況 020
1.1.2 財務績效 026
1.1.3 外部組織參與 029

1.2 永續經營 032
1.2.1 實踐永續治理 033
1.2.2 永續策略藍圖 035
1.2.3 重大主題分析與管理 042
1.2.4 利害關係人議合 048
1.2.5 永續影響力評估 051

1.3 公司治理 053
1.3.1 治理組織與架構 054
1.3.2 誠信經營 060
1.3.3 風險管理 063

02 CHAPTER 轉動數位責任

2.1 創新成就 068
2.1.1 創新投入與研發 069
2.1.2 AI應用 071
2.1.3 創新多角化經營 078

2.2 專利及智慧財產權 080
2.2.1 專利與智慧財產權 081
2.2.2 專利成就 083

2.3 資訊安全 084
2.3.1 資安管理 085
2.3.2 守護網路安全 096

2.4 客戶權益保障 098
2.4.1 服務與溝通 099
2.4.2 個資與隱私保護 100
2.4.3 客戶滿意度 103

03 CHAPTER 轉動環境友善

3.1 氣候變遷因應 106
3.1.1 氣候治理 107
3.1.2 氣候風險管理 108
3.1.3 氣候策略 110
3.1.4 氣候指標與目標 117

3.2 環境管理 119
3.2.1 環境永續 120
3.2.2 能資源管理 123

3.3 環境共生 127
3.3.1 永續採購 128
3.3.2 環境共生行動 130

04 CHAPTER 轉動正向價值

4.1 橘子家庭 135
4.1.1 人力結構 136
4.1.2 人才招募與留任 139
4.1.3 人力發展 140
4.1.4 薪酬與福利 143
4.1.5 友善職場 148
4.1.6 健康職場 154

4.2 社會共好 159
4.2.1 公益目標與策略 160
4.2.2 橘子關懷基金會 161
4.2.3 社區共好 164
4.2.4 支持國內文化產業 165

05 CHAPTER 附錄

GRI索引表 167
SASB索引表 171
TCFD索引表 174
上櫃公司氣候相關資訊 175
會計師有限確信報告 176
溫室氣體查驗聲明書 177

SUSTAINABILITY REPORT

前言 INTRODUCTION

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

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，橘子長期關注並重視企業永續發展，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，報告書可於遊戲橘子ESG專區進行下載。

報告期間與週期

橘子每年定期出版永續報告書，自2018年開始發行企業社會責任報告書以來，今年是橘子發行的第七本報告書，未來亦將以年度為單位持續發行。本報告書資訊揭露期間為2024年度（2024年1月1日至2024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。為完整揭露，部分數據將追溯過去年度的資訊。

本期報告書發行時間：2025年8月
下期報告書發行時間：2026年8月

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，及本報告書第一章所列子公司（詳見P.021-022），以在台營運據點為主，營收加總涵蓋合併總營收約84%。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，所有金額均以新台幣為單位，可參考橘子2024年年報。溫室氣體數據依ISO 14064-1:2018盤點全集團範圍（含部分海外據點），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統計與調查，並以大眾常用的數值描述呈現。

SUSTAINABILITY REPORT

前言

CHAPTER.1
轉動永續經營

CHAPTER.2
轉動數位責任

CHAPTER.3
轉動環境友善

CHAPTER.4
轉動正向價值

附錄

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。本年度有一處資料重編，詳見3.1.4氣候指標與目標。

報告書確信

報告書內容經由董事會通過後，委託勤業眾信聯合會計師事務所（Deloitte）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」針對本報告書部分資訊進行有限確信。

另有關依循ISO 14064-1:2018溫室氣體盤查及 ISO 27001資訊安全管理系列之相關數據，皆經第三方合格驗證單位通過。

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

MESSAGE FROM THE GROUP CEO & ESG COMMITTEE CHAIRMAN

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

集團執行長暨永續發展委員會主席的話

隨著全球 AI 浪潮迅速演進，社會對科技企業提出更高期待。橘子集團憑藉多元事業布局與創新驅動，在快速變動的大環境中展現韌性，2024年度合併營收達新台幣110.8億元，年增13%；營業毛利為新台幣39.1億元，營業利益為新台幣2.6億元，營運表現穩健。

體現敏捷思維，橘子集團在科技應用上勇於突破，積極布局 AI 技術研發並優化集團事業服務，透過旗下 Vyin AI 智能客服、商業推薦與 IP 互動等核心技術，推動集團邁向全生態科技企業；事業版圖橫跨數位遊戲、橘子原創、生活風格、企業服務、AI 創新、新聞媒體等六大領域，串聯泛娛樂生態圈，打造永續創新的正向循環。

橘子始終重視企業永續發展，於2021年啟動永續策略藍圖，擘劃**「轉動永續經營」、「轉動數位責任」、「轉動環境友善」、「轉動正向價值」**四大永續策略主軸，對應七項與集團核心業務高度相關之SDGs永續發展目標，逐步落實具體行動方案。2024年，橘子集團在永續實踐亦展現多項具體成果：

展現永續行動力，屢獲國內外獎項肯定

入選國際評鑑機構 **S&P Global《2025永續年鑑（The Sustainability Yearbook 2025）》**，於**全球互動媒體娛樂業排名第三**，並榮獲臺灣企業永續獎－資安領袖獎、運動企業認證九連霸、1111人力銀行幸福企業金獎等肯定

導入治理機制，強化風險辨識與控管能力

將氣候風險納入ERM評估，評定結果為**「低風險」**，仍積極擴大溫室氣體盤查範圍，受國際永續評比機構肯定

強化資安韌性，完善消費者權益保障

自主推動資安與消費者保護機制，建置TIPS智慧財產制度並強化防詐措施，**全年無重大資安事故發生**

橘子集團即將邁入30週年，我們將持續以秉持核心精神「Dare to Challenge」，深化治理韌性與風險應變能力，並強化人權與誠信管理機制，穩健推進永續策略藍圖；在數位領域，積極拓展AI應用與平台創新，打造安全、可信賴的數位服務體驗；同時加速淨零行動，優化能源管理與氣候風險盤查，邁向全方位綠色轉型；並延續對社會公益的長期投入，攜手內部員工與外部夥伴共創永續正循環，讓每一次挑戰都成為推動社會前行的力量。

優化能源管理，環控系統節能顯著提升

建置環控系統、落實節能措施，2024年人均用電量**下降4.87%**，總部用能效率顯著提升

落實減碳承諾，大幅降低溫室氣體排放

2024年溫室氣體（範疇二）較基準年2022年**下降30.60%**，提前超標達成原訂6%減碳目標

深化公益行動，擴大社會正向影響力

持續推動冒險教育與偏鄉體育支持，實踐科技企業**在地連結與共融價值**

橘子三十

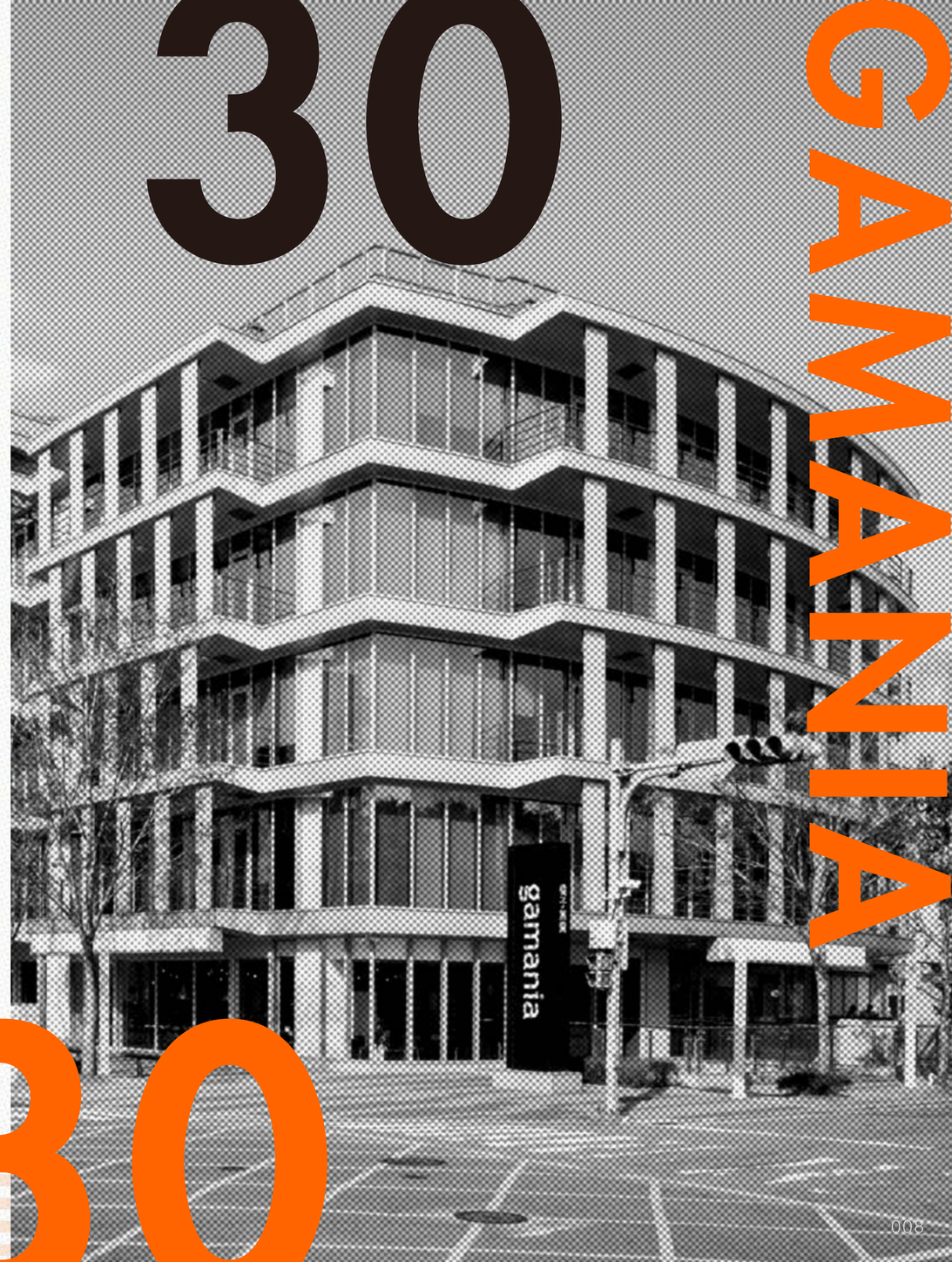
三十年前，遊戲橘子的前身「富峰群」以簡單、易上手的《便利商店》打響知名度，使台灣開始重新重視遊戲業的無限可能。1999年，以Game（遊戲）+mania（狂熱者）命名，「富峰群」正式更名為「遊戲橘子」，開啟了台灣遊戲市場的新篇章。從《天堂》掀起線上遊戲熱潮，《楓之谷》顛覆線上遊戲的月費制，橘子不斷重新定義台灣遊戲的時代節奏。進入橘子三十的今天，遊戲橘子早已不再只是一間「遊戲公司」，而是以AI、大數據、平台為發展核心串聯泛娛樂圈的全生態科技集團。

面對瞬息萬變的市場，橘子將朝著「快速反應市場變化」、「合縱連橫創造綜效」、「實現企業永續發展」的目標努力前進，通過品牌全面重整，強化品牌整體一致性，用嶄新的姿態迎接未來。

gamania 橘子集團 六大領域

- 數位遊戲
- 新聞媒體
- AI創新
- 橘子原創
- 企業服務
- 生活風格

▲ 橘子集團事業版圖



橘子集團大事紀
GAMANIA GROUP MILESTONES

1995
- 公司成立，名為「富峰群企業有限公司」，主要業務為資訊軟體服務業。

1999
- 發行第一套自製產品「便利商店」，開創市場空前銷售量。
- 公司正式更名為遊戲橘子數位科技（Gamania）。

2000
- 成立香港遊戲橘子。
- 代理發行線上遊戲「天堂」，改寫台灣遊戲產業歷史。

2001
- Gamania 企業識別獲選台灣「國家十大設計」金獎。

2002
- 於台灣掛牌上櫃，股票代號6180。
- 成立北京遊戲橘子。

2003
- Gamania企業識別榮獲國家級創作金獎。

2005
- 代理發行線上遊戲「楓之谷」，為台灣第一款免費線上遊戲。

2006
- 首度進軍東京電玩展（Tokyo Game Show），公開「星辰」等5款自製線上遊戲。

2007
- 代理發行線上遊戲「跑跑卡丁車」，為台灣大規模的休閒遊戲。

2008
- 遊戲橘子榮獲2008 年台灣十大品牌。
- 成立「遊戲橘子關懷基金會」，鼓勵青少年「用力作夢、用力做自己」。

2009
- 成立美國遊戲橘子。
- 榮獲2009年台灣品牌優良獎項。
- 與美國華納集團旗下Cartoon Network及法國Moon Scoop合作原創動畫「Hero：108」，在美英法等全球超過100個國家播映。

2010
- 正式公開全方位平台「beanfun!」，台灣、美國、歐洲、中國、香港陸續上線。
- 成立歐洲遊戲橘子。

2011
- 成立「樂點卡數位科技股份有限公司」，升級「GASH+」，拓展各地多元業務。
- 發行首款iPhone 遊戲「Hero：108」，正式登上全球iOS平台。

2012

- 成立企業托育設施「幼橘園」，以「love to play」企業精神出發。

2013

- 揮軍東京電玩展（Tokyo Game Show），以「口袋戰姬」等三款自製遊戲作品，成功引起國際關注。

2014

- 推出群眾募資平台「群募貝果」，鼓勵文創、遊戲、動漫、設計、影音、科技與公益類型之創業團隊。
- 轉投資「樂利數位」，正式跨足電子商務。
- 成立網路影音娛樂新媒體平台「酷瞧」，打造網路娛樂新視界。
- 成立「樂點行動支付」，進攻第三方支付商機。

2015

- 與日本手機遊戲龍頭GungHo合作，進軍台港澳市場。
- 樂點行動支付取得專營電子支付機構正式營業執照及國內O2O實體通路支付服務業務核准，全方位佈局電子支付市場。
- 引進驊宏資通集團與三商電腦成為「果核數位」策略夥伴，共創雲端數據大未來。
- 投資「NOWnews 今日新聞」，深化媒體布局。

2016

- 「樂點行動支付股份有限公司」更名為「橘子支行動支付股份有限公司」。
- 「橘子支GAMA PAY」正式上線，全面推廣電子支付應用範圍。
- 公司正式入駐內湖新總部。

2017

- 樂利取得國際知名品牌Vita Coco台灣獨家代理權；跨境電商運營進軍東南亞最大電商平台Lazada。

2018

- 集團攜旗下事業體酷瞧、橘子支付、Swapub等聯合參與台北國際電玩展，展現各項行動化應用之佈局成果，邁向全生態網路企業。
- 推出以社交電商為服務核心的行動購物平台-「有閑」，創新的網購揪團模式並結合beanfun!零用金消費。
- 今日傳媒（Nownews）正式成為集團子公司，定位為台灣原生內容引擎。

2019

- 集團幼兒園「幼橘園」榮獲第12屆「台灣室內設計大獎」公共空間類獎。
- 與Discovery探索頻道合作製播冒險科普紀錄片《前進南極點》，並舉辦台灣第一個南極冒險特展，延續橘子關懷基金會「前進南極點」長征計畫。
- 娛樂電商「有閑」上線，以ACG（Anime、Comics、Games）族群為定位，並提供2C與2B完整電商營運服務。
- 果核數位海外布局，於新加坡成立子公司HyperG，並與以色列資安公司Reblaze合作新服務。

2020

- 集團歡慶25週年，舉辦線上展覽及25週年影片《一起闖關吧》。
- 果核數位因應2020年遠距辦工需求，推出可快速建置備援、兼顧資安的「Amazing Thor智慧安全辦公室」解決方案。

GAMANIA GROUP MILESTONES

2021

- 進軍網路文學與漫畫市場，成立全新平台「文學星」、「漫畫星」，beanfun!成為台灣唯一擁有網路小說與漫畫內容的APP。

2022

- 橘子集團與野火娛樂共同出品之選秀節目《原子少年》正式播出。

2023

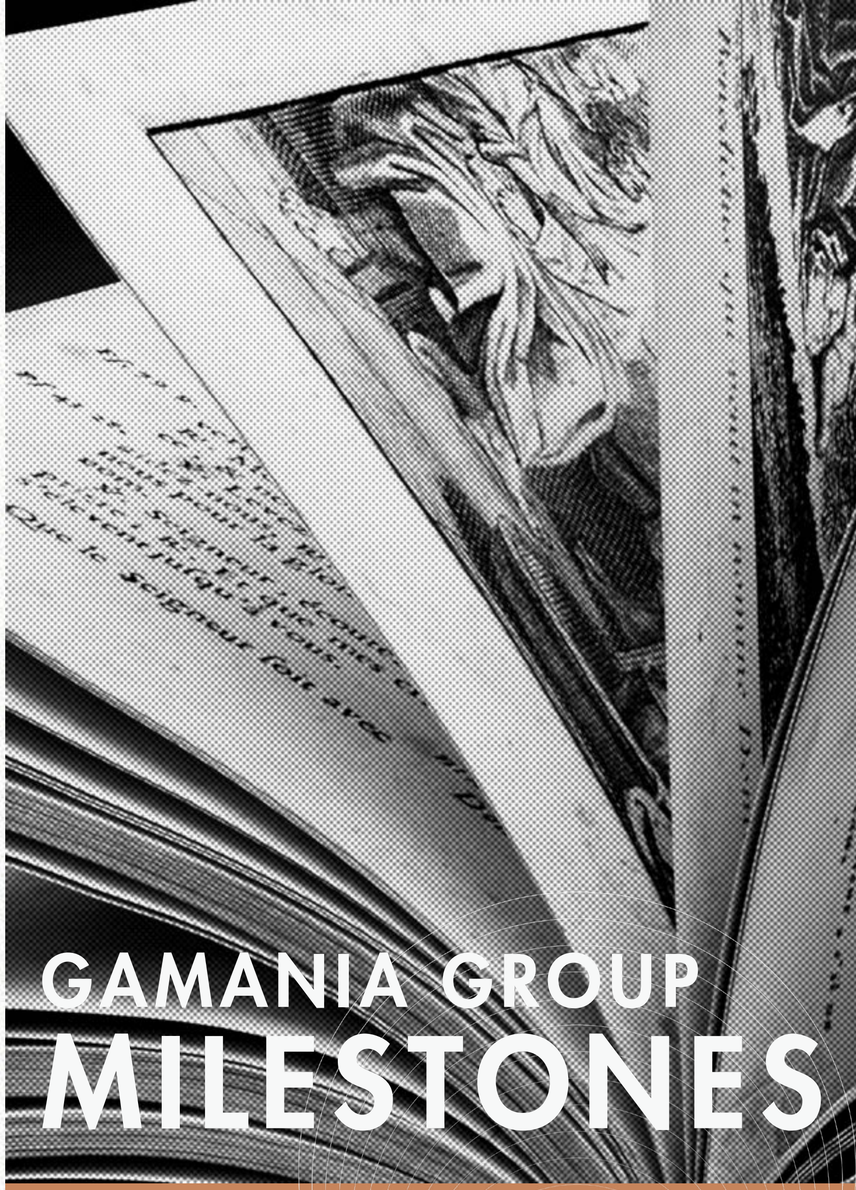
- 支持國內文創發展，「漫畫星」推動原創IP多元發展，獲多部叫座國片之授權。
- 與文化內容策進院、資深媒體製作人詹仁雄投資全方位娛樂公司「踢帕娛樂」，共同推動臺灣影視音娛樂產業發展。
- beanfun!加大支持國內優秀的娛樂內容，提供在線上及線下多元應用及體驗。

2024

- 於台港澳地區代理發行《波拉西亞戰記》，為集團中第一款跨平台MMORPG遊戲。
- 成立創新實驗室專注AI技術研發，推出面向企業端的AI品牌「Vyin AI」，致力為企業打造超個人化的雙向溝通應用。
- 打造全台首個科技追星平台「hidol」，集結圖文、音樂、影視娛樂等超人氣IP，打造創作者與粉絲互動的一站式平台。
- 重塑「文學星」和「漫畫星」雙平台品牌，合併更名推出全新漫畫小說內容平台「MOJOIN」，致力孵育原創IP、跨域合作拓展原創內容產業生態圈。
- 超人氣選秀節目《未來少女 NEXT GIRLZ》於第59屆金鐘獎節目類中脫穎而出，奪下典禮最大獎項「綜藝節目獎」。

2025

- 橘子集團迎向30周年，Onebrand品牌再造將旗下事業體更名，並開創六大事業群，包含數位遊戲、AI創新、橘子原創、企業服務、新聞媒體、生活風格，破壞式創新，戰不一樣的未來。



GAMANIA CULTURE

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

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。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！

品牌願景

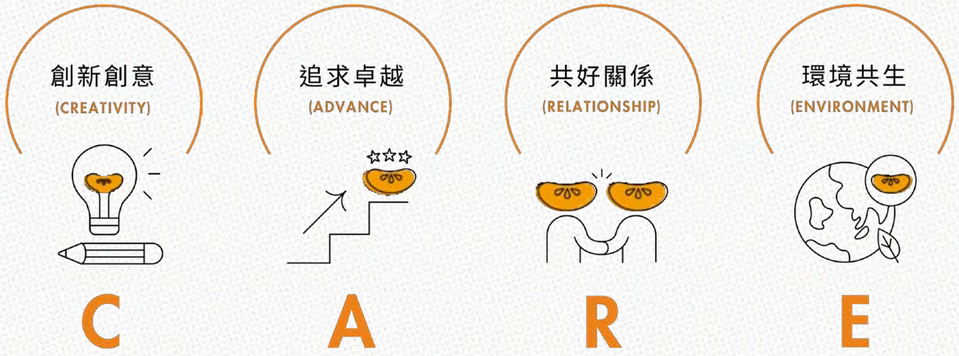
Explore the Unlimited Possibilities of Life
為人們探索生活的無限可能

Gamania橘子集團從六大事業群延伸至用戶數位生活，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。

品牌價值

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。



企業年度主題

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核心。2024年，橘子即將邁向第30年的重要里程碑，持續以創新精神與強大內部凝聚力，驅動企業前行。回顧一路走來，集團透過設定年度文化主題，傳遞企業價值，展現橘子不斷演變的企業精神。

從早期的「Ready to Fight!」、「Marching On」傳遞團隊動能與行動號召；到「Play CHANGE 變革」、「renew GAMANIA 脫胎換骨.再創新橘」強調突破框架的勇氣；再到近年的「ALL for ONE 同心同軸」、「one synergy 一橘萬力」聚焦內部連結，橘子透過每一年度主題回應時下之挑戰，展現面對未來勇敢無畏的態度。不僅記錄了橘子在各階段的發展重點，也體現了橘子對文化深耕的持續投入。我們相信，唯有不斷回望初衷、擁抱變革，才能與橘人一起開創更具韌性與永續的未來。

橘人文化【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。不僅注入獨特的創意思維，更結合橘子集團多元事業體產業內容，創造屬於橘子視角的新觀點。橘人誌已成為支持本土創意與文化發展的重要平台，串聯起數位娛樂與文化產業的跨界交流，並設計各類豐富多元之單元內容。

橘觀點
介紹及探討和橘子文化相關的內容

橘專欄
一探橘人不得不知的各界觀察

橘新聞
體現橘人玩樂文化的各種活動

橘榮耀
分享橘人的傑出大獎

橘設計
秀出橘子設計的品牌商品及贈品

橘人誌

公益好橘

作為文化創意產業的一員，橘子深信企業的影響力不僅來自於技術與創新，更體現在我們對社會與環境的長遠承諾。公司持續關注社會實際需求與環境永續議題，投入於動物保護、文化創意推廣與體育發展等面向，展現對人類福祉與地球未來的重視。透過這些多元實踐，我們期望成為推動正向改變的穩定力量。橘子自2008年起創立橘子關懷基金會，每年均投入相當金額與資源於公益項目中，以下為歷年公益成就。

面向	成立以來之公益支出金額（新台幣千元）	成立以來之公益項目數量（項）
環境公益	33,219	34
社會公益	34,261	70
合計	67,480	104

註：公益總支出金額係直接捐贈和贊助支出。

成立以來之亮點公益項目介紹

年份	項目名稱	項目內容
2008	北極大挑戰	為了號召更多青少年朋友勇於追求夢想、挑戰極限，基金會董事長Albert與超馬好手林義傑、陳彥博共同組成「橘子基金會夢想隊」，前往北極進行極地嚴酷環境之終極挑戰！
2009~2024	橘子冒險學園	2024年Gamania Summer School正式升級為Gamania Adventure School 橘子冒險學園，為冒險教育提供更大的活動視野。Gamania Adventure School 培育出敢於冒險挑戰的青年們，鼓勵用實際的行動去追尋夢想。
2011	大夢勇氣號	10位夥伴駕駛無動力帆船，憑藉著自己的力量，經歷72小時966公里的試煉，從香港航行到台灣，克服莎莉佳颱風，找到了作夢的勇氣。
2012	夢想單車	支持青年進行1,111公里之腳踏車環島大長征，以汗水與毅力完美圓夢，在台灣各地留下夢想的軌跡。
2014	大夢飛行	贊助青年取得國內首批民營自訓PPL飛行員執照，實現飛行夢想，展現勇於挑戰的精神。
2015	大夢獨木舟	6位青年從花蓮北濱海灘出發，五天內成功完成近200公里的海上獨木舟挑戰，航向世界公認最酷小島之一龜山島，與夢想正面對決。
2016	大夢攀越	邀請青年翻越中央山脈，利用9天時間完成山野挑戰，找回最原始的自己與冒險初心。
2018	大夢冰島	支持青年前往冰島完成瓦特納冰原100公里的越野滑雪，突破嚴寒、極風，順利完成挑戰，展現超乎想像的勇氣毅力。
	前進南極點	推動南極越野滑雪挑戰，歷經30天越野滑雪350公里，成功抵達南極點。
2020~2024	中華職棒金手套獎	連續四年冠名中華職棒金手套獎，支持當季例行賽中表現優異的球員，展現對運動精神的高度肯定，推動台灣職棒文化發展。

HIGHLIGHTED SOCIAL WELFARE PROJECTS

成立以來之亮點公益項目介紹

年份	項目名稱	項目內容
2021~2024	前進西甲	攜手熱血足球少年袁永誠啟動「前進西甲」計劃，以踢進世界最高足球殿堂之一的「西班牙甲級足球聯賽」為目標，讓臺灣足球得以與世界頂級球員比肩較勁，盼透過永誠在西班牙追夢的故事，鼓舞青年跨出舒適圈、勇於追逐夢想。
	前進十四峰	攜手世界高峰極限探險家呂忠翰推動世界第三極-極高挑戰「前進十四峰」的計劃，盼透過計劃鼓舞青年勇於挑戰自己。
2022~2024	前進籃球夢	與專業籃球訓練機構「EMPOWER 引爆籃球訓練」合作，成立花蓮第一支U12年齡區間的社區型俱樂部籃球隊「花蓮橘子猿」，推動青少年運動教育。
	大亞旺萊馬拉松	連續三年冠名贊助大亞旺萊馬拉松，支持台南在地代表性運動賽事，每年吸引3,000名以上國內外馬拉松愛好者挑戰自我，支持運動精神在地蓬勃發展。
	橘子岸到頂超級馬拉松	舉辦「岸到頂超級馬拉松」，聘請國際級超馬好手陳彥博擔任賽事顧問，以頂標規格籌辦賽務，致力打造成為國際級超馬賽，鼓勵國內外青年及頂級跑者體驗台灣的冒險文化。
2023	中華職棒回饋列車	支持中華職棒回饋列車之參與學校，捐贈雲林鎮西國小、馬光國中各市值近10萬元的球具裝備，透過行動支持基層棒球，為台灣棒球盡一份心力。

橘三十系列活動

在橘子集團邁向30週年重要里程之際，集團以創意與熱情策劃了一系列慶祝活動，凝聚橘人向心力，同時展現品牌之精神。從熱血捐血活動出發，號召同仁以實際行動回饋社會；「乒乓挑戰」鼓勵夥伴展現運動家精神，寓娛樂於團隊交流之中；而結合潮流與趣味的「APT. GAME START」，顯現橘人工作外熱情活潑的面貌。此外，AI創新實驗室也特別規劃互動裝置「Vyin AI風格拍貼機」，邀請同仁一同體驗由AI生成個人肖像、轉換成藝術風格的過程，讓科技與藝術融入日常。最後送上壓軸的橘人專屬好禮，調製專屬紀念酒款「GAMABEER 挑戰無橘限」，這瓶從口味、酒標設計到酒瓶都由集團執行長親自挑選的紀念酒，致敬橘人30週年的冒險精神。更多橘子三十週年系列活動預計將於2025年第二季起跑，相繼推出Onebrand計畫、柑盃家庭日、橘子嘉年華、1111橘子節等活動，歡迎關注橘子的每一位夥伴，一同參與相關精彩活動。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT MILESTONES

永續發展里程碑

2019

- 設置「企業社會責任管理委員會」
- 自願發布第一份企業社會責任報告書
- 榮獲TCSA台灣企業永續獎「金獎」肯定
- 入選Cheers雜誌「新世代最嚮往企業Top 100」，為台灣同業唯一獲選企業

2020

- 致力公司治理，設置審計委員會、提名委員會、獨立董事及公司治理主管
- 榮獲TCSA台灣企業永續獎「銀獎」及「永續卓越案例-人才發展獎」
- 榮獲教育部體育署「i運動企業認證」標章

2021

- 董事會通過將「企業社會責任管理委員會」更名為「企業永續發展委員會」，並設置永續規劃室
- 規劃「集團永續策略藍圖」
- 導入「員工協助方案」
- 榮獲「國家企業環保獎」銅級獎
- 榮獲公司治理評鑑6~20%佳績

2022

- 完成溫室氣體盤查與查驗，領先主管機關規定之年限及要求
- 國際評鑑機構Sustainalytics評鑑為低風險（Low Risk）之企業
- 橘子關懷基金會揭示「GoNext」全新倡議，鼓勵冒險教育，勇敢追夢

2023

- 國際評鑑機構S&P Global排名為同產業全球排名前四
- 國際評鑑機構富時羅素FTSE Russell ESG評鑑獲2.9分
- 員工餐廳「普橘島」獲第三屆綠色餐飲指南「企業綠食先行獎」
- 橘子集團採購再生能源，邁入綠電元年
- 配合我國政策，宣示「淨零宣言」
- 設置「公益假」，鼓勵同仁走向公益
- 原創中心租賃辦公室獲「GD綠裝修認證」

2024

- 國際評鑑機構S&P Global排名為同產業全球排名第三，並入選2025 Sustainability Yearbook
- 啟動「集團永續策略藍圖」四大主軸指標與目標，列入永續發展委員會議程
- 首次溫室氣體盤查海外據點，領先法規要求
- 導入企業風險管理（ERM）機制
- 導入人權盡職調查管理，重視並降低人權相關風險發生
- 員工餐廳「普橘島」升格為環境部環保餐廳
- 提倡「減塑宣言」，停止販售寶特瓶產品

2024榮耀與肯定

OVERALL AWARDS 綜合類

- **國際評鑑機構S&P Global**
  排名為同產業全球排名第三，國內第一佳績，並入選 2025 S&P 永續年鑑
- **國際評鑑機構Sustainalytics**
  評鑑為低風險（Low Risk）之企業（連續三年）
- **富時羅素FTSE Russell**
  ESG評鑑獲2.7分
- **財團法人台灣永續能源研究基金會**
  永續報告書—銀獎
- **巴哈姆特**
  2024 巴哈姆特遊戲動漫大賞：《新楓之谷》榮獲「最佳持續人氣遊戲獎」金賞
- **台北國際電玩展**
  2024 Game Star 遊戲之星票選：《新楓之谷》榮獲「PC Game」佳作

GOVERNANCE AWARDS 治理類

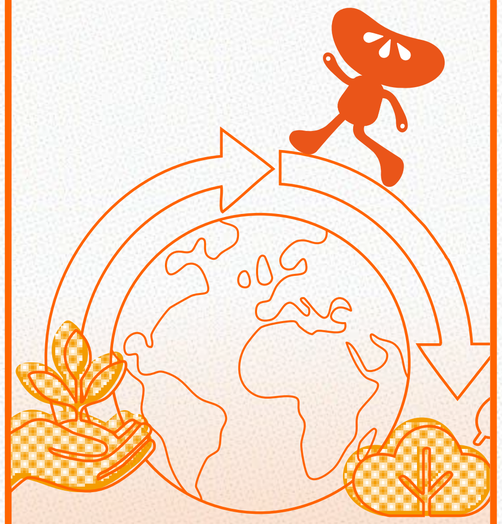
- **臺灣證券交易所暨證券櫃檯買賣中心**
  2024年公司治理評鑑6%至20%
- **財團法人台灣永續能源研究基金會**
  TCSA 台灣企業永續獎-資安領袖獎
- **國家資通安全研究院**
  資安服務廠商評鑑中榮獲「滲透測試服務」滿分
- **OpenText**
  2024 Outstanding Cybersecurity Growth Award
- **LINE Display**
  鑽石級認證經銷商
- **LINE OA**
  銀級認證經銷商

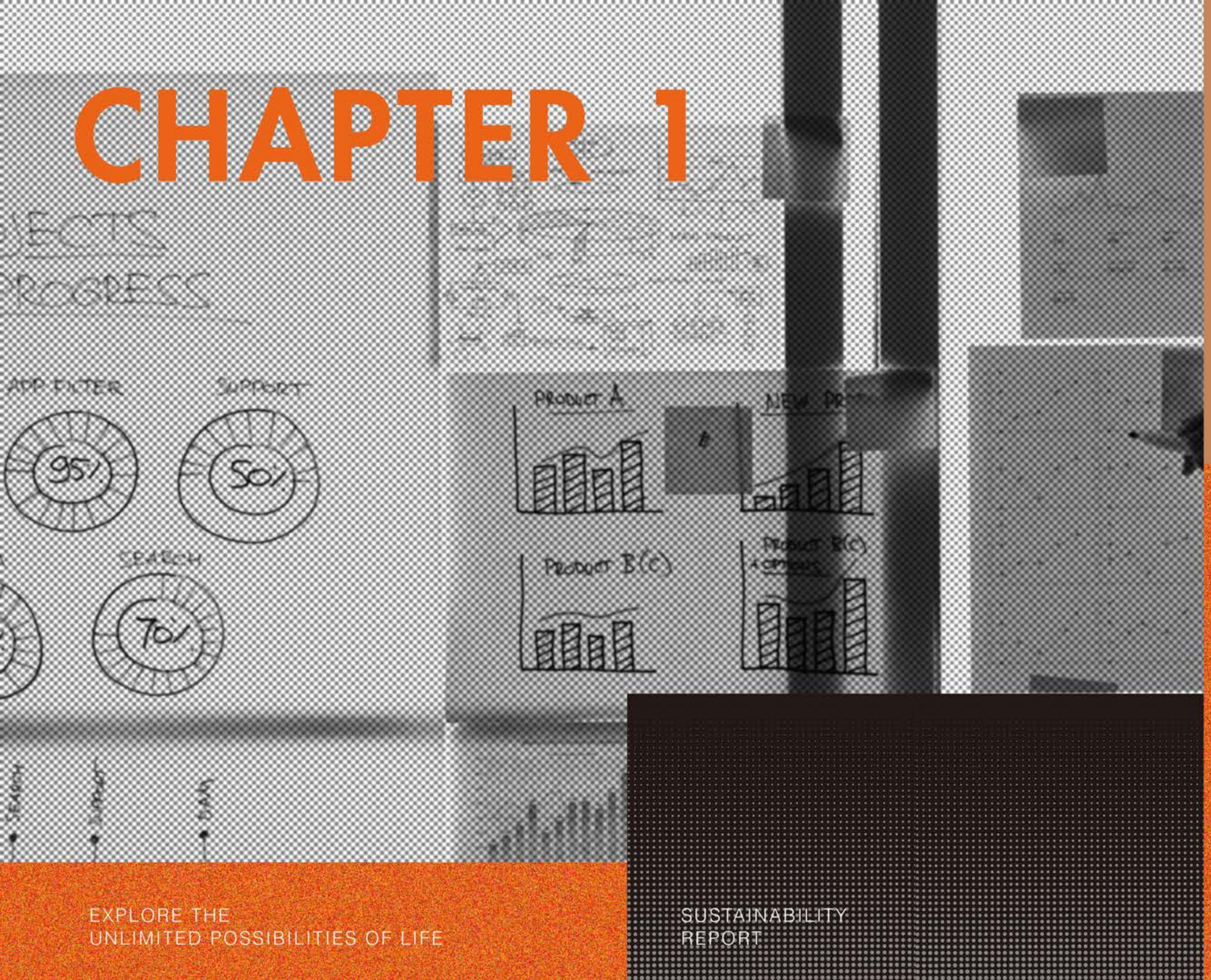
SOCIAL AWARDS 社會類

- **1111人力銀行**
  「幸福企業」金獎
- **社會創新平台**
  113年Buying Power 參獎
- **台北市勞動局**
  113年度友善育兒事業獎
- **教育部體育署**
  運動企業認證（連續九年）
- **pwc資誠永續發展服務公司與坎城國際創意節台灣官方代表**
  三項紀錄片入圍 資誠永續影響力獎
- **台灣新聞攝影協會**
  2024台灣新聞攝影大賽—一般新聞類、圖文特寫類、網路影音新聞類
- **台灣冤獄平反協會**
  2024年第九屆平冤年度新聞獎—深度報導獎
- **弘道老人福利基金會**
  - 銀響力新聞獎—平面及網路（文字）類即時新聞獎
  - 銀響力新聞獎—電視及網路影音類—單篇專題報導獎

ENVIRONMENTAL AWARDS 環境類

- **環境部**
  環保餐廳認證
- **天下永續會**
  企業減碳溫度計1.5°C溫控目標





CHAPTER 1

PROMOTING SUSTAINABLE MANAGEMENT

(2024)

轉動永續經營

1.1 關於橘子
1.2 永續經營
1.3 公司治理

EXPLORE THE
UNLIMITED POSSIBILITIES OF LIFE

SUSTAINABILITY
REPORT

ABOUT GAMANIA

關於橘子

1.1

1.1.1 營運概況

1.1.2 財務績效

1.1.3 外部組織參與

EXPLORE THE
UNLIMITED POSSIBILITIES OF LIFE

1.1.1 BUSINESS OVERVIEW 營運概況

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

認識橘子 GRI 2-6

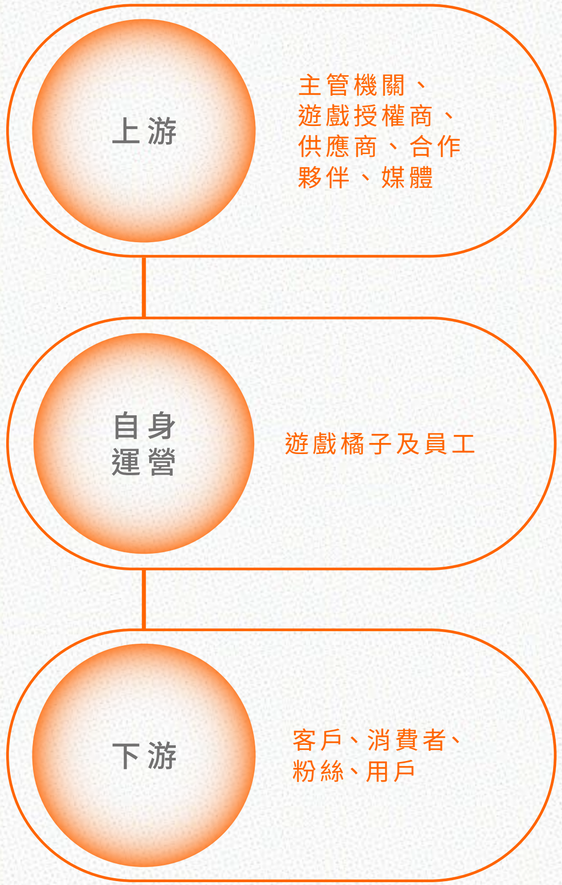
1995年成立，1999年更名為遊戲橘子，2002年在臺灣掛牌上櫃（股票代碼6180）。橘子集團秉持「Dare to Challenge」的品牌精神，致力探索無限可能，事業版圖跨足數位遊戲、新聞媒體、橘子原創、生活風格、企業服務、AI創新等六大領域，並以AI、大數據、平台為發展核心，串聯泛娛樂圈的上下游資源，朝全生態科技企業邁進。橘子集團近年力行「永續轉動」ESG策略藍圖，以轉動永續經營、轉動數位責任、轉動環境友善、轉動正向價值等四大主軸，響應聯合國永續發展目標。

更多橘子資訊，請參閱2024年報。

橘子小檔案

公司名稱	遊戲橘子數位科技股份有限公司
總部位置	台北市內湖區瑞湖街 111 號
成立日期	1995 年 6 月
上櫃日期	2002 年 5 月
集團執行長	劉柏園
主要業務	事業版圖跨足數位遊戲、新聞媒體、橘子原創、生活風格、企業服務、AI創新
主要營運據點	台灣、香港、韓國、日本、新加坡、中國
全球員工數	1076人
資本額	17.55 億元

營運價值鏈



橘子集團服務項目

橘子集團作為台灣數位娛樂與科技產業的先驅，近年來積極推動數位轉型與永續發展，展現多元化的企業經營策略。集團亦重視社會責任與品牌形象，成立One Brand執委會，協助各子公司進行識別更新前準備。

事業群	業務主體	企業簡介
數位遊戲	gamania Games 遊戲橘子	遊戲橘子持續與國際知名遊戲大廠合作，推出備受期待的遊戲作品，並透過深厚的在地文化營運實力，精準掌握玩家需求，提升玩家的忠誠度與黏著度。 旗下營運的遊戲包括線上遊戲《新楓之谷》、《天堂Remastered》、《艾爾之光》、《新瑪奇》、《絕對武力》、《新龍之谷》，以及手機遊戲《天堂M》、《召喚圖板》、《櫻桃小丸子—元氣版》，還有跨PC、手機平台的《波拉西亞戰記》等多款產品。
AI創新	Vyin AI	Gamania 橘子集團近年積極轉型，集團內部成立 AI 創新實驗室，初衷為由上而下貫徹 AI 轉型提升集團營運綜效，至今以發展多個成熟企業 AI 解決方案，並推出 B2B 服務為主的創新 AI 技術品牌《Vyin AI》，自研打造三項核心產品《Vyin Brain》、《Vyin RecSys》與《Vyin Star》，以協助企業在各自領域中有效運用 AI 工具，真正解決商業問題。
	VieFor	VieFor 讓話題更刺激有趣的競賽平台 是將社群遊戲化的全新產品，平台設計以「話題競賽」為核心，使用者能在VieFor推廣各種多元的話題、興趣與創意，讓更多的興趣圈可以在這裡激盪熱情、盡情分享互動。
	hidol（原beanfun!）	全台首個一站式科技追星互動平台，集結偶像、圖文創作者、獨立音樂人與ACG IP等多元創作者，於讓粉絲不需切換多個平台，就能掌握所愛偶像的所有動態，包括演唱會資訊、周邊商品、線下活動與應援任務等。不僅提供交流與應援功能，亦打造專屬於粉絲的社群空間，使粉絲能與其他同好即時討論、深度互動。
企業服務	gamania CloudForce 雲力橘子（原果核數位）	雲端資安領域專家，致力於整合雲端機房、資安服務與行動安全，為國內外客戶提供量身打造的資訊安全、系統整合以及 IDC/NOC/SOC解決方案。

事業群	業務主體	企業簡介
企業服務	gamania CRM 優服橘子（原蟻力）	專注數位顧客經營的智慧解決方案，致力於整合AI技術與社群工具，協助企業打造高效、即時、智慧化的用戶互動體驗。平台以全渠道服務整合為基礎，涵蓋電話、Email、即時通訊與留言板，透過集中式管理系統結合智能文字客服機器人與互動式行銷模組，強化客戶應對效率並優化整體用戶體驗。建構高可用性雙備援架構，並導入「Amazing Thor 智慧安全辦公室解決方案」，確保全年無休的穩定服務。系統亦支援與CRM串接，結合社群媒體、線上廣告與線下活動，透過數據標籤與渠道整合強化品牌黏著與流量變現，打造以數據為核心的用戶經營模式。
新聞媒體	今日新聞 NOWNEWS	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。
	gamania CoMarketing 串動橘子（原猿聲串動）	深耕原生數位的厚實基礎，深入挖掘網路使用者的需求，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，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。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，成為企業主串動年輕世代的重要夥伴。
橘子原創	mojoin	打造融合漫畫、音樂與文學的全方位娛樂生態系的數位原創平台，提供豐富的本土原創作品，並持續深化與音樂、影視等產業的合作，活化IP生態圈並擴大受眾輪廓。以孵育原創故事為核心，致力推動漫畫與小說內容的跨域整合與娛樂應用，並積極拓展海外市場，目標成為連結台灣原創IP與國際市場的橋樑。
生活風格	gamania Shopping 購物橘子（原有閑購物）	為電子商務服務公司，以玩具公仔、動漫週邊、電玩遊戲、消費性3C等嗜好興趣型商品為銷售核心，打造友善且易於理解、兼顧領域專業度與即時性的一站式購物環境。匯聚各類型的ACGN*店家夥伴、提供多元且豐富的興趣型商品，串聯橘子生態圈，並運用客群分眾與數據分析的方式，讓用戶們盡情徜徉在二次元宇宙的探索樂趣之中。 ＊ACGN為animation（動畫）、comic（漫畫）、game（遊戲）、novel（小說）的首字縮寫詞。
	橘子支付 GAMA PAY	為金融服務品牌，服務範圍涵蓋全台各大生活場域，從便利商店、交通運輸到公用事業費用，皆可透過橘子支付完成。平台更結合集團資源與跨界合作夥伴，鎖定年輕族群與遊戲愛好者，深度整合ACGN及玩樂生態圈，打造兼具趣味與功能性的支付體驗。
	jollywiz	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。

2024營運暨永續亮點

事業群 | 數位遊戲

gamania Games 遊戲橘子

- 《新楓之谷》推出睽違六年的重大改版「六轉」，創下單月扣點歷史新高。
- 通過溫室氣體排放額度抵換專案申請，預計2023至2033年間，每年總節電量約170,520度，十年共減少840噸二氧化碳當量（tCO_2e）。
- 持續通過ISO 14064:2018、ISO 27001:2022認證。
- 導入TIPS智慧財產管理制度，計畫於2025年通過A級驗證。
- 普橘島全面取消販售塑膠類飲品，並100%使用台灣在地有機白米。

事業群 | AI創新

Vyin AI

- 推出三項核心AI產品：
  1. **Vyin Brain**：
     文字客服機器人。已成功應用於旗下遊戲《新楓之谷》，達成 97%的自主解決率與98%的用戶滿意度，展現其強大客服效能。
  2. **Vyin RecSys**：
     是AI推薦系統，目前主要客戶為電商及媒體，可處理千萬以上的商品品項，目前應用於電商平台，可帶動17倍的轉換率。
  3. **Vyin Star**：
     創新IP聯名互動體驗。已於粉絲平台hidol進行多次測試，並與大型零售業者展開洽談合作。
- 在台北跨年晚會中展示即時互動虛擬主持人技術，展現強大的技術整合與場景創造力。

hidol

（原beanfun!）

- 本服務已於Google Play（Android）與App Store（iOS）雙平台正式上線，吸引不同種類創作者進駐。
- 與選秀節目《原子少年2》攜手合作，推出獨家線上投票活動，讓54位參賽少年全面進駐平台經營個人粉絲團，其中人氣團體ARKis更與平台簽署專屬合約，開創偶像經營新模式。
- 導入生成式AI技術，提升粉絲互動深度。此項技術率先應用於「臺北最High新年城」活動，hidol與Vyin AI於信義香堤大道廣場設立展區，粉絲可透過現場裝置撥打電話，與偶像虛擬聲分身進行即時互動，實現情感連結與沉浸式體驗。

事業群 | 企業服務

gamania CloudForce 雲力橘子

（原果核數位）

- 整體商務事業成長達17%。
- 旗下子公司HyperG與越南IT領導企業正式簽署經銷合作，積極拓展東南亞市場版圖。
- 手機資安服務取得國際 Common Criteria EAL2認證。
- 致力於人才培育與產學合作，與國立臺北科技大學合作「資安學程」必修課程。

gamania CRM 優服橘子

（原蟻力）

- 聚焦智慧化流程導入，包括：
  1. **智能ChatBot：**
     優化語意辨識與回應機制，提升自助處理效率。
  2. **智能質檢：**
     導入語音文字分析，強化抽查與稽核品質。
  3. **風控示警：**
     設計異常用語與行為即時偵測，提升資安與服務風險控管。
- 與韓國遊戲大廠Pearl Abyss（《黑色沙漠》開發商）合作，協助其優化Discord社群管理，導入機器人互動與AI儀表板功能，提升用戶參與度與營運效率，建立具可視化與自動化的社群營運模型。

事業群 | 新聞媒體

今日新聞 NOWNEWS

- 擴展受眾至新住民群體，將全球元素帶入跨世代論壇。
- 青年提案獲得政府關注，2024年總附議中提案共31件。包含人權正義10件、行政法規10件、永續環保7件、科技教育2件、財政經濟2件。
- 近來持續關注銀髮族群益，連續四屆獲得「銀響力新聞獎」獎項。

事業群 | 橘子原創

mojoin

- 入圍金漫獎「跨域應用獎」，展現推動原創內容跨界應用實力。
- 與台灣角川共同舉辦「影視媒合會」，積極促成原創漫畫內容改編機會。
- 推出音樂跨界企劃《看你聽的》第二彈「愛的A面、愛的B面」，邀請芒果醬與理想混蛋兩大人氣樂團攜手漫畫家與小說家創作情感作品。
- 與KKBOX合作推出「人間『樂』老給我籤」活動，透過數位靈籤與音樂推薦帶來趣味互動，強化用戶體驗。

事業群 | 生活風格

gamania Shopping 購物橘子

（原有閑購物）

- 從 C2C 電商平台升級為 B2B2C 商城體系，並優化商品分類架構為三層級分類，同時提升品類覆蓋率與銷售精準度。
- 導入更多元之行動支付、BNPL* 等數位金流選項，提升結帳便利性與轉換效率。
- 結合部落格與短影音內容，強化 ACGN 內容整合，提升用戶使用體驗。
- 推出全台首創「線上抽」模組，以盲盒、一番賞等抽抽樂機制，創造具娛樂性與收藏價值的購物體驗。

＊BNPL（Buy Now, Pay Later）：指消費者在購物時無需立即支付全額款項，而是分期付款或延後付款。

橘子支付 GAMA PAY

- 導入TWQR*服務，積極拓展ACGN商家合作與整合場景。
- 推出「橘子支付店家幫手 App」，協助店家即時接收交易通知與進行退款，提升資訊透明與數位營運效率。
- 強化風控措施，配合政府政策，導入自動化告誡機制與灰名單制度，有效辨識與阻斷高風險帳戶。
- 配合「打詐新四法」同步修訂內部規範，打造可信賴的數位金融環境。
- 持續通過多項資安專業認證，包括 ISO 27001、PCI DSS、OWASP Checklist、行動應用資安聯盟檢測等，並參與F-ISAC資訊安全協防聯盟，進行每週資安檢測與防偽應用程式監控。
- 提升內部營運效率，建立自動化測試流程，整合至GitLab CI/CD Pipeline，大幅提升系統測試效率。
- 將紙本申請單與資安訓練全面數位化，減少資源耗用並提升彈性與覆蓋率。

＊TWQR指Taiwan QR Code，是由財金公司整合「銀行」及「電支機構」兩大支付體系所推出的QR Code支付共通標準。

1.1.2 FINANCIAL PERFORMANCE 財務績效

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

GRI 201-1

財務表現

橘子集團2024年合併營收為新台幣110.8億元，年增13%。回顧去年，人氣端遊《新楓之谷》年度改版創下營運高峰、新遊戲《波拉西亞戰記》上市貢獻、及雲端資安業務需求強勁，遊戲與商務事業皆實現雙位數增長。營業毛利為新台幣39.1億元，營業利益為新台幣2.6億元，年減60%，主係一次性營業費用增加，包含新遊戲上市行銷費用及樂點子公司轉為關聯企業所產生之費用提列，且集團亦持續加重內容及自製遊戲之研發投入。歸屬母公司業主稅後淨利達新台幣20.7億元，年增259%，主要來自營運穩健成長及認列樂點處分利益，帶動每股盈餘達新台幣11.78元。

單位：新台幣佰萬元

項目	2023	2024
營業收入	9,791	11,077
營業毛利	3,795	3,912
本期淨利	575	2,068
EPS（元）	3.28	11.78
負債比率（%）	41.08%	28.07%

單位：新台幣佰萬元

組織所產生及分配的直接經濟價值		2024
產生的直接經濟價值 （A）	a.銷售淨額	11,077
	b.金融投資	42
	c.資產銷售所得	640
分配的經濟價值（B）	a.營運成本	7,164
	b.員工薪資與福利	1,717
	c.股利分配	1,053
	d.支付利息	5
	e.支付政府的款項	46
	f.社區投資	39
留存的經濟價值（C）	-	1,735

營運績效

收入類別	營收貢獻占比	2024成長率
遊戲	74%	9%
服務	10%	17%
其他	16%	32%

稅務治理

為因應國際趨勢、日趨複雜之跨國業務以及租稅環境，遊戲橘子已經董事會修訂通過「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。

集團稅務資訊

單位：新台幣仟元

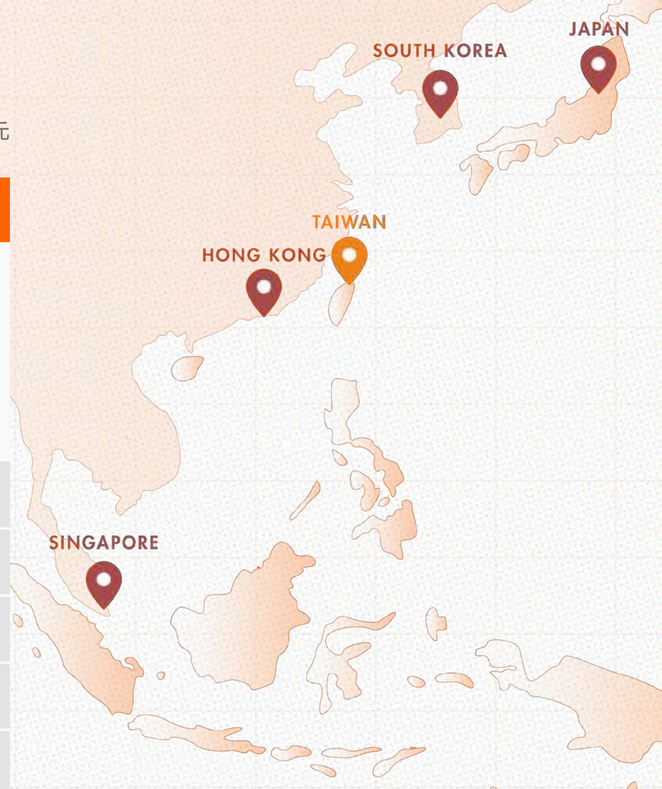
項目	2023	2024
稅前淨利	687,621	2,186,299
帳面稅額	127,389	114,624
帳面有效稅率（%）	18.53%	5.24%
支付所得稅	402,704	45,678
現金有效稅率（%）	58.56%	2.09%

註：2024年發生處分子公司利益及資產減損免稅。

地區別稅務報告

單位：新台幣仟元

稅務管轄區	主要業務活動	員工數	收入	稅前利潤	應付所得稅	支付所得稅
台灣	遊戲營運、資訊軟體服務及銷售、遊戲點數銷售、電子支付、電商平台、客服服務、電視節目製作、廣告服務	1,022	10,667,071	1,947,553	81,232	37,590
香港	遊戲營運、資訊軟體服務及銷售、遊戲點數銷售	19	1,443,189	25,435	(29,170)	0
中國		35	424,188	36,326	8,038	8,088
新加坡		0	40,878	1,368	7,331	0
日本		0	50,185	1,742	281	0
韓國		0	3,181	2,261	0	0



外部組織參與
1.1.3 PARTICIPATION IN EXTERNAL ORGANIZATIONS

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

參與組織 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。

參與公協會		
內科園區發展協會	社團法人台北律師公會	中華民國資訊安全學會
台北市米穀商業同業公會	社團法人臺灣產學策進會	中華民國資訊軟體協會
台北市電腦商業同業公會	社團法人台灣資訊安全協會	中華民國電子競技運動協會
台北市進出口商業同業公會	社團法人台灣遊戲產業振興會	中華民國銀行商業同業公會全國聯合會
台灣國防產業發展協會	社團法人中華民國刑事偵防協會	全國律師聯合會
財團法人台北市企業家協會	社團法人中華動漫出版同業協進會	內部稽核協會
財團法人中華民國商品條碼策進會	社團法人台灣少年權益與福利促進聯盟	天下永續會

公共政策影響力

單位：新台幣仟元

類型	2021	2022	2023	2024
遊說組織、利益團體	0	0	0	0
政治組織、候選人	0	3,900	800	800
產業協會、智庫團體	3,200	6,630	10,050	8,403
其他	24,765	22,209	22,790	33,971
合計	27,965	32,739	33,640	43,174

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

	2024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	3,400	常務理事	產業協會	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，朝「保障玩家權益」、「建立友善環境」、「善盡社會責任」三大目標努力。
台北市電腦商業同業公會	35	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

遊戲橘子淨零宣言

橘子董事會於2023年通過集團「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。除了在內部積極推動節能減碳舉措外，橘子也透過參與氣候相關行業協會組織，持續掌握最新的氣候趨勢。

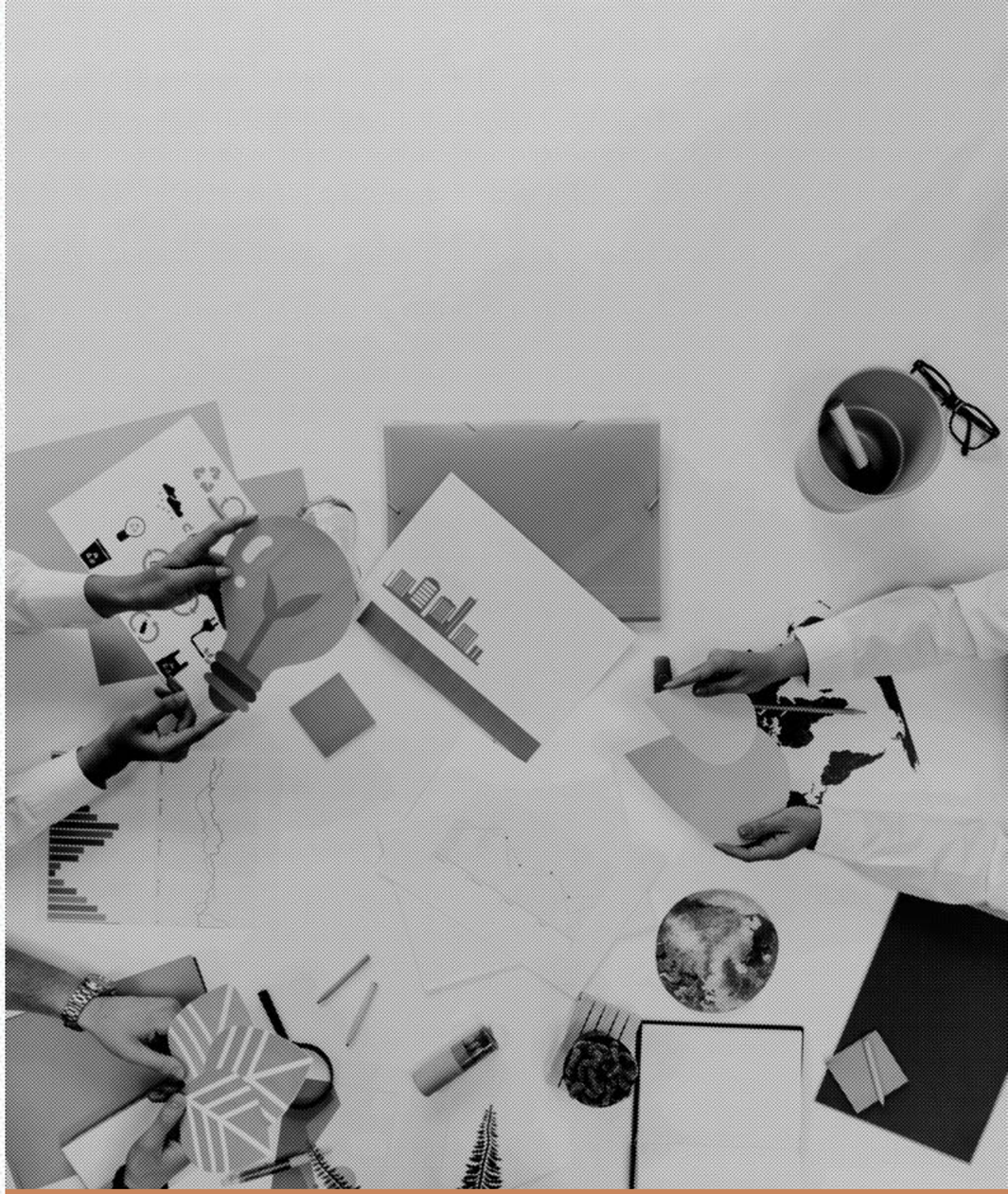
公協會參與機制

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，針對相關公協會，同樣以與巴黎協定保持一致為原則，並由「ESG 永續溝通室」負責定期評估公協會是否符合公司永續發展之目標與政策，確保立場一致性，並向委員會報告。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

2024年橘子無進行相關直接遊說活動。在與氣候相關之行業協會方面，有橘子參與之「天下永續會」及橘子支付參與之「銀行公會」兩家。

名稱	目標一致分析結果
天下永續會	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。
中華民國銀行商業同業公會全國聯合會	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。



永續經營

SUSTAINABLE MANAGEMENT

1.2.1 實踐永續治理

1.2.2 永續策略藍圖

1.2.3 重大主題分析與管理

1.2.4 利害關係人議合

1.2.5 永續影響力評估

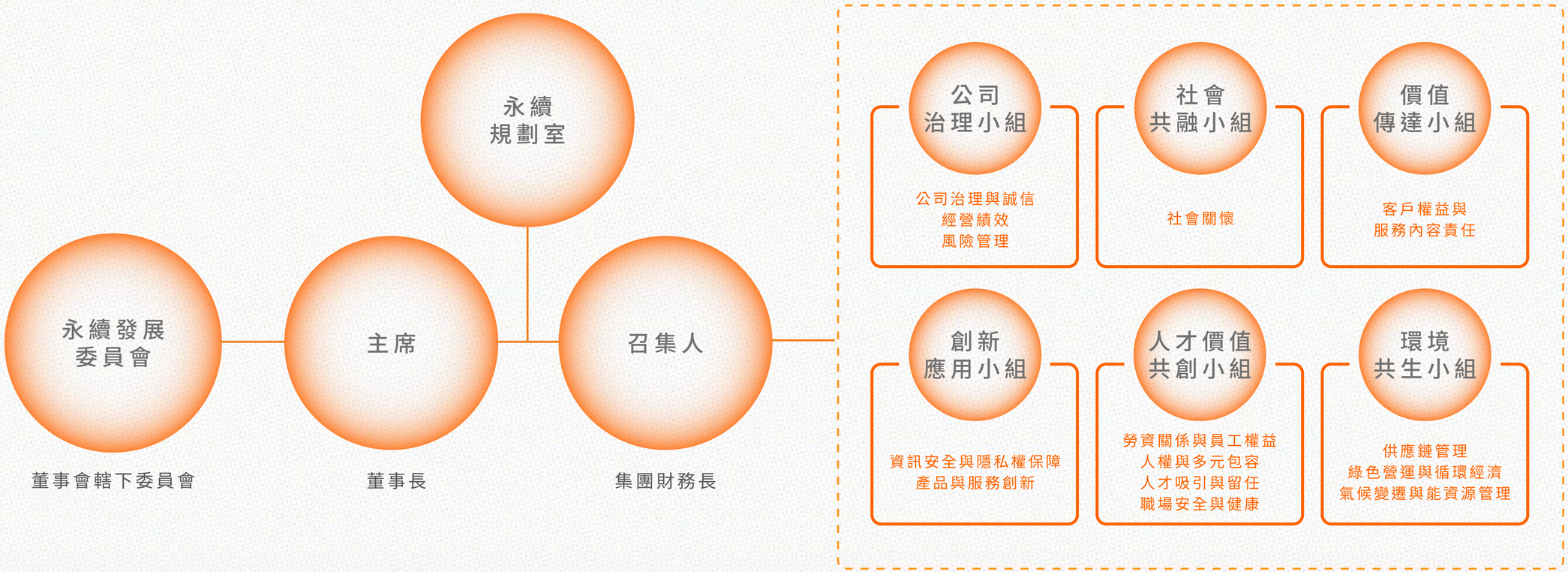
1.2

(2024)

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

GRI 2-12 GRI 2-13 GRI 2-14 GRI 2-16

永續治理組織

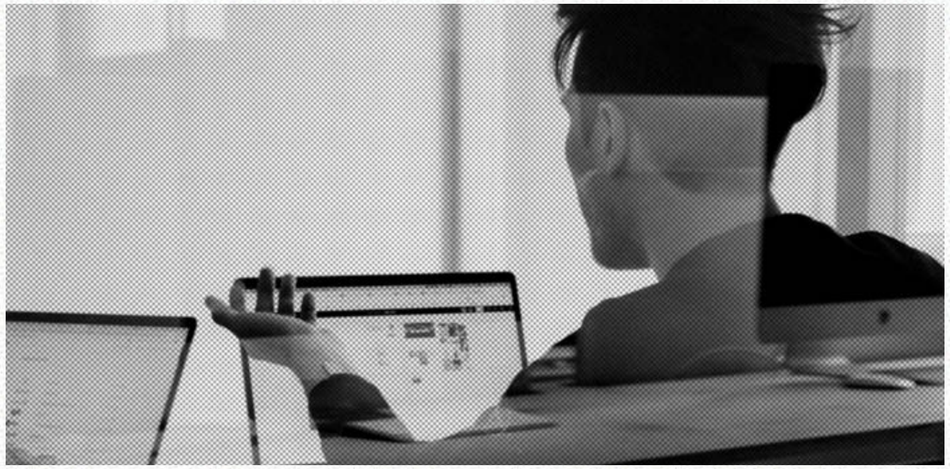


永續發展管理

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，更於2021年底由董事會決議通過，於ESG委員會轄下設置「永續規劃室」，每年至少一次向董事會報告年度執行成果，並負責推動及整合ESG任務小組。

ESG任務小組共有六大功能組別，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，並針對年度ESG重大事項定期追蹤與監督，確保永續專案執行有效性。

2024年重點專案包含ESG永續策略藍圖擘劃、永續報告書編製、溫室氣體盤查與查驗、減塑宣言及策略減碳、優化機構投資人評比、人權盡職調查、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。



2024 KEY PROJECTS

- ESG永續策略藍圖擘劃
- 永續報告書編製
- 溫室氣體盤查與查驗
- 減塑宣言及策略減碳
- 優化機構投資人評比
- 人權盡職調查
- 建構母性保護計畫
- 數位內容責任管理
- 社會公益活動影響力

1.2.2 永續策略藍圖 SUSTAINABLE STRATEGY BLUEPRINT

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

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，結合品牌核心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。

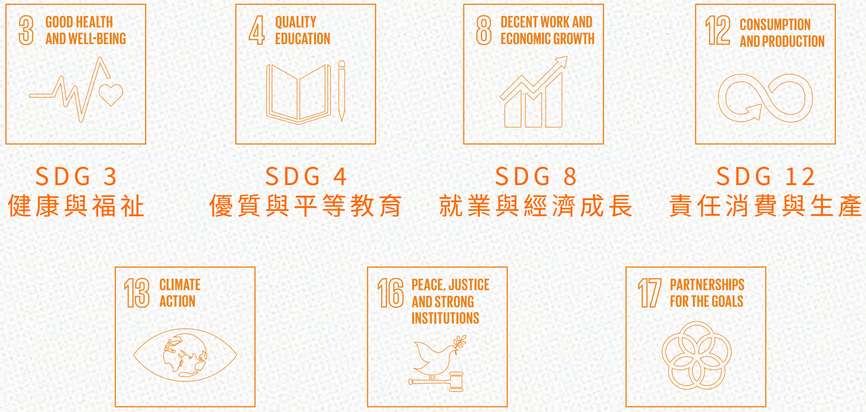
我們回應與核心業務高關聯性之7項聯合國永續發展目標（UN SDGs），包含SDG 3 健康與福祉、SDG 4 優質與平等教育、SDG 8 就業與經濟成長、SDG 12 責任消費與生產、SDG 13 氣候行動、SDG 16 和平、正義與健全制度、SDG 17 同心協力的夥伴關係，擘劃「轉動永續經營」、「轉動數位責任」、「轉動環境友善」、「轉動正向價值」四大永續策略主軸。

gamania 策略核心　#唯一不曾改變的就是改變　#Dare to Challenge

轉動永續經營　轉動數位責任　轉動環境友善　轉動正向價值

▲擘劃四大永續策略主軸

2024年經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，並將績效成果每季於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。



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

▲ 回應核心業務高關聯性之7項聯合國永續發展目標（UN SDGs）

轉動永續經營

永續議題	選定之指標	達標情形	2024 年績效	2024 年目標	2027 年目標	2030 年目標
公司治理與誠信	臺灣證交所「公司治理評鑑」排名	✓	入選上櫃公司6%~20%，且評鑑分數持續提升2.39分	持續入選上櫃公司6%~20%，朝上櫃公司5%邁進		
	員工誠信相關課程完訓率	✓	全體同仁必修100%	全體員工100%		
	因公司治理或誠信經營法律程序所導致之財務損失	✓	無此情事	0元		
風險管理	導入風險管理機制	✓	召開企業風險管理啟始會議，導入風險管理相關機制及流程	導入風險管理機制	將風險管理納入永風險鑑別與評估	全集團導入風險管理機制
	設置風險管理委員會	✓	風管委員會已於2023年設置，於2024年召開委員會	設置並定期召開風險管理委員會	發展風險量化模組	精進風險管理廣度及深度
	建置風險胃納評估	✓	已建置風險胃納及相關評估，並經風管會通過	規劃風險胃納評估機制	導入風險胃納評估程序	完善風險胃納評估程序，結合風險管理永續目標
供應鏈管理	集中採購廠商簽署供應商企業社會責任聲明書之佔比	✓	更新「供應商企業社會責任聲明書」，截至年底共有97%供應商簽訂	規劃新版「供應商企業社會責任聲明書」	所有廠商簽訂「供應商企業社會責任聲明書」	

▲ 轉動永續經營藍圖主軸

轉動數位責任

永續議題	選定之指標	達標情形	2024 年績效	2024 年目標	2027 年目標	2030 年目標
資訊安全與隱私權保障	重大資安事故或網路攻擊事件件數	✓	無重大資安事故案件 ＊重大資安事故依《集團資通安全政策》定義為主	0件		
	重大個資外洩事件	✓	無重大個資外洩事件 ＊重大個資事故依《個人資料保護政策》定義為主	0件		
	營運中斷計畫（BCP）測試頻率	✓	完成年度營運持續特定情境演練	完成單一核心服務營運持續演練	① 完成單一核心服務營運持續演練 ② 擇特定情境標的規劃腳本進行營運持續演練	
	隱私權相關教育訓練	✓	隱私權教育訓練課程納入ESG必修	規劃隱私權教育訓練課程進入ESG必修課程	每年全體員工參與隱私權教育訓練，帶動集團隱私權管理意識	
產品與服務創新	橘子挺原創系列計畫—圖文孵育計畫之累計孵育圖文創作者	✓	104位	100位	300位	500位
	橘子挺原創系列計畫—音樂孵育計畫之累計孵育音樂創作者（團體）	✓	10 組	10 組	30 組	50 組
	透過AI技術搭建應用場景供IP運用	✓	hidol上線AI語音信應用場景	1種應用場景	5種應用場景	10種應用場景
	自研發遊戲創新發展 ＊自研發遊戲為便利商店口袋版、霹靂英雄、櫻桃小丸子元氣版三項。	✓	自研產品專案開發環境皆完成轉移至雲力橘子管理提升資安技術防護層級	產品開發環境轉移提升資安層級	開發ESG相關議題遊戲DLC/劇情設計	持續發展IP，推出相關續作或其他玩法之遊戲作品
	強化智慧財產權保護與管理	✓	已導入TIPS前置規畫，進度達80%	規劃導入TIPS	TIPS取得認證	持續通過TIPS認證

▲ 轉動數位責任藍圖主軸

轉動數位責任

永續議題	選定之指標	達標情形	2024 年績效	2024 年目標	2027 年目標	2030 年目標
客戶權益與服務	客戶滿意度	✓	即時服務渠道平均滿意度為4.79分 ＊5分量表	4分以上	4.25分以上	4.5分以上
	首次回應獲得解決率	✓	93.7%	90%以上	91%以上	92%以上
	服務品質檢核正確率	✓	99.4%	95%以上	96%以上	97%以上
內容責任	詐騙率 ＊詐騙率=詐騙訂單數÷成功訂單總數	✓	0.31%	<0.5%		
	定期檢視廣告政策完整性	✓	訂定「集團廣告倫理政策」，且過董事會；並依循國際同業規範建議，針對廣告倫理10種指標據以規範	每年一次		
	內外部ESG主題溝通數量	✓	● 內部溝通：2個主題 ESG講座、集團獲獎資訊 ● 外部溝通：4個主題 超馬、低碳電力、資安領袖、職場福利	內部溝通:2個主題 外部溝通:4個主題	內部溝通:4個主題 外部溝通:5個主題	內部溝通:6個主題 外部溝通:6個主題

▲ 轉動數位責任藍圖主軸

轉動環境友善

永續議題	選定之指標	達標情形	2024 年績效	2024 年目標	2027 年目標	2030 年目標
綠色營運與循環經濟	在地採購比例 ＊電子設備及庶務性項目	✓	100%	100%		
	循環袋的回收率	✓	38.27%	38%	40%	42%
	提高Q BRICK環境友善度	✓	三檔期本體100%採用環保分解材質，外包裝100%採用無接著劑包裝 ＊指端午、中秋、聖誕	本體100%採用環保分解材質 外包裝100%採用無接著劑包裝		所有額外配100%採用環保可分解材質及包裝
氣候變遷與能資源管理	溫室氣體排放量 ＊單位為公噸，2022年為基準年	–	較前一年度整體碳排減少約277公噸，且範疇二較基準年下降約30.60%。	–	–	相較基準年 範疇1、2減78% 範疇1、2碳中和
	低碳機房再生能源使用比例	✓	機房使用再生能源比例約達14.8%	雲力橘子機房合計達10%	雲力橘子機房合計達20%	雲力橘子機房合計達30%
	持續重視氣候變遷議題	✓	導入TCFD揭露框架，鑑別出氣候相關三大風險與機會，並揭露於永續報告書中	導入TCFD之氣候變遷相關揭露指引	持續執行與盤點氣候變遷相關揭露（含情境分析與財務量化）	

▲ 轉動環境友善藍圖主軸

轉動正向價值

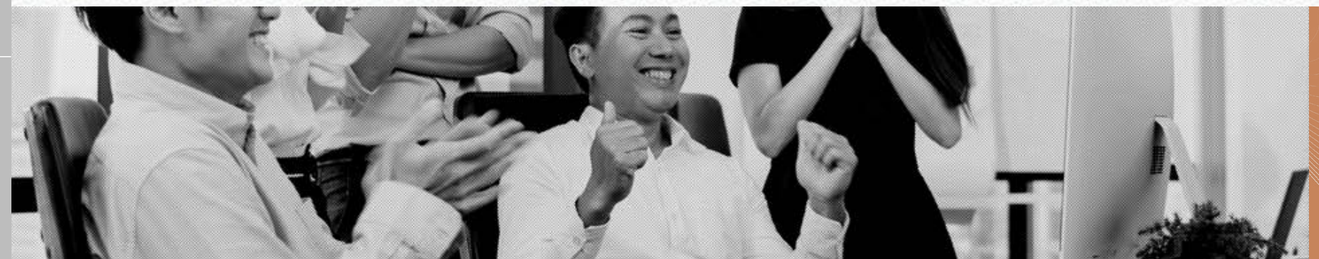
永續議題	選定之指標	達標情形	2024 年績效	2024 年目標	2027 年目標	2030 年目標
勞資關係與員工權益	員工福利	✓	本年度推動新手父母支持計畫、調整健檢、員旅制度	每年檢視員工福利制度		
	員工協助方案滿意度	✓	進線滿意度平均為 4.86分 ＊5分量表	4分以上	4.1分以上	4.2分以上
	員工意見回覆率（全橘總動員）	✓	舉辦四次全橘，執行長親自回答共52題，回覆率100%	100%	100%	100%
人權與多元包容	定期執行人權盡職調查	✓	導入人權盡職調查，並規劃訂定相關9項人權政策與承諾	每兩年執行人權盡職調查，每年檢視執行情形與績效		
	反歧視與騷擾課程訓練	✓	配合法規調整，更新職場不法侵害等內容並加以宣導	規劃反歧視與騷擾訓練課程內容	反歧視與騷擾課程新人與在職同仁完訓/複訓率100%	
	母性保護支持滿意度 ＊5分量表，針對新手父母	✓	已在規畫項目內容與進行方式	規劃母性保護支持滿意度調查	4分以上	4.1分以上

▲ 轉動正向價值藍圖主軸

轉動正向價值

永續議題	選定之指標	達標情形	2024 年績效	2024 年目標	2027 年目標	2030 年目標
人才吸引與留任	教育訓練滿意度 ＊5分量表	✓	● 橘人才（階層別訓練）：共開14堂課，平均滿意度4.64分 ● 橘講台（外部專家演講）：共開4場次，平均滿意度4.34分	4分以上		
職業安全與健康	員工定期健康檢查完成率 ＊計算方式：已完成健檢人數÷符合健檢資格人數*定期」指每兩年一次	△	71.6% ＊因未檢健人數包含遞延同，定期健檢率於2025年後統計較為確實	80%以上	80%以上	85%以上
	健康促進活動滿意度 ＊5分量表	✓	共辦理2場健康講座，平均滿意度4.75分	4分以上	4分以上	4.5分以上
	健康促進活動場次	✓	共舉辦16堂課程和社團活動及2場健康講座	每年2場		
社會關懷	推廣公益假	✓	召開公益假之申請機制調整會議，增列橘子關懷基金會為申請單位	推動及優化公益假申請機制	年度申請達120人 公益參與總時數YOY提高3%	① 公益假申請時數達1000小時 ② 啟動公益分享會

▲ 轉動正向價值藍圖主軸



POSITIVE VALUE

(2024)

重大主題分析與管理

1.2.3 ANALYSIS OF MAJOR ISSUES AND MANAGEMENT

前言

CHAPTER.1
轉動永續經營

CHAPTER.2
轉動數位責任

CHAPTER.3
轉動環境友善

CHAPTER.4
轉動正向價值

附錄

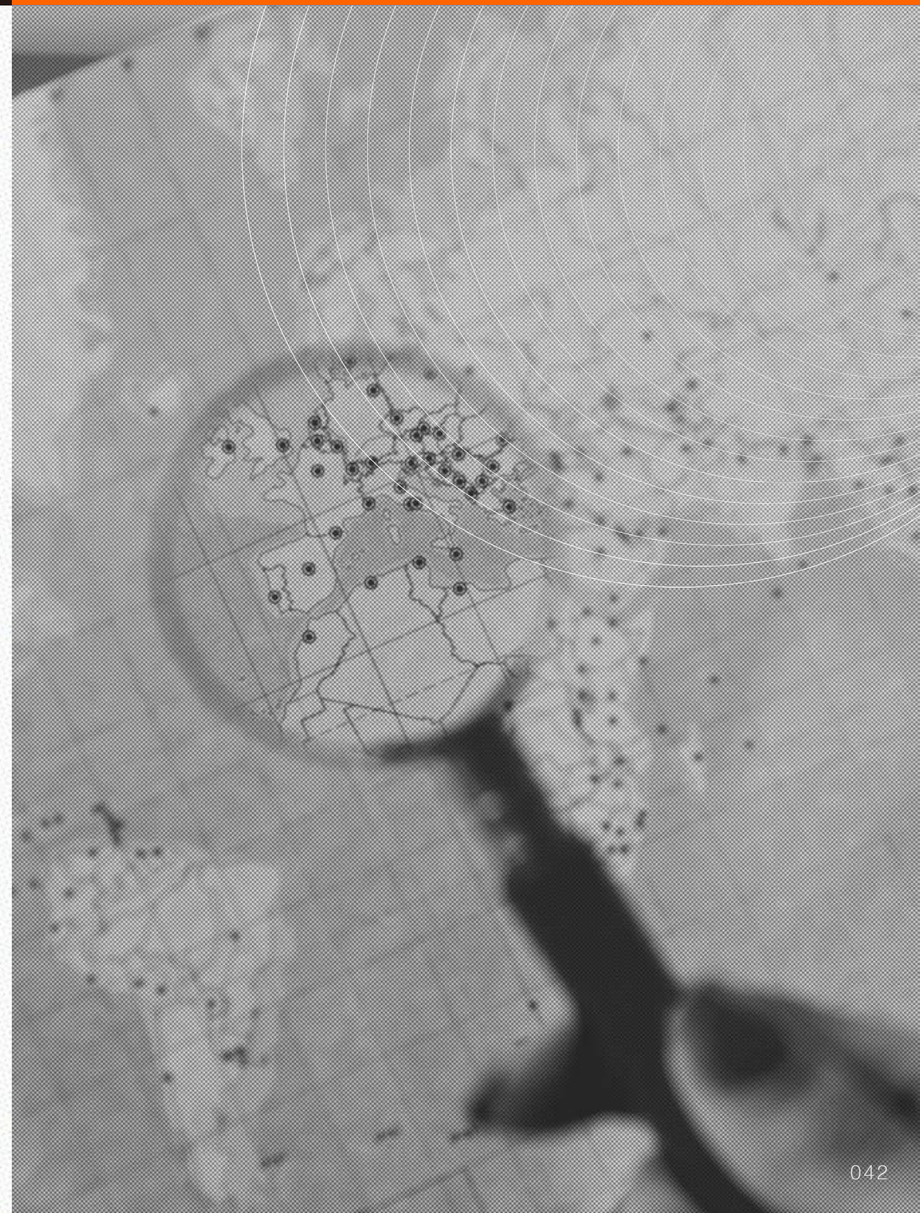
重大主題鑑別

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，根據營運活動與國內外趨勢鑑別永續主題共15項，並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。

經2024年檢視，決定沿襲去年橘子鑑別出的8項重大主題與利害關係人持續溝通，包含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評估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。

- 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

▲ 8項重大主題與利害關係人持續溝通



重大主題鑑別流程

1 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）年全球風險報告、S&P重要行業議題、永續會計準則委員會（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共計15項。

2 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（含高階主管，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）。

3 雙重重大性分析

透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—對公司財務、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

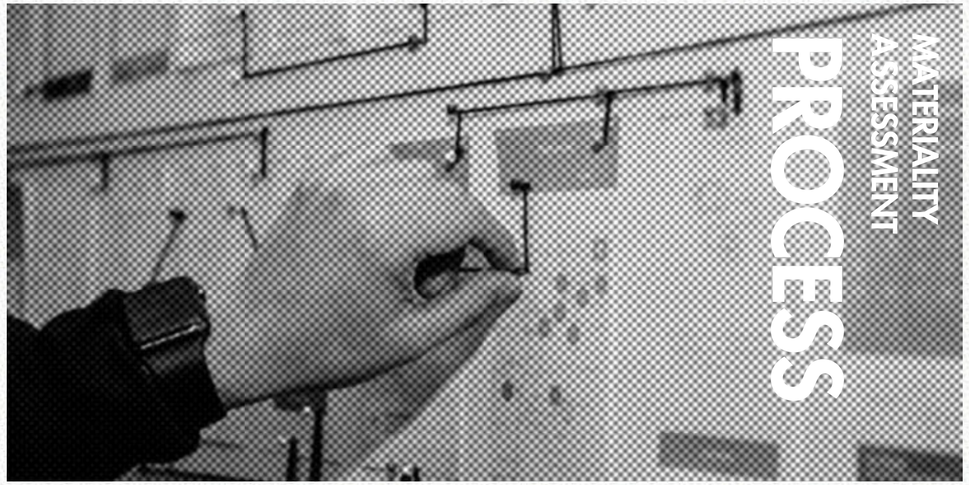
發放「重大主題鑑別問卷—對經濟、環境、社會的衝擊程度」問卷，評估15項永續議題之衝擊規模/範圍與發生可能性，其中針對負面衝擊額外進行災難性評估。

4 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，選出橘子年度8項重大主題，其中包含3項關鍵主題及5項次要主題。

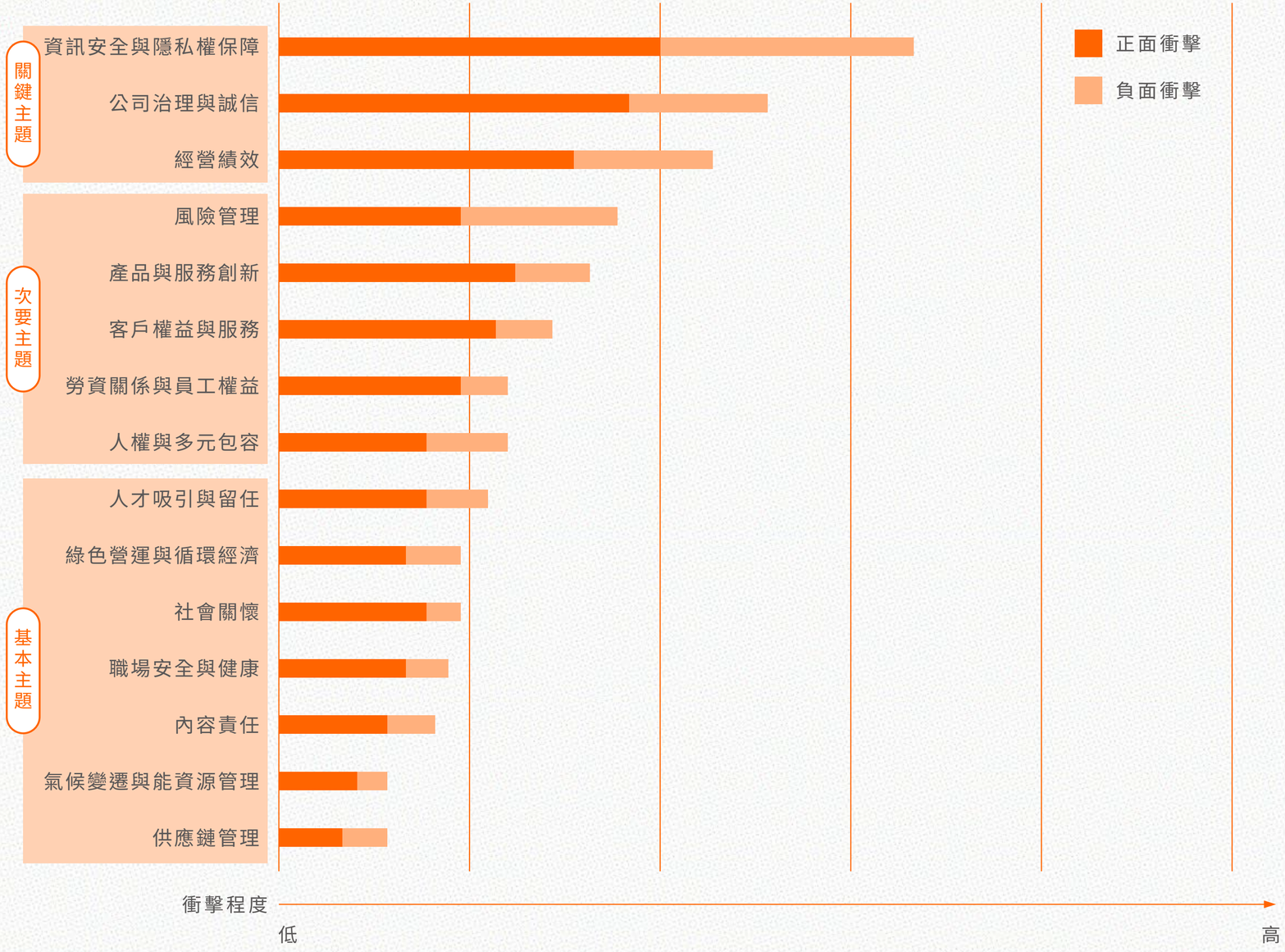
5 重大主題回應與揭露

重大主題鑑別結果由永續規劃室經提報ESG委員會後呈報董事會，再經董事會授權予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。重大主題亦公開揭露於永續報告書及官方網站的永續專區中。



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。



MATERIAL TOPICS

Gamania

(2024)

重大主題	衝擊描述	對橘子的重大性	永續發展策略 ＊對應橘子之永續發展策略，詳 1.2.2	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]	實際正面衝擊	**〔資訊安全與隱私權保障〕** 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	轉動數位責任	○		○	○		2.3.1 資安管理 2.3.2 守護網路安全 2.4.2 個資與隱私保護
	潛在負面衝擊	**〔資安防護不善及隱私洩漏〕** 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，將可能引發客訴、訴訟或紀律處分等風險，不僅造成權益受損與商譽影響，亦將帶來額外的應對與修復費用，增加營運成本							
公司治理與誠信 [經濟]	實際正面衝擊	**〔健全公司治理〕** 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	轉動永續經營	○	○	○	○		1.3.1 治理組織與架構 1.3.2 誠信經營
	潛在負面衝擊	**〔貪腐與不道德行為〕** 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							

重大主題	衝擊描述	對橘子的重大性	永續發展策略 ＊對應橘子之永續發展策略，詳 1.2.2	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	
經營績效 [經濟]	實際正面衝擊	**〔經濟績效良好〕** 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	轉動永續經營	○	○		○	○	1.1.1 營運概況 1.1.2 財務績效
	實際負面衝擊	**〔營運不善〕** 營運績效不佳將影響公司持續運作，造成投資人的虧損							
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	轉動永續經營	○	○	○	○	○	1.3.3 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	轉動數位責任	○	○	○		○	2.1.1創新投入與研發 2.1.2 AI應用 2.1.3 創新多角化經營 2.2.2 專利成就
	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，若未能妥善測試或因成熟度不足，將可能導致使用者體驗不佳，影響用戶留存，進而對營收產生不利影響；同時亦需因應新興科技衍生的技術問題							

重大主題	衝擊描述	對橘子的重大性	永續發展策略 ＊對應橘子之永續發展策略，詳 1.2.2	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	
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	轉動數位責任			○			2.4.1 服務與溝通 2.4.3 客戶滿意度
	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							
勞資關係與員工權益［人群］	實際正面衝擊	〔勞資關係良善與照護員工權益〕 提供優良的員工福利措施及合理的薪資待遇，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	轉動正向價值	○			○		4.1.4 薪酬與福利 4.1.5 友善職場 4.1.6 健康職場
	實際負面衝擊	〔勞資關係惡化、損害員工權益〕 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；或無法提供員工安心工作的環境、優良的員工福利措施及合理的薪資待遇							
人權與多元包容［人群］	實際正面衝擊	〔多元、平等、包容職場〕 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	轉動正向價值	○			○	○	1.3.1 治理組織與架構 3.3.1 永續採購 4.1.4 薪酬與福利 4.1.5 友善職場
	實際負面衝擊	〔侵害人權〕 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							

1.2.4 STAKEHOLDER ENGAGEMENT

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

利害關係人鑑別 GRI 2-29

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，並作為優先溝通對象，未來將持續參考國際永續趨勢，進一步評估納入政府／主管機關及新世代。利害關係人鑑別結果已於2025年7月30日永續發展委員會報告。

利害關係人溝通

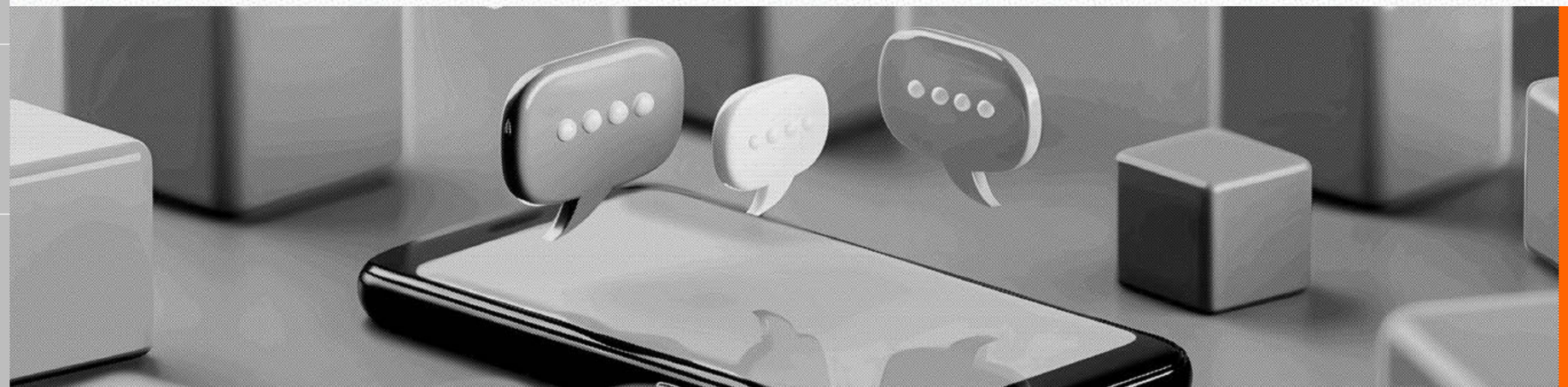
利害關係人	對遊戲橘子之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率
員工	員工是橘子最重要的資產，我們的產品、服務、熱情和文化建立，都是每個橘子人一點一滴累積，因此我們非常重視橘子人的心聲。	• 公司治理與誠信 • 經營績效 • 資訊安全與隱私權保障 • 產品與服務創新 • 人才吸引與留任	• 全橘總動員（員工大會） • 大型福委會活動 • 教育訓練 • 績效考核 • 福委會信箱 goodies@gamania.com • 檢舉信箱 integrity@gamania.com • 職場不法侵害申訴信箱 995@gamania.com • 內網OH或teamgoal!上的HR小幫手 • 集團人力資源室資深專員/ 許舒涵 電話：+886-2-2658-8866 #1056 Email：ghq_hr@gamania.com	• 全橘總動員共4場 • 大型福委會活動共5場 • 新人教育訓練共71場次 • E-Learning共開設142堂課，總受訓人次達6,508人 • 不定期講座，共舉辦4場講座，總參與人次達159人 • 每年一次績效考核

利害關係人溝通

利害關係人	對遊戲橘子之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率
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。	• 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	• 召開股東大會、發行公司年報 • IR 網站投資人關係專區即時更新相關資訊 • 參加海內外法人說明會 • 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／徐靖絃 電話：+886-2-2658-8866 #1433 Email：fn-share@gamania.com	• 每年召開股東大會、發行公司年報 • 公開法說或座談會6場 • 更新網站上重要財務及營運新聞18篇 • 透過郵件或專線回應投資人問題290次
合作夥伴	我們與不同的軟硬體供應、開發商保持良好關，也積極參與各類公協會。同業一起為努力塑造更棒數位娛樂產業是我們共同目標。	• 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	• 舉辦技術論壇與研討會 • 參加各類遊戲展覽 • 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	• 具合作潛力洽談會議時數計1,140小時 • 數位娛樂相關市場趨勢內部分享會共2場次 • 參加15場數位娛樂類型國內外展會
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。	• 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	• 電話專線：+886-2-2192-6100 • 智能客服（Chat Bot）：客服小幫手 • 即時文字服務（IM）：線上客服 • 問題回報中心（留言板／E-mail）：https://games.crm.gamania.com/hc/zh-tw/requests/new? • iOS / Android雙平台留言回應 • 官方社群平台私訊回覆	• 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 • Chat BOT全年累計使用人次87,200人，總互動量達232,920次 • 年度全渠道真人服務量232,030件 • 電話平均需等候66秒接聽處理，信件平均可於6小時內處理回覆 • 約94%案件可在首次進件獲得解決

利害關係人溝通

利害關係人	對遊戲橘子之重要性	關注議題	溝通管道	溝通頻率
媒體與社會大眾	橘子集團跨足六大事業體，建構出完整的全生態科技企業版圖，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。	• 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	• 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 • 透過媒體發布最新消息 • 代理發言人 企業溝通室總監／孫笛蘭 電話：+886-2-2658-8866 #1024 Email：pr@gamania.com	• 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）發布計120次，總瀏覽數達250,671次，互動數達6,741次 • 透過媒體不定期發布最新消息，年度共計發稿88篇，3,539則新聞報導（包含產經線、遊戲線、生活消費線及科技線） • 年度共接待10組企業參訪貴賓，包含市政單位、商務夥伴、投資人、大專院校、國際交流單位等 • 聖誕市集邀請 15 家攤商（9 間為新增店家）、歌手演唱、橘人及幼橘園舞台表演，並攜手內湖在地商家進行手作體驗



1.2.5 永續影響力評估 SUSTAINABILITY IMPACT ASSESSMENT

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

面對日益複雜的環境與社會挑戰，企業已不再僅以短期財務績效為依據，而是需要妥善運用多種資本，例如：人力、自然資源、社會關係等。這些資本在營運過程中透過產品與服務互相依賴／影響，進而對社會與環境產生正面的外部效益／負面的外部成本。

橘子導入「淨影響力評估（Net Impact Valuation, NIV）」架構，參考SASB、影響力加權會計（Impact-Weighted Accounts Framework, IWAF）、價值平衡聯盟（Value Balancing Alliance, VBA）、《自然資本議定書》（Natural Capital Protocol），以及《社會與人力資本議定書》（Social & Human Capital Protocol）等國際框架與標準，系統性貨幣化外部效益與成本。

淨影響力管理架構

橘子為建構資本視角之分析架構，透過部門訪談與內部資料蒐集，盤點營運過程的投入與產出活動，藉由量化科學與利害關係人溝通，進而估算所鑑別之淨影響力指標，以長期提升正向影響力為目標。2024年橘子淨永續影響力價值約9億元（共計6項影響類別與8項影響力指標）。

評估結果

根據結果顯示，「建立遊戲保護機制以防範詐騙」與「員工福利提高員工滿意度」為前二項主要正向影響，分別創造約新台幣14億元與約2億元的社會效益。而「遊戲成癮造成經濟損失」與「員工離職造成的社會成本」，分別帶來約新台幣5億元與3億元的潛在社會成本。

IMPACT ASSESSMENT

影響類別	投入或產出說明	影響力指標	影響等級
遊戲詐騙	遊戲透過保護機制與持續監測詐騙事件，降低用戶詐騙受害風險	遊戲保護機制以防範詐騙	●●●●●
普橘島	透過普橘島餐廳提供員工餐飲供應與補助，有助於吸引並留任人才	員工福利提高員工滿意度	●●●●●
	選用本地食材導入餐飲服務，提升在地採購比重，促進在地經濟發展	提升在地採購機會，促進當地經濟發展	●●●●○
社會影響力	透過推動公益活動、市集等社會專案，鼓勵青年探索多元發展機會，同時帶動社區經濟發展	促進社會福祉同時帶動社區經濟發展	●●●●●
遊戲成癮	遊戲促銷活動將使玩家成癮進而造成經濟（生產力）損失	遊戲成癮造成經濟（生產力）損失	●●●●●
溫室氣體	使用非再生能源、機房營運使用大量電力，排放溫室氣體，形成外部環境成本	排放溫室氣體造成碳社會成本	●●●●○
工作壓力指數	過度工時可能增加員工健康負擔及邊際生產力遞減，形成潛在的經濟損失	超出工時提高健康風險及生產力損失	●●○○○
	員工離職不僅影響企業穩定性，亦可能對社會造成培訓增加與生產力損失等間接成本	員工離職造成的社會成本	●●●●●

註❶：正向淨影響等級定義（新台幣元）
●○○○○ 0–500萬；●●○○○ 500萬–1,000萬；●●●○○ 1,000萬–5,000萬；●●●●○ 5,000萬-1億；●●●●● >1億。
註❷：負向淨影響等級定義（新台幣元）
●○○○○ 0–500萬；●●○○○ 500萬–1,000萬；●●●○○ 1,000萬–5,000萬；●●●●○ 5,000萬-1億；●●●●● >1億。
註❸：計算資料來源包含初級數據—橘子內部的資料蒐集；次級數據—國內外學術文獻、資料庫與相關研究報告等外部資訊。

CORPORATE GOVERNANCE

公司治理

1.3.1 治理組織與架構
1.3.2 誠信經營
1.3.3 風險管理

1.3

EXPLORE THE
UNLIMITED POSSIBILITIES OF LIFE

治理組織與架構

1.3.1 GOVERNANCE ORGANIZATION AND STRUCTURE

前言

CHAPTER.1
轉動永續經營

CHAPTER.2
轉動數位責任

CHAPTER.3
轉動環境友善

CHAPTER.4
轉動正向價值

附錄

董事會運作

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

董事會為橘子最高治理單位，董事會成員由7位成員組成，包含3位董事及4位獨立董事，董事會成員平均任期為7年。董事會成員積極參與董事會、各功能性委員會及內部相關會議，2024年度溝通情況皆良好。

公司每年皆進行董事會及功能性委員會內部績效評估，而外部績效評估依公司規定至少每三年須辦理，最近一次董事會外部績效評估乃於2022年委由社團法人中華公司治理協會進行，並依其建議持續優化改善。

2024年經董事會通過包含風險管理機制之啟動，並將偶發事件、永續相關風險列入管理項目，通過導入智慧財產權管理計畫及修訂永續相關規範等。更多關於本公司治理單位、重要溝通事件及運作情形，請參閱公司網站、年報 。

董事會出席情形

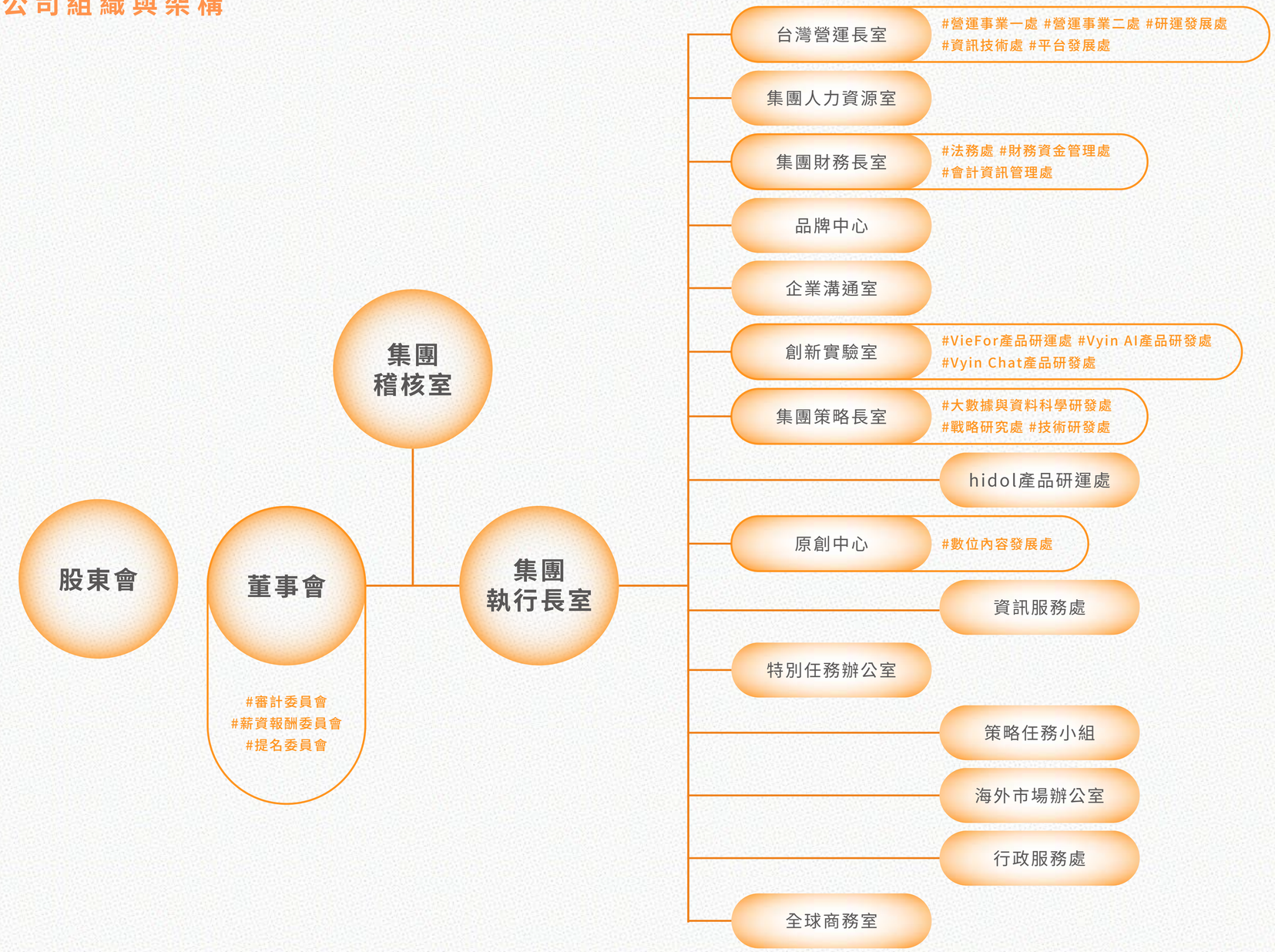
依據本公司《董事會議事規範》之規定，董事會每季至少召開1次會議，以確保公司治理機制之正常運作。

2024年共計召開5次董事會，所有會議均依法召開並妥善記錄。全年董事平均出席率達65.71%。公司亦將董事出席情形納入「董事報酬及酬勞分配辦法」之參考項目之一，作為董事酬勞分配金額之依據，以提升董事會運作效率及參與意願。2024年全體董事出席情形詳見下表：

職稱	姓名	實際/委託出席次數	實際出席率
董事長	劉柏園	●●●●●	100%
董事	網銀國際(股)公司 代表人：蕭政豪	●●●●	0%
董事	林憲銘	●●●●	60%
獨立董事	盛保熙	●●●●●	40%
獨立董事	林瑞益	●●●●●	60%
獨立董事	陳冠百	●●●●●	100%
獨立董事	侯嘉騏	●●●●●	100%

● 實際出席次數　● 委託出席次數

公司組織與架構


股東會
董事會
#審計委員會
#薪資報酬委員會
#提名委員會
集團稽核室
集團執行長室
台灣營運長室
#營運事業一處 #營運事業二處 #研運發展處
#資訊技術處 #平台發展處
集團人力資源室
集團財務長室
#法務處 #財務資金管理處
#會計資訊管理處
品牌中心
企業溝通室
創新實驗室
#VieFor產品研運處 #Vyin AI產品研發處
#Vyin Chat產品研發處
集團策略長室
#大數據與資料科學研發處
#戰略研究處 #技術研發處
hidol產品研運處
原創中心
#數位內容發展處
資訊服務處
特別任務辦公室
策略任務小組
海外市場辦公室
行政服務處
全球商務室

董事會
專業性與多元性

GRI 2-10 GRI 2-11

功能性委員會

本公司設置董事會層級功能性委員會，包含審計委員會、薪資報酬委員會及提名委員會，均依據提名委員會相關資格審查辦法，遴選具專業背景與產業經驗之獨立董事擔任委員，以強化功能性委員會之專業性與獨立性。各委員會依據相關法規與公司治理實務，明確其權責並定期召開會議，審議及提供董事會具建設性的意見建議，進而提升整體公司治理效能。

委員會名稱	主要職掌	成員	開會頻率	2024年運作情形
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	共召開5次會議 委員出席率達75%
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	共召開3次會議 委員出席率達83.5%
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 全體獨立董事	每年至少2次	共召開2次會議 委員出席率達80%

董事會組成

依本公司章程規定，董事會人數設於五至九人，任期為三年，並採候選人提名制度進行遴選，依據本公司訂定之《董事選舉辦法》及《獨立董事設置及應遵循事項辦法》辦理，以確保董事會成員具備多元性背景、必要專業能力與高度獨立性。所有董事均由股東會選任，連選得連任，以延續董事會治理效能及策略規劃的一致性。

本公司依據《公司治理實務守則》規定，致力於推動董事會成員組成之多元化，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，具備豐富的實務經驗與視野。

目前董事會中設有四席獨立董事，占全部董事席次約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」之規定，並能在公司重大決策過程中，有效發揮監督及建言的角色，維護全體股東權益，實踐公司治理的核心價值。

董事會多元化

2024年，橘子董事成員多元化情形如下：

董事會成員組成

本屆董事會成員共7位董事，包含4位獨立董事。

- 獨立董事：占比4/7
- 具員工身分之董事：占比1/7
- 女性董事：占比1/7

成員組成多元化

本公司「公司治理實務守則」之董事會成員組成多元化政策，係廣納各業界優秀企業家及財務、營運、豐富閱歷之專業人士，就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當之多元化方針，包括但不限於下方二大面向之標準。

- 基本條件與價值：性別、年齡、國籍、種族、年資及文化等。
- 專業知識與技能：專業背景（如法律、會計、產業、財務、行銷或科技）、專業能力及產業經歷等。

多元化政策目標

本公司多元化政策之具體管理目標及達成情形

- 獨立董事：過半數、任職年資皆不超過三屆
- 女性董事：增加1席
- 董事兼任經理人：不超過董事席次1/3

董事會資訊

註：產業別依循 GICS Level 1分類對照如下。

1. 資訊科技—資訊科技；
2. 金融業—財務金融；
3. 工業—貿易；
4. 非日常生活消費品—文創、百貨飯店；
5. 醫療保健—生技。

職稱	姓名	性別	產業經歷[註]	專業能力
董事長	**劉柏園**	男	文創、資訊科技	國際營運、併購、風險管理
董事	**網銀國際(股)公司 代表人：蕭政豪**	男	文創、資訊科技	國際營運、併購、風險管理
董事	**林憲銘**	男	資訊科技	投資、國際營運、併購、風險管理
獨立董事	**林瑞益**	男	貿易	國際營運、財務分析、投資、風險管理
獨立董事	**盛保熙**	男	文創、生技	國際營運、研發、財務分析、投資、併購、風險管理
獨立董事	**陳冠百**	男	財務金融	國際營運、財務分析、投資、風險管理
獨立董事	**侯嘉騏**	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

董事會獨立性與利益迴避 GRI 2-15

董事參與董事會會議時，應依本公司《董事會議事規範》第十五條之規定執行。凡董事對於會議事項，有涉及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，董事應避免利益衝突之疑慮，依規定不得參與該議案之討論與表決，且討論表決時應予迴避，亦不得代理其他董事行使其表決權，以維護董事會決策之公正性與公司整體利益。各次董事會利益迴避執行情形如下：

日期	姓名	議案內容	利益迴避原因	備註
2024.05.02	劉柏園	本公司出售子公司「樂點股份有限公司」股權案	持有樂點股份且擔任本交易相對人之董事	離席不參與討論及表決
2024.06.20	劉柏園	112年度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
		本公司放棄子公司「樂點股份有限公司」現金增資案之優先認購權案	持有樂點股份且擔任本交易相對人之董事	

董事進修情形 GRI 2-17

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年起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，強化董事對永續議題之知識與理解。每位董事平均進修時數至少6小時，2024年董事進修情形揭露於公開資訊觀測站及公司網站。

2024年董事進修課程

環境 ENVIRONMENTAL

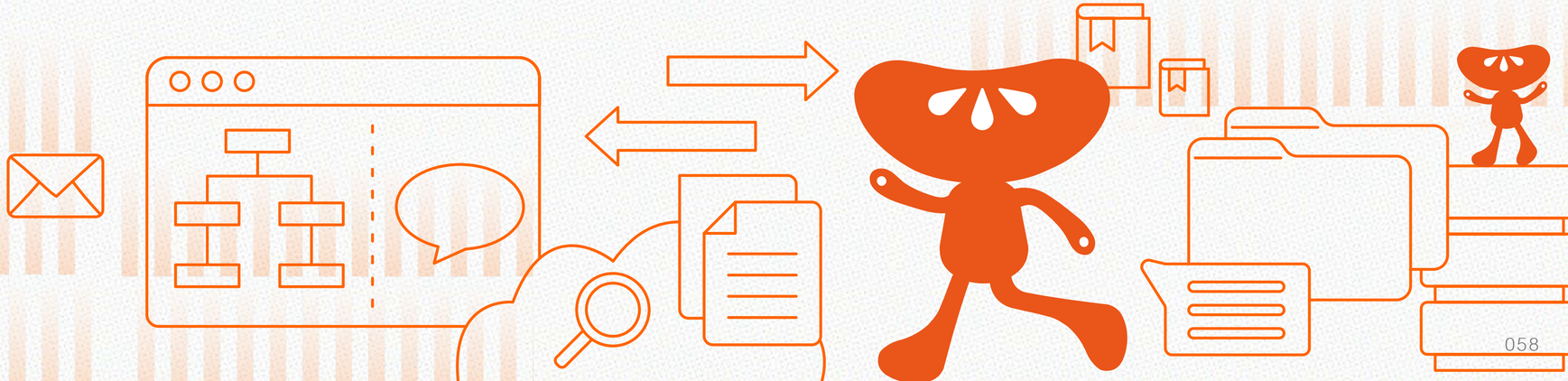
- 淨零排放、碳中和與企業法規遵循

社會 SOCIAL

- DEI文化打造企業永續競爭力

治理 GOVERNANCE

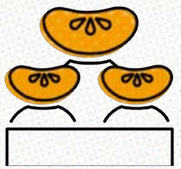
- 最新稅法及大股東股權節稅介紹
- 美中強力對抗下台灣的未來
- AI與開源時代 - 企業法律風險解析
- 非財會背景董監事如何審查財務報告
- 2024年全球經濟展望



董事績效評估 GRI 2-18

本公司已訂定《董事會績效評估辦法》，確立其績效評估方式，每年定期辦理內部評估並提報董事會審閱，作為董事薪資報酬及提名續任之參考。此外，公司亦規定應至少每三年委託外部專業獨立機構或具公信力之外部專家學者團隊執行一次全面性評估，以強化評估之客觀性與專業性。最近一次第三方評估（2022年，下次評估為2025年）結果及改善計畫揭露於公司網站，並同步公開評估機構名稱、參與評估之專家姓名及其專業背景。

本公司針對董事會和功能性委員會績效評估面向如下表所列，2024年之評估結果為「優等」。期藉由制度化的評估程序，持續優化董事會功能與整體運作效能。



董事會

- 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
- 內部控制

個別董事自我績效

- 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
- 內部控制

功能性委員會

- 對公司營運之參與程度
- 功能性委員會職責認知
- 提升功能性委員會決策品質
- 功能性委員會組成及成員選任
- 內部控制

董事薪酬政策 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，確保其公平性與合理性。本公司董事及獨立董事之報酬，係依公司章程規定提撥，經董事會決議後發放，並報告股東會。高階經理人之酬金則依對公司整體營運及發展之貢獻，參考同業薪酬標準，並綜合考量公司實際經營績效（包含永續發展目標）以及未來可能面臨之風險因素予以調整。至於員工酬勞之分派，亦依公司章程辦理，送董事會決議後發放，並報告股東會。為提升薪酬資訊透明度與公司治理品質，本公司揭露最高治理單位及高階經理人之薪酬細節，並於年報揭露相關資訊，請參考 2024年年報第13-14頁。

1.3.2 誠信經營 ETHICAL CORPORATE MANAGEMENT

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

GRI 205 GRI 2-24

誠信經營管理

橘子始終秉持誠信經營為企業永續發展的基石，並將其落實於企業文化及營運核心價值之中。為強化企業誠信治理，本公司特別指派「集團執行長室」作為專責推動誠信經營之單位，負責誠信經營政策與防範方案之制定、執行與監督。該單位每年定期向董事會報告誠信經營的執行情形，並訂定「誠信經營作業程序及行為準則」與「道德行為準則」，涵蓋反貪腐政策、員工行為準則、政治獻金與慈善捐贈之處理程序等，確保企業運作透明、公正。公司亦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。2024年未有因誠信經營、反競爭有關行為遭主管機關裁罰。

自2016年起，橘子導入誠信經營之線上學習課程，由董事長、總經理與高階管理階層親自宣導，向全體員工傳達誠信經營的理念與價值觀，並作為員工道德行為之圭臬。公司亦依據「獎懲辦法」予以適時的績效獎勵或必要懲處，讓誠信價值融入組織文化之中。此外，公司訂定「供應商管理政策」，明確規範本公司人員在執行業務過程中，須恪守誠信原則，不得直接或間接提供、收受、承諾或索取任何不正當利益，亦不得從事任何失信、違法或違背受託義務之行為。為確保供應鏈運作符合公司價值觀，橘子在採購、議價、驗收、評核等各階段，均設有嚴格的管控機制，檢視供應商的誠信表現，藉以建立負責任的商業合作關係。相關永續採購措施，詳見本報告3.3.1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

誠信經營訓練 GRI 205

公司將誠信經營與反貪腐視為企業永續的重要基礎，透過定期溝通與教育訓練，強化治理單位成員、員工及合作夥伴對相關政策與行為準則的理解和落實。本公司誠信經營課程除為董事會成員例行宣導之內容外，亦列為新進員工必修課程，2024年共有410位同仁完成修習，員工完訓率100%。針對集團部級以上主管更單獨開設誠信正直與私人利益迴避講座，共有121位同仁完成修習。橘子遵守各項法規，落實誠信經營，2024年未有任何與腐敗和賄賂、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。

2024 年反貪腐與誠信經營教育訓練

課程名稱	受訓對象	受訓總人次	開課次數	受訓總時數
新人訓練	全體新進同仁	410	1	32.8
ESG必修課程	集團全體同仁	1,188	1	154.44
誠信正直與私人利益迴避講座	集團部級以上同仁	121	3	118.69

註：ESG必修課程中含誠信經營及防範內線交易內容。

檢舉機制與程序 GRI 2-25 GRI 2-26

檢舉機制

橘子依據「誠信經營作業程序及行為準則」建立明確檢舉機制，包含調查標準作業程序、保密原則及檢舉人保護措施。為確保檢舉資訊之保密性，處理檢舉案件之相關人員皆須簽署書面聲明，承諾對檢舉人身分及檢舉內容予以保密。本公司承諾保障檢舉人不因誠信檢舉而遭受報復或不當處置。

檢舉案件處理依對象區分責任單位：外部檢舉由隸屬董事會之專責單位稽核室處理，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執行。針對經查證確有違反相關法令或本公司誠信經營政策規定者，本公司將立即要求被檢舉人停止相關行為，並依情節輕重採取適當之處置，包括但不限於內部處分、報請主管機關、移送司法機關偵辦，或依法請求損害賠償，以維護公司名譽及權益。

所有檢舉案件之處理結果與後續檢討改善措施，將由專責單位彙整並向董事會報告，相關管理辦法及資訊已公開揭露至公司網站。如有相關問題，本公司將視需要委請律師、會計師等第三方專業人士提供誠信經營相關建議。

檢舉情事處理程序

STEP 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。

STEP 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。

STEP 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。

STEP 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。

STEP 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。

STEP 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。

檢舉溝通管道 GRI 205

本公司設置公開透明且多元之內外部檢舉及申訴管道，24小時提供員工及利害關係人針對組織營運或商業關係的行為進行溝通與舉報。該管道設有匿名機制，全面保障檢舉人之隱私與權益，防止任何形式之報復行為。

	適用對象	檢舉與溝通管道
內部管道	員工	✦ 職場不法侵害申訴信箱 995@gamania.com ✦ 誠信經營事件 integrity@gamania.com ✦ 內部匿名留言板 宅橘便M ✦ 員工大會匿名QA 單
外部管道	所有利害關係人	✦ integrity@gamania.com

裁罰狀況 GRI 2-27

橘子重視法規遵循與企業倫理，持續強化內部稽核，以降低營運風險。橘子2024年未有任何重大違規或遭受主管機關裁罰之情事。

1.3.3 RISK MANAGEMENT 風險管理

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

風險管理架構與政策

風險管理政策

本公司秉持永續經營理念，透過建立、實施與維持積極主動的風險管理機制，持續掌握內外部議題與環境變化、落實營運衝擊分析並完備有效及彈性的因應措施，將風險造成之衝擊與發生可能性降至風險胃納以下，以合理確保各單位可承受風險程度與公司策略目標一致，並實現營運持續不中斷的承諾，2024年未發生用戶服務中斷之情事。公司透過董事會與高階管理階層的參與，使風險管理與公司之策略、目標產生連結，定調公司重大風險項目，並持續優化教育訓練、績效管理、風險評估、預警通報、公開揭露等機制，達到有效掌握營運相關風險及本公司建立風險控管文化之目的。

本公司風險管理委員會設於董事會之下，由董事長擔任主席，財務長擔任召集人，各單位最高主管擔任風險管理委員，並指派單位人員擔任風險管理執行人員，及會同各營運單位相關人員，負責落實執行風險管理程序。風險管理委員會每年至少召開兩次會議，負責訂定公司風險管理政策與架構，並依據行業風險特質，擬定相應風險管理策略及執行辦法，以強化風險控管機制之有效運作。風險管理委員會亦定期向董事會報告風險管理制度之執行情況與整體成效，以確保營運單位確實落實風險管理制度。

風險管理架構

風險管理與因應措施

STEP 01 風險文化及組織

1. 蒐集並參考同業或標竿企業風險組織及運作相關資訊
2. 修訂風險管理政策及程序
3. 辦理風險管理教育訓練

STEP 02 風險辨識

1. 執行風險辨識用資料蒐集及分析
2. 辨識潛在風險事件
3. 辨識潛在風險事件之現有管理對策（因應措施）

STEP 03 風險分析、衡量及回應

1. 制定風險分析量測標準及風險容忍線
2. 辦理風險評估工作坊
3. 執行風險評估，並彙整評估結果產出風險圖像
4. 回應風險（優化風險管理）

STEP 04 風險記錄及報導

1. 記錄風險管理過程產出風險管理執行情形報告
2. 向治理階層報告年度風險管理運作情形

風險辨識項目及因應措施

公司透過專業判斷及系統性分析，定期辨識與評估可能對營運、財務或企業聲譽造成重大影響的風險項目，作為風險對策制定與資源配置的重要參考依據，提前規劃應對以降低潛在衝擊，以下列示前兩大風險。

風險項目	風險敘述	風險對策／風險管理措施	監控週期
地緣政治及其他外部事件風險	全球市場的不穩定性日益加劇，特別是地緣政治衝突、貿易政策變化，甚至公共衛生事件（例如大型流行性傳染病）。如未能策略性地預測、評估及回應，皆有可能對公司營運產生直接或間接的衝擊。 橘子主要代理兩款遊戲之原廠為韓國廠商，因此可能會受未來原廠政策方向變動影響。例如是否會受中國勢力影響代理權、國家名稱是否會要求改為中國台灣等，影響台灣消費者認同。	✦ 考量因地緣政治可能影響國外產品代理，將積極與原廠保持密切聯繫，即時追蹤潛在的供應及政策變化，有助於提早因應風險並調整資源。 ✦ 因應地緣政治風險之變動，在營運策略上彈性調整與代理商之合約效期。 ✦ 定期評估、維護及分析國際地緣政治有關之影響，隨時注意國際政經情勢獲知最新風險訊息，適時制定及實施因應對策。 ✦ 以現行孵育計畫之自研商品，發展有別於過往遊戲代理之營業項目，結合多角化投資，發展多元娛樂性商品，以降低對海外商品之依賴及地緣政治影響。 ✦ 通過市場調研，了解客戶遊戲偏好，除了目前主力代理之兩款韓國線上遊戲外，發展不同遊戲廠商、不同國家遊戲廠商之遊戲代理機會。	不定期（隨時）
遊戲時間減少風險	隨著科技演進與消費者習慣的快速變化，新型娛樂市場的供給形式正持續擴張。其他產業類型(例如抖音），或是新型態遊戲類型(例如VR遊戲)的流行，正調整用戶對娛樂價值的認知與偏好，可能導致現有客戶將部分注意力與使用頻率移轉至其他的娛樂形式，影響本公司產品所能獲得的眼球時間。	✦ 以輕鬆的體驗設計出發，開發能夠與串流影音內容共享時間的休閒類型遊戲，提供玩家低操作負擔的娛樂體驗，延伸公司產品在用戶娛樂時間中的參與比例。 ✦ 於代理／自研產品中增加自動打怪／練功等設計，降低玩家遊玩負擔，使玩家可輕鬆駐留於遊戲內享受樂趣。 ✦ 積極開發hidol APP，以「拉近內容創作者與粉絲的專屬平台」為出發點，應用Vyin AI與Vyin Chat兩大AI解決方案，創造科技追星的新體驗，擴充粉絲娛樂休閒選擇，長期創造新的收益來源。	不定期（隨時）

註：部分風險項目（遊戲時間減少風險）同時出現在重大風險與新興風險中，係風險管理委員會依據專業判斷，因考量其對公司影響持續性與潛在性，故重複列示。

新興風險管理

根據目前公司所辨識出的10項重大風險，橘子參考外部環境分析、指標企業與同產業辨識之新興風險項目，據以收集風險權責主管與人員之建議，決定公司2024年度新興風險事件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。

新興風險事件	風險敘述	風險對策／風險管理措施	監控週期
導入AI所造成的不確定性風險	AI智能客服導入雖能提升效率，但也可能帶來不確定性風險，例如回應錯誤、語意誤解或無法處理複雜情境，如無法確實掌握AI技術，可能造成客戶在對談中的不滿，影響客戶體驗及公司形象。	✦ 目前針對AI相關內容，ESG尚未有相關外部法規要求。惟AI倫理、生成式內容責任及管理應用授權，並不完全取代人工，應使公司循序漸進優化AI系統，維持良好公正轉型。 ✦ 橘子集團之產品與服務多以數位娛樂多媒體內容為主，所有數位內容之上架皆依循營運所在地法規之要求，盡可能降低新技術所帶來的不確定風險。同時，作為平台方，公司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，減少不當內容的曝光風險。 ✦ 2023年正式啟動「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。	不定期（隨時）
遊戲時間減少風險	隨著科技演進與消費者習慣的快速變化，新型娛樂市場的供給形式正持續擴張。其他產業類型（例如抖音），或是新型態遊戲類型（例如VR遊戲）的流行，正調整用戶對娛樂價值的認知與偏好，可能導致現有客戶將部分注意力與使用頻率移轉至其他的娛樂形式，影響本公司產品所能獲得的眼球時間。	✦ 以輕鬆的體驗設計出發，開發能夠與串流影音內容共享時間的休閒類型遊戲，提供玩家低操作負擔的娛樂體驗，延伸公司產品在用戶娛樂時間中的參與比例。 ✦ 於代理／自研產品中增加自動打怪／練功等設計，降低玩家遊玩負擔，使玩家可輕鬆駐留於遊戲內享受樂趣。 ✦ 積極開發hidol APP，以「拉近內容創作者與粉絲的專屬平台」為出發點，應用Vyin AI與Vyin Chat兩大AI解決方案，創造科技追星的新體驗，擴充粉絲娛樂休閒選擇，長期創造新的收益來源。	不定期（隨時）

稽核制度

橘子致力於建立健全且具效能之內部控制體系，以強化風險管理、保障利害關係人權益，確保營運活動之合規性與永續經營之穩定性。公司設有稽核室，為直接隸屬於董事會之獨立單位，專責執行內部稽核相關作業。透過定期及必要時之各種稽核作業，協助董事會及管理階層檢視與評估內部控制制度之設計與執行有效性，並依據稽核結果提出具體改善建議，持續精進各項營運與管理流程，提升內部治理效能。稽核室定期向董事會及審計委員會報告年度稽核計畫執行情形及內控缺失改善狀況，作為公司內部控制制度檢討與修正之重要依據。

在外部稽核部分，本公司配合主管機關依相關法規辦理之各項查核與審查作業，針對檢查意見，積極辦理改善與追蹤，藉由持續強化內控與內稽作業，提升營運透明度與自我管理能力，降低營運風險，保障企業與利害關係人權益。

STEP 1
事前規劃
依據風險程度擬定次年度的稽核計畫，並經董事會通過。

STEP 2
執行查核
針對缺失提出書面報告及異常事項改善建議。

STEP 3
檢討改善
受查單位應提出改善措施，稽核室會於次季追蹤缺失改善情形，並撰寫報告。

STEP 4
交付獨立董事
將報告於稽核完成後次月底之前，交付獨立董事。

STEP 5
定期報告
定期向董事會及審計委員會報告稽核工作執行情形。

STEP 6
持續經營
將審查意見列為次年度稽核計畫之查核重點。

內控機制

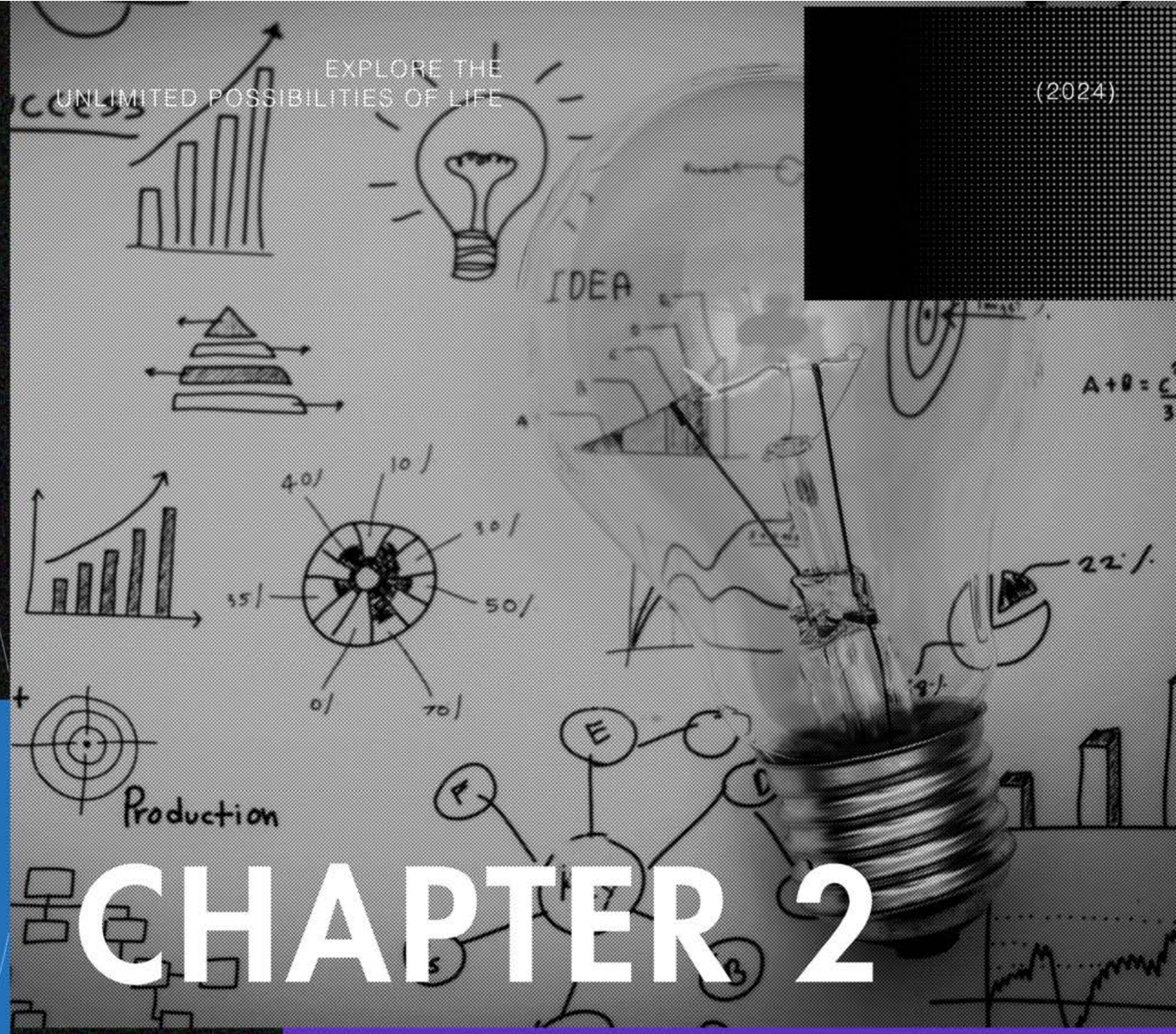
本公司為強化內部控制及風險管理體系，導入「三道防線」機制，藉由明確劃分之防線角色與職責，有效辨識、控管、分散及降低潛在風險。

第一道防線由各營運單位負責日常營運風險之辨識與控管，第二道防線則由風險管理及法遵單位協助建置制度、監督執行及進行風險評估，第三道防線則由稽核室負責獨立客觀之檢查與評估。藉由稽核機制持續檢視公司內控及風險管理制度之執行成效，並提出改善建議，確保內部控制制度之有效運作。

	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 風險管理及法遵單位	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。

PROMOTING DIGITAL RESPONSIBILITY

轉動數位責任



CHAPTER 2

2.1 創新成就
2.2 創新專利
2.3 資訊安全
2.4 客戶權益保障

2.1

創新成就

2.1.1 創新投入與研發
2.1.2 AI應用
2.1.3 創新多角化經營

INNOVATION ACHIEVEMENTS

2.1.1 創新投入與研發 INNOVATION INVESTMENT AND RESEARCH AND DEVELOPMENT

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

創新發展成果

橘子始終以滿足消費者需求為核心目標，透過集團內各事業群資源整合與協同，推動全方位的創新營運管理。在研發策略方面，橘子持續以「壯大集團IP生態圈，持續茁壯全方位娛樂生態」為願景，積極投入自有IP開發與泛娛樂內容佈局，打造最貼近新世代態度與文化的社群平台，同時深耕行動遊戲、行動生活App的開發，前瞻性佈局雲端應用與資訊安全技術領域。2024年研究發展支出達8.18億元，較前一年度提高25.27%。近年來，集團陸續導入AI技術，翻轉用戶體驗、強化數位服務效能。未來，橘子也將持續探索這一方向，延續擴展AI應用場景，邁向建構全生態娛樂網路企業的目標，為永續成長奠定堅實基礎。

創新研發支出

研發支出
8.18 億元

研發費用占營業收入比
7.39%

研發支出年增長率
25.27%

投入領域

- 開發B2B全方位的AI商務解決方案Vyin AI，處理非結構化資料、降低AI幻覺風險方面具有獨特優勢
- 提供企業的通訊技術解決方案Vyin Chat，提供可用性、可靠性、穩定性的即時聊天、語音、視訊服務
- 推出社群遊戲化全新產品VieFor，使用者能夠在VieFor推廣各種多元話題、興趣與創意
- 開發自製RPG回合制卡牌手遊，與國內知名IP合作延伸新創IP作品。打造自製遊戲，開發《櫻桃小丸子元氣版》，並於台港澳日韓及東南亞共10個國家上線，2024年度透過橘子嘉年華參與漫博展
- 孵育「文創股長」及「挺音樂！音樂靠山計畫」等品牌，實現IP跨界合作
- 推出虛擬偶像應用，完成《放送橘！好了菈！》、《哈尼小姐娛樂報報》兩檔節目製作，並以AI虛擬人「小緣」參與節目與大型媒體活動，拓展虛擬角色於資訊內容與媒體領域的應用
- 共上線27部原創漫畫、13部原創小說
- 結合三款LLM建立漫畫翻譯機制，將持續研發工具化介面與流程，預計於2025年完成AI條漫翻譯工具

創新IP發展

台灣擁有豐沛的原創內容與創意人才，無論在漫畫、動畫、遊戲或音樂等領域，皆展現出多樣化的文化能量。

然而，受限於資金挹注、商業規模等資源不足，許多原創作品在發展過程中面臨推廣困難，難以走出市場，發揮其潛在價值。橘子長期關注文化內容產業之發展脈動，積極回應市場對於本土原創作品的期待，推出多項IP孵化計畫及跨界合作項目，包括「挺音樂!音樂靠山計畫」、「文創股長」、《影后》漫畫小說改編、MOJOIN漫畫創作祭等。透過這些策略性合作，為原創內容提供更具規模的發展機會，讓台灣原創能量被更多人看見，走入日常生活及國際市場。

兩大IP孵育計畫

挺音樂! 音樂靠山計畫

邀請台北流行音樂中心合作，透過宣傳資源、演出機會、獎金等各式支持方式，為音樂人建構完整的資源網路，並運用AI技術協助音樂人行銷宣傳及粉絲經營。

文創股長

跨足圖文產業，搭建圖文IP孵育計畫「文創股長」，目前已有百位創作者進駐。從課程培訓、品牌媒合、宣傳曝光等不同方式，實際提供創作者資源，同時為各IP做圖像授權洽談。

原創三大計畫

計畫面向	2024 年成果	2025 年目標
跨域改編	✦ 推出熱門影集《影后》衍伸漫畫及小說 ✦ 繼《瀕臨絕種團》後再次推出人氣Vtuber改編漫畫《極深空計畫：喵》 ✦ 攜手占星國師唐綺陽推出戀愛漫畫《難搞的戀愛體質》 ✦ 與人氣樂團理想混蛋Bestards、芒果醬Mango Jump合作，打造音樂跨域專案《看你聽的》第二彈	✦ 持續深耕音樂與漫畫小說跨域合作 ✦ 預計開立新型態跨產業或共同製作專案3案，持續活化IP合作與樣態
新星計畫	✦ 常態性進行新星計畫，提供創作者簽約機會以及知名作家指導 ✦ 舉辦首屆MOJOIN漫畫創作祭，攜手出版公司台灣角川（KADOKAWA），收到逾百件漫畫投稿作品	✦ 舉辦首屆小說徵稿活動 ✦ 舉行第二屆漫畫創作祭徵稿活動
人才培育	✦ 為正式簽約作家提供穩定稿酬、助手補助、進修學習規劃並開展更多跨域創作之可能性	

2.1.2 AI APPLICATION AI應用

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

AI願景與策略

面對AI浪潮驅動全球數位變革，橘子集團於策略轉型的過程中，洞察企業在導入AI上的關鍵挑戰，因此2024年成立「AI 創新實驗室」，積極佈局前沿技術並擴展國際市場。透過推出企業級創新AI品牌Vyin AI，致力於提供具可靠性的解決方案，打造具永續競爭力的數位未來。

面對生成式AI技術在商業應用中的挑戰，橘子從企業實際營運痛點出發，聚焦於解決市場對AI商業化應用的核心疑慮，透過自研兩項核心技術，一是仿造人腦來打造LLM模型，二是自行研發Distilled RAG架構，鎖定企業級應用場景，並打造Vyin Brain、Vyin RecSys及Vyin Star三大產品，全面覆蓋多種企業應用場景，成為AI商務解決方案專家。

AI核心產品

橘子集團Vyin AI解決方案目前主力推動三大核心產品，包括Vyin Brain、Vyin RecSys及Vyin Star。Vyin Brain是基於生成式人工智慧（Gen AI）技術所構建之智能對話系統（Chatbot），主要協助企業有效降低客服營運成本與提升用戶體驗；Vyin RecSys聚焦超個人化的商業推薦，進而提升企業營收表現；Vyin Star則涉及授權明星虛擬化業務，善用AI圖像生成及語音技術，打造 AI 賦能的 MarTech 創新應用。Vyin AI除持續深耕台灣市場，鞏固發展根基，也積極向外拓展國際市場。

Vyin Brain

產品內容	智能中樞 AI chatbot
產品效益	降低客服營運成本並提升用戶體驗

Vyin RecSys

產品內容	智能推薦系統
產品效益	實現數據驅動及商品收益成長

Vyin Star

產品內容	授權明星虛擬分身
產品效益	將明星影響力轉化為商品收益

Vyin AI 五大領域核心技術

AI 領域	AI 核心技術			組合應用
文字	自然語言處理NLP	辨識	命名實體辨識	✦ 個人化搜尋與推薦 ✦ 詐騙、廣告、色情、暴力偵測 ✦ AI記者（新聞內容、懶人包） ✦ AI Podcast ✦ AI SOUNDTRACK ✦ 客服機器人 ✦ 影音、會議內容摘要 ✦ 圖像搜尋 ✦ AI Avatar ✦ 聲音模仿、人聲轉換 ✦ OCR（影像中文字辨認，協助身分證比對） ✦ AI MV ✦ AI廣告投手推薦 ✦ AI數位內容匹配 ✦ 商品智能標籤拆解
			文字分類、預測	
		生成	文字指令生文字	
圖像	電腦視覺CV	辨識	圖片內容辨識	
		生成	文字指令生圖像	
			圖像生圖像	
影片		辨識	影片內容辨識	
		生成	Prompt生圖像	
			圖像生影片	
聲音	數位語音處理DSP	辨識	聲音內容辨識	
		生成	文字指令生聲音	
			聲音生聲音（聲音合成）	
行為	大數據BD	辨識	行為追蹤辨識	

AI應用場景

除發展Vyin AI解決方案應用外，橘子亦積極探索AI技術在文化創作領域之可能性，導入ACGN（動畫、漫畫、遊戲、小說）領域，不僅提升創作者創作效率，亦能改變用戶體驗，實現更加個性化和多樣化的創作方式。我們計畫針對以下幾個面向結合AI Agent概念，助力ACGN領域的創新發展。

劇情創作 Agent

針對劇情創作，不僅輔助創作者快速構建故事，還能指導劇情發展、角色互動與對話設計。可實現AI自動優化內容，提供風格調整、情節分支與文化適應，並支持多媒體創作，有助於高效創作獨特故事。

漫畫設計 Agent

針對漫畫設計，可自動生成分鏡圖、場景設計與角色互動，根據劇情要求提供畫面構圖建議，並幫助創作者快速完成草圖、背景設計和細節繪製。同時也能協助調整角色姿勢、表情以及畫面風格，讓漫畫創作過程更加流暢和高效。

遊戲互動 Agent

針對遊戲開發，可提供智能化的遊戲關卡設計、角色互動和挑戰系統生成，根據玩家的行為和反饋優化遊戲內容，提升遊戲的互動性和沉浸感。

同時，橘子也利用AI進一步擴大在營運中的應用：

遊戲測試 Agent

可進行自動化遊戲測試，包括功能測試、性能測試和除錯，快速發現並報告錯誤，檢查功能是否符合設計要求，實現調整測試過程，減少人工測試時間與成本，確保遊戲品質、流暢性和穩定性。

專案管理 Agent

可實現即時監控專案進度，根據任務完成情況生成進度報告，並及時向PM發出風險預警。如果發現專案進度滯後、資源不足或存在其他潛在問題，AI會提出調整建議，協助PM提前應對風險。同時，AI可自動執行大量的管理任務，減少公司對人工的依賴，從而節省人力成本，團隊可以將更多的精力投入到創新和核心業務之中。

Vyin Brain 文字客服機器人

在生成式AI領域，業界普遍面臨「AI幻覺」（AI Hallucinations）之挑戰，即AI可能生成誤導性資訊，對企業品牌形象與客戶信任構成潛在風險。因此，該領域之商業化發展相對謹慎，目前仍以傳統客服模式為主流。為解決上述挑戰，橘子推出AI解決方案Vyin Brain文字客服機器人。創新性自主研發兩項關鍵技術，打造類比人腦的五大中樞架構，將AI的「知識中樞」與「語言中樞」分離，從根本上解決AI幻覺的結構性問題。同時導入Distilled RAG架構，作為「知識中樞」提升資料索引與理解的精準度，確保準確、安全、可控，以有效控制AI幻覺的產生。相較於主流的RAG架構，在準確性表現方面大幅提升。

以應用實例來說，橘子集團旗下主力遊戲《新楓之谷》導入 AI Chatbot 線上即時文字客服，透過自研技術 Vyin Brain，在沒有風險回答的前提下，能自主解決83%的問題，客戶滿意比例高達98%，且沒有任何風險回答的產生。大幅降低寒暑假遊戲旺季的客服案件量，提升營運效率及客戶服務體驗。再以新開發的跨平台大型戰鬥遊戲《波拉西亞戰記》為例，自主解決問題比例達 97%。

Vyin RecSys & Vyin Star 互動式對話服務

得益於Vyin AI之技術發展，橘子利用其前瞻技術，為客戶提升實際營運效益並帶來良好體驗，Vyin RecSys及Vyin Star即是為了滿足其他應用場景的AI需求。其中，Vyin RecSys能夠即時解析Vyin Brain的對話，立刻推薦最符合當下情境的資料給使用者。同時，利用Vyin Star進行AI圖像生成及語音技術，通過授權明星虛擬化帶動商品銷售，打造AI賦能的 MarTech 創新應用。

Vyin Star 技術集成能力

AI圖像生成（外在形象）
利用明星肖像授權或客製化訓練模型，融合品牌風格，打造品牌專屬形象

AI語音技術（語音表達）
透過高擬真、明星授權或IP授權語音與客戶進行有溫度的溝通

Vyin Brain（核心大腦）
無AI幻覺，確保對話準確可信，互動符合品牌形象與規範

Vyin RecSys（精準廣告）
已應用於遊戲、娛樂、電商、媒體、客服、金融科技等領域，為企業拓展營收

《AI DJ Heart 樹洞先生》音樂推薦

Vyin AI於2024年12月推出全新AI音樂推薦系統「AI DJ Heart 樹洞先生」，首度應用於「AI 潮流探索站」大型科技娛樂活動中，徹底改變樂迷搜尋和探索音樂的方式。進入「AI DJ Heart 樹洞先生」不僅能與 AI 偶像聊心事，還能輸入心情文字播放符合情境的專屬歌曲，為用戶量身打造個人化歌單。此外，燈光也會隨著每首音樂同步變化，帶來聲光交織的奇幻旅程，讓用戶沉浸於音樂與科技的完美融合。

此創新系統不僅提升音樂探索的效率與樂趣，更展現橘子推動AI與文化融合的實質成果，為未來數位音樂生態的多元發展開啟全新可能。

◀ 台北跨年晚會現場AI虛擬主持人

◀ Vyin AI於信義香堤大道廣場打造「AI 潮流探索站」

AI CUSTOMER SERVICE AI客服

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

作為一家起源於遊戲產業的客戶服務公司，橘子始終走在數位創新的前沿。自2024年起，我們積極展開AI轉型升級之路，致力於將多年累積的客戶服務經驗與人工智慧技術深度融合，推動客服產業邁向更高效、更智能的發展方向。我們以提供全方位用戶經營智能化解決方案為目標，期望成為企業在數位轉型升級過程中的關鍵夥伴，展現對創新數位驅動與永續發展的長期承諾。

在優服AI客服的發展策略上，橘子聚焦於三大核心面向：

POINT 01
整合內部智能系統與自研工具，協助企業快速導入AI客服，降低技術轉換的門檻與成本。

POINT 02
透過服務數據分析常見問題，開發具備產業針對性的客製化AI工具，廣泛應用於客服、行銷與會員經營等場景。

POINT 03
推動AI模組的標準化設計，強化解決方案的跨場景部署能力，減少重工流程並提升資源使用效率，實踐低碳高效的綠色科技理念。

優服AI客服為與Vyin AI合作開發的重要成果，該系統透過獨家技術，打造功能齊備的一站式整合架構，採用創新智能機器人大腦架構，融合自然語言處理（NLP）、語意理解、上下文記憶與智能推薦引擎等技術，具備可持續學習與跨平台整合能力。相較於傳統制式選單機器人，優服AI客服**可依據用戶提問意圖與歷史互動紀錄，提供更貼近語境的個性化回應，顯著提升問題解決效率與客戶滿意度。**

企業在導入AI客服時，常面臨語料品質不足、流程整合困難、員工排斥新工具、與用戶體驗斷點等困難。為有效因應上述挑戰，我們**透過以下方式優化導入過程。**

語料建置與優化
建構產業知識圖譜，並引入語料提煉模型，促進AI回應準確性提升。

系統共融整合
AI客服可與CRM、知識庫、工單系統無縫串接，提升流程協同效益。

內部推動與教育訓練
推動AI相關教育訓練，導入混合式客服模式（AI +人工），確保客服人員能有效與系統協同作業。

AI CUSTOMER SERVICE AI客服

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

在實踐上述策略的過程中，我們亦陸續開展多項AI客服的實際導入，透過實際案例驗證成效，逐步推進智慧客服的落地與優化。目前優服AI客服已實務應用在集團內多款產品服務，例如新楓之谷、波拉西亞戰記、天堂M、遊戲橘子會員、hidol。

全年累計約有23萬筆自動應答對話，自主解決率達96%，成長率達9%，有效紓解高峰期客服壓力。全渠道的客服需求約有35%可在2分鐘內獲得解決，大幅縮減客戶等待時間，有效強化服務韌性。

全年累積 **230,000** 筆自動應答對話

自主解決率 **96%**

成長率達 **9%**

35% 的客服需求，可在 **2分鐘內** 獲得解決

透過 AI 客服與真人客服的緊密協作，顯著提升了客戶的即時互動與使用體驗，並透過數據分析持續優化服務流程與內容，有效提升整體服務效率與品牌信賴度。實現平均首次回應時間縮短67%，並且全年客服滿意度穩定維持在95%以上。

平均首次回應時間縮短

67%

全年客服滿意度穩定維持在

95%+

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

AI新聞主播「倪珍」

AI NEWS ANCHOR "NIKI"

AI虛擬人擁有多語言能力，在媒體、觀光及客服等領域具有巨大潛力，未來可以擔任觀光大使、代言品牌，並能針對即時新聞內容、在地觀光資訊或是產品客服，提供各種更具即時性、互動性及個人化的服務體驗。

AI新聞主播 倪珍

子公司今日新聞（NOWnews）成功推出**AI新聞主播「倪珍(Niki)」**，實現24小時全天候新聞播報，內容涵蓋NOWnews每天自產的兩百則即時新聞，橫跨政治、體育、時事、娛樂及天氣等多元領域，並同步在YouTube與OTT平台直播。

除了線上平台，NiKi也進一步擴展至實體公共場域，例如與西門町大型電子看板合作定期播報氣象資訊，並進駐各大警局、全民防詐騙網站165及其粉專，協助宣導防範新型詐騙。

同時，NiKi也積極與政府、地方機關及產業夥伴的合作，與移民署合作製作越南語和印尼語的政令宣導，為台北市觀光局以及各類產業夥伴提出企劃合作提案。我們期望將AI虛擬人應用拓展至更多公共場域，開發更貼近民眾需求的應用場景。**目前NiKi已支援中文、英文及越南語三種語言，並規劃進一步擴增至日語、韓文、印尼語、菲律賓語、泰語等，以應對新住民、海外觀光及客服需求。**多國語言更換可滿足即時需求，免除翻譯、校正及配音的時間。技術方面，該AI虛擬人整合了**高度自動化的內容管理系統及AI語音暨影像生成技術**，確保內容的即時更新與播報。通過強化深度學習模型訓練，持續提升語音自然度與互動回應能力，維持高品質的語音互動表現。

短期目標將以**媒體傳播及互動娛樂**為主軸，包含直播聊天室互動留言功能的測試與上線；中長期計畫則拓展至**觀光旅遊、數位內容行銷、客戶服務等**領域。未來亦將投入更豐富的情感識別與即時互動技術，讓虛擬人具備更高程度的人性化溝通能力，達成真正**跨界、跨產業的廣泛應用**。

2.1.3 創新多角化經營 INNOVATIVE AND DIVERSIFIED MANAGEMENT

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

多角化的橘子

長期以來，外界對橘子的認知多以遊戲產業為主，然而集團近年來積極推動業務多元化轉型，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，致力發展電子支付、數位媒體、電子商務、社群平台及多項新創服務，結合原創IP內容的創新孵化，期望透過內外部創新，提供更全球化的網路科技服務。

聚焦領域	2024年成果
遊戲營運	✦《新楓之谷》進行六轉改版，帶動營收創高，並預計於2025年推出20週年慶祝活動。 ✦推出集團第一款跨平台MMORPG遊戲《波拉西亞戰記》，持續擴張台港澳玩家群體。 ✦開發《便利商店 口袋版》自製手遊，根據測試反饋調整產品內容，並加入品牌合作等相關功能。 ✦自研產品《櫻桃小丸子—元氣版》，實現台灣及海外輕營運，通過累積各國用戶輪廓資料，為後續自研產品出海鋪路，並從實戰中學習，降低未來自研開發風險。 ✦開發自製RPG回合制卡牌手遊，與國內知名IP合作延伸新創IP作品。
技術研發	✦開發行動裝置資安防護產品appGuard，提供四大核心功能，有效協助用戶預防駭客攻擊與敏感資料外洩風險，並取得Common Criteria EAL2國際性安全性認證。
AI應用	✦成立AI創新實驗室，推出B2B服務為主的創新AI技術品牌Vyin AI，自研打造三項核心產品Vyin Brain、Vyin RecSys與Vyin Star，協助企業在各自領域中有效運用AI工具。 ✦推出創意互動社群平台VieFor，平台將根據用戶興趣標籤，並利用 AI 技術即時生成專屬的 AI 虛擬頭像。 ✦於粉絲互動社群平台hidol中導入生成式AI技術，實現虛擬偶像語音互動，提供用戶沉浸式體驗。

▸ 粉絲社群平台hidol使用介面

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。

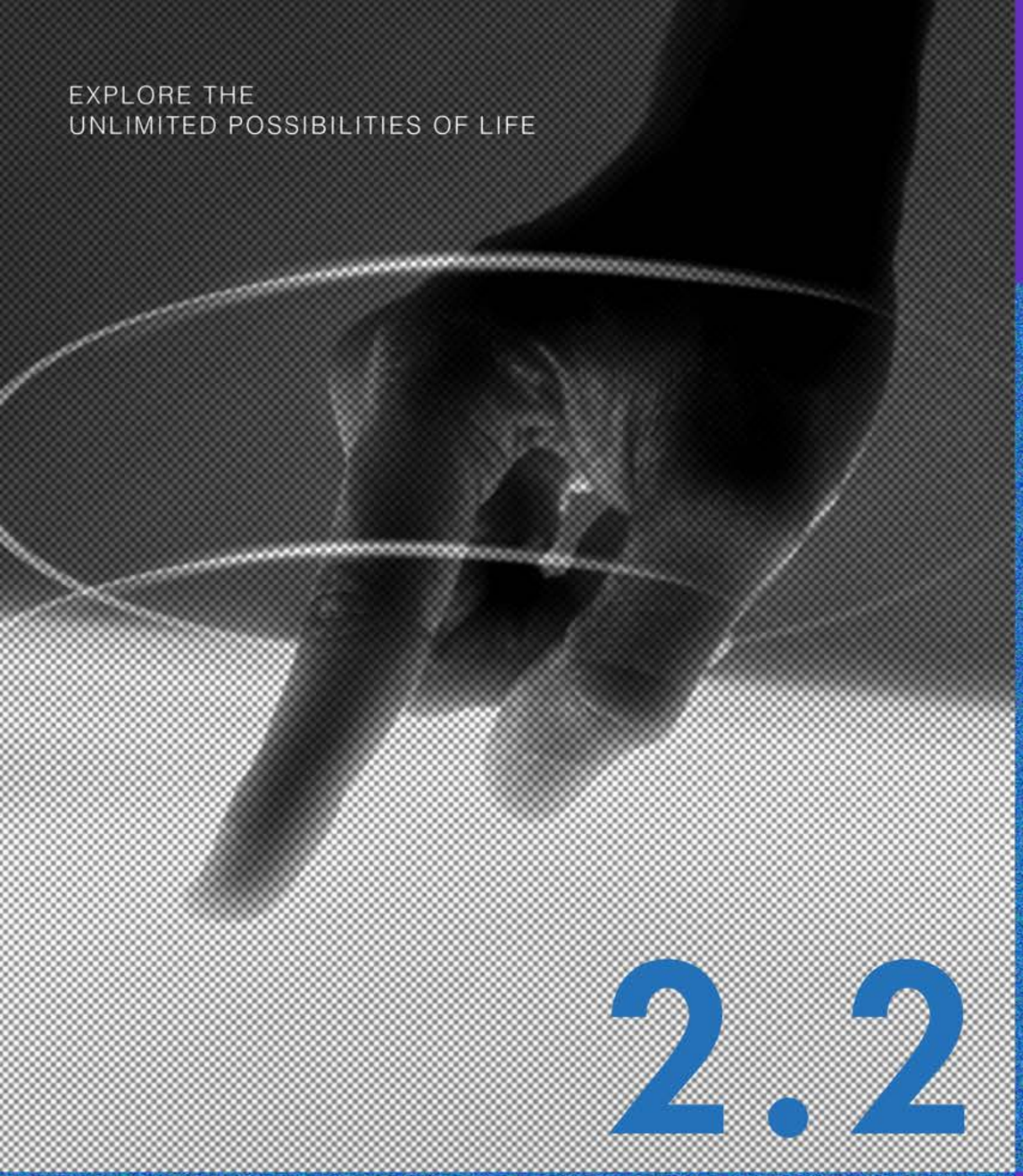
在外部創新方面，透過策略性投資新創企業，以獲得關鍵技術、加快產品開發速度，並取得具創新力的經營或技術團隊與人才，以提升集團競爭優勢及開發新事業發展機會，促進集團中長期營收及獲利成長動能。

創新投入

橘子集團與文策院資深媒體製作人詹仁雄，集結六家經紀公司合作推出女團選秀節目《未來少女》（NEXT GIRLZ），打造六組女團及一組隱藏團體。節目每週融入不同主題概念，評分機制結合現場專業評審以及beanfun!「一起SHOW」線上人氣熱度投票，實現虛實整合的互動式選秀體驗，創下高參與度與話題討論熱度。讓觀眾不再只是被動觀看，更成為藝人成長旅程中的重要一環，展現內容娛樂在數位時代下的進化樣貌。《未來少女》於2024年榮獲第59屆金鐘獎「綜藝節目獎」，評審團認為該節目成功推動了台灣流行文化之傳播，對未來的娛樂趨勢產生深遠影響。

繼《未來少女》之後，橘子於2024年推出《原子少年2》，並與集團旗下hidol平台展開跨界合作，讓54位參賽少年同步進駐hidol經營粉絲社群，打造更立體的偶像經營體系。

未來，橘子集團將持續投入和深化與娛樂產業的合作布局，透過數位平台與AI技術賦能，擴展更多藝人與節目的合作可能，扶植新世代創作者與偶像團體，打造更具互動性與永續性的內容生態體系。



INNOVATION AND PATENTS

創新專利

2.2

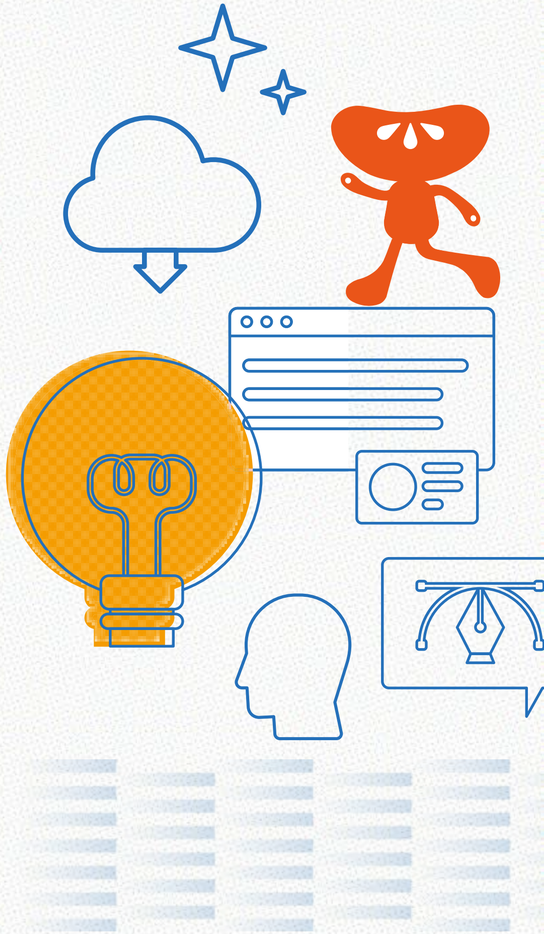
2.2.1 專利與智慧財產權
2.2.2 專利成就

2.2.1 專利及智慧財產權 PATENTS AND INTELLECTUAL PROPERTY

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

專利策略

遊戲橘子持續追求研發創新，依據營運目標投入必要之研發資源，並建立智慧財產管理計畫，以系統化方式推動相關資產之識別、保護與運用，減少因侵權或不合規而產生的風險。藉由完善智慧財產權管理，有助於降低潛在營運風險與管理成本，提升研發效益與企業整體競爭力，進而鞏固公司在產業中的地位。



專利目標

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2024年11月6日。於智慧財產權管理方面，公司在2024年設定兩項重點目標：

1 強化員工智慧財產保護權意識

2024年成果

- 2位同仁取得自評員資格，具備簽自評報告書資格。
- 對新進、離職員工增加智財保密調查與提醒。
- 規劃內部教育訓練課程。

2025年目標

- 規劃並實施內部教育訓練課程，圍繞智慧財產權保護意識進行宣導，提升組織整體對智慧財產權正確認知與合規意識。

2 精進智慧財產權管理制度

2024年成果

- 修正機密文件之保存年限控管維護方式。
- 研發過程中建立進行專利查詢之節點，及早識別相關專利之權利範圍。
- 確認、修改及新建立29項制度與文件。

2025年目標

- 積極回應櫃買中心公司治理評鑑相關指標，導入台灣智慧財產管理系統（TIPS），強化公司智慧財產權管理制度，目標於2025年取得TIPS A級認證，促進內部智慧財產權管理制度升級與完善。

智慧財產權基本政策

在數位娛樂快速演進的趨勢下，專利已成為遊戲產業中保護創新成果與維持市場競爭力的關鍵資產。尤其在遊戲產業中，除了系統架構外，遊戲創新玩法、介面設計等，皆屬於高度依賴創意與技術的智慧財產權，亟需透過專利制度加以保護，以防範抄襲與侵權。

為妥善運用及保護本公司之智慧財產，公司訂有「智慧財產權基本政策」，規劃智慧財產權策略，以降低經營風險、提高企業獲利及取得產業領導地位，並有效避免因侵權而發生的法律風險與經濟損失。

策略 → 政策

降低經營成本及風險	智慧財產法律資源運用辦法	訊息互通、資源共用，降低法律成本
	智慧財產保護辦法	保護智財不受侵害並避免侵害他人，有效管控風險的發生及減輕損害
	自製產品商標管理辦法	釐清商標權利歸屬，避免集團內重複登記商標之浪費
	代理產品商標管理辦法	得知將代理遊戲時，即進入商標管理流程，以避免商標於各授權地區遭惡意搶先註冊，而徒增營運困擾
	智慧財產稽核辦法	透過稽核方式，監督、落實各智財辦法之執行，以確保策略目標達成
提高企業獲利	專利管理辦法	管理集團專利權內容，為集團累積能獲利的智慧（無體）財產
	著作權管理辦法	管理集團創作內容，為集團累積智慧（無體）財產
	智慧財產運用辦法	將集團累積之智慧財產，以各種方式大量地運用，以提高獲利
取得產業領導地位	智慧財產獎勵辦法	利用獎勵辦法提高集團研發、創作的能力及素質，累積、增加競爭的籌碼，以逐步取得產業領導的地位
	專利管理辦法	有效管理集團內專利研發的能力及資源，拉高競爭門檻

2.2.2 專利成就 PATENT ACHIEVEMENTS

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

創新專利申請

專利研發策略

橘子持續強化智慧財產佈局，將專利作為產品競爭力與研發成果的具體體現。公司之專利研發策略以產品線發展為主軸，特別針對hidol互動偶像平台與VieFor社群服務，進行關鍵技術的專利申請，確保創新能量轉化為橘子長期競爭優勢。

專利研發領域

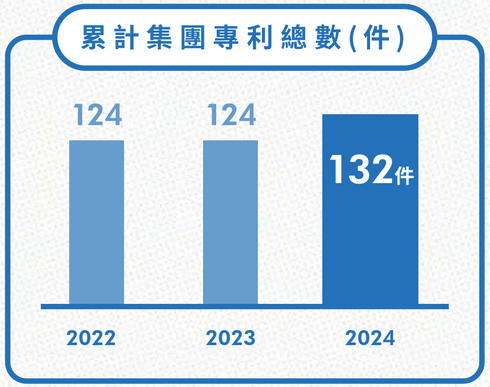
近年來，橘子專注於AI互動技術、沉浸式社群體驗等領域的研發，緊密連結未來與科技趨勢，為遊戲以外的新興平台應用奠定技術基礎。

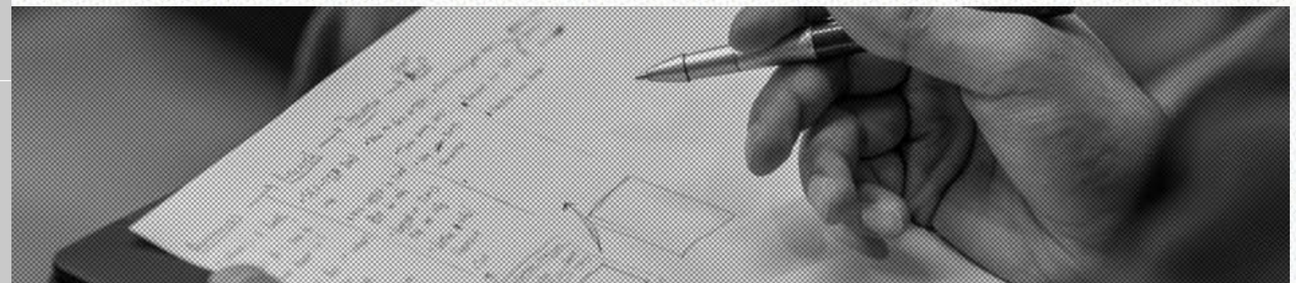
專利研發運用成果

目前橘子之專利數量在遊戲產業中優於同業平均水平，近三年平均成長率達到11.11%，顯示橘子在技術創新上的穩定累積。透過持續的專利佈局，公司不僅強化了自有技術的保護力，也進一步鞏固了關鍵領域的護城河。

歷年專利數統計

橘子深知專利對於企業長期發展與品牌價值的戰略意義，積極投入技術研發與創新成果保護。截至2024年，集團海內外專利申請數達132件，核准專利數共115件。未來，公司將持續強化研發投入與技術創新，積極取得國內專利權，進一步提升整體市場競爭力。





2.3

INFORMATION SECURITY

資訊安全

2.3.1 資安管理

2.3.2 守護網路安全

2.3.1 資安管理 INFORMATION SECURITY MANAGEMENT

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

集團資通安全政策

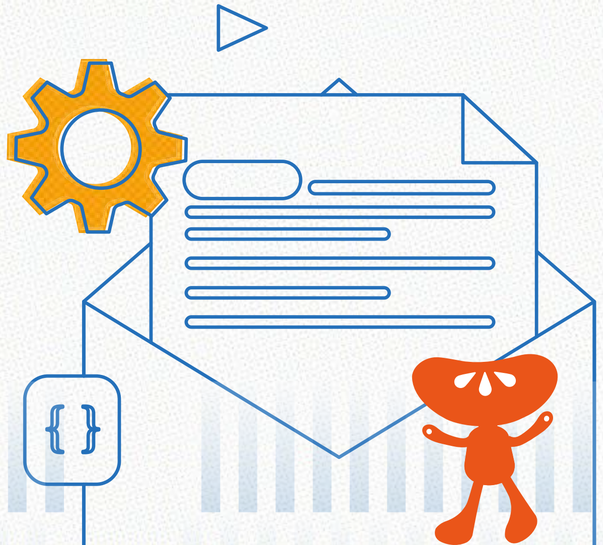
本公司訂有由執行長核定之「集團資通安全政策」，作為本集團建立資訊安全與網路安全管理制度、程序及電腦系統軟硬體等相關資通管理之準則，旨在確保公司重要資訊之機密性、完整性及可用性。我們遵循「上市上櫃公司資通安全管控指引」，藉由ISO 27001標準之規範，不斷校修集團資通安全政策，定期檢視公司在威脅情資、雲服務使用之資訊安全、ICT、物理安全監控、配置管理、信息刪除、數據屏蔽、數據洩露預防、監控活動、安全編碼等方面的情形，以符合國際資安控制措施之要求。

資訊安全組織架構

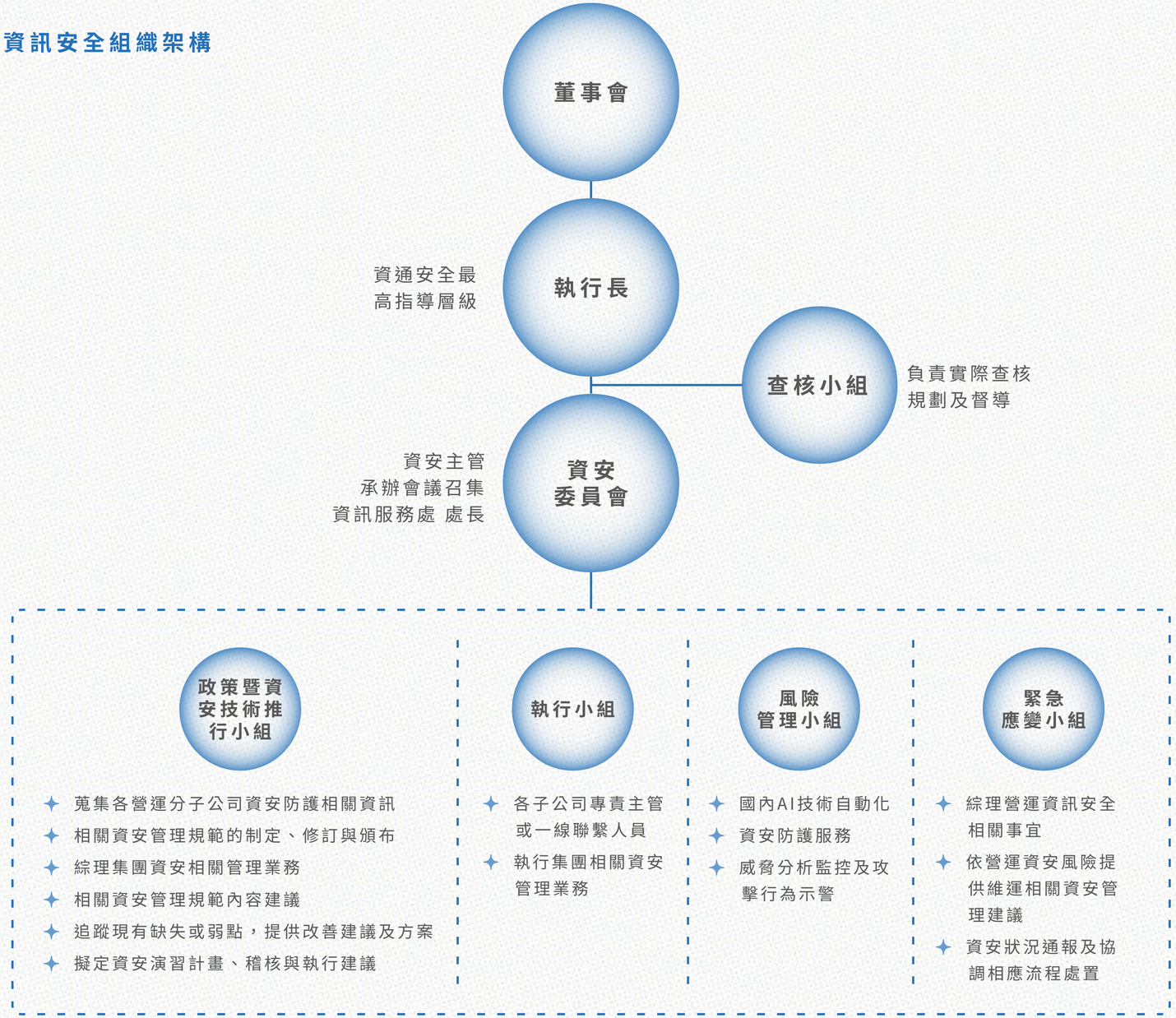
「集團資通安全管理委員會」（以下簡稱資安委員會）為本公司資通安全的最高指導組織，由集團董事長暨執行長擔任最高督導，董事長自公司成立以來具備豐富資安治理經驗，同時擔任集團旗下資安公司雲力橘子法人代表，負責全面監督與檢視各項資訊安全管理措施的落實，充分展現集團對資通安全制度的高度重視與支持。委員會成員由各部門指派專員組成，成員層級涵蓋首長與處級主管等職，並設置「資安主管」一職，由資訊服務處之處級單位統籌管理資通安全相關事務，另委請專業資安技術團隊協助提供各項資安服務。2024年委員會召開兩次會議，由集團執行長主持，針對資安管理制度的執行情況、營運風險評估、資安專案進度及因應對策進行整體檢討與決策，確保資安策略與營運需求保持一致。在集團營運策略及政府法令法規指導下，委員會負責制訂整體資安政策，推動資安防護措施部署、系統漏洞補強、異常事件掌握及重大事件應變。

全面導入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，確保風險管理制度「說寫做一致」，並以持續改善為核心，提升營運與服務的安全韌性。

透過風險評估、政策滾動修訂、防護建置、監控管理與弱點補強的完整循環架構，持續追蹤最新資安趨勢，靈活調整因應不同的資訊服務模式、營運環境與法規要求，確保資訊系統與網路服務能在可控風險範圍內穩定運作。



資訊安全組織架構



為強化資通安全治理與執行效能，集團於資安委員會下設立多元職能小組，包括政策暨資安技術推行小組、執行小組、查核小組、風險管理小組及緊急應變小組。

「集團資通安全組織管理辦法」明訂各小組權責，以持續推動資通安全相關事宜，回饋資安治理之安全管理指標。各小組分工合作、相輔相成。政策暨資安技術推行小組統籌蒐集資安資訊並提出管理優化建議；執行小組由各單位指派同仁組成，負責資通安全作業落實及規定推廣，上、下半年各召開1次工作管理協調會議；查核小組規劃與督導內部訪查作業；風險管理小組專責威脅情資之蒐集與分析；緊急應變小組則於重大資安事件發生時，即時應變、調度資源並執行復原工作，共同維護集團整體資通安全體系之穩健運作。

同時，資訊單位定期進行資安評量、資訊資產盤點、營運系統清查、界定營運衝擊（包括MTPD、RTO、RPO）以及資安量測。

我們持續關注組織適用之法規修訂情況，即時校準集團資通安全相關管理文件。資安委員會每年定期召開資通安全管理審查會議，審查資通安全制度管理與落實之執行成效、研議強化資通安全管理方向，商議或提供資通安全管理制度執行所需之相關資源，確保集團資安做法符合法規與監管要求，以降低資安風險、強化防護，因應不斷變化的資安威脅。

資訊安全管理策略與措施

資訊安全管理策略

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。

人員

分群實施教育訓練，針對一般同仁開展資通安全通識課程訓練，針對資訊人員開展功能性資安講座或課程。

制度

遵循上市上櫃資通安全管控指引，同時借鑑ISO 27001標準，校修或新增資訊作業管理相關規範。

管理

透過明定資安委員會各小組職責，定期會議、宣導資通安全政策及相關安控要求，即時檢討實作情況與反饋。

橘子持續朝「全生態科技企業」之目標，積極落實「永續轉動」的核心策略，引入外部資安風險與安全管理績效評級，評級優良可以提升企業品牌形象，吸引潛在客戶或合作夥伴，進而提高企業整體價值，同時讓投資人了解公司資安管理的表現、資安體質的健康程度，進而成為投資決策的重要參考依據。

資訊安全管理措施

管理階段	管理方式
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、利害關係人之要求，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** ● 依據不同的資訊作業服務性質及風險進行營運業務資安分級、設定必要防護作為，並定期進行各項資安管理評量；對於資通服務系統進行安全檢測、辦理網站或主機弱點掃描、滲透測試，要求系統上線前或重大變更時執行源碼掃描安全檢測，並完成系統弱點修補，降低人為或自然因素對企業營運所造成的衝擊；同時也藉此了解、評估企業網路環境及系統安全狀況，驗證目前資安防護設定的安全等級與成效。 **導入資安監控（SOC）及端點防護（EDR）機制** ● 偕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。 **鼓勵集團導入ISO 27001等國際資訊安全管理標準** ● 每年透過公正第三方定期執行外部稽核，全面檢視資通安全管理系統，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（具體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。 **培養員工資安意識** ● 年度辦理電子郵件社交工程演練，透過模擬駭客攻擊手法、打造仿真度極高的攻擊模擬郵件，寄送誘騙信件給員工，藉以了解員工資安意識的真實狀況與面對社交工程、網路釣魚等行為的基礎防衛能力；對於誘騙成功的員工施以針對性的教育，喚起員工面對此類威脅的本能反應，引以調整資安應對行為、建立資安防護停、看、聽的反應力。 ● 由資安風險驅動教育訓練，讓主動防禦位於攻擊之前，透過內部適當的資訊安全講習，提升資通管理人員及一般同仁資安認知及意識、了解資訊安全重要性及各種可能的安全風險、提高員工資訊安全意識、進而改變行為。2024年列為集團全員必修課程，以全面性地提升同仁資安意識，完訓率達100%。 ● 不定期派送資訊安全電子報輔以資安意識宣導，藉此提升及鞏固企業員工對於資安意識警覺性、培養安全檢查的習慣。

資訊安全管理措施

管理階段	管理方式
事中執行與檢核	**營運資訊作業自我評量** ● 針對各項資安管理措施設定評量機制，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而形成的資安缺口。 **重要系統、資料庫及檔案皆具備份機制** ● 集團已建立完整的營運持續與災難復原計畫，涵蓋關鍵系統、資料庫與檔案之備份機制，並定期（每年至少一次）執行災復演練。演練內容包含書面模擬與實際情境測試，以確保還原IT基礎架構存取權和功能的有效性，確認在發生異常時能即時恢復存取權限與系統功能，快速恢復至企業正常或可接受的營運水準，以達到核心服務系統持續運作、企業營運不中斷。 **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	● 建立資安應變及通報機制，確保資安事件可迅速及完善地處理與復原，同時增設資安事件回顧管理機制。 ● 2024年未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

橘子在2024年檢視並調整「集團營運事業資安管理要點」，持續提升資訊安全管理的完整性。針對資訊系統內的網路、作業系統、資料庫、應用程式等面向，強化整體安全強度，確保資訊系統穩定運作，保護資訊設備與資料文件的安全，避免遭受各類威脅侵入與破壞，進而降低營運作業風險。針對任何可能對營運資訊作業構成威脅的因素，公司進行安全指標資料之蒐集，並要求相關資訊系統與服務實施定期或不定期的必要安全檢測，以提升防護效能。

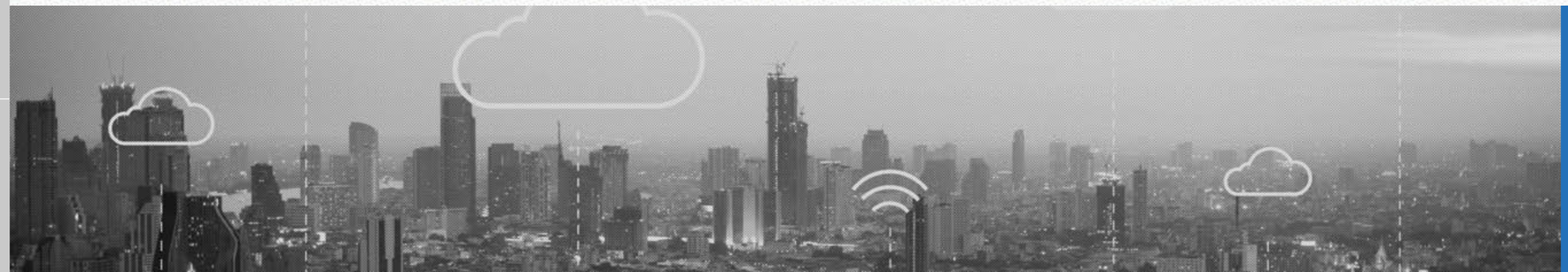
資安風險管理目標

資安風險管理為持續性的循環機制，透過管理機制進行資通安全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最小化損失和最大化收益。集團資通安全目標如下：

1. 維持集團之資通系統持續運作
2. 防止駭客、病毒等外部威脅惡意入侵及破壞
3. 防止人為意圖不當及資訊資產之不法使用
4. 防止機敏資訊外洩
5. 避免人為疏失意外
6. 維護實體環境安全

辨識之資安風險與因應措施

資安風險項目	可能影響	因應措施
律法及標準合規性	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」，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。且企業有符合國際資訊安全標準體系之目標。	● 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。 ● 透過第三方認證機構核實驗證實作，取得ISO 27001認證並持續維護其有效性。
網路攻擊	企業資訊技術人員自身不安全的規則設定或未依規辦理的資訊作業程序，將有機會讓不肖人士使用技術手段或方法，透過管理漏洞，入侵、破壞或是竊取目標系統或網路，直接衝擊企業營運。	● 訂定「集團資通安全政策」、「OA網路系統管理辦法」，對於建置環境時應使用必要之防護措施予以要求，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。 ● 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：資安健檢、弱點掃描、滲透測試等）並修補弱點。 ● 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。
病毒威脅	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、不安全的存取權限設定等皆可能攜帶病毒。	● 設置多層次防禦機制及檢測，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。 ● 每年於不特定期間對企業員工進行電子郵件社交攻擊演練，使用擬真度較高的郵件對企業員工進行測試，用以驗證同仁對於不安全郵件的警惕程度，對於成功誘騙的同仁施針對性教育訓練，並於課後評測學習成效，同時也分析錯答題型，作為日後教育訓練課程編撰的調整基礎。



辨識之資安風險與因應措施

資安風險項目	可能影響	因應措施
營運中斷	資通系統無法持續運作，將停止對外提供營運服務，影響品牌形象、營收、客戶及股東信任及權利受損。	● 依據「集團資通安全政策」、「集團營運事業資安管理要點」，每年要求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、確保機敏資訊之安全性，演練包括事件通報處理，藉由完整的演練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。
員工資安意識不足	員工因職責所需，直接接觸公司營運系統及資料，未依安控要求操作、非安全的使用習慣或處理方式、甚至是將公司配發的資訊設備不慎遺失且未妥善進行必要之處置，該設備可能會使用到不明軟體、感染惡意程式，因而意漏營運之機敏資料，影響到公司內部系統安全、營業秘密、資料外洩，引發資安事件。	● 年度設有全員資通安全必修之通識課程，定期對全體同仁進行教育訓練，年度訓練情況詳見2.3.1資安管理-資安教育訓練。 ● 不定期透過資訊服務協作平台「資通安全專區」發布資安相關資訊及報導，建立員工資安基礎知識、降低不慎操作而造成資安風險的機會。 ● 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，藉此提升風險預判能力。
新興資安威脅	雲服務與生成式AI工具的普及雖然提升了作業效率與技術學習速度，卻也伴隨資安風險的上升。生成式AI工具的普及可能造成資訊過度依賴或做出錯誤決策，且降低攻擊工具的獲取門檻，可能加速資安威脅的擴散。	● 計畫修訂「集團雲端服務使用管理規範」，增加遴選、評估機制，及使用期間之安全要求等規定。 ● 規劃於2025年導入外部資安風險與安全管理績效評級工具以及資料外洩防護工具，藉由外部風險評級工作之25個風險向量，瞭解組織具體曝險所在，對於檢測結果中的弱點或漏洞排定修補；同時利用資料防洩工具，阻擋未經授權的使用者存取、濫用或外洩機敏資料。

資安技術提升

為因應快速變化的數位威脅環境，遊戲橘子持續強化資訊安全技術，透過政策制定、人才培育、即時監控及產業交流等多面向措施，提升資安防護韌性。

01 資安防護客製化

橘子依據各子公司的營運特性與風險樣態，採取靈活的技術部署。以端點偵測與回應（EDR）防護政策為例，在導入該政策時，由於各子公司對於端點保護的目的和標的不同，橘子會針對不同設備類型（如PC、伺服器）、業務需求及資料敏感度，制定量身訂製的資安策略，確保各公司都具備最符合實際需求的資安防護能力。

02 資安培育制度化

橘子深知資安人才對企業防護的重要性，積極推動制度化的資安人才培育機制。公司設有資安證照津貼制度，依據不同技術專業的證照等級與難度，提供不同金額的津貼補助，激勵員工主動精進技術能力。2024年員工持有資安證照數較2023年成長超過80%，顯示公司在資安人才培育及激勵方面已獲得顯著成效。除了經濟獎勵，也鼓勵員工透過知識分享會將經驗擴散，建立橫向學習與團隊交流的氛圍，強化整體資安意識的培養。

03 資安監控即時化

2024年，規劃2025年強化資安監控中心服務，將導入即時安全監控儀表盤，隨時掌握系統狀態，同時結合AI賦能，透過指令總結搜尋結果、智能摘要資訊與關聯訊息，降低人工反覆檢查、分析所需的時間。

04 資安交流常態化

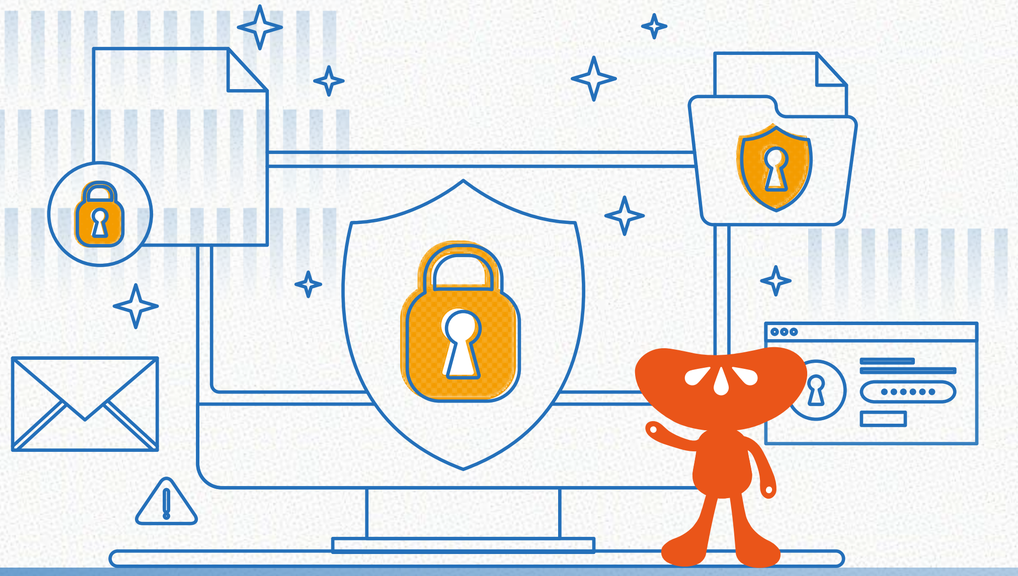
橘子積極舉辦資安論壇，旨在構建跨企業交流的平台，促進企業間對資安議題的認知，共享實務經驗。論壇涵蓋最新威脅趨勢、資安防護策略、技術應用分享等多元面向，具高度實務參考價值，同時對與會者在資安認知與實務應用層面均產生明顯助益，達成預期推廣效益。未來我們也將持續關注全球資安趨勢，如生成式AI的資安風險、企業轉型上雲資安考量等。

註：EDR即端點偵測與回應，是結合即時持續監控、端點資料蒐集以及進階交叉關聯，用於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地判斷及交叉比對分析，並提供更明確的偵測事件。

資安管理專業性

截至2024年底，本公司同仁在資安管理方面的累計持證張數共40張。

資安證照發證機構名稱	2024年底持證張數
EC-Council（國際電子商務顧問局）	19
OffSec	1
ISO 27001 LA（資訊安全管理系統主導稽核員）	13
ISC2（國際資訊系統安全認證聯盟）	1
Google Cloud Platform	2
AliCloud	2
Microsoft Azure	2



資安通報與處理程序

2024年，公司檢修「資訊安全事件處理程序」，以「資安事件通報及應變作業」重新界定資安事件分類、分級標準（含升、降級）以及通報與處理層級。對於相較過往之變動，統一對資通安全組織之執行小組成員召開說明會，要求將相關異動資訊進行單位橫向宣導，同時亦要求於公司電子告示板刊登「資安事件24小時通報專線及通報專用信箱」資訊。

集團全體同仁皆有舉發事件之責，並須第一時間主動通報所屬單位IT技術窗口，窗口將依據事件類型與嚴重程度進行初步釐清，並填寫「資訊安全事件通報紀錄單」，後續由資訊部門聯同相關單位展開後續資安事件處置。資訊單位需在預定的處理時限內完成事件排除與解決，並於處理結束後，提供事件分析報告及改善建議，以預防同類事件再次發生。所有資安事件的處理結果與報告將定期彙整納入資訊安全月報，供資訊安全委員會議檢視留存。

資安事件通報流程

STEP 1 發生資安事件，立即依流程通報IT技術窗口

STEP 2 依事件類型與等級，填寫「資訊安全事件通報紀錄單」

STEP 3 由資訊單位與相關部門協同排除事件，於目標時限內完成處理

STEP 4 處理後提出事件分析報告與修補建議，防止同類事件再次發生

針對資安事件，公司設有回顧管理之機制，目的在於將事件影響帶來的教訓，作為未來強化資安防護的重要依據。每當發生資安事件，相關單位將彙整事件之紀錄，與資安委員會應變小組共同檢討事件發生之根因，確認控制措施失效環節並提出改善對策。若事件根因涉及資安政策面的調整或優化，則將由資安委員會提案並交由最高管理代表裁示。事件處理完成後，公司將建立資安事件之解決方案知識庫，作為後續教育訓練實務參考，進一步提升公司應變事件之效率與資安防護能力，並定期追蹤改善措施，確保落實成效。

資安事件處理程序

STEP 01 當遇有資安事件

- 彙整資安事件之紀錄，建立資安事件解決方案知識庫，預防事件重複發生。

STEP 02 針對資安事件處理報告

- 檢討事件發生之根因，確認控制措施的失效節點，並進行改善處理。
- 若根因涉及資安政策的調整或優化，將提案並由最高管理代表裁示。

STEP 03 針對資安事件調查報告

- 定期追蹤後續管理措施，並與資安委員會回報改善進度。

資安教育訓練

橘子支持員工參與資訊安全相關課程，通過外聘顧問進行專題講座、開展內外部訓練等方式，加強員工在資訊安全方面的認知及技術能力。

課程名稱	參與對象	參與人數	總時數	完訓率
駭客如何針對企業進行網路攻擊	全體員工	1,289	429.7	100%
電子郵件社交工程教育訓練	特定人員	241	42.3	99.17%
雲端服務安全	資訊同仁	37	55.5	100%
社交工程暨隱私保護案例			55.5	
營運持續管理			55.5	

註：特定人員指被模擬駭客信件誘騙成功者，針對這類對象再次教育，以提升員工資安防範意識。

供應商資安管理

橘子設有「資訊作業委外安全管理辦法」，規範委外開發案資訊安全審核之要求。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。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。「集團營運事業資安管理要點」亦設有系統或服務正式上線前之各項安全檢測要求。此外，公司法律團隊在處理和公司的數據交換時（包括個資），已確保所有供應商協議均包括適當的陳述和保護的義務。

引領業界資安重視

為促進產業間的資訊安全技術交流，橘子發揮產業專長，定期辦理資安論壇，亦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。2024年橘子主辦以資安交流為目標的Hacker Talk駭客論壇，邀請專家透過實例獻策、破解資安盲點。期透過以資安為主題的多元議題探討，強化企業對資安風險辨識的敏感度及應對能力，促進資安觀念在實務工作中的落實與深化。2024年辦理3場次，開辦課程7節，共計89人次參與，平均活動滿意度達97%。

場次 1	【資安路漫漫～資安入行之我見】 【開發者視角下無人機的資訊安全策略與挑戰】
場次 2	【資安菜鳥到資深經驗分享】 【風暴般的完美騙局】
場次 3	【2025 網路安全 10 大趨勢分享】 【從 MITRE ATLAS 框架了解 AI 攻擊的最佳防範策略】 【雲端迷宮大冒險：一起揭開雲資安的重重迷霧】

論壇特別關注資安人才的發展與挑戰。面對資安人力缺口，橘子倡議業界應提供具系統性的培訓計畫，涵蓋技術知識、實務操作以及溝通技巧，並推動導師制度，加速新進人員融入職場，為資安領域培育永續的人才動能。此外，橘子亦關注新興技術的資安風險，例如AI攻擊的最佳防範策略、無人機應用擴大所帶來的潛在資安漏洞。橘子鼓勵企業開發團隊主動學習並導入資安知識，結合對資安趨勢的前瞻洞察，包括零信任架構、AI驅動防禦、雲端與遠端安全需求、勒索病毒與供應鏈攻擊風險以及資安法規趨嚴等重點面向，期望引領業界強化資安意識，進一步帶動整體產業對資安技術的重視與提升。

憑藉在資安治理、技術提升與知識交流的持續投入，橘子於2024年榮獲TCSA台灣企業永續獎「資訊安全領袖獎」，為遊戲業唯一獲獎者。此獎項不僅肯定了橘子在資安實踐上的領導地位，也體現其推動永續資安行動、促進產業正向循環的積極作為。

2.3.2 守護網路安全 PROTECTION OF NETWORK SECURITY

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

在數位時代，橘子深知網路安全與使用者權益密不可分，已是企業穩健營運與永續發展的重要基石。為因應日益複雜的資安挑戰，我們持續強化整體服務的安全性，致力於提供安心、可信賴的數位環境。

在實務上，本公司導入防火牆、入侵偵測系統（IDS）和入侵防禦系統（IPS）等資安系統，並建置全天候資安監控服務（Security Operations Center, SOC），由資安團隊即時分析網路流量與異常行為，強化整體風險應對能力。同時，本公司亦成功取得ISO 27001資訊安全管理系統認證，定期進行網路安全漏洞掃描與滲透測試，主動發現並修補潛在安全風險漏洞。我們與業界夥伴密切交流，分享最新資安情報，確保資安防護機制持續更新。

此外，本公司對所提供的產品與服務，皆清楚揭露使用方式與注意事項，確保資訊透明與使用者知情權。透過預先擬定之契約條款與合法標示，保障消費者獲得正確資訊，維護其財產、身心健康與數位權益。透過這些持續性的努力，橘子集團致力於打造一個安全、可靠的網路環境，保護用戶的資料與隱私，並確保業務順利運作。

犯罪防制

隨著網路資訊蓬勃發展，詐騙行為與盜取遊戲帳號等問題頻頻發生，成為新型態的社會挑戰。橘子秉持以服務客戶至上、玩家權益優先的態度，積極投入數位犯罪防制行動，與大眾消費者站在同一陣線。對於接獲的相關申訴案件，只要具備充分佐證資料，橘子團隊即主動配合，協助消費者應對犯罪行為，防堵不法投機者危害平台安全。

自2022年起，橘子攜手165全民防詐騙網站，設置線上查詢機制，司法警察可透過系統即時提交查詢案件需求，大幅提升查辦效率。同時，考量數位遊戲術語專業度高、辨識不易，集團成立獨立運作的「聯防小組」，派遣專人24小時輪班支援，提供警察、檢調單位即時資訊說明與疑問解答服務，確保防詐作業不中斷。

於今年生效的新法「詐欺犯罪危害防制條例」，將網路業者納入本法管制範圍，其中第36條~第38條規定與網路連線遊戲業者相關，規定網路業者須協助阻斷詐騙訊息、保留紀錄並配合查詢。對此，法務與營運單位協助配合事項如下，以共同應對不法行為：

- 於收到警方或主管機關通知我方服務有疑似涉及詐欺犯罪之情事者，對於涉及詐欺犯罪情事之用戶暫停提供服務。
- 於收取詐欺相關案件之調取通知三日內提供資料，並依上述法定期限保存資料。

數位內容責任

橘子以數位娛樂多媒體內容為主要產品與服務，致力於提供玩家與消費者創新、優質的數位體驗，所有上架內容均嚴格遵循營運所在地之相關法規規範。在民主社會的開放網路環境中，言論表達更為自由，可能衍生出不當內容的曝光風險。作為平台經營者，橘子主張應建立明確的責任內容準則，以展現我們對永續商業理念的重視與實踐。

廣告倫理	**2023年啟動「集團廣告倫理政策」，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，亦針對成人內容、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。例如2024年橘子旗下電商事業體購物橘子，全面遵循本政策，針對數位隱私保障之蒐集、高風險內容識別之警語與要求合法素材使用權等，進一步落實行動，確保廣告內容誠實無虞。
責任內容	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，禁止上傳或發布包括但不限於：暴力、性暗示、仇恨言論、恐怖或極端主義思想、錯誤資訊、網路騷擾、自我傷害、歧視性等生成式內容，情節重大者本公司有權終止任何數位服務。
兒童保護	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**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。為尊重兒童及青少年的隱私權，所發布之遊戲及平台，皆於使用者條款中提醒，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。同時，若家長／法定監護人有發現異狀，聯繫客服後，本公司將採取適當措施保護兒童及青少年隱私。

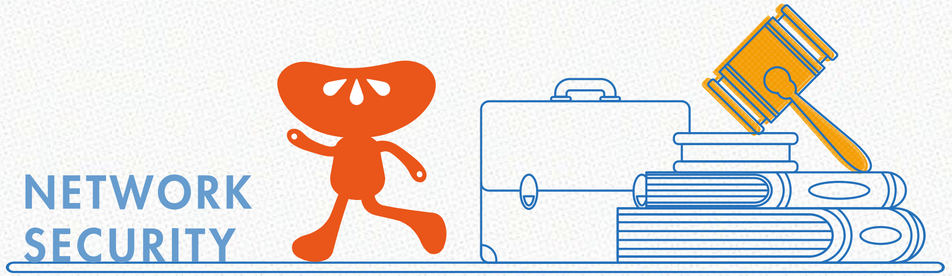
行動裝置資安防護方案

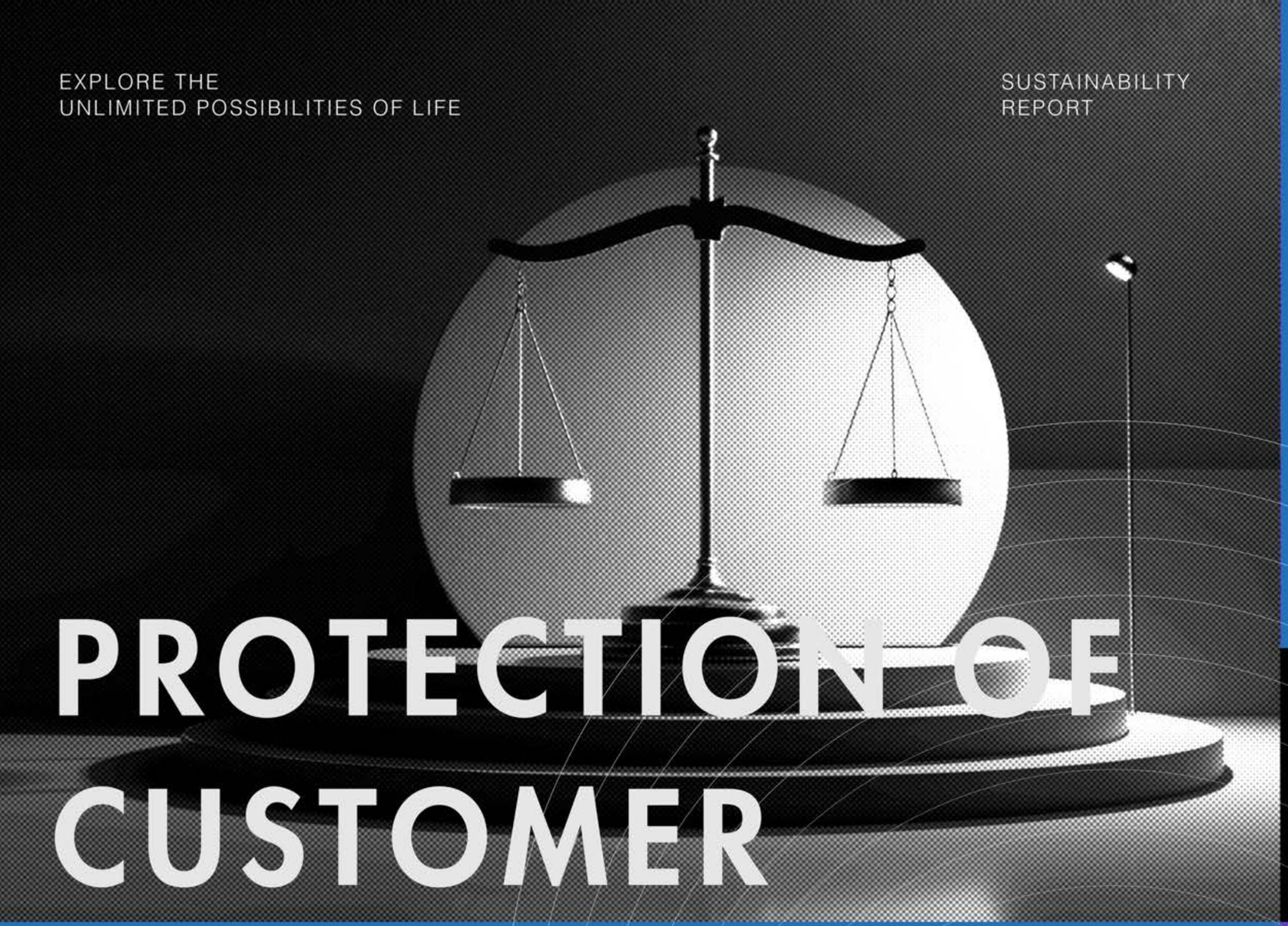
隨著數位轉型加速推進，企業營運愈加倚賴雲端平台、行動裝置與遠端協作工具，資訊安全風險也隨之升高，使企業面臨更多潛在的資訊洩漏與入侵風險。為解決此類問題，橘子透過行動裝置資安防護產品appGuard，有效協助用戶預防駭客攻擊與敏感資料外洩風險。appGuard提供四大核心功能：原始碼加密、防記憶體偵錯、完整性校驗及敏感性資料個別加密，能有效防範透過破解工具進行的非法操作，大幅提升資安防護強度。由於多數App開發完成後，並未進行額外資安防護強化，易遭破解並竊取敏感資料，此解決方案可有效補足此一常見缺口，不僅兼顧效能與安全性，更已成功應用於軍方、政府、金融與遊戲等高資安需求的產業。

未來，橘子將推進appGuard朝向全方位的行動應用資訊安全解決方案發展，整合原始碼檢測、相容性測試、黑箱檢測、防護機制、安全監控與惡意程式情資分析，協助企業從開發到營運各階段全面提升app的安全等級。

產業法規推動

為強化產業競爭力，橘子積極參與協助政府推動兼顧公平正義且符合產業發展需求的法規制定。公司法務同仁擔任全國律師聯合會文創、運動及娛樂法委員會委員，並透過各公協會長期向政府提出修法建議，親赴相關機構進行意見說明與分享。此外，我們亦接受律師、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常見爭議情境，促進對產業法規制度的理解與交流。





2.4

PROTECTION OF CUSTOMER INTERESTS

2.4.1 服務與溝通
2.4.2 個資與隱私保護
2.4.3 客戶滿意度

客戶權益保障

2.4.1 服務與溝通 SERVICE AND COMMUNICATION

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

為保障消費者與客戶在各類產品與服務中的使用權益，橘子依據各業務範疇，嚴格遵循政府主管機關法規與國際相關準則，建立標準化服務機制與作業流程。藉由AI技術強化服務效能，提供全年無休、24小時不中斷的智能客服支援，並因應產品特性與客戶需求，建置多元服務渠道，包括電話服務專線、官網留言板、即時線上對談、智能Chatbot等，致力打造即時、便捷的客戶服務體驗，進一步強化企業與客戶間的信任與連結。

專業客服體系

優服橘子作為橘子集團的客服專家，透過AI客服系統與人機協作，整合多元服務管道，精準提供客戶服務解決方案，並整合客戶關係管理服務，有效提升客戶對品牌的忠誠度。2024年整體客服滿意度達 95%，法人客戶實現近8成續約率。這些促進客戶品牌好感度與服務體驗都歸功下列措施，使橘子品牌信賴度穩健提升。

善用AI技術與數據分析 深化法人客戶專案合作	建構多元回饋機制 落實品質監控與法遵	創新策略落實品牌信賴 有效穩固用戶黏著成效
持續強化AI客服技術應用，透過語意理解模型與對話歷程數據分析，支持法人客戶專案合作： ✦ 利用AI系統即時辨識法人客戶需求場景，自動導流至專責團隊，縮短反應時間，提升案件處理效率。 ✦ 導入客戶旅程分析與服務評估儀表板，協助客戶掌握客服營運表現與用戶回饋，增強專案合作黏著度與決策支援力。	為確保服務品質與法規遵循，持續強化多元回饋通路： ✦ 開展線上滿意度調查、定期訪談、客服後回饋追蹤、第三方抽檢、以及法人客戶營運成效報表機制，並對有回饋進行歸因分析與分類檔，納入季度品質改善計畫，確保問題即時追蹤與關閉。 ✦ 客服營運流程全面遵循主管機關所訂服務準則，包含回覆時效、紀錄留存、個資保護、與投訴機制標準化，並定期接受內部稽核與合規盤點。	積極推動以「人機協作、體驗導向」為核心的客服策略： ✦ 引進AI+人工協作模式，實現快速查詢與人性化應對兼具。 ✦ 打造法人專屬服務窗口與定期營運報告機制，提升溝通效率與信任度。 ✦ 推動客戶分級管理與VIP關懷流程，強化高價值用戶維繫。 ✦ 整合社群客服與即時互動平台，拓展用戶接觸點並提升反應速度。

客戶申訴機制

為保障客戶權益並妥善處理意見反映，橘子建置完整的多元服務渠道，包含客服專線、線上客服、電子郵件與留言板等，提供即時諮詢與問題回報機制，確保所有反映事項均可透過窗口受理與處理。當客戶提出異議或申訴時，第一線人員將即時記錄並提交至相關單位調查處理，原則上於1個工作日內啟動回應流程，並視個案複雜程度於3至5個工作日內完成回覆與說明。所有案件皆留存紀錄，並納入季度品質監控與改善機制。若客戶對處理結果仍有疑義，亦可透過主管機關或第三方單位（如消保機構）提出正式申訴，公司設有專責窗口協調處理，並於15日內完成回覆及說明，確保程序效率與回應合規性。

2024年，本公司公機關申訴案件15日內如期結案率維持100%。同時，受惠於AI客服導入及資訊透明度等措施推動，整體申訴案件數年減約21%，其中重複性與非必要性申訴明顯減少，顯示服務前端識別力與應對準確度明顯提升。透過AI智能客服系統的應用，我們強化了初步問題分類、常見問題即時回覆與誤解釐清能力，進一步減少因溝通落差而產生的申訴發生，提升客戶對整體服務的一致性與信任感。

2.4.2 個資與隱私保護 PERSONAL DATA AND PRIVACY PROTECTION

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

橘子在資訊安全管理上採取多層次防護機制，所有網路服務皆建有防火牆、網路身分辨識與威脅監控分析機制，能及時偵測並阻擋惡意網路行為，確保服務穩定與用戶資訊安全。我們亦定期進行系統弱點掃描與修補作業，透過模擬駭客攻擊與資訊安全演練，持續强化應變能力。同時，依據不同服務類型設置相對應的資料備份作業，以降低突發事件所帶來的風險。為確保資料存取安全，僅限經授權之人員得以接觸相關資料，詳細資訊請參閱2.3資訊安全。

橘子重視個人資料的保護，訂有明確的「個人資料保護政策」，適用範圍涵蓋集團分子公司之所有員工及其供應商，並由集團層級的「個資管理委員會」負責統籌管理。凡於集團內處理個資之單位（包含全體員工、承包商及合作同異業所管理之個資），皆須依規定規劃、執行並落實個資保護相關作業，同時定期向委員會報告推動進度與落實情況。此外，因應數位發展部頒布的「數位經濟相關產業個人資料檔案安全維護管理辦法」，公司已於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」之修定，對於個資保護議題設置更高規格之要求。

個資保護政策

橘子針對個資蒐集遵循九項原則，於蒐集時即主動告知使用者隱私權保護政策及使用者條款，堅守不蒐集不必要個資之原則，並充分保障用戶選擇權，告知其是否接受行為追蹤、個人化行銷與資料的二次目的使用。2024年度，個資被用於二次目的之使用者達100%，主要於後續線上與線下活動中運用，並可依用戶主動提出停用申請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）。

凡涉及網路傳輸之資料均啟用加密機制，以防止資料於傳輸過程中遭第三方非法擷取。與消費者或供應商簽訂之合作協議中，皆簽署保密條款，嚴禁未經授權之資料提供、銷售、交換或出租予其他團體、個人、私人機構或其他用途。橘子秉持「零容忍」原則，對資安與個資保護進行處理，凡違反者將依據內部「獎懲辦法」實施必要處置。**2024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。**

個資保護九項原則

目的明確化原則

目的必須在蒐集當時就闡述明確，並重視隱私權政策聲明並且尊重當事人之權益。

公開與告知原則

個資資料之開發、運用、政策等必須遵循一致公開規定。

限制蒐集原則

明確定義個資類別與其相關之蒐集限制條件。

限制利用原則

個資應用需經由當事人同意，處理及利用均需經適當申請取得授權核可。

個人參加原則

當事人對其個資進行查詢、閱覽、製給複製本、補充或更正、要求停止蒐集、處理或利用及刪除等權利須予以保障，並在適當時限內回應。

資料內容原則

依據當事人自主或蒐集時限屆滿等符合資料使用之目的，並確保資料之正確性、完整性和時效性。

安全管理原則

資料必須採取合理、適當之安全保護措施，以防止資料遭遺失、盜用、毀損、竄改或揭露的風險，並符合法定通報要求。

責任義務原則

釐清個資資料主管單位、監督人員及使用者，做好權限、職責管理劃分要求。另應將個資保護義務與責任明確要求集團同仁遵守，避免個資不當運用。

預防損害原則

對於個資蒐集、利用及傳輸時，受到威脅損害的可能性與嚴重性，設置即時通知與處理機制，降低預防因個資保護不當所造成的賠償與刑罰風險損害。

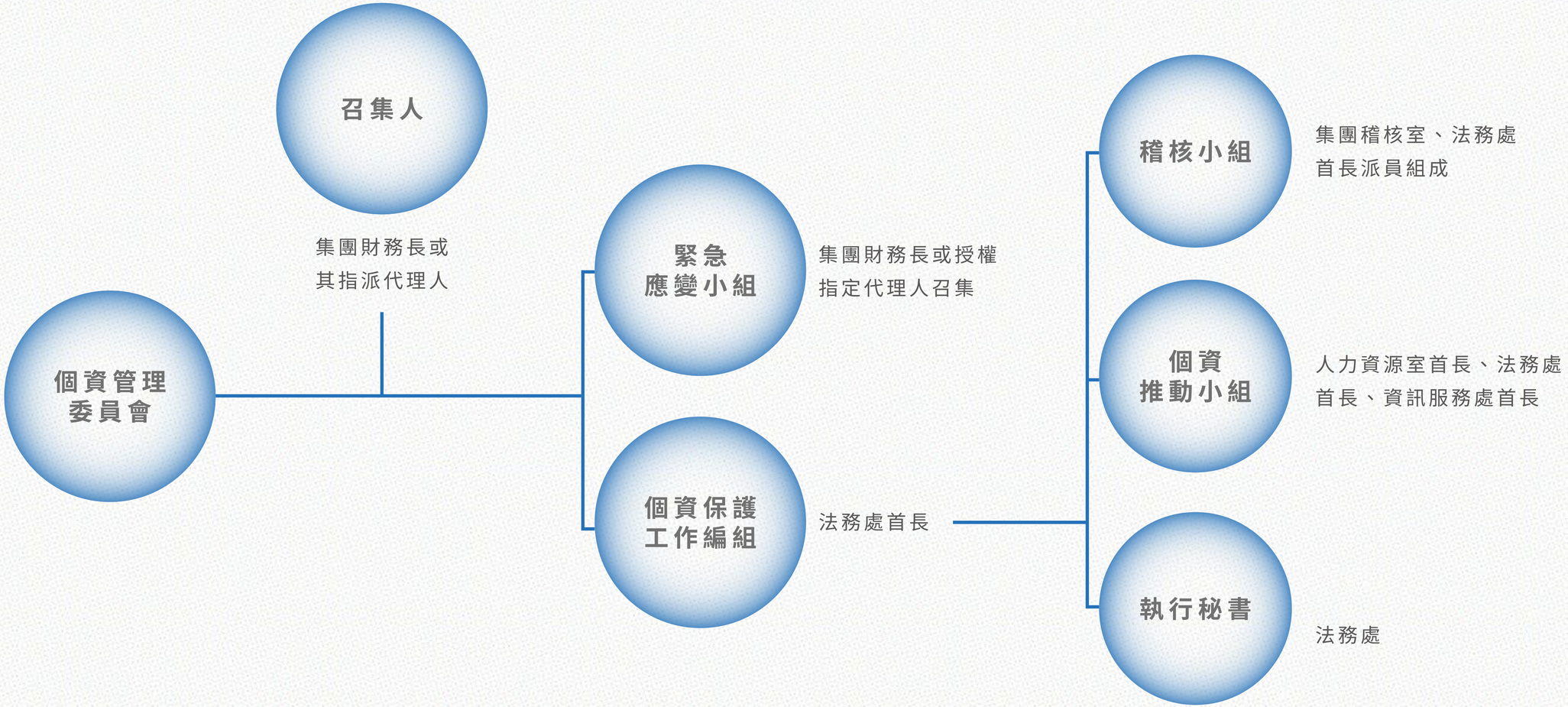
個資管理委員會

個資管理委員會由財務長擔任召集人，轄下設有緊急應變小組及個資保護工作小組，並與法務處協作，共同防堵外部入侵風險，確保個資檔案的正確性及完整性。個資保護工作小組納編「稽核小組」，由稽核室與法務處成員組成，負責規劃定期檢核作業與安全維護措施的執行情形，並於第一時間進行改善作業，確保制度有效落地。

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. 集團所屬各級單位專人與員工之個資保護意識提升及教育訓練計畫之擬議。
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。

個資管理委員會組織架構圖



2.4.3 客戶滿意度 CUSTOMER SATISFACTION

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

客戶滿意度調查

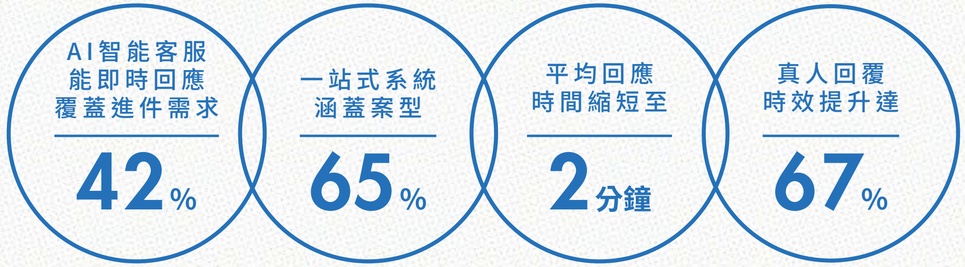
橘子十分重視消費者之權益保障，透過與消費者保持密切溝通與互動，守護消費者應有的權益。橘子客戶服務以遊戲橘子之線上或手機遊戲為大宗，2024年服務量超過23萬件，有93.7%的案件可於首次回應獲得解決，服務品質檢核正確率達99.4%以上。為保持服務品質持續精進，2024年公司聚焦於「首次回應解決率」與「服務正確率」兩大核心指標，全面強化客服作業標準與流程監控。透過導入自動化分流判斷機制、加強前線知識庫應用與回應腳本訓練，有效提升客服第一時間即解決問題的能力。同時，透過常態化內部品質稽核與通話及文字回覆抽查，確保服務流程合規、溝通語氣一致、資訊傳達準確。

為因應日益複雜的用戶需求與高頻次的服務壓力，本公司導入數據分析與自助服務模組，有效強化整體應對彈性與作業韌性。透過大數據分析即時掌握高頻問題與潛在風險情境，持續優化FAQ與Chatbot語料，提升自助回覆的準確性。同時，導入全年無休的AI智能客服，至2024年底已實現即時回應42%的進件需求，顯著提升自動處理比率。此外，建置一站式自助填單系統，整合自動引導與後送流程，目前已涵蓋65%案型，有效降低重複往返與人力負擔。綜合上述措施，大宗諮詢案件的平均回應時間已縮短至2分鐘，真人回覆時效提升達67%，不僅僅減少客戶等待時間，也進一步鞏固橘子之服務韌性與品質。

2024客戶服務亮點

年服務量	23萬	客戶滿意度	4.79分
首次回應達成率	93.7%	服務品質檢測正確率	99.4%

註：❶ 客戶滿意度使用5分量表。
❷ 服務品質檢測正確率係指客服中心在一定期間內，針對總體服務互動（如來電、線上對話、Email等）所進行品質抽查評分正確的比例。該指標可反映客服人員對產品知識、流程規範、資訊提供的正確掌握度，同時亦可作為評估訓練成效、知識庫維護、系統輔助程度的指標。通過設置明確的評核標準與錯誤定義，導入評分表（Scorecard）進行標準化記錄，利用風險類型區分、AI質檢輔助等分層檢測機制，並結合教育訓練及應用改善措施，實現服務品質檢測循環，確保服務品質不斷完善及提升。



▲ 2024客服里程碑

客戶滿意度行動方案

針對重大申訴或潛在安全風險案件，公司設有內部專責小組，即時啟動橫向聯繫流程，確保調查與溝通協調準時完成。2024年總計政府機關來函596件，其中99件須召開協調會，全部依主管機關規定完成處理並於15日內提供完整回覆，達成100%準時回應率。**2024全年未發生任何重大資安、隱私洩漏或政府列管事件**，持續維護企業形象與社會信任。

橘子主要以新楓之谷產品客訴為大宗，前三大客訴樣態與處理方式如下：

主要客訴樣態	占比	處理方式
帳號遭鎖定要求解鎖	62%	內部啟動複查作業，經營運判斷外掛行為若屬實仍維持帳號鎖定。
帳號遭盜用要求賠償	9%	提供盜用專案服務，依定型化契約協助追查道具流向，已追回道具可歸還被盜者；未追回道具如未使用本公司提供的免費安全鎖而遭致盜用，公司將不負補償責任，應尋求司法途徑向侵權行為人求償。
高風險帳號遭限制儲值	4%	配合政府防治詐騙措施，暫停部份消費者使用序號儲值功能，並引導使用其他方式進行儲值，如：刷卡、ATM轉帳等。

後續行動方案

本公司高度重視每一則來自主管機關之用戶申訴，並視其為優化服務與精進制度的重要契機。由2024年來函案件分析顯示，主要案件多涉及玩家個人行為、資安風險或異常操作。為強化客戶信任並預防潛在爭議，本公司持續推動多項制度性與科技化措施，包括：

- 每季彙整主管機關來函類型與根因分析，作為產品開發與客服流程優化的重要依據。
- 增設「爭議案件應變程序」，由產品開發、營運、法務與客服單位組成橫向應變小組，以迅速應對並妥善處理各類爭議。
- 持續強化AI客服與知識庫的回覆精準度，提升首次處理解決率，降低用戶訴諸外部申訴管道的可能性。

透過制度設計與科技輔助並行的處理機制，橘子致力於建立更穩健的服務信任架構，實踐提升客戶滿意與履行社會責任的雙重承諾。

CHAPTER 3

轉動環境友善

3.1 氣候變遷因應

3.2 環境管理

3.3 環境共生

PROMOTING ENVIRONMENTAL FRIENDLINESS

3.1

RESPONSE TO CLIMATE CHANGE

氣候變遷因應

3.1.1 氣候治理

3.1.2 氣候風險管理

3.1.3 氣候策略

3.1.4 氣候指標與目標

3.1.1 氣候治理 CLIMATE GOVERNANCE

前言

CHAPTER.1
轉動永續經營

CHAPTER.2
轉動數位責任

CHAPTER.3
轉動環境友善

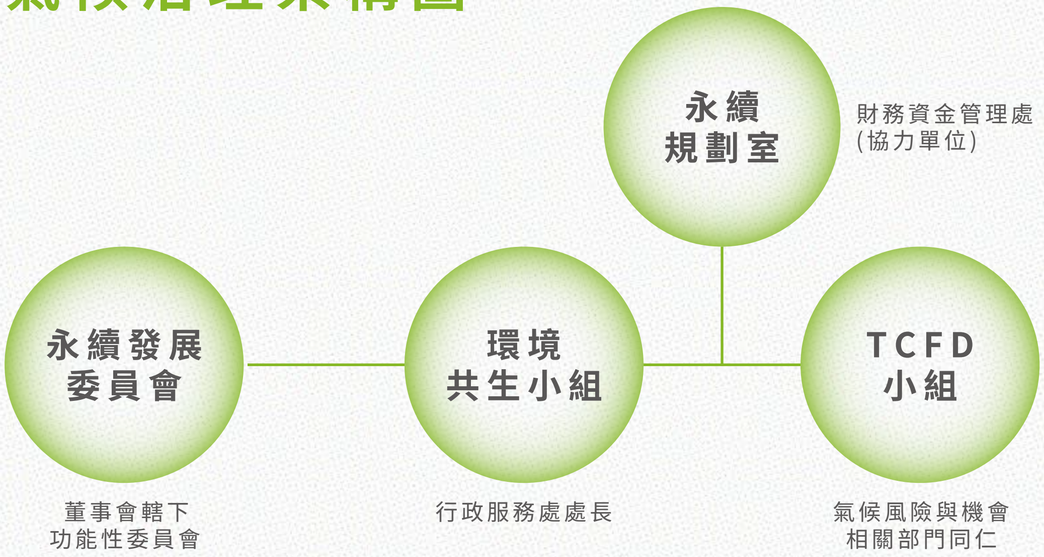
CHAPTER.4
轉動正向價值

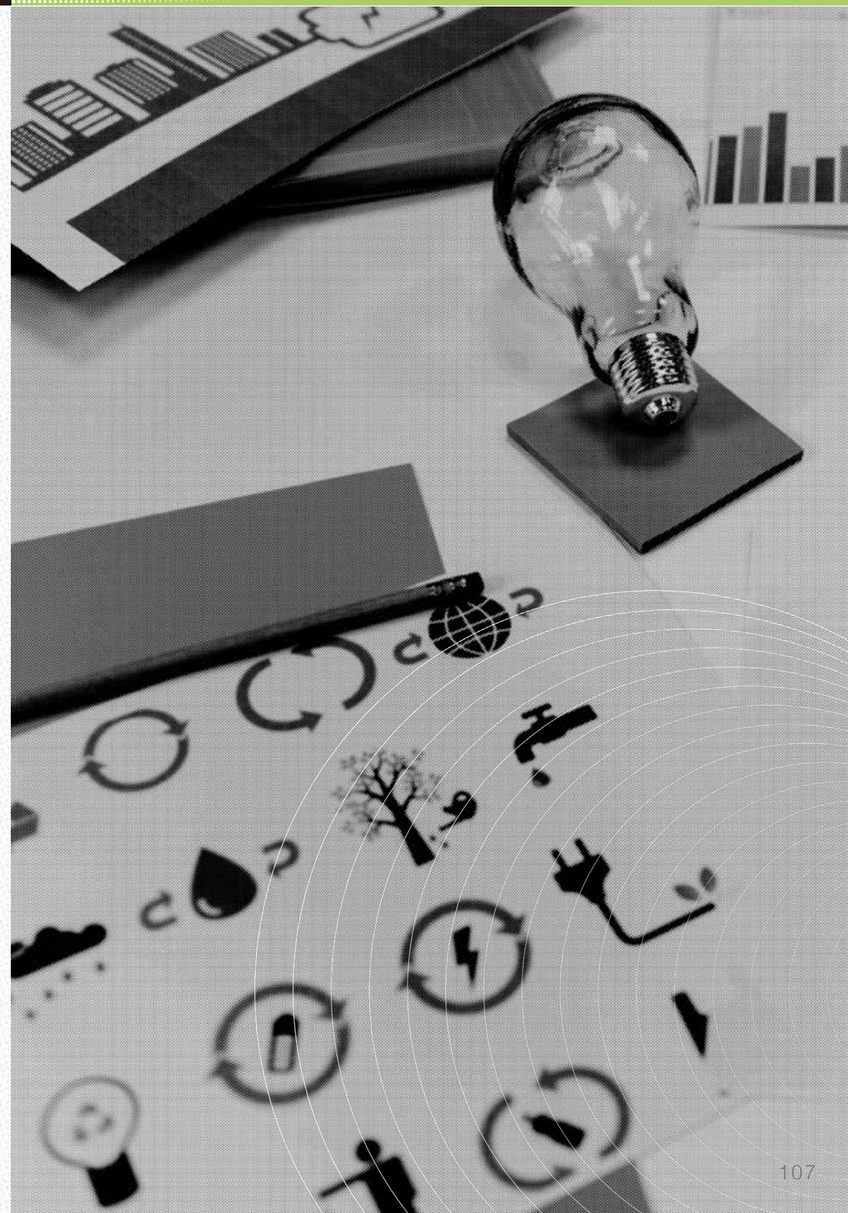
附錄

氣候治理架構

因應氣候變遷議題，橘子於2023年設立「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，並每年至少一次向永續發展委員會及董事會報告，董事會則針對氣候相關議題充分授權並給予指導。

氣候治理架構圖





3.1.2 CLIMATE RISK MANAGEMENT 氣候風險管理

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

氣候風險鑑別與評估流程

1 盤點氣候風險與機會清單
橘子參考TCFD框架建議之氣候風險與機會類型、國際同業標竿企業所關注之氣候風險與機會，並同步考量橘子產業特性，由TCFD工作小組召開會議，確立橘子氣候風險與機會清單。

2 分析風險衝擊範疇
TCFD工作小組檢視與評估各風險於橘子上游供應商、自身營運、下游客戶端的衝擊影響程度與脆弱度，由各相關部門同仁及主管以五級距評分的方式，依據氣候風險對價值鏈的影響程度進行鑑別。

3 鑑別重大性
TCFD工作小組依據「風險潛在衝擊程度」、「風險潛在脆弱度」兩大面向評分，從兩面向綜合鑑別氣候風險對橘子營運的重大程度，並彙整產生風險矩陣圖與擬定因應策略與措施。

4 確認與呈報
由TCFD工作小組向永續發展委員會報告氣候風險、相應之機會與因應策略和氣候風險矩陣圖，並經委員會確認後提報董事會。

5 持續管理及對外揭露
分析結果由橘子永續發展委員會負責氣候風險與機會之監督，「環境共生小組」與「ESG永續規劃室」負責氣候風險與機會管理之責任，TCFD工作小組負責協助經營團隊落實氣候相關風險與機會因應措施與管理運作，並每年於永續報告書及公司網頁對利害關係人揭露氣候風險與機會管理情形。

在判別風險危害的重大性評估與排序後，接著即為考量是否需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。依本年度氣候風險盤點結果顯示，橘子為低氣候風險產業，因此暫未列入本公司重大風險管理因應措施。

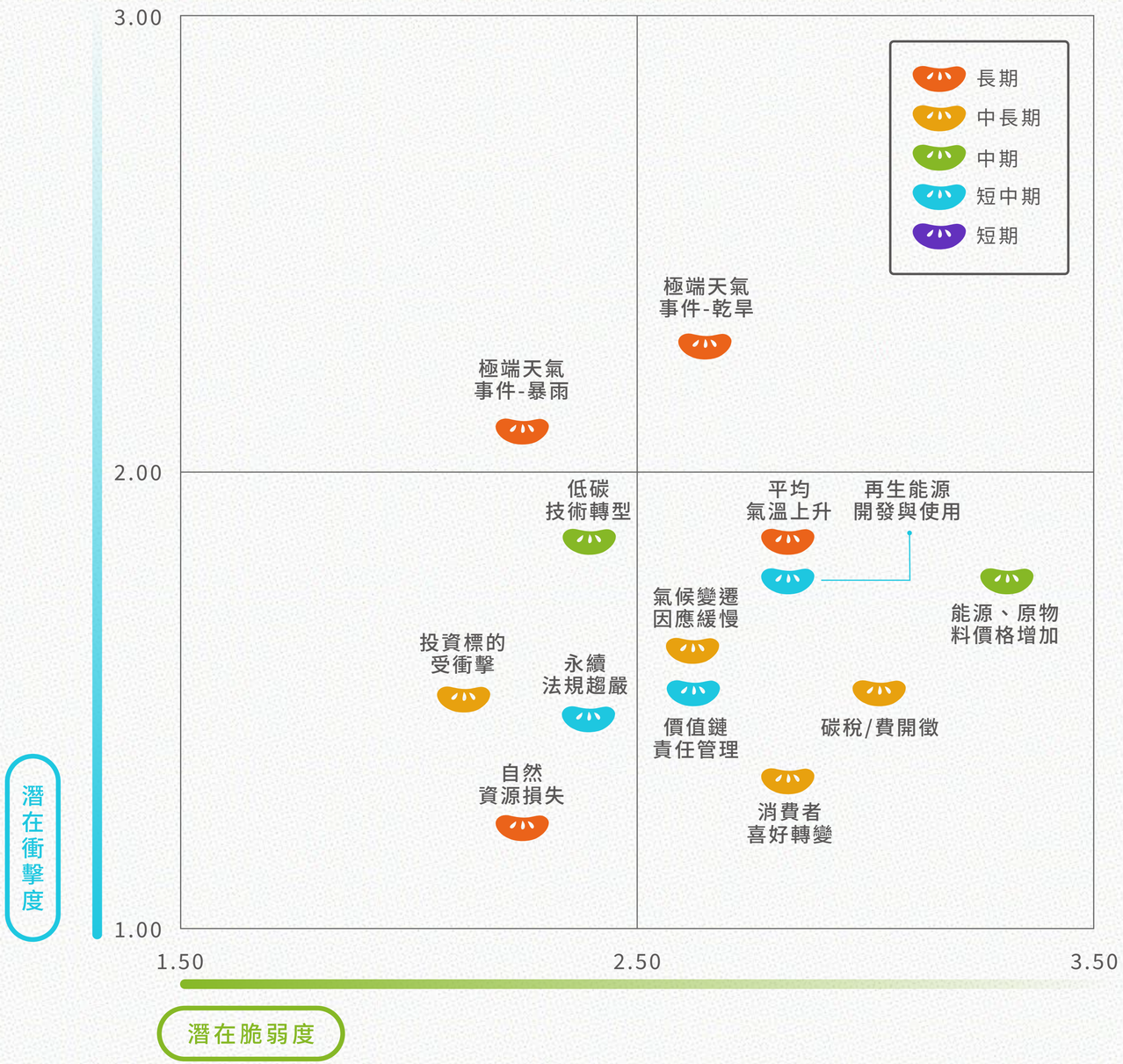
氣候風險清單

類型	氣候相關風險	類型	氣候相關風險
政策和法規	碳稅費開徵	名譽	消費者偏好轉變
	永續法規趨嚴導致訴訟風險		價值鏈責任管理
技術	低碳技術轉型	立即性	極端天氣事件-乾旱
	再生能源開發與使用		極端天氣事件-暴雨
市場	氣候變遷因應緩慢	長期性	平均氣溫上升
	投資標的受衝擊		自然資源損失
	能源、原物料價格增加		

風險發生時間

短期 2025年～2026年 ▸▸▸ 中期 2027年～2029年 ▸▸▸ 長期 2030年～

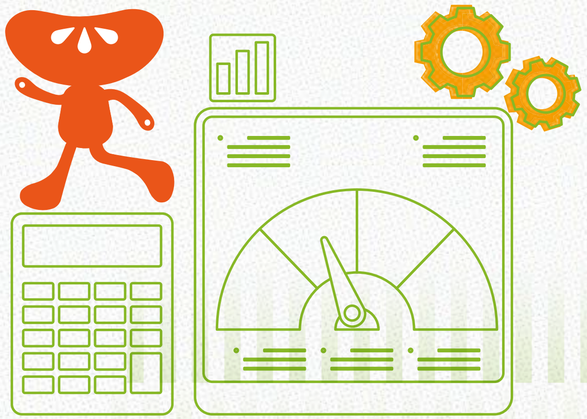
氣候風險矩陣圖



氣候風險管理流程

2024年橘子依「風險管理政策與程序」，將氣候變遷相關風險納入企業風險管理之整合框架中，並以三道防線為基礎，包含稽核單位、風險管理小組及營運單位，透過多重面向管理氣候風險。從風險辨識及衡量，到風險監控及報告，再由獨立之內稽單位監督規章遵循行為與執行情形，積極落實內部控制制度，並實施全面性的風險管理。

為因應氣候變遷對環境生態、經濟產業及公司經營發展可能造成衝擊，橘子參考國際氣候相關資訊及趨勢，定期檢視評估氣候變遷可能對業務產生之風險、機會與相關影響，並強化對氣候變遷之關注及管理。2024年的衡量結果，「環境及氣候變遷風險—轉型」為非常低風險，而「營運持續性風險」則為低風險。



3.1.3 CLIMATE STRATEGY

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

辨識氣候風險與機會

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。

2024年參考前一年度盤點的結果，以前三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）與實體風險（極端天氣事件—乾旱、平均氣溫上升），並進一步管理關鍵風險對於橘子的潛在財務衝擊、因應措施與管理計畫如下表所述：

轉型風險

- 能源、原物料價格增加

實體風險

- 極端天氣事件—乾旱
- 平均氣溫上升

前三大氣候風險議題

氣候風險議題 1	能源、原物料價格增加（市場風險）
發生時間評估	長期
影響範疇	上游、自身運營
風險衝擊	為符合NZE情境中對於再生能源容量提升三倍、能源效率提升四倍的要求，能源價格恐面臨大幅調漲以反映其真實成本，橘子價值鏈中各產業為適應氣候風險，可能導致能源成本改變、營運成本、費用增加，使採購支出和機房維護成本上升。
風險財務影響	影響金額約為136千元／年，占營收比例約為0.001% 註：由於在2030年的NZE以及STEPS情境下，其影響金額並不顯著，因此暫不揭露情境之影響金額。
因應策略	**1 建置大樓智能監控系統** 橘子總部大樓設有能源監測管理系統，對建築物耗能進行數位化的監控與分析計算，從空調、照明、飲水機、事務機、感應燈具、空氣品質進行監控，可設定恆溫、定時關燈、定時開關機、定時休眠，進而達到節電效果。 **2 節能措施** 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。 a 辦公室隨手關燈，部份公共區塊設有感應燈光，下班時間關燈巡檢。 b 汰換老舊耗能之空調設備，並定期清洗及維護保養，以提高使用效能。 c 以高效率LED燈具汰換舊有燈具，並將辦公室燈具全面更換成LED照明系統，共更換1,671盞LED照明。 d 以遮陽設計減少室內曝曬，會使冷房效能更佳。 **3 繪製淨零排放路徑，研擬淨零策略並執行相關作為** 盤查範疇一、二、三之碳排放，並透過擴大再生能源使用量、優化伺服器能效、提升綠電採購比例、降低設備能耗等方式，積極達到淨零排放。 **4 參與政府減碳獎勵專案** 「遊戲橘子辦公大樓 LED 照明節能計畫自願減量專案」已通過環境部審查，申請類別為「減少或避免排放」，以高效率LED替換既有的照明設備，並以總部大樓的地下一樓到地面七樓為更換範圍，總計1,592盞，預估十年計入期之溫室氣體總移除量達840公噸二氧化碳當量。
因應策略財務影響	因應成本約為2,294千元／年，占營收比例約為0.02%

前三大氣候風險議題

氣候風險議題 2	極端天氣事件－乾旱（立即性風險）
發生時間評估	長期
影響範疇	上游、自身運營、下游
風險衝擊	參考TCCIP針對台灣套用之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，將導致下述風險： ✦ 可能造成水費上漲，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，導致營運成本上升或產能下降。
風險財務影響	影響金額約為77,516千元／年 占營收比例約為0.7% 情境假設 / 2030年影響金額 / 占營收比例 SSP1-2.6 / 約為78,291千元 / 約為0.71% SSP5-8.5 / 約為79,066千元 / 約為0.71%
因應策略	**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，維持營運持續計畫有效性。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，積極規劃更全面的水資源管理政策，以減少水資源的耗用。 **3 節能措施** 同風險1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，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。 **5 購買相關保險及維護設備** 投保商業火險、商業火險之附加險，及資訊設備之電子險等，並於各營運據點定期維護消防、電力備援設備等。 **6 使用環保冷媒** 於機房冷卻設備、辦公室空調及資料中心使用環保冷媒，以降低對環境的負面影響。 **7 節能滾動式調整大樓空調系統** 依照氣溫調整空調溫度，以降低能耗並維持辦公環境溫度適宜。
因應策略財務影響	因應成本約為19,127千元／年，占營收比例約為0.17%。

前三大氣候風險議題

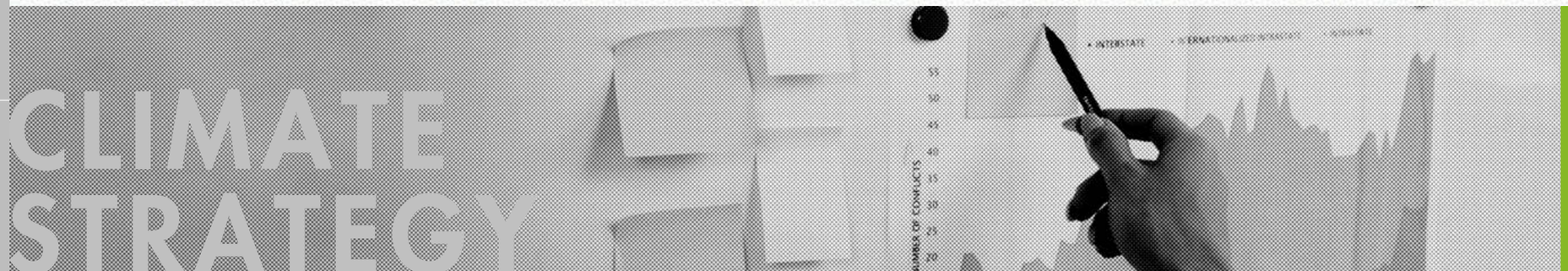
氣候風險議題 3	平均氣溫上升（長期性風險）
發生時間評估	長期
影響範疇	上游、自身運營、下游
風險衝擊	參考TCCIP針對台灣套用之IPCC AR6升溫1.5°C~4°C情境，台灣周邊海域海平面將上升0.5~1.2公尺，同時伴隨乾旱季節長度增加與極端高溫持續時間增加，將可能使營運中斷、供應鏈中斷、因設備歲修、能源使用等營運成本提高或產能下降，並造成下列影響： ✦ 可員工之身體狀況產生負面影響，導致工作效率下降或流動率上升，橘子需付出更多人力成本。 ✦ 因機房更頻繁使用空調，消耗更多電力，造成能源短缺，並對所有業務發展產生風險，且促使橘子需要付出更多成本進行整個商業策略的轉型。
風險財務影響	影響金額約為22,168千元／年 占營收比例約為0.2% 註：此財務影響金額依照能源短缺導致營運中斷半天所計算。
因應策略	因成因相同，故同風險2之因應策略。
因應策略財務影響	因應成本約為786千元／年 占營收比率約為0.01%

情境假設	2030年影響金額	占營收比例
SSP1-2.6	約為25,049千元	約為0.23%
SSP5-8.5	約為25,714千元	約為0.23%

氣候機會議題管理說明

2024年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及策略方向一致，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：

氣候機會議題 1	資源效率
機會影響	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，並減少營運成本。
機會財務影響	影響金額約為10,946千元／年，占營收比例約為0.1%
管理策略	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 汰換耗電之老舊設備，包含辦公室全面更換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、便利貼等耗材等。 4 製作環境宣導影片，提升員工節能意識。 5 持續研議品牌大使Good Time Man之低碳環保材質製程與材料。 6 持續推動節水措施，並提升用水效率。 7 購買足額之再生能源憑證（2024年共採購計2,064張），並規劃與再生能源業者簽署電力轉供合約，以逐步提高再生能源使用率。
因應策略財務影響	管理成本約為4,567千元／年，占營收比例約為0.04%



氣候機會議題 2	產品和服務
機會影響	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。以創新低碳服務進入新市場、提高營收。
機會財務影響	影響金額約為971,619千元／年，占營收比例約為8.77%
管理策略	1 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 雲力橘子數位代理3D數位分身視覺化平台，整合雲端、資安、能源及環控系統，2024年更協助客戶將追蹤之ESG KPI環境指標納入，有效協助企業轉型。目前銷售已超過5千萬元，並有逾10家指標型客戶導入，其中包含政府單位。 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。 4 鼓勵創新研發與永續相關之技術，積極申請專利智財權。
因應策略財務影響	管理成本約為1,015,936千元／年，占營收比例約為9.17%

氣候機會議題 3	綠色採購／供應鏈
機會影響	橘子訂有供應商管理政策，並與供應商齊心推動永續發展，共同降低對環境的衝擊，同時積極推動綠色採購，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。能使營運成本減少、提高供應鏈可靠性，並提高公司名聲。
機會財務影響	影響金額約為509千元／年，占營收比例約為0.005%
管理策略	1 2024年採購環保標章及環保性產品之綠色採購金額為1,158萬，再加上環保專案執行費用，共累積花費約1,272萬以上金額。 2 橘子總部大樓汰換老舊燈具，已全面採購更換高效率節能LED燈具。 3 持續榮獲經濟部中小企業處「2024 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。 4 持續強化供應商永續管理，訂定「供應商管理政策」，要求供應商自主管理並於2024年更新「供應商企業社會責任聲明書」，邀請新舊廠商簽署。 5 持續取得各類環境標章（如環保標章、節能標章、PEFC森林認證等）。
因應策略財務影響	管理成本約為11,694千元／年，占營收比例約為0.106%

氣候變遷情境分析

橘子利用不同的氣候情境識別氣候相關風險與機會可能對業務帶來的影響，並進一步制定完善的因應策略，所使用之氣候情境來自國際能源總署（International Energy Agency, IEA）發布之世界能源展望報告，以及聯合國政府間氣候變化專門委員會（Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC）發布之第六次評估報告。

轉型風險及機會

2050年淨零排放路徑
（Net Zero Emissions by 2050 Scenario, NZE）

此情境下全球的能源產業將於2050年實現淨零排放，同時也符合與能源相關的聯合國永續發展目標。各國應採取多項減碳行動，如進行能源轉型、減少化石燃料與提升再生能源使用量等，並確保經濟成長與能源供應穩定。

既定政策情境
（Stated Policies Scenario, STEPS）

此情境展現全球能源產業的既有發展趨勢，並以各國政府已實施的減碳政策與措施為基礎，反映當前各國政府對能源與氣候政策的實施狀況，並提供對未來能源市場的趨勢分析。

實體風險

低排放情境
（Shared Socioeconomic Pathways1-2.6, SSP1-2.6）

此情境下全球積極進行環境保護並降低碳排放量，各國也持續推動減少碳排放的相關政策，並加速潔淨能源技術之發展，致力於實現能源結構的轉型。

極高排放情境
（Shared Socioeconomic Pathways5-8.5, SSP5-8.5）

此情境下全球繼續依賴化石燃料，且全球環境政策的管理強度低，並缺乏有效的碳排放減量措施，同時潔淨能源技術的發展緩慢，但能源需求持續上升，導致高排放的能源結構未得到有效改變。

3.1.4 氣候指標與目標 CLIMATE METRICS AND TARGETS

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

氣候相關議題的管理，橘子依各部門權責偕同執行，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。

指標	短期目標 2023~2026	中期目標 2027~2029	長期目標 2030~
溫室氣體較基準年絕對減量	12%	32%	78%
機房導入再生能源比例	10%	20%	30%
集團再生能源使用比例	逐年提高再生能源使用之比例和範疇		

註：橘子的溫室氣體盤查基準年為2022年。

橘子自2022年開始依循ISO 14064標準進行溫室氣體盤查並通過查證，2023年公布「淨零宣言」，承諾遊戲橘子於2050年實現淨零碳排，並設定相關指標追蹤之。針對橘子之用電量，2024年人均用電量相較2023年全年下降313度，人均用電量約下降4.87%，超過每年人均用電量減少1%之目標。

2024 年 人均用電量

下降 313 度

下降 4.87%

超過減少 1% 之目標

溫室氣體排放量

單位：公噸CO_2e

類別	2021	2022(基準年)	2023	2024	2024 目標
類別一	24.276	45.882	193.463	257.354	
類別二－所在地基準 (location-based)	5,777.431	5,267.656	4,104.86	3,655.925	範疇二較基準年下降 6% 達標！範疇二下降 30.60%
類別二－市場基準 (market-based)	5,771.431	5,267.656	4,104.86	3,655.925	—
類別三	399.910	818.830	613.291	817.345	—
類別四	2118.895	1,929.418	1,829.335	1,505.445	—
類別五	NA	792.965	1,257.437	1,485.183	—
溫室氣體排放總量	8,320.512	8,854.751	7,998.386	7,721.252	

註：
1. 類別一本年度上升，過去考量R22冷媒屬《蒙特婁議定書》列管物質，故未納入盤查計算，然因ISO 14064-1條文並未明文排除《蒙特婁議定書》列管物質，且條文內容亦提到「...其他適當的溫室氣體族群分別量化」，故本次盤查將R22冷媒納入量化計算，另R600a冷媒因已有GWP值可信來源，故亦於本次盤查納入量化計算；類別五上升係異業客戶增加所致。
2. 類別三包含上（下）游運輸、員工通勤及商務旅行。
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。
4. 類別五包含下游租賃資產的排放。
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。
6. 電力排碳係數採能源局公告，2021年至2024年依序使用電力排碳係數為0.502、0.509、0.495、0.474（kg/度）；2024年香港為0.540（kg/度）。
7. 2021-2024年數據涵蓋率為100%，涵蓋率以營業收入計算。其中2024年額外涵蓋香港遊戲橘子。

2023年橘子的溫室氣體盤查未將台電提供之用電度數中的部分綠電使用度數918,999度扣除，經重新計算後總用電數下降，故於今年報告書中說明資訊重編之原因及數據對比，此數據的修正並不會對橘子的溫室氣體減量目標造成影響，數據調整請見右表。

項目	2023年發布數據	2023年修正後數據
類別二－所在地基準（location-based）	4,559.764	4,104.860
類別二－市場基準（market-based）	4,559.764	4,104.860
類別四	1,918.753	1,829.335
溫室氣體排放總量	8,542.709	7,998.386
外購電力－非再生（度）	9,211,644	8,292,645

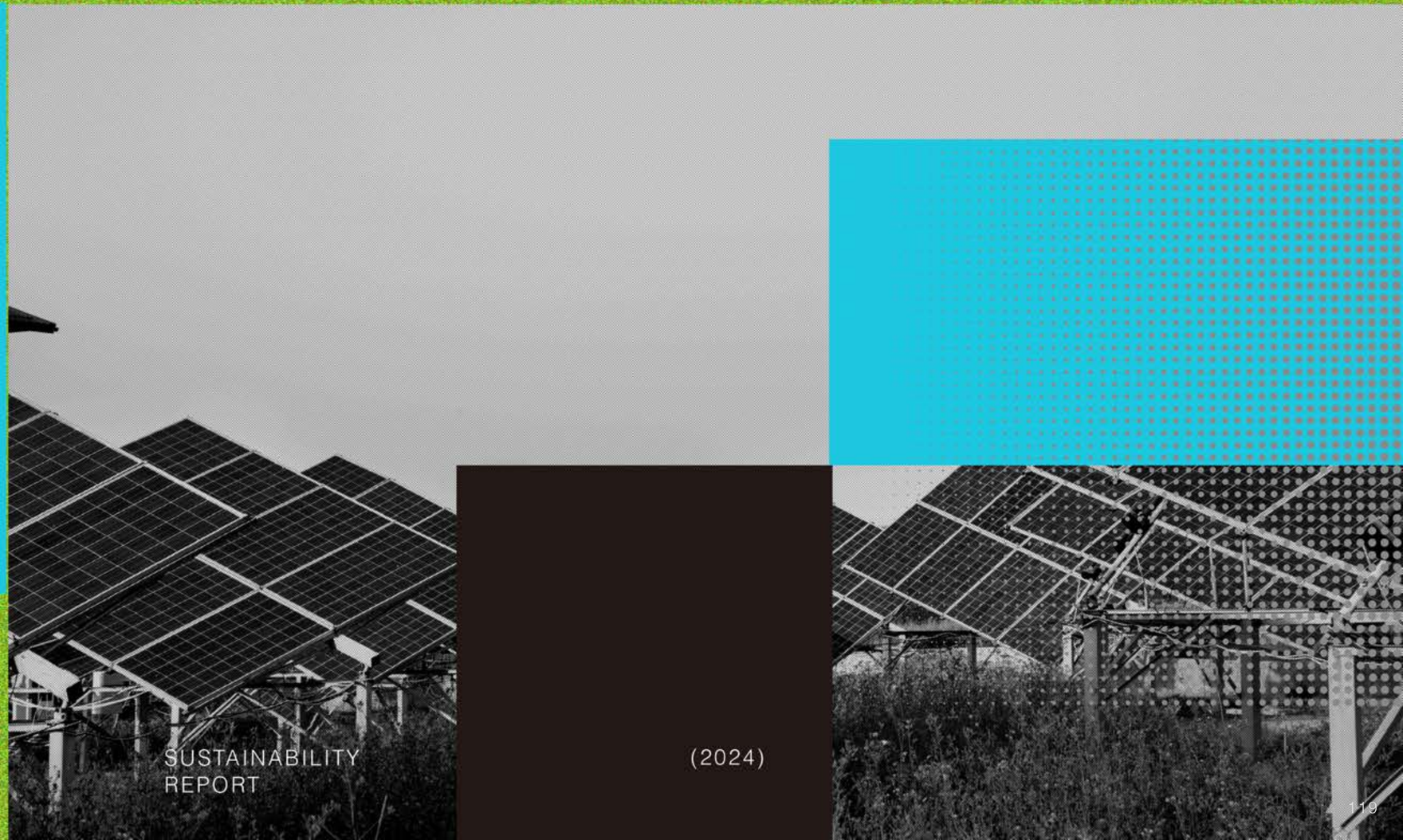
ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

3.2

3.2.1 環境永續

3.2.2 能資源管理

環境管理



EXPLORE THE
UNLIMITED POSSIBILITIES OF LIFE

SUSTAINABILITY
REPORT

(2024)

環境永續

3.2.1 ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

前言

CHAPTER.1
轉動永續經營

CHAPTER.2
轉動數位責任

CHAPTER.3
轉動環境友善

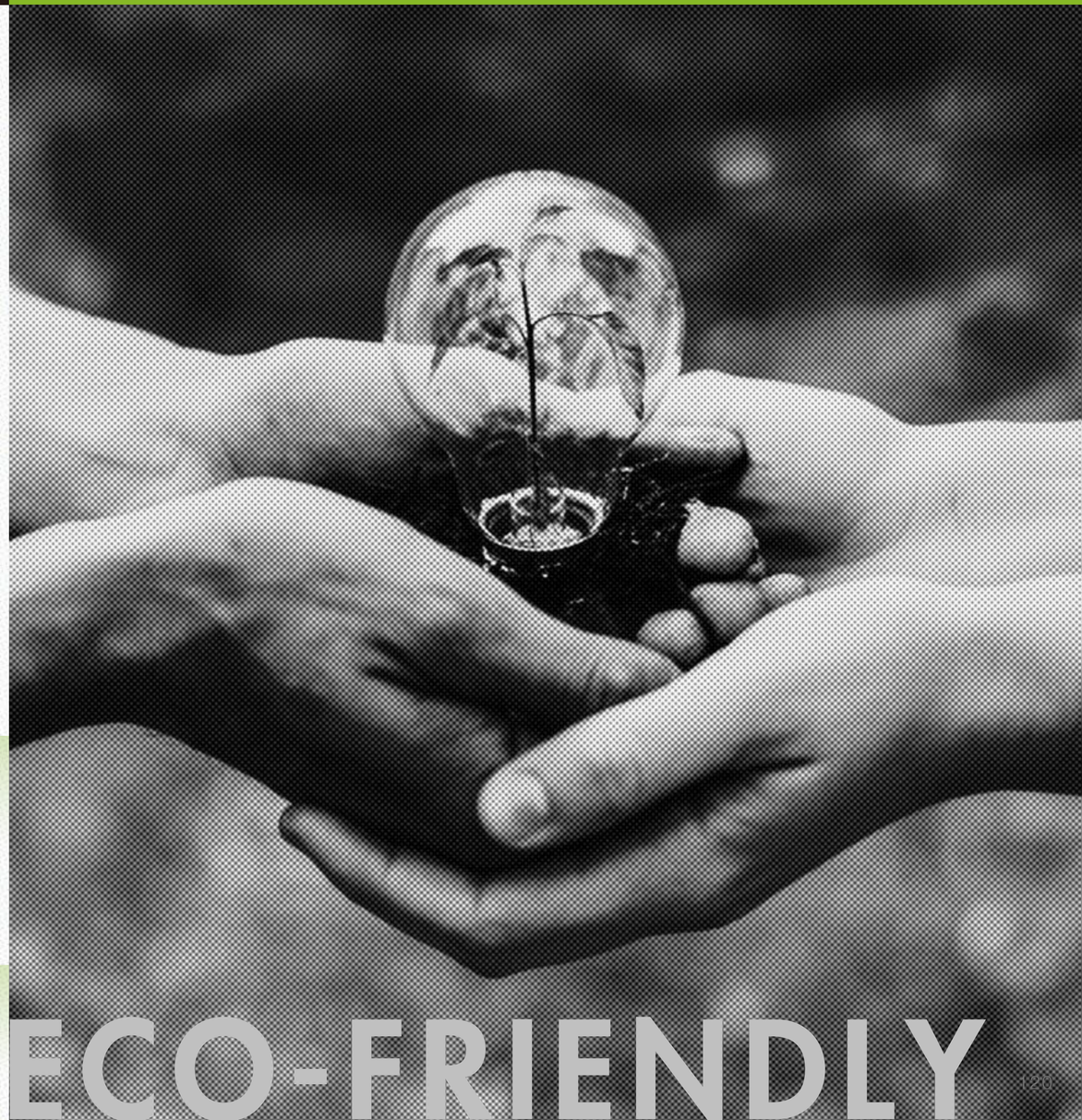
CHAPTER.4
轉動正向價值

附錄

環境政策

橘子的產業型態非高耗能與高污染排放的企業，因此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，也承諾透過管理機制，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。

橘子於2023年製作集團永續藍圖「轉動環境友善」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24小時隨時線上觀看，2024年更將環境永續章節納入集團ESG必修課程，同時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，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。

2024年，環控系統導入EUI（Energy Use Intensity）能耗指標，精確分析各樓層用電效率，並以視覺化圖表呈現，清晰掌握各樓層面積用電量，為精準節能提供數據。系統升級後，能源碳排掌握度、數據分析及效能分析顯著提升。系統新增同時段多點與單點多時段曲線查詢功能，能更精確監控UPS系統、發電機油量及消防幫浦運作狀態；同時強化空調資訊視覺化呈現，精確掌握故障時間節點，並可於後台彈性設定溫度區間，有效釐清各樓層面積用電量。

為透過良好監測環境，避免管理死角，以實現數位轉型，雲力橘子代理3D數位分身視覺化平台，整合企業IT&O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。

低碳機房

橘子集團數據機房之總用電量，約占整體營運用電量的50.8%，亦占整個碳排量48.8%（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。

2024年自有機房減少160萬度使用，碳排量較前一年度減少約50.4%，平均自有機房PUE達1.81。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。

橘子自2024年起將IT設備搬遷至中華國分機房，並由專業ISP業者進行管理，以符合ISO 27001、27011等資安標準，而雲力橘子中和機房與中華電信國分富國機房也搭配運用，以支援整體數據中心之規劃與營運，同時與中華電信進行能源與水資源管理之合作及承租空間配置之完善電力、空調、消防、安全及環控系統，達到提高能源使用效率、減少成本支出，並降低碳排放對環境的衝擊，致力於實現對環境友善與降低碳排放的目標，並根據機房自身設計及客戶需求，建置獨立CAGE區域以提高安全性。

節能措施及績效

節能措施

- 機房辦公室更換LED燈
- 機櫃冷熱通道
- 模組化UPS
- 智慧機房即時監控
- 淘汰老舊伺服器設備
  協助集團報廢504主機
- 虛擬化雲端化技術
- 公有雲代理服務
- 再生能源（綠電）使用
  台灣區與2024年實體主機移轉承租IDC中心，自有機房降地使用面積及進行區域調整
- 鼓勵業者上雲

2024年節能績效

自有機房減少使用
160萬度

碳排量較前一年度減少
50.4%

自有機房PUE
1.81

承租機房PUE
1.65

機房持續優化用電，降低PUE

機房使用再生能源達
1175.75 MWh

占機房總能源使用
14.8%

達標！使用再生能源

2024 使用	2025 使用
10%	15%

註：❶ 本表格數據以雲力橘子整體機房為範疇。 ❷ 減碳量計算採2024年度電力排碳係數 = 0.474公斤 CO_2e／度。

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

能源管理

橘子持續強化能源管理，密集監控能源使用，於用電方面，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，並持續向同仁宣導，致力於提升同仁節能意識，橘子於2023年度全面汰換老舊燈管，將其轉換成高效能LED燈，並於2024年建置完善的環控系統，加強對總部大樓環境能源控管。

2024年人均用電量相較2023年下降313度，約4.87%。2024年溫室氣體（範疇二）較2022年（基準年）下降30.60%，超標達成溫室氣體（範疇二）每年減量6%之目標。

類別	單位	2021	2022(基準年)	2023	2024	2024 目標
瓦斯	度	1,008	1,880	—	—	
天然氣	度	—	—	1,831	0	
	GJ	—	—	61.29	—	
液化石油氣	公升	—	—	1,581.66	16,703.09	
	GJ	—	—	43.91	464.00	
汽油	公升	—	—	731.29	846.88	
	GJ	—	—	25.70	27.66	
外購電力 - 非再生	度	11,508,827	10,349,029	8,292,645	7,680,771	人均用電量減少1%目標
	GJ	41,411.52	37,238.29	29,853.52	27,655.75	達標！人均用電量約下降 4.87%
外購電力 - 再生	度	0	0	1,331,232	2,011,901	
	GJ	—	—	4,790.09	7,244.15	

註：
1. 2024年調整瓦斯的揭露內容，統一變更為液化石油氣使用量。
2. 轉換係數係參考資料來源「經濟部能源署公告之能源產品單位熱值表」、「113年2月5日公告溫室氣體排放係數」。
3. 本年度新增香港辦公室，數據涵蓋率均為100%，涵蓋率以營業收入計算。

2024年非再生能源／再生能源總用量

非再生能源總用量	GJ	28,147.41	79.53%
再生能源總用量	GJ	7,244.15	20.47%
能源總用量	GJ	35,391.56	100%

水資源管理

橘子總部大樓所使用之水源100%來自於台北自來水事業處（翡翠水庫），主要用於辦公室場域，包含衛生設施、員工餐廳及空調系統等日常營運需求。雖整體用水量相對有限，但我們仍秉持永續原則，定期評估各設施用水情形，以辨識主要用水來源並制定相關節水措施，其中以員工餐廳用水為大宗，為此我們積極評估並導入節水設備，統一清洗碗盤等作業流程，逐步控制橘子水資源之使用。此外我們並無製程與工業用水之行為，所產生之廢水主要來自於日常用途，而員工餐廳也設有汙水處理設施，透過妥善處理改善水質後再進行排放，同時也定期進行廚房截油槽清理工程，避免油汙進入公共排水系統，持續改善整體廢水品質。

而在其他節水措施上，我們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，2024年也持續向同仁宣導節約用水，規劃更全面的水資源管理政策，減少水資源的耗用。因此2024年人均用水量相較2023年下降1.51度。

能源	單位	2021	2022	2023	2024
自來水用量	百萬公升	16.01	27.98	23.00	20.50

註：❶ 自來水用量取自於台北自來水事業處，其水源皆屬於淡水。（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。

❷ 數據涵蓋率均為100%，涵蓋率以營業收入計算。

廢棄物管理

廢棄物管理說明

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。2024年約產生35.17噸之資源回收類廢棄物、42.99噸之生活垃圾，總產生的廢棄物重量約為78.16噸，較前一年度減少2.94%。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，例如配合植樹節，員工可憑點數兌換一袋具環保標章之衛生紙。

BOTTLE MAN
MS BATTERY

單位：公噸

		2021	2022	2023	2024
生活垃圾（以焚燒含能源回收方式處理）		53.52	56.58	51.05	42.99
資源回收廢棄物	廚餘	5.71	12.28	14.26	19.57
	紙類	9.71	12.49	11.11	11.81
	鋁	0.09	0.13	0.15	0.19
	鐵	0.86	1.38	1.39	1.39
	寶特瓶	1.63	2.14	2.53	2.16
	廢電子產品（電池）	0.03	0.07	0.04	0.05
	小計	18.03	28.49	29.48	35.17
總計		71.55	85.07	80.53	78.16

註：❶ 清運數據來源為廢棄物外包清運廠商的清運記錄。
❷ 數據涵蓋率為100%，涵蓋率以營業收入計算。

2024年廢棄物減量措施及減量成果

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。
- 員工**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**，以利重複再利用。
- 拍攝**垃圾分類宣傳影片**，並透過教育訓練方式傳達給同仁。
- 茶水間設置**塑膠袋回收區**，讓乾淨的塑膠袋能再被利用。

2024 年廢棄物減量成果

生活垃圾較去年減少
8.06公噸

資源回收類較去年增加
5.69公噸

人均產生垃圾減少
5.3公斤

目標

使用再生能源及環保再生或低碳材質物品，宣導並落實集團環境共生理念。

汙染防治

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，2024年投入近37萬於污染防治設備維護。

污染防治設備執行頻率及操作金額

污染防治設備項目	2024執行頻率	2024年操作維護金額
污廢水池清理工程	每季一次（共4次）	14.8萬
廚房截油槽清理工程	每季一次（共4次）	1.68萬
排水管清洗	每月二次（共24次）	20.16萬

3.3

3.3.1 永續採購

3.3.2 環境共生行動

環境共生

ENVIRONMENTAL SYMBIOSIS

EXPLORE THE
UNLIMITED POSSIBILITIES OF LIFE

3.3.1 SUSTAINABLE PROCUREMENT 永續採購

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

GRI 2-6 GRI 2-24

供應商管理政策

橘子之供應商以電子設備及庶務性採購為大宗，本公司訂有「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，並規範與供應商簽約時需簽訂「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。

2024年年底重新改版供應商企業社會責任聲明書，增加人權政策內容。截至2025年第一季，共發給99家供應商簽署，共計97%供應商已簽署供應商企業社會責任聲明書。

2024永續採購成效

橘子採100%在地採購，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。橘子2024年榮獲經濟部中小企業處「2024 Buying Power 服務採購獎」參獎，該獎項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。

註：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。

100%
在地採購

綠色採購金額達
1,158 萬元

調整供應商企業社會責任聲明書，加入
人權政策內容

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。2024年進行風險評核的供應商共10家，占全體供應商10.2%。

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，並自2023年起新增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。

▲ 供應商評核項目

評核結果

積極配合	5分
加強往來	4.9~4分
保持合作	3.9~3分
個案考核	2.9~2分
終止合作	1.9~0分

如連續兩年評核均為個案考核（未滿3分），則將中止與該廠商合作 。

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。

環境共生行動

3.3.2 ENVIRONMENTAL SYMBIOSIS ACTIONS

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

綠色餐飲

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。

普橘島的綠色革命

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，員工並享有餐飲補助；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。此外，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，傾聽員工心聲。2024年整體滿意度達83.77%，較前一年度上升1.34個百分點。

綠食宣言

為了響應ESG理念，橘子加入「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，並購買具產銷履歷驗證蔬菜等，另普橘島IG農場也自行栽種蔬菜，以多樣當令食材創造美味饗宴。

全面綠化

為響應ESG浪潮，普橘島自2018年起淘汰了一次性餐具的使用，並由專業清潔人員負責清洗，節省洗碗精的使用與水資源的浪費。平均一年約可減少34萬份的一次性餐具。同時不提供外帶服務，並全面使用電子化結帳系統，對廢棄物也十分嚴格控管。

綠色榮耀

普橘島在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」，遊戲橘子榮獲第三屆「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），2024年更獲行政院環境部「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。

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、選址等細節納入永續面向的評估。我們於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」。且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。

橘子2024年已通過環境部的自願性減碳專案申請，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，並於同一年度將環控系統建置完成，透過整合感測器、控制器與自動化技術，對建築或空間的溫度、濕度、照明、空氣品質等進行智慧化管理，達到更有效益的節能。

綠色大使

橘子為全生態科技企業，不自行生產任何實體商品，惟每逢佳節時刻，我們自製Good Time Man（前身為Q Brick）獻給外界夥伴作為感謝贈禮，代表友好象徵，維持永續合作關係。Good Time Man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，為反應環境永續，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。

為延續企業品牌文化，我們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，橘子對ESG是玩真的！而其餘未贈送之Good Time Man，橘子亦與新北市政府合作，提供偏鄉孩童作為獎勵品使用。2024年我們延續使用永續材質製作Good Time Man。而在送禮時，橘子使用回收寶特瓶及玻璃製造的RE-BAG循環物流袋，取代一次性塑膠破壞袋寄送，並結合7-11便利商店的退貨便歸還流程，完成循環再利用的回收流程。2024年共使用3,266個循環物流袋，回收1,065個循環物流袋，平均回收率約達32%。

Good Time Man的綠色行動歷程

2020
納入減法思維，
簡化包裝設計

2021
推出綠色物流，與
通路合作循環物流袋

2022
將循環物流袋
升級，優化使用體驗

2023
使用永續材質，
減少對地球之負擔

2024
Good Time Man
迎30，研發有成Go量產

環境行動專案

專案	內容	2024 年成果
交通車服務	橘子體恤員工長途通勤的辛勞，同時鼓勵員工共乘，自總部2016年搬遷後便執行中和到內湖的通勤上下班接駁，目前有中和線和忠孝線兩條固定路線。	共接駁**23,239人次**，並達減碳效益。
免廢市集	每半年號召集團員工參與二手物資回收並舉辦免廢市集，其餘物資則捐贈給偏遠地區的弱勢團體與機構。	**共募集4,651項物資**，3,052項物資在免廢市集中獲得循環使用，再次回收率約66%，並捐贈1,599項物資給偏遠地區的弱勢團體與機構。
回收活動	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」；並與國際種樹組織 Trees for the Future合作，每賣出一箱（10袋）「ReTissue植樹衛生紙」，就會種下1棵樹。	植樹節「兩天一瓶種樹活動」共**137個人參與**，共**種下14棵樹**。
容器租借服務	橘子集團運動會亦是柑盃家庭日，讓員工帶著家人一起前往戶外放鬆，當天活動宣導不使用一次性餐具，餐點及飲品都使用容器租借服務，且鼓勵同仁攜帶水壺，並提供飲用水讓同仁取用。	在埔心牧場舉辦的柑盃家庭日**共973人參與**，當天環保亮點如下： ✦ 與ZERO CUP合作免費使用環保餐具，租借1200組PP方盒，500組PP抗菌叉子，500組PP抗菌環保杯。 ✦ 與奉茶行動、ZeroCup合作提供桶裝水，促成寶特瓶減量共750個，**總減碳量達114.75公斤，等於9.56棵樹一年的碳吸附量**。(數據提供：奉茶行動) ✦ 使用橘子支付結帳。

◀ 柑盃家庭日容器租借服務

環境行動專案

專案	內容	2024 年成果
容器租借服務	橘子集團每逢中秋佳節會舉辦中秋晚會，除了讓同仁搭乘遊覽車一同前往，減少交通工具碳排量外，亦使用租借餐具減少一次性垃圾。	在皇后鎮森林舉辦的中秋晚會**共945人參與**，當天環保亮點如下： ✦ 與ZERO CUP合作免費使用環保餐具，共租借1,100只環保杯、1,000雙環保筷、1,350只環保盤，**總減碳量約145公斤** (計算方式：Earth Mission App)
生物多樣性	生物多樣性象徵生態環境的健康指標，橘子雖未自行生產實體產品，但為善盡保護義務，採行下列措施： ✦ 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，為環境行動盡一份心力。	✦ **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。 ✦ 捐款支持**台灣動物保護協進會、台灣樂活動物協會及社團法人台灣動物共和國關懷協會**

◀ 中秋晚會使用租借餐具

ENVIRONMENT
SYMBIOSIS

PROMOTING POSITIVE VALUE

4.1 橘子家庭

4.2 社會共好

CHAPTER 4

轉動正向價值

EXPLORE THE
UNLIMITED POSSIBILITIES OF LIFE

4.1 GAMANIA FAMILY

4.1.1 人力結構
4.1.2 人才招募與留任
4.1.3 人力發展
4.1.4 薪酬與福利
4.1.5 友善職場
4.1.6 健康職場

橘子家庭

4.1.1 WORKFORCE STRUCTURE 人力結構

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

GRI 2-7 GRI 405-1

人力結構

隨著橘子積極布局多元領域，截至2024年12月31日止，橘子在台員工人數合計為1,022人，包含982名正式人員及40名約聘人員（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		合計
	人數	比例	人數	比例	
永久合約	508	49.71%	474	46.38%	96.09%
臨時合約（約聘）	15	1.47%	25	2.44%	3.91%
30歲以下	133	13.01%	170	16.63%	29.64%
31~50歲	357	34.93%	318	31.12%	66.05%
51歲以上	33	3.23%	11	1.08%	4.31%
身心障礙	5	0.49%	2	0.20%	0.69%
本國籍	518	50.68%	497	48.63%	99.31%
原住民	0	0.00%	1	0.10%	0.10%
外籍	5	0.49%	1	0.10%	0.59%
經理	103	10.08%	76	7.44%	17.52%
研發	109	10.67%	52	5.08%	15.75%
管銷	311	30.43%	371	36.30%	66.73%
管理職級	103	10.08%	76	7.43%	17.51%
基層職級	420	41.10%	423	41.39%	82.49%

註：
1. 此表數據以在台員工數為統計基準。
2. 管理職位指經理級以上。
3. 與前一年度相比，2024年員工總人數無顯著波動。

員工性別平均年齡與年資

男性 平均年齡 **37.17** 歲 平均年資 **5.25** 年

女性 平均年齡 **35.54** 歲 平均年資 **5.24** 年

合計 平均年齡 **36.38** 歲 平均年資 **5.25** 年

註：此表數據以在台員工數為統計基準。

員工職能性別、國籍比

國籍	台灣		中國		韓國		香港		菲律賓		馬來西亞	
性別	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
執行管理階層	76.47%	23.53%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
非執行管理階層	54.94%	43.82%	0.62%	0	0.62%	0	0	0	0	0	0	0
技術人員	64.94%	33.92%	0	0	0	0	0.57%	0	0	0	0.57%	0
其他員工	50.11%	49.56%	0	0	0	0	0.11%	0	0.11%	0	0	0.11%

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。
2 非執行管理階層：10職等以上員工，包含處長、特助、經理。
3 技術人員：工程師等資訊人員。
4 其他員工：非上述等歸類於其他員工。
5 本表格數據涵蓋正職、兼職、約聘及派遣人員。

女性員工組成

2024年橘子集團在女性主管任用比例上持續提升。高階女性主管比例自22.22%上升至23.53%，基層女性主管比例也由39.74%提升至42.46%，顯示集團致力於打造更具多元與包容的職場環境。

	2023 年	2024 年	年度變化率
高階女性主管／全部高階主管	22.22%	23.53%	1.31%
基層女性主管／全部基層主管	39.74%	42.46%	2.72%
營利部門*女性主管／全部營利部門主管	36.28%	42.45%	6.17%

註：1 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。
2 營利部門指台灣遊戲橘子、hidol及各子公司事業體。

2024年正職員工新進離職統計

截至2024年，橘子共有346位員工任職滿5年以上。長期任職的員工不僅累積了豐富的專業經驗，也成為部門內部知識傳承與文化延續的重要資產，且穩定的團隊結構有助於企業知識的累積與延續。

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。

2024年新進率25.6%，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。

2024年新進率 **25.6%**

新進概況	男		女	
	人數	新進率	人數	新進率
30歲以下	54	44.63%	73	47.10%
31~50歲	64	18.08%	54	17.48%
51歲以上	5	15.15%	1	10.00%
小計	123	24.21%	128	27.00%

註：新進率＝該年齡組新進人數÷該年齡組總人數，總人數為2024年12月31日仍在職同仁。

健康離職率

數位科技產業的流動率一直都存在一定比例，橘子員工年資平均為5.25年。2024年總離職率為23.12%，相當於前一年水準且略低於同業水準。我們針對離職員工皆會進行離職訪談，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，將更能在流動率為一大挑戰的環境下，打造更友善留才之職場環境。

員工平均年資 **5.25年**

2024年總離職率 **23.12%**

離職概況	男			女		
	人數	自願離職率	總離職率	人數	自願離職率	總離職率
30歲以下	32	23.14%	26.45%	44	25.81%	28.39%
31~50歲	76	17.80%	21.47%	68	19.42%	22.01%
51歲以上	4	12.12%	12.12%	3	20.00%	30.00%
小計	112	18.70%	22.05%	115	21.52%	24.26%

註：離職率＝該年齡組離職人數÷該年齡組總人數，總人數為2024年12月31仍在職同仁。

人才招募與留任

4.1.2 TALENT RECRUITMENT AND RETENTION

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

人才招募策略

面對行動化浪潮，橘子正積極轉型，力求快速推出符合市場與消費者需求的網路服務。為此，我們持續深耕雇主品牌，透過人力銀行、社群平台、徵才活動及內部員工推薦等多方管道，廣納服務橫跨數位遊戲、新聞媒體、橘子原創、生活風格、企業服務、AI創新等六大領域的各界菁英。

近年來，橘子重視DEI趨勢，集團人力資源室積極蒐集相關指標，致力於提供同仁高度認同感的職場環境。隨著P世代漸入職場，更加重視工作所帶來的意義與自主性。這些多元思維促使橘子不斷創新管理制度，從「Dare to Challenge」的角度出發，領先業界提供更優渥的福利，全方位守護優秀人才。

人才招募活動

2024年，橘子集團持續透過多元招募管道，吸引各界優秀人才加入，以因應集團快速發展的需求。橘子採取的招募策略包含以下幾個方面：

擴大招募管道

除了既有的求職平台、校園徵才、社群媒體及內部推薦外，橘子積極拓展與各大專院校的實習合作，提供實習機會吸引潛力新秀。同時，橘子舉辦更多線上線下招募活動，如線上說明會、快速面談等，增加與求職者的互動機會。

強化雇主品牌形象

橘子透過社群媒體發布更多關於橘子集團企業文化、福利制度及員工發展機會的資訊，並分享員工的成功故事，以吸引更多認同橘子價值觀的人才。

推動內部轉調制度

橘子訂有「職務輪調辦法」，鼓勵同仁在集團內部尋找更適合自己發展的職位，提供內部轉調的機會，讓優秀人才得以在不同領域發揮所長，提升員工的歸屬感與忠誠度，2024 年內部員工職缺遞補率為15.63%，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。

持續關注DEI趨勢

橘子將持續關注多元、平等、共融（DEI）趨勢，如擴大多元化招聘平台，除傳統的招聘網站，考量多元性組織如與大學的多元學生社團、身心障礙福利機構等合作。此外，員工推薦計畫鼓勵員工推薦不同背景的候選人，且推薦流程公開透明，以確保招募過程的公平性，並有助於建立多元化的團隊。

人力發展
4.1.3 HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

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，讓橘人保有良好競爭力。

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、橘內人）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；另外，亦補助同仁參加外部專業課程。2024年共挹注超過510萬元於教育訓練，平均每人訓練費用約4,059元，員工訓練課程共269門，總受訓人次數達9,120人次，總訓練人時數達12,012.5小時，員工平均受訓時數9.54小時。

510.56 萬元
投入金額

9,120 人次
受訓人數

269 門
課程數

9.54 小時
每人平均受訓時數

12,012.5 小時
總訓練時數

全方位人才訓練

	新人訓練	橘人才 Learning	通識講座	專業訓練	橘資源 Online
高階主管	新進/新晉升主管須知	針對層級給予培訓課程： ✦ 高階/中階/基層主管管理課程 ✦ 一般人員著重於執行面工作管理、時間管理、專管理課程 舉例但不限於上述課程	❶ 橘講台 Speech ❷ 橘分享 Sharing	❶ 單位訓練需求 ❷ 員工外訓需求	❶ 自製線上課程 ❷ 授權式線上課程 ❸ 開放式課程
中階主管					
基層主管					
一般人員					
新進人員	小橘子須知 初心者任務 職場法律須知				

教育訓練概況

		2021	2022	2023	2024
總訓練時數（小時）	管理職級	2,459	3,329	2,880	2,819
	基層職級	11,065	13,362	10,354	9,193
	合計	13,524	16,691	13,234	12,012
人均受訓時數（小時／人）	管理職級	15	20	17	16
	基層職級	12	16	12	9

註：人均受訓時數計算方法為訓練時數÷總人數，總人數為2024年12月31日仍在職同仁。

專業發展計畫

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，達更有效的人力資本運用，藉以降低招募成本與離職率。2024年安排精準招募面談技巧與績效管理面談兩堂課程各兩個班次，計99人次，參與率達全體員工7.8%。

參加人數 **99** 人次

參與率 **7.8** %

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。如雲力橘子同仁為提升其專業技能，透過課程取得EC-Council CEH駭客技術專家認證與EC-Council CPENT滲透測試專家認證，2024年共有9位同仁完成此認證。此外集團亦有同仁申請語言、行銷、AI、防制洗錢等課程，讓同仁在其專業領域能有更豐富的展現，2024共有115人次申請外訓課程。

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，在此關鍵時刻，橘子集團再次宣布加入「TALENT, in Taiwan，台灣人才永續行動聯盟」！

我們承諾：

- 提供具產業競爭力的薪酬與福利制度
- 創造和諧開放的溝通文化
- 推動公平客觀的績效制度與多元聘雇機會
- 運用數位工具簡化流程，提升效率與體驗
- 擴展學習資源與職涯發展支持，讓橘人持續成長、迎接挑戰

我們將持續以行動支持與《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，共創人才培育的希望工程，為每一位工作人創造更好的未來。

加入橘子大家庭

薪酬與福利
4.1.4 COMPENSATION AND BENEFITS

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

薪酬制度

我們掌握業界薪資動態，同時考量員工基本所需之生活水平，如飲食、居住、衣物、交通等相關花費，適當調整以提供具競爭力的薪資，達到留才留任的效益，基層職級平均薪資與法定最低薪資比為1.46：1。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，相關資訊請詳年報第69~70頁。

2024年非主管薪酬資訊

單位：新台幣仟元

項目	2024
非主管之全時員工薪資總額（A）	653,169
非主管全時員工人數（B）	805
非主管之全時員工「薪資平均數」（A/B）	811
非主管之全時員工「薪資中位數」	771

註：台灣2024年1月1日實施之基本薪資為新台幣27,470 元。

績效管理

為落實「Dare to Challenge」的核心精神，橘子制定了一套適用於網路產業快速變動特性的績效制度，並將其納入績效評量系統，每年至少進行一次員工職涯發展規劃及績效評估。橘子採用目標管理，每位員工於年初會依據工作性質與職級，在財務與任務指標方面設定1至3個目標，並為各目標設定權重，作為績效評估的基準。為鼓勵員工因應環境變化調整目標，個人或單位可增加額外目標或提高既定項目的標準，例如設定加分題，或依專案性質採用360度績效考核及敏捷對話等多樣化的績效管理方式。這些做法旨在反映不同專業領域的目標達成率，並鼓勵員工全力以赴，展現最佳績效。

績效評核

評核類型	適用對象	頻率	執行作法
目標管理導向	全體員工	每年一次	① 啟動績效考核表格，同仁依照年度達成狀況，填寫達成與未達成狀況 ② 與主管針對上述表格內容一對一對談，針對年度達成成果共識與討論 ③ 確認年度表現結果後，主管針對員工填答結果進行回饋，送出後主管與同仁可同步檢視此年度績效考核表
多面向評估	部分主管	每半年一次	① 請被評核主管進行自評，並指定同部門同儕、跨部門同儕、部屬名單；由被評核者的主管進行名單指定 ② 針對主管應具備的關鍵職能行為展現，進行各團體問卷評分收集 ③ 產出各職能、各評分團體的分數，並與自評比較 ④ 針對整體結果與被評核者作解釋與討論
敏捷績效評估	部分團隊	每周	① 產品PM列出開發進度與目標，並與工程師溝通整體狀況 ② 每週Review當周達成狀況與後2週開發進度與預計達成情形 ③ 若進度持續落後會進入個人績效改善計畫 ④ 每週Review結果納入年度績效考核參考

獎勵機制

POINT 1 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。

POINT 2 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。

POINT 3 即時獎勵：橘時激賞

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，2024年有206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橘島餐券100元。每季舉辦High Party ，邀請績效同仁參加活動，給予同仁彼此交誼互動的機會，並與集團執行長近距離交流。

POINT 4 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。

POINT 5 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。2024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。

橘子福利

福利規劃

橘子一直以來都以打造溫馨又充滿活力的大家庭為目標，我們深信每一位夥伴都是橘子最珍貴的資產。除了提供具競爭力的薪資待遇，我們更用心規劃許多貼心多元的福利措施，讓大家在工作之餘也能好好照顧自己和家人。

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、免費員工協助計畫（心理／財務／醫療／法務）、員工三等親（含）以內親屬享有心理諮商服務特約優惠價、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。

我們知道，工作不只是工作，更是生活的一部分。因此，橘子集團持續營造一個讓大家能夠安心、快樂工作的環境，讓每一位夥伴都能在這裡找到歸屬感，一起成長、一起實現夢想，追求工作與生活的平衡。

長期福利計畫

橘子除依據勞動基準法、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，以保障未來生活安定，同時增進對公司之參與感，亦使同仁能持有公司股票，共享企業經營成果，故另訂定「員工持股信託實施辦法」。

員工自行組成員工持股會，凡服務滿一年以上者 ，可自由申請加入持股會，加入者自其每個月薪資中提存一定金額，並配合公司補助之獎勵金，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2024年，集團員工共417人申請入會。

幼橘園

隨著橘子的發展，團隊由平均年齡二十多歲的同仁，成長為面臨結婚生子人生大事的中堅主力。為實踐樂業安居的承諾，橘子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」。幼橘園以「Love to Play」為核心精神，打造勇敢、冒險、快樂成長的學習環境，期盼每位幼兒都能發展出其獨特性，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，2019年曾榮獲「台灣室內設計大獎」（Taiwan Interior Design Award）公共空間類獎項。2024年，幼橘園榮獲台北市勞動局113年度友善育兒事業獎，這份榮耀證明了集團夥伴能一同在橘子實現樂業安居的理想。

橘觀點－
了解幼橘園

2024年優於法令之假別

陪產檢/陪產假

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。

產假

橘子積極推廣**母嬰保護計畫**，率先業界將產假從8週**延長至10週**。

平權假

橘子重視兩性的平等權利，重視維護人權，尊重LGPTQ+，設置平權假，**同志結婚生育皆可享有薪婚假8天與陪產假**，為國內上市櫃公司的創舉。

壯遊假

橘子鼓勵並推動壯遊假，同仁提案冒險計畫書後經審核通過可帶薪請假且無上限。**培養同仁自我挑戰的精神，並鼓勵提升工作效率**。2024年請假人次為2人次。

公益假

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。

自主假

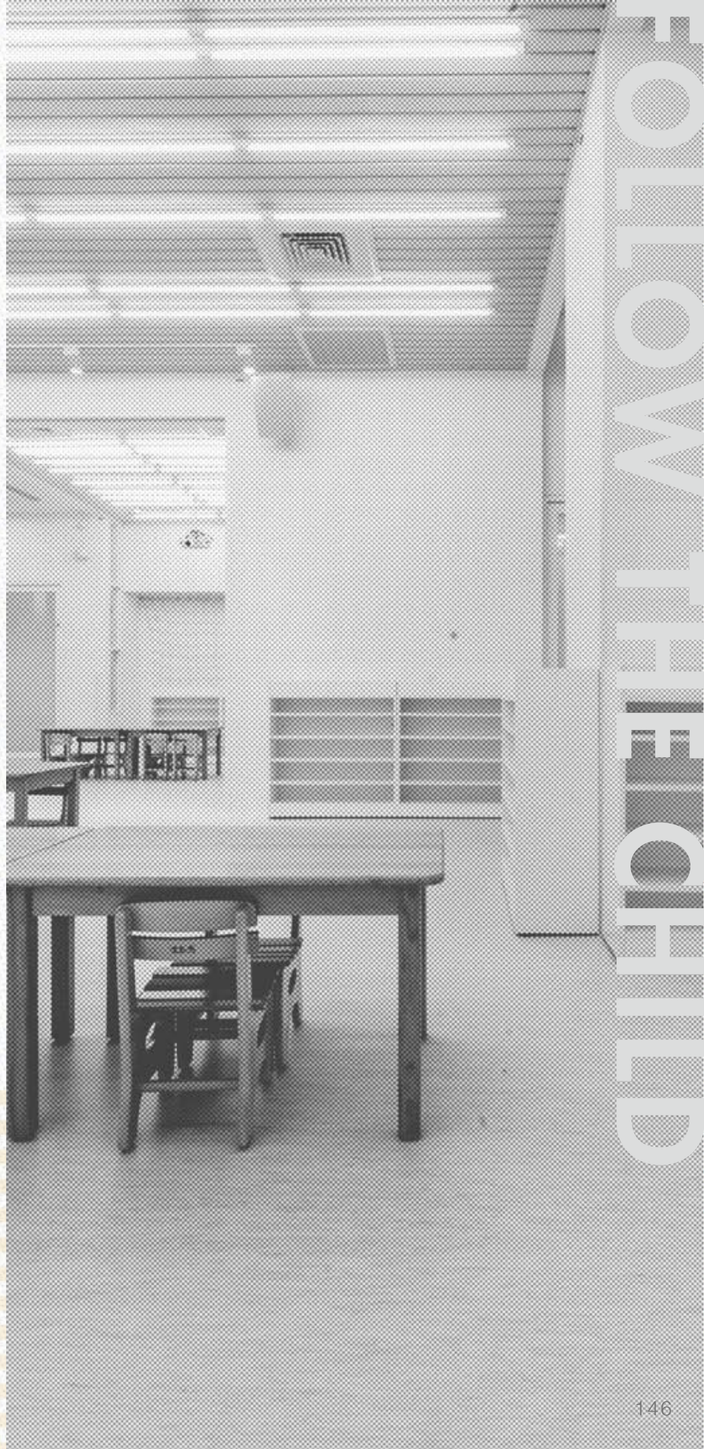
橘子施行特有自主假，同仁可在年假休完後**申請無限制天數的有薪假期**，不需主管逐筆准假，培養同仁自我管理的精神，並鼓勵提升工作效率。

2024年請假人次為38人次、累積時數542小時。

員旅假

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。

2024年共900人次申請。



2024年遊戲橘子員工福利項目

交通補助
每月固定金額補貼交通車上下班交通費

午餐補助／伙食補助
提供餐費津貼、員工餐廳或合作廠商折扣

健康檢查補助
定期健康檢查費用補助，或提供更高階的健檢方案選擇

育兒補助
托嬰托育津貼

員工旅遊補助
國內外旅遊補助，或團體旅遊部分由公司補助

節慶禮金／禮品補助
端午、中秋、農曆年等節日提供禮金或禮盒

員工關懷補助
提供心理諮詢、法律諮詢服務等福利

婚喪喜慶補助
結婚、生育、喪葬等場合提供禮金或慰問金

育嬰留停及復職統計

2024年育嬰留停概況	男	女	合計
總申請育嬰留停人數	2	13	15
2024年預計復職人數（a）	3	13	16
2024年實際復職人數（b）	1	13	14
復職率（b／a）	33.33%	100.00%	87.50%
2023年實際復職人數（c）	3	9	12
2023年留停復職後工作超過一年人數（d）	2	9	11
留任率（d／c）	66.67%	100.00%	91.67%

註：本公司全體同仁依法享有育嬰假。

友善職場
4.1.5 FRIENDLY WORKPLACE

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

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，2024 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。

員工溝通

橘子目前尚未設立工會或簽訂團體協約，惟我們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職場的各項需求與期望，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，營造更加和諧且高效的工作環境。詳參1.3.2誠信經營章節—檢舉與溝通管道。

宅橘便M—全匿名溝通管道

橘子善用自身的網路技術服務，我們創設全匿名的溝通管道，讓同仁無論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的使用人數近100%，2024年共處理了322則管理上的問題。

使用人數近
100%

處理管理問題
322則

全橘總動員—全體員工大會

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。全橘總動員為員工溝通的重要管道之一，所有同仁皆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），由集團執行長現場一一回答所有問題並傾聽同仁需求，以即時地雙向交流提升互動品質及勞資關係，2024年共回應員工52個提問。

2024全橘總動員精采內容

Q1 ESG 浪潮來襲：我們每個人，都身處「永續進行式」

講者 天下永續會負責人 熊毅晰

什麼是ESG？為什麼要做？不論企業和個人，如何開始第一步?邀請業界專家天下永續會負責人熊毅晰熊大，分享給橘人最生活、最切身的ESG相關訊息，從ESG小白變身ESG達人，響應「全員ESG」素養提升行動。

Q2 解悶救人生

講者 臺灣第一模仿天王 郭子乾

戲裡戲外、台上台下的演藝生涯中模仿超過500個角色，聽臺灣第一模仿天王、茶金裡的吉桑—郭子乾分享如何轉換過往所有表演蓄積的能量，在戲劇裡完美綻放成笑中帶淚的故事，給人笑著繼續往前的力量。

Q3 突破舒適圈，挑戰自我極限，做你想做的事

講者 橘子集團原創中心 黃勇勝、超馬醫師 李俊昌

邀請集團通過壯遊假申請的原創中心同仁黃勇勝分享他徒步北美太平洋屋脊步道—南加州段的精彩歷程，同時亦邀請台灣跑界稱「超馬醫師」、兩度參加橘子岸到頂超級馬拉松的李俊昌選手分享，為了健康因素而接觸馬拉松後，每一次參與的賽事對自己的人生帶來的改變。

Q4 守護我們的星球—與舒夢蘭一起聚焦全世界

講者 金鐘獎得主、《聚焦全世界》主持人舒夢蘭

邀請走訪過七大洲、58個國家的金鐘獲獎主持人舒夢蘭分享因主持《聚焦全世界》而經歷的所見所聞，以及希望透過節目帶給社會大眾的啟示：「唯有了解，才會在乎，唯有在乎，我們才能真正改變。」

人權政策與管理

GRI 2-23 GRI 2-24 GRI 2-30 GRI 406-1

橘子集團承諾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及所有我們關注的利害關係人（包含顧客、供應商、股東、合作夥伴等）。

2024年我們更新了集團人權政策，除將範圍擴大外，更具體承諾公司提供安全健康的工作環境、包容尊重的氛圍、同工同酬的平等待遇及人權教育的落實。為強化人權風險管理與政策落實，橘子集團導入人權盡職調查管理專案，識別並評估可能的人權風險。

集團亦已建構涵蓋多項關鍵議題的九大人權相關管理政策，包含人權政策、童工誤用、反強迫勞動、檢舉人保護暨反報復管理等，透過制度化管理與教育訓練，持續深化人權意識。

2024年無重大人權事件(含歧視事件)通報，顯示橘子在保障人權與推動公平對待方面的努力已具初步成效。

橘子人權政策

人權盡職調查

橘子每2年執行一次人權盡職調查，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。今年度已完成最新一輪調查，並據此強化相關管理作為。

STEP 01 將負責任商業行為融入政策與管理系統

建立9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。

STEP 02 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。

STEP 03 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。

STEP 04 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。

STEP 05 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。

STEP 06 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2024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，則立即進行減緩應對措施或補救措施。

透過此過程，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。2024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。

評估人權風險事項 **27** 項

- 高風險 **0** 項
- 中風險 **4** 項
- 低風險 **23** 項

重大人權議題與補救措施

人權盡職調查三步驟作業流程

橘子透過系統性三步驟流程執行人權盡職調查，從風險鑑別、評估分級至改善行動，確保人權議題能被有效掌握與回應。

STEP 01 人權風險事件鑑別

STEP 02 風險評估與分級

STEP 03 高風險事件改善行動

人權風險情境與對應改善作法

橘子針對工作管理、人道待遇、青年勞工與自由選擇職業等面向，辨識實際營運可能出現的人權風險情境，並提出具體改善行動，以強化整體人權保障機制。

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

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. 監測工時，給付合理加班費或補休申請
4. 導入系統警示機制
5. 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	✦ 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	✦ 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	✦ 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	✦ 致力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以實現性別同工同酬。 ✦ 通過AI等數位轉型課程，協助同仁因應趨勢，達資訊平權。

註：人權盡職調查範圍涵蓋橘子集團總部所有營運據點。

議題	對象	管理方案
維持身心健康與工作生活平衡	所有員工	✦ **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，並透過考勤系統，鼓勵及提醒員工安排及運用假期。 ✦ **員工協助方案**：除團保優於法規保障外，我們擴大對員工的社會及生活保障，關懷範疇超越政府計畫。
結社自由和集體談判權	所有員工	✦ 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。 ✦ 定期召開員工大會就工作條件進行溝通。
職場健康與安全	所有員工 供應商 承攬商	✦ 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或氣候災害發生，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

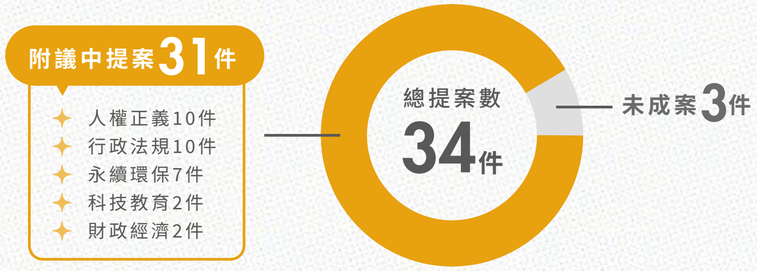
2024年橘子首次將人權管理納入ESG必修課程內，以提升員工對人權保護的意識並有效降低人權風險發生可能性。為考量員工的工作環境和作業時間，除線上教育訓練外，橘子亦透過數位管道、電子看板等方式進行議題宣導。2024年度全體員工包含新進人員完訓率達100%。

訓練及宣導主題

- 公司人權政策與管理措施
- 勞動權益原則
- 職場不法侵害
- 職場性騷擾防治
- 多元申訴管道

社會人權影響力

由NOWnews主辦的「跨世代論壇」邁入第6屆，除延續品牌倡議的「青年參政」外，2024年更將目標對象由青年擴展至新住民群體，並深化公民提案競賽影響力，追蹤提案落實與公部門媒合。透過營隊、論壇及合作夥伴資源，推動教育與國際交流，擴大議題聲量，讓論壇更具國際視野，打造成學生必參與的公民行動平台。2024年總提案數共34件、未成案3件、附議中提案31件，其中附議中提案含人權正義10件、行政法規10件、永續環保7件、科技教育2件、財政經濟2件。



供應鏈人權盡職調查管理

橘子除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（包含職業安全衛生）納入供應商宣導、新廠商評選、供應商年度考核重點議題，詳細績效請參3.3.1永續採購章節。

HUMAN RIGHTS TRAINING AND AWARENESS CAMPAIGNS

健康職場

4.1.6 HEALTHY WORKPLACE

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

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、家庭、財務、法務、管理協助，改善同仁在生活與心理上的平衡，並解決工作或生活中遇到的身心壓力或問題，提供同仁沒有壓力的匿名諮詢管道，更能有效幫助需要協助的同仁。透過此協助方案，四年來已服務超過1,000人次，為集團內部的重要穩定力量。2024年4月起新增孕產諮詢服務，提供懷孕或是伴侶懷孕同仁在孕期期間與產後更全面的支持。

2024年申請服務人數99名，共計使用571次晤談服務，進線同仁滿意度達4.86分（滿分5分）。

孕產諮詢服務

申請人數	晤談服務共計使用	進線同仁滿意度
99名	571次	4.86分（滿分5分）

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。

項目	2024年內容
員工 健康計畫	✦ 橘子每年提供員工健檢，2024年共864人完成健檢，健檢率達71.64%。 ✦ 每季並安排職醫駐診服務，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，2024年諮詢人數共22人次。
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。 ✦ 邀請西園醫療的高祥杰教練辦理講座，主題為「熱量赤字計算與居家運動」，共16人參加。
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。 ✦ 邀請物理治療師辦理講座，主題為「遠離孕後常見肌肉骨骼問題」，共10人參加，滿意度達5分（滿分5分）。

項目	2024年內容
肌肉骨骼 疾病預防	✦ 遊戲橘子集團員工多為辦公室作業，長期久坐工作，易導致肌肉骨骼痠痛不適，故集團提供自動升降桌供同仁使用，另挑選二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、姿勢及衛教；2024年申請人數共72位。 ✦ 邀請物理治療師辦理講座，主題為「遠離肩頸不適_工作中的肩頸保健」，共32人參加，滿意度4.6分（滿分5分）。 ✦ 依肌肉骨骼症狀調查表（NMQ問卷）調查結果，可發現疑似有危害族群有下降趨勢。
高強度 活動照護	✦ 高強度活動如龍舟競技、馬拉松、三鐵活動時，會由專業健身教練與護理師協助參與同仁每月測量In-Body，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。

NMQ比較	2023年	2024年
無危害（無痠痛）	54%	55%
無危害（NMQ 1-2分）	34%	36%
疑似有危害（NMQ 3-5分）	12%	9%
有危害	0%	0%
確診疾病	0%	0%

項目	2024年內容
健身房	✦ 總部設有24小時健身房，提供免費的InBody身體成分組成分析，使用時由專業健身教練與護理師陪同。 ✦ 特聘一位健身教練，指導器材的正確使用方法，以及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。 ✦ 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，2024年運動課程約有6,808人次參加。 ✦ 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，每週三下午安排按摩師舒壓服務，同仁可以透過預約，享受一次15分鐘的舒壓按摩，2024年為418人次提供按摩服務。 ✦ 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，同時鍛鍊體魄、促進身心健康。訓練有素，2025年獲臺北國際龍舟錦標賽第五名佳績。 橘觀點—了解更多關於橘子龍舟隊
社團活動	✦ 橘子共有8個社團：熱舞社、橘板社、瑜伽社、書橘旅社、G RUN、Dondon小手社、排球社、橘橘桌遊社，2024年度社團與參加人數共計180人次。
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（人因性危害預防計畫、異常工作負荷促發疾病預防計畫、執行職務遭受不法侵害預防計畫、母性健康保護計畫），系統性地進行職場潛在危害與風險評估，以識別可能造成員工身心傷害之因素。各項計畫內容涵蓋危害因子辨識、風險等級評估、現場檢點、保護措施制定及追蹤改善流程，並透過教育訓練、檢核表與通報制度，提升整體職場風險感知與預防能力，確保員工健康安全與營運穩定。經過對於職場潛在健康風險的系統性評估後，我們依風險程度與受影響對象進行優先排序，並制定具體改善行動計畫。

為因應重大災害及突發狀況發生，以在危及、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。另外訂有「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，建立完整的應對緊急情況之整合行動計畫，以應對突發狀況，例如火災、水災等天災及緊急事故等。針對不同緊急情況，訂定應對策略、程序與流程，以及相關的應急設備與救援措施。我們定期進行緊急應變演練，確保員工熟悉應對緊急情況的流程和措施，並對演練結果進行評估和改進。2024年本公司無重大工安事件或緊急通報事件發生。

同時，針對上述職安衛相關政策，我們定期進行自主檢查及內部稽核，確認及評估公司的管理系統與流程，針對所發現之缺失項目提出改善措施，並進行追蹤管理，以提升作業環境安全性。此外，在與集中採購之供應商合作上我們亦相當重視職業安全衛生，於簽約時皆需簽署「供應商企業社會責任聲明書」，主張其遵循職業安全、勞動權益與環境保護等永續承諾。

緊急通報階段與順序

狀況	等級	狀況說明	通報對象與處理單位
一般性狀況處理	三級狀況	緊急範圍在作業現場人員能控制者	現場人員／單位主管處理
整體性服務中斷	二級狀況	超出作業場所所能控制，需整合相關單位共同處理者	營運長協調相關單位（營運、資訊、後勤）
整體性營運中斷	一級狀況	需外援或超出最高主管權責時	執行長

2024年職業安全演練和教育訓練

名稱	次數	受訓對象	受訓總人次	受訓總時數
2024年（上半年度）橘子集團總部自衛消防編組組員消防講習訓練	1	橘子集團總部自衛消防編組組員	24人	4小時
2024年（下半年度）橘子集團總部自衛消防編組組員—各部門主管實施避難疏散演練	1	橘子集團總部自衛消防編組組員暨各部門主管	27人	3小時

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。

職業傷害所造成的死亡數量	0人
失能傷害人次數	0人
職業傷害所造成的死亡率	0%
失能傷害天數	0天
嚴重的職業傷害數量	0人
失能傷害頻率（FR）*	0
嚴重的職業傷害率（排除死亡人數）*	0%
失能傷害嚴重率（SR）*	0

註：❶ 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 x 1,000,000。
❷ 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 x 1,000,000。
❸ 失能傷害頻率 (FR) = 失能傷害人次數 / 總工時小時 × 1,000,000。
❹ 失能傷害嚴重率 (SR) = 失能傷害天數 / 總工作小時 × 1,000,000。
❺ 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。

	2022年	2023年	2024年
缺勤率（%）	0.96	0.70	0.75
涵蓋率（%）	100	100	100

註：❶ 缺勤率=缺勤時數/總工作小時數。 ❷ 缺勤時數包含病假、公傷假、生理假及住院病假。

社會共好

EXPLORE THE
UNLIMITED POSSIBILITIES OF LIFE

4.2.1 公益目標與策略

4.2.2 橘子關懷基金會

4.2.3 社區共好

4.2.4 支持國內文化產業

4.2

SOCIAL INCLUSION

公益目標與策略
4.2.1 PUBLIC WELFARE GOALS AND STRATEGY

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

橘子集團之公益目標與策略，以董事長兼基金會創辦人勇於冒險挑戰的精神出發，同時回應集團「Dare to challenge 戰自己」的品牌核心，自2008年打造公益平台—橘子關懷基金會，目標是鼓勵青年勇敢冒險。藉由基金會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。

SDG 4
優質與平等教育

SDG 16
和平、正義與健全制度

橘子關懷基金會

4.2.2 GAMANIA CHEER UP FOUNDATION

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

基金會簡介

橘子集團是一個匯集夢想的有機體，凝聚了創辦人、橘人、所有玩家和社會大眾的夢想。2008年正式啟動「橘子關懷基金會」，期許能夠更集中資源、組織性的回饋，善盡企業社會責任，作為青年夢想的贊助人。成立至今，已陪伴超過萬名青年為夢想而戰，踏上追夢之路。

- **2008** 北極大挑戰
- **2011** 大夢勇氣號
- **2012** 夢想單車
- **2014** 大夢飛行
- **2015** 大夢獨木舟
- **2016** 大夢攀越
- **2018** 大夢冰島 / 前進南極點
- **2021** 前進西甲 / 前進十四峰
- **2022~2024** 前進西甲 / 前進十四峰 / 前進籃球夢 橘子冒險學園 / 橘子岸到頂超級馬拉松

基金會近年以「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。並舉辦了線上線下活動，以冒險專業支持同仁實踐壯遊假。2024年透過2場線下分享「冒險小聚」和1場記者會，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8,000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。

基金會專案

大夢計劃

「大夢計劃」支持過許多勇於挑戰自我極限的青年，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。

我們多年來跨越陸海空，完成了許多驚人的計劃，實現不設限的大夢想。

大夢計劃×袁永誠 前進西甲

橘子關懷基金會自2021年起攜手袁永誠，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，國小畢業後開始旅外培訓。2021年，他在19歲時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。2024年9月他從富恩拉不拉達轉會至賽維利亞國際隊，在西班牙第五級別聯賽效力一個賽季，目前在往第四級別西協乙的目標邁進。

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。2024夏季攀登過程中發生夥伴墜落事故，阿果在心理層面經歷重大衝擊，基金會基於陪伴與尊重的立場，給予他更多空間與時間進行調整。

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」，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28,578公里。

2024年，橘子冒險學園以「山海圳岸到頂」為主題，舉辦線上線下冒險體驗，透過團建、健行、自行車、登山，五天四夜的線下營隊活動體驗冒險精神。基金會邀請海神大前鋒胡瓏貿、前進十四峰呂忠翰、OBT登山家曾武平、心靈冥想導師Stella，從冒險實踐、體驗探索與精神收斂三方面，完整學員體驗。

橘子岸到頂超馬_邀請賽

「山海圳國家級綠道」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。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。

2024年，賽事成功取得100miles國際Aims/WA賽道認證和IAU銅標賽事認證，成功取得國際賽事資格，並邀請25位國內菁英跑者舉辦正式邀請賽，並建立賽事風險管理書。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。

大夢計劃×花蓮橘子猿 前進籃球夢

橘子關懷基金會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。2024延續計畫，球員們前往台北進行移地訓練，參訪EMPOWER北部球隊與HBL甲級校隊，於7月進行企業參訪，親身感受企業文化與冒險精神，深化基金會價值觀的體驗，將挑戰自我的理念內化為行動。基金會透過俱樂部模式，推動運動在地方普及，縮減城鄉差距帶來的資源不平等，為花蓮地區青少年創造更多運動機會。

CHEERUP FOUNDATION

GoNext

社區共好

4.2.3 COMMON GOOD IN THE COMMUNITY

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

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1111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。2024年參與256人，共募集365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。

2024年邀請16家攤商市集（其中9間為新增店家），同時安排挑戰競賽、才藝表演、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「寵物友善日」、「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等，持續進行長期概念延伸，從ESG各個面向傳達「橘式價值」。

贊助支持Jump for Heart 港湖區國小學童跳繩公益活動

2024年，台灣永續價值股份有限公司與台北市政府教育局舉辦國小學童跳繩公益活動「Jump 4 Heart」，橘子集團贊助支持內湖南港區國小學童參與活動，透過跳繩促進生長板長高茁壯並鍛鍊心肺耐力，培養健康習慣並帶來正面影響力；學童跳繩運動的成果全數轉換為愛心捐款，贈予財團法人罕見疾病基金會，響應「健康與福祉」（SDG 3）、「優質教育」（SDG 4）等聯合國永續發展目標。

社會公益

橘子於2024年社會公益實際支出總金額達新台幣3,924萬元，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。

單位：新台幣仟元

類別	項目	經費
醫療服務	現金投入	1,000
動物友善	現金投入	3,766
文化創意	現金投入	8,423
教育理念	現金投入	26,060
	物品捐贈	媒合集團資源收集捐贈物品，將適合之物品分別提供給偏遠地區的弱勢團體與機構

註：文化創意包含歷史文化及運動賽事等。

支持國內文化產業
4.2.4 SUPPORT FOR DOMESTIC CULTURAL INDUSTRIES

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

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，透過旗下漫畫小說平台MOJOIN(前身為beanfun!漫畫星、文學星)，攜手國內漫畫家、小說家、創作者，一同開發精彩原創作品：除稿費外，輔以助手制度、講座課程與產業資源，並不定期舉辦系列推廣活動，透過實質行動孵育台灣原創故事；2024年於內容投資達2,000萬元、較2023年增加近四成，持續推動台灣優秀原創IP躍上國際舞台。

另外，橘子集團以「文創股長」為品牌，攜手超過百位台灣圖文創作者推動原創IP內容發展。2024年，「文創股長」力邀16位圖文創作IP共同參與「2024台灣文博會」台南展區，更首次進駐百貨通路，分別於誠品生活南西、新光三越台南新天地打造限定快閃店。活動現場網羅超過30組人氣角色，包括「醜白兔」、「炸蝦狗狗」、「起士貝爾」、「哈囉兔兔」與首度來台的「可愛卡薯」，透過專屬周邊與互動裝置展現原創魅力。

橘子集團亦積極拓展IP內容領域，漫畫小說品牌「MOJOIN」與台灣角川聯手舉辦「漫畫創作祭」，提供創作者獎金、出版與連載機會，打造多元發展的原創內容生態圈。

DOMESTIC CULTURAL INDUSTRIES

支持運動競技，攜手體育賽事

2024年橘子集團針對體育活動贊助達200萬元，其中連續四年冠名中華職棒金手套獎，以實際行動力挺年度盛會，Gamania橘子集團秉持著和中華職棒一樣的精神，不斷在挑戰中前進，期許年年都能「再創顛峰」，今年的頒獎典禮也不缺席，冠名「2024中華職棒Gamania橘子集團金手套獎」，期許有更多台灣運動與優秀選手成為最耀眼的未來之星。

同年，為鼓勵青少年投入運動賽事，提升身心正面能量，亦資助「2024年度全國國民小學籃球錦標賽」。

支持AI發展，賦能演藝活動

Gamania橘子集團與臺北流行音樂中心合作的「挺音樂！音樂靠山計畫」首場演出舉辦於Legacy Taipei「揪音秘」音樂秘密集會，有人氣男團FEniX、新生代嘻哈女聲林潔心，還有入選計畫的音樂組合：首登Zepp開賣即秒殺的另類搖滾樂團Who Cares胡凱兒、音樂節人氣指標龐克樂團粗大Band、最具金曲潛力00後新人阿橘AhhG輪番登台開唱！活動現場更有Vyin AI打造的「AI DJ Heart 樹洞先生」音樂推薦互動體驗，並與人氣插畫家聯手推出「AI 風格拍貼」，讓樂迷留下獨特回憶。

2024年末，橘子透過自研Vyin Brain系統模擬人腦決策、AI聲紋及AI風格創作等技術前瞻科技打造「AI偶像分聲來電」、「AI DJ Heart 樹洞先生」及「AI風格拍貼機」等創新娛樂裝置，更在台北跨年晚會上展現即時互動的虛擬主持人技術，展現技術與娛樂的高度整合力。

前言
CHAPTER.1 轉動永續經營
CHAPTER.2 轉動數位責任
CHAPTER.3 轉動環境友善
CHAPTER.4 轉動正向價值
附錄

GRI索引表

1. 使用聲明：橘子報告書依循GRI準則編製，本報告書資訊揭露期間為2024年1月1日至12月31日。
2. 使用的GRI：GRI 1：基礎 2021。
3. 適用的GRI行業準則：GRI尚未發布所屬行業別行業準則。

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 1.1.1 營運概況	004 020	
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書 1.1.1 營運概況	004 020	
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	004	
	2-4	資訊重編	關於本報告書	004	
	2-5	外部保證/確信	關於本報告書	004	
	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.1.1 營運概況 3.3.1 永續採購	020 128	
	2-7	員工	4.1.1 人力結構	136	
	2-8	非員工的工作者	4.1.1 人力結構	136	約聘時薪制5人 派遣237人 承攬商 21位
	2-9	治理結構及組成	1.2.1 實踐永續治理 1.3.1 治理組織與架構	033 054	

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	2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.3.1 治理組織與架構	054	
	2-11	最高治理單位的主席	1.3.1 治理組織與架構	054	
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.2.1 實踐永續治理	033	
	2-13	衝擊管理的負責人	1.2.1 實踐永續治理	033	
	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	1.2.1 實踐永續治理	033	
	2-15	利益衝突	1.3.1 治理組織與架構	054	
	2-16	溝通關鍵重大事件	1.2.1 實踐永續治理	033	
	2-17	最高治理單位的群體智識	1.3.1 治理組織與架構	054	
	2-18	最高治理單位的績效評估	1.3.1 治理組織與架構	054	
	2-19	薪酬政策	1.3.1 治理組織與架構	054	
	2-20	薪酬決定流程	1.3.1 治理組織與架構	054	
	2-21	年度總薪酬比率	4.1.4 薪酬與福利	143	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 1.2.1 實踐永續治理	006 033	
	2-23	政策承諾	1.3.2 誠信經營 4.1.5 友善職場	060 148	
	2-24	納入政策承諾	1.3.2 誠信經營 3.3.1 永續採購 4.1.5 友善職場	060 128 148	
	2-25	補救負面衝擊的程序	1.3.2 誠信經營 2.4.3 客戶滿意度	060 103	

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	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.3.2 誠信經營	060	
	2-27	法規遵循	1.3.2 誠信經營	060	
	2-28	公協會的會員資格	1.1.3 外部組織參與	029	
	2-29	利害關係人議合方針	1.2.4 利害關係人議合	048	
	2-30	團體協約	4.1.5 友善職場	148	

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	1.2.3 重大主題分析與管理	042
	3-2	重大主題列表	1.2.3 重大主題分析與管理	042
資訊安全與隱私權保障				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.2.3 重大主題分析與管理	042
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	2.4.2 個資與隱私保護	100
公司治理與誠信				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.2.3 重大主題分析與管理	042
GRI 205：反貪腐	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.3.2 誠信經營 3.3.1 永續採購	060 128

重大主題				
GRI 準則	揭露項目		對應章節暨補充說明	頁碼
經營績效				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.2.3 重大主題分析與管理	042
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	026
風險管理				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.2.3 重大主題分析與管理	042
產品與服務創新				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.2.3 重大主題分析與管理	042
客戶權益與服務				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.2.3 重大主題分析與管理	042
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	2.4.2 個資與隱私保護	100
勞資關係與員工權益				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.2.3 重大主題分析與管理	042
GRI 201：經濟績效	201-3	定義給付制義務與其他退休計畫 確定給付制義務與其他退休計畫	4.1.4 薪酬與福利	143
GRI 401：勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	4.1.1 人力結構	136
	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	143
	401-3	育嬰假	4.1.4 薪酬與福利	143
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	148

重大主題				
GRI 準則	揭露項目		對應章節暨補充說明	頁碼
人權與多元包容				
GRI 3：重大主題	3-3	重大主題管理	1.2.3 重大主題分析與管理	042
GRI 405：員工多元化與平等機會	405-1	治理單位與員工的多元	1.3.1 治理組織與架構 4.1.1 人力結構	054 136
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	148

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	❶ 總能源消耗量 ❷ 來自電網的比例 ❸ 來自再生能源的比例	3.2.2 能資源管理	❶ 35,391.56 GJ ❷ 78.14% ❸ 20.47%
	TC-SI-130a.2	❶ 總取水量 ❷ 總耗水量； 在高度或極高度水資源壓力地區之百分比	3.2.2 能資源管理	總用水量20,501m³，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	3.2.1 環境永續	

主題	指標代號	指標名稱	對應章節	備註
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	2.4.2 個資與隱私保護	❶ **沒有獨立的系統進行目標式廣告** ❷ **個資**：公司收集的資料都會依據現行的個資管理辦法進行保管和後續處理，沒有告知會保存多久或多久會刪除／封存。 ※但玩家若主動提出要求刪除，我方必定會配合刪除，刪除紀錄保存至少五年。 ❸ **中獎公告**：玩家真實姓名、手機門號的名單會進行隱碼（至少1個（含）以上字元）。 ❹ **兒童隱私**：根據臺灣分級服務規章，顯示適合年齡的作法，以符合遊戲服務廣告分級辦法。
	TC-SI-220a.2	資訊被使用於二次目的之使用者數量	2.4.2 個資與隱私保護	100%
	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	2.4.2 個資與隱私保護	本年度無此情事
	TC-SI-220a.4	❶ 執法單位索取用戶資訊的次數 ❷ 被索取用戶資訊的用戶數量 ❸ 用戶資訊被揭露事件次數比例	—	❶ 985次 ❷ 5,806筆 ❸ 0%（我方不會以任何形式主動揭露用戶資訊）
	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	❶ 數據外洩次數 ❷ 涉及個人資料外洩的百分比 ❸ 受影響的用戶數量	2.4.2 個資與隱私保護	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	2.3.1 資安管理	導入ISO 27001

主題	指標代號	指標名稱	對應章節	備註
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0.39%
	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	❶ 執行管理階層 ❷ 非執行管理階層 ❸ 技術人員 ❹ 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	1.3.2 誠信經營	本年度無此情事
管理來自技術中斷之系統風險	TC-SI-550a.1	❶ 效能問題次數 ❷ 服務中斷次數 ❸ 用戶服務中斷導致的總停機時間	—	❶ 17次 ❷ 40次 ❸ 0.57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	2.3.1 資安管理	資通系統無法持續運作，將停止對外提供營運服務，影響企業營收、品牌形象、客戶及股東信任及權利受損。
營運活動指標	TC-SI-000.A	❶ 服務授權或訂閱之數量 ❷ 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	❶ 資料處理能力 ❷ 資料處理外包百分比	—	配合同業暫不揭露
	TC-SI-000.C	❶ 資料儲存量能 ❷ 資料儲存外包百分比	—	配合同業暫不揭露

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	3.1.1 氣候治理	107
	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	3.1.1 氣候治理	107
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	3.1.3 氣候策略	110
	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	3.1.3 氣候策略	110
	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	3.1.3 氣候策略	110
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	3.1.2 氣候風險管理	108
	TCFD 3(b)	描述組織在氣候相關風險的管理流程	3.1.2 氣候風險管理	108
	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	3.1.2 氣候風險管理	108
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	3.1.4 氣候指標與目標	117
	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	3.1.4 氣候指標與目標	117
	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	3.1.4 氣候指標與目標	117

上櫃公司氣候相關資訊

1 氣候相關資訊執行情形

項目	對應章節	頁碼
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	3.1.1 氣候治理	107
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）	3.1.3 氣候策略	110
3 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響	3.1.3 氣候策略	110
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	3.1.2 氣候風險管理	108
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	3.1.3 氣候策略	110
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	3.1.3 氣候策略 3.1.4 氣候指標與目標	110 117
7 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎	目前尚未使用，內部評估中	—
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	3.1.4 氣候指標與目標	117
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	3.1.4 氣候指標與目標	117

1-1 最近二年度公司溫室氣體盤查及確信情形

項目	對應章節	備註	頁碼
1-1-1 溫室氣體盤查資訊： 敘明溫室氣體最近兩年度之排放量（公噸CO2e）、密集度（公噸CO2e／百萬元）及資料涵蓋範圍	3.1.4 氣候指標與目標	2023年能源密集度：0.82 2024年能源密集度：0.70	117
1-1-2 溫室氣體確信資訊： 敘明最近兩年度確信情形說明，包括確信範圍、確信機構、確信準則及確信意見	3.1.4 氣候指標與目標 附錄-溫室氣體查驗聲明書	橘子2023年及2024年皆依循ISO 14064標準進行溫室氣體盤查，並通過第三方驗證機構DNV查證，確信範圍為橘子集團在台營運據點，2024年新增香港遊戲橘子。	117 177
1-2 溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫： 敘明溫室氣體減量基準年及其數據、減量目標、策略及具體行動計畫與減量目標達成情形	3.1.4 氣候指標與目標		117

會計師有限確信報告

Deloitte.

勤業眾信

會計師有限確信報告

遊戲橘子數位科技股份有限公司　公鑒：

遊戲橘子數位科技股份有限公司民國 113 年度永續報告書，業經本會計師針對遊戲橘子數位科技股份有限公司所選定之績效指標執行確信程序後事，並出具有限確信報告。

確信標的資訊與適用基準

遊戲橘子數位科技股份有限公司所選定之績效指標（以下簡稱標的資訊）與適用基準，請詳附件一「確信項目彙總表」。

管理階層之責任

管理階層之責任係依照財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」、全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative, GRI）發布之適用準則、主題準則及遊戲橘子數位科技股份有限公司自行設計之基準編製標的資訊，並維持與標的資訊編製有關之必要內部控制，以確保標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師之責任係依照確信準則 3000 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」規劃及執行有限確信案件，基於所執行之程序與所獲取之證據，對標的資訊（詳附件一）是否未存有重大不實表達取得有限確信，並出具有限確信報告。相較於合理確信案件，有限確信案件所執行程序之性質及時間不同，其範圍亦較小，故於有限確信案件所取得之確信程度亦明顯低於合理確信案件中取得者。

本會計師係基於專業判斷規劃及執行確信程序，以獲取相關標的資訊之有限確信證據，並任何內部控制均受有先天限制，因此未必能查出所有重已存在之重大不實表達。本會計師執行確信程序包括：

- 1 -

- 對參與編製標的資訊之管理階層及相關人員進行查詢，以瞭解編製標的資訊之政策、流程、內部控制及資訊系統，以辨認可能存有重大不實表達之領域；
- 對標的資訊選取樣本進行檢查、驗算、重新執行、觀察及分析性程序等程序，以取得有限確信之證據。

先天限制

由於諸多確信項目係屬非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天限制，故該等資訊之相關性、重大性與正確性之解釋可能涉及更多管理階層之重大判斷，假設與解釋，不同利害關係人對該等資訊亦可能有不同之解讀。

獨立性及品質管理規範

本會計師及所隸屬會計師事務所已遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密與專業行為。

本會計師所隸屬會計師事務所適用品質管理準則 1 號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定會計師事務所設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令有關之必要政策或程序。

確信結論

依據所執行之程序與所獲取之證據，本會計師並未發現標的資訊在所有重大方面有未依照適用基準編製而須作修正之情事。

其他事項

本確信報告出具後，遊戲橘子數位科技股份有限公司對任何確信標的資訊或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

勤業眾信聯合會計師事務所

會計師　郭　文　言

郭文言

中　華　民　國　114　年　8　月　1　日

- 2 -

附件一

確信項目彙總表

編號	標的資訊				對應章節	適用基準
1	能源	單位	2024		3.2.2 能資源管理	GRI 302-1 組織內部的能源消耗量 2016
	液化石油氣	GJ	464.00			
	汽油	GJ	27.66			
	外購電力－非再生	GJ	27,655.75			
	外購電力－再生	GJ	7,244.15			
	註：轉換係數係參考資料來源「經濟部能源署公告之能源產品單位熱值表」、「113 年 2 月 5 日公告溫室氣體排放係數」。					
	2024 年非再生能源／再生能源總用量					
	非再生能源總用量	GJ	28,147.41			
	再生能源總用量	GJ	7,244.15			
	能源總用量	GJ	35,391.56			
2	能源	單位	2024		3.2.2 能資源管理	GRI 303-3 取水量 2018
	自來水用量	百萬公升	20.50			
	註：自來水用量取自於台北自來水事業處，其水源皆屬於淺水（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					
3	廢棄物類別		清運數量（公噸／年）		3.2.2 能資源管理	GRI 306-3 廢棄物的產生 2020
			2024			
	生活垃圾		42.99			
	資源回收廢棄物	廚餘	19.57			
		紙類	11.81			
		鋁	0.19			
		纖	1.39			
		寶特瓶	2.16			
		廢電子產品（電池）	0.05			
		小計	35.17			
	總計		78.16			
	註：清運數據來源為廢棄物於包清運廠商的清運記錄。					

- 3 -

編號	標的資訊						對應章節	適用基準
4	新進概況	男		女			4.1.1 人力結構	GRI 401-1 新進員工和離職員工 2016
		人數	新進率	人數	新進率			
	30 歲以下	54	44.63%	73	47.10%			
	31-50 歲	64	18.08%	54	17.48%			
	51 歲以上	5	15.15%	1	10.00%			
	小計	123	24.21%	128	27.00%			
	註：新進率＝該年齡組新進人數÷該年齡組總人數，總人數為 2024 年 12 月 31 日仍在職同仁。							
	離職概況	男		女				
		人數	總離職率	人數	總離職率			
	30 歲以下	32	26.45%	44	28.39%			
	31-50 歲	76	21.47%	68	22.01%			
	51 歲以上	4	12.12%	3	30.00%			
	小計	112	22.05%	115	24.26%			
	註：離職率＝該年齡組離職人數÷該年齡組總人數，總人數為 2024 年 12 月 31 仍在職同仁。							
5	2024 年						4.1.6 健康職場	自訂指標－缺勤率
	缺勤率（%）		0.75					
	註： 1. 缺勤率=缺勤時數/總工作小時數。 2. 缺勤時數包含病假、公傷假、生理假及住院病假。							

- 4 -

SUSTAINABILITY REPORT

溫室氣體查驗聲明書

DNV

Independent Verification Opinion

Verification Opinion No.: C759096-2024-AG-TWN-DNV-Rev.2
Issued Place and Date: Taipei, 08 July, 2025
Page 1 of 2

This is to verify initiate reporting of Greenhouse Gas Inventory Management Report (2024) of

GAMANIA DIGITAL ENTERTAINMENT CO., LTD.

Scope of Verification
DNV Business Assurance (DNV) has been commissioned by GAMANIA DIGITAL ENTERTAINMENT CO., LTD. (hereafter "the Organization") to perform a verification of the greenhouse gas statements of Greenhouse Gas Inventory Management Report (2024) (hereafter the "Inventory Report") in Taiwan, R.O.C. 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 Financial Supervisory Commission Sustainable Development Roadmap Scheme and ISO 14064-1:2018, CNS 14064-1:2021 as well as criteria given to provide for consistent GHG emission identification, calculation, monitoring and reporting. The verification was conducted in accordance with ISO 14066:2023, ISO 14065:2020, ISO14064-3:2019.

Verification Opinion
It is DNV's opinion that the Inventory Report (2024), which was published on May 2025, 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/Scope 1) GHG emissions and Indirect GHG emissions from imported energy (Category/Scope 2), the reliability of the information within the Inventory Report (2024) was verified with reasonable level of assurance.
- For the other indirect GHG emissions, the involved information was verified with limited level of assurance.

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

GHG Verifier :
Hank Liu

For the issuing office:
DNV Business Assurance Co., Ltd.

Management Representative

The Appendix forms an integral part of this Certificate, which shall be invalid when used without the Appendix.
Lack of fulfilment of conditions as set out in the Verification Agreement may render this Verification invalid. This Verification Opinion is based on the information made available to us and the engagement conditions detailed above. Hence, DNV cannot guarantee the accuracy or correctness of the information. DNV cannot be held liable by any party relying or acting upon this Verification Opinion.
The issuing office : 29Fl., No. 293, Sec. 2, Wenhua Rd., Banqiao District, New Taipei City 220, Taiwan Tel.: +886-2-82537800 https://www.dnv.com/tw/
DNV ZNATW-OP-F50, Rev.14, 2025-03

DNV

Verification Opinion No.: C759096-2024-AG-TWN-DNV-Rev.2
Issued Place and Date: Taipei, 08 July, 2025
Page 2 of 2

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 fulfilment of stated criteria.

Quantification of Greenhouse Gas Emission
The Inventory Report covering the period 1st January, 2024 to 31st December, 2024, 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 Management Control; ☒ Operational Management Control; ☐ Equity Share

GHGs Verified
☒CO_2 ☒CH_4 ☒N_2O ☒HFC_s ☒PFC_s ☒SF_6 ☒NF_3 ☒Other GHG (non-HFCs coolant)

Quantification of Emissions (in tonnes CO2e)
The Global Warming Potential (GWP) defined in IPCC AR6(2021) has been chosen and correctly referred by the Organization.

Category	Emission (kg CO_2e)
1: Direct emissions	257,354.202<cat1_total>
2: Imported energy indirect emissions*	3,655,924.922
3: Indirect GHG emissions from transportation	817,345.377
4: Indirect GHG emissions from products used by organization	1,505,444.680
5: Indirect GHG emissions associated with the use of products from the organization	1,485,182.816
6: Other Emission Sources	-

(*The Imported Energy Indirect Emissions was calculated based on 2024 electricity emission factor of 0.474 kg CO2e/kwh, which was announced by Energy Administration, Ministry of Economic Affairs.)
*During the verification process, confirmed that 2,011,901 kilowatt-hours of renewable energy were used, and 2064 certificates from the National Renewable Energy Certification Center.
(https://www.trec.org.tw/certification_trade_situation/direct_supply?year=2024)
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.

Type of Opinion
☒ unmodified ☐ modified ☐ adverse

The Appendix forms an integral part of this Certificate, which shall be invalid when used without the Appendix.
Lack of fulfilment of conditions as set out in the Verification Agreement may render this Verification invalid. This Verification Opinion is based on the information made available to us and the engagement conditions detailed above. Hence, DNV cannot guarantee the accuracy or correctness of the information. DNV cannot be held liable by any party relying or acting upon this Verification Opinion.
The issuing office : 29Fl., No. 293, Sec. 2, Wenhua Rd., Banqiao District, New Taipei City 220, Taiwan Tel.: +886-2-82537800 https://www.dnv.com/tw/
DNV ZNATW-OP-F50, Rev.14, 2025-03

gamania
橘子集團

2024 SUSTAINABILITY REPORT

EXPLORE THE
UNLIMITED POSSIBILITIES OF LIFE

SUSTAINABILITY
REPORT

(2024)