JOIN THE MAJI FRIENDS!

懂生活的好麻吉



2025

納維康生技股份有限公司

永續報告書

SUSTAINABILITY REPORT

納維康生技
Navicare Biotech

目　錄　contents

關於本報告書 2

報告書範疇與原則 2

報告書管理 2

發行時間 3

聯絡方式 3

董事長的話 4

利害關係人溝通與重大主題 6

利害關係人鑑別 6

重大主題鑑別 11

第一章　深耕經營管理 13

1.1 企業概況 13

1.2 公司治理 21

1.3 風險管理 38

第二章　創新整合服務 45

2.1 供應鏈管理 45

2.2 品質管理 50

第三章　落實綠色永續 57

3.1 能源與溫室氣體排放管理 57

3.2 環境污染防治 59

第四章　創建幸福企業 60

4.1 麻吉任用與培育 60

4.2 薪資福利 65

4.3 用心關懷 69

附錄 71

附錄一：GRI永續性報導準則(GRI)對照表 71

附錄二：SASB指標對照表-數位雲端－互聯網媒體與服務 75

附錄三：上市上櫃公司氣候相關資訊 78

關於本報告書

納維康生技股份有限公司依據「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」規範，每年度發行納維康生技股份有限公司（在後續報告書中將以「納維康生技」、「本公司」、「我們」簡稱表示）「永續報告書」。本公司藉由報告書之發行，透明揭露公司在環境面、社會面、公司治理面三大面向之永續作為以及執行績效，讓利害關係人了解納維康生技在企業永續發展以及社會責任實踐狀況上的努力以及持續進步的決心。

報告書範疇與原則

本報告書主要揭露 2025 年度（2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日）的數據與資訊，部分內容亦回溯至 2025 年以前或以後的相關事例，將於各章節中補充說明。報告書揭露範疇涵蓋納維康生技股份有限公司，合併報表中的其他子公司（一起旅行社股份有限公司、農良股份有限公司、蕾綿股份有限公司、MAJI PHARMACEUTICAL GROUP PTY LTD）未納入本年度報告書範疇，惟部分數據將於各章節中進行揭露，並於備註欄中補充說明。預計將因應國際永續趨勢，逐步將子公司完整納入，並同步揭露永續績效與相關作為，強化納維康生技永續企業形象。

內容由本公司永續發展小組各任務小組負責蒐集與撰寫，內容經各小組組長初步查核後，交由執行秘書進行整合、校對、勾稽及彙編，最終由董事會進行確認後公開發行。

項目	合併報表公司列表
報告書範疇	納維康生技股份有限公司
未納入報告書範疇	一起旅行社股份有限公司、農良股份有限公司、蕾綿股份有限公司、MAJI PHARMACEUTICAL GROUP PTY LTD
備註：納維康生技股份有限公司為母公司，其餘一起旅行社股份有限公司、農良股份有限公司、蕾綿股份有限公司、MAJI PHARMACEUTICAL GROUP PTY LTD 皆為 100%持有子公司。	

編制依循

本報告書架構參照 GRI 協會於 2021 年公佈之通用準則 2021（Universal Standards 2021），作為報告書資訊揭露的參考基礎，並呼應「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」、氣候相關財務揭露框架（Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD）及 SASB 永續會計準則（Sustainability Accounting Standards Board, SASB）。除參酌 GRI 之重大性揭露原則外，更以嚴謹的標準進行編製，透過不斷改善，檢視資料蒐集流程與範圍，逐年提升各項資料品質。

報告書管理

報告書中所揭露的統計數據來自本公司自行統計與調查的結果，有關財務數據來源，皆來自於勤業眾信聯合會計師事務所陳俊宏及莊碧玉會計師查核後之財務年報資訊，以新台幣計算；此外，環保安全衛生相關績效則採用國際通用指標呈現，部分數據則引用政府機關所公布或本公司自行統

計的資料，並依行業慣性之數值描述方式呈現，若有推估之情形，會於各相關章節註明。本年度永續報告書若有資訊重編之處，將於各章節內文以備註說明。

本公司設有永續發展小組，本報告書揭露內容係由各任務小組負責蒐集與撰寫，內容經各小組組長初步查核後，交由執行秘書進行整合、校對、勾稽及彙編，最終由董事會進行確認。財務數據來源自會計師查核後之公開資訊，部分數據則引用政府機關所公布或本公司自行統計的資料，並依行業慣性之數值描述方式呈現。

發行時間

本公司每年定期發行「永續報告書」，由於各項法規對財務報表與永續報告書之發行時程規定有所不同，故本報告書所揭露之財務資訊，係依據公司已發布之經會計師查核之財務報表所編製，確保所載資料之準確性與一致性。

- 現行發行版本：2026 年 08 月 31 日發行。
- 下一發行版本：2027 年 08 月 31 日發行。

聯絡方式

若您對本報告書有任何疑問、指導或建議，歡迎您與我們聯繫。

- 聯絡人：陳先生
- 電　話：（02）2711-8177
- 地　址：新北市新店區北新路二段 262 號二樓之 6
- E-mail：robin@gomaji.com
- 官方網站：https://www.gomaji.com/
- 報告書連結：https://www.gomaji.com/stakeholder#pip-30

董事長的話

近年台灣數位產業及電子商務市場變化劇烈，納維康生技仍穩健成長，持續推動數位創新與永續發展。在這個數位轉型與綠色經濟並重的時代，我們深信，電子商務的發展不僅是商業模式的演變，更是企業實踐社會責任與環境保護的關鍵。我們致力於推動永續經營，將企業治理、環境保護與社會回饋融入核心業務，為股東與社會創造長遠價值。

一、卓越企業治理，穩健經營策略

在企業治理方面，我們持續強化內部監管機制，確保董事會運作的透明度與決策效率。我們建立完善的內控與風險管理體系，以應對市場變化與競爭挑戰。此外，資訊安全與數據隱私亦是我們重視的議題，我們不斷提升資安防護能力，確保用戶資料安全，並維持數位交易的高可信度。

我們相信，人才是企業成長的基石，因此我們推動公平且多元的職場文化，提供員工完善的發展機會與競爭力薪酬。我們亦積極透過數位學習與產業合作，強化員工的專業技能，以因應市場變革。

二、低碳營運，環境永續發展

面對全球氣候變遷挑戰，納維康生技積極落實綠色經營策略。我們優化物流與配送系統，降低碳足跡，實現數位發票與電子支付，減少環境負擔。此外，我們與供應商共同推動環保措施，建立綠色供應鏈，確保每一個環節符合環境標準。

我們也採用雲端技術來提升資源使用效率，減少碳排放，以降低營運對環境的影響。這些舉措不僅使我們的業務更具競爭力，也為環境保護盡一份心力。

三、創造社會價值，回饋社會

納維康生技深知企業與社會緊密相連，因此我們持續投入公益活動與社區發展計畫。我們與在地農民合作，透過數位平台擴大農產品銷售，支持永續農業發展。同時，我們支持健康職場文化，提供員工全面的健康管理計畫，包括健康檢查、運動社團與心理健康支援，確保員工能在良好的工作環境中發揮所長。

四、第二曲線事業發展

本公司為因應電商產業之各種不確定性，透過策略聯盟，致力於第二曲線發展，成立品牌事業及農良事業，打造上下游整合的供應鏈。納維康生技長期開發累積下來的合作店家，將佈局 B2C 及 B2B 服務同步打開消費者與店家的市場。目前藉由雙方虛實整合發揮一加一大於二的綜效，創造納維康生技第二條成長曲線並朝向集團化方向邁進。

五、CDP 顧客數據 AI 平台的導入

納維康生技已導入 CDP（Customer Data Platform）顧客數據 AI 平台，透過大數據分析與 AI 學習技術，深度了解顧客行為並提供精準行銷建議。CDP 的導入不僅提升了顧客體驗，還能有效降低不必要的市場資源浪費，幫助公司實踐永續發展目標。透過更智慧化的數據運用，我們能夠優化行銷策略、降低碳排放，並提升資源使用效率，進一步落實環境責任與經濟效益。我們相信電子商務仍有龐大成長空間，納維康生技將持續在 D2C（Direct-to-Consumer）市場發展，推動零售產業數位轉型，協助更多品牌與消費者建立直接且高效的互動。

六、攜手邁向永續未來

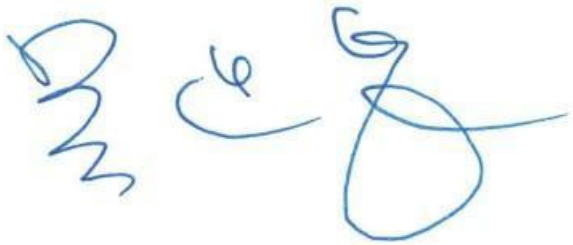
我們相信，企業的成功不僅來自於財務成長，更來自於對社會與環境的正向影響。透過深化 ESG（環境、社會、公司治理）策略，我們將與所有利害關係人攜手，共同創造更具責任感與影響力的未來。

感謝所有支持納維康生技的夥伴，讓我們攜手共創美好未來。

納維康生技股份有限公司

董事長：吳進昌





利害關係人溝通與重大主題

利害關係人鑑別

針對利害關係人，本公司採用 AA1000 SES 利害關係人議合標準（AA1000 Stakeholder Engagement Standards, AA1000 SES）之「依賴性、責任性、影響力、多元觀點、關注張力」的五大原則外，為確保使利害關係人鑑別之完整性，亦參考 GRI 準則之精神，公司可能之利害關係人包括：股東與其他投資人、金融機構、政府、員工與其他工作者、客戶、消費者、商業夥伴、供應商、當地社區、非政府組織、社福組織、公協會、媒體等，以及參考同業報告書的利害關係人，再透過外部專家依公司對其利害關係人之實際負面衝擊、潛在負面衝擊、實際正面影響、潛在正面影響，並參酌 AA1000 SES 鑑別結果與公司代表或高階主管進行討論後，整體加權總分大於 10 分者，為本公司 2025 年度之重要利害關係人。

本公司與外部專家討論及參酌 AA1000 SES 鑑別結果，所得出 7 大類的利害關係人，分別為員工和其他工作者、消費者 / 客戶、供應商、股東和其他投資者、金融機構、政府機關、媒體。

利害關係人溝通管道

利害關係人	利害關係人對本公司的意義	溝通管道	頻率	溝通成效
員工和其他工作者	員工與工作者是推動公司營運與成長的關鍵。他們不僅執行日常業務，也在創新、服務品質與品牌形象上發揮核心影響力。隨著業務多元化，公司亦與承包人員與自由接案者合作，提升彈性與專業支援能力，快速因應市場變化。 為此，納維康生技致力於提供公平、透明的工作環境，並強化溝通與培訓機制，以提升工作者的滿意度與投入感，奠定公司穩健發展的基礎。	● 員工的溝通管道：如例行性會議、電子郵件與內部系統、意見反饋機制（匿名意見、線上調查） ● 其他工作者的溝通管道：如合作會議、聯絡窗口、合約溝通	● 每年 / 不定期	1. 全年召開 50 次主管會議，各部門每週一次以上部門會議，有效溝通提升團隊效率，減少誤解與衝突。 2. 內部透過會議、Email、通訊平台進行資訊即時傳遞，並鼓勵員工表達意見。 3. 對供應商與外包團隊，定期檢討進度並調整合作策略。 4. 提供溝通訓練與工具，幫助員工應對快速變化的工作需求。
消費者 / 客戶	消費者是營運的核心與成長的關鍵。他們不只是主要營收來源，更直接影響品牌價值與市場競爭力。公司持續優化平台體驗與服務品質，回應消費者需求，並透過回饋分析發掘改進機會，強化與消費者之間的信任與永續發展基礎。	● AI 客服 ● 社群媒體：如 Facebook、Instagram、部落格等 ● 電子報與推播通知 ● 官方網站與 APP 點數加碼回饋活動 ● 主題活動：如 618、雙 11、雙 12...等	● 即時 / 每日 ● 每日互動、每週更新 ● 每月不定期多次	1. 2025 年客戶商品滿意度為 4.6 分(滿分 5 分)，透過商品銷售的消費者評價調查與即時客服回饋，展現服務品質與回應效率。 2. 主要營收來自 APP： ● iOS 評價：4.5 分 ● Android 評價：4.5 分 ● 評價長期維持在 4 分以上 ● Google 商家評分：3.5 分 3. 數位工具導入與優化： ● 導入整合行銷 CDP 系統 ● 建置 AI 智能客服系統 4. 品牌黏著度提升，社群與 APP 推播互動率高，強化顧客參與與忠誠度。

				5. 產品與服務持續優化，依據用戶意見改善功能與流程，降低客訴、提升體驗。 6. 永續發展導向，消費者聲音納入永續策略，強化市場競爭力與成長動能。 7. 資訊安全機制強化，回應個資保護關注，降低資安風險。 8. 用戶自動回流成效佳： ● 每日約 11 萬用戶固定回流 ● 每月至少 35 萬人回流 ● 大檔活動期間回流倍增
供應商	供應商是納維康生技 O2O 電子商務平台營運不可或缺的夥伴，直接影響產品的多樣性、品質穩定性與顧客滿意度。穩定的供應來源可確保商品不中斷，優質的供應商則有助於提升品牌形象與顧客信任。納維康生技也與供應商合作推動永續採購與環保產品，落實 ESG 目標，並透過共同開發創新產品與商業模式，促進雙方持續成長。	● 策略夥伴會議 ● 績效檢討會	● 不定期	1. 2025 年每季與重要策略夥伴持續討論各種商品方案，溝通修正提升產品力。 2. 導入永續產品線、強化供應鏈透明度與合規風險控管 3. 數位工具導入與優化： ● 優化 OP 製作系統 ● 導入機器人流程自動化（RPA） ● GenAI 工具人機協作開發與導入 Claude Code 作為核心 AI 協作開發工具
股東和其他投資者	投資人是公司生存發展的重要支持者，透過資金投入與公司治理監督，讓企業能永續生存發展。	● 股東會 ● 公司官網投資人專區及投資人聯繫窗口 (https://www.gomaji.com/stakeholder)	● 每年一次 ● 不定期 ● 不定期 ● 即時	召開股東會 1 次，臨時股東會 1 次

		● 公開資訊觀測站 (https://mopsov.twse.com.tw/mops/web/index) ● 發言人及代理發言人		
金融機構	本公司線上銷售，高度依賴線上代收金融機構，消費者消費時付款的便利性及即時性，將有利消費者的衝動消費購買體驗，可提高營收。	● 代收金融機構：每日撥款 , 故遇到問題隨時與對方窗口討論	● 隨時	1. 線上代收金融機構市場服務公司眾多競爭激烈，選擇使用人數多的產品。 2. 本公司所合作的金融機構具備高便利性與即時性並兼顧穩定及安全性。 3. 在收款與退款流程方面皆能符合公司作業需求，有效支持平台金流運作。
政府	政府是納維康生技的重要利害關係人，對公司營運與發展有直接影響。作為政策制定與監管單位，政府在稅務、勞工、環保等領域皆扮演關鍵角色。相關法規會影響公司的經營策略與成本結構，而補助或優惠措施則有助於企業成長。納維康生技持續關注政策變化，確保合規經營並善用政府資源推動永續發展。	● 修法會議 ● 消費者保護季會（提出案件檢討及改善方式） ● 勞動課程、宣導說明會、勞動局來函公文 ● 董事暨公司治理主管進修訓練 ● 衛生局督導稽查 ● 參與政府座談會及交流、課程	● 不定期 ● 定期 ● 不定期 ● 定期 ● 不定期 ● 不定期	1. 主要溝通對象：主管機關、各縣市政府衛生局、法務局、消保中心、勞動局、國稅局、臺灣證券交易所、地檢署、警察局等。 2. 政府機關同時規範企業行為與提供營運資源支持。 3. 納維康生技集團全面遵守消費者保護等相關法規。 4. 與政府機關的持續溝通，為公司發展提供原則依據與政策指引。 5. 2025 年回覆各政府單位公函共 56 件。
媒體		● 新聞稿發送	● 不定期	新聞露出

	透過定期 / 不期媒體溝通、發稿，與媒體建立友善關係，並創造公司聲量，透過媒體力量接觸既有用戶及潛在用戶群...等利益關係人。			● 靠數據行銷翻轉平台體質，布局大健康助攻營運升級：至少 8 則以上媒體曝光 ● 澳洲第三大保養品牌 Nature ‘s Care 慶 35 週年！最新研發高含量魚油商品、最新鮮橄欖油在 GOMAJI 都買得到：至少 4 則以上媒體曝光

重大主題鑑別

為了讓本報告書揭露的資訊能夠符合利害關係人的需求，透過「了解組織脈絡」、「鑑別永續議題之實際及潛在衝擊」、「評估衝擊顯著性」、「永續議題揭露報導」等 4 大步驟，決定重大永續主題。2025 年重大主題經內部主管會議檢視與確認後，與 2024 年度設定之重大主題一致。

STEP 1 了解組織脈絡	納維康生技股份有限公司相關永續議題參考包含 GRI 主題準則、SASB 準則、金管會永續指標、及同業報告書之重大主題等，將 32 項永續議題彙整出 18 項重大性永續主題。
STEP 2 鑑別永續議題之實際及潛在衝擊	由外部專家依公司於該永續議題對經濟、環境、人群（包括人權）之實際或潛在的負面衝擊與正面影響進行評分，再將各主題之實際負面衝擊、潛在負面衝擊、實際正面影響、潛在正面影響於經濟、環境、人群（包括人權）之得分相加後排序，總分大於 12 分者為本公司之重大主題，但 SASB 列出之主題於評分後優先考量列為重大主題。
STEP 3 評估衝擊顯著性	評分結果經外部專家與公司各一級單位主管及直屬二級單位主管於永續發展分組會議上開會討論後核定，藉由過去營運經驗，探討議題的影響顯著程度與可能性，分析確定 8 項重大性永續主題。
STEP 4 永續議題揭露報導	重大性永續主題分析結果，外部專家依議題性質，並與公司各部門進行綜合性評估，最終把 8 項重大性永續主題歸納為 6 個重大主題管理內容，其中「勞資關係與溝通」、「人才聘用與吸引」、「人才培育與發展」三項整併為「人才永續發展」，並透過永續報告書向利害關係人進行溝通跟回應。

重大主題鑑別結果

重大主題鑑別結果					
重大主題					
1 資訊安全及隱私保護權	2 人才永續發展	3 財務績效與營運風險	4 供應商管理	5 客戶關係管理	6 公司治理與誠信
其他主題					
7 風險管理	8 原物料管理	9 能源與溫室氣體排放	10 自然生態保育	11 氣候變遷調適	12 廢水、廢棄物管控
13 職業安全與健康管理	14 人權保護	15 社會回饋與參與	16 產品責任與客戶安全		

重大主題邊界說明

永續主軸	重大主題	對應 GRI 主題	各面相衝擊發生邊界							管理方針及相關內容對應章節
			商業夥伴（商業行為衝擊）							
			員工和其他工作者	消費者 / 客戶	供應商	股東和其他投資者	金融機構	政府	媒體	
G 誠信治理	資訊安全及隱私保護權	GRI 418		●		▲	●	▲	○	1.3 風險管理
	財務績效與營運風險	GRI 201-1 GRI 201-4	●		▲	●	▲	○		1.1 企業概況
	供應商管理	GRI 204 GRI 308 GRI 414	●	▲	●	▲	○		○	2.1 供應鏈管理
	公司治理與誠信	GRI 205	●	▲	▲	●	●	▲	○	1.2 公司治理
S 友善社會	人才永續發展	GRI 202-2 GRI 401-1 GRI 404-3 GRI 404-1 GRI 405-1	●			▲				4.1 麻吉任用與培育
	客戶關係管理	GRI 416 GRI 417	●	●	▲	▲	○		▲	2.2 品質管理
備註：●：造成衝擊；○：直接相關；▲：促成衝擊										

第一章 深耕經營管理

1.1 企業概況

公司簡介

關於納維康

◆ 以創新方案協助店家順利營運、發揮潛力，並與店家一同永續成長；同時讓消費者享有划算購物的好體驗，成為日常生活中不可或缺的好麻吉。

◆ 成立以來以吃喝玩樂的優惠平台為定位，涵蓋『美食餐券』、『旅遊住宿』、『美容舒壓』、『生活娛樂』等各領域類型的吃喝玩樂包羅萬象，不斷面對挑戰積極發展更全面的 OMO 商業模式，讓合作店家能夠發揮潛力，一同永續成長。同時也致力於讓消費者能獲得享有好品質、夠划算的消費體驗，成為人人日常生活中不可或缺「懂生活的好麻吉」。

◆ 多角化經營，發展澳洲進口品牌商品事業及農良事業，進口食品及保養保健品等買賣及農產品銷售批發。

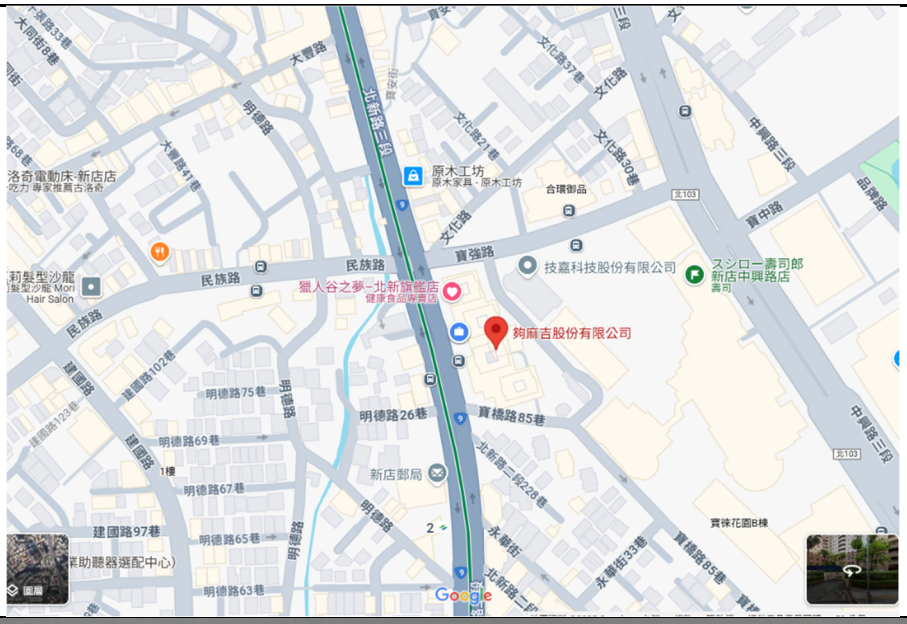
納維康文化

◆ 熱情活力：熱愛生活，情感充沛，會大方、自然地表達情緒及感受。

◆ 聰明講究：懂吃、懂玩、懂生活，會分享值得講究的生活知性內容。

◆ 友善麻吉：保持友善、正面、親切的態度溝通，把消費者視作自己的真實朋友。

公司名稱	納維康生技股份有限公司 (原為夠麻吉股份有限公司，2026/6/25 起更名為納維康生技股份有限公司)
股票代碼	8472
市場別	數位雲端
成立日期	2010 年 07 月 12 日
公司類型	上櫃
上櫃日期	2016 年 01 月 11 日
實收資本額	177,358,000 新台幣元
公司總部地址	新北市新店區北新路二段 262 號二樓之 6

地理位置圖	
門口外觀	

本公司於西元 2010 年 7 月設立，主要經營業務為一網路交易平台，提供消費者優惠券票券網路團購服務，主要入口網站為 Gomaji 平台（https://www.gomaji.com/）。2021 年起多角化經營，跨足發展大健康品牌事業及農良事業，主要從事保健品、食品及保養品等進口商品買賣，以及農產品買賣批發。

本公司以創新方案協助店家順利營運，並與店家一同永續成長，同時帶給消費者吃 / 喝 / 玩 / 生活的全方位一站式購物體驗，成為日常生活中不可或缺「懂生活的好麻吉」。

公司沿革

年度	內容
2010 年	10 月 Yahoo！奇摩團購聯名頻道合作簽約。11 月 創推出團購全程退費保證及免付費客服電話。
2011 年	1 月 創推出全程退款及店家風險雙重保證。4 月 創手機團購 iPhone APP，推出即獲台灣區下載 No.1。6 月 推出『一起旅行』頻道。
2012 年	1 月 得 Yahoo！inc 策略投資。4 月 麥當勞合作銷售早餐 10 萬筆 20 萬份，破團購史上記錄。5 月 出電視節目『食在夠麻吉』。
2013 年	1 月 omaji 舉辦第一屆團購奧斯卡頒獎典禮。5 月 列為 2013 年天下雜誌 2000 大企業服務類別第 500 名，成長最快速的公司第 11 名。8 月 LINE 官方帳號上線。
2014 年	3 月 獲數位時代雜誌『2014 年台灣網站 100 強』第 37 強特別報導。6 月 公司更名為『夠麻吉股份有限公司』。12 月 通過 TPIPAS 規範並取得 DP.mark 標章。
2015 年	1 月 股票登錄興櫃買賣。3 月 舉辦臺北士林夜市與饒河夜市美食大 PK，首創夜市美食團購活動。8 月 將團購 APP 及夠麻吉 APP 整合合併成同一 APP。
2016 年	1 月 股票登錄櫃買中心買賣。4 月 轉型為吃喝玩樂券平台。7 月 Gomaji APP 推出「訂便當」服務，9 月 擴及至「叫外送」服務。
2017 年	4 月 推出 ONE-APP，整合「Gomaji APP」及「行動支付 Gomaji PAY APP」。10 月 推出雲端咖啡館。11 月 推出宅配商品超商取貨服務。
2018 年	1 月 旅遊商品拓及至日本，包含交通、樂園票券、WI-FI 租借及住宿訂房等。4 月 與創業家策略聯盟，聯合打造本公司宅配購物頻道。6 月 與全台 5000 家品牌飯店旅宿攜手推出「國內線上即時訂房系統」。
2019 年	4 月 休息泡湯現有空機制。9 月 消費者自主核銷機制。
2020 年	7 月 Gomaji APP 美容舒壓、旅遊住宿、情侶休息、按摩頻道地圖功能上線。9 月 萊爾富麻吉便利店上線及聰明賺點新商家上線。10 月 收取開票手續費機制上線。
2021 年	3 月 KOL 網紅媒合平台，提供 IG、Blog、直播、影片等多元行銷管道協助店家曝光。4 月 美容舒壓線上預約系統，提供用戶可於購買時立即預訂或購買後再預訂的雙訂模式。6 月 宅配美食頻道，於疫情期間銷售宅配到府的生鮮熱食等，朝垂直電商發展。8 月 農良服務啟動，提供店家從產地到餐桌所需的食材銷售服務。9 月 客戶價值分群管理系統建立。
2022 年	2 月 泡湯 / 息線上預約系統，協助店家房間或湯屋使用的最大化。3 月 旅遊行程頻道，提供消費者輕鬆預定行程。7 月 Gomaji 優惠 X 悠遊國旅開跑，替國人的夏日旅遊省更多。8 月 Gomaji 網站支援台灣 Pay 付款。9 月 Hunter's Dream SOGO 台北忠孝店開幕。10 月 2022 麻吉烤肉節。
2023 年	2 月 Gomaji App 麻吉行動地圖。5 月 「獵人谷之夢」旗艦店開幕。6 月 2023 麻吉城市樂園。9 月 第二屆「麻吉烤肉節」花博熱力登場。11 月 參與北區淨零綠生活地方創新轉型推動。12 月 全渠導線上客服導入。
2024 年	9 月 首次淡季造節 919 麻吉節創高營收，免開票手續費機制上線。12 月 導入 CDP 數據管理系統，啟動 AI 應用規劃，系統架構及監控優化。
2025 年	1 月 Gomaji CDP 顧客數據平台正式上線，正式啟動數據轉型！3 月「跨境好物」頻道上線，澳洲直送跨境保健品平台 OZWAYS，帶給麻吉最快速有保障的多元保健選擇。4 月「購物金兌換專區」上線，提供消費利用購物金，更方便優惠的兌換澳洲嚴選好物。5 月「健康商城」頻道上線，正式將全方位、多元品類的大健康商品，帶給消費者。11 月推出活動頁結合購物車結帳功能方便消費者搭配選購。

股東結構

股東結構		
		截止日期：2026-3-31
股東	持股股數	持股比例(%)
澳台國際投資股份有限公司	9,888,000	55.75%
陳素珍	793,000	4.47%
游國威	501,000	2.82%
吳明諺	320,000	1.80%
林素滿	296,000	1.67%
林翠莉	260,000	1.47%
呂紋佳	236,000	1.33%
潔元投資有限公司	207,271	1.17%
Rose Star Investment	206,689	1.17%
吳進昌	173,000	0.98%

營運項目

本公司主要營業收入為電子商務收入、商品銷售收入及廣告收入，說明如下：

(1) 電子商務收入

主要係本公司架設網站，與上游供應商合作，簽訂固定折扣及數量之優惠商品或服務，以優惠券方式提供予使用者於網路交易平台消費，供應商包括品牌連鎖餐廳、主題特色餐廳、SPA 會館、養生按摩...等吃喝玩樂之店家，藉由此網路交易平台，消費者在網站下訂單後，供應商於接獲通知兌換提供服務或出貨後，本公司再依合約簽訂之內容向供應商就差額收取勞務收入。

(2) 商品銷售收入

本公司於 2021 年起發展品牌事業及農良事業，品牌事業主要推廣澳洲知名進口品牌，銷售橄欖油、酒、保健保養品及零食等商品，銷售通路包含線上 Gomaji 網站、蝦皮及 MOMO 等網站，線下包含各公司行號及通路商等，實體店面包含高雄大樂購物中心、SOGO 台北忠孝店及新店北新店；農良事業營收來源則為餐廳供應新鮮農產品，主要供貨對象包含既有合作餐廳、月子中心及大型星級餐廳等。

(3) 廣告收入

主要係本公司之網路流量大且瀏覽人數眾多，店家若欲透過此網路交易平台提升其知名度，本公司亦提供廣告服務，收取廣告收入。

財務績效管理

本公司主要營運模式係透過多元行銷方式與資源整合，協助合作店家活化閒置資源並提升行銷推廣效能，同時賦能商家強化市場競爭力。近年本公司積極推動營運轉型，布局大健康產業，並導入 AI 系統強化會員數據應用，賦能品牌事業及農良事業，布局食品、保健品與保養品等相關市場，並建構農產品供銷平台，結合既有會員資源以擴大營運基礎。面對市場競爭日益激烈之環境，本公司將持續深化與商家之合作關係，精進多元服務與創新行銷策略，並積極探索創新商業模式，以因應快速變動之市場需求並提升整體經營績效。

本公司 2025 年含稅交易總金額約新台幣 16 億元（以下同），較 2024 年減少約 2 億元。惟受惠於近年推動品牌再造及轉型策略逐步發酵，2025 年合併營業收入為 4.78 億元，較 2024 年 3.37 億元增加約 1.41 億元。

公司定期檢視營運與財務效益，並透過營運會議即時調整策略；客服部門設有申訴窗口，保障利害關係人權益與資訊透明。

重大主題	財務績效與營運風險
影響利害關係人	供應商、金融機構、政府、股東和其他工作者、員工和其他工作者
重大原因	財務績效與公司的營運息息相關，好的營運績效連動良好的財務績效，有助於提升股東、客戶、供應商、金融機構及社會大眾對公司的信心，也有利於提供員工歸屬感。
策略/管理做法	本公司主要經營業務為一網路交易平台，提供消費者網路團購服務。主要入口網站為 Gomaji 平台。2021 年起多角化經營，發展品牌事業及農良事業，主要從事食品、保健品及保養品等進口商品買賣，以及農產品買賣批發。每周固定召開主管會議討論營運對策，並依實際營運狀況調整策略。
正/負面衝擊項目	**正面衝擊項目** 1. 聚焦高效益店家與票券組合銷售：積極擴大國內旅遊與在地體驗型票券佈局，強化住宿、景點與美食餐飲等商品供給，優化票券組合結構以提升整體獲利能力。 2. 第二曲線品牌經銷拓展：引進新商品線及啟動品牌國際市場布局，可運用數位營運能力之綜效優勢，並結合本公司既有的會員經營與行銷科技能力，強化品牌識別與台灣市場的滲透率，以提升整體銷貨收入。 **負面衝擊項目** 1. 同業競爭激烈、流量紅利消退：傳統電商平台與內容型社群媒體逐步結合消費行為，透過沉浸式體驗與直播導購快速搶占用戶注意力，使得電子票券平台面臨流量分散與行銷效益遞減，競爭態勢日趨白熱化，造成整體「流量紅利」明顯衰退，整體獲利能力隨著減少。 2. 財務績效不佳，會影響股東、客戶對公司的信心，減少投資及客戶消費訂單。
負面補救及預防措施	1. 深度本地生活整合能力：提供消費者從餐飲、美容、旅宿到展演等涵蓋生活多層面的票券選擇，創造「一站式生活提案」的購物體驗。

	2. 強化會員經營與精準行銷能力：透過 CDP 平台進行自動分群與個人化推薦，並定期透過 APP 及 LINE 推播提升回購率與黏著度。 3. 線上品牌活動提升品牌記憶點：建立並固定舉辦線上品牌活動，增強消費者參與感與品牌識別度。
正面衝擊管制措施	深化垂直主題內容，聚焦「大健康」等高成長族群，打造差異化票券組合，提升用戶黏著度。同時運用 CDP 與 BI 數據工具，進行精準分眾行銷與會員經營，並結合地面通路開發與異業合作，持續擴大實體導流能力與市場觸及。另一方面，本公司將擴大導入預約系統等營運工具，協助合作店家優化服務流程、控管人流與提升顧客體驗，降低人力依賴並強化經營效率。透過數位工具深化與店家的合作連結，不僅提升平台價值，也有助於建立更具黏著性的長期合作關係。
2025 年目標	持續重視提升 EPS。
2025 年執行績效	● 本公司 2025 年含稅交易總金額約新台幣 16 億元（以下同），較 2024 年減少約 2 億元。惟受惠於近年推動品牌再造及轉型策略逐步發酵，2025 年合併營業收入為 4.78 億元，較 2024 年 3.37 億元增加約 1.41 億元。另在持續強化成本控管、審慎管理行銷支出並撙節各項費用下，2025 年營業費用亦顯著下降約 7,034 萬元。綜合上述因素，2025 年合併稅後淨損為 2,327 萬元，較 2024 年淨損 7,846 萬元顯著改善，虧損大幅減少約 5,519 萬元，顯示整體營運體質已逐步改善。 ● 每股盈餘成長百分比為 70.36%，達成 2025 年目標
短期目標 (2026 年)	持續開源節流，減少虧損，轉虧為盈。
中長期目標	一、AI 選品機制建置 本公司已完成顧客數據平台（CDP）導入，累積會員消費記錄、瀏覽行為等多維度數據資產。後續將以此為基礎，規劃導入 AI 選品技術，自動分析高潛力商品並提供上架決策建議，降低人工選品的時間成本與判斷風險，同時結合個人化推薦機制，依據不同消費族群即時調整行銷策略與商品曝光，以提升整體銷售轉換率與顧客滿意度。 二、拓展第二成長曲線—大健康領域布局 本公司將持續布局健康與保健相關領域，透過跨境合作引進具競爭力之海外商品，並擴充平台健康相關商品品類，涵蓋健康食品、保健品及保養品等，以建立第二成長曲線並強化長期營運動能。
有效性評估	定期或不定期財務狀況及財務績效之檢討分析，包括：營收績效、財務報告等。
申訴機制	聯絡窗口：客服部 客服網址：https://www.gomaji.com/help 客服信箱：support@gomaji.com
管理方針調整	將主力推動以大健康主題的票券為主軸，符合消費者高健康品質生活的需求，加大與健康產業商家的合作力道，包含健身中心、瑜珈教室、養生 SPA 等業態，推出主題式整合票券，提高用戶價值感與核銷意願。此外，公司將持續透過 CDP 會員管理系統與 AI 選品技術，有效媒合用戶與品

	牌商品需求，精準鎖定用戶群體，強化用戶體驗與轉換效率，提升平台整體票券使用率與擴大第二曲線品牌業務的成長。

下表為納維康生技股份有限公司 2025 年度合併財務指標摘要，呈現本年度之營收表現、盈餘狀況及各項經濟價值分配情形。此外，2025 年納維康生技獲得政府提供之陪產檢及陪產假薪資補助（產檢補助），補助金額共計新臺幣 7,868 元。

單位：新台幣仟元

項目 / 年度	2024 年	2025 年
營業收入	337,033	478,072
營業（運）成本	125,159	290,367
營業毛利	211,874	187,705
營業損益	-77,991	-31,822
營業外收入及支出	-327	11,054
稅前淨利	-78,318	-20,768
本期稅後淨利	-78,461	-23,272
本期綜合損益總額	-78,461	-23,272
每股盈餘	-4.42	-1.31
員工福利金	7,854	725
現金股利（元）	0	0
員工薪資（含員工福利）	146,088	113,618
留存經濟價值	211,404	196,255
支付出資人款項	2,293	7,572
支付政府的款項	143	11,355

備註：

1. 支付出資人的款項是指給付所有股東的股利，加上支付貸款人的利息（包含任何形式的債務及借款的利息）應付給特別股股東的未付股利。

2. 支付政府的款項指的是所有稅款（包含營業稅、所得稅、財產）跟罰金。

3.「員工薪資（含員工福利）」中的員工福利包含勞健保費用 / 退休金費用等，以金錢方式提供給員工的福利總金額（不包括教育訓練、防護設備成本或與員工工作職責直接相關的其他成本項目）；另一項「員工福利金額」指的是公司提撥至福委會給員工的福利費用，例如:員工旅遊、健康檢查、三節禮盒等，以非金錢形式提供給員工的福利之費用總額。

4. 留存的經濟價值：【營業收入】+【營業外收入及支出】-【營業成本】-【現金股利】-【所得稅】

➢ 財務報表連結：https://www.gomaji.com/stakeholder#pip-15

稅務管理

集團之稅務治理政策，為落實稅務治理並建立內部稅務管理機制，係諮詢稅務簽證會計師及國稅局各相關單位，以維持稅務遵循之正確性。目前主要遵循所得稅法、營業稅及政府頒佈相關稅務法規及解釋函令，並由財務處定期向總經理彙報集團之稅務風險環境、風險評估及因應措施。

本公司之業務模式主要在線上販售票券，故已建立系統自動開立發票機制，以確保正確遵循加值型及非加值型營業稅法之規定，同時在支付店家部份皆經內部層層審核，確保支出之合理性及取得稅法規定之必要憑證。

- 財務報表連結：https://www.gomaji.com/stakeholder#pip-15

1.2 公司治理

公司治理與誠信

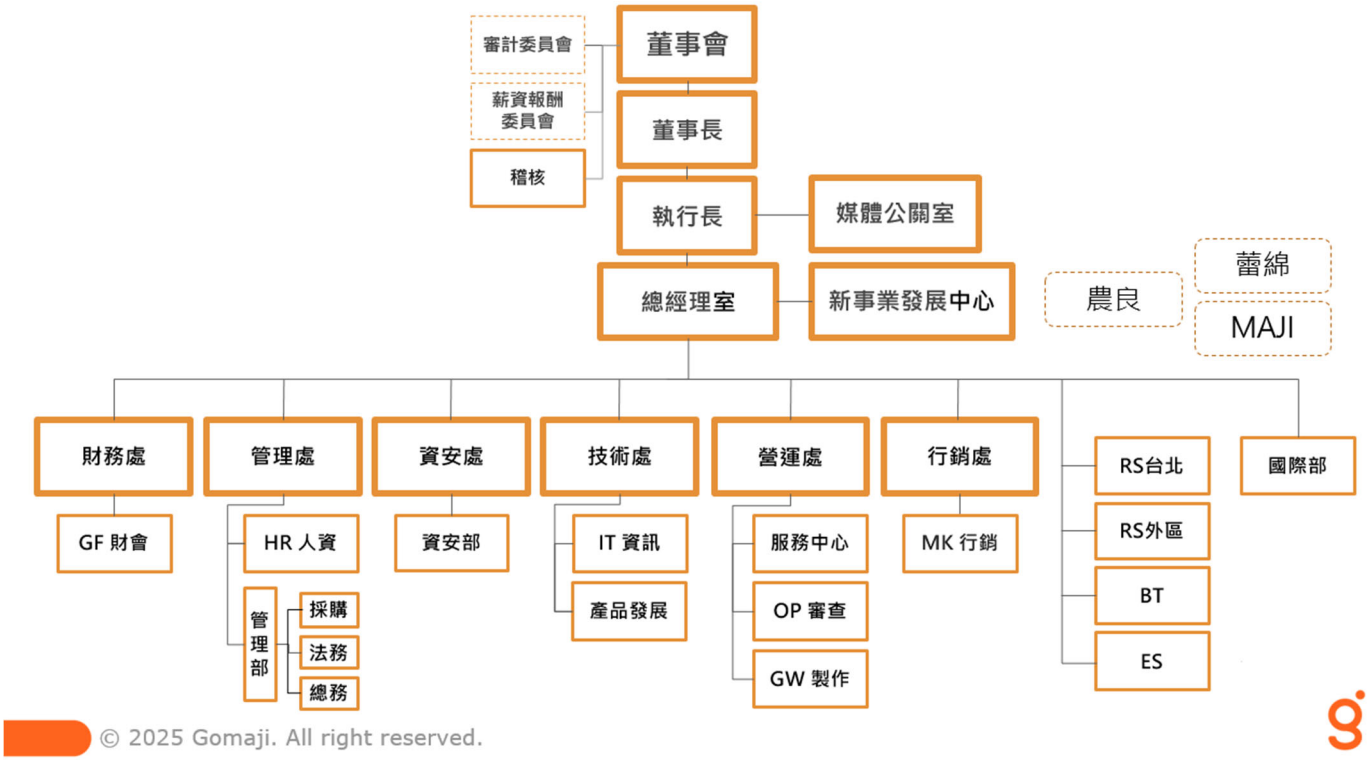
為落實公司治理與誠信經營理念，納維康生技依據相關法規與國際準則，建立完善的內控機制與誠信管理架構，並將其納入日常營運與組織文化中。納維康生技認為誠信不僅是基本的法遵要求，更是企業長期穩健發展的核心價值。因此，我們積極推動誠信文化的內化，透過政策制度、教育訓練、組織監督與利害關係人溝通，強化董事會與全體同仁對誠信治理的認知與實踐。以下管理方針與推動措施，系統性揭示公司在制度設計、目標訂定、成效執行及持續優化上的行動與承諾。

重大主題	公司治理與誠信
影響利害關係人	消費者 / 客戶、供應商、股東和其他投資者、政府、員工和其他工作者
重大原因	公司治理良好的企業能有效降低經營風險，提升決策效率，進而增強股東與利益相關者的信心。誠信是商業活動中的核心價值，能夠促進穩定的合作關係，並提升企業的品牌形象與社會聲譽。
策略/管理做法	在實踐中，企業應建立完善的內控機制、遵循法律法規、定期進行資訊揭露，並推動高層管理者以身作則，形成誠信文化。
正/負面衝擊項目	**正面衝擊** 1. 提升企業形象：良好的公司治理與誠信文化有助於建立信任，吸引投資者與合作夥伴、消費者信任。 2. 強化內部管理：透明且合規的治理機制可優化決策流程，降低風險。 3. 促進永續發展：誠信經營能增強員工向心力，並為企業創造長期價值。 **負面衝擊** 1. 聲譽損害：若缺乏誠信，企業可能因醜聞導致聲譽受損，影響市場競爭力。 2. 法律風險：不當的公司治理可能引發法律糾紛或監管罰款。 3. 資源流失：內部管理不善將導致資源浪費，進一步削弱企業效能。
負面補救及預防措施	面對潛在的負面事件時，公司應採取快速且有效的補救措施，包括即時調查問題根源、公開透明地向相關方說明情況，以及制定具體的整改計畫。此外，預防措施亦不可或缺，例如建立完善的內部控制機制、加強員工教育訓練，以及定期進行風險評估。 納維康生技持續以誠信為原則，強化治理框架，並透過主動管理風險與落實預防措施，確保企業運營的穩健性與透明度。我們相信，唯有在誠信與責任的基礎上，才能實現企業長遠的發展目標。
正面衝擊管制措施	為確保公司治理與誠信文化的落實，進行內部稽核，並定期舉辦相關培訓。此外，應制定明確的獎懲機制，以激勵員工共同維護誠信文化。
2025 年目標	確保營運流程符合相關法規與標準。
2025 年執行績效	納維康生技積極落實相關政策與措施，確保公司運營符合最高道德標準與透明度，達成 2025 年目標。

	在公司治理方面，我們強化董事會功能，定期召開會議以檢討並優化內部控制機制。持續提升資訊揭露的透明度，確保股東與利害關係人能及時掌握公司的重要資訊。 在誠信經營方面，我們全面推行反貪腐政策，並加強員工教育訓練，提升全體員工的法遵意識。設立了專門的檢舉管道，鼓勵內外部利害關係人對可能的違規行為進行舉報，進一步鞏固誠信文化。 履行誠信經營執行之成果： ● 未有供應商、客戶或其他交易對象有不誠信行為。 ● 違反誠信申訴信箱收到檢舉案件 0 件。 ● 員工並無發生違反誠信經營之行為。 ● 新進員工簽署「聘僱契約書」共 21 人。 ● 舉辦「上市上櫃公司誠信經營守則」、「員工道德與誠信宣導」、「營業秘密」、「智財侵權」及「個人資料保護」等相關議題之內部教育訓練及測驗共計 2.5 小時、參訓人數為 80 人。 ● 董事及經理人參與公司治理及誠信經營課程至少 6 小時/人以上。
短期目標 (2026 年)	舉辦「上市上櫃公司誠信經營守則」、「員工道德與誠信宣導」、「營業秘密」、「智財侵權」及「個人資料保護」等相關議題之內部教育訓練及測驗 2.5 小時，覆蓋率 80%，確保營運流程符合相關法規與標準。
中長期目標	**1. 強化董事會職能** 持續優化董事會運作，提升決策效率，並確保其獨立性與專業性。 **2. 完善內部控制機制** 定期檢視內部稽核制度，確保風險管理與合規運作，降低營運風險。 **3. 推動企業文化** 深化誠信文化，透過教育訓練與宣導，將誠信理念融入全體員工的日常行為。 **4. 加強資訊透明度** 提升財務及非財務資訊的揭露品質，確保與股東及其他利益相關方的有效溝通。
有效性評估	根據稽核結果，公司在治理透明度與誠信經營方面表現良好。然而，對於利益衝突的管理仍有進一步改善空間，建議加強相關政策執行力。
申訴機制	稽核單位 - 稽核經理（02）2711-8177 #730
管理方針調整	我們強調誠信文化的落實，透過員工培訓與宣導，讓全體成員深刻理解誠信的重要性。舉報機制確保任何違規行為能被及時發現與處理。 未來，本公司將持續關注國際治理趨勢，並結合本地實際需求，不斷優化管理方針，致力於成為具高度信任與責任的企業典範。

組織架構

本公司組織架構採雙軌治理與營運並行設計，由董事會負責監督，執行長與總經理統籌營運，並設有策略長與新事業發展中心強化未來布局。各部門分工明確，涵蓋管理、財務、資安、業務、營運與行銷等職能，確保營運效率與服務品質，展現公司穩健管理與持續創新的能力。



董事會

本公司之董事會應指導公司策略、監督管理階層、對公司及股東負責，其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，本公司並無董事長兼任總經理之情形。

共計 9 席董事，包含 5 席董事及 4 席獨立董事，整體董事會所具備之能力符合本公司未來發展所需並落實本公司董事會成員多元化政策，現有本公司落實董事會成員多元化政策之情形。本公司董事成員中獨立董事占比 44%、具員工身份之董事占比為 33%、女性董事占比為 44%，已達成 1 / 3 名成員為女性董事的目標。董事年齡 60 歲以上有 6 名，50~59 歲有 2 名，40~49 歲有 1 名，4 席獨立董事連續任期均不超過三屆。

<table>
<tr><td>職稱</td><td>姓名</td><td>性別</td><td>年齡</td><td colspan="3" rowspan="2">產業經驗</td><td colspan="4" rowspan="2">專業能力</td></tr>
<tr><td>董事長</td><td>吳進昌</td><td>男</td><td>51 歲以上</td></tr>
<tr><td>主要學經歷</td><td colspan="3">雪梨科技大學碩士
澳洲–Nature's Care Manufacture Pty Ltd. 創辦人董事</td><td>銀行 /
財務</td><td>經營管理</td><td>業務行銷</td><td>研發</td><td>會計及
財務分析</td><td>資訊科技</td><td>風險管理</td></tr>
<tr><td>初次(選)就任日期</td><td colspan="3">2021 年 02 月 25 日</td><td rowspan="2">✓</td><td rowspan="2">✓</td><td rowspan="2">✓</td><td rowspan="2">✓</td><td rowspan="2"></td><td rowspan="2"></td><td rowspan="2">✓</td></tr>
<tr><td>目前兼任公司
及其它公司職務</td><td colspan="3">納維康生技(股)公司董事長
澳台國際投資(股)公司董事長
澳良國際有限公司董事長
財團法人珍愛教育基金會董事長</td></tr>
<tr><td>職稱</td><td>姓名</td><td>性別</td><td>年齡</td><td rowspan="5">✓</td><td rowspan="5">✓</td><td rowspan="5">✓</td><td rowspan="5">✓</td><td rowspan="5"></td><td rowspan="5"></td><td rowspan="5">✓</td></tr>
<tr><td>董事</td><td>陳素珍</td><td>女</td><td>51 歲以上</td></tr>
<tr><td>主要學經歷</td><td colspan="3">Australasian College Natural Therapies
澳洲–Nature's Care Manufacture Pty Ltd. 創辦人董事</td></tr>
<tr><td>初次(選)就任日期</td><td colspan="3">2021 年 02 月 25 日</td></tr>
<tr><td>目前兼任公司
及其它公司職務</td><td colspan="3">納維康生技(股)公司執行長
澳台國際投資(股)公司監察人
澳良國際有限公司董事
財團法人珍愛教育基金會董事</td></tr>
<tr><td>職稱</td><td>姓名</td><td>性別</td><td>年齡</td><td rowspan="5">✓</td><td rowspan="5">✓</td><td rowspan="5">✓</td><td rowspan="5"></td><td rowspan="5">✓</td><td rowspan="5">✓</td><td rowspan="5">✓</td></tr>
<tr><td>董事</td><td>王玉玲</td><td>女</td><td>31 - 50 歲</td></tr>
<tr><td>主要學經歷</td><td colspan="3">淡江大學會計系
香港商納維康股份有限公司 台灣分公司 財務長</td></tr>
<tr><td>初次(選)就任日期</td><td colspan="3">2021 年 02 月 25 日</td></tr>
<tr><td>目前兼任公司
及其它公司職務</td><td colspan="3">納維康生技(股)公司特助兼代理發言人
澳良國際有限公司財務長</td></tr>
</table>

職稱	姓名	性別	年齡	產業經驗			專業能力			
董事	吳鎧圳	男	31 - 50 歲	銀行/財務	經營管理	業務行銷	研發	會計及財務分析	資訊科技	風險管理
主要學經歷	Ritsumeikan Asia Pacific University- BBA International Management 澳洲 - Nature's Care Manufacture Pty Ltd 執行長 澳洲 - Hunter's Dream Pty Ltd Managing Director									
初次(選)就任日期	2024 年 05 月 30 日			✓	✓	✓	✓		✓	✓
目前兼任公司及其它公司職務	納維康生技(股)公司策略長 農良股份有限公司 / 總經理									
職稱	姓名	性別	年齡	✓	✓	✓		✓		✓
董事	孔德馨	女	51 歲以上							
主要學經歷	英國諾丁漢大學國際商法碩士									
初次(選)就任日期	2024 年 05 月 30 日									
目前兼任公司及其它公司職務	佳城實業股份有限公司/法律顧問 黑騎管理顧問有限公司/法律顧問 財團法人白陽大道教育基金會/監事									
職稱	姓名	性別	年齡	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
獨立董事	林坤正	男	51 歲以上							
主要學經歷	臺灣大學管理學院碩士 EMBA 孔雀魚普惠科技創辦人 PayEasy 總經理									
初次(選)就任日期	2021 年 02 月 25 日									
目前兼任公司及其它公司職務	王道商業銀行(股)公司董事 健康聯網資訊服務(股)公司董事 孔雀魚數位科技(股)公司董事長 台灣工銀科技顧問(股)公司董事									

職稱	姓名	性別	年齡	產業經驗	專業能力

獨立董事	陳榮隆	男	51 歲以上	銀行/財務	經營管理	業務行銷	研發	會計及 財務分析	資訊科技	風險管理
主要學經歷	輔仁大學法學博士 輔仁大學法律學院 / 榮譽講座教授									
初次(選)就任日期	2024 年 05 月 30 日			✓	✓	✓		✓		✓
目前兼任公司 及其它公司職務	禾聯碩(股)公司獨立董事 原創生醫股份有限公司獨立董事									
職稱	姓名	性別	年齡	✓	✓	✓		✓		✓
獨立董事	楊淑卿	女	51 歲以上							
主要學經歷	台灣大學會計研究所碩士 第一聯合會計師事務所 / 執業會計師 國富浩華聯合會計師事務所執業會計師									
初次(選)就任日期	2024 年 05 月 30 日									
目前兼任公司 及其它公司職務	勤貿實業(股)公司董事 新東陽(股)公司監察人 中國租稅研究會監事									
職稱	姓名	性別	年齡	✓	✓	✓		✓		✓
獨立董事	黃添昌	男	51 歲以上							
主要學經歷	國立政治大學 財政研究所碩士 臺灣中小企業銀行總經理兼董事長									
初次(選)就任日期	2024 年 05 月 30 日									
目前兼任公司 及其它公司職務	禾聯碩(股)公司獨立董事 宜進實業(股)公司獨立董事 上詮光纖通信(股)公司獨立董事									

董事會提名遴選

本公司於強化董事會之獨立性及多元性不遺餘力，並期望董事會能兼顧專業及性別之平衡，希望透過不同背景、視野加強集思廣益並優化決策，因此本公司董事成員除了有過去相關產學經驗外，董事會女性董事亦達 4 席。

遴選獨立董事管道由本公司主動徵詢相關優秀人選，過程除董事會成員參與討論外，更依照本公司未來第二曲線發展規劃，徵詢適合之獨立董事人選。

獨立董事候選人於獲推薦提名前提供相關學經歷證明，以確認候選人之專業資格與獨立性。同時為確保獨立董事得以客觀行使職權，避免因久任降低其獨立性，本公司已於 2024 年改選獨立董事，且獨立董事增為 4 席。

相關說明於官網的「董事會成員多元化政策」專區，路徑為：官網→投資人管理專區→公司治理→董事會成員多元化政策。網址：https://www.gomaji.com/stakeholder#pip-21"

利益迴避

董事會與經營團隊職責分明，無涉及職務重疊所可能產生之利益衝突問題。以下案件因董事吳鎧圳為本案利害關係人，因利害關係應予利益迴避不參與討論及表決。整體而言，顯示公司已落實利益迴避原則，確保治理結構之公正性與透明度。

納維康生技股份有限公司 第七屆第十一次董事會	
案由三：本公司與 Nature’ s Care Manufacture Pty Limited 之關係人交易案，提請　討論。	
說明	一、依本公司關係人交易管理辦法第六條二(二)，本公司與關係人之間經常性營業活動交易，預計全年度交易金額達公司最近期合併總資產或最近年度合併營業收入淨額之百分之五者，除適用公開發行公司取得或處分資產處理準則規定，或屬本公司與母公司、子公司或子公司彼此間交易者外，應將下列資料提交董事會通過後，始得進行交易。本公司依前述管理辦法，與關係人 Nature’ s Care Manufacture Pty Limited 下稱「Nature's Care」) 交易之評估說明及擬簽訂之經銷合約稿本(含中、英條文對照表)，請詳附件六。
	二、呈請追認截至本會議日止，與 Nature's Care 已發生之營業活動交易；通過重新與 Nature's Care 簽訂合約，合約期間自 2025 年 3 月 1 日起有效之經銷合約，以及 114 年及 115 年全年度之預計合併進貨總額，每季將實際之交易金額列為定期報告事項報告予董事會。
	三、與 Nature's Care 合約之簽訂，將依公司法及公開發行公司審計委員會行使職權辦法第 5 條之相關規定，由獨立董事成員代表本公司向該關係人簽訂合約，授權書請併詳附件六。
	四、本案業經審計委員會審議通過，並決議由召集委員陳榮隆獨立董事代表本公司與關係人簽訂合約。
	五、 提請　決議。
因吳鎧圳董事為本案之利害關係人，依公司法第 206 條規定，應予利益迴避，請吳鎧圳董事離席迴避	
決議	本案除因吳鎧圳董事為本案之利害關係人應與利益迴避不參與討論及表決外，經主席徵詢其餘出席董事無異議照案通過。

董事會進修

為強化公司治理品質並因應快速變動的營運環境，納維康生技鼓勵董事會成員持續參與專業課程進修。透過參與涵蓋公司治理、資訊安全、永續發展、財務揭露、ESG 趨勢與生成式 AI 應用等主題課程，董事成員能即時掌握最新法規趨勢與市場動態，提升對風險管理、永續策略及決策品質的掌握。

2025 年度，公司董事會成員共修習多達 13 門以上課程，累積 64 小時進修時數，展現對於職責的高度重視與自我精進的態度。藉由這些學習，董事不僅能履行監督職責，更能與公司治理單位攜手強化透明度、提升企業競爭力，落實誠信經營與永續發展的核心目標。

職稱	姓名	2025 年進修日期	主辦單位	課程名稱	進修時數	總時數
董事長	吳進昌	11 月 27 日	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	談綠色及轉型金融行動方案-永續發展藍圖與董事責任	3	6
		11 月 28 日	社團法人中華公司治理協會	強化組織韌性的雙軸轉型 AI 治理與永續治理	3	
董事	陳素珍	11 月 27 日	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	談綠色及轉型金融行動方案-永續發展藍圖與董事責任	3	6
		11 月 28 日	社團法人中華公司治理協會	強化組織韌性的雙軸轉型 AI 治理與永續治理	3	
	吳鎧圳	11 月 28 日	社團法人中華公司治理協會	強化組織韌性的雙軸轉型 AI 治理與永續治理	3	6
		12 月 08 日	財團法人台北金融研究發展基金會	生成式 AI 的商業價值與數位風險	3	
	王玉玲	02 月 21 日	社團法人中華民國公司經營暨永續發展協會	公司治理與證券法規-我國推動永續發展政策及證券相關法令規定	3	6
		11 月 28 日	社團法人中華公司治理協會	強化組織韌性的雙軸轉型 AI 治理與永續治理	3	
	孔德馨	02 月 21 日	社團法人中華民國公司經營暨永續發展協會	公司治理與證券法規-我國推動永續發展政策及證券相關法令規定	3	6
		11 月 27 日	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	談綠色及轉型金融行動方案-永續發展藍圖與董事責任	3	
獨立董事	陳榮隆	02 月 21 日	社團法人中華民國公司經營暨永續發展協會	公司治理與證券法規-我國推動永續發展政策及證券相關法令規定	3	9

		10 月 20 日	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	永續資訊之揭露趨勢-IFRS SI 及 S2 永續揭露準則之發布、影響及因應	3	
		10 月 20 日	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	企業誠正經營暨防弊鑑識實務	3	
	楊淑卿	02 月 21 日	社團法人中華民國公司經營暨永續發展協會	公司治理與證券法規-我國推動永續發展政策及證券相關法令規定	3	6
		11 月 21 日	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理法律視角下的企業治理：董監事不可不知的經營風險與責任	3	
	黃添昌	02 月 21 日	社團法人中華民國公司經營暨永續發展協會	公司治理與證券法規-我國推動永續發展政策及證券相關法令規定	3	9
		05 月 15 日	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	董監事暨公司治理主管系列課程-矽光子定義網路：矽光子(SiPh)與共同封裝光學(CPO)的發展趨勢	3	
		08 月 26 日	社團法人中華民國公司經營暨永續發展協會	構建企業安全堡壘：高階管理人員不可不知的資訊安全策略	3	
	林坤正	02 月 13 日	社團法人中華公司治理協會	最新人工智慧之發展趨勢與風險管理架構之實務探討	2	11
		04 月 09 日	社團法人台灣投資人關係協會	企業永續--從焦慮到策略	2	
		05 月 09 日	社團法人台灣投資人關係協會	ESG 公司治理：誠信經營與性別平等、公平服務的新紀元	2	
		07 月 21 日	財團法人台北金融研究發展基金會	公司治理-自然碳匯與生物多樣性--創造企業轉型新機遇	2	
		10 月 13 日	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	教授 董事與監察人(含獨立)暨公司治理主管實務進階課程講師	1	
		10 月 21 日	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	教授 董事與監察人(含獨立)暨公司治理主管實務進階課程講師	1	
		10 月 31 日	財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會	教授 董事與監察人(含獨立)暨公司治理主管實務進階課程講師	1	

董事會績效評估

為落實公司治理並提升董事會的功能，本公司於 2019 年 05 月 10 日首次訂定「董事會績效評估辦法」，並經董事會決議通過，明訂董事會每年需執行一次董事會績效評估，每三年委由外部專業獨立機構或外部專家學者團隊執行評估一次，並於年度結束後三個月內完成。

為強化公司治理效能與董事會職能發揮，納維康生技依據公司治理原則，設立明確之董事會績效評估制度，並區分為內部評估與外部評估兩大機制：

內部評估方面，本公司於每年度結束後進行績效自評，涵蓋董事會、薪資報酬委員會、審計委員會及個別董事（自我或同儕）之績效。由董事會議事單位統籌評估作業，透過問卷量化方式執行。於 2025 年度完成之董事會績效評估結果如下：董事會整體自評平均分數為 4.8 分（滿分 5 分）、董事自我或同儕評核平均分數為 4.80 分，顯示董事會整體運作良好；薪資報酬委員會及審計委員會自評平均分數同為 4.81 分，反映兩委員會職能發揮與會議運作具實質效益，有助提升整體董事會治理品質。

外部評估方面，本公司每三年定期委由外部獨立機構或專家團隊進行董事會運作績效評估。2024 年度外部評估已委託社團法人中華公司治理協會執行，並採實地訪評方式辦理，完成評估報告，並已公告於公司官網。相關評估結果亦於 2025 年 3 月 12 日董事會中正式報告，作為檢討董事會運作、董事薪酬決策及董事提名續任之參考依據。

透過內外部評估並行機制，公司得以持續檢視與優化董事會運作模式，強化董事會自我監督與治理實務，落實誠信治理與永續發展原則。

績效評估標準之衡量項目（至少應含括項目）	
董事會	(一) 對公司營運之參與程度。 (二) 提升董事會決策品質。 (三) 董事會組成與結構。 (四) 董事之選任及持續進修。 (五) 內部控制。
董事成員（自我或同儕）	(一) 公司目標與任務之掌握。 (二) 董事職責認知。 (三) 對公司營運之參與程度。 (四) 內部關係經營與溝通。 (五) 董事之專業及持續進修。 (六) 內部控制。
功能性委員會	(一) 對公司營運之參與程度。 (二) 功能性委員會職責認知。 (三) 提升功能性委員會決策品質。 (四) 功能性委員會組成及成員選任。 (五) 內部控制。
說明： 1. 董事會績效評估之執行單位為董事會議事單位。	

2. 本公司董事會績效評估結果應作為遴選或提名董事候選人時之參考依據；並將董事績效評估結果提供薪資報酬委員會作為訂定董事薪資報酬之參考依據。

薪酬政策

為強化公司治理並確保董事薪資報酬制度之專業性與公正性，納維康生技依據「股票上市或於證券商營業處所買賣公司薪資報酬委員會設置及行使職權辦法」，設置薪資報酬委員會。委員會成員由董事會決議委任，共三人組成，其中過半數為獨立董事。委員會成員之專業資格與獨立性亦符合法規要求。

薪資報酬委員會之職責包括：訂定及定期檢討董事與經理人薪酬制度與績效目標、評估其達成狀況並提出薪資報酬建議，並應遵循不引導董事及經理人從事超越公司風險容忍度之行為等原則。委員會應於每年召開至少兩次會議，所提建議提交董事會決議，並依法揭露於公司網站及公開資訊觀測站，以確保資訊透明與利害關係人知情權益。

2025 年度薪資報酬委員會共召開 4 場會議。全體委員出席率皆達 100%，顯示委員對薪酬治理議題之高度重視與積極參與。

薪資報酬委員會成員列表

職稱	姓名	實際出席次數	委託出席次數	實際出席(%)
獨立董事	黃添昌	4	0	100
	楊淑卿	4	0	100
	陳榮隆	4	0	100
	林坤正	4	0	100

為強化財務透明度與公司治理機制，納維康生技設有審計委員會，負責監督公司營運過程中的重要治理事務，並對董事會提供專業建議。審計委員會以確保公司整體運作合規、穩健為核心目標，主要監督範疇包括：公司財務報表之公允表達、簽證會計師之選任及其獨立性與表現、內部控制制度之有效性、法規遵循情況，以及潛在風險之管理。

2025 年度，審計委員會持續聚焦於下列重要工作事項：

- 制定與修訂內部控制制度，並定期檢視其執行效能。
- 審議重大財務業務行為之相關程序，包括資產處分、衍生性商品交易、資金貸與及背書保證。
- 審查涉及董事利益之議案，確保利益迴避機制有效執行。
- 審核具股權性質之有價證券募集、發行或私募計畫。
- 評估與決議財務、會計及內部稽核主管之任免事宜。
- 複審年度財務報告、營業報告及盈餘分派提案，確保資訊揭露之正確性與完整性。
- 持續關注其他主管機關所規範之重大事項。

透過審計委員會制度性運作，納維康生技積極實踐誠信經營與企業透明原則，確保利害關係人權益受到充分保障。

審計委員會成員列表

職稱	姓名	實際出席次數	委託出席次數	實際出席(%)
獨立董事	陳榮隆	7	0	100
	楊淑卿	7	0	100
	黃添昌	7	0	100
	林坤正	7	0	100
	郭土木	7	0	100
	黃明祥	7	0	100

永續推動小組

為落實永續發展，由經營團隊組成『永續發展推動小組』，負責本公司永續政策、制度及管理方針之訂定與檢討及跨部門溝通。並以環境保護（E，Environment）、社會責任（S，Social）以及公司治理（G，governance）三方面，做為評估永續經營重要的指標及投資決策。

「永續發展推動小組」由董事會及董事長督導，成員有執行長、策略長、總經理、以及由各處/部級高階主管等擔任成員。召集人由總經理擔任，各組組長由處/部門主管擔任，共同負責推動永續發展相關業務。

永續發展推動小組依關注永續議題及推行實務編成各項任務小組，各小組討論 ESG 相關業務的最新進展、未來方向及依重大性原則，進行與公司營運相關之環境、社會或公司治理議題之風險評估，資料收集並訂定風險管理政策，擬定年度目標專案，督導執行進度與推動成效，並作成書面資料每年定期向董事會報告，期許達成與各利害關係人、環境、社會共榮之目標。

公司的董事會或高階管理階層，在監督組織營運時對內透過良好溝通來取得推動共識；同時諮詢外部專家，瞭解有哪些方法、工具與資源，可以運用。

實務作法：

1. 策略計劃必須依靠相關部門人員協助共同完成。
2. 召開溝通協調會議決定權利責任分工。
3. 涉及董事會成員及高階管理者部分可以委外支援。
4. 進行改善優化作業精益求精。
5. 透過經常性的業務往來保持良好互動、並爭取對公司有利的權益。

互動溝通過程中所產生的結果或需進一步改善的議題，將透過各處/部門級高階主管依層級向上呈報回饋，確保資訊能有效傳遞至決策層，並促進問題的快速解決與流程優化。

永續議題管理

董事會指派至少一位高階管理人員負責訂定 ESG 目標與計畫。該負責人需定期向董事會彙報進展，並確保計畫執行符合公司策略。

在授權過程中，董事會需清楚界定高階管理階層的職責範疇，例如：

- 訂定短期與長期 ESG 目標。
- 制定具體行動計畫與 KPI（關鍵績效指標）。
- 評估並管理相關風險與機會。

高階管理階層回報 ESG 執行成果的頻率通常取決於公司內部政策及董事會的要求，包含以下幾種：

1. 年度回報：
   每年進行至少一次全面性的 ESG 成果回顧，作為公司年度營運報告的一部分，並匯總全年目標的達成情況。
2. 專案回報：
   若公司有特定重大 ESG 專案，則根據專案進度進行不定期回報，確保董事會能即時掌握專案動態。
3. 即時回應回報：
   假如在 ESG 相關領域出現緊急事件或需要董事會決策的重要事項，高階管理階層會立即召開臨時會議進行回報。

透過上述程序與適當的回報頻率，高階管理階層能夠有效地向董事會呈現 ESG 執行成果，確保公司在永續發展方面保持透明度與可持續性，並已將永續資訊管理作業程序納入內部控制制度，由內部稽核人員不定期查核其執行情形，確保內控機制有效運作，落實報告書編製及驗證程序。內部控制涵蓋控制環境、風險評估、控制作業、資訊與溝通及監督作業等五大面向，依循國際標準及公司治理架構，推動誠信經營及持續改善，同時為未來策略制定提供重要依據。

重大事件溝通與法規遵循

考量到各家公司在產業類型和規模上的差異，目前針對重大訊息揭露的法規，是依據我國《證券交易法》「發生對股東權益或證券價格有重大影響之事項」為基準，同時也參考經濟合作與發展組織 OECD 所提倡的「原則性認定」概念，避免一體適用單一標準。

公司在判斷某項交易或事件是否構成重大影響時，應綜合考量產業特性、公司規模、整體經濟環境以及事件本身的內容與性質，評估其對財務、營運、股東權益或股價的影響程度，以及是否會左右理性投資人的決策。基於這些判斷，公司應在內部控制制度中建立一套質化與量化的標準，做

為發布重大訊息的依據。2025 年，納維康生技共 1 件違反「上櫃公司內部控制制度作業程序第 9 條第 2 項規定」事件，裁罰金額 10 萬元，並已完成改善。

判斷標準	
量化	公司得就各款次依自身規模等因素訂定適用之重大性標準，並考量交易（或事件）金額占總資產、股東權益、營業收入及稅前利益等之影響程度，相類似案件對股價之影響，或可能影響理性投資人之決策判斷者，做為發布重大訊息與否之判斷標準。
質化	發生之事件或交易屬性質特殊且具重要性，應回歸各款次考量遺漏、誤述或模糊相關資訊，可能影響理性投資人之決策判斷者，做為發布重大訊息與否之判斷標準。

性質	重大事件總數	溝通議案概述
環境面	0	-
治理面	5	● 國內第一次私募無擔保轉換公司債發行案 ● 召開 2025 年第一次股東臨時會相關事宜案 ● 擬對蕾綿國際股份有限公司現金增資案 ● 擬對農良股份有限公司現金增資案 ● 本公司 2024 年永續報告書案
社會面	0	-

處罰款事件				
類型	罰金(新台幣)	處分內容	違反法規說明	改善措施
經濟面	100,000 元	就新增商品買賣交易之內部控制制度設計及執行有多項缺失。	上櫃公司內部控制制度作業程序第 9 條第 2 項規定	1. 已完成更正 2025 年 3-9 月營收公告及 2025 年第 1 季及第 2 季財務報告。 2. 已完成董事會通過關係人交易合約。 3. 已完成增訂內控制度 B to B 之商品銷售及採購作業辦法。 4. 已完成相關交易表單依照業務及主管權責簽核完成，符合內控規範予簽核原則。

人權政策

本公司致力維護員工基本人權，訂定性騷擾防治措施及申訴管理辦法、執行職務遭受不法侵害預防計畫、職工福利委員會等，認同與支持「聯合國全球盟約」、「聯合國世界人權宣言」、「聯合國企業與人權指導原則」及「國際勞工組織工作基本原則與權利宣言」等國際公認之人權標準，致力於建立一個重視人權、免於歧視與騷擾、保障員工權益的工作環境，秉持以人為本、用人唯才及適才適所的理念，讓同仁能在一個兼容並蓄、平等包容及多元的環境發揮所長。我們承諾尊重與保護人權，遵守公司所在地勞動、性別工作平等相關法規規範，杜絕任何侵犯及違反人權的行為、提供安全與健康的工作環境、建立暢通勞資溝通管道、資訊安全及個資保障，並提供穩定且具競爭

力待遇、完整的教育訓練。人權政策的相關推廣行動如：定期舉辦勞資會議、職護健康訪談、孕婦友善工作環境（哺集乳室）。

為確保公司全體員工及相關利害關係人充分瞭解並遵守公司的人權規範，建立透明的溝通管道，並定期進行教育訓練，以提升全員對人權議題的認識與實踐能力。以下將詳細說明本公司在公開溝通及教育訓練方面所採取的措施。若有相關申訴案件，可使用申訴信箱：recruit@gomaji.com。

人權規範的公開溝通機制	
內部公告與文件傳遞	不定期透過內部電子郵件及文件，向全體員工傳達人權規範的內容與更新情況。
針對性訓練	對特定職位或部門，如人力資源、主管等，提供進階的人權培訓，強調如何在日常工作中落實人權原則。

公司擬訂執行職務遭受不法侵害預防辦法，其預防勞工因執行職務，於勞動場所遭受雇主、主管、同事、服務對象或其他第三方之遭受不法侵害即俗稱「職場暴力」，職場暴力指的是工作人員在與工作相關的環境中（包含通勤）遭受虐待、威脅、攻擊或歧視，以致於明顯或隱含地對其安全、福祉或與健康構成挑戰的事件，特訂定此辦法。至個案之違法處理（如已遭受傷害、性騷擾或跟蹤騷擾等），依職安法施行細則第 11 條規定，應視個案所涉違反法律（如刑法、性騷擾防治法或跟蹤騷擾防制法等）事實，轉由各該管主管機關或司法機關依規定調查或認定。

公司為防治、處理工作場所性騷擾事件，提供免受性騷擾之工作及服務環境，特依「性別平等工作法、工作場所性騷擾防治措施申訴及懲戒辦法訂定準則」訂定「工作場所性騷擾防治管理辦法」。本公司所有員工於 2025 年度未發生任何遭受第三方不法侵害之事件。

勞動人權保障與童工防制

納維康生技嚴格遵循相關勞動法規，秉持尊重人權與公平對待每一位員工的原則，致力於打造安全、平等的職場環境。公司明確規範禁止僱用未滿 16 歲之童工，亦會透過【合約書】、【供應商經營管理承諾書】等條文規定合作廠商應遵守法規。於 2025 年度內，納維康生技未有任何雇用童工之情事，供應商亦無違反童工規範之案例。

加班管理方面，納維康生技尊重員工意願，於工作規則明訂上班時間、休息時間與加班辦法，從未在員工未同意之情況下強制加班，並依據員工意願由員工自主提出加班需求，並於加班後可申請加班費或補休。供應商管理方面，則透過【廉潔承諾書】、【供應商經營管理承諾書】等條文規定合作廠商廉潔承諾、勞工、健康安全、環境保護等地遵循情形，截至 2025 年底，未發現供應商有強迫勞動或超時工作的情況。

反貪腐制度

本公司秉持誠信經營的核心價值，積極推動相關管理制度與教育訓練。違反誠信申訴信箱於 2025 年度未接獲任何檢舉案件，且全體同仁亦無發生反貪腐、違反誠信經營行為，展現公司對誠信

原則的高度重視與落實。為強化全員誠信意識與專業知識，公司於本年度舉辦「上市上櫃公司誠信經營守則」、「員工道德與誠信宣導」、「營業秘密」、「智財侵權」以及「個人資料保護」等議題之內部教育訓練，總計參訓人次達 81 人次，藉由系統性培訓持續提升組織整體的誠信經營能力。本公司目前尚未執行貪腐風險評估，未來將持續關注法規要求及營運環境變化，並視實際需求評估導入相關風險管理機制。

為落實永續成長及誠信經營，訂定「道德行為準則」及「誠信經營守則」，由管理處為責任之單位，負責誠信經營政策與防範方案之制訂及監督執行，並舉辦誠信、防範內線交易等相關教育訓練課程，以強化公司全體員工對誠信經營之重視。

【誠信經營政策】

一、本公司於商業契約中訂有誠信行為之條款，避免保合作之供應商、客戶或其他交易對象之合法性有不誠信行為。

二、公司內部稽核人員定期查核制度遵循情形，並作成稽核報告提報董事會。

三、教育訓練：

1. 協助安排董事及經理人參與公司治理及誠信經營課程至少 6 小時/人以上。

2. 每年度舉行誠信經營與法令遵循之年度教育宣導及測驗。

四、每年至少一次向董事會報告執行情形。

【不合法或不道德行為檢舉制度】

一、本公司內、外部人員不合法或不道德行為檢舉管道：

管理處信箱：hr@gomaji.com

二、本公司針對不合法（包括貪汙）與不道德行為的檢舉制度之完整處理流程如下：

鼓勵內部及外部人員檢舉不誠信行為或不當行為，依其檢舉情事之情節輕重，酌情發放獎金，內部人員如有虛報或惡意指控之情事，應予以紀律處分，情節重大者應予以革職。

於公司網站及內部網站建立並公告內部檢舉信箱，供本公司內部及外部人員使用。檢舉人應至少提供下列資訊：

(1) 檢舉人之姓名、身分證號碼及可聯絡到檢舉人之地址、電話、電子信箱。

(2) 被檢舉人之姓名或其他足資識別被檢舉人身分特徵之資料。

(3) 可供調查之具體事證。

本公司處理檢舉情事之相關人員應以書面聲明對於檢舉人身分及檢舉內容予以保密，本公司並承諾保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置。

本公司專責單位依下列程序處理：

(1) 檢舉情事涉及一般員工者應呈報至部門主管，檢舉情事涉及董事或高階主管，應呈報至獨立董事。

(2) 本公司專責單位及前款受陳報之主管或人員即刻查明相關事實，必要時由法規遵循或其他相關部門提供協助。

(3) 如經證實被檢舉人確有違反相關法令或本公司誠信經營政策與規定者，應立即要求被檢舉人停止相關行為，並為適當之處置，且必要時透過法律程序請求損害賠償，以維護公司之名譽及權益。

(4) 檢舉受理、調查過程、調查結果均應留存書面文件，並保存五年，其保存得以電子方式為之。保存期限未屆滿前，發生與檢舉內容相關之訴訟時，相關資料應續予保存至訴訟終結止。

(5) 對於檢舉情事經查證屬實，應責成本公司相關單位檢討相關內部控制制度及作業程序，並提出改善措施，以杜絕相同行為再次發生。

(6) 本公司之專責單位應彙整所有檢舉事件、處理方式及後續檢討與改善措施，向董事會報告。

檢舉管道	
受理單位	管理處人資部
通信地址	新北市新店區北新路二段 262 號 2 樓之 6
申訴專線	（02）2711 - 8177 #777
申訴傳真	（02）2740 - 5291
申訴專用信箱	hr@gomaji.com

1.3 風險管理

穩健風控治理

為強化公司治理，確保本公司風險管理制度之完整性，降低營運可能面臨之風險及達永續經營之目的，於 2022 年 03 月 07 日經董事會通過訂定「風險管理政策與程序」。

一、 風險管理範疇

本公司從事各項業務所涉及之風險包括營運風險、財務風險、策略風險、危害風險、法律風險及其他風險等。為確保各項風險不超出本公司之風險胃納，本公司在營運活動中持續監控風險，評估各種風險曝露之狀況，由高階管理階層負責督導是否已採取適當之對策，及每年定期向董事會彙報風險管理程序遵循情形。

二、 風險管理組織架構與職責

董事會為本公司風險管理最高決策機關，擔負本公司整體風險之最終責任。董事會負責核定風險管理政策及重要風險管理制度，並監督風險管理制度的執行，以確保風險管理機制之有效運作。

單位	內容
審計委員會	審查風險管理政策及架構、風險胃納或容忍度、審查重大風險議題之管理告，及適時向董事會報告風險管理運作情形。並於每年至少一次向董事會報告運作情形。
高階管理階層	執行風險管理決策，協調跨部門之風險管理互動與溝通、重要風險之預警、評估潛在損失、處理對策之追蹤或風險解除之通報及彙整重大風險事件處理結果。
稽核室	每年依風險評估結果擬定年度稽核計畫，並定期向審計委員會及董事會報告稽核執行成果，並適時提出改善建議及追蹤改善進度。
各單位	各單位主管負有第一線風險管理之責任，負責分析及監控所屬單位內之相關風險，確保風險控管機制與程序能有效執行。

三、本公司至少一年一次向董事會報告其運作情形。

四、風險管理運作情形。

稽核室每年底評估各項業務風險之高低，作為排訂次年度稽核計劃之依據。稽核查核結果發現內部控制缺失及異常事項，針對作業流程提出應改善事項，以做為各部門提升管理品質之依據。針對應改善之建議事項，每季持續追蹤執行進度至改善完成。審計委員會督導風險監理事項，已由召集人至股東常會報告。

本公司風險控管分為三階段控管，各部門單位需負責初步風險辨識及預警，部門主管及總經理負責第二階段風險評估，最後由董事會及審計委員審查、督導等，並提董事會審議確保風險管理。公司有董事會成員 Line 群組及 Mail，若有偶發重大異常事件需即時通報董事會，可使用此管道。

氣候變遷財務風險

納維康生技已設立由總經理召集之「永續發展推動小組」，統籌規劃氣候變遷相關之風險管理策略，並定期向董事會報告相關目標執行情形。該小組為氣候治理最終負責單位，並主導盤查、應變及改善行動。

因應極端氣候如梅雨、颱風、乾旱與高溫可能對營運據點與平台日常營運造成風險，納維康生技採取多項節能與防災措施，包括推動無紙化、設備汰換及分流辦公等策略，強化作業靈活性與風險韌性。另藉由綠色票券商品及智慧生活提案，開拓低碳消費機會，兼顧風險調適與市場轉型。

2025 年度，本公司擴大溫室氣體盤查範疇，涵蓋範疇一、範疇二排放源，共計 82.5283 公噸 CO_2e，排放強度為每人 1.1305 公噸 CO_2e。預計於 2028 年完成外部查證，並設定中長期溫室氣體減量目標，範疇一與二合計年均減量 0.3%。短期節能行動亦同步展開，如空調提前關閉、設備節能化與提升綠色採購比重。

目前雖尚未採用內部碳定價機制，惟將持續追蹤國際趨勢以評估其可行性。外部查證部分，預計於承諾書送交後兩年內完成查證及揭露，逐步提升資訊透明度與公信力。整體而言，公司評估氣候變遷對財務尚無重大衝擊，並持續精進應對策略，落實永續經營承諾。

項目		內容	
治理單位		本公司設有由總經理召集的「永續發展推動小組」，負責統籌規劃永續政策及氣候風險管理方針，並定期向董事會報告相關目標與執行進度。董事會對氣候變遷風險治理負最終責任。	
風險類別		極端氣候可能對台灣及全球造成影響。台灣的極端降雨（如豐水期、枯水期和颱風）可能對日常運營產生負面影響。暴風雨、颶風或冰雪風暴可能導致電力中斷，影響數據中心運營；極端高溫可能增加冷卻系統負荷，導致設備過熱或故障；洪水、地震等自然災害可能損壞數據中心設施和設備，進而影響營運服務，可能導致營收下降。	
機會類別		公司透過節能設備更新、提升辦公效率、推動無紙化等措施，有效減碳並發掘潛在商機；另結合綠色服務（如綠色餐廳、環保標章旅館、健康保健、智慧生活類商品票券）切入低碳生活市場。	
策略		針對極端氣候與低碳轉型帶來的影響，制定災難恢復計畫、分流辦公制度、供應商多元策略，並從投資與營運雙軌評估碳足跡與調整作業模式。	
風險管理		· 提供員工安全培訓和完善的應急備案：確保在極端氣候事件中員工能夠維持日常營運。 · 災難恢復計畫：貫徹多雲策略和定期演練災難恢復計畫，確保單一供應商受極端氣候影響時仍能快速恢復服務。	
指標和目標	**2025 年目標及達成度**	**目標**	**達成度**
		● 完成母公司與各子公司營運據點的溫室氣體盤查。 ● 電器與空調設備節電率 0.5%、空調提前關機一小時、冷氣溫度設定為 26~28 度。	● 2025 年僅完成盤查母公司，未盤查子公司，原因為依據法規要求時程進行，未來將包含子公司盤查。 ● 用電量較 2024 年提升 18.52%，未達成目標，原因為 2024 年未計入大樓公共區域分攤電費，未來將納入盤查資訊收集，讓數據收集完整。

	2026 年目標	類別一、二排放量每年較基準年減少 0.3%
	中長期目標	中長期目標：類別一、二排放量每年較基準年減少 0.3%。
財務影響		● 極端氣候與異常天候事件造成營運中斷：颱風、水災、極端高溫等事件可能導致物流停擺、機房停電或設備損壞，進而影響平台服務穩定性，衝擊收入與品牌信任。 ● 能源管理與冷氣系統負載成本上升：氣候升溫導致冷氣系統耗電量增加，可能推升營運成本，對電費支出及碳排目標造成壓力。 ● 轉型風險相關成本：為配合未來國內外碳費或碳稅制度，公司須進行碳盤查、採購綠電或投資節能設備，將導致短期內資本支出增加。 ● 碳價內部化影響未來財務規劃：雖目前僅採內部碳價作為管理工具，但隨國際趨勢與法規演進，未來如納入實際成本，將對財務預算、營運策略及產品定價造成實質影響。 ● 聲譽風險間接影響營收：若未能妥善因應氣候變遷相關議題，可能影響客戶及投資人對公司永續承諾之信心，進而影響營收表現與資金取得條件。
碳定價基礎		目前公司未使用內部碳定價作為管理工具，惟未來將持續關注國際碳定價趨勢以評估導入可行性。
溫室氣體盤查計畫		2025 年總排放量：82.5283 公噸 CO_2e，涵蓋範疇一、範疇二排放源。 排放強度：每人 1.1305 公噸 CO_2e。 將依金管會「永續發展路徑圖」推進，已於 2025 年完成基準年盤查，預計 2028 年完成查證。
外部保證或確信		截至目前，尚未取得第三方溫室氣體查證保證報告，惟公司已規劃由外部顧問輔導，預計 2028 年完成查證。

資訊安全及隱私保護

納維康生技作為以網路雲端服務為核心的企業，深知在數位化時代下，客戶資料隱私與資訊安全的重要性。因此，本公司將資料保護視為經營管理的優先事項，持續投入資源強化資訊安全機制，並完善個人資料管理流程，以確保客戶信任與企業永續發展。

於 2025 年度內，公司未發生任何經證實之侵犯隱私事件，經查證的客戶資料洩漏、失竊或遺失事件總數亦為零，但接獲 1 件重大資安、被投訴事件，經調查後為部份資訊系統遭受駭客網路攻擊事件，同時亦全面啟動相關檢測偵防，並委請外部資安公司技術專家協同處理，後續評估對公司運作無重大影響，持續提升網路與資訊基礎架構之安全管控以確保資訊安全。展現出納維康生技在資訊防護、隱私保護與內部控管上的高度成效，有效保障客戶資料的完整性與機密性。

重大主題	**資訊安全及隱私保護權**
影響利害關係人	消費者 / 客戶、金融機構

重大原因	在電子商務中，資訊安全與隱私保護關係到消費者個資安全、客戶信任、企業聲譽與法規遵循，若管理不善，恐導致財損、信任流失與業務中斷等風險。
策略/管理做法	實施風險識別與策略制定、技術防護與用戶安全管理、資安監控與事件應變、員工資安教育與演練、持續改善與年度審查。
正/負面衝擊項目	消費者風險（隱私與財務安全）、商家風險（營運與品牌）、金流機構風險（金融安全與合規）、電商企業整體風險。
負面補救及預防措施	● MFA 驗證：採用多因素驗證保障帳戶安全。 ● 加密技術：強化 SSL/TLS 等傳輸加密，防止數據被竊。隱私政策透明：遵循 GDPR、CCPA 等規範，保障用戶知情權。 ● 異常交易監控：系統偵測可疑交易，降低詐騙風險。 ● 存取權限控管：敏感資料僅限授權人員操作。資安事件應變計畫（IRP）：發生事件時能快速應對、降損。 ● KYC 實名認證：確保商戶與用戶身分真實，有效防制洗錢。 ● 風險評分監控：即時阻擋異常交易，維護支付安全。
正面衝擊管制措施	建立資訊安全管理架構、提升消費者信任與隱私治理、強化交易安全與支付控管、員工資安教育與文化建立、建立應變與復原機制、法規遵循與合規管理。
2025 年目標	1. AVS 外部弱點掃描服務工具。 2. 於對外服務或網站建立有效之防駭及除弱措施，委託第三方外部專家進行和滲透測試，持續優化系統。 3. 執行 Web，App 程式弱掃機制。 4. 安排外部會計師事務所到公司審查內部流程。 5. 替換不符合資安要求之雙因子驗證的 VPN Server，規劃 Pritunl VPN 取代之。 6. 增設公司平台管理者密碼管理工具，統一管理伺服器登入密碼。 7. 建立 Opsgenie 監控告警，系統異常是以國家級別之通知方式，告知相關處理同仁。
2025 年執行績效	1. 共召開 1 次資訊安全管理委員會會議，調整和討論日常資訊安全相關機制。 2. 盤點辦公室同仁使用設備，作業系統等級與系統漏洞狀態。 3. 定期執行 AVS 外部弱點掃描，發現弱點並加以修補，以符合 PCIDSS 合規資安項目。 4. 9 月透過第三方廠商進行網站資安風險評估，並提出有效改善建議，並完成高風險弱點補強。 5. 每季於內部網站對全體員工實施資安宣導教育。 6. 持續導入伺服器虛擬化建置，追求節能並降低維護成本。 7. 9 月勤業會計師事務所到公司進行內部作業審查，及隔年 2 月再提供第四季補樣資料以完成全年度查核。 8. 建立雙因子驗證 Pritunl VPN 系統，提供系統管理者使用，提升系統管理之安全管道。 9. 導入 1Password 密碼管理，有效及統一集中管理各平台及伺服器密碼，提升管理效率及安全性。 10. 導入 Opsgenie 監控告警系統，系統異常強制發出告警通知，以利同仁於於最短時間做出反應。

	11. 投入資安管理與維護的費用達 790,000 元。
2026 年目標	1. 定期執行 AVS 外部弱點掃描服務工具。 2. 於對外服務或網站建立有效之防駭及除弱措施，委託第三方外部專家進行和滲透測試，持續優化系統。 3. 執行 Web，App 程式弱掃機制。 4. 安排外部會計師事務所到公司審查內部流程。 5. 全面導入一般員工使用 Pritunl VPN，取代目前不符合資安要求的 VPN 系統。 6. 升級 IDC 機房防火牆，以及強化主機防禦機制。 7. 升級 OA 辦公室防火牆設備。
中長期目標	強化資訊安全架構（對整體生態系統）、創新支付與交易安全（對銀行與金流機構）、AI 智慧資安運營（對商家與內部團隊）。
有效性評估	1. 弱點掃描與滲透測試，並完成修復追蹤。 2. 第三方外部稽核（如會計師資安查核），並進行改善。 3. 系統異常處理時效追蹤（目標：縮短至數小時內修復）。 4. 資安演練規模與範圍擴大（涵蓋內外部單位）。 5. 辦公設備定期汰換，全面盤點作業系統（OS）版本。 6. 資安小組每月至少開會一次，推進日常資安管理。 7. 追蹤年度重大資安事件與被投訴案件數量（目標：逐年下降）。
申訴機制	公司設有資安長一職，負責確保系統與資安狀態，同時也設有電話真人客服，客服 E-mail 以及 24H 系統線上客服機器人，可以從不同管道接受相關申訴。
管理方針調整	1. 每年底檢視過去 12 個月的資安事件，並且調整與討論隔年度的資安方向與策略以及預算。 2. 不定期和外部資安顧問討論目前實際發生的相關資安事件，判斷公司內容是否需要調整管理方針，或是補強相關的方案。

在電子商務領域，納維康生技深知資訊安全（Information Security）與隱私保護（Privacy Protection）不僅關係到消費者的個人資料安全，還影響到客戶信任、企業聲譽及法律合規。對於消費者、商家（客戶）、銀行及金流機構等利害關係人來說，資訊安全與隱私保護的管理不善，可能帶來財務損失、法規風險、信任危機，甚至業務終止。

策略實施

風險識別與策略制定	定期盤點 IT 資產（設備、系統、帳號），分析駭客攻擊、社交工程、內部濫用等威脅。 透過風險矩陣決定優先處理項目，據此制定資安政策、事件應變計畫與金流合規措施（如 PCI-DSS SAQ Level 4 年度自評）。
技術防護與 用戶安全管理	建置防火牆、IDS / IPS、零信任架構，加強弱點掃描與滲透測試。 全面資料加密（靜態、傳輸、E2EE）、定期備份、RAID 與雲端備援。採用 MFA、多重驗證及最小權限原則強化帳號安全。
資安監控與事件應變	導入 SIEM 系統即時監控異常行為，輔以內部稽核與第三方測試。

	設置 CSIRT 應變小組，落實偵測、隔離、通報、復原與事後追蹤流程。
員工資安教育與演練	定期舉辦員工訓練，強化釣魚信辨識、密碼管理與社交工程防範。 為 IT 人員安排滲透測試與事件演練，建立應變實戰能力。
持續改善與年度審查	每年執行資安測試與風險重評估，檢討資安事件處理狀況，調整資訊安全策略與防護措施。

資訊安全對電子商務生態系的利害關係人帶來顯著影響。對消費者而言，個資洩漏或社交工程詐騙可能導致帳號被盜與金融損失，進而降低對平台的信任，影響顧客黏著度與品牌忠誠度。對商家來說，資安事件可能造成假帳戶下單、資料外洩與財務損失，也會削弱競爭優勢與品牌形象，若違反法規，還可能面臨罰款或下架風險。金流機構則需面對帳戶劫持、非法交易與洗錢等風險，若支付系統遭駭或未符合 AML、PCI-DSS 等標準，不僅危及交易穩定，也可能失去處理資格。整體而言，資安事件將導致金流凍結、高額罰款、聲譽受損與系統癱瘓，對企業營運與市場評價造成長期衝擊。

為降低資訊安全風險，電子商務企業應針對不同利害關係人採取相應防護措施。對消費者而言，可透過多因素驗證（MFA）與傳輸加密技術（如 SSL / TLS）保障帳戶與資料安全，並提供符合 GDPR、敏感資料存取權限。遇資安事件時，應具備即時應對的應變計畫（IRP），以降低損害並確保營運不中斷。銀行與金流機構則需強化 KYC 認證、確保身分真實，並導入即時風險評分與監控系統，以防堵洗錢與異常交易，維持整體金融安全與合規性。

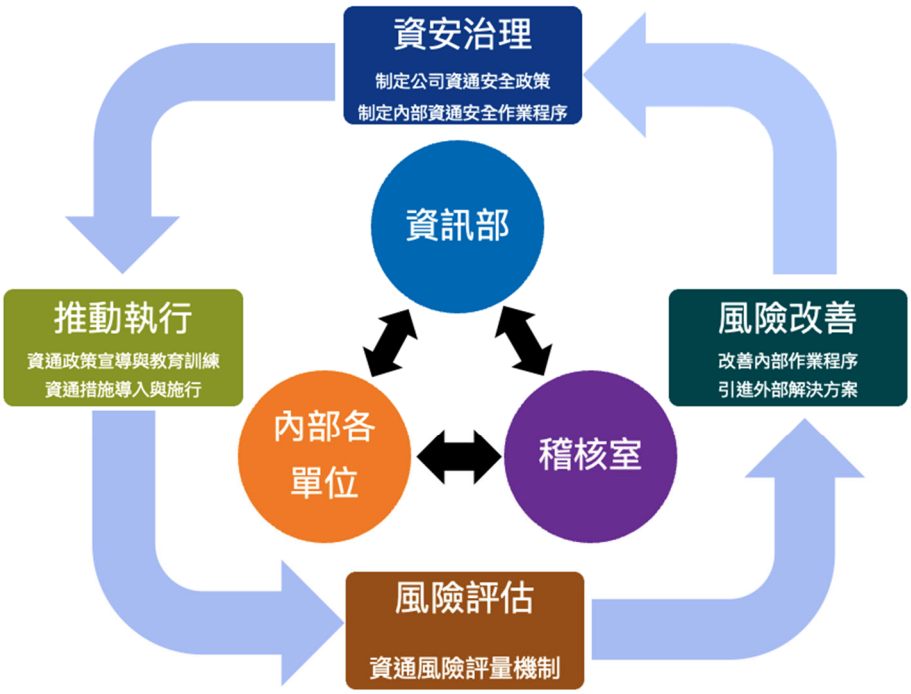
管理辦法

建立資訊安全管理架構	採用 ISMS 標準，進行風險評估與政策調整。 定期進行滲透測試與安全審查，模擬駭客攻擊，查找弱點。
提升消費者信任與隱私治理	採用 PETs 技術：資料最小化、匿名化、去識別化。 提供個資管理權限，加強透明隱私聲明。
強化交易安全與支付控管	使用風險偵測系統 即時監控異常交易。 採行 PCI - DSS 標準、E2EE、Tokenization，強化支付加密與安全性。
員工資安教育與文化建立	定期資安訓練與社交工程演練。 高層參與，建立企業資安文化。
建立應變與復原機制	制定 IRP（資安事件應變計畫），設置 CSIRT 團隊。 實施 DRP（災難復原計畫），進行異地備份與模擬演練。
法規遵循與合規管理	成立合規管理部門，掌握跨境數據與全球隱私法規。 定期由第三方進行資安稽核，確保市場合規與信任。

為提升整體資安防護力，納維康生技將強化資訊安全架構，目標包括取得 ISO 27001 認證，導入零信任架構（Zero Trust Architecture），加強內外部存取控管，並建立自動化監控系統，以即時偵測異常行為並快速回應。在支付與交易安全方面，企業將全面達成 PCI - DSS Level 3 認證，確保金流處理符合國際標準，同時導入高風險交易監控系統，有效防範金融詐騙，並整合 DevSecOps

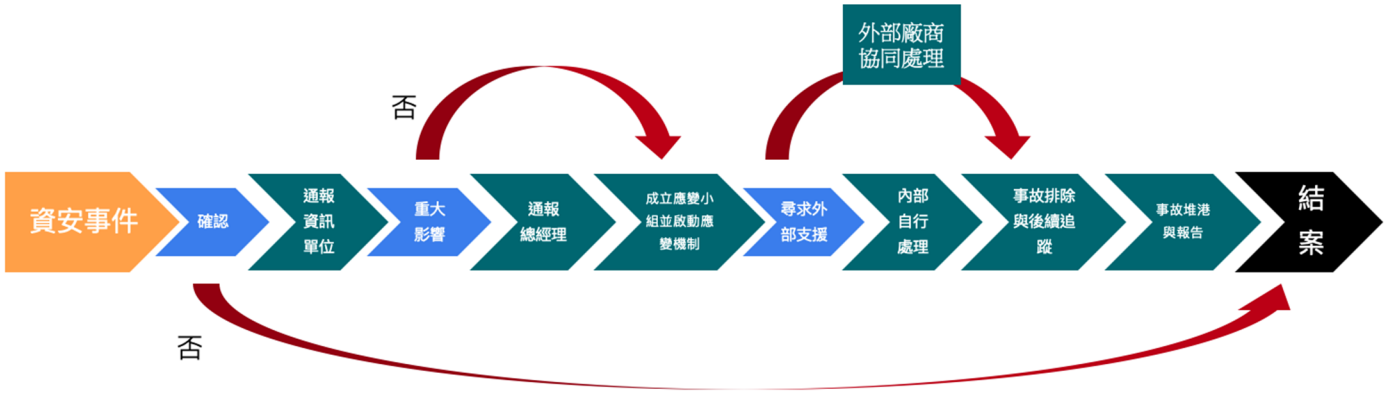
與 Shift Left Security，將資安納入開發流程前期。此外，也將推動自動修補與漏洞修復機制，提升處理效率與反應速度。

資安風險管理



資訊安全管理流程圖

資安事件管理



第二章　創新整合服務

2.1 供應鏈管理

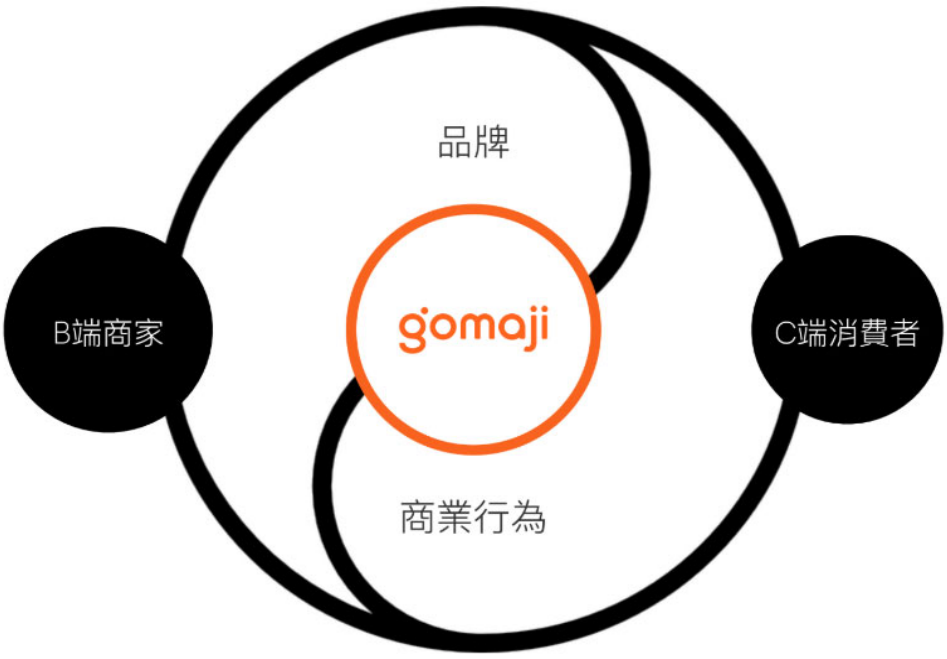
供應商管理

納維康生技主要提供線上購物交易平台，對於下游消費者免費提供使用，並藉此吸引人潮流量，透過人潮流量吸引上游供應商合作，再由越來越多的合作供應商，吸引更多的下游消費者前往瀏覽及消費。上游係與供應商簽約，目前合作之供應廠商類別，主要包括品牌連鎖餐廳、主題特色餐廳、SPA 會館、養生按摩、電影院、旅遊住宿及各式展覽票券等。納維康生技之交易平台，架設網站之初茲係便利消費者，故該網站版面清楚且易操作，另一方面亦透過納維康生技之知名度，達到一定程度之廣告效果，將供應商之相關商品，銷售予下游消費者，下游消費者亦利用納維康生技之交易平台，獲得納維康生技與上游供應商談定之折扣優惠。

重大主題	**供應商管理**
影響利害關係人	**員工和其他工作者、供應商（物流、大眾商品供應商）**
重大原因	● 供應商管理管理直接影響公司營收與品牌聲譽。 ● 良好的供應商關係有助於提高消費者滿意度、忠誠度，進而促進業績成長。 ● 大眾商品供應商作為主要客戶群，需確保其在平台上的良好體驗，以維持長期合作關係。 ● 供應商涵蓋品牌連鎖餐廳、主題特色餐廳、SPA 會館、養生按摩、電影院等吃喝玩樂之店家，這些多元化的合作夥伴對平台的服務品質與顧客滿意度具有重要影響。
策略/管理做法	● 售前服務：提供即時、準確的產品資訊與優惠活動，協助客戶快速做出購買決策。 ● 售後服務：建立完整的客訴處理 SOP，確保問題快速回應並有效解決。 ● 數據分析：導入 AI 技術，根據消費者特質進行個性化推薦，提升服務品質。 ● 合作夥伴管理：定期與品牌連鎖餐廳、主題特色餐廳、SPA 會館等供應商進行溝通，收集反饋以優化合作模式。
正/負面衝擊項目	**正面衝擊：** 提升消費者滿意度與忠誠度，促進品牌口碑擴散，增加公司營收。 強化與多元供應商的合作關係，擴大平台服務範圍，吸引更多消費者。 **負面衝擊：** 客戶服務不佳可能導致消費者反感，並透過社群擴散，影響品牌形象與營收穩定性。 與供應商溝通不良可能造成服務不一致，進一步影響消費者體驗。
負面補救及預防措施	**售前服務：** 提供正確且即時的產品資訊，避免因錯誤資訊導致負面體驗。 **售後服務：** 設立明確的客訴回覆時間標準與 SOP，確保快速有效處理客訴並反饋相關單位進行改善。 **供應商管理：** 定期舉辦供應商培訓與溝通會議，確保服務標準一致，預防潛在問題。

正面衝擊管制措施	**售前服務：** 提供多元優惠資訊，協助消費者快速做出購買決策，提升交易成功率。 **售後服務：** 提升滿意度回饋表，並導入 AI 技術，根據消費者行為提供個性化推薦，增強客戶黏著度。 **供應商合作強化：** 建立供應商績效評估機制，鼓勵優質服務並即時改善不足之處。
202S 年目標	線上客服使用率超過 65%。 消費者滿意度維持在 4 分以上（滿分 5 分）。 供應商合作滿意度達到 4.3 分以上（滿分 5 分）。
2025 年執行績效	線上客服使用率達到 100%。 消費者滿意度達到 4.6 分，超過預期目標。
2026 年目標	線上客服使用率達到 90%以上。 消費者滿意度維持在 4 分以上（滿分 5 分）。
中長期目標	線上客服使用率達到 90%以上。 消費者滿意度穩定維持在 4 分以上（滿分 5 分）。
有效性評估	透過線上客服系統的滿意度調查報表進行評估。 客訴完成後自動跳出滿意度調查表，供消費者評分與填寫回饋。 供應商滿意度調查：定期進行供應商問卷調查，評估合作狀況與改進需求。
申訴機制	消費者可在線上客服系統填寫回饋內容。 客服單位主管每日及每週定期檢視並追蹤處理進度。 供應商可透過專屬聯絡窗口提出意見或申訴，並由專責團隊處理與跟進。
管理方針調整	根據消費者滿意度調查結果與客訴回饋，定期檢討並調整客戶關係管理策略。 持續優化售前與售後服務流程，提升整體服務品質與客戶滿意度。 依據供應商滿意度調查與合作反饋，調整合作模式與管理方針，以強化雙方合作關係。

本產業主要係透過網際網路，並且與各供應廠商簽約，提供交易平台給予消費者上線購物。消費者透過交易平台，選取所欲購買商品，於交易平台下單，並於金融機構線上刷卡或 ATM 轉帳付款後，再由交易平台通知供應商出貨，物流則直接由供應商送達一般消費者指定地，上、中、下游關聯圖如下圖所示：



納維康生技供應鏈

其他合作夥伴類型

納維康生技股份有限公司致力於打造多元且具韌性的合作夥伴生態系，以支持業務成長、推動創新及實踐企業社會責任。在 O2O 電子商務的核心業務基礎上，我們的合作夥伴涵蓋以下幾大類型：

類型	內容
品牌與供應商合作夥伴	與各類品牌商、產品供應商建立穩固的合作關係，確保平台上商品的多樣性與品質。這些夥伴包括： 國際及在地品牌商：提供多元商品選擇，滿足不同消費者需求。 永續供應商：符合環境友善標準的供應商，推動綠色供應鏈管理。
支付與金融科技夥伴	為用戶提供安全便捷的交易體驗，與各大金融機構及支付平台合作，如： 第三方支付平台：支持多元支付選項，促進交易便利性。 金融科技公司：合作開發創新支付解決方案及客戶信用風險管理工具。
科技與數位轉型夥伴	作為一家 O2O 電商公司，與科技公司合作以強化數據分析、AI 應用及雲端基礎建設： 雲端服務商：提供穩定、安全的 IT 基礎設施。 AI 與大數據公司：協助優化消費者行為分析與個人化推薦系統。
市場推廣與媒體夥伴	為提升品牌知名度與市場滲透率，與廣告代理商、KOL、媒體平台建立策略聯盟： 數位行銷公司：協助進行精準行銷與廣告投放。

	內容創作者與網紅：擴大品牌曝光，觸及年輕族群。
社會企業與非營利組織（NPOs）	支持社會責任計畫，與非營利組織合作，推動永續發展與公益活動： 珍愛教育基金會：共同推廣綠色消費與正確食農教育、愛送進社區照顧弱勢族群、生態保育電影包場活動推廣自然環境教育，保護氣候行動。
政府與產業協會	積極參與政府政策倡議及產業協會活動，與政策制定者和業界夥伴保持良好互動： 政府機構：合作推動數位經濟與綠色轉型政策。 產業聯盟與協會：共享市場資訊，促進產業共榮。

透過上述多元合作夥伴生態系，納維康生技不僅強化了自身在 O2O 電子商務市場的競爭力，同時也積極實踐企業社會責任，推動經濟、環境與社會的可持續發展。於報導期間內，納維康生技無更換或終止與重要供應商的合作。

供應商評鑑

在現今競爭激烈的市場環境中，企業與合作業者（如 SPA 業者、餐廳、飯店、民宿等）的合作關係至關重要，影響品牌形象、顧客體驗與企業永續發展。以下是與合作業者建立良好合作關係的重要性：

項目	內容
確保服務穩定與品質	與優質的 SPA、餐廳、飯店及民宿業者合作，能確保消費者獲得穩定且高品質的體驗。這不僅提升消費者滿意度，也有助於建立品牌信譽，吸引更多顧客回購。
提升市場競爭力	透過與多元且優質的合作業者建立長期關係，本公司能夠提供更具吸引力的優惠與服務，讓平台在市場上更具競爭力。此外，專屬優惠與獨家合作方案可增加市場差異化，提升消費者的選擇意願。
降低營運風險	穩定的合作關係有助於降低營運風險，例如避免臨時取消合作導致優惠方案無法兌換，或因業者服務品質不穩定而影響品牌信譽。透過嚴格的合作業者篩選與品質管理，可確保消費者享有一致的服務體驗。
促進創新與服務升級	與合作業者共同開發新的優惠方案或創新體驗（如主題式 SPA 療程、特色餐飲套餐、結合在地文化的住宿體驗等），可為消費者帶來新鮮感，提升平台的吸引力與業者的曝光度，達成雙贏局面。
強化 ESG 與永續發展	隨著消費者對永續旅遊與綠色消費的重視增加，與符合 ESG 原則的飯店、民宿、餐廳與 SPA 業者合作，可提升品牌形象。例如，推廣綠色旅遊、環保餐飲、無塑 SPA 方案等，不僅能吸引環保意識強的消費者，也能協助業者朝向永續經營發展。
增加品牌信任與忠誠度	消費者購買 SPA、餐飲或住宿方案時，最關心的就是服務品質與兌換體驗。與信譽良好、服務穩定的業者合作，能確保消費者獲得最佳體驗，提升品牌忠誠度與回購率，進一步強化市場上的領導地位。

本公司與 SPA、餐廳、飯店、民宿業者的合作關係不僅影響平台的營運穩定性，更關係到消費者體驗與品牌價值。建立互信、長期、共榮的合作夥伴關係，有助於提升市場競爭力、促進創新發展，並推動 ESG 永續經營，實現企業與業者的雙贏。

在供應商選擇上，主要依據產品與服務的品質、價格及市場需求，尚未建立針對環境標準的正式供應商評鑑管理辦法。未來，隨著 ESG 趨勢發展，公司將持續關注供應鏈的環境管理議題，並視

實際需求評估是否導入相關標準，以確保業務發展符合永續經營方向，藉此確保合作夥伴能共同遵循永續經營的理念，進而提供客戶更完善且符合永續價值的產品與服務。

納維康生技重視與合作夥伴之間的緊密合作，秉持互利共榮的理念，持續提供多元支援服務，以提升合作夥伴的營運效率、經濟效益及整體滿意度。公司深知，合作夥伴的經營品質與責任實踐，將直接影響整體供應鏈的穩定性與品牌信譽。

而企業在社會層面所產生的影響涵蓋勞工實務、人權保障、社區影響等議題。本公司在供應商管理上採取嚴格審查機制，至 2025 年度為止，尚無不合格之供應商記錄。2025 年亦無新進供應商，故使用環境與社會標準篩選之新供應商百分比為 0%。公司理解，若任由不合格供應商進入供應鏈，將可能導致勞工剝削、環境污染、消費者隱私與安全風險等問題，不僅不利於產業永續發展，更可能引發法律責任與品牌聲譽損害。

未來納維康生技將持續關注全球永續發展趨勢，積極導入適切的供應商管理制度，評估並強化合作夥伴的社會責任符合性，確保所有合作關係皆建立在負責任、透明與永續的基礎上，共同為社會創造正向影響。

2.2 品質管理

創新技術與服務

本公司專注於手機 APP 產品開發，以提供消費者友善的使用介面與店家即時核銷後台為核心服務。我們的技術團隊負責研發與維護業務管理後台、商品管理後台及 APP 端應用程式，確保系統運行穩定、安全並能持續創新。相關說明如下：

(a) 靈活的行銷策略：

本公司持續透過創新行銷手法吸引消費者關注，例如「點數回饋」、「限時搶購三日限定」功能等，藉此提升營收並強化消費者的參與度。此外，我們將建立店家專屬行銷後台，由專業行銷團隊根據店家需求與市場趨勢，設計適切的行銷活動。透過本公司數據分析平台，深入解析消費者喜好、來店頻率等行為數據，以動態調整行銷策略，強化會員經營，並建立長期消費者溝通管道。最終目標是提升新客轉換率與舊客回流率，創造穩定且可持續的業績成長。

(b) 強大數據分析能力：

本公司自研的數據分析平台，能即時蒐集並分析商品點擊率、頻道開啟率、流量高峰時段、商品瀏覽率、交易完成率等核心數據，進行流量分析、網站轉換率優化、消費者偏好解析，進而支持精準的行銷決策。這些分析結果將提供給相關部門，優化行銷策略並提升經營成效。此外，系統將依據數據分析結果，自動發送個人化商品通知（如商品補貨上架提醒），並推薦消費者可能感興趣的商品清單，進一步提升轉換率與營收表現。

(c) 多件套票與 ARPU 系統機制：

傳統上，僅限宅配商品提供「大組數優惠」，當消費者購買大組數商品時可享免運優惠。本公司將此概念延伸至電子票券模式，推出階梯式優惠價格，鼓勵消費者一次購買多張票券。由於電子票券採事後兌換與核銷，系統將根據購買份數，自動發送相對應的專屬序號，方便消費者在優惠期限內靈活使用。透過「平均價格更優惠」的銷售策略，不僅能吸引消費者增加單次購買量，也能有效提升客單價（ARPU, Average Revenue Per User），進一步推動整體營收成長。

(d) 買商品送券模式：

電子票券的營收認列取決於核銷率，但根據不同的合作條件與商品屬性，票券的兌換期長度可能有所不同，導致獲利模式存在變動因素。為了提升核銷率並優化商業模式，本公司在既有的宅配銷售基礎上，推出「買商品送折價券」與「買商品贈紙本餐券」等優惠方案。在確保合理毛利的前提下，此策略可讓消費者在購買商品的同時，獲得額外的折扣優惠，創造 1+1>2 的價值，進一步提升購買誘因與消費者回購率。此外，這種模式可靈活應用於不同業務單位（BU, Business Unit），透過跨產業合作與交錯銷售，開發新的獲利模式，為企業帶來更多成長機會。

為完整揭露納維康生技 2025 年度各主要營運項目之銷售資訊，以下彙整電子商務平台 Gomaji 及兩家子公司 - 蕾綿與農良的服務類型、銷售區域、客戶對象及對應銷售金額。整體業務皆以台灣

市場為主，銷售對象涵蓋一般消費者及商家，合計年度銷售總額超過新台幣 16 億元，展現公司多元服務模式之市場成果。

產品或服務項目	銷售區域	客戶類型	銷售量（新台幣元）
電子商務收入（Gomaji）	台灣	消費者	143,585,427
品牌商品銷售收入（蕾綿）			283,099,730
食材銷貨收入（農良）		商家及消費者	50,300,092
備註：蕾綿、農良為納維康生技子公司，為求服務項目完整揭露，於章節中揭露部分數據，以方便進行統整。			

納維康生技所營運之票券服務類型涵蓋旅遊住宿、美食餐飲與美容 SPA 等多元領域，皆以台灣地區消費者為主要銷售對象。根據 2025 年度銷售統計，票券使用者年齡多集中於 24 至 55 歲之間，其中女性顧客佔比達 65%，男性則佔 35%。三類主要票券產品平均每月總銷售量達 39,869,820 元，顯示平台在生活休閒類市場具穩定的消費需求與客群基礎。

產品或服務項目	銷售區域	客戶類型	銷售量（新台幣元）
旅遊住宿券	台灣	以 24~55 歲為主，女性佔 65%、男性佔 35%	40,113,288
美食餐券			293,782,434
美容 SPA 券			144,542,128

體驗升級

在數位化時代，資訊技術不僅是店家營運的支援工具，更是提升競爭力與創造永續成長的關鍵。納維康生技的資訊服務研發理念，圍繞「幫店家順利營運」、「店家永續成長」與「划算的消費體驗」三大核心，打造智慧化、高效能、可持續的資訊解決方案，讓店家與消費者共同受益。

1. 幫店家順利營運——智慧化、穩定、高效

我們深知店家在日常營運中，會面臨庫存管理、訂單處理、行銷推廣、顧客服務等挑戰。因此，我們專注於研發智慧化的資訊系統，透過 AI、雲端運算與數據分析，協助店家：

(a) 數據驅動決策：提供即時銷售數據與市場趨勢分析，幫助店家做出更精準的決策。

(b) 穩定安全的系統架構：確保交易安全、系統穩定運行，讓店家無後顧之憂。

2. 店家永續成長——數據賦能、智慧轉型

我們的資訊服務不僅僅是為了解決當前問題，更希望成為店家長期成長的夥伴。透過數據賦能與智能化工具，協助店家提升市場競爭力，實現永續發展：

(a) 智能行銷與顧客經營：運用 AI 分析顧客行為，提供精準行銷工具，提高客戶回購率。

(b) 全通路整合：支援線上線下融合（O2O），讓店家能夠拓展銷售管道，增加收益來源。

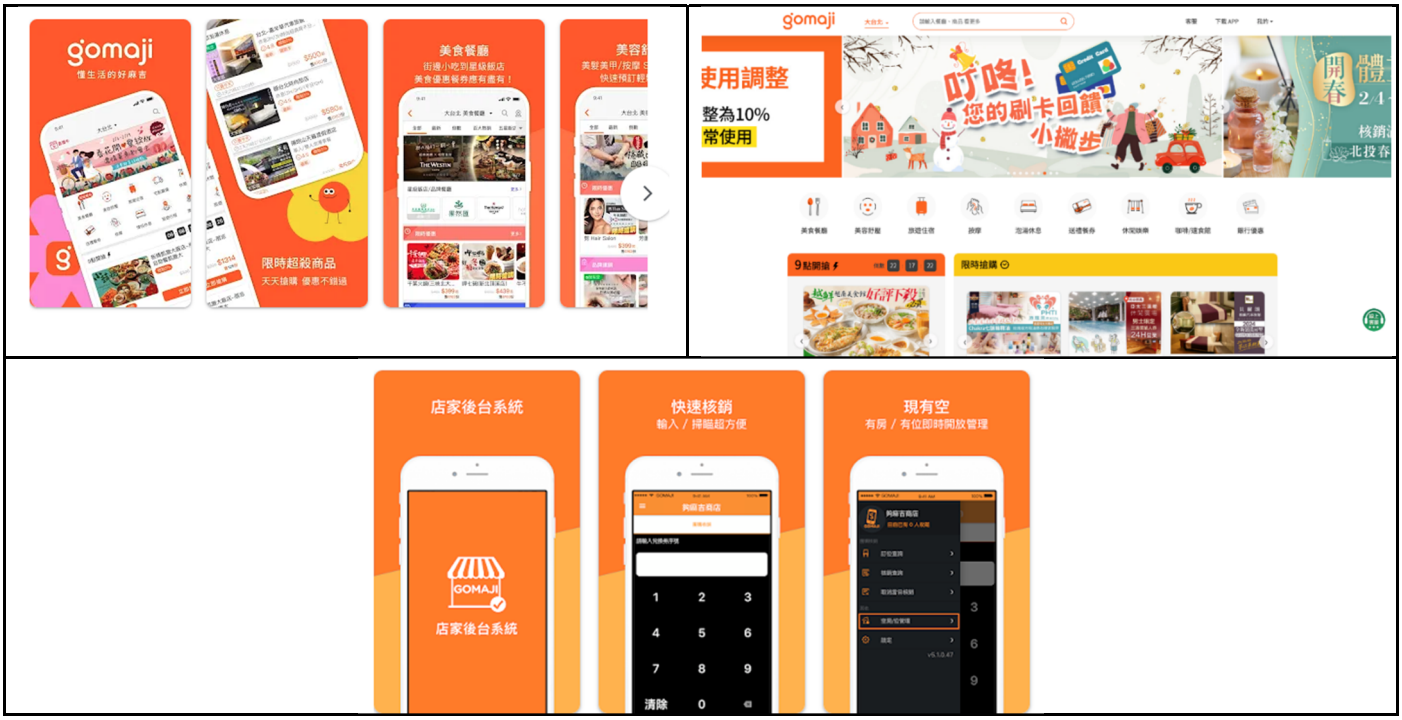
(c) ESG 數位永續策略：推動節能減碳、數位支付、無紙化管理等綠色科技，讓店家在經營成長的同時，也能響應永續發展。

3. 划算的消費體驗——科技賦能消費價值

我們不僅關注店家的成功，更關心消費者的體驗與價值。我們的資訊服務研發，旨在透過技術讓消費更划算、更便利、更安心：

(a) 智慧定價與優惠推薦：提供個人化折扣與促銷方案，提升消費吸引力。

(b) 快速順暢的購物體驗：最佳化網站與 App 速度，提供流暢的結帳與支付體驗，減少購物障礙。



智慧創新

為因應數位轉型趨勢並提升整體平台營運效能，納維康生技積極導入數據驅動與人工智慧技術，優化管理決策與顧客服務流程。藉由強化數據分析能力、實施 AI 智慧應用與打造智慧後台工具，不僅能提升內部運營效率，也強化商家服務與消費者體驗，邁向更精準、即時與高效的數位營運模式。如以下策略：

1. 強化數據驅動策略，提升運營效率：

(1) 數據可視化分析：建立 BI（商業智慧）儀表板，讓管理者能即時掌握用戶活躍度、轉換率、商品銷售趨勢。

(2) 數據驅動的個人化推薦：透過 AI 演算法分析消費者瀏覽行為、購買歷史，動態調整推薦商品，提高轉換率。

(3) 智慧定價與促銷策略：透過大數據分析市場價格波動、競爭對手價格與市場外部環境因素，調整價格與折扣方案。

2. AI 智慧分析與客服自動化管理:

(1) 全面導入 AI 自動化客服，提高回應效率。

(2) 增加店家後台數據分析，提高營運決策效率。

(3) 即時詐欺偵測系統：透過統計分析交易數據，偵測異常行為（如多次退貨、異常支付或是當時間完全沒有交易），及時預防詐欺行為。

3. 建立智慧店家後台，賦能商家營運效率：

(1) AI 商業分析報表：透過 AI 追蹤商品銷售趨勢、顧客忠誠度、最佳促銷時機，提供店家個性化建議。

(2) 即時數據回饋機制：建立即時核銷監控系統，確保交易記錄完整，避免店家作弊或異常交易發生。

年度	開發成功之技術或產品
2018	開發日本旅宿平台、Mobile Web 版改、串接海外內即時線上訂房、跨 BU 行銷條件（cross selling 模組）、PC 官網及手機網頁改版。
2019	新增加「簡信休息」頻道、「新聞」海外頻道、「頻道管理工具」功能、PC 官網及手機網頁改版、「簡訊 MGM」功能、「評價分享」功能（掃描核銷）、「寄店通用」功能（兄弟系可跨店使用）、接受 CSPA 商品「現券型」與「展示券型」、「即期促銷折價券」功能。
2020	簡單導購聯盟、國旅卡適用機制、網紅 / 部落客行銷、開宗專區。
2021	預約系統、店家毛利系統、獎勵點數計畫（提高 ARPU）、垂直電商。
2022	泡湯 / 休息預約系統、海外外送預訂短銷售、外帶 / 外送功能、宅配美食電商平台、會員點數系統。
2023	App 廣告行動地圖、交通銷售推廣機制、個人化推薦導購、農食農技採購系統、內部 CMS 內容管理功能。
2024	推出電子票券轉贈功能。
2025	推出活動頁結合購物車結帳功能、客戶數據管理系統（CDP）開發及導入。

品質持續優化

為了提供安全、健康且合規的產品與服務，確保消費者的使用安心，納維康生技透過嚴謹的管理機制，確保從來源到最終消費者的每一環節皆符合高標準要求。公司與通過國際認證的供應商合作，實施產品檢驗制度、建立顧客保障機制，並透過市場回饋進行持續改善，以維持產品的信賴度與市場競爭力。以下為具體作法說明：

1. 供應商篩選

我們的產品來自嚴選供應商 蕾綿國際，其澳洲原裝進口產品皆在具備 cGMP 與 TGA 認證的工廠生產。

2. 產品檢驗與合規

定期審查供應商的檢測報告，確保產品符合台灣法規及國際安全標準。

對於高風險產品（如食品、美容保養品），我們進行隨機抽查，保持產品品質的穩定性。

3. 顧客保障與應變機制

提供完整的退貨與換貨機制，讓消費者的購物體驗有保障。

4. 定期評估與改善

透過顧客滿意度調查，收集市場回饋，持續優化我們的產品與服務。

每年審視並更新安全標準，確保符合最新的市場需求與法規要求。

產品認證

2025 年已針對 Nature’ s Care、Healthy Care、Belrose 保健保養品進行 cGMP、TGA 認證，未違反任何有關產品與服務的健康和安全法規之事件。

產品或服務項目名稱	安全規範認證	提供客戶已評估之產品或服務比例（%）
Belrose 保健保養品	cGMP、TGA	100



客戶關係管理

納維康生技重視客戶關係管理，視其為提升顧客滿意度與促進業績成長的關鍵。為此，公司透過強化售前諮詢準確度、優化客服回應效率、導入 AI 智慧推薦與問答系統等方式，積極提升顧客體驗。針對顧客意見與申訴，公司亦建立明確處理機制與定期回饋制度，並設定短中長期的顧客滿意度與回購率目標，藉由量化指標持續追蹤成效，以確保客戶需求能被即時回應與改善，穩定企業營收與提升品牌信任好感度。

重大主題	**客戶關係管理**

影響利害關係人	**員工和其他工作者、消費者 / 客戶**
重大原因	提升服務品質，幫助消費者再次回購，增加營業收入。
策略/管理做法	提升 / 優化線上客服系統：改善線上客服使用動線、增加 AI 問答與推薦的設定，幫助消費者快速解決問題。
正/負面衝擊項目	正面 : 好的客戶關係管理有助於提升消費者滿意度，提升公司營收。 負面 : 不佳的客戶關係管理將造成消費者反感，社群擴散等，影響公司營收的穩定性。
負面補救及預防措施	售前服務： 給予正確即時的資訊，避免錯誤資訊造成負面感受。 售後服務 : 設定客訴回覆處理時間與 SOP，讓問題可快速回應或反饋給相關單位改善。
正面衝擊管制措施	售前服務 : 提供不同的消費優惠資訊, 協助消費者快速進行購買決策。 售後服務 : 提升滿意度回饋表，導入 AI 依據消費者特質給予推薦資訊。
2025 年目標	線上客服使用率達 65% 消費者滿意度 4 分（滿分 5 分）
2025 年執行績效	線上客服消費者滿意度 3.24 分（滿分 5 分），未達成 2025 年績效目標，因服務人力有限，已全面導入 AI 線上客服，提升效率。
2026 年目標	消費者滿意度 3.4 分以上（滿分 5 分）
中長期目標	消費者滿意度 3.6 分以上（滿分 5 分）
有效性評估	採用線上客服系統之滿意度調查報表 : 消費者客訴完成後，將跳出滿意度調查表，消費者可評分與填寫回饋。
申訴機制	消費者可於線上客服系統填寫回饋內容，單位主管每日每週定期察看。
管理方針調整	每週每月依滿意度、線上客服使用佔比數據定期調整執行。

顧客滿意度

為提升顧客滿意度，納維康生技積極推動多項管理措施。首先，透過定期培訓銷售人員，持續強化服務品質與專業能力，確保顧客能獲得一致且優質的服務體驗。其次，在產品品質控管方面，嚴選符合國際標準的供應商，從源頭確保產品品質，提升顧客信賴感。同時，設立完善的顧客回饋機制，透過定期進行滿意度調查，了解消費者需求與建議，並依據回饋結果適時調整合作產品與服務內容，以貼近市場脈動。最後，藉由推出會員制度及忠誠計畫，提供積分兌換與各項優惠，深化顧客黏著度，打造長期穩定的客戶關係，進一步促進整體顧客滿意度的提升。截至 2025 年底，客戶滿意度調查結果為 4.7 分(滿分 5 分)。針對滿意度調查的問卷，主要針對以下內容進行評估。

課程整體評價	學員依「內容實用性」、「講師專業度」、「課程安排妥適性」與「整體滿意度」等項目給予 1 至 5 分的評分。
最具收穫部分	以多選方式了解學員認為課程中最有幫助的內容，例如脈輪與精油應用、討論互動、操作示範等。
最喜歡的部分	詢問學員最喜歡的課程環節。
技術與應用建議	請學員提供對於課程技術教學與應用方式的意見或建議。
未來學習意願	了解學員是否有興趣參與進階或相關課程。
其他建議	開放式提問蒐集其他回饋，例如對課程安排、內容補充或講師風格的想法。

廣告宣傳

為確保公司促銷方案之內容透明且符合法規規範，本公司於設計、推動廣告與票券銷售活動時，採取以下執行原則：

1. **方案設計與審核機制**

   所有上架之促銷方案均需明確載明原售價格、預計銷售份數與完整方案內容，包含流程說明、細部項目、可使用人數與單位數等資訊，並嚴格禁止使用誇大不實、涉及療效宣稱等違規用詞。文案皆需經內部審查流程，並參考相關法規與法務部門意見確認合法性。

2. **票券使用與兌換規範**

   為保障消費者權益，票券兌換資訊將完整揭示其使用期間、可兌換日期、假日加價規定與不適用日期。各類型服務亦會明訂其預約方式及使用限制，例如：餐飲類：內用或外帶限制、不適用餐點項目、單筆限用張數。美容類：性別限制、不得指定美容師等條款。住宿類：Check-in / Check-out 時間限制與不可兌換日期等。

3. **特殊期間與限制說明**

   針對特定票券或服務，將另行標註特殊期間適用性，例如：僅限特定日期或時段使用，或於特定假日暫停兌換服務。此等資訊均於票券說明中清楚揭露，以避免消費爭議。

透過上述機制，公司致力於提供合法、清楚且對消費者友善之廣告資訊與服務體驗，並且確保所有產品正式銷售前皆經過內部審查人員確認後才可上線銷售，讓消費者可以受到安心且有保障的線上購買票券體驗。截至 2025 年底，納維康生技未被任何被主管機關調查或存在違反任何產品 / 服務資訊或宣傳 / 廣告不實之案件發生。

第三章　落實綠色永續

3.1 能源與溫室氣體排放管理

能源管理

2025 年，納維康生技總能源消耗量為 633.33GJ，並依據 73 名員工計算出能源密集度為每人 8.68 GJ。公司僅有辦公室營運需求，能源消耗主要集中於日常照明、設備使用與空調系統。

能源使用概況			
定量指標	**單位**	**2024 年**	**2025 年**
電力使用量	**度 / 年**	143,188	169,695.3
	GJ	515.48	610.90
汽油使用量	**L / 年**	1,326.83	706.7
	GJ	42.24	22.43
總能源消耗量	**GJ**	557.72	633.33
組織特定度量	**員工人數**	104	73
能源密集度	**GJ / 員工人數**	5.36	8.68

備註：

1. 電力熱值換算為 1kWh=0.0036GJ。
2. 2024 年數據轉換係數來源於環境部 2025 年所公布之最新汽柴油熱值資料計算燃料熱值，汽油 7,609 kcal/L
3. 2025 年數據轉換係數來源於環境部 2026 年所公布之最新汽柴油熱值資料計算燃料熱值，汽油 7,586 kcal/L。
4. 2024 年為自主盤查能源使用量，漏未盤查汽油使用量，故 2024 年「汽油使用量」、「總能源消耗量」、「能源密集度」進行資訊重編。

納維康生技 2025 年溫室氣體總排放量為 82.53 公噸 CO_2e。依據員工人數計算，該年度的溫室氣體排放強度為每人 1.13 公噸 CO_2e。

項目 / 年度	**2024 年**	**2025 年**
範疇一：直接溫室氣體排放(公噸 CO_2e)	4.69	3.28
範疇二：間接溫室氣體排放(公噸 CO_2e)	67.87	79.25
總排放量=範疇一+範疇二 (公噸 CO_2e)	72.56	82.53
溫室氣體排放強度（範疇一+範疇二公噸 CO_2e / 員工人數）	0.70	1.13

備註：

1. 本公司 2024 年為自主盤查，2025 年則依據 GHG Protocol 原則進行溫室氣體盤查。
2. 2025 年範疇一是針對直接來自於本公司所擁有或控制的排放源，其包含交通運輸之移動燃燒源及逸散性的排放源，排放係數依經濟部能源署最新公告數據(IPCC 第六次評估報告及 IPCC 2025 年 12 月發布之勘誤表)計算。
3. 範疇二是指能源間排放，如外購電力。
4. 外購電力引用經濟部能源局公告之電力排放係數，2024 年電力排放係數=0.474 $kgCO_2e$ / kWh，2025 年電力排放係數=0.467 $kgCO_2e$ / kWh。
5. 組織特定度量單位為納維康生技之員工總人數為單位。
6. 2024 年為自主盤查能源使用量，漏未盤查汽油使用量，故 2024 年「範疇一：直接溫室氣體排放(公噸 CO2e)」以及「溫室氣體排放強度（範疇一+範疇二公噸 CO2e / 員工人數）」進行資訊重編。

節能成果

為落實節能減碳目標，納維康生技積極推動多項能源管理措施，從設備升級、維護保養到行為引導，全面提升能源使用效率。不僅持續汰換高耗能設備，亦透過制度化管理與空間設計優化，有效減少能源浪費，降低營運過程中的碳足跡，邁向綠色辦公與永續經營。

1. **提升設備能源效率更換高效能設備**

   公司逐步將舊有的電力設備、空調系統及照明設施，更新為節能型產品，例如高效能 LED 照明、高效能空調系統等。

2. **定期設備保養**

   定期檢查與維護生產設備及辦公室設施，確保其運行效率，減少因設備老化或故障造成的能源浪費。

3. **制定節能政策**

   透過公告提醒節能，例如下班關閉電腦與電燈、合理設定空調溫度 26~28 度等，並設置專人監督執行，避免不必要的能源消耗。

4. **改造辦公空間時，優先考量保留自然採光、通透。**

透過以上具體行動方案，本公司期望在未來五年內實現能源消耗降低 1.5%的目標，同時為社會與環境貢獻更多價值。我們將持續努力，攜手員工與合作夥伴，共同邁向永續發展的未來。

3.2 環境污染防治

納維康生技營運據點位於新北市，主要供水來源為翡翠水庫。公司運用水資源風險評估工具進行評估，結果顯示所在地區屬於中低風險區域。為提升整體用水效率，本公司採取多項節水措施，包括定期檢查與維護供水系統，以確保設備運作正常、避免漏水並降低日常用水量。同時，公司全面導入節水設備，並透過內部公告宣導，鼓勵員工在日常工作中養成節約用水的習慣。此外亦推動水資源再利用，進一步落實水資源管理與永續發展目標。

營運據點	取水水庫	評估結果
新北市新店區	翡翠水庫	中低風險

納維康生技近兩年用水情形如下所示。由於公司主要營運場域為辦公室性質，僅涉及日常生活用水，並無工業或製程用水需求。2025 年員工人數減少，故用水密度增加，未來將持續推動節水管理措施。下表為 2025 年用水數據統計：

項目 / 年度	2023 年	2024 年	2025 年
取水量（百萬公升）	0.70	0.42	0.41
排水量（百萬公升）	0.70	0.42	0.41
耗水量（百萬公升）	0	0	0
組織特定度量（單位）	員工人數	員工人數	員工人數
組織特定度量值	149	104	73
用水密度（取水量 / 員工人數）	0.005	0.004	0.006
說明：耗水量=取水量-排水量。			

第四章　創建幸福企業

4.1 麻吉任用與培育

人才永續發展

納維康生技秉持人才永續發展的理念，認為人才是企業創新與成長的核心資產。為提升企業整體競爭力，公司積極推動人才培育、組織學習與工作環境優化等措施，並因應綠色轉型趨勢，著重於培養具備綠色意識與技術能力的人才，以因應未來產業變革需求。同時，公司亦關注社會包容與平等發展，致力於建立多元、友善的工作環境，透過量化指標與具體行動方案，強化對員工成長與就業市場的正面影響，以下為納維康生技人才永續管理方針。

重大主題	人才永續發展
影響利害關係人	員工和其他工作者、股東和其他投資者
重大原因	人才永續發展是當前社會與企業面臨的重要課題，其關鍵在於如何確保人才資源的長期穩定與成長，並為組織及社會創造持續價值、透過媒體宣傳吸引更多人才加入。組織文化與價值觀不匹配可能引發人才對企業的認同感下降，特別是年輕世代更注重企業社會責任與多元包容。
策略/管理做法	1. 人才永續發展應以長期規劃為核心，透過建立完善的培訓系統，提升員工專業技能與綜合能力。適時內部輪調機制，讓員工在不同職位間累積多元經驗，進一步強化組織靈活性。 2. 重視員工的職涯發展需求，設立明確的晉升路徑與績效評估機制，激勵員工持續進步。建立員工關懷計畫，透過公司導入之醫護系統，如健康管理與心理支持服務，有助於提升員工滿意度與忠誠度。 3. 企業需積極營造學習型文化，鼓勵創新與知識分享，並運用數位工具提升學習效率，不僅能增強組織競爭力，也能促進員工個人成長。
正/負面衝擊項目	**正面衝擊** 1. 經濟增長：透過人才培育，企業創新能力提高，帶動經濟發展。 2. 社會穩定：高素質人才的培養促進就業率，減少社會不平等。 3. 環境改善：專業人才投入綠色產業，有助於推動永續環境政策。 **負面衝擊** 1. 資源分配不均：部分地區可能因資源集中而忽略其他領域。 2. 人才外流：優秀人才離職，造成人力資源流動。 3. 壓力增加：過度強調競爭與績效，可能導致工作壓力與心理健康問題、公司福利削減。
負面補救及預防措施	**負面補救措施** 1. 建立危機應對機制：針對人才流失或技術斷層，設立工作範疇相當之專責人員、快速反應方案，確保組織穩定運作。 2. 提供再教育與培訓：針對現有員工進行技能提升，縮短因外部招募不足而產生的能力差距。 3. 提升員工滿意度：透過改善薪酬福利、工作環境及內部溝通，降低離職率。 **預防措施** 1. 建立人才儲備計畫：透過校園招募、實習計畫及內部晉升機制，確保人才供應鏈穩定。 2. 推動組織文化：塑造以學習與創新為核心的文化，吸引並留住優秀人才。

	3. 回饋分析預警：利用人員交流回饋，瞭解員工滿意度及流動趨勢，提前採取行動。
正面衝擊管制措施	**1. 經濟增長** 透過系統性的人才培育，企業創新能力得以提升，進而推動產業升級與經濟發展。高素質人才的投入不僅促進企業競爭力，還可創造更多就業機會，帶動整體經濟成長。 **2. 社會穩定** 高素質人才的培養直接影響就業率的提升，減少失業問題，從而降低社會不平等現象。穩定的就業環境使社會更加和諧，有助於國家長期穩定發展。 **3. 環境改善** 專業人才的加入能推動綠色產業的發展，促進環境友善技術的應用與普及，也能參與制定與執行永續環境政策，為實現環境與經濟並進的目標提供支持。
2025 年目標	1. 強化產學合作，設立專業培訓計畫，提升人才技能與實務經驗。 2. 推動綠色產業相關合作，吸引更多人才參與環境永續領域。 3. 透過外部合作，提升就業媒合效能，促進人才流動與合理分配。
2025 年執行績效	1. 與致理科技大學進行產學合作校園招募，加強與校園的培訓計畫。 2. 與珍愛教育基金會一起發展人文教育，致力提升品德素養及研究，倡導家庭教育，推廣正確食農教育，2025 年舉辦 8 場贊助活動 3. 透過外部的獵才合作，成功招募到一位專業資深主管。
2026 年目標	1. 強化產學合作，設立專業培訓計畫，提升人才技能與實務經驗。 2. 推動綠色產業相關合作，吸引更多人才參與環境永續領域。 3. 透過外部合作，提升就業媒合效能，促進人才流動與合理分配。
中長期目標	1. 建立全面性的人才培育體系。 2. 推動企業與學術機構合作，加強創新研究與實踐。 3. 強化綠色經濟相關領域的人才供應鏈，支持永續發展目標。
有效性評估	有效整合，將能最大化其對經濟、社會與環境的正面影響。
申訴機制	HR@gomaji.com.tw
管理方針調整	人才永續發展是經濟、社會與環境三者平衡的關鍵，未來應持續調整管理方針。

人力結構

本公司 2025 年員工總數為 73 人，皆為永久聘僱性質，無臨時員工。從年齡與性別分布可見 30 歲以下員工以女性居多，顯示公司在青年女性就業方面具備吸引力；31 至 50 歲為主要人力結構，占比最大，呈現穩定且具經驗的中堅人力；51 歲以上員工則相對較少。整體顯示公司人力結構穩定且多元，亦反映納維康生技致力於提供長期穩定的就業機會。

類別	**30 歲以下**		**31 歲~50 歲**		**51 歲以上**	
	男	**女**	**男**	**女**	**男**	**女**

永久聘雇員工（註 1）	1	8	18	35	5	6
臨時員工（註 2）	0	0	0	0	0	0
員工人數總計	1	8	18	35	5	6

說明：

1. 簽訂無固定期限合約的全職或兼職員工。
2. 簽訂有期限合約的員工。該合約在指定的時間到期，或在具有評估時程的特定任務或事件完成時結束（如工作專案結束或原被代理職務的員工回任）。

本公司所合作之非員工工作者，主要以外包形式委任，依據不同工作性質簽署「撰文寫手合約書」、「拍攝授權使用協議書」或「顧問委任合約書」等契約文件，確保合作關係具法律依據與責任明確。此類外包人員多屬論件計酬模式，涵蓋撰文、影音製作、KOL 行銷等多元專業領域。整體使用人數穩定，無大幅增減，顯示公司對外包資源有持續且穩定之需求與管理。

非員工工作者類型	與公司的契約關係	工作者總數
【MK 行銷】委外「KOL 網紅」	委外撰文 / 拍攝及授權使用協議書	133
外部聘請顧問（美容顧問講師、產品法律顧問）	顧問委任合約書	1
清潔員	承攬合約	1

本公司於徵聘人員時，積極強化與在地社群的連結，並致力於提升員工任職的穩定性與長期投入意願，因此以台灣地區居民為主要招募對象。根據 2025 年度資料，高階主管共計 14 人，其中全數為本地員工，占比達 100%，展現公司對在地人才晉升與培育的高度重視。整體員工職級與年齡分布穩定，呈現兼具經驗與活力的團隊結構。2025 年員工職別與管理層結構如下圖所示：

年度			2025 年
級別	性別	年齡	
高階主管	男性	30 歲以下	0
		31~50 歲	3
		51 歲以上	2
	女性	30 歲以下	0
		31~50 歲	8
		51 歲以上	1
高階主管總計			14
非高階主管人員	男性	30 歲以下	1
		31~50 歲	15
		51 歲以上	3
	女性	30 歲以下	8
		31~50 歲	27
		51 歲以上	5

非高階主管人員總計	59
所有正職人員總計	73
備註：納維康生技之高階主管定義為：擔任部門主管或以上者，如經理、協理、處長...等，但職階為經理者無擔任部門主管者不列入高階管理階層。	

員工新進率與離職率

納維康生技重視人才發展與組織活力，持續依據業務需求補實人力。2025 年度共錄用 13 位新進員工，占員工總數 17.80%。從性別觀察，女性新進員工占比較高，達 8 人，顯示公司在性別平等與女性就業機會方面展現良好成果；其中以 31 歲至 50 歲區間的占比居多，女性尤為顯著，達 4 人，男性 3 人。各年齡層新進人力皆有補充，顯示公司在人才招募上具備年齡多元性，有助於組織兼具經驗傳承與創新動能。

年度	**2025 年**			
性別	**男性**		**女性**	
年齡/項目	**人數**	**新進率(%)**	**人數**	**新進率(%)**
30 歲以下	1	1.37	2	2.74
31 歲~50 歲	3	4.11	4	5.48
51 歲以上	1	1.37	2	2.74
新進人數合計	13			
員工總人數	73			
總新進率(%)	17.80			

2025 年度的總離職人數為 45 人，總離職率為 61.64%。從性別觀察，女性離職人數為 37 人，占總離職人數的 50.68%，其中尤以 31 歲至 50 歲年齡層為主，占比高達 41.10%；30 歲以下女性離職人數也達 7 人，離職率為 9.59%。男性部分則以 31 歲至 50 歲年齡區間離職比例最高，占比 8.22%。整體而言，中壯年女性為主要離職群體，反映出需進一步關注此族群的職涯發展、工作生活平衡與留才策略。

因應市場變化及公司永續發展的議題下，納維康生技於 2025 年度再度進行組織及人力調整，精簡組織人力及汰換績效不佳的員工，因而導致離職率偏高。

年度	**2025 年**			
性別	**男性**		**女性**	
年齡/項目	**人數**	**離職率(%)**	**人數**	**離職率(%)**
30 歲以下	2	2.74	7	9.59
31 歲~50 歲	6	8.22	30	41.10
51 歲以上	0	-	0	-
離職人數合計	45			
員工總人數	73			

總離職率(%)	61.64

進用多元族群員工

納維康生技於 2025 年間聘用 1 名 30 歲以下之男性少數或弱勢人員，展現公司對多元與包容的重視。公司致力於提供平等就業機會，並在招募過程中秉持無歧視原則，不因性別、年齡、種族、社會背景、國籍、出生地、身心障礙等因素限制應徵資格。未來亦將持續關注社會弱勢群體之就業機會，透過實際行動落實企業社會責任，打造更加友善與多元的工作環境。

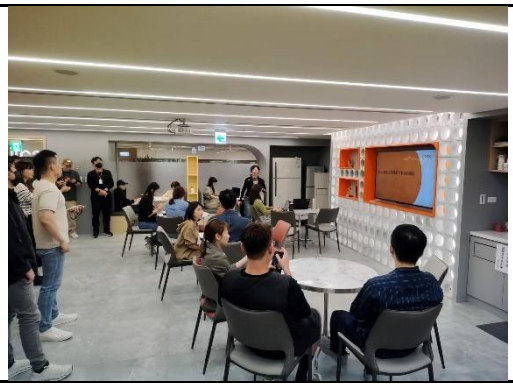
年度			2025 年
項目	性別	年齡	
少數或弱勢群體	男性	30 歲以下	1
		31~50 歲	0
		51 歲以上	0
	女性	30 歲以下	0
		31~50 歲	0
		51 歲以上	0
說明：少數或弱勢群體：具有某些特定條件或特徵（如經濟、生理、政治、社會）的群體，其因組織活動而遭受的負面衝擊嚴重性可能較一般群更大。			

教育訓練

依據公司教育訓練辦法，新進人員報到後執行職前訓練一小時及職業安全衛生教育二小時。在職人員教育訓練為使同仁透過訓練養成提升員工專業職能與工作潛能，提供員工依職務安排相關職能的外部教育訓練課程。

項目 / 類別		管理職		非管理職		直接人員		間接人員	
單位 / 性別		男	女	男	女	男	女	男	女
總人數	人	6	9	18	40	0	0	24	49
受訓總時數	小時	5	9	36	64	0	0	41	73
平均受訓總時數	小時 / 人	0.83	1.00	2.00	1.60	-	-	1.71	1.49
受訓費用	元	290	521	1,079	2,058	0	0	1,369	2,579

教育訓練照片





公平績效管理制度

納維康生技致力於推動公平透明的績效考核制度，並依據員工職別與性別進行績效評估統計，以確保評核制度具包容性並促進組織公平性。2025 年報導期間內，管理職男性與女性接受考核比例分別為 60.00%與 77.78%，非管理職為 94.44%與 94.74%；間接人員則分別為 86.96%與 91.49%，顯示女性員工在績效考核制度中參與程度普遍高於男性員工。公司未來將持續優化績效管理制度，並視實務情況檢討考核適用對象，強化績效制度與員工發展之連結，以提升整體人力資源管理效能。

項目	管理職	非管理職	直接人員	間接人員
接受考核的男性員工比例	60%	94.44%	0	86.96%
接受考核的女性員工比例	77.78%	94.74%	0	91.49%
備註：董事長、執行長、策略長、總經理、計時人員及新進未滿三個月人員無接受考核。				

4.2 薪資福利

薪資比例

納維康生技為確保市場競爭力，每年依各職務市場水位與個人績效表現進行調薪，員工之基本薪資不因性別、年齡、宗教、種族、國籍、出生地、身心障礙、政治立場、婚姻狀況、工會社團等而有異。截至報導期間年底，男性及女性基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例如下表：

國家 / 地區	男性基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例	女性基層人員標準薪資與當地最低薪資的比例
台灣	1.05	1.05

納維康生技透過薪酬比例分析，持續檢視不同職別與性別間的薪資結構。因不同職別的職務內容及性別比例在實務執行上有些微差距，但總體比例呈現上並無明顯差距。公司將持續強化內部薪酬公平性檢視機制，並透過制度優化與定期檢討，朝向縮小性別薪資差距、實踐性別平等的職場環境邁進。

各職別薪酬比例	人數		薪資比	
	女	男	女	男
管理職	9	6	1	1.37
非管理職	40	18	1	0.99

直接人員	0	0	-	-
間接人員	49	24	1.	1.23

各職別薪酬比例	人數		薪酬比	
	女	男	女	男
管理職	9	6	1	1.23
非管理職	40	18	1	0.90
直接人員	0	0	-	-
間接人員	49	24	1	1.11

納維康生技 2025 年公司薪酬最高個人之年度總薪酬與員工年度總薪酬之中位數的比率為 4.8，公司薪酬最高個人之年度總薪酬與員工年度總薪酬之增加比率則為 0。

國家/地區	公司薪酬最高個人之年度總薪酬與員工(不包括該薪酬最高個人)年度總薪酬之中位數的比率	公司薪酬最高個人之年度總薪酬與員工(不包括該薪酬最高個人)年度總薪酬之增加比率
臺灣	4.8	0
備註： 1.董事長不算薪酬最高之個人，除非兼任總經理/執行長，該年度薪酬最高個人為總經理。 2.年度薪酬中位數比率計算公式：該年度年薪最高之個人年薪/該年度年薪位於中位數之個人年薪。 3.年度薪酬增加比率計算公式：該年度年薪最高之個人年薪增加百分比/該年度年薪位於中位數之個人年薪增加百分比。		

納維康生技股配合政府最新政策，揭露非管理職員工的薪資結構，以展現對薪資透明化與性別平等的重視。公司持續精進薪酬制度，透過薪資平均數與中位數的呈現，反映公司在薪資制度上的公平性與一致性，亦展現公司致力於打造兼具市場競爭力與內部公平性的工作環境。2025 年薪資平均數及薪資中位數與前一年度變動百分比分別為-16.86%以及-14.83%。

年份	2024 年				2025 年			
職別	人數		薪資平均數（新台幣千元）	薪資中位數（新台幣千元）	人數		薪資平均數（新台幣千元）	薪資中位數（新台幣千元）
	男	女			男	女		
非管理職	21	68	765	634	18	40	636	540

麻吉福利

納維康生技致力於提供多元且完善的福利措施。公司為全體同仁依法辦理勞工保險、全民健康保險與團體保險，並提供結婚、生育、喪葬及生日等各項禮金關懷。此外，亦設有社團補助與每月慶生會活動，以促進員工身心健康與同仁間的交流互動；同時提供定期員工健康檢查與專屬購物優惠，營造友善、幸福的職場環境。

依據工作規則，員工得於符合特定年資與年齡條件時自請退休，包括：服務滿十五年且年滿五十五歲、服務滿二十五年者，或服務滿十年且年滿六十歲者。此外，公司亦得於特定條件下辦理強制退休，包含員工年滿六十五歲或因身心障礙致不堪勝任工作者。針對擔任危險性或需高度體力之特殊性質工作者，其強制退休年齡得由公司報請中央主管機關調整，但不得低於五十五歲。

育嬰留停執行情形

納維康生技積極營造支持家庭與工作的友善職場，依據法令設立完善的育嬰假制度，提供符合資格之員工於子女 3 歲前，最多可申請 2 年之育嬰留職停薪假，以協助員工兼顧職場與家庭角色。

觀察近三年育嬰假申請與復職情形，2025 年共有 10 名員工符合申請資格，實際申請人數為 8 人，均為女性員工。當年度申請育嬰假的 2 位員工已順利復職，其中 1 位在復職後持續任職滿一年，另一位則因無法兼顧工作與家庭責任，選擇離職專心照顧子女，導致 2025 年育嬰留停留任率為 50%，等同於 2024 年，但相較於 2022 年與 2023 年均達 100%的留任率，顯示家庭照顧需求對部分育嬰員工的職涯規劃仍具影響。

公司未來將持續關注留任情形，並適度強化職場彈性措施及員工關懷機制，協助復職員工順利重返職場，延續職涯發展。

年度	2023 年			2024 年			2025 年		
項目/性別	男性	女性	合計	男性	女性	合計	男性	女性	合計
符合育嬰留停申請資格人數 A	3	8	11	3	10	13	0	10	10
當年度實際申請育嬰留停人數 B	0	2	2	0	5	5	0	8	8
當年度育嬰留停應復職人數 C	0	2	2	0	2	2	0	6	6
當年度育嬰留停實際復職人數 D	0	2	2	0	2	2	0	2	2
前一年度育嬰留停實際復職人數 E	0	1	1	0	2	2	0	2	2
前一年度育嬰留停復職後持續工作一年人數 F	0	1	1	0	1	1	0	1	1
當年度育嬰留停復職率%(D/C)	0	100	100	0	100	100	0	33.33%	33.33%
當年度育嬰留停留任率%(F/E)	0	100	100	0	50	50	0	50%	50%

營運變更之最少公告期限

為確實保障員工工作權益，本公司遵守勞動基準法相關法令規定，若公司發生重大營運變化、或要終止與員工之勞雇關係，與員工之勞動契約皆依政府規定終止，截至 2025 年底，納維康生技

共發生 19 件資遣事件，係為提升整體營運效能，進行人力結構調整，汰換未達績效標準之員工，以強化組織競爭力。

預告期間依下列各款之規定：

1. 繼續工作 3 個月以上未滿 1 年者，於 10 日前預告之。
2. 繼續工作 1 年以上，未滿 3 年者，於 20 日前預告之。
3. 繼續工作 3 年以上者，於 30 日前預告之。
4. 勞工於接到前項預告後，為另謀工作得於工作時間請假外出。其請假時數，每星期不得超過 2 日之工作時間，請假期間之工資照給。

納維康生技各職位無須具備特定專業證照或資格始得任用，惟公司重視員工持續發展與職涯延續性，特訂定《員工績效管理作業辦法》及《員工績效輔導與改善計畫》，以系統化方式協助員工強化職能表現，並提升離職後之就業競爭力，實踐終身學習與人才永續培育目標。

4.3 用心關懷

職業安全衛生

雖尚未導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，仍高度重視全體員工之職場安全與健康。公司已制定《職業安全衛生管理計畫》及《職業安全工作守則》，作為職安管理之核心依據，並要求所有新進人員參加職業安全衛生教育訓練，以建立正確的安全意識與行為準則。

此外，公司亦聘任專業職業安全護理師與醫師，定期進行臨場健康關懷，協助員工了解自身健康狀況，及早預防職業病風險。日常亦透過內部會議與活動，持續推動職安衛生宣導，深化安全文化，保障員工福祉與工作環境安全。

類型	檢查項目	檢查人數（人）	檢查費用（元）
一般健康檢查	一般體格檢查、眼科檢查、尿液檢查、血液檢查、血脂肪檢查、血糖檢查、肝機能檢查、膽機能檢查、腎機能檢查、痛風檢查、細菌檢查、心臟功能檢查、胰臟機能檢查、新陳代謝科檢查、防癌檢查、放射科檢查、超音波檢查、身體組成分析測量、內科檢查、心力評量、過勞評量、人因評量。	68	149,500
註：健康檢查為二年一次，2025 年無舉辦，此表為 2024 年健康檢查資訊。			

社區關懷

納維康生技以雲端數位服務為主要營運業務，相關作業屬於非實體製造型態，不涉及排放噪音、廢棄物、廢汙水、空氣污染等可能對社區或環境造成負面影響之活動。公司營運據點及所屬子公司皆設立於新北市新店區之商用辦公建築內，區域發展成熟、基礎建設完善，營運形式與地點屬於對環境低干擾、低衝擊之型態。

本公司定期進行營運活動與社區環境互動的風險評估，確認對周邊社區無直接性或潛在性之負面衝擊。評估內容涵蓋能源使用、交通動線、社區噪音、排放物與鄰里關係等面向。截至 2025 年底止，公司與社區間並無環境糾紛、民眾投訴或社區衝突紀錄，顯示公司運作與周邊社區共融和諧。

將持續秉持對在地社區負責之態度，隨著營運規模擴展，適時檢討與精進環境與社區影響管理機制，確保在企業成長的同時，不對所在地區造成壓力，落實企業社會責任。

項目	內容
蕾綿國際股份有限公司 - 獵人谷之夢門市	● 販賣健康美味餐飲，安心食材與保健保養品，提供當地居民舒適溫馨的用餐與購物環境。 ● 時常贊助基金會舉辦講座活動，如：書香下午茶，健康餐點示範....，推廣社區居民文教與健康理念。
農良股份有限公司	● 於宜蘭種植無毒安心蔬菜，友善農地環境。偶爾亦贊助基金會活動觀摩收成採摘發揮育教功能，捐贈安心蔬菜與食物銀行與弱勢團體，亦供應納維康生技餐飲店家新鮮健康食材。

本公司推動企業社會責任與珍愛教育基金會一起發展人文教育，致力提升品德素養及研究，倡導家庭教育，推廣正確食農教育，2025 年舉辦數場贊助活動：

活動項目	效益
珍愛基金會再次將關懷與溫暖送入社區，攜手臺北市文山區順興社區及宜蘭愛加倍關懷協會辦理愛心物資捐贈活動。	50 個家庭收到協會關懷，物資金額 72,362 元。
與珍愛基金會共同舉辦亞馬遜河探險記，影響台灣一整個世代的生態教育者徐仁修老師的生命故事講座，活動當天書籍義賣的所有收入，全數捐給「財團法人荒野基金會」。	出席人數 115 位，捐款 5 萬元。
與珍愛基金會共同舉辦電影包場活動，我在荒野做了一場夢-自然攝影先驅徐仁修老師的生命旅程，推廣自然環境教育。	出席人數 125 位。
模範父親徵文選拔，推廣親子教庭教育。	出席人數 50 位。
與珍愛基金會共同舉辦電影包場活動，觀賞台灣首部跨越南北極的生態紀錄片 守護我們的星球。推廣環境教育，保護氣候行動，保育生態，推廣 6/21 夏至關燈日，夜間關燈 1 小時，節約能源，為地球盡一份心力。	出席人數 90 位。
食農教育，幸福餐桌-吃出儀式感，微笑音符陳保文執行長來分享食育與生活美學的關聯。	出席人數 50 位。
國際家庭日珍愛夥伴攜手走進自然親近大地，體驗農事、健康生活、食農教育、永續消費生產、健康生活方式。	共計 105 位夥伴、61 個家庭出席
珍愛教育基金會在第二屆第五次董事會議提案成立志工隊。於 114 年 12 月 29 日、30 日 2 天社福類志工培訓，課程包含志工基礎教育訓練(6 小時) 、志工特殊教育訓練(6 小時)。	15 位取得志願服務手冊，為服務更廣需要的事物。

附錄

附錄一：GRI 永續性報導準則(GRI)對照表

使用聲明	納維康生技股份有限公司已參考 GRI 準則報導 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日期間內，GRI 內容索引表中引述的資訊。
GRI 1 使用	GRI 1：基礎 2021
適用 GRI 行業準則	N/A

GRI 準則類別/主題	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼	省略/備註
1. 組織及報導實務					
GRI 2 一般揭露 2021	2-1	組織詳細資訊	1.1 企業概況	13	
	2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	2	
	2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	2	
	2-4	資訊重編	關於本報告書	2	
	2-5	外部保證/確信	關於本報告書	2	
2. 活動與工作者					
GRI 2 一般揭露 2021	2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	2.1 供應鏈管理 2.2 品質管理	45 50	
	2-7	員工	4.1 麻吉任用與培育	60	
	2-8	非員工的工作者	4.1 麻吉任用與培育	60	
3. 治理					
GRI 2 一般揭露 2021	2-9	治理結構及組成	1.2 公司治理	21	
	2-10	最高治理單的提名與遴選	1.2 公司治理	21	
	2-11	最高治理單位的主席	1.2 公司治理	21	
	2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.2 公司治理	21	
	2-13	衝擊管理的負責人	1.2 公司治理	21	
	2-14	最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	2	
	2-15	利益衝突	1.2 公司治理	21	
	2-16	溝通關鍵重大事件	1.2 公司治理	21	
	2-17	最高治理單位的群體智識	1.2 公司治理	21	
	2-18	最高治理單位的績效評估	1.2 公司治理	21	
	2-19	薪酬政策	1.2 公司治理	21	
	2-20	薪酬決定流程	1.2 公司治理	21	
	2-21	年度總薪酬比率	4.2 薪資福利	65	
4. 策略、政策與實務					
GRI 2 一般揭露 2021	2-22	永續發展策略的聲明	董事長的話	4	
	2-23	政策承諾	1.2 公司治理	21	
	2-24	納入政策承諾	1.2 公司治理	21	
	2-25	補救負面衝擊的程序	1.2 公司治理	21	
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.2 公司治理	21	
	2-27	法規遵循	1.2 公司治理	21	
	2-28	公協會的會員資格	-	-	無參與公協會
5. 利害關係人議合					
GRI 2 一般揭露 2021	2-29	利害關係人議合方針	利關係人鑑別	6	
	2-30	團體協約	-	-	無成立工會

重大主題

GRI 編號	議題	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼
GRI 3：重大主題 2021	管理方針	3-1	決定重大主題的流程	重大主題鑑別	11
GRI 3：重大主題 2021	管理方針	3-2	重大主題列表	重大主題鑑別	11
重大主題：資訊安全及隱私保護權					
GRI 3：重大主題 2021	管理方針	3-3	重大主題管理	1.3 風險管理	38
GRI 418	客戶隱私主題揭露 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1.3 風險管理	38
重大主題：財務績效與營運風險					
GRI 3：重大主題 2021	管理方針	3-3	重大主題管理	1.1 企業概況	13
GRI 201	經濟績效主題揭露 2016	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.1 企業概況	13
		201-4	取自政府之財務補助	1.1 企業概況	13
重大主題：供應商管理					
GRI 3：重大主題 2021	管理方針	3-3	重大主題管理	2.1 供應鏈管理	45
GRI 308	供應商環境評估主題揭露 2016	308-1	使用環境標準篩選新供應商	2.1 供應鏈管理	45
		308-2	供應鏈中負面的環境衝擊以及所採取的行動	2.1 供應鏈管理	45
GRI 414	供應商社會評估主題揭露 2016	414-1	使用社會標準篩選新供應商	2.1 供應鏈管理	45
		414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	2.1 供應鏈管理	45
重大主題：公司治理與誠信					
GRI 3：重大主題 2021	管理方針	3-3	重大主題管理	1.2 公司治理	21
GRI 205	反貪腐主題揭露 2016	205-1	已進行貪腐風險評估的營運據點	1.2 公司治理	21
		205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	1.2 公司治理	21
		205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	1.2 公司治理	21
重大主題：人才永續發展					
GRI 3：重大主題 2021	管理方針	3-3	重大主題管理	4.1 麻吉任用與培育	60
GRI 202	市場地位主題揭露 2016	202-2	雇用當地居民為高階管理階層的比例	4.1 麻吉任用與培育	60
GRI 401	勞雇關係主題揭露 2016	401-1	新進員工和離職員工	4.1 麻吉任用與培育	60
GRI 404	訓練與教育主題揭露 2016	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	4.1 麻吉任用與培育	60
		404-3	定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	4.1 麻吉任用與培育	60
GRI 405	員工多元化與平等機會	405-1	治理單位與員工的多元化	4.1 麻吉任用與培育	60

	主題揭露 2016				
重大主題：客戶關係管理					
GRI 3：重大主題 2021	管理方針	3-3	重大主題管理	2.2 品質管理	50
GRI 416	顧客健康與安全主題揭露 2016	416-1	評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	2.2 品質管理	50
		416-2	違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2.2 品質管理	50
GRI 417	行銷與標示主題揭露 2016	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	2.2 品質管理	50
		417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件	2.2 品質管理	50
		417-3	未遵循行銷傳播相關法規的事件	2.2 品質管理	50

其他主題揭露

GRI 準則類別/主題	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼
特定主題準則：200 系列（經濟的主題）				
經濟績效				
GRI 201 經濟績效主題揭露 2016	201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	1.3 風險管理	38
	201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	4.2 薪資福利	65
市場地位				
GRI 202 市場地位主題揭露 2016	202-1	不同性別的基層人員標準薪資與當地最低薪資的比率	4.2 薪資福利	65
間接經濟衝擊				
GRI 203 間接經濟衝擊主題揭露 2016	203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	4.3 用心關懷	69
稅務				
GRI 207 稅務主題管理揭露 2019	207-1	稅務方針	1.1 企業概況	13
	207-2	稅務治理、管控與風險管理	1.1 企業概況	13
	207-3	稅務相關議題之利害關係人溝通與管理	1.1 企業概況	13
特定主題準則：300 系列（環境的主題）				
能源				
GRI 302 能源主題揭露 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	3.1 能源與溫室氣體排放管理	57
	302-3	能源密集度	3.1 能源與溫室氣體排放管理	57
	302-4	減少能源消耗	3.1 能源與溫室氣體排放管理	57
水與放流水				
GRI 303 水與放流水主題管理揭露 2018	303-1	共享水資源之相互影響	3.2 環境污染防治	59
	303-3	取水量	3.2 環境污染防治	59
	303-4	排水量	3.2 環境污染防治	59
	303-5	耗水量	3.2 環境污染防治	59

GRI 準則類別/主題	編號	GRI 準則揭露內容	對應章節	頁碼
排放				
GRI 305 排放主題揭露 2016	305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	3.1 能源與溫室氣體排放管理	57
	305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	3.1 能源與溫室氣體排放管理	57
	305-4	溫室氣體排放強度	3.1 能源與溫室氣體排放管理	57
特定主題準則：400 系列(社會的主題）				
勞雇關係				
GRI 401 勞雇關係主題揭露 2016	401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	4.2 薪資福利	65
	401-3	育嬰假	4.2 薪資福利	65
勞/資關係				
GRI 402 勞/資關係主題揭露 2016	402-1	關於營運變化的最短預告期	4.2 薪資福利	65
職業安全衛生				
GRI 403 職業安全衛生主題管理揭露 2018	403-1	職業安全衛生管理系統	4.3 用心關懷	69
	403-2	危害辨識、風險評估及事故調查	4.3 用心關懷	69
	403-3	職業健康服務	4.3 用心關懷	69
訓練與教育				
GRI 404 訓練與教育主題揭露 2016	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	4.1 麻吉任用與培育	60
員工多元化與平等機會				
GRI 405 員工多元化與平等機會主題揭露 2016	405-2	女性對男性基本薪資與薪酬的比率	4.2 薪資福利	65
不歧視				
GRI 406 不歧視主題揭露 2016	406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	1.2 公司治理	21
童工				
GRI 408 童工主題揭露 2016	408-1	營運據點和供應商使用童工之重大風險	1.2 公司治理	21
強迫或強制勞動				
GRI 409 強迫或強制勞動主題揭露 2016	409-1	具強迫與強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	1.2 公司治理	21
當地社區				
GRI 413 當地社區主題揭露 2016	413-1	經當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的營運活動	4.3 用心關懷	69

附錄二：SASB 指標對照表-數位雲端 - 互聯網媒體與服務

主題	編號	會計指標	2025 年揭露情形
基礎硬體設施的能源與水管理	TC-IM-130a.1	(1) 總能源消耗量 (2) 電網電力百分比 (3)可再生能源百分比	(1) 633.33GJ (2) 100% (3) 0%
	TC-IM-130a.2	(1) 總取水量 (2)總耗水量 (3)各自占用高或極高基線水壓地區的百分比	(1) 0.41 百萬公升 (2) 0 百萬公升 (3) 0%
	TC-IM-130a.3	將環境考量融入策略規劃中的相關討論	1. 能源效率：評估硬體設施的能源使用情況，並採取措施提升能源效率，例如使用節能設備或採用再生能源。 2. 水資源管理：分析水資源的使用，確保在規劃與運作中減少浪費，並考慮雨水回收或廢水再利用的方案。 3. 環境影響評估：在策略規劃階段進行全面的環境影響評估，確保任何新建或改建項目都符合可持續發展的原則。 4. 政策與法規遵循：確保所有管理措施符合當地環保法規，並積極參與相關政策的制定與實施。 5. 教育與培訓：提高員工對能源與水資源管理重要性的認知，並提供相關技能培訓，以促進更有效的執行。
資訊隱私、廣告標準與言論自由	TC-IM-220a.1	有關【行為定向廣告】和【用戶隱私】的政策和做法描述	官網設有「個人資料蒐集告知 & 隱私權保護政策」(【個人資料蒐集告知】、【隱私權保護政策】) https://www.gomaji.com/privacy。 政策及作法描述如下： 1.【行為定向廣告】：個人資料利用之期間、地區、對象及方式-(1) 當您在本服務登錄個人資料以進行相關交易、瀏覽本服務時，我們會蒐集您的個人資料作為商品或服務預約、金融交易及信用卡授權、使用者管理與客服服務、行銷(含抽獎活動及以電子、書面、電話、電信、網際網路及其他方式於蒐集之特定目的範圍內處理並利用消費者個資進行合作廠商商品之宣傳行銷)、公益勸募、市場調查、消費者消費習慣調查及其他合於營業登記項目業務的經營需要，或觀察您瀏覽行為的特徵、蒐集消費記錄，進行使用者分群與瀏覽模式分析，提供專屬您的個人化服務.....。

			2.【用戶隱私】：使用者個人資料保護-本公司會盡力保護所有使用者的個人資料與隱私，您所留的資料本公司，依據商品或服務的需要，評估必要性提供給合作店家/廠商(含其委外託運公司)、信用卡收單銀行、付款信用卡發卡銀行，您須知悉本公司蒐集您的資料，是為了協助本公司提供您本服務的目的。除了可能涉及違法、侵權、違反服務條款或經您同意以外，本公司不會無正當理由任意將個人資料內容交予無須知悉的人或單位;另，本公司所有信用卡交易均係通過安全認證且主機上未留存使用者信用卡完整卡號（僅前六後四碼）。
	TC-IM-220a.2	用於【次要目的】的用戶數量	0 次（納維康生技確保用戶提供之所有資料皆受到《隱私權政策》之嚴格保護。2025 年，無將客戶個人資訊用於次要目的之情事。）
	TC-IM-220a.3	因與用戶隱私相關的法律程序而產生的總金錢損失金額	0 新台幣元。
	TC-IM-220a.4	(1)執法機構要求用戶信息的次數 (2)被索取用戶資訊的用戶數量 (3)導致披露的百分比	(1) 3 次 (2) 0 次（除契約關係必要外，不接受索取用戶個資資訊） (3) 100 %
	TC-IM-220a.5	核心產品或服務受政府要求進行監控、封鎖、內容過濾或審查的國家列表	本公司設置在新北市政府，銷售各類票券分屬不同主管機關，新北市政府(消費者保護)、新北市衛生局(餐券)、交通部觀光局(住宿券)、文化部(表演展覽票券)。
	TC-IM-220a.6	(1) 政府要求刪除內容的次數 (2) 及符合要求的百分比	(1) 0 次 (2) 100%
資訊安全	TC-IM-230a.1	(1) 資訊洩露次數 (2)個人資訊洩露次數佔全部資訊洩漏次數的百分比 (3)受個人資訊外洩影響的用戶數量	(1) 0 次 (2) 0% (3) 0 件
	TC-IM-230a.2	描述識別和處理資訊安全風險的方法，包括使用第三方網絡安全標準	官網設有「資訊安全」https://www.gomaji.com/privacy 說明： 本服務確保其與消費者交易之電腦系統具有符合一般可合理期待之安全性。本服務所蒐集個人資料或信用卡資訊，本公司將依法採取相關措施，如： 1、安全機制 SSL(Secure Sockets Layer)憑證加密機制(256bit)進行資料傳輸加密。

			2、驗證通過並持續導入 PCI DSS 支付卡產業資料安全標準之流程。 3、Gomaji APP 通過「行動應用資安聯盟」檢測，並取得「行動應用 APP 基本資安檢測合格證明書」。 4、資料隱私保護標章(dp.mark) 驗證通過並持續導入「臺灣個人資料保護與管理制度(TPIPAS)」之流程;公司員工取得「TPIPAS 專業人員資格管理」之個資內評師、管理師證照(個資培訓課程，係使學員能學習「臺灣個人資料保護與管理制度」相關規範及操作流程，強化企業內部個人資料管理能量，協助企業自行建置其內部個人資料管理制度)。 5、公司內控措施、資料庫設有防火牆、防毒等各種資訊安全措施，並定期檢查防火牆規則適用性,並依權責控管存取權限。 6、作業程序面、技術面及本公司人員的個資保護教育訓練、相關處理人員皆簽有保密及個資保護合約。 7、每季定期對金流系統作弱點掃描、系統滲透測試、資安升級。
員工招聘、多元化與績效	TC-IM-330a.1	外籍員工百分比	2.7 %
	TC-IM-330a.2	員工敬業度百分比	30 %
	TC-IM-330a.3	(1)管理階層 (2)技術人員 (3)所有其他員工的性別及種族百分比	(1) 19.18 % (2) 13.7 % (3) 67.12 %
知識產權保護與競爭行為	TC-IM-520a.1	因與反競爭行為規範相關的法律程序而產生的總金錢損失額	0 元
活動測量		**編號**	**內容**
實體定義的用戶活動衡量指標		TC-IM-000.A	Gomaji 平台目前累積會員數約 660 萬人
(1)數據處理能力，(2)外包百分比		TC-IM-000.B	不適用
(1)數據存儲量，(2)外包百分比		TC-IM-000.C	不適用

附錄三：上市上櫃公司氣候相關資訊

項目	回應內容
1.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。	董事會對於氣候相關風險管理負有最終責任，負有核定及監督氣候風險胃納、風險管理架構及政策之職責。總經理帶領之「永續發展小組」召開會議，並向董事會呈報，訂定短中長期目標執行方案，因應氣候變遷帶來的低碳轉型風險與機會，分別從投資及自身營運面向著力，盤點投資與營運碳足跡，並研擬相關因應作為。透過永續報告書或官網揭露，與利害關係人溝通。
2.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)。	每年辨識不同業務在短中長期之氣候風險與機會，並透過質化問卷評估以及量化情境分析結果，排列氣候風險與機會之優先順序，並針對重大性較高的項目，盤點相關潛在影響。如：在淨零轉型的驅動下，加速發展綠色創新服務，並透過精進既有數位技術強化系統效能，穩健朝向淨零營運目標發展外，同時滿足顧客多樣化之服務需求，提升與合作夥伴往來意願。
3.敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。	考量氣候風險的不確定性，就公司營運面及核心業務所面臨的氣候風險，包括與店家合作優惠券銷售、進口保健商品、農產品、自有不動產，發展前瞻性情境分析。 1. 人員：人員無法出勤或傷亡，造成 ERP 系統維護與日常帳務工作流程中斷，影響經營資訊提供與產能損失。　已建立系統異地備份系統與分流辦公機制，降低營運中斷風險與對財務衝擊。 2. 資產：土地建物設備損毀或滅失，除因資產重估影響財務報表外，另可能因產能降低營收減少導致現金流異常與財務體質惡化。每年對公司旗下各建物投保地震、火災爆炸等險種，彌補財產損失。 3. 法遵：因應各國氣候相關法規的成本支出與違約罰款。藉由專家學者協助，了解產業鏈所在地的氣候相關法規，避免因不熟悉而違法犯紀，導致營運成本增加。 透過上述因應，以衡量氣候變遷帶來的財務衝擊與健全公司策略之韌性，評估結果風險皆為可控，並每年持續追蹤監控，相關研究成果揭露於永續報告書。
4.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。	納維康生技已將氣候變遷相關風險之辨識、評估與管理程序納入公司整體風險管理制度，由「永續發展推動小組」統籌執行。該小組定期盤點氣候實體風險與轉型風險，透

	過部門自主回報、風險矩陣評等與內部稽核追蹤，將重大氣候風險納入年度風險預警與董事會報告機制，確保決策層能即時掌握氣候變遷對營運之潛在衝擊。
5.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。	本公司參考 IPCC 提出之 1.5°C 與 4°C 溫升情境，模擬極端氣候（如乾旱、高溫、強降雨）可能對平台服務、營運據點及供應鏈穩定性所帶來之影響。分析因子包括碳稅制度推行、綠色消費趨勢、能源價格上漲等。初步評估顯示，若碳定價上路或極端氣候導致營運中斷，可能增加營運成本或降低部分服務使用率，需持續調整營運模式與商品組合以降低財務風險。
6.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。	面對氣候轉型風險，公司已推動一系列綠色轉型行動，包括辦公室節能改造、CDP 會員數據管理系統導入、推廣綠色票券與強化供應商環保合作。指標與目標包括：2026 年節能目標為辦公室用電節能率 0.3%、冷氣溫度設定為 26~28 度，中長期完成溫室氣體盤查與第三方查證作業，並評估導入內部碳定價制度作為未來營運韌性與財務控管工具。
7.若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	不適用。
8.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。	本公司屬實收資本額 50 億元以下之公司，配合金管會推動「上市櫃公司永續發展路徑圖」，分階段揭露溫室氣體盤查及確信資訊，個體公司（即母公司）應於第三階段適用溫室氣體盤查（即 2026 年完成盤查，2028 年完成查證）；合併報表子公司應於 2027 年度完成盤查，2029 年度完成查證。 本公司已於 2025 年完成母公司溫室氣體盤查及查證時程計畫，提報董事會通過。後續本公司將依主管機關發布之參考指引及相關規定，持續監控並完成溫室氣體盤查及查證，定期向董事會報告執行情形，訂定減碳目標、策略及具體行動計畫。 本公司為能精準掌握營運活動產生溫室氣體與碳排放情形，透過導入驗證，藉此設法找出產品改善與節能減碳的多重商機，以降低未來碳關稅制度之潛在衝擊。
9.溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫 (另填於 1-1 及 1-2)。	請參閱下表。

1-1 最近二年度公司溫室氣體盤查及確信情形

1-1-1 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 CO_2e)、密集度(公噸 CO_2e/百萬元)及資料涵蓋範圍。

項目 / 年度	2024 年	2025 年
範疇一：直接溫室氣體排放(公噸 CO_2e)	4.69	3.28
範疇二：間接溫室氣體排放(公噸 CO_2e)	67.87	79.25
範疇三：其他間接排放源(公噸 CO2e)	-	-
總排放量=範疇一+範疇二+範疇三(公噸 CO_2e)	72.56	82.53
溫室氣體排放強度（範疇一+範疇二公噸 CO_2e / 員工人數）	0.70	1.13

備註：

1. 本公司 2024 年為自主盤查，2025 年則依據 GHG Protocol 原則進行溫室氣體盤查。
2. 2025 年範疇一是針對直接來自於本公司所擁有或控制的排放源，其包含交通運輸之移動燃燒源及逸散性的排放源，排放係數依經濟部能源署最新公告數據(IPCC 第六次評估報告及 IPCC 2025 年 12 月發布之勘誤表)計算。
3. 範疇二是指能源間排放，如外購電力。
4. 外購電力引用經濟部能源局公告之電力排放係數，2024 年電力排放係數=0.474 kgCO_2e / kWh，2025 年電力排放係數=0.467 kgCO_2e / kWh。
5. 組織特定度量單位為納維康生技之員工總人數為單位。
6. 2024 年為自主盤查能源使用量，漏未盤查汽油使用量，故 2024 年「範疇一：直接溫室氣體排放(公噸 CO2e)」以及「溫室氣體排放強度（範疇一+範疇二公噸 CO2e / 員工人數）」進行資訊重編。

註 1：直接排放量(範疇一，即直接來自於公司所擁有或控制之排放源)、能源間接排放量(範疇二，即來自於輸入電力、熱或蒸氣而造成間接之溫室氣體排放)及其他間接排放量(範疇三，即由公司活動產生之排放，非屬能源間接排放，而係來自於其他公司所擁有或控制之排放源)。

註 2：直接排放量及能源間接排放量資料涵蓋範圍，應依財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心「上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法」(下稱本作業辦法)第 4 條之 1 第 2 項規定所定時程辦理，其他間接排放量資訊得自願揭露。

註 3：溫室氣體盤查標準：溫室氣體盤查議定書（Greenhouse Gas Protocol,GHG Protocol）或國際標準組織（International Organization for Standardization,ISO）發布之 ISO 14064-1 。

註 4：溫室氣體排放量之密集度得以每單位產品/服務或營業額計算，惟至少應敘明以營業額（新臺幣百萬元）計算之數據。

1-1-2 溫室氣體確信資訊

敘明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。
本公司於 2025 年制定溫室氣體減碳目標，尚未取得確信意見及尚未查證取得合理保證等級之查證聲明書。

註 1：應依本作業辦法第 4 條之 1 第 3 項規定所定時程辦理。

註 2：確信機構應符合臺灣證券交易所股份有限公司及財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心訂定之永續報告書確信機構相關規定。

註 3：揭露內容可參閱臺灣證券交易所公司治理中心網站最佳實務參考範例。

1-2 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。
本公司於 2025 年制定溫室氣體減碳目標並揭露於永續報告書： 2026 年目標：完成母公司所有營運據點溫室氣體盤查，並以 2025 年為全公司基準年； 中長期目標：類別一、二溫室氣體排放量每年較基準年減少 0.3%。 具體行動計畫及目標達成情形如下： 1. 全面性的能源管理：全面性檢視能源現況，具策略之節能規劃、持續性的改善能源績效，逐步將舊有的電力設備、空調系統及照明設施，更新為節能型產品，例如高性能 LED 照明、高效能空調系統等，定期檢查與維護辦公室設施，確保其運行效率，減少因設備老化或故障造成的能源浪費，改造辦公空間時，優先考量保留自然採光、光線通透。 2. 冷氣設定溫度 26~28 度，設定 2026 年電器或空調設備節電率達 0.3%。 3. 發佈節能減碳相關議題向同仁宣導。 4. 2026 年完成母公司所有營運據點溫室氣體盤查。 5. 推廣數位、提升無紙化減碳數值，及增加電子化通知占比。 6. 優先採購節能標章產品，逐年提高綠色採購的占比。 7. 於外部顧問輔導下，於承諾書提交後兩年內提交減碳目標，並採行相對應之減碳措施。

註 1：應依本作業辦法第 4 條之 1 第 4 項規定所定時程辦理。

註 2：基準年應為以合併財務報告邊界完成盤查之年度，例如依本作業辦法第 4 條之 1 第 2 項規定，資本額 100 億元以上之公司應於 114 年完成 113 年度合併財務報告之盤查，故基準年為 113 年，倘公司已提前完成合併財務報告之盤查，得以該較早年度為基準年，另基準年之數據得以單一年度或數年度平均值計算之。

註 3：揭露內容可參閱臺灣證券交易所公司治理中心網站最佳實務參考範例。



納維康生技

Navicare Biotech