

橘子集團

2019企業社會責任報告書

2019 Gamania Corporate Social Responsibility Report

目錄

關於報告書	2
集團執行長的話	3
2019 永續績效成果	4
聯合國永續發展目標	5
橘子大事記	6
橘榮耀	8
2019 年重大榮耀	9
CH1. 永續經營與重大議題	10
1.1 利害關係人鑑別	11
1.2 重大議題分析與鑑別	12
1.3 利害關係人溝通	13
1.4 重大議題管理方針	14
CH2. 創新治理	17
2.1 公司概況	18
2.2 誠信經營與風險管理	24
2.3 外部組織參與	26
2.4 創新治理	27
CH3. 橘子家庭	28
3.1 人力資源	29
3.2 薪酬與福利	32
3.3 員工健康與照護	35
3.4 人才培育與發展	36
CH4. 社會共融	39
特輯：夏日學園計畫	40
4.1 產品與產業責任	41
4.2 社會創新與青年培力	43
4.3 與環境共生	44
附錄一、GRI-Standards 對照表	49
附錄二、會計師獨立確信報告	55

關於報告書

歡迎閱讀遊戲橘子數位科技股份有限公司及各事業群（橘子集團，以下簡稱橘子）發行的企業社會責任（Corporate Social Responsibility, CSR）報告書，橘子長期關注並履行社會責任，期待透過報告書的呈現，連結努力的成果與企業社會責任，落實與利害關係人溝通，接軌國際永續發展趨勢。

報告期間

本報告書資訊揭露期間為 2019 年度（2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日），內容涵蓋橘子的永續願景、重大議題回應，以及經濟、環境、社會等面向的具體作為和績效數據。部分數據將追溯至 2017 年或呈現 2020 年之資訊。

報告邊界與範疇

本報告書邊界考量業務性質，以及符合 2019 年度利害關係人關注之重大議題相關性，以決定資訊蒐集之範疇。財務數據係採經會計師事務所查核後之遊戲橘子數位科技股份有限公司之母公司合併財務報告資訊，金額皆使用新台幣計算並將於報告書中註明；合併報表之個體請參閱 2019 年度合併財務報告。

環境與社會面數據係採橘子集團之企業總部大樓（台北市內湖區瑞湖街 111 號）所發生之相關數據，呈現利害關係人所重視之重大主題的回應與作為。本報告書主題涵括經營績效、公司治理、人才發展、社會共融與環境保護等面向，呼應國際間對於企業財務與非財務資訊揭露的要求與方向。報告書揭露的數據來自於自行統計與調查，並以大眾常用的數值描述呈現。

報告標準依據與確保公開資訊可靠度

本報告書內容架構依循全球永續性報告協會（Global Reporting Initiative，簡稱 GRI）之準則（GRI Standards）編撰，依據「核心選項」指引進行資訊揭露。報告書內容經由董事會簽核通過後，委託獨立且具公信力之安永聯合會計師事務所（Ernst & Young）依據中華民國會計研究發展基金會確信準則公報第 1 號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行有限確信，獨立有限確信報告可參考報告書附錄。

報告發行週期

本報告書為橘子發行的第二本企業社會責任報告書，未來將仍以年度為單位持續發行。報告書可於橘子集團企業社會責任專區進行下載。



掃描前往 CSR 官網

聯絡資訊

對於本報告書有任何的建議與諮詢，歡迎您與我們聯絡：

遊戲橘子數位科技股份有限公司 —
財務資金管理處

Mail: CSR@gamania.com

電話：02-26588866 #1433

集團執行長的話



今年是橘子集團創立第 25 周年，橘子在不斷創新前進的路上，依然保持初衷，期許自己成為勇於挑戰、追求理想的企業。我們以遊戲本業為主力，積極推動其他產品成長，同時保持創新、實踐的精神，逐步整合自身及合作夥伴的服務，2019 年初正式推出行動應用服務 beanfun!，整合集團資源，將 beanfun! 打造成專屬娛樂生活平台，並建立數據中心，提供使用者更好的服務體驗，希望使 beanfun! 成為最佳行動生活入口。

橘子持續保持開放多元的治理模式，鼓勵員工提案、創新與直接溝通，所有人不分職等與年資，都能對公司有直接的貢獻。員工是橘子最重要的夥伴，我們希望藉由提供各項補助與資源，構築讓員工樂業安居的工作環境。橘子除有豐富的活動與餐飲、全國首創的自主假等等外，也自建幼兒園並配合員工上下班時間，協助員工進一步達到生活與工作平衡。橘子除了獲得勞動部工作生活平衡獎，亦是教育部體育署認證之運動企業，我們將會持續努力，期望將橘子打造為科技產業中頂尖的幸福企業。

社會責任的實踐也是橘子努力的方向，除了長期投入社會公益，旗下橘子關懷基金會自 2009 年推出「Summer School 夏日學園」活動，投身偏鄉學校的關懷服務、災後家園重整、文化與環境的學習體驗等，帶領青年透過服務拓展視野與培養實踐力，呼應「Dare to Challenge」的冒險精神。本年度我們同樣舉行了「Summer School 夏日學園」的活動，並嘗試將永續議題帶入「Summer School 夏日學園」，希望能夠將永續的思維不斷傳承下去。我們在 2019 年舉辦展覽，展示 2018 年南極長征隊的影片，同時免費贈票予弱勢團體，希望鼓勵每一個人往夢想邁進，永不放棄。

我們非常在乎同仁的職涯發展與專業學習，不但積極鼓勵同仁與業界專業知識接軌，在內部也不定期舉辦資安、法務及各項產業相關之研討會，體現橘子與同仁一同成長的理念，也表達在遊戲產業中的領導位置。

在環境保護部分，首重同仁思維與行為培養。為了重塑集團新的價值及願景，將「與環境共生」的精神，傳達予每位員工，我們主動推行環保專案，並結合外部資源，擴大環保效益。2019 年除延續去年內部各項環保措施外，我們也將相同理念推廣至外部，包括二手交換市集以及二手交換 App「Swapub」的推廣，都是橘子核心價值的體現，我們會勇於挑戰、持續創新，持續將永續環保的概念落實並擴散。

2019 年，是橘子承先啟後、擴展業務版圖的重要時刻。我們把與社會共融、與環境共生的理念，結合勇敢作夢、追求理想的精神，將企業社會責任視為經營使命。去年度橘子首次發表 CSR 報告書，於 2019 年獲頒 TCSA「企業永續報告」金獎。今年我們持續關注與傾聽利害關係人的聲音，同時也砥礪自己成為更加永續的企業。橘子集團將不斷努力、持續投入，與各界夥伴攜手前進，迎接下一個 25 年。

橘子集團執行長 劉柏園

Albert Liu, Gamania Group CEO

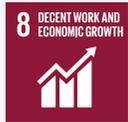
2019 永續績效成果

2019 年，橘子在公司治理、經濟、環境與社會面，都有卓越的表現，除了獲得多個獎項，也帶動員工關注環境面向議題，相關成果如下：

- 榮獲 2019 年 Cheers 雜誌「新世代最嚮往企業 Top 100」百強名單第 23 名
- 2019 年度提出專利申請 26 件；2019 年度獲得專利審核通過 17 件
- 2019 年綠色採購金額 456 萬元
- 普橘島全面不使用一次性餐具，2019 年累計共節省 36 萬次一次性餐具，預估年省 70 萬耗材費用
- 2019 年營業收入 96.8 億元
- 2019 年稅後淨利 8.8 億元
- 2019 年研究發展支出 3.62 億元
- 客服年服務量超過 50 萬件，客戶滿意度達 90% 以上，服務品質檢核正確率 97% 以上

聯合國 永續發展目標

2015 年，聯合國通過了 17 項「永續發展目標」(Sustainable Development Goals, SDGs) 以及 169 項的子目標 (Target)，建立明確的永續發展願景和優先事項，期望透過全球政府、企業、公民共同參與，於 2030 年達成消除貧窮、消弭不平等以及減緩因應氣候變遷等目標。為了回應 SDGs，橘子從公司的核心業務出發，並在日常的營運中結合這樣的理念，投入關注與資源，包含員工的健康與福利、性別平等、促進就業與經濟成長、氣候相關行動等作為，藉以支持 SDGs 以落實我們的企業責任。



- ▶ 持續擴大集團事業群，提供就業機會
- ▶ 產品推陳出新，積極注入研發動能

對應章節：CH2 創新治理、CH3 橘子家庭



- ▶ 開辦幼橘園，提供高品質的學齡前教育
- ▶ 辦理資安、法務相關研討會與論壇

對應章節：CH3 橘子家庭、CH4 社會共融



- ▶ 職場環境健康推廣
- ▶ 女男同酬與人權保障
- ▶ 提供完整公開之員工意見表達管道

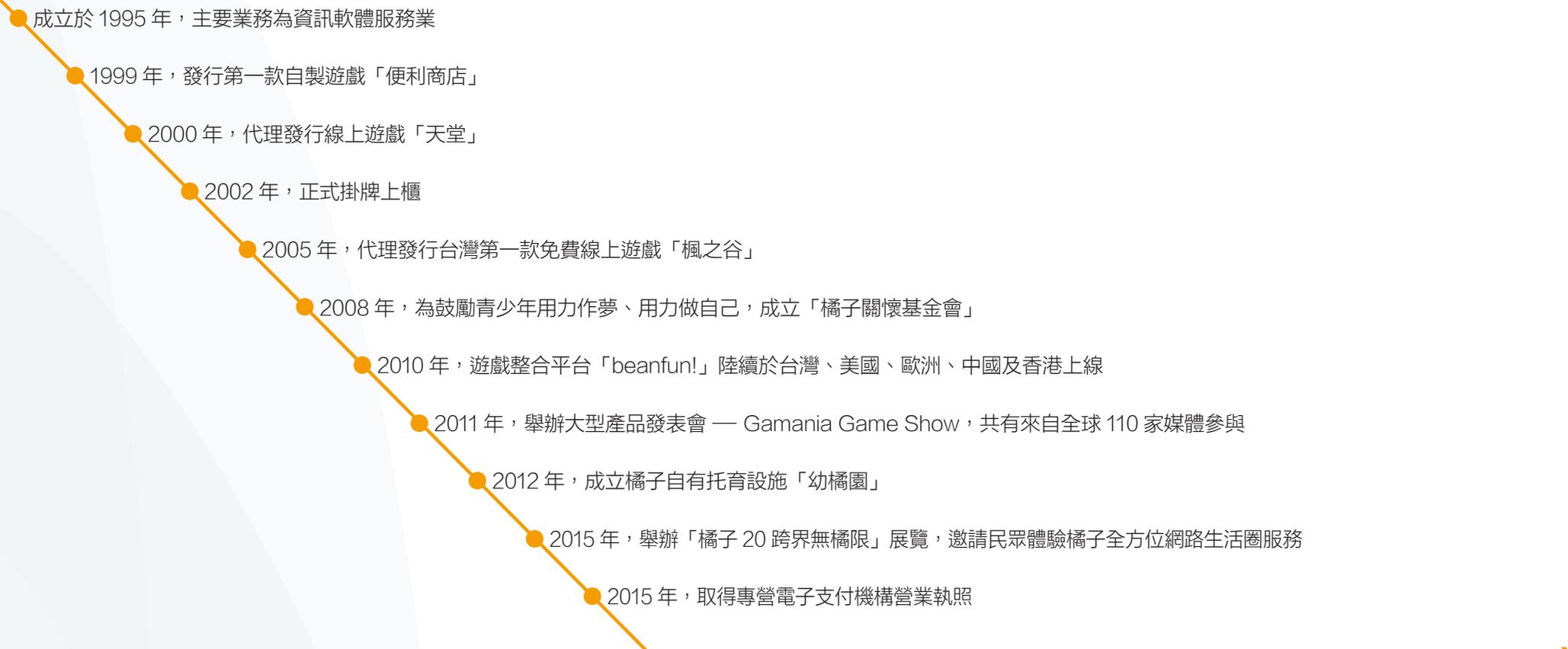
對應章節：CH3 橘子家庭



- ▶ 全面不使用一次性餐具
- ▶ 落實資源回收與廢棄物減量
- ▶ 有效能源管理與綠色採購

對應章節：CH4 社會共融

橘子大事記

- 
- 成立於 1995 年，主要業務為資訊軟體服務業
 - 1999 年，發行第一款自製遊戲「便利商店」
 - 2000 年，代理發行線上遊戲「天堂」
 - 2002 年，正式掛牌上櫃
 - 2005 年，代理發行台灣第一款免費線上遊戲「楓之谷」
 - 2008 年，為鼓勵青少年用力作夢、用力做自己，成立「橘子關懷基金會」
 - 2010 年，遊戲整合平台「beanfun!」陸續於台灣、美國、歐洲、中國及香港上線
 - 2011 年，舉辦大型產品發表會 — Gamania Game Show，共有來自全球 110 家媒體參與
 - 2012 年，成立橘子自有托育設施「幼橘園」
 - 2015 年，舉辦「橘子 20 跨界無橘限」展覽，邀請民眾體驗橘子全方位網路生活圈服務
 - 2015 年，取得專營電子支付機構營業執照

橘子大事記



- 2019 年，於新加坡成立分公司 HyperG，搶進國外資安市場
- 2019 年，與台灣角川合資成立「我傳媒」，打造一站滿足的玩咖情報站
- 2019 年，娛樂電商「有閑」上線，提供 2C 與 2B 完整電商營運服務
- 2019 年，橘子支付由線上延伸至線下生活消費，全台累積超過 5 萬個生活據點
- 2019 年，行動生活入口 beanfun! 正式發表，整合旗下事業體成為全新數位服務
- 2018 年，以「天堂 M」為首，攜手其他子公司聯合參與台北國際電玩展，展現橘子於各行動化應用之佈局成果
- 2017 年，取得「天堂 M」台港澳代理權
- 2016 年，舉辦「2016 CSO 世界大賽」，吸引超過萬名玩家到場參與

橘榮耀

連續多年獲得 Cheers 雜誌「新世代最嚮往企業 Top 100」百強名單，為台灣同業排名首位，並於 2017 年獲得歷年來最佳名次，其他歷年獎項如下：

2000 年	「便利商店」獲台北市電腦公會頒贈自製「最佳策略類獎」*
2001 年	▶ 「天堂」獲台北市電腦公會頒贈最佳線上遊戲獎項 * ▶ Gamania 企業識別獲選台灣「國家十大設計」金獎
2003 年	Gamania 企業識別榮獲國家級創作金獎
2008 年	遊戲橘子榮獲台灣十大品牌
2009 年	Gamania 榮獲台灣品牌優良獎項
2015 年	「艾爾之光」、「新瑪奇」分獲得巴哈姆特遊戲動漫大賞第五、六名
2016 年	▶ 「楓之谷」獲巴哈銅賞、TCA 遊戲之星銅賞 ▶ 酷瞧節目「橘子 20 星光大道」獲第 51 屆金鐘獎「最佳綜藝節目獎」 ▶ 榮獲《亞洲銀行家》(The Asian Banker) 雜誌「台灣最佳現金管理專案」*
2017 年	▶ 「楓之谷」獲得巴哈姆特遊戲動漫大賞第五名 ▶ 榮獲財政部頒發開立統一發票績優營業人獎項之殊榮 *
2018 年	獲頒勞動部工作生活平衡獎
2016-2019 年	榮獲教育部體育署運動企業認證
2019 年	連續第 14 年入選 Cheers 雜誌「新世代最嚮往企業 Top100」，第 23 名為歷年最佳成績 *

* 備註：合作對象 - 玉山商業銀行、台北市電腦公會、財政部、Cheers 快樂工作人雜誌

2019年重大榮耀



CH1.

永續經營與重大議題

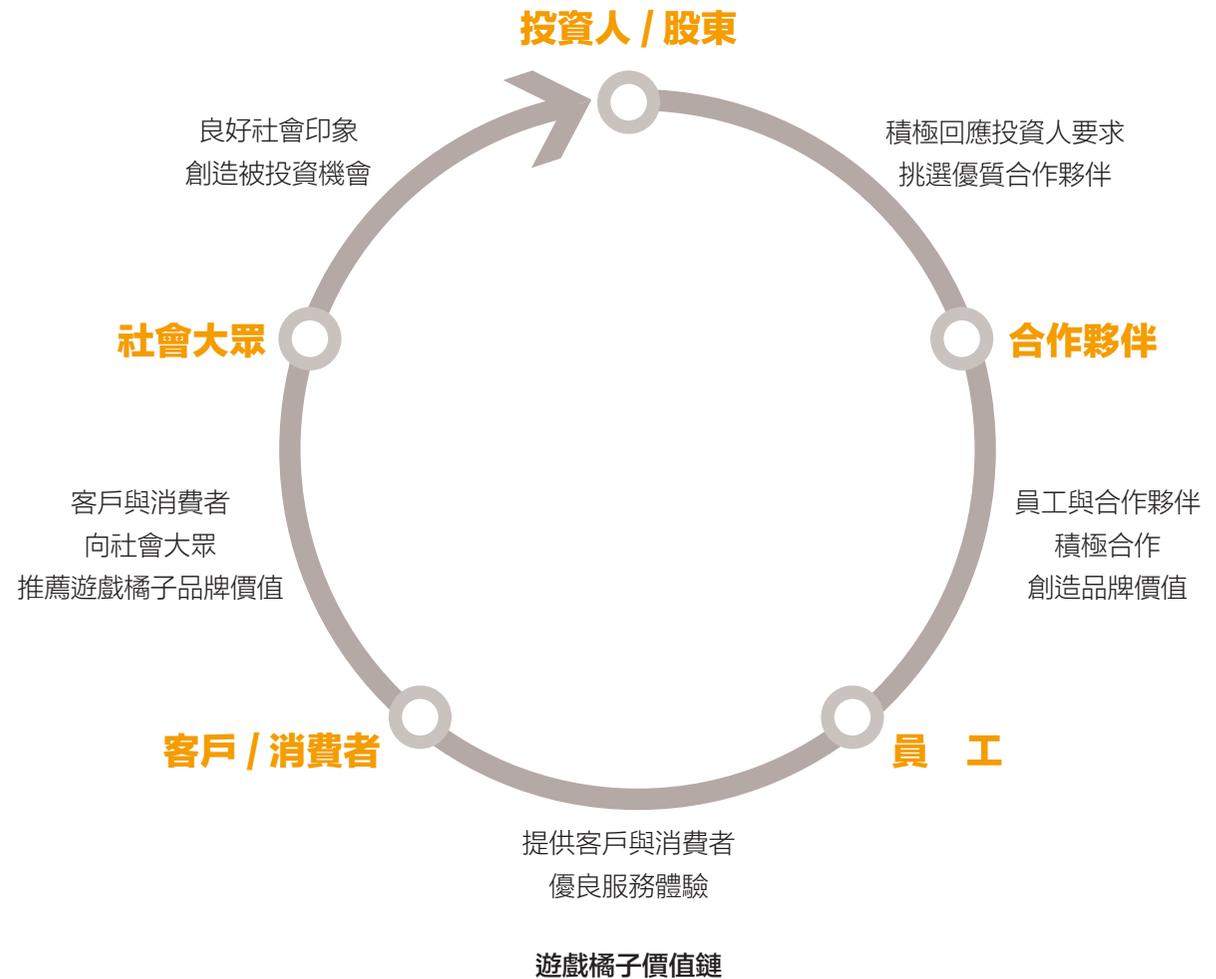
- 1.1 利害關係人鑑別
- 1.2 重大議題分析與鑑別
- 1.3 利害關係人溝通
- 1.4 重大議題管理方針

CH1. 永續經營與重大議題

橘子非常重視利害關係人之權益、意見表達及其關注的重大議題，我們透過下列程序進行鑑別，遵循 GRI 準則之指引與 AA1000SES 利害關係人議合標準（Stakeholder Engagement Standards），建構重大性分析的標準流程，了解不同議題受利害關係人關注程度與對營運的影響，做為永續報告書揭露方向以及未來永續管理的參考。同時，我們也有完善的利害關係人溝通，並針對鑑別出的重大議題，擬定完善的管理方針。

1.1 利害關係人鑑別

為了符合利害關係人期待，實踐橘子的企業社會責任承諾，我們採用 AA1000SES 的五大原則：依賴性、責任、張力、影響力與多元觀點，並參酌考量對公司內、外部產生影響的團體或個人，鑑別出屬於橘子的五大利害關係人：員工、投資人/股東、合作夥伴、客戶/消費者、社會大眾。



CH1. 永續經營與重大議題

1.2 重大議題分析與鑑別

我們藉由完整、系統化的重大議題鑑別程序，以鑑別利害關係人關注程度較高，或是對公司永續經營衝擊程度較高的議題，作為永續報告書的主軸。重大議題的鑑別程序如下：

1. 鑑別利害關係人

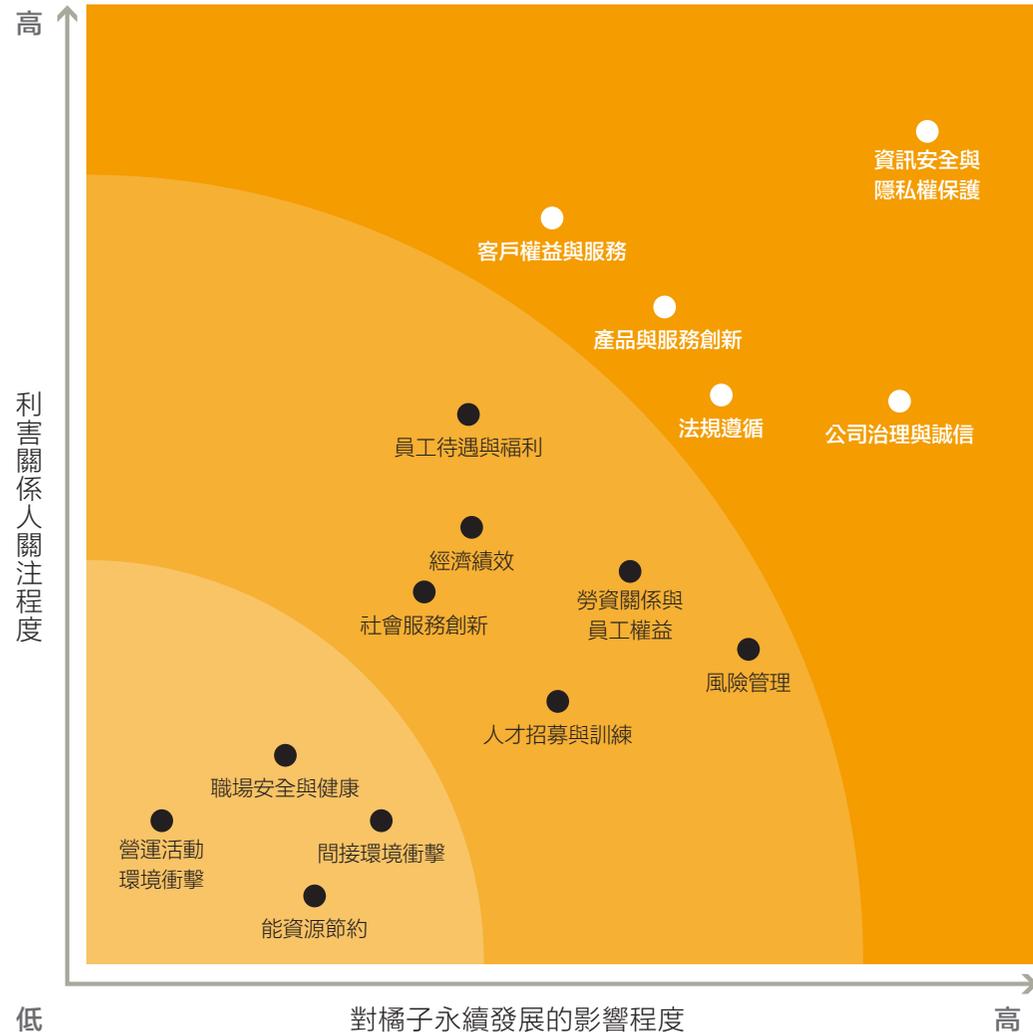
我們參採 AA1000SES 標準，並定義「對公司產生影響或受公司影響的內、外部團體或個人」，並透過 CSR 會議中確認，共鑑別**五類**與橘子相關的利害關係人，包括：員工、投資人 / 股東、合作夥伴、客戶 / 消費者、社會大眾。

2. 掌握永續議題

為了聚焦與橘子日常營運相關的永續議題，使用 GRI Standards 之特定主題、並參考國內外同業關注議題，最後鑑別出**15項**屬於橘子的永續議題。

3. 分析重大議題

藉由向內、外部利害關係人發放問卷，統計各利害關係人對於永續議題之關注程度，共回收 106 份問卷，其中有 **95 份**有效問卷；接著透過內部主管考量各議題對橘子永續經營之重大影響程度，總計回收 11 份有效問卷。將統計分析結果繪製為重大議題矩陣如右圖：



矩陣圖中 X 軸代表的是此議題對橘子永續發展的影響程度，Y 軸則是利害關係人關注程度，而矩陣象限右上方的部分即是公司管理層級與各利害關係人都認為重大的永續議題。透過系統性的分析鑑別重大議題，作為報告書資訊揭露的參考基礎，我們也將持續對重大主題設定管理方針，作為長期永續發展的基石。

1.3 利害關係人溝通

利害關係人	對橘子的重要性	關注議題	如何回應	溝通頻率
員工	員工是橘子最重要的資產，我們的產品、服務、熱情和文化建立，都是每個橘子人一點一滴累積，因此我們非常重視橘子人的心聲	●員工待遇與福利	<ul style="list-style-type: none"> ●對於員工大會中員工所提問題，當場由集團執行長回覆，或後會責成相關單位內部公告說明 ●對於員工所提福委會的問題，由福委會信箱回覆個人或全體員工 ●檢舉信箱 integrity@gamania.com ●性騷擾申訴信箱 995@gamania.com ●對於假勤、薪資明細、勞健保投保問題，均可至內網 OH，或 teamgoal! 上的 HR 小幫手查詢 ●集團人力資源室經理 / 陳馥瑜 電話：+886-2-2658-8866 #1054 Email：ghq_hr@gamania.com 	<ul style="list-style-type: none"> ●每季一次全橘（員工大會） ●每半年至少一次大型福委會活動 ●新人教育訓練、員工定期教育訓練 ●不定期 E-Learning ●每年一次績效考核 ●不定期內部電話抽樣 ●不定期講座：Have A GOOD Speech！
投資人 / 股東	為了解橘子經營及決策的重要關係人，我們致力於維繫資訊公開透明化，保障投資人的權益	<ul style="list-style-type: none"> ●經濟績效 ●財務資訊 ●公司治理 	<ul style="list-style-type: none"> ●投資人關係部資深經理 / 高子璇 電話：+886-2-2658-8866#1018 Email：ir@gamania.com ●股務經理 / 徐靖紘 電話：+886-2-2658-8866 #1433 Email：fn-share@gamania.com 	<ul style="list-style-type: none"> ●每年召開股東大會、發行公司年報並不定期參加法人線上說明會，說明公司產業及營運狀況 ●橘子 IR 網站設有投資人關係專區，包含財務資訊、重大訊息公告、最新活動、公司治理資訊、投資人連絡窗口、及投資人資訊問答集
合作夥伴	我們與不同的軟體供應商、開發商保持良好關係，也積極參與各類公協會。與同業一起為努力塑造更棒的數位娛樂產業是我們共同的目標	<ul style="list-style-type: none"> ●資訊安全與隱私權保障 ●客戶權益與服務 ●社會服務創新 	<ul style="list-style-type: none"> ●遊戲商務洽談 / 全球市場發展處處長 馬庭好 電話：+886-2-2658-8866 #1202 Email：business@gamania.com 	<ul style="list-style-type: none"> ●進行合作或選商前之技術會議 ●不定期舉辦技術論壇與研討會 ●不定期參加各類遊戲展覽
客戶 / 消費者	惟有客戶與消費者的支持，我們才能長久經營	<ul style="list-style-type: none"> ●資訊安全與隱私權保障 ●客戶權益與服務 	<ul style="list-style-type: none"> ●電話專線：(02) 2192-6100 ●智能客服 (Chat Bot)：beanfun! 小幫手 ●即時文字服務 (IM)：beanfun! 小幫手 ●留言版 (E-mail)：https://service.antspw.com/MSGBoardUI/APPForm ●iOS / Android 雙平台留言回應 ●FB 粉專私訊回覆：https://www.facebook.com/letsbeanfun 	依不同客戶及消費者的需求，提供 24 小時全年無休的多渠道服務選擇： <ul style="list-style-type: none"> ●電話專線：(02) 2192-6100 ●智能客服 (Chat Bot) ●即時文字服務 (IM) ●留言版 (E-mail) ●iOS /Android 雙平台留言回應 ●FB 粉絲團專頁
社會大眾	橘子作為遊戲產業及各類數位娛樂和服務的平台，必須對社會，尤其是青少年與學童負責，我們相當重視各年齡層消費者的意見反饋，也致力於打造值得信任的品牌	<ul style="list-style-type: none"> ●資訊安全與隱私權保障 ●客戶權益與服務 	<ul style="list-style-type: none"> ●代理發言人 / 企業行銷處處長 陳韻茹 電話：+886-2-2658-8866 #1229 Email：pr@gamania.com 	<ul style="list-style-type: none"> ●橘子官方網站與各子公司網站不定期發布最新資訊 ●社群媒體不定期發布資訊

1.4 重大議題管理方針

面向	重大議題	重大的意義	承諾與政策	價值鏈衝擊範圍					我們的目標	責任、資源與評估機制	特定行動	申訴與溝通機制	對應章節
				投資人 / 股東	合作夥伴	員工	客戶 / 消費者	社會大眾					
產品與服務	資訊安全與隱私權保障	作為數位科技的產業領導者，保障資訊安全是我們對產品與服務至高無上的責任	我們採取各項措施保障基礎設施的資訊與線上系統、服務及設備；鼓勵員工公平、誠信的開展業務同時符合法規，善盡資安與隱私權保障之責		●	●	●		<ul style="list-style-type: none"> ●短期：持續將各項安全機制納入資安管理系統，統合資訊安全防護與精進預警措施 ●中長期：持續檢討並於資訊安全管理機制投入更多資源，保持資訊資產的機密性，完整性和可用性 	各單位有資安管理者，依循公司資安政策與評量辦法，要求同仁在日常工作符合資安與隱私保障，並透過內部工作管理、績效評量與稽核等機制，檢討各項管理措施，作為後續精進的參考	<ul style="list-style-type: none"> ●積極參與國內外資安研討及協助企業與政府單位提供相關解決方案與服務 ●每周向員工發送果核資安訊息 ●目標：每年舉辦社交工程或相關資安演練至少1次 達成狀況： 達成！社交工程演練1次 和 新進員工教育訓練1次 <ul style="list-style-type: none"> ●目標：每季舉辦果核資安論壇，邀請學生與業界人士參與 達成情況： 達成！共舉辦兩次，邀請講師針對學生分享資安攻防演練實戰經驗 <ul style="list-style-type: none"> ●目標：每周至少面對面拜訪客戶1次 達成情況： 達成！每週至少面對面拜訪客戶2-3次	透過內部工作管理、績效評量與稽核等機制，檢討各項管理措施，作為考核的依據與後續精進的參考	4.1 產品與產業責任
產品與服務	產品與服務創新	企業要永續經營，不斷的創新與突破是必要的，橘子不斷在生活與遊戲中探索無限的可能	我們鼓勵員工於內部提案，或是將開創性的專案或產品申請專利，並給予豐厚的獎金與鼓勵	●		●	●		<ul style="list-style-type: none"> ●短期：至2021年底，研發費用較2018年多投入30% ●中長期：追求新知，永遠走在科技與趨勢的前端，不斷精進技術，持續優化服務與產品，追求卓越不間斷 	設有專利工程師與內部創新提案制度	2019年度提出專利申請26件；2019年度獲得專利審核通過17件，研發費用相較2018年多投入53.25%，已提前達標	<ul style="list-style-type: none"> ●內部提案機制與流程 ●內部專利申請制度 	2.4 創新治理 4.1 產品與產業責任

CH1. 永續經營與重大議題

面向	重大議題	重大的意義	承諾與政策	價值鏈衝擊範圍					我們的目標	責任、資源與評估機制	特定行動	申訴與溝通機制	對應章節
				投資人 / 股東	合作夥伴	員工	客戶 / 消費者	社會大眾					
產品與服務	客戶權益與服務	秉持用戶導向的經營思維，致力改進使用者體驗，以客戶為核心，持續推動產品與服務的創新精進	擴大行動化服務，beanfun! 從遊戲串聯生活，擴展客戶生活圈，擁有龐大的客戶流量，透過大數據分析，預測並發掘客戶需求，打造更極致用戶體驗 我們訂有良好的隱私權保護政策以及申訴流程，消費者亦可透過法律救濟向我們提出合理的請求，我們一定全力協助		●	●	●		<ul style="list-style-type: none"> ●短期：導入 NPS 客戶推薦調查機制與大數據，分析挖掘客戶痛點及需求，作為集團產品服務優化及創新行動的依據，並預測客戶需求 ●中長期：致力解決客戶與消費者的問題，與政府、檢警機關保持良好關係。科技化服務：從傳統服務模式轉型，透過智能、大數據、行動化，擴大服務應用場景及提升產能與效率，貼近客戶習慣與生活，帶給客戶更極致的服務體驗 	<ul style="list-style-type: none"> ●設置顧客服務專責處理單位，統籌管理服務品質及效率，執行服務滿意度及 NPS 客戶推薦分數調查，透過客戶反饋，作為產品改善及優化的依據，確保客戶權益落實，並定期提交彙報經營團隊。我們長期與檢警政單位合作，並建立 24 小時的 165 防詐騙合作機制 	<ul style="list-style-type: none"> ●提供 24hr 異地備援客服中心機制，確保服務不中斷 ●完整客戶服務教育訓練制度 ●建置智能 Chat Bot 科技服務 ●主動與消保官分享說明常見案例與近期爭議事件 ●舉辦產業消費者權益侵害相關法律座談會 	<ul style="list-style-type: none"> ●客戶與消費者針對產品或服務有問題，皆可透過相關網頁或 app 之申訴管道 ●定期將重大消費者爭議事件列為議案檢討 	4.1 產品與產業責任
公司治理	公司治理與誠信	橘子秉持高道德標準、盡責且誠實的態度經營，並深信良好的公司治理，能為業務發展建立穩健基礎，提供高品質的產品及服務給客戶，提升股東權益，符合利害關係人長遠利益	我們於 2019 年初設置企業社會責任委員會，期望透過關心環境、社會更多元的議題，將永續納入治理，增加橘子的長期價值，開創永續未來	●	●	●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> ●短期：持續改善公司治理評鑑未得分項目，提升評鑑結果 ●中長期：設置審計委員會以提早符合公司治理趨勢及相關法規 	<ul style="list-style-type: none"> ●參與公司治理評鑑以確實精進相關作為，並由薪資報酬委員會定期檢視董事及經理人績效評估與薪資報酬之標準 	<ul style="list-style-type: none"> ●設置企業社會責任委員會，將「環境」納入企業願景，由上而下傳遞企業永續文化 ●擬定董事會績效評估辦法，執行董事會績效內部評估 	<ul style="list-style-type: none"> ●投資人關係專區設有投資人聯絡窗口 ●依循檢舉不誠信行為案件處理辦法，得以電子郵件向集團執行長室提出檢舉 	2.2 誠信經營與風險管理

CH1. 永續經營與重大議題

面向	重大議題	重大的意義	承諾與政策	價值鏈衝擊範圍					我們的目標	責任、資源與評估機制	特定行動	申訴與溝通機制	對應章節
				投資人 / 股東	合作夥伴	員工	客戶 / 消費者	社會大眾					
公司治理	法規遵循	橘子因提供的產品及服務性質，須管理大量個人資訊，不僅是相關法令的遵循，更是保護我們的用戶，使他們的權益不受影響。此外，為確保橘子各海外營運據點業務不受違反法律要求而受影響，橘子持續關注各公司營運或財務、業務相關的重大政策及法律變動	橘子積極依循相關法令訂定內部規章，同時，辦理教育訓練課程深化員工於法令遵循面的相關意識，以保障各利害關係人之權益	●		●	●	●	<ul style="list-style-type: none"> ●短期：持續參與遊戲產業相關法令訂定之討論 遵循資通安全管理法、個人資料保護法等保障消費者權益 ●中長期：無重大違規事項發生 	<ul style="list-style-type: none"> ●如期如實回覆各類來函 ●定期檢視各項營運活動確保無重大違規事項發生 	<ul style="list-style-type: none"> ●定期辦理法令遵循教育訓練 ●制定公司年度法令遵循計畫 	<ul style="list-style-type: none"> ●與客戶服務單位共同處理特定消費者爭議，於必要時進行爭議協調 ●參與消保官定期舉辦之全國聯繫會議 	2.2 誠信經營與風險管理

CH2.

創新治理

- 2.1 公司概況
- 2.2 誠信經營與風險管理
- 2.3 外部組織參與
- 2.4 創新治理



2.1 公司概況

2.1.1 關於橘子

1995 年成立，1999 年更名為遊戲橘子，自 2014 年起，事業布局大幅擴張，以遊戲為發展主軸，跨足遊戲、電子商務、支付、媒體、行動平台、數位商務解決方案等服務。橘子不斷挑戰新的商業模式，以台灣全生態網路企業的目標作為發展主軸，積極多角化以拓展關聯性的服務，串聯各項服務，提供消費者全面性的服務，將台灣創意帶往全世界。



橘子總部與各海外營運據點

橘子小檔案

設立日期	1995 年 6 月
資本額	17.55 億元
上櫃日期	2002 年 5 月
集團執行長	劉柏園
員工人數	971 人
總部位置	台北市內湖區瑞湖街 111 號

CH2. 創新治理

橘子服務項目

服務項目	內容	相關成果
遊戲	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 橘子持續引進國際大廠的遊戲大作，以精緻的畫面與細膩的內容，豐富消費者的遊戲體驗 ▶ 自行開發新遊戲，以增進獨特的娛樂體驗 	<p>線上遊戲：新楓之谷、天堂、絕對武力、天堂 Remastered、新龍之谷</p> <p>手機遊戲：天堂M、召喚圖板、魔力寶貝 M、龍之谷：新世界、罪惡童話：集體崩壞的公主、小森生活</p>
電子商務	串聯社交購物平台的全方位的後勤支援提供電子商務所需之品牌營銷、數據管理、客戶管理、倉儲物流等工作，涵蓋多元領域的合作對象	有閑、Swapub
支付	打造便利支付功能，使數位世代的消費者在跨平台消費更為順暢	橘子支付、GASH
媒體	陸續結合音樂、娛樂、戲劇、遊戲、生活等各大跨區的影音平台內容，以及傳播專業且多元的新聞資訊，朝向全生態的網路企業發展	NOWnews、猿聲、酷瞧、我傳媒
行動平台	以人性化的簡單介面，串接遊戲、通訊、社群、電商、金流等服務，豐富生活，拓展消費者生活圈，為溝通製造更多樂趣	beanfun!
數位商務解決方案	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 提供完整的資訊安全增值服務，以及彈性雲端的服務，並提供遊戲服務委外的社群行銷與客戶服務 ▶ 提供國內外數位內容產業完整資安增值服務及彈性雲端服務，同時提供遊戲服務委外客戶服務、社群行銷 	蟻力、果核

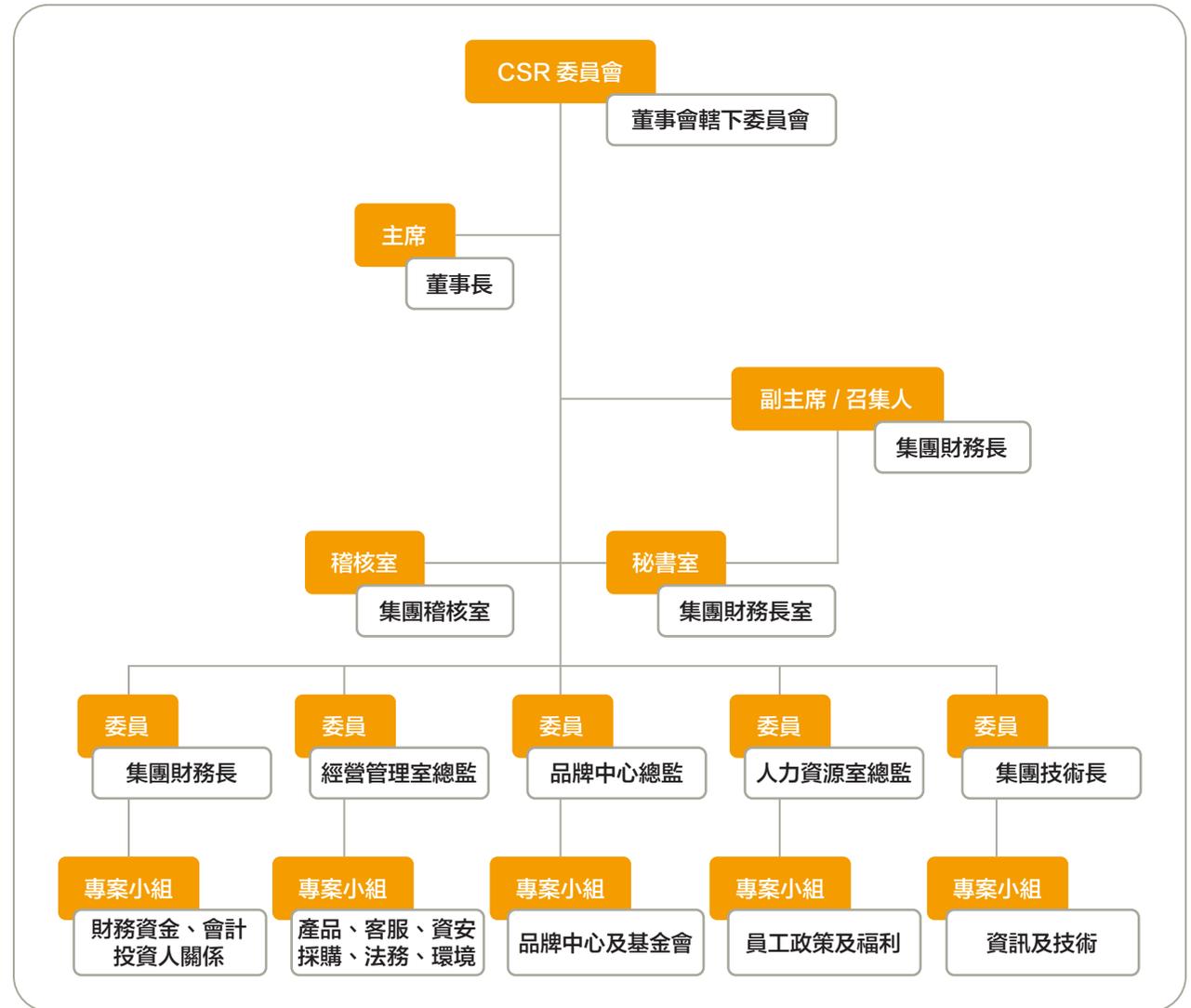
2.1.2 公司治理與組織架構

■ 董事會

橘子董事會共 5 名董事及 2 名獨立董事，另設有監察人 2 名參與董事會及內部不定期會議。監察人職責為與內部稽核主管及會計師溝通討論內部控制管理及財務報告等事項，2019 年度監察人各種溝通情況皆良好。更多關於董事會成員、經營團隊及相關運作情形內容，詳年報 p.10-23。

■ 企業社會責任委員會

橘子不僅重視經濟績效，更關注公司內、外部利害關係人之權益，自 2016 年訂定企業社會責任實務守則，並於 2019 年經董事會決議通過，設置企業社會責任委員會，並由公司的董事長擔任委員會主席，集團財務長擔任副主席，並由各單位主管擔任委員，自企業高層主導企業社會責任相關決策，希望由企業自身作為典範，延伸擴其社會與環境，為企業內、外部都帶來正面效益。



企業社會責任委員會組織架構圖

CH2. 創新治理

■ 稽核室

依據公司規模、業務情況、管理需求及其他相關法令規定，設立稽核室，並直接隸屬於董事會，專職於內部稽核相關工作。

稽核室成立目的在於協助董事會及經理人檢查及覆核內部控制制度執行成效，並提供改善建議，確保內部控制制度得以持續及有效實施，並作為檢討及修正內部控制制度之依據。

遊戲橘子依據相關法令規定建立內部控制制度，並設立公司內部控制之三道防線，稽核室督促內部各單位及子公司每年辦理自行評估，再由內部稽核單位覆核各單位及子公司之自行評估報告，併同稽核單位所發現之內部控制缺失及異常事項改善情形，作為董事會及總經理評估整體內部控制制度有效性及出具內部控制制度聲明書之主要依據。內部控制的三道防線分別擔任的角色與功能如下表：



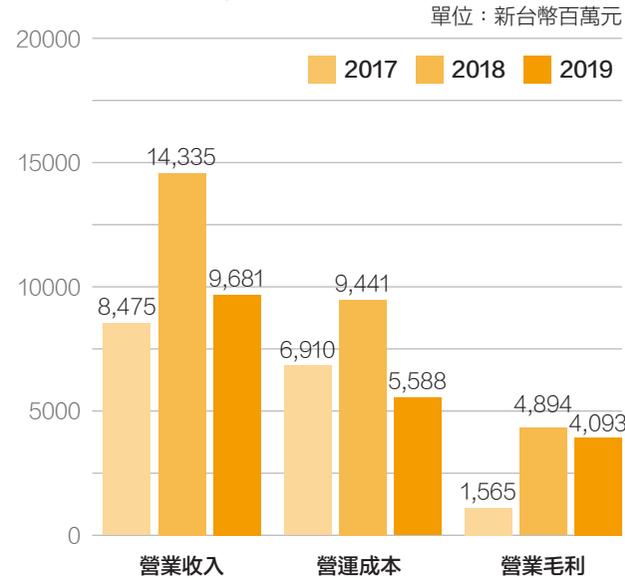
	負責單位	控制模式	角色與功能
第一道防線	各營運單位	落實各單位自行檢查及內部控制作業	設計完善的內部控制程序，以辨識各項風險，並加以管理
第二道防線	管理及法遵單位	以專業技能輔助公司流程優化，並透過管理階層的監控，確保企業風險能被有效管理	持續以管理階層訂定之風險管理政策，以整體性的角度監督及協助各單位，以確保風險被有效管理
第三道防線	內部稽核	以獨立性與客觀性為首要目標進行稽核，並直接向董事會報告	適時查核與評估內部控制制度的有效程度，並以標準作業流程執行稽核業務，給各單位提供相關建議

CH2. 創新治理

2.1.3 財務績效

受惠智慧型手機及行動裝置的普及，遊戲產值快速成長，同時也吸引國外遊戲廠商進入，使得國內的遊戲市場更加競爭。然而因外部環境、國際貿易爭端及全球疫情等影響，衝擊全球經濟成長，使得經營環境不確定性增加，因此本公司除了持續運營大型知名 IP 遊戲外，也積極轉型為全生態網絡企業，以核心遊戲族群消費者為主體，串聯各事業體，以帶動公司成長動能。對於橘子，2019 年合併營收達到 96.8 億元，稅後淨利則為新台幣 8.6 億元。

橘子近三年財務績效



經濟績效

單位：新台幣仟元

項目	基本要素	2017	2018	2019
產生之直接經濟價值	收入 (含銷售淨額、金融投資收入、資產銷售收入)	8,474,988	14,334,948	9,681,345
分配之經濟價值	營運成本	6,910,101	9,441,029	5,588,187
	員工薪資和福利	802,679	1,354,838	1,287,556
	支付出資人的款項 (當年度配股配息)	85,753	1,074,222	544,030
	支付政府的款項	35,967	463,624	313,789
	社區投資	200	30	29,822
留存之經濟價值	「產生的直接經濟價值」減去「分配的經濟價值」	640,222	2,001,205	1,917,961

CH2. 創新治理

■ 轉投資關係企業

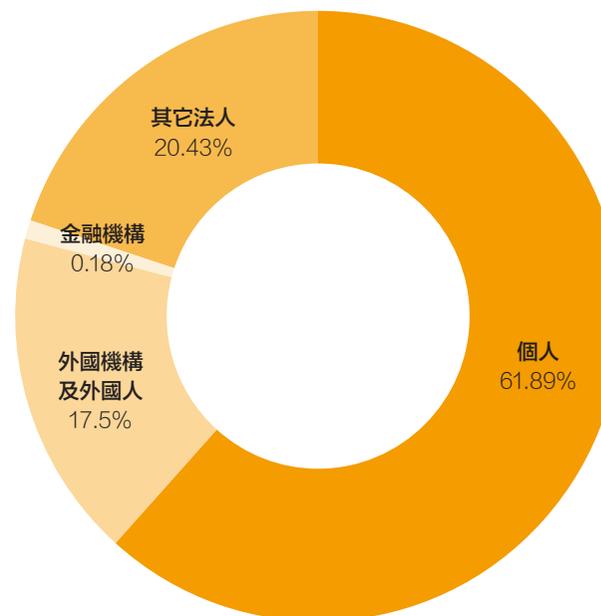
橘子近年持續投資多間數位公司，以便利消費者的全方位數位生活為目標，開拓多角化的商業模式，提供多元化的服務項目。自 2018 年起，增加部分相關企業的持股數，使其成為橘子的子公司，期望藉由轉投資的事業體，串聯橘子從遊戲、社群、支付，甚至到消費者的日常生活，不僅是深耕既有的數位娛樂產業，更擴及到消費的數位生活，更多關於轉投資關係企業之資訊詳年報 p.279-p.288。

■ 投資人關係

橘子設置投資人關係部門，專責股東、股務事宜，並設置發言人制度與專人負責公司資訊蒐集與揭露，主動在網站上的投資人關係專區揭露相關資訊，並不定期舉辦法人說明會，將相關資料放置在公司網站。

發言人制度

發言人：蘇信泓
 代理發言人：陳韻茹
 聯絡電話：+886 2658-8866 分機 1223
 電子郵件信箱：
spokesman@gamania.com



股權結構

股東結構	政府機構	金融機構	其他法人	個人	外國機構及外國人	合計
數量						
人數	0	1	139	40,466	122	40,728
持有股數	0	315,000	35,842,750	108,628,082	30,707,741	175,493,573
持股比例 (%)	0	0.18	20.43	61.89	17.50	100

註：以上資料統計截止日期為 2020 年 4 月 19 日。

每股盈餘

單位：元

2017 年	2018 年	2019 年
0.17	10.31	5.10

2.2 誠信經營與風險管理

2.2.1 誠信經營

橘子訂定誠信經營作業程序及行為準則與道德行為準則，以落實誠信經營的政策，每年提供落實誠信經營情形與採行措施予利害關係人檢視。橘子自 2016 年便設置誠信經營之線上課程，並由董事長、總經理與高階管理階層，向公司內部員工宣導誠信經營的理念，希望員工皆能遵守誠信經營的價值觀，貫徹在橘子的核心價值之中。

2.2.2 風險管理

橘子採用全面風險管理與控制系統，在企業管理的各項環節與經營過程中，執行風險管理的流程，以辨識潛在的風險型態，包含：環境風險、營運風險、道德風險、財務風險、決策風險、資訊與科技風險等類別。

為有效辨識各項風險，以準備各項應變措施隨時應變，稽核室每年定期執行稽核，並出具稽核進度控制表及各項缺失改善情形彙總，以維護橘子良好的企業形象，避免營運遭受風險，使企業得以穩健成長。

年度稽核執行項目

文件名稱	用途	作業流程
稽核進度控制表	管理例行性的稽核與報告、專案性稽核報告及追蹤報告出具之進度及報告編號，盤點各項稽核室應向董事會、董事長及管理階層報告之內容，避免遺漏報告項目與內容	1. 將全年度預計查核之稽核作業羅列於該電子表單中，稽核人員出具報告前，會於該工作表單填寫稽核報告編號，以避免重複編號 2. 將稽核通知書及稽核報告陳核日期填寫於控制表中，以符合《公開發行公司建立內部控制制度處理準則》對於稽核項目完成之次月底前交付各獨立董事及監察人查閱之規定
稽核報告及缺失改善情形彙總	內容包含涵蓋期間之例行性稽核報告、專案性稽核報告及追蹤報告、未改善事項，主要用於總稽核向董事長報告，報告涵蓋期間之各類稽核作業查核概況、應改善事項、未改善事項之原因，以及改善進度	每年彙總 2 次以上的稽核報告與缺失改善情形，由總稽核評估稽核報告在查核過程中發現之非重大及待決事項，並主動向提出報告及討論，以強化稽核作業之有效性及內部控制制度之完整性
稽核作業缺失彙總	向管理階層提出各類稽核報告結果，提供管理階層了解其所屬單位執行業務之概況，並且使其知悉各單位執行業務時是否遵守公司內部控制制度，使管理階層能有效執行管理任務	每季初提報上季稽核作業之執行情形，追蹤報告則一併列示改善情形、未改善事項原因，以及預計追蹤時程

CH2. 創新治理

辨識之風險

辨識之風險	關鍵影響層面	因應措施	成效管理	機會
環境風險	潛在的競爭對手進入市場，或外在環境的變化使公司降低競爭力，威脅到公司的永續經營	強化員工蒐集內、外在資訊與規定的能力，並安排員工進行教育訓練，以提高整體分析能力，以掌握法律及經濟環境變化	建立變動管理機制，使公司能迅速整合資源，以因應各類公司外部威脅	辨識出企業內、外部利害關係人（例如：政府機關、非政府機關、供應商、客戶等）的需求、目標與其他想法，建立穩定與長期溝通的政策
營運風險	公司營運因負責管理組織業務或業務流程的人員，不具備足夠達成公司重要目標的技能、知識和經驗，而無法控制重大風險	依據公司營運流程，調整稽核程序，以因應目前市場變化的風險	透過流程改造，增加員工輪調機會與作業效率，以強化員工跨功能的專業職能，並落實職務代理的制度	採取適當的措施，以妥善管理營運風險，及時減少企業的損失，將損害降到最低，以維持企業經營的穩定
道德風險	內部員工為牟取不正當之利益，以不正當的手段進行非法行為，使公司營運受到衝擊	加強稽核與受查核單位的溝通頻率，藉以察覺異常情形的可能性，並進行例外查核程序，以辨識不當行為	增進財務報導之可靠程度，並控管資產的安全性	從教育、管理、堅持三面向著手，提升員工對於公司的忠誠度、認同感與工作滿意度，進而減少道德風險
財務風險	利率及匯率波動或產品銷售因客戶過度集中，當市場產生波動，將造成資金失衡與收益減少的風險	隨時關注金融市場的訊息，主動執行避險措施，並分散銷售通路，避免資金流動性降低的風險	透過預算管理制度，管控現金流量，並輔以多種財務策略，減少財務損失風險	根據不同的資金需求和籌資政策，綜合考慮資金募集及資金投向，力求以最低的籌資風險和資金成本
決策風險	當管理階層缺乏所需資訊，以評估公司所面臨的風險，或公司無法整合並有效率地分配資源，以維持競爭優勢	增加管理階層取得資訊的來源，使決策前能獲得充分的資訊進行決策	稽核公司決策的過程，確保皆符合公司目標，以降低與預防風險發生機會	適當分權及監督決策成效，使決策者專注在重大決策，並暢通溝通管道，增加決策的及時性與準確性
資訊與科技風險	企業導入資訊應用系統到營運流程中，而被非相關人員盜用、竄改或剽竊之風險	增強資訊查核技術，多方蒐集資訊與科技相關議題，並查核重要事項	將相關知識與資訊的重點項目，納入稽核重點，並執行查核	定期檢核集團資訊安全控管機制，並遵守集團之資訊安全規範，以增強防範網路攻擊的應變能力

2.2.3 政府補助與罰鍰

■ 2019 年補助事項

依據「公司或有限合夥事業研究發展支出適用投資抵減辦法」第 14 條，橘子每年定期向經濟部工業局申請從事研究發展活動投資抵減，2019 年申請可於三年內抵減稅額為 1,370,140 元。

■ 2019 年罰鍰事項

橘子遵循各項法規，2019 年並無受到重大罰款（100 萬以上金額）或非金錢的處罰。

2.3 外部組織參與

橘子在外部組織參與的層面，主要參加非營利之社會團體為主，以期凝聚台灣數位內容產業相關公司與組織的力量，促進產業交流、共同開發合作商机，並主動與各利害關係人溝通，打造優質產業發展環境，創造正面之社會形象與產業發展願景。

橘子因其產業的特殊性質，公司屬於遊戲產業，未有官方組織且受文化創意產業發展法所規範，橘子與其他同屬遊戲產業的業者，共同成立台灣遊戲產業振興會，替遊戲產業發聲，以遊戲產業的立場主動與主管機關溝通，致力於協商各項政府或相關組織與本產業有關的政策、消費者保護法等落實方法，以及相關問題處理。

外部組織參與情形

外部組織名稱	類別	職責	開會頻率
台灣遊戲產業振興會	遊戲產業組織	執行委員	每季一次
台灣 3D 互動影像顯示產業協會	3D 互動影像產業組織	理事	每半年一次
中華兩岸文化創意產業發展協會	文化創意產業組織	監事	每半年一次
台北內湖科技園區發展協會	科技園區發展組織	產業政策組	每半年一次



台灣遊戲產業振興會 2019 年之重要活動為台北國際電玩展台灣館展區之規劃與執行，以及主辦台灣原創遊戲大賞活動，充分展現台灣遊戲產業之產品實力以及激發台灣遊戲產業未來新血的創作潛力。

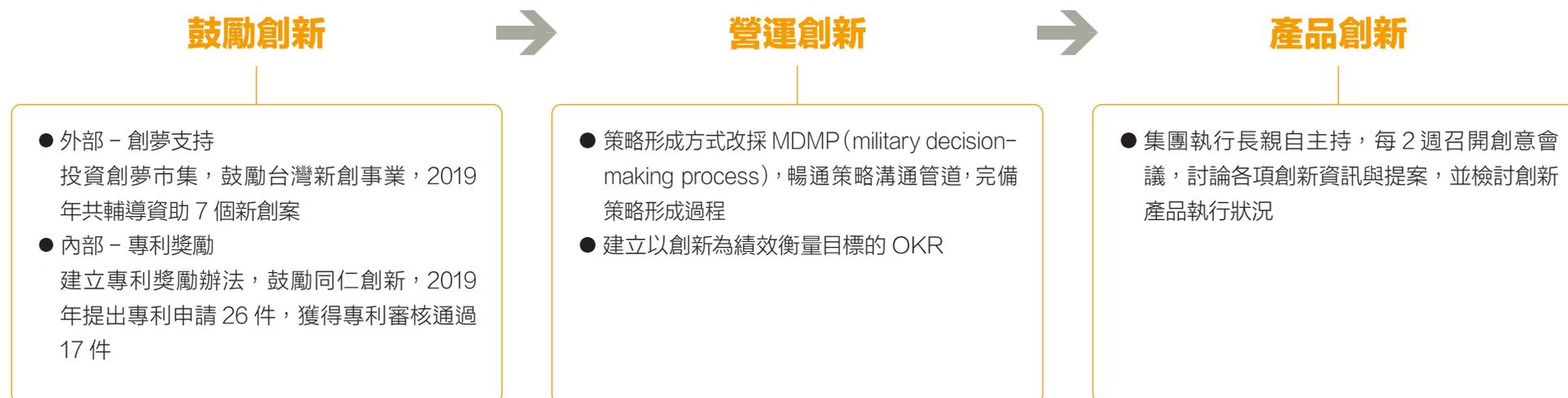
◀ 2019 年台北電玩展台灣館盛況

CH2. 創新治理

2.4 創新治理

營運重點將以 beanfun! 行動生活平台為主軸，透過各事業群互聯整合，全面深入生活運用，翻轉使用經驗，創新集團能量，發揮集團綜效，滿足消費者在全方位的生活需求，朝向全生態網路旗艦企業邁進，2019 年研究發展支出為 3.62 億元。

創新會議與策略會議執行流程與方式



2019 年研究發展成果

研究發展支出	研究發展成果
362,686 仟元	1. Swapub 大數據倉儲系統 2. Swapub AI 以圖找圖開發 3. Swapub AI 二手估價系統開發 4. Swapub AI 推薦系統開發 5. 自制遊戲完成 Alpha 版本 6. 完成 beanfun! 社群與遊戲的技術整合 7. 持續優化 beanfun! 用戶體驗及通訊效能

CH3.

橘子家庭

- 3.1 人力資源
- 3.2 薪酬與福利
- 3.3 員工健康與照護
- 3.4 人才培育與發展



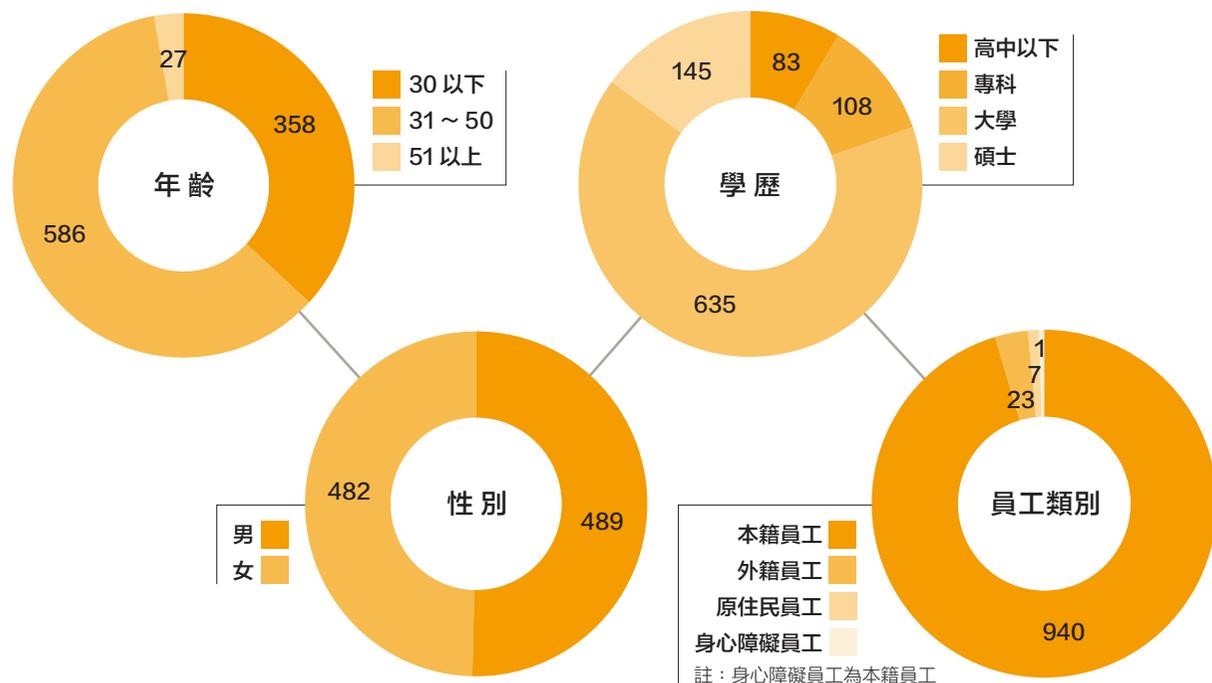
CH3. 橘子家庭

3.1 人力資源

因應瞬息萬變的網路特質，橘子將員工視為永續經營夥伴，以開放多元的治理模式，藉運動環境、健康飲食、企業托育等面向，與員工共同構築「樂業安居」的職場環境。無論工作環境或制度，都能感受橘子對人才的重視。橘子致力於提供並不斷提升軟硬體設備、打造即時、彈性、靈活的應變空間、提供具產業競爭力的薪酬福利方案、創造和諧的勞資溝通環境，持續吸引更多志同道合的優秀人才加入橘子。在策略發展與組織人力配置方面，透過人才培育、多元聘僱方式、彈性績效制度，並利用自有 App 工具簡化工作流程，讓人才持續追求更高價值的實現。

3.1.1 人力結構

截至 2019 年 12 月 31 日止，橘子員工人數合計為 971 人。隨著橘子積極布局行動支付、電子商務、影音新媒體、群眾募資等多元領域，2019 年員工數較 2018 年成長 8.3%。



全體員工 971 人

在橘子，員工皆享有公平機會，不因性別、年齡、種族、宗教、殘疾等狀況歧視員工。2019 年約有 49.6% 的員工為女性員工，其中研發單位約 34.9% 為女性員工。截至 2019 年 12 月 31 日止，管理職位中約 40% 為女性主管。

性別人數比例

類別	組別	男		女		總計
		人數	比例	人數	比例	
雇用類別	正式人員	462	50.11%	460	49.89%	922
	約聘人員	27	55.10%	22	44.90%	49
員工類別	經理	109	61.24%	69	38.76%	178
	研發	82	65.08%	44	34.92%	126
	管銷	298	44.68%	369	55.32%	667
管理層級	管理職位*	108	60.34%	71	39.66%	179
	基層職位	381	48.11%	411	51.89%	792

* 註：管理職位指經理以上。

CH3. 橘子家庭

3.1.2 人才吸引

面對行動化浪潮，橘子積極轉型，以全生態網路企業為目標，強力網羅各界菁英加入。為了能夠更迅速推出貼近市場及消費者需求的各項網路服務，橘子在招募上含跨了遊戲、電商、電子支付、新創、媒體、資訊等職缺，且專業人才的吸引管道也日益多元複雜，因此在招募政策上，職缺需要更加的分眾化，除了傳統的招募管道如人力銀行外，更需要內部員工推薦的獎勵機制、開發更多的招募渠道和平台及參加社群或徵才活動等，耕耘雇主品牌，確保招募到來自不同領域及符合橘子文化的人才。2019 年計劃招聘 344 人，共計收到 7,993 份履歷，為預計招聘人數的 23 倍，2019 年到任比率為 94.7%，顯示橘子為產業競爭力及吸引力的雇主品牌。2019 年我們晉用 416 位員工，新進人員主要集中在 30 歲以下（233 人，佔新進員工之 56.01%），為橘子注入年輕與創新活力。2019 年離職人數共 334 人，橘子針對離職員工進行離職訪談，了解員工離職原因，2019 年主要離職原因為 1) 職涯規劃；2) 不適應快速調整的組織文化；3) 組織發展方向與個人期待不同。

年齡層	男		女		總計	
	新進人數	離職人數	新進人數	離職人數	新進人數	離職人數
30 以下	105	80	128	82	233	162
31~50	92	96	90	70	182	166
51 以上	0	2	1	4	1	6
總計	197	178	219	156	416	334

	人數	應徵比率 %
2019 年度應徵人數 (A)	7,993	23 倍
2019 年度計畫招聘人數 (B)	344	
	人數	應徵比率 %
2019 年度報到人數 (C)	301	94.7%
2019 年度發出聘用合約的數量 (D)	318	

—— 新人關懷 ——

新進同仁報到的第一天，HR 單位針對集團的基本樣貌與相關資訊進行介紹，同時溝通集團重要的政策與規範。新人進入任職單位後，單位的相關負責人員，會帶著同仁認識自己的工作環境；若是主管職，會再單獨安排組織與管理文化的說明與介紹。到職的 30 天內，集團 HR 會统一安排「初心者任務」，藉由資深的同仁經驗分享、簡單的測驗、新人們彼此間的互動，協助新進人員認識集團的核心精神、發展歷史、未來的觸角，以及找到工作之外有著相同或類似興趣嗜好的同好。

3.1.3 員工溝通

橘子重視勞資溝通的頻率與品質，透過每季的全橘總動員、員工 QA 時間，及橘子集團官方刊物 —《橘人誌》，以創新多元的管道，打造員工有效的雙向溝通機制，即時了解員工想法與需求，並傳達橘子經營理念與策略方向。2019 年並無性騷擾申訴、違反勞動、人權法規的情事發生。

一、全橘總動員

全橘總動員已舉辦超過 15 年，每季固定舉辦一次，集團管理階層與員工齊聚一起開會。會議上半場邀請知名講者和橘人分享交流，打開橘子員工的視野，持續放眼世界。2019 年共邀請 4 位講者，和橘人分享他們精采的人生故事。

台灣首支南極長征隊，歷險大公開

南極冒險由集團執行長劉柏園擔起隊長的责任，召集了紀錄片導演楊力州與他的攝影師、宥勝、陳彥博等好友，與兩位長征隊隊員林語萱、吳昇儒一同前往。集團執行長與楊力州導演以對談方式與橘人們分享難以忘懷的歷險過程。



▲集團執行長 Albert 以這樣的冒險精神，勉勵所有橘人們，在人生中、在工作上都要為自己冒險，爭取更好的自己

K2 攀登分享 - 未竟的 We too

K2，一座通稱像是密碼的山峰，高度 8611 公尺，是世界第二高峰，在專業登山客眼中的地位卻高過聖母峰，像是聖杯一樣的存在，至今全世界登頂人數不到 500 人，2019 年 7 月曾挑戰攻頂的阿果和元植，來分享他們這趟「未竟」的冒險。



▲阿果、元植將台灣登山推到國際級新高度

CH3. 橘子家庭



▲郭泓志分享他在棒球路上面對、克服挫折的心得

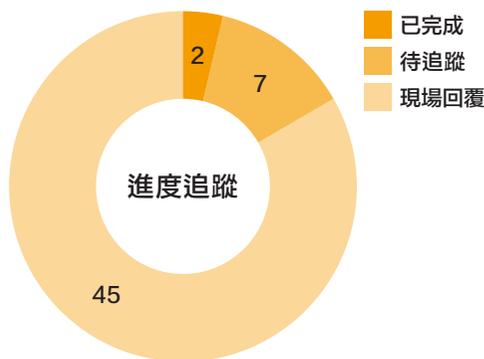
思考不能決定，我就去行動

生涯中多次開刀又強勢復出，人稱「不死鳥」的郭泓志，和橘人分享在面對棒球、面對自身的挫折，及過去及未來的棒球人生。



▲張承中以不怕失敗的精神，將台灣籃球推向國際。談起創業歷程，他言談間流露出對籃球滿滿的愛

堅信台灣籃球有市場，勇敢追夢的斜槓董事長 ABL 寶島夢想家董事長張承中回顧球隊成立至今的甘苦，也暢談對台灣籃球的期許；雖然不是職業選手，他卻活用自己的專業律師背景，去追一個更大的籃球夢。



二、員工 QA 時間

全橘總動員下半場為員工 QA 時間，員工可匿名提問或提供建議，而集團執行長也會逐字念出題目，現場理解員工需求並回答問題。透過此互動方式，積極建立管理層與員工間的溝通橋樑，提升雙向交流的互動品質與即時性。也因為這樣的機制，2019 年度無任何員工申訴案件數，說明橘子良好的勞資關係。下表彙整 2019 年 4 次 QA 時間員工提問類型及進度追蹤情形。



三、橘人誌

2006 年遊戲橘子首度發行橘人誌，2007 年第一版紙本閱讀的《橘人誌》出刊。〈橘人誌〉是橘子文化的載體，將大大小小橘子人的文化具體展現出來，能感受、能閱讀、能傳播，並能將文化積攢下來成獨特的資產。透過內部溝通刊物，用橘子的世界觀來看事情，增進橘人的彼此了解，將大家的汗水與成果和所有員工分享，凝聚橘子發展目標的共識。近年隨著多元的佈局，觸角也延伸到各子公司，提供更多樣化的新聞內容。同時，〈橘人誌〉也做為對外溝通橘子文化的媒介，進而幫助人力的招募，吸引有相同文化理念、志同道合的夥伴。



◀ 橘人資歷與相對應的福利，從加入橘子到成為資深員工，福利包含健身房、餐費、獎金、健檢、生日假、婚假、產假、特休、托育等

3.2 薪酬與福利

「這間公司除了人，其他東西都很便宜」，這句話帶出了橘子對於人才之重視，作為網路產業的標竿企業，橘子提供具產業競爭力的薪資、優於法令的福利制度，也希望能夠刺激台灣企業福利升級。我們規劃多元且全面的福利制度，配合橘人工作生涯中的規畫提供相對應的福利，希望能夠吸引更多相關領域的人才加入橘子。

2019 年遊戲橘子非主管平均薪資

項目	單位 (仟元)
非主管之全時員工薪資總額 (A)	335,791
非主管全時員工人數 (B)	316
非主管之全時員工「薪資平均數」(A/B)	1,063
非主管之全時員工「薪資中位數」	789

3.2.1 薪酬制度

橘子定期執行員工職涯發展規劃及績效評估，制定適用於高度變化的網路產業的績效管理制度。我們掌握業界薪資動態，適當調整以提供具競爭力的薪資，達到留才留任的效益。除了依法令規定辦理基本勞健保，另提供員工團保，理賠範圍涵蓋：定期壽險、意外險、因公意外險、意外醫療險、住院醫療險、癌症保險、職業災害險；員工眷屬亦可自費加入團保，理賠範圍涵蓋：意外險、意外醫療險、住院醫療險。退休金制度依據「勞工退休金條例」執行。

3.2.2 福利規劃

凡是橘子正職員工，均享有員工子女可就讀附設幼兒園、線上遊戲點數員購、團體保險、免費機車停車位、公司週邊商品、年度健康檢查、無上限自主假、員工旅遊假、生日假、女性員工不扣薪產檢假八天、男性員工不扣薪陪產假五天及陪產檢假八天；以及多項補助諸如：部門聚餐費、員工旅遊補助、員工社團補助、三節與生日禮金、結婚補助金、喪葬補助金、住院慰問金、生育補助金、急難救助金等等。橘子從福利制度到空間，皆以人為出發，每個福利措施貼近橘子人需求，並融入橘子文化及精神，實現樂業安居，追求工作與生活的平衡。

一、彈性假

橘子自 2015 年試行自主假，員工可在年假休完後申請無限制天數的有薪假期；員工於系統送出假單，由系統紀錄與確認時數，不需主管逐筆准假，培養同仁自我管理的精神，及鼓勵提升工作效率。2019 年請假人次為 11 人次、累積時數 124 小時。

自 2012 年除女性同仁外，亦提供男性同仁陪產假與陪產檢假，符合性別工作平等法規規定之同仁，可於每一子女滿三歲前申請育嬰假，最高兩年。

橘子亦重視兩性的平等權利，於 2015 年設置平權假，同志結婚生育，檢附喜帖、結婚證明等，橘子即給予有薪婚假 8 天與陪產假，為國內上市櫃公司的創舉。對橘子來說，這不僅是一個福利，也代表我們對人權的態度。

橘子另提供員工旅假三天，依年資比例提供補助金額，最高為 1 萬元。2019 年請假人次為 663 人，較 2018 年 656 人增加 7 人次。

項目	男	女	合計
2019 年總申請育嬰留停人數	3	12	15
預計於 2019 年復職人數	3	9	12
實際於 2019 年復職人數	1	4	5
實際於 2018 年復職人數	2	5	7
2018 年留停復職後工作超過一年人數	2	5	7
復職率	33%	44%	42%
留任率	100%	100%	100%

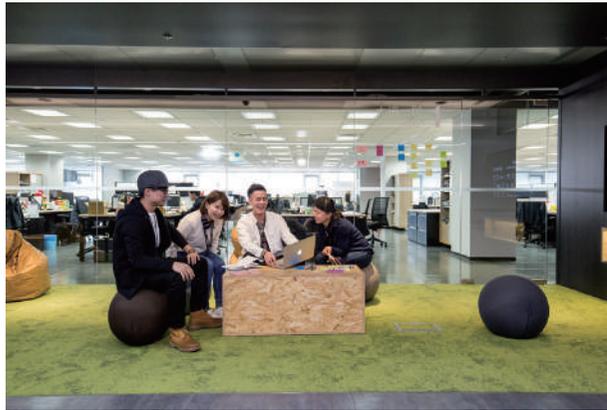
註 1：實際復職人數含提前復職者。

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

CH3. 橘子家庭

二、橘子空間

2016年6月橘子將總部搬遷至內湖，以Open & Limitless 提供開放創意空間，Open 意味著開放空間，打破屏障；Limitless 則是大膽玩創意。內湖企業總部的設計理念有三大重點：全時段、全生態、全功能。大樓處處可見創意巧思，公共空間的命名皆乘載橘子文化。

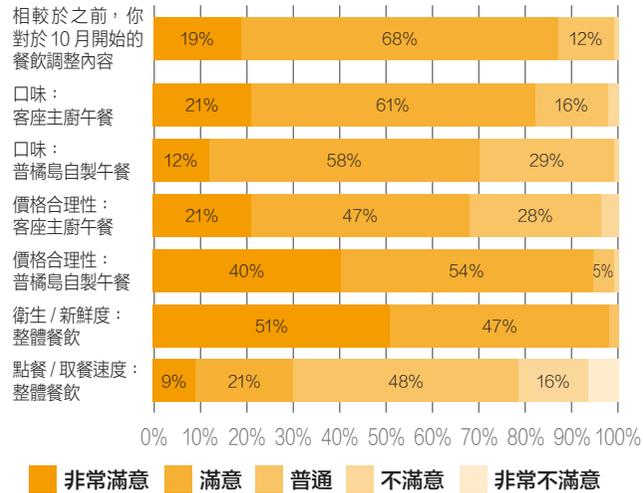


▲創造靈活內外交流、激盪新想法的新格局

橘子員工餐廳 - 普橘島：

自2002年設立的休閒咖啡吧，於2006年拓展為全新多功能空間，並被視為橘子非常重要的「文化財」。普橘島舒適明亮的用餐空間，兼具休憩、會議、展覽、論壇與記者會的功能。橘子重視員工健康，在餐飲上為品質把關，謹慎挑選具政府認證合格標章的供應商，如具吉園圃標誌的蔬果、有防檢局屠宰衛生合格章的肉品。菜單的設計依照員工的喜愛，每周提供美味與健康兼具的菜色，並享有餐飲補助。除提供經濟特餐外，我們設立私廚特餐，提供精緻且多元的選擇；健康餐的部分則由護理師規劃提供清爽無負擔的餐點。普橘島一角設置有機蔬菜專區，並於2019年開始生菜沙拉計畫，提供員工最接近產地、最新鮮的健康生菜沙拉。為提倡環保，普橘島不提供一次性餐具。員工可透過 teamgoal! 訂餐服務選定品項後，使用橘

子支付進行付款，消費流程可減少公司同仁排隊的時間，也可推廣公司的 app，一舉數得。普橘島每年執行一次員工滿意度調查，調查結果普遍滿意，並依照員工回應作調整與溝通。



普橘島滿意度調查結果



三、幼橘園

以線上遊戲聞名的遊戲橘子，發展至今已經成為提供全方位網路服務的橘子集團。當年，這是個員工平均年齡只有二十多歲的年輕公司，隨著時間過去，現在的中堅主力，是年齡28歲到35歲的員工。除了工作，結婚生子是他們最有可能遇到的人生大事。為這群員工解決學齡前子女托育的難處（無論是時間或金錢），是橘子最初考慮自辦企業附設幼兒園的理由之一。

目前幼橘園共有7位教職老師，30多位孩童。教學理念上，幼橘園是以「Love to play」為核心精神，打造出勇敢、冒險、快樂成長的學習環境，期盼每位幼兒都能發展出他的獨特性，在適性的環境中學習成長。同時也依照幼兒發展的需求安排各種教學活動，多元化的激發幼兒對活動深入探索、認識，以建構孩子的知識，透過做中學、玩中學來培養孩子的能力，讓孩子能夠從中發現問題、解決問題並勇於挑戰。

幼橘園代表了橘子集團對於員工「樂業安居」的承諾。在設立之初，集團執行長劉柏園曾經說過：「希望有一天，會有優秀的人才因為想要讓他的子女念幼橘園，所以來橘子工作」。「幼橘園」榮獲2019年第12屆「台灣室內設計大獎」（Taiwan Interior Design Award）公共空間類獎項，展現企業福利新高度。我們期許幼橘園不僅只是一項員工福利，更是一個可以為橘子集團的員工帶來更多美好未來的地方。



CH3. 橘子家庭

四、員工活動

為促進員工關係並建立歸屬感，橘子定期舉辦屬具橘子文化的全橘人活動，邀請員工及眷屬共襄盛舉，體恤橘人們的辛勞，玩樂的同時，為工作帶來更大的能量。



1/18 年終尾牙

2019 年尾牙在台大綜合體育館舉行，以「橘子大總攻 GAMA Fight」為主題，旗下各個事業體共襄盛舉，慶 2018 年交出一張非常漂亮成績單，並體恤員工們一年的辛勞。2019 年共 948 人參與，滿意度達 96.83%，較去年提升 15.23%。



9/7 中秋晚會 橘好月圓慶中秋

每年的中秋晚會，橘人們盡情的與家人和同事同樂，在中秋這個美好時節，獻上祝福，共同為下半年加油打氣。2019 年共 764 人參與，滿意度達 91.67%，較去年下滑 1.83%。



11/11 橘子節

橘子節為紀念橘子在 1999 年 11 月 11 日，從「富峰群資訊」正式更名為「Gamania 遊戲橘子」，每年橘子舉辦各式狂歡活動，2019 年舉辦捐血活動，開放非橘人共襄盛舉，一起捐熱血。



6/1 柑盃家庭日 x 橘子大總攻

結合家庭與運動會，邀請員工眷屬共襄盛舉，凝聚橘子、家庭之間的關係，活動內容包含團隊命名創意、隊呼比賽、球類競賽、親子趣味競賽等，療癒平常上班辛苦的橘人們。2019 年共 612 人參與，滿意度達 90.63%，較去年提升 8.93%。



10/31 萬聖節

2019 年萬聖節以「返校」為主題，橘子員工們裝扮電影角色，將公司打造歷史恐怖詭譎的氣氛。



12/25 聖誕節

聖誕節是橘子每年的壓軸重點節日，邀請友好外部廠商，並舉辦耶誕市集。2019 年舉辦歌唱比賽，邀請專業評審進行講評，前幾名員工可至尾牙表演。

CH3. 橘子家庭

五、社團活動

橘子鼓勵員工創辦社團並提供社團活動補助，2019 年共設有 8 個社團，共 233 人參與，提供橘人下班後的調劑、拓展人際互動、豐富工作與生活的平衡。

社團名稱	2019 年人數
瑜珈社	36
橘天使	12
籃球社	34
橘板社	35
無人機研究社	27
超橘賽亞輪	23
橘子健身社	54
GAMA 熱舞社	11



▲橘子籃球社

▼橘子熱舞社



3.3 員工健康與照護

我們非常重視橘人們的健康，除每年一次的健檢外，另有正職護理師提供及時的協助與健康建議；設置 24 小時健身房，協同仁安排專屬的運動計畫；並透過各項健康促進活動，為同仁的健康把關。

2019 年，我們針對輪值夜班的同仁進行特殊體檢，給予更高規格的身心檢查。

2019 年體檢人數

	男	女
一般體檢人數	301	275
特殊體檢人數	10	2

3.3.1 工作舒壓與照護

我們堅持為同仁的健康把關，舉辦各式健康講座、按摩舒壓課程、體適能檢測，安排職醫駐診服務，針對健康檢查有異常或是有個人健康問題的員工，進行諮詢、衛教輔導與追蹤，並搭配普橋島之健康餐，以及健身房相關課程，進一步照護員工。

我們在公司內部的 24 小時健身房，特聘有一位正職健身教練，指導器材的使用以外，也搭配額外聘請的老師開辦瑜珈、拳擊有氧、Zumba 等運動課程，一期十堂課，也提供免費的 InBody 身體成分組成分析。

2019 年我們與台北市勞動力重建運用處合作，於每週三下午安排按摩師舒壓服務，橘人們可以透過預約方式，享受一次 15 分鐘的舒壓按摩。另外，我們也舉辦肩頸芳療放鬆課程，參與同仁藉由課程了解情緒與自我身心的關聯性，學習情緒檢視與紓解壓力的方法。



▲普橋島低卡健康餐

▼肩頸芳療放鬆課程



CH3. 橘子家庭

3.3.2 健康促進活動

一、橘人龍舟－你 OK、我先划；團隊賽、齊心力！

每年適逢端午，正是各企業、政府、民間團體爭相競奪龍舟錦幟的時間，橘子作為活力、熱情與健康的企業，自然不會缺席。2019 年我們一如既往，組團參與龍舟競賽，增進團隊氣氛、協力的精神，同時在如此高度體力消耗的運動競技活動中，達到強身健體的功效。



二、鐵人接力、橘人挑戰

鐵人三項意指游泳、自由車、路跑，一向被認為是超人的運動。2019 年秋天，我們組隊報名了遠在宜蘭梅花湖舉辦的鐵人競賽，該比賽分為個人、團體接力以及親子接力組。



團隊的成員們在水陸結合的競賽過程中，體會到人地合一的超然精神，以鐵人般的意志完成了比賽。對橘人們而言，參加路跑、鼓勵自行車上下班太過普通了，成為鐵人、創造不一樣的體驗，才符合橘人的冒險靈魂！

三、首長健康升級－東眼小百岳森之健走

橘子重視員工們的身心健康，集團各個高階主管肩負著公司前進的使命，身、心狀況更是不容忽視。2019 年，我們特舉辦首長健行活動，提供美味早、晚餐，並且以專車接送方式，邀請首長們前往北台灣知名的遊憩區－東眼山森林遊樂區。團隊們以來回合計 4 公里的路途，享受芬多精的滋潤，在繁忙的工作中，陶冶身心、強健體魄。



3.4 人才培育與發展

3.4.1 人才培育

公司提供完善的學習環境及完整的教育訓練藍圖，針對新進人員、一般人員、基層主管、中階主管及高階主管提供多元訓練如新進人員訓練、專業訓練、管理訓練（階層別訓練），每年舉辦演講與座談會，並輔以數位學習的方式進行教育訓練，同時補助員工參加外部專業課程，將誠信經營、社會責任議題皆納入教育訓練中，讓同仁在提升專業能力的同時，了解並認同橘子於社會責任的理念與使命。2019 年共挹注超過 180 萬餘教育訓練，開辦 203 課程班次，課程種類 133 種，員工平均訓練時數為 7.5 小時，共 2,900 人次參與教育訓練。

遊戲橘子訓練藍圖



CH3. 橘子家庭

遊戲橘子數位學習網



人才培育計畫

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

- 指導與激勵
- 團隊建立與管理
- 人際溝通與表達
- 工作技能與管理



課間搭配團體訓練，利用團體觀摩的回訓，彼此相互學習與督促，強化學習動力

2019 年教育訓練實績

		2018 年	2019 年
總訓練時數	女	3,003	2,834
	男	2,969	2,895
	主管階級	1,990	2,917
	一般人員	3,982	2,812
	合計	5,972	5,729
人均受訓時數	女	3	6
	男	2	6
	主管階級	3	16
	一般人員	2	4

課程名稱	受訓員工類別 (新人/主管/全體員工)	受訓人次	開課次數	開課時數
新人訓練	新人	710	71	93.75
管理訓練	全體員工	432	11	68.5
專業訓練	全體員工	31	3	3
講座	全體員工	131	7	12
線上課程	全體員工	1566	49	22.34
外訓課程	全體員工	75	62	765
開課總時數	964.59			
訓練總資費	1,835,852			
平均每人訓練費用	2,390			

3.4.2 員工績效管理與獎勵機制

因應網路科技產業的瞬息萬變，橘子發展適用於高度變化的網路產業的績效制度，「Dare to Challenge」的核心精神與文化同時也展現在績效評量制度裡。每位員工在期初會根據自己工作屬性與負責層級，分別在財務指標與任務指標訂定 1 到 3 個目標，並且針對各目標設定計算權重，作為績效評估基準。此目標並非一成不變，個人或組織可以增加額外目標，或針對既定項目提高標準，員工也可以根據情勢設定加分題，不只是鼓勵因應環境改變而增加目標，同時也能強化溝通，讓員工取回訂定目標的自主權。同時，為鼓勵員工不斷進步、向前邁進，橘子提供優渥的獎勵制度，主要分為以下四種：

戰略獎勵	為最終的營運成果負責，主要對象為各單位首長、以及首長下重要的主管或同仁，成果端看每個單位的長期布局、計畫、發展，及整體績效做為獎勵依據，以年為單位發放
戰術獎勵	提供給全力執行主管方向與戰術的橘子們，如業績目標或關鍵績效任務，依據各單位訂定的獎金辦法發放
特別獎勵	屬於有特別表現才會得到的獎勵，若團隊或個人有特殊貢獻或卓越績效，且沒有在原有的獎勵制度設計內，主管可以提出申請特別獎勵
即時獎勵（橘時激賞）	當同仁有傑出表現時可以立即得到直屬主管的肯定或鼓勵的一種文化

CH4.

社會共融

特輯：夏日學園計畫

- 4.1 產品與產業責任
- 4.2 社會創新與青年培力
- 4.3 與環境共生



特輯 夏日學園計畫

持續 10 年計畫

700 位學員參與

「Dare to Challenge 戰自己」

橘子關懷基金會所舉辦的「Summer School 夏日學園」自 2009 年展開，服務地點遍及全台灣，從偏鄉學校的關懷服務、災後家園重整、文化與環境的學習體驗等，帶領青年透過服務拓展自己的視野與培育實踐力，期許更多青年能為夢想跨出實踐的第一步。進入第 10 個年頭，2019 年夏日學園嘗試全新課程規劃，以「Dare to Challenge 戰自己」為主題，於 8 月攜手台灣外展教育發展基金會（Outward Bound Taiwan）與新創團隊「Like It Formosa 來去福爾摩沙」及「AddMaker 加點製造」，以「文化」與「永續」為主軸，分別打造 2 個全台首創的「非日常計畫」，期望啟發冒險初心者跳脫舒適圈，勇於接受更多挑戰。

「文化的挑戰」與來去福爾摩沙（Like it Formosa）團隊合作帶領學員實地走訪大稻埕街區，並且透過專業的舞蹈、音樂、戲劇工作坊，徹底重啟學員的五感連絕，並於活動最後一天進行街區首創的「沉浸式導覽」，讓學員經由舞蹈、戲劇、演唱等方式將在地文化重新演繹，重新翻轉、深掘我們所認識的台灣文化。「永續的挑戰」與加點製造（Add Maker）團隊合作，透過 Renato lab 循環經濟工作坊及參訪綠能工廠－勤美鑄鐵、春池玻璃等，理解當今社會面對永續發展的現況與困境，並透過實際手作課程，讓廢棄物重新被定義，並與本次參與學員共同創立線上雲端永續數位地圖，期待在未來創造新型態的永續循環經濟。



2019 年夏日學園共計 16 位學員參與，並投入 1,307,932 元。執行至今共計攜手超過 700 位學員、44 個據點、冒險公里已達 28,410 公里，冒險精神也將持續下去。

4.1 產品與產業責任

橘子作為數位遊戲產業，以及多元的 B2C 甚至 C2C 事業集團，最重視的就是產品以及服務的體驗。我們會蒐集使用者的回饋、分析回饋的類型，不斷的調整、創新，創造最好的客戶服務。

4.1.1 客戶權益保障

■ 客服處理與客戶滿意度

從早期電腦遊戲，到現在的手機遊戲、多元 app 服務或商品，一直以來橘子保持與消費者密切溝通與互動的態度，從不吝嗇為消費者解決困難。橘子集團客戶服務以遊戲橘子之線上或手機遊戲為大宗，年服務量超過 70 萬件，有 90% 的案件可於首次回應獲得解決，服務品質檢核正確率達 98% 以上，同時以日、周、月、季、年周期，透過系統進行案件問題檢視及統計分析，針對特殊、大量類型問題，提出因應及精進改善計畫，提交經營團隊作為評估，以降低重複客訴，協助客戶問題快速解決。

當一般的客服處理流程無法讓消費者滿意時，消費者將為訴請縣市政府消費者保護官（消保官）來函說明，2019 年總計公機關來函 969 件，其中 172 件須召開協調會，橘子除了符合消費者保護法之規定，我們也希望讓訴人可以真切感受到橘子面對問題，積極處理與解決誠意，面對所有的客訴案件皆在 15 日內妥善處理完畢。2019 年並未發生無法解決、侵犯客戶隱私或健康等事件發生。

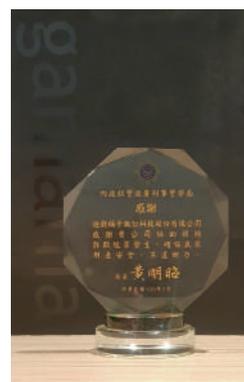
■ 積極處理消費者爭議

我們非常樂於與消費者及消保官解釋與說明發生的事件，無論是帳號不正常使用（俗稱外掛），或是帳號遭到竊取，都是橘子長期以來面對的問題。橘子積極主動與政府、民間解決問題，不僅可找出產品精進改善的機會，為消費者提升服務品質，更降低企業品牌商譽的風險。例如 2019 年我們受行政院及新北市政府之邀，出席消費者保護教育

擔任講師，講述與線上遊戲相關法令（如網路連線遊戲服務定型化契約應記載及不得記載事項）的變革，以及線上遊戲消費爭議的常見問題；橘子甚至於大方分享，做為消費者，遇到消費爭議時，應該如何保留證據、透過哪些管道或方式與遊戲公司爭取應有的權益。藉由透明而且標準化的作業程序，橘子希望和消費者之間達到買、賣雙方的共好與平衡，惟有誠信與正直的提出解決方案，才能讓消費者真心的面對問題，一同解決，並共同創造整體產業的進步。



▲ 橘子出席行政院與新北市政府合辦之消費者保護教育，為業者、消費者與消保官講述線上遊戲常見爭議



▶ 橘子多年來大力支持警政、調查與司法單位打擊詐騙，獲內政部警政署特頒感謝座

4.1.2 產業領導社會責任

■ 網路犯罪防治

網路資訊發達，伴隨著詐騙行為、盜取遊戲帳號的犯罪活動也是近代的新形態社會問題。橘子秉持著服務客戶至上、玩家權益優先的態度，與大眾消費者站在同一陣線；只要收到相關的申訴案件，並有足夠的佐證資料，橘子團隊會主動出擊、與消費者並肩面對犯罪者，旨在消滅不良的投機者。除此之外，我們與全民防詐騙網站（165）設置有線上查詢平台機制，司法警察可藉由線上投單之方法，提出查詢案件需求，提昇作業效率。另外，為確保司法警察能及時了解相關的數位遊戲專有名詞，橘子成立獨立運作的單位「警偵小組」，派遣 24 小時輪班之人力，隨時支援警察、檢調單位，提供資訊支援與疑問解答的服務，讓全民防詐騙不中斷。

■ 產業法律推動

橘子以遊戲產業起家，進而跨足電子商務、支付、媒體、行動平台、數位商務解決方案等多元服務，一直以來走在產業的最前端。為了提升產業的競爭力，協助政府制定符合企業需求、又能維護公平正義的法規，我們透過各公協會，長期向政府提出修法建議，並前往政府機關說明與分享。同時，每年度固定接受律師、法官團體，以及學校法律相關科系學生前來橘子參訪，了解在快速變動的數位娛樂產業中會遇到的爭議事件，也分享對於現有的法規制度不足之處的看法。2019 年有輔仁大學法律系師生參訪，前來了解快速成長的數位、資訊平台，潛在的法律問題以及實務的解決、應對辦法。

另外，2019 年橘子也與工業技術研究院合作，以大數據和人工智慧等工具，研究如何更快速的審視一份合約，將能使未來工作效率大幅提升以外，也創造數位分析傳統文字可能性。

CH4. 社會共融

4.1.3 資訊安全與隱私保障

橘子各類產品與服務，掌握著上百萬會員的重要資料；同時集團員工的心血與成果，更是我們累計多年的重要資產，因此資安防護是公司核心工作之一。

資訊安全不僅是基礎網路建設的關卡，企業的管理策略、員工的行為，乃至於現在追求雲端服務、桌上到手持的裝置，都是資訊安全工程與管理重視的。

一、資安管理

橘子相當重視資安管理與教育，不僅是對內的高度重視，我們亦成立子公司，專門輔導同業、異業的企業夥伴，在現今高度仰賴資訊網路傳遞與保護企業資產與機密的世代，打造系統性的管理制度、由上至下的防範策略以及由下至上的知能教育。

除了新進員工必修的資安教育訓練，以及全員工每年固定的授課訓練共兩次；我們也每天向員工發送資安訊息，推播傳遞重要的資安防護觀念。同時，藉由社內工程演練等方式，測試與檢核集團員工資安學習的成果。

我們要求同仁在日常生活符合資安與隱私保障，並透過內部工作管理、績效評量與稽核等機制，檢討各項管理措施，作為後續精進的參考，同時針對內部員工提供證照津貼與考證補助辦法，鼓勵員工自我提升，增加對外競爭力。



▲ 果核資安論壇

二、資安能量擴散

橘子相當重視資安管理與教育，不僅是對內的高度重視，我們亦成立子公司，專門輔導同業、異業的企業夥伴，在現今高度仰賴資訊網路傳遞與保護企業資產與機密的世代，打造系統性的管理制度、由上至下的防範策略以及由下至上的知能教育。

■ 果核資安論壇

我們並不滿足於強化企業自身、解決業界問題，橘子始終抱持取之於社會、還之於社會的心，積極參與國內、外資安研討會，散佈我們的資安能量。

2019年，我們舉辦兩次果核資安論壇，邀請學生與業界人士參與，討論最新資安防護技術與心得。兩次全日的研討會中，由果核工程師以及業界專家，接力分享手機資安、網路安全、網頁安全、程式安全、數位鑑識等課題，強調現代人不習慣重視手機程式、APP的資訊安全防護，人人都可能成為資訊外洩的受害者。追求「滴水不漏」的資安已然不再符合變動性與隨機性高的時代，如何保持警覺，並從設計階段就能夠降低資安風險，是橘子及果核希望傳達的理念。

每年的研討會，我們亦特別邀請大專院校學生，希望以資管、通訊等專業領域為未來發展的青年學子，吸收產業界最重要的精華，萃取寶貴的經驗與知識，未來能夠體現於工作實務。

■ 協助政府資安健檢

現今許多政府單位，也在追求智慧化、多元突破，然而其資源有限的事實，以及相對保守的系統，使得其資安防護大為不足。我們於2019年，接受邀請，前往國防與醫療體系相關產業進行資安健檢。藉由系統性診斷其內部安全架構、並進行弱點掃描與防護測試，並給予精進改善的建議。

4.2 社會創新與青年培力

橘子是一個夢想的集合體，期許能打造未來的模樣，並擁有改變世界的力量。橘子自成立以來不斷地接受許多外界的支持及幫助，我們反思、期許自己能夠有更集中資源、組織性的付出一善盡「企業社會責任」。橘子透過創新商業模式與成立基金會，推動社會創新與青年培力，依照橘子對社會回饋的理念勾勒未來的藍圖。

■ Swapub

2015年成立，是一個以「交換」為概念所設計的線上交換市集APP，從一根迴紋針換到一棟房子的構想出發，致力於建構一個永續交換的正向循環平台，透過交換讓生活物品再次發揮最大效用，減少資源的浪費。Swapub的定位為社群平台而非電商平台，倡導理性消費，不定期舉辦線上線下活動，吸引並凝聚有共同理念的用戶，打造安全、公開、自由的線上換物環境。

Swapub的開發者為橘子集團人因設計所，是集團旗下研究者體驗設計的團隊，以人為出發點，專注於用戶體驗的深入了解。Swapub更透過大數據分析以及AI深度學習，了解用戶行為，挖掘潛在需求。Swapub自我要求每兩周就要推出app新版本，不斷的優化與創新服務。並透過每年的用戶問卷、app評論、粉專回饋等收集用戶使用Swapub的感受與體驗，做為系統優化與經營方向的參考。

Swapub自2015年上線以來，就以全球市場作為目標，因此Swapub提供15種語言，開放155個國家下載使用，平均每7秒就有一項新物品上架，每4件物品就有1.3件交換成功。至今，全球會員數累計超過350萬，累計平台物件數975萬件，總交易250萬件，相當於37億台幣物品價值的再循環，目前已經是亞洲最大的二手交換app。Swapub以物盡其用，與環境共生等理念持續新研發以創造更多應用場景與商業應用，達到持續強化產品、提供用戶更精準服務的目的，以期在社會上造就更多的影響力。

商品名	交易數量（2019年）
精品服飾	約 70,000 件
3C 電子用品	約 60,000 件
玩具遊戲	約 50,000 件
美妝保養品	約 50,000 件
居家生活用品	約 30,000 件



■ 「去你的南極 GO! GO! South Pole」特展

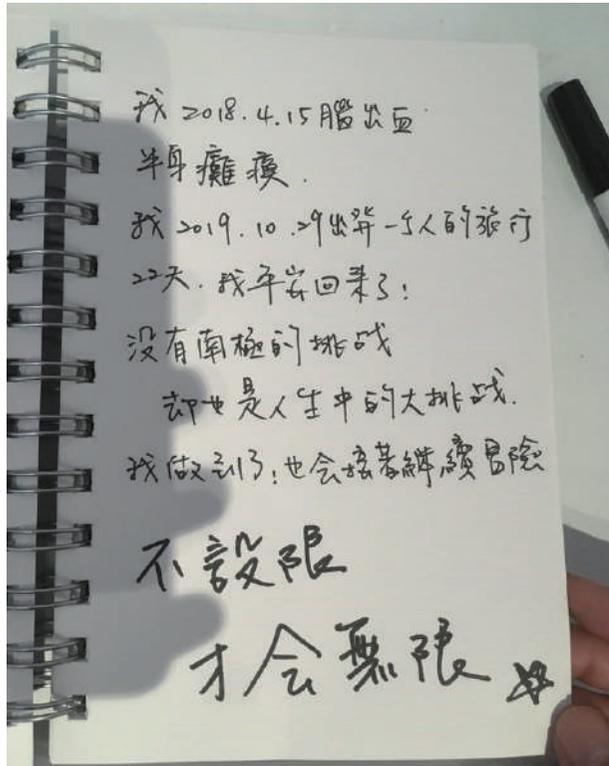
橘子關懷基金會，是一個傾聽青年夢想的基金會，集團執行長劉柏園說：「我相信，唯有透過不斷挑戰自己、勇敢冒險，人類才能進步，這正是基金會成立的宗旨。」由橘子關懷基金會主辦的「去你的南極 GO! GO! South Pole」特展，作為基金會十週年「前進南極點」大夢計劃的延續，這場展覽不只重新聚焦去年台灣史上首支隊伍越野滑雪長征南極點的紀錄，更要讓參觀者「親身感受」，喚醒內心的冒險DNA。特展以科技打造出極地強風、冰丘與雪地的互動式地景，伴隨長征隊一路挺進南極點的重要夥伴「四季號」也首度現身會場，搭配AR眼鏡便可一覽四季號的改造特色與在雪地奔馳的實景，此外，觀賞者也能在現場參加「雪橇拖行體驗」，感受長征隊員吳昇



▲公益場次中，國小6年級的小龍，雖然體重才40公斤，但仍奮勇挑戰，在其他小朋友的加油喊叫聲中，終於拉到終點，雖然滿頭大汗，但小龍說非常過癮，想像就真的在雪地拉雪橇，突然有一股力量產生。在抵達終點時，所有的孩子都拍手鼓勵小龍，這過程也可體會到任何冒險都是辛苦艱鉅的，唯有堅持不放棄，才能走到終點。

CH4. 社會共融

儒、林語萱與宥勝等人在雪地中前行的難度。特展共花費 21,819,599 元，投入 30 位員工籌備，吸引超過萬人參展，特展 9 天期間共提供 820 張公益門票，並舉辦 4 場公益場次，和新北市社會局、任林教育基金會、伊甸基金會萬芳啟能中心及第一社會福利基金會博愛發展中心合作，提供 40 位弱勢兒少專場導覽。期待透過特展，將冒險精神傳遞給所有人，希望每個人都勇於種下冒險種子，全力追求自己的夢想。



▲展覽留言本中，一位腦出血半身癱瘓的觀者，看完後有感而發寫到「出發一個人的旅行，22 天，我平安回來了！沒有南極的挑戰，卻也是人生中的大挑戰。我做到了，也會接著繼續冒險。不設限，才會無限」

4.3 與環境共生

由於我們的產業性質，並不會產生有害的廢棄物或空氣污染排放；不過，資訊機房的建置畢竟需要使用大量的電力，因此我們除了大樓設計本身就有能源監測管理，我們亦專注於日常營運的節電，以及傳達能資源節約的精神。橘子的核心價值之一：「與環境共生」，即是強調透過多元的行動，將永續環保、綠色營運的理念傳達於全體員工，進一步深植成為企業文化。不僅是善盡企業的社會責任，也期望每個員工都是我們的永續種子，向外散佈相同的信念與精神。

4.3.1 永續文化建立

我們對於公司內部與環境共生主軸，設定了以下幾個階段性目標：

短期目標（1~2 年）：

- 重塑公司核心價值，首重同仁的思維與行為模式培育，以立竿見影的環保項目為出發點。
- 將能資源使用統計量化，尋找可替代的物品或行為模式

中期目標（2~5 年）：

- 與外部廠商合作，擴大永續環境效益
- 推出各式環保創新作法並持續試行與專案建立

長期目標（5 年以上）：

- 能源與使用廢棄物減少 10% 以上

2019 年度，我們推出了多項環保、創新的專案，積極的招募員工加入我們永續環保的行列，例如擴大瓶柑仔 Bottle Man 的點數兌換商品，從環保再生購物袋起步，逐步推出飲料提袋、零錢包甚至是環保後背包，讓橘人們激起更多資源回收再再利用的動機。

一、舊物利用 不止這樣！

我們的 Swapub 網路交換物資平台，本於二手物品再利用的精神，以及「用小玩具換到大汽車」的傳說，透過橘子擅長的資訊網路與行動裝置平台，媒合需求方、供給方，將散佈在四處的二手物資，重新找到歸宿。



CH4. 社會共融

除了線上交換平台，我們於 2019 年也舉辦超過十場的實體活動，各活動皆有其主題與圍繞的物品類型，將傳統的跳蚤市場或二手市集，搖身一變成為具有特色的展覽，吸引參與者，投入尋寶，產生舊物再利用的永續價值。



二、橘人日常，循環再生

推動線上的二手物交換，能夠創造社會永續影響力，但對內的文化建立，橘子也是不遺餘力。2019 年我們一共舉辦了兩次的二手市集活動，提供二手物交換、拍賣，員工們可以將家中不再使用的新舊物資，透過市集的場合重新找到主人，在活動結束過後，我們更將現場存留的物品，全數集中、分類後，捐贈與需要的公益團體。



▲七月夏日清倉活動

總計提供物資 292 件、成交 151 件、捐贈 57 件、另外同仁亦提供普橋島 109 件餐廚器具或雜誌再使用



▲十二月耶誕市集清倉活動

參與同仁貢獻物資 438 件、成交 283 件、捐贈 155 件

三、永續，你我都不是橘外人！

為了推動橘人們的環保意識與永續文化，我們在內部群組成立了環保小幫手，推播重要的訊息，分享最新永續新知。另外亦不定期發布相關內部新聞剪報，讓員工時時刻刻能吸收環保的精神，感染永續的文化。



▲藉由地球上發生的事件為題材，向同仁傳遞飲水思源、節約環保生活的概念

2019 年，我們在大樓內推廣小農精神，將三種不同的菜苗裝進器皿，並等待兩個禮拜後的收成。收成好的生菜會交給普橋島廚師加工，搭配小黃瓜、紅甜椒、黃甜椒、洋蔥絲、乾酪以及檸檬油醋醬，作成希臘生菜沙拉，販賣供橘人們享用；2019 年總計種植 3,312 株菜苗。我們也邀請員工擔任認養小農，透過為期兩週的培養與照顧，每位小農可以認領幾株的植栽，讓普橋島為其客製化料理。橘人小農們在繁忙的工作中，親自耕作、灑水，除了調劑身心之外，亦能養成永續的精神。



▲橘人們用心呵護與栽培，成功栽種營養又美味的蔬菜

CH4. 社會共融

4.3.2 能資源節約

我們對於公司內部與環境共生主軸，設定了以下幾個階段性目標：

■ 能源管理系統

包含設計層面、運轉層面以及節能改善分析三個面向環環相扣而成，主要精神在於藉由完整且數位化的監控系統，對建築物耗能現況詳細診斷，分析計算蒐集之數據與既存資料庫以發掘問題，再進一步擬定節能對策，理解是設計、運轉或是管理階段的問題，追溯源頭進行調整和改善。

這套能源管理與監測系統，同時具有室內空氣品質監控反應，如有空氣品質不佳異常，會進行警訊通知，讓同仁有所準備。

一、大樓能源使用與排放

近三年橘子總部能源使用情形以及溫室氣體排放量如下表，因橘子近年來多元發展，營運業務營收與員工人數皆有上升，使得用電量與用水量皆因此而增加，我們將藉由持續的管理，未來以能源使用密集度監測我們的耗電量，提升能源使用的效率。



▲橘子的能源管理、安全監測系統畫面示意

橘子總部近三年能源使用情形

	2017年	2018年	2019年
瓦斯(度)	600	747	1,254
外購電力(kWh)	2,213,538	2,582,800	2,879,045

說明：

1. 橘子總部大樓有發電機測試運轉使用柴油，因年度使用少於20公升故不計入。
2. 瓦斯每度為5.13公斤。
3. 近三年因業務成長、員工人數增加，使整體能源使用增加。
4. 2018年數據檢核單據後由763修正為747。

橘子總部 2019年非再生能源消耗量(GJ)

瓦斯	外購電力	總計
324.27	10,364.45	10,659.52

說明：熱值換算採用環保署公告之排放係數表6.0.4。橘子目前並未裝設再生能源設備；亦無購入或出售熱能、冷能與蒸氣。

因為橘子總部的能源使用以外購電力為主，因此計算外購電力產生之溫室氣體排放，近三年溫室氣體排放量如下表：

橘子總部近三年間接能源排放溫室氣體排放量

	2017年	2018年	2019年
(ton/CO ₂ e)	1,226.3	1,376.6	1,534.5

說明：電力排放係數採能源局公告，2017年至2019年分別為0.554, 0.533, 0.533 (kg/度)

歷經了2018年全面汰除一次性餐具，使得用水量上升之後，2019年藉由多元的節水措施，成功的在人數增加的情況下，減低用水使用。橘子總部大樓使用水來自於台北自來水事業處，水號F-05，近三年之使用情形如下：

橘子總部近三年自來水用水量

	2017年	2018年	2019年
自來水用量(M ³)	8,450	10,991	12,060

二、能源管理與節能減碳

■ 無紙化行動

我們鼓勵內部降低紙本公文、文件的使用，尤其各首長的每週週報，更能夠省下大量的紙張使用。2019年無紙化效益如下：

2019年營運、行政與簽呈無紙化行動成果

- 集團公文件約1,181件，3,437張紙
- 集團首長會議繳交電子週報，一年需繳交1,824份週報，超過一萬張用紙
- 集團主管簽核文件電子化，件數約38,890件

總計省下約**40**棵樹

CH4. 社會共融

■ 永續採購與管理

我們訂有供應商管理政策，長期合作的重要供應商應與我們共同致力於落實企業社會責任，永保環境永續；與承攬商、合作廠商簽約時亦同時簽訂「供應商企業社會責任聲明書」，確保承攬商與合作廠商均遵守相關環境、勞工、人權規範。

我們除了積極推動綠色供應鏈，在庶務性的採購我們也盡可能優先挑選符合環保規章、認證的產品。例如洗手乳、衛生紙，飲水機等，乃至於電腦硬體主機，都優先採用環保標章與取得 ISO 認證的產品，影印紙也優先使用 PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) 雨林認證的紙張。

2019 年永續採購成效

- **100%** 在地採購
- 優先採購環保標章之桌上 / 筆記型電腦
超過 **420** 萬元
- 行政事務用品優先採購環保標章產品



▲ 點我看橘子供應商管理政策，或是掃描前往

◀ 優先使用環保標章電子產品

■ 廢水與廢棄物管理

橘子的營運型態並無設置排放水處理設施或污染防制的需求。然而，我們設有普橋島員工餐廳，為避免油脂排入下水道，造成污染堵塞，我們在地下室設有截油槽設施，由廠商定期回收廢油，我們亦定期維護設施。

我們的廢棄物大多為生活垃圾、廚餘以及少部分的廢電池與 3C 產品；每週會進行一次清運，一年約產生 20 噸之資源回收類廢棄物。不過，針對廢棄物的分類，我們有完整的流程與管理辦法，如下圖所示：



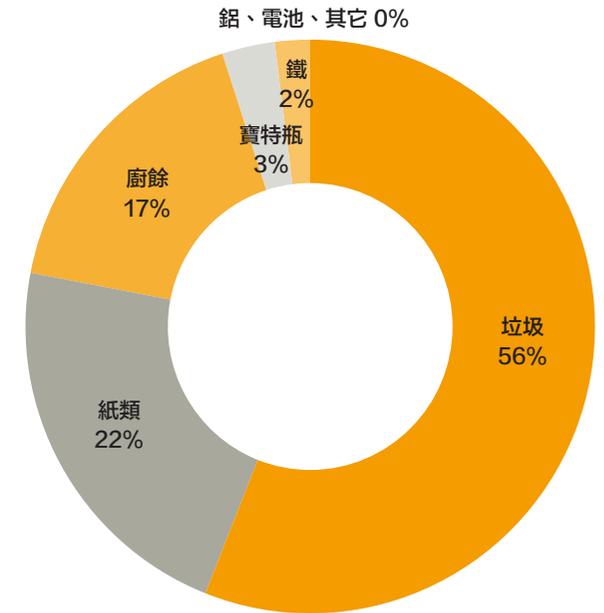
CH4. 社會共融

2019 年，我們的智能回收機「瓶柑仔 Bottle Man」總計回收 5,802 個寶特瓶、581 個手搖杯、2,196 個鋁罐，創造資源循環的價值。

橘子集團廢棄物委由合法立案的公司進行廢棄物清理作業，將各類別的處理方式說明如下：

類別	貯存方式	清除方式	清除頻率	清運數量
生活垃圾	袋裝	委託處理	1 次 / 週	26.82 噸 / 年
廚餘	桶裝	委託處理	1 次 / 週	7.95 噸 / 年
紙類	箱裝	委託處理	1 次 / 週	10.33 噸 / 年
鋁	袋裝	委託處理	1 次 / 週	0.12 噸 / 年
鐵	袋裝	委託處理	1 次 / 週	0.67 噸 / 年
寶特瓶	袋裝	委託處理	1 次 / 週	1.59 噸 / 年
電池	盒裝	便利商店	1 次 / 半年	0.038 噸 / 年
其他	袋裝	委託處理	1 次 / 週	0.12 噸 / 年

橘子集團 2019 廢棄物占比



■ 污染防治與污染減量作為

橘子亦透過定期維護設備之作為，進行污染防治，以降低企業本身對於環境的危害：

污染防治設備項目	維護頻率	每年操作維護金額 (萬元)
污廢水池清理工程	半年一次	7.4 萬元
廚房截油槽清理工程	每月二次	20.16 萬元
餐廳排水管清洗工程	每季一次	1.64 萬元
廚房排油煙系統	每季一次	22.05 萬元

附錄、一

GRI-Standards 對照表

一般標準揭露					
類別	編號	GRI 指標內容	對應重大性議題	對應章節	頁碼
組織概況					
核心	102-1	組織名稱	-	關於報告書	3
核心	102-2	活動、品牌、產品與服務	-	2.1 公司概況	19
核心	102-3	總部位置	-	2.1 公司概況	18
核心	102-4	營運據點	-	2.1 公司概況	18
核心	102-5	所有權與法律形式	公司治理與誠信	2.2 誠信經營與風險管理 4.1 產品與產業責任	23 41
核心	102-6	提供服務的市場	-	2.1 公司概況	18
核心	102-7	組織規模	-	2.1 公司概況	18
核心	102-8	員工與其他工作者的資訊	-	3.1 人力資源	29
核心	102-9	供應鏈	-	4.3 與環境共生	47
核心	102-10	組織與其供應鏈的重大改變	-	報告期間內無重大改變	--
核心	102-11	預警原則或方針	公司治理與誠信	2.2 誠信經營與風險管理	24
核心	102-12	外部倡議	-	未簽署外部倡議	--
核心	102-13	公協會的會員資格	-	2.3 外部組織參與	26
策 略					
核心	102-14	決策者的聲明	-	執行長的話	3
倫理與誠信					
核心	102-16	價值、原則、標準及行為規範	公司治理與誠信	2.1 公司概況 2.2 誠信經營與風險管理	20 24

一般標準揭露					
類別	編號	GRI 指標內容	對應重大性議題	對應章節	頁碼
治 理					
核心	102-18	治理結構	公司治理與誠信	2.1 公司概況	20
利害關係人溝通					
核心	102-40	利害關係人團體	-	1.1 利害關係人鑑別	11
核心	102-41	團體協約	-	橘子未成立工會，但每季定期舉辦勞資會議	--
核心	102-42	鑑別與選擇利害關係人	-	1.1 利害關係人鑑別	11
核心	102-43	與利害關係人溝通的方針	-	1.3 利害關係人溝通	13
核心	102-44	提出之關鍵主題與關注事項	-	1.2 重大議題分析與鑑別	14-16
報導實務					
核心	102-45	合併財務報表中所包含的實體	-	2.1 公司概況	18
核心	102-46	界定報告書內容與主題邊界	-	關於報告書	2
核心	102-47	重大主題表列	-	1.2 重大議題分析與鑑別 1.4 重大議題管理方針	12 14-16
核心	102-48	資訊重編	-	無重編	--
核心	102-49	報導改變	-	無改變	--
核心	102-50	報導期間	-	關於報告書	2
核心	102-51	上一次報告書的日期	-	2019 年 8 月	--
核心	102-52	報導週期	-	關於報告書	2
核心	102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	-	關於報告書	2

附錄、一

一般標準揭露					
類別	編號	GRI 指標內容	對應重大性議題	對應章節	頁碼
核心	102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	-	關於報告書	2
核心	102-55	GRI 內容索引	-	附錄一、GRI Standards 對照表	49-54
核心	102-56	外部保證 / 確信	-	附錄二、第三方查證聲明書	55-57

重大主題揭露					
類別	編號	GRI 指標內容	對應重大性議題	對應章節	頁碼
經濟面					
經濟績效	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	-	2.1 公司概況	22
	201-3	定義福利計劃義務與其它退休計畫		3.2 薪酬與福利	32-35
	201-4	取自政府之財務補助		2.2 誠信經營與風險管理	25
間接經濟衝擊	103	管理方針	資訊安全與隱私權保障	1.4 重大議題管理方針	14
	203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊		4.1 產品與產業責任	41-42
環境面					
能源	302-1	組織內部的能源消耗量	-	4.3 與環境共生	46
廢汙水和廢棄物	306-2	依類別及處理方法劃分的廢棄物	-	4.3 與環境共生	48
有關環境保護的 法規遵循	103	管理方針	法規遵循	1.4 重大議題管理方針	16
	307-1	違反環保法規		2019 年無違反法規	--
社會面					
勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	-	3.1 人力資源	30
	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	-	3.2 薪酬與福利	32-35
	401-3	育嬰假	-	3.2 薪酬與福利	32
訓練與教育	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	-	3.4 人才培育與發展	37
	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	-	3.4 人才培育與發展	36-37
員工多元化 與平等機會	405-1	治理單位與員工的多元化	-	2.1 公司概況	20
				3.1 人力資源	29
供應商社會評估	414-1	使用社會準則篩選之新供應商	-	4.3 與環境共生	47

附錄、一

重大主題揭露					
類別	編號	GRI 指標內容	對應重大性議題	對應章節	頁碼
顧客健康與安全	103	管理方針	法規遵循 客戶權益與服務	1.4 重大議題管理方針	15-16
	416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件		2019 年無違反相關法規	--
客戶隱私	103	管理方針	法規遵循 資訊安全與隱私權保障 客戶權益與服務	1.4 重大議題管理方針	14-16
	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴		2019 年無侵犯客戶隱私情形	--
社會經濟法規遵循	103	管理方針	法規遵循	1.4 重大議題管理方針	16
	419-1	違反社會與經濟領域之法律和規定		2.2 誠信經營與風險管理	25

非屬於 GRI 特定主題之重大性議題					
類別	編號	GRI 指標內容	對應重大性議題	對應章節	頁碼
產品與服務創新	103	管理方針	產品與服務創新	1.4 重大議題管理方針 2.4 創新治理 4.1 產品與產業責任	14 27 41-42

附錄、二

會計師獨立確信報告



安永聯合會計師事務所

11012 台北市基隆路一段333號9樓 Tel: 886 2 2757 8888
9F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road Fax: 886 2 2757 6050
Taipei City, Taiwan, R.O.C. www.ey.com/tw

會計師獨立確信報告

遊戲橘子數位科技股份有限公司 公鑒

一、 確信範圍

本事務所接受遊戲橘子數位科技股份有限公司（以下簡稱遊戲橘子）之委任，對2019 年度企業社會責任報告書中所選定之永續績效資訊進行有限確信並出具報告。

有關遊戲橘子所選定之標的資訊及其適用基準，詳附件一。

管理階層責任

遊戲橘子管理階層應依據適當之基準編製2019年度企業社會責任報告書，包括參考全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)所發布之GRI準則(GRI Standards)，並應設計、執行及維護與報告編製相關之內部控制，以蒐集並揭露報告書內容。

本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作。

二、 確信工作

有限確信案件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信，本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量遊戲橘子內部控制之有效性，但目的並非對遊戲橘子內部控制之有效性表示意見。

為作成有限確信之結論，本事務所已執行下列工作：

- 與遊戲橘子之管理階層及員工進行訪談，以瞭解遊戲橘子履行企業社會責任之整體情況，以及報導流程；
- 透過訪談、檢查相關文件，以瞭解遊戲橘子之主要利害關係人及利害關係人之期望與需求，雙方具體之溝通管道，以及遊戲橘子如何回應該等期望與需求；

A member firm of Ernst & Young Global Limited



- 針對報告中所選定之永續績效資訊進行分析性程序；蒐集並評估其他支持證據資料及所取得之管理階層聲明；如必要時，則抽選樣本進行測試；
- 閱讀遊戲橘子之企業社會責任報告書，確認其與本事務所取得關於企業社會責任整體履行情況之瞭解一致。

三、 先天限制

因企業社會責任報告書中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響，選擇不同的衡量方式，可能導致績效衡量上之重大差異，且由於確信工作係採抽樣方式進行，且任何內部控制均受有先天限制，故未必能查出所有業已存在之重大不實表達，無論是導因於舞弊或錯誤。

四、 品質管制與獨立性

本事務所遵循審計準則公報第四十六號會計師事務所之品質管制之規範，建立並維護完備之品質管制制度，包含遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。本所亦遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

五、 結論

依據本事務所執行之程序及所獲取之證據，未發現遊戲橘子所選定之永續績效資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

安永聯合會計師事務所

會計師：張志銘



西元2020年8月6日

A member firm of Ernst & Young Global Limited



附件一：

編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準																																
1	第一章	永續經營與重大議題	2019 年度提出專利申請 26 件；2019 年度獲得專利審核通過 17 件。	2019 年度提出專利申請之案件數總和及 2019 年度獲准之專利案件數總和。																																
2	第二章	創新治理	2019 年度申請可於三年內抵減稅額為 1,370,140 元。	2019 年度集團向經濟部工業局申請從事研究發展活動投資抵減並向國稅局申報抵減之稅額。																																
3	第三章	橘子家庭	截至 2019 年 12 月 31 日止，管理職位中約 40% 為女性主管。	2019 年 12 月 31 日集團管理職位(經理級以上)中，女性主管佔全部管理職員工人數之比例。																																
4	第三章	橘子家庭	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>男</th> <th>女</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019 年總申請育嬰留停人數</td> <td>3</td> <td>12</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>預計於 2019 年復職人數</td> <td>3</td> <td>9</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>實際於 2019 年復職人數</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>實際於 2018 年復職人數</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>2018 年留停復職後工作超過一年人數</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>復職率</td> <td>33%</td> <td>44%</td> <td>42%</td> </tr> <tr> <td>留任率</td> <td>100%</td> <td>100%</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>註 1：實際復職人數含提前復職者。 註 2：復職率為實際復職人數/預計復職人數，留任率為留停復職後工作超過一年人數/實際復職人數</p>	項目	男	女	合計	2019 年總申請育嬰留停人數	3	12	15	預計於 2019 年復職人數	3	9	12	實際於 2019 年復職人數	1	4	5	實際於 2018 年復職人數	2	5	7	2018 年留停復職後工作超過一年人數	2	5	7	復職率	33%	44%	42%	留任率	100%	100%	100%	2019 年度集團使用育嬰假之員工總數、在報導期間復職之員工總數、復職後十二個月仍在職之員工總數及按性別劃分，復職和留任的員工比例。
項目	男	女	合計																																	
2019 年總申請育嬰留停人數	3	12	15																																	
預計於 2019 年復職人數	3	9	12																																	
實際於 2019 年復職人數	1	4	5																																	
實際於 2018 年復職人數	2	5	7																																	
2018 年留停復職後工作超過一年人數	2	5	7																																	
復職率	33%	44%	42%																																	
留任率	100%	100%	100%																																	
5	第四章	社會共融	2019 年度橘子總部大樓能源使用情形： 瓦斯：1,254 度 外購電力：2,879,045 kWh	2019 年度瓦斯抄表使用度數及台電帳單用電度數總和。																																

A member firm of Ernst & Young Global Limited

gamania

橘子集團