

利害關係人及溝通議合

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與情形

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	2025年溝通成果與回應
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	• 持續與顧客維持彈性溝通機制，提供符合顧客需求之相關解決方案，以提升產品服務之價值。 • 年度所實行顧客滿意度調查，經由多元管道取得有效問卷逾 80 份，其調查結果顯示顧客對產品及服務品質具高度認同，將相關顧客回饋作為持續改善之依據。 • 針對產品開發路徑(Roadmap)，不定期與顧客共同研討，及時提供市場脈動及標案資訊支援，強化技術合作關係並協同提升標案競爭力。
		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	2025年溝通成果與回應
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，力求所有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	員工關懷與勞動保障	勞資會議	每季	- 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。2025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90.5% 提升至91.6%。 - 本公司考量營運需求與員工工作安排之平衡，於勞資會議中充分討論後，依相關法令採行八週變形工時制度，透過制度化管理，保障員工勞動權益並維持工作環境之穩定與安全。 - 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。2025年無育嬰假申請與復職留任。
		人才任用與留任	- 教育訓練 - 電子公告系統	每月 每季	- 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。

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	2025年溝通成果與回應
	創造更大營運績效。	職業健康與安全	• 健康講座與諮詢	每年	- 本公司由人資單位規劃並定期每月辦理員工教育訓練，課程內容涵蓋 AI 應用、職場英文等主題，協助員工持續精進專業能力與通用職能。透過系統化與多元化的學習安排，強化員工工作效能，並支持其長期職涯發展。 - 本公司辦理員工滿意度調查，作為推動企業永續發展之重要依據。2025年度調查整體滿意度達7.90分(滿分10分)，綜合結果顯示，員工對公司整體工作環境、管理互動與企業文化具高度正向評價。 - 公司經營資訊透明化，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。 - 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，並公告於電子公告系統，令每位員工熟知自身享有福利，增加對公司向心度。
		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	2025年溝通成果與回應
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	- 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2025年6月25日召開股東常會1次且出席股數62.97%。 - 於2025年12月26日召開股東臨時會1次且出席股數60.92%。 2025年於3月31日召開法人說明會。 - 發布公司股東會年報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。
			• 股東大會	每年	
		營運策略與經濟績效	• 股東會年報與財報揭露	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	2025年溝通成果與回應
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	- 內部如有新計劃，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。 2025年持續辦理年度供應商評鑑作業，評估面向涵蓋交期配合、品質穩定性、價格合理性、異常處理效率及整體合作配合度，並將評鑑結果作為後續合作管理、採購配置及供應商持續改善溝通之重要依據。 - 針對評鑑過程中所識別之重點議題，本公司已與相關供應商及承攬商進行回饋與溝通，聚焦於交期掌握、出貨安排、資訊透明度及問題回應效率等面向，以強化供應鏈協作能力與合作品質。
		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	

本公司之利害關係人溝通情形至少每年向董事會報告一次，最近一次報告日期為 2026 年 8 月 11 日。