

利害關係人及溝通議合

利害關係人及溝通議和

為履行企業社會責任，應重視利害關係人之權益，在追求永續經營與獲利之同時，注重環境、社會與公司治理之議題，並將其納入公司管理方針與營運活動，以達永續經營之目標。本集團透過以下與利害關係人良好之溝通平台，瞭解利害關係人之合理期望及需求，不論是經濟面、社會面與環境面之提問、申訴或建議等內外部議題，本集團將秉持誠信原則妥適處理，並提供回饋或改善方案以達有效之溝通。

利害關係人鑑別

參考 AA1000 利害關係人議合標準(Stakeholder Engagement Standard, SES)的五個面向(依賴性、責任性、影響力、多元觀點及關注力)，弘憶國際全體同仁(含管理層)發送利害關係人問卷，鑑別出 4 類主要利害關係人，並依照各類群體屬性，建立多元且運作流暢的溝通管道，以獲得其關注議題與意見回饋，並作為本公司未來擬定永續發展策略與目標的重要參考。與利害關係人溝通管道、頻率與溝通重點等資訊。

利害關係人溝通管道

利害關係人	對公司的意義	關注議題	溝通管道與回應方式	溝通頻率	溝通成果與回應
客戶	客戶為公司營收來源，也是我們重要的夥伴。我們傾聽客戶的需要，提供高品質、信賴且安全的產品，並提供專業服務，同時透過不斷創新，攜手成就客戶目標與提升公司競爭力。	客戶服務品質	• 客戶滿意度調查	• 每年	• 不定期開會，提供產業資訊並尋找最適合的方案給客戶，提升客戶競爭力。 • 每年定期與客戶進行客戶滿意度調查，如郵件、面訪、電話、線上，有效問卷回收達 50 家以上。 • 不定期到客戶端更新產品路徑圖 (Product Roadmap)，並適時提供市場產品或標案訊息，提高客戶對新產品或投標案的競爭力。
		產品品質與安全	• 官網、電訪、面訪、視訊會議、正式書信、電子郵件、通訊軟體(Line、WeChat)	• 不定期 • 即時	
		供應鏈管理			
		公司治理 / 誠信經營			

利害關係人	對公司的意義	關注議題	溝通管道與回應方式	溝通頻率	溝通成果與回應
員工	員工為公司的重要資產。除提供具市場競爭力的薪酬及福利制度，積極吸引與培育優秀人才外，同時創造讓員工感受尊重、安全穩定的工作環境，力求人人均能在職業生涯實踐自我、發揮潛能，與公司並肩前行方能創造更大營運績效。	員工關懷與勞動保障	<ul style="list-style-type: none"> 勞資會議 	每季	<ul style="list-style-type: none"> 員工健康管理：定期安排特定項目之健康檢查，以完善的檢查項目讓員工瞭解自身健康狀況。2024 年全員健檢偕同關係企業共同辦理，藉由內部宣導與專人提醒，到檢率由 81.3% 提升至 90.5%。 於2024/08/16舉辦「久坐職人的自我保健運動」教育訓練，關注員工的身心健康，提升員工安全和健康的意識，促進同仁健康的生活型態和行為，實現企業的社會責任。 育嬰假申請與復職留任統計：提供女性員工產後能依法申請育嬰假，其中 6 個月（約 24 周）可請領給津貼與補助。2024 年無育嬰假申請與復職留任。 員工支持方案：有健康或照顧需求、或工作任務需於公司以外上班的員工，可申請遠距辦公。 提供安全與健康的工作環境：提供安全健康之工作環境，定期清潔及消毒，消弭工作環境中可能影響員工健康安全之危害因子，降低職災風險。 公司每月定期一次，由人資安排各種員工教育訓練，協助員工精進本質學能。 透明公司經營資訊，跟全體同仁分享成果，讓員工瞭解公司每月發展情形，讓員工能更安心與穩定的在公司內任職，同時願意為公司打拚，降低人員流動率。 透過福委會溝通並公告周知，每位員工熟知自身享有福利，增加對公司向心度。 公司每月會召開 MBR 會議(經營管理會議)及執行小組會議，會議內容中討論及檢討上個月的經營成果，與公司未來經營改善方向。會議結束後次日，會以董事長名義發出「致 GMI 員工營運成果資訊」的信件，向全體同仁告知及分享公司經營成果。 公司每季發放獎勵金給予特殊表現及貢獻之員工，並公告於電子公告系統 職工福利委員會至少每季一次召開會議，討論員工活動及福利，例如：年度旅遊、慶生會、三節禮金、尾牙活動等。
		人才任用與留任	<ul style="list-style-type: none"> 教育訓練 電子公告系統 	每月 每季	
		職業健康與安全	<ul style="list-style-type: none"> 健康講座與諮詢 	每年	

		營運策略與經濟績效	• 電子公告系統	即時	
--	--	-----------	----------	----	--

利害關係人	對公司的意義	關注議題	溝通管道與回應方式	溝通頻率	溝通成果與回應
股東/投資人	股東及投資人是企業成長的重要支柱，也是企業永續價值提升的驅動力。公司在積極發展的同時亦兼顧股東權益，包含透明揭露公司經營管理策略及財務政策資訊給投資人，以獲得股東及投資人支持。	公司治理 / 誠信經營	• 法人說明會	不定期	<ul style="list-style-type: none"> 適時提供股東及投資人公開透明之經營現況，達到公司資訊對稱揭露。 於2024年6月26日召開股東常會1次且出席股數55.07%。 於2024年12月10日召開股東臨時會1次且出席股數54.84%。 2024年分別於3月29日、9月11日召開法人說明會，共計2次。 發布公司年報1份及財務報表4份。 公告重要訊息45則。 遵循主管機關最新法令規範及政策制定，持續精進公司治理評鑑排行並建立永續發展小組。
			• 股東大會	每年	
		營運策略與經濟績效	• 年報與財報揭露	每年	
			• 透過公開資訊觀測站發表重大即時訊息	即時	
		風險管理	• 設立電子郵件信箱	即時	
			• 臨時股東會	不定期	

利害關係人	對公司的意義	關注議題	溝通管道與回應方式	溝通頻率	溝通成果與回應
供應商與承攬商	供應商與承攬商為支持我們永續經營的重要夥伴，藉由與各供應商夥伴彼此信賴與相互溝通，以公平透明的合作方式，共存共榮，建立良好的合作互信關係。	營運策略與經濟績效	供應商評鑑	每年	<ul style="list-style-type: none"> 內部有新計劃，包含費用評估、運送時間、運送條款等，以客戶貨代優先參考，再由內部找尋合適貨代做報價比較，並詳細說明，使業務瞭解運用時效、費用、運送條件、出貨量及次數作為參考指數。 與客戶採購窗口協調出貨及交付細節，包含是否有特殊包裝、運送時效等，確認配合度是否滿足需求。 原廠每年定期於年中與年底至公司盤點二次，盤點重點為倉庫作業規範、庫存數量及倉庫環境。 每週更新銷售計畫(FCST)給原廠，並提出需求；每週或每月提供客戶狀況給原廠；每年與原廠討論明年年度銷售計畫(BP)。 對已代理產品之供應商,每年一次實施產品與市場評估報告, 評估是否繼續代理其產品。
		供應鏈管理	供應商滿意度調查	每年	
		產品品質與安全	郵件溝通	每季	
		綠色產品與創新服務	電話溝通	即時	

