

1.3 利害關係人溝通與重大主題分析

1.3.1 利害關係人議和

零壹科技依據 AA1000 SES 利害關係人議合原則 (AA1000 Stakeholder Engagement Standard)，進行利害關係人之辨識與特定主題之揭露，考量與公司日常作業具有經常性且重要性之外部個體並參照產業特性，篩選出關鍵之利害關係人包含客戶(含經銷商)、員工、股東/投資人、供應商、政府主管機關、及社區/非營利組織等六大主要溝通對象。

| 利害關係人 | 利害關係人對零壹科技的重要性 | 關注議題 | 溝通方式與頻率 | 2024年溝通績效 |
|----------|---|---|--|--|
| 客戶(含經銷商) | 客戶與經銷夥伴關注零壹科技在產品整合能力、技術導入效率與售後支援品質，亦重視資訊安全與數位轉型導入的穩定性與即時性。公司持續深化顧問式服務、拓展解決方案組合，致力成為客戶信賴的長期合作夥伴。 | <ul style="list-style-type: none"> 客戶關係管理 產品服務與管理 | 廣宣稿及廣告、社群媒體 (包括 FB 臉書、Youtube 影音頻道、Line 官方帳號、Podcast 及 LinkedIn)：不定期刊出提供客戶多元溝通管道：包含全年無休、全天候售後服務專線、網站訪客電子信箱，客戶滿意度調查，由專人處理相關客戶諮詢或產品訊息等事項，以保障消費者之權益。 | <ul style="list-style-type: none"> 零壹科技以「無界創新、未來企業的數位日常」為題，舉辦為期 7 周的活動，匯聚最新 IT 技術，專注於六大 IT 應用，並邀請前瞻專家探討未來企業成功的關鍵。共有 35 個品牌參與其中，舉行了 53 場線上研討會，吸引了 12,073 人報名參與，其中 7,208 人實際出席，活動的淨推薦者分數 (NPS) 高達 82 分。 客戶滿意度調查問卷整體平均得分為 4.8 分 (滿分為 5 分)，相當於整體客戶滿意度達到 96.05%。顯示零壹科技在卓越的客戶關係管理方面取得成效，與客戶之間的信任和互動具有堅實基礎。 |
| 員工 | 員工是零壹科技持續成長與創新的核心推動者，公司重視員工職涯發展，提供具競爭力之薪酬福利與專業訓練機會，鼓勵組織內部學習與跨部門合作，吸引優秀人才一同實現企業永續目標。 | <ul style="list-style-type: none"> 人才發展 人才吸引與留任 多元、平等、共融 | <ul style="list-style-type: none"> 內部網站或內部電子郵件公告：不定期公告各項員工福利事項(節慶活動、家庭日、社團、特約商店)、教育訓練課程資訊、年度績效管理作業、年度健康檢查、公益活動等訊息。 勞資會議：每三個月辦理一次，積極與員工互動，保持良好關係。 | <ul style="list-style-type: none"> 每季勞資會議，共舉辦四場 公司內網、HR 通報系統與意見信箱即時給予員工意見回饋 課後問卷回收員工訓練意見，平均滿意度達 4.5 分 (滿分 5 分) 辦理離職面談與即時內部意見調查，掌握員工流動與改善方向 |

| 利害關係人 | 利害關係人對零壹科技的重要性 | 關注議題 | 溝通方式與頻率 | 2024年溝通績效 |
|--------|---|---|--|---|
| 股東／投資人 | 股東與投資人為公司長期發展的穩定支持者，應公平獲取重大訊息與經營成果資訊。公司透過穩健經營策略與定期揭露財務績效，提升企業透明度與投資價值，落實對資本市場之信賴承諾。 | <ul style="list-style-type: none"> 經濟績效 公司治理 | <ul style="list-style-type: none"> 將如公司治理、重要業務發展、營運績效等股東及投資人關注之相關資訊同步公開於證交所公開資訊觀測站與公司網站。 針對重大事件之公佈，除揭露於公開資訊觀測站與公司網站之外，亦視情況需要不定期發佈新聞稿或召開記者會進行說明。 每年召開一次股東會，定期舉辦國內法人說明會，設置投資人關係聯絡窗口進行雙向溝通，為投資者與公司之間建立暢通的溝通管道。 | <ul style="list-style-type: none"> 舉辦法人說明會 2 場 發布 40 則以上中/英文重大訊息及公告 |
| 供應商 | 供應商為公司營運中不可或缺之合作夥伴，零壹科技重視供應商之品質穩定、交期可靠與合規作業，並期透過長期合作建立永續供應網絡，共同遵循誠信經營等相關準則。 | <ul style="list-style-type: none"> 產品服務與管理 誠信經營 法規遵循 多元、平等、共融 | 積極邀請供應商簽署供應商永續責任承諾書 | 持續邀請新進供應商簽署供應商永續責任承諾書，並不定期透過合作會議建立永續供應網絡及溝通遵循誠信經營等相關準則。 |
| 政府主管機關 | 零壹科技依法規營運，配合政府推動數位轉型、資安治理及產業創新等政策，並依規定辦理稅務、個資保護與資訊揭露。公司重視政策動向與產業規範，積極參與公私協力機制，共創產業發展契機。 | <ul style="list-style-type: none"> 資訊安全 法規遵循 | <ul style="list-style-type: none"> 公開資訊觀測站/公司網站利害關係人專區/電話、電子郵件或其他聯絡途徑：隨時 公文往來、政令配合：不定期 研討會、說明會：不定期 | <ul style="list-style-type: none"> 以優於法定時程進行溫室氣體盤查，呼應政府2050淨零。 導入ISO27001，並於2025年度通過查證。 |

| 利害關係人 | 利害關係人對零壹科技的重要性 | 關注議題 | 溝通方式與頻率 | 2024年溝通績效 |
|----------|--|--|---|--|
| 社區/非營利組織 | 社區與非營利組織關注企業對環境影響、在地公益投入與社會共融作為。零壹科技秉持企業社會責任精神，透過公益合作、教育支持與志工參與，深化與社會的連結，共同促進在地永續發展。 | <ul style="list-style-type: none"> 人才發展 社會參與 | 公開資訊觀測站/股東會年報/公司網站利害關係人專區/電話、電子郵件或其他聯絡途徑：隨時 | <ul style="list-style-type: none"> 參與國際與在地弱勢體體，不定期支援相關活動 支援動保與環保行動，參與台灣動物協會物資捐贈活動，40人參與，共募集133件物品；舉辦外木山海灘淨灘活動，79位員工參與，共清理90.8公斤垃圾 倡議綠色生活，辦理「綠色生活21天」活動，累計達3,018人次參與，並以公司名義捐贈新台幣30,180元予荒野保護協會 員工主動響應各項公益行動，包含自主捐款、自主捐血，與自主捐贈物資；2024年已累計692人次參與 不定期出席公協會舉辦的研討會、工作坊或論壇活動，以及參與政府與產學界推動之法規或政策諮詢會議 |

本公司以公開透明與多元溝通管道的方式揭露資訊，積極與利害關係人建立雙向交流機制，藉由意見回饋促進相互理解，確保溝通順暢且具成效。為強化交流成果之延續性與有效性，亦建置利害關係人溝通評估機制與議題管理程序，系統化蒐整並分析各方意見，以作為公司營運與永續策略調整之重要依據，實現溝通目標並提升整體參與價值。

1.3.2 重大主題鑑別與分析

2024 年零壹科技依據台灣「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」規定，採用 GRI 通用準則（GRI Universal Standards 2021）與其他國內外同業相關法規及趨勢議題研究，共同建構以衝擊為基礎的重大性分析流程，同時考量前述六大類利害關係人之永續主題關注程度評估結果，進行重大主題辨識。不僅對公司未來的策略方向具有重要指導意義，也在提升公司透明度及永續績效方面發揮關鍵作用。2024 年共計回收 175 份有效之內外部重要利害關係人問卷。

重大主題鑑別分析

Step 1

永續主題 辨識評估

四大面向主題蒐集 (15 項永續議題)

依國內外永續政策與規範及同業資訊、內外部利害關係人意見回饋與公司經營策略，採交集方式鑑別具共通性之主題，收斂出 E（環境）、S（社會）、G（治理）、P（產品）四大面向共 15 項永續議題。

Step 2

衝擊分析 與重大主 題決議

調查利害關係人關注程度 (163 份外部問卷)

問卷採線上發放形式，蒐集六大利害關係人對 15 項永續議題之關注程度，共回收 163 份有效回饋。

評估衝擊顯著性 (12 份內部問卷)

問卷採線上發放形式，調查內部永續發展工作小組主管針對 15 項永續議題評估公司營運與實際執行業務時，其所帶來的衝擊與規模，回收共 12 份有效問卷。

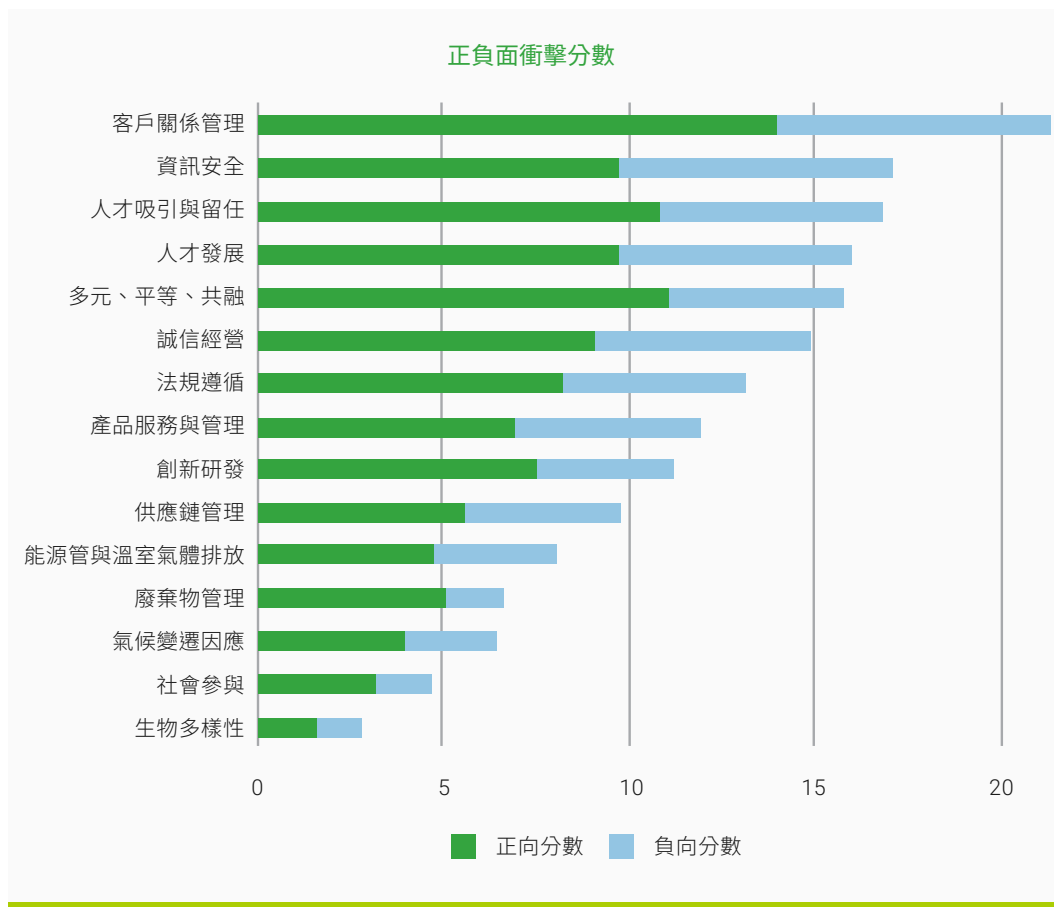
評估 15 項永續議題對經濟、環境及人（含人權）面向產生的正、負面影響，將各主題的「正、負面衝擊程度」、「正、負面發生可能性」分別相乘並加總，得到各主題的衝擊程度總分。

Step 3

確認與報 導揭露

重大主題決議 (6 項重大主題)

經永續發展工作小組討論，決議彙整內、外部問卷並參考同業永續趨勢，決定 6 項重大主題(誠信經營、資訊安全、產品服務與管理、客戶關係管理、能源與溫室氣體排放、人才發展)，由永續發展工作小組擇定後彙報董事會作為 2024 年度重大主題。



重大主題列表

| 面向 | 2024 年度 重大主題 | 正面衝擊說明 | 負面衝擊說明 | 揭露章節 | GRI 主題準則 |
|----|-----------------|--|---|-----------------|---|
| 治理 | 誠信經營 | 透過制定誠信經營相關程序與守則、政策聲明書簽署與定期誠信教育訓練，強化公司治理與企業倫理文化，建立誠信、透明之經營基礎，提升利害關係人對企業之信任。 | 若誠信制度推動不力，發生舞弊、貪腐或不當交易事件，將嚴重損害公司聲譽與營運穩定，甚至引發法律責任與投資人信心動搖。 | 2.2 誠信經營 | <ul style="list-style-type: none"> GRI 205 反貪腐 GRI 206 反競爭行為 |
| | 資訊安全 | 透過資訊安全制度建置、系統防護升級與員工資安意識培訓，降低資安事件風險，保障客戶資料及公司營運資訊的完整性與機密性。 | 若資安防護機制不足，導致資料外洩或系統遭受攻擊，將造成企業營運中斷、客戶信任喪失與法規違規責任。 | 3.2.1 資訊安全與客戶隱私 | <ul style="list-style-type: none"> GRI 418 客戶隱私 |
| 環境 | 能源與溫室氣體管理 | 透過導入節能設備、推動能源效率提升與進行溫室氣體盤查，有助於降低營運碳排放、提升資源使用效率，響應全球淨零減碳目標，提升企業綠色競爭力。 | 若忽視能源管理與碳風險辨識，將可能面臨營運成本增加、政策法規限制加劇、氣候相關財務衝擊。 | 4.1.2 能源與溫室氣體盤查 | <ul style="list-style-type: none"> GRI 302 能源 GRI 303 水與流放水 GRI 305 排放 |
| 社會 | 人才發展 | 藉由制度化的人才招募、職涯發展與專業訓練機制，提升員工專業能力與工作滿意度，強化組織韌性與競爭優勢。 | 若缺乏人才培育與留任機制，將可能導致關鍵人力流失、團隊效能低落與企業創新力下降，影響整體營運穩定與永續目標推進。 | 5.2 人才發展 | <ul style="list-style-type: none"> GRI 404 訓練與教育 |
| 產品 | 產品服務與管理 | 藉由優化產品品質、提升技術服務與導入創新解決方案，可滿足客戶多元需求並建立企業差異化競爭優勢。 | 若產品品質控管不足、服務交付失誤或未能即時回應市場變化，將損害客戶滿意度與信任，影響品牌形象與營收穩定性。 | 3.1.2 產品服務與管理 | <ul style="list-style-type: none"> GRI 416 顧客健康與安全 |
| | 客戶關係管理 | 透過多元溝通管道、即時回應機制與售後服務體系，深化客戶信任關係並提升使用體驗，有助於強化長期合作與市場黏著度。 | 若客戶溝通機制不完善、回應延遲或處理不當，將可能導致客戶流失、負面聲譽擴散與市場競爭力下降。 | 3.2 客戶關係管理 | <ul style="list-style-type: none"> GRI 417 行銷與標示 |

重大主題及衝擊邊界列表

| 2024年度重大主題 | 價值鏈衝擊範疇 | | | | | |
|------------|---------|------|--------|-----|--------------|------|
| | 組織內 | 組織外 | | | | |
| | | 政府機關 | 投資人/股東 | 供應商 | 客戶 (含經銷商) | 鄰近社區 |
| 誠信經營 | ● | ● | ● | ● | ● | ○ |
| 資訊安全 | ● | ● | ● | ● | ● | ○ |
| 能源與溫室氣體管理 | ● | ● | ● | ● | ● | ● |
| 人才發展 | ● | ○ | ● | ○ | ○ | ○ |
| 產品服務與管理 | ● | ○ | ● | ● | ● | ○ |
| 客戶關係管理 | ● | ○ | ● | ○ | ● | ○ |