



GAMANIA

ESG 永續報告書

gamania

20
22

g

2022年橘子以集團永續策略藍圖架構揭露ESG相關資訊的揭露，您可針對欲深入了解之議題優先閱讀相應之章節，各章節皆有完整之管理方針、年度績效、目標等資訊說明。橘子永續報告書亦提供橘子官網、YouTube頻道、年報等管道增添互動性，歡迎掃描QR Code或點選超連結了解更多資訊。

CH1

轉動永續經營

橘子的營運概況、文化、永續治理機制、永續策略藍圖等

CH2

轉動數位責任

橘子持續提供創新多元之產品與服務，並守護安全數位環境

CH3

轉動環境友善

橘子關注之環境議題重點
降低對環境之負面衝擊

CH4

轉動正向價值

橘子打造友善職場，並帶動良善包容的社會風氣

目錄

關於本報告書	04				
集團執行長暨永續發展委員會主席的話	05				
2022 榮耀與肯定	06				
CH1. 轉動永續經營	07	CH2. 轉動數位責任	31	CH3. 轉動環境友善	41
1.1 關於橘子	08	2.1 創新管理	32	3.1 環境管理	42
1.1.1 營運概況	08	2.1.1 創新投入與研發	32	3.1.1 氣候變遷因應	42
1.1.2 橘子文化	15	2.2 資訊安全	33	3.1.2 能資源管理	43
1.1.3 實踐永續治理	17	2.2.1 資安管理	33	3.1.3 廢棄物管理與污染防治	45
1.2 公司治理	25	2.2.2 守護網路安全	37	3.2 環境共生	46
1.2.1 治理組織與架構	25	2.3 客戶權益保障	38	3.2.1 永續採購	46
1.2.2 誠信經營	28	2.3.1 服務與溝通	38	3.2.2 環境共生行動	47
1.2.3 風險管理	29	2.3.2 客戶滿意度	38		
1.2.4 外部組織參與	30	2.3.3 隱私保護	40		
				4.1 橘子家庭	49
				4.1.1 人力結構	49
				4.1.2 人才招聘與留任	51
				4.1.3 人才培育	52
				4.1.4 薪酬與福利	54
				4.1.5 友善職場	60
				4.1.6 健康職場	61
				4.2 社會共好	63
				4.2.1 Gamania Summer School	
				橘子冒險學園	63
				4.2.2 大夢計畫	65
				附錄	
				獨立有限確信報告	67
				溫室氣體查驗聲明書	69
				GRI 索引表	73

關於本報告書

GRI 2-3

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

報告期間與週期

本報告書資訊揭露期間為2022年度（2022年1月1日至2022年12月31日），內容涵蓋橘子在經濟、環境、社會等面向的具體作為和績效數據。部分數據將追溯至2019年或呈現2022年之資訊。橘子自2018年開始發行企業永續報告書，本報告書為橘子發行的第五本報告書，未來將仍以年度為單位持續發行。報告書可於橘子集團ESG專區進行下載。

報告邊界與範疇

本報告書邊界考量財務重大性及產業關聯性，涵蓋遊戲橘子數位科技股份有限公司本身，及本報告書CH1所列子公司（詳見P09-12），以在台營運據點為主，營收加總涵蓋合併總營收達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子公司合併財務報告，合併財務報告所含個體、關係企業及遊戲橘子轉投資公司請詳2022年年報，所有金額均以新台幣為單位。溫室氣體數據是依ISO 14064-1:2018盤點全集團範圍，外購電力、用水、瓦斯等環境指標數據取自盤查過程蒐集之全集團資料，而其餘環境數據係採橘子之企業總部大樓（台北市內湖區瑞湖街111號）所發生之相關數據。報告書揭露的數據來自於自行統計與調查，並以大眾常用的數值描述呈現。

報告書編撰原則

本報告書的內容與架構參酌全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI) 的 GRI永續報告準則 (GRI Sustainability Reporting Standards, GRI Standards)、氣候相關財務揭露(Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD)、永續會計準則委員會(Sustainability Accounting Standard Board, SASB) 的永續指標。

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 #1433



Gamania 橘子集團
ESG 官網

集團執行長暨永續發展委員會主席的話

GRI 2-22

2022年是充滿挑戰與機會的一年，從烏俄對抗引發的全球能源、原物料及通膨問題，直到下半年多項AI人工智慧服務問世，不但帶來了產業發展新契機，也考驗企業經營韌性。在多方變動之下，橘子集團整體表現持穩，本業營收貢獻穩定，旗下子公司也掌握疫後趨勢，集團多元化營運動能效益顯現。2022年合併營收為新台幣113.9億元，營業利益為新台幣17.6億元，歸屬母公司業主稅後淨利達新台幣12.8億元，營收及稅後淨利皆為歷史新高。

除精進本業及業務擴展外，橘子更肩負股東、客戶、員工、社會、合作夥伴...等利害關係人賦予的永續使命，我們於2022年中啟動四大永續策略方針：「轉動永續經營」、「轉動數位責任」、「轉動環境友善」及「轉動正向價值」，以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），逐步落實ESG（環境保護 Environmental、社會責任 Social、公司治理 Governance）永續策略藍圖。

轉動永續經營

「人才」是企業永續經營的關鍵，橘子提供優於法規及業界的新資福利方案，以實踐員工樂業安居的承諾，無論是工作時數與假別的彈性自主，與貼心設置「普橘島」員工餐廳、「24小時健身房」及成立10周年的「幼橘園」，都是期盼提供員工兼顧生活與事業的安心工作環境。橘子也重視員工的聲音，透過一季一次的「全橘總動員」，鼓勵每位員工表達建議，讓集團不斷前進。2022年亦加入「TALENT, in Taiwan, 台灣人才永續行動聯盟」，打造多元、平等、共融的工作場域。橘子已連續3年（第7-9屆）於公司治理評鑑位居上櫃公司6%-20%，並獲國際永續評比機構S&P Global發行之2023永續年鑑（The Sustainability Yearbook 2023）評定為該產業分數前5%之企業。未來將持續透過良好的公司治理，為業務發展建立穩健基礎。

轉動數位責任

後疫情時代，全球經濟變局推動企業數位轉型進程加速，潛在的資安風險亦躍升國家層次。果核數位建基於扎實的經驗基礎，將資安服務推廣至金融、零售、與行動支

付等多元產業，成為夥伴的強力後盾；自研手機資安防護系統appGuard於今年取得國際IT產品安全性認證—Common Criteria（安全評估共通準則）的EAL2國際等級認證，提供全球客戶高規格防護服務，扮演資安產業鏈要角。集團旗下橘子支付在保護用戶個資隱私及資安管理的努力上亦獲得肯定，2022年榮獲英國標準協會（British Standards Institute：BSI）「資訊韌性精銳獎」，為專營電子支付機構中唯一獲獎企業。

轉動環境友善

為迎向2050淨零碳排的全球共識，橘子率同業及法規之先，於2022年自主完成溫室氣體盤查，以實事求是的態度擬定節能與綠能方針，並完成綠電採購規劃，逐步朝淨零碳排邁進。針對廢棄物管理，除既有的Bottle Man穩定回收寶特瓶外，2022年總部新設了Ms. Battery電女郎，將廢棄電池納入永續循環的迴圈中。此外，「普橘島」員工餐廳2022年成為推動綠色餐飲指南〈綠食宣言〉運動的一員，透過優先採用有機、當令食材及增加蔬食料理選項等，讓員工在日常生活中為環境友善盡一份力。

轉動正向價值

橘子關懷基金會自2008年成立，15年來透過冒險教育的推廣，陪伴勇於突破舒適圈的青年們勇敢追夢。2022年揭示「GoNext」全新倡議，支持2位大夢少年—台灣海外高峰極限探險家呂忠翰及台灣首位前進西甲聯賽的袁永誠勇敢追夢，亦正式啟動「岸到頂」計畫，帶領 Gamania Summer School 學員徒步50公里挑戰山海川國家綠道，並於年底邀集馬拉松頂尖跑者初探「岸到頂」超級馬拉松賽道，提倡不畏困難、勇於冒險的精神。

展望未來，橘子集團將深化四大永續策略方針，鼓勵每位橘人身體力行，並不斷外擴尋找永續夥伴，由點而面的積極落實永續行動。更期許透過橘子領先業界的ESG作為，帶給社會正向影響力。面對環境、社會與治理（ESG）變動，橘子將與利害關係人攜手挺進，邁向永續共好的未來。



公司治理評鑑

6% - 20%

榮獲第八屆公司治理評鑑
上櫃公司 6%-20% 成果

財政部

績優營業人

榮獲財政部「2022 年度開立
統一發票績優營業人」

2016 ~ 2023 年

運動企業認證

榮獲教育部體育署
「運動企業認證」

連續 2 年

國家企業環保獎

連續 2 年榮獲環保署
「國家企業環保獎」銅級獎

2022 Buying Power

服務採購獎

榮獲經濟部中小企業處「2022
Buying Power 服務採購獎」參獎

橘子基金會評鑑
甲等

榮獲 2022 年新北市政府
社會局評鑑「甲等」





轉動永續經營

- 1.1 關於橘子 08
- 1.2 公司治理 25



CHAPTER 1

1.1 關於橘子

1.1.1 營運概況

橘子簡介

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

橘子小檔案



GRI 2-22

1.1 關於橘子

1.1.1 營運概況

遊戲



遊戲橘子持續與國際知名遊戲大廠合作，推出萬眾期待之遊戲，透過堅強的在地文化營運實力，準確掌握玩家需求，提升玩家的忠誠度與黏著度，不僅成功引領遊戲作品締造傳奇，亦打造產品最佳續航力，並自行開發新遊戲，以增進獨特的娛樂體驗。集團旗下遊戲營運包括《新楓之谷》、《天堂 Remastered》、《艾爾之光》、《新瑪奇》、《絕對武力》、《新龍之谷》等線上遊戲及手機遊戲如《天堂M》、《召喚圖板》、《月光雕刻師》、《彈射世界》等多款遊戲產品。

電子商務



串聯社交購物平台的全方位後勤支援，提供電子商務所需之品牌營銷、數據管理、客戶管理、倉儲物流等工作，涵蓋多元領域的合作對象。曾蟬聯天貓五星級評價肯定，成為台資企業第一家和唯一連續獲獎的企業。

電子商務



首家聚焦以**Anime**、**Comics**、**Games and Novels (ACGN)** 商品為核心，致力於打造一個娛樂電商平台；透過遊戲化、社群化的方式升級購物樂趣，運用**AI** 數據運提升商家夥伴經營成效，讓買賣更便利，購物更有趣。有閑入選經濟部推動零售業者數位轉型振興方案業者，協助商店家及個人開店，提供更多零售業者數位化轉型優惠方案，減輕疫情期間經營壓力。推出全台首創之線上盲盒銷售模式，以全新的消費體驗帶動出新商機。**2022**年持續以**ACGN**族群熱愛的商品為主力品類，並以創新服務獨家推展虛實消費，帶動新客流量。

1.1 關於橘子

1.1.1 營運概況

橘子集團服務項目

支付



串連集團及跨領域合作夥伴力量，從線上數位內容交易延伸至實體生活消費 (Online to Offline)，服務擴及食衣住行育樂，打造便利、安全且更貼近數位世代消費需求的支付應用服務，以年輕與遊戲族群消費的通路為優先，同時提供通路商家於金流、會員管理、票證的最佳解決方案。2022年掌握OMO虛實整合新型零售商業模式，深耕高頻次運用場景，營運績效卓越，會員成長率達19%，代收付交易額成長率13%，儲值金額成長率達173%，並因主管機關開放電子支付業者跨機構間帳戶轉帳服務，轉帳金額大幅度成長，成長率高達2,492%。

支付



GASH點數業務不只提供玩家付費的服務，更提供全面性的數位娛樂內容，優質而強大的使用功能，讓全球數位玩家輕鬆透過GASH數位娛樂平台，恣意暢遊在無限寬敞的數位娛樂世界中。2022年GASH正式推出「區塊鏈BaaS (Blockchain as a Service) 一站式整合服務」，提供合作夥伴從生產合約、鑄造網站、社群整合行銷等面向的技術支援及顧問服務。

1.1 關於橘子

1.1.1 營運概況

媒體



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。2022年榮獲「銀響力新聞獎」最具影響力新聞獎、「消費者權益新聞報導獎」平面及網路（文字）類即時報獎優勝和平面及網路（文字）類專題報導獎「佳作」。

媒體



深耕原生數位的厚實基礎，深入挖掘網路使用者的需求，更藉由集團雄厚的組織實力與數位資源，將廣告行銷服務持續擴大，快速串動網路資源，並持續承接NOWNEWS廣告總經銷、深耕藝人經紀服務、數位影音內容發展等，成為串聯媒體資源的行銷A Team，提供合作夥伴全方位的整合行銷服務，為客戶開展與數位世代消費者間的共鳴，以更多元的數位內容與年輕世代溝通，擴大市場聲量，創造綜效，努力成為企業主想串動年輕世代的重要夥伴，成功協助遊戲、娛樂、電商等多款網路產品與服務順利進入台灣市場。

媒體



完成全新先進客服系統佈署，提供互動式語音、智能文字客服機器人、電話、電郵、即時通訊、留言版等跨管道服務整合。透過客服第一方數據應用分析，提升用戶體驗優化以及營運綜效；亦擁有交換機雙備援、Amazing Thor智慧安全辦公室解決方案達成業務分散式運作，確保服務全年無休不間斷。推出bf!認同卡服務，以數據分析為基礎提供目標社群偏好的優惠及特權，以協助品牌維繫用戶忠誠、強化用戶驅動、創造流量變現。

1.1 關於橘子

1.1.1 營運概況

橘子集團服務項目

行動平台



beanfun!是全方位行動化生活的平台，集合了遊戲、娛樂點數、支付、電商、IM 溝通互動，並串接消費抵扣金，透過簡單人性化的介面，讓生活更豐富，從聊天群組裡即可揪團，為溝通製造更多樂趣，隨時隨地打開「多功能雷達」，享受簡單豐富的網路生活。**2022**年推出全新服務「fun 市集」，打造正版授權 IP 的數位收藏品平台，亦為收藏品、遊戲道具、虛擬商品等寶物提供 **B2B、C2C**之數位商品交易平台。

數位商務解決方案



雲端數據與資安的專家，整合雲端機房、資安服務、行動安全，以多年來累積的技術經驗，提供國內外客戶在資訊安全、系統整合、**IDC/NOC/SOC** 的量身訂做服務與解決方案。**2022**年各大企業積極進行雲端轉型，雲端服務營收較**2021**年成長**33.2%**，資安服務營收較**2021**年成長**84.3%**。

1.1 關於橘子

1.1.1 營運概況

財務績效

橘子集團2022年合併營收為新台幣113.9億元，年增0.14%，為歷史次高，主係主力產品《新楓之谷》成長動能續強，產品營收達歷史新高，加上遊戲新作加持及其他事業群穩健增長所致；營業毛利為新台幣46.8億元，年增1.58%；受惠高毛利產品組合優化及費用控管得宜，營業利益為新台幣17.6億元，年增1.41%；歸屬母公司業主稅後淨利達新台幣12.8億元，年增15.68%，每股盈餘EPS7.29。

	2020	2021	2022
營業收入 (NT\$ 佰萬元)	10,443	11,372	11,388
營業毛利 (NT\$ 佰萬元)	3,969	4,757	4,682
本期淨利 (NT\$ 佰萬元)	782	1,106	1,280
EPS (元)	5	6.30	7.29
負債比率	40.77 %	38.22 %	39.45%



1.1 關於橘子

1.1.1 營運概況

稅務管理

橘子集團針對稅務管理之重點方針為符合當地稅務法規和揭露要求，提升為股東創造的永續價值，執行有效的風險管控，不使用租稅規畫或避稅天堂避稅，不人為將利潤移轉到無實質營運的低稅率國家。橘子依循當地稅務法規規定期申報、繳納各項稅捐，並遵守營運據點所在地稅務法令，配合當地稅務機關以租稅公平為原則，與其建立良好溝通管道。

單位：新台幣（仟元）

	2021	2022
稅前淨利	1,445,096	1,708,448
帳面稅額	435,981	430,341
帳面有效稅率 (%)	30.17%	25.19%
支付所得稅	385,669	447,641
現金有效稅率 (%)	26.69%	26.20%



1.1 關於橘子

1.1.2 橘子文化



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

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

矢志成為百年企業的品牌價值 「C.A.R.E.」

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

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

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

1.1 關於橘子

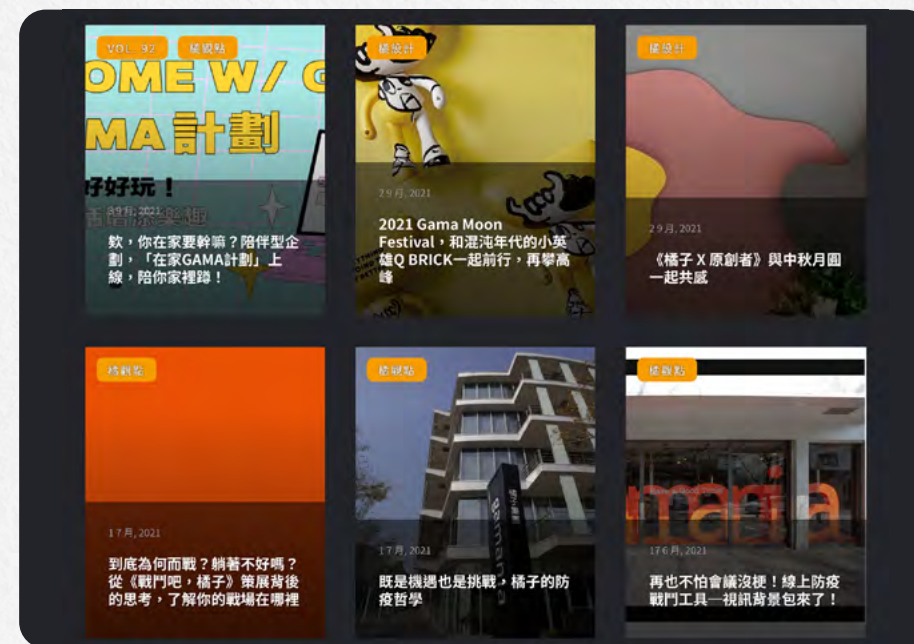
1.1.2 橘子文化

企業年度主題：All for One 同心同軸

員工溝通與凝聚全員向心力，一直是橘子集團相當重視的包容性文化塑造，2022年是橘子集團成立的第27年，持續匯聚各項服務，讓橘子人的戰力將會更加集中，也能帶給使用者更加單純、順暢的體驗，體現 2022 年度主題「All for One 同心同軸」實質意涵。「All」象徵集團的所有人、所有能量，在2022年將會重新整合，以「One」為集團共同目標，這個目標可能是更好的營運成績、更好的工作環境、更正向的社會影響力。透過全集團的能量集結，迎向快速變動的大環境。

橘人誌

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



橘人誌
了解更多關於 2022 年度主題



橘人誌
了解更多關於歷年年度主題

1.1 關於橘子

1.1.3 實踐永續治理

GRI 2-22

ESG委員會

橘子關注公司內、外部利害關係人之權益，訂有企業社會責任實務守則，希望以企業自身作為典範，延伸擴及社會與環境，為企業內、外部帶來正面效益。2019年經董事會決議通過，設置ESG委員會，由董事長擔任委員會主席，集團財務長擔任召集人，並於2021年底由董事會決議通過ESG委員會轄下設置「永續規劃室」，須每年至少一次向董事會報告年度執行成果，負責推動及整合ESG各任務小組，ESG任務小組由集團財務長室、集團策略長室、企業溝通室、人力資源室、基金會、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，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，2022年重點專案包含訂定與執行ESG永續策略藍圖、ESG永續報告書編製、溫室氣體盤查與查驗、淨零減碳、優化機構投資人評比、推動社會公益活動等。

永續策略藍圖

橘子於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，並Dare to Challenge，在各個事業體內皆能做到創新創意、追求卓越、共好關係、環境共生，成為更永續的橘子，並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，未來，橘子將持續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，並回應利害關係人之期待。



1.1 關於橘子

1.1.3 實踐永續治理

GRI 2-22

主軸	回應 SDGs	2022 年重點績效	2023 年重點目標	願景
轉動 永續經營	 	<ul style="list-style-type: none"> · 合併營收為新台幣113.9億元，每股盈餘EPS7.29 · 榮獲第八屆公司治理評鑑上櫃公司6%-20%成果 · 完成4項國際永續評鑑 	<ul style="list-style-type: none"> · 提升國際永續評鑑績效 · 優化IR網站 · 各式品牌文化面之製作物之永續環保替代方案調研與執行 	藉由將 ESG 要素納入管理機制，打造更具韌性的經營制度與文化，並透過深化與價值鏈夥伴共同合作，進一步打造更永續的企業品牌文化。
轉動 數位責任	 	<ul style="list-style-type: none"> · 研究發展支出4.85億元，獲台灣地區核准與公開之專利共98件 · 0件重大的網路攻擊事件、隱私洩露事件 · 修訂13項資安規範 	<ul style="list-style-type: none"> · 推動智財權系統化 · 0件造成嚴重財務衝擊之重大網路攻擊事件 · 0件隱私洩露事件 · beanfun!全管道-滿意度>4分 	以消費者的需求為中心，持續提供創新多元之產品與服務，並致力於打造安全健康的數位使用環境，建構健全 IT 社會。
轉動 環境友善	 	<ul style="list-style-type: none"> · 連續2年榮獲環保署第四屆「國家企業環保獎」銅級獎 · 完成ISO 14064:2018外部查驗 · 100%在地採購 	<ul style="list-style-type: none"> · 採用綠電 · 溫室氣體（範疇二）下降6% · 完成ISO 14064:2018外部查驗 · 機房升級 · 汰換LED老舊燈管，更換為省電型LED 	持續關注環境與氣候變遷，管理能資源使用，透過落實環境友善作為，逐步降低營運對環境造成的負面衝擊。
轉動 正向價值	 	<ul style="list-style-type: none"> · 員工平均受訓時數提高31% · 普橘島整體滿意度達88.45% · 以「潮你的冒險」為主題，線上冒險課程共2,414位學員參加，線下共20位青少年完成玉山前鋒攀登 · 大夢計畫X呂忠翰成功攀登世界第三高峰干城章嘉 · 大夢計畫X袁永誠正式於西班牙出賽 	<ul style="list-style-type: none"> · 辦理ESG講座 · 製作ESG宣導影片 · 持續推動2023大夢計畫X呂忠翰、袁永誠 · 啟動2023大夢計畫-前進籃球夢 · 辦理橘子冒險學園 	增進社會正向影響，帶動更良善包容的社會風氣，並引導新世代勇於追夢展現自我，強化青少年自我認同與自信心。

1.1 關於橘子

1.1.3 實踐永續治理

GRI 2-22

利害關係人

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

利害關係人	對橘子的意義	關注議題	溝通管道	溝通頻率
員工	員工是橘子最重要的資產，我們的產品、服務、熱情和文化建立，都是每個橘子人一點一滴累積，因此我們非常重視橘子人的心聲。	<ul style="list-style-type: none"> ● 人才招聘與訓練 ● 勞資關係與員工權益 ● 職場安全與健康 ● 多元與包容性 	<ul style="list-style-type: none"> ● 對於全橘總動員（員工大會）中員工所提問題，當場由集團執行長回覆，或後會責成相關單位內部公告說明 ● 對於員工所提福委會的問題，由福委會信箱回覆個人或全體員工 ● 檢舉信箱 integrity@gamania.com ● 性騷擾申訴信箱 995@gamania.com ● 內網 OH 或 teamgoal! 上的 HR 小幫手 ● 集團人力資源室經理 / 陳馥瑜 ● 電話：+886-2-2658-8866 #1054 ● Email： ghq_hr@gamania.com 	<ul style="list-style-type: none"> ● 每季一次全橘總動員 ● 每半年至少一次大型福委會活動 ● 新人教育訓練、員工定期教育訓練 ● E-Learning ● 每年一次績效考核 ● 不定期講座
投資人 / 股東	為了解橘子經營及決策的重要關係人，我們致力於維繫資訊公開透明化，保障投資人的權益。	<ul style="list-style-type: none"> ● 公司治理與誠信 ● 法規遵循 ● 經營績效 ● 風險管理 ● 能源與碳排管理 ● 綠色營運 	<ul style="list-style-type: none"> ● 投資人關係部經理 / 陳維霞 ● 電話：+886-2-2658-8866#1019 ● Email： ir@gamania.com ● 股務經理 / 徐靖紘 ● 電話：+886-2-2658-8866 #1433 ● Email： fn-share@gamania.com 	<ul style="list-style-type: none"> ● 每年召開股東大會、發行公司年報 ● 不定期參加法人線上說明會 ● IR 網站投資人關係專區即時更新相關資訊

1.1 關於橘子

1.1.3 實踐永續治理

GRI 2-22

利害關係人	對橘子的意義	關注議題	溝通管道	溝通頻率
合作夥伴	我們與不同的軟硬體供應商、開發商保持良好關係，也積極參與各類公協會。與同業一起為努力塑造更棒的數位娛樂產業是我們共同的目標。	<ul style="list-style-type: none"> ● 公司治理與誠信 ● 經營績效 ● 資訊安全與隱私權保障 	<ul style="list-style-type: none"> ● 遊戲商務洽談 / 全球市場發展處處長 馬庭好 ● 電話：+886-2-2658-8866 #1202 	<ul style="list-style-type: none"> ● 合作或選商前之技術會議 ● 不定期舉辦技術論壇與研討會 ● 不定期參加各類遊戲展覽
客戶 / 消費者	惟有客戶與消費者的支持，我們才能長久經營。	<ul style="list-style-type: none"> ● 資訊安全與隱私權保障 ● 產品與服務創新 ● 客戶權益與服務 	<ul style="list-style-type: none"> ● 電話專線：(02) 2192-6100 ● 智能客服 (Chat Bot)：beanfun! 小幫手 ● 即時文字服務 (IM)：beanfun! 小幫手 ● 言版 (E-mail)：https://service.antspw.com/MSGBoardUI/APPForm ● iOS / Android 雙平台留言回應 ● FB 粉專私訊回覆：https://www.facebook.com/lletsbeanfun 	<ul style="list-style-type: none"> ● 依不同客戶及消費者的需求，提供 24 小時全年無休的多渠道服務
社會大眾	橘子作為遊戲產業及各類數位娛樂和服務的平台，必須對社會，尤其是青少年與學童負責，我們相當重視各年齡層消費者的意見反饋，也致力於打造值得信任的品牌。	<ul style="list-style-type: none"> ● 資訊安全與隱私權保障 ● 產品與服務創新 ● 社會服務創新 	<ul style="list-style-type: none"> ● 代理發言人 / 企業溝通室總監 陳韻茹 ● 電話：+886-2-2658-8866 #1229 ● Email：pr@gamania.com 	<ul style="list-style-type: none"> ● 橘子官方網站與各子公司網站不定期發布最新資訊 ● 社群媒體即時發布資訊

1.1 關於橘子

1.1.3 實踐永續治理

GRI 2-22

重大主題

橘子2022年度的重大主題分析以2019年鑑別出之重大性矩陣為基礎，參考機構投資人、標竿同業及永續會計準則委員會 (SASB) 關注的產業重大主題，重新整併、修調重大主題清單，2022年新增多元與包容性主題，另將原獨立的主題員工待遇與福利整併入勞資關係與員工權益主題中，環境面主題 (營運活動環境衝擊、間接環境衝擊、能資源節約) 重新調整為綠色營運、能源與碳排管理；並針對風險管理、產品與服務創新、勞資關係與員工權益之意涵進行調整。後經綜合評估後調整橘子之重大性矩陣。

重大主題重新調整流程

蒐研國際趨勢、同業

蒐集如機構投資人、永續會計準則委員會 (SASB) 產業重大主題、各同業之重大主題。

重新檢視既有主題

檢視既有所有主題及其意涵，評估是否須進行主題整併、修調或刪除。

評估各主題之 正負面與財務衝擊

提供產業脈絡與實質及潛在影響之說明，委由永續顧問評估各議題之正負面衝擊。

重大主題確認

針對前述結果進行重大主題矩陣調整，並連同永續報告書由ESG委員會向董事會報告覆核。

1.1 關於橘子

1.1.3 實踐永續治理

GRI 2-22

2022 年重大主題

重大主題	對橘子的意義	正負面與財務衝擊	管理方針與績效
公司治理與誠信	公司健全治理架構與營運，包含董事會組成及運作、股東權益、功能性委員運作及決策參與等，使企業能穩健運作，並建立良好內稽內控及反貪腐與反資恐制度，積極防範不誠信之行為。	強化橘子之公司治理健全機制，可保障股東、員工、客戶或其他利害關係人之權益，且將有利於企業提高各項永續績效，並有機會提升國際資本市場的競爭力，以成為投資人之首選投資標的。	1.2 公司治理
法規遵循	公司遵循環境、社會與經濟相關法規的作法，落實合規的措施或訓練，及違法之情事如何改善、處理和因應作為等。	法規遵循有利於避免橘子因違反法規導致產生裁罰費用，進而影響企業形象。	1.2 公司治理
經營績效	公司的營運概況、營收支出及獲利狀況，以及經營策略及表現。	橘子追求財務績效之提升，以對當地、國家與全球經濟體系帶來貢獻，並滿足股東、員工與各類利害關係人之權益。	1.1 關於橘子
資訊安全與隱私權保障	公司資訊安全韌性、客戶隱私與個人資料保護，包含資安管理系統、權責管理單位、監控與執行程序以及彙報機制等。	橘子持續強化資訊安全與隱私權保障，以避免造成如負面衝擊，如：橘子或合作夥伴未若未經客戶同意揭露、使用客戶資料，而導致個人資訊安全暴露於風險之中，造成隱私權侵害，將可能有相關法律訴訟、違法情事，造成訴訟成本、賠償等經濟損失。	2.2 資訊安全

1.1 關於橘子

1.1.3 實踐永續治理

GRI 2-22

2022 年重大主題

重大主題	對橘子的意義	正負面與財務衝擊	管理方針與績效
風險管理	涵蓋公司層級之風險管理制度,包含風險鑑別(包含但不限於資安風險、新興風險、氣候相關風險等)、風險管理組織架構及制度,並針對相關風險研擬因應措施。	有效的風險管理可強化橘子經營的韌性,避免經濟損失,如面臨風險衝擊時可迅速採取措施以回復企業正常運作。	1.2 公司治理
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,並保護智慧財產權及符合大數據 /AI 倫理。	橘子導入 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,並有機會創造更佳之營收營運績效。	1.1 關於橘子 2.1 創新管理
人才招聘與訓練	員工培育與職涯發展的機制,如教育訓練、績效考核、激勵措施、生涯規劃協助措施等。	橘子強化人才招聘、員工職能發展、培育等,並持續改善與提升企業內部福利措施與薪資,以增強企業競爭力。	4.1 橘子家庭
勞資關係與員工權益	保障人權,推動公平薪酬與多元福利,維持員工薪酬競爭力,建立對應福利措施與薪酬制度。	強化人才招聘、員工職能發展、培育等,並改善與提升企業內部福利措施與薪資,以增強企業力。	4.1 橘子家庭
職場安全與健康	維護工作場所安全、管理職災風險與同仁健康等,如職業安全管理系統、失能傷害頻率、職業病發生率、死亡人數。	培養員工良好的健康習慣,使員工投入工作時具備健康的生理與心理條件。	4.1 橘子家庭

1.1 關於橘子

1.1.3 實踐永續治理

GRI 2-22

2022 年重大主題

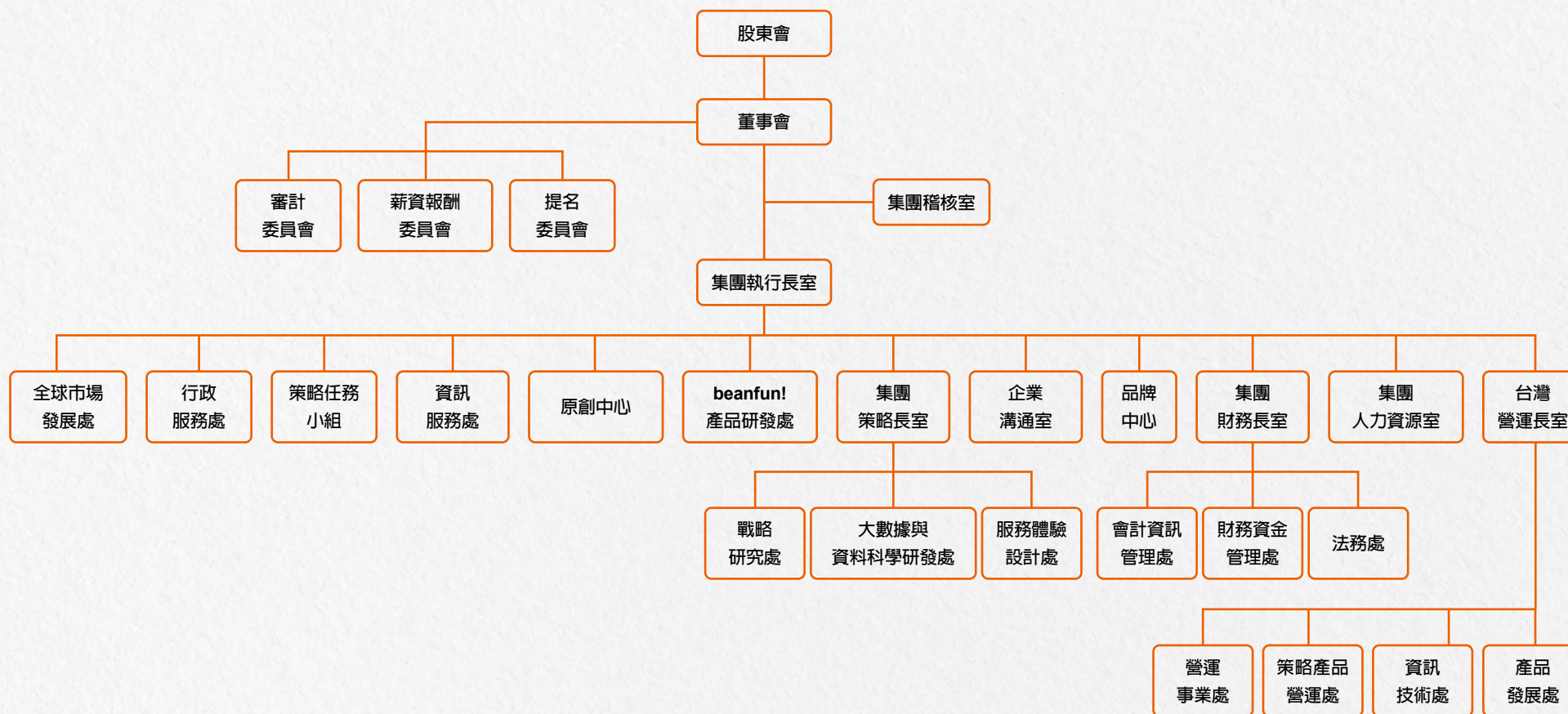
重大主題	對橘子的意義	正負面與財務衝擊	管理方針與績效
多元與包容性	推動多元、平等文化，制定並推動管理政策，例如促進員工性別平等、進用身心障礙員工等。	針對全體員工打造平等、多元化具包容性職場環境，以利促進社會穩定，鼓勵良好、相互尊重之職場。	4.1 橘子家庭
社會服務創新	提供具社會效益的創新產品和服務，協助改善大眾生活品質並提升橘子價值創造的能力。	透過對社會具有正向影響之產品與服務，實踐社會價值，加速創新發展。	4.2 社會共好
客戶權益與服務	透過即時且專業的服務提升客戶滿意度並維持良好客戶關係，並以公平合理之方式對待消費者並提供透明且快速服務辦法。包含：訂定公平誠信原則、廣告真實、客戶滿意度調查、申訴保障原則、透明申訴管道與機制等。	若有客戶權益受損之情事，將可能影響滿意度及企業形象，並可能有相關法律訴訟，造成訴訟成本、賠償等經濟損失。	2.3 客戶權益保障
能源與碳排管理	檢視公司的能源使用狀況及溫室氣體排放所產生的衝擊，以及擬定目標和評估達成目標的措施與做法。	因營運導致溫室氣體排放等環境衝擊，若落實氣候治理、推動策略與管理措施，有助於降低碳排放、廢棄物等環境衝擊，橘子須持續強化對能源議題的策略布局與管理（如採用再生能源並持續提升比例），有助減緩未來可能產生之財務成本衝擊。	3.1 環境管理
綠色營運	對環境議題之重視，促進環境議題相關行動。	落實氣候治理、推動策略與管理措施，降低環境衝擊，並強化企業對氣候議題的策略布局與管理（如再生能源比例提升），以利減緩未來因應氣候風險所造成之財務成本衝擊。	3.1 環境管理 3.2 環境共生

1.2 公司治理

1.2.1 治理組織與架構

董事會

橘子董事會成員包含4位董事及3位獨立董事共7位成員，董事會成員平均任期為7年，投入董事會、各功能性委員會及內部相關會議，2022年度各種溝通情況皆良好。2022委由社團法人中華公司治理協會針對董事會進行績效評估，後續將依評估結果進行優化改善，包含將規劃設置風險管理委員會，並將偶發事件管理列入管理項目等。董事會層級委員會包含審計委員會、薪資報酬委員會、提名委員會，並自集團執行長室下細分工作業務與職掌。更多關於董事會成員、經營團隊及相關運作情形內容，詳年報P.18-19。



GRI 2-9、2-11、2-12、2-15、2-16

1.2 公司治理

1.2.1 治理組織與架構

稽核室

橘子設有稽核室，直接隸屬於董事會，專職於內部稽核相關工作，協助董事會及經理人檢查及覆核內部控制制度執行成效，並提供改善建議，確保內部控制制度得以持續及有效實施，並作為檢討及修正內部控制制度之依據。



GRI 2-9、2-11、2-12、2-15、2-16

1.2 公司治理

1.2.1 治理組織與架構

GRI 2-9、2-11、2-12、2-15、2-16

內控機制

防線	負責單位	控制模式	角色與功能
第一道防線	各營運單位	落實各單位自行檢查及內部控制作業	設計完善的內部控制程序，以辨識各項風險，並加以管理
第一道防線	管理及法遵單位	以專業技能輔助公司流程優化，並透過管理階層的監控，確保企業風險能被有效管理	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，確保風險被有效管理
第一道防線	內部稽核	以獨立性與客觀性為首要目標進行稽核，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，提供各單位相關建議



1.2 公司治理

1.2.2 誠信經營

GRI 2-23、2-24、2-27

誠信經營貫徹在橘子的核心價值之中，橘子設置隸屬於董事會之推動企業誠信經營專職單位「集團執行長室」，負責誠信經營政策與防範方案之制定及監督執行，每年定期向董事會報告執行情形，並訂定「誠信經營作業程序及行為準則」與「道德行為準則」，每年提供誠信經營落實情形及採行措施予利害關係人檢視。自**2016**年起設置誠信經營之線上課程，由董事長、總經理與高階管理階層向公司內部員工宣導誠信經營的理念與價值觀，**2022**年誠信經營課程之完訓率為**81%**。橘子遵循各項法規，**2022**年無重大罰款或非金錢的處罰。

檢舉機制

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

公司內外網站已建立獨立檢舉信箱 integrity@gamania.com，供本公司內部及外部人員使用。外部檢舉由隸屬於董事會之專責單位稽核室負責、內部檢舉由專責單位人力資源室負責相關檢舉制度的規劃與運作，若檢舉情事經查證屬實，專責單位將檢舉情事、其處理方式及後續檢討改善措施，向董事會報告，並已將相關辦法及資訊揭露公司網站。

【檢舉情事處理程序】

- 一、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。
- 二、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。
- 三、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。
- 四、檢舉受理、調查過程、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。
- 五、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。
- 六、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。

1.2 公司治理

1.2.3 風險管理

橘子採用全面風險管理與控制系統，在企業管理的各項環節與經營過程中執行風險管理，以辨識潛在的風險型態。為有效辨識各項風險，以即時準備及採取各項應變措施，稽核室每年定期執行稽核，並出具稽核進度控制表及各項缺失改善情形彙總，以維護橘子良好的企業形象，避免營運遭受風險，使企業得以穩健成長。



風險項目	影響及因應措施
科技改變 及產業變化	網路寬頻及科技產品日漸普及，網路通訊技術不斷突破，因應日新月異的科技趨勢，橘子布局全生態旗艦網路集團，從堅強的遊戲實力到全方位行動生活應用服務，迎接科技變化的帶來的挑戰與機會，以滿足客戶的需求。
企業資訊安全	企業資訊安全風險除外部網路攻擊外，內部資安意識及認知不足、病毒威脅等導致系統運作異常或中斷、資料竄改及毀損等後果，均為影響營運主要風險因子。因此針對資安防護作為，公司除明定資訊安全政策作為最高指導，除依循建立相關資安管理組織、規範與作業程序外，並由領導階層每半年定期召開資安會議，檢討公司現有資安作為及擬定改進方案。企業資訊安全相關風險包含員工資安意識不足、病毒威脅、網路攻擊、營運中斷、個資保護等，相關及因應作為詳參 2.2.1 資安管理。

1.2 公司治理

1.2.4 外部組織參與

GRI 2-23、2-24、2-27

橘子參與各類產業與非營利社會團體，促進產業交流、共同開發合作商機，主動與各利害關係人溝通，打造優質產業發展環境，創造正面之社會形象與產業發展願景。橘子與產業業者共同成立台灣遊戲產業振興會，凝聚台灣遊戲產業相關公司與組織的力量，以促進產業交流、開發合作商機、致力於打造優質產業發展環境為宗旨，為台灣遊戲產業最具影響力的公協會團體。

公共政策影響力

單位：新台幣(元)	2019	2020	2021	2022
遊說組織、利益團體	0	0	0	0
政治組織、候選人	1,500,000	0	0	3,900,000
產業協會、智庫團體	800,000	500,000	3,200,000	6,630,000
其他	29,022,000	15,520,000	24,765,000	22,209,429
總額	32,822,000	16,020,000	27,965,000	32,739,429

註：此表數據涵蓋率為100%，涵蓋率以營業收入計算

重要外部組織參與組織

- 台灣遊戲產業振興會
- 台灣國防產業發展協會
- 臺灣客服中心發展協會
- 中華民國銀行商業同業公會全國聯合會
- 中華民國資訊安全學會
- 社團法人台灣資訊安全協會
- 社團法人台灣投資人關係協會
- 內部稽核協會
- 台灣新媒體暨影視音發展協會
- 台灣 3D IDA 協會
- 中華兩岸文化創意產業發展協會
- 中華民國廣播電視節目製作商業同業公會
- 中華民國資訊軟體協會
- 社團法人台灣玉山科技協會
- 內湖科技園區發展協會



轉動數位責任

2.1	創新管理	32
2.2	資訊安全	33
2.3	客戶權益保障	38



CHAPTER 2

2.1 創新管理

2.1.1 創新投入與研發

橘子透過各事業群互聯整合，全面深入生活運用，翻轉使用經驗，創新集團能量，發揮集團綜效，滿足消費者在全方位的生活需求，朝向全生態網路旗艦企業邁進，2022年研究發展支出為4.85億元，台灣地區核准與公開之專利共98件。橘子持續投入行動遊戲及行動生活App之開發，並因應第三方支付市場開放，以及雲端相關服務環境逐漸成熟，未來將大幅增加行動遊戲與網路平台間跨平台交易相關技術及電子支付系統的開發。

2022研究發展成果

- STARO2.0 的調整與新功能的設計
- 櫻桃小丸子手機遊戲 (完整循環體驗版) 開發
- 開發 fun 市集網站，滿足消費者於數位收藏品的需求
- 霹靂 mvp 核心玩法演出版本

遊戲橘子集團致力於研發創新，故根據營運目標投入研發資源，並擬定「智慧財產權之管理計畫」，藉以降低經營成本與風險，同時提高企業獲利、取得產業領導地位。本公司每年定期將智慧財產管理計畫提報至董事會，最近一次提報日期為 2022年 11月 03日。

GRI 2-23、2-24、2-27

專利策略目標

技術領先

以全生態網路公司為目標，持續投入相關服務的技術研發與專利布局，以維持產業的領先地位。2022 年完成同業技術分析，在連結公司營運目標的前提下，配合研發單位，針對下列領域進行檢索、分析：企管相關 APP 技術、ACGN 族群常用 APP 或網站及 AI 演算技術（推薦、搜尋引擎、詐騙偵測...等），以掌握業界技術發展動態與布局狀況，並進行對應的研發與突破，且將關鍵技術進行專利申請布局保護。

保護智權

全面保護公司研發成果，嚴格要求專利、商標申請及著作權公證，落實集團智慧財產權政策。2022 年取得 gamania LOGO 著名商標認證，協助執行 One Brand 集團商標新識別之保護與布局評估，完成星際萌寵等創作之著作權公證。

2.2 資訊安全

2.2.1 資安管理

GRI 418-1, SASB TC-SI-230a.1、
TC-SI-230a.2

資安治理機制

資訊安全委員會為橘子資通安全最高指導組織，由執行長督導，成員包括公司首長級主管，總部設置資訊服務處級管理單位綜理公司各項資安管理任務，並委專業資安技術團隊協助提供所需各項資安服務，定期每年召開兩次資安委員會議由集團執行長主持，檢討現有安全管理執行情形、評估營運風險及相關因應方案及年度資安專案進度檢討。2022年度未發生重大的網路攻擊或事件導致對公司業務及營運重大不利影響，亦未曾涉入任何相關之法律案件或監管調查。

資訊安全委員會負責制定相對應資安政策，進行資安防護佈署、弱點漏洞補強、異常訊息掌握、緊急事件應變等，落實各項資安管理工作，透過風險管理循環，以確保服務及營運持續。在風險評估、政策修訂、防護佈署、風險監控、安全補強的風險管理循環架構下，持續掌握新的資安趨勢，因應時空改變不同的資訊服務、營運環境、適法性及各項影響條件，滾動式檢討現行管理與防護作為，使資訊系統運營及網路服務均能做到適當的風險管控。

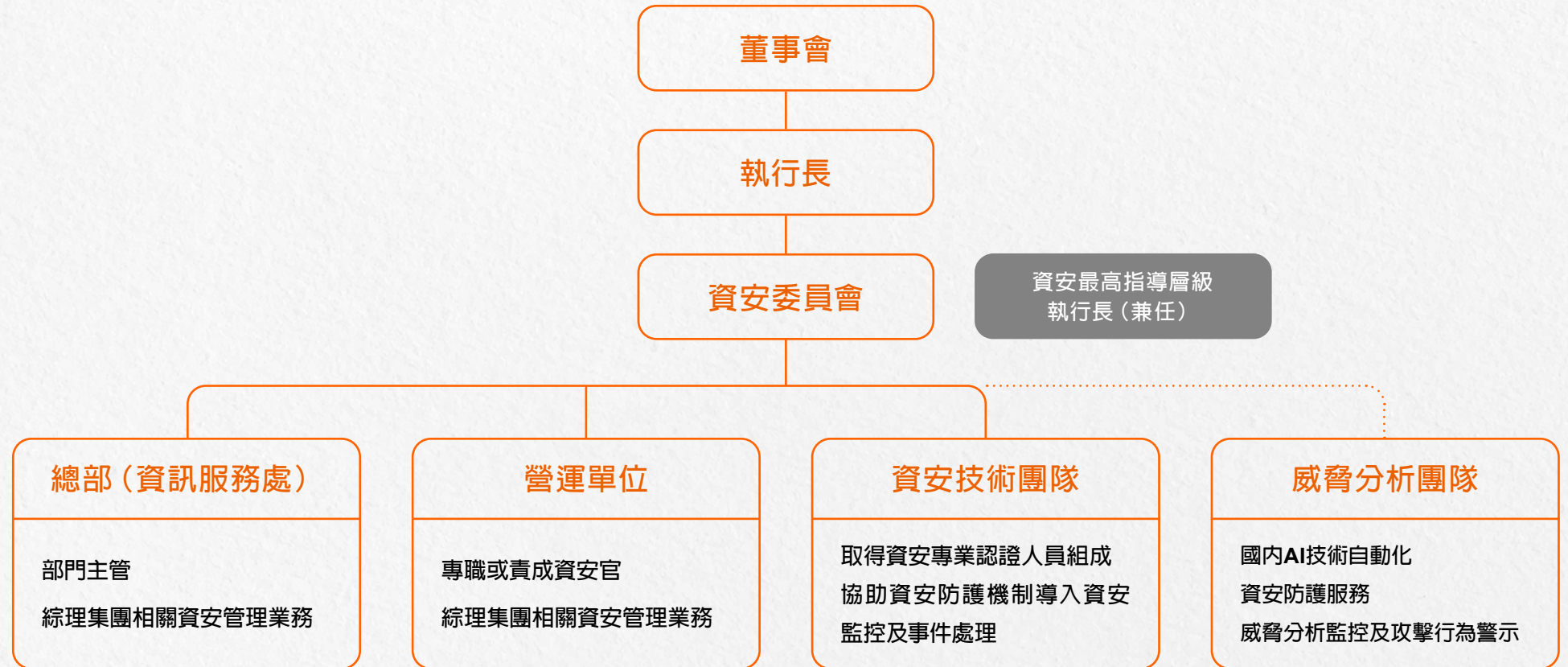


2.2 資訊安全

2.2.1 資安管理

GRI 418-1, SASB TC-SI-230a.1、
TC-SI-230a.2

資安治理機制



橘子資安策略關注人員、制度、管理等方面，遵循國家法令，通過採取風險的分析與管控，管理客戶及會員數字資產。橘子定期檢討資安規範內容，於2022年度共修訂資安政策及規範，內容涵蓋個資保護、營運安全、密碼管理、網路管理...等等共計13項規範，並要求各營運分子公司每季執行營運資安管理針對各項資安管理措施進行自我評量。2022年度由集團總部擬定實施資安管理檢核計劃書，針對各營運分子公司依所訂時程完成各項檢核工作、執行紀錄及總結報告，並於年度集團資安委員會議，提報作業執行情形，以作為精進集團資安管理依據。

2.2 資訊安全

2.2.1 資安管理

資安風險管理

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

資安風險	影響及因應措施
員工資安意識不足	由於內部員工所處理的資料、資訊及系統，與公司營運有直接的關係，因此稍一不慎即可能因下載或感染到惡意程式，而影響到公司內部資訊安全。因此公司除將自行編製的線上資安教育訓練，列為必修課程，定期對員工進行相關培訓，例如資安教育訓練及郵件社交工程演練，提高對隱私權、個資法、數據保護實踐和網路安全行為等認知，同時每日蒐集網路上與資安相關報導，不定期針對目前較高風險的資安攻擊手法及安全防護，發佈內部資安公告與實施演練提供相關訊息，加強員工資安意識。
病毒威脅	電腦病毒來源可能是所瀏覽的網站、含惡意程式的 e-mail 或、移動式儲存媒體、惡意程式下載 ... 等，因此公司建立多層次的防禦及檢測，終端全面安裝國際知名防毒系統，採中控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。
網路攻擊	Internet 駭客攻擊將對企業營運是最直接的影響，因此除建置必要防護措施包括重要網段切割與存取授權管制、防火牆、入侵偵測及阻斷攻擊的機制，亦會針對對外提供連線服務的網站定期 / 不定期進行弱點檢測與滲透測試、應用程式保護及透過資安弱點通報機制與修補工作，將漏洞與被攻擊機率降至最低。另對於惡意的網路攻擊，將彙整相關侵害行為與影響，依法究責。
營運中斷	公司針對重要營運服務及資料，均有作必要的同地 / 異地備份及還原演練，如遇無法避免主營運系統或資料庫毀損或運行中斷時，可於不同服務所律定時效內恢復營運。
個資保護	公司於數年前即對早期所蒐集會員個資進行清除作業，並要求各營運單位對於相關資料蒐集應以營運最小化為原則，遵守個人資料保護法，落實各環節處理及保護措施。透過機敏資料遮罩、欄位 / 資料庫加密及存取授權與告警機制，確保資料安全，並取得 ISO 及 PCI 認證，以稽核程序驗證各處理節點的合理性及嚴謹性。

2.2 資訊安全

2.2.1 資安管理

資安技術提升

果核數位因應疫情致使遠距辦公需求遽增，主打可快速建置備援、兼顧資安的「VDI智慧安全辦公室」解決方案，同時導入OKTA高安全強度工具，執行身份識別，整合跨系統與單位，管理內部人員登入登出使用權限。針對公司重要系統使用特權帳號增加管理強度，而端點除了原本的EDR，也針對MAC導入做端點監控。數間分公司也導入了ISO 27001，DevOps也建置了開發與流程安全。同時果核SOC監控服務也升級為Splunk巨量資料分析平台，完整收集與紀錄外部情資，讓監控系統更全面。

2022年與以色列資安公司 Reblaze 合作真偽機器人流量辨識業務；同時持續耕耘SaaS服務規劃與推廣，提供居家辦公應用服務，並結盟擅長非入侵式資訊收集分析技術的 SecurityScorecard，從企業外部進行大數據分析、威脅情報持續監控等網路資安風險評估，成為新型態解決方案。因應5G時代來臨，駭客攻擊日新月異，橘子發揮產業專長，定期辦理果核資安論壇，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。



供應商資安管理

針對系統、雲端環境及第三方供應商，橘子進行必要的評估和驗證流程及系統安全性，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個資。此外，我們的法律團隊在處理和公司的數據交換（包括個資），確保所有供應商協議均應包括適當的陳述和關於保護的義務。

2.2 資訊安全

2.2.2 守護網路安全

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

犯罪防治

網路資訊蓬勃發展，卻也伴隨著詐騙行為、盜取遊戲帳號等新型態社會問題。橘子秉持著服務客戶至上、玩家權益優先的態度，與大眾消費者站在同一陣線，凡收到相關的申訴案件，並有足夠的佐證資料，橘子團隊會主動出擊、與消費者並肩面對犯罪者，攜手消滅不良的投機者。除此之外，我們與全民防詐騙網站（165）合作設置線上查詢平台機制，司法警察可藉由線上投單提出查詢案件需求，提升作業效率。另外，為確保司法警察能及時了解數位遊戲相關的專有名詞，橘子成立獨立運作的「警偵小組」單位，派遣24小時輪班人力，隨時支援警察、檢調單位，提供資訊支援與疑問解答的服務，助力全民防詐騙不中斷。

GASH 是橘子的遊戲點數、虛擬商品，因近年電玩遊戲蓬勃發展，在市場已有大量、普遍性流通趨勢，卻也遭犯罪集團利用作為犯罪工具。以下針對防詐執行重點提出說明及因應作為。

產業法規推動

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

遊戲點數**GASH** 防詐執行重點

- 風控管理：強化 **GASH** 錢包帳號與儲值風控管理，例如儲值限額、OTP 驗證等機制。
- 技術優化：與遊戲廠商協力打詐，並運用大數據演算法與後台資料分析，強化風控機制，技術端同步且持續分享予遊戲廠商。
- 攜手防詐：偕同通路合作廠商採取相關防詐措施與銷售監控。
- 防詐宣導：集團媒體群與合作通路積極進行防詐騙宣導

2.3 客戶權益保障

2.3.1 服務與溝通

橘子所有產品皆依據不同的業務範疇，遵照政府主管機關之法規及國際準則，制定相關服務機制及流程，以確保消費者或客戶在各項產品使用權益受到保障，並設有客服中心提供全年無休週一至週日24小時在線服務，同時因應不同產品需求，亦備有多元服務管道（電話專線、官網來信留言板、線上即時文字交談、智能chatbot客服…等）。



2.3 客戶權益保障

2.3.2 客戶滿意度

GRI 2-25、2-26、416-2、
SASB TC-SI-220a.4

一直以來橘子與消費者保持密切溝通與互動，積極守護消費者權益。橘子集團客戶服務以遊戲橘子之線上或手機遊戲為大宗，年服務量超過70萬件，有95%的案件可於首次回應獲得解決，服務品質檢核正確率持續提升，2022年達99%以上，同時以日、周、月、季、年為周期，透過系統檢視及統計分析案件問題，針對特殊、大量類型問題，提出因應及精進改善計畫，提交經營團隊作為評估，以降低重複客訴，並陸續上線多項自助化服務功能，透過技術賦能擴充智能客服涵蓋的服務項目，快速回應與解決客戶問題。2022年總計公機關來函769件，其中108件須召開協調會，所有的客訴案件皆在15日內妥善處理完畢。2022年並未發生無法解決、侵犯客戶隱私或健康等事件。



2.3 客戶權益保障

2.3.3 隱私保護

橘子網路服務均設有防火牆、網路身份辨識、威脅監控分析機制並阻隔惡意網路行為、不定期針對網站系統弱點掃描並予以補強修正、不定期模擬駭客攻擊及資訊安全演練、依服務內容制定及實施備份作業等各項資訊安全防護措施，惟有經過授權的人員才能接觸到相關資料。另外，任何個人資料的網路傳遞皆經過加密機制，以確保資料在傳輸過程中不被第三方非法擷取。依消費者或供應商簽訂服務約定，不會任意提供、出售、交換或出租的隱私與機敏資料給其他團體、個人、私人機構或其他用途。2022年並未發生侵犯客戶隱私事件。





轉動環境友善

3.1	環境管理	42
3.2	環境共生	46



3

CHAPTER

3.1 環境管理

3.1.1 氣候變遷因應

橘子參酌氣候相關財務揭露建議 (Recommendations of the Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)，從治理、策略、風險管理、指標與目標四大面向全面進行氣候風險管理。

治理	橘子設置有成立「ESG 委員會」，由董事會針對各 ESG 議題充分授權並給予指導，另自 2021 年特別成立溫室氣體盤查工作小組及查證小組，著重溫室氣體之管理。
策略	橘子擘劃永續策略藍圖，其中，「轉動環境友善」主軸之願景為持續關注環境與氣候變遷，管理能資源使用，透過落實環境友善作為，逐步降低營運對環境造成的負面衝擊。
風險管理	橘子採用全面風險管理與控制系統，在企業管理的各項環節與經營過程中執行風險管理，以辨識潛在的風險型態。為有效辨識各項風險，以即時準備及採取各項應變措施，稽核室每年定期執行稽核，並出具稽核進度控制表及各項缺失改善情形彙總。未來將評估針對氣候相關風險進行詳盡之分析與財務衝擊評估，並完善相關因應措施。
指標和目標	<ul style="list-style-type: none">● 短期：精準盤查後擬定節能與綠能方針，找出即刻要啟動的工作項目；2023 年溫室氣體下降 40%● 中長期：逐步將「供應鏈碳足跡」列為企業採購重要指標，並以終為始，設定有影響力的目標，透過落實環境友善作為，逐步降低營運對環境造成的衝擊，最終號召所有利害關係人推動共好合作。

3.1 環境管理

3.1.2 能資源管理

GRI 2-25、2-26、416-2、
SASB TC-SI-220a.4

能源管理系統

橘子的產業性質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，故橘子總部大樓設有能源監測管理系統，系統包含設計層面、運轉層面以及節能改善分析三個面向環環相扣而成，主要精神為藉由完整且數位化的監控系統，對建築物耗能現況詳細診斷，分析計算蒐集之數據與既存資料庫以發掘問題，再進一步擬定節能對策，追溯問題源頭進行調整和改善。此能源管理與監測系統同時具有室內空氣品質監控感應，以維護良好的空氣品質，或即時提醒同仁採取因應措施。



3.1 環境管理

3.1.2 能資源管理

GRI 2-25、2-26、416-2、SASB TC-SI-220a.4

能源使用與排放

橘子持續強化能源管理，密集監控能源使用，**2022**年由於**COVID-19**疫情已趨於穩定，居家上班的員工人數逐漸遞減，隔離政策也相對趨緩，因此各項能源數據相對微幅上漲。用電方面，以提高能源使用效率為目標及環保節能為優先考量，透過大樓重新規畫及修繕與持續向同仁宣導，提升節能意識，**2022**年人均用電量相較**2020**年下降**193**度/年，並已於**2022**年通過**ISO 14064-1: 2018**，並設下**2023**年溫室氣體（範疇二）下降**6%**之目標。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），**2022**年橘子除致力維持疫情穩定並鼓勵同仁培養衛生習慣，同時提倡同仁勤洗手並加強每日大樓環境消毒。**2022**年因各辦公場所力行防疫措施，營業據點使用水量增加，橘子仍向同仁宣導節約用水，持續規劃更全面的水資源管理政策，減少水資源的耗用。

環境指標	2019	2020	2021	2022
瓦斯 (度)	1,251	1,434	1,008	1,880
外購電力 (kWh)	2,879,045	2,959,100	11,508,827	10,349,029
自來水用量 (立方公尺)	12,060	13,830	16,013	27,982

註1：橘子總部大樓有發電機測試運轉使用柴油，因年度使用少於20公升故不計入
 註2：瓦斯每度為5.13公斤
 註3：電力排碳係數採能源局公告，2019年至2022年依序使用電力排碳係數為0.533、0.509、0.502、0.509 (kg/度)
 註4：2019-2020年數據涵蓋率為74%，2021-2022年數據涵蓋率為100%，涵蓋率以營業收入

溫室氣體排放					
	單位	2019年	2020年	2021年	2022年
類別一	公噸	2.353	2.697	24.276	45.882
類別二	公噸	1,534.530	1,506.181	5,777.431	5,267.656
類別三	公噸	NA	NA	399.910	818.830
類別四	公噸	NA	NA	2,118.895	1,929.418
類別五	公噸	NA	NA	NA	792.965
溫室氣體排放總量	公噸	1,534.883	1,508.878	8,320.512	8,854.751

註：2019-2020年數據涵蓋率為74%，2021-2022年數據涵蓋率為100%，涵蓋率以營業收入計算

3.1 環境管理

3.1.3 污染防治與廢棄物管理

GRI 306-2

廢棄物管理

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，2022年約產生28噸之資源回收類廢棄物、57噸之生活垃圾，總產生的廢棄物重量約為85噸。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」，並在2022年新設置電池機「電女郎MS Battery」，橘子將寶特瓶、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。

污染防治

橘子的營運型態並無設置排放水處理設施或污染防制的需求，每年定期執行污染防治設備維護，包含普橋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、廚房排油煙系統等污染防治項目，2022年投入近37萬於污染防治設備維護。

清運數量 (kg/年)

廢棄物類別	2020	2021	2022
生活垃圾	40,190	53,520	56,580
廚餘	8,840	5,713	12,285
紙類	10,832	9,704	12,488
鋁	164.6	92.2	128.5
鐵	988.9	862.7	1,379.6
寶特瓶	2,065	1,624	2,143
電池	17.3	30.3	68.5

註1：清運數據來源為廢棄物外包清運廠商的清運記錄。

註2：數據涵蓋率為74%，涵蓋率以營業收入計算。

污染防治設備項目	2022執行頻率	2022年操作維護金額 (萬元)
污廢水池清理工程	每季一次(一年共四次)	14.8萬元
廚房截油槽清理工程	每季一次(一年共四次)	1.68萬元
排水管清洗	每月二次(一年共二十四次)	20.16萬元

3.2 環境共生

3.2.1 永續採購

GRI 2-6、308-1、414-1

橘子訂有供應商管理政策，與供應商齊心推動永續發展，共同降低對環境的衝擊，並規範於簽約時需簽訂「供應商企業社會責任聲明書」，確保合作夥伴均遵守相關環境、勞工、人權規範。庶務性的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。2022年榮獲經濟部中小企業處「2022 Buying Power 服務採購獎」參獎，該獎項持續鼓勵中央及地方政府機關、國營事業、民營企業及團體率先採購社會創新組織產品或服務，協助社會創新組織取得資源及開拓市場商機，實踐責任消費與生產，促成工商各界與社創組織創新合作。



2022年永續採購成效

- 100% 在地採購
- 優先採購環保標章之桌上 / 筆記型電腦超過 311 萬元

關於PEFC認證

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



橘子供應商管理政策

3.2 環境共生

3.2.2 環境共生行動

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

環境共生行動專案	說明	亮點與績效
三節集團贈品寄送	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，完成一整個循環再利用的回收流程。	使用 3,682 個循環物流袋，回收 1,093 個循環物流袋。
宣導綠色辦公	受邀參加 12月16日 淨零綠生活環保標章 30週年 圓桌論壇，擔任企業代表，向與會者宣導綠色辦公的相關經驗。藉由橘子集團的分享，讓其他企業或民衆知道，其實加入環保的行列很簡單，除了政府及企業正在為地球努力外，我們也能發揮小小的力量，一起為地球做對的事！	希望藉由橘子集團的分享，讓其他企業或民衆知道，其實加入環保的行列很簡單，除了政府及企業正在為地球努力外，我們也能發揮小小的力量，一起為地球做對的事！
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費市集，其餘物資捐贈給偏遠地區的弱勢團體與機構。	兩次活動總共募集 2,749 項物資， 1,929 項物資在免廢市集中獲得循環使用， 808 項物資捐贈給偏遠地區的弱勢團體與機構。
植樹節兩天一瓶種樹活動	號召同仁收集寶特瓶回收至智能回收機「瓶柑仔 Bottle Man 」，累積一定點數可兌換一袋「 ReTissue 植樹衛生紙」，「 ReTissue 植樹衛生紙」與國際種樹組織 Trees for the Future 合作，每賣出一箱（ 10 袋），就會種下 10 棵樹。	共 40 個人參與，共種了 40 棵樹。
舊鞋救命傳愛行動	11/30 內湖科技園區五家企業聯合發起募鞋活動，甚至號召集團所屬幼橘園的小朋友一起參與活動，所均贈的舊鞋會送到非洲各區需要的人。	當天共募集 252 雙舊鞋。



轉動正向價值

- 4.1 橘子家庭 49
- 4.2 社會共好 63



CHAPTER 4

4.1 橘子家庭

4.1.1 人力結構

GRI 2-7、2-8、401-1、
401-3、405-2、405-3、
406-1、SASB TC-SI-330a.1、
TC-SI-330a.3

隨著橘子積極布局多元領域，截至2022年12月31日止，橘子在台員工人數合計為985人，包含正式人員947人及約聘人員38人主要為特定專案或期間性之支援。橘子員工皆享有公平機會，不因性別、年齡、種族、宗教、殘疾等狀況歧視員工，約聘派遣人員同為集團夥伴，故同享各式員工福利，不因身分別而區別。研發單位中5.48%為女性員工，管理職位中6.40%為女性主管。

	男性	女性	合計
平均年齡 (歲)	36.43	35.23	35.87
平均年資 (年)	4.90	4.68	4.79



4.1 橘子家庭

4.1.1 人力結構

GRI 2-7、2-8、401-1、
401-3、405-2、405-3、
406-1、SASB TC-SI-330a.1、
TC-SI-330a.3

		男		女		小計*
		人數	比例	人數	比例	
合約類別	永久合約	487	49.44%	460	46.70%	96.14%
	臨時合約	11	1.12%	27	2.74%	3.86%
年齡	30 歲以下	140	14.21%	172	17.46%	31.68%
	31 - 50 歲	332	33.71%	307	31.17%	64.87%
	51 歲以上	26	2.64%	8	0.81%	3.45%
學歷	博士	1	0.10%	0	0.00%	0.10%
	碩士	102	10.36%	74	7.51%	17.87%
	大學 / 專科	351	35.63%	398	40.41%	76.04%
	高中	44	4.47%	15	1.52%	5.99%
種族 / 國籍	本籍	496	50.36%	485	49.24%	99.59%
	原住民	0	0.00%	1	0.10%	0.10%
	外籍	2	0.20%	1	0.10%	0.30%
身心狀況	身心障礙	4	0.41%	2	0.20%	0.61%
職能類別	經理	104	10.56%	64	6.50%	17.06%
	研發	102	10.36%	54	5.48%	15.84%
	管銷	292	29.64%	369	37.46%	67.11%
職級	管理職級*	103	10.46%	63	6.40%	16.85%
	基層職級	395	40.10%	424	43.05%	83.15%

*註1：此表數據以在台員工數為統計基準

*註2：管理職位指經理級以上

4.1 橘子家庭

4.1.2 人才招聘與留任

GRI 401-1、405-1



面對行動化浪潮，橘子積極轉型，以全生態網路企業為目標，為了更迅速推出貼近市場及消費者需求的各項網路服務，我們持續耕耘雇主品牌，並透過人力銀行、社群平台、徵才活動以及內部員工推薦等多元之招募管道，強力網羅遊戲、電商、電子支付、新創、媒體、資訊等各界菁英加入團隊。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。2022年新進率**30.90%**，主要為30歲以下以及31至50歲間之同仁，兼顧創新活力與能力經驗。橘子針對離職員工皆會進行離職訪談，2022年離職率**31.41%**，對於公司需改善之問題採取措施，並打造更友善留才之職場環境。

	新進概況					
	男		女		小計*	
	人數	新進率	人數	新進率	人數	新進率
30歲以下	63	45.00%	102	59.30%	165	52.88%
31~50歲	73	21.92%	66	21.43%	139	21.68%
51歲以上	1	3.85%	0	0.00%	1	2.94%
小計	137	27.45%	168	34.43%	305	30.90%

	離職概況					
	男		女		小計*	
	人數	離職率	人數	離職率	人數	離職率
30歲以下	55	39.29%	76	44.19%	131	41.99%
31~50歲	85	25.53%	84	27.27%	169	26.37%
51歲以上	8	30.77%	2	25.00%	10	29.41%
小計	148	29.66%	162	33.20%	310	31.41%

51 註：新進率=該年齡組新進人數/該年齡組總人數，總人數為2022年12月31日仍在職同仁
註：離職率=該年齡組離職人數/該年齡組總人數，總人數為2022年12月31日仍在職同仁

4.1 橘子家庭

4.1.3 人才培育

GRI 401-1、405-1

人才培育

橘子提供完善的學習環境及完整的教育訓練藍圖，針對各職級同仁規劃多元訓練，提供訓練課程、演講、座談會（橘講台、橘內容）等方式，並輔以數位學習（橘資源）的方式進行教育訓練。橘子將誠信經營、ESG議題皆納入教育訓練中，讓同仁在提升專業能力的同時，了解並認同橘子於ESG的理念與使命，另補助員工參加外部專業課程。2022年共挹注超過364萬元於教育訓練，平均每人訓練費用約3,697元，員工訓練課程共248門，總受訓人次數達5,292人次，總訓練人時數達16,691小時，員工平均受訓時數16.9小時。

教育訓練概況

		2019	2020	2021	2022
總訓練時數	女	2,834	2,703	6,063	7,469
	男	2,895	2,331	7,461	9,222
	管理職級	2,917	3,430	2,459	3,329
	基層職級	2,812	1,604	11,065	13,362
	合計	5,729	5,034	13,524	16,691
人均受訓時數	女	6	6	12	15
	男	6	4	14	18
	管理職級	16	9	15	20
	基層職級	4	3	12	16

教育訓練

超過 **364** 萬元

平均每人訓練費用

3,697 元

員工訓練課程數

248 門

總受訓人次數

5,292 人次

總訓練人時數

16,691 小時

員工平均受訓時數

16.9 小時

4.1 橘子家庭

4.1.3 人才培育

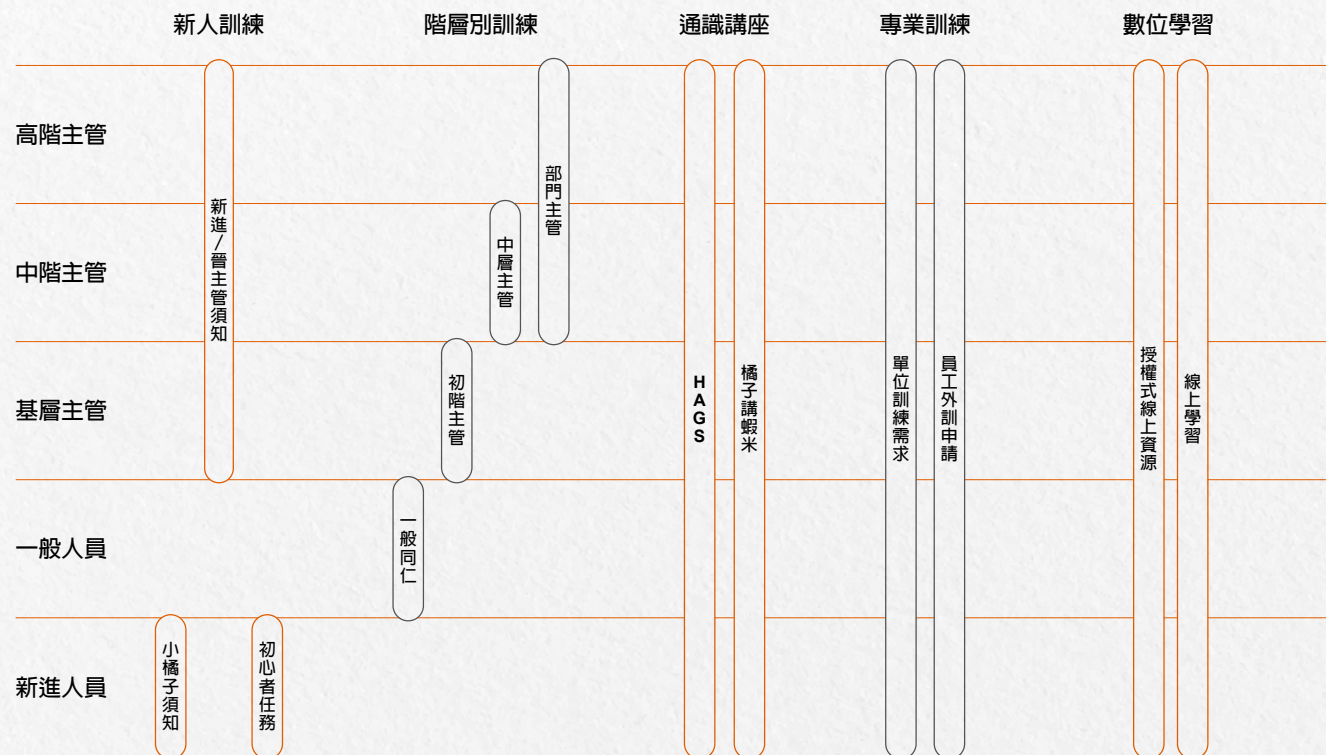
GRI 401-1、405-1

透過個人主題分享，提供專業知識交流，利用非課程的團體活動交流，建立人脈與關係

- 指導與激勵
- 團隊建立與管理
- 人際溝通與表達
- 工作技能與管理



課間搭配團體訓練，利用團體觀摩的回訓，彼此相互學習與督促，強化學習動力



4.1 橘子家庭

4.1.4 薪酬與福利

GRI 2-19、2-21、401-2、
401-3、405-1、405-3

績效管理

橘子將「Dare to Challenge」的核心精神與文化落實於績效評量制度中，發展出適用於高度變化網路產業的績效制度，並定期執行員工職涯發展規劃及績效評估。每位員工在期初根據工作屬性與職級，分別在財務指標與任務指標訂定1到3個目標，並針對各目標設定計算權重，作為績效評估基準。目標之設定具有彈性，個人或組織可以增加額外目標，或針對既定項目提高標準。為鼓勵因應環境改變而增加績效目標，員工另可設定加分題。

獎勵機制

戰略獎勵	主要對象為各單位首長及首長下重要的主管或同仁，評估各單位的長期佈局、計畫、發展、營運成果及整體績效做為年度獎勵依據。
戰術獎勵	提供給全力執行主管方向與戰術的橘人，如業績目標或關鍵績效任務，依據各單位訂定的獎金辦法發放。
特別獎勵	若團隊或個人有非既有獎勵機制之特殊貢獻或卓越績效，主管可申請特別獎勵。
即時獎勵：橘時激賞	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，2022 年有 244 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。
GAMA STAR	AMA 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。2022 年共 8 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 4 位同仁脫穎而出榮獲 GAMA STAR 獎座、三萬元獎金和專屬於 GAMA STAR 特製的識別證。

4.1 橘子家庭

4.1.4 薪酬與福利

GRI 2-19、2-21、401-2、401-3、405-1、405-3

薪酬制度

我們掌握業界薪資動態，適當調整以提供具競爭力的薪資，達到留才留任的效益，基層職級薪資高於法定最低薪資比為**13%**。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。

基層職級薪資
高於法定最低薪資比

13%



2022 年非主管平均薪資

項目	2020	2021	2022
非主管之全時員工薪資總額 (A) (單位：仟元)	392,655	409,013	409,013
非主管全時員工人數 (B)	393	420	420
非主管之全時員工「薪資平均數」 (A/B) (單位：仟元)	999	974	974
非主管之全時員工「薪資中位數」 (單位：仟元)	799	761	761

4.1 橘子家庭

4.1.4 薪酬與福利

GRI 2-19、2-21、401-2、401-3、405-1、405-3

福利規劃

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



加入橘子
橘子新鮮人



結婚
婚假 / 平權假



懷孕
產假 / 陪產假

幼兒托育
幼橘園

優於法令假別



平權假

橘子重視兩性的平等權利，重視維護人權，自 2015 年設置平權假，同志結婚生育皆可享有新婚假 8 天與陪產假，為國內上市櫃公司的創舉。



自主假

自 2015 年試行自主假，員工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。2022 年請假人次為 7 人次、累積時數 340 小時。



員旅假

橘子鼓勵員工工作與生活平衡，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。2022 年請假人次為 964 人。

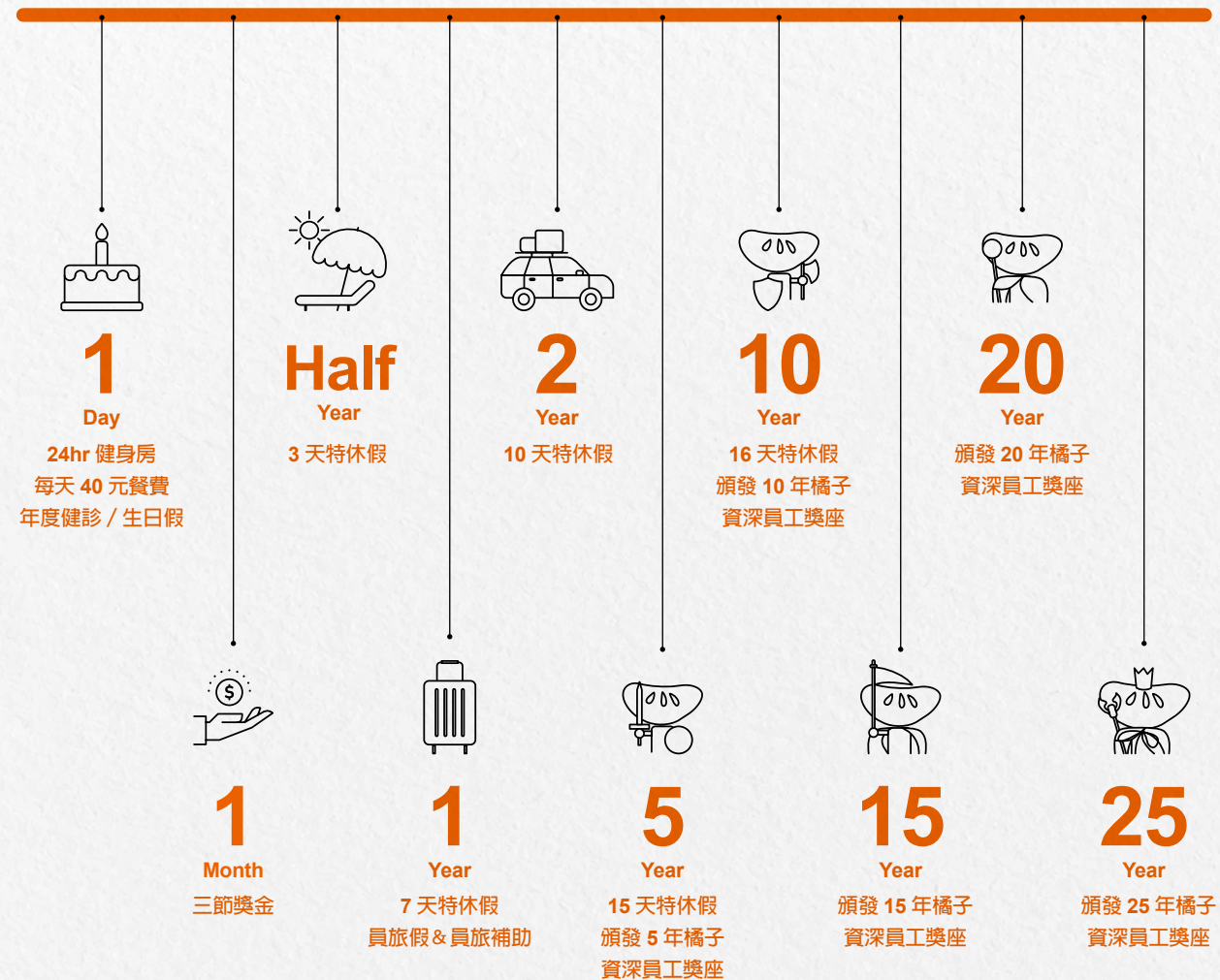
4.1 橘子家庭

4.1.4 薪酬與福利

GRI 2-19、2-21、401-2、401-3、405-1、405-3

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、員工免費心理諮商服務（心理諮商、財務／醫療／法務）、員工三等親（含）以內親屬享有特約優惠價心理諮商服務、員工子女可就讀附設幼兒園並享部分補助等福利措施，提供多元假別如無上限自主假、員工旅遊假、生日假、女性員工不扣薪產檢假八天、男性員工不扣薪陪產假五天及陪產檢假八天、給薪防疫照顧假、給薪防疫疫苗假；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、急難救助金等等。橘子從福利制度到空間，皆以人為出發，使福利措施貼近橘子人需求，並融入橘子文化及精神，實現樂業安居，追求工作與生活的平衡。

Gamanian Experience



4.1 橘子家庭

4.1.4 薪酬與福利

GRI 2-19、2-21、401-2、401-3、405-1、405-3



橘觀點 - 了解更多關於幼橘園

幼橘園

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

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



2022 年育嬰留停概況	男	女	合計
2022 年總申請育嬰留停人數	1	15	16
預計於 2022 年復職人數	2	14	16
實際於 2022 年復職人數	1	9	10
實際於 2022 年復職人數	0	6	6
2022 年留停復職後工作超過一年人數	0	3	3
復職率	50.00%	64.29%	64.50%
留任率	-	66.7%	50.00%

註 1：實際復職人數含提前復職者。
 註 2：復職率為實際復職人數 / 預計復職人數，留任率為留停復職後工作超過一年人數 / 實際復職人數



4.1 橘子家庭

4.1.4 薪酬與福利

GRI 2-19、2-21、401-2、
401-3、405-1、405-3

普橘島

普橘島為舒適明亮的用餐空間，兼具休憩、會議、展覽、論壇與記者會的功能，被視為橘子非常重要的「文化財」。橘子重視員工健康，專聘廚師在餐飲上為品質把關，慎選具政府認證合格標章的供應商，如具吉園圃標誌的蔬果、有防檢局屠宰衛生合格章的肉品。菜單的設計依照員工的喜愛，每周規劃美味與健康兼具的菜色，並享有餐飲補助，另由護理師規劃清爽無負擔的健康餐點。為提倡環保，普橘島不提供一次性餐具。普橘島每年執行一次員工滿意度調查，包含環境衛生、速度效率、前場服務、餐點內容等，整體滿意度達87.5%，同仁意見多半以鼓勵及稱讚居多，並會依照員工回應作調整與溝通。



4.1 橘子家庭

4.1.5 友善職場

橘子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，即時了解員工想法與需求，並傳達橘子經營理念與策略方向。**2022年無性騷擾申訴、違反勞動、人權法規的情事發生。**

人權管理

橘子集團追求永續經營與獲利的同時，亦承諾遵守與社會責任相關之規範及法令並善盡社會責任，保障全體同仁、顧客、廠商、股東以及利害關係人。集團對於人權的承諾與政策之三大重點為：

- 一、共創自主多元、包容尊重的職場
- 二、建構健康安全的工作環境
- 三、定期檢視與評估相關制度與作為

全橘總動員

全橘總動員每季固定舉辦一次，集團管理階層與員工齊聚，邀請知名講者和橘人分享交流，打開橘子員工的視野，持續放眼世界。**2022年共邀請傳動數位整合行銷執行長楊欣怡、烏魯木齊先生木子鵬等領域專家，向橘人分享他們精采的人生故事。全橘總動員亦為員工溝通的重要管道之一，員工可匿名提問或提供建議，由集團執行長現場理解員工需求並回答所有問題，以即時地雙向交流提升互動品質及勞資關係。**



4.1 橘子家庭

4.1.6 健康職場

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，培養員工良好的健康習慣。未來將進一步規劃情緒減脂健促計畫，從過去較少探討的情緒層面，針對高危險族群從減脂減重中較少探討的情緒層面，加上營養師專業一對一諮商及客製化營養團體課程。

員工健檢	橘子每年提供員工健檢，2022 年共 676 人完成健檢，並安排職醫駐診服務，針對健康檢查有異常或是有個人健康問題的員工，進行諮詢、衛教輔導與追蹤。另自 2019 年起針對輪值夜班的同仁提供特殊體檢，給予更高規格的身心檢查。
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。
健身房	設有 24 小時健身房，提供免費的 InBody 身體成分組成分析，特聘有一位正職健身教練，指導器材的正確使用。另特別聘請的老師開辦瑜珈、拳擊有氧、Zumba 等運動課程，每天有三堂以上的課程提供員工選擇，常態性協助同仁進行體能訓練，維持高體能狀態，降低三高風險。近年陸續新增不插電心肺器材，如划步機、划船機等設備，兼顧健康與節能。
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。
紓壓放鬆	橘子與台北市勞動力重建運用處合作，於每週三下午安排按摩師舒壓服務，同仁可以透過預約方式，享受一次 15 分鐘的舒壓按摩，2022 年為 496 人次提供按摩服務。另舉辦筋膜放鬆課程，參與同仁藉由課程了解情緒與自我身心的關聯性，學習情緒檢視與紓解壓力的方法。
運動競技活動	長年組團參與龍舟競賽，增進團隊氣氛、協力的精神，同時在如此高度體力消耗的運動競技活動中，鍛鍊體魄與促進身心健康。
高強度活動照護	遇高強度活動如龍舟競技、馬拉松、三鐵活動時，會由護理師協助參與同仁每月測量 inbody，針對個人健康問題，提供飲食、運動及相關健康照護，並避免運動傷害。



觀點 - 了解更多關於橘子龍舟隊



2022 Gamania 橘子集團龍舟隊紀實

4.1 橘子家庭

4.1.6 健康職場



橘子健身房



健身房課程



橘子龍舟隊



龍舟隊訓練

ESG 委員會召集人蘇信泓先生每年親自參與相關訓練及比賽

4.2 社會共好

4.2.1 Gamania Summer School 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己，喚起屬於這個世代的冒險精神，執行至今共計攜手超過720位學員、46個據點、冒險公里已達28,564公里。

2020年全球疫情擴散，延伸出邊境封鎖與社交距離等，徹底轉化人們既有的生活樣態。因此於2022年，以「潮你的冒險」為主題，舉辦了線上和線下雙重渠道的冒險體驗活動。此次活動邀請了四位不同領域的知名講師，包括雪羊視界、郭熊、山女孩和阿果。從歷史人文、動物生態、野營技能和冒險心態等不同角度認識山海圳，並深入了解這片正在孵育台灣的土地。線上課程共吸引了2,414位學員參與。線下冒險活動則與台灣外展協會和米亞桑戶外中心合作，帶領二十位青少年深入山海圳國家級綠道，超過60公里徒步冒險與玉山前鋒攀登。從行程規劃、裝備自理到野外生存，透過這五天四夜的活動，一步一步探索自我，回應土地的呼喚，喚醒潛藏在每位台灣青年血液中的冒險基因與勇氣。

2022 年線上課程

學員 **2,414** 位

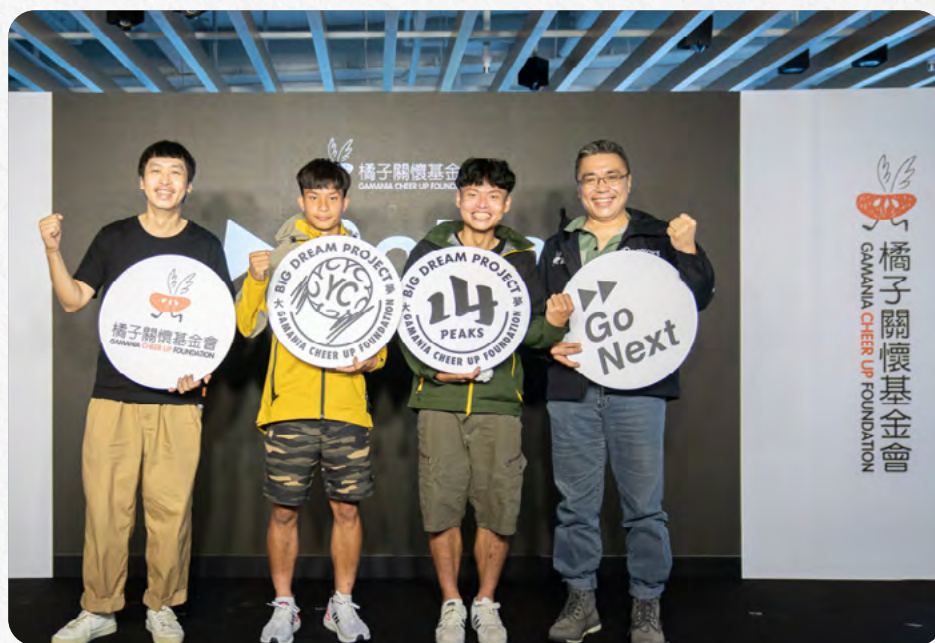
學員 **720** 位 據點 **46** 個 冒險里程 **28,564** 公里



4.2 社會共好

4.2.2 大夢計畫

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



4.2 社會共好

4.2.2 大夢計畫

大夢計畫x 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），是台灣人首次在喀喇崑崙山脈登頂。迄今不斷創下台灣登山史紀錄，大夢計畫預計以三年時間贊助阿果八千頂峰攀登計劃計畫，包含進行世界第三極高挑戰，完成剩下七座八千頂峰攀登計劃計畫。2021年攻頂安娜普納（Annapurna，8,091公尺）成功後，2022年5月5號呂忠翰挑戰世界第三高峰干城章嘉峰（Kangchenjunga，8,586公尺），成功成為首位無氧攀登第三高峰的台灣人，同時也是唯一一位以無氧方式攀登攻頂七座高峰的台灣登山家。



大夢計畫x 袁永誠 前進西甲

橘子關懷基金會自2021年開始與袁永誠攜手，共同推動前進西甲的計劃，希望透過袁永誠在西班牙打拼的冒險故事，傳遞「GoNext」核心精神，帶著堅定的信念，品嚐每一次的冒險，不止於每一次的成功，持續放眼下一個挑戰，探索未知的未來，成就更好的自己。袁永誠從小學一年級開始練足球，9歲便立志要成為職業足球員，國小畢業後便開啓了旅外培訓的日子，2021年以19歲的年齡成為台灣本土首位獲得歐洲職業合約的足球員，更於2022年初順利登場出賽，成為本土首位於西班牙職業聯盟出賽的球員。



前進十四峰



前進西甲



附錄

CHAPTER

獨立有限 確信報告



安侯建業聯合會計師事務所
KPMG

台北市110615信義路5段7號68樓(台北101大樓)
68F., TAIPEI 101 TOWER, No. 7, Sec. 5,
Xinyi Road, Taipei City 110615, Taiwan (R.O.C.)

電話 Tel + 886 2 8101 6666
傳真 Fax + 886 2 8101 6667
網址 Web kpmg.com/tw

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：

本會計師接受遊戲橘子數位科技股份有限公司（以下簡稱「橘子」）之委託，對橘子民國一一一年度（2022年度）永續報告書（以下簡稱「報告書」）中所揭露之特定績效指標（以下簡稱「確信標的資訊」）執行有限確信程序並出具報告。

確信標的資訊與報導基準

橘子依據全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standards Board, 「GSSB」）發布之GRI永續性報導準則（GRI Standards）所揭露之特定績效指標資訊及其報導基準詳列於附件一。

公司之責任

橘子應設定其永續績效和報導目標，包括辨識利害關係人及重大性議題，並依前述報導基準編製及允當表達民國一一一年度（2022年度）報告書內所涵蓋之確信標的資訊，且負責建立及維持與報告書編製有關之必要內部控制，以確保報告書所報導之特定績效指標未存有因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師係依據國際審計與確信準則委員會（International Auditing and Assurance Standards Board）所發佈之國際確信業務準則第3000號－歷史性財務資訊之查核或核閱以外之確信業務（International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000: Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information）規劃並執行工作，以對第二段所述之確信標的資訊是否存有重大不實表達出具有限確信報告。另，本會計師執行有限確信時，對與有限確信相關之內部控制取得必要之瞭解，以設計當時情況下適當之有限確信程序，惟其目的並非對橘子民國一一一年度（2022年度）永續報告書之相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信。

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、保密及專業行為。此外，本會計師所隸屬會計師事務所遵循品質管理準則，維持完備之品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。



所執行程序之彙總說明

本會計師係針對第二段所述之確信標的資訊執行有限確信工作，主要執行之確信程序包括：

- 取得橘子民國一一一年度（2022年度）報告書，並閱讀其內容；
- 訪談橘子管理階層及攸關員工，以瞭解用以蒐集及產出確信標的資訊之相關作業流程與資訊系統；
- 基於對上述事項所取得之瞭解，就報告書揭露之特定資訊執行分析性程序，或於必要時檢視核對相關文件，以獲取足夠及適切之有限確信證據。

上述確信程序係基於本會計師之專業判斷，包括辨識確信標的資訊可能存有重大錯誤或不實表達之範圍並評估其潛在風險，設計足夠且適切之確信程序暨評估確信標的資訊之表達。本會計師相信此項確信工作可對本確信報告之結論提供合理之依據。惟本會計師對於有限確信案件風險之瞭解及考量低於對合理確信案件者，所執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小，因此有限確信案件中取得之確信程度明顯低於合理確信案件中取得者。

先天限制

橘子民國一一一年度（2022年度）報告書內容涵蓋非財務資訊，對於該等資訊之揭露內容可能涉及橘子管理階層之重大判斷、假設與解釋，故不同利害關係人可能對於該等資訊有不同之解讀。

結論

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現第二段所述確信標的資訊有未依適用之報導基準編製而須作重大修正之情事。

其他事項

橘子網站之維護係橘子管理階層之責任，對於本確信報告於橘子網站公告後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。

安侯建業聯合會計師事務所

黃郁婷



會計師：

謝秋華



事務所地址：台北市信義路五段七號六十八樓

民國一一二年八月四日

獨立有限 確信報告



附件一：確信標的資訊彙總表

編號	報告書對應章節	確信標的資訊	報導基準	作業辦法/ GRI Standards
1	1.2.2 誠信經營	<ul style="list-style-type: none"> ■ 橘子遵循各項法規，2022年無重大罰款(註)或非金錢的處罰。 ■ 註：重大罰款指金額100萬元以上，2022年一項違反公平交易法事件受處分200萬元罰鍰，截至2023年6月仍在行政訴訟流程中。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 橘子法律案件判決明細 ■ 橘子財務報告書 ■ 司法法院法律案件判決書 	GRI Standards 2-27 法規遵循
2	3.2.1 永續採購	<ul style="list-style-type: none"> ■ 橘子訂有供應商管理政策，與供應商齊心推動永續發展，共同降低對環境的衝擊，並規範於簽約時需簽訂「供應商企業社會責任聲明書」，確保合作夥伴均遵守相關環境、勞工、人權規範。 ■ 2022年100%在地採購 ■ 註：在地供應商的定義為在台灣營業登記的供應商，已排除非實物的虛擬軟體供應商。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 橘子採購統計數據 	GRI Standards 204-1 來自當地供應商的採購支出比例
3	3.1.3 污染防治與廢棄物管理	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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，2022年的產生28噸之資源回收類廢棄物、57噸之生活垃圾，總產生的廢棄物重量的為85噸。 ■ 2022年廢棄物統計： <ul style="list-style-type: none"> - 生活垃圾：56,580 公斤 - 廚餘：12,285 公斤 - 紙類：12,488 公斤 - 鋁：128.5 公斤 - 鐵：1,379.6 公斤 - 寶特瓶：2,143 公斤 - 電池：68.5 公斤 ■ 清運數據來源為廢棄物外包清運廠商的清運記錄。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 橘子廢棄物處理統計數據 	GRI Standards 306-3 廢棄物的產生
4	4.1.2 人才招募與留任	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2022年新進率 30.90%，主要為30歲以下以及31至50歲間之同仁，兼顧創新活力與能力經驗。橘子針對離職員工皆會進行離職訪談，2022年離職率 31.41%，對於公司需改善之問題採取措施，並打造更友善留才之職場環境。 ■ 新進概況： <ul style="list-style-type: none"> A. 男 (人數；新進率) <ul style="list-style-type: none"> - 30歲以下：63人；45.00% - 31-50歲：73人；21.92% - 51歲以上：1人；3.85% - 小計：137人；27.45% B. 女 (人數；新進率) <ul style="list-style-type: none"> - 30歲以下：102人；59.30% - 31-50歲：66人；21.43% - 51歲以上：0人；0.00% - 小計：168人；34.43% 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 橘子新進員工和離職員工統計數據 	GRI Standards 401-1 新進員工和離職員工



編號	報告書對應章節	確信標的資訊	報導基準	作業辦法/ GRI Standards
		<ul style="list-style-type: none"> C. 合計 (人數；新進率) <ul style="list-style-type: none"> - 30歲以下：165人；52.88% - 31-50歲：139人；21.68% - 51歲以上：1人；2.94% - 小計：305人；30.90% 註：新進率=該年齡組新進人數/該年齡組總人數，總人數為2022年12月31日仍在職同仁 ■ 離職概況 <ul style="list-style-type: none"> A. 男 (人數；離職率) <ul style="list-style-type: none"> - 30歲以下：55人；39.29% - 31-50歲：85人；25.53% - 51歲以上：8人；30.77% - 小計：148人；29.66% B. 女 (人數；離職率) <ul style="list-style-type: none"> - 30歲以下：76人；44.19% - 31-50歲：84人；27.27% - 51歲以上：2人；25.00% - 小計：162人；33.20% C. 合計 (人數；離職率) <ul style="list-style-type: none"> - 30歲以下：131人；41.99% - 31-50歲：169人；26.37% - 51歲以上：10人；29.41% - 小計：310人；31.41% 註：離職率=該年齡組離職人數/該年齡組總人數，總人數為2022年12月31日仍在職同仁 		
5	2.1.3 人才培育	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2022年共把注超過364萬元於教育訓練，平均每人訓練費用約3,697元，員工訓練課程共248門，總受訓人次數達5,292人次，總訓練人時數達16,691小時，員工平均受訓時數16.9小時。 ■ 2022年教育訓練概況 <ul style="list-style-type: none"> A. 總訓練時數 <ul style="list-style-type: none"> - 女：7,469小時 - 男：9,222小時 - 管理職級：3,329小時 - 基層職級：13,362小時 - 合計：16,691小時 B. 人均受訓時數 <ul style="list-style-type: none"> - 女：15小時 - 男：18小時 - 管理職級：20小時 - 基層職級：16小時 註：2022年調整人均受訓時數計算方法為訓練時數/總人數，總人數為2022年12月31日仍在職同仁。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 橘子員工訓練統計數據 	GRI Standards 404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數

溫室氣體 查驗聲明書



Independent Assurance Opinion

Verification Opinion No.: C602352-2022-AG-TWN-DNV Issued date: 30 May, 2023 Page 1 of 2

This is to verify initiate reporting of Greenhouse Gas Inventory Management Report (2022) of

Gamania Digital Entertainment Co., Ltd. and its Affiliated Enterprise

Scope of Verification

DNV Business Assurance (DNV) has been commissioned by GAMANIA DIGITAL ENTERTAINMENT CO., LTD. ('GAMANIA' or 'the Organization') to perform a verification of the greenhouse gas statements of Greenhouse Gas Inventory Management Report (2022) (hereafter the "Inventory Report") in Taiwan, ROC with respect to the sites listed in Appendix A. The Reporting Boundary for the verification including direct GHG emissions and removals, indirect GHG emissions from imported energy, indirect GHG emissions from transportation, and indirect GHG emissions from products used by the Organization. The further descriptions for the Reporting Boundary listed in Appendix B.

Verification Criteria and GHG Programme

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

Verification Opinion

It is DNV's opinion that the Inventory Report (2022), which was published on May 27, 2023 (Ver. 1), is free from material discrepancies in accordance with the verification criteria identified as stated above. The opinion is decided based on the following approaches,

- For the Direct (Category 1) and Indirect GHG emissions from imported energy (Category 2), the reliability of the information within the Inventory Report (2022) were verified with reasonable level of assurance.
- For the other indirect GHG emissions, the involved information was verified and tested using agreed-upon procedures, AUP, defined in Inventory Report.

Verification Opinion No.: C602352-2022-AG-TWN-DNV
Place and date: Taipei, 30 May, 2023

Page 2 of 2

Alvin Chen
GHG Verifier

Place and date:
Taipei, 30 May, 2023

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

Management Representative

Lack of fulfillment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this Certificate invalid. This Verification Opinion is based on the information made available to us and the engagement conditions 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.
DNV ZNATW-OP-F50, Rev.10, 2023-2



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, 2022 to 31st December, 2022, it is DNV's opinion that relevant 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

CO₂ CH₄ N₂O HFCs PFCs SF₆ NF₃

The Quantification of GHG emissions and removals in Direct and Indirect Emission Source:

Category	Direct and indirect GHG emissions categorization*	Emissions and removals verified, (Kg CO ₂ -e)
1	Direct emissions and removals**	45,881.928
2	Indirect GHG emissions from imported energy	5,267,655.712
3	Indirect GHG emissions from transportation	818,830.353
4	Indirect GHG emissions from products used by the Organization	1,929,417.726
5	Indirect GHG emissions associated with the use of products from the Organization	792,964.992
Total greenhouse gas emissions and removals		8,854,750.711

*: Unless other indicated, the Indirect Emissions was calculated based on 2021 electricity emission factor of 0.509 kg CO₂-e/kwh, which was announced by Bureau of Energy, Ministry of Economic Affairs. The Global Warming Potential (GWP) defined in IPCC AR6 (2023) has been choose and correctly referred by the Organization.

** : the details subcategory of each category could be refer later in the Report.

Verification Opinion

unmodified
 modified
 adverse

Lack of fulfillment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this Certificate invalid. This Verification Opinion is based on the information made available to us and the engagement conditions 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.
DNV ZNATW-OP-F50, Rev.10, 2023-2

溫室氣體 查驗聲明書



Appendix to Verification Opinion No. C602352-2022-AG-TWN-DNV

APPENDIX A

The greenhouse gas statements of GAMANIA DIGITAL ENTERTAINMENT CO., LTD. and its Affiliated Enterprise Greenhouse Gas Inventory Management Report (2022) with respect to the following sites:

Site	Organization	Address
1	遊戲橘子數位科技股份有限公司總部 Gamania Digital Entertainment Co., Ltd. (HQ)	台北市內湖區瑞湖街 111 號 No. 111, Ruihu St., Neihu Dist., Taipei City, Taiwan (R.O.C.)
2	遊戲橘子總部 158 號 Gamania Digital Entertainment Co., Ltd. Site 158.	台北市內湖區瑞湖街 158 號 3 樓 3F, No. 158, Ruihu St., Neihu Dist., Taipei City 11494, Taiwan (R.O.C.)
3	今日傳媒股份有限公司 NOWnews Network Co., Ltd.	台北市內湖區瑞湖街 160 號 3 樓 3F, No. 160, Ruihu St., Neihu Dist., Taipei City 11494, Taiwan (R.O.C.)
4	樂利數位科技 Jollywiz Digital Technology Co., Ltd.	台北市內湖區瑞湖街 88 號 3 樓之 3 3F-3, No. 88, Ruihu St., Neihu Dist., Taipei City 11494, Taiwan (R.O.C.)
5	樂點公司(台中) Gash Point Co., Ltd.	台中市西區公館路 240 號 1 樓 No. 240, Gongguan Rd., West Dist., Taichung City, Taiwan (R.O.C.)
6	樂點公司(高雄) Gash Point Co., Ltd.	高雄市左營區文府路 383 號 1 樓 1F, No. 383, Wenfu Rd., Zuoying Dist., Kaohsiung City, Taiwan (R.O.C.)
7	果核數位 (中和機房) Digicentre Company Limited (Zhonghe server room)	新北市中和區中正路 736 號 14 樓 14F, No. 736, Zhongzheng Rd., Zhonghe Dist., New Taipei City, Taiwan (R.O.C.)
8	果核數位 (國分機房) Digicentre Company Limited (Guofen server room)	台北市愛國東路 31 號(3F·4F·6F·7F) 3F, 4F, 6F, 7F, No. 31, Aiguo E. Rd., Zhongzheng Dist., Taipei City, Taiwan (R.O.C.)
9	客服中心(蟻力) Ants' Power Co., Ltd.	新北市中和區中正路 736 號 8 樓 A1·12 樓之 4 8F A1., 12F-4, No. 736, Zhongzheng Rd., Zhonghe Dist., New Taipei City, Taiwan (R.O.C.)
10	幼橋園 GamaGarden	台北市內湖區港墘路 221 巷 33 號 1 樓 1F, No. 221, Gangqian Rd., Neihu Dist., Taipei City, Taiwan (R.O.C.)
11	果核數位 (富國機房) Digicentre Company Limited (Fu-Guo server room)	桃園市富國路 100 號 No. 100, Fuguo Rd., Taoyuan Dist., Taoyuan City, Taiwan (R.O.C.)

Lack of fulfillment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this Certificate invalid. This Verification Opinion is based on the information made available to us and the engagement conditions 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.
立思威國際驗證股份有限公司, 新北市板橋區文化路二段 293 號 29 樓, TEL: +886-2-82537800, website:www.dnv.com/tw
DNV ZNATW-OP-F50, Rev.10, 2023-2




APPENDIX B

The Reporting Boundary of GAMANIA DIGITAL ENTERTAINMENT CO., LTD. and its Affiliated Enterprise Greenhouse Gas Inventory Management Report (2022)

Category	Reporting Boundary* description	Sub-category	Emission Source	Applied Site(s)
Direct GHG emissions and removals	The business of GAMANIA and its Affiliated Enterprise is mainly in the multi-dimensional digital technology industry, and the operating resources are mainly the offices where human power is located. Its main direct sources of GHG emissions are the company's generator diesel emissions, official vehicle gasoline emissions, rental cars burning unleaded gasoline to generate CO ₂ , N ₂ O, CH ₄ , office air conditioners and refrigerator refrigerant emissions HFCs. There is a septic tank for sewage treatment. In addition, the headquarters and the GamaGarden will purchased natural gas, which will generate CO ₂ , N ₂ O, and CH ₄ when used.	1.1 Stationary combustion	Diesel generator 發電機	Site 1, Site 7
		1.1 固定式燃燒排放源	Natural Gas Pipelines 天然氣	Site 1
			Liquefied petroleum gas 液化石油氣	Site 1, Site 10
		1.2 Mobile combustion	Privately owned vehicle used for business purpose (car, motorcycle) 私車公用(汽車、機車)	Site 5, Site 6
		1.2 移動式排放源		
		1.4 Fugitive emissions	Chiller/air conditioner/refrigerator/water dispenser 冰水機/冷氣/冰箱/飲水機	Site 1, Site 3, Site 5, Site 6, Site 2, Site 7, Site 4, Site 9, Site 10
		1.4 逸散性排放	Septic tank 化糞池	Site 5, Site 7
			Fire extinguisher 滅火器	Site 7
Indirect GHG emissions from imported energy	Long-term use of computers, lighting equipment, refrigerators, air conditioners and other equipment accounts for the largest proportion of total emissions due to indirect emissions from input energy, and is the largest source of greenhouse gas emissions, among which the most important corresponding emission items is the electricity consumed in office and public area, and the types of greenhouse gas emissions include CO ₂ generated by electricity.	2.1 Imported energy 2.1 外購能源	Imported electricity 外購電力	All Site
Indirect GHG emissions	Among the indirect greenhouse gas emissions from transportation, the sources of	3.1 Upstream Transportation 3.1 上游運輸	Upstream Transportation 上游運輸	Site 1 (JollyBuy)


Lack of fulfillment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this Certificate invalid. This Verification Opinion is based on the information made available to us and the engagement conditions 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.
立思威國際驗證股份有限公司, 新北市板橋區文化路二段 293 號 29 樓, TEL: +886-2-82537800, website:www.dnv.com/tw
DNV ZNATW-OP-F50, Rev.10, 2023-2

溫室氣體 查驗聲明書



from transportation	activities or facilities projects include emissions from employee commuting and employee travelling, as well as the downstream goods transportation due to e-commerce shipments from JollyBuy. Among them, employee commuting accounts for the largest proportion of emissions, downstream transportation is the second, and employee travel is the last. Greenhouse gas emissions come from the consumption of gasoline or electricity to generate CO2.	3.2 Downstream transport 3.2 下游運輸 3.3 Employee commuting 3.3 員工通勤 3.5 Business travel 3.5 商務旅行	Downstream transport 下游運輸 Employee commuting 員工通勤 Business travel 商務旅行	Site 1 (JollyBuy) All Site Specific departments in Site 1, Site 3, Site 4, Site 5, Site 6
Indirect GHG emissions from products used by the Organization	The main workplace of GAMANIA and its Affiliated Enterprise is in the office, so the indirect greenhouse gas emissions from the use of products or services by the organization mainly include indirect emissions from purchasing electricity, energy including diesel, gasoline, and natural gas, and capital goods including computers, notebooks, screen and server, consumables and tap water. In addition, there are also emissions from office waste disposal, however for those offices other than GAMANIA Headquarters, the related emissions were not included in the quantification due to outsourcing of waste management. In addition, emissions from the use of photocopier services are also included in this category.	4.1 Products used by organization 4.1 源自採購商品的排放	Purchased electricity 外購電力 Purchased gasoline 公務車外購汽油 Purchased neutral gas 外購天然氣 Purchased diesel 發電機外購柴油 Consumables toilet paper 消耗品(衛生紙) Consumables tissue paper 消耗品(擦手紙) Consumables 消耗品(清潔袋) Tap water 辦公室自來水使用	All Site Site 5, Site 6 Site 1, Site 10 Site 1, Site 7 Site 1, Site 5, Site 6, Site 10 Site 1, Site 3 Site 5 Site 1, Site 2, Site 3, Site 4, Site 5, Site 6, Site 7, Site 10
		4.2 Capital goods that are purchased and amortized by the organization. 4.2 資本商品的排放	Capital goods including computers, notebooks, screen and server 企業資本財(電腦、筆記型電腦、伺服器、螢幕)	Site 1, Site 2, Site 3, Site 5, Site 6, Site 7, Site 8, Site 10, Site 11
		4.3 The disposal of solid and liquid waste 4.3 固體和液體廢棄物處理	The disposal of solid and liquid waste outsourcing. 固體廢棄物委外處理	Site 1

Lack of fulfillment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this Certificate invalid. This Verification Opinion is based on the information made available to us and the engagement conditions 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.
立思威國際驗證股份有限公司, 新北市板橋區文化路二段 293 號 29 樓, TEL: +886-2-82537800, website: www.dnv.com/tw
DNV ZNATW-OP-F50, Rev.10, 2023-2



		4.5 Use of services 4.5 使用其他服務產生的排放	Copy machine rental 影印機	Site 1, Site 4, Site 7, Site 9, Site 10
Indirect GHG emissions associated with the use of products from the Organization	The main products and services provided by GAMANIA and its Affiliated Enterprise are online games and related e-commerce consulting services, media, etc.	5.4 Emissions from downstream leased assets 5.4 下游租賃資產產生的排放	Energy use from leased to other entities 異業客戶電量使用	Site 7, Site 8

The scope of other indirect emissions (other than Imported Energy with specified/limited list of sources) was defined by GAMANIA DIGITAL ENTERTAINMENT CO., LTD.'s and its Affiliated Enterprise own pre-determined criteria for significance of indirect emissions, considering the intended use of the GHG inventory.

Lack of fulfillment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this Certificate invalid. This Verification Opinion is based on the information made available to us and the engagement conditions 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.
立思威國際驗證股份有限公司, 新北市板橋區文化路二段 293 號 29 樓, TEL: +886-2-82537800, website: www.dnv.com/tw
DNV ZNATW-OP-F50, Rev.10, 2023-2

溫室氣體 查驗聲明書



APPENDIX C

For direct emissions and removals of GAMANIA DIGITAL ENTERTAINMENT CO., LTD. and its Affiliated Enterprise reported in the Report (2022), quantified separately for each GHG as below, in kg of CO2-e:

CO ₂	CH ₄	N ₂ O	HFCs	PFCs	SF ₆	NF ₃	TOTAL
10,241.364	1,112.133	102.230	34,426.201	-	-	-	45,881.928
22.32%	2.42%	0.22%	75.03%	0%	0%	0%	100%



Lack of fulfillment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this Certificate invalid.
 This Verification Opinion is based on the information made available to us and the engagement conditions 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.
 立思威國際驗證股份有限公司, 新北市板橋區文化路二段 293 號 29 樓, TEL : +886-2-82537800, website: www.dnv.com/tw
 DNV ZNATW-OP-FS0, Rev.10, 2023-2

GRI 索引表

GRI 準則	揭露項目	對應章節暨補充說明	頁碼
轉動永續經營			
2-1	組織詳細資訊	關於本報告書	04
2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	04
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	04
2-4	資訊重編	無此情事	-
2-5	外部保證 / 確信	獨立有限確信報告	67
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.1.1 營運概況 / 組織部門、價值鏈、非價值鏈之其它商業關係，相較於前一報告年度的重大差異	08
2-7	員工	4.1.1 人力結構	49
2-8	非員工的工作者	4.1.1 人力結構	49
2-9	治理結構與組成	1.1.3 實踐永續治理	17
2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.2.1 治理組織與架構	25
2-11	最高治理單位的主席	1.2.1 治理組織與架構	25
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	關於本報告書	04
2-13	衝擊管理的負責人	1.1.3 實踐永續治理	17
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	04
2-15	利益衝突	1.2.1 治理組織與架構	25
2-16	溝通關鍵重大事件	1.2.1 治理組織與架構 1.1.3 實踐永續治理	25.17

GRI 2 : 一般揭露 2021

GRI 索引表

GRI 準則	揭露項目	對應章節暨補充說明	頁碼	
	轉動永續經營			
2-17	最高治理單位的群體智識	1.2.1 治理組織與架構	25	
2-18	最高治理單位的績效評估	1.2.1 治理組織與架構	25	
2-19	薪酬政策	年報 P26、46 薪酬政策	-	
2-20	薪酬決定流程	年報 P26	-	
2-21	年度總薪酬比率	公開資訊觀測站	-	
2-22	永續發展策略的聲明	1.1.3 實踐永續治理	17	
GRI 2 : 一般揭露 2021	2-23	政策承諾	4.1.5 友善職場	60
	2-24	納入政策承諾	1.2.1 治理組織與架構	25
	2-25	補救負面衝擊的程序	1.1.3 實踐永續治理	17
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.2.2 誠信經營	28
	2-27	法規遵循	1.2.2 誠信經營	28
	2-28	公協會的會員資格	1.2.4 外部組織參與	30
	2-29	利害關係人議合方針	1.1.3 實踐永續治理	17
	2-30	團體協約	4.1.5 友善職場	60

GRI 索引表

GRI 準則	揭露項目	對應章節暨補充說明	頁碼
GRI 3 : 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	1.1.3 實踐永續治理 17
	3-2	重大主題列表	1.1.3 實踐永續治理 17
重大主題			
公司治理與誠信			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-1	重大主題管理	1.2.2 誠信經營 28
法規遵循			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-1	重大主題管理	1.2.2 誠信經營 28
經營績效			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-1	重大主題管理	1.2.2 誠信經營 28
GRI 201: 經濟績效	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.1.1 財務績效 13
	201-3	定義福利計劃義務與其它退休計畫	4.1.4 薪酬與福利 54
風險管理			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.2.3 風險管理 29
產品與服務創新			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	1.2.3 風險管理 29
資訊安全與隱私權保障			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.2.1 資安管理 2.3.3 隱私保護 32.40
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	2.2.1 資安管理 2.3.3 隱私保護 32.40

GRI 索引表

GRI 準則		揭露項目	對應章節暨補充說明	頁碼
客戶權益與服務				
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	2.3.1 服務與溝通	38
多元與包容性				
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	4.1.1 人力結構	49
GRI 405: 員工多元化與平等機會	405-1	治理單位與員工的多元化	1.2.1 治理組織與架構 4.1.1 人力結構	25.49
	405-2	女性對男性基本薪資加薪酬的比率	4.1.4 薪酬與福利	54
GRI 406: 不歧視	406-1	歧視事件以及所採取的改善行動	4.1.1 人力結構	49
人才招募與訓練				
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	4.1.3 人才培育 4.1.4 薪酬與福利	52.54
GRI 404: 訓練與教育	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	4.1.3 人才培育	52
	404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	4.1.4 薪酬與福利	54
能源與碳排管理				
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3	重大主題管理	3.1.2 能資源管理	43
GRI 302: 能源	302-4	減少能源消耗	3.1.2 能資源管理	43
GRI 303: 水	303-5	耗水量	3.1.2 能資源管理	43
GRI 305: 排放	303-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	3.1.2 能資源管理	43
	303-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	3.1.2 能資源管理	43

GRI 索引表

GRI 準則	揭露項目	對應章節暨補充說明	頁碼
綠色營運			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3 重大主題管理	3.1.3 廢棄物管理與污染防治 3.2.1 永續採購	46
GRI 306: 廢棄物	306-2 依類別及處理方法劃分的廢棄物	3.1.3 廢棄物管理與污染防治	45
GRI 308: 供應商環境評估	308-1 採用環境標準篩選新供應商	3.2.1 永續採購	46
GRI 414: 供應商社會評估	414-1 使用社會標準篩選之新供應商	3.2.1 永續採購	46
勞資關係與員工權益			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3 重大主題管理	4.1.2 人才招聘與留任 4.1.4 薪酬與福利	51-54
GRI 202: 市場地位	202-1 不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	4.1.4 薪酬與福利	54
	401-1 新進員工和離職員工	4.1.2 人才招聘與留任	51
GRI 401: 勞雇關係	401-2 提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	4.1.4 薪酬與福利	54
	401-3 育嬰假	4.1.4 薪酬與福利	54
職場安全與健康			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3 重大主題管理	4.1.6 健康職場	61
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	4.1.6 健康職場	61
GRI 403: 職業安全衛生	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	4.1.6 健康職場	61
社會服務創新			
GRI 3 : 重大主題 2021	3-3 重大主題管理	4.2 社會共好	63

have a
GOOD TIME!

