

股票代號 2949



Hsin Hsin Galaxy
Your BEST eCom Solution Partner

欣新網股份有限公司

2024 年度永續報告書

H. H. GALAXY CO., LTD.
Sustainability Report 2024

2025年8月12日刊印

關於本報告書

歡迎閱讀欣新網股份有限公司(以下簡稱「欣新網」，或「本公司」)2024 年度永續報告書(Sustainability Report)。

本公司相關資訊歡迎至官網下載瀏覽：

<https://www.hhgalaxy.com/>

1. 報告書揭露與發布時間

本報告書發布日為 2025 年 8 月，為首次發行，資訊涵蓋期間為 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，與財報年度涵蓋資訊一致。下一版本將於 2026 年 8 月發行。

2. 範疇與邊界

本報告書首年資料涵蓋邊界訂為臺北辦公室及臺中辦公室之主要營運據點，財務數據與欣新網之合併財報邊界數據一致，環境面及社會面數據則臺北辦公室及臺中辦公室為主，若有範疇不一致將於各別章節段落中說明，並將於未來持續納入其他據點至與合併財報邊界相符。據點所在位置及資料涵蓋範疇詳如下表：

據點說明	地址
欣新網股份有限公司總部	臺北市中山區南京東路 3 段 70 號 4 樓
臺北辦公室	臺北市信義區東興路 45 號 6 樓
臺中辦公室	臺中市西區臺灣大道二段 285 號 22 樓

3. 撰寫原則

本報告書依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」編製要求，參考全球永續性標準理事會(Global Sustainability Standards Board, GSSB)發布之 GRI 準則(GRI Standards)、永續會計準則委員會(Sustainability Accounting Standards Board, SASB)行業指引編制、以及氣候相關財務揭露(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)等進行揭露。

4. 報告書管理方式

本報告書資訊與數據由相關部門主管提供並檢視各章節內容與資訊正確性，由總經理擔任主席召開會議，檢視當年度相關議題之執行情況與績效，並由總經理進行核定並提報董事會予以發布。

5. 聯絡窗口

窗口：永續小組

電話：02-8768-3830

信箱：hhg_sa@hhgalaxy.com.tw

目錄

關於本報告書.....	i
目錄.....	iii
經營者聲明.....	1
2024 亮點&永續績效.....	3
驅動永續經營.....	4
推動永續組織.....	4
利害關係人議合.....	6
永續發展策略.....	7
重大議題分析.....	7
重大主題管理列表.....	9
1. 治理結構與廉潔經營.....	15
1.1 關於欣新網.....	16
1.1.1 欣新網簡介.....	16
1.1.2 經濟績效.....	20
1.2 公司治理與誠信經營.....	24
1.2.1 公司治理與誠信經營.....	24
1.2.2 法律遵循.....	33
1.3 風險管理.....	34
1.4 永續供應鏈.....	36
1.4.1 供應鏈評鑑.....	37
1.4.2 供應商成效.....	39
2. 永續消費.....	41
2.1 永續消費倡議.....	42
2.2 消費者體驗.....	43
2.2.1 政策說明.....	43
2.2.2 完善售後服務.....	44
2.2.3 客戶滿意度.....	46
2.2.4 申訴管道.....	47
2.3 資訊安全管理.....	49
2.3.1 資訊安全治理架構.....	49
2.3.2 資訊安全措施.....	50
2.3.3 客戶資料保護.....	55
3. 低碳循環.....	57
3.1 氣候變遷因應.....	58
3.1.1 氣候相關財務風險及機會與因應策略.....	59
3.1.2 氣候相關目標設定.....	61

3.2	環境衝擊管理.....	62
3.2.1	溫室氣體排放.....	63
3.2.2	能源管理.....	64
3.2.3	廢棄物與水資源管理.....	66
3.2.4	包材管理.....	68
4.	員工及職場.....	69
4.1	員工結構.....	70
4.1.1	員工組成.....	70
4.1.2	人權政策及多元職場.....	71
4.1.3	性別平等維護.....	73
4.1.4	勞資溝通.....	74
4.2	人才吸引與培育.....	75
4.2.1	員工福利.....	75
4.2.2	員工培育及職涯規劃.....	79
4.3	職業健康與安全.....	81
4.3.1	職業安全及職災政策說明.....	81
4.3.2	員工健康照護.....	81
5.	社會共榮.....	82
5.1	支持弱勢族群.....	83
	附錄.....	84
	GRI Standards 內容指引.....	84
	永續會計準則委員會(SASB).....	87
	TCFD 內容指引.....	88

經營者聲明

在這個瞬息萬變的電商時代，欣新網自 2013 年成立以來，始終秉持創新與整合的核心價值，致力於為國際品牌提供高效的全方位電商服務。欣新網的使命是結合物流、金流、商流及消費者服務，為品牌客戶創造更高的商業價值，並提升其在激烈市場中的競爭力。欣新網本著追求成長與持續變革的精神，勇於面對市場挑戰，不斷突破自我；我們秉持著紀律，以追求卓越的執行態度確保每一個環節高效而精準地落實；更以誠信、正直、公開透明作為基礎，建立長期信任與合作關係。這三大核心價值，是我們在電商浪潮中持續前行的指南針，也是我們為客戶、員工、股東與社會創造永續價值的根基。

HHG Value

What We Believe — Growth Mindset
追求成長、持續變革、勇於挑戰、擁抱改變

How We Act — Discipline
秉持紀律、邏輯與條理、追求卓越的執行力

Who We Are — Integrity
堅守誠信、正直、公開透明、說一是一

在過去的一年中，我們服務超過 200 個國際品牌，憑藉對市場及資源的深刻洞察，不斷優化行銷規劃、媒體投放、倉儲物流及銷售客服等各個環節，提供量身訂製的解決方案，顯著提升欣新網的服務品質，並在廣告投放上取得卓越成效。欣新網的種種成就不僅源於對市場的敏銳把握，更得益於堅實的合作夥伴支持，欣新網得以充分挖掘眾多國際品牌的資源潛力，並提供出色的倉儲與配送服務，這無疑成為我們在激烈電商競爭中脫穎而出的重要支柱。

在疫情的影響下，客戶品牌商面臨了前所未有的挑戰，這促使其重新思考經營模式，並更加重視電子商務的發展。隨著網購平台競爭的加劇，流量已成為業績增長的基石，因此，協助品牌精準定位合適的電子商務平台並有效提升業績，成為當前的首要任務，從商品設計、數位行銷到物流配送，提供全方位的服務，並透過我們的「Power AI 智能廣告投手」系統，簡化廣告投放流程，讓客戶能夠即時獲取數據，進行有效的市場調整。欣新網的願景是成為亞洲電商整合服務的引領者。在這個瞬息萬變的市場環境中，儘管面對電商成長放緩的挑戰，我們依然踩著堅定不移地腳步推進海外擴展，並深信這將為公司的持續增長奠定堅實的基礎。

在穩健追求商業成長的同時，欣新網始秉持永續發展的核心理念，全面關注 ESG 三大構面，將環境保護、社會責任與公司治理融入日常營運。於環境面，我們積極提升資源使用效率，優先使用再生材料與可回收包裝，致力於降低污染與碳排放，實踐綠色供應鏈的永續管理。於社會面，我們倡導性別平等與多元共融，推動彈性工時及數位工作模式，打造尊重人權、重視福祉的友善職場，同時關注弱勢族群與社會需求，發揮企業影響力。於治理面，我們堅守誠信原則，建構透明高效的公司治理制度，落實風險控管與法規遵循，強化資訊揭露與利害關係人溝通。

落實 ESG 是提升企業價值、強化顧客信賴與鞏固供應夥伴關係的關鍵所在。使每一位品牌客戶都能感受到我們的專業與用心，並持續關注消費者需求的變化，靈活調整策略，以確保我們的服務始終與市場脈動保持一致。讓我們攜手共進，邁向更加美好的明天，開創更加輝煌的未來，欣新網期待在這條充滿挑戰與機遇的道路上，與能每一位合作夥伴共同成長，共同迎接新的可能性。

欣新網 董事長

陳德仁

2024 亮點&永續績效

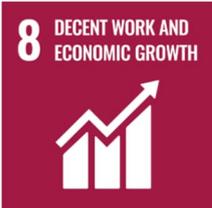
面相	2024 年亮點績效
環境面	<ul style="list-style-type: none">• 依據 ISO 14064 相關標準完成自主溫室氣體盤查• 年度原箱使用率超過 45%
社會面	<ul style="list-style-type: none">• 女力賦權：女性同仁占比達 82%；女性中高階主管占比達 61%• 優良職場：推動彈性工時與開放辦公室政策，並支持數位游牧遠距工作• 公益活動：提供物資捐贈予彰化縣幼瑩廣慈文教學會
治理面	<ul style="list-style-type: none">• 董事會績效評估 4.97 分• 0 件違反誠信經營原則之檢舉事件• 取得 ISO 27001 認證，確實維護資訊安全防護網

驅動永續經營

推動永續組織

連結全球永續發展

聯合國發佈「2030 永續發展目標」(Sustainable Development Goals, SDGs)，針對全球共榮提出 17 項目標，旨在激勵各國攜手為地球的未來奮鬥。欣新網深入研究 SDGs 意涵，將各永續發展目標與公司經營發展策略緊密結合，作為公司未來發展之指引。

欣新網承諾	SDGs 細項目標	欣新網亮點作為
將配合法規制定階段性溫室氣體減排目標	13.2 將氣候變遷措施納入政策和規劃 	擬於未來成立「永續發展專責小組」並實施氣候風險與機會潛在影響評估及政策制定
落實廢棄物及包材減量	12.5 大幅度減少廢物產生 	配合新竹物流回收再利用廢棧板及廢編織袋達 92.76 公噸；並導入循環包材之使用
實現經濟成長	8.5 充分就業和同工同酬的工作 	29 歲以下員工占比達 56%，展現對青年就業的支持與投入，同時亦聘用三位身心障礙同仁，確保不同年齡、性別與身心狀況者皆能享有平等且體面的就業機會。
支持多元且平等之工作環境	5.A 享有經濟資源、財產所有權和金融服務的平等權利 	欣新網平等的提供舞台所有員工，男性主管占比為 39%，女性主管則為 61%。
建立正直良善之企業文化，杜絕不誠信之行為	16.6 建立有效、負責和透明的制度 	公司訂立「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序與行為準則」及「道德行為準則」，並建置有效內控制度。

於未來發展計劃中，欣新網預計將建立永續發展專(兼)職單位，並下設各專案小組以處理相關事務，以共同推動「永續發展實務守則」的實施。永續發展委員會將由董事長擔任主委，負責制定公司永續發展的總體策略，監督各項目進展，定期向董事會報告；並由高階主管擔任各專責單位負責人，協調各部門的合作、推動永續發展細項計劃之執行；專案小組將由不同部門同仁組成，針對特定的永續發展項目，如減碳計劃、資源回收計劃等，進行具體的實施和管理，並定期向永續發展委員會報告進展情況。

欣新網期望未來透過健全的永續發展委員會組織，有效推動公司的永續發展工作，確保各項目順利實施，並在未來取得實質性的進展，提升公司的社會責任形象，促進業務的永續發展。

利害關係人議合

利害關係人的鑑別與溝通，是落實公司永續發展的基礎。本公司經由公司主管根據 AA1000 SES 利害關係人議合參與標準的五大原則鑑別出四大主要利害關係人：員工、股東與投資人、客戶及供應商。

利害關係人	議題	溝通及回應方式	2024 年實績
員工	員工福利與留任	<ul style="list-style-type: none"> • 依法召開勞資會議、職工福利委員會， • 每週召開主管會議，促進跨部門溝通與營運狀況 • 主管不定時關心員工的狀況，與員工訪談，做雙向互動溝通 • 滿意度調查，以瞭解員工需求並做適當回應 • 不定期透過內部網站公告公司相關訊息 	<ul style="list-style-type: none"> • 勞資委員會開會次數達四次，討論員工關切議題並公開表決提案 • 新進員工到職約三個月由主管或人資進行關懷面談，提供適應與工作回饋 • 每年推動 OGSM 並辦理員工滿意度調查，2024 年員工滿意度為 3.87 分(滿分 5 分)
股東 投資人	公司治理及誠信經營 法規遵循 資訊安全與隱私保護	<ul style="list-style-type: none"> • 每月公告合併營收 • 每年透過股東會報告經營績效與營運方向，並依規定出具財務報告 • 即時於公開資訊觀測站公告重大訊息 • 設有發言人及代理發言人，提供電話與電子郵件供投資人聯繫與意見交流，回覆投資者關注議題 • 不定期召開法人說明會，說明營運績效與發展方向 	<ul style="list-style-type: none"> • 完整公告每月營收及每季財報 • 於公開資訊觀測站、公司網站完成揭露公司財務及業務資訊 • 受邀參加法人說明會 5 次
客戶	消費體驗與服務 資訊安全與隱私保護	<ul style="list-style-type: none"> • 不定期以會議、電話、電子郵件或親訪之方式，與客戶保持緊密聯繫，保護客戶隱私 • 公司官網設有聯繫方式，客戶得以電話或留言方式，供客戶直接反應 	<ul style="list-style-type: none"> • 2024 年客訴次數與 2023 年相比減少 10%；與 2022 年度相比減少約 41% • 聊聊客戶團隊回應率達 95%
供應商	永續供應鏈	<ul style="list-style-type: none"> • 定期安排與原廠的溝通會議。 • 每月實地稽核倉儲夥伴之作業狀況，不定期針對異常狀況、作業改善與流程優化等議題進行會議討論。 	<ul style="list-style-type: none"> • 落實溝通會議，每月平均召開兩次例會 • 配合下游廠商實施循環包材政策，2024 年使用 1,843 個循環包材包裹

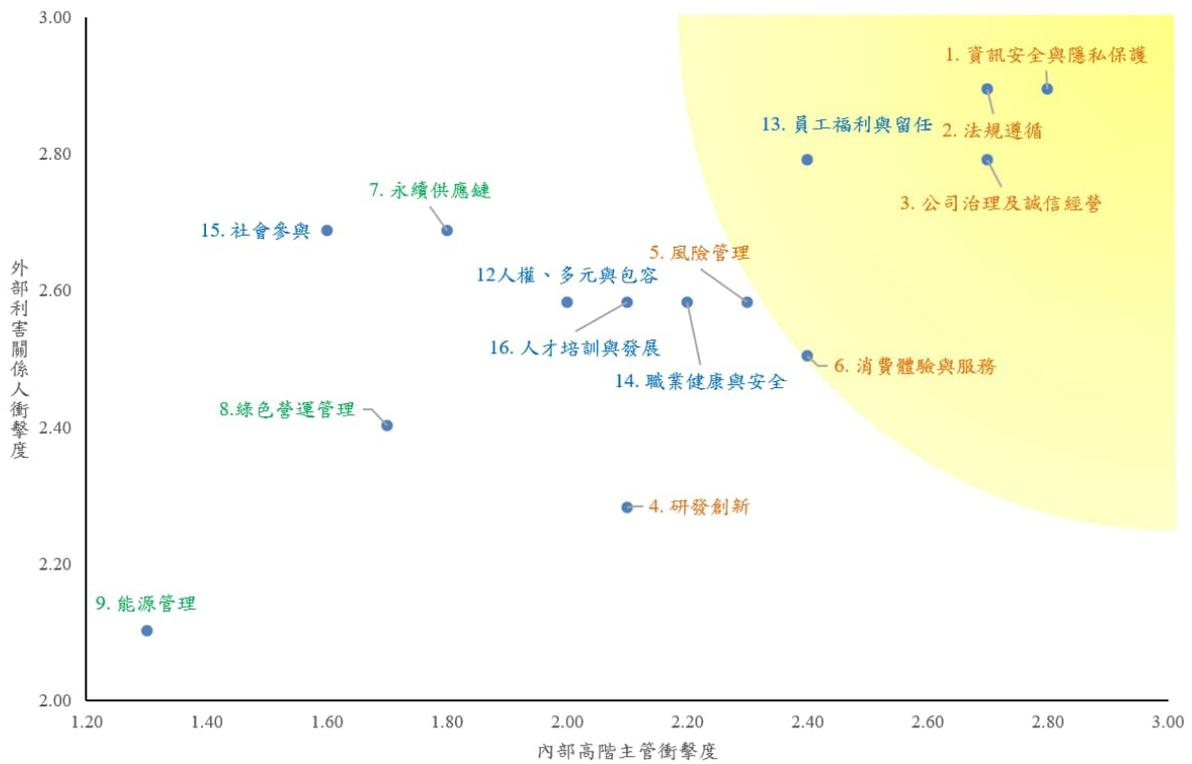
永續發展策略

重大議題分析

為了評估未來的永續發展議題，欣新網參酌國內外的資訊揭露準則，並依循 GRI 3 準則，全面評估及鑑別針對公司治理、環境影響和社會責任等領域之關鍵議題，各項重大議題經相關權責單位主管確認後，納入當年度報導內容，以實踐永續發展上的透明度與公信力，並回應利害關係人之關注。

項目	分析流程	說明
1.	了解組織脈絡	考量公司所承擔之責任、溝通的頻率、回應關注的急迫性、依賴程度、影響程度、創新機會之潛力或多元觀點等面向對利害關係人進行評分和排序，以確定主要之利害關係人群體。
2.	鑑別實際及潛在衝擊	為進行更完善的資料蒐集，欣新網蒐研 GRI、SASB、國內外同行業經歷、公司的營運範圍、商業模式、產品及服務類型、產業結構及勞動力配置，全面梳理出公司所處的產業環境。 經過深入分析及與利害關係人之溝通，2024 年本公司共辨識出 16 項永續議題。
3.	評估衝擊顯著程度	透過問卷分別評估及量化各議題之正、負面衝擊程度，請利害關係人根據自身角色評估這些議題對他們的影響程度、對決策的影響及關注程度。
4.	排定最顯著衝擊的優先報導順序	本次共回收了 25 份問卷，欣新網根據問卷回收結果設定重大性門檻，並排定最顯著衝擊的優先報導順序。2024 年評估結果共有 6 項重大議題，其中前 5 項係依據其外部利害關係人以及內部主管之衝擊程度排序，為強化 ESG 各面向之平衡性，特別補充納入環境面「永續供應鏈」作為第 6 項，作為完整揭露之依據。

重大主題矩陣



6 項重大主題的排序

議題	描述
 資訊安全與隱私保護	防範駭客攻擊 避免個資外洩
 法規遵循	嚴格遵守法律 保障公司權益
 公司治理及誠信經營	誠實經營 公平運作
 員工福利與留任	促進權益 改善福利
 消費體驗與服務	直接影響顧客滿意度
 永續供應鏈	影響環境及社會影響

重大主題管理列表

重大主題：資訊安全及隱私保護

權責單位	資訊部、經營管理部
對應 GRI	GRI 418
對應章接	2.3 資訊安全管理
2024 年 具體行動	<ul style="list-style-type: none"> 欣新網每月會根據國內資安漏洞項目填寫「重大資安漏洞檢核表」並與以處理。 2024 年度所發現之重大資安漏洞皆完成修補與處理，並經確認系統穩定運作且無資安異常，相關防護機制亦已強化，以降低未來資安風險。
2024 年 目標達成情形	通過內部各項稽核，並完成最新漏洞的防堵。
短期目標 (2025 年)	通過內部、外部稽核，避免資安事件產生。
願景目標 (中長期)	<ul style="list-style-type: none"> 尋找未納入資安項目的控管點，加以補齊。 運用最新的設備與技術，持續達成資安目標。
衝擊描述	<ul style="list-style-type: none"> 正面： 建立良好資安環境可提升客戶信任，創造良好商業機會。 負面： 缺乏良好規範將使企業喪失各界信心錯失訂單，發展縮減。 企業資訊管理不善可能導致客戶隱私洩漏，影響權益。
管理行動 及成果追蹤	<ul style="list-style-type: none"> 欣新網每年必須通過 ISO27001 認證、會計師事務所稽核、合作廠商稽核，並建立風險評估機制，定期評估潛在風險並採行安全措施。 設定 KPI，每半年到一年根據項目檢核並記錄。 每月進行重大資安漏洞檢核，並造冊記錄處理狀況。
利害關係人 參與機制	外部申訴可透過物流客服部之客服團隊受理。

重大主題：法規遵循

權責單位	總經理室、經營管理部、物流客服部、財會暨行政部、人力資源部
對應 GRI	GRI 2-27
對應章節	1.2.2 法律遵循
2024 年 具體行動	<ul style="list-style-type: none"> • 辦理相關之教育訓練，包括新人訓練及工作規則說明。 • 追蹤相關法規並規劃內控辦法。
2024 年 目標達成情形	<ul style="list-style-type: none"> • 0 件重大違法案件。 • 適用之法規納入公司政策。 • 2024 年未發生檢舉事件。
短期目標 (2025 年)	<ul style="list-style-type: none"> • 維持 0 件重大違法案件。 • 每年定期辦理法規相關的員工培訓。
願景目標 (中長期)	提升同仁對法令遵循的意識，進而內化為公司的法令遵循文化，藉此主動降低公司營運上的違法風險。
衝擊描述	<ul style="list-style-type: none"> • 正面： 遵守相關法律法規，保障公司的合法權益和商譽並強化公司形象。 • 負面： 違反法規可能導致罰款、訴訟，進而使投資者信心下降並造成股價波動。同時也傷害企業的商業信譽、流失客戶信任。
管理行動 及成果追蹤	由權責單位不定期召開討論會議，關注相關法規，並提前準備因應，以確保無違反法規之虞。
利害關係人 參與機制	<p>本公司提供以下檢舉人之檢舉途徑，並承諾嚴密保護檢舉人身份資料，監督公司無不法行為之發生：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 檢舉信箱：integrity@hhgalaxy.com.tw 2. 檢舉專線：+886-2-8768-3830

重大主題：公司治理及誠信經營

權責單位	總經理室、財會暨行政部、稽核室
對應 GRI	GRI 205
對應章節	1.2 公司治理與誠信經營
2024 年 具體行動	<ul style="list-style-type: none"> 對董事及經理人進行防範內線交易宣導 董事及經理人須簽署誠信經營聲明書 追蹤公司治理相關法規
2024 年 目標達成情形	本公司 2024 年度未有發生貪腐事件、也未收到違反誠信經營相關之投訴案件。
短期目標 (2025 年)	維持 0 重大違法情事。
願景目標 (中長期)	<ul style="list-style-type: none"> 強化獨立董事與功能性委員會職能。 設立永續發展委員會，強化永續策略與執行成果追蹤。 依據公司治理評鑑逐步提升公司治理制度及執行情形。
衝擊描述	<ul style="list-style-type: none"> 正面： 以誠實守信的原則進行商業行為，確保公平、負責的企業運作並進一步取得利害關係人之信任，建立長期合作關係。 負面： 若發生不誠信之商業行為則可能招致罰款、訴訟，並使企業蒙受商譽損失。
管理行動 及成果追蹤	<p>透過以下要點進行績效管理追蹤：</p> <ol style="list-style-type: none"> 維持董事出席率 董事會自評績效 公司治理評鑑
利害關係人 參與機制	<ul style="list-style-type: none"> 檢舉信箱：integrity@hhgalaxy.com.tw 檢舉專線：+886-2-8768-3830

重大主題：員工福利與留任

權責單位	人力資源部、福委會
對應 GRI	GRI 401、404
對應章節	4.2 人才吸引與培育
2024 年 具體行動	舉辦 17 場以上福委活動，包含按摩、Teambuliding、下午茶、運動會、節慶禮品發送及鼓勵員工參與並提供各種社團補助，提升員工歸屬感。
2024 年 目標達成情形	<ul style="list-style-type: none"> 完成薪資市場調查，每年定期調整薪資。 員工活動出席率達 81%。
短期目標 (2025 年)	<ul style="list-style-type: none"> 完成市場薪資調查，確保各職位薪資具市場競爭力。 提供全年不少於 1 次員工福委活動。 提供基本職涯發展補助（證照、進修）政策。
願景目標 (中長期)	<ul style="list-style-type: none"> 成立員工關懷機制與心理支持方案。 員工活動參與率維持 80% 以上。 建立全方位員工幸福指數調查機制，每年進行並公開改善進度。
衝擊描述	<ul style="list-style-type: none"> 正面： 透過提供優質的員工福利，得以進行人才招募與留任。 負面： 提高員工福利支出將增加公司成本。 制度若有缺失將面臨可能違反相關法規，面臨違法之風險。
管理行動 及成果追蹤	實施年度員工滿意度調查，調查內容涵蓋工時、福利、學習與職涯發展等面向，蒐集意見以調整施策。
利害關係人 參與機制	員工可透過 HR 信箱反映對薪資、福利或發展資源之意見與建議。

重大主題：消費體驗與服務

權責單位	業務部、物流客服部
對應 GRI	自訂主題
對應章節	2.2 消費者體驗
2024 年 具體行動	<ul style="list-style-type: none"> • 低分評論追蹤：針對由欣新網出貨的商品，對評分最低的進行詳細分析與回應。 • 人員訓練：持續為內部七人客服團隊及蝦皮聊聊團隊，進行既有品牌與新進駐品牌的問答手冊與標準作業流程(SOP)定期訓練，同時利用 AI 工具(Notebook LM)建立所有品牌旗艦館的問答 Q&A 的資料庫，增進團隊作業效率。
2024 年 目標達成情形	客訴案件從 2022 年的 697 筆到 2023 年的 451 筆，再降低到 2024 年的 410 筆。
短期目標 (2025 年)	針對消費者對官方網站的反饋進行滿意度調查，並根據反饋制定相應的改善目標。
願景目標 (中長期)	建立客服案件的數據紀錄系統，以量化指標追蹤並持續改善服務品質。
衝擊描述	<ul style="list-style-type: none"> • 正面： 提供良好服務可增進客戶滿意度，提高經營效能。 • 負面： 當服務不善或消費體驗不佳時，本公司將面臨客戶流失之情形。 投入客服資源增加將加重人事成本。
管理行動 及成果追蹤	<ul style="list-style-type: none"> • 針對商品品質的低分評論進行追蹤分析與回應。 • 預計導入顧客滿意度調查，以更系統化地蒐集使用者對官網的反饋，並作為改善依據。
利害關係人 參與機制	消費者可透過官方網站上提供的客服專線及電子郵件與公司聯繫。

重大主題：永續供應鏈

權責單位	物流客服部
對應 GRI	自訂主題
對應章節	1.4 永續供應鏈
2024 年度 具體行動	<ul style="list-style-type: none"> 推動「環保包材減量專案」，根據法規政策，欣新網將遵循環境部的指導進行包材減量改善，並計劃與電商平台合作進行物流箱循環計劃。 欣新網成為率先主動配合某電商平台循環包材政策的合作廠商，2024 年共有 1,843 個包裹使用循環包材。
2024 年 目標達成情形	配合環境部指導進行包材減量。
短期目標 (2025 年)	<ul style="list-style-type: none"> 遵循環境部的指導，進行包材減量的改善。 計劃持續與電商平台合作進行包材減量計畫，以達到紙箱包材減量之效果。 針對幫助有需要之社群進行物資捐贈。
願景目標 (中長期)	<ul style="list-style-type: none"> 配合電商平台推動裸賣包材減量政策。 參考其他同業，導入相關的永續供應商管理辦法或政策。 未來將環境影響、社會責任、資訊安全、長期合作可能性等因素納入供應商合作考量。 對自行出貨的品牌方進行資安稽核。 將供應商續約相關內容納入遴選制度中。 規劃針對新竹物流進行評估，並以工時等人權議題作為重點關注。
衝擊描述	<ul style="list-style-type: none"> 正面： 建立永續供應鏈和完善客戶關係可開拓重視永續投資之市場。 負面： 公司上下游若發生負面事件，亦將影響本公司的營運活動及形象，造成財損及企業聲譽受損。
管理行動 及成果追蹤	每月進行包材使用的數字追蹤，抽查倉庫實際執行內容。
利害關係人 參與機制	<ul style="list-style-type: none"> 定期舉辦原廠溝通會議。 每月實地稽核倉儲夥伴之作業狀況。 不定期針對異常狀況、作業改善與流程優化等主題進行會議研討。

1. 治理結構與廉潔經營

在當前充滿挑戰的商業環境中，建立健全的法遵機制與誠信文化至關重要。法遵不僅代表企業對法律的遵循，更是自律與風險管理的基礎。欣新網持續強化法遵制度，透過明確的政策與作業流程，有效辨識並控管潛在風險，確保各項業務活動皆在法規範圍內運行。

同時，我們亦將誠信原則深植於企業文化之中，並透過定期教育訓練與內部監督機制，強化員工的法遵與倫理意識。欣新網致力於在多變的市場環境中，維持高度的商業道德與企業聲譽，為公司永續經營奠定堅實基礎。

1.1 關於欣新網

1.1.1 欣新網簡介

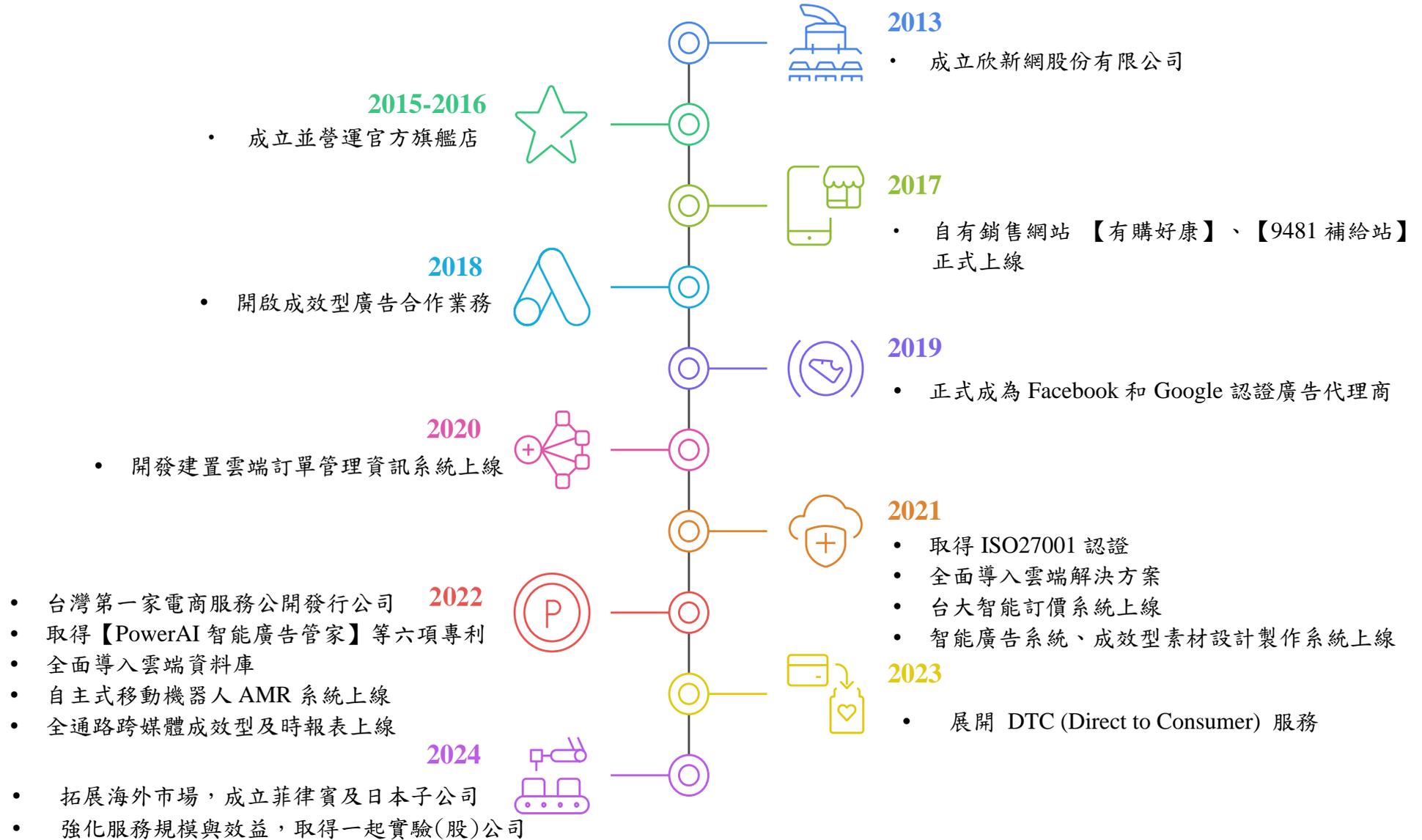
公司基本資料

企業名稱	欣新網股份有限公司
成立日期	2003 年 09 月 05 日
上櫃時間	2023 年 12 月 15 日
營利事業統一編號	54357012
公司代號	2949
營運地址	臺北市信義區東興路 45 號 6 樓
資本額	254,100,000 元
營業額	4,731,292 千元
產業類別	上櫃數位雲端
員工人數	188 人
提供產品與服務的市場	臺灣
主要產品與服務	電子商務商品銷售、數位行銷服務

註：數據統計截至 2024 年 12 月 31 日，員工人數因計算方式略有差異，故資訊與個體財報有微小差異。

欣新網自 2013 年成立以來，便致力於融合欣臨企業與新竹物流的經營優勢，打造一個高效且全面的電商營運服務商。憑藉專業團隊的豐富經驗和創新思維，欣新網不斷提升業務運營效率，並針對客戶提供量身定制的解決方案。下圖將回顧欣新網的歷年發展，展示我們如何在日新月異的市場中成長，並展望未來的發展方向。

歷史記事年表



核心價值

1. 整合電商完整服務：協助品牌全方位完整代操

涵蓋行銷規劃、媒體投放、倉儲物流及銷售客服，並根據客戶的具體需求設計客製化方案。至今已成功服務超過 200 個國際品牌，並持續掌握電商平台的最新動態，展現出強大的議價能力。透過專業團隊的協作與資源的有效整合，提升品牌的市場能見度、增強銷售表現，幫助客戶在競爭激烈的市場中脫穎而出。
2. 銷售成效導向：提供業績導向的廣告投放完整服務

欣新網提供完整的數位廣告解決方案，涵蓋行銷活動規劃、素材設計、廣告投放及持續優化，所有流程環環相扣，專注推動實際業績成長。透過與 Google、Meta、MOMO、蝦皮等平台的密切合作，靈活配置投放資源，根據數據即時調整策略，並結合再行銷與交叉行銷策略，持續提升轉換效果。
3. 讓數據創造商機：找新客、養舊客，從數據找出變現洞察

全面導入雲端資料庫，整合業績、廣告、庫存及 CRM 數據，提升數據管理的效率；以 DTC 思維為基礎，建立品牌官網，幫助品牌全面搜集和分析數據，透過深入的數據分析，識別高價值的客群，建立精準的廣告名單，並將數據轉化為具體的商機，進一步推動品牌的成長與發展。
4. AI 與系統化工具應用：推薦適合的最新技術工具，協助品牌達到業績增長

持續探索及學習市場上最新的技術，並將其整合為符合品牌電商需求的專業服務。透過有效運用系統的力量，不斷優化電商流程，降低人為錯誤，從而提升營運效率，幫助品牌在競爭激烈的市場中獲得優勢。

AI 與系統化工具

整合最新技術以優化
電商流程



整合電商服務

提供全方位的電商解決
方案，包括行銷、物流
和客戶服務



數據驅動的商機

利用數據分析來識別和
創造商機



銷售成效導向

專注於業績導向的廣告
策略，以提高轉換率



關係企業

- 欣臨企業股份有限公司 (Taiwan Hsin Lin Enterprise Co., Ltd)

在臺灣擁有數十年的消費性產品代理經驗，代理品牌逾六十多項。欣臨專注於為廠商和顧客提供全方位的產品解決方案，力求在市場中創造獨特的價值，透過專業的服務團隊和完善的物流系統，確保每一位客戶都能享受到高品質的產品與服務，並持續推動業務的創新與成長。



- 新竹物流 (HCT LOGISTICS)

隨著市場需求的變化，新竹物流成功轉型為現代化的綜合服務平台，整合物流、商流、金流及資訊流，為客戶提供多元化的物流解決方案。透過提升運輸效率和服務品質，結合創新技術與數據分析，來優化供應鏈管理。作為臺灣物流服務業的領導品牌，本公司持續追求卓越，滿足客戶的多樣化需求，並引領行業的發展趨勢。



1.1.2 經濟績效

2024 年目標 (KPI) 追蹤情形

類別	權責單位	指標項目	短中長期目標	
營運績效	各部門	<ul style="list-style-type: none"> 營收成長率 營運效率 獲利能力 	短中期 (2025~2030 年)	<ul style="list-style-type: none"> 每年營收穩健增長 降低營運成本及費用，提升營運效率
			長期 (2030 年後)	<ul style="list-style-type: none"> 實踐經濟規模，穩健提升獲利能力 海外市場拓展布局

近三年財務績效

2024 年度欣新網合併營業收入淨額為 4,731,292 千元，相較於 2023 年度成長 9%，2024 年母公司業主淨利為新台幣 84,822 千元，較 2023 年度的 139,162 千元減少約 39%。其淨利下滑的主因，係因本公司積極投資未來發展，包含大幅擴增倉儲空間、強化人力資源配置，並拓展至菲律賓與日本兩大海外市場。雖短期內對獲利造成壓力，惟欣新網相信，通過關鍵性投資將為公司帶來長遠效益。

單位：新台幣千元

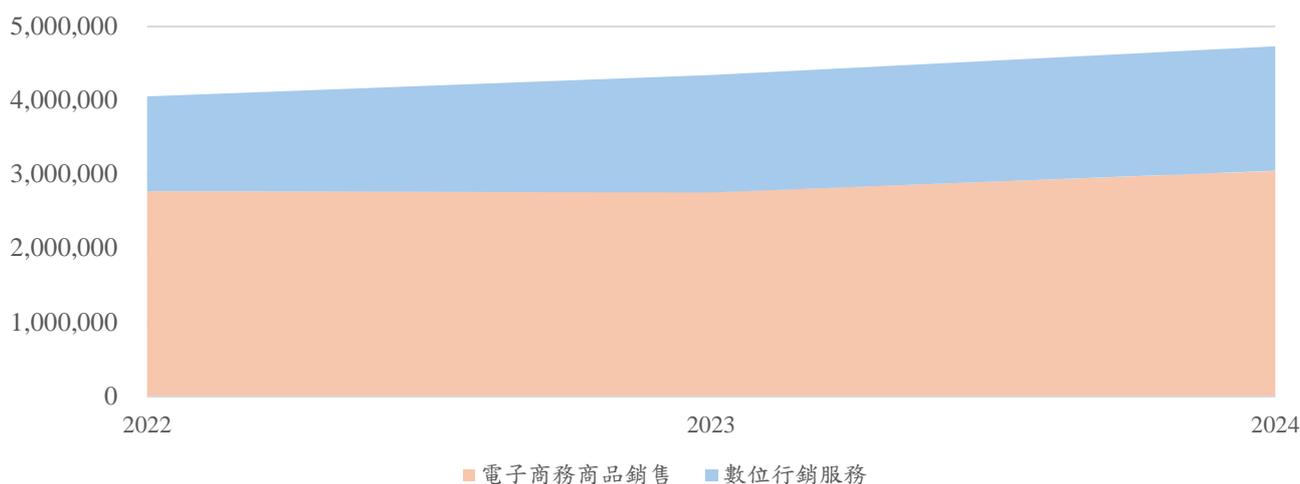
項目	年度		
	2022 年	2023 年	2024 年
營業收入	4,051,840	4,339,548	4,731,292
營業毛利	450,899	509,806	480,349
營業成本	(3,600,941)	(3,829,742)	(4,250,943)
營業費用	(260,725)	(302,836)	(359,103)
營業利益	190,174	206,970	121,246
業外收支	(6,538)	(3,169)	(284)
稅前淨利	183,636	203,801	120,962
所得稅費用	(44,423)	(51,215)	(34,691)
稅後淨利	139,213	152,586	86,271
每股盈餘	6.37	5.97	3.34
薪資費用	137,196	171,263	199,439
勞健保費用	9,867	13,532	18,401
退休金費用	5,736	6,631	8,294
其他福利費用	8,608	9,916	13,506

主要服務之生產量值表

本公司提供非商品化之專業服務，涵蓋人力、知識與時間等無形資源，難以以「產量」計量定價欣新網，故僅統計主要服務之產值：

年度	2022 年		2023 年		2024 年	
	產值	營業比重	產值	營業比重	產值	營業比重
	新台幣千元	%	新台幣千元	%	新台幣千元	%
電子商務商品銷售	2,770,146	68.37	2,756,610	63.52	3,045,193	64.36
數位行銷服務	1,281,694	31.63	1,582,938	36.48	1,686,099	35.64

主要服務產值趨勢



主要服務之銷售地區

2024 年臺灣零售業網路銷售額已達新台幣 6,533 億元，較前一年成長 2.7%，占整體零售業銷售比重達 13.5%。在產業加速數位轉型與消費者購物行為持續向線上移動的雙重趨勢下，零售業者紛紛強化電子商務布局，網路銷售已成為企業營運發展與轉型升級的關鍵戰略之一。

地區	2022 年		2023 年		2024 年	
	銷售金額 (新台幣千元)	營業比重 (%)	銷售金額 (新台幣千元)	營業比重 (%)	銷售金額 (新台幣千元)	營業比重 (%)
臺灣	4,051,840	100.00	4,339,548	100.00	4,713,458	99.62
東南亞	-	-	-	-	17,834	0.38
合計	4,051,840	100.00	4,339,548	100.00	4,731,292	100.00

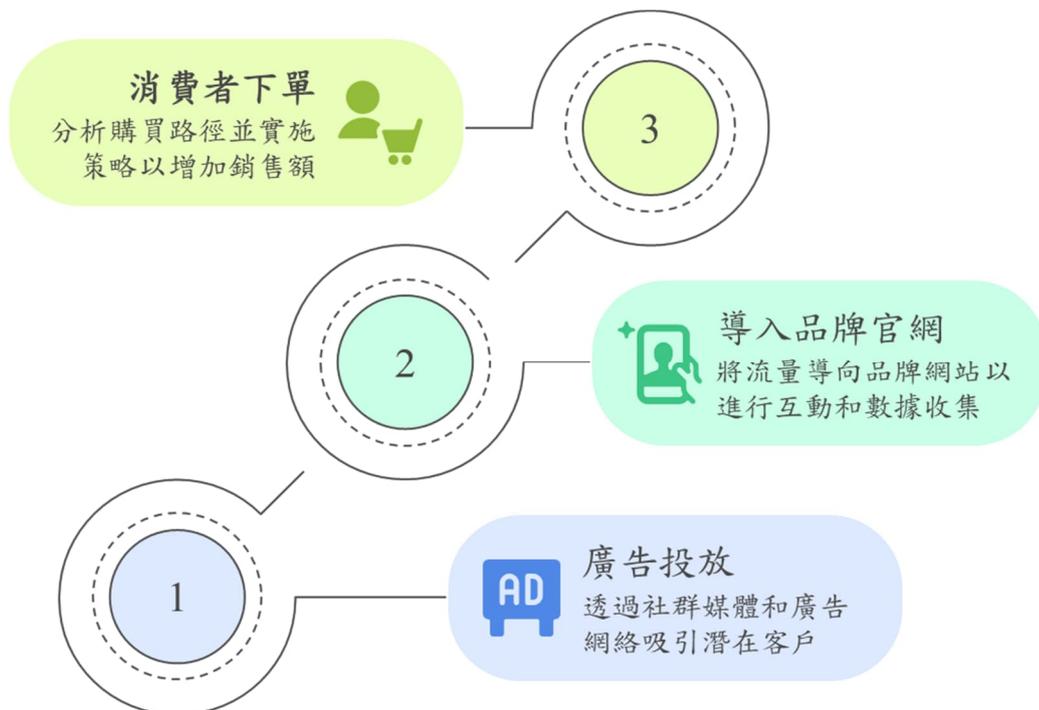
市場定位與優勢

1. 品牌營運與精準行銷雙軸佈局

本公司為臺灣領先的電商營運服務提供者，累計協助超過 200 家國內外中大型品牌優化電商佈局，涵蓋個人清潔、化妝保養、流行配件、食品與寵物用品等多元產業，累積操作商品超過 20,000 件。憑藉跨品類行銷經驗與對消費者行為的深刻洞察，我們能依品牌規模與發展階段，量身制定營運策略，協助客戶穩健成長、實現長期價值。

在行銷策略上，本公司跳脫傳統依賴大規模曝光的思維，著重於轉換效率與預算效益。透過數據分析與智慧工具，有效識別目標受眾、精準投放，提升整體行銷效能。

我們的廣告策略以「銷售成績 = 流量 × 轉換率 × 客單價」為核心指標，透過數據驅動的全流程設計，優化每個行銷階段的操作效率與成效，持續創造永續成長的廣告價值。可衡量、可優化的廣告價值，助力品牌永續發展。



2. 提供多項智能系統，滿足客戶電商營運全方位需求

提供從商品上架、行銷推廣、訂單處理到售後服務的一站式電商解決方案，整合設計、系統、通路、倉儲、配送與客服等多元服務，並導入智能廣告整合、投放分析及庫存管理等系統工具，大幅提升營運效率與服務品質，協助品牌實現智慧化與永續經營。

3. 自行營運倉儲，提供彈性規劃能力

欣新網自主營運及合作倉儲面積超過 13,000 坪，具備高度彈性配置能力，可依據客戶商品特性進行倉儲空間與設備的客製化規劃，如料架設置、空調倉需求與自動化系統部署等。並可配合季節行銷與平台活動，透過即時數據分析，靈活調整存貨與出貨策略，強化物流彈性。

4. 完善資安防護，確保資訊安全

秉持「確保個資去識別化、個資不落地」的核心原則，持續強化資訊安全架構。欣新網旗下訂單管理系統自 2021 年起連續通過 ISO 27001 資訊安全認證，並導入多層次資安防護機制，全面保障客戶與消費者資訊安全，維護系統穩定與資料隱私合規，落實企業永續治理責任。

1.2 公司治理與誠信經營

1.2.1 公司治理與誠信經營

2024 年目標 (KPI)追蹤情形

類別	權責單位	指標項目	短中長期目標	
誠信經營與法律遵循	總經理室、財會暨行政部、人力資源部、稽核室	• 員工誠信與反貪腐教育訓練 • 重大違法事件發生件數	短中期 (2025~2030 年)	• 每年至少安排一次法律遵循教育訓練 • 維持 0 違反及申訴事件 • 定期舉辦誠信經營文化培訓 • 定期更新內部控制機制，確保透明度
			長期 (2030 年後)	• 建立誠信經營的企業文化 • 培養公司利害關係人對公司的誠信經營具高度信任

落實誠信經營

為促進公司健全成長，打造誠信為本的企業文化與優良的商業運作機制，公司已訂立相關規範，並持續依循國內外公司治理規範及實務運作，進行內部規章修正以防範貪瀆行為及杜絕賄賂事件的發生。

- 誠信經營相關制度

為落實公司誠信經營理念，本公司已訂立「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序與行為準則」及「道德行為準則」。同時，於公司官方網站與內部網站設置利害關係人專區與檢舉機制，以保障所有利害關係人的權益。

- 防制內線交易相關規定

為避免不當資訊外洩與加強對內線交易的管理，本公司訂有「重大資訊內部處理程序」及「防制內線交易管理辦法」，確保對外揭露資訊的正確與一致性。

● 執行成效說明

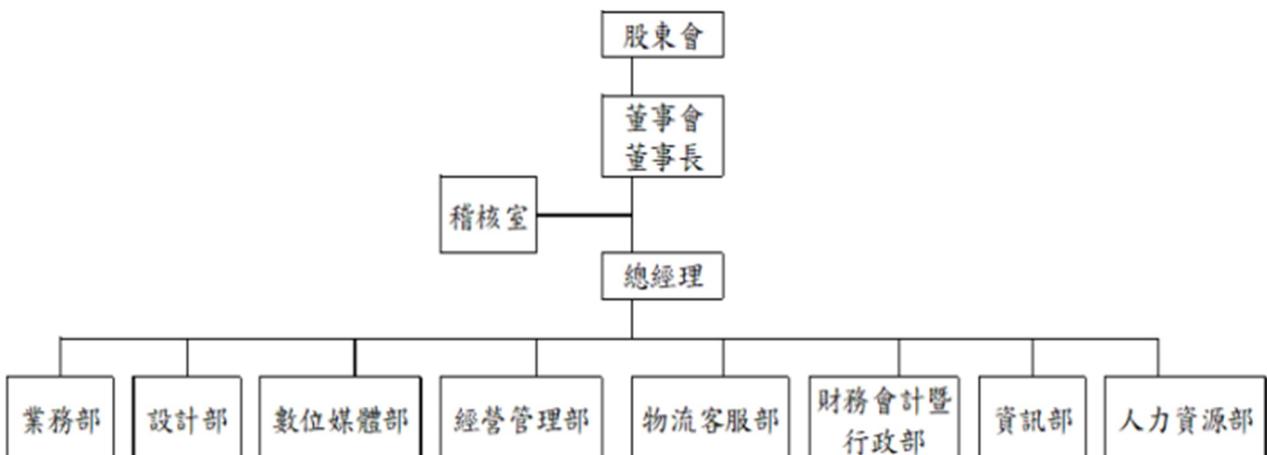
1. 本公司透過年度大會與內部網頁公告，定期對員工宣導誠信經營及相關法規。未來針對新進同仁，亦將由人力資源部於報到時的教育訓練中加以說明與推廣。
2. 官網設有「獨立檢舉信箱」與「檢舉專線」，由具有獨立性的單位負責受理及調查相關案件。若員工檢舉屬實，將由負責單位提報主管進行獎懲。截至 2024 年 12 月 31 日止，無接獲任何檢舉案件。
檢舉信箱：integrity@hgalaxy.com.tw
3. 委請外部專家為全體董事與高階主管授課，課程主題涵蓋公司治理評鑑指標、永續發展方案下的董事職責，以及董事會在企業風險與危機管理上的角色與義務。2024 年總計 14 人次參與，共完成 42 小時訓練課程。
4. 每年辦理禁止內線交易的提醒，包括公司董事及內部人於公告年度財報前 30 日及各季財報前 15 日的封閉期間內，不得從事公司股票交易。
5. 2024 年 2 月 8 日，本公司以電子郵件方式通知所有董事及內部人當年度預計財報公告前之封閉期間，並於封閉期開始前再次提醒，以降低違規風險。

公司重要規章參考本公司官網：[IR | 公司治理專區](#)。

管理階層結構及組成

董事會作為公司的最高治理機構及重大經營決策的中心，由董事長擔任主席，總經理領導高階管理階層，負責任命與監督管理階層、監控經營績效，並確保公司遵循相關法令、公司章程及股東會的決議行使職權。

為了有效履行監督責任，欣新網建立相關組織與管道，包括內部稽核機制及經營團隊績效評量。於 2024 年，最高治理單位針對關鍵重大事件進行溝通，涵蓋營運績效及誠信經營等重要議題，以維繫公司營運的透明度及誠信治理。



董事會成員之運作

欣新網董事會之運作均遵循相關法令、公司章程規定及股東會決議行使職權，所有董事除具備執行職務所必須之專業知識、技能及素養外，均本著忠實誠信原則，並履行注意義務，為所有股東創造最大利益。

- 一、 本公司依據「公司章程」採用候選人提名制度選任董事及獨立董事，並於「公司治理實務守則」及「董事選舉辦法」中規範董事會成員應具備多元化背景。董事組成將參考公司營運特性與發展方向，制定具體的多元組成原則，涵蓋人格特質、價值理念及專業知識與技能等多個層面。
- 二、 公司另訂有「董事會績效評估辦法」，透過評估指標，如對公司目標的掌握程度、職責履行情況、經營參與度、內部溝通品質、專業表現與持續進修等面向，全面檢視董事會運作效能與成員貢獻，並作為未來董事遴選與續任的重要依據。

董事會評鑑執行情形

欣新網每年針對董事會進行一次全面評估，涵蓋多個重要範疇，以維繫其運作的有效性和效率。詳細評估說明如下：

項次	說明		
期間	2024/01/01 至 2024/12/31		
範圍	董事會	個別董事成員	功能性委員會
方式	董事會內部自評	董事成員自評	委員會內部自評
內容	(1)對公司營運之參與程度 (2)提升決策品質 (3)組成與結構 (4)董事的選任及持續進修 (5)內部控制	(1)公司目標與任務之掌握 (2)董事職責認知 (3)對公司營運之參與程度 (4)內部關係經營與溝通 (5)董事之專業及持續進修 (6)內部控制	(1)公司營運之參與程度 (2)功能性委員會職責認知 (3)提升決策品質 (4)組成及成員選任 (5)內部控制

董事會成員多元化政策

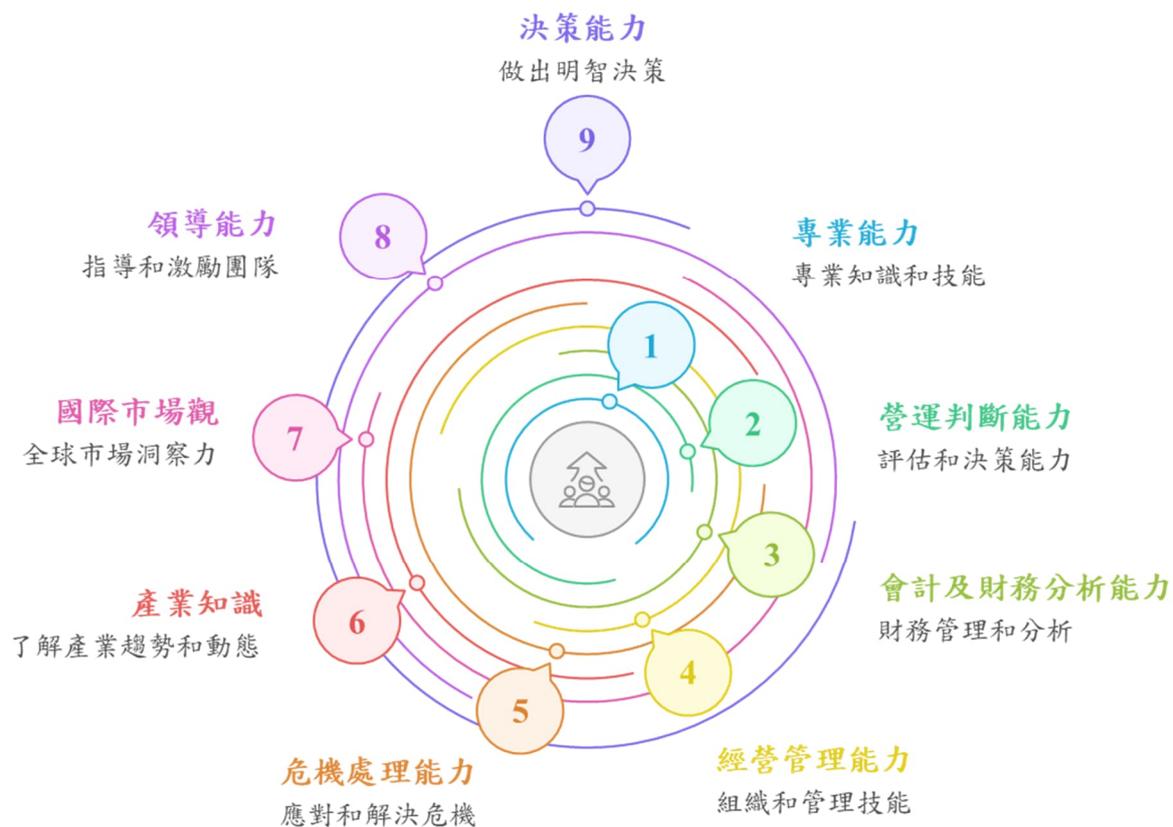
本公司在董事遴選過程中，綜合評估候選人之專業能力、實務經驗及多元背景，並不因性別、年齡、國籍或文化差異有所限制，致力於建立具多元組成的董事會結構。

在董事組成原則方面，區分為兩大考量面向：

- 基本條件與核心價值觀：
包含性別、年齡、國籍與文化背景等多樣性因素，其中女性董事之席次應達三分之一，以促進性別平衡與多元參與。
- 專業知識與實務經驗：
包括法律、財會、產業、財務、行銷或科技等相關領域的專業背景，具備董事職務所需的技能與經歷。

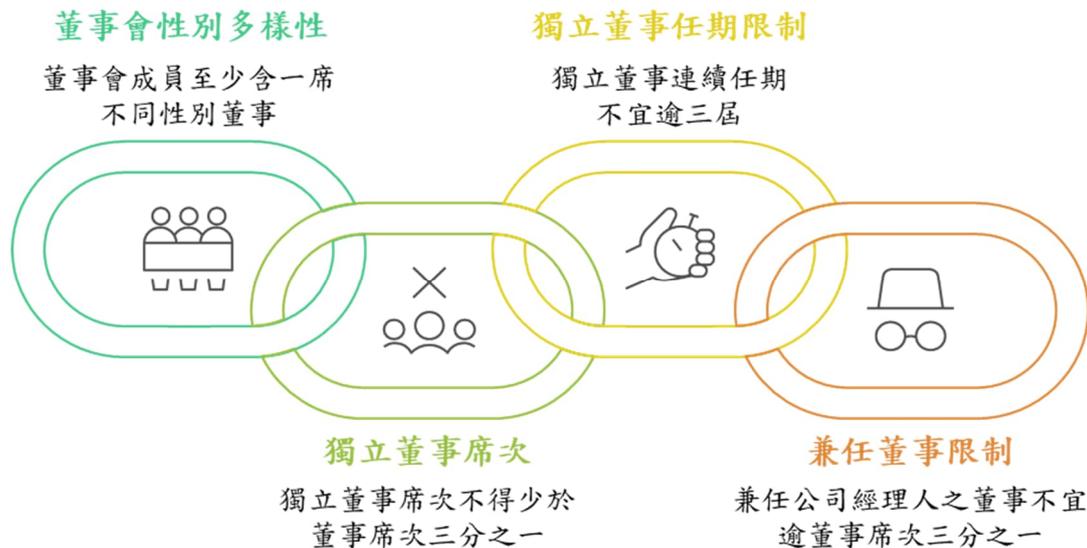
整體而言，董事會成員應具備履行職責所需之知識、能力與道德素養，並藉由多元化與專業化的組成，實現公司治理的整體效能與永續經營的目標。

董事會成員應普遍具備執行職務所必須之知識、技能及素養。為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備之能力如下：



董事成員多元化政策落實情形

管理目標 2024 年達成：



避免及管理利益衝突機制

欣新網根據本公司《董事會議事規則》及《誠信經營作業程序及行為指南》，明訂出席董事會人員應就利益衝突之情形，說明其利害關係，如有害於公司利益之虞時，不得加入討論及表決，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。董事間亦應自律，不得不當相互支援。董事之配偶、二親等內血親，或與董事具有控制從屬關係之公司，就前項會議之事項有利害關係者，視為董事就該事項有自身利害關係。

本公司人員於執行公司業務時，發現與其自身或其所代表之法人有利害衝突之情形，或可能使其自身、配偶、父母、子女或與其有利害關係人獲得不正當利益之情形，應將相關情事同時陳報直屬主管及本公司專責單位，直屬主管應提供適當指導。

本公司人員不得將公司資源使用於公司以外之商業活動，且不得因參與公司以外之商業活動而影響其工作表現。

董事與高階主管績效評估及薪酬制度

本公司重視薪酬制度的公平性與透明度，並將公司治理、風險管理與永續發展納入高階主管與董事的績效評估考量，以確保薪酬設計兼顧激勵效果與永續目標的實踐。

1. 董事(含獨立董事)報酬制度

- (1) 董事報酬：依據公司章程及董事會通過之「董事及經理人薪資酬勞辦法」規定辦理。報酬金額考量董事對公司營運之參與程度、個人貢獻價值、同業報酬水準，以及實際出席董事會及擔任薪資報酬委員會、審計委員會等功能性職務之情況。另得視情況發放交通費及其他相關津貼。

(2) 董事酬勞：若公司年度有盈餘，將依章程規定提撥不高於 3% 作為董事酬勞；惟公司若尚有累積虧損，則須優先保留用以彌補虧損後，再行分配。

績效連結機制：本公司依個別董事對公司經營績效及永續經營之貢獻給予合理酬金。薪資報酬委員會定期檢視董事酬金制度，評估項目包括其對董事會運作、公司策略規劃、未來經營風險管理，以及對環境、社會與公司治理議題的參與程度。

2. 高階經理人薪酬制度

高階經理人薪酬由固定薪資、其他績效獎金、年終獎金及員工酬勞構成，期能激勵主管持續創造營運績效並實踐公司永續願景：

- (1) 薪資與獎金：月薪依照職位職級、同業水準、學經歷及職責等因素核定，另設有其他績效獎金，評估指標涵蓋：
 - 財務性指標：如營運目標達成率、公司經營效益及個人貢獻度；
 - 非財務性指標：如有無涉及道德風險事件、對公司商譽與形象之影響、內部管理效能及風險事件防範表現等。
- (2) 年終獎金與員工酬勞：依照員工績效管理辦法所訂定之個人目標達成率與管理指標進行考核，由薪資報酬委員會審議後，提報董事會核准發放。
- (3) 員工酬勞制度：依公司章程規定，若公司年度有盈餘，將提撥不低於 3% 作為員工酬勞（含內部經理人）。若尚有累積虧損，則應優先保留彌補後再行提撥，以確保財務穩健與公平分配。

本公司透過制度化的績效與酬勞連動機制，鼓勵董事與經理人共同承擔企業治理與永續發展責任，實踐誠信經營與長期價值創造。

高階治理單位之永續發展職能進修

課程名稱	參與人員	上課日期	課程時數
公司治理評鑑指標與永續行動方案下董事會之挑戰與責任	陳德仁、黃懷恩、李正義、張雅雲、徐偉初、陳家麟、黃冠華	2024/11/12	3
董監如何督導公司做好企業風險管理及危機處理(含性平)	陳德仁、黃懷恩、李正義、張雅雲、徐偉初、陳家麟、黃冠華、全部經理人、稽核主管	2024/12/17	3
如何應用機器人流程自動化提升內部控制效能	李盈助	2024/12/26	6
上櫃興櫃公司內部人股權宣導說明會	張雅雲	2024/09/12	3
公司治理與證券法規-公司治理下董監和內部人所不可不知的法律規範與風險責任	張雅雲	2024/10/17	3

下表為董事會成員組成及其運作情形：

本公司董事會至少每季召開一次，2024年共召開6次，董事會成員積極參與董事會運作，全體董事出席率達83%。董事會成員2024年度任期為2022/11/14~2025/11/13。

職稱	姓名	性別/年齡	選任日期	主要經(學)歷	專業能力與董事會應整體具備能力			
					專業	營運判斷	會計及 財務分析	綜合 決策
董事長	陳德仁	男 41~50歲	2022/11/14	欣臨企業股份有限公司總經理 天工生技股份有限公司董事長 美國加州大學柏克萊分校建築系	V	V	-	V
董事	李盈助	男 51~60歲	2022/11/14	新竹物流股份有限公司財務處財務長 士林電機廠(股)公司財務處資深協理 輔仁大學企業管理碩士	V	V	V	V
董事	李正義	男 61~70歲	2022/11/14	新竹物流股份有限公司營運長 九六八數位資訊股份有限公司董事長 交通大學EMBA	V	V	-	V
董事	黃懷恩	男 31~40歲	2022/11/14	寶僑家品股份有限公司資深經理 萬海航運股份有限公司業務代表 臺灣大學商學碩士	V	V	V	V
董事	張雅雲	女 31~40歲	2024/06/28	縱橫傳訊公關顧問有限公司外派 P&G Taiwan 數位傳播經理 雙向明思力公關顧問事業股份有限公司業務副理 世新大學公共關係暨廣告學系	V	V	-	V

職稱	姓名	性別/年齡	選任日期	主要經(學)歷	專業能力與董事會應整體具備能力			
					專業	營運判斷	會計及 財務分析	綜合 決策
獨立 董事	徐偉初	男 71~80 歲	2022/11/14	中國文化大學會計學系教授 國立政治大學財政學系教授/主任/研究所所長 南伊利諾大學經濟學博士	V	V	V	V
獨立 董事	陳家麟	男 51~60 歲	2022/11/14	國立臺灣大學管理學院學術副院長 國立臺灣大學管理學院 EiMBA 執行長 伊利諾大學管理博士	V	V	-	V
獨立 董事	黃冠華	男 41~50 歲	2022/11/14	旭榮集團執行董事 臺灣大學、復旦大學 EMBA	V	V	-	V

註：董事會成員最新任期為 2025/6/19~2028/6/18，於 2025 年 1 月 1 日起，張聰海先生接替李正義先生續任董事職務。

功能委員會

欣新網的審計委員會及薪資報酬委員會等功能委員會定期進行報告，以持續監督公司的運作與績效，並於未來計劃制定永續委員會，以專注於推動公司的永續發展目標和相關策略。

審計委員會

本公司自 2022 年 11 月起設立審計委員會以取代監察人，任期自 2022/11/14 至 2025/11/13 止，最新任期為 2025/06/19 至 2028/06/18 止，並依「審計委員會組織規程」履行相關職責，包括內控制度之訂定與考核、重大財務業務處理程序之審查、涉及董事利害關係之事項、重要交易與資金往來、財報審閱、會計師及財會主管之任免等，以落實公司治理。

欣新網於 2024 年共召開六場審計委員會議，參與率達 88.9%。共有兩場會計師溝通會議及四場內部稽核主管溝通會議，討論公司財務報表之允當表達、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令與規則及公司存在或潛在風險之控管等事項。

詳細內容請參考本公司官網：[IR | 公司治理專區](#)。

薪資報酬委員會

由三位獨立董事組成，負責訂定並定期檢討董事及經理人之績效評估與薪資報酬政策、制度及標準，並依據其績效表現定期評估與決定其薪資報酬，以確保制度之公正性與合理性。2024 年度共召開兩次會議，參與率達 100%。

詳細內容請參考本公司官網：[IR | 公司治理專區](#)。

舉報系統收受案件數

本公司重視誠信經營與廉潔文化，建立完善的檢舉機制與內控流程，近三年未發生任何貪腐或賄賂相關事件，亦無相關財務損失。

- 舉報件數：0 件
- 確認為貪腐相關的案件數：0 件
- 因貪腐與賄賂相關的法律訴訟所造成的財務損失總額：新台幣 0 元

1.2.2 法律遵循

法律遵循情形

為確保欣新網在各項業務活動中遵循相關法規，並有效管理法律風險，本公司建立了各項作業管理辦法，包含「公司治理實務守則」、「道德行為準則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」、「永續發展實務守則」及「防範內線交易管理辦法」等，保護公司及其利益相關者的權益，並維持業務運營的合法性。

2024 年欣新網依據數位發展部的指導方針，制定相關內部規範及辦法，提供全體員工明確的指導，引導同仁在日常工作中落實法規遵循

本公司亦依據相關法規制定內部計劃以進行稽核作業，針對特定主題或風險進行重點稽核並檢查各部門對法律遵循政策的執行情況，並將稽核結果用於改進內部流程，使欣新網法規遵循持續得到強化。

法律遵循教育訓練

為進一步強化法律遵循相關之企業文化，欣新網計劃於 2025 年起開設專門的法遵課程，訓練員工掌握必要的法律知識，提升其在日常工作中的合規意識，並在面對法律挑戰時做出正確的判斷和決策，同時亦要求董事參加相關知識的課程訓練，以提升公司治理的透明度和責任感，確保高層管理者在制定策略和決策時充分考慮法律相關要素。

違規事件

欣新網於營運過程中嚴格遵循主管機關相關法規，參與主管機關舉辦之法規訓練與會議，即時掌握最新法規動態並適時調整內部作業流程，確保營運行為符合法令要求，降低違規風險與法遵缺失的可能性。並將單筆罰款金額達新台幣 100 萬元以上者訂為重大違規事件。

2023 及 2024 年度未發生任何達此標準之重大違規情事，兩年度之罰款金額均為零。2024 年期間曾發生一項無罰款之違規事件，係因雇用外籍員工，依勞動基準法相關規定需就特定繳費事項辦理限期改善，經主管機關發函後，本公司已於期限內完成補繳，並檢視相關作業流程，以確保後續符合法規要求。

1.3 風險管理

2024 年目標 (KPI) 追蹤情形

類別	權責單位	指標項目	短中長期目標	
風險管理	稽核室	• 完善風險管理系統 • 風險管理相關教育訓練	短中期 (2025~2030 年)	<ul style="list-style-type: none">• 建立全面的風險評估與監控系統• 制定並審查風險應對策略• 定期進行風險管理培訓• 定期風險管理政策審查和更新
			長期 (2030 年後)	<ul style="list-style-type: none">• 建立高度靈活且穩健的風險管理框架

風險管理政策及風險衡量標準之執行情形

本公司由總經理負責執行董事會的決策，並協調各部門之間的互動與溝通，以確保風險降至最低。各部門主管根據其職責範圍，持續關注外部環境的變化，並針對潛在風險進行調整與應對策略的制定。部門主管會向總經理報告其執行成效，以便即時調整公司策略。

為了進一步強化風險管理，本公司將建立一套全面的風險評估機制，定期檢視各部門的風險狀況及應對措施，透過跨部門的合作與共享訊息更有效地識別潛在風險，制定相應的預防和應對計劃，並定期舉辦風險管理培訓，提升全體員工的風險意識與應對能力，讓公司在面對不確定性時能夠保持靈活性與韌性。

內部稽核組織與運作

為強化公司治理及內部控制制度之有效實施與持續改善，本公司設有稽核部，隸屬董事會，協助檢查及覆核內部控制制度，評估營運效率，並提供改進建議，作為內控制度修正與精進之依據。

內部稽核單位

1. 稽核室直屬董事會，依公司規模與業務需求，配置足夠且適任之專任稽核人員，並設置職務代理人。
2. 稽核主管之任免經董事會決議通過；稽核人員之任免、考核及薪資報酬，提報董事會或由稽核主管簽報董事長核定。

內部稽核主管及會計師之溝通情形

1. 稽核室除按月將稽核報告交付獨立董事查閱外，稽核主管亦於每季個別單獨向獨立董事報告稽核業務執行情形。
2. 每件稽核報告均需追蹤其內控缺失及異常事項改善情形，並按季編製追蹤報告呈送各獨立董事。
3. 本公司審計委員會開會時，如溝通討論有關本公司財務報告及會計師查核簽證等相關事項，視需求邀請會計師列席。
4. 安排會計師每年至少兩次就本公司財務狀況、子公司財務及整體運作情形及內控查核情形單獨向獨立董事報告，並針對有無重大調整分錄或法令修訂有無影響帳列情形充分溝通；若遇重大異常事項時得隨時召集會議。

除以上所述外，平時稽核主管及會計師亦得視需要直接與獨立董事聯繫，溝通情形良好。其他溝通詳情，請參考本公司官網：[IR | 投資人專區](#)。

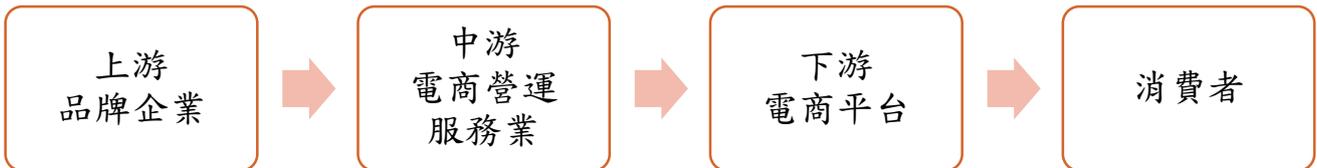
。

2024 年度執行情形

稽核部於 2024 年度依核定稽核計畫完成各項稽核作業，未發現重大缺失，顯示本公司內部控制制度執行良好，具備支持營運與治理之功能。

1.4 永續供應鏈

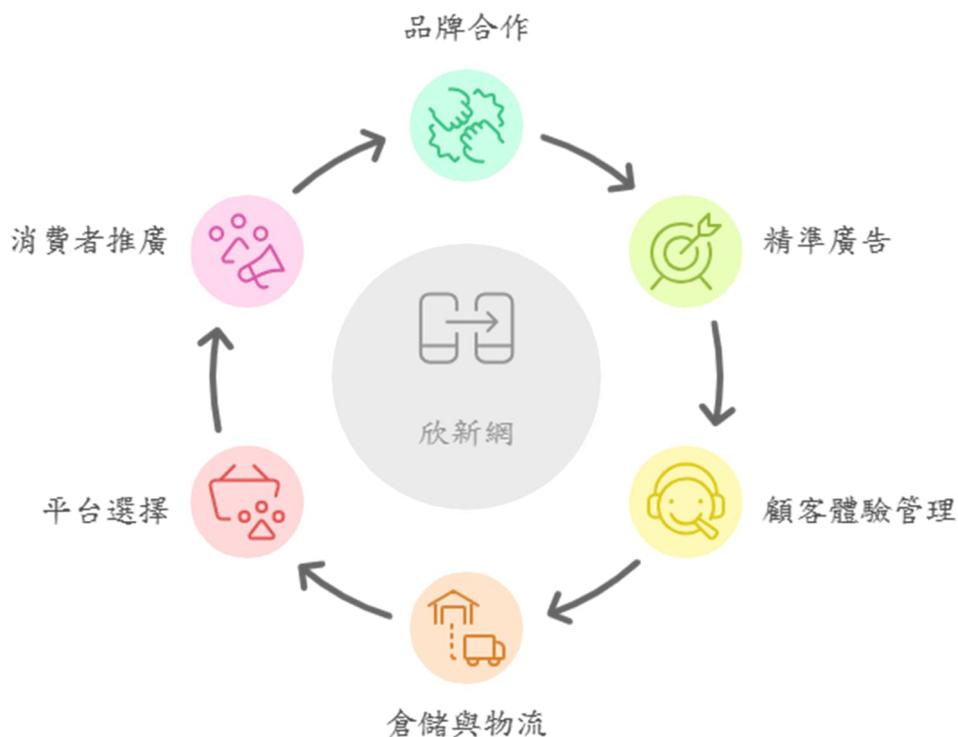
欣新網是提供電子商務整合服務的專業服務團隊，致力於協助客戶制定及執行電商營運策略。本公司所處產業位置為中游，產業上、中、下游之關係如圖所示。服務範圍涵蓋整個電商生態系統，包含官網建置、媒體、設計、行銷、系統、通路上架、倉儲、配送、客服、數據分析等。與數位廣告夥伴如 Google、Facebook，以及超過 50 個電商平台夥伴如 Momo、蝦皮、PChome 等建立長期合作關係。



欣新網專注於整合上游品牌企業與下游電商平台，扮演關鍵橋樑。透過以下策略進行有效的業務開發與市場拓展：

- 成效型精準廣告投放，提升行銷效益；
- 顧客體驗經營與管理，強化品牌忠誠度；
- 倉儲與物流的長期合作管理，優化供應鏈效率。

欣新網協助品牌企業選擇合適的電商平台，精準推廣商品給目標消費者，提升整體營運效能與市場競爭力，亦幫助品牌方提升電子商務領域表現，委由專業廠商合作倉儲與物流管理將各式商品有效販售給最終消費者，透過整合服務，提升客戶的線上銷售與市場滲透率。



綜上所述，欣新網在電子商務產業中扮演媒合的角色，協助品牌與消費者之間建立信任及黏著度。因此，在供應鏈管理方面，欣新網主要依據品牌合作方的要求進行規劃與協調。我們尊重品牌方在各項供應商選擇與管理上的主導權，並在此基礎上積極提供建議與支持，鼓勵品牌合作方採取具備永續與社會責任的供應鏈策略，透過合作與倡議的方式，推動整體產業向更合規、負責任的方向發展。

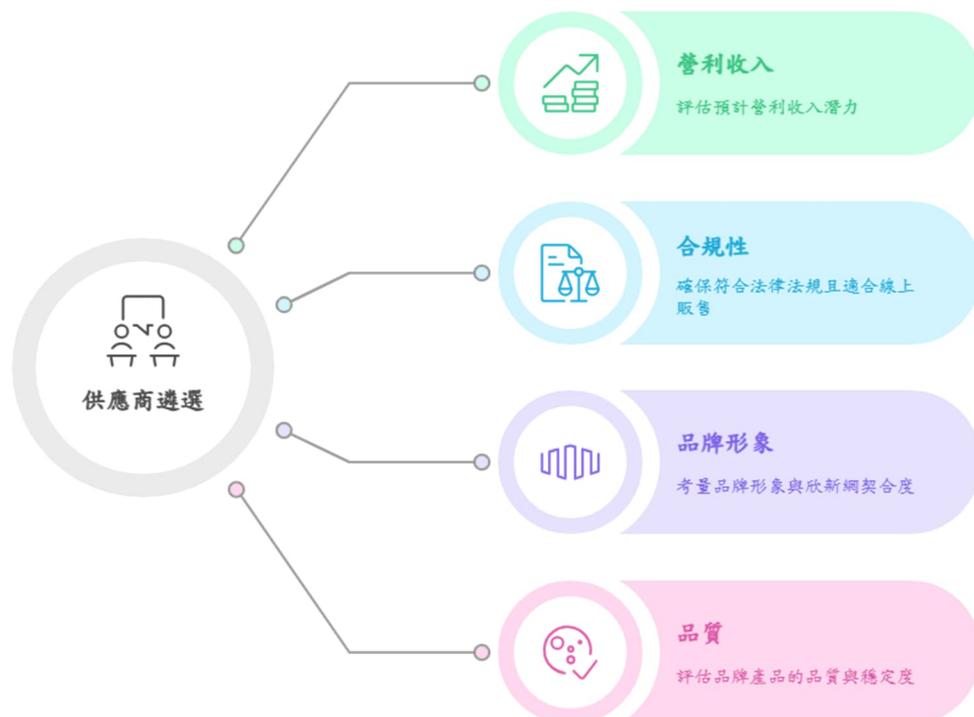
1.4.1 供應鏈評鑑

本公司目前尚無訂定永續供應商管理辦法，預計未來將考慮參考其他同業的最佳實踐，以導入相關的辦法或政策，包括環境影響、社會責任、資訊安全、長期合作可能等因素，並從包材方面進行供應商篩選，以確保供應商的運營符合公司永續發展的目標，同時有助欣新網在競爭中保持優勢，並促進長期的合作關係。

欣新網現行做法係由公司高層共同決策合作對象，通過多方考量因素來決定是否與供應商(品牌方)合作，以幫助企業肩負其供應鏈的永續性和社會責任。

供應商遴選制度

我們通過多方考量因素來決定是否與品牌方合作，參考如下各項原則。未來，我們將考慮簽署行為準則遵守確認書，內容將視實際需求可能包括供應商永續發展守則、隱私權、個資法規、誠信經營聲明、商品智慧財產權、資訊安全等相關條款，以進一步強化我們的合作標準。



另關於供應商續約，目前尚無發生終止合約之情況，若品牌於前一年度發生重大事件，業務部門可能基於營業端的考量，對品牌供應商的續約事宜進行評估討論。未來亦考慮將此內容納入建立完整遴選制度中。

供應商評估流程

透過定期與供應商業務維繫的過程，本公司可即時掌握供應商營運狀況，如發生疑似商品品質異常或違反法規之情事，將採預防性暫停業務交易，另視查證後的影響範圍、情節輕重等情況，進一步判斷繼續或終止合作。

我們期望未來在供應商的篩選與管理機制上，逐步將環境與社會責任納入重要的考量因素。包括與在綠色能源使用和人權保障等方面表現良好的供應商合作，並建立評估其環境與社會績效的機制，以作為後續合作與改善的參考。同時，我們也期許能與供應商共同推動永續發展項目，以提升整體供應鏈的永續性。

1.4.2 供應商成效

鑒於電子商務的產業特性，儘管本公司無權要求品牌方進行環境、社會和公司治理管理，但欣新網始終積極配合上下游供應鏈及客戶的永續管理政策，致力於與合作夥伴共同實施環保措施，欣新網成為率先配合某電商平台循環包材政策的合作廠商。於 2024 年，使用 1,843 個電商平台循環包材包裹，展示欣新網對環保的承諾，並體現於推動供應鏈永續發展方面的積極作為，期望能夠引領行業朝向更永續的未來。



供應商管理成效

2024 年，欣新網未發生任何供應商重大事件，故未有供應商因不符合管理政策而被淘汰或替換，然近兩年來，品牌方自行出貨的情況顯著增加，個人資料洩露的風險也隨之提升，為應對這一挑戰，本公司未來將規劃對這些品牌方進行資安稽核。該稽核預計將包括現場訪查及其他稽核方式，以全面評估其資訊安全管理措施的有效性，確保客戶資料的安全性和保密性、提升整體供應鏈的安全性，並保護所有相關方之利益。

依循環境部政策推動包材減量政策，欣新網遵循環境部的指導與品牌商共同進行包材減量改善。我們要求配合之倉庫，建置出貨紙箱建議系統，避免使用到過大的紙箱以及過多的包材，以符合環境部 ESG 規範。此舉不僅有效減少緩衝包材的浪費，也幫助提升載貨效率。

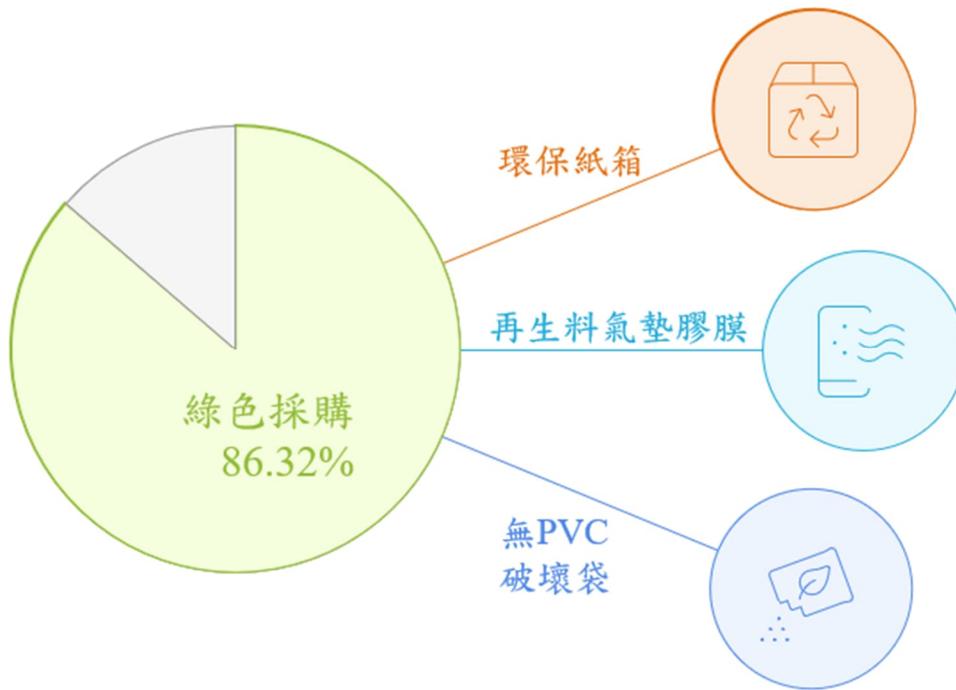
推動整體環保趨勢，依循既有的品牌方較為高品質的要求，擬將該標準擴大到全部品牌。此舉不僅能有效幫助包材減量專案的實施，亦可發揮本公司影響力，進一步提升客戶的永續表現。

供應鏈概況及採購比例

身為電商生態圈中具影響力的一環，欣新網深知做好供應商管理乃是幫助電商產業邁向永續發展的一大助力，因此我們採取綠色、在地採購，力求從公司內外部落實永續消費理念。

為推動環境永續與負責任的消費行為，欣新網積極落實綠色採購政策。2024 年度，台灣包裝材料總採購金額為 10,528,301 元，其中綠色採購項目包含紙箱、氣墊膠膜及破壞袋等可回收或環保材質，綠色採購金額 9,088,227 元，占總採購金額之 86.32%，展現公司在供應鏈管理中兼顧營運需求與環境責任的具體作為。

綠色採購占比



2. 永續消費

面對全球資源有限與氣候變遷風險日益加劇的挑戰，企業在推動產品與服務的同時，亦應承擔引導消費者邁向永續生活型態的責任。欣新網秉持「以消費創造改變」的理念，積極推動綠色產品、減碳物流與智慧消費決策機制，致力於在營運過程中整合環境、社會與經濟永續價值。我們透過數據驅動的電商平台，以及消費者教育行動，鼓勵理性消費與資源循環使用，攜手利害關係人共創更具韌性的消費生態系統。

2.1 永續消費倡議

欣新網深知永續發展的重要性，致力於推廣永續消費意識，涵蓋整個供應鏈，以建立健康、理性的消費生態系統。為實現此願景，本公司積極配合供應鏈及客戶的永續管理政策，並透過透明的商品揭露和負責任的銷售行為，推動消費者採取永續消費方式，透過這些努力，不僅能提升供應鏈的環保意識，還能幫助促進社會整理的永續發展。

清楚標示，提升綠色消費意識

為了協助消費者辨識符合環保與社會責任標準的商品，依據各廠牌檢附的綠色標章或環保節能標章，其標示包括支持在地小農、無動物實驗、有機認證、友善耕作、環保包裝等項目。透過直觀、清楚的標示機制，我們希望將複雜的產品背景資訊轉化至網路平台上，亦可以使消費者可理解、可行動的依據，讓綠色選擇不再困難。

此外，平台上所有商品皆需明確揭露商品名稱、廠商資訊、主要成分或材料、製造日期等資訊，確保消費者享有充分的知情權。我們相信資訊的透明化，是建立消費者信任與促進負責任消費的重要基礎。

積極推動綠色與在地採購

除了協助消費者做出綠色選擇，我們自身也積極實踐永續承諾。在供應鏈管理方面，我們重視綠色採購比例與在地採購比例，並持續優化商品上架機制，優先合作具有永續理念與實踐的品牌與供應商。透過支持在地生產，我們積極縮短物流距離、降低碳排放，也實際支持本土在地品牌與小型生產者的經濟永續。

企業與消費者共同推動改變

欣新網深信，綠色生活的實踐不應只是少數人的理想，而應是所有人都能參與的日常行動。透過網購平台的清楚標示，希望逐步提高大眾對永續議題的認識，並鼓勵消費者將價值觀融入日常消費。

此外，我們也主動與供應商及品牌方合作，未來將檢視產品生命週期、包裝材質、供應來源與運輸方式等面向，尋求減碳與減廢的改進方案。這樣的合作使商品更具競爭力，也強化企業整體的永續發展能力。

2.2 消費者體驗

2.2.1 政策說明

客戶的意見回饋是幫助企業進步寶貴的資產，我們的核心政策旨在最大程度地提升消費者的購物體驗和服務品質。為此，由本公司的業務部及物流客服部作為客服權責單位，建立專責的內部客服團隊專責處理客戶意見，提供客戶最佳的產品與服務效能，以保障每一位消費者的權益；此外，更有專為蝦皮通路的聊聊團隊，以確保各個通路中的疑問及回饋得到及時且有效的處理。

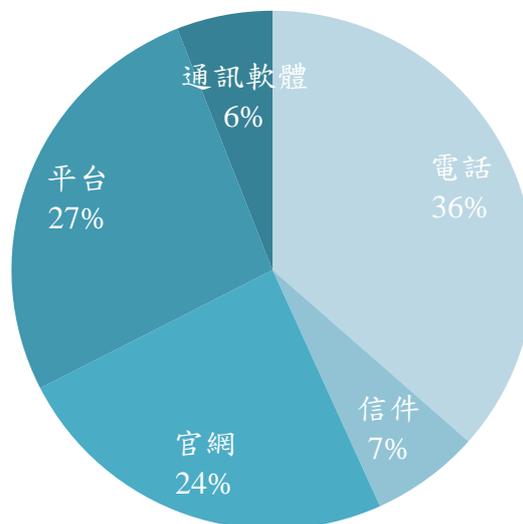


在客戶服務策略上，欣新網不僅提供即時回應的被動式客服，也積極發展主動式服務機制。針對平台出貨商品所收到的低分評論進行回覆與後續追蹤，確保顧客的聲音都被重視，並持續維持高品質的服務標準。同時，這些回饋亦成為我們內部檢討與改善的重要依據，藉由系統化的評論分析，持續優化營運流程，致力於降低客訴發生率，穩健邁向「零客訴」的目標，提升整體服務水準與顧客滿意度。

2.2.2 完善售後服務

欣新網收到客戶回饋共計 3,024 筆，主要客服來源包括電話、電子郵件、平台、官網及通訊軟體等多元管道。其中，大多數申訴透過公司官網所提供的電話與電子郵件進行反映。不同通路所接獲的意見內容略有差異：電子郵件反映的問題多以訂單相關事宜為主，例如出貨數量與訂單不符，以及配送過程中的問題，如商品損壞或司機服務態度不佳；而電話通報則多集中於客服操作層面，如查詢訂單狀態、變更定期購買週期等事項。整體而言，電子郵件因具備書面紀錄與溝通便利性，仍為客戶投訴最主要的通訊管道。

2024年 客服來源



不同的客服管道反映出的問題類型與急迫性存在明顯差異。電子郵件內容多屬於訂單或配送過程中的具體問題，如出貨錯誤、商品損壞、司機服務品質等，屬於需要釐清是訂單或是物流服務的問題，因此較適合以書面溝通處理。而電話內容則多為即時性較高的操作需求，如變更定期購買週期、查詢訂單狀態等，須立即回應並進行系統調整。這兩類回饋各有處理優先順序與應對方式，也突顯客服機制在應急處理的時效性與彈性。

近年來透過平台進行客服互動的比例也持續上升。自 2022 年起，欣新網在蝦皮平台上的「聊聊」回應次數逐年攀升，至 2024 年已累積達 254,833 次，不僅顯示出消費者使用即時溝通工具的習慣日益普及，也反映本公司在平台業務上的活躍程度與服務觸及範圍的擴大。此成長趨勢顯示出客服系統多元化與可及性的提升，消費者得以透過更即時、便捷的管道與我們聯繫，有效縮短問題處理時間、提升互動效率，藉由平台「聊聊」等即時溝通工具的高度可近性，正是我們持續強化顧客體驗、落實即時服務策略的重要支點之一。

針對售後服務的實際執行情形，欣新網定期進行內部檢討，並著手建立標準化的客服處理流程，以提升應對效率與服務品質，針對不同類型的顧客回饋，我們將依據其性質分類進行系統化分析與逐項改善，透過持續優化機制進行滾動修正。



為此，欣新網高度重視客服團隊的專業訓練，並建立一套標準化客戶服務培訓流程。課程內容涵蓋新進人員入職訓練、既有品牌之定期複訓，以及新品牌導入時的專案式教育訓練，要求所有客服人員在不同階段皆具備一致的服務認知與應對能力。透過制度化的訓練安排，我們致力於打造一支能穩定提供高品質服務的專業團隊。

分類	內容說明
受訓人員	新進員工：入職時需進行各品牌熟悉訓練。
	全體同仁：新品牌加入時，全體成員皆需參加該品牌的訓練。
課程內容	核心教材為公司根據每個品牌提供的資料所編制的「常見問答(Q&A)手冊」及標準作業流程(SOP)。
	課程著重於品牌知識的熟悉與客訴情境應對。由於實際工作中，負責非專任品牌的專員可能需處理其他品牌的客訴，訓練旨在讓同仁具備應對多品牌問題的能力。
課程效能	此訓練制度的目的在於「確保服務品質」，透過標準化的教材與定期的訓練課程，讓同仁在面對客戶時，能有一致且專業的服務水平。

2.2.3 客戶滿意度

鑑於欣新網的業務性質，主要協助品牌方處理網購流程中與物流相關的關鍵環節，包括出貨、配送、客訴協調與部分售後處理。由於消費者接觸的主要品牌印象仍集中於商品本身，因此在購後針對服務體驗進行評價時，常會將物流與購物體驗視為整體一體，僅針對品牌方進行評價回饋，較難明確區分物流與操作平台服務貢獻。

基於此特性，欣新網在衡量客戶滿意度的策略上，不以消費者對品牌方的評分為主，而是以「降低客訴事件數」、「縮短處理週期」及「減少重複性問題」作為核心 KPI，也就是當消費者不需頻繁透過客服溝通時，代表整體出貨與配送流程運作順暢、滿意度良好。欣新網過去仍收到來自顧客或品牌方轉述的針對物流體驗的正面意見，如配送快速、包裝完整或客服處理即時等，這些皆可視為本公司在無形中提升整體顧客滿意度的實質佐證，參考如下暖心回函，這些使用者的肯定都是我們前進的動力，未來亦將致力於提供良好的服務給使用者。

客戶暖心回函

購買膠原蛋白粉湯匙外部收件匣 x2.官網客服信件 x

✦ 總結這封電子郵件

 您好,請問可以單買膠原蛋白粉的湯匙嗎?於COSTCO通路購買三包入只有付一支不夠用謝謝!

2

 **明治官方購物網站**
您好 感謝您的資訊，我們已安排補寄兩支湯匙給您（不需負擔費用），提供物流單號備查。 謝謝您 如要在網路上查看這項討論，

 寄給 明治官方購物網站 ▾
哇!!太貼心了~
謝謝您們,服務滿分👍

張
寄給 亞培品牌旗艦店客服信箱 ▾
真的很不好意思...
因為家人在這個月初過世🙏
導致不需要管灌牛奶了
所以還有一箱完全未拆封。

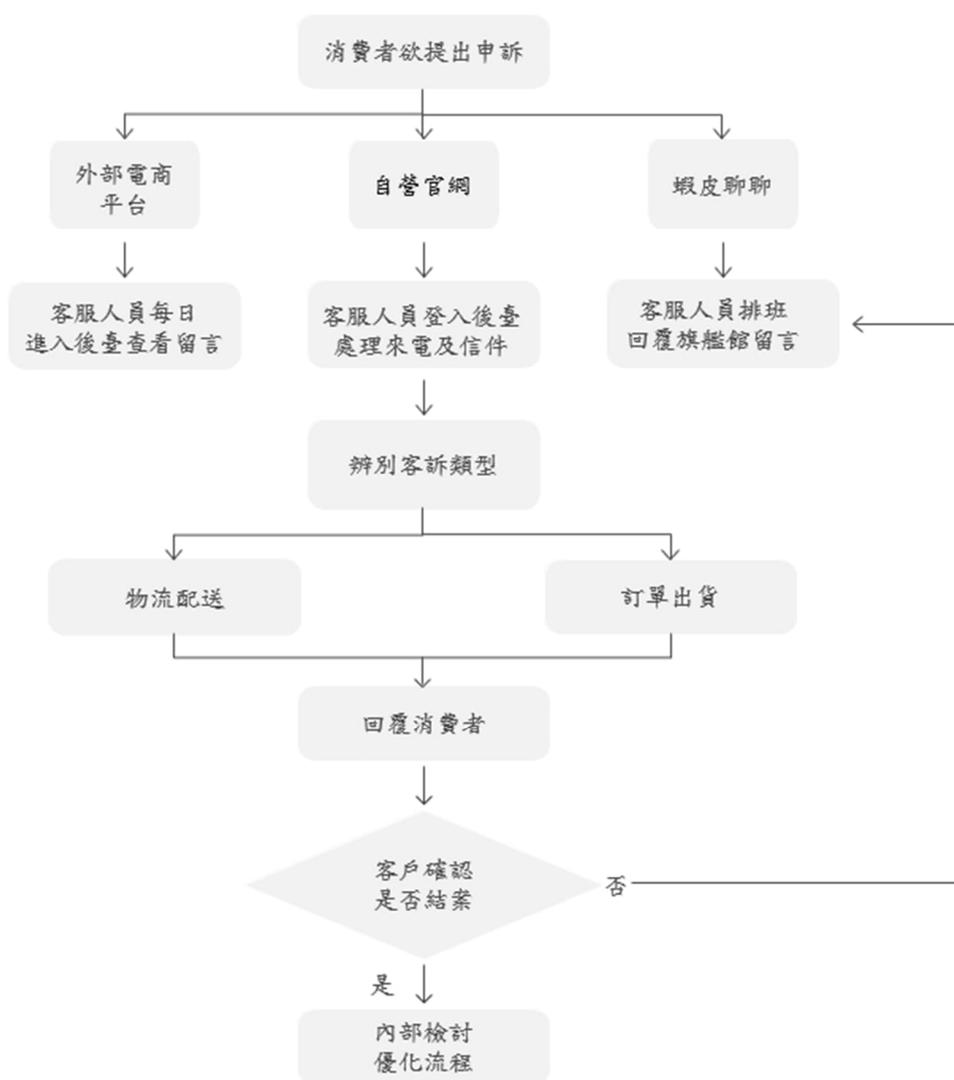
亞培品牌旗艦店客服信箱
親愛的顧客您好 感謝您的回覆，我們感到非常遺憾也請您節哀 剩餘的1箱將會協助您個案退貨退款，新竹物流司機預計2-3日前往與您

張
寄給 亞培品牌旗艦店客服信箱 ▾
真的很抱歉，造成你的困擾...太感謝了🙏
過世的家人就是我爸爸🙏 (才61歲，生日5/22...)
我從去年11月多陪他住院和開刀還有治療照顧他到今年大概半年多沒工作也沒收入，可是他在5/5過世了🙏

展望未來，我們也將持續透過減少客訴、提升服務效率與建立內部追蹤指標等方式，逐步累積可量化的服務成果，以強化欣新網在供應鏈服務角色中的價值與信任感。

2.2.4 申訴管道

由於本公司提供電商整合服務，觸及顧客之管道具多樣性，依各銷售平台特性設置專屬客服應對機制：在外部電商平台與自營官網上，客服人員每日登入後台回覆消費者留言，對於官網，藉由電子郵件、留言與客服專線來電，持續追蹤至問題解決；針對蝦皮平台，由排班制的聊聊客服團隊，統一處理官方旗艦館的客服事務，並維持 95% 以上的回應率，以確保溝通品質與即時服務，各管道之申述流程圖詳下：



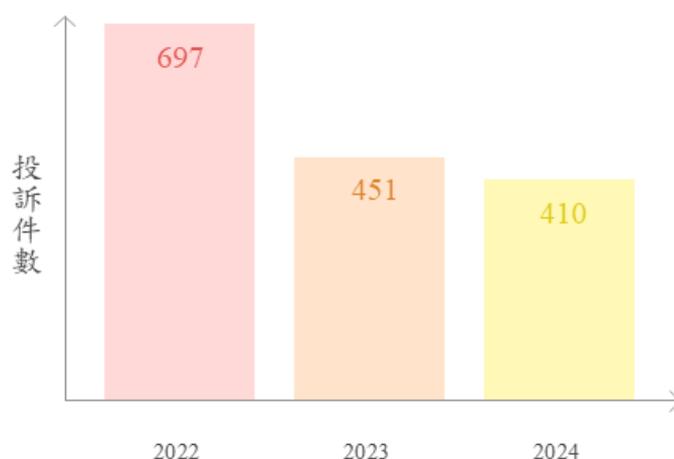
其中，2024 年欣新網共接獲超過 3 千筆的客戶回饋，但扣除屬於訂單確認、修改等一般性售後服務，實際構成客訴合計 410 筆，占整體回饋不到 15%。在這些有效客訴中，問題類型最為常見的是出貨數量與訂單不符，其次則為物流配送相關問題，如延誤或商品於運送途中損壞等。

相關分析結果已納入內部檢討，並將作為未來客服與物流流程優化之重要依據。欲了解更多欣新網接獲之意見回饋，可參考下列統計表格內容：

2024 年	有效客訴事件數	占比
物流配送	103	25%
訂單及出貨	297	72%
其他	10	3%

持續強化售後服務與客訴處理流程成效逐漸展現，欣新網的客訴案件已從 2022 年的 697 件，下降至 2023 年的 451 件，並進一步減少至 2024 年的 410 件。

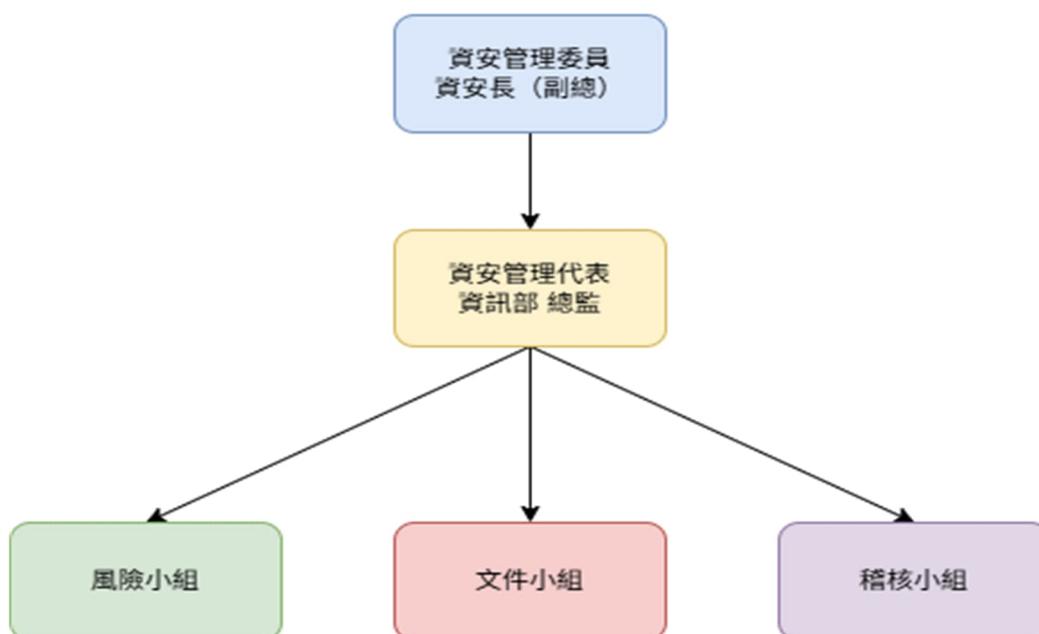
未來，我們也將持續努力並精進客服能力，以達到零客訴之最終目標。未來，本公司也規劃引進顧客滿意度調查，以更為系統化的方式蒐集使用者對官網的意見與想法，並作為改善依據。



2.3 資訊安全管理

2.3.1 資訊安全治理架構

欣新網高度重視資訊安全議題，我們深知唯有好好保護客戶及公司資料，方能擁有長遠且穩定的發展。自 2021 年起，為因應 ISO27001 資訊安全管理系統認證之需求，並依據國際標準 ISO27001 及相關資訊安全管理規範，欣新網設立資安管理委員會，由營運副總擔任資安長、資訊部總監擔任資安管理代表，負責所有的資訊安全管控、內部/外部稽核、資安事件情蒐、定期及不定期宣導等。委員會亦持續參考國內外最新資安趨勢與法規要求，定期檢討並調整相關政策與作業程序，以提升公司整體資安防護能力。



組織角色	主要職掌
資安管理委員會	負責審議資安政策與目標、核定重大風險處理方案、檢討管理制度執行情況，確保資安方針與公司營運策略一致。
資安管理代表	整合各單位執行情況、召集會議、彙整稽核與績效結果、推動改善措施並向資安管理委員會報告執行成效。
風險小組	負責識別、分析與評估公司資訊資產與相關風險，制定風險處理計畫，持續監控高風險項目。
文件小組	資安文件彙整、更新與版本控管，所有程序文件、紀錄與政策符合制度規範，並定期檢視文件適切性與一致性。
稽核小組	規劃、執行資訊安全內部稽核作業，驗證制度執行情況是否符合法規與內部要求，並追蹤矯正措施之執行與成效，並支持持續改善機制。

除了投入人力資源，欣新網在資安議題投入占總資訊支出的比率相較於前一年度增加 7.29%，詳下兩年度資訊的支出及其占比：

年度	2023 年	2024 年
資訊總支出費用(新台幣元)	8,415,002	6,447,922
資安支出(新台幣元)	2,509,900	2,393,406
比率	29.83%	37.12%

2.3.2 資訊安全措施

管理政策

欣新網以「0 信任」為原則，設定公司的網路、電腦與伺服器，並依個人資料保護法訂定個人資料檔案安全維護管理辦法，致力於遵循我國個資法、營業秘密法、智財權等相關法令。資安政策目標是保證核心系統管理的「機密性、完整性、可用性及適法性」，避免機密資訊未經授權存取，主要實施管理措施：

項目	管理措施	說明
1	身分驗證與裝置控管	全面採用 Google Workspace(GCPW)，啟用 24 小時雙因素認證，並支援遠端重置與刪除。
2	嚴格的安裝與權限管理	電腦設有限制，使用者無法自行安裝軟體，以保障系統安全。
3	VPN 與防火牆保護外部連線	所有外部連線需透過 VPN，並透過防火牆控管群組權限。
4	內部系統封閉部署	系統架設於 Google Cloud(GCP)，不對外開放，並由防火牆控管存取。
5	備份與快速復原機制	伺服器每日備份保留 14 天，發生異常時可在 40 分鐘內復原。

綜上所述，全面實施統一化的外部連線管理與內部系統封閉架構，外部連線一律經由 VPN 並透過防火牆群組控管，確保權限最小化與存取可控；同時，所有內部系統部署於 Google Cloud 平台，完全不對外開放，嚴格防止資料洩漏風險。透過這樣的集中化安全設計，欣新網取得 ISO27001 認證，並於 2024 年度升至 ISO27001:2022，因應新規定，新增密碼學控制措施政策、組態管理(Configuration management)、資訊刪除、資料遮罩、資料外洩防護、雲端訂閱安全要求等項目。於 2024 年 3 月 8 日由 BSI 認證通過。



資安風險管理

基於 ISO27001 之規範，公司的資訊安全風險管理是其整體資訊安全管理系統 (ISMS) 的核心部分，並遵循規劃 (Plan)、執行 (Do)、查核 (Check)、持續改善 (Action) 的循環模式。以下說明其流程及具體措施：

1. 風險識別與評估流程及方法：

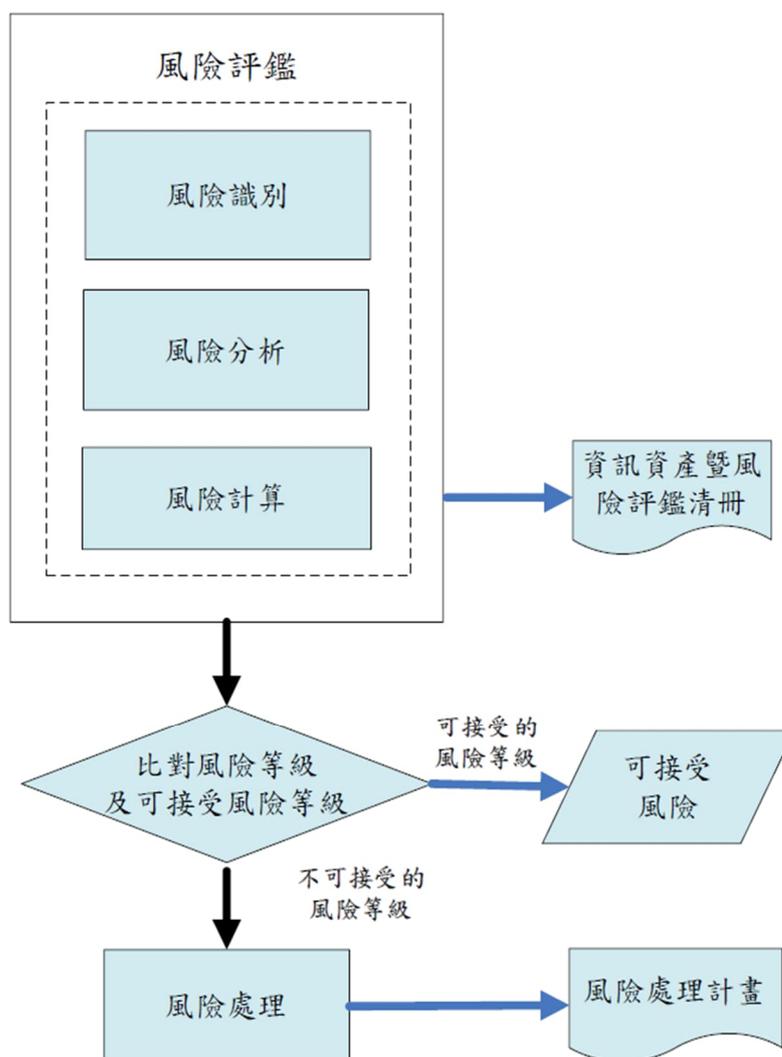
- A. 識別與評估的時機：資訊安全風險評鑑應每年執行一次，並於發生重大變更(如設備更新、新技術導入、法令修訂、主管機關要求等)時即時啟動，個人資料之業務流程亦應定期進行專案性風險評估。
- B. 主導與協調：評鑑活動由風險小組主導，由資安管理代表依情況召集相關業務部門共同參與風險評鑑。
- C. 範圍界定：應清查現有個人資料處理情況與所有資訊資產，包含硬體、軟體、資訊、人員、服務等，以明確界定風險範圍。

D. 風險評鑑流程：

1. 風險識別：識別可能影響資訊資產機密性、完整性與可用性的潛在威脅，並確認資產管理是否符合資安政策。
2. 風險評估方法 (風險計算)：評估風險的發生可能性(不太可能、時常、非常可能)及影響程度評等(可忽略、輕微、中等、嚴重等級)，及判斷風險發生後對資產的損害程度，考量機密性(Confidentiality)、完整性(Integrity)、可用性(Availability)三方面。

風險值=(機密性+完整性+可用性) x 控制措施評等 x 可能性評等。

3. 風險等級判定：依據風險影響與可能性計算結果，將風險分為不同等級(A、B、C、D)，對應風險對營運的影響層級。
- E. 決定可接受風險等級：風險小組會議中決定組織可容忍的最低風險標準，以作為是否需採取額外處置措施的依據。
- F. 結果審核：結果提交至資安管理委員會進行審核。



2. 預防及減緩因應措施方案：

- A. 針對不可接受風險：指派風險負責人，評估處理風險，制定控制措施，提交「風險處理計畫暨追蹤表」。
- B. 風險處理策略：包括降低風險、接受風險、迴避風險、轉嫁風險(強調實施控制措施)。
- C. 實施控制措施 (降低風險)：依 ISMS 標準執行多項資安措施，如存取控管、加密、備份、防火牆、資安訓練等。
- D. 營運持續計畫 (BCP):經資安管理委員會或代表核准，決定核心業務流程的衝擊程度、最低服務水準及備援機制。



3. 通報流程

各部門均負有即時通報資訊安全事件之責任，凡於日常作業中發現異常情形或疑似資安事件，應依內部通報流程即時向風險小組回報，以利相關單位能及時處置與後續分析，降低事件擴大風險。依業務性質與工作需求設定適當的存取層級，並由資訊單位或資料管理單位定期檢視權限設置之合理性與必要性，落實最小權限原則，防止未授權存取與資料濫用情事。其通報流程詳同 2.3.3 客戶資料保護。

此外，於人員離職時，應確實執行資安離職管理作業，包含返還所有載有個資或公司敏感資訊之實體與數位載體(如筆電、隨身碟、備份設備或雲端等)，並確認離職人員刪除所保有之個人資料與機敏資訊，或依公司政策完成交接與銷毀程序。主管部門應負責查驗並確認作業完成，以保障公司資訊資產不因人員流動而外洩或遺失。

透過上述流程，依循 ISMS 架構建立完整有效的監控及改善機制，並透過定期審查、稽核、內外部教育訓練，確保制度有效運作與風險控制。每年召開管理審查會議，檢視執行成果、風險評鑑與矯正預防措施，並由資安長進行風險決策。不僅發生資安事件時，立即通報處理並進行事後分析，納入改善流程並修正 ISMS 文件，亦透過自主檢查、事故分析或績效評量等方式主動發現問題，並由部門主管負責執行與追蹤，稽核小組負責後續確認及成效驗證，使矯正行動能真正解決根本問題。定期彙總未結案項目則定報告，並列入管理審查事項。

此外，每年至少進行一次營運持續計畫(BCP)訓練，驗證災難或異常情境下之應變可行性，並依據演練結果調整計畫內容，維持高度營運韌性與資料安全，以及規劃內部教育訓練主題，確保所有人員具備必要的資安意識與應變能力，達成持續改進之目標。

資安教育訓練

為提升同仁的資訊安全認知與知識，每年至少辦理兩次公司資訊安全會議，宣導近期國內外發生之重大資安事件及法規修訂要求，傳遞資安正確概念，資安小組每月於資安發布網站(如政府資安網站、CVE 資訊庫等)，搜尋與公司相關資安漏洞訊息紀錄，彙總「重大資安漏洞檢核表」，以維持欣新網資安管理方針之與時俱進。除制度宣導外，欣新網亦規劃資安訓練課程與模擬演練活動，說明如下：

課程/演練名稱	內容說明	參與人次
ISO 持續營運計畫	每年設定情境模擬進行資安事件演練	3
社交工程演練 電子郵件釣魚測試	每年針對電子郵件進行釣魚測試，測試不通過者須進行再訓練	188
資安布達	2. 公司年會資安布達：2024 年共執行了 2 次。 3. 重要資安資訊即時郵件通知：若遇重大資訊事件，透過郵件通知全體員工(包含應注意事項)，2024 年共寄送了 6 次。	1,360
內部教育訓練	社交工程演練中被釣魚者，以及尚未接受資安課程訓練的新進員工，共同參與資安教育訓練。2024 年共舉辦 2 次培訓課程。	66

全體同仁皆須熟悉資訊安全事件通報流程，並定期接受內外部教育課程，確保每位員工具備基本資安意識與應變知能，落實資訊安全由人員端共同維護的核心精神。

2.3.3 客戶資料保護

個資保護

欣新網訂有【欣新網公司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】，詳述資料安全管理措施、人員管理措施、設備安全管理措施、傳銷商規範措施、業務終止後個人資料處理方法等。同時，客戶資料主要委由新竹物流方處理，因該公司個資防範系統更為嚴謹及安全，其做法系將個資拆分為不同之資料庫、分開存儲客戶姓名與地址，來有效防範駭客入侵時進行資訊辨識。

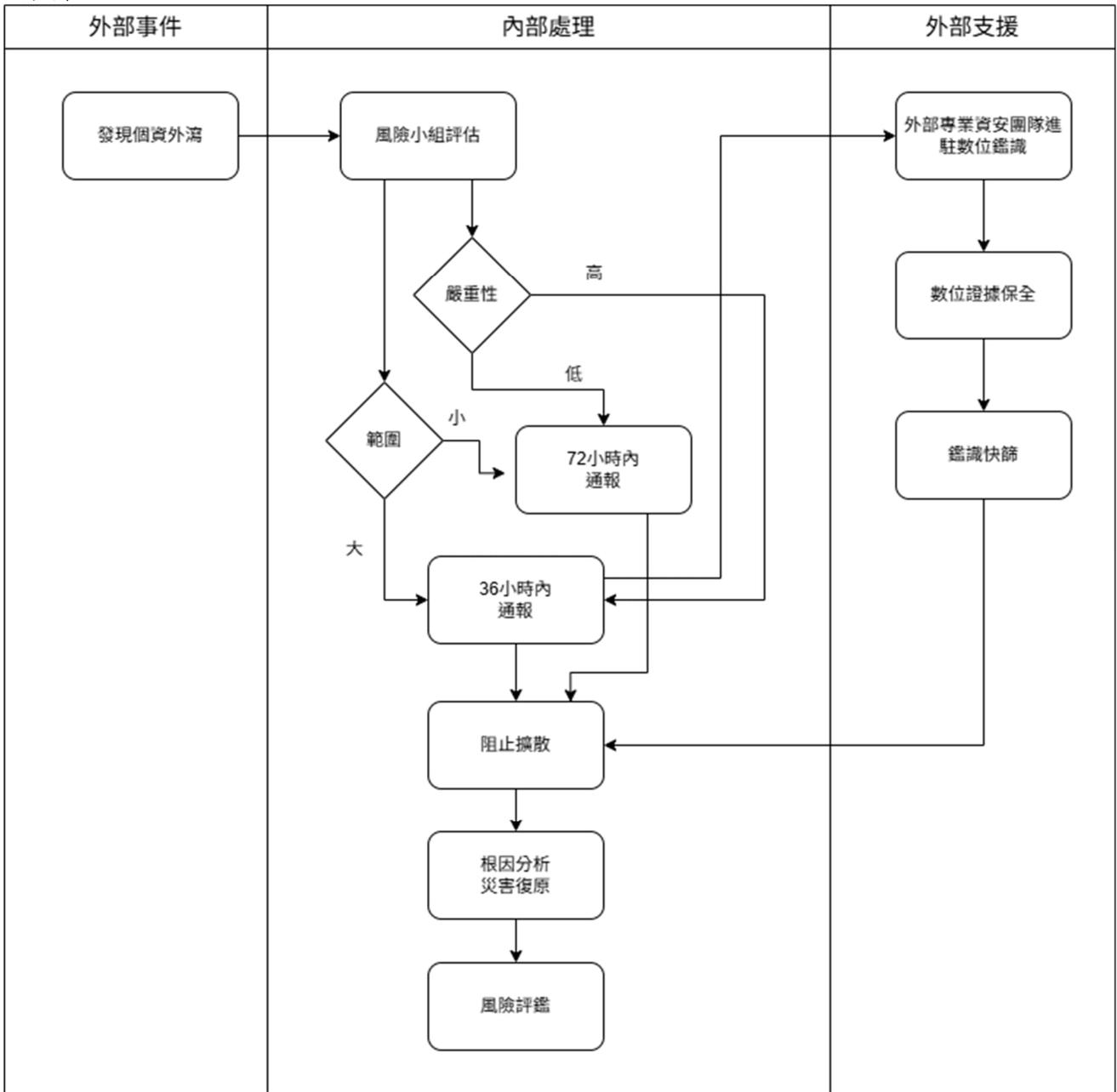
重大資安事件的判定標準是系統性事件與否，在接獲電話客訴個資洩漏事件時，首先會進行清點和檢查，以確認該筆訂單是否真的被洩露。若為個體性事件，會進行相關錯誤排除；若是系統性事件，則會按照上述之個資外洩通報程序進行處理。

資料外洩通報流程

為保障每位用戶的個資安全，欣新網建置一套嚴謹的資訊安全應變流程。一旦偵測到任何疑似資料外洩的情況，我們會立即啟動應變機制，迅速評估事件影響、保留數位證據，並依據法規要求在最短時間內向主管機關通報。其個資外洩通報流程如下：

項目	通報措施	說明
1	啟動應變	依【資安事件事故管理作業規範】啟動處理程序，風險小組評估立即釐清外洩範圍與嚴重性。因應影響範圍 36 小時內(大範圍)或 72 小時內(小範圍)完成通報。
2	現場鑑識	盤點外洩可能管道，必要時尋求外部專家支援。
3	數位證據蒐集	盤點蒐集防火牆、GCP、伺服器 Log，立刻備份 RAM 且機器不得關機。
4	鑑識快篩	確認外洩來源與路徑，初步推斷成因。
5	阻止擴散	確認案例情況是否斷開相關連線，並檢查其他設備是否受影響。
6	風險評估	事件處理完畢後進行風險等級評鑑。
7	根因追蹤	分析數位證據，建立預防機制。
8	災後復原	檢視所有設定、強化內外部培訓，避免再次發生。

流程圖



2024 年，欣新網未發生任何資料洩露、失竊或遺失客戶資料的事件。我們將持續落實內部資安策略，以保障公司資訊安全及客戶權益。而 2023 年曾發生一筆虛驚事件，針對此事件公司開啟緊急會議並通報資安長，後續經確認為該消費者個案攻擊案件，判定該事件為虛驚事件且無造成重大衝擊。

由此可見，以系統化整合通報、判讀與分析、處置、檢討與改善等一系列流程，確保在個資洩漏事件發生時能以最迅速且適當的方式進行解決，並防止類似事件再次發生，更能從根本上防止風險擴散，讓消費者的每一次交易，都能安心、放心。

3. 低碳循環

欣新網為實踐企業社會責任並促進經濟、環境與社會的永續發展，積極將低碳理念融入日常營運，秉持尊重社會倫理與重視利害關係人權益的精神，我們在追求企業成長與獲利的同時，也將環境保護作為經營核心之一。為因應氣候變遷與全球減碳趨勢，我們透過優化物流運輸、推動綠色包裝、導入節能科技與提升倉儲能源效率等措施，逐步降低營運過程中的碳排放。未來，我們將持續強化碳管理機制，深化綠色供應鏈合作，並參考國際永續標準，邁向淨零碳排的長期目標，以行動實踐對環境永續的承諾。

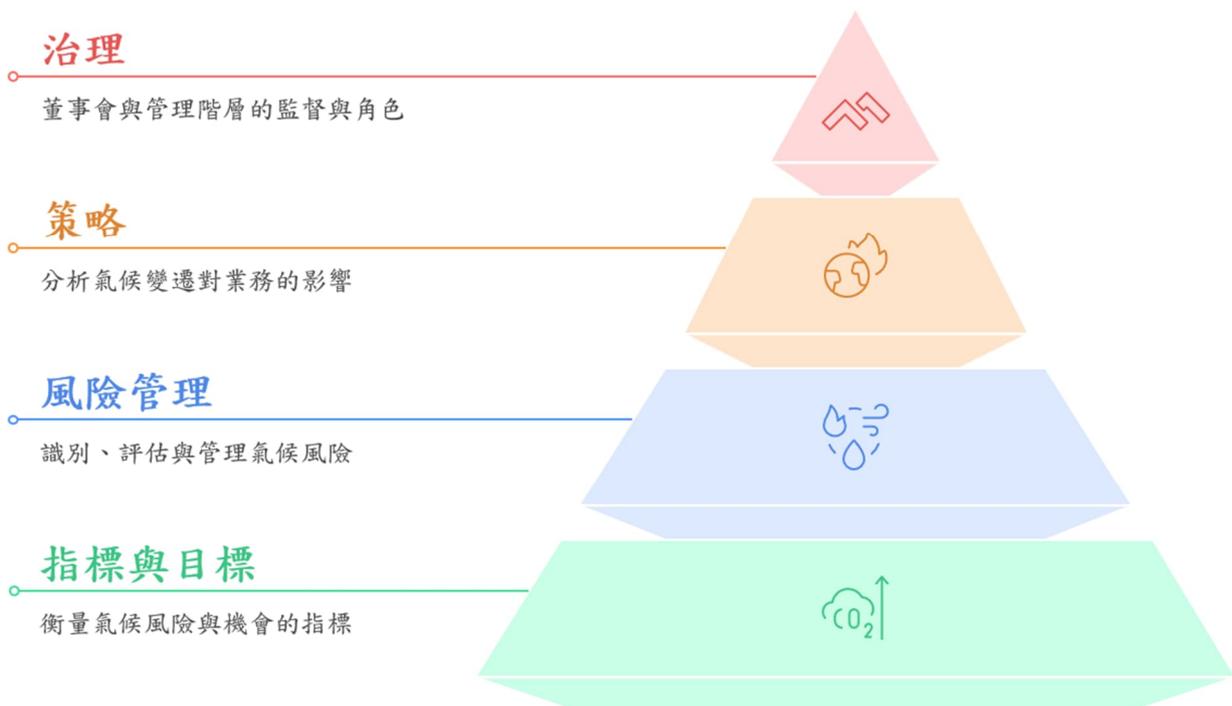
3.1 氣候變遷因應

氣候相關風險與機會相關監督及治理

為進一步強化董事會於永續治理之角色與責任，本公司擬於未來成立「永續發展專責小組」，並擔負以下職責：

1. 策略擘劃與制度設計：專責小組將協助董事會明確界定永續發展之長遠願景，規劃整體政策方向，並建立完善之制度架構與管理方針。
2. 落實執行與監督機制：自主推動具體永續行動計畫，並建立完整之執行與監督機制，以確保各項措施確實執行。
3. 定期報告與持續優化：小組將定期向董事會提呈執行進度、成果評估與風險辨識報告，提供相關數據與分析結果，並據此提出持續改進建議。
4. 溝通協調與利益關係人互動：作為永續議題之核心推動單位，專責小組將協調各部門資源，並適時與利害關係人溝通互動，以促進永續共好。

透過成立此一高階領導的永續發展專責小組，將依據TCFD(氣候相關財務揭露)四大核心架構，包括治理、策略、風險管理與指標目標，負責規劃企業長期永續願景、擘劃策略藍圖、建立風險控管機制，並定期向董事會報告執行成效與關鍵指標表現。透過高階治理層級的領導與跨部門協作機制，本公司將持續提升永續績效透明度，深化利害關係人互信，逐步邁向低碳轉型與三重盈餘(實現經濟、社會與環境)兼容並進的永續營運目標。



氣候風險管理制度

為強化對氣候相關財務風險之掌握與透明揭露，未來永續發展專責小組將依據 TCFD 所建議之四大架構，啟動跨部門運作與策略評估。預計執行事項如下：

- 於定期會議中，整合政策法規、氣候技術與市場趨勢，全面分析立即性和長期性氣候風險對公司營運、財務與名譽之潛在衝擊；
- 根據 TCFD 所倡議之治理、策略、風險管理及指標與目標等核心支柱逐一檢視，納入情境分析、量化模擬與壓力測試程序，以深入且精準的風險評估；
- 定期回顧鑑別結果，並因應內外部情勢變遷進行調整，偵測機制與評估結果與實際情況相符；
- 建置嚴謹之風險溝通與回報流程，將重大評估成果與改善建議提報董事會，確保治理決策與執行效率同步落實。
- 將依照金融監督管理委員會「上市櫃公司永續發展路徑圖」的時程，完成合併邊界的盤查作業以及第三方查驗。
- 滾動式盤查與目標校正：依實務進度與主管規定，定期盤查執行情況並進行目標驗證與修正，實現目標之時效性、合理性與合規性。

3.1.1 氣候相關財務風險及機會與因應策略

氣候風險與機會潛在影響評估

本公司將依據 TCFD 建議之短中長期氣候風險與機會因子，結合發生機率、頻率與影響程度，量化評估其對業務運營、策略規畫與財務指標之潛在衝擊，包括營收、成本、資產價值與現金流等面向。專責單位將主導跨部門小組，匯聚各部門專業，共同鑑別具重大性之轉型風險，並建立嚴謹的風險與機會評估程序。經整合後之結果將作為公司策略彈性設計與資本配置的重要依據，確保在不同氣候情境下仍能維持企業韌性與價值創造能力。

轉型風險因應措施

為應對這些風險，本公司除購買相關保險外，亦積極採取預防措施，以減少極端氣候對營運的影響。此外，未來將持續評估轉型行動對財務業務之影響，並逐步擬定相關執行計畫，以強化風險管理與永續發展。2024 年已辨識之轉型風險如下：

氣候風險類別	氣候風險項目	風險說明	影響期間	衝擊程度	潛在財務衝擊	因應措施
轉型風險	政策與法規	臺灣及其他國家的政府實施越加嚴格的碳排放和能源使用法規，要求企業減少碳足跡、使用再生能源或採取其他措施，導致公司營運成本上升。此外，隨著對永續議題相關資訊揭露要求的增加(例如 IFRS 永續揭露準則)，公司需要投入更多資源進行數據收集、分析和報告編寫。	長期	低 (五年以上)	營運成本	<ul style="list-style-type: none"> • 預計導入溫室氣體盤查，以了解各範疇溫室氣體排放與能源使用現況，進而提高並優化產品能源使用效率。 • 持續評估國內外碳稅及碳費相關法規對公司所帶來的變化和挑戰。
轉型風險	市場	隨著環保意識的提升，客戶可能會更傾向於選擇符合環保標準的供應商，公司若未能適應這一趨勢，將可能面臨市場份額的流失。	長期	中 (三至五年)	營運成本	<ul style="list-style-type: none"> • 定期於永續報告書中向利害關係人報告永續目標及執行情況，且預計導入溫室氣體盤查，致力於符合市場與法規對於永續議題相關要求。

3.1.2 氣候相關目標設定

氣候相關目標

依據「上市上櫃永續發展藍圖」，欣新網作為實收資本額 50 億元以下之企業，將分階段推進氣候治理：

- 2026 年：預計完成本體公司溫室氣體盤查。
- 2028 年：完成盤查結果之確信程序，進一步提升揭露之透明度與可靠性。

完成盤查基準年後，公司將啟動下一階段工作：

- 設定氣候相關指標與目標：

依照主辦機關要求與全球淨零目標，制定階段性溫室氣體減排目標與轉型里程碑。

- 規劃執行期程與策略：

明訂各階段期間之策略重點、所屬責任部門與關鍵行動，搭配資源配置與治理機制。

- 滾動盤查與目標校正：

將依實務進度與主管規定，定期盤查執行情況並進行目標驗證/修正，確保目標之時效性、合理性與合規性。

3.2 環境衝擊管理

2024 年目標 (KPI) 追蹤情形

類別	指標項目	短中長期目標	
溫室氣體 排放管理	建立溫室氣體盤點機制並確立減排目標和策略，實施有效的溫室氣體排放管理措施，包括節能減排宣導。	短中期 (2025~2030 年)	<ul style="list-style-type: none"> 完成組織型溫室氣體盤查 (ISO 14064-1)，並通過第三方查驗，取得合理保證等級之確信 持續落實辦公室節能減碳 統計過去兩年溫室氣體年排放量，以制定管理政策及減量目標，並定期追蹤目標達成情況
		長期 (2031 年後)	<ul style="list-style-type: none"> 以 2050 年淨零碳排為目標 完成溫室氣體確信 確立減碳目標並定期追蹤
水資源 管理	為提升水資源之使用效率，推廣員工節約用水，預計在生活用水上加裝省水閥，節約民生水量。	短中期 (2025~2030 年)	<ul style="list-style-type: none"> 統計過去兩年用水量，以制定管理政策及減量目標，並定期追蹤目標達成情況
廢棄物 及包材	配合政策「網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式」，制定管理政策及減量目標	短中期 (2025~2030 年)	<ul style="list-style-type: none"> 依照 2024 年及 2025 年統計廢棄物總重量，以制定管理政策及減量目標，並定期追蹤目標達成情況 與合作夥伴新竹物流持續對廢棧板及廢編織帶做回收再利用
氣候變遷 風險管理	獲得董事會的支持和承諾，將 TCFD 建議納入公司治理、風險管理	短中期 (2025~2030 年)	<ul style="list-style-type: none"> 依氣候相關財務揭露建議書 (TCFD) 架構識別、評估及揭露公司在氣候變遷下的財務風險與機會 未來預計根據風險情境分析擬定因應策略並落實執行 訂定風險管理流程，分析氣候風險之鑑別結果

3.2.1 溫室氣體排放

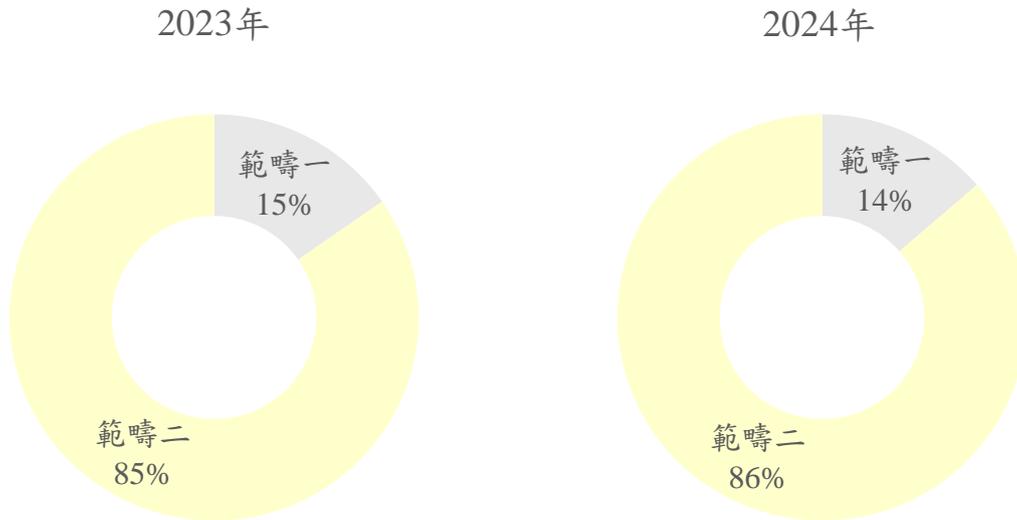
在環境部分，欣新網的營運型態以辦公室作業為主，無重大排放來源，整體碳排放相對影響較低，但仍主動落實溫室氣體管理，展現對氣候變遷議題的重視。為回應全球減碳趨勢與利害關係人對永續發展的期待，本公司依據 ISO 14064 相關標準自主進行溫室氣體盤查，識別主要排放來源以外購電力使用為主，並預計通過節能措施、推動供應商綠色運輸、包材減量等行動，持續降低間接排放。未來，我們將持續強化排放監控與資訊揭露，依照金融監督管理委員會「上市櫃公司永續發展路徑圖」的時程，完成合併邊界的盤查作業以及第三方查驗，朝向低碳營運與淨零轉型邁進，善盡企業環境責任。

環境管理減量作為

欣新網在推動環保與節能減碳方面，積極配合上下游廠商採取多項措施以降低運營活動對環境的影響。具體作為包括：

1. 宅配電動車專案自 2023 年起，與合作夥伴新竹物流配合推動「宅配電動車計畫」，導入 20 台電動機車，優先部屬於雙北都會區域，此舉預計每年可減少油耗 18,000 公升、減少約碳排放 24 tCO₂e，顯著提升運輸效率並降低環境負擔。
2. 商用車智慧運營：為進一步推動綠色運輸，新竹物流計劃於 2025 年第三季導入 30 台純電商用車，進一步減少傳統燃油車輛的使用，促進低碳運輸模式的發展。

溫室氣體排放量占比



溫室氣體總量及排放密集度

項目	2023 年	2024 年
範疇一(tCO ₂ e)	7.5183	9.0014
範疇二(tCO ₂ e)	41.5119	56.9162
溫室氣體排放總量(tCO ₂ e)	49.0302	65.9176
營業額(新台幣百萬元)	4.340	4.731
溫室氣體排放強度(tCO ₂ e/百萬元)	11.30	13.93

註 1：2023 年營運據點僅臺北辦公室，2024 年度臺北辦公室擴租且新增臺中辦公室。

註 2：電力排碳係數參照經濟部能源署公告，分別為 112 年度 0.494 公斤 CO₂e/度；113 年度 0.474 公斤 CO₂e/度。

3.2.2 能源管理

提升能源使用效率及降低環境衝擊

為回應全球永續發展趨勢與營運面對的環境挑戰，欣新網致力打造綠色辦公環境，全面從源頭減少資源浪費與能源使用，同時提升運營效率。基於企業責任與經營效益，本公司從辦公室設備的節能升級、工作行為與流程改造等面向著手，以符合公司節能減碳目標，並強化成本控制，展現我們對氣候責任的承諾及對員工永續生活方式的支持。欣新網目前已實施與持續優化多項

綠色辦公措施如下：

- 無紙化作業與電子化流程

推行無紙化流程與電子簽核，減少不必要列印，並利用預覽機制降低錯印情形，進一步減少紙張與耗材浪費。

- 節能設備與空調控管

選用具有節能標章之辦公用品與設備(如 LED、節能空調)，並依照溫盤排放與能源成本考量，實施控溫、夜間及無人時斷電或待機外部電源設置，節省電力使用。

- 隨手關燈與電源管理

鼓勵員工離開辦公空間時隨手關燈，減少不必要能源消耗，並降低待機電力浪費。

能源耗用量

能源種類	單位	2023 年	2024 年
外購電力	千度	84.0321	120.0763
	十億焦耳	302.5156	432.2747
人均能源耗用量	千度/人	0.5528	0.6387

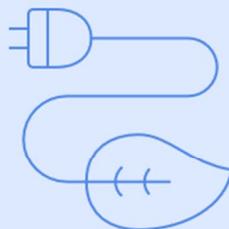
註 1：2023 年營運據點僅臺北辦公室，2024 年度臺北辦公室擴租且新增臺中辦公室。

註 2：能源產品單位熱值表參考經濟部能源署資訊。



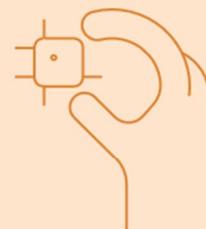
無紙化、電子化

無紙化管理與電子簽核
減少不必要列印



節能設備

選用節能標章
辦公用品與設備
并控制空調溫度



隨手關燈

鼓勵員工自主關機、關燈
「電力節流，人人有責」

3.2.3 廢棄物與水資源管理

水資源管理

欣新網為提升水資源的使用效率，積極通過內部宣傳和培訓推廣員工節約用水的意識，鼓勵於日常辦公中關閉水龍頭、避免水源閒置，養成珍惜水資源的良好習慣。同時，本公司計劃在生活用水系統中加裝省水閥，以維持水流穩定且不浪費，有效降低民生用水量，並搭配定期檢視與維護，即時修復漏水或故障問題，確保設備長期穩定運作。

隨著 2024 年度公司人力規模成長及業務拓展，新增部分租賃辦公區域，致使全年總取水量較前一年度略有上升，整體變化屬於合理營運變化導致。未來欣新網將持續推動節水措施與用水效率提升，並定期盤查用水狀況，掌握趨勢變化，以落實水資源之永續使用與管理。

水量統計資訊

取水量與排水量	單位	2023 年	2024 年
總取水量	立方公尺	1,178.58	1,464.02
總用水量	立方公尺	1,178.58	1,464.02
年底員工總數	人	152	188
人均用水量	立方公尺/人	7.75	7.79

註：此統計表僅含臺北辦公室之用水數據，臺中辦公室為租用型大樓空間，用水同大樓其他用戶一併計入公共設施，故無獨立計算用水量。

廢棄物管理措施

為實踐資源循環與降低環境負擔，本公司建構以減量、再利用、再回收為核心的廢棄物管理制度，具體措施如下：

- 雙面列印與資源回收

我們將辦公室預設為雙面列印，鼓勵同仁節約紙張，以有效降低紙張生產與運輸相關能源與碳排放，又節省存儲空間，並於各處設置分類回收箱，回收紙張、墨盒等資源，推動循環再利用。

- 配合大樓管理進行垃圾分類

本公司位於辦公大樓，配合管理委員會建立紙類、塑膠、金屬等垃圾分類與回收機制，一致推動減量與資源循環使用，強化整體廢棄物管理效能。

廢棄物總量

2024 年度，統計倉儲區域廢棄物總量統計為 9.43 公噸，紙箱類資源回收量達 92.76 公噸，可見在日常物流與包裝作業中已積極進行分類與回收再利用。主要營運辦公室，因台北辦公室位於大樓內部，垃圾統一由大樓管理單位處理與清運，台中辦公室則採用共享辦公空間，廢棄物統一由空間管理方處理，無法獨立量化本公司產出之廢棄物。

因此，目前尚未建立完整的辦公室廢棄物計量與管理機制，未來將視辦公環境條件與實際可行性，評估導入更完善的廢棄物分類與記錄系統，以強化資源管理與環境永續作為。

資源循環與回收再利用

秉持資源循環利用的原則，積極推動資訊設備的延壽與再利用。透過出售狀況良好的電腦設備，讓相關零件或整機持續發揮效能，降低電子廢棄物產生並延長產品生命週期。

2024 年度，欣新網共計出售 6 台桌上型電腦與 29 台筆記型電腦，減少資源浪費。同時，針對無法再使用之設備，則依規定進行妥善報廢處理，共計報廢 2 台設備，以確保資訊安全與環境合規。致力於提升物流供應鏈過程的包裝材料的回收再利用效率。2024 年度配合物流廠商透過有效分類與回收機制，成功再利用包括廢棧板與廢編織袋等包裝材料，全年回收總量達 92.76 公噸。

此舉不僅有效減少廢棄物產出與最終處處置量，也有助於降低原物料使用與碳足跡，展現欣新網在循環經濟與環境永續方面的積極作為。

3.2.4 包材管理

綠色包材管理

本公司積極落實綠色包材管理，優先採用環保包材，致力於減少一次性材料的使用，並提升包裝的再生性與可分解性。在包裝設計上，透過選擇高比例的再生紙與可回收材料，避免過度包裝與繁複結構，確保包裝在保護產品的同時，更易於回收與處理。

此外，公司攜手電商平台與品牌商，響應環境部《網際網路購物包裝限制使用對象及實施方式》，推動可重複使用或可回收之循環包裝減量計畫，降低一次性紙箱與塑膠包材使用，進一步減少包裝過程中所產生的碳足跡。此舉回應消費者對永續物流的期待，並整合品牌方、物流業者與網購平台，共同實現減塑、減碳與包裝優化的永續目標。

平均網購包材減重率

年度	單位	2023 年 (7~12 月)	2024 年	2024 年度包材減量計畫
年度網際網路銷售件數(A)	件數	594,006	1,386,787	1. 系統導入建議箱型， 避免使用過大的紙箱以及過多的緩衝材 2. 配合平台使用循環包材 3. 建議合作品牌商使用循環包材
年度網際網路購物包裝材料 總重量(B)	公斤	70,704	159,801	
年度循環箱(袋)出貨件數	件數	2,832	1,843	
年度原箱出貨件數(C)	件數	373,287	628,999	
年度經回收再使用之包裝材 料件數	件數	0	0	
年度平均網際網路購物包裝 材料重量(B/A)	公斤/件數	11.90	11.52	
年度原箱使用率(C/A)	百分比	62.84%	45.36%	

4. 員工及職場

本公司致力於打造多元、包容且安全的職場環境，讓每位員工都能安心發展、自主成長。我們重視身心健康、性別平等與職涯規劃，透過制度支持與溝通機制，建立人與人之間互信與合作的文化。欣新網期許成為員工職涯中最堅實的後盾，與同仁攜手邁向共好未來。

4.1 員工結構

4.1.1 員工組成

人力結構

2024 年本公司總工作人數為 188 人，男性員工為 34 人，女性員工為 154 人；其中 182 人為全職員工，6 位兼職員工則是實習生。相較於 2023 年，2024 年兼職員工人數略有減少，主要係因部分實習生留任並轉任為正職人員，或因畢業後結束實習，此一變動屬正常人力結構調整，反映出欣新網在人才培育與留任機制上之成效。

同時，本公司員工主要員工組成為 29 歲以下之員工，占比達 56%，顯示公司擁有相對年輕且充滿活力的工作環境，有助於推動創新思維與靈活應變的組織文化。

人數統計		年度	2023 年			2024 年		
		男	女	合計	男	女	合計	
依僱用類型	全職員工人數	23	107	130	30	152	182	
	兼職員工人數	5	17	22	4	2	6	
合計		28	124	152	34	154	188	
依年齡	29 歲以下	14	86	100	15	91	106	
	30~49 歲	13	37	50	18	62	80	
	50 歲以上	1	1	2	1	1	2	
合計		28	124	152	34	154	188	

註 1：兼職員工之統計即臨時員工人數，且本公司無時數保證員工。

註 2：數據統計截至 2024 年 12 月 31 日，因計算方式略有差異，故資訊與個體財報有微小差異。

隨著公司規模持續擴張，2024 年度共招募新進人員 95 人，當年度離職人數為 43 人，可見公司處於積極擴編與組織成長階段，整體人員流動率相較同業屬於合理範圍，且多以自願離職為主。針對此現象，公司已藉由持續強化人才吸引與留任策略，包括優化職涯發展制度、培訓資源投入及組織文化經營等，期望留任表現優異且認同企業文化之員工，持續穩固人力基礎，為公司未來發展培養關鍵人才，詳情請見 4.2 人才吸引與培育。

2024 年人員流動概況

年度		2023 年			2024 年		
		男	女	合計	男	女	合計
人數統計							
新進員工總數		9	49	58	16	79	95
新進員工	29 歲以下	7	39	46	10	52	62
	30~49 歲	2	10	12	6	27	33
	50 歲以上	0	0	0	0	0	0
員工新進率		32%	40%	38%	47%	51%	51%

註：新進率計算方式為新進員工人數/當年度年底總員工數。

年度		2023 年			2024 年		
		男	女	合計	男	女	合計
人數統計							
(期初人數+期末人數)/2		25	115	140	31	139	170
離職員工總數		1	22	23	6	37	43
離職人數 按年齡區分	29 歲以下	0	15	15	4	29	33
	30~49 歲	1	7	8	2	8	10
	50 歲以上	0	0	0	0	0	0
離職人數 按離職類型	自願	1	21	22	6	37	43
	非自願	0	1	1	0	0	0
自願離職率		4%	18%	16%	19%	27%	25%
非自願離職率		0%	1%	1%	0%	0%	0%
總離職率		4%	19%	16%	19%	27%	25%

註：總離職率計算方式為年度總離職人數/[(期初人數+期末人數)/2]。

4.1.2 人權政策及多元職場

為打造一個多元、平等且具包容性的職場環境，欣新網已於官網訂定明確的人權政策及管理機制，作為落實職場公平與尊重的具體依據，公司透過制度設計與文化推動，持續促進工作環境的多樣性與包容性，確保每位員工皆能在安全與尊重的環境中適性發展。

在全體同仁的共同努力與落實下，**2024 年度公司未發生任何歧視或不法侵害事件**，顯示人力資源相關管理制度已具穩定成效。以下將說明本年度相關政策內容與實施成果，以展現本公司對人權保障與多元共融的重視與承諾。

1. 支持國際人權公約

欣新網支持並尊重國際人權，所有內部營運與管理行為皆符合法規，且不侵犯基本人權。在勞工部分，我們明確禁止任何形式之歧視、強迫勞動與任用童工，不妨礙員工結社自由並提供平等、公平合理的薪資福利與工作條件。在環境部分，本公司致力於提供員工安全健康的工作環境，遵循相關法規持續改善工作環境的安全與衛生，預防意外事故的發生，降低職災的風險，保障員工的安全並促進身心健康。

2. 尊重職場多樣性

為促進職場文化多元性與國際觀，提升公司全球視野與吸引力，以作為日後跨國布局或海外市場發展之基礎，欣新網鼓勵任用外籍人員及身心障礙者，並將人員聘用多樣化政策作為推動多元文化職場的第一步，包括開放職缺供外國人應徵，同時協助外籍同仁辦理合法的簽證並保障其工作權益。近年來，公司實際聘用人力中，共有兩名外籍同仁與三名身心障礙員工，目前皆穩定在職，反映欣新網在人力多樣性與包容性聘用政策上的持續推進與實質成果。



此外，本公司亦於 2024 年度舉辦一場以上的性別平權與多元共融的培訓課程，幫助奠定員工內部之共同認知。未來，欣新網也將持續落實公司結構組成之多元性並打造完善的溝通制度，幫助本公司邁向多元職場標竿企業之目標。

3. 人權風險減緩措施

本公司明確傳達對職場歧視、騷擾等不法行為「零容忍」的立場，透過內部宣導及教育訓練，並搭配申訴機制及相關處置流程，作為風險預防與應對之管理基礎。為進一步提升全體同仁對人權議題的認知與應對能力，預計於 2025 年完成相關準則之制定，並推動全員參與之強制性「反歧視與反騷擾」教育訓練，落實制度化管理，降低潛在人權風險，並強化企業對員工尊重與保障的具體作為。

落實人權理念是企業永續發展的核心基礎，我們不僅支持並遵循《世界人權宣言》、《聯合國全球盟約》、《國際勞動組織公約》等國際標準，更將人權保障納入公司治理與營運管理中，涵蓋勞工權益、職場平等、安全健康、申訴機制及供應鏈責任等面向。

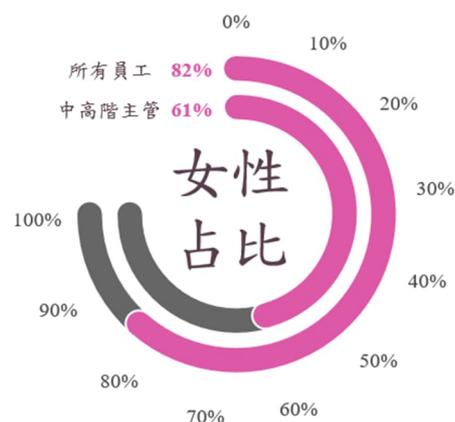
未來，欣新網將持續透過制度化管理與實質行動，推動人權教育、風險辨識與預防措施的強化，並與內外部利害關係人合作，打造更具包容性、公平性與尊重的工作與商業環境。

詳細內容請參考本公司官網：[IR | 公司治理專區](#)。

4.1.3 性別平等維護

欣新網員工組成反映出全球市場多元化及對女性的重視。公司所有員工中，男性占 18%，女性占 82%；管理職中，女性主管高達 61%。顯示公司在領導職務配置上打破傳統性別框架，提供女性充分的晉升與發展機會。透過多元化的組織結構，本公司積極回應全球市場對包容性領導的期待，進而優化決策流程並強化團隊合作。

人數依性別統計		2023 年		2024 年	
		女	男	女	男
全員工	人數	124	28	154	34
	占比	82%	18%	82%	18%
管理職	人數	13	10	14	9
	占比	57%	43%	61%	39%



女性同仁是欣新網的重要組成，我們深深了解並高度重視女性的力量，特別是在電子商務產業中，良好的溝通協調能力、細膩的客戶洞察力以及高度的包容與親和力，皆是推動顧客體驗優化與服務品質提升的關鍵。而這些特質往往是女性同仁所擅長並展現的優勢，使她們在跨部門協作、用戶關係經營及品牌價值傳遞中扮演重要角色。

欣新網所展現的「女力」，不僅代表著性別平等的具象化，也反映出公司制度透明、多元共融的核心價值。儘管全球仍存在職場性別偏見與晉升不平等問題，但員工實際回饋表示公司內部之晉升管道透明，並未出現「隱形天花板」情形。未來欣新網也將持續透過打造自由、開放且具創造力的工作環境，確保每位同仁皆能依其專業與潛力獲得平等的機會。

關注女性職場需求

本公司所有廁所皆為性別友善廁所，且為營造友善的育兒職場環境，欣新網亦提供女性同仁從孕期至產後各階段所需之保障措施，包括依法設立之產假、產檢假、陪產假及家庭照顧假等，並設置專用哺乳室，協助員工於育兒期間兼顧工作與家庭，促進生活與職場的平衡。相關福利措施與使用情形，詳見本報告第 4.2.1 員工福利。

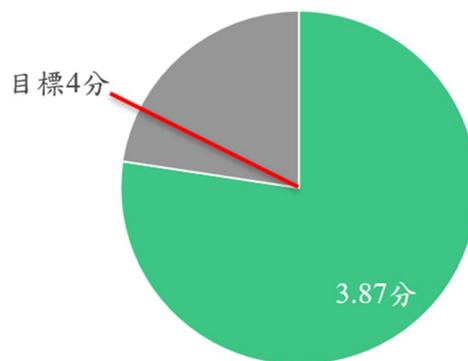
4.1.4 勞資溝通

欣新網相信唯有保持良好且順暢的勞資溝通管道，方能使員工與企業擁有正面關係並共同成長。開放、創新是本公司的企業文化，我們也秉持著相同的態度與員工進行溝通，因此本公司提供下列管道供同仁發聲，也期許能透過相關政策的實施，減少勞資之間的隔閡，讓欣新網與員工共創美好未來。

1. 勞資會議：本公司每季度舉行勞資會議，員工於會議中所提出之改善建議，公司皆能迅速回應並採取行動。以 2024 年為例，針對廁所環境衛生的反饋，本公司則採取提高清潔頻率並增設相關提醒標語進行處理；另針對同仁建議公司更換大型螢幕的要求，我們亦及時汰換，使相關需求及問題皆能確實得到有效處理，為營造良好工作環境的持續努力。

2. 員工心聲調查及滿意度調查：定期進行員工心聲調查，並於每年年末進行員工滿意度調查，以符合員工福利及相關政策的推動符合期待。滿意度調查主題包含：工時、福利、學習與職涯發展等評估要點。2024 年滿意度調查分數結果為 3.87 分，未來我們將持續努力進步，力求滿意度超過 4 分。

2024年滿意度調查 (滿分5分)



3. 員工大會：本公司每年舉辦兩次會議，內容包括各部門主管的簡報與說明。透過舉行員工大會，欣新網可有效確保員工對於公司整體發展方向有更準確的認識，並得以同時於公開平台進行意見的交流。

4. HR 信箱：重視每一位同仁的聲音，無論對於現行薪資結構的看法、對於福利政策的需求，或是職業發展資源的期望，每位主管都非常樂於傾聽，因此本公司設立「HR 信箱」，鼓勵員工隨時提出與公司制度或個人發展相關的建議。

除了上述的溝通管道，欣新網亦將開放、包容的企業文化深植於實際工作環境。我們採取主管「開放辦公室政策(Open Door Policy)」，鼓勵員工在工作中遇有疑問或建議時，隨時與主管進行一對一交流，透過此做法，我們相信能有效促進「由上而下、由下而上」的雙向溝通，強化團隊信任與組織連結。

此溝通模式除有助主管深入了解員工需求與想法，也展現公司對個體差異與多元觀點的重視，進而提升員工對組織的歸屬感與參與度。同時，主管在傾聽與回應過程中亦持續培養其多元、公平與共融意識與管理能力。欣新網透過建立透明、自由且具回應力的溝通文化，有效消弭員工階層與管理層的溝通落差，保障每位員工在公司獲得充分支持與發展機會，實現個人潛能，與企業共同邁向更具包容力與創造力的未來。

4.2 人才吸引與培育

4.2.1 員工福利

員工福利政策

員工是企業長期成長的關鍵力量，為此欣新網提供優於法規並高於同業平均標準的員工薪酬及福利政策，期望有效吸引優秀人才流入，並促進員工長期留任。人力資源政策面，欣新網由人力資源部負責彙整與分析員工意見回饋，定期檢視政策適切性，作為改善管理措施與福利設計的重要依據，並公司設有員工福利委員會，專責策劃與執行各項年度福利活動，主動蒐集同仁建議，以提升活動的多元性與參與度，進而強化企業凝聚力與員工歸屬感。下表為公司提供的員工福利政策：



福利項目	福利內容
員工彈性工時	欣新網提供彈性工時制度，員工每日實際上班 7.5 小時，並享有 1.5 小時的午休時間；此外，每周一天員工可選擇遠距工作，任職滿每四年則可享有一個月遠距工作機會。這些措施旨在幫助同仁更有效地運用時間，提升工作效率，並促進工作與生活的平衡。
員工持股信託及退休金	推動具吸引力之員工持股信託制度，作為長期留才與共享企業成長成果之策略。透過公司與員工共同提撥，協助員工建立中長期資產，提升對企業的認同與向心力。
母性友善及健康職場	本公司提供育嬰留停、哺乳室、流產假、產檢及陪產假、家庭照顧假等福利供新手父母做使用。公司亦設有職場醫護，提供員工健康諮詢、心理關懷及孕期照護建議，強化職場健康支持系統，落實對員工的實質照顧與關懷。
辦理讀書會	為了鼓勵員工提升相關智識並培養閱讀興趣，本公司定期舉辦讀書會，並訂閱 EMBA 雜誌，以提供員工更多學習資源和交流平台。

福利項目	福利內容
視障按摩	員工的身心健康為欣新網關注的重點，因此本公司提供免費視障按摩，這不僅有助於促進同仁的健康，同時亦支持弱勢視障族群的社會活動，彰顯我們對社會責任的承諾。2024 年度，該項福利使用人次共 432 位。
不定期下午茶與茶水間	欣新網設置舒適的茶水間，提供多樣化的咖啡、茶水等飲品，營造員工放鬆與交流的良好環境。除了日常的飲品供應，我們亦不定期舉辦下午茶活動，讓同仁在繁忙的工作之餘得以享受美食。
福委活動	每年舉辦至少一場福委活動，例如運動會、電影日以及節慶禮品發送等，幫助提升員工的參與感與歸屬感並進一步促進同事之間的交流與合作。2024 年本公司員工活動出席率達 81%。
Team building 與社團	我們積極提供各種團隊建設活動，以促進同事之間的互動和增強團隊凝聚力。這些活動不僅能夠加深員工之間的了解，還能提升合作精神和工作效率。此外，我們也鼓勵員工參與各類社團活動，並針對公司社團提供補助，有效促進員工工作與生活的平衡。



尾牙



Team Building



運動會



社團活動

我們落實並鼓勵同仁善用勞動部所保障的育嬰留職停薪制度，讓父母能於嬰幼兒成長關鍵期，安心投入家庭照顧而無後顧之憂，公司不僅依法保障留停權益，更透過制度延伸與關懷措施，協助同仁於留停期間與回歸職場之間，2023 及 2024 年育嬰留停及復職率統計詳下表格：

項目	2023 年			2024 年		
	男	女	總計	男	女	總計
當年度符合申請育嬰留停申請資格人數(A)	1	2	3	0	2	2
當年度申請育嬰留停人數(B)	0	2	2	0	2	2
當年度育嬰留職停薪申請率(B/A)	0%	100%	67%	-	100%	100%
當年度育嬰留停原應復職人數(C)	0	1	1	0	2	2
當年度育嬰留停原應復職且復職人數(D)	0	1	1	0	1	1
育嬰留停復職率(D/C)	-	100%	100%	-	50%	50%
前一年度育嬰留停復職人數(E)	0	1	1	0	1	1
前一年度育嬰留停復職且在職滿一年人數(F)	0	1	1	0	1	1
育嬰留停留任率(F/E)	-	100%	100%	-	100%	100%

2024 年，欣新網提供了多樣的福利供員工享受，同時訂下目標期許公司之福利規劃能夠趨於完善且適配。未來，欣新網計畫成立員工關懷機制與心理支持方案，期許福利規劃能持續朝向更完整、更多元且更貼近員工需求的方向發展。

薪酬政策

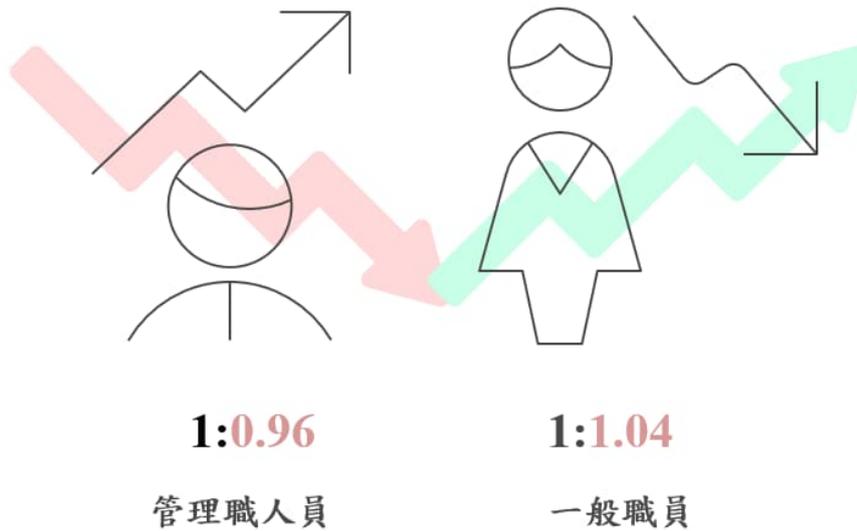
本公司的薪酬制定不因種族、性別、年齡、宗教、國籍、出生地、身心障礙等因素而有所區別，我們秉持著合理且公平公正的原則進行薪資安排。欣新網以遵循當地勞動基準法規為基礎，針對同一職別之基層專員、進用人員待遇皆相同；另針對具相關專業及工作經驗之人員，則按錄取者的學經歷、專長及證照等核定待遇。

為達到有效招募並留任人才之目的，我們定期進行薪資調查，以對標同行業的薪資水平，調查結果顯示，本公司整體薪資水準展現出高度的市場競爭力。為因應近年來通貨膨脹壓力及國際經濟局勢變動，欣新網持續自我檢視整體薪酬結構，並依據個人績效表現及總體經濟環境進行薪資調整。每年固定調整薪資，藉此確保員工薪酬與市場趨勢同步，下表為近兩年度之薪資報酬資訊：

階級	項目	2023 年	2024 年
非主管職	員工薪資總額(新台幣千元/年)	90,870	112,079
	員工薪資平均數(新台幣千元/人-年)	777	789
	員工薪資中位數數(新台幣千元/人-年)	703	680

薪酬比

本公司依職務類別分析女性與男性員工之月薪中位數比例，管理職人員男性為女性的 0.96 倍，一般職員男性則為女性的 1.04 倍，顯示薪資結構整體趨於性別平衡。2024 年度欣新網年度總薪酬比為 10.06，年度總薪資報酬變化比為 0%，反映公司薪酬制度穩定，並持續維持合理且具市場競爭力的薪酬水準。



註 1：與主管機關申報資料一致。

註 2：管理職人員係指負責部門或公司營運管理、決策與人員領導之職務人員，一般職員係指非上述之基層員工。

註 3：年度總薪酬比率 = 組織薪酬最高個人之年度總薪 / 所有員工(不包含該薪酬最高之個人)之年度總薪酬中位數

註 4：年度總薪資報酬變化比 = 組織薪酬最高個人之年度總薪酬增加百分比 / 所有員工(不包含該薪酬最高之個人)之年度總薪酬中位數增加百分比

績效考核

本公司實施完整的績效與職業發展檢核制度，2024 年度接受績效及職業發展檢核之員工比例達 100%，透過公平透明的評估機制，激勵員工持續成長與提升，使薪酬調整具備公正性與合理性。主管將與同事共同檢視績效成果，每年度進行回饋溝通，訂定未來目標，除了針對績優同事及關鍵人才的發展及留任規劃，也與績效未達預期者討論改善計畫，並依據績效評核結果做為後續升遷、訓練發展、獎勵之參考，期勉同事持續展現良好績效表現。

績效考核
100%

4.2.2 員工培育及職涯規劃

員工培訓

為員工智識的提升，欣新網每位員工每年至少完成 10 小時內部或外部訓練。且本公司已於 2024 年建立訓練需求調查制度，與各部門協作訂定年度訓練計畫。

未來亦計畫推行內部講師制度，培育至少 10 位具教學能力的內部講師，並設計管理職晉升訓練階梯，規劃由基層主管到中階主管，中階主管至高階領導力課程的發展軌跡，讓管理人才在不同職涯階段均能獲得對應之領導與管理訓練，強化團隊協作與策略思維能力。本公司 2024 年度員工訓練課程與參與概況詳如下表：

課程分類	課程名稱	參與對象	人次	總時數	人均時數
新人訓練	欣新人公司導覽、所屬品牌、通路介紹，New Hired Orientation。	所有員工	285	380	1.34
專業課程	毛利試算、基礎供應鏈管理、Big Query Introduction、Looker Studio Introduction、媒體部 & 工具介紹、媒體投廣 101、JBP 訓練、HHG College。	各部門專業課程	836	1,597	1.91
通識課程	設計流程、倉庫導覽參觀、5 Rocks、資安宣導、PSF Training、Effective Business Writing & Communication Skills。	所有員工	608	834	1.37
中高階管理職能	行為導向面試技巧課程。	中高階主管	8	8	1.00

職涯規劃

本公司提供路徑清晰且暢通的升遷機會，以促進人才的自由發展，且所有同仁皆可與人力資源部門、直屬主管甚至總經理進行一對一會談，根據員工的個人特性制定發展方向與職涯藍圖。此外，欣新網也提出五顆石頭 KPI 計畫，由各部門主管與員工進行深度討論並針對個人規劃提出五個目標，持續保持定期追蹤，落實員工績效管理與個人發展評估，保障成長歷程具可視性與延續性。

除主管與員工間的垂直溝通外，也積極促進同儕之間的橫向交流與互動，強化團隊凝聚力與合作精神。為此，我們特別於官網設置合作夥伴心得回饋專區，分享來自不同部門、不同角色的實際工作經驗與感想，透過彼此的觀點互相學習、彼此激勵，進而在工作進度與成長路上共同進步。

積極鼓勵員工參與外部產業論壇、專業培訓課程及證照考取，視其為對外接軌與知識更新的重要途徑。公司提供學習補助，涵蓋語言課程、專業證照、外部訓練學費等，並明訂每人每年之補助上限，作為支持員工持續學習的制度保障。透過這些措施，我們期望打造一個持續進化的學習型組織，同時引入前瞻觀點與產業趨勢，強化組織整體競爭力。



4.3 職業健康與安全

4.3.1 職業安全及職災政策說明

本公司深知保障員工職場健康與安全為企業應盡之責任，因此欣新網已於 2024 年完成全場域風險評估與危害辨識，並盤點工作環境風險與改善項目。2024 年度，可記錄之職業傷害數量為 3 人，其受傷原因為通勤交通事故及不慎跌倒。雖整體事故情形屬輕微，公司仍高度重視職場安全，並持續致力於降低職業災害發生的可能性。未來我們也將持續努力降低職業災害發生之可能性，為此本公司計畫訂立工傷事故通報、處理與回報流程，以明確規範責任與處理時效；且每年舉辦一次「職安健康講座」，強化風險意識與健康自主行為。透過上述規劃，我們相信未來將大大降低職災的機率，並朝零重大職災的目標前進。

項目	2023 年	2024 年
總經歷工時	302,784	376,000
職業傷害所造成的死亡數量	-	-
職業傷害所造成的死亡比率	0.00	0.00
嚴重的職業傷害數量	-	-
嚴重的職業傷害比率	0.00	0.00
可記錄之職業傷害數量	2	3
可記錄之職業傷害比率	1.32	1.60

註：各項目職業傷害比率=各項目職業傷害人數/總經歷工時*200,000。

4.3.2 員工健康照護

欣新網重視員工健康，提供新進員工基礎健康檢查補助，並建立健康紀錄初步分析機制。考量本公司員工年齡結構普遍較低，經評估後決定調整健康檢查制度，全體員工每三年進行一次健檢，並同步提高補助金額與檢查項目，強化員工健康維護機制。

欣新網亦提供員工心理健康資源，開設心理健康講座、醫護臨場、運動講座(邀請專業教練授課等)、運動社團、公益盲人按摩服務等服務，從多面向促進同仁的身心健康並加以關懷。為確保健康促進之政策推動，本公司亦訂定了中、長期規劃，於未來逐步完成全體人員身心健康之保障。

中期(2025~2030 年)	長期(2030 年後)
<ul style="list-style-type: none">與健檢機構合作，依年齡或風險分層提供進階健檢與健康諮詢。每年舉辦員工健康活動，如健檢、瑜伽、心肺復甦術教學、健康講座等。	<ul style="list-style-type: none">打造「幸福企業」品牌，員工整體健康滿意度達 90% 以上。獲得衛福部「健康職場認證」金獎等級，並維持每年續認。

5. 社會共榮

欣新網相信，企業的成長與社會的進步應並肩同行，因此持續將善的理念融入企業發展的每一環節。透過參與公益事務，關注教育、照顧弱勢、守護環境，每一份心意都承載著企業對社會的溫暖承諾，期盼為社會帶來暖心且穩定的力量以及具體且有益的改變。我們深知，企業不只是經濟單位，更是社會的一分子，在實現永續經營的路上，將持續以人為本、以善為念，與社會共同邁向更美好的未來。

5.1 支持弱勢族群

欣新網的辦公室位於市中心大樓，實際可接觸與影響的社區範圍有限，因此在評估社區風險或機會並採取相應措施方面的適用性較低。然而，基於公司資源與能力，我們持續穩定地支持「幼瑩廣慈文教學會」，關心從物資開始、支持從行動展開。欣新網以實際捐贈為主，提供總價值新台幣 492,411 元的民生物資，包括暖暖包、成人衛生用品、嬰幼兒尿布、兒童玩具、食品及清潔用品等，送至有需要的團體及群體手中。善的力量來自持續的付出，儘管提供的資源有限，但每一項物資背後，都傳遞出來自企業的關懷與支持。即使行動微小，我們始終相信，真誠的善意也能在人心發發揮深遠的力量，願成為困頓中人們的一份安穩與力量。

日期	公益活動說明
2024/02	捐贈共計 738 包暖暖包予彰化縣幼瑩廣慈文教學會，透過實際行動將溫暖傳遞給社會中有需要的族群。期盼這份來自企業的關懷，能在冬季寒流來襲時，為受助者帶來身心的溫暖，注入一股穩定而柔和的社會暖流。
2024/10	為關懷不同年齡層的弱勢族群，擴張物資內容，捐贈成人衛生用品、兒童玩具與嬰幼兒尿布予彰化縣幼瑩廣慈文教學會。透過多元且貼近實際需求的物資，我們希望提供實質幫助，協助受助者維持基本生活品質，並在成長與照護過程中感受到社會的支持與溫度。
2024/10	進一步捐贈包含食品、個人清潔用品及家庭清潔用品等日常生活所需物資予彰化縣幼瑩廣慈文教學會，期盼能減輕弱勢群體的生活負擔，並提升生活環境的整潔與衛生。這些平凡的物資背後，是企業對社會關懷的具體實踐，亦傳遞我們持續關心在地社會的行動承諾。



附錄

GRI Standards 內容指引

GRI 永續性報導準則對照表	
使用聲明	欣新網股份有限公司已參考 GRI 準則報導 2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期間內，GRI 內容索引表中引述的資訊。
使用的 GRI	GRI 1：基礎 2021

GRI 2：一般揭露

GRI	揭露項目	章節	頁碼
2-1	組織詳細資訊	關於本報告書 1.1.1 欣新網簡介	i 16
2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	i
2-3	報告期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	i
2-4	資訊重編	首次發行不適用	-
2-5	外部保證/確信	無執行外部保證/確信	-
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1.4 永續供應鏈	36
2-7	員工	4.1.1 員工組成	70
2-8	非員工的工作者	4.1.1 員工組成	70
2-9	治理結構及組成	1.2.1 公司治理與誠信經營	25-31
2-10	最高治理單位的提名與遴選	1.2.1 公司治理與誠信經營	26-29
2-11	最高治理單位的主席	1.2.1 公司治理與誠信經營	25-29
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	關於本報告書 1.2.1 公司治理與誠信經營	i 25-31
2-13	衝擊管理的負責人	關於本報告書 1.2.1 公司治理與誠信經營	i 25
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	i
2-15	利益衝突	1.2.1 公司治理與誠信經營	28
2-16	溝通關鍵重大事件	重大議題分析	7
2-17	最高治理單位的群體智識	1.2.1 公司治理與誠信經營	29
2-18	最高治理單位的績效評估	1.2.1 公司治理與誠信經營	26

GRI	揭露項目	章節	頁碼
2-19	薪酬政策	1.2.1 公司治理與誠信經營	28-29
2-20	薪酬決定流程	1.2.1 公司治理與誠信經營	28-29
2-21	年度總薪酬比例	4.2.1 員工福利	78
2-22	永續發展策略的聲明	經營者聲明	1-2
2-23	政策承諾	經營者聲明	1-2
2-24	納入政策承諾	經營者聲明	1-2
2-25	補救負面衝擊的程序	重大主題管理列表	9-14
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.2.2 法律遵循	33
2-27	法規遵循	1.2.2 法律遵循	33
2-28	公協會的會員資格	參加中華民國無店面零售商業同業公會，並由總經理室為備選候補	-
2-29	利害關係人議合方針	利害關係人議合	6
2-30	團體協約	無參與團體協約，目前以定期勞資會議作為員工溝通管道	-

重大主題鑑別

GRI	揭露項目	章節	頁碼
3-1	決定重大主題的流程	重大議題分析	7
3-2	重大主題列表	重大議題管理列表	9-14

重大主題：資訊安全與隱私保護

GRI	揭露項目	章節	頁碼
3-3	重大主題管理	重大議題管理列表	9
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2.3.3 客戶資料保護	56

重大主題：法規遵循

GRI	揭露項目	章節	頁碼
3-3	重大主題管理	重大議題管理列表	10
2-27	法規遵循	1.2.2 法律遵循	33

重大主題：公司治理與誠信經營

GRI	揭露項目	章節	頁碼
3-3	重大主題管理	重大議題管理列表	11
205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	1.2.1 公司治理與誠信經營	32

重大主題：員工福利與留任

GRI	揭露項目	章節	頁碼
3-3	重大主題管理	重大議題管理列表	12
401-2	提供給全職員工(不包含臨時或兼職)的福利	4.2.1 員工福利	75-76
401-3	育嬰假	4.2.1 員工福利	77
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	4.2.2 員工培育及職涯規劃	79

重大主題：消費體驗與服務

GRI	揭露項目	章節	頁碼
3-3	重大主題管理	重大議題管理列表	13

重大主題：永續供應鏈

GRI	揭露項目	章節	頁碼
3-3	重大主題管理	重大議題管理列表	14

其他主題

GRI	揭露項目	章節	頁碼
201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.1.2 經濟績效	20
302-1	組織內部的能源消耗量	3.2.2 能源管理	65
303-3	取水量	3.2.3 廢棄物與水資源管理	66
305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	3.2.1 溫室氣體排放	64
305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	3.2.1 溫室氣體排放	64
401-1	新進員工和離職員工	4.1.1 員工組成	71
403-9	職業傷害	4.3.1 職業安全及職災政策說明	81
405-1	治理單位與員工的多元化	1.2.1 公司治理與誠信經營	30-31
		4.1.3 性別平等維護	73
406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	4.1.2 人權政策及多元職場	71

永續會計準則委員會(SASB)

電子商務產業(Consumer Goods: E-Commerce)內容指引

主題	指標	指標說明	揭露事項
基礎硬體 設施能源 與水管理	CG-EC-130a.1	(1) 總能源消耗量 (2) 電網能源比例 (3) 再生能源比例	(1) 總能源消耗：432.2747GJ (2) 電網能源比例：100% (3) 再生能源比例：0%
	CG-EC-130a.2	(1) 總取水量 (2) 總耗水量，在水資源 壓力高或極高地區所佔 的百分比	(1) 取水量：1,464.02 立方公尺 (2) 總耗水量為 1,464.02 立方公尺 取水非來自高或極高基線水分壓力之 地區
	CG-EC-130a.3	說明將環境考量整合至 資料中心需求的策略規 劃	請參見章節 3.1.1 氣候相關財務風險 及機會與因應策略
資訊隱私 及 廣告標準	CG-EC-220a.1	使用者資訊被使用於次 要目的的用戶數	本年度無此情事
	CG-EC-220a.2	說明與行為定向廣告及 用戶隱私相關之政策與 措施	請參見章節 2.3.3 客戶資料保護
資訊安全	CG-EC-230a.1	說明鑑別極因應資訊安 全風險的方法	請參見章節 2.3.2 資訊安全措施
	CG-EC-230a.2	(1) 資料外洩次數 (2) 涉及個人識別資訊 (PII)外洩之百分比 (3) 受影響之用戶數	(1) 資料外洩次數：0 次 (2) 涉及個人識別資訊(PII)外洩之百 分比：0% (3) 受影響之用戶數 0 戶
員工招募 多元化及 績效	CG-EC-330a.1	員工敬業度百分比	滿意度調查分數結果為 3.87 分
	CG-EC-330a.2	全體員工之 (1)自願和 (2)非自願離職率	請參見章節 4.1.1 員工組成
	CG-EC-330a.3	(1)高階管理階層、(2)非 高階管理階層、(3)技術 人員及(4)所有其他員工 之性別與種族/族裔群體 所佔的百分比	請參見章節 4.1.2 人權政策及多元職 場及 4.1.3 性別平等維護
	CG-EC-330a.4	持有 H-1B 簽證之技術人 員的百分比	不適用

主題	指標	指標說明	揭露事項
產品包裝與配送	CG-EC-410a.1	產品運送的溫室氣體 (GHG)足跡總量	由合作物流業者產生，目前尚無直接統計本公司產品運送所產生溫室氣體足跡數據。未來將視可行性與合作夥伴協調納入相關排放資訊，以利全面掌握供應鏈碳排放狀況。
	CG-EC-410a.2	說明降低產品運送對環境影響之策略	請參見 3.2.1 溫室氣體排放
活動指標	CG-EC-000A	企業自定義之用戶活動衡量指標	本公司已協助超過 200 家國內外中大型品牌建立並優化其電商布局，累計操作商品數逾 20,000 件。
	CG-EC-000B	資料處理能力與外包百分比	不適用
	CG-EC-000C	出貨總箱數	不適用

TCFD 內容指引

TCFD 架構	指標	對應章節
治理	(a) 描述董事會對氣候相關風險與機會的監督情況 (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 氣候變遷因應 3.2.1 溫室氣體排放
策略	(a) 描述組織所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會 (b) 描述組織在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊 (c) 描述組織在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關情境	
風險管理	(a) 描述組織在氣候相關風險的鑑別和評估流程 (b) 描述組織在氣候相關風險的管理流程 (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	
指標與目標	(a) 揭露組織依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標 (b) 揭露範疇 1、範疇 2 和範疇 3(如適用)溫室氣體排放和相關風險 (c) 描述組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現	