

股票代碼：6856



鑫傳國際多媒體科技股份有限公司
SHINE TREND International Multimedia Technology Co.,Ltd.

民國一一四年度
年 報

公開資訊觀測站網址：<https://mops.twse.com.tw>

公司網址：<https://st-media.com.tw>

中 華 民 國 1 1 5 年 4 月 3 0 日 刊 印

一、本公司發言人及代理發言人：

發言人：

姓名：王盛春

職稱：總經理

電話：(04)3705-0011

電子郵件信箱：6856@st-media.com.tw

代理發言人：

姓名：林惠娟

職稱：財務副理

電話：(04)3705-0011

電子郵件信箱：6856@st-media.com.tw

二、公司之地址及電話：

地址：台中市大里區國光路一段 68 號

電話：(04)3705-0011

三、辦理股票過戶機構：

名稱：中國信託商業銀行股份有限公司代理部

地址：臺北市中正區重慶南路一段 83 號 5 樓

網址：<https://www.ctbcbank.com>

電話：(02)6636-5566

四、最近年度財務報告簽證會計師、事務所：

簽證會計師：陳燕慧、張字信

名稱：安侯建業聯合會計師事務所

地址：台中市西屯區文心路二段 201 號 7 樓

網址：<https://kpmg.com/tw/zh/home.html>

電話：(04) 2415-9168

五、海外有價證券掛牌買賣之交易場所名稱及查詢該海外有價證券資訊之方式：無

六、公司網址：<https://st-media.com.tw>

目 錄

壹、致股東報告書	1
貳、公司治理報告	8
一、董事、監察人、總經理、副總經理、協理、各部門及分支機構主管資料.....	8
二、最近年度支付董事、監察人、總經理及副總經理之酬金.....	23
三、公司治理運作情形.....	28
四、簽證會計師公費資訊.....	83
五、更換會計師資訊.....	84
六、公司之董事長、總經理、負責財務或會計事務之經理人，最近一年內曾任職於簽證會計師所屬事務所或其關係企業.....	85
七、最近年度及截至年報刊印日止，董事、監察人、經理人及持股比例超過百分之十之股東股權移轉及股權質押變動情形.....	85
八、持股比例占前十名之股東，其相互間為關係人或為配偶、二親等以內之親屬關係之資訊.....	86
九、公司、公司之董事、監察人、經理人及公司直接或間接控制之事業對同一轉投資事業之持股數，並合併計算綜合持股比例.....	87
參、募資情形	88
一、公司資本及股份.....	88
二、公司債辦理情形.....	90
三、特別股辦理情形.....	90
四、海外存託憑證辦理情形.....	90
五、員工認股權憑證辦理情形.....	90
六、限制員工權利新股辦理情形.....	90
七、取得員工認股權憑證之經理人及取得認股權憑證可認股數前十大員工之姓名、取得及認購情形.....	90
八、取得限制員工權利新股之經理人及取得前十大之員工姓名、取得情形.....	90
九、併購或受讓他公司股份發行新股辦理情形.....	90
十、資金運用計畫執行情形.....	90
肆、營運概況	91
一、業務內容.....	91
二、市場及產銷概況.....	108
三、從業員工最近二年度及截至年報刊印日止從業員工資料.....	117
四、環保支出資訊.....	118
五、勞資關係.....	118
六、資通安全管理.....	119
七、重要契約.....	120

伍、財務狀況及財務績效之檢討分析與風險事項	121
一、財務狀況之檢討分析.....	121
二、財務績效之檢討分析.....	122
三、現金流量之檢討分析.....	123
四、最近年度重大資本支出對財務業務之影響.....	124
五、最近年度轉投資政策、其獲利或虧損之主要原因、改善計畫及未來一年投資計畫	124
六、風險事項分析評估.....	124
七、其他重要事項.....	127
陸、特別記載事項	128
一、關係企業相關資料.....	128
二、最近年度及截至年報刊印日止，私募有價證券辦理情形	128
三、其他必要補充說明事項.....	128
四、第一上(外國興)櫃公司應包括與我國股東權益保障規定重大差異之說明	128
柒、對股東權益或證券價格有重大影響之事項	128

壹、致股東報告書

一、前言

各位股東女士、先生們：

感謝各位長期以來的支持與信賴。在全體同仁的共同努力下，鑫傳國際多媒體科技於 114 年度交出亮眼成績，合併營收達新臺幣 763,531 仟元，創下歷史新高，為集團未來的永續成長奠定堅實基石。

深化一站式平台，建構媒體電商生態圈

我們持續深化「一站式多元服務平台」戰略，業務版圖橫跨新聞節目製作、電視與網路廣告託播、B2C 商品銷售及數位內容整合行銷。透過推動產業升級轉型，我們不僅強化了在地市場的競爭優勢，更成功拓展營收來源，大幅提升整體營運的韌性與彈性。

虛實通路整合，實踐 ESG 與品牌價值升級

面對數位化消費趨勢，我們雙管齊下進行虛實整合。線上方面，自有電商平台《MAYLIFE 美麗人生 APP》自推出後，成功整合團購、電視購物與線上購物，精準提供即時且便利的消費體驗；線下實體方面，我們透過投資英國知名美妝品牌 THE BODY SHOP 臺灣獨家經銷商(持股 58.48%)，進一步拓展零售通路。該品牌對人權、地球保護與動物友善的堅持，與鑫傳推動 ESG 的永續方針高度契合。而在越來越夯的寵物市場中，鑫傳也不缺席，透過入股星品國際進攻毛孩圈，從 IP 聯名、商品開發…等優勢來搶佔商機。透過電視購物、電商平台與社群資源的串聯，我們正積極發揮綜效，加深品牌與消費者的觸及深度。

強強聯手與資源整併，擴大市場滲透力

為擴大數位影響力，我們藉由參與 LINE TV(巧克科技)之現金增資，深化與大型數位平台的策略結盟。雙方正積極推進內容互惠、影音分潤及 IP 投資等領域的深度合作，打造內容與商務並重的跨平台整合服務。同時，為強化北部市場佈局，集團位於台北汐止的新聯合辦公室已全面啟動，做為媒體與購物事業的北部營運樞紐，顯著提升了跨部門協作效能與區域市場的滲透力。

展望 115 年，穩健前行，共創永續價值

展望 115 年，儘管全球經濟仍面臨關稅壁壘、地緣政治風險及停滯性通膨等不確定性因素，鑫傳將無懼挑戰，持續聚焦於「內容數位化、生態系整合、經營效率提升」三大核心。我們將致力於提供更貼心、更有價值的產品與服務體驗，以穩健的步伐實踐對股東的價值承諾，邁向具高度影響力的永續媒體集團。

再次感謝各位股東的鼎力支持！

二、114 年度營業報告

(一)營業計劃實施成果

單位：新台幣仟元

項 目	113 年度		114 年度		增 減 百 分 比
	金 額	%	金 額	%	
營業收入	640,350	100	763,531	100	19.24%
營業成本	206,715	32	242,459	32	17.29%
營業毛利	433,635	68	521,072	68	20.16%
營業費用	309,071	48	404,414	53	30.85%
營業淨利	124,564	20	116,658	15	(6.35)%
稅前淨利	142,125	21	93,469	12	(34.23)%
本年度淨利	113,811	17	71,740	9	(36.97)%

(二)財務收支情形

單位：新台幣仟元

項 目	113 年度	114 年度	變 動 金 額
營業活動之淨現金流入	170,393	94,263	(76,130)
投資活動之淨現金流出	(247,383)	(37,622)	209,761
籌資活動之淨現金流出	(182,392)	(113,789)	68,603
本期現金及約當現金減少	(259,382)	(57,148)	202,234

(三)獲利能力分析

分 析 項 目	113 年度	114 年度	
資產報酬率(%)	11.68	6.84	
股東權益報酬率(%)	14.07	8.70	
佔實收資本比率(%)	營業利益	44.17	41.37
	稅前純益	50.40	33.15
純益率(%)	17.77	9.40	
每股盈餘(稅後)	4.12	2.62	

(四)114 年度預算執行情形

本公司 114 年度並未對外公告財務預測，故不適用。

(五)研究發展狀況

身為集團母公司，研發核心在於建構「高畫質影音生態系」與「零售媒體網路(RMN)」。

- 1.5G 虛擬製播技術應用：持續研發大里攝影棚 5G 專網下的低延遲傳輸技術，結合 4K 虛擬攝影棚，開發沉浸式(Immersive)視訊內容。
- 2.AI 內容產製系統(AIGC)：投入 AI 輔助剪輯與自動化腳本生成工具，旨在縮短地方新聞與節目的後製時程，提升內容產出率。
- 3.零售媒體網路(RMN)大數據：研發跨平台用戶畫像分析技術，整合電視收視數據與 THE BODY SHOP 的零售數據，提供廣告主更精準的投放策略。

三、115 年度營業計畫概要

(一)新聞節目製作

鑫傳的新聞 IP「台灣生活新聞」以「深耕地方、在地觀點」為核心特色，不同於都會區的全國性新聞，專注於中南部社區報導、民生議題、客觀監督與即時在地生活資訊，具有濃厚的人情味與社區連結，不只深獲民眾認同，也囊括多座國內獎項，115 年持續謹守地方新聞傳達地方事的立場。

而在財經及國際新聞方面，網路新聞品牌「信傳媒」115 年持續強化財經及國際新聞報導的深度與廣度，並針對特定議題進行專欄或專題報導，面對嚴峻的國際局勢，全球產業環境劇烈震盪，例如二月美國以色列轟炸德黑蘭後即進行持續性專題報導，紀錄美國在攻打委內瑞拉有所斬獲後、繼續攻打伊朗，卻已超過一個月的軍事行動，造成全球石油、各項原物料齊漲，期望相關訊息有助於閱聽大眾掌握最新國際脈動(信傳媒 <https://www.cmmedia.com.tw/home/topic/229>)。

在節目製作方面，與 LINE TODAY 合製的「LO 叩敲門」第五季已於 1 月份上架，創下近百萬點閱，而另一個在 LINE TODAY 上架的在地節目「LO 叩看在地」也持續更新新主題。此外，115 年度將增加對產業及企業報導的節目內容，新一季的「臺灣頭家」亦將持續探訪臺灣隱形冠軍企業，持續為在地優質企業發聲與宣傳。

本公司亦與數位媒體平台進行策略聯盟，將地方新聞直播上架於 LINE TV。未來將持續深化合作關係，拓展更多數位合作模式，將優質新聞與節目內容傳播至更廣泛的國內外觀眾，讓世界看見鑫傳。

去年，也開始導入 AI 工具，讓影音產製更有效率、也更跟上時代趨勢。

(二)衛星電視

「冠軍電視台」、「冠軍夢想台」、「中臺灣生活網」、「A-ONE 體育台」是本公司所持有的衛星頻道，涵蓋新聞、生活、娛樂、體育等面向，發展動能可觀。

目前「冠軍電視台」、「冠軍夢想台」、「中臺灣生活網」在全臺灣凱擘、中嘉及 TBC 等多系統業者上架播映，已經觸及全國超過 80% 的有線電視收視戶，能見度高。

115 年度致力優化頻道戰略排位(LCN Management)：持續鞏固與凱擘、中嘉、TBC 及各地區獨立系統業者之合作，針對「冠軍電視台」、「冠軍夢想台」、「中臺灣生活網」三個頻道，積極爭取更具收視慣性的黃金頻道序位，極大化關鍵頻段的轉台觸及率，確保品牌能見度穩居領先地位。

(三)購物事業

1.美麗人生購物(MayLife)

美麗人生購物頻道為本公司零售業務的重要平台，涵蓋電視購物、網路及直播銷售等多元通路。

- 電視購物：透過直播節目或錄影節目方式展示各式各樣商品，涵蓋生鮮美食、生活用品、美妝產品、3C 家電、服飾...等，由專業主持人或產品代言人，以生動的方式，向觀眾介紹商品特點、價格，吸引觀眾購買。
- 銷售服務：消費者可透過電話、網路或 APP 即時選購節目中介紹的商品並完成交易，享受即時便捷的購物體驗。

隨著科技的進步，本公司規劃導入互動功能，強化商品展示的真實感與臨場感，進一步提升購物的便利性，滿足消費者的需求。

2.美雅國際(THE BODY SHOP)

美雅國際企業股份有限公司為英國知名品牌 THE BODY SHOP 在臺灣的獨家經銷商，主要商品為全身天然清潔與保養產品，銷售管道包含實體門市與電商通路。

- 通路計畫：THE BODY SHOP 實體門市遍布全臺大型百貨及熱門商圈，並擁有專業銷售人員，主打體驗式銷售服務。114 年積極展店，截至 114 年底，全臺已有 45 家門市，更將在 115 年第一季末及 115 年第二季初持續共拓展 2 個門市，全臺門市數量將來到 47 家，讓客戶可以從更方便的管道購買或是體驗 THE BODY SHOP 產品。
- 行銷策略重點：將以 THE BODY SHOP 品牌年度行銷主軸為核心，聚焦三大重點，全面推動品牌年輕化，提升品牌好感度與網路聲量。配合 THE BODY SHOP 全球 50 週年慶及新產品開發策略，將引進更多身體系列新品，期望成為品牌新爆品。運用多元創新的短影音與 UGC 社群行銷，擴展新客源、新市場。強化庫存管理、審慎評估櫃點投資效益、控管資本支出，並透過明確的品牌行銷主軸，提升競爭力與獲利能力，為中長期穩健發展奠定基礎。

3.星品國際

星品國際專注於寵物用品市場，旗下擁有知名品牌「Jolly Pet」，整合線上直播與實體百貨通路。該公司與多個 IP 聯名，產品涵蓋智能寵物用品、外出包及居家護理用品。鑫傳在 113 年投資後，「Jolly Pet」產品可藉由集團在媒體與內容行銷方面的專業，精準推廣品牌與產品，創造顯著的銷售綜效。

- (1)導入高回購商品線：正式推出寵物保健食品系列，針對寵物機能需求開發高回購產品。並且與國內知名大廠合作，開發寵物清潔系列(如除臭、清潔用品)，利用民生必需品特性增加客戶回訪率。
- (2)海外市場版圖擴張：預計下半年正式進軍港澳及東南亞市場，複製台灣成功之 OMO 營銷策略，建立區域經銷體系，擴大營業規模。
- (3)精實實體通路戰略：深化與百貨體系合作，計畫於全台人潮熱點區域新增 2 個百貨銷售據點，提升品牌能見度並強化線下體驗服務。
- (4)精準數據營銷：強化 LINE 會員系統經營，透過大數據分析會員消費習性，實施精準行銷與自動回購提醒，降低獲客成本，追求公司永續成長。

(四)廣告銷售

影音行銷做為現今最具吸引力的行銷形式之一，結合視覺與聽覺效果，有效吸引觀眾注意力，提升品牌辨識度與互動參與率，進而帶動產品銷售表現。

因應數位時代浪潮，本公司積極拓展數位影音廣告渠道，除協助客戶拍攝宣傳影片外，亦提供社群與網路行銷整合服務，協助客戶實現數位轉型，與本公司攜手邁向全方位影音行銷新時代。

四、未來公司發展策略

本公司由永續願景延伸出三大使命:可信(Credible)、循環(Cycle)、關懷(Care)，並據此發展三大核心策略:「新聞可信，永續營運」、「共好循環，友善環境」、「關懷傳承，社會共好」。本公司期許透過三大核心策略的推動下，實踐「永續經營」、「友善環境」、「社會共好」三大遠景。在此 3C 永續發展架構下：

- (一)新聞節目事業製作將持續秉持「專業用心、客觀公正」的製作原則，深入國內外重大議題與趨勢，提供即時且具深度的報導內容，協助觀眾掌握世界動態。
- (二)購物事業及廣告業務則朝「結合科技、跨業運用」方向發展，透過與 LINE TV 等策略夥伴的合作，開拓網路領域商機，吸引不同年齡層消費者並助力廣告主數位轉型。

在推進數位轉型的同時，本公司將持續秉持 3C 核心價值，不僅拓展營收動能，更以媒體永續發展為目標，落實企業 ESG 使命，穩健邁向具有全球視野的永續媒體集團。

五、受到外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響

(一)外部競爭環境

在新聞節目製作領域，線上影音串流平台、OTT 影音服務及 AI 生成內容等技術，已成為當前產業發展的熱門趨勢。然而，不論內容透過何種平台呈現，掌握 IP 智慧財產權始終是關鍵。本公司持續專注於原創內容的開發與製作，強化自有 IP 的累積與運用，確保於各大平台播放時皆具備主導權。近年已與 LINE TV 合作製播節目，並於 LINE 平台播映，逐步擴展 IP 內容之曝光與傳播範圍。透過跨業結盟策略，本公司積極提升內容價值與點閱效益，未來亦將結合購物與廣告資源，打造差異化的多元內容服務平台，提升整體市場競爭力。

(二)法規環境

本公司頻道屬衛星廣播事業，受到主管機關高度管理及監督，自經營許可、營運管理及事業執照，均需國家通訊傳播委員會核准方得辦理。日常營運中，本公司嚴格遵循國內相關法規，並密切關注主管機關政策方向與法令變動，透過專業顧問提供之法規分析與建議，協助經營團隊即時掌握產業趨勢與潛在風險，作為營運策略調整之依據，以確保企業穩健經營，為股東創造最大利益。

(三)總體經營環境

有線電視自發展以來，已深植於民眾生活之中。根據國家通訊傳播委員會 114 年第 3 季統計資料，臺灣地區有線電視普及率約為 44%。然而，隨著國內外 OTT 平台持續崛起，觀眾收視習慣有極大幅度的改變，傳統電視面臨收視人口流失之挑戰。為因應此趨勢，本公司透過高品質原創自製內容吸引用戶，並積極與異業結盟，發展多螢跨頻服務以及投資優質影音 IP，提升內容觸及率與品牌能見度。

現代人求新求快，新聞事件的流量刺激通常在發生後的 1 到 2 個小時內達到第一波高峰，並在 24 小時內持續發酵發生，因此本公司在傳統電視媒體外增加新聞網站的平台，即時傳遞第一手在地資訊，有效提升網站流量與點閱率；另於 LINE TV FAST 開設 24 小時直播，增加網路曝光度，網友不只能夠看到中南部第一手新聞，也透過與《信傳媒》的跨平台串聯，實現新聞資源最大效益。

在廣告業務方面，持續拓展跨平台整合行銷，發展數位廣告業務，包含社群媒體 (Facebook、IG)、數位影音平台(如 YouTube)、LINE TV、LINE TODAY、PODCAST... 等，藉由整合傳統媒體高覆蓋力與新媒體即時互動優勢，建立更具成效之品牌行銷平台。

在購物事業方面，本公司積極打造 MAY LIFE 品牌形象，與高市佔率之 LINE 購物平台合作，導入多元銷售管道，強化用戶互動與轉單效率；旗下美雅國際 (THE BODY SHOP)、星品國際亦將持續深化品牌經營、強化顧客服務體驗，透過電商與實體通路雙軌並進策略，穩健擴展市場版圖。

一路走來，我們從傳統地方媒體出發，持續突破地域與產業邊界，穩健轉型升級，朝向全方位媒體與消費服務平台邁進。我們有信心在劇烈變動的產業環境中持續站穩腳步，不僅守護在地價值，也為投資人與全體同仁開創更豐碩的未來。

最後，謹再次感謝各位股東長期以來的支持與厚愛。展望 115 年度，本公司將以更堅定的信念與積極的行動，穩健經營、持續創新，爭取更亮眼之經營績效，回饋所有股東的信任與期待。

敬祝 身體健康、萬事如意！

鑫傳國際多媒體科技(股)公司



董事長：廖紫岑



貳、公司治理報告

一、董事、監察人、總經理、副總經理、協理、各部門及分支機構主管資料

(一) 董事及監察人

1. 董事及監察人資料

115年03月28日；單位：股；%

職稱	國籍及註冊地	姓名	性別 年齡	選(就)任日期	任期	初次選任日期	任時持有股份		現持有股份		配偶、未成年子女現在持有股份		利用他人名義持有股份		主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務	具配偶或二親等以內關係之其他主管、董事或監察人			備註
							股數	持比率	股數	持比率	股數	持比率	股數	持比率			職稱	姓名	關係	
董事長	台灣	台灣數位光訊科技(股)公司	—	113.5.31	3年	111.3.1	18,379,000	65.17%	18,379,000	65.17%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		代表人：廖紫岑	女 55-60	113.5.31	3年	93.6.27	—	—	22,000	0.08%	—	—	—	—	.淡江大學教育系(現資圖系) .國立中興大學EMBA 企業領袖組 .雲林科技大學企管碩士 .雲林科技大學財務金融碩士 .佳聯有線電視(股)公司總經理 .台灣數位光訊科技(股)公司董事長暨集團總裁 .台灣基礎開發科技(股)公司董事長 .鑫隆多媒體(股)公司董事 .鑫祺多媒體(股)公司董事 .美雅國際企業(股)公司董事長 .凱月(股)公司董事長 .佳盈開發(股)公司董事長 .佳顯(股)公司董事長 .北港投資(股)公司董事 .佳明投資(股)公司董事 .冠華管理顧問(股)公司董事長 .佳采育樂(股)公司董事長 .凱薩(股)公司董事長 .賽那美育樂開發(股)公司董事長 .清新國際(股)公司董事 .佳昇休育樂(股)公司董事長 .全景開發多媒體(股)公司董事長 .元扶企業(股)公司董事長 .元寶開發(股)公司董事長 .水天投資(股)公司監察人 .巧克科技新媒體(股)公司董事 .大佳國際投資(股)公司董事長 .佳研智聯(股)公司副董事長 .佳氫能源(股)公司副董事長 .佳邦智慧投資(股)公司董事長	副董事長	林美琪	媳	—	

職稱	國籍及註冊地	姓名	性別年齡	選(就)任日期	任期	初次選任日期	任時持有股份		現持有股份		配偶、未成年子女現在持有股份		利用他人名義持有股份		主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務	具配偶或二親等以內關係之其他主管、董事或監察人			備註
							股數	持比率	股數	持比率	股數	持比率	股數	持比率			職稱	姓名	關係	
副董事長	台灣	台灣數位光訊科技(股)公司	—	113.5.31	3年	111.3.1	18,379,000	65.17%	18,379,000	65.17%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		代表人：林美琪	女 50-55	111.6.24	3年	111.6.24	5,000	0.02%	—	—	—	—	—	—	中國醫藥大學中西醫學系	台灣數位光訊科技(股)公司董事 佳聯有線電視(股)公司協理 鑫和數位科技(股)公司董事長 佳邦智慧投資(股)公司董事 鑫隆多媒體(股)公司董事 鑫祺多媒體(股)公司董事 美雅國際企業(股)公司監察人 人誠文創(股)公司監察人 賽那美育樂開發(股)公司董事 元扶企業(股)公司董事 元寶開發(股)公司董事 冠華管理顧問(股)公司監察人 佳采育樂(股)公司監察人 凱薩(股)公司監察人 佳昇休閒育樂(股)公司監察人 全景開發多媒體(股)公司監察人 凱月(股)公司監察人 佳盈開發(股)公司監察人 佳顯(股)公司監察人 佳明投資(股)公司董事長 佳達投資(股)公司董事 喬貿投資(股)公司董事長	董事長	廖紫岑	媳	—
董事	台灣	台灣數位光訊科技(股)公司	—	113.5.31	3年	111.3.1	18,379,000	65.17%	18,379,000	65.17%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		廖學邦	男 31-35	113.5.31	3年	113.5.31	465,000	1.65%	465,000	1.65%	—	—	—	—	台灣數位光訊科技(股)公司董事 國立政治大學法律學系	新永安有線電視(股)公司副董事長	—	—	—	—

職稱	國籍及註冊地	姓名	性別年齡	選(就)任日期	任期	初次選任日期	任時持有股份		現持有股份		配偶、未成年子女現在持有股份		利用他人名義持有股份		主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務	具配偶或二親等以內關係之其他主管、董事或監察人			備註
							股數	持比率	股數	持比率	股數	持比率	股數	持比率			職稱	姓名	關係	
董事	台灣	台灣數位光訊科技(股)公司	—	113.5.31	3年	111.3.1	18,379,000	65.17%	18,379,000	65.17%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		代表人：林亞璇	女 35-40	113.5.31	3年	109.12.25	—	—	5,000	0.02%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
董事	台灣	傳晟投資股份有限公司	—	113.5.31	3年	113.5.31	2,000	0.01%	2,000	0.01%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

職稱	國籍及註冊地	姓名	性別 年齡	選(就)任日期	任期	初次選任日期	任時持有股份			現持有股份		在數		配偶、未成年子女現在持有股份		利用他人名義持有股份		主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務	具配偶或二親等以內關係之其他主管、董事或監察人			備註
							股數	持比	股率	股數	持比	股率	股數	持比	股率	股數	持比			股率	股數	持比	
		代表人：王明正	男 50-55	113.5.31	3年	94.6.14	-	-	86	0.00%	7,374	0.03%	-	-	-	-	逢甲大學統計學系 佳聯有線電視(股)公司管理 佳聯有線電視(股)公司管理 經理	台灣數位光訊科技(股)公司副執行長 佳聯有線電視(股)公司董事 台灣佳光電訊(股)公司董事 台灣基礎開發科技(股)公司董事 鑫隆多媒體(股)公司董事 鑫祺多媒體(股)公司董事 星品國際實業(股)公司董事 美雅國際企業(股)公司董事 凱月(股)公司董事 佳盈開發(股)公司董事 佳顯(股)公司董事 佳典投資(股)公司董事長 傳晟投資(股)公司董事長 北港投資(股)公司董事長 佳明投資(股)公司監察人 佳達投資(股)公司董事 冠華管理顧問(股)公司董事 佳采育樂(股)公司董事 凱薩(股)公司董事 賽那美育樂開發(股)公司董事 清新國際(股)公司董事長 佳昇休閒育樂(股)公司董事 全景開發多媒體(股)公司董事 元扶企業(股)公司監察人 元寶開發(股)公司監察人 巧克科技新媒體(股)公司董事	-	-	-	-	
董事	台灣	北港投資股份有限公司	-	113.5.31	3年	113.5.31	5,000	0.02%	5,000	0.02%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		代表人：程春萍	女 50-55	113.5.31	3年	113.5.31	7,374	0.03%	7,374	0.03%	86	0.00%	-	-	佳盈開發(股)公司監察人 斗六高中	鑫和數位科技(股)公司監察人 首特科技(股)公司監察人 凱月(股)公司監察人 佳盈開發(股)公司監察人 佳顯(股)公司監察人 北港投資(股)公司監察人 佳典投資(股)公司董事 傳晟投資(股)公司董事	董事	王明正	夫妻	-			

職稱	國籍及註冊地	姓名	性別年齡	選(就)任日期	任期	初次選任日期	任時持有股份			現持有股份			在數			配偶、未成年子女現在持有股份	利用他人名義持有股份			主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務	具配偶或二親等以內關係之其他主管、董事或監察人			備註
							股數	持比	股率	股數	持比	股率	股數	持比	股率		股數	持比	股率			股數	持比	股率	
獨立董事	台灣	蔡榮騰	男 65-70	113.5.31	3年	110.10.19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.美國威斯康辛州立大學工商管理學士 .台達電子工業(股)公司企業本部副總裁	.天榮投資(股)公司董事長 .天陽航太科技(股)公司董事長 .關中(股)公司獨立董事 .台灣上市櫃公司協會榮譽理事長 .研揚科技(股)公司獨立董事 .三信商業銀行(股)公司常務獨立董事	-	-	-	-
獨立董事	台灣	胡湘麒	男 60-70	113.5.31	3年	113.5.31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.國立台灣大學國際企業學研究所碩士 .國立台灣大學電機工程學士 .中山科學研究院工程師 .IBM 業務代表，專業管理顧問 .凱聚(股)公司總經理 .毅金工業(股)公司董事長 .震遠科技(股)公司董事長/總經理 .國巨(股)公司全球業務事業群總經理	.能率網通(股)公司董事長 .正能量智能(股)公司董事長 .捷邦國際科技(股)公司董事長 .能率亞洲資本(股)公司董事 .能率創新(股)公司董事 .亞力電機(股)公司獨立董事 .佳能企業(股)公司董事 .愛山林建設開發(股)公司獨立董事 .英屬開曼群島商第一化成控股(股)公司董事長 .人杰老四川餐飲管理顧問(股)公司獨立董事 .巧克科技新媒體(股)公司董事	-	-	-	-
獨立董事	台灣	徐俊明	男 60-70	113.5.31	3年	110.10.19	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	.美國雪城大學財務金融博士 .興農(股)公司獨立董事 .宏遠證券(股)公司獨立董事	.中興大學財金系教授 .佳凌科技(股)公司獨立董事	-	-	-	-

2.法人股東之主要股東

115年03月28日

法人股東名稱	法人股東之主要股東
台灣數位光訊科技(股)公司(註1)	佳盈開發(股)公司(12.52%)、佳顯(股)公司(9.75%)、佳川(股)公司(9.21%)、佳明投資(股)公司(8.14%)、群宇國際開發(股)公司(6.10%)、凱月(股)公司(5.21%)、凱升(股)公司(4.96%)、佳麟投資(股)公司籌備處代表人林美琪(3.49%)、佳典投資(股)公司(2.42%)、岱盈投資(股)公司(2.04%)
傳晟投資(股)公司	王郭麗華(39.10%)、程春萍(20.19%)、王明正(12.98%)、王有基(8.18%)、王明群(7.87%)、王誌毅(5.83%)、王彥婷(5.61%)、王誌浩(0.24%)
北港投資(股)公司	傳晟投資(股)公司(44.92%)、水天投資(股)公司(19.91%)、凱月(股)公司(19.83%)、佳典投資(股)公司(15.34%)

註1：截至本公司年報刊印日止，法人股東提供截至115年03月29日之資料。

3.法人股東之主要股東為法人者其主要股東

115年03月28日

法人名稱	法人之主要股東
佳盈開發(股)公司(註1)	北港投資(股)公司(23.29%)、凱月(股)公司(72.94%)、雲見有限公司(3.78%)
佳顯(股)公司(註1)	凱月(股)公司(88.15%)、洪盛雄(2.49%)、洪惠香(1.88%)、洪惠敏(1.88%)、洪崇智(1.88%)、洪惠珍(1.88%)、林秀環(1.86%)
佳川(股)公司(註1)	森耀投資(股)公司(75.79%)、佳毅投資(股)公司(13.1%)、孫永倉(6.26%)、孫慶壽(1.88%)、壽寶投資有限公司(1.66%)、孫名毅(0.89%)、孫有廷(0.3%)、孫國維(0.12%)
佳明投資(股)公司(註1)	善正如(股)公司(17.29%)、廖學邦(14.29%)、傳晟投資(股)公司(13.66%)、喬貿投資(股)公司(11.83%)、辰遠(股)公司(11.66%)、佳典投資(股)公司(5.71%)、陳政松(3.89%)、宇順投資有限公司(3.77%)、法永觀(股)公司(3.46%)、岱盈投資(股)公司(3.20%)
群宇國際開發(股)公司(註1)	林亞璇(60.00%)、蔡宜娟(33.33%)、黃清福(4.17%)、黃蕙菁(1.83%)、郭瑞春(0.17%)、李偉誠(0.17%)、黃秀裕(0.34%)

法人名稱	法人之主要股東
凱月(股)公司 (註 1)	水天投資(股)公司(42.05%)、傳晟投資(股)公司(28.44%)、喬貿投資(股)公司(27.35%)、玉全國際(股)公司(2.03%)、王明正(0.02%)、王明群(0.02%)、王有基(0.02%)、王郭麗華(0.02%)、程春萍(0.02%)、廖紫岑(0.00%)
凱升(股)公司 (註 1)	森耀投資(股)公司(81.25%)、建豪投資(股)公司(4.38%)、浚杰投資(股)公司(3.04%)、恒盈投資(股)公司(2.72%)、森長投資(股)公司(2.17%)、浚卿投資(股)公司(1.86%)、嵩喬投資(股)公司(1.72%)、陳浚杰(1.25%)、陳浚卿(0.83%)、黃建豪(0.78%)
佳典投資(股)公司 (註 1)	傳晟投資(股)公司(65.90%)、水天投資(股)公司(13.76%)、侯隘亭(3.15%)、王誌毅(1.98%)、王彥婷(1.98%)、陳淑卿(1.48%)、王禎君(1.46%)、丁銘泰(1.19%)、陳麗芸(0.84%)、陳青妙(0.84%)
岱盈投資(股)公司 (註 1)	江漢斌(59.95%)、蔡淑貞(20.94%)、江盈(18.69%)、江秀玉(0.22%)、蔡淑緣(0.21%)
水天投資(股)公司	廖紫岑(54.82%)、鄭天爵(26.72%)、鄭伊辰(8.73%)、鄭詠心(8.73%)、英屬維京群島商 TOP DRAGON LIMITED(1.00%)

註 1：截至本公司年報刊印日止，法人股東提供 115 年 03 月 29 日止之主要股東資料。

4.董事專業資格及獨立董事獨立性資訊揭露

115年03月31日

姓名 條件	專業資格與經驗 (註1)	獨立性情形 (註2)	兼任其他 公開發行 公司獨立 董事家數
廖紫岑 (董事長)	<ul style="list-style-type: none"> •具財務、風險管理、商務或公司業務所須之工作經驗 •現任台灣數位光訊科技(股)公司董事長暨集團總裁、台灣基礎開發科技(股)公司董事長、鑫隆多媒體(股)公司董事、鑫祺多媒體(股)公司董事、凱月(股)公司董事長、佳盈開發(股)公司董事長、佳顯(股)公司董事長、北港投資(股)公司董事、佳明投資(股)公司董事、冠華管理顧問(股)公司董事長、佳采育樂(股)公司董事長、凱薩(股)公司董事長、賽那美育樂開發(股)公司董事長、清新國際(股)公司董事、佳昇休閒育樂(股)公司董事長、全景開發多媒體(股)公司董事長、元扶企業(股)公司董事長、水天投資(股)公司監察人、巧克科技新媒體(股)公司董事、大佳國際投資(股)公司董事長、佳研智聯(股)公司副董事長、佳氫能源(股)公司副董事長、美雅園國際企業(股)公司董事長、元寶開發(股)公司董事長、佳邦智慧投資(股)公司董事長、善正如(股)公司監察人、法永觀(股)公司監察人、新禾新能源科技(股)公司董事、佳泰國際投資(股)公司董事長、程曦資訊整合(股)公司獨立 •未有公司法第30條各項情事 	(不適用)	無

姓名 條件	專業資格與經驗 (註1)	獨立性情形 (註2)	兼任其他 公開發行 公司獨立 董事家數
林美琪(董事)	<ul style="list-style-type: none"> •具商務或公司業務所須之工作經驗 •現任台灣數位光訊科技(股)公司董事、佳聯有線電視(股)公司董事長、鑫和數位科技(股)公司董事長、鑫隆多媒體(股)公司董事、鑫棋多媒體(股)公司董事、凱月(股)公司監察人、佳盈開發(股)公司監察人、佳顯(股)公司監察人、佳明投資(股)公司董事長、冠華管理顧問(股)公司監察人、佳采育樂(股)公司監察人、凱薩(股)公司監察人、賽那美育樂開發(股)公司董事、佳昇休閒育樂(股)公司監察人、全景開發多媒體(股)公司監察人、元扶企業(股)公司董事、佳達投資(股)公司董事、喬貿投資(股)公司董事長、人誠文創(股)公司監察人、美雅國際企業(股)公司監察人、元寶開發(股)公司董事、佳邦智慧投資(股)公司董事 •未有公司法第30條各項情事 	(不適用)	無
廖學邦(董事)	<ul style="list-style-type: none"> •具產業所需相關之工作經驗 •現任新永安有線電視(股)公司副董事長 •曾任台灣數位光訊科技(股)公司董事、鼎豐富餐飲有限公司董事 •未有公司法第30條各項情事 	(不適用)	無
林亞璇(董事)	<ul style="list-style-type: none"> •具商務或公司業務所須之工作經驗 •現任台灣數位光訊科技(股)公司協理、中投有線電視(股)公司監察人、台灣基礎開發科技(股)公司董事、欣亞投資(股)公司董事長、鑫和數位科技(股)公司董事、首特科技(股)公司董事、鑫隆多媒體(股)公司董事、大揚有線電視(股)公司董事、鑫棋多媒體(股)公司董事長、佳昇休閒育樂(股)公司並事、全景開發多媒體(股)公司董事、辰遠(股)公司董事、群亞(股)公司並事、群宇國際開發(股)公司董事長、人誠文創(股)公司監察人、星品國際實業(股)公司董事長 •未有公司法第30條各項情事 	(不適用)	無

姓名 條件	專業資格與經驗 (註 1)	獨立性情形 (註 2)	兼任其他 公開發行 公司獨立 董事家數
王明正(董事)	<ul style="list-style-type: none"> •具商務或公司業務所須之工作經驗 •現任佳聯有線電視(股)公司董事、台灣佳光電訊(股)公司董事、台灣基礎開發科技(股)公司董事、鑫隆多媒體(股)公司董事、鑫祺多媒體(股)公司董事、凱月(股)公司董事、佳盈開發(股)公司董事、佳顯(股)公司董事、佳典投資(股)公司董事長、傳晟投資(股)公司董事長、北港投資(股)公司董事長、佳明投資(股)公司監察人、冠華管理顧問(股)公司董事、佳采育樂(股)公司董事、凱薩(股)公司董事、賽那美育樂開發(股)公司董事、清新國際(股)公司董事長、佳昇休閒育樂(股)公司董事、全景開發多媒體(股)公司董事、佳達投資(股)公司董事、巧克科技新媒體(股)公司董事、星品國際實業(股)公司董事、美雅國際企業(股)公司董事、元寶開發(股)公司監察人、元扶企業(股)公司監察人 •未有公司法第 30 條各項情事 	(不適用)	無
北港投資(股)公司法人代表：程春萍(董事)	<ul style="list-style-type: none"> •具產業所需相關之工作經驗。 •現任鑫和數位科技(股)公司監察人、首特科技(股)公司監察人、凱月(股)公司監察人、佳盈開發(股)公司監察人、佳顯(股)公司監察人、北港投資(股)公司監察人、佳典投資(股)公司董事、傳晟投資(股)公司董事 •未有公司法第 30 條各項情事 	(不適用)	無
蔡榮騰(獨立董事)	<ul style="list-style-type: none"> •具商務、法務、財務、會計或公司業務所須之工作經驗 •現任天榮投資(股)公司董事長、天陽航太科技(股)公司董事長、關中(股)公司獨立董事、台灣上市櫃公司協會榮譽理事長、研揚科技(股)公司獨立董事、三信商業銀行(股)公司常務獨立董事 •曾任台達電子工業(股)公司企業本部副總裁、時碩工業(股)公司獨立董事 •未有公司法第 30 條各項情事 	<ul style="list-style-type: none"> •獨立董事本人、其配偶、其二親等以內親屬未擔任本公司或其他關係企業之董事、監察人或受僱人；未持有本公司股份數；未擔任與本公司有特地關係公司之董事、監察人或受僱人。 •最近 2 年無提供本公司或其他關係企業商務、法務、財務、會計等服務而取得報酬之情形。 	3

姓名 條件	專業資格與經驗 (註 1)	獨立性情形 (註 2)	兼任其他 公開發行 公司獨立 董事家數
徐俊明 (獨立董事)	<ul style="list-style-type: none"> •具商務、法務、財務、會計或公司業務所須相關科系之公私立大專院校講師以上之專業資格及工作經驗 •中興大學財金系教授(98/02 至今) •中興大學財金系副教授(91/08~98/01) •東海大學財金系副教授(83/05~91/07) •現任佳凌科技(股)公司獨立董事、伸興工業股份有限公司獨立董事 •曾任伸興工業(股)公司獨立董事、興農(股)公司獨立董事、宏遠證券(股)公司獨立董事 •未有公司法第 30 條各項情事 	<ul style="list-style-type: none"> •獨立董事本人、其配偶、其二親等以內親屬未擔任本公司或其他關係企業之董事、監察人或受僱人；未持有本公司股份數；未擔任與本公司有特地關係公司之董事、監察人或受僱人。 •最近 2 年無提供本公司或其他關係企業商務、法務、財務、會計等服務而取得報酬之情形。 	無
胡湘麒 (獨立董事)	<ul style="list-style-type: none"> •具商務、法務、財務、會計或公司業務所須之工作經驗 •台灣大學國際企研所碩士 •具五年以上公司相關產業商務經驗、策略管理及領導能力並兼備豐富執行業務所需知識技能素養及經營管理經驗，藉以貢獻公司治理管理專長 •具備商務、法務、財務、會計或公司業務 25 年以上之工作經驗 •現任能率網通(股)公司董事長、正能量智能(股)公司董事長、捷邦國際科技(股)公司董事長、能率亞洲資本(股)公司董事、能率創新(股)公司董事、亞力電機(股)公司獨立董事、佳能企業(股)公司董事、愛山林建設開發(股)公司獨立董事、英屬開曼群島商第一化成控股(股)公司董事長、人杰老四川餐飲管理顧問(股)公司獨立董事、巧克科技新媒體(股)公司董事 •未有公司法第 30 條各項情事 	<ul style="list-style-type: none"> •獨立董事本人、其配偶、其二親等以內親屬未擔任本公司或其他關係企業之董事、監察人或受僱人；未持有本公司股份數；未擔任與本公司有特地關係公司之董事、監察人或受僱人。 •最近 2 年無提供本公司或其他關係企業商務、法務、財務、會計等服務而取得報酬之情形。 	3

註 1：專業資格與經驗：敘明個別董事及監察人之專業資格與經驗，如屬審計委員會成員且具備會計或財務專長者，應敘明其會計或財務背景及工作經歷，另說明是否未有公司法第 30 條各款情事。

註 2：獨立董事應敘明符合獨立性情形，包括但不限於本人、配偶、二親等以內親屬是否擔任本公司或其關係企業之董事、監察人或受僱人；本人、配偶、二親等以內親屬(或利用他人名義)持有公司股份數及比重；是否擔任與本公司有特定關係公司(參考公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法第 3 條第 1 項 5~8 款規定)之董事、監察人或受僱人；最近 2 年提供本公司或其關係企業商務、法務、財務、會計等服務所取得之報酬金額。

5.董事會的多元化及獨立性

(1)本公司「公司治理實務守則」訂有董事會成員多元化政策：

為強化公司治理並促進董事會組成與結構之健全發展，本公司於 105 年修訂之「公司治理實務守則」第 20 條第 3 項中政策指出：董事會成員組成應考量多元化，除兼任公司經理人之董事不宜逾董事席次三分之一外，並就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當之多元化方針，宜包括但不限於以下二大面向之標準：

- A.基本條件與價值性別、年齡、國籍及文化等。
- B.專業知識與技能專業背景(如法律、會計、產業、財務、行銷或科技)、專業技能及產業經歷等。

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：

- A.營運判斷能力。
- B.會計及財務分析能力。
- C.經營管理能力。
- D.危機處理能力。
- E.產業知識。
- F.國際市場觀。
- G.領導能力。
- H.決策能力。

本公司董事會由 9 席董事組成，包含 3 席獨立董事及 6 席一般董事，目前董事會成員男性佔 55%(5 位)，女性佔 45%(4 位)，本公司董事會成員具備財金、商務及管理領域之豐富經驗與專業，相關落實情形如下表：

落實董事會成員多元化核心能力如下表：

董事姓名	基本組成						專業經驗							專業能力				
	國籍	性別	具有員工身份	年齡			獨立董事任期年資			休閒娛樂經營	商務與科技	投資與併購	傳媒經驗	營運管理	電子商務行銷管理	會計	財務資訊	風險管理
				50歲以下	51至60歲	60歲以上	3年以下	3至9年	9年以上									
廖紫岑	中華民國	女			✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	
廖學邦	中華民國	男	✓						✓	✓	✓							
林美琪	中華民國	女		✓					✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	

董事姓名	多元化核心						專業能力											
	國籍	性別	具有員工身份	年 齡			獨 立 董 事 資 任 期 年 資			休 閒 娛 樂 經 營	商 務 與 科 技	投 資 與 併 購	傳 媒 經 驗	營 運 管 理	電 子 商 務 (行 銷 管 理)	會 計	財 務 資 訊	風 險 管 理
				50 歲 以 下	51 至 60 歲	60 歲 以 上	3 年 以 下	3 至 9 年	9 年 以 上									
林亞璇	中 華 民 國	女		✓							✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
王明正	中 華 民 國	男			✓					✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
北港投資股份有限公司(指派程春萍)	中 華 民 國	女			✓					✓	✓	✓						
蔡榮騰	中 華 民 國	男				✓		✓			✓			✓				✓
徐俊明	中 華 民 國	男				✓			✓			✓				✓	✓	✓
胡湘麒	中 華 民 國	男				✓			✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

(2)董事會獨立性：

本公司全體董事之選任程序公開及公正，並符合「公司章程」、「董事選舉辦法」、「公司治理實務守則」、「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」及「證券交易法第十四條之二」等規定，董事會組成結構占比分別為 3 席獨立董事(33.3%)，6 席非獨立董事(66.7%)。

本公司全體董事之選任程序公開及公正，並符合「公司章程」、「董事選舉辦法」、「公司治理實務守則」、「公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法」及「證券交易法第十四條之二」等規定，董事會組成結構占比分別為 3 席獨立董事(33.3%)，6 席非獨立董事(66.7%)。

本公司董事會應指導公司策略、監督管理階層、對公司及股東會負責，公司治理制度之各項作業與安排，應確保董事會依照法令、公司章程之規定或股東會決議行使職權。本公司董事會強調獨立運作與透明化之功能，每位董事及獨立董事皆為獨立個體，並獨立行使職權。另獨立董事亦遵循相關法令規定，搭配審計委員會之職權，審視公司存在或潛在的風險管控等，以確實監督公司內部控制之有效實施、簽證會計師之選任及獨立性與財務報表之允當編制。

本公司之「董事選舉辦法」訂定董事及獨立董事選任方式採行累積投票制與

候選人提名制，鼓勵股東參與，持有一定股數以上之股東得提出候選人名單，該候選人資格條件經過審查以及有無違反公司法第三十條所列各項規定之確認事項，相關受理作業皆依法進行及公告，保障股東權益，以避免股東提名權遭到損害，並保持獨立性。

本公司已建立董事會績效評估制度，每年執行一次董事會內部自評及董事成員考核自評，評估結果於提報董事會後，揭露於本公司年報與網站。

本公司一般董事 9 席，獨立董事 3 席，其中僅廖紫岑董事長與林美琪副董事長，及王明正董事與程春萍董事(北港投資股份有限公司指派)互有二親等以內之親屬、配偶關係，符合證券交易法第 26 條之 3 第 3 項及第 4 項規定。

(二)總經理、副總經理、協理、各部門及分支機構主管資料

115年03月28日

職稱	國籍	姓名	性別	選(就)任日期	持有股份		配偶、未成年子女持有股份		利用他人名義持有股份		主要經(學)歷	目前兼任其他公司之職務	具配偶或二親等以內關係之經理人			備註
					股數	持 股 比 率	股 數	持 股 比 率	股 數	持 股 比 率			職稱	姓 名	關 係	
總經理	台灣	王盛春	男	109.01.01	5,000	0.02%	2,000	0.01%	—	—	.東海大學政治系系學士 .鑫傳視訊廣告(股)公司總監 .中投有線電視(股)公司記者/主播/特派員 .鑫傳國際多媒體科技(股)公司新聞暨頻道供應事業部總監 .台灣佳光電訊(股)公司經理人	.人誠文創(股)公司董事	—	—	—	—
副總經理 資安專責主管	台灣	周旭毅	男	111.08.09 112.03.30	5,000	0.02%	—	—	—	—	.國立藝專廣播電視科(副學士) .南華大學傳播系碩士班 .佳聯有線電視(股)公司新聞記者、特派員 .中投有線電視(股)公司新聞特派員	.星品國際實業(股)公司 副董事長	—	—	—	—
總監 (註1)	台灣	林松義	男	110.04.01	—	—	—	—	—	—	.中國工專財政稅務科(副學士) .輔仁大學科技管理系碩士 .佳晟影視傳播(股)公司副總經理	—	—	—	—	—
會計 主管	台灣	林惠娟	女	109.08.10	5,000	0.02%	—	—	—	—	.台中技術學院休閒事業經營系 .佳聯有線電視(股)公司稽核主管 .台灣數位光訊科技(股)公司稽核主管 .台灣數位光訊科技(股)公司主辦會計主任	—	—	—	—	—
稽核 主管	台灣	林逸華	女	111.11.04	2,000	0.01%	—	—	—	—	.逢甲大學財務金融學系(學士) .雲林科技大學財務金融所碩士 .新寶綜合證券(股)公司專員 .大華證券(股)公司副理 .元大寶來證券(股)公司經理 .台灣數位光訊科技(股)公司資深經理 .國泰綜合證券(股)公司協理 .頌勝科技材料(股)公司財務長	—	—	—	—	—
公司治 理主管	台灣	劉玉楹	女	112.03.30	2,005	0.01%	—	—	—	—	.虎尾技術學院財務金融系 .台灣數位光訊科技(股)公司服務課主管	—	—	—	—	—

註1：114/10/01 離職。

2. 酬金級距表

給付本公司各個董事酬金級距	董 事 姓 名			
	前 四 項 酬 金 總 額 (A + B + C + D)		前 七 項 酬 金 總 額 (A + B + C + D + E + F + G)	
	本 公 司	財 務 報 告 內 所 有 公 司	本 公 司	財 務 報 告 內 所 有 公 司
低於 1,000,000 元	台灣數位光訊科技(股)公司: 廖學邦 台灣數位光訊科技(股)公司: 林亞璇 台灣數位光訊科技(股)公司: 林美琪 北港投資(股)公司 傳晟投資(股)公司:王明正 蔡榮騰 徐俊明 胡湘麒	台灣數位光訊科技(股)公司: 廖學邦 台灣數位光訊科技(股)公司: 林亞璇 台灣數位光訊科技(股)公司: 林美琪 北港投資(股)公司 傳晟投資(股)公司:王明正 蔡榮騰 徐俊明 胡湘麒	台灣數位光訊科技(股)公司: 廖學邦 台灣數位光訊科技(股)公司: 林亞璇 台灣數位光訊科技(股)公司: 林美琪 北港投資(股)公司 傳晟投資(股)公司:王明正 蔡榮騰 徐俊明 胡湘麒	台灣數位光訊科技(股)公司: 廖學邦 台灣數位光訊科技(股)公司: 林美琪 北港投資(股)公司 蔡榮騰 徐俊明 胡湘麒
1,000,000 元 (含) ~ 2,000,000 元 (不含)	台灣數位光訊科技(股)公司: 廖紫岑	台灣數位光訊科技(股)公司: 廖紫岑	台灣數位光訊科技(股)公司: 廖紫岑	-
2,000,000 元 (含) ~ 3,500,000 元 (不含)	-	-	-	台灣數位光訊科技(股)公司: 林亞璇
3,500,000 元 (含) ~ 5,000,000 元 (不含)	-	-	-	-
5,000,000 元 (含) ~ 10,000,000 元 (不含)	-	-	-	傳晟投資(股)公司:王明正
10,000,000 元 (含) ~ 15,000,000 元 (不含)	-	-	-	-
15,000,000 元 (含) ~ 30,000,000 元 (不含)	-	-	-	台灣數位光訊科技(股)公司: 廖紫岑
30,000,000 元 (含) ~ 50,000,000 元 (不含)	-	-	-	-
50,000,000 元 (含) ~ 100,000,000 元 (不含)	-	-	-	-
100,000,000 元以上	-	-	-	-
總計	9位	9位	9位	9位

(二)總經理及副總經理之酬金

1.總經理及副總經理之酬金（彙總配合級距揭露姓名方式）

單位：新台幣仟元

職稱	姓名	薪資 (A)		退職退休金(B)		獎金及特支費等等(C)		員工酬勞金額 (D)				A、B、C及D等四項總額及占稅後純益之比例(%)		有無領自來子以投業外資酬轉事金
		本公司	財務報告內所有公司	本公司	財務報告內所有公司	本公司	財務報告內所有公司	本公司		財務報告內所有公司		本公司	財務報告內所有公司	
								現金金額	股票金額	現金金額	股票金額			
總經理	王盛春	2,451	2,451	152	152	651	651	624	-	624	-	3,878 5.25%	3,878 5.25%	-
副總經理	周旭毅													

2.酬金級距表

給付本公司各個總經理及副總經理酬金級距	總經理及副總經理姓名	
	本公司	財務報告內所有公司 (E)
低於 1,000,000 元	-	-
1,000,000 元 (含) ~ 2,000,000 元 (不含)	周旭毅	周旭毅
2,000,000 元 (含) ~ 3,500,000 元 (不含)	王盛春	王盛春
3,500,000 元 (含) ~ 5,000,000 元 (不含)	-	-
5,000,000 元 (含) ~ 10,000,000 元 (不含)	-	-
10,000,000 元 (含) ~ 15,000,000 元 (不含)	-	-
15,000,000 元 (含) ~ 30,000,000 元 (不含)	-	-
30,000,000 元 (含) ~ 50,000,000 元 (不含)	-	-
50,000,000 元 (含) ~ 100,000,000 元 (不含)	-	-
100,000,000 元以上	-	-
總計	2 位	2 位

(三)分派員工酬勞之經理人姓名及分派情形

115年02月28日；單位：新臺幣仟元；%

	職稱 (註1)	姓名 (註1)	股票金額 (註2)	現金金額 (註2)	總計 (註2)	總額占稅後 純益之比例 (%)
經理人	總經理	王盛春	-	692	692	0.94%
	副總經理	周旭毅				
	會計主管	林惠娟				
	公司治理主管	劉玉楹				

註1：為本公司年報刊印日止之職稱及在任經理人資料。

註2：114年度分派員工酬勞業經115/03/05董事會通過。

(四)分別比較說明本公司及合併報告所有公司於最近二年度支付本公司董事、監察人、總經理及副總經理酬金總額占個體財務報告稅後純益比例之分析並說明給付酬金之政策、標準與組合、訂定酬金之程序、與經營績效及未來風險之關聯性：

1.最近二年度支付本公司董事、監察人、總經理及副總經理酬金總額占個體財務報告稅後純益比例之分析

職稱	113年度		114年度	
	本公司	財務報告內所有公司	本公司	財務報告內所有公司
董事	6.31%	6.31%	8.33%	8.33%
監察人	-	-	-	-
總經理及副總經理	3.41%	3.41%	5.25%	5.25%

2.給付酬金之政策、標準與組合、訂定酬金之程序、與經營績效及未來風險之關聯性

(1)給付酬金之政策、標準與組合

本公司董事(含獨立董事)報酬及酬勞依公司章程及董事會通過之「董事報酬給付辦法」規定辦理。其董事報酬依同業水準支給議定之，並得給付相當之其他津貼。董事酬勞依公司章程提撥比率支給之。

本公司經理人酬金，依董事會通過之「經理人薪酬管理辦法」規定辦理。其薪資結構為固定薪資與變動薪資兩類，固定薪資為每月所發放之薪資；變動薪資為員工酬勞及獎金。於符合主管機關相關法令規範下，依公司營運管理需要及各項人事管理規章、獎勵制度核定之，經薪資報酬委員會審核完畢，董事會通過執行。為體恤及獎勵員工在工作上的努力付出，相關獎金依個人工作績效核給；另當年度公司如有獲利，依本公司章程第三十條規定提撥百分之一~百分之五為員工酬勞，並依本公司「員工酬勞分配辦法」作為經理人及員工獎金核發之依據。

本公司給付酬金之組合，依薪資報酬委員會組織規程所定，包括現金報酬、認股權、分紅入股、退休福利或離職給付、各項津貼及其他具有實質獎勵之措施；其範疇與公開發行公司年報應行記載事項準則中有關董事及經理人酬金一致。

(2)訂定酬金之程序

本公司董事酬勞依公司章程第三十條規定，當年度如有獲利由董事會決議提撥不高於百分之三做為當年度董事酬勞。但公司尚有累積虧損時，應預先保留彌補數額，再依比例提撥董事酬勞。公司董事固定報酬依董事會通過之「董事報酬給付辦法」辦理之。

員工酬勞係依公司章程第三十條規定本公司年度如有獲利，應提撥百分之一至五為員工酬勞，其中基層員工酬勞應不低於總額之百分之五，由董事會決議以股票或現金分派發放；其發放對象得包含符合一定條件之控制或從屬公司員工，該一定條件授權董事會訂定之；但公司尚有累積虧損時，應預先保留彌補數額，再依比例提撥員工酬勞。各類獎金依本公司年度績效獎金辦法辦理，發放金額由董事會決議通過。

為定期評估董事及經理人之薪資報酬，分別以本公司「董事會績效評估辦法」及適用經理人與員工之「員工考核辦法」、「經理人薪酬管理辦法」、「年度績效獎金辦法」所執行之評核結果為依據，連結公司經營績效指標訂定之。

為充分顯現經營績效指標達成情形，總經理之績效衡量評核範圍包含：營運安全管理、督導財務計畫之執行、營收管理、內控制度執行、客戶滿意度等主要績效目標。

本公司經理人相關績效考核及薪酬合理性，均經薪資報酬委員會及董事會每年定期評估及審核，除參考個人的績效達成率及對公司的貢獻度，並參酌公司整體營運績效、產業未來風險及發展趨勢，以及隨時視實際經營狀況及相關法令適時檢討酬金制度，另亦綜合考量目前公司治理之趨勢後，給予合理報酬，以謀公司永續經營與風險管理之平衡。

本公司114年度經理人績效評核結果，所有經理人之表現均達成或超越所預定之目標要求。114年度經理人酬金實際發放金額，業經薪資報酬委員會審議後，提董事會議定之。

(2)與經營績效及未來風險之關聯性

本公司董事酬勞由薪資報酬委員會考量整體董事會表現、公司經營績效、公司未來營運及風險胃納，擬具分派建議送請董事會通過後，就董事會通過年度提撥之董事酬勞總額按董事(含獨立董事)席次平均分配之。

本公司董事報酬及酬勞依公司章程第三十條規定，得按不超過當年度獲利百分之三額度內，做為當年度董事酬勞。並依公司章程第十九條本公司董事報酬依其對公司營運參與之程度及貢獻之價值，並參酌同業水準授權董事會議定之。及經董事會通過之「董事報酬給付辦法」規定辦理。並經薪資報酬委員會審核及董事會決議通過。

本公司總經理及副總經理之報酬，依董事會通過之「經理人薪酬管理辦法」規定辦理，依公司營運管理需要及各項人事管理規章、獎勵制度核定之，經薪資報酬委員會審核完畢，董事會通過執行。

本公司支付董事、總經理及副總經理酬金，已併同考量公司未來面臨之營運風險及其與經營績效之正向關聯性，且本公司薪資報酬委員會定期檢討及評估長期之

績效目標與薪資報酬政策、制度、標準與結構，以謀永續經營與風險控管之平衡。
本公司董事報酬僅發放固定報酬未有發放變動報酬。

三、公司治理運作情形

(一)董事會運作情形

本公司 114 年度董事會開會 6(A)次，董事監察人出席情形如下：

職 稱	姓 名	實際出(列) 席次數(B)	委 託 出 席 次 數	實際出(列) 席 率 (%) 【 B / A 】	備 註
董 事 長	台灣數位光訊科技(股)公司 法人代表：廖紫岑	5	1	83%	
副董事長	台灣數位光訊科技(股)公司 法人代表：林美琪	4	2	67%	
董 事	台灣數位光訊科技(股)公司 法人代表：林亞璇	6	0	100%	
董 事	台灣數位光訊科技(股)公司 法人代表：廖學邦	6	0	100%	
董 事	台灣數位光訊科技(股)公司 法人代表：王明正	6	0	100%	
董 事	北港投資訊科技(股)公司 法人代表：王明正	6	0	100%	
獨立董事	蔡榮騰	5	1	83%	
獨立董事	徐俊明	6	0	100%	
獨立董事	胡湘麒	6	0	100%	

114 年度獨立董事出席各次董事會情形：◎親自出席☆委託出席⊕未出席

獨立董事姓名	蔡榮騰	徐俊明	胡湘麒
第一次	◎	◎	◎
第二次	☆	◎	◎
第三次	◎	◎	◎
第四次	◎	◎	◎
第五次	◎	◎	◎
第六次	◎	◎	◎

其他應記載事項：

1.董事會之運作如有下列情形之一者，應敘明董事會日期、期別、議案內容、所有獨立董事意見及公司對獨立董事意見之處理。

(1)證券交易法第14條之3所列事項：本公司已設置審計委員會，不適用第14條之3規定。

(2)除前開事項外，其他經獨立董事反對或保留意見且有紀錄或書面聲明之董事會議決事項：無此情形。

2.董事對利害關係議案迴避之執行情形，應敘明董事姓名、議案內容、應利益迴避原因以及參與表決情形：

議案內容	董事姓名	利益迴避原因	參與表決
審議本公司董事之績效及報酬案	廖紫岑、王明正、林美琪、林亞璇、廖學邦、程春萍、徐俊明、蔡榮騰、胡湘麒	董事績效及報酬對於董事具有利害關係	分兩階段進行表決，第一階段請獨立董事徐俊明、獨立董事蔡榮騰、獨立董事胡湘麒於討論及表決時迴避。第二階段請董事長廖紫岑、董事王明正、董事林美琪、董事林亞璇、董事廖學邦及董事程春萍於討論及表決時迴避。

3.董事會評鑑執行情形

評估週期	評估期間	評估範圍	評估方式	評估內容
每年執行一次	114年01月01日至114年12月31日	董事會	董事會內部自評	1.對公司營運之參與程度：極優 2.提升董事會決策品質：極優 3.董事會組成與結構：極優 4.董事之選任及持續進修：極優 5.內部控制：極優
每年執行一次	114年01月01日至114年12月31日	個別董事成員	董事自評	1.公司目標與任務之掌握：極優 2.董事職責認知：極優 3.對公司營運之參與程度：極優 4.內部關係經營與溝通：極優 5.董事之專業及持續進修：極優 6.內部控制：極優

4.當年度及最近年度加強董事會職能之目標(例如設立審計委員會、提升資訊透明度等)與執行情形評估

(1)董事多元與專業：擁有專業學識(法律、會計、產業、財務、行銷、科技、風險管理及休憩經營等)執行職務與技能，憑藉該專業學識，於營運型態及發展願景上，落實並完成公司治理之目標。

(2)董事進修：為強化專業能力之建構，深化紮根專業知識之磐石，除鼓勵董事定時自行進修外，本公司每年定期安排講師入府授課，續行不歇汲取更新學識新訊，以達充實自我職能認知外，並增進彼此互動之效益，此觀114年度全體總進修時數達61小時，並委請財團法人

中華民國證券暨期貨市場發展基金會舉辦之課程為「營業秘密與內線交易預防含性平」及委請社團法人中華公司治理協會辦理之「看懂財報，決策有力：董事的財務視野透明化！」。

- (3)董事獨立性：本公司現任董事會之組成其成員共 9 位，其中包含 3 位獨立董事，截至 114 年底，獨立董事皆符合金融監督管理委員會證券期貨局之規範，各董事及獨立董事間無證券交易法第 26 條之 3 的第 3 項、第 4 項之情事，是本公司董事會具有獨立性。甚且獨立董事固符合【公開發行公司獨立董事設置及應遵循事項辦法】明文之兼任限制，即兼任其他公開發行公司獨立董事未逾 3 家。
- (4)提升營運資訊透明度：本公司秉持營運透明、階層運作有序、注重股東權益，故於企業網站上設有「投資人專區」、「公司治理」及「企業社會責任」，即時提供相關最新資訊，且於每次董事會召開後，即時將董事會之重要決議，上傳公開資訊觀測站做重訊揭露，並定期舉行法人說明會，促進與投資人溝通，鞏固優化彼此間資訊之匯流。
- (5)董事會責任險：為董事及經理人於執行業務時之風險，依本公司章程第廿五條之一規定，本公司每年均為董事及經理人承保「董事及經理人責任保險」，且定期檢討保單內容，以確保保險賠償額度及承保範圍符合需求，並向董事會報告。
- (6)董事會之執行：本公司之董事會通過「風險管理政策與程序」，落實公司治理與風險管理制度，以及依據主管機關所提供之「關係人間財務業務相關規定作業規範」參考範例及公司營運需要而訂定「關係人相互間財務業務相關作業規範」，此將作業規範之適用對象由關係企業擴大為全部關係人；同時複如先前之「公司治理實務守則」、「誠信經營守則」及「道德行為準則」等相關議案並確實執行，基此更能提升董事會之職能，執行層面制度深化之建置。

本公司已通過「董事會績效評估辦法」、「董事報酬給付辦法」、「公司治理實務守則」、「誠信經營守則」、「道德行為準則」、「誠信經營作業程序及行為指南」、「風險管理政策與程序」、「永續發展實務守則」及「處理董事要求之標準作業程序」等相關辦法，並不定期審視有無修訂需求，以及依循法規更新，期以加強董事會職能。

(二)審計委員會運作情形或監察人參與董事會運作情形

1.審計委員會運作情形揭露如下：

審計委員會運作情形資訊

本公司審計委員會由3名獨立董事組成，審計委員會旨在協助董事會履行其監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度。審計委員會於114年度舉行了6次會議，審議的事項主要包括：

- (1)財務報表稽核及會計政策與程序
- (2)內部控制制度暨相關之政策與程序
- (3)內部稽核主管之任免
- (4)內部稽核概況情形審閱

- (5)稽核計畫訂定案審議
- (6)重大之資產或衍生性商品交易
- (7)盈餘分配
- (8)會計師委任及報酬
- (9)公司辦理現金增資發行新股

審計委員主席徐俊明先生於民國114年度共召開6次(A)，審計委員會出席情形如下：

職 稱	姓 名	實際出席次數 (B)	委託出席 次 數	實際出席率(%) (B / A)	備 註
主席	蔡榮騰	5	1	83%	
委員	徐俊明	6	0	100%	
委員	胡湘麒	6	0	100%	

2.其他應記載事項：

(1)審計委員會之運作如有下列情形之一者，應敘明董事會日期、期別、議案內容、審計委員會決議結果以及公司對審計委員會意見之處理。

①證券交易法第 14 條之 5 所列事項：

開 會 日 期 及 期 別	議 案 內 容	所有獨立董事意見及公司 對獨立董事意見之處理
114/03/10 第二屆第八次	依國際會計準則第三十六號資產減損公報規定進行資產減損評估案。	經全體出席委員同意通過，並提請董事會決議
	本公司民國一一三年營業報告書及財務報告案	經全體出席委員無異議照案通過
	本公司民國一一三年度盈餘分配案	經全體出席委員無異議照案通過
	本公司民國一一四年查核簽證會計師之獨立性及適任性評估案與委任簽證公費案	經全體出席委員無異議照案通過
	擬通過本公司民國一一三年度內部控制制度聲明書案	經全體出席委員無異議照案通過
114/05/05 第二屆第九次	本公司一一四年第一季合併財務報告案	經全體出席委員同意通過，並提請董事會決議。
114/08/11 第二屆第十次	本公司「取得或處分資產處理程序」部份條文修訂案	經全體出席委員無異議照案通過
	本公司「關係人相互間財務業務相關作業規範」部分條文修訂案	經全體出席委員無異議照案通過

開會日期及期別	議案內容	所有獨立董事意見及公司對獨立董事意見之處理
	本公司一一四年第二季合併財務報告案。	經全體出席委員無異議照案通過
114/09/22 第二屆第十一次	擬處分(提前終止租約)向關係人承租供營業使用之使用權資產。	經全體出席委員無異議照案通過。
114/11/10 第二屆第十二次	本公司一一四年第三季合併財務報告案	經全體出席委員無異議照案通過
	補行確認本公司不從事衍生性金融商品交易並免訂相關處理程序案	經全體出席委員無異議照案通過
	本公司「內部控制制度」與相關管理辦法部分條文修訂案	經全體出席委員無異議照案通過
	擬修訂本公司「銷售及收款循環」、「電腦化資訊系統循環」、「內部稽核制度實施細則」及「內部稽核實施細則」總則部分條文	經全體出席委員無異議照案通過
	擬向關係人取得供營業使用建物之使用權資產	經全體出席委員無異議照案通過
114/12/22 第二屆第十三次	本公司一一五年度預算案	經全體出席委員無異議照案通過
	本公司「取得或處分資產處理程序」部份條文修訂案	經全體出席委員無異議照案通過
	擬修訂本公司「銷售及收款循環」、「內部稽核制度實施細則」部分條文，並增訂「業務人員代收款項管理辦法」	經全體出席委員無異議照案通過
	本公司民國一一五年度稽核計畫訂定案	經全體出席委員無異議照案通過
	本公司業務人員代收客戶帳款疏失，改善計畫案	經全體出席委員無異議照案通過

②除前開事項外，其他未經審計委員會通過，而經全體董事三分之二以上同意之議決事項：無此情形。

(2)獨立董事對利害關係議案迴避之執行情形，應敘明獨立董事姓名、議案內容、應利益迴避原因以及參與表決情形：請參照第 29 頁「董事對利害關係議案迴避之執行情形」。

(3)獨立董事與內部稽核主管及會計師之溝通情形(應包括就公司財務、業務狀況進行溝通之重大事項、方式及結果等)。

①獨立董事與內部稽核主管之溝通情形：

日期	溝通事項	溝通結果	獨立董事建議
114/03/10 審計委員會	1.本公司及旗下各子公司 113 年 11-12 月內部稽核計畫執行情形報告。 2.本公司 113 年度內部控制聲明書討論案。	業經審計委員會通過 並提報董事會通過。	無意見。
114/05/05 審計委員會	1.本公司及旗下各子公司 114 年 1-2 月內部稽核計畫執行情形報告。 2.本公司 113 年度內部控制聲明案，業經 114 年 3 月 10 日董事會決議通過。	業經審計委員會通過 並提報董事會通過。	無意見。
114/08/11 審計委員會	1.本公司及旗下各子公司 114 年 3-5 月內部稽核計畫執行情形報告。	業經審計委員會通過 並提報董事會通過。	無意見。
114/11/10 審計委員會	1.本公司及旗下各子公司 114 年 6-8 月內部稽核計畫執行情形報告。 2.擬修訂本公司「銷售及收款循環」、「電腦化資訊系統循環」、「內部稽核制度實施細則」及「內部稽核實施細則」總則部份條文，討論案。	業經審計委員會通過 並提報董事會通過。	無意見。
114/12/22 審計委員會	1.本公司及旗下各子公司 114 年 9-10 月內部稽核計畫執行情形報告。 2.114 年 11 月 10 日審計委員會及董事會通過之「銷售及收款循環」宣導情形報告。 3.本公司 115 年度稽核計畫訂定討論案。 4.擬修訂本公司「銷售及收款循環」、「內部稽核制度實施細則」部分條文，並增訂「業務人員代收款項管理辦法」討論案。	業經審計委員會通過 並提報董事會通過。	建議增加電子作業流程，業務收受現金款後即時回報財務立案，並於次一營業日前匯入公司帳戶。
115/03/05 審計委員會	1.本公司及旗下各子公司 114 年 11-12 月內部稽核計畫執行情形報告。 2.本公司 114 年度內部控制聲明書討論案。	業經審計委員會通過 並提報董事會通過。	無意見。

②獨立董事與會計師之溝通情形：

日期	溝通事項	溝通結果	獨立董事建議
114/03/10 審計委員會	本公司 113 年度個體及合併財務報告查核情形之溝通事項說明如下： 1.獨立性。 2.查核人員查核財務報表之責任。	1.已詳細說明，並報告查核結果。 2.經審議後，送董事會決議。	無意見。

日期	溝通事項	溝通結果	獨立董事建議
	3.事務所品質管理制度之溝通。 4.出具查核意見之類形。(包括查核範圍、查核發現及其他溝通事項) 5.近期審計準則更新彙總。 6.重要證管法令更新。 7.114 年度公司治理評鑑指標修訂之簡介。		
114/05/05 審計委員會	本公司 114 年度第一季合併財務報告核閱情形之溝通事項說明如下： 1.道德與獨立性。 2.事務所品質管理制度。 3.出具核閱結論之類形 4.核閱範圍、核閱發現及其他溝通事項。 5.重要法令更新。	1.已詳細說明，並報告核閱結果。 2.經審議後，送董事會決議。	無意見。
114/08/11 審計委員會	本公司 114 年度第二季合併財務報告核閱情形之溝通事項說明如下： 1.道德與獨立性。 2.出具核閱結論之類形。 3.核閱範圍、核閱發現及其他溝通事項。 4.重要法令更新。	1.已詳細說明，並報告核閱結果。 2.經審議後，送董事會決議。	無意見。
114/11/10 審計委員會	本公司 114 年度第三季合併財務報告核閱情形之溝通事項說明如下： 1.道德與獨立性。 2.事務所品質管理制度。 3.出具核閱結論之類形。 4.核閱範圍及發現。 5.年度查核規劃。 6.重要法令更新。	1.已詳細說明，並報告核閱結果。 2.經審議後，送董事會決議。	無意見。
115/03/05 審計委員會	本公司 114 年度個體及合併財務報告查核情形之溝通事項說明如下： 1.道德與獨立性。 2.事務所品質管理制度。 3.查核人員查核財務報表之責任。 4.出具查核意見之類形。(包括查核範圍、查核發現及其他溝通事項) 5.重要法令更新。	1.已詳細說明，並報告核閱結果。 2.經審議後，送董事會決議。	無意見。

除前開事項外，其他經獨立董事反對或保留意見且有紀錄或書面聲明之董事會議決事項：無此情形。

(三)公司治理運作情形及與上市上櫃公司治理實務守則差異情形及原因：

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司治理實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
一、公司是否依據上市上櫃公司治理實務守則訂定並揭露公司治理實務守則？	V		已訂定「公司治理實務守則」並於本公司網站及公開資訊觀測站揭露。	無重大差異。
二、公司股權結構及股東權益				
(一)公司是否訂定內部作業程序處理股東建議、疑義、糾紛及訴訟事宜，並依程序實施？	V		(一)「公司治理實務守則」訂有「保障股東權益」專章，據以執行；並設置發言人及代理發言人制度並由股務代理機構協助處理股東建議或糾紛等相關問題。	(一)無重大差異。
(二)公司是否掌握實際控制公司之主要股東及主要股東之最終控制者名單？	V		(二)本公司每月均經由內部人(董事、經理人及持有股份超過股份總額 10%之股東)之持股變動申報書，以確實掌握實際控制公司之主要股東之名單，並經由與主要股東保持密切聯繫，以掌握其最終控制者之名單。	(二)無重大差異。
(三)公司是否建立、執行與關係企業間之風險控管及防火牆機制？	V		(三)本公司與關係企業間有業務往來者，均依公平合理原則明訂價格條件與交易方式，且本公司訂有「關係人相互間財務業務相關作業規範」及「子公司監督管理辦法」，以落實對子公司之風險控管及防火牆機制。	(三)無重大差異。
(四)公司是否訂定內部規範，禁止公司內部人利用市場上未公開資訊買賣有價證券？	V		(四)本公司已訂有「防範內線交易作業辦法」，禁止公司內部人利用市場上未公開資訊買賣有價證券。	(四)無重大差異。

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司治理實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
<p>三、董事會之組成及職責</p> <p>(一)董事會是否擬訂多元化政策、具體管理目標及落實執行？</p>	V		<p>(一)本公司已訂定「公司治理實務守則」，其中並訂有『強化董事會職能－董事會結構』專章以執行。</p> <p>本公司目前董事會成員組成兼具營運、管理、財務、會計、技術及風險管理等多元化背景，並以其豐富經驗提供建議予管理階層，俾利決策單位制定妥適營運方針。落實董事會成員多元化核心能力表格請參閱本年報第19~20頁。</p>	(一)無重大差異。
<p>(二)公司除依法設置薪資報酬委員會及審計委員會外，是否自願設置其他各類功能性委員會？</p>	V		<p>(二)本公司已依法設置薪資報酬委員會及審計委員會，其他各類功能性委員會將視需求由董事會另行授權設置。</p>	(二)無重大差異。
<p>(三)公司是否訂定董事會績效評估辦法及其評估方式，每年並定期進行績效評估，且將績效評估之結果提報董事會，並運用於個別董事薪資報酬及提名續任之參考？</p>	V		<p>(三)本公司已訂定「董事會自我評鑑辦法」，並定期由董事會成員就績效評估項目自我評鑑，並將評鑑結果送交董事會予以檢討改進。114年度董事會自我評鑑結果報告請參閱本年報第80~81頁。</p>	(三)無重大差異。
<p>(四)公司是否定期評估簽證會計師獨立性？</p>	V		<p>(四)本公司委任之會計師事務所及簽證會計師，皆與本公司無利害關係並嚴守獨立性及適任性，本公司已檢視安侯建業聯合會計事務所提供之「審計品質指標(AQIs)」及「超然獨立聲明書」並依獨立性評估項目進行評估，未發現有例外情事，並定期於審計委員會及董事會提報簽證會計師獨立性及適任性之評估報告。最近二年度評估分別於114年3月10日及115年3月5日完成，參閱本年報第84頁會計師獨立性及適任性之評估。</p>	(四)無重大差異。
<p>四、上市上櫃公司是否配置適任及適當人數之公司</p>	V		<p>本公司由董事長室與總經理室為共同負責公司治理相關事務，</p>	無重大差異。

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司治理實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
治理人員，並指定公司治理主管，負責公司治理相關事務(包括但不限於提供董事、監察人執行業務所需資料、協助董事、監察人遵循法令、依法辦理董事會及股東會之會議相關事宜、製作董事會及股東會議事錄等)?			並由董事長室主管擔任公司治理主管，偕同總經理室負責公司治理相關事務。總經理室負責依法辦理各次董事會、製作董事會議事錄、定期檢視及修訂本公司之公司治理守則及相關辦法、提供董事會執行業務所需資料、定期安排董事進修課程、定期申報董事會運作情形等，並每年定期向董事會報告公司治理運作情形。董事長室股務單位負責執行股東常會之會議相關事宜、製作股東會議事錄及辦理公司變更登記等事宜。	
五、公司是否建立與利害關係人(包括但不限於股東、員工、客戶及供應商等)溝通管道，及於公司網站設置利害關係人專區，並妥適回應利害關係人所關切之重要企業社會責任議題?	V		本公司已於官網設置利害關係人專區 (https://st-media.com.tw/esg/feedback)，提供股東/投資人、政府機關、獨立檢舉信箱、性別平權、永續發展/社區、員工、供應商/客戶、媒體/評比機構等利害關係人及外部人意見回饋，並建立利害關係人聯絡窗口與服務專線，設置發言人擔任溝通窗口，本公司每年提供永續報告書讓利害關係人瞭解公司，回應利害關係人所關切之重大議題，詳細內容，請參閱本公司官網永續報告書(https://st-media.com.tw/esg/76)。	無重大差異。
六、公司是否委任專業股務代辦機構辦理股東會事務?	V		本公司已委託中國信託商業銀行股份有限公司股務代理部辦理股東會相關事務。	無重大差異。
七、資訊公開 (一)公司是否架設網站，揭露財務業務及公司治理資訊?	V		(一)本公司網站已然設立，並由專人負責維護與揭露，財務業務及公司治理資料相關資訊若有異動，亦將旋即更新之，以利股東及利害關係人參考。	(一)無重大差異。

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司治理實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
(二)公司是否採行其他資訊揭露之方式(如架設英文網站、指定專人負責公司資訊之蒐集及揭露、落實發言人制度、法人說明會過程放置公司網站等)?	V		(二)本公司依規定建立發言人及代理發言人制度負責公司資訊蒐集及揭露之工作。	(二) 將視公司實際需要架設英文網站。
(三)公司是否於會計年度終了後兩個月內公告並申報年度財務報告，及於規定期限前提早公告並申報第一、二、三季財務報告與各月份營運情形?	V		(三)本公司業已於115年3月公告114年度財務報告，並於規定期限前公告並申報第一、二、三季財務報告與各月份營運情形。 有關上述揭露請詳公開資訊觀測站，公開資訊觀測站>單一公司>電子文件下載>財務報告書 https://mops.twse.com.tw/mops/#/web/t57sb01_q1	(三) 無重大差異。
八、公司是否有其他有助於瞭解公司治理運作情形之重要資訊(包括但不限於員工權益、僱員關懷、投資者關係、供應商關係、利害關係人之權利、董事及監察人進修之情形、風險管理政策及風險衡量標準之執行情形、客戶政策之執行情形、公司為董事及監察人購買責任保險之情形等)?	V		(一)員工權益：本公司依法令規定成立職工福利委員會，實施退休金制度，並投保員工團體保險。 (二)僱員關懷：本公司除不定期舉辦員工教育訓練、年度旅遊、生日禮金、退休制度、提供員工團體保險及免費定期健康檢查等福利外，亦設有內部網站，載明各項管理辦法，內容明訂員工權利義務及福利項目，並定期檢討福利內容，以維護員工權益。 (三)投資者關係：本公司依相關法令規定於公開資訊觀測站中公告本公司相關財務、業務資訊，以維護利害關係人之權利。 (四)供應商關係：本公司訂有供應商企業社會責任守則，要求	無重大差異。

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司治理實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
			<p>供應商在勞工權益、人權、環境保護、職業安全與道德經營等方面遵循國際標準，以確保供應鏈的永續與合規，與各供應商均維持良好關係，定期進行供應商品質評鑑，以提升服務品質。</p> <p>(五)利害關係人權利：利用公司網站解營運狀況，以保障投資人之基本權益，善盡企業對股東之責任。</p> <p>(六)董事及監察人進修之情形：請參閱本年報董事及監察人進修之情形說明請參閱本年報(第78~79頁)。</p> <p>(七)風險管理政策及風險衡量標準之執行情形：請參閱本年報伍、財務狀況及財務績效之檢討分析與風險事項(第121~127頁)。</p> <p>(八)客戶政策之執行情形：本公司成立客服中心，專責處理客戶洽辦事宜，以維護良好客戶關係。</p> <p>(九)本公司114年度已為董事及重要職員投保責任保險，並提報董事會通過。</p>	
九、請就臺灣證券交易所股份有限公司公司治理中心最近年度發布之公司治理評鑑結果說明已改善情形，及就尚未改善者提出優先加強事項與措施：不適用。				

(四)公司如有設置薪酬委員會者，應揭露其組成及運作情形：

1.薪資報酬委員會成員資料

115年03月31日

身分別 姓名		條件	專業資格與經驗	獨立性情形	兼任其他公開發行公司薪資報酬委員會成員家數
獨立董事 (召集人)	蔡榮騰		<ul style="list-style-type: none"> •具商務、法務、財務、會計或公司業務所須之工作經驗 •現任天榮投資(股)公司董事長、天陽航太科技(股)公司董事長、關中(股)公司獨立董事、台灣上市櫃公司協會榮譽理事長、研揚科技(股)公司獨立董事、三信商業銀行(股)公司常務獨立董事 •曾任台達電子工業(股)公司企業本部副總裁、時碩工業(股)公司獨立董事 •未有公司法第30條各項情事 	<ul style="list-style-type: none"> •獨立董事本人、其配偶、其二親等以內親屬未擔任本公司或其他關係企業之董事、監察人或受僱人；未持有本公司股份數；未擔任與本公司有特地關係公司之董事、監察人或受僱人 •最近2年無提供本公司或其他關係企業商務、法務、財務、會計等服務而取得報酬之情形。 	3
獨立董事 (委員)	徐俊明		<ul style="list-style-type: none"> •具商務、法務、財務、會計或公司業務所須相關科系之公私立大專院校講師以上之專業資格及工作經驗 •中興大學財金系教授(98/02至今) •中興大學財金系副教授(91/08~98/01) •東海大學財金系副教授(83/05~91/07) •現任佳凌科技(股)公司獨立董事、伸興工業股份有限公司獨立董事 •曾任伸興工業(股)公司獨立董事、興農(股)公司獨立董事、宏遠證券(股)公司獨立董事 •未有公司法第30條各項情事 	<ul style="list-style-type: none"> •獨立董事本人、其配偶、其二親等以內親屬未擔任本公司或其他關係企業之董事、監察人或受僱人；未持有本公司股份數；未擔任與本公司有特地關係公司之董事、監察人或受僱人。 •最近2年無提供本公司或其他關係企業商務、法務、財務、會計等服務而取得報酬之情形。 	無

身分別	姓名	條件	專業資格與經驗	獨立性情形	兼任其他公開發行公司薪資報酬委員會成員家數
獨立董事 (委員)	胡湘麒		<ul style="list-style-type: none"> •具商務、法務、財務、會計或公司業務所須之工作經驗 •台灣大學國際企研所碩士 •具五年以上公司相關產業商務經驗、策略管理及領導能力並兼備豐富執行業務所需知識技能素養及經營管理經驗，藉以貢獻公司治理管理專長 •具備商務、法務、財務、會計或公司業務 25 年以上之工作經驗 •現任能率網通(股)公司董事長、正能量智能(股)公司董事長、捷邦國際科技(股)公司董事長、能率亞洲資本(股)公司董事、能率創新(股)公司董事、亞力電機(股)公司獨立董事、佳能企業(股)公司董事、愛山林建設開發(股)公司獨立董事、英屬開曼群島商第一化成控股(股)公司董事長、人杰老四川餐飲管理顧問(股)公司獨立董事、巧克科技新媒體(股)公司董事 •未有公司法第 30 條各項情事 	<ul style="list-style-type: none"> •獨立董事本人、其配偶、其二親等以內親屬未擔任本公司或其他關係企業之董事、監察人或受僱人；未持有本公司股份數；未擔任與本公司有特地關係公司之董事、監察人或受僱人。 •最近 2 年無提供本公司或其他關係企業商務、法務、財務、會計等服務而取得報酬之情形。 	3

2. 薪資報酬委員會之職責

本委員會成員應以善良管理人之注意，忠實履行下列職權，並將所提議交董事會討論：

- (1) 定期檢討本規程並提出修正建議。
- (2) 訂定並定期檢討本公司董事及經理人年度及長期之績效目標與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。
- (3) 定期評估本公司董事及經理人之績效目標達成情形，並訂定其個別薪資報酬之內容及數額。

3. 薪資報酬委員會運作情形資訊

- (1) 本公司之薪資報酬委員會委員計 3 人。

(2)本屆委員任期：113年06月25日至116年05月30日，114年度薪資報酬委員會開會3次
(A)，委員資格及出席情形如下：

職稱	姓名	實際出席次數 (B)	委託出席次數	實際出席率 (%) (B / A)	備註 (A)
召集人	蔡榮騰	3	0	100%	-
委員	徐俊明	3	0	100%	-
委員	胡湘麒	3	0	100%	-

其他應記載事項：

一、董事會如不採納或修正薪資報酬委員會之建議，應敘明董事會日期、期別、議案內容、董事會決議結果以及公司對薪資報酬委員會意見之處理(如董事會通過之薪資報酬優於薪資報酬委員會之建議，應敘明其差異情形及原因)：無此情形。

二、薪資報酬委員會之議決事項，如成員有反對或保留意見且有紀錄或書面聲明者，應敘明薪資報酬委員會日期、期別、議案內容、所有成員意見及對成員意見之處理：無此情形。

(3)薪資報酬委員會 114 年度議案內容、決議結果以及公司對薪資報酬委員會意見處理如下：

薪資報酬委員會 開會日期及期別	議案內容及後續 處理	決 議 結 果	公司對薪資 報酬委員會 意見之處理
114/03/10 第二屆第三次	審議本公司董事之 績效及報酬案	經全體出席委員無異議照案通過	依決議辦理
	分配本公司民國一 一三年度員工酬勞 及董事酬勞	經全體出席委員無異議照案通過	依決議辦理
114/08/11 第二屆第四次	本公司經理人 BSC 獎金發放案	經全體出席委員無異議照案通過	依決議辦理
	本公司經理人薪資 調整案	經全體出席委員無異議照案通過	依決議辦理
114/12/22 第二屆第五次	本公司經理人民國 一一三年度員工酬 勞分配案	經全體出席委員無異議照案通過	依決議辦理
	本公司經理人民國 一一四年度年終獎 金發放案	經全體出席委員無異議照案通過	依決議辦理
	審議本公司經理人 民國一一四年度績 效及薪資報酬案	經全體出席委員無異議照案通過	依決議辦理

(五)1.推動永續發展執行情形及與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因

推 動 項 目	執 行 情 形			與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
一、公司是否建立推動永續發展之治理架構，且設置推動永續發展專(兼)職單位，並由董事會授權高階管理階層處理，及董事會督導情形？	V		<p>1.本公司已於 113 年制定「永續發展評估小組組織規程」並通過董事會決議，建立推動永續發展之治理架構，以及設置推動永續發展專(兼)職單位。</p> <p>2.本「永續發展評估小組」113 年成立，由董事長擔任主任委員，督導公司永續發展執行方向，並由總經理擔任管理代表，執行公司永續發展政策；評估委員由各部門及子公司最高主管擔任，定期檢視公司永續發展方向的目標、績效及達成進度，不定期召開會議。</p> <p>「永續發展評估小組」由總經理每年至少一次向董事會報告永續發展執行情形。114 年度「永續發展評估小組」共召開四次會議，會議內容包含：</p> <p>(1)溫室氣體盤查及查證時程規劃及進度</p> <p>(2)鑑別利害關係人及關注議題</p> <p>(3)年度重大主題之永續發展目標、績效及達成進度</p> <p>3.依據「永續發展評估小組組織規程」，評估小組由總經理每年至少向董事會報告一次公司之永續發展執行情形。最近一次董事會日期為 114 年 8 月 11 日。</p> <p>稽核進行「永續資訊管理」之稽核，審計委員會及董事會，聽取內部稽核主管報告永續資訊管理作業之內部控制制度之設計及執行有效性所執行之工作，以及稽核發現事項。最近一次董事會日期為 114 年 12 月 22 日。</p>	無重大差異。

推 動 項 目	執 行 情 形			形 明	與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因						
	是	否	摘 要 說 明								
二、公司是否依重大性原則，進行與公司營運相關之環境、社會及公司治理議題之風險評估，並訂定相關風險管理政策或策略？	V		<p>1.本揭露資料及風險評估邊界涵蓋合併公司於 114 年 1 月至 114 年 12 月間之永續發展績效表現。</p> <p>2.「永續發展評估小組」依據永續報告書之重大性原則進行分析，與內外部利害關係人溝通，並收集國內外同業之重大議題及整合各部門及子公司評估資料，據以評估利害關係人關注之重大性永續議題，訂定有效辨識、衡量評估、監督及管控之風險管理政策及採取具體之行動方案，以降低相關風險之影響。</p> <p>3.依據評估後之風險，訂定相關風險管理政策或策略如下：</p> <table border="1" data-bbox="913 711 1697 1439"> <thead> <tr> <th>重大議題</th> <th>風險評估項目說明</th> <th>說明</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>環境</td> <td>環境衝擊及管理</td> <td> <p>1.低碳生產行銷：本集團屬媒體產業，在生產或製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共乘，未來也將逐步採用低碳能源交通工具，待現有車輛汰換或租賃到期，轉換為油電車或電動車等低碳運輸設備，降低碳排，若可用遠端視訊的部分透過視訊進行，廣告紙本 DM 行銷，轉電子 DM 傳送。</p> <p>2.設備節能效率提升：進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率。</p> <p>3.推動減碳包裝：銷貨提供客戶</p> </td> </tr> </tbody> </table>	重大議題	風險評估項目說明	說明	環境	環境衝擊及管理	<p>1.低碳生產行銷：本集團屬媒體產業，在生產或製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共乘，未來也將逐步採用低碳能源交通工具，待現有車輛汰換或租賃到期，轉換為油電車或電動車等低碳運輸設備，降低碳排，若可用遠端視訊的部分透過視訊進行，廣告紙本 DM 行銷，轉電子 DM 傳送。</p> <p>2.設備節能效率提升：進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率。</p> <p>3.推動減碳包裝：銷貨提供客戶</p>		無重大差異。
重大議題	風險評估項目說明	說明									
環境	環境衝擊及管理	<p>1.低碳生產行銷：本集團屬媒體產業，在生產或製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共乘，未來也將逐步採用低碳能源交通工具，待現有車輛汰換或租賃到期，轉換為油電車或電動車等低碳運輸設備，降低碳排，若可用遠端視訊的部分透過視訊進行，廣告紙本 DM 行銷，轉電子 DM 傳送。</p> <p>2.設備節能效率提升：進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率。</p> <p>3.推動減碳包裝：銷貨提供客戶</p>									

推 動 項 目	執 行 情 形			形 明	與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明		
				<p>低碳包裝，以有效減少包裝的碳足跡，符合低碳趨勢。</p> <p>社會 人才吸引與 留任</p> <p>1.人才招募：透過求職平台、社群媒體、善用多元徵才管道，並鼓勵離職員工回任，培育人才提升國際化的軟硬實力。間接透過職務轉換多方學習，讓同仁得以在合適的職位有所發揮。</p> <p>2.人才留任：一年兩次的績效評核，檢討前後半年該員工作執行成效，作為日後職級晉升、薪資調整、獎金發放及員工發展、訓練需求等作業依據，並探討未來工作任務方向。獎勵措施訂有 BSC 平衡計分卡獎金辦法，通過鼓勵員工實現集團的年度目標和 KPI，以及根據各家公司章程規定提撥盈餘之 1%~5%作為員工酬勞，更於每月薪資內提撥固定金額至信託基金購買公司股票，公司提撥同等金額予以鼓勵，提升員工對集團的歸屬感和投入程度，也基於市場薪資水準及公司營運狀況，不定期進行薪酬調整，以順應時代趨勢並維持薪酬水平和競爭力。</p>	

推 動 項 目	執 行 情 形			形 明	與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明		
			人力資源發展	<p>1. 人才培訓：包括職業技能培訓、專業知識學習、管理技能培養、領導力發展、團隊合作能力提升等多個方面。集團會根據員工的實際情況和職業發展需求，制定相應的培訓計畫和發展方案，為其提供適當的培訓和發展機會，幫助員工適應新的工作環境和職務要求。(如：各單位法令規定課程、性平教育、消防安全訓練、個資等)</p> <p>2. 搭配績效考核和職涯發展管理，並建立強大的領導團隊，為未來發展奠定穩固基礎。</p>	
			公司 治理	<p>媒體報導正直性</p> <p>1. 教育訓練強化：每年至少辦理2場次以上傳播倫理及媒體法規相關教育訓練，以提升從業人員專業知能。</p> <p>2. 提升報導客觀性：持續強化記者中立與不偏不倚之報導原則，確保新聞內容符合事實並兼顧多元觀點。</p> <p>3. 精進內部控制與自律機制：透過編審制度與內部管理機制，持續監督與評估報導品質，確保符合專業倫理與相關規範。</p>	

推 動 項 目	執 行 情 形			形 明	與上市上櫃公司永續發展 實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明		
				<p>資訊安全／網路安全與系統可用性</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.舉辦員工法規教育訓練、個資教育訓練、資安教育訓練、社交攻擊防禦實務。 2.舉辦個資災害演練、資安災害演練。 3.導入資訊安全管理制度以依循ISO27001 國際標準訂立公司的「資訊安全政策」，作為資訊安全管理依據，確保個人資料之蒐集、台灣個人資料保護法等相關法規及主管機關之要求。 	
				<p>公司治理與誠信經營</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.建立「公司治理實務守則」、「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序暨行為指南」、「道德行為準則」、「檢舉非法與不道德或不誠信行為案件處理辦法」。 2.定期向董事、經理人、受僱人、受任人宣導誠信經營守則，使其充分瞭解公司誠信經營之規範，並與董事及經營主管簽訂「誠信經營聲明書」。 3.制定績效考核與人事獎懲制度，並與員工簽訂「誠信經營聲明書」。 4.與供應商簽定「供應商企業社會責任聲明書」。 5.集團官網已設置檢舉管道。 	

推 動 項 目	執 行 情 形			與上市上櫃公司永續發展 實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
			6.年度寄發道德誠信函，通知供應商、企業客戶，可利用公司檢舉信箱進行檢舉。	
<p>三、環境議題</p> <p>(一)公司是否依其產業特性建立合適之環境管理制度？</p>	V		<p>(一)本公司營運活動對環境造成之影響主要為公務車之使用、辦公場所使用之電能、水資源及產生之廢棄物，透過資源之再利用、用電節能、通道照明、冷氣空調與水資源之管理，公務車之使用管理及定期保養，降低對環境之影響。</p> <p>本公司雖非屬製造業無直接排放源未經第三方驗證，但仍會謹遵參考 ISO 14064 間接排放之盤查統計。</p>	(一)無重大差異。
<p>(二)公司是否致力於提升能源使用效率及使用對環境負荷衝擊低之再生物料？</p>	V		<p>(二)本公司致力於提升能源使用率及降低環境負荷衝擊推行相關政策</p> <p>低碳生產行銷、積極推動 e 化作業，逐步採用低碳能源交通工具及遠端視訊系統，降低移動探排，以維護地球資源環境。</p> <p>設備節能效率提升：進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率。</p> <p>推動減碳包裝：銷貨提供客戶低碳包裝，以有效減少包裝的碳足跡，符合低碳趨勢。</p> <p>範疇一與範疇二溫室氣體排放量，114 年 595.61</p>	(二)無重大差異。

推 動 項 目	執 行 情 形			與上市上櫃公司永續發展 實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
(三) 公司是否評估氣候變遷對企業現在及未來的潛在風險與機會，並採取相關之因應措施？	V		<p>CO₂e，113 年 520.57 CO₂e，114 年較 113 年增加 75.04 CO₂e，增加 14.41%，主要係因本公司 114 年新增台北汐科辦公室，以及子公司美雅係統計 114 年全年之溫室氣體排放量，相較美雅 113 年僅統計自 5 月投資後之數據，所產生之溫室氣體排放量增加。本公司 113 年與 114 年度溫室氣體盤查數據之密集度進行分析，114 年範疇一與範疇二合計之密集度，本公司由 0.5486 下降為 0.4879，密集度下降幅度約為 11%，本公司及合併報表所有子公司之由 0.8066 下降為 0.7801，密集度下降幅度約為 3%，惟 114 年度溫室氣體盤查，尚未取得確信意見。</p> <p>(三) 本公司引用 TCFD 架構，由風險管理評估小組帶領高階經理人辨識氣候變遷之風險與機會，並由相關部門主管考量本公司目前營運狀況及可運用資源，針對顯著風險項目，量身打造具體可行且有效之氣候變遷風險管理方針。相關部門主管須定期追蹤管理方針執行情形，回報至風險管理評估小組；風險管理評估小組須每年至少一次向董事會及審計委員會彙總報告年度氣候治理工作執行成果。</p> <p>本公司已展開因應氣候變遷的調適策略及行動，包括推動低碳節能措施、溫室氣體盤查等，逐步尋求企業及各項業務的耗能減量機會，未來亦規劃逐步增加情境模擬分析之財務影響評估，以有效掌握氣候變遷所帶來的風險。</p>	(三) 無重大差異。
(四) 公司是否統計過去兩年溫室氣體排放	V			(四) 無重大差異。

推 動 項 目	執 行 情 形			與上市上櫃公司永續發展 實務守則差異情形及原因												
	是	否	摘 要 說 明													
量、用水量及廢棄物總重量，並制定溫室氣體減量、減少用水或其他廢棄物管理之政策？			<p>(四)本公司各部門時時注意辦公區電源、水量及空調之使用情況，並徹底執行資源分類回收活動等廢棄物管理政策，以維護地球資源環境。</p> <p>近兩年度溫室氣體排放量、用水量及廢棄物總重量如下表：</p> <p>註 1：113 年度溫室氣體排放量、總水量數據已更新為查證機構確信之數據，114 年度為本公司初步統計之結果，尚待第三方查驗。</p> <p>註 2：本公司未委託業者清運，113 年度起以員工人數估算生活垃圾量。</p> <table border="1" data-bbox="891 735 1709 983"> <thead> <tr> <th>類別</th> <th>113 年度</th> <th>114 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>溫室氣體排放量 (公噸 CO2e)</td> <td>626.8565</td> <td>709.989</td> </tr> <tr> <td>總水量(度)</td> <td>4,555.5586</td> <td>5,980.7640</td> </tr> <tr> <td>廢棄物(公噸)</td> <td>36.5503</td> <td>34.9068</td> </tr> </tbody> </table>	類別	113 年度	114 年度	溫室氣體排放量 (公噸 CO2e)	626.8565	709.989	總水量(度)	4,555.5586	5,980.7640	廢棄物(公噸)	36.5503	34.9068	
類別	113 年度	114 年度														
溫室氣體排放量 (公噸 CO2e)	626.8565	709.989														
總水量(度)	4,555.5586	5,980.7640														
廢棄物(公噸)	36.5503	34.9068														
<p>四、社會議題</p> <p>(一)公司是否依照相關法規及國際人權公約，制定相關之管理政策與程序？</p>	V		<p>(一)本公司依據現行勞工相關法令制定相關之管理政策與程序，並予以落實。且依據本公司已訂定之「永續發展實務守則」規定，遵守相關勞動法規，保障員工之合法權益，及遵循《聯合國世界人權宣言》、《國際勞動組織公約》等相關人權規範訂定「人權政策」，尊重國際公認之基本勞動人權原則，不得有危害勞工基本權益之情事。</p>	(一)無重大差異。												

推 動 項 目	執 行 情 形			形 明	與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說		
(二)公司是否訂定及實施合理員工福利措施(包括薪酬、休假及其他福利等),並將經營績效或成果適當反映於員工薪酬?	V		<p>人權風險減緩措施摘要如下:</p> <p>多元包容性、平等雇用原則:落實職場多元性,遵守就業服務法相關規範,不分性別、年齡、種族,主張同工同酬。</p> <p>尊重職場人權:落實禁用童工;不強迫勞動;訂定「執行職務遭受不法侵害預防計畫」,明確訂定職場暴力申訴管道。</p> <p>母性保護:確實遵循勞動法令、性別工作平等、女性勞工母性健康保護等法令規定。</p> <p>人權教育訓練:為讓人權維護的理念深植於日常作業中,持續對員工進行人權教育訓練,課程內容包括不法侵害、個人資料保護法、性別平等、誠信經營教育訓練等,114年相關教育訓練總時數為619.5小時,共計293人次完成訓練。未來將持續關注人權保障議題、推動相關教育訓練,以提高人權保障意識,降低相關風險發生的可能性。</p>		(二)無重大差異。
			<p>(二)本公司訂有多元化的薪酬、休假及其他福利制度,另設置BSC等獎金制度,激勵員工與公司共同努力,共享經營成果。</p> <p>1.多元化與平等政策:</p> <p>本公司提供公平的工作環境,不因個人性別、種族、社經地位、國籍、出生地、年齡、婚姻、家庭狀況、語言、宗教、黨派、外貌身高、身心障礙等,有任何不公平及差別待遇。女性主管占比53.85%及女性員工占比為76.09%。</p>		

推 動 項 目	執 行 情 形			形 明	與上市上櫃公司永續發展 實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明		
			<p>2. 休假制度： 本公司休假制度依勞動基準法及相關法令規定辦理。特別休假之給與及未休假工資計算方式，均依相關法令規定辦理。</p> <p>3. 各項津貼與獎金制度： 本公司設有相關津貼及獎金制度，依職務性質核給，包括：交通津貼、餐費補助、通訊津貼、證照補助、主管職務加給、BSC 獎金、年終獎金及績效獎金、員工酬勞等。</p> <p>4. 禮金與補助制度 本公司為增進員工福祉，提供各項禮金與補助措施，包括：三節禮金、生日禮金、結婚禮金、生育禮金、喪葬慰問金、員工旅遊補助、教育訓練補助、急難救助金等。</p> <p>5. 退休制度與實施情形 為使員工退休生活無虞，公司獎勵員工每月提存一定金額，透過信託專戶，長期以定期定額方式買進股票，讓員工更能確實的儲蓄退休金，成為退休金的一大支柱。 採用勞工退休金新制之員工，本公司依勞工薪資總所得每月提撥 6%至員工個人退休金專戶；有自願提繳退休金者，另依自願提繳率自員工每月薪資中代為扣繳至勞保局之個人退休金專戶。</p> <p>6. 經營績效與員工薪酬連結情形 本公司為強化績效導向，使員工薪酬與公司整體經營</p>		

推 動 項 目	執 行 情 形			形 明	與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明		
(三)公司是否提供員工安全與健康之工作環境，並對員工定期實施安全與健康教育？	V		<p>成果相連結，薪酬結構包含固定薪資及變動薪酬兩部分，變動薪酬與經營成果連結如下：</p> <p>(1)年終獎金及績效獎金 依公司年度營運成果、獲利狀況及績效目標達成情形核發，使員工共享經營成果。</p> <p>(2)員工酬勞制度 本公司依章程規定，於年度有獲利時，提撥一定比例作為員工酬勞，經董事會決議後發放。</p> <p>(3)BSC 獎金制度 本公司建置 BSC 績效管理制度，將公司營運目標分解至各部門績效指標，將績效結果反映於獎金分配。</p> <p>(4)各項業務、工程達成獎金均與公司經營成果相關。</p> <p>7.本集團未設置工會及簽訂團體協約</p> <p>(三)提供員工安全與健康工作環境如下：</p> <p>1.每年辦理員工健康檢查及相關衛教保健講座。</p> <p>2.訂定「性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」。</p> <p>3.為員工投保團體保險、意外險及醫療險。</p> <p>4.每月委外廠商進行消防安全設施檢測，另配合消防局每年舉辦2場消防安全相關講習。</p> <p>5.本公司每年編製 ESG 永續報告書，並委由獨立第三方機構出具有限確信報告，其中包含職業安全衛生相關揭露資訊。本公司目前尚未取得職業安全衛生管理系統(如 ISO 45001)認證。</p> <p>6.本公司重視職業安全衛生管理，持續落實工作場所安</p>		(三)無重大差異。

推 動 項 目	執 行 情 形			形 明	與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說		
(四) 公司是否為員工建立有效之職涯能力發展培訓計畫？	V		<p>全維護與教育訓練，114 年發生職災為 4 件、4 人占員工總人數比率為 1.35%。</p> <p>相關改善措施如下：</p> <p>教育訓練：定期舉辦勞工安全教育訓練，提升風險辨識能力。</p> <p>健康照護：執行健康風險評估、聘用護理師、醫師提供健康諮詢與護理。</p> <p>7.114 年度未發生重大職業災害或重大火災事故。</p> <p>(四) 本公司每年不定期實施內部教育訓練並依各部門員工上課需求接受外部教育訓練。為建立員工的職涯培訓計畫，進行包含各級主管及所有員工的相關課程如下：</p> <p>各級主管：會計主管、稽核主管、勞工安全衛生主管等訓練及回訓課程。</p> <p>所有員工：新進員工教育訓練、專業課程進修、線上培訓、性別平等課程、個人資料維護、勞工安全及消防訓練等。</p> <p>114 年度教育訓練：</p> <p>經理級以上訓練時數為 88.5 小時、一般員工訓練時數為 3061.5 小時，總時數為 3,150 小時，共 390 人次參與受訓。</p>		(四) 無重大差異。
(五) 針對產品與服務之顧客健康與安全、客戶隱私、行銷及標示等議題，公司是否遵循相關法規及國際準則，並制定相關保護消費者或客戶權益政策及申訴程序？	V		<p>(五) 本公司暨子公司產品之內容及服務均遵守相關主管機關之規範，並制定個人資料安全維護辦法，確保客戶隱私。另本公司已於網站設置利害關係人專區如有消費者申訴得隨時以電話及電子郵件等方式與本公司聯絡。</p>		(五) 無重大差異。

推 動 項 目	執 行 情 形			與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
(六)公司是否訂定供應商管理政策，要求供應商在環保、職業安全衛生或勞動人權等議題遵循相關規範，及其實施情形？	V		(六)本公司對供應商方面，訂有「供應商企業社會責任守則」，並上傳至官網公司治理專區及年報揭露，規範供應商應符合環境保護及勞工權益及衛生安全管理相關法規，並要求供應商簽署「供應商企業社會責任聲明書」，以創造社會整體永續繁榮，並將推動供應商自評及實地訪查，確認供應商在環保、職業安全衛生或勞動人權等議題遵循相關規。	(六)無重大差異。
五、公司是否參考國際通用之報告書編製準則或指引，編製永續報告書等揭露公司非財務資訊之報告書？前揭報告書是否取得第三方驗證單位之確信或保證意見？	V		<p>合併公司依據全球永續性報告協會(Global Reporting Initiative GRI)發布之通用準則、行業準則及重大主題準則編製「2024年永續報告書」，揭露公司所鑑別之經濟、環境及人群(包含其人權)重大主題與影響、揭露項目及其報導要求，並參考永續會計準則理事會(Sustainability Accounting Standards Board, SASB)準則揭露行業指標資訊及SASB媒體娛樂產業指標對應報告書內容索引。</p> <p>合併公司之2024年永續報告書內，包含對應GRI準則之內容索引，由安侯建業聯合會計師事務所按中華民國會計研究發展基金會所發佈確信準則公報第3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」(係參考國際確信準則ISAE3000訂定)進行獨立有限確信(limited assurance)之項目。歷年永續報告書公開於公司網站(https://st-media.com.tw/esg/file)</p>	無重大差異。

推 動 項 目	執 行 情 形			與上市上櫃公司永續發展 實務守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
<p>六、公司如依據「上市上櫃公司永續發展實務守則」定有本身之永續發展守則者，請敘明其運作與所定守則之差異情形： 本公司於 109 年 12 月董事會通過訂定「企業社會責任實務守則」，以強化企業社會責任之落實。執行至今尚無差異情形。</p>				
<p>七、其他有助於瞭解推動永續發展執行情形之重要資訊： 合併公司各類永續發展運作情形，請參考合併公司全球資訊網(https://st-media.com.tw/esg/76)、新聞稿及相關出版品(如：業務簡介、年度永續報告書等)。本公司善盡媒體責任，秉持「公益、關懷」之理念，積極參與地方活動，期望促進及建立與地方良好互動關係。除主、協辦公益活動外，另製播優質節目，以在地觀點，製播具地方特色產業之專題報導，協助地方行銷農特產品。</p>				

2.上市上櫃公司氣候相關資訊

項 目	執 行 情 形													
<p>一、敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理。</p>	<p>1.本公司以董事會為氣候相關風險與機會之監督及治理之最高單位，監督公司永續發展的落實情形。</p> <p>2.風險管理評估小組：由總經理召集各單位最高主管組成，帶領高階經理人，執行氣候相關風險與機會之評估，並定期追蹤環境永續目標達成情形。風險管理評估小組，每年至少一次向董事會及審計委員會彙總報告年度氣候相關風險與機會之工作執行成果。</p> <p>3.審計委員會，聽取內部稽核主管報告永續資訊管理作業之內部控制制度之設計及執行有效性所執行之工作，以及稽核發現事項。</p>													
<p>二、敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)。</p>	<p>依據(Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD)來鑑別風險及機會，並依鑑別結果建立衡量指標與目標管理。</p> <p>本公司積極研擬相關風險與策略，以期降低氣候變遷所產生之營運與財務衝擊，提升組織氣候韌性。</p> <table border="1" data-bbox="595 659 2134 1412"> <thead> <tr> <th data-bbox="595 659 808 770">面 向</th> <th data-bbox="808 659 1093 770">T C F D 建 議 揭 露 項 目</th> <th data-bbox="1093 659 2134 770">公 司 管 理 策 略 與 行 動</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="595 770 808 1190" rowspan="2">治 理</td> <td data-bbox="808 770 1093 927">1.董事會對氣候相關風險與機會的監督情形</td> <td data-bbox="1093 770 2134 927">每年至少一次向董事會報告ESG及氣候變遷相關議題的衝擊評估與永續目標達成進度。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="808 927 1093 1190">2.管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色</td> <td data-bbox="1093 927 2134 1190">風險管理評估小組由總經理召集各單位最高主管組成，帶領高階經理人，執行氣候相關風險與機會之評估，並定期追蹤環境永續目標達成情形。 風險管理評估小組，每年至少一次向董事會及審計委員會彙總報告年度氣候治理工作執行成果。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="595 1190 808 1412">策 略</td> <td data-bbox="808 1190 1093 1412">3.所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會</td> <td data-bbox="1093 1190 2134 1412">透過風險評估小組，進行跨部門討論與鑑別短、中、長期的氣候風險與機會，共鑑別出4項轉型風險、2項實體風險。</td> </tr> </tbody> </table>			面 向	T C F D 建 議 揭 露 項 目	公 司 管 理 策 略 與 行 動	治 理	1.董事會對氣候相關風險與機會的監督情形	每年至少一次向董事會報告ESG及氣候變遷相關議題的衝擊評估與永續目標達成進度。	2.管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色	風險管理評估小組由總經理召集各單位最高主管組成，帶領高階經理人，執行氣候相關風險與機會之評估，並定期追蹤環境永續目標達成情形。 風險管理評估小組，每年至少一次向董事會及審計委員會彙總報告年度氣候治理工作執行成果。	策 略	3.所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	透過風險評估小組，進行跨部門討論與鑑別短、中、長期的氣候風險與機會，共鑑別出4項轉型風險、2項實體風險。
面 向	T C F D 建 議 揭 露 項 目	公 司 管 理 策 略 與 行 動												
治 理	1.董事會對氣候相關風險與機會的監督情形	每年至少一次向董事會報告ESG及氣候變遷相關議題的衝擊評估與永續目標達成進度。												
	2.管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色	風險管理評估小組由總經理召集各單位最高主管組成，帶領高階經理人，執行氣候相關風險與機會之評估，並定期追蹤環境永續目標達成情形。 風險管理評估小組，每年至少一次向董事會及審計委員會彙總報告年度氣候治理工作執行成果。												
策 略	3.所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	透過風險評估小組，進行跨部門討論與鑑別短、中、長期的氣候風險與機會，共鑑別出4項轉型風險、2項實體風險。												

項 目	執 行	情 形																													
		<table border="1"> <tr> <td colspan="4" data-bbox="1106 225 2132 264">1.氣候風險</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 264 1301 320">風險類型</td> <td data-bbox="1301 264 1585 320">短 期</td> <td data-bbox="1585 264 1870 320">中 期</td> <td data-bbox="1870 264 2132 320">長 期</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 320 1301 587">轉型風險</td> <td data-bbox="1301 320 1585 587"> 【政策與法規】 各國碳稅/碳費法規陸續出台適用 </td> <td data-bbox="1585 320 1870 587"> 【新技術投資】 因應低碳趨勢，必須更換節能設備。 </td> <td data-bbox="1870 320 2132 587"> 【市場風險】 低碳包裝的需求上升。 【名譽風險】 企業組織的形象 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 587 1301 868">實體風險</td> <td data-bbox="1301 587 1585 868"> 【立即性】 極端氣候頻繁發生影響供應鏈及運輸 </td> <td data-bbox="1585 587 1870 868"></td> <td data-bbox="1870 587 2132 868"> 【立即性】 氣候變遷導致降雨減少，供水、供電受影響，所產生之限水、限電 </td> </tr> </table> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="815 995 1093 1203" rowspan="3">4.在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊</td> <td colspan="3" data-bbox="1106 995 2132 1075">透過風險評估小組，進行跨部門討論與鑑別短、中、長期的氣候風險與機會，共鑑別出3項機會。</td> </tr> <tr> <td colspan="3" data-bbox="1106 1091 2132 1131">2. 氣候機會</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 1131 1447 1187">主要轉型風險</td> <td data-bbox="1447 1131 1787 1187">主要實體風險</td> <td data-bbox="1787 1131 2132 1187">主要氣候機會</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1106 1187 1447 1417"> 【政策與法規】 因應相關碳費法規陸續出台適用，本公司自願優先進行溫室氣體盤查與確信，用以 </td> <td data-bbox="1447 1187 1787 1417"> 【供應鏈運輸】 極端氣候頻繁發生影響供應鏈及運輸，研擬購物供應商分散採購之備援措施。 </td> <td data-bbox="1787 1187 2132 1417"> 【低碳生產行銷】 本公司屬媒體產業，在生產或製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共 </td> </tr> </table>	1.氣候風險				風險類型	短 期	中 期	長 期	轉型風險	【政策與法規】 各國碳稅/碳費法規陸續出台適用	【新技術投資】 因應低碳趨勢，必須更換節能設備。	【市場風險】 低碳包裝的需求上升。 【名譽風險】 企業組織的形象	實體風險	【立即性】 極端氣候頻繁發生影響供應鏈及運輸		【立即性】 氣候變遷導致降雨減少，供水、供電受影響，所產生之限水、限電	4.在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊	透過風險評估小組，進行跨部門討論與鑑別短、中、長期的氣候風險與機會，共鑑別出3項機會。			2. 氣候機會			主要轉型風險	主要實體風險	主要氣候機會	【政策與法規】 因應相關碳費法規陸續出台適用，本公司自願優先進行溫室氣體盤查與確信，用以	【供應鏈運輸】 極端氣候頻繁發生影響供應鏈及運輸，研擬購物供應商分散採購之備援措施。	【低碳生產行銷】 本公司屬媒體產業，在生產或製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共
1.氣候風險																															
風險類型	短 期	中 期	長 期																												
轉型風險	【政策與法規】 各國碳稅/碳費法規陸續出台適用	【新技術投資】 因應低碳趨勢，必須更換節能設備。	【市場風險】 低碳包裝的需求上升。 【名譽風險】 企業組織的形象																												
實體風險	【立即性】 極端氣候頻繁發生影響供應鏈及運輸		【立即性】 氣候變遷導致降雨減少，供水、供電受影響，所產生之限水、限電																												
4.在業務、策略和財務規劃上與氣候相關風險與機會的衝擊	透過風險評估小組，進行跨部門討論與鑑別短、中、長期的氣候風險與機會，共鑑別出3項機會。																														
	2. 氣候機會																														
	主要轉型風險	主要實體風險	主要氣候機會																												
【政策與法規】 因應相關碳費法規陸續出台適用，本公司自願優先進行溫室氣體盤查與確信，用以	【供應鏈運輸】 極端氣候頻繁發生影響供應鏈及運輸，研擬購物供應商分散採購之備援措施。	【低碳生產行銷】 本公司屬媒體產業，在生產或製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共																													

項 目	執 行	情 形
	<p>追蹤溫室氣體排放量，以期降低未來碳費法規影響。</p> <p>【新技術投資】</p> <p>因應低碳趨勢，必須更換節能設備。除112年已設置4K虛擬攝影棚，虛擬製作節省了大幅的製作時間與費用成本，包括場景建置與後期製作，以及團隊的移動時間與費用，同時也降低移動風險。113年至114年，持續研發AI主播，改變新聞播報的資訊傳遞方式。由記者們拍攝及撰寫的文字，透過AI自動抓取數據、整理資訊，並生成AI主播，可不受時間、地點限制，24小時運作，提供即時新聞內容。減少人力錄製時間，唯正確性仍需再次檢視，而AI主播的靈活性及擬真度也</p>	<p>【供水供電】</p> <p>氣候變遷導致降雨減少，供水、供電受影響，所產生之限水、限電，若限電或區域停電，即無法播送新聞節目與廣告內容，部分區域將受播出影響，將朝設備節能化發展，以期降低電力需求，共同因應氣候變遷產生之供電壓力。</p> <p>【節能設備增效】</p> <p>進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率。</p> <p>【推動減碳包裝】</p> <p>銷貨提供客戶低碳包裝，以有效減少包裝的碳足跡，符合低碳趨勢。</p>
		<p>乘，未來也將逐步採用低碳能源交通工具，待現有車輛汰換或租賃到期，轉換為油電車或電動車等低碳運輸設備，降低碳排，若可用遠端視訊的部分透過視訊進行，廣告紙本DM行銷，轉電子DM傳送。</p>

項 目	執 行		情 形
			<p>尚待提升。</p> <p>114年持續進行無紙化線上會議，並透過數位影音進行節能製播流程，以期降低碳足跡並融入員工日常。</p> <p>【市場風險】 低碳包裝的需求上升，本公司持續研究低碳包材，以符合低碳趨勢。</p> <p>【名譽風險】 企業組織的形象，隨著氣候變遷逐漸受到大眾重視，客戶或社群也會評斷公司是否致力於低碳轉型，本公司將持續規劃因應氣候變遷可行之方案。</p>
		5.在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關的	在未來實施減碳策略所需投入之轉型成本，將持續推動低碳運轉，以了解不同策略下在不同情境可能的財務衝擊，將逐步邁向淨零排放，並強化氣候韌性。

項 目	執 行 情 形		
		情境	
	風險管理	6.在氣候相關風險的鑑別和評估流程	評估相關單位於氣候變遷風險與機會，風險評估小組討論氣候相關風險機會，將氣候風險鑑別與評估結果，納入公司風險管理項目中，定期由管理階層確認。
		7.在氣候相關風險的管理流程	利用TCFD架構建構公司的氣候風險辨識流程，並透過風險管理小組追蹤管理情形。
		8.氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在公司的整體風險管理制度	依據氣候風險之鑑別與排序結果，設定相關因應方案，透過風險管理小組檢討風險管理及制度調整。
	指標與目標	9.說明公司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	將氣候風險鑑別與評估納入企業風險管理流程。
		10.範疇一、範疇二和範疇三溫室氣體排放和相關風險	每年進行溫室氣體範疇一、範疇二和範疇三之盤查及查證，確認溫室氣體產生源，並進行管理。
		11.管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目	擬定減碳目標，定期檢視達成目標的進度。

項 目	執 行 情 形		
	標的表現		
	本公司針對上述風險進行評估，提出可能造成重大財務影響之氣候相關風險與機會，以及因應策略如下：		
	轉型風險/氣候機會		
	R 風險/O 機會	財務影響 -/+	因應策略
	R【政策與法規】	營業成本	因應相關碳費法規陸續出台適用，本公司自願優先進行溫室氣體盤查與確信，用以追蹤溫室氣體排放量，以期降低未來碳費法規影響。
R【新技術投資】	營業成本	因應低碳趨勢，必須更換節能設備。除 112 年已設置 4K 虛擬攝影棚，虛擬製作節省了大幅的製作時間與費用成本，包括場景建置與後期製作，以及團隊的移動時間與費用，同時也降低移動風險。113 年至 114 年，持續研發 AI 主播，改變新聞播報的資訊傳遞方式。由記者們拍攝及撰寫的文字，透過 AI 自動抓取數據、整理資訊，並生成 AI 主播，可不受時間、地點限制，24 小時運作，提供即時新聞內容。減少人力錄製時間，唯正確性仍需再次檢視，而 AI 主播的靈活性及擬真度也尚待提升。 114 年持續進行無紙化線上會議，並透過數位影音進行節能製播流程，以期降低碳足跡並融入員工日常。	

項	目	執	行	情	形
		R【市場風險】	營業成本	低碳包裝的需求上升，本公司持續研究低碳包材，以符合低碳趨勢。	
		R【名譽風險】	營業成本	企業組織的形象，隨著氣候變遷逐漸受到大眾重視，客戶或社群也會評斷公司是否致力於低碳轉型，本公司將持續規劃因應氣候變遷可行之方案。	
		O【低碳生產行銷】	營業成本	本公司屬媒體產業，在生產或製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共乘，未來也將逐步採用低碳能源交通工具，待現有車輛汰換或租賃到期，轉換為油電車或電動車等低碳運輸設備，降低碳排，若可用遠端視訊的部分透過視訊進行，廣告紙本 DM 行銷，轉電子 DM 傳送。	
		O【推動減碳包裝】	營業成本	銷貨提供客戶低碳包裝，以有效減少包裝的碳足跡，符合低碳趨勢。	
實體風險/氣候機會					
		R 風險/O 機會	財務影響 -/+	因應策略	
		R【供應鏈運輸】	營業成本	極端氣候頻繁發生影響供應鏈及運輸，研擬購物供應商分散採購之備援措施。	
		R【供水供電】	營業成本	氣候變遷導致降雨減少，供水、供電受影響，所產生之限水、限電，若限電或區域停電，即無法播送新聞節目與廣告內容，部分區域將受播出影響，將朝設	

項 目	執 行 情 形																						
		備節能化發展，以期降低電力需求，共同因應氣候變遷產生之供電壓力。																					
	O【節能設備增效】	營業成本 進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率。																					
三、敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	<p>極端氣候頻繁發生，因本公司擁有電視購物業務，若未來因極端氣候影響供應商海外進貨，致使供應商海外進貨之品項無法如期配送出貨，本公司仍有其他替代性產品可供消費者選購，並能適時調整電視購物節目推播內容，應尚無對收入產生暫時性影響。</p> <p>轉型行動對財務之影響：</p> <table border="1" data-bbox="600 708 2123 1369"> <thead> <tr> <th data-bbox="600 708 846 815">氣候風險 實體風險</th> <th data-bbox="846 708 1173 815">潛在財務影響</th> <th data-bbox="1173 708 2123 815">因 應 方 案</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="600 815 846 962">政策與法規</td> <td data-bbox="846 815 1173 962">營業成本</td> <td data-bbox="1173 815 2123 962">因應相關碳費法規陸續出台適用，本公司自願優先進行溫室氣體盤查與確信，用以追蹤溫室氣體排放量，以期降低未來碳費法規影響。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="600 962 846 1018">新技術投資</td> <td data-bbox="846 962 1173 1018">營業成本</td> <td data-bbox="1173 962 2123 1018">因應低碳趨勢，逐步更換節能設備。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="600 1018 846 1118">市場風險</td> <td data-bbox="846 1018 1173 1118">營業成本</td> <td data-bbox="1173 1018 2123 1118">低碳包裝的需求上升，本公司持續研究低碳包材，以符合低碳趨勢。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="600 1118 846 1219">名譽風險</td> <td data-bbox="846 1118 1173 1219">營業成本</td> <td data-bbox="1173 1118 2123 1219">客戶或社群也會評斷公司是否致力於低碳轉型，本公司將持續規劃因應氣候變遷可行之方案。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="600 1219 846 1275">供應鏈運輸</td> <td data-bbox="846 1219 1173 1275">營業成本</td> <td data-bbox="1173 1219 2123 1275">研擬購物供應商分散採購之備援措施。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="600 1275 846 1369">供水供電</td> <td data-bbox="846 1275 1173 1369">營業成本</td> <td data-bbox="1173 1275 2123 1369">朝設備節能化發展，以期降低電力需求，共同因應氣候變遷產生之供電壓力。</td> </tr> </tbody> </table>		氣候風險 實體風險	潛在財務影響	因 應 方 案	政策與法規	營業成本	因應相關碳費法規陸續出台適用，本公司自願優先進行溫室氣體盤查與確信，用以追蹤溫室氣體排放量，以期降低未來碳費法規影響。	新技術投資	營業成本	因應低碳趨勢，逐步更換節能設備。	市場風險	營業成本	低碳包裝的需求上升，本公司持續研究低碳包材，以符合低碳趨勢。	名譽風險	營業成本	客戶或社群也會評斷公司是否致力於低碳轉型，本公司將持續規劃因應氣候變遷可行之方案。	供應鏈運輸	營業成本	研擬購物供應商分散採購之備援措施。	供水供電	營業成本	朝設備節能化發展，以期降低電力需求，共同因應氣候變遷產生之供電壓力。
氣候風險 實體風險	潛在財務影響	因 應 方 案																					
政策與法規	營業成本	因應相關碳費法規陸續出台適用，本公司自願優先進行溫室氣體盤查與確信，用以追蹤溫室氣體排放量，以期降低未來碳費法規影響。																					
新技術投資	營業成本	因應低碳趨勢，逐步更換節能設備。																					
市場風險	營業成本	低碳包裝的需求上升，本公司持續研究低碳包材，以符合低碳趨勢。																					
名譽風險	營業成本	客戶或社群也會評斷公司是否致力於低碳轉型，本公司將持續規劃因應氣候變遷可行之方案。																					
供應鏈運輸	營業成本	研擬購物供應商分散採購之備援措施。																					
供水供電	營業成本	朝設備節能化發展，以期降低電力需求，共同因應氣候變遷產生之供電壓力。																					

項 目	執 行 情 形		
	氣候機會	潛在財務影響	因應方案
	低碳生產行銷	營業成本	交通工具將朝多人共乘，未來也將逐步採用低碳能源交通工具，降低碳排。
	節能設備增效	營業成本	進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率。
	推動減碳包裝	營業成本	低碳包裝，以有效減少包裝的碳足跡，符合低碳趨勢。
為本公司推動的淨零碳排的行動規劃，請參閱上表(項目2)。			
四、敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	本公司引用 TCFD 架構，由風險管理評估小組帶領高階經理人辨識氣候變遷之風險與機會，並由相關部門主管考量本公司目前營運狀況及可運用資源，針對顯著風險項目，量身打造具體可行且有效之氣候變遷風險管理方針。相關部門主管須定期追蹤管理方針執行情形，回報至風險管理評估小組；風險管理評估小組須每年至少一次向董事會及審計委員會彙總報告，管理執行情形與風險控管報告，監督並追蹤檢討經營團隊風險管理執行情況，以期強化企業永續發展之目標。		
五、若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。	本公司已展開因應氣候變遷的調適策略及行動，包括推動低碳節能措施、溫室氣體盤查等，逐步尋求企業及各項業務的耗能減量機會，未來亦規劃逐步增加情境模擬分析之財務影響評估，以有效掌握氣候變遷所帶來的風險。		
六、若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。	請參閱項目2表。		
七、若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	本公司目前尚未規劃內部碳定價。		

項 目	執 行 情 形
<p>八、若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量。</p>	<p>(1)本公司於112年12月設置溫室氣體盤查小組，執行溫室氣體盤查作業，並按季持續控管溫室氣體盤查及查證揭露時程之完成情形。</p> <p>(2)本公司預計最遲於2026年9月以前完成訂定盤查規劃，並依主管機關時程，於2027年年報完成2026年合併公司盤查揭露，及於2029年年報完成2028年合併公司盤查確信情形。截至2026年第一季，本公司溫室氣體盤查小組持續評估及控管盤查規劃與查證規劃之進度，且進度皆正常。</p> <p>(3)本公司目前尚未使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)。</p>
<p>九、溫室氣體盤查及確信情形</p>	<p>請參照 1-1 最近二年度公司溫室氣體盤查及確信情形，及 1-2 溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫。</p>

2-1 最近二年度公司溫室氣體盤查及確信情形

2-1-1 溫室氣體盤查資訊

敘明溫室氣體最近兩年度之排放量(公噸CO₂e)、密集度(公噸CO₂e/百萬元)及資料涵蓋範圍。

(1) 母公司個體應自民國114年開始盤查。

(2) 合併財務報告子公司應自115年開始盤查。

本公司溫室氣體盤查組織邊界之設定，113年度採用ISO 14064-1:2018中營運控制權法訂定組織邊界，114年度採用世界企業永續發展協會(WBCSD)與世界資源研究所(WRI)發布之溫室氣體盤查議定書(Greenhouse Gas Protocol)中營運控制法訂定組織邊界，本次溫室氣體盤查之組織邊界為鑫傳國際多媒體科技股份有限公司暨所屬營運公司，惟本公司於113年5月取得美雅國際企業，故於113年納入盤查邊界。針對邊界內溫室氣體排放或移除量進行彙總，本公司及合併財務報告所有子公司之溫室氣體排放量，說明如下：

		113年度		114年度(註3)	
		排放量 (公噸CO2e)	密集度(公噸CO2e/營 業額新台幣百萬元)	排放量 (公噸CO2e)	密集度(公噸CO2e/營 業額新台幣百萬元)
本公司	範疇一、直接溫室氣體排放	58.23	0.0902	53.39	0.0699
	範疇二、間接溫室氣體排放	294.22	0.4559	319.11	0.4180
	小計	352.45	0.5461	372.50	0.4879
合併財務報告所 有子公司	範疇一、直接溫室氣體排放	7.59	0.0118	10.30	0.0135
	範疇二、間接溫室氣體排放	160.53	0.2487	212.81	0.2787
	小計	168.12	0.2605	223.11	0.2922
總計		520.57	0.8066	595.61	0.7801

註1：113年度本公司營業額為645,350仟元，114年度本公司營業額為763,531仟元，密集度所代表之意為每百萬元營業額所產生之溫室氣體。

註2：113年度已更新為取得查證機構確信之數據。

註3：因經濟部能源署官網(https://www.moeaea.gov.tw/ecw/populace/content/SubMenu.aspx?menu_id=114)尚未公布114年度電力排碳係數，故114年溫室氣體排放量採用113年度電力排碳係數計算。

2-1-2 溫室氣體確信資訊

敘明截至年報刊印日之最近兩年度確信情形說明，包括確信範圍、確信機構、確信準則及確信意見。

- (1) 母公司個體應自民國 116 年開始執行確信。
- (2) 合併財務報告子公司應自 117 年開始執行確信。

本公司 113 年度業經安侯建業聯合會計師事務所依照確信準則 ISAE3410 號「溫室氣體聲明之確信案件」執行確信，執行範圍為本公司及合併財務報告所有子公司。114 年度尚未取得溫室氣體確信意見。

本公司及合併財務報告子公司(包含子公司鑫祺、鑫隆、人誠、美雅)之溫室氣體盤查最近兩年度執行確信情形：

執行確信之範圍		113 年度排放量 (公噸 CO ₂ e)	114 年度排放量(註) (公噸 CO ₂ e)
本公司	範疇一、直接溫室氣體排放	58.23	53.39
	範疇二 間接溫室氣體排放	294.22	319.11
	小計	352.45	372.5
	佔前述 1-1-1 所揭露盤查數據百分比	67.70%	62.54%
合併財務報告 所有子公司	範疇一 直接溫室氣體排放	7.59	10.30
	範疇二 間接溫室氣體排放	160.53	212.81
	小計	168.12	223.11
	佔前述 1-1-1 所揭露盤查數據百分比	32.30%	37.46%
總計		520.57	595.61
確信機構		安侯建業聯合會計師事務所	安侯建業聯合會計師事務所
確信情形說明		確信準則 ISAE3410 號	尚未取得溫室氣體確信意見
確信意見/結論		確信意見為類別 1 與類別 2 合理確信、類別 4 有限確信	尚未取得溫室氣體確信意見

註：因經濟部能源署官網(https://www.moeaea.gov.tw/ecw/populace/content/SubMenu.aspx?menu_id=114)尚未公布 114 年度電力排碳係數，故 114 年溫室氣體排放量採用 113 年度電力排碳係數計算。

2-2 溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫

敘明溫室氣體減量基準年及其數據、減量目標、策略及具體行動計畫與減量目標達成情形。

溫室氣體減量基準年及減量目標

本公司自 111 年度進行溫室氣體盤查，原以 111 年度定為溫室氣體減量基準年，惟因 113 年 5 月投資美雅國際企業股份有限公司，並成為本公司之子公司，因組織邊界變動，故減量基準年調整為 113 年。希望透過下列具體行動進一步落實較自基準年起每年至少減量 1%，以達成 119 年(2030 年)減量 4%±1%。

溫室氣體減量策略及具體行動計畫

為實踐聯合國永續發展目標及因應減緩全球氣候變遷，本公司將善盡地球公民之責任。並致力於本公司之溫室氣體排放基線盤查工作，以確實掌握本公司溫室氣體之排放狀況，依據盤查結果，進一步推動溫室氣體自願減量相關計畫。期許未來完善本公司各項能源需求與使用管理、使用再生能源的計畫，以期達到每年溫室氣體排放自願減量 1%之願景，期許為全球暖化趨勢之減緩，善盡一份責任，實現本公司對於環境永續發展之承諾。

本公司秉持永續經營理念，為求有效善用資源與善盡企業社會責任，針對溫室氣體減量推行下列節能減碳政策：

1. 低碳生產行銷：本公司屬媒體產業，在生產或製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共乘，未來也將逐步採用低碳能源交通工具，待現有車輛汰換或租賃到期，轉換為油電車或電動車等低碳運輸設備，降低碳排，若可用遠端視訊的部分透過視訊進行，廣告紙本DM行銷，轉電子DM傳送。
2. 設備節能效率提升：進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率。
3. 推動減碳包裝：銷貨提供客戶低碳包裝，以有效減少包裝的碳足跡，符合低碳趨勢。

減量目標達成情形

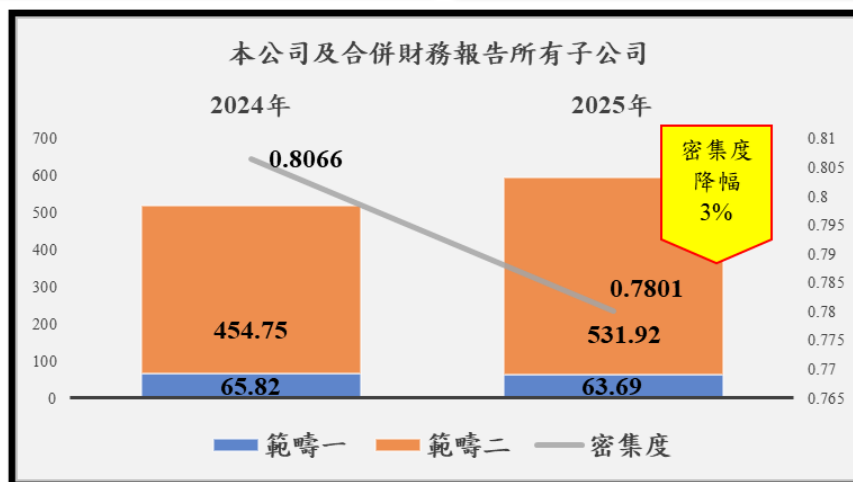
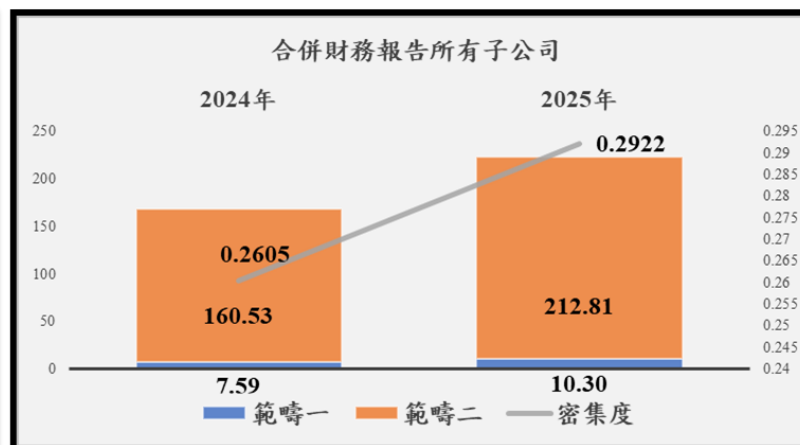
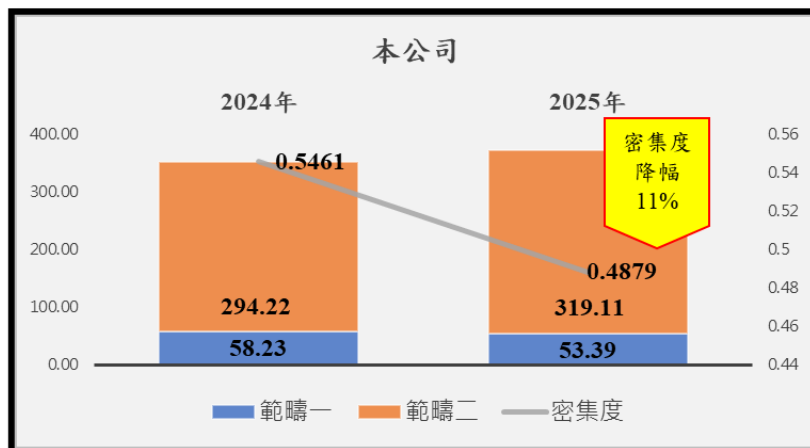
範疇一與範疇二溫室氣體排放量，114 年 595.61 CO₂e，113 年 520.57 CO₂e，114 年較 113 年增加 75.04 CO₂e，增加 14.41%，主要係因本公司 114 年新增台北汐科辦公室，以及子公司美雅係統計 114 年全年度之溫室氣體排放量，相較美雅 113 年僅統計自 5 月投資後之數據，所產生之溫室氣體排放量增加。本公司 113 年與 114 年度溫室氣體盤查數據之密集度進行分析，114 年範疇一與範疇二合計之密集度，本公司由 0.5486 下降為 0.4879，密集度下降幅度約為 11%，本公司及合併報表所有子公司之由 0.8066 下降為 0.7801，密集度下降幅度約為 3%，惟 114 年度溫室氣體盤查，尚未取得確信意見。

註：因經濟部能源署官網(https://www.moeaea.gov.tw/ecw/populace/content/SubMenu.aspx?menu_id=114)尚未公布 114 年度電力排碳係數，故 114 年溫室氣體排放量採用 113 年度電力排碳係數計算。

敘明溫室氣體減量基準年及其數據、減量目標、策略及具體行動計畫與減量目標達成情形。

單位(範疇一、二)：排放量(公噸 CO₂e)

單位(範疇一、二)：密集度(公噸 CO₂e/營業額新台幣百萬元)



註1：113年(2024年)新增子公司，美雅國際企業股份有限公司

敘明溫室氣體減量基準年及其數據、減量目標、策略及具體行動計畫與減量目標達成情形。

註2：因經濟部能源署官網(https://www.moeaea.gov.tw/ecw/populace/content/SubMenu.aspx?menu_id=114)尚未公布114年度電力排碳係數，故114年溫室氣體排放量採用113年度電力排碳係數計算。

類別		113年	114年(註3)
溫室氣體排放量(公噸 CO2e)	範疇一	65.8170	63.6856
	範疇二	454.7503	531.9219
	範疇三	106.2892	114.3813
	合計	626.8565	709.989
總水量(度)		4,555.5586	5,980.7640
廢棄物(公噸)		36.5503	34.9068

註1：113年度溫室氣體排放量、總水量數據已更新為查證機構確信之數據，114年度為本公司初步統計之結果，尚待第三方查驗。

註2：本公司未委託業者清運，113年度起以員工人數估算生活垃圾量。

註3：因經濟部能源署官網(https://www.moeaea.gov.tw/ecw/populace/content/SubMenu.aspx?menu_id=114)尚未公布114年度電力排碳係數，故114年溫室氣體排放量採用113年度電力排碳係數計算。

(六)履行誠信經營情形及與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
<p>一、訂定誠信經營政策及方案</p> <p>(一)公司是否制定經董事會通過之誠信經營政策，並於規章及對外文件中明示誠信經營之政策、作法，以及董事會與高階管理階層積極落實經營政策之承諾？</p> <p>(二)公司是否建立不誠信行為風險之評估機制，定期分析及評估營業範圍內具較高不誠信行為風險之營業活動，並據以訂定防範不誠信行為方案，且至少涵蓋「上市上櫃公司誠信經營守則」第七條第二項各款行為之防範措施？</p> <p>(三)公司是否於防範不誠信行為方案內明定作業程序、行為指南、違規之懲戒及申訴制度，且落實執行，並定期檢討修正前揭方案？</p>	V		<p>(一)本公司已制訂「誠信經營守則」及「道德行為準則」，內容明示誠信經營之政策，董事會與管理階層業已充分了解，並於內部管理及外部商業活動中確實執行。</p>	(一)無重大差異。
	V		<p>(二)本公司已制訂「誠信經營守則」明訂本公司之誠信經營政策。並對各項方案明定作業程序、行為指南及違規之懲戒、申訴制度，並落實執行。</p>	(二)無重大差異。
	V		<p>(三)本公司之「誠信經營守則」及「道德行為準則」明訂本公司及集團企業與組織之董事、經理人、受僱人、受任人及具有實質控制能力之人，於執行業務時，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何形式之不當利益，包括回扣、佣金、疏通費或透過其他途徑向客戶、代理商、承包商、供應商、公職人員或其他利害關係人提供或收受不正當利益。經發現業務往來對象有不誠信行為者，立即停止與其商業往來，並將其列為拒絕往來客。</p>	(三)無重大差異。

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
<p>二、落實誠信經營</p> <p>(一)公司是否評估往來對象之誠信紀錄，並於其與往來交易對象簽訂之契約中明定誠信行為條款？</p>	V		(一)本公司依「誠信經營守則」規定，與他人建立商業關係前，需先行評估代理商、供應商、客戶或其他商業往來對象之合法性及是否曾有不誠信行為之紀錄，以確保商業經營方式公平、透明且不會要求、提供或收受賄賂。	(一)無重大差異。
<p>(二)公司是否設置隸屬董事會之推動企業誠信經營專責單位，並定期(至少一年一次)向董事會報告其誠信經營政策與防範不誠信行為方案及監督執行情形？</p>	V		<p>(二)本公司已訂定「誠信經營守則」，明定利益衝突政策並提供適當陳述管道。本公司將誠信經營列入員工績效考核與人力資源政策中，若人員違反誠信行為情節重大者，依相關法令或依公司人事辦法予以解任或解雇。董事會責成稽核單位定期及不定期進行內部稽核，落實監督機制及風險控管。</p> <p>(1)有關誠信經營之推動，除有獨立之內部稽核單位稽查並內化分述於相關制度規章發行宣導外，本公司指定總經理室為專責單位，隸屬董事會，負責推動企業誠信經營之執行，並由該專責單位每年定期向董事會報告其執行情形。本公司將誠信經營列入員工績效考核與人力資源政策中，若人員違反誠信行為情節重大者，依相關法令或依公司人事辦法予以解任或解雇。(最近一次向董事會報告日期：115年3月5日)</p> <p>(2)「供應商企業社會責任聲明書」： 聲明書適用於本公司與供應商之間供應關係，供應商必須承諾本著誠信、道德經營，善盡企業社會責任、推動環境永續發展及維護基本人權等行為。 執行情況：114年度共26家供應商回覆聲明書。</p>	(二)無重大差異。

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
(三)公司是否制定防止利益衝突政策、提供適當陳述管道，並落實執行？	V		(三)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，應將相關情事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。	(三)無重大差異。
(四)公司是否為落實誠信經營已建立有效的會計制度、內部控制制度，並由內部稽核單位依不誠信行為風險之評估結果，擬訂相關稽核計畫，並據以查核防範不誠信行為方案之遵循情形，或委託會計師執行查核？	V		(四)公司已建立有效之會計制度及內部控制制度，除內部稽核單位定期查核，並向董事會報告查核情形外，另本公司委任安侯建業聯合會計師事務所，執行半年報之帳務及年度內控查核。	(四)無重大差異。
(五)公司是否定期舉辦誠信經營之內、外部之教育訓練？	V		(五)公司每年定期向董事、經理人、受僱人、受任人宣導誠信經營守則，使其充分瞭解公司誠信經營之規範。108年起也對公司新聘用的新進人員，實施「公司誠信經營守則」的宣導與教育，114年受訓人員達9人，以期每位加入之新進員工能瞭解並遵守。	(五)無重大差異。
三、公司檢舉制度之運作情形				
(一)公司是否訂定具體檢舉及獎勵制度，並建立便利檢舉管道，及針對被檢舉對象指派適當之受理專責人員？	V		(一)1.為建立誠信透明之企業文化及促進健全經營，並保護檢舉人之權益，本公司董事會通過訂定「檢舉案件處理辦法」，於公司網站及內部網站建立並公告檢舉專線、檢舉電子郵件信箱或郵寄信箱收件地址等受理管道，提供內部及外部人員檢舉並受理犯罪、舞弊或違法等情事。本公司法令遵循處為檢舉案件之受理單位，稽核總處為檢舉案件之調查單位。	(一)無重大差異。

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
(二)公司是否訂定受理檢舉事項之調查標準作業程序、調查完成後應採取之後續措施及相關保密機制？	V		<p>2.檢舉管道資訊如下：</p> <p>一、檢舉專線：04-37050011#1102。</p> <p>二、檢舉信箱：ethics@st-media.com.tw或郵寄本公司(台中市大里區國光路一段68號)營業處。</p> <p>三、檢舉案件之受理單位：本公司總經理室。</p> <p>(二)1.本公司於「檢舉案件處理辦法」訂有檢舉案件之受理原則、調查程序、調查報告後續處理措施、檢舉人之保護等規定。</p> <p>2.受理原則：</p> <p>不予受理或應停止調查之情形有下列情形之一者，檢舉案件得不予受理，惟仍應記錄於檢舉清冊內備查：</p> <p>一、匿名檢舉；惟所陳述之內容具體明確，且附有可供查證資料或方向，受理單位認有調查之必要者，仍得受理。</p> <p>二、檢舉案件未提供合理懷疑違法失職事實之事證。</p> <p>三、同一事實正調查或由其他機關調查處理中或業經他人檢舉在先且未提出具體新證據者，但檢舉在後者能提出更有利於調查之重要事證時，不在此限。</p> <p>四、同一事實業經決定不予受理，或經查處結案者。但檢舉人提出具體新證據證明本案有重新調查之必要時，不在此限。</p>	(二)無重大差異。

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
			<p>五、檢舉事項為檢舉人職責範圍內之管理或督導事項，檢舉人未於公司相關會議或循公司相關制度提出建言或改善意見者。但檢舉人提出其已善盡建言或改善意見，惟公司無正當理由不予處理之事證者，不在此限。</p> <p>檢舉案件本公司受理調查中，如檢舉人另行向檢調機關提出同一檢舉案件之告發者，本公司得停止調查。</p> <p>3.調查程序(含處理期限)：</p> <p>一、檢舉案件之查證，依案情需要以電話、書面或面談方式為之，查證過程及內容並應作成紀錄完整留存。對檢舉人提供之檔案予以加密保護，檔案之傳遞及存取應限參與調查之人員。</p> <p>二、調查報告應於立案後二個月內完成，呈董事長核定；調查單位於期間屆滿前認為有延長之必要，得述明原因，呈董事長同意。</p> <p>三、稽核單位所出具調查報告，應依本公司「內部控制及稽核制度實施辦法」辦理。</p> <p>4.保密機制：於辦理檢舉案件之受理及調查程序時，就檢舉人之身分及檢舉內容均予以保密，不得洩漏、揭露或公開足以識別其身分之資訊予非必要之第三人，並採取有效適當之保護措施。</p>	

評 估 項 目	運 作 情 形			與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因
	是	否	摘 要 說 明	
(三)公司是否採取保護檢舉人不因檢舉而遭受不當處置之措施？	V		(三)1.本公司已制定「檢舉案件處理辦法」，適用範圍及於本公司之子公司，建立檢舉人保護制度，規定不得因檢舉案件而對檢舉人予以解雇、解任、降調、減薪、損害其依法令、契約或習慣上所應享有之權益，或其他不利處分。若檢舉人認為因檢舉情事而遭受不利處分時，得向本公司人力資源處提出申訴，人力資源處並應於最近一次誠信經營委員會提出報告。 2.114年度本公司受理舉報件數共0件。	(三)無重大差異。
四、加強資訊揭露 公司是否於其網站及公開資訊觀測站，揭露其所定誠信經營守則內容及推動成效？	V		本公司所訂定之誠信經營作業程序及道德行為準則已揭露於本公司網站及公開資訊觀測站。	無重大差異。
五、公司如依據「上市上櫃公司誠信經營守則」定有本身之誠信經營守則者，請敘明其運作與所定守則之差異情形：無重大差異。				
六、其他有助於瞭解公司誠信經營運作情形之重要資訊：(如公司檢討修正其訂定之誠信經營守則等情形)：無。				

(七)其他足以增進對公司治理運作情形瞭解之重要資訊，得一併揭露：

1.董事進修情形

職 稱	姓 名	就 任 日 期	進 修 日 期	主 辦 單 位	課 程 名 稱	進 修 時 數	進 修 時 數
董事長	廖紫岑	113/05/31	114/08/12	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
			114/11/11	社團法人中華公司治理協會	看懂財報，決策有力：董事的財務視野	3	
副董事長	林美琪	113/05/31	114/08/12	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
			114/11/11	社團法人中華公司治理協會	看懂財報，決策有力：董事的財務視野	3	
董事	王明正	113/05/31	114/08/12	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
			114/11/11	社團法人中華公司治理協會	看懂財報，決策有力：董事的財務視野	3	
董事	林亞璇	113/05/31	114/08/12	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
			114/11/11	社團法人中華公司治理協會	看懂財報，決策有力：董事的財務視野	3	
董事	廖學邦	113/05/31	114/08/12	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
			114/11/11	社團法人中華公司治理協會	看懂財報，決策有力：董事的財務視野	3	

職 稱	姓 名	就 任 日 期	進 修 日 期	主 辦 單 位	課 程 名 稱	進 修 時 數	進 修 時 數
董事	程春萍	113/05/31	114/08/12	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
			114/11/11	社團法人中華公司治理協會	看懂財報，決策有力：董事的財務視野	3	
獨立董事	蔡榮騰	113/05/31	114/09/15	財團法人台灣金融研訓院	防制洗錢暨公平待客源則、永續發展與資安	7	7
獨立董事	徐俊明	113/05/31	114/08/12	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
			114/11/11	社團法人中華公司治理協會	看懂財報，決策有力：董事的財務視野	3	
獨立董事	胡湘麒	113/05/31	114/07/09	臺灣證券交易所	2025 國泰永續金融暨氣候變遷高峰論壇	6	12
			114/07/30	社團法人台灣投資人關係協會	職場侵害 OUT，DEI 職場 IN-法說、學說、務實說之「職場不法侵害(性騷擾+職場霸凌)」之案例解析與預防舉措	3	
			114/11/11	社團法人中華公司治理協會	看懂財報，決策有力：董事的財務視野	3	

2. 董事會自我評鑑結果報告

鑫傳國際多媒體科技股份有限公司

董事會自我評鑑結果報告

- 一、為落實公司治理並提升董事會的功能，依本公司「董事會績效評估辦法」辦理，於每年度結束時執行一次內部績效評估。
- 二、執行單位根據回收之「董事會績效評估自評問卷」、「董事成員績效評估自評問卷」、「功能性委員會績效評估自評問卷」，編制統計表，相關評估結果如下：
1. 董事會績效自評問卷，分五大項目，合計45題，各項目平均得分為5分/5分，評定成績為優良，顯示本公司董事會整體運作完善。

董事會		
評估項目	平均得分	
	114年	
A. 對公司營運之參與程度	5.00	
B. 提升董事會決策品質	5.00	
C. 董事會組成與結構	5.00	
D. 董事之選任及持續進修	5.00	
E. 內部控制	5.00	
各項目平均得分		5.00

2. 董事成員績效評估自評問卷，分六大項目，合計23題，指標滿分計115分，各董事評分結果如下表，各自評定成績皆為優良，顯示本公司董事對各項考核指標之運作之效率與效果均有正面評價。

董事成員		
評估項目	指標滿分	各成員總分
A. 公司目標與任務之掌握 B. 董事職責認知 C. 對公司營運之參與程度 D. 內部關係經營與溝通 E. 董事之專業及持續進修 F. 內部控制	115	董事長 廖紫岑/115 董事 林亞璇/115 董事 王明正/115 董事 林美琪/115 董事 程春萍/115 董事 廖學邦/115 獨立董事 徐俊明/115 獨立董事 蔡榮騰/115 獨立董事 胡湘麒/115

3.功能性委員會績效評估自評問卷，分別如下：

(1)審計委員會，分五大項目，合計22題，平均評分總分為110分/110分，評定成績為優良。

審計委員會		
評估項目	指標滿分	委員/評分總分
A.對公司營運之參與程度	110	獨立董事 徐俊明/ 110 (優良) 獨立董事 蔡榮騰/ 110 (優良) 獨立董事 胡湘麒/ 110 (優良)
B.功能性委員會職責認知		
C.提升功能性委員會決策品質		
D.功能性委員會組成及成員選任		
E.內部控制		

(2)薪酬委員會，分四大項目，合計19題，平均評分總分為95分/95分，評定成績為優良。

薪酬委員會		
評估項目	指標滿分	委員/評分總分
A.對公司營運之參與程度	95	獨立董事 蔡榮騰/ 95 (優良) 獨立董事 徐俊明/ 95 (優良) 獨立董事 胡湘麒/ 95 (優良)
B.功能性委員會職責認知		
C.提升功能性委員會決策品質		
D.功能性委員會組成及成員選任		

三、依據上述自評結果，顯示董事會之運作情況完善，符合公司治理之要求，功能性委員會依職權履行其職責，有效提昇董事會職能。

(八)內部控制制度執行狀況應揭露下列事項

1. 內部控制制度聲明書

有關上述揭露請詳公開資訊觀測站，公開資訊觀測站>單一公司>公司治理>公司規章/內部控制>內控聲明書公告

<https://mops.twse.com.tw/mops/#/web/t06sg20>

2. 委託會計師專案審查內部控制制度者，應揭露會計師審查報告：無。

(九)最近年度及截至年報刊印日止，股東會及董事會之重要決議：

1. 股東會決議事項：

會議名稱	會議日期	決議事項
股東常會	114/05/27	承認事項： 1.承認一一三年度營業報告書及財務報表案。 2.承認一一三年度盈餘分配案。 執行情形：訂定 114 年 07 月 07 日為盈餘分派除息基準日， 114 年 07 月 28 日為股利發放日。(盈餘每股配發現金股利 3.4 元) 討論事項： 1.通過「公司章程」部分條文修訂案。 執行情形：業經主管機關 114 年 06 月 13 日核准在案。

2. 董事會重要決議：

會議名稱	會議日期	重要決議事項
董事會	114/03/10	1. 審議本公司董事之績效及報酬案。 2. 依國際會計準則第三十六號資產減損公報規定進行資產減損評估案。 3. 本公司民國一一三年度營業報告書及財務報表。 4. 分配本公司民國一一三年度員工酬勞及董事酬勞。 5. 本公司民國一一三年度盈餘分配案。 6. 本公司民國一一四年度查核簽證會計師之獨立性及適任性評估案與委任簽證公費案。 7. 「公司章程」部分條文修訂案。 8. 訂定本公司民國一一四年度股東常會召開日程及地點相關事宜。 9. 擬規範本公司基層員工認定標準。 10. 擬通過本公司民國一一三年度內部控制制度聲明書案。
董事會	114/05/05	1. 本公司民國一一四年度第一季合併財務報告案。
董事會	114/08/11	1. 本公司民國一一三年永續發展評估暨推動執行情形以及民國一一三年永續報告書揭露事宜。 2. 本公司民國一一四年度第二季合併財務報告案。 3. 本公司「取得或處分資產處理程序」部份條文修訂案。 4. 本公司「關係人相互間財務業務相關作業規範」部分條文修訂案。 5. 本公司擬向台新國際商業銀行申請授信額度案。 6. 本公司經理人 BSC 獎金發放案。 7. 本公司經理人薪資調整案。

會議名稱	會議日期	重要決議事項
董事會	114/09/22	1. 本公司民國一一四年第三季合併財務報告案。 2. 補行確認本公司不從事衍生性金融商品交易並免訂相關處理程序案。 3. 本公司「內部控制制度」與相關管理辦法部分條文修訂案。 4. 擬修訂本公司「銷售及收款循環」、「電腦化資訊系統循環」、「內部稽核制度實施細則」及「內部稽核實施細則」總則部分條文。 5. 擬向關係人取得供營業使用建物之使用權資產。 6. 北區營業所遷址案。
董事會	114/12/22	1. 本公司民國一一五年度預算案。 2. 本公司「取得或處分資產處理程序」部份條文修訂案。 3. 擬規範本公司員工酬勞發放對象之條件。 4. 本公司經理人民國一一三年度員工酬勞分配案。 5. 本公司民國一一四年度績效獎金發放案。 6. 本公司經理人民國一一四年度年終獎金發放案。 7. 審議本公司經理人民國一一四年度績效及薪資報酬案。 8. 本公司民國一一五年度稽核計畫訂定案。 9. 擬修訂本公司「銷售及收款循環」、「內部稽核制度實施細則」部分條文，並增訂「業務人員代收款項管理辦法」。 10. 本公司業務人員代收客戶帳款疏失，改善計畫案。

(十)最近年度及截至年報刊印日止，董事或監察人對董事會通過重要決議有不同意見且有紀錄或書面聲明者，其主要內容：無。

四、簽證會計師公費資訊

(一)簽證會計師與其所屬事務所及關係企業之審計公費與非審計公費之金額及非審計服務內容

1. 簽證會計師公費資訊

單位：新台幣仟元

會計師事務所名稱	會計師姓名	會計師查核期間	審計公費	非審計公費	合計	備註
安侯建業聯合會計師事務所	陳燕慧	114.1.1~114.12.31	1,510	680	2,190	非審計公費主要係稅報簽證、關係企業報告書、永續報告書確信服務及溫室氣體確信服務公費等。
	張字信	114.1.1~114.12.31				

2. 更換會計師事務所且更換年度所支付之審計公費較更換前一年度之審計公費減少者，應揭露審計公費減少金額、比例及原因：無。

3. 審計公費較前一年度減少達百分之十以上者，應揭露審計公費減少金額、比例及原因：無。

(二) 前目所稱審計公費係指本公司給付簽證會計師有關財務報告查核、核閱之公費。

(三)會計師獨立性之評估：

本公司財務部每年定期參酌會計師法第 47 條及中華民國會計師職業道德規範公報第 10 號「正直、公正客觀及獨立性」制定評估項目，並向審計委員會及董事會報告評估之結果。制定評估項目如下：

1. 簽證會計師與本公司間未有直接或重大間接財務利益關係。
2. 簽證會計師與本公司間未有重大密切之商業關係。
3. 簽證會計師於審計本公司時未有潛在之僱傭關係。
4. 簽證會計師未有與本公司有金錢借貸之情事。
5. 簽證會計師未收受本公司及本公司董監事、經理人價值重大之餽贈或禮物(其價值為超越一般社交禮儀標準)。
6. 簽證會計師並無已連續七年提供本公司審計服務。
7. 簽證會計師未握有本公司股份。
8. 簽證會計師本人、其配偶或受扶養親屬、其審計小組於審計期間或最近兩年內未擔任本公司董監事、經理人或對審計案件有重大影響之職務，亦確定於未來審計期間不會擔任前述相關職務。
9. 簽證會計師是否已符合會計師職業道德規範公報第 10 號有關獨立性之規範，並取得簽證會計師出具之「獨立性聲明書」。

115 年審計委員會及董事會並參考簽證會計師事務所提供之審計品質指標(AQI)報告做為委任會計師之參考依據，該指標報告依據金管會發布之「會計師事務所編製審計品質指標(AQI)指引」，包含專業性指標(查核經驗、訓練時數、流動率、專業支援)、品質控管指標(會計師負荷、查核投入、案件品質管制複核(EQCR)複核情形、品管支援能力)、獨立性(非審計服務、客戶熟悉度)、監督(外部檢查缺失及處分、主管機關發函改善)、創新能力等構面；另簽證會計師對於委辦事項及其本身有直接或利害關係者需迴避，會計師之輪調亦遵守相關規定辦理。

五、更換會計師資訊

公司在最近二年度及其期後期間有更換會計師情形者：

(一)關於前任會計師

更換日期	113年3月11日經董事會通過		
更換原因及說明	鑒於公司業務與內部管理需求及強化公司治理，自民國113年第一季起，簽證會計師事務所及簽證會計師更換為「安侯建業聯合會計師事務所」陳燕慧會計師及張字信會計師，並經113年3月11日董事會決議通過。		
說明係委任人或會計師 終止或不接受委任	當事人	會計師	委任人
	情況		
	主動終止委任		V
	不再接受(繼續)委任		

最新兩年內簽發無保留意見以外之查核報告書意見及原因	無		
與發行人有無不同意見	有	會計原則或實務	
		財務報告之揭露	
		查核範圍或步驟	
		其他	
	無	V	
說明			
其他揭露事項 (本準則第十條第六款第一目之四至第一目之七應加以揭露者)	無		

(二)關於繼任會計師

事務所名稱	安侯建業聯合會計師事務所
會計師姓名	陳燕慧會計師、張字信會計師
委任之日期	自113年第一季起
委任前就特定交易處理方法或會計原財務報告可能簽發諮詢事項及之會計及之意結計對見果	無
繼任會計師對前任不同意見事項之書面意見會計師	無

(三)前任會計師對本準則第10條第6款第1目及第2目之3事項之復函：無。

六、公司之董事長、總經理、負責財務或會計事務之經理人，最近一年內曾任職於簽證會計師所屬事務所或其關係企業：無。

七、最近年度及截至年報刊印日止，董事、監察人、經理人及持股比例超過百分之十之股東股權移轉及股權質押變動情形：

(一)董事、監察人、經理人及大股東股權變動情形

1.股權移轉：有關上述揭露請詳公開資訊觀測站，公開資訊觀測站>單一公司>股權變動/證券發行>股權轉讓資料查詢>內部人持股異動事後申報表

https://mops.twse.com.tw/mops/#/web/query6_1

2.股權質押變動情形：有關上述揭露請詳公開資訊觀測站，公開資訊觀測站>單一公司>股權變動/證券發行>內部人設質解質>內部人設質解質公告

https://mopsov.twse.com.tw/mops/web/STAMAK03_1

(二)董事、監察人、經理人及大股東股權移轉之相對人為關係人之資訊：無。

(三)董事、監察人、經理人及大股東股權質押之相對人為關係人之資訊：無。

八、持股比例占前十名之股東，其相互間為關係人或為配偶、二親等以內之親屬關係之資訊

115年03月28日；單位：股；%

姓名	本持有股份		配偶、未成年子女持有股份		利用他人名義合計持有股份		前十大股東相互間具有關係人或為配偶、二親等以內之親屬關係者，其名稱或姓名及關係。		備註
	股數	持股比例	股數	持股比例	股數	持股比例	名稱(或姓名)	關係	
台灣數位光訊科技(股)公司	18,379,000	65.17	-	-	-	-	佳達投資(股)公司	雙方負責人為一親等	-
代表人:廖紫岑	22,000	0.08	-	-	-	-	鄭詠心	母女	-
元扶企業(股)公司	1,392,000	4.94	-	-	-	-	佳達投資(股)公司	雙方負責人為一親等	-
代表人:廖紫岑	22,000	0.08	-	-	-	-	鄭詠心	母女	-
賽那美育樂開發(股)公司	1,178,000	4.18	-	-	-	-	佳達投資(股)公司	雙方負責人為一親等	-
代表人:廖紫岑	22,000	0.08	-	-	-	-	鄭詠心	母女	-
佳達投資(股)公司	765,411	2.71	-	-	-	-	台灣數位光訊科技(股)公司 元扶企業(股)公司 賽那美育樂開發(股)公司	雙方負責人為一親等	-
代表人:鄭詠心	5,000	0.02	-	-	-	-	廖紫岑	母女	-
清新國際(股)公司	611,000	2.17	-	-	-	-	-	-	-
代表人:王明正	86	0.00	7,374	0.03	-	-	-	-	-
廖學邦	465,000	1.65	-	-	-	-	-	-	-
北港有線電視股份有限公司	357,000	1.27	-	-	-	-	-	-	-
代表人:林憲忠	-	-	-	-	-	-	-	-	-
邱錦賢	351,000	1.24	-	-	-	-	-	-	-
福豐盛投資	308,000	1.09	-	-	-	-	-	-	-
代表人:林柏儒	-	-	-	-	-	-	-	-	-
蔡明忠	300,000	1.06	-	-	-	-	-	-	-

九、公司、公司之董事、監察人、經理人及公司直接或間接控制之事業對同一轉投資事業之持股數，並合併計算綜合持股比例

115年03月28日；單位：股；%

轉投資事業(註)	本公司投資		董事、監察人、經理人及直接或間接控制事業之投資		綜合投資	
	股數	持股比例	股數	持股比例	股數	持股比例
鑫祺多媒體股份有限公司	5,000,000	100%	-	-	5,000,000	100%
鑫隆多媒體股份有限公司	5,000,000	100%	-	-	5,000,000	100%
媒體發展股份有限公司	6,000,000	32%	-	-	6,000,000	32%
人誠文創股份有限公司	979,688	68.47%	-	-	979,688	68.47%
美雅國際企業股份有限公司	7,000,000	58.48%	-	-	7,000,000	58.48%
巧克科技新媒體股份有限公司	14,121,000	23.52%	-	-	14,121,000	23.52%
星品國際實業股份有限公司	1,434,000	86.39%	-	-	1,434,000	86.39%

註：係公司採用權益法之長期投資。

參、募資情形

一、公司資本及股份

(一)股本來源

單位：股；新台幣元

年 月	發 行 價 格	核 定 股 本		實 收 股 本		備 註		
		股 數	金 額	股 數	金 額	股 來 本 源	以現金以外 之財產抵充 股 款 者	其 他
86/08	10	24,000,000	240,000,000	24,000,000	240,000,000	設立股本	-	註 1
110/06	-	50,000,000	500,000,000	24,000,000	240,000,000	提高額定 股本	-	註 2
112/12	65	50,000,000	500,000,000	28,200,000	282,000,000	上櫃前現 金增資	-	註 3

註 1：86 年 08 月 20 日經(86)商 115658 號。

註 2：110 年 06 月 30 日府授經登字第 11007364310 號。

註 3：112 年 12 月 04 日府授經登字第 11207759620 號。

115 年 03 月 28 日；單位：股

股 種	份 類	核 定 股 本			備 註
		流 通 在 外 股 份	未 發 行 股 份	合 計	
普通股		28,200,000	21,800,000	50,000,000	上櫃公司股票。

(二)主要股東名單

股權比例達 5%以上或股權比例佔前十名之股東名單

115 年 03 月 28 日；單位：人；股

主要 股東名稱	股 份	持有股數	持股比例
台灣數位光訊科技股份有限公司		18,379,000	65.17%
元扶企業股份有限公司		1,392,000	4.94%
賽那美育樂開發股份有限公司		1,178,000	4.18%
佳達投資股份有限公司		765,411	2.71%
清新國際股份有限公司		611,000	2.17%
廖學邦		465,000	1.65%
北港有線電視股份有限公司		357,000	1.27%
邱錦賢		351,000	1.24%
福豐盛投資		308,000	1.09%
蔡明忠		300,000	1.06%

(三)公司股利政策及執行狀況：

1.公司章程所訂之股利政策

本公司董事會決議通過修正章程。依本公司修正後章程之盈餘分派政策規定，本公司年度決算如有盈餘，除依法完納一切稅捐及彌補以往年度虧損後，應先提撥 10% 為法定盈餘公積，但法定盈餘公積已達資本總額時，不在此限；次依法令或主管機關規定提列或迴轉特別盈餘公積；如尚有餘額，應提撥不低於 25% 為股東紅利；由董事會連同以前年度未分配盈餘擬具分派議案，提請股東會決議分派之。本公司股利之分配，原則上現金股利不低於當年度分配股利總額之 50%，惟得視本公司當年度有無改善財務結構或重大資本支出計畫而酌予調整，並經股東會決議提高或降低其現金股利分配之比率。

2.本次股東會擬議股利分配之情形

本公司 114 年度盈餘分配案業經 115 年 3 月 5 日董事會決議通過，盈餘分配項目如下：

單位：新台幣元	
項目	金額
期初未分配盈餘	9,329,605
本年度稅後淨利	73,910,778
處分透過其他綜合損益按公允價值衡量之權益工具 投資，累積損益直接移轉至保留盈餘	1,867,320
因採用權益法之投資調整保留盈餘	<u>(820,965)</u>
本期稅後淨利加計本期稅後淨利以外項目計入當年度未分 配盈餘之數額	<u>74,957,133</u>
減：提列法定盈餘公積(10%)	<u>(7,495,713)</u>
加：迴轉依法提列特別盈餘公積	<u>1,724,541</u>
可供分配之盈餘	78,515,566
分配項目：	
股東紅利-現金股利(每股 2.75 元)	<u>(77,550,000)</u>
期末未分配盈餘	965,566

註：115 年 3 月 5 日董事會決議 113 年度盈餘分配案，擬以 114 年度未分配盈餘新台幣 77,550,000 元分配股東現金紅利，每股新台幣 2.75 元。擬提報 115 年股東常會決議通過後，授權董事長訂定除權息基準日配發之。

(四)本次股東會擬議之無償配股對公司績效及每股盈餘之影響：

本公司 114 年度盈餘分派案並無分派股票股利，故不適用。

(五)員工、董事及監察人酬勞：

1.公司章程所載員工、董事之酬勞成數或範圍

本公司年度如有獲利，應提 1%至 5% 為員工酬勞，由董事會決議以股票或現金分派發放，其發放對象得包括符合一定條件之控制或從屬公司員工，該一定條件授權董事會訂定之；本公司得以上開獲利數額，由董事會決議提撥不高於 3% 為董事酬勞。

但公司尚有累積虧損時，應預先保留彌補數額，再依前項比例提撥員工酬勞及董事酬勞。

2.本期估列員工、董事酬勞金額之估列基礎、配發股票紅利之股數計算基礎及實際配發金額若與估列數有差異時之會計處理

本期之員工、董事酬勞金額係依公司章程所載之成數估列，若實際配發金額與估列數有差異時則列為股東會決議年度之損益。

3.董事會通過分派酬勞情形

(1)董事會通過分派員工、董事酬勞金額：

本公司114年度估列員工酬勞為新台幣1,943,146元及董事酬勞新台幣1,943,146元。

本公司於115年3月5日董事會決議以現金配發114年度員工酬勞計新台幣1,943,146元及董事酬勞新台幣1,943,146元。故認列費用年度金額與董事會決議金額並無差異。

(2)董事會通過以股票分派之員工酬勞金額及占本期個體或個別財務報告稅後純益及員工酬勞總額合計數之比例：

本公司114年度盈餘分配案未擬配發員工股票紅利，故不適用。

4.前一年度員工、董事及監察人酬勞之實際配發情形(包括分派股數、金額及股價)、其與認列員工分紅及董事、監察人酬勞有差異者並應敘明差異數、原因及處理情形。

本公司 113 年度盈餘分配案，業經 114 年 5 月 27 日股東會通過，決議配發員工現金酬勞 2,962,624 元及董事酬勞 2,962,624 元。員工現金酬勞及董事酬勞金額，與原股東會通過之擬議配發情形一致，並無任何差異。

(六)公司買回本公司股份情形：無

二、公司債辦理情形：無。

三、特別股辦理情形：無。

四、海外存託憑證辦理情形：無。

五、員工認股權憑證辦理情形：無。

六、限制員工權利新股辦理情形：無。

七、取得員工認股權憑證之經理人及取得認股權憑證可認股數前十大員工之姓名、取得及認購情形：無。

八、取得限制員工權利新股之經理人及取得前十大之員工姓名、取得情形：無。

九、併購或受讓他公司股份發行新股辦理情形：無。

十、資金運用計畫執行情形：無特別記載事項。

肆、營運概況

一、業務內容

(一)業務範圍：

1.所營業務之主要內容

本公司營運範疇包含自製衛星電視頻道、節目製作、招攬媒體廣告及產品銷售等。旗下電視台有「冠軍電視台」、「冠軍夢想台」、「中臺灣生活網」及「A-One 體育台」等頻道；節目製作包含製作地方新聞、專題節目及人文紀實節目等；媒體廣告則係為客戶規劃結合電視及網路的跨平台廣告製播。未來本公司持續整合資源，發展「MAYLIFE 美麗人生電視購物」及「MAYLIFE 美麗人生購物網」，善用平台通路優勢搶占消費市場，致力朝通路多角化模式拓增經營規模。2024 年併入英國知名美妝保養品牌「THE BODY SHOP」臺灣獨家經銷商美雅國際，同年再入股星品公司，不只擴增自營品牌，更帶動集團營收。

I401010 一般廣告服務業

I401020 廣告傳單分送業

J503020 電視節目製作業

J503030 廣播電視節目發行業

J503040 廣播電視廣告業

J503050 錄影節目帶業

J506021 衛星頻道節目供應事業

F399040 無店面零售業

F401010 國際貿易業

J401010 電影片製作業

J402010 電影片發行業

F108031 醫療器材批發業

F208031 醫療器材零售業

ZZ99999 除許可業務外，得經營法令非禁止或限制之業務

2.營業比重

單位：新台幣仟元

營業項目 \ 年度	113 年度		114 年度	
	金額	比重	金額	比重
廣告業務	179,710	28.06%	199,388	26.11%
產品銷售	358,245	55.95%	464,358	60.82%
節目製作	102,385	15.99%	99,785	13.07%
其他	10	0.00%	-	0.00%
合計	640,350	100.00%	763,531	100.00%



3. 公司目前之商品(服務)項目

本公司及子公司以經營衛星電視台、內容(新聞節目)製作、媒體廣告招攬、電視購物、經銷 THE BODY SHOP 及寵物用品銷售等為主要營業項目。

4. 計畫開發之新商品(服務)

有線電視自發展以來，便成為民眾生活中不可或缺之一環，依照國家通訊傳播委員會 114 年第 4 季有線廣播電視訂戶數統計資料顯示，臺灣地區有線電視普及率約 43.36%，近年受到 OTT 業者加入角逐影音市場所影響，傳統電視收視戶版圖出現移動現象，因此鑫傳積極透過高品質之原創自製內容吸引用戶，同時異業結盟提供多螢跨頻服務；於新聞製作方面，持續將第一手在地資訊即時傳播於新聞網站中，提升網站流量及點閱數，並且與信傳媒跨媒體行銷；而民眾更可以在 LINE TV 看到 24 小時的線上直播，加大新聞曝光力度；於廣告業務方面，持續執行網路平台及全國衛星頻道媒體宣傳工作，實現全方面且多元化之行銷策略，另整合傳統媒體高覆蓋率及新媒體之創新、即時優勢，發展新型態數位廣告業務，包含社群媒體 (Facebook、IG)、數位影音平台 (如 YouTube)、LINE TV、LINE TODAY、PODCAST... 等；購物頻道方面，繼續深化 MAYLIFE 品牌化，並積極與 LINE 所屬商務平台合作，將商品導入 LINE OA 進行行銷。而在付款方式之外，也運用第三方支付服務，讓消費者在購物消費時更彈性方便。茲敘明本公司未來計畫開發之新服務如下：

所營業務之技術層次及研究發展

(1) 廣告業務

廣告銷售主力仍為廣告 CF、走馬燈、時段，並且朝數位媒體發展，從消費者較常使用的社群媒體 (Facebook、IG)、數位影音平台 (如 YouTube)、LINE TV、LINE TODAY、PODCAST... 等，以因應產業、消費者隨環境快速變遷，以及數位技術蓬勃發展帶來的多方機會與挑展。另外透過虛擬廣告，將虛擬物件(廣告)與現場拍攝直播畫面(如媽祖遶境)，採用虛擬看板，即時融合直播畫面，讓客戶的廣告能藉由電視與直播，提供給不同族群之觀眾，未來亦可結合其他平台共同直播，為客戶達最大廣告效果。



本公司亦透過異業平台之數位合作，帶領客戶從電視走向網路與行動設備，讓客戶廣告投放，可以同時接觸不同年齡層，採用不同平台，獲取廣告資訊。透過「行銷科技」化，未來將能更有效提供客戶，廣告行銷追蹤成效，為客戶規劃更有效之廣告投放策略布局，此即所謂之「整合行銷」。

(2) 節目製作

節目製作系統在影視節目製作上的特性與應用趨向，本公司透過虛擬製作系統-4K 虛擬攝影棚，提升節目製作的可看性及變化性。4K 虛擬攝影棚運用虛擬的運算科技讓虛擬棚的作業更逼真貼近真的環境模式，簡單設定出不同背景，交叉切換輸出，電視新聞與節目製作，可即時播放劇情所設定的背景，主播或節目主持人與來賓，可在虛擬的空間演出。可有效降低後製時間成本、快速建置與切換場景、即時影像預覽與調整，讓創作可以將故事設定為任何時空背景，添加任何元素，創意更加自由，能發展出更多不同的可能性。虛擬製作節省了大幅的製作時間與費用成本，包括場景建置與後期製作，以及團隊的移動時間與費用，同時也降低移動風險。

而近年來更開始將 AI 導入剪輯工作，提升畫面生成及影像效果，大大節省作業時間。

(3)衛星電視

「冠軍電視台」、「冠軍夢想台」，為擴大收視族群，建立節目主持人的個人風格，採用華語台語雙語方式，也是產品銷售提升業績的一種策略，除了擁有高超的主持技巧，更重要的是他建立自己獨特的風格，善於在節目中通過故事化的表述以及個人體驗式的解釋來打動觀眾。利用新媒體等熱門社群平台，搭起購物專家與觀眾的多元溝通管道，建立粉絲的忠誠度，而這些粉絲都是潛在和現實的消費者。

(4)開通購物 APP

本公司為目前少數取得經「國家通訊傳播委員會」核准之電視購物執照「MAYLIFE 美麗人生購物台」。國內電商市場逐年成長，產業競爭激烈，消費習慣已從傳統的電視購物平台延伸至網際網路、社群團購及手機等新興傳播平台，消費者隨時隨地就能下單購物。本公司持續加強電子商務營運管理與資訊整合技能，並建置購物 MAYLIFE 美麗人生購物 APP，方便消費者可隨時透過行動裝置購物。

(5)增加自有品牌

本公司 113 年併購「THE BODY SHOP」英國知名美妝保養品牌的台灣獨家經銷商，該品牌是許多人年輕時的首選商品，多年來持續堅持提倡社區公平交易、反對動物實驗、保護地球生態、保衛人權、喚醒自覺意識的理念。透過併購，擁有形象正面的自營品牌。

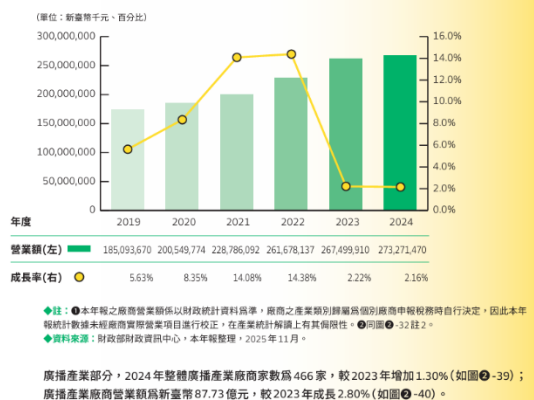
除了美妝保養品牌，公司也在同年跨足寵物市場，搶攻毛孩圈每年數百億的商機。

(二)產業概況

1.產業之現況與發展

電視產業係指透過無線、有線、衛星或其他平台，從事節目製作、播送及發行等相關業務之產業。在臺灣，電視產業可大致區分為節目開發、製作、頻道經營及系統經營等環節。根據統計，2024 年臺灣整體電視產業營業額達新臺幣 2,732 億元，顯示該產業規模依然具一定基礎。本公司所經營之衛星頻道、廣告招攬、節目製作及電視購物等業務，皆屬此產業之重要組成。

圖 38 2019 ~ 2024 年電視產業之廠商營業額概況

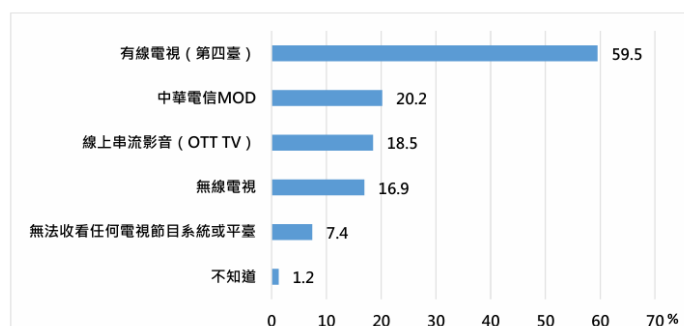


資料來源：2024臺灣文化創意產業發展年報(文化內容策進院)

美妝保養品產業屬於生活消費產業中具有高度品牌力與市場敏感度之零售類別，主要涵蓋彩妝、護膚、個人清潔、護髮、美體等相關產品，銷售通路涵蓋百貨專櫃、品牌門市、電商平臺、連鎖藥妝、精品超市及直營網站等。近年全球消費趨勢逐漸朝向天然有機、環保永續、純素(Vegan)與無動物實驗(Cruelty-free)等綠色美妝理念發展。台灣消費者對個人保養及成分安全性之重視亦日益提升，推動國內保養品市場穩定成長，並吸引眾多國際品牌進駐。根據經濟部統計處數據，2025 年台灣『藥品、醫療用品及化粧品零售業』營業額達 **2,160 億元**，較 2024 年之 2,132 億元持續成長 **1.35%**。顯示美妝與保健需求在通膨壓力下仍維持穩健，展現出高度的產業韌性與剛性需求。其中以護膚產品占比最高，且天然、有機、無添加等標榜產品成為消費主流。本土品牌與國際品牌競爭激烈，零售型態亦逐步向虛實整合、多通路經營轉型。

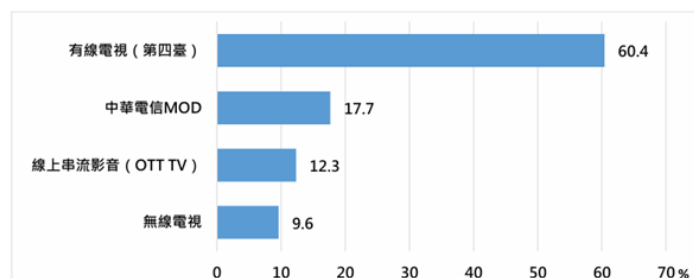
(1) 衛星電視

NCC「114 年度傳播市場調查結果報告」委託研究報告：我國 16 歲以上民眾在住處可收看的電視節目系統或平臺，以「有線電視」(59.5%)占比最高，其次為「中華電信 MOD」(0.2%)、「線上串流影音(OTT TV)」(18.5%)、「無線電視」(6.9%) (圖 1)。進一步詢問最主要的收視來源為何，仍是以「有線電視」為多數，達 60.4%，其次為「中華電信 MOD」(17.7%)、「線上串流影音」(12.3%)、「無線電視」(9.6%) (圖 2)。



Base: N=1,210, 複選

圖 1 可收看的電視節目系統或平臺



Base: N=1,105, 單選 (可以收看任何電視節目系統或平臺者)

圖 2 最主要收視來源

資料來源：NCC「114 年度傳播市場調查結果報告」委託研究報告

(2)廣告招攬

廣播電視產業之主要收益來源為廣告收入，同時廣播電視產業發展脈動與廣告產業景氣波動存在高度關聯性，廣告是透過特別設計的訊息，將一種意念、商品或服務優點傳達給銷售對象，以達到推銷目的。

隨著民眾觀看習慣的改變，有線電視廣告量有大幅度減少，從文化內容策進院的 2024 臺灣文化創意產業發展年報中可以看出，有線電視的廣告量從 2019 年的 165.43 億降至 2024 年的 140.30 億元(下圖-表 2-47)，但是整體的廣告市場卻仍是相當蓬勃，從台灣 2024 全年度數位廣告量統計報告中就可以看出廠商傾向從數位廣告下預算。

表 2-47 2019 ~ 2024 年各媒體廣告量及比例

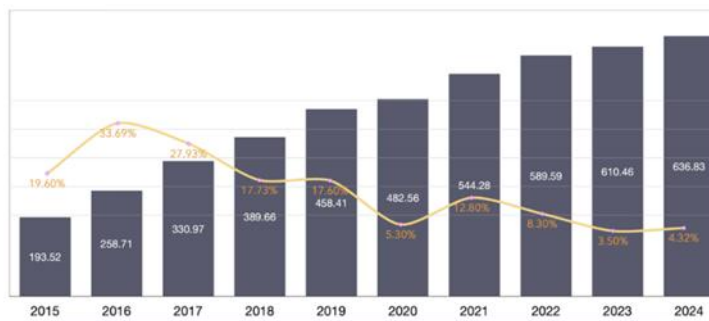
(單位：新臺幣億元、百分比)

年度		無線電視	有線電視	報紙	雜誌	廣播	戶外	網路	合計
2019年	廣告量	28.22	165.43	30.65	16.81	18.54	43.78	458.41	761.84
	占比	3.70%	21.71%	4.02%	2.21%	2.43%	5.75%	60.17%	100%
2020年	廣告量	26.06	149.81	14.11	11.66	14.81	39.92	482.56	738.93
	占比	3.53%	20.27%	1.91%	1.58%	2.00%	5.40%	65.31%	100%
2021年	廣告量	27.90	150.56	9.61	11.59	14.44	49.00	544.28	807.44
	占比	3.46%	18.65%	1.19%	1.44%	1.79%	6.07%	67.41%	100%
2022年	廣告量	31.18	156.60	8.32	11.12	14.54	43.02	589.59	854.37
	占比	3.65%	18.33%	0.97%	1.30%	1.70%	5.04%	69.01%	100%
2023年	廣告量	30.46	147.69	7.18	10.18	14.14	46.41	610.46	866.51
	占比	3.51%	17.04%	0.83%	1.17%	1.63%	5.36%	70.45%	100%
2024年	廣告量	31.30	140.30	5.50	8.96	12.72	54.72	636.83	890.32
	占比	3.52%	15.76%	0.62%	1.01%	1.43%	6.15%	71.53%	100%

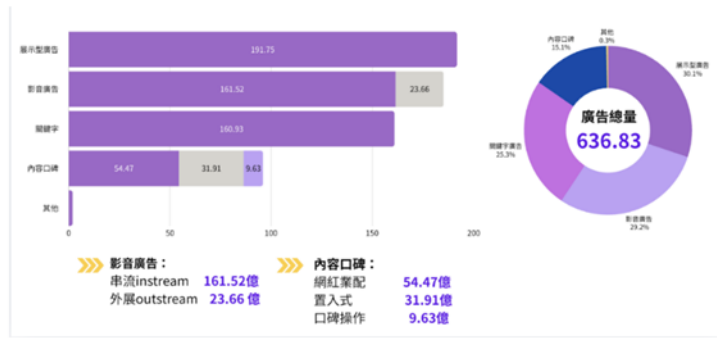
◆註：●廣告數值與占比為參照原始資料之數據。為方便閱讀，廣告數值採計至小數點第二位，以新台幣億元為單位呈現，惟廣告數值四捨五入後，占比計算與原始資料呈些微落差，但不影響整體趨勢判斷。●廣告數值採產業鏈各環節加總計算，然部分上中下游廠商業務關係重疊，因此易有重複計算的問題，須謹慎解讀。
◆資料來源：台北市媒體服務代理商協會(MAA)《台灣媒體白皮書》；《台灣媒體白皮書》原始資料係整理自 Nielsen 廣告監播服務、台灣數位媒體應用暨行銷協會(DMA)。

資料來源：2024 臺灣文化創意產業發展年報(文化內容策進院)

從媒體廣告變化觀察，根據 DMA 台灣數位媒體應用暨行銷協會發布《台灣 2024 全年度數位廣告量統計報告》，顯示台灣數位廣告市場總量達 636.83 億台幣，展示型廣告、數位廣告、關鍵字均超過 150 億(圖一、圖二)，市場驚人。



圖一：過去十年台灣數位廣告量變化



圖二：2024年台灣數位廣告類型概況

資料來源：台灣 2024 全年度數位廣告量統計報告

但是比對全媒體環境，過去十年數位影音與電視廣告量能變化顯示，2024年數位影音廣告達 186.19 億台幣，而電視廣告為 171.60 億台幣。數位影音廣告成長率 3.5%，電視廣告則衰退 3.7%(下圖)，顯示媒體消費習慣的明顯轉移。



資料來源：台灣 2024 全年度數位廣告量統計報告

雖然受到 2024 上半年全球政經情勢不明，國內市場表現並不亮眼，隨著川普當選，態勢相對底定，第四季市場回復動能，故 2024 年數位廣告市場整體僅有 4.32% 的成長。

本公司重要的收益來源為廣告收視／收聽變現，惟因愈來愈多內容業者透過數位管道競爭消費者注意力，加上疫後數位紅利造成的影響趨於平緩，廣告主投放意願偏向保守，再加上消費者視聽收視平台習慣改變，對於本公司的廣告業務確為嚴峻考驗。

(3) 節目製作

電視節目的製作與產出，是全球文化傳播之重要議題，但目前臺灣電視節目仍以內需市場經營為主軸，節目模式的類型十分多樣，包括了實境秀、達人秀、人文紀實節目、新聞節目、兒少節目、資訊娛樂節目、體育節目與劇情片等，儘管數位匯流時代到來，溝通工具多樣化、多媒體整合服務促使閱聽眾對資訊傳播的媒介選擇有所消長，惟因電視的使用門檻較網路簡易，使得電視使用族群年齡範圍遠大於網路使用者年齡，電視的傳播範圍與效果仍具廣大影響力。近幾年雖國內電視環境仍不佳，但業者投入資本自製節目的比例漸漸提高，外購節目比例相形趨緩，值得關注。

表 3.2.8 103 至 112 年衛星廣播電視事業節目製播概況 (以製作方式)

單位：%

項目	103年	104年	105年	106年	107年	108年	109年	110年	111年	112年
自製	45.3	43.6	44.8	50.7	53.0	52.3	53.0	53.3	52.5	51.7
外購	54.7	56.4	55.2	49.3	47.0	47.7	46.6	46.2	47.5	46.9

資料來源：國家通訊傳播委員會。2025。衛星電視頻道播放節目按自製、外購分之時數與比例。
https://www.ncc.gov.tw/chinese/opendata_item.aspx?menu_function_sn=229

註1：各時數僅更新至112年。

註2：各時數比例計算方式：該年度各類型（自製、外購等）時數除以該年度總時數並換算為百分比。

註3：因四捨五入計算方式，可能造成各數值加總與總（合）計值不為100%。

表 3.2.9 104 至 113 年衛星廣播電視事業節目製播概況 (以播映方式)

單位：%

項目	104年	105年	106年	107年	108年	109年	110年	111年	112年	113年
新播	16.9	19.1	21.1	22.7	21.8	20.4	19.9	20.4	20.8	21.5
首播	19.5	16.3	12.8	11.1	10.9	9.9	10.3	9.5	9.8	9.0
重播	63.6	64.7	66.1	66.3	67.3	69.7	69.8	70.1	69.4	69.5

資料來源：國家通訊傳播委員會。2025。衛星電視頻道播放節目按新播、首播及重播分之時數與比例。
https://www.ncc.gov.tw/chinese/opendata_item.aspx?menu_function_sn=228

註1：各時數比例計算方式：該年度各類型（新播、首播等）時數除以該年度總時數並換算為百分比。

註2：因四捨五入計算方式，可能造成各數值加總與總（合）計值不為100%。

註3：新播節目指該節目在各視聽平臺第一次之播出，首播節目則為該節目在特定頻道第一次之播出。

資料來源：NCC《114 通訊傳播市場報告》

綜觀臺灣電視頻道內容之演進，早期多屬新聞時事、綜藝戲劇、財金等類型，面臨跨國媒體雄厚財力與豐富節目製作經驗，新聞台僅以區域性經營方式起家，財經台慘澹經營，戲劇台則進口低價港劇，小本經營數十載後，電視產業漸現佳績；政治選舉造就新聞台如雨後春筍般的成立，並增加有別過往的政論及 Call-in 等節目類型；財經台固守股市經營，並加入觀眾互動之經營模式亦獲得閱聽眾肯定；大眾娛樂之電視劇及綜藝戲劇，製播許多膾炙人口的優質節目，收視成績顯著成長並帶動海外版權之銷售成績。節目朝向互動型式增添趣味與討論空間，漸漸滲透收視戶日常活動，相較於網路上的虛擬空間，電視卻是一種實際且難以取代的家庭生活中心。

隨著大眾媒體使用行為與生活型態的改變，收視行動化蔚為發展之際，廣告商於傳統電視的投注意願降低，此舉影響電視媒體過往由收視率變現為廣告收入之獲利模式，進而影響頻道商投入內容製作之預算額度，轉向大陸、南韓及日本等鄰近國家採購戲劇版權進行播映，削減製播成本造成優秀人才及創意外流，無

法產出優質節目創造周邊商機及吸引閱聽眾目光，收視人口滑落造成廣告經費分流，惡性循環扼殺臺灣電視產業之國際競爭力。鑑此，國內部分電視內容製作模式，由既有的電視頻道主導，轉成由製作公司成為資源整合平臺，透過跨業合作、直播串流技術、跨屏即時內容創意等多方面資源整合模式，並加入公共媒體力量，形成新的內容產製型態，無論是被國際 OTT 平台高價買下海外播映版權，重塑電視節目製作產業的競爭格局；抑或透過無線台高觸及率頻道及有線台節目自製資源，以結合雙方優勢發展出合製聯播的競合策略，提升節目製播品質。

(4) 電視購物

我國電視購物業務最早出現在民國 82 年，有線電視正式合法化後，原有三家無線台外，多出 20~50 個頻道，而有線系統業者為填滿頻道數量，因此會在頻道中穿插播出電視購物之影帶廣告，此即臺灣電視購物廣告發展之源起。電視購物頻道屬於虛擬通路管道，是為無店鋪販售，商品資訊經由有線電視系統傳送，使消費者得以在家中透過有線電視畫面的拍攝，看清楚產品外觀，並由電視購物主持人詳細介紹與示範產品，並提供知識性內容建構商品訴求，搭配生動講解與現場光影佈置的氛圍，激發消費者購買慾望，同時採取現場方式播放，收視戶可以電話互動詢問產品相關問題，透過互動模式創造消費者購物需求及安全購物環境。

依據《衛廣法》定義，電視購物頻道為「專以促銷商品或服務為內容之廣告頻道」，目前臺灣電視購物專用頻道共有十餘台(擁有執照的有六台)，分屬各大集團企業，市場集中寡占，過往在五百萬有線電視收視戶基礎下，電視購物市場達到五百億元之鼎盛規模，然觀眾收視行為轉向新媒體網路、收視人口下滑等因素影響，市場規模逐年萎縮，是電視購物頻道業者因應行動化、影音化及社群化等趨勢，分別從「流量轉電商」、「影音內容」、「粉絲轉會員」、「線上線下整合」等方向全面轉型，以因應外在環境的轉變和挑戰。

首先就影音內容而言，面對消費型態快速變化，購物頻道業者近年嘗試更多元化的節目呈現方式，如號召明星藝人、網紅與 YouTuber 擔任銷售主持，以創造話題並吸引年輕族群消費。另外亦可發現節目內容除現場直播外，採取單次製作、多次使用、多頻傳輸之操作應用，相同產品依據不同行銷通路，編輯短時間節目內容，並根據不同收視族群縱切、斜切產品內容，透過內容再生以縮減製作成本。另就收視渠道而言，電視購物業者以廣大收視戶數為基礎，積極延伸拓展全通路商業模式，包括利用巨量資料、物聯網及人工智慧等新科技，結合電商發展新型態通路，或利用網路口碑、粉絲經濟進行社群或內容導購，以滿足消費者全方位生活需求及便利體驗為目標，積極廣泛延伸觸角，促使平台上的服務覆蓋範圍更完整，以拓展虛擬通路的發展版圖。

依經濟部統計處 2025 年發表的當前經濟情勢概況(專題：實體零售業與電子購物業近年網路銷售發展趨勢分析)報告中，也特別強調「虛實整合」的新零售模式。

A. 實體零售業與電子購物業營業額變動趨勢

- a. 實體零售業與電子購物業定義：實體零售業係指整體零售業扣除非店面零售業後，其餘業別之總和；非店面零售業主要以電子購物及郵購業為大宗。
- b. 報復性消費潮消退，網購仍具剛性需求：隨網路及智慧手機普及，線上購物已成為國人不可或缺之購物管道，加上近年因疫情催化，更加速電子購物業的成長，大致可區分成 3 個階段觀察：
 - 蓬勃發展期：2011-2019 年電子購物業平均年增 10.8%，優於實體零售業 1.5% 以及整體零售業 2.0%。
 - 高速成長期：疫情期間民眾減少外出，消費力道轉往線上通路，2020 年實體零售業轉為負成長，電子購物業則連續 2 年增幅超越 2 成。
 - 剛性需求期：隨疫後購物需求回歸實體通路，2023 年實體零售業營業額年增 7.0%，首度超越電子購物業之 1.5%，惟 2024 年 1-11 月電子購物業年增率回升至 3.0%，優於實體零售業 2.6%，顯示民眾對於網路購物仍具剛性需求。
- c. 電子購物業營業額持續創高：依經濟部統計處 2025 年發表之當前經濟情勢專題分析指出，隨網路及智慧手機普及，線上購物已成為國人不可或缺之購物管道。電子購物業營業額自 2021 年突破 4,000 億元大關後，持續超越百貨公司與便利商店，躍居國內最大之綜合商品零售通路。綜觀最新統計實績，2024 年該產業營收已達 4,705 億元，2025 年更進一步攀升至 4,822 億元，續創歷史新高，顯見民眾對網路購物之剛性需求即便在疫後仍維持強勁動能。

B. 「虛實整合」的新零售模式

- a. 同時布局實體店面及網路之業者占比上升：根據工商普查資料計算，2021 年實體零售業、電子購物業「同時透過實體店面及無店面」銷售占比分別較 2016 年增加 2.2、5.6 個百分點，顯示業者積極朝虛實整合的新零售模式發展，拓展線上線下銷售通路。
- b. 虛實界線逐漸模糊，邁向新零售模式：疫情期間實體零售業者加速擴展線上銷售，透過虛實融合、線上線下相互導流方式，整合資源、拓展客群並精準行銷，致 2020-2024 第 3 季實體零售業透過網路銷售之年增幅均優於實體店面；反之，電子購物業者亦將觸角延伸至實體通路，2022-2023 年間透過實體店面銷售之增幅大幅高於原本之網路銷售，2024 年前 3 季仍延續此趨勢。
- c. 實體零售業持續擴展網銷版圖：實體零售業者加速數位轉型，觀察 2024 年前 3 季整體零售業網路銷售額結構比，來自實體零售業占比達 31.0%，較 2019 年增加 7.2 個百分點，電子購物業則減少 5.2 個百分點，顯見我國虛實

整合已漸為趨勢。

- d.今年實體零售業各業網路銷售仍呈增勢：實體零售業各業別於 2020~2021 年疫情期間，網路銷售呈雙位數正成長，2022~2023 年隨防疫措施逐步解封，民眾漸漸回轉實體通路消費，各業別增幅縮小或轉為負成長，2024 年前 3 季各業別網路銷售額回復成長態勢。
- e.疫後實體零售業網銷占比上升：疫後實體零售業各業網銷占比均較疫情前明顯成長，其中銷售額最高的綜合商品零售業因多以販售生鮮日用品為主，消費者偏好至實體通路購買，致網路銷售占比居各業之末，惟近年在業者積極布局下，網路銷售占比較疫情前提升 1.7 個百分點；資通訊、家電及運動用品等較高單價商品，因消費者偏好透過網路比較價格及規格，加以物流配送服務完善，網路銷售占比相對較高，較疫情前提升 2 個百分點以上。

(5)美雅國際

美雅國際企業股份有限公司為英國 THE BODY SHOP 在台灣地區之獨家總代理，主要經營英國原裝進口天然植物性護膚、護髮保養品及彩妝商品，秉持「自然、公平貿易、不做動物實驗」品牌理念，透過直營門市、百貨專櫃、官方網站及第三方電商平台等通路進行零售銷售，推動永續美妝生活。

長期致力於推動綠色保養哲學，將來自全球各地的天然原料與社會企業合作模式導入市場，在兼顧環保與道德消費的同時，也提供高效、溫和、安全之個人保養選擇。隨著 ESG 永續風潮及 Z 世代消費者的興起，THE BODY SHOP 產品理念與趨勢高度契合，市場潛力持續看好。

美雅國際企業作為品牌在台灣的總經銷商，承擔產品進口、通路拓展、品牌行銷與客服經營等關鍵角色，並配合全球總部策略與在地市場需求靈活調整推廣重點，持續鞏固 THE BODY SHOP 品牌在台地位。營運重點為英國 THE BODY SHOP 天然植萃系列商品之進口與銷售，產品線涵蓋：

- 臉部護理系列(洗面乳、化妝水、精華液、面霜等)
- 身體保養系列(沐浴露、乳液、磨砂膏等)
- 頭髮護理系列(洗髮精、潤髮乳、護髮油等)

(6)星品公司

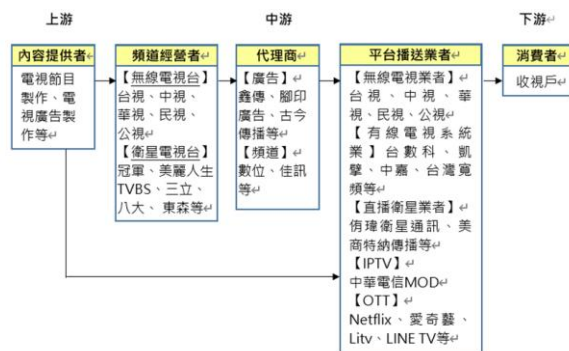
星品公司專注於精緻寵物生活用品之開發與銷售，並經營自有品牌「Jolly Pet」。品牌核心產品目前以高品質寵物外出推車、居家照護用品及生活配件為主，憑藉人性化設計與優異耐用性，成功切入精緻養寵市場。為進一步提升客單價與顧客回購率，星品目前亦積極投入寵物食品及保健品之開發，旨在建構從生活用品到營養健康之全方位寵物品牌生態圈。

為提升品牌形象並強化實體體驗，星品採取精品化經營策略，於 114 年度進駐「台中大遠百」設立品牌專櫃，提供消費者專業的線下產品體驗。本公司自

113 年投資星品，因經營成效顯著，114 年度營收已達新台幣 2,547 萬元。為深化集團於寵物經濟之版圖，並加速新品類之市場滲透，本公司於 115 年 1 月正式增加持股並將其納為子公司。未來將整合集團媒體導購力與百貨通路資源，持續擴大「Jolly Pet」在精品寵物用品與大健康市場之佔有率。

2. 產業上、中、下游之關聯性

(1) 電視產業

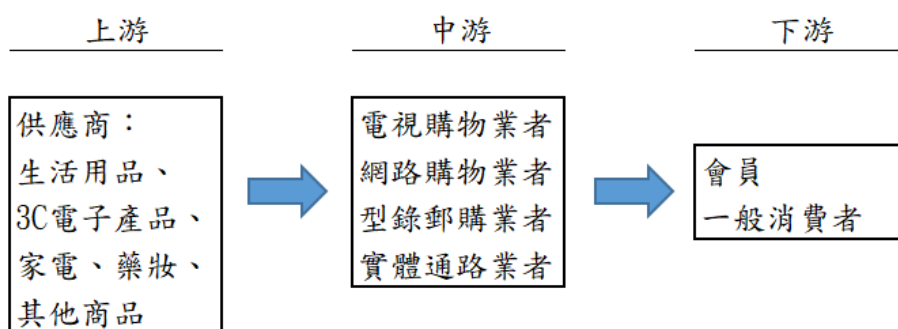


資料來源:本公司整理。

有線電視系統業者為吸引經營區域內各消費族群成為收視戶，必須提供多樣化的節目供收視戶觀賞，是其播送的節目除少數在地化之自製節目外，大多數節目內容係來自最上游的節目內容提供者由於節目內容提供者眾多且遍佈全球，若由有線電視系統業者直接與節目內容提供者洽談節目播送事宜，實屬不經濟之行為，故在實務運作上，節目內容提供者係將節目授權予頻道代理商全權處理，並向其收取代理版權費，有線電視系統業者再與頻道代理商洽談節目授權費，並支付節目授權費予頻道代理商，消費者則對有線電視系統業者付費觀賞節目。

另就廣告而言，依照有線廣播電視法規定，「廣告時間不得超過每一節目播送總時間六分之一」，因此除 MAYLIFE 美麗人生等之廣告專用頻道外，廣告時間有其上限且收益龐大，故廣告資源益顯重要，實務運作上，頻道節目性質可概分為廣告主支持 (advertiser-support)、收視費支持 (supported by subscriber payments)、廣告主及收視費支持 (mixed pay and advertiser support) 等三類，若偏向廣告主支持類，其性質多係基於產品行銷而製播之節目內容，頻道商需向系統業者支付上架費或購買廣告時段，然若偏向收視費支持類之強勢頻道，廣告收益可觀，因而多數頻道業者會和系統業者協議廣告開口費用並買回，複因廣告招攬業務繁雜且單一系統台談判籌碼低，因此多系統經營業者 (MSO) 大多會委由廣告代理商經營媒體廣告，並依廣告性質支付代理費。

(2) 電商產業



資料來源:本公司整理。

電商產業之業者所販售之商品係由經業者篩選及評估過後由供應廠商所提供。商品供應商屬於產業鏈的上游，所包含的商品包羅萬象，舉凡生活用品、3C 電子產品、家電、藥妝及其他商品皆包含在內。而電視購物業者及網路購物業者則位於產業鏈的中游，並由上述業者透過銷售管道將供應商提供之產品銷售予下游之會員及一般消費者。

(3) 經銷業務

美雅國際在產業鏈中扮演「中游經銷與全通路營運」的關鍵角色。

- 上游：主要為英國 THE BODY SHOP 總部，負責產品研發、跨國供應鏈管理及全球品牌戰略。
- 中游：負責產品進口、倉儲管理、品牌在地化行銷及全國櫃位經營。美雅透過專業的銷售團隊與專櫃據點，將品牌價值轉化為終端銷售力，並將市場需求回饋給上游。
- 下游：為一般大眾消費者。

(4) 品牌開發與零售業務

星品公司在產業鏈中具備「上游研發與中游全通路銷售垂直整合」之特性。

- 上游(研發端)：負責自有品牌「Jolly Pet」的產品企劃、外觀設計與規格制定，並委託專業合格工廠進行生產，同時積極投入寵物保健品與食品之配方研發。
- 中游(銷售端)：採取多角化全通路銷售策略。除透過集團內部的電視購物與網路平台外，亦積極拓展外部通路，包括進駐全台大型寵物用品連鎖店、各大電商平台，並於實體百貨精品專櫃建立品牌形象，達成虛實整合之銷售效益。
- 下游：為養寵家庭、愛寵人士及注重生活品質之精品消費族群。

3. 產品及服務發展現況

本公司目前已建構「媒體影音內容」與「品牌通路零售」雙軌並行之經營模式。除穩定經營衛星電視、節目製作及廣告銷售外，本公司積極透過子公司美雅國際(The Body Shop 經銷商)及星品公司(Jolly Pet 自有品牌)擴張零售版圖。受惠於全通路布局策略之成效顯著，產品銷售收入114年度已占本公司合併營收 50% 以

上，成為集團重要之成長引擎。茲揭示本公司各項業務面臨之競爭情形如下：

(1) 電視購物

臺灣的電視購物台最早由東森購物台於 88 年開播，隨後 momo 購物台、ViVa 等購物台陸續成立，以廣告為主的節目內容，及五花八門的促銷手法，迅速吸引觀眾的目光。因為消費型態改變，近年來電視購物業績有所下滑，但多年建立的品牌形象及花俏的宣傳方式，仍有一定的支持度。尤其在年長者、家庭主婦及不相信 FB 直播的消費者族群中，仍對電視購物具有一定的支撐能力。而本公司於 107 年所成立的 MAYLIFE 美麗人生購物台，目前仍全力衝刺，並研擬對策，積極搶入傳統電視購物台市場。

(2) 電商平台

momo、東森等購物台為迎合消費習慣改變，均大力搶進電商市場，國內品牌商近年來積極投入電商經營，本公司所屬之 MAYLIFE 美麗人生購物台，本身擁有電視購物頻道，目前也積極投入電商市場，並建置購物 APP，未來逐漸拓展電商市場，藉以吸引更多消費者進入網路購物平台消費。

(3) 衛星電視

國內雖然新聞台為數不少，但每天仍吸引許多民眾觀眾，顯示新聞台仍極具影響力，相較於本公司製作之中台灣生活網頻道，我們雖做出市場區隔，以優質新聞做為主軸，揚棄各種腥羶色及三器新聞內容，但觀眾對於傳統新聞台仍有所偏好，未來本公司將持續強化區隔，並不排除再度併購合適標的，強化影響力。

(4) 節目製作

本公司長年投入製作在地題材之新聞節目，在各類獎項中獲獎無數；另國內重要新聞競賽如卓越新聞獎、曾虛白新聞獎、消費者權益報導獎、雲豹新聞獎、真善美新聞獎，亦多次榮獲獎項肯定。此外，本公司 108 年度與吳念真導演共同製作真世代節目，亦獲頒金鐘獎肯定；109 年度製作之國口罩國家隊、110 年製作之名人帶路遊及預見大未來…等優質節目，均獲得觀眾熱烈迴響。另 112 年台灣頭家、科技特派員也於公視上架，科技特派員並外銷至馬來西亞上架播出，真世代亦銷售航空版權，提升影像觸及率並開啟影像外銷市場。

(5) 廣告銷售

本公司積極開拓新業務領域，代理台數科集團旗下七家有線電視系統台及北港有線電視的廣告業務，是中南部地區最大廣告平台代理商以外，近年來積極與 LINE TODAY、LINE TV 策略聯盟，共同製作節目及銷售廣告，結合傳統有線電視媒體與網路平台，整合包套網路平台(FB、IG、YouTube)及全國衛星頻道媒體(中台灣生活網、華視新聞資訊台)宣傳工作，實現全方面且多元化之行銷策略，並拓展業務團隊跨出中南部經營區服務客戶。

(6)商品銷售

美雅國際為國際知名綠色美妝品牌 The Body Shop(美體小舖) 之台灣經銷商。公司深耕台灣市場多年，秉持品牌「天然、純素、反對動物實驗」之核心價值，透過全國百貨專櫃、實體門市及官方電商進行全通路銷售。114 年度積極進駐「台中廣三 SOGO」及「台中大遠百」等指標性百貨櫃位，憑藉優異的通路管理能力，將品牌精神轉化為實質銷售動能，穩固其在天然護膚市場之領先地位。

星品公司專注於寵物用品與食品之開發與銷售。受惠於國內「寵物經濟」規模持續擴張，星品積極發展自有品牌「Jolly Pet」，佈局寵物日常照護、精緻食糧及保健用品市場，致力於提供高品質且具競爭力之利基產品。為提升品牌形象並深耕線下體驗，114 年度於「台中大遠百」設立品牌專櫃，透過百貨精品通路之定位，直接觸達高成長之精緻養寵客群。星品結合自有品牌研發實力與集團電商平台資源，精準滿足消費者對寵物健康與生活品質之需求，為集團商品銷售業務挹注強勁之成長動能。

(三)技術及研發狀況

1.所營業務之技術層次及研究發展

媒體是最大的教育機構，新聞報導或電視節目的製作應有其社會責任，節目的研製需要經歷題材發想、拍攝手法的研擬及不斷創新的節目行銷模式，本公司係由新聞媒體事業部及子公司鑫隆多媒體(股)公司、人誠文創(股)公司負責相關新聞節目、專題報導、網路頻道內容及各式廣告與影片之研製。其中新聞媒體事業部分為製作中心、新聞中心及直播中心，製作中心負責影音內容、廣告規劃製作等工作，新聞中心負責新聞採訪及製播，直播中心則負責新聞節目剪輯、排播及影像監看等為主要業務，而子公司鑫隆及人誠負責研製在地節目、實境節目及 IP 產權開發，人誠則負責數位媒體事業及北部新聞中心，新聞媒體事業部及子公司鑫隆、人誠為本公司之研發核心。本集團核心價值係透過作品內容的傳達，喚起人們真實的情感，替社會注入正能量，肩負著正確傳播訊息以及適當的社會教育功能，同時在過程中新聞媒體事業部、鑫隆、人誠亦不斷追求技術上的進步，持續提升製作品質，提供觀眾更高層次的視聽經驗與人文體驗，以充分展現本集團節目特色。

此外，隨本公司邁向「媒體零售」之全通路經營，在零售端之技術及研發層次亦持續深耕：

- 美雅國際：身為國際品牌 The Body Shop 之經銷商，其研究發展重點在於「全通路 (OMO) 行銷技術」與「大數據 CRM 經營」。透過研發數位化會員管理系統與消費行為分析技術，精準掌握全台百貨專櫃與線上平台之需求，優化庫存週轉與自動化補貨效率，提升精準行銷之轉化率。
- 星品公司：為集團之品牌開發與產品研發中心，負責自有品牌「Jolly Pet」之產品創新，確保產品具備市場競爭力；同時，星品亦積極投入寵物

保健品與食品之研製，透過與專業生技團隊合作，將預防醫學與營養學導入產品開發，滿足市場對寵物大健康之深度需求。

- 2.研究發展人員與其學經歷：本公司無專責之研究發展部門及人員，故不適用。
- 3.最近五年度每年投入之研發費用：不適用。
- 4.最近五年度開發成功之技術或產品

本公司致力於製作高質感且符合消費者需求之新聞、節目及影片，榮獲多項得獎殊榮。其中有線電視系統業者委託本公司製作之節目每年榮獲金視獎殊榮，重要成果如下：

年 度	研 發 成 果
107 年	第十七屆卓越新聞獎-每日新聞節目獎
	金視獎-主持人獎/小跟班去哪玩
	金視獎-企編獎/Hello Taiwan 背包日記
	金視獎-攝影獎/Hello Taiwan 背包日記
108 年	金視獎-綜合資訊節目獎/Hello Taiwan 背包日記
	金視獎-攝影獎/Hello Taiwan 背包日記
	金視獎-多元關懷節目獎/彩虹下的幸福
109 年	金鐘獎『非戲劇類節目剪輯獎』-真世代_媽祖住我家
	金視獎-企編獎/真世代
	金視獎-攝影獎/真世代
	金視獎-專題報導節目獎/大地共生
	金視獎-個人表現獎
110 年	金視獎-生活風格節目獎/漫步輕旅行
	金視獎-專題報導節目獎/大地共生
	金視獎-地方文史節目獎/巷口博物館
	金視獎-採訪獎/大地共生
111 年	金視獎-公共論壇節目獎/臺南新聲·鄉親踴共
	金視獎-生活風格節目獎/漫步輕旅行
112 年	金視獎-多元關懷節目獎/角落那群人
	金視獎-地方文史節目獎/與時光相繪
	卓越新聞獎-最佳新聞評論獎/信傳媒
113 年	金視獎-生活風格節目獎/慢步輕旅行
	金視獎-多元關懷節目獎/角落那群人
	金視獎-企編獎/角落那群人
	金視獎-攝影獎/角落那群人
	消費者權益報導獎-信傳媒
114 年	金采視界獎-念舊

(四)長期及短期業務發展計畫

本公司業務發展如下：

1.短期業務發展計畫

(1)持續製播優質新聞

本公司主要經營據點在中南部地區，長期以來較為全國性媒體所忽視，我們堅持製播優質地方新聞，做為地方發聲的重要管道，未來也將秉持愈在地愈國際之精神，持續製播優質地方新聞及節目。

(2)發展數位廣告業務

除精進既有有電電視經營區廣告業務外，亦整合包套網路平台(FB、IG、Threads、YouTube)及全國衛星頻道媒體(中台灣生活網、華視新聞資訊台)，並提供網路直播與傳統電視頻道播送服務，為公司創造新營收。

(3)強化與數位平台合作

本公司持續與數位平台策略聯盟，中台灣生活網 24 小時直播訊號是國內少數可於 LINE TV 上架的頻道；我們所製作的各地優質新聞及節目內容，也同時在 LINE TV 上架，未來我們將持續合作力道，將更多優質新聞及節目內容，透過數位平台分享給全世界。

(4)強化購物平台業務

本公司持續優化 MAY LIFE 美麗人生購物頻道及網路購物平台整合工作，並建置購物 APP，提供消費者良好的消費體驗，為公司創造更大的營收。

(5)深耕綠色美妝通路

美雅國際作為 The Body Shop 台灣經銷商，短期將聚焦於實體通路的精準佈局與品牌形象升級。114 年度成功進駐「台中廣三 SOGO」及「台中大遠百」後，115 年將持續評估全台精華商圈，積極規劃新增百貨櫃位。同時，結合門市專業諮詢服務與線上購物平台，強化虛實整合(OMO)之營運綜效，深植品牌永續經營之領導地位。

(6)擴張寵物品牌版圖

星品公司積極推廣自有寵物品牌「Jolly Pet」，短期內以「台中大遠百」專櫃作為品牌旗艦示範點，建立高品質養寵形象。並透過建構完善的線上供應鏈與社群行銷，鎖定高成長之寵物保健與精緻食糧市場，實現從自有研發到全通路銷售之垂直整合。

2. 中長期業務發展計畫

在數位化浪潮與消費型態轉型的趨勢下，本公司致力於科技與媒體的深度融合，並將其綜效延伸至實體零售與品牌經營。透過影像品質由 HD、4K 邁向 8K 的技術革新，不僅優化了收視體驗，更精準帶動了虛擬通路的導購力。未來本公司將本著創新的理念，除積極導入新科技運用外，亦將擴大品牌通路版圖，以創造更大營收。

(1)5G 攝影棚傳輸技術及虛擬 360 度影像技術運用。

(2) IP 產權的開發網路影音發展。

- (3)開發影音外銷市場。
- (4)優質原創 IP 投資。
- (5)品牌連鎖通路之全國性佈局與經營

二、市場及產銷概況

(一)市場分析

1. 主要商品之銷售地區

本公司主營業務分為廣告業務、節目製作及產品銷售等三大類，其中廣告業務銷售對象為臺灣地區有推銷商品或提供服務需求之廣告業主；節目製作銷售對象則主係臺灣地區系統經營業者、頻道商及機構法人；產品銷售對象亦以臺灣地區閱聽眾為大宗。

2. 市場占有率

(1)衛星頻道

本公司所經營之「中台灣生活網」、「冠軍電視台」及「冠軍夢想台」，係屬綜合頻道，「冠軍電視台」及「冠軍夢想台」市占率分別為 98.9%及 97.4%。

(2)廣告業務

根據文化內容策進院的「2024 臺灣文化創意產業發展年報」中可以看出，有線電視的廣告量 2024 年為 140.30 億元，以 114 年度鑫傳合併廣告收入新台幣 199,388 仟元，市占率約 1.42%。

表 2-47 2019 ~ 2024 年各媒體廣告量及比例

(單位：新臺幣億元、百分比)

年度		無線電視	有線電視	報紙	雜誌	廣播	戶外	網路	合計
2019年	廣告量	28.22	165.43	30.65	16.81	18.54	43.78	458.41	761.84
	占比	3.70%	21.71%	4.02%	2.21%	2.43%	5.75%	60.17%	100%
2020年	廣告量	26.06	149.81	14.11	11.66	14.81	39.92	482.56	738.93
	占比	3.53%	20.27%	1.91%	1.58%	2.00%	5.40%	65.31%	100%
2021年	廣告量	27.90	150.56	9.61	11.59	14.44	49.00	544.28	807.44
	占比	3.46%	18.65%	1.19%	1.44%	1.79%	6.07%	67.41%	100%
2022年	廣告量	31.18	156.60	8.32	11.12	14.54	43.02	589.59	854.37
	占比	3.65%	18.33%	0.97%	1.30%	1.70%	5.04%	69.01%	100%
2023年	廣告量	30.46	147.69	7.18	10.18	14.14	46.41	610.46	866.51
	占比	3.51%	17.04%	0.83%	1.17%	1.63%	5.36%	70.45%	100%
2024年	廣告量	31.30	140.30	5.50	8.96	12.72	54.72	636.83	890.32
	占比	3.52%	15.76%	0.62%	1.01%	1.43%	6.15%	71.53%	100%

◆註：●廣告數值與占比為參照原始資料之數據。為方便閱讀，廣告數值採計至小數點第二位，以新台幣億元為單位呈現，惟廣告數值四捨五入後，占比計算與原始資料呈些微落差，但不影響整體趨勢判斷。●廣告數值採產業鏈各環節加總計算，然部分上中下游廠商業務關係重疊，因此易有重複計算的問題，須謹慎解讀。
◆資料來源：台北市媒體服務代理商協會(MAA)，〈台灣媒體白皮書〉；〈台灣媒體白皮書〉原始資料係整理自 Nielsen 廣告監播服務、台灣數位媒體應用暨行銷協會(DMA)。

資料來源：2024 臺灣文化創意產業發展年報

(3)節目製作

本公司 114 年度節目製作收入為新台幣 9,979 萬元，將持續投入自製節目製作。

(4) 電視購物

目前電視購物產業尚無具公信力之第三方資料可取得，故尚無法計算電視購物產品銷售之市占率。惟若以本公司朝向電商發展，近幾年「實體電商」的線上業績成長力道高於「純電商」，代表實體電商不僅是顯學更是未來產業趨勢，整合電視購物、社交媒體及電商的經營模式仍具有成長潛力。

(5) 個人保養品銷售

美雅國際經銷之國際綠色美妝品牌 The Body Shop，不僅在 114 年度成功進駐台中兩大核心百貨(廣三 SOGO 與大遠百)，更已完成全台指標性百貨商圈之全面布局。透過進駐全國各大百貨公司專櫃，美雅國際已建立起跨區域、高滲透率的實體銷售網絡，並以此為核心結合官方電商，達成全台無縫銜接的 OMO(虛實融合) 服務模式。

(6) 寵物用品銷售

寵物產業為近年國內成長最迅速之零售類別之一，目前國內尚無針對寵物用品零售之專門市占率統計。然星品公司發展自有品牌「Jolly Pet」，除成功進駐指標性百貨(如台中大遠百)設立品牌專櫃，建立精品化品牌形象外，產品更已全面進駐全台各大知名寵物用品連鎖店及主流電商平台。透過全國性連鎖通路的廣泛覆蓋，配合集團多媒體導購力，星品公司已於精品寵物推車及生活用品市場中建立高度之品牌滲透率，具備強勁之市場競爭力與成長潛力。

3. 市場未來之供需狀況與成長性

在廣告需求方面，業主於規劃品牌廣告時最看重「觸及效益」，其本意即確保自家品牌訊息可被最多人接收，進而創造需求；現代人的日常生活與數位訊息密不可分，尤其行動上網普及後，手機已成為佔據大量生活時間的溝通、知識及娛樂管道，民眾無時無刻都在為不同目的竄流於網路世界各個角落，為品牌商創造更多與消費者對話機會，無時無刻都是黃金時段，大數據資料分析亦從偌大網海中找到最多貼近品牌廣告訴求之受眾者，讓行銷觸及效率更為精確，致使網路廣告投放量近年大幅成長。反觀傳統電視廣告，其業務成長幅度雖不若數位廣告，卻始終擁有相當穩定託播業務及客群，此外，部分大眾化品牌商發現數位廣告精準投放模式，將客群切分過於瑣碎，致使無法觸及更多民眾，亦較難開發潛在客群，同時部分訴求銀髮商機之品牌商，亦藉由重回傳統電視廣告增加其曝光度及影響力；本公司廣告託播業務長期維持穩定，未來亦將透過數位機上盒匯流視頻爭取更多數位廣告業務。

在電視/網路購物需求方面，銷售渠道是電視及網路平台，其產業鏈構成主體有商品供應商、電視購物營運商、系統業者、支付(金流)服務商、物流服務商和消費者，臺灣電視購物已經形成一個相對成熟之產業鏈，逐步走向正規化、規模化和集團化的運行道路。回顧近年電視購物之銷售額比重逐年下滑，主係電視流量不如往昔，過去仰賴於電視媒體途徑來接收市場訊息的民眾，隨著生活型態多元發展及網路普及，更趨向由線上擷取各方資訊，連帶使商品販售在傳統媒體途徑之曝光度受到排

擠，鑒此，電視購物業者為提升收視戶黏著度，紛紛借重線上資源提供多媒體串流服務，抑或搭上直播風潮增加節目互動亮點，藉此搶攻「銀髮經濟」及「粉絲經濟」。此外，新冠肺炎疫情改變消費生態，宅經濟需求爆發使得電視購物熱潮湧現，民眾對於個人清潔防護更為重視，甚至基於提升免疫力也會嘗試各類保健食品，防疫商機彰顯有利環境，同時電視購物業者也持續精進商品與服務等方面之營銷優勢，未來成長幅度雖不若網路購物，然獨特行銷模式搭配知識內容建構商品訴求，仍培養出厚實之受眾群體及銷售動能。

網路購物之銷售額比重則趨於揚升，且其背後更可見到行動電商、跨境電商與直播電商之快速興起，因此臺灣網購市場型態與行銷模式已然較過去大不相同，由於行動裝置發展成熟且使用廣泛，透過網路所接觸到終端客群更是不分世代，故有利於商品資訊之擴散推播，再者民眾生活習慣因行動化而大為改變，對於零碎的時間利用更是多黏著在線上，自然有利於網購業者凝聚了市場目光與買氣。

在實體品牌零售與利基商品需求方面，本公司透過子公司美雅國際與星品公司，精準佈局具備高成長潛力的專業零售領域：

(1)綠色消費與環境永續之剛性需求

隨著全球 ESG 意識抬頭，台灣消費者對於個人保養品的訴求已由單純的功能性，轉向「成分天然」與「環境友善」。美雅國際所經銷之 The Body Shop 品牌，契合現代人對永續消費的剛性需求。儘管零售通路競爭激烈，但具備品牌忠誠度與社會責任理念的產品，在經濟波動中展現出極強的韌性。未來美雅國際將透過實體專櫃提供沉浸式體驗，滿足消費者對於高品質綠色美妝的持續需求。

(2)寵物經濟之精緻化與品牌化趨勢

受惠於少子化與高齡化趨勢，寵物已被視為家庭成員，帶動「寵物經濟」由大眾化市場轉向「精緻化」發展。星品公司自有品牌「Jolly Pet」鎖定高成長之寵物照護與保健市場，滿足飼主對毛孩生活品質之追求。由於寵物用品具備「高回購率」與「情感黏著度」之特性，受電商低價競爭之影響相對較小。星品公司透過百貨專櫃之精品化定位，建立專業品牌形象，並結合集團多媒體平台進行衛教式行銷，預期將在寵物經濟持續升溫的環境下，成為集團營收增長之另一核心引擎。

4.競爭利基

(1)優質節目內容

本公司經營頻道在內容產製上，以自製新聞節目為主，致力打造具有地方特色之全國台，同時新聞製播準則秉持公共利益、多元平衡原則，明確要求所選定報導之主題，需為正面、溫馨、陽光、客觀且對地方有幫助之主題，另亦避免腥羶色、負面、缺乏深度、未經事實查證之新聞議題，因而長期以來累積大量社會正能量，鮮有觀眾或網路負評。此外，近年製播人文紀實節目、人物專訪、樂齡照護、里民專訪及校園采風錄，善盡地方媒體責任，並榮獲金鐘獎、卓越新聞

獎、曾虛白新聞獎、消費者權益報導獎、金采獎等全國性獎項之肯定，展現媒體多元及專業角度。

(2)數位平台業者深度合作

在數位匯流時代，掌控內容產業形同握有閱聽眾收視選擇之決勝契機，本公司結合內容、電商、新聞等產業，形成嶄新數位生態系統，同時強化與數位業者合作力道，不僅將自製節目推廣至社群媒體、通訊軟體等線上平台，讓收視戶隨時隨地都可觀看本公司所製播之各類優質節目，同時合作製播具有在地特色之原創影音內容，擴大服務層級，提供更完善用戶體驗，擘劃提供客戶虛實融合之全方位娛樂影音服務，成為最貼近臺灣土地的節目內容業者。

(3)合法電視購物執照

國家通訊傳播委員會於 103 年審議通過，針對全面數位化之有線電視系統業者將鬆綁其購物台頻道總數不得超過基本頻道總數 10%之限制，鑒於政府已開放有線電視系統業者跨區經營，在數位頻道數增加及電視購物頻道解禁之前提下，將吸引更多業者搶食電視購物商機。本公司為國內少數擁有合法電視購物頻道執照之業者，且產品內容經過嚴格篩選及把關，提供閱聽眾優質且可信賴之各類商品。

(4)多元購物平台

電子商務推陳出新，購物產業競爭激烈，將由傳統的廣播與電視平台延伸至網際網路、行動裝置等新興傳播平台；本公司物流管理、節目製作、電話中心及採購等兼具專業及豐富經驗，並建置購物 APP，未來亦將持續強化電子商務營運管理與資訊整合技能，提供客戶全面購物渠道。

(5)強大通路經營與品牌銷售實力

美雅國際身為 The Body Shop 之台灣重要經銷夥伴，具備極強的全台百貨商圈滲透力。本公司在全台指標性百貨公司幾乎均設有品牌專櫃，顯示出品牌端對美雅通路經營實力的深度認可。這種跨區域的實體銷售網絡，結合集團媒體的導購資源，使美雅國際能快速反應市場需求，相較於一般單一渠道經銷商，具備更強的抗風險能力與市場議價地位。

(6)自有品牌研發與精緻化定位

星品公司擁有自有品牌「Jolly Pet」之開發實力，相較於一般貿易業者，更能靈活調整產品規格以因應市場趨勢，並保有較高之獲利空間。星品公司採取「精品化」策略，於指標性百貨(台中大遠百)設立專櫃，成功將寵物用品提升至生活美學與照護專業層次，與低價競爭之大眾化電商平台形成有效區隔。此外，星品公司結合集團媒體製播資源，可針對寵物保健與照護產製教育性內容，透過「內容帶動銷售」之獨特模式，建立品牌在專業寵物用品市場之領先地位。

5.發展遠景之有利、不利因素及因應對策

(1)有利因素

A.在地化、多螢化之多元節目內容

本公司旗下之新聞頻道定位鎖定在「真實報導」、「在地聲音」、「民之所欲」、「客觀監督」四大面向，相較國內其他新聞媒體之內容產製方向大不相同，打破傳統觀點而展現媒體多元角度，深獲學界及業界之肯定與支持，歷年多次榮獲卓越新聞獎、雲豹新聞獎、真善美新聞獎及社會光明面報導獎等之國內新聞標竿獎項。

本公司內容產製主力為新聞節目，而目前國內新聞台多以北地區新聞為主軸，使用語言以國語為大宗，有別於此，本公司鑑於行政院所頒布之「國家語言發展法」，其精神宗旨係為落實語言與文化平權，以促進國家多元文化發展並豐富文化內涵，是本公司製播新聞及節目，除積極落實國/台雙語政策，透過不同語言呈現多元新聞面向，亦同步兼顧在地文化傳承，此為本公司製播節目之目標及精神。

此外，本公司與吳念真導演團隊合作製播之人文紀實節目《真世代》，籌備拍攝長達3年、田調400餘人，走過臺灣50處鄉鎮，紀錄逾200位臺灣庶民的生命故事，講述臺灣角落真實小人物，以他們的生命故事，串連臺灣特有的文化質感與庶民樣態，該片不僅榮獲金鐘獎「非戲劇類節目剪輯獎」，亦與LINE TV攜手合作，從傳統電視跨足網路串流平台，提供閱聽眾多螢收視選擇，並創下近兩百萬收視點閱率。本公司已提早佈局媒體資源整合，與線上數位平台發展競合關係，以多螢聯播模式，發揮既競爭又合作的綜效。

B.電商產業的蓬勃發展

過去十年，台灣電子商務市場從起步到蓬勃發展，尤其在疫情期間加速成長，現已成為零售業的重要組成部分。本文嘗試對台灣電商市場規模、平台競爭格局、母集團整併趨勢、境外電商勢力崛起狀況進行分析，以及未來發展建議。

根據統計，台灣電商市場在過去十年有顯著性成長，從1995年的1557億元擴增到2024年的4827億元，觀察電子購物業營業額占整體零售業占比自105年之4.3%逐漸成長，近年穩定維持在1成左右，顯示網路購物已成為民眾不可或缺之重要消費管道。本土電商平台如Momo和PChome也逐漸面臨來自國際巨頭如蝦皮、Coupang和淘寶的嚴峻挑戰。近期大型集團整併動作頻繁，預示著市場格局的進一步變化。為在競爭中脫穎而出，台灣電商業者應積極擁抱全通路策略，提升客戶體驗，建立品牌忠誠度，並善用科技與數據分析。

表 1 零售業及電子購物業營業額統計

年度	零售業營業額 (億元)		電子購物業營業額 (億元)		
	營業額	年增率(%)	營業額	年增率(%)	占比(%)
105年	36,209	1.0	1,557	6.7	4.3
106年	36,834	1.7	1,843	18.4	5.0
107年	37,950	3.0	2,201	19.4	5.8
108年	39,266	3.5	2,565	16.5	6.5
109年	39,527	0.7	3,180	24.0	8.0
110年	41,144	4.1	4,026	26.6	9.8
111年	44,539	8.3	4,466	10.9	10.0
112年	47,298	6.2	4,531	1.5	9.6
113年	48,543	2.6	4,668	3.0	9.6
114年	48,448	-0.2	4,827	3.4	10.0

資料來源：經濟部統計處「批發、零售及餐飲業動態調查」。

C. 品牌力與利基市場之整合綜效

本公司透過子公司美雅國際經銷國際知名綠色美妝品牌 The Body Shop，不僅符合全球 ESG 永續消費趨勢，更具備跨足全台指標性百貨通路之實力，建立起穩固的品牌護城河。此外，子公司星品發展自有寵物品牌「Jolly Pet」，精準切入高成長、高回購率之寵物精緻照護市場。此類具備強大品牌力與情感連結之實體商品，能有效結合集團媒體資源進行「內容行銷」，在數位零碎化的時代中，依然能維持穩定的客單價與顧客忠誠度。

(2) 不利因素及因應對策

A. 新媒體崛起，閱聽眾市場發生轉移

信息化社會促使媒介形態快速變革，新媒體透過其創意表達和資源整合，並憑藉獨特性、趣味性及便利性吸引大量收視戶，而新媒體形態推新和市場攻克步伐對傳統電視產業亦產生巨大衝擊，其一為傳統電視係單向線性傳播，收視戶被動接收信息，互動渠道不暢，難以有效反饋，新媒體則為收視戶提供雙方互動交流渠道，並提供大量視頻吸引閱聽眾目光；其二為專業製播人才流失，新媒體產業興起並祭出高額績效獎勵以吸引企畫團隊；其三為新媒體節目策畫內容和表達方式豐富多元，能滿足閱聽眾之個別需求，亦能吸引廣告主精準投放。上述生態改變造成傳統電視市場發生收視戶轉移現象，有線電視收視戶呈現滑落趨勢，然新媒體運作體制尚未完整建立及收視族群仍不若有線電視量體龐大，且儘管新媒體將收視內容選擇權交予用戶，收視戶反而更難獲取完整有效信息，優質內容亦是亟待填補之缺口，因此預計網路視訊距離市場普及仍有一段長遠的路需要努力。

《因應對策》

移動互聯網時代的新媒體以多元內容、終端用戶及廣告主為出發點，通過多維度融合，構建跨平台、跨地域、跨介質之影音生態圈，同時以雙向互動吸引用戶，但內容生產之主力軍仍是傳統媒體人才體系，專業及完整分工體系製作優質節目內容，此為電視多年實戰積蓄之經驗優勢，反觀新媒體節目制作，由少數人完成選題、策劃、撰稿、拍攝、剪輯及行銷等各環節，專業及分工層面相形失色。本公司面對新媒體之衝擊，已積極樹立融合意識，同時整合發展

策略調動資源，並與LINE TV等新媒體平台保持相互促進、互惠共榮之合作關係。

B. 電視上架後段頻位

本公司旗下之「冠軍電視台」及「冠軍夢想台」於全臺灣上架率近98%、「MAY LIFE美麗人生購物台」於全臺灣上架率近八成，然目前在各系統台之上架位置均屬後段頻位，相較熱門之前段區塊頻位，觀眾收視率較低，連帶影響產品銷售力道及廣告主託播/投放置意願。

《因應對策》

隨著物質生活水平之提高，人均壽命大幅延長，依據內政部統計，114年12月底全國15至64歲人口占68.43%；65歲以上人口數占20.06%；。比率逐年上升，扶養比為43.2，人口老化指數(以65歲以上人數除以未滿15歲人數所得之數)增至174.3，年增10.6。對於65歲以上長輩來說，家中的電視是他們獲取資訊來源和生活娛樂的主要媒介，因為遙控器相對於手機來說，是長輩更容易操作的工具，這也代表本公司旗下的衛星頻道仍有其吸引力。

鑑此，本公司為彌補後段頻位之劣勢，遂鎖定家庭主婦、高齡人口為目標客戶族群，旗下新聞節目除強調地方新聞及文化傳承，同時積極推廣國台雙語製播，欲以共同語言提升客戶黏著度，而電視購物則以購物專家及網紅，透過多元溝通管道，建構客戶忠誠度以培養粉絲經濟，同步銷售生活日用品、保健食品及居家服務。而在衛星頻道部分，持續鞏固與凱擘、中嘉、TBC 及各地區獨立系統業者之合作，針對積極爭取「冠軍電視台」、「冠軍夢想台」更具收視慣性的黃金頻道序位，極大化關鍵頻段的轉台觸及率，確保品牌能見度穩居領先地位。

C. 實體零售市場競爭激烈與經營成本上升

隨電子購物普及與國際美妝、寵物品牌大量湧入，實體零售面臨電商低價競爭與百貨通路抽成、人力成本上升之壓力。此外，經銷品牌(如 The Body Shop)亦可能受英國總部政策、原物料供應鏈波動或匯率變化之影響。

《因應對策》

1. 深化全通路(OMO)經營：美雅國際與星品公司除持續優化全台百貨專櫃之坪效，並同步強化官方電商與 APP 經營。114 年度進駐「台中廣三 SOGO」及「台中大遠百」即是鎖定高消費力商圈，透過實體體驗與線上回購之閉環，降低對單一渠道之依賴。
2. 發展自有品牌與差異化：星品公司致力於自有品牌「Jolly Pet」之研發，提升毛利空間並掌握產品主導權，避開大眾化市場之價格戰；美雅國際則利用 The Body Shop 之品牌獨特性，結合集團媒體進行深度衛教與公益行銷，建立難以取代之品牌認同。
3. 集團資源協作降本增效：利用集團現有之物流體系、媒體宣傳資源及大數據分析，精準投放廣告予目標受眾，有效降低行銷成本並提升轉化率，確

保零售業務在成本壓力下仍具備優於同業之獲利能力。

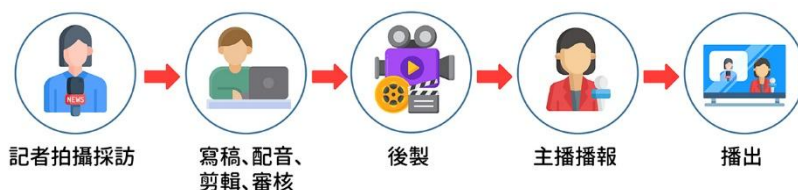
(一)主要產品之重要用途及產製過程

1.主要產品之重要用途

本公司主要業務係製作兼具新聞、教育、娛樂、公益、文化、資訊之優質電視節目，並經營衛星電視頻道、廣告招攬、銷售居家產品及保健食品等。

2.節目產製過程

(1)新聞產製



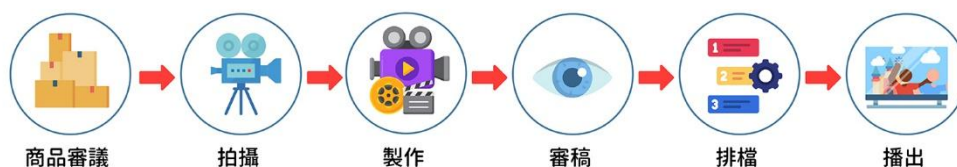
(2)節目產製



(3)廣告產製



(4)產品銷售(電視購物)



(5)經銷商品銷售流程(美雅國際)

【向英國總部下訂單】 → 【英國總部出貨與進口報關】 → 【品質檢驗與標籤黏貼】 → 【全台百貨櫃位/門市及電商上架】 → 【門市專業諮詢與售後服務】

(6)自有品牌研發與產製流程(星品公司)

【市場需求調研與商品開發計畫】 → 【配方/規格設計與打樣】 → 【委託合格工廠生產/代工】 → 【嚴格品質控管與包裝】 → 【實體櫃位及多媒體平台銷售】

(二)主要原料之供應狀況

本公司及子公司主要經營業務為衛星頻道運營、節目製作、廣告招攬及產品銷售。

1.媒體業務

成本結構以衛星頻道訊號傳輸費、廣告託播及節目製作成本為大宗。臺灣地區訊號傳輸公司有中華電信、台亞、凱擘等，訊號傳輸管道眾多，尚無斷訊風險。

2.商品銷售業務

美雅國際：產品供應來源為英國 The Body Shop，美雅作為其全台唯一經銷商，與供應端維持長期且穩定之採購關係。由於該品牌具備高度市場知名度，供應鏈體系成熟且產品均符合國際環保標準，銷售貨源穩定。

星品公司：電視購物與寵物用品銷售之採購對象，包含國內外知名食品生技廠商、居家生活用品商及寵物用品專業代工廠。由於供應商眾多，且星品具備自主研發與規格制定能力，銷售來源不虞匱乏。

3.風險控管

本公司針對主要供應商均維持良好之信用關係，並定期進行供應鏈評估，確保在市場需求增加或國際物流波動時，仍能維持充足之庫存與穩定之營運。

(三)最近二年度主要產品別或部門別毛利率重大變化之說明

1.最近二年度銷貨毛利分析表

單位：新台幣仟元

年 度	營 業 收 入	營 業 毛 利	毛 利 率 %	毛 利 率 變 動
113 年度	640,350	433,635	67.72	0.78%
114 年度	763,531	521,072	68.25	

2.毛利率較前一年度變動達百分之二十者，應分析造成價量變化之關鍵因素及對毛利率之影響

本公司最近二年度主要產品別之毛利率變化情形，僅產品銷售類毛利率變動達20%以上，然因所銷商品種類眾多且數量單位不同，無法作一致性數量統計；其餘產品別之毛利率變動均未達20%以上，故不予進行價量分析。

3.如為建設公司或有營建部門者，應列明申報年度及前一年度營建個案預計認列營業收入及毛利分析，說明個案別毛利率有無異常情事及已完工尚未出售之預計銷售情形：不適用。

(四)最近二年度任一年度中曾占進貨總額百分之十以上之客戶名稱及其進貨金額與比例

1.最近二年度主要供應商資料：

單位：新台幣仟元

項目	113 年度				114 年度				115 年度截至前一季止(註 1)			
	名稱	金額	占當年度進貨淨額百分比	與發行人之關係	名稱	金額	占當年度進貨淨額百分比	與發行人之關係	名稱	金額	占當年度進貨淨額百分比	與發行人之關係
01	無	無	無	無	無	無	無	無	不適用			
	進貨淨額	75,993	100.00		進貨淨額	184,107	100.00					

註 1：截至年報刊印日前，115 年第一季財務資料尚未經會計師核閱。

2.最近二年度主要銷貨客戶資料：

單位：新台幣仟元

項目	113 年度				114 年度				115 年度截至前一季止(註 1)			
	名稱	金額	占當年度銷貨淨額百分比	與發行人之關係	名稱	金額	占當年度銷貨淨額百分比	與發行人之關係	名稱	金額	占當年度銷貨淨額百分比	與發行人之關係
01	無	無	無	無	無	無	無	無	不適用			
	銷貨淨額	640,350	100.00		銷貨淨額	763,531	100.00					

註 1：截至年報刊印日前，115 年第一季財務資料尚未經會計師核閱。

三、從業員工最近二年度及截至年報刊印日止從業員工資料

單位：人；%

年	度	113 年度	114 年度	當年度截至 115 年 04 月 30 日止
員 工 人 數	直接人員	42	37	38
	間接人員	279	260	269
	合計	321	297	307
平均年歲		39.83	41.10	40.73
平均服務年資		7.95	8.21	8.13
學 歷 分	博 士	-	-	-
	碩 士	5.30%	5.05%	4.23%
	大 專	69.78%	71.72%	71.99%

年 度		113 年度	114 年度	當 年 度 截 至 115 年 04 月 30 日 止
布 比 率	高 中	24.30%	22.56%	23.13%
	高 中 以 下	0.62%	0.67%	0.65%

四、環保支出資訊

(一)依法令規定，應申領污染設施設置許可證或污染排放許可證或應繳納污染防治費用或應設立環保專責單位人員者，其申領、繳納或設立情形之說明：

本集團係從事衛星頻道經營、廣告招攬、節目製作及產品銷售之服務提供，依相關法令尚無須申領設置許可證或污染排放許可證或應繳納污染防治費用或應設立環保專責單位人員。

(二)列示公司有關對防治環境污染主要設備之投資及其用途與可能產生效益：

本集團衛星頻道經營之相關服務提供過程中尚無產生汙染之虞，故無本項評估之適用。

(三)說明最近二年度及截至年報刊印日止，公司改善環境污染之經過；其有污染糾紛事件者，並應說明其處理經過：

本集團最近二年度及截至公開說明書刊印日止並未發生污染糾紛之事件。

(四)說明最近二年度及截至公開說明書刊印日止，公司因污染環境所遭受之損失(包括賠償及環境保護稽查結果違反環保法規事項，應列明處分日期、處分字號、違反法規條文、違反法規內容、處分內容)，並揭露目前及未來可能發生之估計金額與因應措施，如無法合理估計者，應說明其無法估計之事實：不適用。

(五)說明目前污染狀況及其改善對公司盈餘、競爭地位及資本支出之影響及其未來二年度預計之重大環保資本支出：不適用。

五、勞資關係

(一)各項員工福利措施、進修、訓練、退休制度與其實施狀況，以及勞資間之協議與各項員工權益維護措施情形

1.員工福利措施

本公司及子公司為照顧員工生活，促進勞資關係和諧，增加工作效能，除遵循勞基法給予勞工之保障，如育嬰假及退休金外，辦理各項福利措施如下：

- (1)為員工投保團體保險。
- (2)辦理員工健康檢查。
- (3)辦理健康與安全衛生講座。
- (4)提供婚喪喜慶、醫療慰問各項完善之福利補助。
- (5)提供每月定額通話費補助、關係企業員工優惠、特約商店優惠等。

2.員工進修及訓練

基於具體落實內部整合策略考量，積極加強部門間溝通、強化內部共識及建立完整制度，俾使集團運作更加順暢，持續提升競爭優勢，因而推行平衡計分卡制度。各單位於學習構面，依其所需訂定每位員工需接受教育訓練時數，以提升人員素質。並配合法令規定實施財會主管、稽核人員、勞安主管、消防人員、急救人員及相關人員之訓練，並鼓勵員工進行在職進修及取得專業證照等。

3. 員工持股信託

為使員工退休生活無虞，公司獎勵員工每月提存一定金額，透過信託專戶，長期以定期定額方式買進股票，讓員工更能確實的儲蓄退休金，成為退休金的一大支柱。

4. 退休制度與實施狀況

本公司及子公司依「勞工退休金條例」訂有確定提撥之退休辦法，適用於本國籍員工，另就員工選擇適用「勞工退休金條例」所定之退休金制度，依規定提繳勞工退休金至勞保局員工個人帳戶。

5. 勞資間之協議與各項員工權益維護措施

本公司及子公司妥善規劃人力資源管理原則，並適時因應社會及經濟環境變遷，檢討相關人事規章辦法及福利政策，且本公司十分注重員工福利，提供優良工作環境，並提供多元的員工意見反應管道，聆聽員工心聲，並即時回應與溝通，達到促進勞資關係和諧，共創企業與員工雙贏的目標。

本公司之各項規定皆依勞動基準法為遵循準則，本公司對於員工意見極為重視，採雙向及開放方式與員工進行溝通，內部溝通管道通暢，以期勞資雙方維持良好和諧之互動關係。

(二)最近年度及截至年報刊印日止，因勞資糾紛所遭受之損失，並揭露目前及未來可能發生之估計金額與因應措施，如無法合理估計者，應說明無法合理估計之事實：無。

六、資通安全管理：

(一) 資訊安全政策目標

本公司訂定資訊安全政策目標為確保資訊的機密性、完整性和可用性。

機密性：確保被授權之人員才可使用資訊，適當的劃分資料的機密等級，並依其機密等級予以適當的規範及保護。

完整性：確保使用之資訊正確無誤、未遭竄改，並將資訊資產依重要性分類，提供適當的保護以確保資訊資產的完整性。

可用性：確保被授權之人員能取得所需資訊，使公司各項資訊資產能提供即時且正確的服務，以滿足客戶之需求。

(二) 資通安全政策及具體管理方案

資通安全風險管理架構、資通安全政策、具體管理方案及投入資通安全管理之資源等

1. 資通安全風險管理架構

本公司由資訊單位負責建立資通安全政策、負責本公司資通安全之預防及危機處理相關事宜。執行資安作業，並因應資安事件架構成立「資通安全應變處理小組」。

- (1)資通安全應變處理小組:由資訊安全主管、資訊安全人員組成，負責研判是否為資通安全事件。
- (2)資通安全應變處理小組主管:由資訊安全主管擔任，負責審查應變處理情形並通報上級單位。
- (3)本公司內控制度包含資安相關管理辦法，定期接受稽核審查，提供資訊系統，安全、營運不中斷的環境。

2.資通安全政策

針對本公司在電腦系統、網路、資料、設備、人員、防毒及防駭客等有關資訊作業環境，予以納入安全管理機制，並建立一套防範及緊急應變措施，適時做好資通安全宣導，確保本公司資訊作業安全。

3.具體管理方案

(1)管理制度規範：

本公司內部訂定多項資通安全管理制度，以規範本公司所有人員資訊安全行為，每年定期檢視相關制度是否符合營運環境變遷，並依需求適時調整。

(2)系統防護：

本公司為防範各種內/外部資安威脅，除採多層式網路架構設計外，更建置各式資安防護系統，以提昇整體資訊環境之安全性。此外，為確保內部同仁之作業行為符合公司制度規範，亦設計作業程序稽核機制，落實人員資通安全管理措施。

(3)人員訓練：

本公司除定期實施新進人員資通安全教育訓練實務課程外，不定期配合時事與政策實施資通安全機會宣導，藉以提昇公司同仁資安知識與專業技能。

4.投入資通安全管理之資源

針對系統主機的作業系統或重要軟體升級、災害復原演練等重要的資安工作，資訊單位每年會定期檢討規劃與執行進度，並透過社交工程演練、資安健檢服務等，判斷使用者的資訊安全觀念是否足夠、資訊設備資源投入與系統配置是否存在漏洞，於年度編列資安預算執行與改善。

- (三)列明最近年度及截至年報刊印日止，因重大資通安全事件所遭受之損失、可能影響及因應措施，如無法合理估計者，應說明其無法合理估計之事實
最近年度無重大資通安全事件。

七、重要契約：無。

伍、財務狀況及財務績效之檢討分析與風險事項

一、財務狀況之檢討分析

最近二年度合併資產、負債及股東權益發生重大變動之主要原因及其影響

單位：新台幣仟元

項目	年度	113 年度	114 年度	差異	
				金額	%
流動資產		632,374	623,355	(9,019)	-1.43%
透過損益按公允價值衡量之金融資產-流動		5,219	5,300	81	1.55%
透過其他綜合損益按公允價值衡量之金融資產－流動		-	-	-	-
透過其他綜合損益按公允價值衡量之金融資產－非流動		13,000	24,723	11,723	90.18%
採用權益法之投資		166,649	140,453	(26,196)	-15.72%
不動產、廠房及設備		176,747	189,031	12,284	6.95%
無形資產		12,456	9,812	(2,644)	-21.23%
其他資產		78,415	62,321	(16,094)	-20.52%
資產總額		1,084,860	1,054,995	(29,865)	-2.75%
流動負債		228,256	219,877	(8,379)	-3.67%
非流動負債		23,808	18,886	(4,922)	-20.67%
負債總額		252,064	238,763	(13,301)	-5.28%
歸屬於母公司業主之權益		786,116	772,305	(13,811)	-1.76%
股本		282,000	282,000	-	-
資本公積		236,231	239,153	2,922	1.24%
保留盈餘		269,610	248,686	(20,924)	-7.76%
其他權益		(1,725)	2,466	4,191	-242.96%
庫藏股票		-	-	-	-
非控制權益		46,680	43,927	(2,753)	-5.90%
權益總額		832,796	816,232	(16,564)	-1.99%

1.最近二年度資產、負債及股東權益發生重大變動項目(變動達 20%以上且變動金額達新台幣一仟萬元者)之主要原因及其影響：

(1)透過其他綜合損益按公允價值衡量之金融資產－非流動增加：係因本年新增購買騰勢(股)公司、智寶(股)公司股權、佳氫(股)公司，致透過其他綜合損益按公允價值衡量之金融資產－非流動增加。

(2)其他資產減少：係因使用權資產已到期帳上除帳，致其他資產減少。

2.最近二年度財務狀況變動若影響重大者應說明未來因應計畫：無。

二、財務績效之檢討分析

(一)最近二年度合併營業收入、營業純益及稅前純益重大變動之主要原因

單位：新台幣仟元

項目	年度	113 年度	114 年度	增(減)金額	變動比例(%)
營業收入淨額		640,350	763,531	123,181	19.24%
營業成本		206,715	242,459	35,744	17.29%
營業毛利		433,635	521,072	87,437	20.16%
營業費用		309,071	404,414	95,343	30.85%
營業淨利		124,564	116,658	(7,906)	-6.35%
營業外收入及支出		17,561	(23,189)	(40,750)	-232.05%
稅前淨利		142,125	93,469	(48,656)	-34.23%
所得稅費用		28,314	21,729	(6,585)	-23.26%
純益		113,811	71,740	(42,071)	-36.97%

1.最近二年度合併營業收入、營業純益及稅前純益重大變動(變動達 20%以上且變動金額達新台幣一仟萬元者)之主要原因：

- (1) 營業純益及稅前純益減少：係因去年購買美雅國際企業(股)公司58.48%股權致廉價購買利益，且本年認列巧克科技新媒體(股)公司及星品國際實業(股)公司投資損失，致營業純益及稅前純益減少。

(二)預期銷售數量與其依據，對公司未來財務業務之可能影響及因應計畫

本公司營運範疇主係自製衛星電視台、招攬媒體廣告、節目製作及電視購物等，未來經營目標係與數位平台業者深度合作，豐富原創自製內容節目，同時持續招攬優質廣告及提升電視購物市占率；由於本公司及子公司未公開114年度財務預測，故不擬揭露預期銷售數量。

三、現金流量之檢討分析

(一)最近年度現金流量變動分析

現金流量

單位：新台幣仟元

期初 現金餘額	全年來自營業 活動淨現金流量	全年因投資及籌資 活動淨現金流量	現金剩餘 (不足)數額	現金不足額之補救措施	
				投資計畫	理財計畫
470,107	94,263	(151,411)	412,959	-	-
1.最近年度現金流量變動分析：					
(1)營業活動：由於本公司業務持續成長，營業收入及獲利持續增加，故產生營業活動淨現金流入。					
(2)投資活動：主係因取得採用權益法之投資所致。					
(3)籌資活動：主係發放現金股利所致。					
2.預計現金流量不足額之補救措施及流動分析：					
本公司最近年度尚無現金流量不足之虞。					

最近二年度流動性分析

項 目 \ 年 度	113 年度	114 年度	增(減)比例(%)
現金流量比率(%)	74.65	42.87	(42.57%)
現金流量允當比率(%)	95.31	82.26	(13.69%)
現金再投資比率(%)	6.53	(0.17)	(102.60%)
增減比例變動分析說明：			
現金再投資比率上升：主係因係營業活動淨現金流量增加，致使該比率大幅增加所致。			

(二)未來一年現金流動性分析

單位：新台幣仟元

期初 現金餘額	全年來自營業活 動淨現金流量	全年因投資及籌資 活動淨現金流量	現金剩餘 (不足)數額	現金不足額之補救措施	
				投資計畫	理財計畫
414,010	121,522	(108,409)	429,124	-	-
1.未來一年度現金流量情形分析：					
(1)營業活動：由於本公司業務將持續成長，預期營業收入及獲利將同步增加，故產生營業活動淨現金流入。					
(2)投資活動：預期購置設備及汰舊換新。					
(3)籌資活動：預期盈餘分配將發放現金股利。					
2.現金不足額之補救措施及流動性分析：不適用。					
營業活動：由於本公司業務將持續成長，預期營業收入及獲利將同步增加，故產生營業活動淨現金流入。					

四、最近年度重大資本支出對財務業務之影響：無。

五、最近年度轉投資政策、其獲利或虧損之主要原因、改善計畫及未來一年投資計畫：

(一)最近年度轉投資政策

本公司轉投資政策係以跨屏整合、內容變現為核心，透過擇定具策略價值之合作夥伴，強化媒體經營與通路之競爭力。投資布局聚焦於數位影音平台、電商通路及新媒體應用，旨在發揮資源整合之乘數效益，提升整體營運績效，謀求股東長期之最佳投資利益。

(二)獲利或虧損之主要原因及改善計畫

本公司 114 年度合併財報中採權益法認列之投資損失為 28,001 仟元，主要係認列權益法轉投資公司「巧克科技新媒體」受產業競爭與環境變遷影響所致。

1.虧損主要原因

- (1) 廣告市場波動與版位變現壓力：大環境經濟不確定性導致廣告主預算縮減，直接衝擊整體廣告營收之轉化率與變現效益。
- (2) 市場競爭加劇與用戶留存挑戰：受串流媒體市場競爭白熱化影響，既有用戶續訂意願面臨壓力，導致流失率上升。
- (3) 規模效益尚未顯現：前期為擴張市佔投入之高額內容採購成本與組織人力擴張，尚未發揮預期之規模經濟效益。

2.改善計畫

- (1) 多元化營收路徑與技術賦能：導入 AI 廣告投遞技術以提升變現效率，並積極探索跨業合作以拓展非廣告收入來源。
- (2) 強化用戶黏著度與價值經營：透過精準推薦演算法與會員忠誠計畫，強化用戶黏著度，藉此降低退訂率並提升用戶長期價值。
- (3) 成本精準控管與資源配置優化：實施嚴格的內容投資報酬率評估機制，並啟動組織扁平化以提升人力資源效能。

(三)未來一年投資計畫

本公司將持續鎖定優質數位內容生產、智慧通路拓展及跨領域零售等具策略價值之標的進行策略佈局，以深化媒體與通路之綜效，厚植公司永續經營動能。

六、風險事項分析評估

(一)利率、匯率變動、通貨膨脹情形對公司損益之影響及未來因應措施：

1.利率變動對公司損益之影響及未來因應措施

(1)對公司損益之影響

單位：新台幣仟元

項目/年度	114 年度	113 年度
利息費用	1,759	1,601
營業利益	(23,189)	17,561
利息費用佔營業利益比率	-7.59%	9.12%

資料來源：本公司各年度經會計師查核簽證之合併財務報告

本公司及子公司利息費用主要來自銀行借款新台幣 851 仟元及因採用 IFRS16「租賃」而產生之利息費用新台幣 908 仟元。受利率變動影響僅有銀行借款部分，市場利率在民國 114 年度呈現升息趨勢。113 年度及 114 年度銀行借款產生之利息費用分別佔營業利益 5.1%及-3.67%，金額及比重皆不高，故利率變動對於本公司及子公司營運面及損益面尚不致有重大影響。

(2)具體因應措施

本公司及子公司持續與銀行維持良好關係並密切聯繫，掌握利率變動等相關資訊以研判未來利率走勢，且隨時觀察金融市場利率變化對本公司及子公司資金之影響，以期隨時採取變通措施，調整閒置資金部位，以降低利息支出，此外本公司及子公司財務穩健、債信良好，資金規劃以保守穩健為原則，預計利率變動對本公司及子公司損益尚不致有重大影響。

2.匯率變動對公司損益之影響及未來因應措施

(1)對公司損益之影響

單位：新台幣仟元

項目/年度	114 年度	113 年度
兌換利益(損失)	(1,770)	587
營業收入淨額	763,531	640,350
營業利益(損失)	(23,189)	17,561
兌換利益(損失)佔營業收入淨額比率	(0.23)%	0.09%
兌換利益(損失)佔營業利益(損失)比率	7.63%	3.34%

資料來源：本公司各年度經會計師查核簽證之合併財務報告

公司銷售客戶主係多以新台幣計價且並未從事任何投機及套利之外匯操作。本公司 113 年度及 114 年度兌換利益(損失)金額及比重皆不重大，故匯率變動對本公司影響不大。

(2)具體因應措施

本公司及子公司將與金融機構保持密切關係，持續觀察匯率變動情形，充分掌握國際間匯率走勢及變化訊息，以隨時就匯率波動決定外幣兌換時機，管理外幣資產及負債，以規避匯率風險。

3.通貨膨脹對公司損益之影響及未來因應措施

(1)對公司損益之影響

在政府穩定金融市場秩序及保持物價平穩之政策下，本公司及子公司最近年度及截至年報刊印日止之營運及損益未受到通貨膨脹之影響。

(2)具體因應措施

本公司及子公司隨時注意市場價格波動，並將與客戶及供應商維持良好關係，以適當調整銷售策略，以降低因通貨膨脹及整體消費趨勢變動對本公司損益之影響。

(二)從事高風險、高槓桿投資、資金貸與他人、背書保證及衍生性商品交易之政策、獲利或虧損之主要原因及未來因應措施：

1.高風險、高槓桿投資及背書保證：

本公司及子公司目前無從事高風險、高槓桿投資及背書保證之情事。

2.資金貸與他人：

本公司及子公司辦理資金貸與案件時，均嚴格依循「資金貸與及背書保證作業程序」之規範，並經董事會審議通過後始得為之。資金貸與總額不得超過最近期經會計師查核簽證或核閱財務報表淨值之 40%；對單一公司資金貸與限額，亦以最近期經會計師查核簽證或核閱財務報表淨值之 40%為上限。辦理過程中，均以審慎原則進行審查，確保資金運用之安全性及合法性。

3.衍生性商品交易：

本公司之子公司從事衍生性商品交易，係屬非以交易為目的，而係為規避商品存貨因匯率波動所產生之風險，採取避險性質之操作，以期將匯率變動對公司損益之影響降至最低。

未來因應措施：

未來將持續依循相關作業程序辦理，並加強對資金貸與、背書保證及衍生性商品交易之風險控管與即時監測，定期檢視受款對象之財務狀況及履約能力，並依市場環境動態調整避險策略，以降低潛在財務風險，確保資金運用安全與公司治理健全。

(三)未來研發計畫及預計投入之研發費用：目前暫無專責之研發部門，故不適用。

(四)國內外重要政策及法律變動對公司財務業務之影響及因應：無。

(五)科技改變（包括資通安全風險）及產業變化對公司財務業務之影響及因應措施：

截至最近年度刊印報告日止，科技與產業變化對本公司財務及業務尚無重大影響。惟本公司持續關注資通安全風險與產業動態，已採取下列因應措施：

1. 資安防護措施：已建置關鍵基礎設施，包括防火牆、防毒軟體、即時安全更新及資料備份機制，以強化資訊安全防護。
2. 政策檢視與維護：定期檢視並更新資訊安全政策，由專責單位或資訊審查機制持續維護，確保資訊系統及業務運作正常。
3. 事件應變處理：如發生資安事件，責任人員即時進行追蹤與處置，分析原因並完成修復，並據以研擬矯正與預防措施，以降低重複發生之風險。

4. 前瞻性管理：持續關注新興科技與產業變化，評估其對本公司營運及財務可能帶來之影響，並視需要調整資安與營運策略，以確保公司長期穩健發展。
- (六)企業形象改變對企業危機管理之影響及因應措施：無。
- (七)進行併購及預期效益、可能風險及因應措施：不適用。
- (八)擴充廠房之預期效益、可能風險及因應措施：不適用。
- (九)進貨及銷貨集中所面臨之風險及因應措施：不適用。
- (十)董事、監察人或持股超過百分之十之大股東，股權大量移轉或更換對公司之影響、風險及因應措施：不適用。
- (十一)經營權改變對公司之影響、風險及因應措施：不適用。
- (十二)訴訟或非訴訟案件
- 1.公司最近二年度及截至年報刊印日止已判決確定或目前尚在繫屬中之訴訟、非訴訟或行政爭訟事件，其結果可能對股東權益或證券價格有重大影響者，應揭露其系爭事實、標的金額、訴訟開始日期、主要涉訟當事人及目前處理情形：無。
 - 2.公司董事、監察人、總經理、實質負責人、持股比例超過百分之十之大股東及從屬公司，最近二年度及截至年報刊印日止已判決確定或目前尚在繫屬中之訴訟、非訟或行政爭訟事件，其結果可能對公司股東權益或證券價格有重大影響者：無。
 - 3.公司董事、監察人、經理人及持股比例超過百分之十之大股東，最近二年度及截至年報刊印日止發生證券交易法第一百五十七條規定情事及公司目前辦理情形：無。
- (十三)其他重要風險及因應措施：無。

七、其他重要事項：無。

陸、特別記載事項

一、關係企業相關資料：

最近年度依金融監督管理委員會定關係企業合併營業報告書關係企業合併財務報表及關係報告書編製準則所編製之關係企業合併營業報告書、關係企業合併財務報表及關係報告書。有關上述揭露請詳公開資訊觀測站，公開資訊觀測站>單一公司>

電子文件下載>關係企業三書表專區，https://mopsov.twse.com.tw/mops/web/t57sb01_q10。

二、最近年度及截至年報刊印日止，私募有價證券辦理情形：無。

三、其他必要補充說明事項：無。

四、第一上(外國興)櫃公司應包括與我國股東權益保障規定重大差異之說明：無。

柒、對股東權益或證券價格有重大影響之事項

最近年度及截至年報刊印日止，發生證券交易法第三十六條第三項第二款所定對股東權益或證券價格有重大影響之事項：無。

鑫傳國際多媒體科技股份有限公司



董事長：廖紫岑

