

## 重大主題管理

為了實現企業社會責任，接軌國際趨勢，本公司積極評估並應對環境、社會和公司治理等風險，回應利害關係人的需求，確保企業之永續經營與發展。我們主要參考GRI準則、SASB準則所列之永續議題，並依AA1000當責性原則（AA1000 AccountAbility Principles, 2018），透過包容性、重大性、回應性、影響性等4大原則鑑別重大主題，再依循GRI通用準則2021版之要求將其排序，並逐一揭露各重大主題的衝擊情形、管理策略及實務狀況；亦據此結果校準永續發展目標及策略，強化外部溝通的有效性。

上述重大主題鑑別流程已於前一年度完成，本年度未重新執行完整鑑別作業，係基於既有重大主題仍具適切性。為確保重大主題之持續有效性，本公司於本年度依循既有管理機制進行檢視，檢視面向包括國際永續趨勢、法規變動、利害關係人關注議題、公司營運策略及產業發展等。經評估，既有重大主題仍能反映公司主要衝擊與利害關係人關注重點，故持續沿用前一年度鑑別結果作為揭露基礎。未來，本公司將持續透過利害關係人議合與環境掃描機制，適時檢視重大主題之適切性，並於必要時重新執行重大主題鑑別作業。

### 重大主題管理程序

| 1                                            | 2                                                                                                               | 3                                                                                                                                                                                                                                                                        | 4                                                                                                   | 5                       |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 永續議題蒐集                                       | 利害關係人議合                                                                                                         | 評估營運衝擊、鑑別重大主題                                                                                                                                                                                                                                                            | 檢驗重大主題                                                                                              | 確立重大主題                  |
| 依國家政策趨勢及各種國際準則、評比及倡議，蒐集與震旦行營運活動高度相關之18項永續議題。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>共計鑑別出7大利害關係人。</li> <li>各部門不定期舉行內部會議，傳達利害關係人意見與反饋、蒐集利害關係人關注議題。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>本公司營運活動無異動，並維持不變。</li> <li>選用關注度指標，以李克特五點量表方式提供給利害關係人填寫「利害關係人關注議題調查問卷」，實際回收320份。</li> <li>邀請各部門高階主管35名，透過「永續議題重大性評估問卷」，對18項關鍵議題進行衝擊度評估。</li> <li>將「利害關係人關注議題調查問卷」、「永續議題重大性評估問卷」所蒐得之結果進行分析、排序，2024年共計鑑別出8項重大主題，2025年沿用。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>委請外部顧問共同檢視、檢驗相關程序、標準之合適性。</li> <li>確認重大主題的完整、包容性。</li> </ul> | 8項重大主題經永續發展委員會決議並呈報董事會。 |

## ● 利害關係人鑑別與議合

本公司依營運活動特性及產業屬性，參考AA1000利害關係人議合標準（Stakeholder Engagement Standard, SES）2015年版之5大原則，評估利害關係人與本公司的依賴度、責任、關注度、影響力、多元觀點等多項構面，經檢視確認，本年度持續沿用前一年度7大關鍵利害關係人，包括：（1）員工、（2）投資人、（3）政府機關、（4）顧客、（5）供應商／承攬商、（6）社區／非營利組織、（7）媒體。

為全面了解利害關係人所關注，且對其造成實際或潛在衝擊之議題，並確認其衝擊程度，本公司於日常實務中便藉由各式雙向、持續的管道，與各類利害關係人積極溝通，同時蒐集並回應其所關注之議題。

參考國家政策趨勢及多項國際準則（如SASB行業準則、TCFD氣候相關財務揭露）、評比（CDP碳揭露計畫）與倡議（SDGs聯合國永續發展目標、UNGC聯合國全球盟約、RBA責任商業聯盟行為準則），聚焦經濟、環境與社會等層面的18項與本公司高度相關的永續議題，設計《利害關係人關注議題問卷》進行調查。調查結果呈報永續發展委員會召集人（本公司董事長），並結合公司發展策略、產業現狀、價值鏈實務及專家建議，逐一確認識題對經濟、環境及人群（包括人權）的衝擊程度，鑑別並排序年度重大主題，作為報告書資訊揭露的核心，協助利害關係人進行有效評價與決策。

### 震旦行之利害關係人議合情形

| 利害關係人                                                                                     | 對震旦行的意義                               | 議合方法／溝通頻率                                                                                                                | 關注議題                                                                                                                | 關注內容                                                                                                                           | 震旦行的回應／溝通績效                                                                                                                                                                                                           | 相關章節                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>員工 | 重視員工福利，營造活潑快樂的學習成長環境，追求成為同仁樂意加入的優秀企業。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>職工福利委員會</li> <li>內部網站</li> <li>教育訓練（依規劃執行）</li> <li>與主管的新進面談、績效面談（不定期）</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>經濟績效</li> <li>顧客服務</li> <li>人才吸引與留任</li> <li>職業安全衛生</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>符合政府法令規定</li> <li>薪酬與福利</li> <li>職業發展與晉升機會</li> <li>工作環境與文化</li> <li>工作健康與安全</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>建立符合人性、法令及經營理念的制度，將考核與待遇、晉升結合，快速肯定績優同仁，並創造更高利潤分享同仁。2025年度績效檢核的員工比例98%。</li> <li>不定期提供各式教育訓練課程，精實專業技能。2025年度每位員工平均受訓時數為16.36小時。</li> <li>依法令規定按季召開勞資會議，2025年度業已召開4次。</li> </ul> | 2-3 誠信經營與反貪腐<br>1-4 經濟績效與市場布局<br>3-5 顧客體驗與服務品質<br>5-2 薪酬與績效制度<br>5-3 人權政策與勞動保障<br>5-5 人才培育與學習發展<br>5-6 職業安全與健康 |

## 震旦行之利害關係人議合情形

| 利害關係人                                                                                     | 對震旦行的意義                                     | 議合方法／溝通頻率                                                                                                                    | 關注議題                                                                                                | 關注內容                                                                                                               | 震旦行的回應／溝通績效                                                                                                                                                                                                                        | 相關章節                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <br>投資人  | 回饋股東，加強股東投資意願，促進公司成長發展。                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>年報揭露（每年）</li> <li>公司網站投資人專區（隨時）</li> <li>年度股東會（每年）</li> <li>線上法說會（一年二次）</li> </ul>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>資安管理</li> <li>顧客服務</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>財務表現</li> <li>獲利能力</li> <li>成長前景</li> <li>公司的營運治理</li> <li>市場競爭力</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>定期透過交易所網站及每年度出版的年報，披露公司財報，並對經營情況和資料進行檢討分析。</li> <li>定期召開股東會議，向投資人說明營運績效，並回覆他們關切的問題。</li> </ul>                                                                                              | 2-3 誠信經營與反貪腐<br>2-6 資訊安全與個資保護<br>3-5 顧客體驗與服務品質                |
| <br>政府機關 | 依法納稅並合乎相關法令規範，是震旦行穩健營運的基礎。                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>公文（不定期）</li> <li>研討會參與（不定期）</li> <li>參與政府獎項（不定期）</li> </ul>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>廢棄物管理</li> <li>顧客服務</li> <li>消費者健康安全</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>法規遵循</li> <li>公司治理</li> </ul>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>本公司2025年接獲主管機關來函缺失改正件0件。</li> <li>2025年參與4場政府機關舉辦之研討會。</li> </ul>                                                                                                                           | 4-6 廢棄物管理與資源循環<br>3-5 顧客體驗與服務品質<br>3-4 產品品質與責任                |
| <br>顧客 | 追求顧客滿意的企業，以誠信熱忱贏得顧客信賴；並重視品質，做好精緻服務，為顧客創造價值。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客滿意度調查問卷（不定期）</li> <li>客服專線（不定期）</li> <li>顧客App平台（不定期）</li> <li>公司網站（不定期）</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>誠信經營</li> <li>資安管理</li> <li>顧客服務</li> <li>消費者健康安全</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>顧客服務</li> <li>產品品質與安全</li> <li>創新活動</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>以熱忱的態度為顧客解決問題，贏得顧客信賴。2025年收集顧客回饋7,214件。</li> <li>重視品質，做好精緻服務，讓顧客「買的安心、用的放心」。</li> <li>建立嚴格的商品標準及服務規範，創造顧客價值，實現顧客滿意。2025年顧客滿意度達99.2%。</li> <li>透過顧客App推播月刊出刊訊息，提供經營管理文章，觸及近5萬名顧客。</li> </ul> | 2-3 誠信經營與反貪腐<br>2-6 資訊安全與個資保護<br>3-5 顧客體驗與服務品質<br>3-4 產品品質與責任 |

## 震旦行之利害關係人議合情形

| 利害關係人                                                                                         | 對震旦行的意義                          | 議合方法／溝通頻率                                                                                                                                                   | 關注議題                                                                                                         | 關注內容                                                                                           | 震旦行的回應／溝通績效                                                                                                                                                                           | 相關章節                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <br>供應商／承攬商  | 成為震旦行的供應商夥伴，期許一同成長。              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 供應商評選（不定期）</li> <li>• 採購合約（不定期）</li> <li>• 供應商評核（一年一次）</li> </ul>                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 誠信經營</li> <li>• 資安管理</li> <li>• 顧客服務</li> <li>• 消費者健康安全</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 供應商評核</li> <li>• 環境與社會責任</li> <li>• 風險管理</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 控管原物料使用，確保其提供的產品品質，累積品牌力。</li> <li>• 2025年完成書面稽核156家供應商，達成率100%。</li> </ul>                                                                  | 2-3 誠信經營與反貪腐<br>2-6 資訊安全與個資保護<br>3-5 顧客體驗與服務品質<br>3-4 產品品質與責任  |
| <br>社區／非營利組織 | 積極參與公益，提供社會各界群體相關援助及支持，提升社會正向能量。 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 公司網站（隨時）</li> <li>• Email（隨時）</li> <li>• 公益活動（不定期）</li> </ul>                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 誠信經營</li> <li>• 資安管理</li> <li>• 廢棄物管理</li> <li>• 消費者健康安全</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 社會責任與可持續性</li> <li>• 環境保護</li> <li>• 社會影響力</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 參與文化公益，提升社會生活涵養。</li> <li>• 鼓勵行善，建立長期公益機制。</li> <li>• 2025年累計員工參與公益活動710人次。</li> </ul>                                                       | 2-3 誠信經營與反貪腐<br>2-6 資訊安全與個資保護<br>3-4 產品品質與責任<br>4-6 廢棄物管理與資源循環 |
| <br>媒體     | 主動邀約媒體採訪，和媒體建立長期、正面及相互信賴的關係。     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 公司網站（不定期）</li> <li>• Email（不定期）</li> <li>• 即時訊息（不定期）</li> <li>• 媒體專訪（不定期）</li> <li>• 發布相關營運成果與發展動向（不定期）</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 誠信經營</li> <li>• 資安管理</li> <li>• 顧客服務</li> <li>• 消費者健康安全</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 財務表現</li> <li>• 成長前景</li> <li>• 市場競爭力</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 月刊每月發行量約8.5萬份，年度累計受惠人數超過100萬人次，提供經營管理知識。</li> <li>• 60週年媒體餐敘與專訪，於經濟日報／工商時報等平台露出，提升品牌曝光。</li> <li>• 2025年媒體露出總計241則，維繫媒體關係並強化外界認知。</li> </ul> | 2-3 誠信經營與反貪腐<br>2-6 資訊安全與個資保護<br>3-5 顧客體驗與服務品質<br>3-4 產品品質與責任  |

## ● 重大主題鑑別與管理

完成利害關係人議合後，便進入評估營運衝擊，及鑑別、檢驗、確立重大主題等階段；我們透過《永續議題之重大性評估問卷》評估造成或促成的實際、潛在的正負面衝擊，進行標準化、量化的內部評估作業，及《利害關係人關注議題調查問卷》對重大議題之關注程度，鑑別並排序本報告書應優先揭露之8項重大主題，包含環境面主題1項、社會面主題4項，以及經濟／治理面主題3項；並經永續發展委員會與外部顧問專家共同討論及檢視相關流程、標準的合適性，檢驗確認重大主題未有疏漏後，經永續發展委員會決議並呈報董事會後確立，再接續報告書編製作業。



此外，為確保能夠透過永續報告書與廣泛利害關係人進行有效溝通，我們亦於公司網站設立「利害關係人專區」，提供利害關係人專屬的聯繫管道：IR@aurora.com.tw，對於重大主題相關資訊或其他報告內容，如有任何疑問、建議或需提出申訴，均可藉由此信箱保持暢通及良好的互動。

本公司已於前一年度完成重大主題鑑別，透過利害關係人問卷調查與內部重大性評估問卷，依據議題對公司營運之影響程度及利害關係人關注程度進行排序，並據以確認本公司重大主題。於本年度永續報告書編製期間，本公司依循既有重大主題管理機制，針對前一年度重大主題進行適切性檢視，檢視內容包括：

### 重大主題鑑別檢視內容



- 國際永續發展趨勢與準則更新
- 相關法規政策與揭露要求之變化
- 利害關係人關注議題之變動情形
- 公司年度營運策略與重大事件
- 同業永續揭露實務與產業發展趨勢

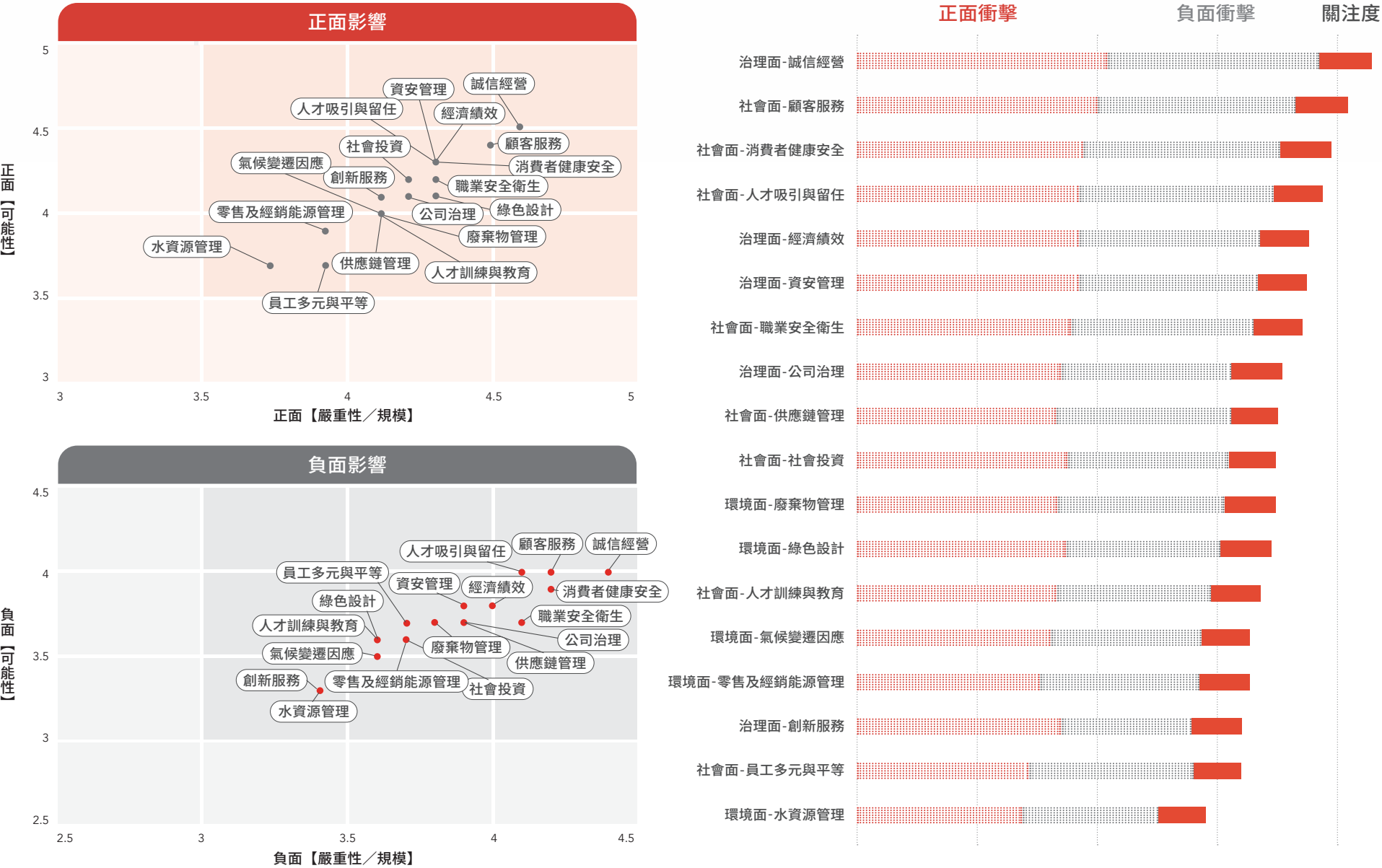
經綜合評估，本公司認為既有重大主題仍能充分反映企業在經濟、環境及社會面向之主要影響及利害關係人關注議題，故本年度沿用前一年度之重大主題作為揭露基礎，並持續透過各重大主題之管理方針與績效指標進行追蹤與揭露。未來若營運環境或利害關係人關注議題出現重大變化，本公司將適時重新進行重大主題鑑別與排序，以確保揭露內容持續符合利害關係人期待與國際準則要求。



## 重大主題鑑別流程圖



重大性分析



2025年重大主題異動情形

| 序號 | 2024    | 2025    | 異動情形 |
|----|---------|---------|------|
| ①  | 誠信經營    | 誠信經營    | 無異動  |
| ②  | 顧客服務    | 顧客服務    |      |
| ③  | 消費者健康安全 | 消費者健康安全 |      |
| ④  | 人才吸引與留任 | 人才吸引與留任 |      |
| ⑤  | 經濟績效    | 經濟績效    |      |
| ⑥  | 資安管理    | 資安管理    |      |
| ⑦  | 職業安全衛生  | 職業安全衛生  |      |
| ⑧  | 廢棄物管理   | 廢棄物管理   |      |



## 重大主題列表

| 重大主題（面向）                 | 對震旦行的意義與重要性                                                                                            | 正負面衝擊描述及管理 |                                                              |  | 價值鏈衝擊 |    |     | 對應GRI | 對應章節                                                       |                      |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------|--|-------|----|-----|-------|------------------------------------------------------------|----------------------|
| 1<br>誠信經營<br>（經濟／治理）     | 企業必須以誠信為本，加強治理透明度並建立有效的監管制度。透過執行正確的經營政策與管理制度，公司可提升治理能力，強化法治基礎，並形成制衡機制，進一步提高企業的經營體質。                    | 正面<br>衝擊   | 堅持誠信經營將帶來社會大眾的信任，維持企業良好信譽、降低企業經營風險。                          |  |       | 上游 | 震旦行 | 下游    | GRI 205：<br>反貪腐2016                                        | 2-3<br>誠信經營<br>與反貪腐  |
|                          |                                                                                                        | 負面<br>衝擊   | 不誠信行為發生將損及震旦行的商譽，可能會喪失顧客信任，對營運產生負面影響。                        |  |       |    | ●   |       |                                                            |                      |
| 2<br>顧客服務<br>（社會）        | 顧客是企業生存的命脈，透過良好的經營不斷地吸引新顧客、累積老顧客。震旦行持續提升專業能力、提供精緻服務，以滿足顧客的信賴與需求，期望擴大服務，進而為顧客創造價值。                      | 正面<br>衝擊   | 提供顧客優質的產品、服務及最佳解決方案，提升顧客信任感及黏著度，預期可強化震旦行獲利體質，啟動震旦行正向循環的成長飛輪。 |  |       |    |     |       | 自訂<br>重大主題                                                 | 3-5<br>顧客體驗<br>與服務品質 |
|                          |                                                                                                        | 負面<br>衝擊   | 若企業無積極且專業的顧客服務及售後服務，可能會使顧客產生不信任感、降低滿意度，預期無法維持本公司市場競爭力。       |  |       |    | ●   | ●     |                                                            |                      |
| 3<br>消費者<br>健康安全<br>（社會） | 確保產品安全無虞並符合健康標準，不僅是企業對消費者的基本責任，也是維護品牌信譽與市場競爭力的關鍵。透過嚴格的品質控管與合規檢驗，能降低產品風險，提升顧客信任度，進一步強化企業形象與市場占有率。       | 正面<br>衝擊   | 提升消費者對品牌的信任，增強品牌的聲譽，進而吸引更多忠誠顧客。                              |  |       | ●  | ●   | ●     | GRI 416：<br>顧客健康與安全2016<br><br>GRI 417：<br>行銷與標示2016       | 3-4<br>產品品質<br>與責任   |
|                          |                                                                                                        | 負面<br>衝擊   | 若未確保產品對消費者安全無虞、符合健康標準，可能導致品牌信譽受損、法律責任、經濟損失及市場份額縮小。           |  |       |    |     |       |                                                            |                      |
| 4<br>人才吸引<br>與留任<br>（社會） | 吸引優秀人才並降低流失率是確保競爭力的關鍵。穩定的人力能提升營運效率、累積專業知識與團隊默契，進而強化績效。透過優化薪資福利、職涯發展與企業文化，讓同仁願意長期投入，不僅提升品牌形象，也確保企業永續發展。 | 正面<br>衝擊   | 提升同仁滿意度不僅能增強團隊向心力與工作效率，亦有助於降低流動率，確保人力穩定性，進而提升公司營運的連續性與競爭力。   |  |       |    | ●   |       | GRI 202：<br>市場地位2016<br><br>GRI 405：<br>員工多元化與<br>平等機會2016 | 5-2<br>薪酬與績效制度       |
|                          |                                                                                                        | 負面<br>衝擊   | 高流失率不僅會導致人力資源的流動頻繁，企業需投入更多時間與資源於人才招聘與培訓，以填補人力缺口，進而增加營運成本。    |  |       |    |     |       |                                                            |                      |

## 重大主題列表

| 重大主題（面向）                | 對震旦行的意義與重要性                                                                     | 正負面衝擊描述及管理 |                                                               |  | 價值鏈衝擊 |    |     | 對應GRI | 對應章節                       |                        |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------|--|-------|----|-----|-------|----------------------------|------------------------|
| 5<br>經濟績效<br>（經濟／治理）    | 震旦行不僅致力追求經營績效，同時積極創造就業機會，提供優質的商品及服務，提升生活水平及企業競爭力，創造最大價值。                        | 正面<br>衝擊   | 良好績效不僅使震旦行穩健營運，更可提升產品品質及研發量能，創造更多工作機會，預期可替震旦行所有利害關係人創造價值。     |  |       | 上游 | 震旦行 | 下游    | GRI 201：<br>經濟績效2016       | 1-4<br>經濟績效<br>與市場布局   |
|                         |                                                                                 | 負面<br>衝擊   | 若企業無積極掌握市場趨勢及建立良好財務體質，預期增加風險、降低獲利，進而影響利害關係人之權益及期待。            |  |       |    |     |       |                            |                        |
| 6<br>資安管理<br>（經濟／治理）    | 針對顧客隱私做好資料遭到竊取、竄改、遺失等風險管理，保護資訊不被非法存取或揭露，且在任何階段沒有不適當的修改與損毀。                      | 正面<br>衝擊   | 以健全的資安管理，保護同仁及與本公司合作往來商業夥伴的相關資訊（個資），取得信任，提高震旦行的公司商譽。          |  |       |    |     |       | GRI 418：<br>客戶隱私2016       | 2-6<br>資訊安全<br>與個資保護   |
|                         |                                                                                 | 負面<br>衝擊   | 若企業無持續建立完善的資安管理制度及措施，可能會使內部遭受資訊安全威脅，提升損害企業、同仁及顧客資料之風險。        |  |       |    |     |       |                            |                        |
| 7<br>職業<br>安全衛生<br>（社會） | 確保安全健康的工作環境，有助於提升同仁滿意度與生產力，降低職業風險，增強企業信任感，提升人才留任率，確保震旦行穩健發展。                    | 正面<br>衝擊   | 透過完善的安全管理措施與定期風險評估，降低工傷事件的發生，確保同仁在安全的環境中工作。                   |  |       |    |     |       | GRI 403：<br>職業安全衛生<br>2018 | 5-6<br>職業安全<br>與健康     |
|                         |                                                                                 | 負面<br>衝擊   | 若工作安全措施不足，可能導致職業病或工傷事件的發生，不僅影響同仁的身心健康，還可能降低工作效率，增加企業的醫療與補償成本。 |  |       |    |     |       |                            |                        |
| 8<br>廢棄物<br>管理<br>（環境）  | 在有限的資源及經濟快速發展下，企業將越來越重視營運過程對環境造成的衝擊。震旦行致力降低營運過程產生的廢棄物，執行廢棄物的回收與處理，降低對環境產生的負面影響。 | 正面<br>衝擊   | 在產品製程中，持續關注可再生物料使用比例、減少產生廢棄物，提升環境正面影響。                        |  |       |    |     |       | GRI 306：<br>廢棄物2020        | 4-6 廢棄<br>物管理與<br>資源循環 |
|                         |                                                                                 | 負面<br>衝擊   | 若無建立回收與處理機制，可能會提升產品使用後對環境造成的外部成本。                             |  |       |    |     |       |                            |                        |