



鑫傳國際多媒體科技



2025 永續報告書

Sustainability Report

目錄

Contents

鑫傳永續發展報告書	01	4 營造友善職場	107
董事長的話	02	4-1 人力資源與聘用情形	108
1 擘劃永續願景	04	4-2 教育訓練與人才培育	112
1-1 關於鑫傳	05	4-3 員工福利與權益	120
1-2 2024鑫年度亮點	16	4-4 職業安全與衛生	132
1-3 永續願景與發展策略	20	4-5 尊重人權	135
1-4 重大主題分析與利害關係人議合	25	5 編織共好社會	139
2 穩健誠信治理	46	5-1 資訊安全與網路安全	140
2-1 永續營運管理	47	5-2 質產品與服務	147
2-2 營運績效	73	5-3 社會參與	155
2-3 氣候變遷風險管理	78	5-3 社會參與	166
2-4 永續供應鏈	87	6 附 錄	194
3 編織永續報導	94	6-1 會計師有限確信報告	195
3-1 永續報導內容之責任	95	6-2 全球永續性報告指標GRI Standards 對照表	197
3-2 永續媒體報導正直性	100	6-3 SASB索引表	202
		6-3 TCFD	204



鑫傳永續發展報告書

歡迎您閱覽鑫傳國際多媒體股份有限公司(以下簡稱鑫傳或本公司)及子公司(以下簡稱鑫傳集團、本集團)發行的第三本永續報告書。本報告書主要揭露本公司於2025年度(2025年1月1日至12月31日)期間的內容，報導期間與合併財報相同。部份內容與績效資料因撰述之可比較性及完整性包含2023至2024年，另考量溝通時效性，部分資料已揭露至2026年6月之相關資訊。更多永續相關資訊請詳見本公司官網永續ESG專區。本報告書將以公開、透明的態度，向利害關係人清楚揭露實踐公司治理、環境與社會的成果與策略目標，期待利害關係人理解我們在2025年所作的努力，以及持續邁向永續發展的決心。

本報告書邊界範疇

本報告書資訊揭露範疇與合併財務報告中之合併個體一致，包括本公司及子公司(註)。本集團營運總部位於台灣台中市，集團營運據點皆位於台灣，報告書中所指之重要營運據點為鑫傳集團之台灣營運據點。

註：子公司為鑫祺多媒體股份有限公司(鑫祺)、鑫隆多媒體股份有限公司(鑫隆)、人誠文創股份有限公司(人誠)、美雅國際企業股份有限公司(美雅)。

報告書撰寫原則

本報告書依循全球永續性標準理事會(Global Sustainability Standards Board, GSSB)所頒布之永續性報導原則(GRI準則2021年版)撰寫，並依循永續會計準則委員會(Sustainability Accounting Standards Board, SASB)發布之媒體行業指標，揭露與利害關係人相關之ESG資訊，詳細內容請參照本報告書附錄之全球永續性報告指標 GRI Standards 對照表及SASB索引表，報告書於2026年8月10日經董事會通過。

報告書管理與審查

內部：

本報告書所揭露之財務數據依據經會計師簽證之公開合併財務報告資訊，其他非財務之數據與資料，是由本集團永續發展小組之各權責單位自行撰寫與統計，並提供永續發展小組之執行秘書編彙編撰寫而成。

外部：

本報告書內容經由董事長核定後，委託「安侯建業聯合會計師事務所」擔任第三方確信單位，依據財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」執行有限確信案件，對報告書中所揭露之特定績效指標(以下簡稱「確信標的資訊」)執行有限確信程序並出具確信報告，會計師有限確信報告詳如附錄。

報告書發行歷程

報告書發布日期為2026年8月。本集團報告週期為每年一次，預計於每年8月底前上傳前一年度永續報告書，歡迎透過鑫傳公司網站「永續ESG」專區下載報告書檔案，網址：<https://st-media.com.tw/esg/file>，即連結至鑫傳永續經營報告書下載頁面。



意見回饋

如果您對本公司永續報告書內容有任何意見或疑問，歡迎提出您的寶貴建議，聯絡方式如下：

聯絡人：鑫傳永續發展小組 執行秘書
地址：412臺中市大里區國光路一段68號
電話：04-37050011 分機 1107
電子郵件：esg@st-media.com.tw
官方網站：<https://st-media.com.tw/>



立足在地守初心 雙軌轉型創未來



身為上櫃企業，鑫傳從一家地區型的媒體公司逐步壯大量能，蛻變成為最接地氣的國際科技傳媒，並且跨入電商，打開集團的新一條成長曲線。

鑫傳一路以來堅守「在地媒體」、「在地服務」、「在地實踐」的理念，曾在第一年參與臺灣證券交易所第十一屆（2024年）公司治理評鑑評核，在778家受評的上櫃公司中，進入21%至35%的級距。第一仗，鑫傳交出了不錯的成績單。而在2025年，鑫傳更從本土深耕跨步邁向國際佈局，持續擴大媒體的永續影響力。

身為文創產業的公司，鑫傳不見得能展現太多量化的成效，但是鑫傳發揮傳播媒體的功能和恪守法律及公義良善的嚴謹態度，傳遞正確且可被高度信賴的新聞資訊，也保護本土文化及人文價值，用我們的方式關懷地方。

和全國媒體相比，鑫傳的規模雖然不算大，但是卻不會妄自菲薄，很多事情反而要小媒體才能做得到，地方的角落我們才看得到。比如像地方家扶中心或是偏鄉部落需要幫忙、需要曝光宣傳，我們一定到，運用媒體的力量加強募款的效果。

董事長 廖紫岑

我們報導過相當多拋磚引玉的新聞，一般閱聽眾通常會去關注新聞的主角，不見得會去注意到做這些報導的我們，但是沒有螢幕光環沒關係，這就是我們的使命感和企業責任。

成立二十多年來，鑫傳團隊從新聞關懷在地，也製播充滿地方溫度及蹲點紀錄觀察的「與時光相繪」、「角落那群人」、「巷口博物館」、「大地共生」等多檔節目，不只榮獲金視獎、曾虛白先生新聞獎肯定，歷年來不只榮獲近百座金視獎，近幾年也陸續拿下卓越新聞獎、消費者報導權益獎、金采獎，在衛星電視頻道全國新聞環伺下，以小蝦米之姿嶄露頭角，製播品質及議題觀點獲得非常高的收視率及正面迴響。而在2025年更藉由「前進我的時尚童年」、「跟著時光去旅行」、「看見寶島PCR」獲得NCC地方文化節目製播補助款。

近幾年我們和LINE TV深度合作，將精選內容IP上架《台灣趣》專區，從不同的節目和新聞類型來吸引網友的青睞；2025年，我們更進一步放眼國際，參與推動 LINE TV 進軍亞洲市場的擴張計畫，將臺灣的優質影音軟實力輸出海外；與LINE TODAY合製的地方微文史短影音「LO叩敲敲門」已經製播五季，上架後點閱數已超過一千四百萬次；邀請十二位科技、生技產業龍頭參與拍攝的「預見大未來」節目成功上架馬來西亞TV5及行銷國際新聞平台，積極轉型，與跨產業佼佼者攜手，加強媒體效益，鑫傳雖身處地方，但視野、遠見和我們正在做的工作卻跨越區域限制，擴大影響深度及廣度。

而在5G、6G、低軌衛星、AI風潮下，鑫傳更積極拓展商務及打造智慧媒體王國，將AI導入影音內容產製。同時，集團亦持續深化文化底蘊，全面優化旗下「人誠文創」的營運與戰略體質，展現多元發展的韌性。此外，我們不只跨足電商、團購、開發自有品牌，進一步與LINE購物合作，落實OMO虛實融合的策略藍圖，更建置全國首座5G攝影場域及4K虛擬攝影棚，讓內容製作更符合時代趨勢。2024年併購了英國百年保養品牌THE BODY SHOP臺灣區代理，不只擁有自有品牌，更實踐了永續、不破壞、不做動物實驗的初衷。2025年更入股星品國際，跨足商機看漲的寵物市場，持續擴大集團購物版圖。

鑫傳自2021年開始，連續三年和母公司參與今周刊舉辦的「還海行動1095－海岸淨灘」，董監事、經營團隊和員工一起撿起一個個的寶特瓶、一個個巨大的海廢，也致力將我們的專業回饋給地方社團、學校，一群人一起做。

外界挑戰始終都在，全球的局勢快得讓企業難以招架，但是優質的體制和企業DNA，鑫傳持續轉動，邁步升級，集結團隊之力，讓環境再現生機、社會處處充滿良善、公司治理更具穩健及前景。





1 擘劃永續願景

1-1 關於鑫傳

1-2 2025鑫傳年度亮點

1-3 永續願景與發展策略

1-4 重大主題分析與利害關係人議合



1-1 關於鑫傳

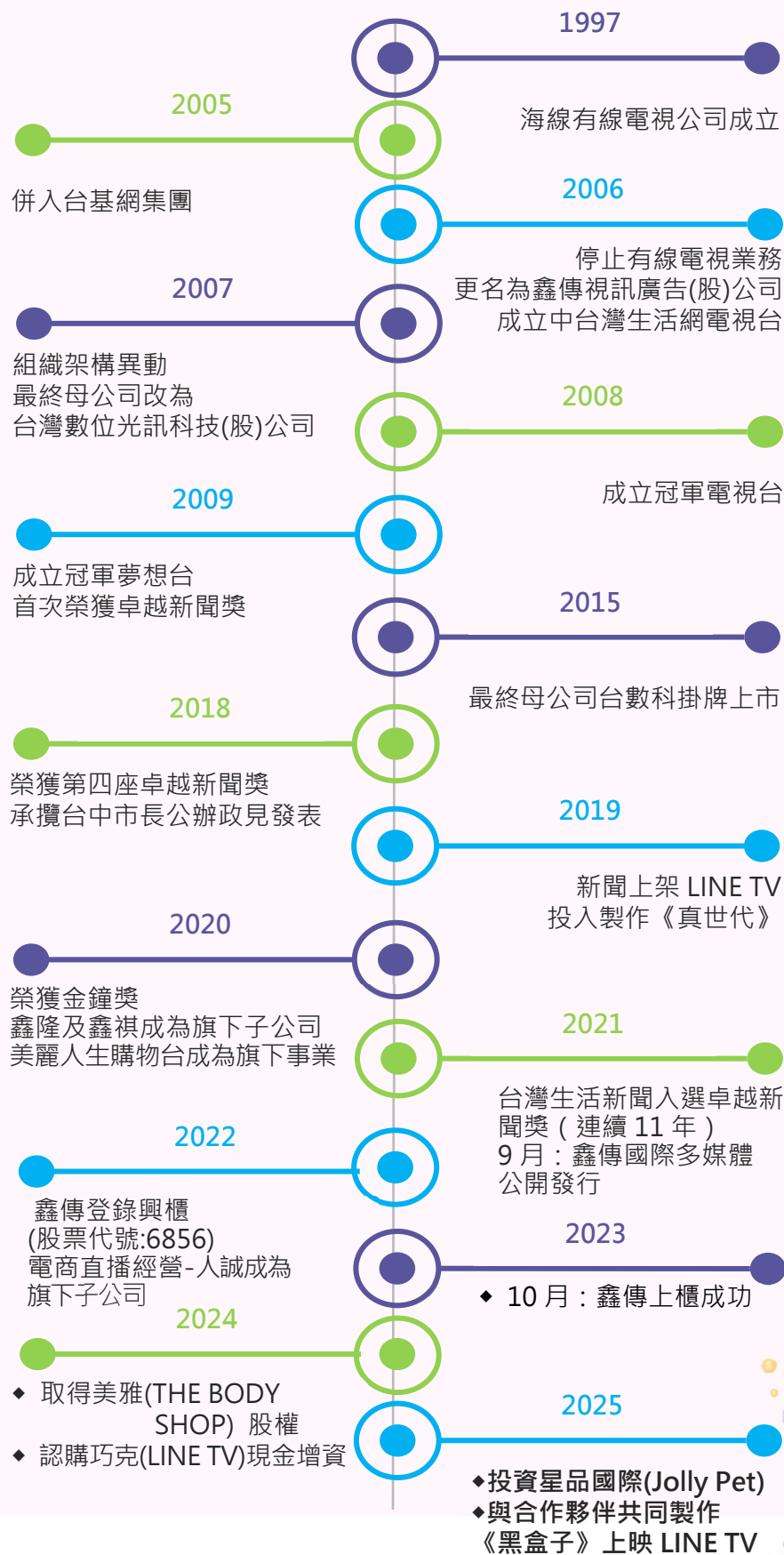
鑫傳國際多媒體成立於 1997 年，核心業務涵蓋衛星電視、節目製作、新聞、廣告及銷貨業務。近年來本集團積極擴張事業版圖，繼 2024 年投資 THE BODY SHOP 台灣獨家經銷商美雅國際企業及 LINE TV 巧克科技後，2025 年再投資星品國際實業，正式進軍寵物經濟領域；星品公司專注於經營自有品牌 Jolly Pet，整合線上電商與實體通路，販售智能寵物用品、外出旅遊及居家用品，透過集團平台優勢，Jolly Pet 產品將能觸及更廣大的消費客群，結合集團在媒體內容行銷的專業實力，精準推廣品牌價值，達成資源整合之最大綜效。



本集團除了原有的專業新聞製作、專題製作、4K 超高畫質等級節目攝影後製、電視及數位廣告拍攝託播、多媒體影片拍攝及製作、5G 攝影場域、4K 虛擬攝影棚、電視及網路直播等全方位媒體服務之外，更透過近年來新加入的 THE BODY SHOP 與 Jolly Pet 品牌拓展線下業務實力。在線上布局方面，持續深化與 LINE TV 的策略合作，將鑫傳優質的節目、新聞內容與直播購物功能進行跨平台整合，發揮數位轉型之綜效。

為落實企業永續發展理念，本集團持續發揮核心競爭力，在追求股東權益與財務表現的同時，積極引導供應鏈夥伴共同降低對環境與社會的衝擊，推動整體價值鏈的永續轉型。我們致力於提供安全、優質且具公信力的產品與服務，與消費者共創健康、安心、永續的生活環境，實踐企業公民之長期使命。

鑫傳里程碑



●衛星電視事業

鑫傳旗下之衛星電視事業持有「冠軍電視台」、「冠軍夢想台」、「中台灣生活網」及「A-ONE 體育台」共四張境內頻道執照。分別依據頻道屬性定位，打造娛樂與知性兼具的綜合性平台，提供涵蓋生活、運動、流行及健康等優質內容，致力成為全方位之節目供應者。

本公司除了維護本國文化推廣，亦積極配合主管機關法令規範，針對分眾市場收視需求規劃適性節目，透過高品質製播實踐創新。我們深知媒體之社會影響力，持續將企業公民責任內化於營運方針中。

於 2025 年期間，本公司旗下「A-One 體育台」擴大推動社會參與，承辦「114 年雲林全國運動會」之賽事拍攝與轉播。透過參與國家級大型盛會，整合地方體育資源並提升賽事能見度，具體落實本公司扶植地方文化與推動全民體育之永續願景，深化企業良好形象。

●衛星電視事業價值鏈

供應商	鑫傳集團	閱聽者
● 託播業者 ● 商品供應商	節目與廣告品管 / 編審 依法規及公司經營政策，對內容進行審查，以防止有違反法令或危及公司形象之虞	傾聽閱聽眾需求，結合新聞及節目內容產製資源，擴大公眾參與，增進閱聽人對於通訊傳播產業認識，安排各類參觀、觀摩、體驗等活動，提升民眾媒體識讀能力



●節目與新聞製作事業

集團對內容產業深度經營的魄力與使命，也善盡地方媒體的企業社會責任。鑫傳播報各地方新聞並製作地方性節目，持續關注在地文化與公共媒體責任，積極參與主管機關推動之節目製作補助計畫。2025 年度共獲國家通訊傳播委員會（NCC）補助三項地方文化節目製作案，包括《前進我的時尚童年》、《跟著時光去旅行》及《看見寶島 PCR》。透過多元節目內容，深入發掘各地人文風貌與生活故事，呈現地方文化特色，並提升民眾對在地文化的認識與關注，展現媒體促進文化傳承與社會連結之角色。

鑫傳持續製播在地特色之原創影音內容，擴大服務層級，提供更完善用戶體驗，期待成為最貼近臺灣土地的節目內容業者。近幾年積極跨出電視的框架，與網路媒體深度合作，亦獲不錯之迴響。

LINE TV《台灣趣》專區聚焦 TA 喜好，從不同的節目和新聞類型來吸引網友的青睞，擴增網路收視族群；與 LINE TODAY 合製的地方微文史短影音「LO 叩敲門」已邁入第五季，帶大家用輕鬆活潑的方式認識臺灣。2025 年更與合作夥伴共同製作《黑盒子》上映 LINE TV。

長期以來製播的節目更是獲獎無數，充滿地方溫度及蹲點紀錄觀察的「與時光相繪」、「角落那群人」、「巷口博物館」、「大地共生」...等多檔節目，屢獲金視獎、曾虛白先生新聞獎、消費者權益報導獎等獎項肯定，並連續 11 年入選卓越新聞獎以及 5 次獲獎紀錄。另外，鑫傳製播之「念舊」節目，邀請唸歌老師參與演出與分享，透過節目內容推廣傳統唸歌藝術與地方文史故事，讓觀眾得以認識並理解在地文化的歷史脈絡。該節目不僅促進傳統藝術的傳承與推廣，也獲得新北市 2025 年「金采獎」肯定，展現媒體在文化保存與社會參與上的積極角色。



●節目與新聞製作事業價值鏈

供應商	鑫傳集團	閱聽者
消息來源(如：政府、企業、民眾) 掌握最新在地訊息，善盡媒體社會責任，傳遞正面、環境永續、永續治理等理念	編輯採訪、節目製作→內容產出影音製播 透過共好社會、企業永續發展等新聞、節目內容產製，向大眾說明 ESG 的理念和重要性	新聞與節目製播皆秉持永續發展及新聞自律製播之原則，傳遞在地、真實、多元之議題，透過企業永續經營、環境永續再生、人文永續關懷三面向，優化製播內容及深度，藉此有效強化在地議題之影響性，並拉進與閱聽者的距離，達到新聞議題之關注、節目選材之肯定，提升閱聽眾對 ESG 相關議題之認識與了解。藉由線上媒體之串流導入，創造價值驅動營收
硬體製作商 攝影棚實體搭景時，選用永續環保之材質，運用可重覆利用、變化性高之佈景，降低資源損害與浪費	環境永續、降低污染→提升設備及資源管控 因應數位化時代變遷，新聞及節目製播過程皆以無帶化方式，公司流程也以無紙化為目標，降低環境之污染，並有效利用資源 透過線上、線下 ESG 廣告創新、多元展現，提升廣告價值和 ESG 對大眾認知、行為面影響	
軟體供應商 選用正版並符合資安法規之軟體	在地人才進用→員工超過七成為在地人才，平衡北中南各區影視人才培育 數位平台→透過數位平台社群、網站等資源播送，拓展線上通路及影像觸及率，進而提升公司品牌	

●廣告銷售事業

有線電視廣告的優點是涵蓋範圍是屬於區域性普及率較高、閱聽眾能接收的資訊長度比數位廣告多，也可稱之為洗腦廣告，相較於數位廣告預算較低，一般會以區域型品牌行銷、在地行銷、展覽活動等，會有一定的使用率。

隨著利用自媒體平台，網路新聞手機版及數位機上盒近年來也是廣告版位重點之一，數位機上盒首頁廣告 / 頻道切換 EPG，就像定點看版的概念，不同的是可以利用點擊區塊連結至企業網站，使有興趣了解廣告內容的消費者，可以方便進一步了解店家的資訊。

2025 年持續推動「電視+數位」的整合型廣告，同步投放於有線電視數位機上盒、官網或社群媒體，並提供客戶與 GOOGLE / LINE / LINE TV / FB 粉絲專頁等數位廣告平台合作方案，協助在地商家落實在網路及數位廣告平台廣告行銷需求（如地方診所、房地產、餐飲）以提供較精準的曝光機會。



跳脫「單品銷售」，增加產品組合

●廣告銷售事業價值鏈

供應商	鑫傳集團	閱聽者
政府機關： 通過宣導活動來傳達政策信息、社會公益和公共服務，旨在提高公眾意識、改變行為及推動社會政策的落實 企業： 通過廣告投放來推廣其產品和服務，增強品牌形象，吸引消費者並實現商業目標 民眾： 為特定目的或活動，這些活動通常涉及社區活動、廟宇活動或社會公益等	媒體機構在影片審核過程中善盡社會責任，不僅是法律和道德的要求，也是維護社會和諧和穩定的重要手段。通過建立嚴格的審核標準、多層次的審核流程、加強教育與培訓、利用技術支持和提高透明度，媒體機構能夠更好地履行其社會責任，確保影片內容對社會產生積極影響 投放渠道： 分為傳統廣告_有線電視地方插播，衛星廣告_衛星電視台插播(中台灣生活網、華視新聞資訊台、冠軍電視台)，網頁廣告及數位廣告_FB、YT、LINE、LINE TV，Google 等	在永續願景的框架下，要求在各個環節中融入多樣性和可持續發展的理念。通過市場研究、策略制定、創意開發、媒體投放和效果評估等步驟，確保廣告活動能夠觸及多元化的受眾，同時促進環保、社會責任和經濟可持續性。這不僅有助於提升品牌形象和市場競爭力，還能對實現更廣泛的可持續發展目標做出積極貢獻

●購物事業

美麗人生購物(MAYLIFE)

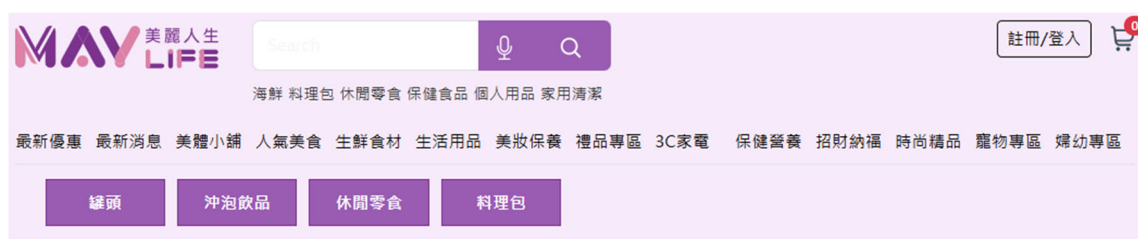
美麗人生購物頻道，主打「實惠的民生日用品」，強調食品、保健、生活用品、家庭必需品，並特別發展婦幼、寵物、在地農漁產等細分品類，是日常採購型的購物平台，平台有電視購物、網絡或團購銷售、APP 等服務，擴增產品項目，「電視 + 電商 + 數位影音」三軌並行，提供客戶更多元之消費服務管道。

電視：「美麗人生購物台」於有線電視 24 小時播送，「美麗人生購物台」於「台數科」系統台安排在第 70 頻道播出，在「中嘉」系統與「凱擘」系統則於在第 108 頻道位置播出。

電商：美麗人生購物(MAYLIFE)之電商官網 <https://maylife.com.tw/>，亦可透過美麗人生購物 APP 瀏覽購物。

數位影音：LINE@、LINE 社群團購，LINE TV / LINE Shopping 等數位平台可及時收到最優惠的購物資訊。

隨著科技的發展，購物台行業也在不斷創新，未來再引入互動功能，更能展現商品的實在性，將可提高直播購物的便利性，滿足消費者的需求。



美雅(THE BODY SHOP 美體小舖)

本集團於 2024 年投資美雅國際企業股份有限公司，其為英國知名品牌 THE BODY SHOP 美體小舖在台灣獨家經銷商，主要業務為全身天然清潔保養品之進口零售，零售管道包含實體門市及電商通路。

門市銷售：截至 2025 年 12 月全台共有 45 間實體門市，遍佈大型百貨商場、熱鬧商圈，擁有訓練有素的銷售人員，主打體驗式的銷售模式。

電商通路：消費者可以透過自營的官方網站、第三方平台購買 THE BODY SHOP 美體小舖的產品。



THE BODY SHOP

新會員贈\$200購物金

母親節限定組

			
茶樹淨膚沐浴組	茶樹淨膚精油組	經典白麝香沐浴組	經典白麝香潤膚組
特價 4669 \$1040	特價 2369 \$1860	特價 2020 \$1520	特價 3249 \$2420

●購物事業價值鏈

美麗人生購物(MAYLIFE)

供應商	提供產品與服務	通路	消費者
● 生鮮食品 ● 生活用品 ● 保健食品 ● 美妝產品 ● 3C 家電 ● 寵物用品 ● 婦幼用品	● 銷售食品及用品 ● 售後服務	● 電視通路-電視頻道播出、電話接單行銷 ● 電商通路-電商官網以及購物 APP ● 數位影音通路-LINE@、LINE 社群團購，LINE TV / LINE Shopping	滿足消費者的多平台購物需求與多元購物方式，電視、網路、APP、LINE@、LINE 社群團購均可方便購物



LINE 社群



美雅(THE BODY SHOP 美體小舖)

供應商	提供產品與服務	通路	消費者
THE BODY SHOP	銷售 THE BODY SHOP 產品	- 門市銷售 - 電商通路	獲得優質產品

北部門市

總化店
106 台北市大安區通化街40號1F
(02)2708-5792
◎ 12:00 ~ 21:00
查看地圖 ▶

龍前店
100 台北市中正區龍前街6-9號1F
(02)2375-3328
◎ 11:30 ~ 20:30
查看地圖 ▶

板橋中山
220 新北市板橋區中山路一段25號
(02)8951-8765
◎ 12:00 ~ 21:00
查看地圖 ▶

新店大坪林
231 新北市新店區大坪林路二段9號1F
(02)8918-4694
◎ 12:00 ~ 21:00
查看地圖 ▶

信義三越A11
110 台北市信義區松壽路11號B1
(02)8771-7347
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

台北統一時代
110 台北市信義區市寧東路五段8號B1
(02)2723-2464
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

台北京站
107 台北市大同區京華路一段1號B1
(02)2552-6621
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

台北SOGO忠孝
106 台北市大安區忠孝東路四段45號2F
(02)8771-7347
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

SOGO天母
111 台北市士林區士林北路八段77號2樓
(02)2835-3632
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

美麗華
104 台北市中山區南京東路二段20號1F
(02)8502-2391
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

徐匯廣場
247 新北市板橋區中山路一段8號1F
(02)8281-1974
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

比漾廣場
234 新北市永和區中山路一段239號1F
(02)8231-6679
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

中和環球
235 新北市中和區中山路二段122號1F
(02)3234-3879
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

板橋大遠百
220 新北市板橋區新站路2號4F
(02)2964-2514
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

林口三井
244 新北市林口區林文路一段356號1F
(02)2600-2034
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

基隆廟口店
200 基隆市仁愛區金二路69號1樓
(02)2427-3341
◎ 12:00 ~ 21:00
查看地圖 ▶

中壢SOGO
320 桃園市中壢區元化路357號2F
(03)427-7425
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

桃園站前三越
330 桃園市桃園區中正路159號2F
(03)250-2145
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

桃園統領廣場
330 桃園市桃園區中正路61號1F
(03)332-4586
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

新竹巨城
300 新竹市東區中央路129號2F
(03)823-8223
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

花蓮遠百
970 花蓮市花蓮中華路541號1F
(03)8325-221
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

東部門市

中部門市

豐原太平洋
420 台中市豐原區復興路2號1F
(04)2524-5262
一四 11:00~21:30
五 11:00~22:00 六~日 10:30~22:00
查看地圖 ▶

台中LaLaPort
401 台中市南區復興路600號1樓1F
(04)2215-1800
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

台中中友
404 台中市南區三民路三段189號C棟4F
(04)2225-1009
四~日 11:00~21:30 五~六 11:00~22:00
查看地圖 ▶

台中三三
435 台中市西區協和街168號1F
(04)2656-8274
◎ 10:30 ~ 21:30
查看地圖 ▶

台中三井
403 台中市西區臺灣大道二段459號1F
(04)2310-2117
一五 11:00~22:00 六~日 10:30~22:00
查看地圖 ▶

台中大遠百
401 台中市西區臺灣大道二段251號4樓B1樓
(04)2255-2755
一五 11:00~22:00 六~日 10:00~22:00
查看地圖 ▶

台中三越
407 台中市西區臺灣大道二段301號B1
(04)2250-7985
一五 11:00~22:00 六~日 10:30~22:00
查看地圖 ▶

台中漢神
406 台中市西區崇德路三段665號3F
(04)2422-1034
一四 11:00~22:00
查看地圖 ▶

彰化店
500 彰化縣彰化市中華路102號1F
(04)734-4116
◎ 11:30 ~ 21:30
查看地圖 ▶

南部門市

斗六店
640 雲林縣斗六市大馬路131號1F
(05)517-1439
◎ 11:30 ~ 20:30
查看地圖 ▶

嘉義店
600 嘉義市中山路399號1F
(05)228-4856
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

台南西門三越
700 台南市西門區第一街165號B1
(06)303-0322
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

台南中山三越
700 台南市中西區中山路161號2F
(06)329-4216
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

台南南紡購物中心
701 台南市東區中華東路一段166號1樓
(06)308-8458
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

台南三井
711 台南市永康區大橋南路101號1F
(06)303-2673
◎ 11:00 ~ 21:30
查看地圖 ▶

高雄黃山店
830 高雄市鳳山區中山路130號1F
(07)729-4505
◎ 12:00 ~ 21:00
查看地圖 ▶

高雄漢神
800 高雄市中區武吉一路200號1樓
(07)325-9681
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

高雄大遠百
802 高雄市中區三多路4號1樓
(07)328-1679
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

高雄夢時代
806 高雄市中區五福路79號1F
(07)823-0349
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

漢神巨蛋
813 高雄市左營區高下路二街777號A棟1樓
(07)522-2934
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

高雄左營三越
811 高雄市左營區高橋路122號1F
(07)350-0264
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

高雄SKM PARK
806 高雄市中區中山路100號1F
(07)732-055
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

屏東太平洋
900 屏東縣屏東市中正路72號2F
(08)732-8630
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

屏東環球
900 屏東縣屏東市仁愛路500號1樓
(08)732-4034
◎ 11:00 ~ 22:00
查看地圖 ▶

1-2 2025 鑫傳年度亮點

●經濟、治理面

拓展事業版圖

投資星品國際實業，正式
進軍寵物經濟領域，星品
公司專注於經營自有品牌
《Jolly Pet》



影視合作

與合作夥伴共同製作《黑盒子》

於LINE TV上映



節目新聞事業

2025年第十五屆金采獎



獲獎

【念舊】節目深耕在地、
具備專業與獨特視角的內
容，在激烈的競爭中脫穎
而出，獲得肯定

節目新聞事業

2025年 金視獎

入圍七項獎項



活風格節目獎【跟著時光去旅行】

地方文史節目獎【念舊】

地方新聞節目獎【南投新聞】

多元關懷節目獎【翻轉·銀世代】

主持人獎【念舊】

地方新聞節目主播獎【大台中新聞】

主持人獎【臺南新聲·鄉親踹共】



集團聯合公益活動



二手市集活動

響應永續發展理念與企業ESG精神，鑫傳與台數科
集團舉辦「舊愛新生·永續市集」二手市集活動



購物事業-美麗人生購物(MAYLIFE)

世界蓋婭日

鑫祺國際（Maylife 美麗人生購物）協辦第五屆
「世界蓋婭日 - 讓地球溫度下降X°C」活動



衛星電視事業



114年全國運動會
THE NATIONAL GAMES
在雲林 YUNLIN COUNTY 2025

A-One體育台

衛星頻道跨界合作，協助雲林縣政府
「全國運動會」轉播及拍攝等合作



● 環境面

2025 年度業經安侯建業聯合會計師事務所依照確信準則 ISAE3410 號「溫室氣體聲明之確信案件」執行確信，確信意見為類別 1 與類別 2 合理確信、類別 4 有限確信之結論，執行範圍為本公司及合併財務報告子公司。



安侯建業聯合會計師事務所
KPMG

台北市 110615 區義興路 5 段 7 號 6 樓 (台北 101 大樓)
60F, TAIPEI 101 TOWER, No. 7, Sec. 5,
Xinyi Road, Taipei City 110615, Taiwan (R.O.C.)

電話 Tel +886 2 8101 6666
傳真 Fax +886 2 8101 6667
網址 Web kpmg.com.tw

溫室氣體聲明確信報告

鑫傳國際多媒體科技股份有限公司 公鑒：

本執業人員受託執行鑫傳國際多媒體科技及其子公司（以下簡稱「合併公司」）民國一十四年一月一日至十二月三十一日溫室氣體盤查報告書及解釋性附註（以下簡稱「溫室氣體聲明」）之範疇 1 直接溫室氣體排放與範疇 2 能源間接溫室氣體排放之合理確信案件（以下簡稱「範疇 1 及範疇 2」），以及範疇 3 其它間接溫室氣體排放（包含採購的產品與服務、燃料與能源相關活動）（以下簡稱「範疇 3」）之有限確信案件詳列於附件一。

公司對溫室氣體聲明之責任

合併公司之責任係依照溫室氣體盤查規定書—企業會計與報告標準（GHG Protocol）（以下簡稱「GHG Protocol」）編製溫室氣體聲明，且設計、付諸實行及維持與溫室氣體聲明編製有關之內部控制，以確保溫室氣體聲明未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。如合併公司溫室氣體聲明所述，溫室氣體之量值受先天不確定性之影響，主要係因用以決定排放係數之科學知識並不完整，以及報導之數值須考慮不同溫室氣體之排放。

執業人員之獨立性及品質管理規範

本執業人員及所隸屬會計師事務所已遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密與專業行為。本執業人員所隸屬會計師事務所遵循品質管理準則，維持完備之品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令有關之書面政策及程序。

執業人員之責任

範疇 1 及範疇 2 - 合理確信

本執業人員之責任係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會發布之確信準則 3410 號「溫室氣體聲明之確信案件」（以下簡稱確信準則 3410 號）規劃及執行範疇 1 及範疇 2 之合理確信案件，基於所獲取之證據，對第一段所述合併公司溫室氣體聲明是否未存有重大不實表達取得合理確信，並表示意見。

依據確信準則 3410 號之規定，合理確信案件之工作包括對溫室氣體聲明之範疇 1 及範疇 2 中排放量及相關資訊執行程序以取得證據，所選擇程序之性質、時間及範圍取決於執業人員之專業判斷，包括對溫室氣體聲明導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險之評估。作成該等評估時，執業人員已考量與合併公司編製溫室氣體聲明相關之內部控制。本合理確信案件已執行工作亦包括評估合併公司：



合理確信意見及有限確信之結論

範疇 1 及範疇 2 - 合理確信

依本執業人員之意見，第一段所述合併公司民國一十四年一月一日至十二月三十一日溫室氣體聲明之範疇 1 及範疇 2 在所有重大方面係依照 GHG Protocol 編製。

範疇 3 - 有限確信

依據確信準則 3410 號之規定，合理確信案件之工作包括對溫室氣體聲明之範疇 1 及範疇 2 中排放量及相關資訊執行程序以取得證據，所選擇程序之性質、時間及範圍取決於執業人員之專業判斷，包括對溫室氣體聲明導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險之評估。作成該等評估時，執業人員已考量與合併公司編製溫室氣體聲明相關之內部控制。本合理確信案件已執行工作亦包括評估合併公司：

其他事項

本確信報告出具後，任何確信標準的資訊或適用基準之變更，本執業人員將不負該等資訊重新執行確信工作之責任。

安侯建業聯合會計師事務所

會計師：陳燕慧



事務所地址：台北市信義路五段七號六十八樓
中華民國 一五 年 六 月 二十三日



- 採用 GHG Protocol 編製溫室氣體聲明之妥適性。
- 所採用量化方法及報導政策之適當性，以及所作估計之合理性。
- 溫室氣體聲明之整體表達。

本執業人員相信已取得足夠及適切之證據，以作為表示意見之基礎。

範疇 3 - 有限確信

本執業人員之責任係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會發布之確信準則 3410 號「溫室氣體聲明之確信案件」（以下簡稱確信準則 3410 號）規劃及執行範疇 3 之有限確信案件，基於所執行之程序及所獲取之證據，對第一段所述合併公司溫室氣體聲明是否未存有重大不實表達取得有限確信，並作成有限確信之結論。

依據確信準則 3410 號之規定，有限確信案件之工作包括評估合併公司採用 GHG Protocol 編製溫室氣體聲明之妥適性、評估溫室氣體聲明導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險、依情況對所評估風險作出必要之因應，以及評估溫室氣體聲明之整體表達。有關風險評估程序（包括對內部控制之瞭解）及因應所評估風險之程序，有限確信案件之範圍明顯小於合理確信案件。

本執業人員對第一段所述合併公司溫室氣體聲明之範疇 3 所執行之程序係基於專業判斷，該等程序包括查詢、對所執行流程之觀察、文件之檢查、分析性程序、量化方法與報導政策之評估，以及與相關紀錄之核對或調節。基於本案件情況，本執業人員於執行上述程序時：

- 已透過查詢，取得對合併公司與排放量及報導相關之控制環境及資訊系統之瞭解，但並未評估特定控制作業之設計，取得該等控制作業付諸實行之證據或測試其有效性。
- 已評估合併公司建立估計方法之適當性及一致性。然而，所執行程序並未包含測試估計所依據之資料或單獨建立執業人員之估計，以評估合併公司所作之估計。
- 已實地訪查 1 個據點，以評估排放源之完整性、資料蒐集方法、排放源資料及該等據點所適用之相關假設。對於執行實地訪查據點之選擇，已考量該等據點之排放對總排放之貢獻、排放源性質，以及前期所選擇之據點。所執行程序不包含測試該等據點用以蒐集及彙整設施資料之資訊系統或控制。

相較於合理確信案件，有限確信案件所執行程序之性質及時間不同，其範圍亦較小，故於有限確信案件所取得之確信程度亦明顯低於合理確信案件所取得者。因此，本執業人員不對合併公司範疇 3 其它間接溫室氣體排放（包含採購的產品與服務、燃料與能源相關活動）在所有重大方面，是否依照溫室氣體盤查規定書—企業會計與報告標準（GHG Protocol）之規範編製，表示合理確信意見。

~ 2 ~



附件一：確信標準的資訊彙總表

報告邊界	排放量 (二氧化碳當量/年)
範疇 1：直接溫室氣體排放	63.1115
範疇 2：能源間接溫室氣體排放	510.8356
範疇 1 及範疇 2 合計	573.9471
範疇 3：其他間接溫室氣體排放	131.5090
採購的產品與服務(自來水)	1.0808
燃料與能源相關活動	130.4282
合計	705.4561

● 社會面

社區關懷

鑫傳集團致力於落實「社會共好」之願景，將營運影響力轉化為在地社區的成長動力，為促進區域經濟發展與社會共融，2025 年度於在地人才聘用率已達 72%，透過實際的就業機會深耕社區認同。亦與本集團攜手母公司台數科推動「舊愛新生・永續市集」義賣活動，將資源再利用之所得捐贈予社福團體，實踐循環經濟與公益之結合，並透過旗下媒體與電商平台優勢，協助地方農會產品銷售，活絡在地產業。針對地方弱勢照顧方面，2025 年間投入銀髮族健康檢測服務、與慈善團體聯合協會合作進行物資捐贈等，期許透過全方位的社區關懷行動，串聯產官學與社福資源，建構最具溫度的在地支持網絡。



在地人才聘用率於 2025 年達 72.73%

偕同母公司、相關企業舉辦永續市集

公益活動

鑫傳長期致力於製播多元關懷議題新聞節目，範圍涵蓋「社會公益、動物福利、銀髮關懷及多元人文」等主題，透過優質內容強化社會正向影響力。除了運用媒體資源協助播放公益廣告與即時訊息跑馬燈，更進一步結合子公司美雅（THE BODY SHOP 美體小舖）之國際永續精神，將公益理念轉化為具體行動。在環境保護方面，我們推動「空瓶回收計畫」，引導消費者落實循環經濟；在人權捍衛方面，我們響應國際婦女節，支持偏鄉及弱勢婦女獲得平等工資、受教權與經濟獨立，將性別平等意識深植於零售通路與媒體報導中。鑫傳將持續運用全媒體平台傳遞公益核心價值，擴大社會正能量，建構更具包容性與溫度的永續環境。



健康關懷

為守護員工身心健康，每年提供員工健康檢查，並提供壽險、住院醫療險與意外醫療險保障。同時推動職場健康管理，依《勞工健康保護規則》規定，聘任職業醫學科專科醫師與護理人員，每月實施臨場健康服務，主動關懷員工健康狀況。除內部措施外，亦積極向外推廣健康意識，包括播送預防登革熱、傳染病防治、反毒及捐血公益廣告，並舉辦安全與健康講座，提升員工對健康議題的認知與防護能力。

1-3 永續願景與發展策略

1-3-1 永續願景

鑫傳集團秉持媒體專業與創新動能，致力於實現「經濟成長、環境保護與社會福祉」之共融發展。我們以實踐企業社會責任為核心，建構具前瞻性之永續管理機制，確保在擴張媒體、零售及寵物經濟等多元版圖的同時，落實對社會、環境及利害關係人之承諾。

集團以「環境共存、社會共好」為目標，除發揮媒體公信力推廣社會公益，更透過國際驗證強化資訊韌性與個資保護，我們也積極推動綠色供應鏈及數位轉型，整合電商與新媒體資源，強化全方位的永續生活鏈結。本集團承諾將永續精神融入日常營運與風險管理決策，持續驅動創新，攜手夥伴與社會大眾，共創價值共享之永續未來。

● 永續發展策略與回應聯合國永續發展目標(SDGs)

鑫傳集團由永續願景延伸出「可信(Credible)」、「循環(Cycle)」、「關懷(Care)」並據此建構「新聞可信，永續營運」、「共好循環，友善環境」、「關懷傳承，社會共好」之三大永續策略。集團期許在策略驅動下，邁向「永續經營」、「生態環境友善」及「社會共融共好」之三大遠景。我們積極回應聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)，將指標落實於媒體製播、綠色零售與社會參與中，確保企業成長與社會價值同步並進。



鑫傳期望在推動永續經營(ESG)的過程中，讓公司營運以「永續營運」、「友善環境」、「社會共好」為主要核心計畫，並持續推動相關活動，利用企業獨特的媒體資源，以具體行動履行企業永續發展。



可信(Credible)

「可信度」是新聞媒體的核心價值是比業務營收更重要的無形資產，它同時也是創造業務營收的利基。核心策略為「新聞可信」，運用內部控管機制，如完善的報導和製播準則、內部編審制度、外聘倫理委員等，對於報導的品質層層把關，以建立媒體的可信度，達成「永續經營」遠景。

循環(Cycle)

重視並深入報導永續發展議題，擴大傳播媒體在此範疇之效應與影響力，透過鑫傳國際自身資源從各方面投入永續倡議，持續報導永續發展的相關議題，將「共好循環」的理念透過媒體傳播，達成「友善環境」遠景，亦讓本集團成為媒體界的 ESG 貢獻者。

關懷(Care)

媒體的消費者就是閱聽人，傾聽閱聽人的需求，建立與閱聽人互動關懷的機制，也是媒體產業實施 ESG 不可或缺的一環。我們致力於發揮媒體的社會責任，遵循著取之於社會、用之於社會的原則，鼓勵更多有能力的人一起關懷社會弱勢，期望透過「關懷傳承」策略，完成「社會共好」遠景，此亦為鑫傳集團落實 ESG 的一環。

永續計畫	永續策略	對應聯合國SDGs
永續經營	落實公司治理，創造新聞可信度，提升企業價值，兼備更好的永續韌性	4 優質教育  5 性別平等  8 體面工作與經濟成長  9 產業、創新與基礎設施  10 減少國內及國家間不平等  12 永續的消費與生產模式  16 和平、正義與健全的司法  17 促進目標實現之全球夥伴關係 
友善環境	落實綠色採購、低碳生活與資源環境利用，以達成環境永續的共好循環	11 永續城鎮與社區  13 氣候行動  15 陸域生態 
社會共好	創造友善平權之工作環境，關懷社會與地方文化傳承，為社會善盡一己之力	4 優質教育  5 性別平等  8 體面工作與經濟成長  12 永續的消費與生產模式  16 和平、正義與健全的司法  17 促進目標實現之全球夥伴關係 

1-3-2 永續治理

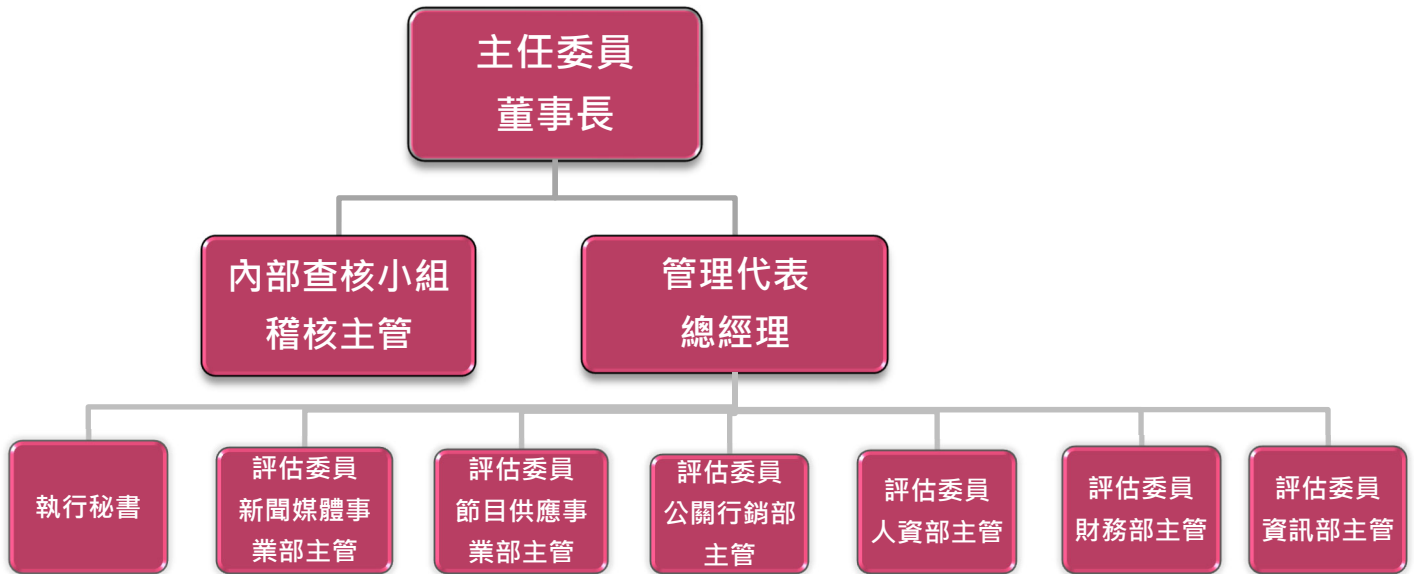
鑫傳集團於 2024 年制定「永續發展評估小組組織規程」並通過董事會決議，建立推動永續發展之治理架構，以及設置推動永續發展專(兼)職單位。

本公司「永續發展評估小組」2024 年成立，由董事長擔任主任委員，督導公司永續發展執行方向，並由總經理擔任管理代表，專責單位

為總經理室，執行公司永續發展政策；評估委員由各部門及子公司最高主管擔任，定期檢視公司永續發展方向的目標、績效及達成進度，不定期召開會議。

●永續發展推動小組組織

永續發展評估小組-組織架構圖：



●永續發展評估小組運作模式、開會次數

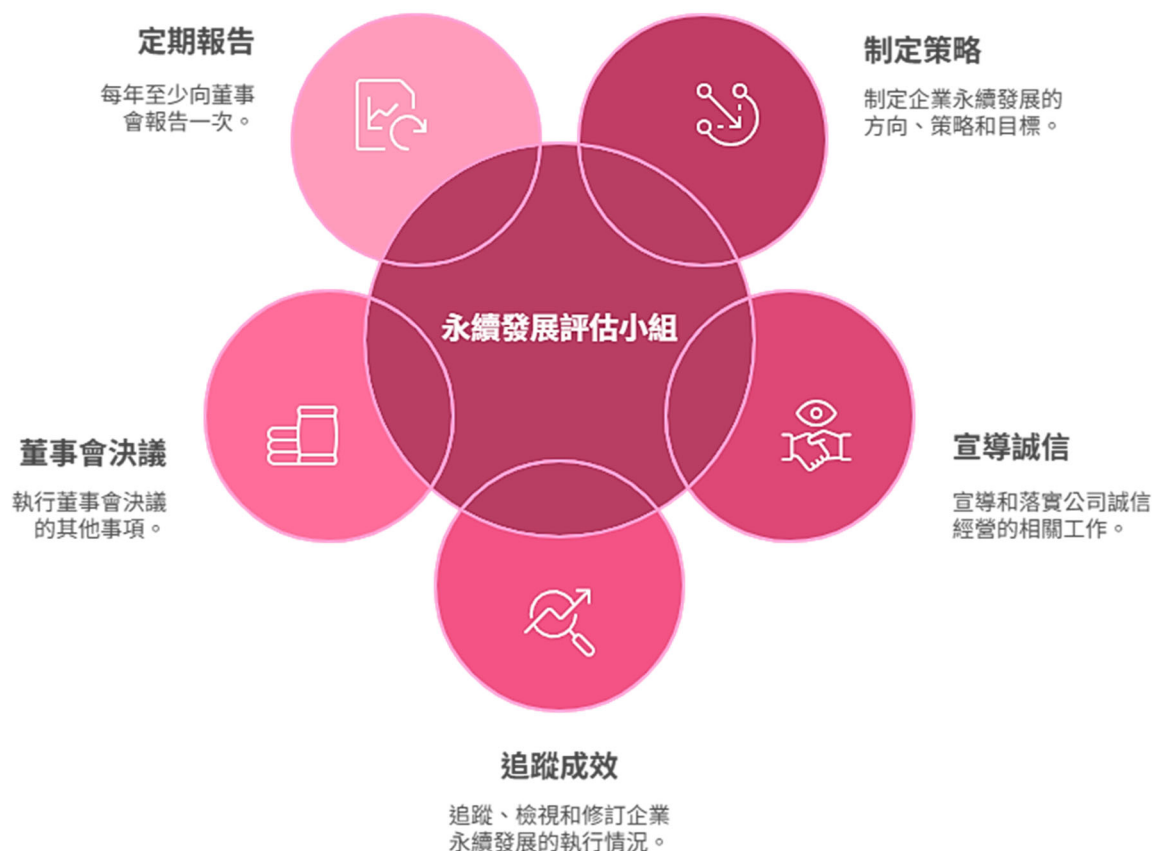
鑫傳集團「永續發展評估小組」由總經理每年至少一次向董事會報告永續發展執行情形。2025 年度「永續發展評估小組」2025 年 3 月 6 日、3 月 26 日、6 月 18 日及 7 月 16 日，共召開四次會議，會議內容包含：鑑別利害關係人及關注議題、年度重大主題之永續發展目標、績效及達成進度等相關議題。依據「永續發展評估小組組織規程」，評估小組由總經每年至少向董事會報告一次公司之永續發展執行情形。最近一次董事會日期為 2025 年 11 月 10 日。

稽核進行「永續資訊管理」之稽核，審計委員會及董事會，聽取內部稽核主管報告永續資訊管理作業之內部控制制度之設計及執行有效性所執行之工作，以及稽核發現事項。最近一次董事會日期為 2025 年 12 月 22 日。

● 培養永續意識，激盪永續火花

為深植永續發展意識並建構由下而上的企業文化，本集團致力於將 ESG 理念從認知轉化為具體行動，永續發展評估小組肩負跨部門協作之責，規劃與執行各項永續策略專案，除了透過定期的「永續發展委員會」及「主管會議」與進行政策傳達，鑫傳每年辦理指標性永續教育訓練，針對主管及執行小組成員以及相關同仁，導入國內外永續趨勢與標竿企業之實務案例課程。

本集團不定期舉辦「公司治理」、「誠信經營」及「企業永續」等多元課程，持續提升董事、主管及同仁對永續價值的認同感，為強化治理效能並精準追蹤 ESG 執行實績，我們建立「滾動式檢討與回饋機制」，緊密監控外部環境變化，動態調整並追蹤關鍵 ESG 議題之改善進度，透過將 ESG 準則融入日常營運流程，確保各項指標之完整性與落實程度，建構具備永續競爭力的經營體質。



1-4 重大主題分析與利害關係人議合

1-4-1 利害關係人議合

鑫傳集團重視利害關係人的看法，為確保在進行永續策略規劃時，能獲得來自利害關係人的回饋，我們參照 AA1000 利害關係人議合標準 (Stakeholder Engagement Standard, SES) 之五大原則：影響力、責任、依賴度、關注度和多元觀點，由各部門主管與同仁進行重要利害關係人之鑑別，最後依重要性篩選出五類重要利害關係人，包含：股東 / 投資人、客戶、政府機關、員工、媒體 / 評比機構。

利害關係人：股東 / 投資人					
對鑫傳的意義	關注議題	溝通管道	頻率	溝通成果	回應章節
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，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	● 資訊安全 / 網路安全與系統可用性 ● 客戶關係管理 ● 營運績效 ● 報導內容之責任 ● 媒體報導正直	股東會	1 年 1 次	● 依規定發布財務報告 4 次 ● 召開法人說明會 2 次 ● 於公開資訊觀測站發布重大訊息 21 則 ● 每年定期於時間內發布年報	● 2-1 永續營運管理 ● 3-1 永續報導內容之責任 ● 5-2 優質產品與服務 ● 5-4 社會參與
		法說會	1 年 2 次		
		發布財務報告	定期 1 年 4 次		
		於公開資訊觀測站發布重大訊息	1、不定期(視當年度發生重大事項) 2、定期(固定 1 年四次會發布董事會通過財報日)		
		年報	定期，1 年 1 次		

利害關係人：客戶					
對鑫傳的意義	關注之重大主題	溝通管道	頻率	溝通成果	回應章節
客戶是集團成長的核心動力，以在地服務與傾聽反饋為基石，致力於提供最貼近品牌的媒體/產品解決方案 我們以成就客戶為目標，致力於提供優質且高品質的產品與服務，攜手客戶提升競爭力，轉化為品牌能量，共創永續經營的未來	● 資訊安全 / 網路安全與系統可用性 ● 媒體報導正直性 ● 報導內容之責任 ● 人才吸引與留任 ● 媒體多元性 ● 客戶關係管理 ● 公司治理與誠信經營	通訊軟體	不定期	● 透過通訊軟體、電話、郵件及會議親自拜訪，即時服務客戶，持續提升品質，並優化系統及客戶服務管理，秉持用心與耐心對待每位客戶的回饋 ● 於官網、電商或社群媒體不定時更新消息，並提供客戶留言區，以進行回應互動 ● 蒐集顧客回饋作為商品開發、促銷活動及服務流程改善依據	● 2-1 永續營運管理 ● 4-1 人力資源與聘用情形 ● 5-2 優質產品與服務
		電話客服/簡訊	不定期		
		E-MAIL	不定期		
		客戶會議(線上及實體)	不定期		
		親自拜訪	不定期		
		門市現場互動	不定期		
		書面信函	不定期		
		官網/電商平台	不定期		
		社群媒體互動	不定期		

利害關係人：政府機關					
對鑫傳的意義	關注之重大主題	溝通管道	頻率	溝通成果	回應章節
積極配合政府政策及法規遵循，保持積極溝通管道，促進公司及產業正向發展，共同協力實踐永續發展	● 報導內容之責任 ● 媒體報導正直性 ● 媒體多元性 ● 資訊安全 / 網路安全與系統可用性 ● 客戶關係管理	電話	不定期	● 主管機關函文往來，2025 年度共 495 件；收文 414 件、發文 81 件 ● 2025 年年初申報去年度董事，並更新公司基本資訊 ● 每年一月十日前固定申報董事會運作情形 ● 每年三月底前申報年度董事績效評估結果 ● 每季更新並申報公司產業鏈現況 ● 公司官網發布最新訊息 1 則	● 2-1 永續營運管理 ● 3-1 永續報導內容之責任 ● 3-2 永續媒體報導正直性
		E-MAIL	不定期		
		書面信函	不定期		
		主管機關公聽會及研討會	不定期		
		公開資訊觀測站	不定期		
		公司網頁	不定期		

利害關係人：員工

對鑫傳的意義	關注之重大主題	溝通管道	頻率	溝通成果	回應章節
本集團以人為本，須提供具競爭力的薪酬與完善福利，保障安全的就業環境，吸引優秀人才加入，給予尊重與關懷，使其與公司同步成長茁壯	●人才吸引與留任 ●營運績效 ●客戶關係管理 ●公司治理與誠信經營 ●報導內容之責任	動員月會	1 年 1 次	●集團年度內部公告 24 則 ●勞資會議年度召開 4 次 ●員工意見信箱隨時開放 ●跨部門溝通(主管會議)每月召開 2 次	● 2-1 永續營運管理 ● 3-2 永續媒體報導正直性 ● 4-1 人力資源與聘用情形 ● 4-2 教育訓練與人才培育 ● 5-2 優質產品與服務
		主管會議	每 2 週		
		勞資會議	每季		
		員工意見信箱及交流平台	不定期		
		內部公告	不定期		

利害關係人：媒體 / 評比機構

對鑫傳的意義	關注之重大主題	溝通管道	頻率	溝通成果	回應章節
媒體為集團對外傳播訊息之重要管道，故與媒體保持良好溝通有助於集團傳達訊息之效益	●人才吸引與留任 ●媒體報導正直性 ●人力資源發展 ●報導內容之責任 ●客戶關係管理	電話	不定期	●新聞官網每日發布網路新聞 ●與媒體進行活動合作，藉平台增加曝光 ●配合法說會提供新聞稿	● 2-1 永續營運管理 ● 3-1 永續報導內容之責任 ● 3-2 永續媒體報導正直性
		通訊軟體	不定期		
		E-MAIL	不定期		
		公開資訊觀測站	不定期		
		公司官網	不定期		
		新聞官網	每日		
		新聞稿	不定期		
		活動合作	不定期		

1-4-2 重大主題鑑別與排序

為全面掌握鑫傳集團營運對環境、社會及經濟可能產生的重大衝擊，本公司依循 GRI 準則、SASB 產業標準及 TCFD 框架，結合企業營運目標與產業特性，執行四階段重大性評估程序：

一、資訊蒐集

彙整國內外永續趨勢、產業法規要求及利害關係人關注事項，以 ESG 三大面向為基礎，初步識別出 15 項與本集團營運相關之永續議題。

二、風險議題鑑別

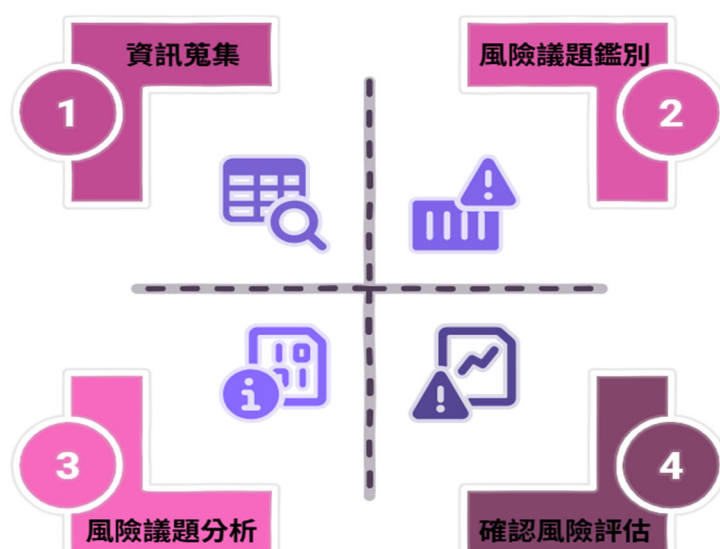
針對五大核心利害關係人（客戶、員工、政府機關、媒體／評比機構及股東／投資人）發放問卷，評估各項議題對經濟、環境及人權之實際與潛在衝擊，初步建構風險議題輪廓。

三、風險議題分析

透過問卷統計分析，交叉比對「利害關係人關注程度」與「議題對營運之衝擊影響程度」，依據重大性門檻鑑別出核心關鍵議題。

四、確認風險評估

經永續發展評估小組審議，正式確認 2025 年度 7 項重大主題，「媒體報導正直性」、「資訊安全／網路安全與系統可用性」、「公司治理與誠信經營」、「客戶關係管理」、「人才吸引與留任」、「人力資源發展」及「營運績效」，作為本報告揭露重點及永續管理優先策略方向。



2025 年 利害關係人類別
員工
客戶
政府機關
股東 / 投資人
媒體 / 評比機構

鑫傳重大主題鑑別分為內部問卷及外部問卷，並依議題負面及正面衝擊程度與發生的可能性進行評分，2025 年度內部問卷共收到 33 份有效回饋；外部問卷共收到 46 份有效回饋。根據問卷進行統計分析。本集團依永續發展推動小組及利害關係人意見，將 15 項 ESG 議題依環境面、社會面及經濟 / 治理面分類，且依永續發展評估小組、利害關係人意見設定顯著性門檻，繪製重大主題矩陣圖後得出鑫傳集團之 6 項重大主題，經永續發展評估小組討論後，考量「媒體報導正直性」議題對鑫傳集團之重要性，故決定自選為重大主題，故本年度鑫傳集團重大主題共 7 項，並於小組決議後向總經理報告，送主任委員(董事長)核准後送呈董事會。

註：顯著性門檻為各議題之負面衝擊或正面衝擊，其發生可能性與衝擊程度平均分數加總位於百分等級75以上者。

● 重大主題清單

針對關注議題進行分類，依環境面 (E)、社會面 (S)、治理面 (G) 三大面向進行初步整理，並分析問卷統計結果，從中辨別對公司經營具有高度影響且利害關係人高度關注的重大主題。2025 年度重大主題為：「人才吸引與留任」、「客戶關係管理」、「媒體報導正直性」、「人力資源發展」、「營運績效」、「資訊安全 / 網路安全與系統可用性」及「公司治理與誠信經營」。

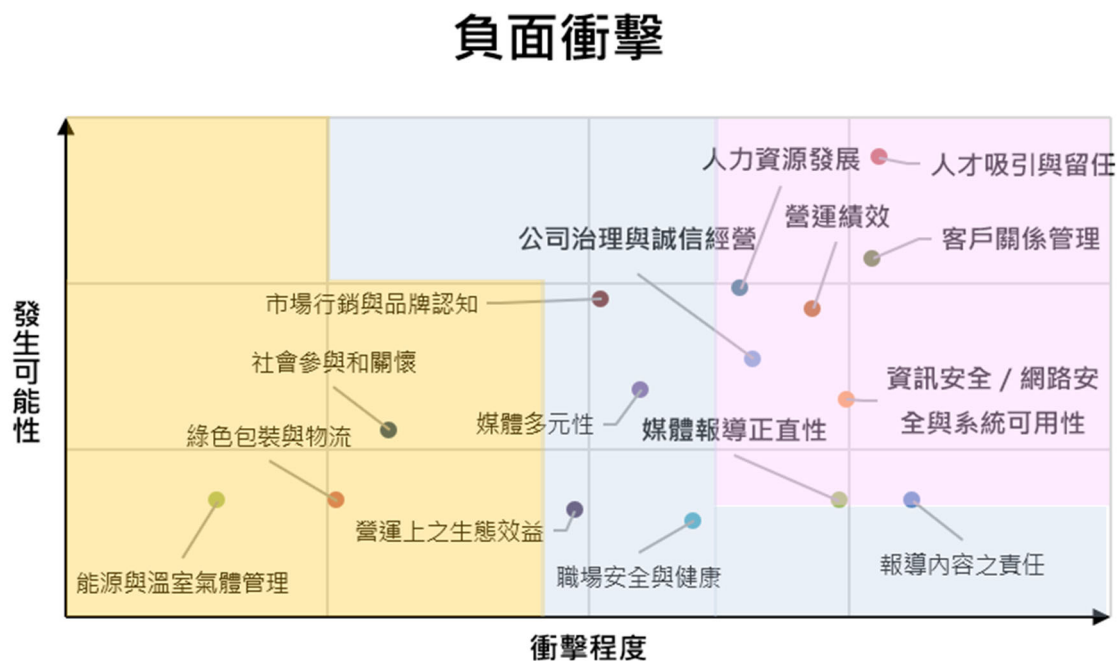
2024 年度重大主題	2025 年度重大主題	變動情形及原因
人才吸引與留任(S)	人才吸引與留任(S)	-
-	客戶關係管理(S)	新增，年度問卷分析結果。
媒體報導正直性(S)	媒體報導正直性 (S)	-
人力資源發展(S)	人力資源發展(S)	-
-	營運績效(G)	新增，年度問卷分析結果。
資訊安全 / 網路安全與系統可用性(G)	資訊安全 / 網路安全與系統可用性(G)	-
公司治理與誠信經營(G)	公司治理與誠信經營(G)	-

永續主題清單		負面衝擊	正面衝擊
環境面	營運上之生態效益	辦公及機房耗能造成資源浪費	優化設備效能提升資源利用率
	綠色包裝與物流	物流耗材造成廢棄物處理壓力	循環包材減少生態環境負擔
	能源與溫室氣體管理	營運排碳加劇全球氣候變遷	推動節能減碳轉型綠色企業

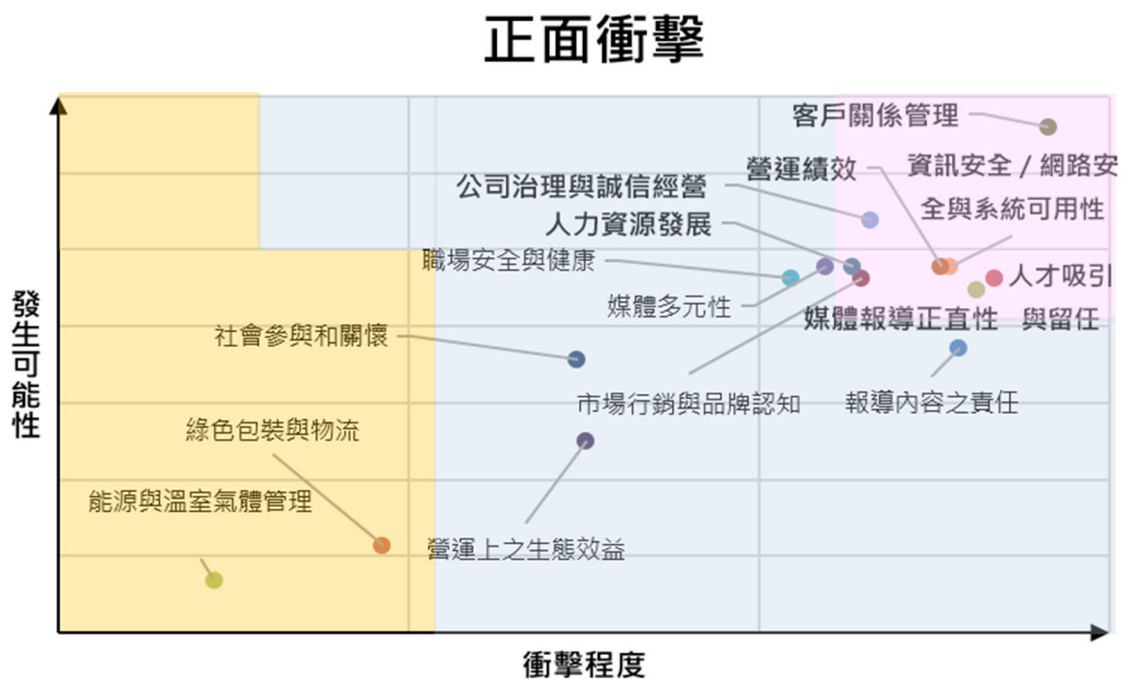
永續主題清單		負面衝擊	正面衝擊
社會面	報導內容之責任	違規內容誤導受眾影響身心	嚴謹分級落實媒體倫理責任
	人才吸引與留任	優秀人才流失削弱核心競爭力	優渥福祉打造幸福職場標竿
	媒體報導正直性	錯誤報導損害媒體公信力	傳遞真實資訊守護社會誠信
	媒體多元性	單一觀點導致弱勢族群被消音	呈現多元聲音促進文化平權
	職場安全與健康	工安事故損害員工生命安全	零災害環境保障同仁身心健康
	社會參與和關懷	忽略地方需求造成疏離與對立	資源投入創造社區共榮價值
	市場行銷與品牌認知	誇大不實引發消費爭議風險	誠信行銷形塑專業品牌形象
	客戶關係管理	服務疏失導致品牌信任崩解	優質服務建立長期品牌忠誠
	人力資源發展	技能斷層阻礙組織數位轉型	專業培訓驅動員工職涯成長
治理面	資訊安全 / 網路安全與系統可用性	個資外洩重創客戶權益與信任	嚴密防禦保障數據隱私安全
	營運績效	經營不善影響股東與經濟穩定	獲利成長帶動價值鏈共榮
	公司治理與誠信經營	違法收賄導致企業經營瓦解	透明治理建構長期投資價值

● 重大主題矩陣圖：

重大主題-負面衝擊 矩陣圖



重大主題-正面衝擊 矩陣圖



● 重大主題管理方針

重大主題：人才吸引與留任(S)

對應聯合國 SDGs：

05 性別平權

08 體面工作與經濟成長

16 和平、正義與健全的司法

5 性別平等



8 體面工作與經濟成長



16 和平、正義與健全的司法



影響之 利害關係人	客戶、員工
產業鏈衝擊 面向及類型	本集團： ★實際負面衝擊→人才外流造成的人力斷層，影響公司正常運作。 ☆潛在正面衝擊→穩定集團內部人員異動，有助於增加人力資本與公司競爭力。 下游： ★實際負面衝擊→服務品質或產製節目減少，導致客戶數量下降或不信任。 ☆潛在正面衝擊→培育的優秀同仁具備媒體素養與資安意識時同時關懷社會議題。
推動政策與 管理方針	1、人才招募：透過求職平台、社群媒體、善用多元徵才管道，並鼓勵離職員工回任，持續優化管理制度，以具體行動及創新招募方法，培育人才提升國際化的軟硬實力。各單位依據編制人數即時補充所需人力，透過主管面談初步了解相關學經歷，層層遴選出優秀適任之人才，也更可利用內部人員轉調，適時補足集團所亟需之人力，並間接透過職務轉換多方學習，讓同仁得以在合適的職位有所發揮。 2、人才留任：全體在職同仁經由一年兩次的績效評核結果，除任職未滿 3 個月的同仁外，其餘員工均依規定辦理，檢討前後半年該員工作執行成效，作為日後職級晉升、薪資調整、獎金發放及員工發展、訓練需求等作業依據，並探討未來工作任務方向。獎

重大主題：人才吸引與留任(S)	
	勵措施訂有 BSC 平衡計分卡獎金辦法，鼓勵員工實現的年度目標和 KPI，以及根據公司章程規定提撥盈餘之 1%~5%作為員工酬勞，更於每月薪資內提撥固定金額至信託基金購買公司股票，公司提撥同等金額予以鼓勵，提升員工對集團的歸屬感，也基於市場薪資水準及公司營運狀況，不定期進行薪酬調整，以順應趨勢維持薪酬水平和競爭力。
2025 年達成狀況	1、每年重新規劃人員編制，接受考核之男女性員工比例均為 100%。 2、同工同酬制度，相同職位、職等之男女員工其基本薪資比例均為 1：1。 3、2025 年度每月離職率皆低於 15%；關鍵人才留任率高於 70%；女性主管比例高於 15%。
行動回應章節	4-2 教育訓練與人才培育

註：本表所述「實際」衝擊，表示於報導年度(2025年度)已實際發生之衝擊，「潛在」衝擊為報導年度未發生，惟可能發生之衝擊。

重大主題：客戶關係管理(S)	
對應聯合國 SDGs： 08 體面工作與經濟成長 12 負責任消費與生產 17 夥伴關係以達永續發展	
  	
影響之利害關係人	股東 / 投資人、客戶、員工
產業鏈衝擊面向及類型	本集團： ★實際負面衝擊→隨著業務延伸至零售與電商，需處理包含廣告主/頻道閱聽眾及終端消費者等多元訴求，若發生服務流程疏失或產品瑕疵，將直接導致客戶滿意度下降，亦

重大主題：客戶關係管理(S)

會造成組織內部行政流程的負擔。

☆潛在負面衝擊→數位轉型過程中可能面臨的品牌信任危機隨著開創新興社群渠道，資訊傳遞極為迅速，如因產品/行銷內容誤導、廣告資訊錯誤，可能引發大規模的公關危機與法律訴訟，進而影響投資人信心。

★實際正面衝擊→透過制度化的管理，已取得顯著的營運優勢，於 2025 年度達成零重大爭議，除效提升服務品質，透過媒體公信力與美雅等國際品牌的結合，建立起「誠信經營」的標籤，這不僅直接轉化為穩定的廣告營收與購物回購率，也讓員工在服務過程中擁有明確的行為準則，降低了跨部門溝通的隱形成本。

☆潛在正面衝擊→切入寵物經濟 (Jolly Pet) 並整合電商平台，能建立更強大的客戶忠誠度與數據價值，透過精準行銷與多元服務，有望從單純服務提供者轉化為客戶生活中的永續夥伴，這種深層的情感連結將大幅降低新客獲取成本，並在未來創造跨產業的綜效，使鑫傳在媒體與零售競爭中脫穎而出。

下游：

★實際負面衝擊→消費者與客戶面臨的負面衝擊在於權益受損，在媒體端如報導內容偏頗或資訊查證不實，會直接誤導閱聽眾的判斷；在零售與電商端，消費者若收到瑕疵產品或遭遇退換貨流程不順，會造成時間與金錢的損失。對於廣告主而言，若播映出現異常或錯誤，將直接損害其行銷

重大主題：客戶關係管理(S)

	效益，甚至引發商務合約爭議。 ☆潛在負面衝擊→對於閱聽眾而言，媒體報導長期過度偏重特定利益或缺乏多元性，可能在無形中喪失獲取客觀資訊的權利，導致社會資訊偏見的加劇。 ★實際正面衝擊→對閱聽眾而言堅持「報導內容之責任」與「媒體報導正直性」，使其能獲得經嚴謹查證、具公信力的資訊，免於受誤導。消費者在參與電商購物或購物服務時，亦可透過不同管道獲取產品資訊。 ☆潛在正面衝擊→未來福祉在於更便利、更健康的永續生活圈，消費者能更簡易地接觸到環保與關懷類的優質產品與資訊，提升生活品質。透過本集團跨平台的數位創新，能以更低成本獲取多元化、具在地特色的內容服務。
推動政策與管理方針	1、誠信溝通：建立多層編審與內容查核機制，確保產品及資訊之真實性與完整性，避免誇大或誤導情形發生，並提供閱聽眾可信賴的資訊。 2、隱私保護：嚴格遵守個資法與客戶保密義務，建置資料分級與資安防護體系，保護客戶資料。 3、內容品質與責任管理：透過品質檢驗/編審制度運作，定期檢視內容品質及相關申訴案件，2025 年度未發生重大違反內容規範之缺失，顯示內容品質控管機制有一定效益。建立製作及播出品質標準，以數據化指標管理成效並持續優化。 4、客戶溝通與申訴機制：持續維運多元申訴與回饋管道，確保訴求獲得即時回饋與改善。2025 年度客訴案件均依內部流程完成處理，未發生重大爭議或未妥善回應之情形。

重大主題：客戶關係管理(S)	
2025 年 達成狀況	1、內容查核與編審：2025 年度未發生任何因產品及節目/廣告不實或產品資訊錯誤受主管機關裁罰之情事，達成零違規目標。 2、觀眾回饋與申訴處理：建置多元溝通管道，客戶訴求回覆率 100%；購物事業客戶訴求 24 小時內回覆。 3、數位平台經營：粉絲頁及官網數據定期檢視頻率、並開發多元平台。
行動回應章節	5-1 客戶關係管理

註：本表所述「實際」衝擊，表示於報導年度(2025年度)已實際發生之衝擊，「潛在」衝擊為報導年度未發生，惟可能發生之衝擊。

重大主題：媒體報導正直性(S、G)	
對應聯合國 SDGs： 12 永續的消費與生產模式 16 和平、正義與健全的司法	
 	
影響之利害關係人	股東 / 投資人、政府機關、員工、媒體 / 評比機構
產業鏈衝擊 面向及類型	本集團： ★實際負面衝擊→本年度無此重大主題實際負面衝擊影響。 ☆潛在負面衝擊→若報導被認為缺乏正直性，可能導致受眾流失和廣告收入下降，並損害集團名譽。 ★實際正面衝擊→平衡報導、不偏頗的報導內容，同仁遵守道德良心規範，可有助提升投資人意願，增進新聞的可信度，塑立集團正向風氣。 ☆潛在正面衝擊→正直的報導提高集團聲譽，增強品牌信任度和忠誠度。 下游： ★實際負面衝擊→本年度無此重大主題實際負面衝擊影響。

重大主題：媒體報導正直性(S、G)	
	☆潛在負面衝擊→報導缺乏正直性可能導致合作伙伴質疑媒體的可靠性，影響合作關係。 ★實際正面衝擊→與在地鄉親溝通良好，傳遞在地聲音，讓中南部民代或鄉親，有第一手訊息或活動，都希望透過鑫傳進行報導。 ☆潛在正面衝擊→客戶和合作伙伴對公司報導的信任度增加，促進長期合作。 社區、社會： ★實際負面衝擊→本年度無此重大主題實際負面衝擊影響。 ☆潛在負面衝擊→若媒體報導被認為不正直，可能引發公眾不滿，造成社會不安。 ★實際正面衝擊→新聞節目內容保持中立態度，除善盡媒體責任，同時無違法報導事宜。 ☆潛在正面衝擊→正直的媒體報導有助於促進社會透明度和公正性，建立正確與公平的媒體新秩序。
推動政策與管理方針	積極培訓同仁，加強媒體從業人員的職業道德和技能。
2025 年達成狀況	1、教育訓練：2025 年進行傳播道德及傳播倫理相關教育訓練 7 項。 2、客觀報導：2025 年度無發生因不中立或偏離事實之情事或投訴。 3、加強內部控制和自律機制：確實執行，本年度無相關事項之缺失。
行動回應章節	3-2 永續媒體報導正直性

註：本表所述「實際」衝擊，表示於報導年度(2025年度)已實際發生之衝擊，「潛在」衝擊為報導年度未發生，惟可能發生之衝擊。

重大主題：人力資源發展(S)	
對應聯合國 SDGs： 04 優質教育 05 性別平等 08 體面工作與經濟成長	
4 優質教育  5 性別平等  8 體面工作與經濟成長 	
影響之 利害關係人	客戶、員工
產業鏈衝擊 面向及類型	本集團： ★實際負面衝擊→資深同仁離職或退休時，若缺乏知識傳承與職務代理制度，將導致核心業務流程斷層，造成營運中斷的風險。 ☆潛在負面衝擊→若人才培訓無法跟上數位轉型速度，可能因技能過時而產生職涯焦慮，導致人才流失率上升，若忽視關鍵技術職能的深度培育，將難以維持市場競爭力。 ★實際正面衝擊→有效的發展機制降低作業錯誤率，更強化了內部治理的穩定度，讓行政與業務流程能更高效地對接。 ☆潛在正面衝擊→藉內部輪調機會使員工能適得其所，並在跨部門協作中激發創新思維，能因應組織變動時的人力調度需求，更有助於培育具備宏觀視野的管理人才。 下游： ★實際負面衝擊→近年普遍面臨徵才不易，致整體產業鏈的服務效能受限，產生營運上的連鎖負面反應，增加溝通協調與重置成本。 ☆潛在負面衝擊→人力不足可能導致服務品質不穩定、無法及時處理業務/客訴，亦可能損害在消費者心/客戶目中的品牌信譽。 ★實際正面衝擊→積極推動地方人才聘用，為在地社區創造了具備專業發展空間的職缺，間接提

重大主題：人力資源發展(S)	
	升了區域性服務業的品質水準，達成企業與社區的雙贏。 ☆潛在正面衝擊→培育的優秀同仁具備深厚的專業樹樣，將帶動產出高品質的服務體驗及節目內容。正向循環能提升整體產業競爭力，讓消費者能在安全無虞的環境下，享受具備文化深度與技術創新的服務。
推動政策與管理方針	1、人才培訓：包括職業技能培訓、專業知識學習、管理技能培養、領導力發展、團隊合作能力提升等多個方面。集團會根據員工的實際情況和職業發展需求，制定相應的培訓計畫和發展方案，為其提供適當的培訓和發展機會，幫助員工適應新的工作環境和職務要求。(如：各單位法令規定課程、數位性別暴力及兒少保護、消防安全訓練、個資等) 2、採取措施：分析員工的潛在發展方向，找到合適職位發揮所屬角色並實踐自我價值。搭配績效考核和職涯發展管理。適當優化獎勵及福利政策、專業證照獎勵及補助。擴充內部人才庫，尋找核心人才，為未來發展奠定穩固基礎。
2025 年達成狀況	1、新進教育訓練之員工參與率趨近 100%；每位在職員工皆接受每季超過 2 小時之教育訓練課程。 2、2025 年專業證照回訓人數達標。 3、透過定期的主管面談和反饋，向員工提供具體的工作建議和指導，協助解決工作中遇到的問題，並提供個人職業發展建議。(如：試用期滿電訪關懷、離職電聯詢問等)
行動回應章節	4-2 教育訓練與人才培育

註：本表所述「實際」衝擊，表示於報導年度(2025年度)已實際發生之衝擊，「潛在」衝擊為報導年度未發生，惟可能發生之衝擊。

重大主題：營運績效(G)	
對應聯合國 SDGs： 08 體面工作與經濟成長 12 負責任消費與生產 17 夥伴關係以達永續發展	
8 體面工作與經濟成長  12 永續的消費與生產模式  17 促進目標實現之全球夥伴關係 	
影響之利害關係人	股東 / 投資人、客戶、員工
產業鏈衝擊面向及類型	本集團： ☆潛在負面衝擊→能源成本與物價成本上漲造成營運績效無法達預期。 ★實際正面衝擊→能源成本與物價成本上漲，公司將配合集團能源管理進行能源減碳，以降低能源成本上漲之壓力，並尋求多元化供應商與來源，減少國際局勢所產生之漲價風險，節省包材與運輸成本。 ☆潛在正面衝擊→公司精進於數位化平台經營，製作更具效益之新聞節目、廣告及商品銷售，有利於營運更具績效。
推動政策與管理方針	持續檢討並強化各通路營運發展，以提升營業績效。
2025 年達成狀況	2025 年合併營業收入 763,531 仟元，較 2024 年合併營業收入 640,350 仟元，成長 19.24%。2025 年合併稅前淨利 93,469 仟元，較 2024 年合併稅前淨利 142,125 仟元，減少 34.23%。
行動回應章節	2-1 永續營運管理 2-2 營運績效

註：本表所述「實際」衝擊，表示於報導年度(2025年度)已實際發生之衝擊，「潛在」衝擊為報導年度未發生，惟可能發生之衝擊。

重大主題：資訊安全 / 網路安全與系統可用性(G)	
對應聯合國 SDGs： 09 產業、創新及基礎建設 10 減少國內及國家間不平等 16 和平、正義及健全的司法	
	  
影響之利害關係人	股東 / 投資人、客戶、員工
產業鏈衝擊面向及類型	本集團： ★實際負面衝擊→本年度無此重大主題實際負面衝擊影響。 ☆潛在負面衝擊→資訊安全事件可能導致個資或數據洩露、服務中斷和財務損失，損害聲譽。 ★實際正面衝擊→鑫傳公司含子公司(鑫祺、鑫隆)取得年度 BS10012 國際認證，有助於從法律面、管理面與流程面對於個人資訊的管理。 ☆潛在正面衝擊→強大資訊安全措施能保護公司機密資料，提升系統穩定性和運營效率。 下游： ★實際負面衝擊→本年度無此重大主題實際負面衝擊影響。 ☆潛在負面衝擊→安全漏洞可能影響客戶的數據安全，導致法律風險和商業損失。 ★實際正面衝擊→導入 ISO27001 國際標準，以確保資訊系統、設備、網路及資料之安全。 ☆潛在正面衝擊→可靠的資訊安全措施增強客戶信任，促進業務穩定運營，提升集團正面形象。
推動政策與管理方針	1、舉辦員工法規、資安教育訓練、社交攻擊防禦實務。 2、辦理個資災害演練、資安災害演練。 3、導入資訊安全管理制度及訂立資訊安全政策，作為資訊安全管理依據，確保符合法規及主管機關要求。
2025 年達成狀況	1、因應 ISO27001 程序書之規定每台電腦續進行 USB 及相關權限進行管控，以降低資安風險。2025 年度除電腦全數皆安裝完畢亦持續監控中。

重大主題：資訊安全 / 網路安全與系統可用性(G)	
	2、與雲林科技大學簽訂資訊安全健檢合約，並於 2025 年 8 月完成社交工程演練、弱點掃描、滲透測試，；導入 WAF 網頁式防火牆加強公司網站安全性。 3、每位員工皆參與於 2025 年 5 月 26 日舉辦之個資認知宣導課程。
行動回應章節	5-3 資訊安全與網路安全

註：本表所述「實際」衝擊，表示於報導年度(2025年度)已實際發生之衝擊，「潛在」衝擊為報導年度未發生，惟可能發生之衝擊。

重大主題：公司治理與誠信經營(G)	
對應聯合國 SDGs： 05 性別平等 16 和平、正義與健全的司法 17 促進目標實現之全球夥伴關係	
  	
影響之利害關係人	股東 / 投資人、客戶、 政府機關、員工、媒體 / 評比機構
產業鏈衝擊 面向及類型	本集團： ★實際負面衝擊→本年度無此重大主題實際負面衝擊影響。 ☆潛在負面衝擊→治理不善或缺乏誠信可能導致法律風險、財務損失和聲譽受損，減低投資人意願。 ★實際正面衝擊→持續穩定成長，使股東和員工獲利。 ☆潛在正面衝擊→良好的公司治理和誠信經營增強公司透明度和合規性，提升投資者信心。 下游： ★實際負面衝擊→本年度無此重大主題實際負面衝擊影響。 ☆潛在負面衝擊→治理不善可能影響業務合作，導致合作伙伴失去信心並流失。 ★實際正面衝擊→以誠信經營為首，加強與廠商及客戶連結，促使與雙贏局面。

重大主題：公司治理與誠信經營(G)	
	☆潛在正面衝擊→誠信經營促進公平交易，增強合作伙伴的信任和忠誠度。 社區、社會： ★實際負面衝擊→本年度無此重大主題實際負面衝擊影響。 ☆潛在負面衝擊→缺乏誠信的經營行為可能引發社會信任危機，進而影響社區及社會和諧。 ★實際正面衝擊→實踐在地媒體、在地服務理念。如同恆星守護家鄉，使臺灣這塊土地更美好。 ☆潛在正面衝擊→良好的公司治理和誠信經營有助於樹立企業社會責任典範，促進社會公正。
推動政策與管理方針	1、建立各項公司治理、誠信道德相關守則並依其遵循。 2、定期向全體同仁宣導誠信經營守則，使其瞭解規範，並簽訂「誠信經營聲明書」。 3、制定績效考核與人事獎懲制度，並與員工簽訂「誠信經營聲明書」。 4、與供應商簽定「供應商企業社會責任聲明書」。 5、每年度寄發道德誠信函，通知供應商、客戶可利用之檢舉管道，並於官網設置檢舉電話及信箱。
2025 年達成狀況	1、2025 年公司治理評鑑成績第三級距。 2、2025 年舉辦 2 次董事進修課程。 3、高階主管之聘任 100%由董事會決議。 4、董事會成員出席率達 93%。 5、遵循誠信經營政策，聲明書簽署率達 100%。 6、2025 年舉辦誠信經營宣導 100%參與。 7、2025 年度違反誠信經營之事件為 0。
行動回應章節	2-1 永續營運管理 2-2 營運績效

註1：本表所述「實際」衝擊，表示於報導年度(2025年度)已實際發生之衝擊，「潛在」衝擊為報導年度未發生，惟可能發生之衝擊。



2 穩健誠信治理

2-1 永續營運管理

2-2 營運績效

2-3 氣候變遷風險管理

2-4 永續供應鏈



2-1 永續營運管理

重大主題：公司治理與誠信經營

●政策與承諾

- i. 有效建立公司治理架構及公司治理文化，以保障股東權益及強化董事會職能並提升資訊透明度。
- ii. 董事具備執行職務所需之知識、技能及素養，秉持高度自律精神，依法令、公司章程或股東會決議行使職權。
- iii. 及時允當揭露營運活動及經營績效相關之財務及 ESG 資訊。
- iv. 訂定誠信經營相關章則，建立良好商業運作及企業誠信文化，並要求公司董監事、經理人及員工瞭解本集團之誠信與道德價值，並切實遵循，以健全經營、落實公司治理。
- v. 董事與經理人，簽署「誠信經營聲明書」，聲明確實遵守「上市上櫃公司誠信經營守則」承諾於就任期間，未有不誠信之行為。

評估機制	未來 1 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標
公司治理評鑑結果	公司治理評鑑成績第二級距(21%~35%)	公司治理評鑑成績第二級距(6%~20%)	公司治理評鑑成績第一級距(前5%)
舉辦董事進修課程頻率	每年至少舉辦一次董事進修課程	每年至少舉辦兩次董事進修課程	每年至少舉辦三次董事進修課程
高階主管之選任經董事會決議率	高階主管之聘任由董事會決議	高階主管之聘任100%由董事會決議	高階主管之聘任100%由董事會決議
董事會出席率	董事會成員出席率達 94%	董事會成員出席率達 96%	董事會成員出席率達 100%
董事、高階管理階層遵循誠信經營政策之	董事及高階管理階層遵循誠信經營政策之聲明	董事及高階管理階層遵循誠信經營政策之聲明	完成建置董事及高階管理階層誠信風險評估機

評估機制	未來 1 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標
「誠信經營聲明書」、員工行為準則簽署	書、每位在職員工行為準則之簽署率皆	書、員工行為準則之簽署率皆達 100%	制，並每一年進行一次誠信風險評估作業
誠信經營宣導或教育訓練	每年辦理誠信經營宣導並使員工共同參與	每半年舉辦一次誠信經營教育訓練	持續舉辦誠信經營教育訓練，每半年至少舉辦一次並測驗
違反誠信經營之事件數	無任何違反誠信經營之事件數	違反誠信經營之事件數 0 件	違反誠信經營之事件數 0 件，維持良好信用

●主責單位

- i. 董事會
- ii. 總經理室
- iii. 法務
- iv. 財務部
- v. 人力資源部
- vi. 公司治理主管
- vii. 稽核室

●特定行動

- i. 為有效且具體提升公司治理、監督管理階層，邀請董事會成員參與公司內部重大經營決策或營運策略相關會議。
- ii. 規劃公司治理人員專業訓練，持續關注公司治理趨勢及最新法規。
- iii. 依全球永續性報告作業準則(GRI Standards)及永續會計準則(SASB)編製永續報告書並取得第三方確信或保證，提升 ESG 資訊揭露之品質。

- iv. 訂定誠信經營政策，並定期公告於公司官網及內部員工信箱。
- v. 定期舉辦誠信經營相關教育訓練與宣導。

●負面衝擊預防措施或補救程序

i. 事件預防：

- (1)制定完善治理政策：制定並定期審查公司治理政策，確保其符合最新法規和最佳實踐。
- (2)董事會培訓：定期為董事提供培訓，增強其履行職責的能力。
- (3)誠信培訓與行為準則簽署：定期對全體員工及董事宣導誠信經營，並要求所有董事、同仁簽署聲明書。
- (4)內稽制度及資訊透明化：建立並完善內部稽核機制，及時發現和糾正不誠信行為，並實施透明化的資訊披露機制。

ii. 補救程序：

- (1)立即停止不誠信行為：若發現任何不誠信行為，立即採取措施停止相關行為，並通知相關監管機構。
- (2)內部通報與教育：將違規事件的處理過程和結果通報給全體員工，以提高誠信意識。
- (3)完善制度：根據事件的經驗教訓，修訂和完善公司的治理和誠信經營政策，防止類似事件再次發生。
- (4)外部溝通：對於嚴重的違規事件，向股東和利益相關者公開道歉並說明補救措施，恢復公司聲譽。

●2025 年度執行成效

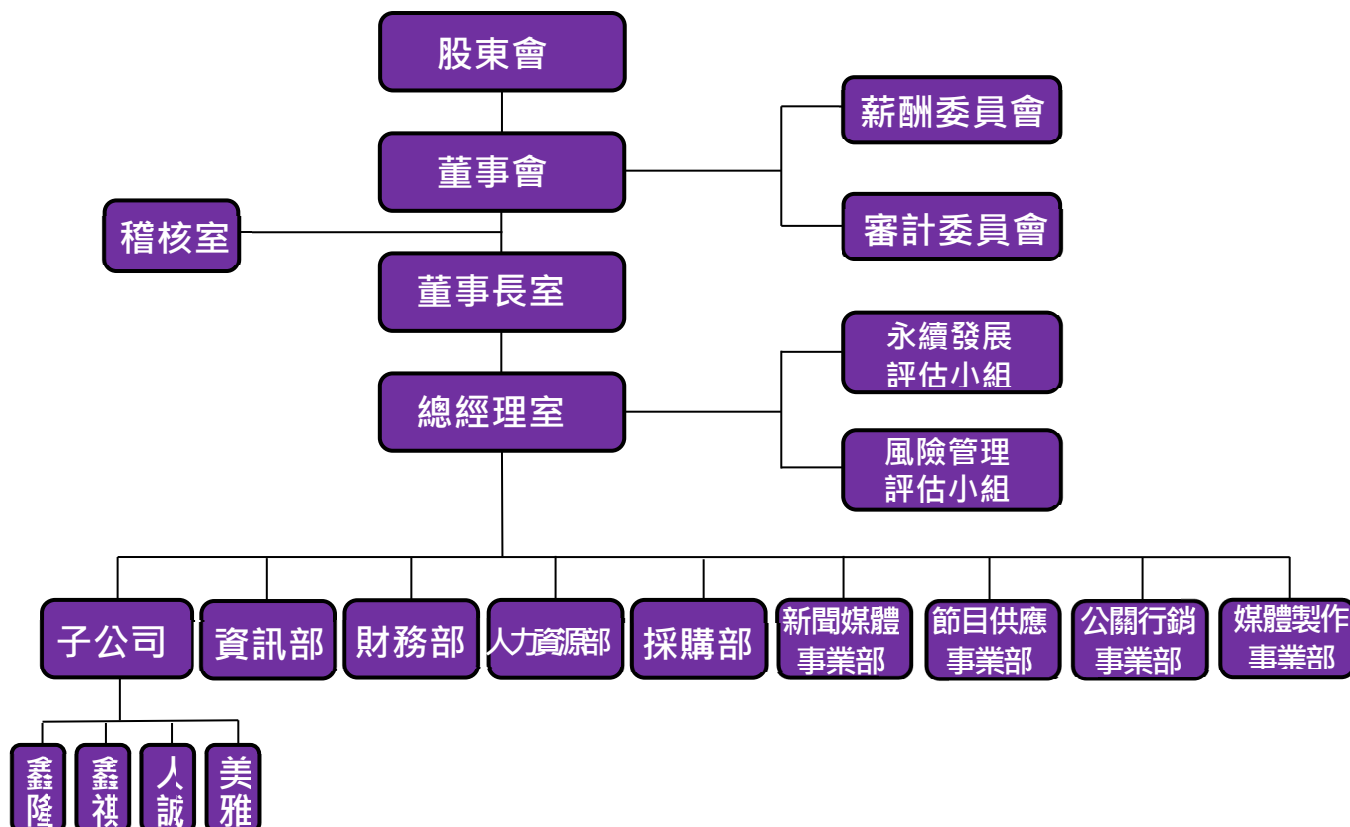
2025 年度目標	達成情形
公司治理評鑑成績第三級距(21%~35%)	2025 年公司治理評鑑成績第三級距(21%~35%)，最終評鑑分數 77.37
董事進修課程	2025 年舉辦二次董事進修課程

2025 年度目標	達成情形
高階主管之聘任 由董事會決議	高階主管之聘任 100%由董事會決議
董事會成員出席率	2025 年董事會成員出席率達 93%
董事及高階管理階層遵循 誠信經營政策之聲明書、 員工行為準則之簽署率	董事及高階管理階層遵循誠信經營政策之 聲明書、員工行為準則之簽署率皆達 100%
舉辦誠信經營宣導或 教育訓練	2025 年舉辦誠信經營宣導 100%參與
違反誠信經營之事件	2025 年度違反誠信經營之事件為 0

2-1-1 公司治理

股東會為集團最高權力機關，依法選任董事並組成董事會作為最高治理單位。另設立稽核室直接隸屬董事會，以維持其獨立性。

鑫傳公司治理組織架構：



●董事會專業性及獨立性

董事會為最高治理單位，共有董事 9 席(含獨立董事 3 席，男性董事 5 席、女性董事 4 席，任期均為 3 年。集團董事會主席為董事長，集團最高主管為總經理。董事會具備商務、財務、會計或公司業務所須之管理專長，以落實董事會結構多元化之方針，不限性別、年齡、國籍、文化等，提名與遴選考量利害關係人之觀點、多元性、獨立性等相關之能力，並朝性別平衡規劃董事會席次。2025 年董事會實際出席率 92.6%。

落實董事會成員多元化核心能力：

多元化 核心 董事 姓名	性別	基本組成			產業經驗						專業能力		
		年齡			休閒 娛樂 經營	商務 與 科技	投資 與 併購	傳媒 經驗	營運 管理	電子商務/ 行銷管理	會計	財務/ 資訊	風險 管理
		30 歲 以下	31 至 50 歲	51 歲 以上									
廖紫岑	女			○	○	○	○	○	○	○		○	○
廖學邦	男		○		○	○	○						
林美琪	女			○	○	○	○	○	○	○			○
林亞璇	女		○			○	○	○	○	○		○	○
王明正	男			○	○	○	○	○	○	○			○
北港投資 (股)公司	女			○	○	○	○						
蔡榮騰	男			○		○			○				○
徐俊明	男			○			○				○	○	○
胡湘麒	男			○		○	○	○	○	○	○	○	○

董事會成員學經歷、兼任職務等其餘詳細資訊，請參閱官網與年報第貳章節公司治理報告。



●董事會運作

本集團 2025 年度共召開 6 次董事會，各董事出席情形請參閱本集團官網及年報第貳章節公司治理報告。本集團於歷次董事會會前均會與主席溝通符合重大事件(註)之議案，並由主席於董事會中提出討論，於決議通過後發布重大訊息。

2025 年度本公司董事會共有 37 次重大事件之議案，主要為每年應公告之例行性議案。

註：參酌財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心對有價證券上櫃公司重大訊息之查證暨公開處理程序第四條規定，所謂重大事件，應係指符合該條第一項各款重大訊息之情事而言，方符重大性之標準。

董事會開會出席情形：

職稱	姓名	出席次數	委託出席次數	出席率
董事長	台灣數位光訊科技(股)公司 法人代表：廖紫岑	6	1	83%
董事	台灣數位光訊科技(股)公司 法人代表：廖學邦	6	0	100%
董事	台灣數位光訊科技(股)公司 法人代表：林美琪	4	2	67%
董事	台灣數位光訊科技(股)公司 法人代表：林亞璇	6	0	100%

職稱	姓名	出席次數	委託出席次數	出席率
董事	傳晟投資(股)公司 法人代表：王明正	6	0	100%
董事	北港投資(股)公司	6	0	100%
獨立董事	徐俊明	6	0	100%
獨立董事	蔡榮騰	5	1	83%
獨立董事	胡湘麒	6	0	100%

●功能性委員會運作

為有效發揮董事會職能，本公司董事會下依職權及功能分設「審計委員會」、「薪酬委員會」。

委員會名稱	組成與主要職權	2025 年運作情形
薪資報酬委員會	● 由 3 位獨立董事所組成，現任委員（第二屆） ● 主要職權及監督事項：訂定並定期檢討董事及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構	● 共召開 3 次會議 ● 成員出席率 100%
審計委員會	● 由全體獨立董事組成現任委員（第二屆），每季至少召開會議乙次 ● 主要職權及監督事項：集團各公司財務報表之允當表達、簽證會計師之選（解）任及獨立性與績效、公司內部控制之有效實施、公司遵循相關法令及規則、公司存在或潛在風險之管控	● 共召開 6 次會議 ● 成員出席率 94.4%

註：本集團薪酬政策尚未與集團的經濟、環境和人群衝擊的目標和績效連結，未來將視法規要求規劃。

●董事會薪酬

董事及高階經理人績效評估與薪資報酬之制度、標準等相關政策，均由薪資報酬委員會定期評估檢討，並經董事會通過。目前本集團未委任薪酬顧問參與薪酬的制定，未來將視法規要求規劃。

董事之報酬依公司章程第 18 條規定，授權董事會依其對於集團營運之參與程度、集團目標與任務之掌握、內部關係經營與溝通、董事之專業及持續進修，並參酌同業水準議定之。其中獨立董事除每月定額薪資外，亦支領業務執行費及董事會出席費，而一般董事則不支領薪資，僅支領業務執行費及出席董事會之出席費。

高階經理人薪酬參照內部「薪資管理辦法」及「員工考績評核辦法」，每月配發固定薪資，並就考績評核結果及公司年度經營與損益狀況決定員工酬勞及年終獎金之分派（變動薪酬）。除上述之外，集團董事並無其他退休福利制度、離職金及索回機制。

有關支付予董事及高階經理人之酬金、酬金級距及文字說明請詳見年報。

●董事會績效評估

為建立更透明的績效目標以強化董事會之運作效率，我們依循內部訂定之《董事會績效評估辦法》對整體董事會、個別董事成員及功能性委員會進行評估，每年執行內部自評一次，方式包括董事會內部自評、董事成員自評等，辦法細節詳見官網。

目前鑫傳集團尚未將董事會績效連結 ESG 指標，此部分將依內部作業持續評估及討論。本集團已建立董事會績效評估制度，每年執行一次董事會內部自評及董事成員考核自評，評估結果於提報董事會後，並揭露於本集團年報與網站。



●董事獨立性與利益衝突管理情形

藉由內部規章「董事會議事規則」及「公司治理實務守則」，明確訂定「獨立董事如有反對或保留意見，應於董事會議事錄載明」，確保獨立董事得善盡職責，有效增益董事會運作及公司經營績效。我們目前有 3 位獨立董事，獨立董事佔比 33.3%，6 席非獨立董事佔比 66.7%。另依「公司治理實務守則」規定，本集團之董事應秉持高度之自律，對董事會所列議案，與其自身或其代表之法人有利害關係者，應於當次董事會說明其利害關係之重要內容，如有害於公司利益之虞時，不加入討論及表決，且討論及表決時予以迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。而目前董事長與總經理分屬不同人，獨立董事的監督功能，提升了公司治理的強度，讓獨立董事本身的職能亦能有效的發揮。

●董事進修

集團每年定期安排專業講師到公司授課，鼓勵並支援董事進修，以持續充實新知，2025 年度全體總進修時數達 61 小時(如下表)，並委請財團法人中華民國證券暨期貨市場發展基金會舉辦之課程為「資訊公開與防範內線交易」及「公司治理與證券法規」。

董事姓名	課程名稱	進修時數	進修時數
廖紫岑	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
	看懂財報，決策有力：董事的財務視野透明化	3	
王明正	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
	看懂財報，決策有力：董事的財務視野透明化	3	
林亞璇	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
	看懂財報，決策有力：董事的財務視野透明化	3	
林美琪	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
	看懂財報，決策有力：董事的財務視野透明化	3	

董事姓名	課程名稱	進修 時數	進修 時數
廖學邦	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
	看懂財報，決策有力：董事的財務視野透明化	3	
程春萍	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
	看懂財報，決策有力：董事的財務視野透明化	3	
蔡榮騰	董監事會運作實務與公司治理研習班-防制洗錢暨公平待客原則、永續發展與資安	7	7
徐俊明	營業秘密與內線交易預防(含性平)	3	6
	看懂財報，決策有力：董事的財務視野透明化	3	
胡湘麒	2025 國泰永續金融暨氣候變遷高峰論壇	6	12
	職場侵害 OUT・DEI 職場 IN-法說、學說、務實說之「職場不法侵害(性騷擾+職場霸凌)」之案例解析 與預防舉措	3	
	看懂財報，決策有力：董事的財務視野透明化	3	

●內部稽核與內部控制

本集團以及子公司之內部控制制度，每年至少辦理內控自行評估一次，經董事會核准出具「內部控制制度聲明書」，刊登於集團年報及公開說明書。鑫傳的內部稽核與內控制度由直屬於董事會的稽核室負責，稽核主管除定期向審計委員會報告稽核業務外，並列席董事會報告。稽核工作在於協助董事會及經理人檢查、覆核內控制度之缺失，及衡量營運之效果與效率，並適時提供改善建議，以確保內控制度有效實施。

2025 年起上市櫃公司應依規定建置「永續資訊之管理」的內部控制制度並納入稽核計畫，2024 年底董事會已通過「永續資訊管理辦法」及稽核計畫，並於 2025 年依稽核計畫進行查核，以進一步強化揭

露流程與稽核監督效能。



本公司 2025 年提出 61 篇稽核報告，均已就查核結果與受查單位充分溝通，對於查核所見之缺失或異常事項，已據實揭露於稽核報告，並通知各受查單位，依稽核建議執行改善措施，且作成追蹤報告，追蹤改善進度，直至改善為止。稽核報告及追蹤報告呈核後，於次月底前交付各獨立董事查閱，定期呈報審計委員會及董事會。

2-1-2 法規遵循與誠信經營

● 法規遵循

本集團經營內容包括新聞報導、節目製作以及電商購物等，與法令之遵循密不可分，而本集團亦為上櫃公司，自當遵循證券相關法令，並且與主管機關密切交流，如有法令更新或主管機關來函，亦會及時通知各相關部門、經營管理層以及董事會。本集團於經營業務時，如於業務上對法規範有疑慮，將進行自我審核並修正，以期符合規定；若主管機

關來函要求本集團改善制度或遵循法令，本集團亦積極配合。

2025 年度本集團無重大有關經濟、環境、社會面重大違規事件(註)，詳細情形如下表，請參閱以下表格：

常見態樣	所涉條文	違規情形
節目與廣告未明顯分開	● 衛星廣播電視法第 30 條 ● 廣播電視法第 33 條	無
妨害兒童或少年身心健康	● 衛星廣播電視法第 27 條第 3 項第 2 款 ● 衛星廣播電視法第 28 條第 3 項 ● 廣播電視法第 21 條第 2 款	無
製播新聞違反事實查證原則，致損害公共利益	● 衛星廣播電視法第 27 條第 3 項第 4 款 ● 個人資料保護法第 20 條第 1 項	無
節目插播廣告次數	● 衛星廣播電視法第 36 條第 4 項	無
違規使用插播式字幕	● 衛星廣播電視法第 34 條	無
違反電視置入行銷及贊助管理辦法	● 衛星廣播電視法第 31 條第 3 項 ● 衛星廣播電視法第 32 條 ● 衛星廣播電視法第 33 條第 2 項 ● 廣播電視法第 34 條之 3 第 2 項	無
妨害公共秩序或善良風俗	● 衛星廣播電視法第 27 條第 3 項第 3 款 ● 廣播電視法第 21 條第 3 款 ● 個人資料保護法第 20 條第 1 項	無
廣告超秒	● 廣播電視法第 31 條第 1 項	無
外流客戶個資	● 個人資料保護法	無
職業災害預防及職業災害勞工重建	● 勞工職業災害保險及保護法	無
所得稅法	● 所得稅法	如說明

註：參酌財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心對有價證券上櫃公司重大訊息之查證

暨公開處理程序第4條第1項上櫃公司重大訊息，係指下列事項：二十六、發生災難、集體抗議、罷工、環境污染、資通安全事件或其他重大情事，致有下列情事之一者：(三)單一事件罰鍰金額累計達新台幣一百萬元以上者。重大違反事件亦包含對公司營運造成重大衝擊之非金錢裁罰。2025年鑫傳集團共有1件違反法規事件，說明及處置情形如下表。

●2025 年違規案件數

事件性質	件數	重大違規件數
被罰款的事件	1	0
非金錢制裁的事件	0	0

事業群	違反法規	罰款金額	事件說明	後續處理
鑫傳	所得稅法第 89 條第 3 項規定	750 元	於 2025 年對於 2024 年間給付不屬扣繳範圍之其他所得，未依所得稅法第 89 條第 3 項規定於次年 1 月底前申報免扣繳憑單，致違反所得稅法，處罰鍰 750 元	確實繳交罰金。並明確辨別「應列單」所得類別，避免適用錯誤

本公司所屬衛星頻道定期召開委員會，依主管機關頒布之相關法規及自律規範為遵，藉此強化自我改善機制。「冠軍電視台」及「冠軍夢想台」、「中台灣生活網頻道」及「A-One 體育台」亦嚴格遵守相關主管機關法規及行政指導，於報導期間無罰款紀錄，簡要說明如下：

衛星頻道	類型	件數	罰款金額	改善措施
冠軍電視台	行政指導	3	無	相加強關同仁法令輔導、與合作廠商溝通，積極把關
冠軍夢想台		4	無	
中台灣生活網頻道	-	0	無	-
A-One 體育台	-	0	無	-

●智慧財產權管理

本集團針對智慧財產權之保護主要分為內部與外部機制。因本集團主要為媒體經營，從事媒體及文化內容產業，故內部會與員工於簽訂僱傭契約時，約定員工在職時所創作出之智慧財產權之歸屬，使集團與員工之間之權利義務關係明確化；此外，由於本集團尚在擴展期，所擁有之商標、專利權數量不多，惟未來申請上述智財權時將逐步建立起相關歸檔、申請制度，使集團清楚其所有之智財權利用狀況。

在對外與工商團體、政府機構或自然人合作時，如涉及智慧財產權之創作，均會在與對方簽定之合約內容中，明確約定智慧財產權之歸屬，如智財權之所有權屬於他方，本集團如需使用該智財權，均會取得權利人之同意，始得利用；如智財權之所有權屬於本集團，則會約束他方如需使用必須經過本集團之同意，以及限制他方使用之方式、範圍等，並且必須進行合法、合理之使用，不得利用本集團所有之智財權從事不法行為。亦會針對上述智財權條款，制定違約罰則及賠償條款，使本集團之智財權權利遭受侵害時，得有所主張。

透過建立內部及外部之保護制度，明確化本集團與他方之權利義務關係，確保智慧財產權不致遭受侵害，以及遭受侵害時之彌補措施。

●智慧財產管理教育訓練

2025 年於本集團例行之主管會議，已就新聞及節目之產製，須符合規範之相關法規進行宣導，並將其主題納入每年節目頻道節目之相關教育訓練項目，亦於例行主管會議中布達、更新相關法令及其規範。

●誠信經營管理機制

誠信經營為本集團之核心價值。對內，我們除訂定各項公司治理規章與辦法外，已設立舉報制度與官網舉報管道，訂立獎懲及紀律處分，以落實本公司及其子公司人員於執行業務時均謹守公平、誠實、守信以及透明原則；對外，我們訂有「供應商企業社會責任守則」，要求供應

商須簽署「供應商企業社會責任聲明書」、合約明定「誠信條款」。此外，我們與他人建立商業關係前，落實查核商業往來對象之誠信關係，確保商業往來對象之合法性，以創造商業夥伴長期價值。

公司訂定「誠信經營守則」，以推動公司誠信經營：

條號	內容	規範
第二條	本公司之董事、經理人、受僱人、受任人及具有實質控制能力之人，於從事商業行為之過程中，不得直接或間接提供、承諾、要求或收受任何不正當利益，或做出其他違反誠信、不法或違背受託義務等不誠信行為，以求獲得或維持利益。前項行為之對象，包括公職人員、參政候選人、政黨或黨職人員、以及任何公、民營企業或機構及其董事(理事)、監察人(監事)、經理人、受僱人、實質控制者或其他利害關係人。	規範用以明確禁止董事、經理人、受僱人、受任人及具有實質控制能力之人之不誠信行為。
第四條	本公司應遵守公司法、證券交易法、商業會計法、政治獻金法、貪污治罪條例、政府採購法、公職人員利益衝突迴避法、上市上櫃相關規章或其他商業行為有關法令，以作為落實誠信經營之基本前提。	規範應遵守法令規定，確實推動執行反貪腐相關準則。
第五條	本公司應本於廉潔、透明及負責之經營理念，制定以誠信為基礎之政策，經董事會通過，並建立良好之公司治理與風險控管機制，以創造永續發展之經營環境。本公司指定總經理室為專責單位，隸屬董事會，辦理本守則之修訂、執行、解釋、諮詢服務暨通報內容登錄建檔等相關作業，稽核單位負責監督執行，提報董事會。	設定專責單位，稽核單位負責監督執行，提報董事會。

相關規範促進董事、經理人、受僱人、受任人及具有實質控制能力

之人，執行職務之公正性，以確保誠信經營政策之落實，2025 年末發現董事、經理人、受僱人、受任人及員工有收受賄賂或貪腐之情事。

政策	具體程序
宣導	員工教育訓練
	訂定員工誠信經營守則同意書
	持續內部宣導
	供應商宣導
檢視	內部稽核
	內部評估
	申訴管道
	外部資訊公開透明
評估	分析風險
	追蹤法令更新
	風險發生因應機制
	獎懲、紀律處分

●誠信經營行為規範

董事、經理人、員工或具有實質管理權者，皆應秉持誠信正直、遵守法規與公司規範之原則，作為所有公司經營活動與業務執行的最高準則。本集團深信誠信是企業永續發展與建立良好公司治理的基石，因此由董事會帶頭推動，通過制定一系列誠信經營相關制度，包括「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」以及「內部重大資訊處理作業程序暨防範內線交易管理作業程序」等，這些政策與制度明確規範員工在日常業務往來中所應遵循的行為標準，以制度化方式落實誠信文化。針對誠信相關的風險管理，已實施一系列預防性與稽核性措施，從員工入職教育、行為準則簽署，到日常監督與稽核機制，逐步建構起涵蓋全體人員及營運

流程的誠信管理網絡，確保誠信原則落實於企業內部每一個層面與細節，具體實施作為如下：

因應作為	內容說明
員工聘任就職需簽屬之人事資料文件	以「員工工作守則」作為員工執行業務活動之指南與規範；新進員工則須簽屬「誠信經營守則同意書」，包括對於不當行為的了解與避免、智慧財產權規定、資訊安全管控、內線交易防範、營業秘密侵害防範，內部及客戶溝通合規政策等內容。有關從業道德行為規範請參閱本公司網站-公司治理： 
訂定規範及因應措施	針對營運環節可能涉及潛在誠信風險之行為進行分析，並據此訂定強化風險管理之規範及措施。
舉報、稽核與處罰	訂有內外部舉報機制及內部稽核單位定期及不定期查核，確保當有任何員工違反內部行為準則時，能夠即時發現與補救，並依「道德行為準則」予以記錄、調查及處罰。有關公司內、外部人員對於不合法與不道德行為的檢舉制度請參閱本公司網站-公司治理： 
內部教育訓練	新進員工須參與「誠信行為守則」教育訓練，亦不定期開設包括不當行為管理、智慧財產權資訊管理、內線交易防範、營業秘密侵害防範，內部及客戶溝通合規政策等課程。

●2025 年對董事會及高階管理階層反貪腐與誠信經營溝通與宣導

項目	對象	累積人數	百分比
誠信經營作業程序及 道德行為準則溝通及宣達	董事會	9	100%
	高階主管	9	69%
	員工	121	69%

註1：上表資訊揭露範圍為本集團營運據點，即皆為台灣地區。

註2：「董事會」系指鑫傳董事會。

註3：美雅於2024年度中併入，2025年尚於業務整併期間，故員工(對象)溝通宣達未含美雅。

●2025 年一般同仁誠信經營教育訓練情形

我們將「公司誠信經營守則」納入新進員工教育訓練當中的一環並已實施多年，以表我們對此的重視，2025 年度共有 11 位同仁參與誠信經營教育訓練。於 2026 年開始將誠信經營議題納入每年、每位員工皆需參與之定期課程。因美雅尚於為整併期間，故本年度暫無納入計算。



鑫傳舉辦誠信經營教育訓練情形

●2025 年對商業夥伴進行誠信經營之宣達

2025 年度已寄發道德誠信函共 123 封，給長期合作且重要之客戶、供應商，宣導本集團之誠信經營之理念，並請相關之商業夥伴共同遵循，也歡迎利用本公司舉報信箱進行檢舉。

●舉報與檢舉申訴機制



為確保全體員工及合作廠商皆能落實誠信經營之作為，並且能夠掌握和及時處理爭議、違規，及其他任何需要意見反映之事件，本集團官方網站設有各事業體聯繫方式及公開的申訴管道與處理程序，鼓勵舉報任何非法、違反道德行為準則或誠信經營準則之行為，以確保員工、供應商與其他利害關係人的權益受到充分保障。

針對所有檢舉情事，若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。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訴訟時，相關資料應續予保存至訴訟終結止。



●2025 年處理申訴案件

申訴案件數量	說明	後續處理情形
0	-	-

2-1-3 風險管理

●風險管理機制與流程

以董事會為風險管理機制之最高決策單位，並設有風險管理評估小組由總經理召集各單位最高主管組成，帶領高階經理人，執行風險與機會之評估，包括各項風險之辨識、衡量、監控、報告、揭露及回應，有效做好風險管控，並定期追蹤目標達成情形。風險管理評估小組，每年至少一次向董事會及審計委員會彙總報告年度風險管理運作執行情形。

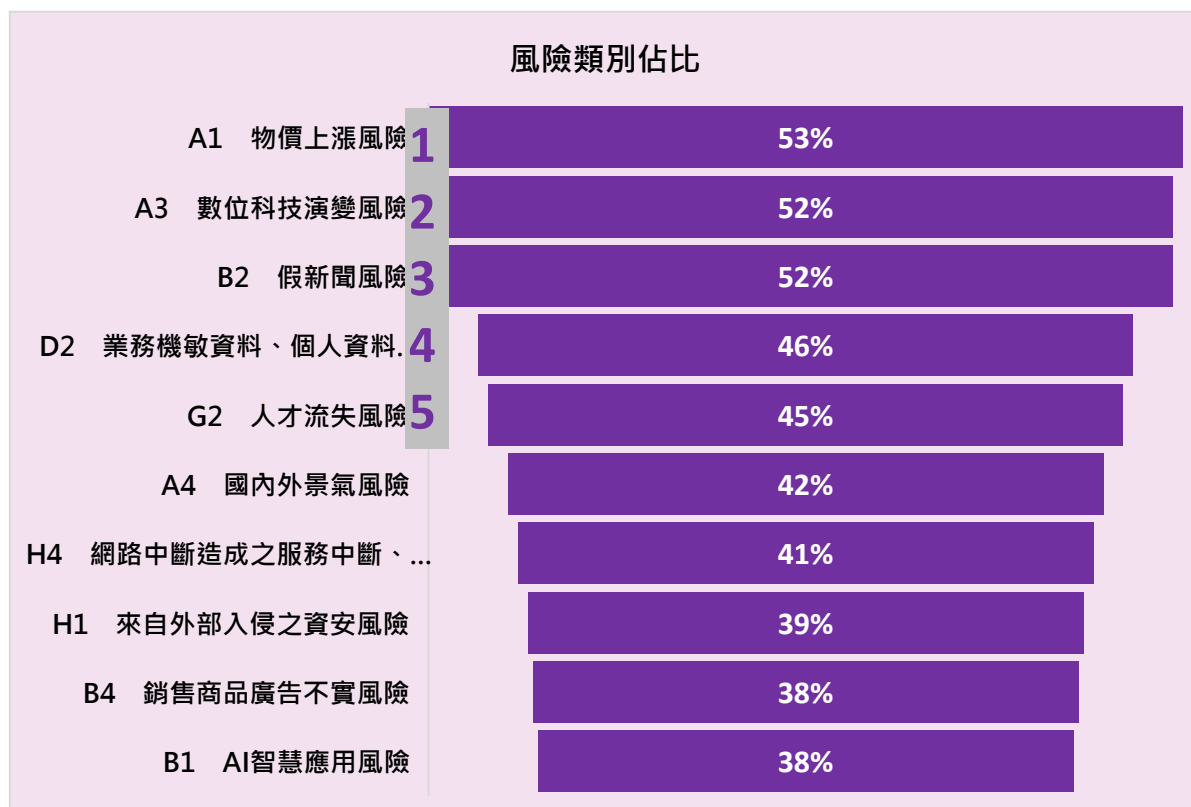
依「風險管理政策與程序」因應全球經濟、環境及營運挑戰 2025 年鑫傳已完成風險制度之深化運作，透過部門間溝通以及 2025 年 10 月 15 日「風險管理評估小組會議」彙整各部門經驗，從營運、財務、資安及人力資源等面向，建構包含 9 大主項、36 項子項目之風險識別架構。

類別	項目	類別	項目
市場風險	物價上漲風險	作業風險	人員內部作業疏忽風險
	地緣政治不確定性風險		系統不當或失誤風險
	數位科技演變風險		外部事件產生之產品良率及客訴退貨風險
	國內外景氣風險		勞工職業安全風險
營運風險	AI 智慧應用風險	環境風險	天然災害、疫情風險
	假新聞風險		氣候變遷風險
	供應鏈風險		水、電能源供應風險
	銷售商品廣告不實風險		碳稅風險
財務	利率、匯率風險	人力	缺工風險
	投資風險		人才流失風險

類別	項目	類別	項目
風險	交易對象之信用違約風險	資源風險	人力品質風險
	資金貸與、背書保證作業風險		技術傳承風險
法律風險	智慧財產風險	資訊安全風險	來自外部入侵之資安風險
	業務機敏資料、個人資料外洩風險		資訊系統軟硬體設備安全風險
	合約風險		管理者或使用系統操作風險
	法令變動帶來之企業營運風險		網路中斷造成之服務中斷、資料無法存取風險
誠信道德	企業誠信經營風險		
	人員道德行為風險		
	供應商道德行為風險		
	企業聲譽與形象風險		

風險管理評估小組發放內部問卷回收 144 份，有效問卷為 143 份，係為問卷填寫者，對於「市場風險」等風險之子題目進行風險評估，其分析結果前五大高風險排名如下：

排名	風險類別	樣本合計	高風險佔比	中風險佔比	低風險佔比
1	物價上漲風險	143	53%	40%	7%
2	數位科技演變風險	143	52%	38%	10%
3	假新聞風險	143	52%	32%	16%
4	業務機敏資料、個人資料外洩風險	143	46%	29%	25%
5	人才流失風險	143	45%	38%	17%



●風險管理措施與成效

透過問卷調查與量化分析，鑑別出「2025 年度五大重大風險議題」，涵蓋：物價上漲風險、數位科技演變、假新聞風險、個資外洩風險及人才流失風險。針對上述議題，各專責單位已擬定對應之「風險減輕行動措施」(如下表)，並將執行成效納入滾動式監督與精進策略。

為落實治理層之監督責任，本公司定期風險管理執行情形呈報決策層。於 2025 年 12 月 22 日已正式向審計委員會及董事會報告年度風險控管實績，確保風險管理機制有效融入營運決策，強化組織面對外部環境變化的應變韌性。

風險種類	風險減輕行動措施	2025 年度執行成效
市場風險 物價上漲 風險	短期-確認營業需求量、產品規格主流及流通性、精準控管庫存及提升產品使用年限，降低採購機率避免價格上漲對成本的影響 中長期-簽訂長期合約、技術設備替代及數位轉型評估、多元供應商開發，分散價格波動風險 措施- 1、避免依賴單一品牌或代理商，積極協尋替代產品或廠商，降低斷貨與漲價風險 2、多單合併議價爭取折扣優惠，降低購入成本節省預算應對突發漲價狀況 3、採用在地廠商降低運輸成本	1、2025 年度整體採購金額較 2024 年度同期節省約 105 萬元 2、2025 年度新增在地採購廠商來源 5 家 3、透過內部資產數量及耗品的庫存盤點，內部轉調或提供使用，減少採購成本及庫存成本
市場風險 數位科技 演變風險	短期-利用現代數位技術優化流程，以及提供品質更好的客戶體驗、辦理數位科技素養課程，掌握技術變化與現行作業風險控管 中長期-導入創新科技，建立數位生態，強化組織的數位韌性 透過分析，瞭解顧客需求，用以規劃數位科技應用，讓顧客擁有穩定使用之體驗 措施- 1、提升 AI 應用之範圍，透過 AI 應用之學習與分享，提升數位科技應變能力 2、持續進行新興科技、相關議題的教育課程與演練	1、同仁 AI 應用經驗分享，持續發揮媒體及數位廣告工作者掌握科技運用，避免因數位落後而失去市場競爭力 2、強化員工對於 AI 領域之知識，透過 AI 分組任務演練，增進 AI 領域在工作上之運用

風險種類	風險減輕行動措施	2025 年度執行成效
營運風險 假新聞風險	短期-透過層級審核機制，強化新聞資料來源之查證與驗證流程，確保訊息正確無誤 中長期-推動媒體識讀教育與宣導，強化員工及外部利害關係人之資訊判讀與辨識能力，同時完善法律與風險管理機制，並建立系統化危機應變計畫，以提升組織面對假訊息風險的整體韌性 措施- 1、建立明確的新聞與社群發布規範，嚴格要求所有對外資訊需經核可程序，同時針對重要議題進行多源交叉比對 2、定期辦理員工教育課程，提升對假新聞與錯誤資訊之辨識與應對能力 3、明確區分假新聞事件之回應層級、發言窗口與決策權責。做好危機應變處理	1、完成新聞發布審核 SOP 與權限控管設計，確保每則訊息皆可追溯審核紀錄 2、節目諮詢委員會每季至少召開 1 次，針對近期應注意或違規事項評估及檢討 3、年度辦理媒體識讀與危機應變訓練共 4 場，參與員工覆蓋率達 85%
法律風險 業務機敏資料、個人資料外洩風險	短期-加強員工個資及資安教育訓練、制度建立與資訊安全防護，確保個資蒐集、使用與儲存過程皆符合法規要求，並落實即時監控與通報機制，敏感資料僅授權必須的人員存取 中長期-持續深化管理制度，透過教育訓練、外部合作與合規機制，建立長期且系統化的個資保護管理架構、清晰的資料分類與	1、每位員工(包含新進人員)每年至少參與乙次「個人資料保護」教育訓練，並進行測驗確保同仁皆可掌握相關知識要點 2、2025 年度個資災害演練 1 次，演練結果無異常

風險種類	風險減輕行動措施	2025 年度執行成效
法律風險 業務機敏 資料、個人 資料外 洩風險	存取政策，導入安全事件回應，持續監控與漏洞管理 措施- 1、員工定期舉辦資安與個資保護教育訓練，加強社交工程及資料處理意識 2、導入權限與存取控管，非授權不得存取或下載資料，使用高強度密碼，傳送資料時進行加密 3、導入外部稽核與第三方驗證機制，定期委託外部顧問進行合規查核 4、汰換無法更新之作業系統，避免資安漏洞，為電腦及裝置安裝防毒軟體。定期更新軟體，修補漏洞 5、新聞節目強化資料加密與，對採訪素材、受訪者名單等資料進行加密留存	3、2025 年度 2 次社交工程演練，於演練中發現網頁 XSS、JS 套件漏洞，後續依據漏洞完成更新及升級作業 4、2025 年度進行業務持續計畫/災害復原演練，演練結果無異常 5、導入作業層級登入與加密機制，新聞、節目內部資料庫存取紀錄可追溯率達 100%
人才流失 風險 人力資源 風險	短期- 將檢視現行薪資結構，提供具市場競爭力的報酬，並藉由強化薪酬福利及員工關懷措施，穩定人力 中長期- 透過多元且雙向的溝通機制，持續優化員工福利，深化企業文化與核心價值，使員工更具歸屬感，同時推動人才培育與接班人	1、2025 年度任用 2 位身心障礙員工，除符合法令規定並提升企業文化、增強品牌價值與社會聲譽、吸引與留住人才 2、積極推動 AI 培訓，員工廣泛學習 AI 輔助撰寫有效簡化作

風險種類	風險減輕行動措施	2025 年度執行成效
人才流失 風險	制度，建立完善的內部輪調機制，確保組織的永續發展 措施-	業流程，協助員工在智慧辦公環境中穩健成長
人力資源 風險	1、透過定期面談與討論，提供員工明確的工作指導與建議，協助解決工作中所遇到的問題 2、各部門應確實執行員工意見回饋機制，強化溝通與改善流程 3、以多元化的培訓方式，持續提升員工的專業能力與綜合素質，協助其適應職務需求並提升工作效能	3、舉辦永續市集活動，增強員工凝聚力，共同推動永續發展 4、降低人才流失，提升員工組織韌性，為營運穩定奠定基礎 5、藉由完善人事制度與勞資互動，在人才的招募與留任上取得進展。未來將持續優化各項措施，進一步提升員工滿意度與留任率

2-2 營運績效

重大主題：營運績效

●政策與承諾

評估機制	未來 1 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標
營運會議	例行營運會議檢討營運目標及達成情形，藉由定期追蹤各事業部之核心財務與營運指標，確保年度各項商業績效與獲利目標順利達成	持續透過例行營運會議檢討營運目標，維持穩健經營績效。 配合市場趨勢變動，滾動式調整中長期財務結構與資源配置，以強化核心競爭力並提升整體企業之抗風險韌性	持續透過營運會議檢討營運目標，以追求企業永續穩健成長。 並深化跨產業業務整合，將永續經營策略全面融入日常營運決策，創造長期穩定的股東價值與經濟效益

●主責單位

- i. 董事會
- ii. 總經理室
- iii. 財務部
- iv. 公司治理主管
- v. 營運單位

●特定行動

- i. 訂定年度績效目標並定期分析。
- ii. 透過營運會議檢討並整合營運目標，維持穩健經營績效。

●負面衝擊預防措施或補救程序

事件預防	補救程序
國際局勢產生之能源成本上漲	配合集團能源管理進行節能減碳
國際局勢產生之物價成本上漲	多元化供應商來源，減少國際局勢所產生之風險，節省包材與運輸成本

●2025 年度執行成效

2025 年度目標	達成情形
維持穩定的財務績效	2025 年合併營業收入 763,531 仟元，較 2024 年合併營業收入 640,350 仟元，成長 19.24%
	2025 年合併稅前淨利 93,469 仟元，較 2024 年合併稅前淨利 142,125 仟元，減少 34.23%。持續檢討並強化各通路營運發展，以提升營業績效

2-2-1 經營成效

●最近三年鑫傳集團經營成效

單位：新台幣仟元

項目		2023 年度	2024 年度	2025 年度
經營能力	資產總額	885,519	1,084,860	1,054,995
	負債總額	100,882	252,064	238,763
	權益總額	784,637	832,796	816,232
營業收入		396,188	640,350	763,531
稅後淨利		97,172	113,811	71,740
每股盈餘(元，稅後)		4.09	4.12	2.62
資產報酬率(%)		12.95%	11.68%	6.84%

註1：採用2023至2025年合併財務報表資料。

註2：資產報酬率=息前之稅後淨利 / 平均資產總額。

單位：新台幣仟元

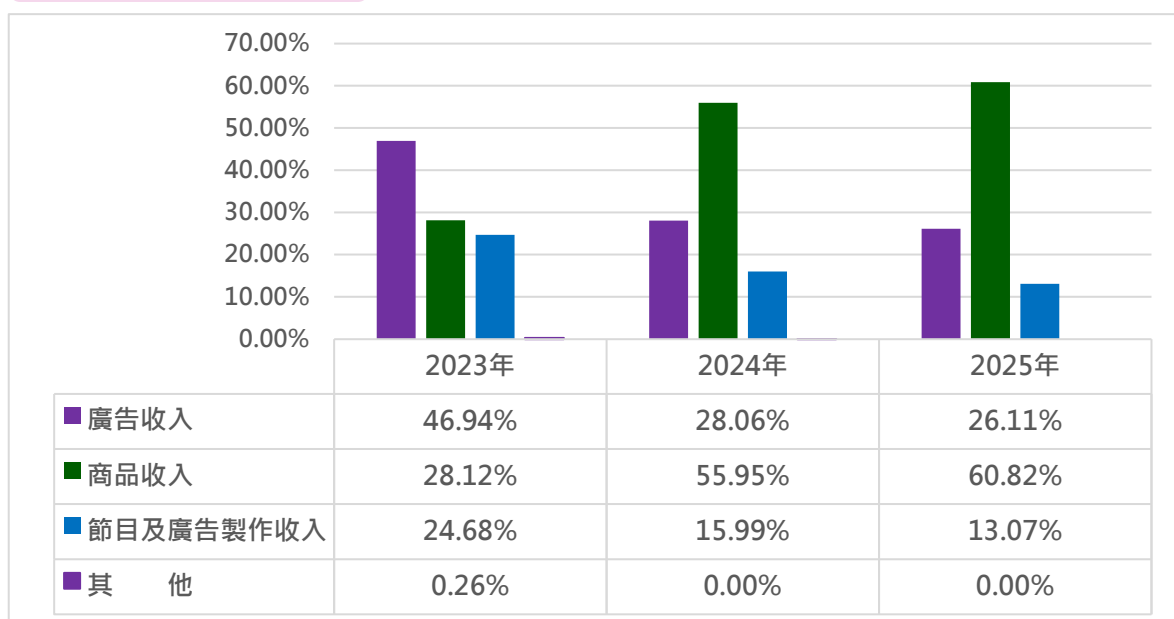
項目	2023 年度	2024 年度	2025 年度
產生之直接經濟價值(A)註 1			
營運收入	401,416	660,641	772,878
分配之直接經濟價值(B)			
營運成本	98,433	173,386	209,130
員工薪資與福利	128,768	191,884	191,884
支付出資人款項(註 2)	96,196	109,186	97,639
支付政府款項(註 3)	29,797	84,310	56,041
留存之經濟價值(A-B)			
產生之直接經濟價值-分配之直接經濟價值	48,222	101,875	218,184

註1：包含各年度合併之營業收入、利息收入、股利收入、租金收入、其他收入、其他利益及投資收益。

註2：包含各年度發放之現金股利、利息費用。

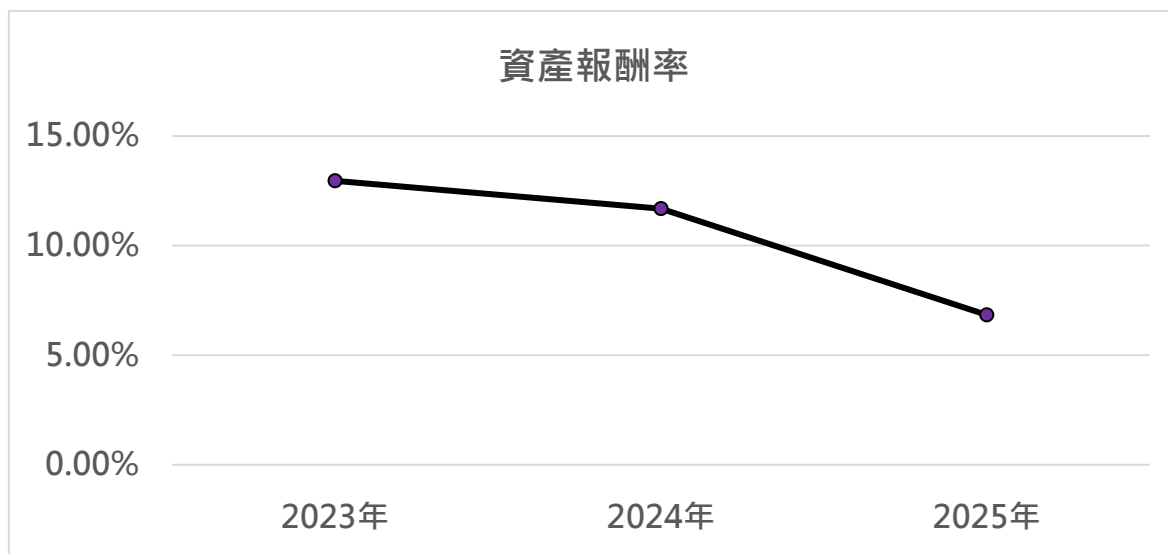
註3：包含各年度之營業稅、營所稅。

●各項營業收入比重



註：採用2023至2025年合併財務報表資料。

●資產報酬率(%)

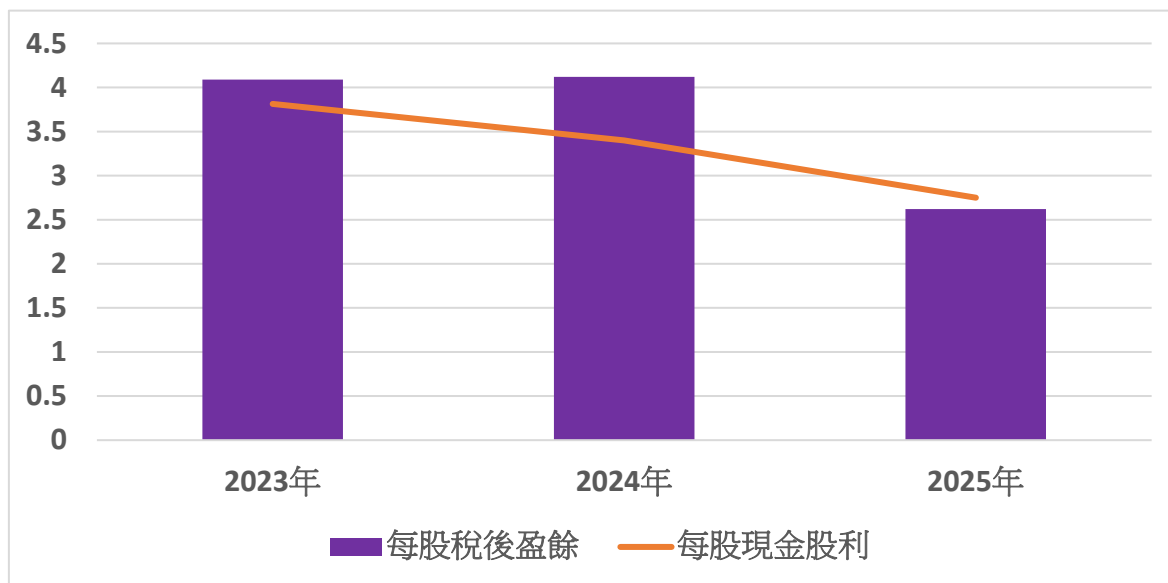


註1：採用2023至2025年合併財務報表資料。

註2：資產報酬率=息前之稅後淨利 / 平均資產總額。

●盈餘分配

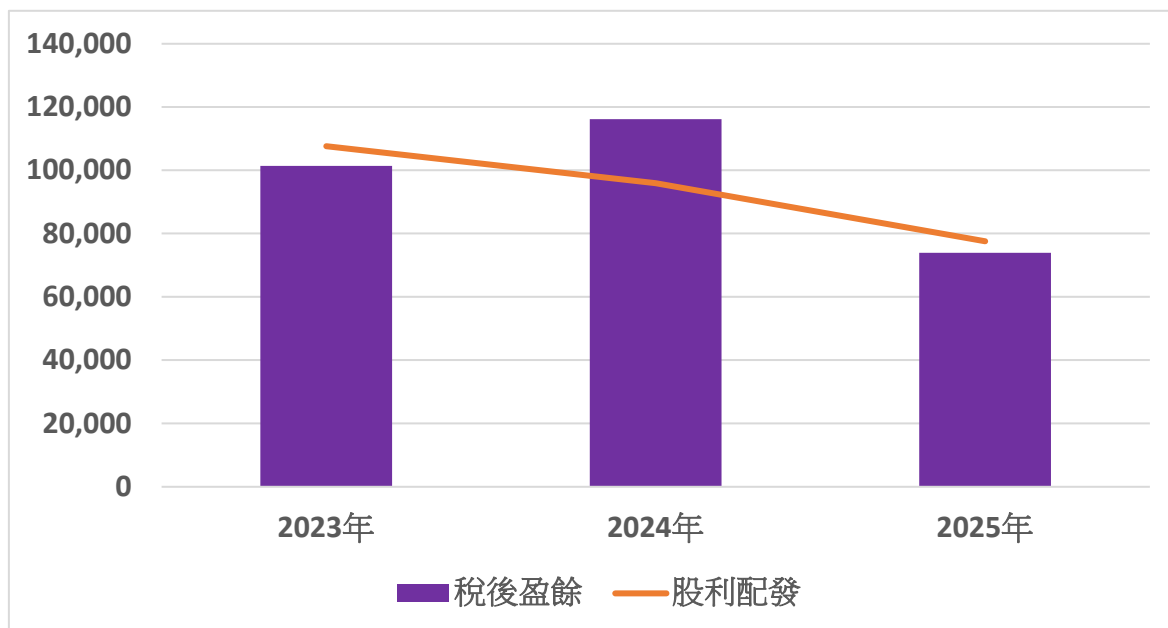
單位：元 / 股



註1：採用2023至2025年合併財務報表資料。

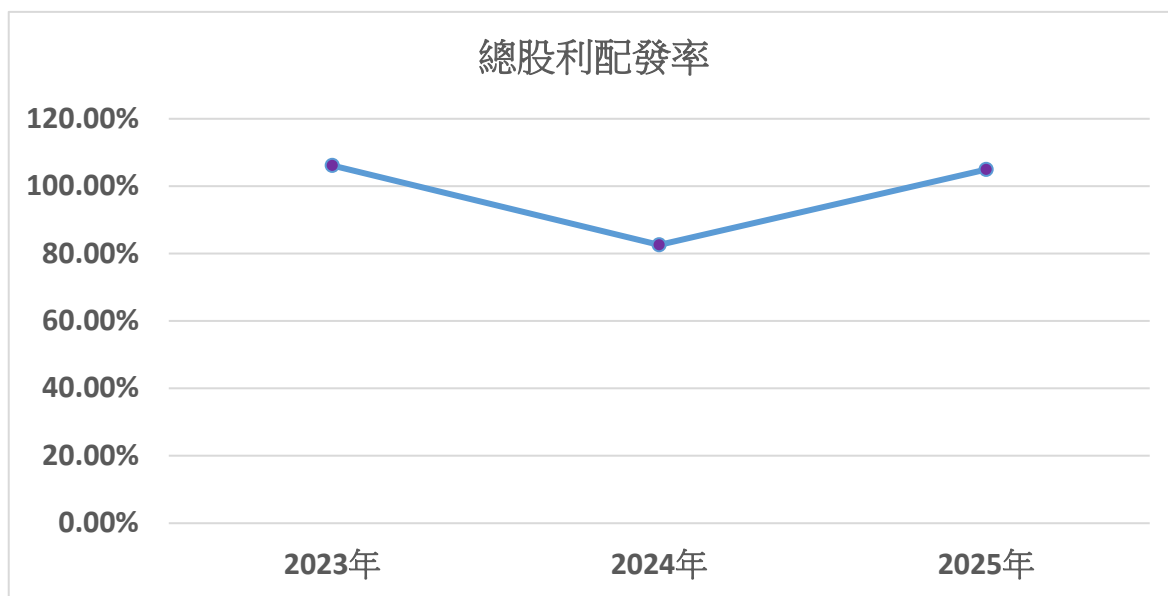
註2：資料來源為2024年5月31日及2025年5月27日股東會議事錄、2026年3月5日董事會議事錄。

單位：新台幣仟元



註1：採用2023至2025年合併財務報表資料。

註2：資料來源為2024年5月31日及2025年5月27日股東會議事錄、2026年3月5日董事會議事錄。



註1：總股利配發率=股利配發 / 稅後盈餘。

註2：資料來源為2024年5月31日及2025年5月27日股東會議事錄、2026年3月5日董事會議事錄。

2-3 氣候變遷風險管理

2-3-1 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會

極端氣候頻繁發生，因本公司擁有電視購物業務，若未來因極端氣候影響供應商海外進貨，致使供應商海外進貨之品項無法如期配送出貨，本公司仍有其他替代性產品可供消費者選購，並能適時調整電視購物節目推播內容，應尚無對收入產生暫時性影響。

轉型行動對財務之影響：

氣候風險	潛在財務影響	因應方案
政策與法規	營業成本	因應相關碳費法規陸續出台適用，本公司自願優先進行溫室氣體盤查與確信，用以追蹤溫室氣體排放量，以期降低未來碳費法規影響
新技術投資	營業成本	因應低碳趨勢，逐步更換節能設備。2025年持續進行無紙化線上會議，並透過數位影音進行節能製播流程，以期降低碳足跡並融入員工日常
市場風險	營業成本	低碳包裝的需求上升，本公司持續研究低碳包材，以符合低碳趨勢
名譽風險	營業成本	企業組織的形象，隨著氣候變遷逐漸受到大眾重視，客戶或社群也會評斷公司是否致力於低碳轉型，本公司將持續規劃因應氣候變遷可行之方案
低碳生產行銷	營業成本	鑫傳主要屬媒體產業，在生產或製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共乘，未來也將逐步採用低碳能源交通工具，待現有車輛汰換或租賃到期，轉

氣候風險	潛在財務影響	因應方案
		換為油電車或電動車等低碳運輸設備，降低碳排，若可用遠端視訊的部分透過視訊進行，廣告紙本DM行銷，轉電子DM傳送
推動減碳包裝	營業成本	銷貨提供客戶低碳包裝，以有效減少包裝的碳足跡，符合低碳趨勢

推動的淨零碳排的行動規劃：

氣候機會	潛在財務影響	因應方案
供應鏈運輸	營業成本	極端氣候頻繁發生影響供應鏈及運輸，研擬購物供應商分散採購之備援措施
供水供電	營業成本	氣候變遷導致降雨減少，供水、供電受影響，所產生之限水、限電，若限電或區域停電，即無法播送新聞節目與廣告內容，部分區域將受播出影響，將朝設備節能化發展，以期降低電力需求，共同因應氣候變遷產生之供電壓力
節能設備增效	營業成本	進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率

2-3-2 溫室氣體、排水量及廢棄物減量計畫

本公司溫室氣體盤查組織邊界之設定，2024 年度採用 ISO 14064-1:2018 中營運控制權法訂定組織邊界，2025 年度採用世界企業永續發展協會（WBCSD）與世界資源研究所（WRI）發布之溫室氣體盤查議定書（Greenhouse Gas Protocol）中營運控制法訂定組織邊界，本次溫室氣體盤查之組織邊界為鑫傳國際多媒體科技股份有限公司暨所屬營運公司，惟本公司於 2024 年 5 月取得美雅國際企業，故於 2024 年納入盤查邊界。針對邊界內溫室氣體排放或移除量進行彙總，本公司及合併財務報告所有子公司之溫室氣體排放量，說明如下：

	種類	2024 年度		2025 年度	
		排放量 (公噸 CO ₂ e)	密集度 (公噸 CO ₂ e / 營業 額新台幣百萬元)	排放量 (公噸 CO ₂ e)	密集度 (公噸 CO ₂ e / 營業 額新台幣百萬元)
鑫傳	範疇一	58.2287	0.0909	52.5054	0.0688
	範疇二	294.2191	0.4595	290.0649	0.3799
	範疇三	72.8850	0.1138	79.3054	0.1038
	小計	425.3328	0.6642	421.8757	0.5525
合併財務報告 所有子公司	範疇一	7.5883	0.0118	10.6061	0.0139
	範疇二	160.5312	0.2507	220.7707	0.2891
	範疇三	33.4042	0.0522	52.2036	0.0684
	小計	201.5237	0.3147	283.5804	0.3714
	總計	626.8565	0.9789	705.4561	0.9239

註1：2024年度本公司營業額為640,350仟元，2025年度本公司營業額為763,531仟元，密集度所代表之意為每百萬元營業額所產生之溫室氣體。

註2：2024年度已更新為取得查證機構確信之數據，2025年度數據已取得查證機構確信。

註3：排放係數係依申報年度之前一年底各公司所在地主管機關公布之最新排放係數計算，故2025年溫室氣體排放量依規定採用最新公告之2024年度電力排碳係數。

溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫

溫室氣體減量基準年及減量目標

本公司自 2022 年度進行溫室氣體盤查，原以 2022 年度定為溫室氣體減量基準年，惟因 2024 年 5 月投資美雅國際企業股份有限公司，並成為本公司之子公司，因組織邊界變動，故減量基準年調整為 2024 年。希望透過下列具體行動進一步落實較自基準年起每年至少減量 1%，以達成 119 年(2030 年)減量 4%±1%。

溫室氣體減量、策略及具體行動計畫

為實踐聯合國永續發展目標及因應減緩全球氣候變遷，本公司將善盡地球公民之責任。並致力於溫室氣體排放基線盤查工作，以確實掌握本公司溫室氣體之排放狀況，依據盤查結果，進一步推動溫室氣體自願減量相關計畫。期許未來完善各項能源需求與使用管理、使用再生能源的計畫，以期達到每年溫室氣體排放自願減量 1%之願景，期許為全球暖化趨勢之減緩，善盡一份責任，實現本公司對於環境永續發展之承諾。

本公司秉持永續經營理念，為求有效善用資源與善盡企業社會責任，針對溫室氣體減量推行下列節能減碳政策：

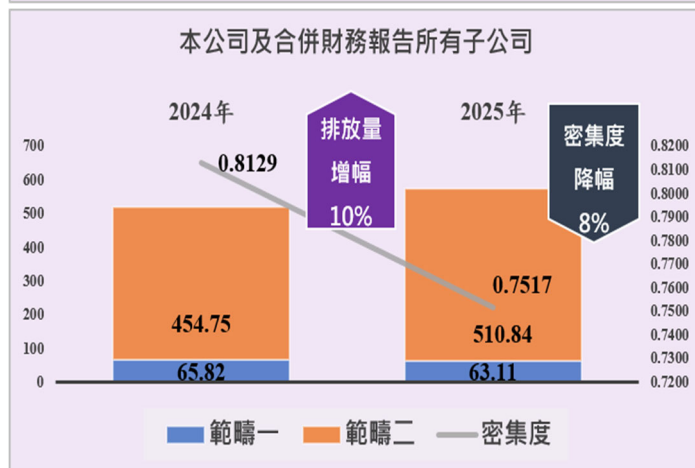
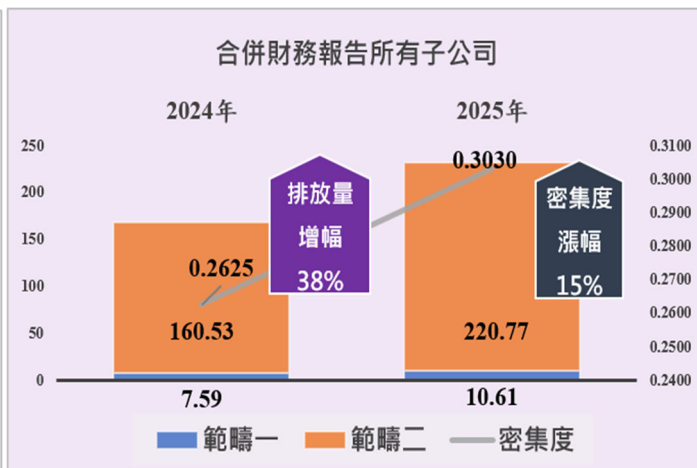
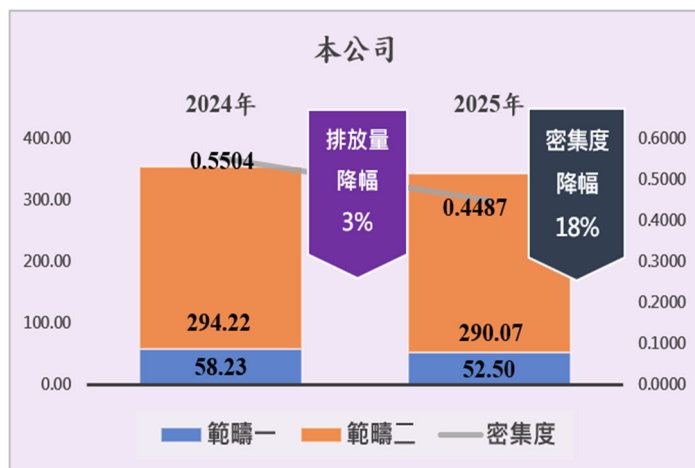
- 1、低碳生產行銷：本公司主要屬媒體產業，在生產或製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共乘，未來也將逐步採用低碳能源交通工具，待現有車輛汰換或租賃到期，轉換為油電車或電動車等低碳運輸設備，降低碳排，若可用遠端視訊的部分透過視訊進行，廣告紙本 DM 行銷，轉電子 DM 傳送。
- 2、設備節能效率提升：進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率。
- 3、推動減碳包裝：銷貨提供客戶低碳包裝，以有效減少包裝的碳足跡，符合低碳趨勢。

減量目標達成情形

範疇一與範疇二溫室氣體排放量，2025 年 573.95CO₂e，2024 年 520.57 CO₂e，2025 年較 2024 年增加 53.38 CO₂e，增加 10%，主要係因本公司 2025 年新增台北汐科辦公室，以及子公司美雅係統計 2025 年全年之溫室氣體排放量，相較 2024 年僅統計自 5 月投資後之數據，所產生之溫室氣體排放量增加。本公司 2024 年與 2025 年度溫室氣體盤查數據之密集度進行分析，範疇一與範疇二合計之密集度，由 0.8129 下降為 0.7517，密集度下降幅度約為 8%。

單位(範疇一、二)：排放量(公噸CO₂e)

單位(範疇一、二)：密集度(公噸CO₂e / 營業額新台幣百萬元)



註1：2024年新增子公司美雅。

註2：排放係數係依申報年度之前一年底各公司所在地主管機關公布之最新排放係數計算，故2025年溫室氣體排放量依規定採用最新公告之2024年度電力排碳係數。

 取、排水量及廢棄物

取、排水量來源/終點說明

項目	來源 / 終點	單位	2024	2025
取水量	地表水	百萬公升	-	
	地下水		-	
	海水		-	
	產出水		-	
	第三方的水		4.9442	5.7313
	合計		4.9442	5.7313
排水量	地表水	百萬公升	-	-
	地下水		-	-
	海水		-	-
	第三方的水		4.9442	5.7313
	合計		4.9442	5.7313
耗水量		百萬公升	0.0000	0.0000
合併營收		億元	6.4035	7.63531
取水強度 (取水量 / 合併營收)		百萬公升 / 億元	0.7721	0.7506

註1：2024年度溫室氣體排放量、總水量數據已更新為查證機構確信之數據，2025年度總水量數據已取得查證機構確信。

註2：鑫傳集團用水皆為生活用水，且100%來自台灣自來水公司及台北自來水事業處，經使用World Resources Institute - Water Risk Atlas功能查詢，台灣屬於水資源等級10-20% (Low-medium)區間，並無取具水資源壓力地區之用水，且取水屬於淡水($\leq 1,000$ mg/L總溶解固體)。

廢棄物產出量

項目	類別 / 年度	2024	2025
非有害	生活垃圾(公噸)	29.1050	34.9068
廢棄物總產出量(公噸)		29.1050	34.9068
年度		2024	2025
有害 廢棄物	直接處置-掩埋	-	-
	處置移轉-物理處理法	-	-
非有害 廢棄物	直接處置-掩埋	29.1050	34.9068
	處置移轉-物理處理法	-	-
廢棄物總產出量(公噸)		29.1050	34.9068

註1：生活垃圾總重量為當年度1月至12月廢棄物重量之加總數，各月份廢棄物重量 = 每月勞保投保人數(人)*每月工作天數(天)*環境部公告各月平均每人每日廢棄物重量(1.378公斤/人天)÷3÷1,000推估。

註2：鑫傳集團廢棄物皆為非有害之一般生活垃圾，統計範圍涵蓋鑫傳集團所有重要營運據點之一般事業廢棄物。

本集團秉持永續經營理念，為求有效善用資源與善盡企業社會責任，針對溫室氣體減量推行下列節能減碳政策：

範疇	策略	減量目標	推動措施及達成情形
水資源管理	本集團屬於文化創意產業，無製造工廠與製造程序，其營運用水 100%皆為民生用水，不定期宣導員工節約用水，善用水資源。	除新增單位、大型用水設備因素外，自基準年起每年至少減量 1~2%，以達成 2030 年減量 5%±1%。	● 逐步更換經濟部水利署認證的省水標章器具。 ● 定期檢視供水管線及設備，杜絕隱形漏水。 ● 節水標語推動引導員工與訪客節水意識。

範疇	策略	減量目標	推動措施及達成情形
廢棄物管理	本集團無製造工廠與程序，僅有少量辦公室廢棄物，係配合辦公大樓資源回收管理統，持續推動垃圾分類減廢行動，設置分類垃圾桶更加落實分類減碳行動，使廢棄物量逐年減少。	排除新增單位、據點因素外，自基準年起每年至少減量 2%，以達成(2030 年減量 8%±1%。	● 推動全面數位化辦公減少紙張需求與產生。 ● 全面禁止一次性用品，廢棄物減塑減量。 ● 辦公與運輸設備逐步更換為租賃設備，降低大型廢棄物產生。 ● 優先採購綠色產品或可回收之材質，做好資源回收分類。
溫室氣體減量	● 低碳生產行銷：在製作新聞節目、執行廣告業務，交通工具將朝多人共乘，未來也將逐步採用低碳能源交通工具，轉換為油電車或電動車等低碳運輸設備，降低碳排，並推廣遠端視訊會議，紙本 DM 轉為電子化。 ● 設備節能效率提升：進行節能設備之調研採購評估，以提高設備節能效率。	自基準年起每年至少減量 1%，以達成 2030 年減量 4%±1%。	範疇一與範疇二溫室氣體排放量，2025 年 573.95 CO₂e，2024 年 520.57 CO₂e，2025 年較 2024 年增加 53.38CO₂e，增加 10%，主因新增台北汐科辦公室及子公司美雅統計 2025 年全年度之溫室氣體排放量，相較 2024 年之數據僅統計自 5 月投資後之數據，所產生之溫室氣體排放量增加。本公司 2024 年與 2025 年溫室氣體盤查之密集度進行分析，2025 年範疇一與

範疇	策略	減量目標	推動措施及達成情形
	● 推動減碳包裝： 銷貨提供客戶低碳包裝，以有效減少包裝的碳足跡，符合低碳趨勢。		範疇二合計之密集度，由 0.5504 下降為 0.4487，密集度下降幅度約為 3%，本公司及合併報表所有子公司之由 0.8129 下降為 0.7517，密集度下降幅度約為 8%。

企業淨零需要董事會與高階主管的大力支持與參與，並透過跨部門溝通協調合作，本集團將朝以下淨零策略路徑，實現氣候變遷風險減緩策略，未來將視受氣候變遷影響程度，再進行綠電採購及購買碳權之評估，逐步邁向零碳企業體。



2-4 永續供應鏈

2-4-1 供應商簡介在地採購

本集團核心業務涵蓋新聞媒體服務、電視網路購物及美妝產品。我們在供應商管理上秉持公平、公正的篩選機制，並以誠信與平等為合作基礎，持續採購攝影棚周邊設備、專業攝影器材、辦公及網路資安設備，同時優化電視購物平台系統，確保技術與內容品質同步提升。

在 2025 年度共與 **69 家供應商** 合作，其中包括：攝影設備類：9 家、電視網路購物類：14 家、其他服務類：46 家。鑫傳不僅重視商業合作，更將供應商視為永續發展的重要夥伴。透過供應鏈管理，本集團積極推動以下 ESG 核心價值：

環境 (E)：鼓勵供應商採用節能設備與綠色製程，共同降低碳排放。

社會 (S)：攜手供應商落實社會關懷，支持公益活動與員工福祉。

治理 (G)：建立透明、公正的合作流程，確保誠信經營與合規管理。

本集團致力於與供應商建立互信互利的長期合作關係，並共同實踐環境保護、社會責任與企業誠信，打造永續且穩健的供應鏈生態系。

●在地採購

扶植在地供應商為落實企業社會責任的重要一環，積極促進台灣在地產業鏈的共榮共好，為企業、客戶、供應商及國家創造「四贏」的合作局面。

在 2025 年度，本集團與 67 家國內供應商合作，占整體供應商比例高達 97.1%。除因代理經銷合約需向國外原廠採購外，其餘皆以國內在地採購為主，展現支持本土產業的決心。

未來鑫傳將持續深化與在地供應商的合作，積極尋找對環境友善的產品，推動綠色供應鏈，並帶動產業發展、振興社會經濟，進一步增加國內就業機會，落實環境保護、社會關懷與誠信治理的核心價值。

項目	2023年	2024年	2025年
總供應商數量	40	48	69
在地供應商 數量比例	100%	100%	97.1%
當年度總 採購金額(元)	10,890,670	17,674,347	170,078,338
在地採購 金額比例	100%	100%	23.76%

註1：在地採購係指以營業區域為主之在地廠商。

註2：2025年度因加入美雅，美雅採購主要來源為英國，故在地採購比率2025年大幅下降。

●綠色採購

積極推動綠色採購是本集團一慣政策，優先採購具有環保標章、節能標章、省水標章、綠建材標章、碳足跡減量標籤、臺灣木材標章及經認列之國外標章產品，或其他具有再生材質、可回收、低污染等相關條件之綠色產品，以支應各項營運，落實環境友善的採購，2025 年併入美雅(THE BODY SHOP 美體小舖)後，國內外綠色採購金額合計 \$136,577,404 元。



●綠色美妝品牌先驅-THE BODY SHOP 美體小舖

引領全球綠色保養趨勢的 THE BODY SHOP 美體小舖，崇尚自然、以天然原料製造化妝品和護膚保養品，並採取簡單包裝來落實環保，35 年來總回收量已超過 3,000 座 101 大樓，奠定綠色環保美妝品牌先驅的地位。

美體小舖致力實踐品牌五大理念，包含反對動物實驗、支持社區公平交易、喚醒自覺意識、捍衛人權與保護地球，也堅持購買天然嚴選原料製作產品與包裝、打造全球首支不使用動物麝香製作的美妝保養品牌，近期更積極從配方中著手、逐步剔除產品中的動物成分，期望達到 100%純素目標，引領消費者追求美麗、也實踐環保永續。

為了讓綠色美妝品牌影響力深入人心，THE BODY SHOP 美體小舖將回收的美妝空瓶重新設計成為托特包、摺疊傘、筆記本等，也將玻璃瓶回收製作玻璃酒杯，持續循環利用，近期在台中最新百貨商場

「LaLaport」，美體小舖打造全台第一間全新永續環保概念店，落實保護地球的初衷，除了採用 FSC 認證永續建材外，還運用再生木材、再循環塑膠及金屬，高達 90%的再生素材建構而成，充分展現永續思維。

長期深耕永續的美體小舖也承諾持續投入綠色行動，讓保養不只有成效，同時實現合乎道德、純素主義的精神，讓所有的消費者都能成為一位「CHANGE MAKER」，使每一筆消費都能帶動永續、發揮綠色影響力。



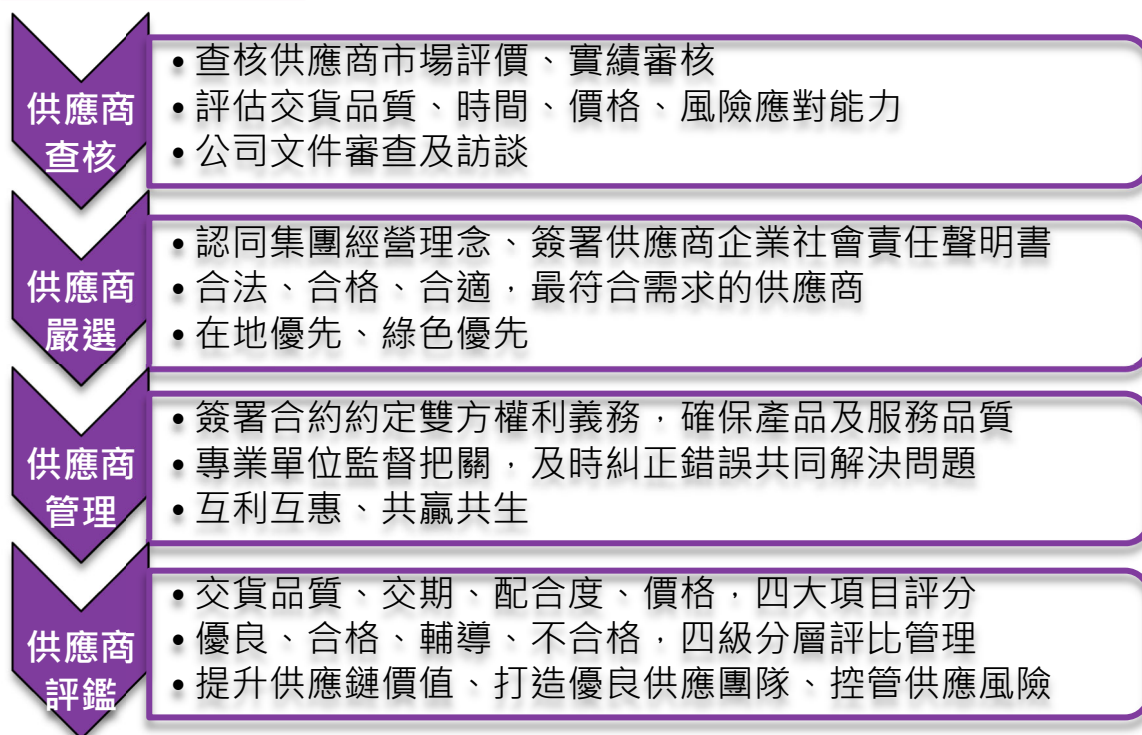
2-4-2 供應鏈管理

供應商管理一直是本集團營運中極為重要的一環，透過完善的管理制度，我們能有效降低採購成本、提升交貨品質、強化團隊服務能力，並確保提供嚴選優良商品。訂定「誠信經營守則」、「道德行為準則」，要求經營團隊及全體員工在各項服務與商業行為中，明確遵循誠信經營政策，拒絕任何形式的不正當利益。

鑫傳落實供應商盡職管理，透過公正評比與良性競爭與供應商相互監督、共同成長，我們定期與供應商進行訪談，並要求簽署「供應商企業社會責任聲明書」，以確保合作夥伴遵循誠信與道德經營，維護員工人權，預防職業災害，促進永續發展。

本集團密切關注全球氣候變遷，積極推動綠色採購與環保產品結合，要求供應商在生產與供應過程中重視環境衝擊，落實環境保護，過供應商管理制度與廠商評鑑辦法，我們持續推動環境友善的供應鏈，減輕企業營運對環境的負面影響，並共同實踐永續經營的核心價值。

● 供應商管理作為



鑫傳亦於官網的利害關係人專區亦設置檢舉管道與聯絡窗口，並於2025年度主動寄發「道德誠信函」予 123 家客戶與供應商，落實員工道德行為稽查。截至2025年12月31日，收到之檢舉件數為零，展現本集團秉持誠信正直、零容忍的決心。

● 供應商職業安全管理

本集團秉持「尊重生命、安全職場、追求零災害」的職業安全衛生政策，嚴格篩選合格供應商，確保供貨來源與品質，避免因產品不良影響公司營運。我們制定「供應商管理作業」、「廠商評鑑辦法」、「銷貨廠商評鑑辦法」等內部規範，並依照作業辦法定期檢視與稽核，確保供應商遵循誠信經營與合規要求。

在要求供應商在供貨或工程承攬過程中，提供勞工健康與安全的工作環境，並遵守國內職業安全衛生法規、環保法規及主管機關相關規定。透過廠商評選機制，供應商需落實以下措施：

- 訂定完整應變方案與緊急處理程序
- 管理職業傷害與疾病，控制危險源
- 評估特殊體力要求工作對勞工的影響
- 對機器設備進行危險性評估
- 提供適當且保養良好的個人防護裝備
- 定期為勞工提供職業健康與安全訓練

這些皆為本集團在選擇供應商時的重要指標，確保合作夥伴能共同維護勞工權益，並提升社會責任實踐。

在供應商管理上秉持嚴格的道德標準，堅決反對任何形式的童工及強迫勞動。我們在供應商評選與審查過程中，明確要求合作夥伴不得涉及此類違規行為，並透過制度化的管理機制確保供應鏈合規。2025年度，共有**26家新增供應商**簽署「供應商企業社會責任聲明書」，承諾遵守人權保障與誠信經營原則。

供應商企業社會責任聲明書

立書人_____ (下稱本公司) 為鑫傳國際多媒體科技股份有限公司(含關係企業，以下簡稱「鑫傳」)之合作廠商或供應商，為善盡企業社會責任、推動環境永續發展及維護基本人權，立書人承諾自簽署本聲明書日起，瞭解並承諾遵守如下：

第一條 企業道德

- 一、本公司應本著誠信、道德方式經營相關業務，所屬員工應迴避工作中不正當之利益衝突，包含賄賂、佣金、饋贈、造假等各種違反商業誠信行為。
- 二、本公司因業務上之需要獲知機密資訊時，應妥善保護、保密並合法適當使用，避免公司、客戶、個人資訊等隱私權洩漏而受到損害。
- 三、本公司承諾遵守智慧財產權及相關法律規定。

第二條 員工權益與關懷

- 一、本公司應維護所屬員工人權，並以誠信相待，不得使用強迫或非自願性的勞務，並禁用童工。
- 二、本公司承諾薪資政策應符合當地法律規定，員工薪資不得低於基本工資，並享有法定福利、合理休息時間及加班費。
- 三、本公司應提供具有人道待遇之工作場所，避免員工受到肢體或語言騷擾、辱罵、體罰、心理或生理強迫、威脅等行為。
- 四、本公司應提供員工安全與健康的工作場所，並遵守當地勞工安全衛生相關法規，降低工作環境中的危險與潛在危害因素，預防職業災害發生。
- 五、本公司員工雇用、升遷、訓練、獎勵對象，不得因種族、國籍、膚色、性別、宗教、年齡、健康狀況、政治意見、婚姻狀態、懷孕等因素而有所歧視。
- 六、本公司尊重員工權利，包括依據當地法律自由結社、尋求代表資格及參加勞工委員會。

第三條 環境保護

- 一、本公司執行業務時所使用相關物料，採保護自然資源為原則，在符合產品品質要求下，優先採購回收利用或重複使用物料，以減少對環境造成負面影響，並避免使用危害環境物質。
- 二、對於可能釋放到環境中造成危害物料，本公司先加以辨識與管理，並於製程、儲存、廢棄物處理等過程中，對環境賦予保護與管理之責。

第四條 違約責任

本承諾書適用於本公司與鑫傳間之供應關係並為供應契約之一部；本公司如有違反上述規範，願立即改善補正，鑫傳並得請求損害賠償及解除或終止契約。

此致

鑫傳國際多媒體科技股份有限公司

本立書人已充分瞭解並同意遵守上述內容。	
廠商名稱：	中華民國 年 月 日
代表人：	
統一編號：	
地 址：	

鑫傳集團「供應商企業社會責任聲明書」 格式

一旦發現供應商存在違反人權或勞動規範的情事，將立即採取措施，包括終止合作關係，以維護勞工權益與社會責任。我們致力於建立一個安全、健康且符合道德標準的供應鏈，確保所有合作夥伴能共同推動社會永續。為保障勞工基本人權，落實「零童工、零強迫勞動」的核心原則，透過簽署聲明書確保供應商在營運過程中尊重人權，並以誠信、道德方式經營，打造永續且負責任的供應鏈。

2-4-3 公協會參與

鑫傳秉持推動產業共好與強化企業社會責任之精神，持續參與與公司業務及永續發展相關之公協會組織。透過積極參與公協會活動及產業平台交流，與同業、專家學者共享產業知識、掌握最新政策動態與國際趨勢，並就技術、內容製作、法規及治理等議題進行實務經驗交流，共同提升產業整體競爭力與永續水準，透過持續參與公協會組織，本公司除強化自身治理與風險應對能力外，也致力於在媒體與影視產業中發揮影響力，協助推動社會共榮與永續發展。

公司別	參與公(協)會	參與身份
鑫傳	中華民國衛星廣播電視事業商業同業公會	會員
鑫傳	中華影視傳播製作事業協會	會員
鑫傳	財團法人臺灣更生保護會南投分會	常務會員
鑫傳	中華民國國際經濟合作協會	會員





3 編織永續報導

3-1 永續報導內容之責任

3-2 永續媒體報導正直性



3-1 永續報導內容之責任

鑫傳集團作為資訊傳播的關鍵管道，對社會輿論、公共政策及大眾認知有深遠影響。因此在報導內容時，應承擔高度的責任性，確保資訊的真實性、公正性、完整性與社會影響力，以避免誤導公眾或造成不必要的恐慌與誤解。

3-1-1 報導內容之責任

本集團為維護新聞倫理並善盡媒體社會責任，設置「節目諮詢委員會」，作為內容自律與監督機制。相關章程訂定及委員異動，均依法向主管機關備查，並依據相關法規辦理新聞製播作業，確保報導內容符合真實、客觀及公正原則。

在內容播出前，均依內部審核流程進行評估，以降低對閱聽人身心影響之風險。此外，委員會每季至少召開一次會議，會議紀錄並公開於官方網站，以落實資訊透明與外部監督。

「節目諮詢委員會」透過多元專業組成與制度化運作，強化內容審議、公眾監督及風險控管機制，其運作規範如下：

1. 設置委員五至七名，包含內部委員與外部人士擔任之，外部委員人數應逾二分之一，聘任外部委員應具備性別平等、兒少權益、身心障礙、新聞製播或節目製作等相關領域之專長。內部委員由新聞品管內控專職人員或主管，具備判斷新聞爭議且有權責處理新聞正確與平衡，管控新聞編播流程之資深新聞人員擔任。
2. 委員會會議之召開，原則上每季至少召開一次，應有外部委員占出席委員二分之一，始得開會。但遇有新聞事件個案狀況引發重大爭議時，或新聞自律相關緊急事項，應於事件發生起算五天內召開臨時會議。前項臨時會議之召開，得由委員提請召集人召開會議，對於委員要求召開之會議，召集人非有正當理由，不得拒絕。本委員會會議召開時，並得邀請新聞、節目主管及其相關業務同仁，以及法務人員列席報告或答覆詢問。

3. 本委員會任務與委員職權包括：

- (1) 倫理 / 自律與製播規範之修訂，包含各項倫理 / 自律與製播規範條文、製播規範應含新聞報導編採準則，以及新聞談話性節目製播原則。
- (2) 針對製播內容違反倫理 / 自律規範之情事加以調查，頻道節目主管應配合提供相關資訊。
- (3) 針對違反倫理 / 自律規範事件之審議及後續改善之建議。
- (4) 監督及審議民眾對於頻道申訴及抱怨、以及利害關係人利益遭受侵犯時之保護和救濟處理情形。
- (5) 審核有關新聞製播倫理 / 自律事項之年度教育訓練計畫，並可建議其訓練內容。
- (6) 針對製播內容及倫理 / 自律規範事項，各成員得自主提案，不限於頻道節目主管訂定之討論案由。

4. 觀眾服務與申訴應如實登載客訴資料、即時處理原則並提供多元申訴管道，且重大事項應向內部自律組織報告其受理及執行情形。

●節目諮詢委員會組織成員

本公司「節目諮詢委員會」組織成員外部委員 5 位、內部委員 2 位

姓名	內 / 外部委員	專長
葉美玲	外部委員	兒少、性平、新住民及弱勢族群關懷等議題
鄭景隆	外部委員	新聞傳播、法學、兒少、性平、新住民及弱勢族群關懷等議題
李明穎	外部委員	媒體素養、新聞編採、媒體分析、文化研究、政治傳播、網路閱聽人與社群分析、新聞傳播
張建人	外部委員	媒體與科技、傳播與文化、攝影、電影與錄像研究、視覺文化與視覺研究、文

姓名	內 / 外部委員	專長
		化創意設計、新聞傳播
李佳懷	外部委員	影視概論、腳本與分鏡、故事設計、動態攝影、攝錄影實務、數位後製剪輯、商業影片製作
王盛春	內部委員	新聞傳播及節目製作專業
周旭毅	內部委員	新聞傳播及節目製作專業

●2025 年度節目諮詢委員會運作情形

會議時間	會議議題	出席人數
2025 / 03 / 24	新聞及節目製作規範相關、專業教育訓練課程討論	12
2025 / 06 / 23	新聞及節目製作規範相關(含選舉期間注意事項)、性別平等教育訓練課程討論	12
2025 / 09 / 26	新聞及節目製作規範相關	13
2025 / 12 / 23	廣告規範事宜、教育訓練多元規劃課程建議及討論	12

●2025 年度教育訓練情形

日期	課程名稱	主要授課對象	上課地點	參訓人數
2025 / 2 / 12	聲名大噪或是惹禍上身？論當代自媒體網紅的正負面效應	全體員工	台中 / 視訊	55
2025 / 04 / 15	既然有 AI 自動化新聞了，我們還需要記者嗎？	記者、編輯	台中 / 視訊	48

日期	課程名稱	主要授課對象	上課地點	參訓人數
2025 / 05 / 23	了解消除對婦女一切形式歧視公約 (CEDAW)	全體員工	台中 / 視訊	75
2025 / 07 / 23	「媒體素養」議題：如何讓學生關掉「垃圾新聞」，打開國際時事？	全體員工	台中 / 視訊	47
2025 / 10 / 27	社群媒體謬論盛行 媒體人該如何有所警惕	編輯、記者	台中 / 視訊	50
2025 / 11 / 24	數位性別暴力及兒少保護	全體員工	台中 / 視訊	92

● 報導內容之要求及相關法規

法規名稱	與本集團有關之規範	公司避免違反之因應措施
兒童及少年福利與權益保障法	第 44 條~第 46-1 條、第 69 條	1. 定期追蹤並更新最新法規，布達予公司各同仁，使其知曉最新法規訊息。
兒童及少年性剝削防制條例	第 14 條	
少年事件處理法	第 83 條、第 83-1 條	
廣播電視法	全	2. 不定期舉辦各法規教育訓練，培養同仁新聞相關法規專業素養。
有線廣播電視法	全	
衛星廣播電視法	全	
性騷擾防治法	第 10 條	3. 要求各同仁報導新聞務必遵守公司內規以及新聞報導內部流程。
身心障礙者權益保障法	第 74 條	
民法	第 18 條、第 19 條、第 184 條、第 195 條	
		4. 不定期培訓，提升

法規名稱	與本集團有關之規範	公司避免違反之因應措施
中華民國刑法	第 309 條~第 314 條、第 315 條~第 315-3 條、第 317 條、第 318-1 條~第 319 條、第 319-1 條~第 319-6 條、第 339-4 條、第 342 條	新聞專業素養。 5. 舉辦個資教育訓練，提升同仁個資保護意識。 6. 配合主管機關來函指示，並與其保持密切關聯。 7. 要求同仁於播報新聞時務必謹守客觀、獨立之原則，追求真實與公益。
著作權法	全	
個人資料保護法	全	
犯罪被害人權益保障法	第 31 條~第 33 條	
家庭暴力防治法	第 50-1 條	

● 2025 年法規違反情事及後續處理說明

2025 年本集團製播之新聞、節目無受到主管機關之裁罰，亦未有違反上述相關法規之情事。

違反之法規名	罰款金額	事件說明	後續處理
-	0	-	-

3-2 永續媒體報導正直性

重大主題：媒體報導正直性

●政策與承諾

鑫傳集團致力於維護媒體報導之專業性與公信力，建立以事實查證、編採紀律與倫理規範為核心之內容治理機制，並透過制度化流程確保新聞報導符合準確、公正與透明原則。相關政策與承諾如下：

- i. 準確性與可靠性：所有報導均須基於經查證之事實與可信賴之資訊來源，落實多重查核機制，避免誇大、片面或錯誤資訊，以確保新聞內容之真實性與可信度。
- ii. 公正性與客觀性：於新聞報導中維持中立立場，避免偏頗或預設立場，並適當呈現多元觀點，使閱聽人得以全面理解事件脈絡。
- iii. 透明性：於適當範圍內揭露資訊來源與數據依據，並對可能涉及之利益關係進行揭露，以提升報導透明度與社會信任。
- iii. 道德規範與誠信原則：遵循新聞專業倫理與相關法規，強化從業人員職業操守，嚴禁不當利益介入報導內容，確保新聞獨立性。

評估機制	未來 1 年 目標	未來 3-5 年 目標	未來 5 年以上 目標
客觀報導：媒透過編審流程與新聞內控機制，確保記者於報導中維持中立立場，避免主觀詮釋影響事實呈現，並強化內容平衡性 內部控制和內容	教育訓練：每年至少辦理 2 場次以上傳播倫理及媒體法規相關教育訓練，提升從業人員專業知能 提升報導客觀性：持續強化記者對中立與平衡報導	媒體素養普及：每年至少辦理 3 場次以上對外媒體素養推廣活動（如校園或社區講座），促進公眾正確解讀媒體資訊之能力 強化內容查核流	建立假訊息因應措施：發展系統化辨識與應對機制，以降低假訊息對新聞公信力及社會之影響 優化跨平台報導監理機制：因應數位媒體及

評估機制	未來 1 年 目標	未來 3-5 年 目標	未來 5 年以上 目標
審議及自律管理制度：結合節目諮詢委員會，定期檢視新聞內容及申訴案件，確保報導符合專業倫理與法規要求	之認知，降低主觀偏誤風險 精進內控與自律機制 ：透過制度與內部稽核，監督製播品質，確保符合專業倫理與公司規範	程：優化新聞查證與審稿機制，深化「守門人」制度，提升內容品質控管能力	多元發布平台發展，持續調整報導審查與監測流程，確保平台內容均符合準確性與倫理標準

●主責單位

- i. 節目與新聞製作事業
- ii. 法務

●特定行動

- i. 提供觀眾申訴管道。
- ii. 對於侵害觀眾權益之爭議事件提出調查報告並提出合適的建議。
- iii. 定期進行新聞倫理與傳播法規之教育訓練。
- iv. 確實執行新聞倫理道德簽署書內容，端正新聞從業人員風氣。

●負面衝擊預防措施或補救程序

- i. 事件預防：
 - (1) 事實查證與公平報導：確保報導的準確性，避免錯誤或偏見，並進行平衡報導。
 - (2) 利用外部專家評估：請求專家評估報導的影響，特別是涉及敏感議題的報導；外部專家可以提供客觀意見，幫助媒體改進報導。

(3)透明度和自律：透明地揭示其報導的來源、方法和立場；提供被報導人或相關方發表反駁的機會。

補救程序：

(1)評估衝擊程度：評估新聞事件對於報導正直性之影響程度，並進行修正。

(2)排序衝擊程度：輕度進行新聞修正處理、中度進行新聞修正並刊登更正聲明、重度進行新聞修正、刊登更正聲明並進行相關人員懲處。

(3)避免重蹈覆轍：定期評估負面事件的發生率，並在永續報告書中揭露管理方針。

●2025 年度執行成效

2025 年度目標	達成情形
教育訓練強化	每年至少辦理 2 場次以上傳播倫理及媒體法規相關教育訓練，以提升從業人員專業知能，2025 年度共辦理媒體倫理、法規遵循及內容治理相關教育訓練課程計 7 項（詳見本章節教育訓練內容），已達成並優於年度目標
提升報導客觀性	持續強化記者中立與不偏不倚之報導原則，確保新聞內容符合事實並兼顧多元觀點，2025 年度未發生因報導不中立、偏離事實或違反新聞倫理而遭主管機關裁罰之情事，亦無重大相關申訴案件，顯示報導品質及客觀性維持穩定
精進內部控制與自律機制	透過編審制度與內部管理機制，持續監督與評估報導品質，確保符合專業倫理與相關規範，持續依內部編審流程及自律機制運作，並透過節目諮詢委員會定期檢視報導內容與申訴案件，2025 年度運作情形正常，未發生重大缺失

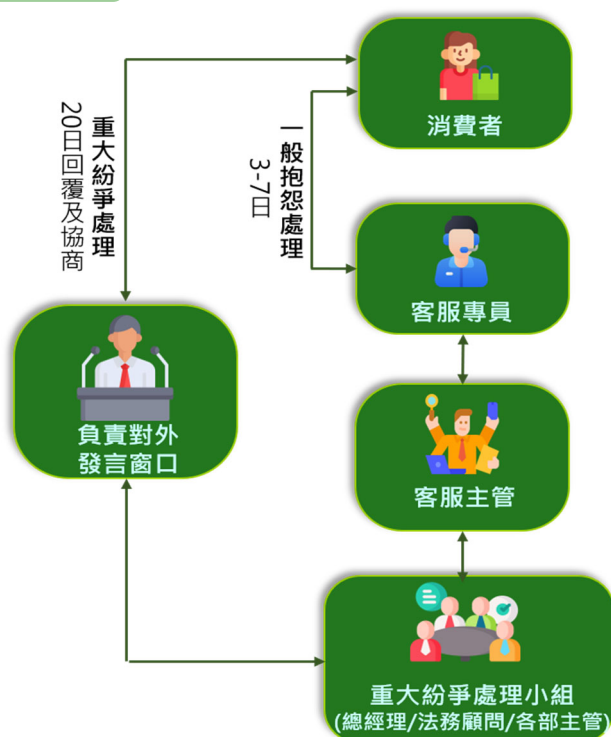
3-2-1 媒體報導正直性

電視媒體肩負傳遞正確資訊與守護公共利益之責，若未善盡事實查證義務，除無法有效發揮監督與揭露真相之功能，亦可能成為不實資訊之擴散管道，進而影響社會信任與媒體公信力。本公司於新聞製播過程中，嚴格遵循事實查證原則與編審機制，確保報導內容符合公正、客觀與平衡原則，避免偏頗或誤導性資訊對社會造成負面影響。

在政府監理與媒體自律機制相互配合下，事實查核與公平報導已逐步成為新聞製播之基本要求。本公司持續強化內容治理機制，結合內部審核流程與外部監督機制，致力於建立兼具專業性與可信度之媒體環境，並促進媒體、政府與公民社會之良性互動，以推動媒體產業之永續發展。

此外，鑫傳集團亦高度重視誠信經營與風險管理，持續防範賄賂、舞弊及其他不當行為。2025 年度，所有營運據點皆已納入貪腐風險評估範圍，並透過制度化管理與內部控制機制，強化風險辨識、預防及應對能力，以落實良好公司治理與企業誠信文化。

● 觀眾申訴機制及流程



● 2025 年度申訴之處理情形

申訴案件	事件說明	後續處理
0	-	-

● 2025 年度教育訓練情形

日期	課程名稱	主要授課對象	上課地點	參訓人數
2025 / 01 / 21	LINE LAP 廣告投放教育訓練	企劃、廣告	台中 / 視訊	5
2025 / 2 / 12	聲名大噪或是惹禍上身？論當代自媒體網紅的正負面效應	全體員工	台中 / 視訊	55
2025 / 03 / 26	「電視節目廣告區隔與置入性行銷及贊助管理辦法」宣導及案例討論	編輯、廣告	台中 / 視訊	19
2025 / 04 / 22	避免發生圖片侵權	編輯	台中 / 視訊	2
2025 / 05 / 26	114 年度 ISMS 及個資認知宣導	全體員工	台中 / 視訊	107
2025 / 08 / 22	著作權與資料支配權在 AI 時代的重新定價	法務、編輯	台中 / 視訊	3
2025 / 10 / 02	道德誠信相關規範宣導	全體員工	台中 / 視訊	19

● 報導內容之要求及相關法規

請參閱 2-1-2 法規遵循與誠信經營。

● 2025 年度法規違反情事及後續處理說明

請參閱 2-1-2 法規遵循與誠信經營，且本集團於報導期間無鑑別出貪腐事件。

3-2-2 取自政府之財務補助

2025 年度鑫傳集團取得公部門之財務補助項目如下，一共 3 件，補助金額共 439,000 元。

公司別	補助月份	補助金額(元)	項目
鑫傳	2025 / 07	63,000	2025 年 7 月 9 日至 16 日隨部長出訪巴拉圭
鑫祺	2025 / 11	341,200	台南市政府-電視 360 宅家實境旅遊計畫第二期補助款
鑫傳	2025 / 12	34,800	勞動部-職業安全臨場健康服務經費補助

3-2-3 媒體報導品質管理

本公司擁有新聞節目相關頻道，制定新聞自律規範，透過內部同仁對新聞編採製播的自律，搭配內容編審小組機制，維護新聞專業。本集團遵行現行法規，包括：《廣電三法》、《著作權法》、《兒童及少年福利與權益保障法》、《性別平等法》等，並自訂《新聞自律暨編採製播守則》、《網路電視新聞自律規範》，提供閱聽大眾正確可信的新聞內容。

新聞媒體事業部設有新聞採訪內容三階段的審查流程：

新聞報導審查 準則及原則	新聞採訪內 容三級三審	符合規範 / 播出
● 廣電三法新聞編採守則 ● 著作權法 ● 兒童及少年	● 不合格 ● 不報導 ● 再次查證	審查重點： ● 基於新聞事實報導新聞，絕不容許造假，採訪內容也不得扭曲受訪者的原意

新聞報導審查 準則及原則	新聞採訪內 容三級三審	符合規範 / 播出
福利與權益 保障法 ● 性別平等法 ● 新聞自律暨 編採製播守 則 ● 網路電視新 聞自律規範		● 記者對於來源不明的新聞資料，在真相未明，未查證前，不得擅自發稿，並應主動向主管隨時報告進度 ● 採訪主管對於記者發稿，發現內容來源不明或與事實違背，必須拒絕發稿，並追查原因；編務主管發現證據不足或資料來源不明，須拒絕播出，並向上級主管報告 ● 記者須主動向主管說明新聞查證過程，不得有任何隱瞞 ● 新聞播報前需經查證屬實，並訪問事件當事人，力求平衡報導 ● 記者於新聞播報後，不論主動發現或當事人投訴新聞內容有誤，皆需主動通報主管，並立即更正



4 營造友善職場

4-1 人力資源與聘用情形

4-2 教育訓練與人才培育

4-3 員工福利與權益

4-4 職業安全與衛生

4-5 尊重人權



4-1 人力資源與聘用情形

4-1-1 人才招募

「人才」為企業永續發展之基石，透過求職平台、社群媒體、善用多元徵才管道，並且鼓勵離職員工回任，以具體行動及創新招募方法，培育人才提升國際化的軟硬實力。各單位依據編制人數即時補充所需人力，透過主管面談初步了解相關學經歷，遴選出優秀適任之人才，也更可利用內部人員轉調，適時補足集團所亟需之人力，並間接透過職務轉換多方學習，適才適所才是努力方向，讓同仁得以在合適的職位有所發揮，本集團積極延攬不同類型的人才，經由充分的訓練資源和接地氣的企業文化，協助同仁都能在工作中找到歸屬感及自我價值，並願意共同締造未來榮景，持之以恆的進步才能持續向前邁進。

4-1-2 員工結構

●2025 年度人力結構統計

本集團以當地員工為優先聘雇對象，全體員工均為台灣籍，且確實遵循政府主管機關勞動相關法令規範，且從未雇用童工、強迫勞動。截至 2025 年 12 月 31 日，總員工人數為 297 人(全職 265 人、計時 32 人)，員工平均年齡為 40.73 歲；學歷分佈則以大學為主，佔比達 71.38%，公司重視多元化與職場包容，員工招募、薪酬及福利不因性別、年齡、國籍、種族、宗教、職務等不同而有所差異，男女員工比例約為 1：3.18，另 2025 年共 4 人為非員工的工作者執行顧問或一次性作業，以 2025 年 12 月 31 日實際人數計算，無任何推估數據。

2025 年	區間	30 歲以下	31-50 歲	51 歲以上
性別	男	10	45	16
	女	43	145	38
職級	經理以上	0	7	6
	一般員工	53	183	48

註：上述資訊以2025年12月31日在職人數為基準。

治理單位							治理單位 總人數
男			女			小計	
30 歲 以下	31-50 歲	51 歲 以上	30 歲 以下	31-50 歲	51 歲 以上		
0	1	4	0	1	3		

註：上述資訊以2025年12月31日在職之董事會人數為基準。

鑫傳集團 2025 年員工概況					
類別	組別	男	女	台灣地區	合計
勞雇 合約	永久聘雇員工 (不定期契約勞工)	71	226	297	297
	臨時員工 (定期契約勞工)	0	0	0	0
	無時數保證的員工 (零工經濟者)	0	0	0	0
勞雇 類型	全職 (或稱全時勞工)	69	196	265	265
	兼職 (或稱部分工時勞工)	2	30	32	32
合計		71	226	297	297

註1：人數統計係以2025年12月31日在職員工人數計算。

註2：本集團營運據點皆位於台灣，員工之工作地點100%位於台灣。

經理級以上								
2025 年	男				女			
	碩士以上	大學專科	高中職以下	小計	碩士以上	大學專科	高中職以下	小計
鑫傳	1	3	0	4	2	3	0	5
鑫隆	0	0	0	0	0	0	0	0
鑫祺	0	0	0	0	0	1	0	1
人誠	1	0	0	1	0	0	0	0
美雅	0	1	0	1	0	1	0	1
合計	2	4	0	6	2	5	0	7
百分比				2.0%				2.4%
一般員工								
2025 年	男				女			
	碩士以上	大學專科	高中職以下	小計	碩士以上	大學專科	高中職以下	小計
鑫傳	2	27	2	31	5	43	4	52
鑫隆	1	0	0	1	0	2	1	3
鑫祺	0	3	2	5	0	9	1	10
人誠	1	2	0	3	0	5	0	5
美雅	0	17	8	25	1	95	53	149
合計	4	49	12	65	6	154	59	219
百分比				21.9%				73.7%
2025 年 總人數								
公司別	鑫傳	鑫隆	鑫祺	人誠	美雅	百分比		
合計總人數	92	4	16	9	176	100%		

註：上述資訊以2025年12月31日在職人數為基準。

●新進與離職人員

透過訪談與反饋的寶貴意見，提供個別化的建議，漸進式調整成符合員工所期盼的環境，不僅能提升在職同仁的歸屬感、認同感，也能促進人才培育及集團的永續發展。

本年度新進 / 離職率：

新進員工		2025 年	
		總數	比例
性別	男性	6	2.02%
	女性	64	21.55%
年齡	30 歲(含)以下	26	8.75%
	31-50 歲	34	11.45%
	51 歲(含)以上	10	3.37%
2025 / 12 / 31 人數		70	23.57%

離職員工		2025 年	
		總數	比例
性別	男性	25	8.42%
	女性	69	23.23%
年齡	30 歲(含)以下	38	12.79%
	31-50 歲	44	14.81%
	51 歲(含)以上	12	4.04%
2025 / 12 / 31 人數		94	31.65%

註1：全部員工皆為台灣籍。

註2：該年齡組男(女)性員工新進率 = 2025年該年齡組新進男(女)性人數 / 2025年12月31日在職員工總人數。

註3：該年齡組男(女)性員工離職率 = 2025年該年齡組離職男(女)性人數 / 2025年12月31日在職員工總人數。

4-2 教育訓練與人才培育

教育訓練與人才培育主要目的是提高員工的能力和素質，以滿足集團的人才需求，促進員工的職業發展，以提高的競爭力和績效。透過教育訓練與人才培育，集團能夠提高員工的工作技能、知識水平和管理能力，提高員工的工作效率和工作品質，增強競爭力和創新能力，並為集團的長期發展奠定基礎。此外，集團也能因此滿足員工的職業發展需求，提高員工的工作滿意度和忠誠度，降低人才流失率，進而保障集團的穩定運作。故教育訓練與人才培育是本集團管理人才資源的重要方面之一。

重大主題：人力資源發展

建置豐富完整教育訓練體系，鼓勵員工持續進修專業知識與跨領域學習，培養多方位職能促進個人和團隊的績效提升，培訓之餘不定期人才輪調，以確保員工具備足夠的專業技能與靈活性，應對不斷變化的業務需求與公司的策略方向演進，並重視員工自身的職涯目標，關注其感受及工作體驗，利於強化公司競爭力，也有更高的留任意願。

●政策與承諾

評估機制	未來 1 年 目標	未來 3-5 年 目標	未來 5 年 以上目標
教育訓練時數 (每季)	教育訓練時數每人 2 小時	教育訓練時數每人 3 小時	教育訓練時數每人 4 小時
跨部門轉調 人員適應程度	協助跨部門轉調人員適應程度	跨部門轉調人員適應程度，致減少離職率	跨部門轉調人員適應程度，致離職率降低
定期檢視證照 回訓情形	證照回訓完成率 90%	證照回訓完成率 95%	證照回訓完成率 98%
公司加薪與 升遷頻率	公司加薪與升遷人數達 3%	公司加薪與升遷人數達 4%	公司加薪與升遷人數達 5%

●主責單位

人力資源部

●特定行動

- i. 透過各種形式的培訓，包括內部培訓、外部培訓、線上培訓、專業課程等，提高員工的技能、知識水平和職業素質，幫助員工適應新的工作環境和職務要求。
 - (1)法令規定應進行課程：會計主管、會計代理人、稽核主管、稽核代理人、公司治理主管、資安專責主管、資安專責人員、勞工安全衛生主管等訓練和回訓課程。
 - (2)各項勞工法令及資訊等專業訓練課程：性平教育、消防安全訓練、個資等課程。
- ii. 透過定期的面談和反饋，向員工提供具體的工作建議和指導，幫助員工解決工作中遇到的問題，並提供個人職業發展建議。
- iii. 將員工調配到不同的部門和職務，讓他們擴展工作經驗和技能，培養跨部門和跨職能的綜合能力。
- iv. 指派員工參與重要的專案，通過實戰經驗，提高員工的技能和素質，促進員工的個人職業發展。
- v. 安排員工到其他公司或機構進行學習和交流，讓他們接觸到不同的企業文化和工作環境，拓展視野和知識面，提高工作效率和競爭力。

●負面衝擊預防措施或補救程序

初期分析每位員工的專業興趣和潛在發展方向，提供相應的培訓課程，找到最適合自己的職位，有效發揮所屬角色並實踐自我價值，達成員工與公司績效的同步增長。另搭配績效考核和職涯發展管理，加上適當優化其獎勵及福利政策，依據「考取專業證照獎勵及補助辦法」，分級羅列各項種類及適用職務，取得公司認可之證照檢定者，獎助新台幣五

千至一萬元不等，盡可能識別與培養關鍵人才，不僅能擴充內部人才庫，更能從中挑選、尋找核心人才，使公司能夠積極應對當前挑戰，並建立強大的領導團隊，為未來發展奠定穩固基礎，長遠而言必將有助於鞏固人才基礎、使員工能更有效率的支持公司達成營運目標，進而創造良好的永續經營條件。

●內部教育訓練課程類別、主題與內容

包括職業技能培訓、專業知識學習、管理技能培養、領導力發展、團隊合作能力提升等方面。根據員工的實際情況和職業發展需求，制定相應的培訓計畫和發展方案，為員工提供適當的培訓和發展機會。

●本年度教育訓練情形

平均訓練時數		2025 年
性別	男性(小時)	760.00
	女性(小時)	2,390.00
職級	經理以上(小時)	88.50
	一般員工(小時)	3,061.50
2025 / 12 / 31 人數(人)		297 (人)
總訓練時數(小時)		3,150.00
平均訓練時數(小時)		10.61

註1：每名男(女)性員工接受訓練的平均時數 = 男(女)性員工接受訓練的總時數 / 2025年12月31日男(女)性員工總數。

註2：經理級以上(一般員工)接受訓練的平均時數 = 經理級以上(一般員工)接受訓練的總時數 / 2025年12月31日經理級以上(一般員工)員工總數。

註3：合計平均訓練時數=所有員工接受訓練的總時數 / 2025年12月31日該所有員工總數。

註4：教育訓練時數資料來源自本集團企業資訊入口網站之工作日誌時數。

重大主題：人才吸引與留任

●政策與承諾

評估機制	未來 1 年 目標	未來 3-5 年 目標	未來 5 年 以上目標
擬定人員編制 並定期檢視	擬定人員編制並定期檢視	持續優化人員編制檢視機制。配合業務擴張調整關鍵職缺配置，優化人力結構	建構完善的人力資源發展與編制規劃。確保組織健全，降低關鍵職能流失風險
定期檢討薪工架構，提供具競爭力的報酬	定期檢討薪工架構表，提供具競爭力的報酬	持續健全多元化薪酬激勵機制，優化公平透明的獎酬體系，提升員工留任願意	打造全方位幸福職場報酬藍圖，建立具優勢的薪酬策略，實現勞資共榮
每月員工離職率	每月員工離職率低於 15%	每月員工離職率低於 12%	每月員工離職率低於 10%
關鍵人才留任率	關鍵人才留任率達 70%	關鍵人才留任率達 75%	關鍵人才留任率達 80%
女性主管比例	女性主管比例超過 15%	女性主管比例超過 18%	女性主管比例超過 20%

註：主管定義-為主任以上之員工。

●主責單位

人力資源部

●特定行動

- i. 新進員工進行基礎訓練，使能夠快速適應集團文化和工作環境，讓員工更了解集團規定及自身權益，課程內容包括集團簡介、文化、組

織、人事規章、考勤制度、員工福利、勞工安全衛生、資訊安全訓練等，提供新人隨時提問、討論、彼此交流並凝聚向心力。

ii. 本集團訂有「考取專業證照獎勵及補助辦法」，鼓勵員工進修考照，提升員工專業技能。

iii. 獎勵措施：

(1) 訂有 BSC 平衡計分卡獎金辦法，通過鼓勵員工實現集團的年度目標和 KPI。

(2) 以及提撥盈餘之 1% ~ 5% 作為員工酬勞。

(3) 每月薪資內提撥固定金額至信託基金購買公司股票，公司提撥同等金額予以鼓勵。

(4) 基於市場薪資水準及公司營運狀況，不定期進行薪酬調整。

● 負面衝擊預防措施或補救程序

i. 制度與公平保障：透過制度化之職務說明、薪酬結構與考績制度，嚴格遵守《勞動基準法》及相關法規，所有招募、任用、考核與晉升均以職務需求、績效表現、能力經驗為依據，不因性別、年齡、族群、國籍、宗教或政治信仰等因素差別對待。

ii. 人才發展與職涯支持：設有新進員工基礎訓練、在職進修補助、專業證照獎勵等制度，提升員工適應力與專業能力，減少因職能落差或職場適應問題導致之離職風險。

iii. 獎酬與誘因機制：設有 BSC 平衡計分卡獎金制度、盈餘分紅、員工持股信託、彈性薪資調整等，激勵員工共同成長，進而穩定人力資源結構。

iv. 申訴與回饋管道：提供申訴信箱、定期員工意見調查機制，掌握員工真實聲音，及早發現並處理職場潛在風險，維護職場公平與尊重。

●2025 年度執行成效

2025 年度目標	達成情形
擬定人員編制並定期檢視	每年重新規劃人員編制，並定期依各公司需求彈性調整，接受考核之員工比例為 100%
定期檢討薪工架構表 提供具競爭力的報酬	定期檢討薪工架構表、並於 2025 年度進行兩度調整
每月員工離職率低於 15%	2025 年度每月離職率皆低於 15%
關鍵人才留任率 70%	2025 年度留任率高於 70%
女性主管比例 15%	2025 年度女性主管比例高於 15%

註：主管定義-為主任以上之員工。

4-2-1 人才培育

員工為公司永續發展重要資產，因此公司訂定招攬策略，由用人單位依據營運需求擬定人力計畫，而後由人資單位統籌全集團人力需求，分析總體預算及人力狀況，在年度預算會議中說明，確認後進行後續的職缺發佈，進行人才的招募任用，完善的人才選 / 用 / 育 / 留制度利於公司長遠的永續發展。

●人才培育計畫

人才培育及發展的方式包括內部培訓、外部培訓、在職學習、項目經驗積累等多個方面。集團會根據員工的培訓需求和實際情況，選擇適當的培訓方式和培訓內容，為員工提供良好的培訓和發展環境，促進員工的職業發展。

●培育政策與管理規範

為落實內部整合策略、強化團隊共識並建立完整制度，重視人才培育與職能發展，特訂定「教育訓練管理辦法」作為各項培訓推動及管理

之依循。透過新人訓練、專業訓練、管理職能課程等多面向機制，結合公司營運目標與個人職涯需求，建立系統化的人才培育機制，持續提升組織競爭力與員工專業素質。

●法定專業訓練落實

為確保各項作業符合主管機關及法規要求，配合相關法令規定，針對特定職務辦理專業教育訓練與定期回訓。實施對象包含財會主管、稽核人員、勞安主管、消防人員、急救人員及其他相關人員，藉此持續提升人員專業知能、法令遵循能力與業務執行品質。

●在職進修與證照補助支援

為支持員工持續進修，訂有「考取專業證照獎勵及補助辦法」，提供教育訓練經費，協助員工取得與工作相關領域的學位及專業證照。凡符合辦法規定之申請案，補助核准率達 100%。藉由經費支持與培育機制，公司積極推動中高階主管及儲備人才發展，確保員工能充分發揮所長並與公司持續共同成長。

●提升員工職能及過渡協助方案

除持續提供在職員工多元學習與發展機會外，對於退休或因組織調整、業務需求等因素終止勞動契約之員工，亦依法給付退休金或資遣費，並提供必要之離職協助與諮詢，以降低轉職或退休過程之衝擊，協助其順利銜接下一階段生涯規劃。

4-2-2 人才激勵

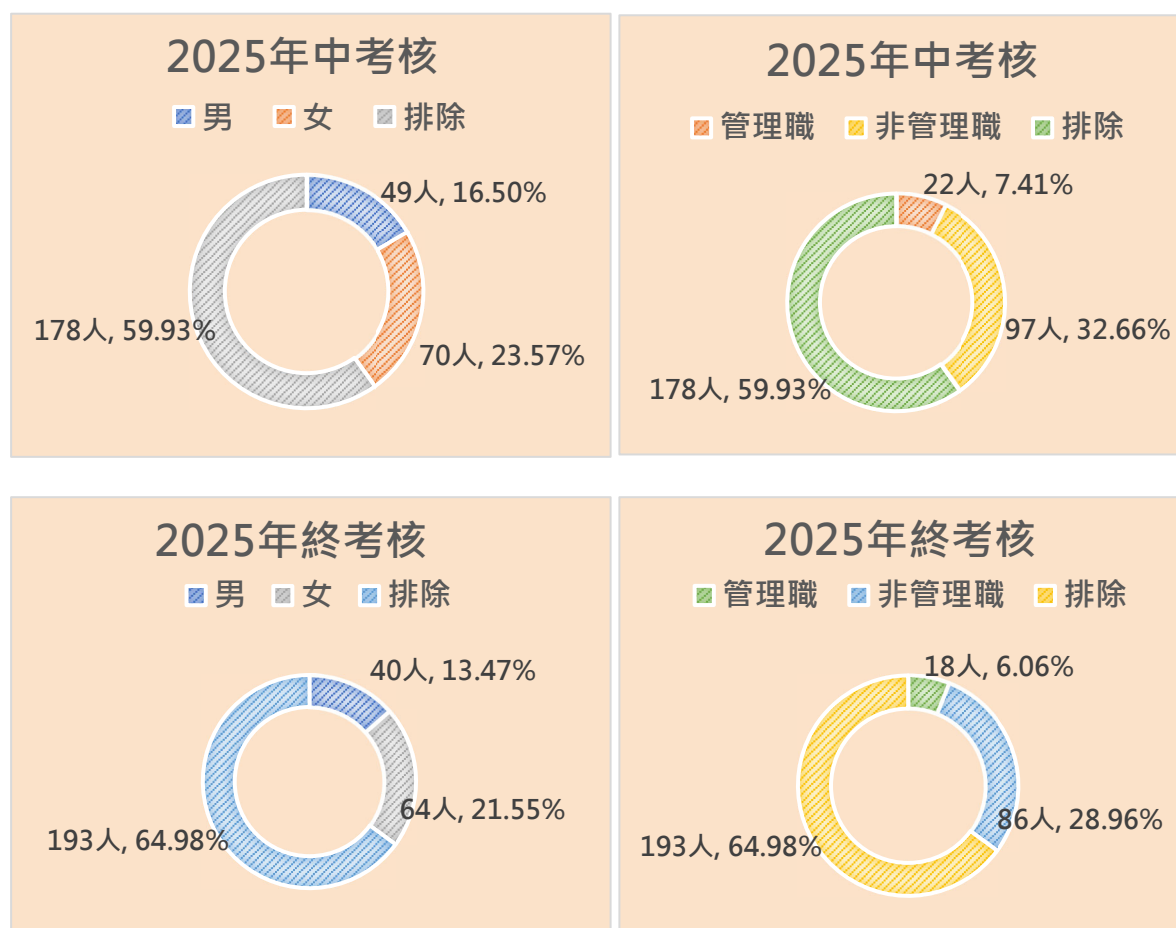
●績效考核與獎勵計畫

全體在職同仁經由一年兩次的績效評核結果，除任職未滿 3 個月及不適用考核辦法的同仁外，其餘員工均依規定辦理，檢討前後半年該員工作執行成效，作為日後職級晉升、薪資調整、獎金發放及員工發展、

訓練需求等作業依據，並探討未來工作任務方向。

獎勵措施訂有 BSC 平衡計分卡獎金辦法，通過鼓勵員工實現集團的年度目標和 KPI，以及根據各家公司章程規定提撥盈餘之 1%~5% 作為員工酬勞，更於每月薪資內提撥固定金額至信託基金購買公司股票，公司提撥同等金額予以鼓勵，提升員工對集團的歸屬感和投入程度，也基於市場薪資水準及公司營運狀況，不定期進行薪酬調整，以順應時代趨勢並維持薪酬水平和競爭力。

● 績效考核與獎勵計畫執行情形



註1：各類別績效考核比率=各類別接受考核員工人數 / 2025年12月31日員工總人數。

註2：管理職定義為主任以上之員工。

4-3 員工福利與權益

4-3-1 員工福利內容

本集團提供多樣化的員工福利，包含一年一度健康檢查、員工壽險、住院險、意外醫療險、收視及寬頻網路優惠、急難救助等項目，不定期舉辦年終尾牙、春酒、員工自強活動及部門聚餐、另有三節禮品及生日禮金、婚喪喜慶、生育津貼等多項補助，具備良好且完整的公司福利制度能凝聚員工向心力。

●育嬰留職停薪

鑫傳集團致力於讓員工能夠兼顧工作及家庭，依循法規建立完善育嬰留停制度，不分男女均鼓勵提出申請，留職停薪期限屆滿時亦可順利復職，期許與員工站在同一陣線關懷家庭。

●2025 年度育嬰留停情形

項目	男性	女性	合計
A. 2025 年符合申請育嬰留停人數	4	9	13
B. 2025 年實際申請育嬰留停人數	0	4	4
申請率 (%)=B / A	0%	44%	31%
C. 2025 年預計育嬰留停復職人數	0	3	3
D. 2025 年實際育嬰留停復職人數	0	3	3
復職率 (%)=D / C	0%	100%	100%
E.前一年度育嬰留職停薪復職人數	0	3	3
F.前一年度育嬰留職停薪復職後十二個月 仍在職人數	0	0	0
留任率(%)=F / E	0%	0%	0%

4-3-2 員工的健康促進活動

● 每年定期健康檢查

為了維護員工的健康及促進身心健康，集團非常重視員工的健康管理，定期健康檢查不僅有助於早期發現身體異常或疾病，更能及早治療，預防疾病惡化或轉變成嚴重疾病。

本集團每年提供免費勞工健康檢查，並邀請專業醫師進行適當的健康諮詢與管理，以維持員工健康的身體和心靈。



● 臨場照護

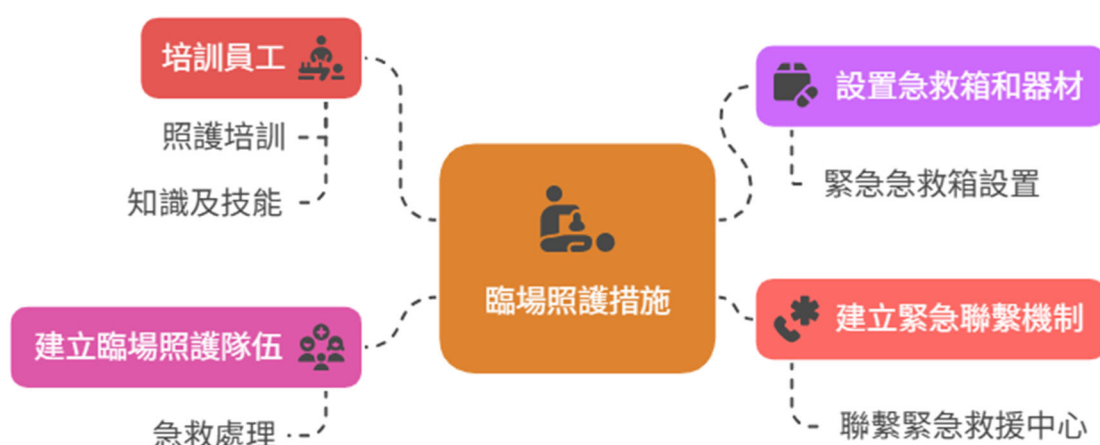
臨場照護是指在工作場所中緊急情況下，對員工進行即時的醫療和急救處理，是一項非常重要的安全設施。它的目的是保障員工的生命安全和健康，減少事故發生時的損失和痛苦。

本集團除依據勞動部《勞工健康保護規則》之相關規定，與職業醫學科專科醫生及護理人員簽訂特約契約，每月實施臨場服務，關懷員工健康狀況外，另有下方相關措施：

(1)培訓員工：對部分員工進行臨場照護相關培訓，讓員工掌握基本

的急救知識和技能，如心肺復甦、止血、包紮等。

- (2)設置急救箱和器材：在工作場所中設置急救箱和相關的急救器材，如緊急用藥、緊急醫療器材等，以便在緊急情況下能夠快速使用。
- (3)建立緊急聯繫機制：本集團已建立緊急聯繫機制，如設置緊急聯絡電話、聯繫緊急救援中心等，以便在發生緊急情況時，能夠快速聯繫相關機構進行急救處理。
- (4)建立臨場照護隊伍：公司將建立臨場照護隊伍，專門負責在工作場所中進行緊急醫療和急救處理，提高員工生命安全和健康保障的效果。



●舉辦安全與健康相關講座

舉辦安全與健康相關講座的目的，是為了提高員工對於安全與健康的認知度，讓他們能夠在日常生活中實際應用這些知識，避免不必要的傷害和風險，同時增進員工之間的交流和合作。

本集團精心挑選講師與主題，定期進行推廣講座，並提供充分的資訊和教材，以及評估回饋等，旨在提升員工自主健康管理和職業安全的認識。我們致力於降低對員工安全和健康的危害因素，從而有效降低因職業產生的傷害。

●定期消毒及清潔

在疫情前，我們已經對辦公區域進行了定期消毒，除了固定巡檢和消毒工作，並加強對同仁傳染病的認知宣導。我們還制定了一系列集團防疫措施，免費提供員工防疫器具，提升公共環境衛生安全，減少病毒傳播，期望能達到預防疾病的效果，減少員工對大環境的衝擊，維護員工的職場健康和 safety。此外，我們還為符合政府補助資格的員工提供協助，讓他們順利獲得補助。

●員工安全與生活管理

員工安全與生活管理是集團為了維護員工在工作場所的身體安全 and 精神健康，以及生活中的安全 and 健康而採取的綜合性管理措施。本集團在此方面的執行項目十分完善，其中包括以下措施：

- (1)安全培訓：集團提供相關的安全培訓，例如急救訓練、火災逃生訓練等，以提高員工的安全意識和技能。
- (2)工作場所安全：集團確保工作場所符合安全標準，定期檢查並維護工具和設備，並提供相關安全防護裝備。
- (3)健康管理：鑫傳除提供健康檢查、醫療保險等保健措施外，亦確保工作環境符合健康標準，如提供良好的空氣品質、飲用水等。同時，集團鼓勵員工保持健康的生活方式，例如鼓勵運動、建議食用健康食品等。
- (4)心理健康：鑫傳提供心理輔導、減壓等課程，並為員工提供良好的工作環境，減少工作壓力和工作負荷，以維護員工的心理健康。
- (5)生活管理：集團提供彈性工作時間和遠程辦公等工作方式，以提高員工的工作效率和生活質量，同時也提供育嬰假、病假、年假等休假制度，照顧員工的家庭和個人生活需要。

●性騷擾申訴處理

本集團致力於打造一個無性騷擾的工作環境，我們重視每一位員工的權益與尊嚴。針對性騷擾問題，已建立完善的處理程序，包括建立明確的集團政策、提供員工培訓、設置舉報機制、透明調查、採取適當的懲罰措施、保護受害者，以及監督和評估成效等步驟。

此外，公司也制定了「性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，並公告於公司網站供全體同仁周知，並特別成立性騷擾申訴處理委員會，負責統籌處理申訴案件，2025 年度收到之申訴案件數量為 0。

委員會於受理申訴案件後，將於七日內進行調查，申訴案件應自受理申訴之日起三個月內完成審議結案，並提出保護受害者及對日後防範有效之決議，以確保每位員工能在安全、尊重的環境中工作。

性別平權申訴信箱：talk@st-media.com.tw

4-3-3 與公司溝通管道

●執行職務遭受不法侵害預防計畫

為建構健康友善之職場環境，依職業安全衛生法等相關規定，以防治因執行職務而遭遇內部及外部職場不法侵害行為，提供員工免受霸凌侵犯之職場，進而能安心投入工作，全體同仁均適用之，並於 2020 年 10 月 30 日起施行。本集團目前未設置工會組織，截至 2025 年 12 月 31 日為止員工亦未曾向公司提出團體協約之協商要求，故迄今未簽訂團體協約。惟公司已成立勞資委員會，由勞方與資方各 50% 成員代表，依勞資會議實施辦法等規定定期召開會議，以建立勞資和諧溝通管道。

員工溝通電子信箱：staff@st-media.com.tw

員工申訴機制與管道：



勞資會議



職工福利委員
會議



動員月會



員工信箱



離職面談

管道	勞資會議	職工福利 委員會議	動員月會	員工信箱	離職面談
處理 流程	員工意見 反映管道 與溝通機 制	定期討論與 員工福利相 關事項	員工透過 動員月會 定期參與 表述	隨時接受 各項需求 建議	離退申請經由 單位主管確 認，再至總經 理、董事長核 准即生效
溝通 重點	有關勞資關 係之主題或 法令宣導， 經勞資雙方 充分討論	年度工作計 劃討論、福 利金運用規 劃等項目	集團經營 政策及現 況與未來 發展趨 勢，以及 員工意見 交流	鼓勵員工 勇於提出 任何想 法，可直 接和集團 內部進行 溝通	透過人資電詢 離職員工意 見，漸進式提 升職場環境

●員工申訴數量與回應方式

本集團極為重視與員工間的雙向溝通，透過多元化的管道，向員工傳達集團價值與政策，並同時接收員工的想法與建議。以建立更多元、更有效率的溝通管道，確保內部溝通暢通無阻，並堅決反對任何性騷擾、歧視、人權等不當行為。同時也制定了申訴處理辦法，員工在工作中若遭遇不公平或不合理待遇或權益受損時，可透過口頭、書面或網頁等管道向集團提出申訴，鑫傳將全力提供協助，確保員工能在公平合理的環境下工作。

公司於接獲舉報案件後，立即依據案件性質安排權責單位調查，並於調查時妥善記錄及追蹤處理，並對於舉報者身分、舉報內容及參與調查者予以保密，以避免受到不公平對待。經確認屬實的個案，則視情節採取包括終止僱傭契約或業務往來及採取必要之行動，亦透過教育訓練等方式，提供認知並預防類似案件再次發生，2025 年度未有申訴案件發生。

●勞資會議

公司	委員組成狀況		勞方委員占比	勞方人數占總員工比	2025 年報告及討論事項
	資方	勞方			
鑫傳	5 位	5 位	50%	5%	1、國定假日調移須經勞工方同意 2、2 月 28 日國定假日出勤工資給付規定 3、2025 年度行事曆 4、例假及休息日的安排及出勤週期 5、實施四週變形工時、延長工時探討、有關每七日之週期內調整例假
鑫隆	2 位	2 位	50%	50%	1、勞工健康保護規則及女性勞工母性健康保護實施辦法 2、勞資會議選舉 3、實施二週變形工時、延長工時討論 4、國定假日、休息日與工作日調移
鑫祺	2 位	2 位	50%	13%	1、性別平等工作法 2、有關每七日之週期內調整例假、天然災害出勤規定 3、若發生職場性騷擾致生法律訴訟出勤規定 4、國定假日挪移調整同意書
人誠	2 位	2 位	50%	22%	1、勞資會議選舉改派 2、勞健保投保薪資級距調整時機 3、實施二週變形工時 4、月薪制之一日工資計算說明 5、因應業務需求，每七日之週期內調整例假探討

公司	委員組成狀況		勞方委員占比	勞方人數占總員工比	2025 年報告及討論事項
	資方	勞方			
美雅	5 位	5 位	50%	3%	1、2026 年度薪資和福利調整說明 2、福利項目調整和申請方式說明 3、職責重申及說明 4、加班及請假規定調整說明 5、投保級距調整說明

4-3-4 薪酬制度

薪酬政策是本集團為了吸引和留住優秀人才而制定的一系列方案 and 措施，旨在維護員工的福利與安全感，並激勵員工積極面對生活和提高工作效率。薪酬制度也參考同業市場水準每年度評估調整，重視同工同酬價值展現，整體薪資不因性別產生差距，讓公司持續穩健成長、永續發展。

●最高治理單位和高階管理階層之薪酬政策

本集團董事(含獨立董事)報酬及酬勞，依公司章程及董事會通過之「董事報酬給付辦法」規定辦理，其董事報酬依同業水準支給議定之，並得給予相當之其他津貼，董事酬勞依公司章程提撥比率支給之。

本集團經理人酬金，依董事會通過之「經理人薪酬管理辦法」規定辦理，於符合主管機關相關法令規範下，依公司營運管理需要及各項人事管理規章、獎勵制度核定之，經薪資報酬委員會審核完畢，董事會通過執行。為體恤及獎勵員工在工作上的努力付出，相關獎金依個人工作績效核給；另當年度公司如有獲利，依本公司章程第卅條規定提撥 1%~5% 為員工酬勞，並依本公司「員工酬勞分配辦法」作為經理人及員工獎金核發之依據。

本集團給付酬金之組合，依薪資報酬委員會組織規程所定，包括現金報酬、認股權、分紅入股、退休福利或離職給付、各項津貼及其他具

有實質獎勵之措施；其範疇與公開發行公司年報應行記載事項準則中有關董事及經理人酬金一致。鑫傳亦重視薪酬結構之公平性及市場競爭力，參考業界同級職務之薪酬水準與整體經濟環境變化，定期檢討薪資報酬政策，確保能吸引、激勵並留任優秀人才，進而提升集團整體競爭力。同時，於薪酬組成中納入部分與永續績效、公司治理、社會責任及經營成果掛鉤之激勵條件，期望透過完善的薪酬政策，引導高階管理階層及全體員工共同實踐公司長期價值與永續經營目標。

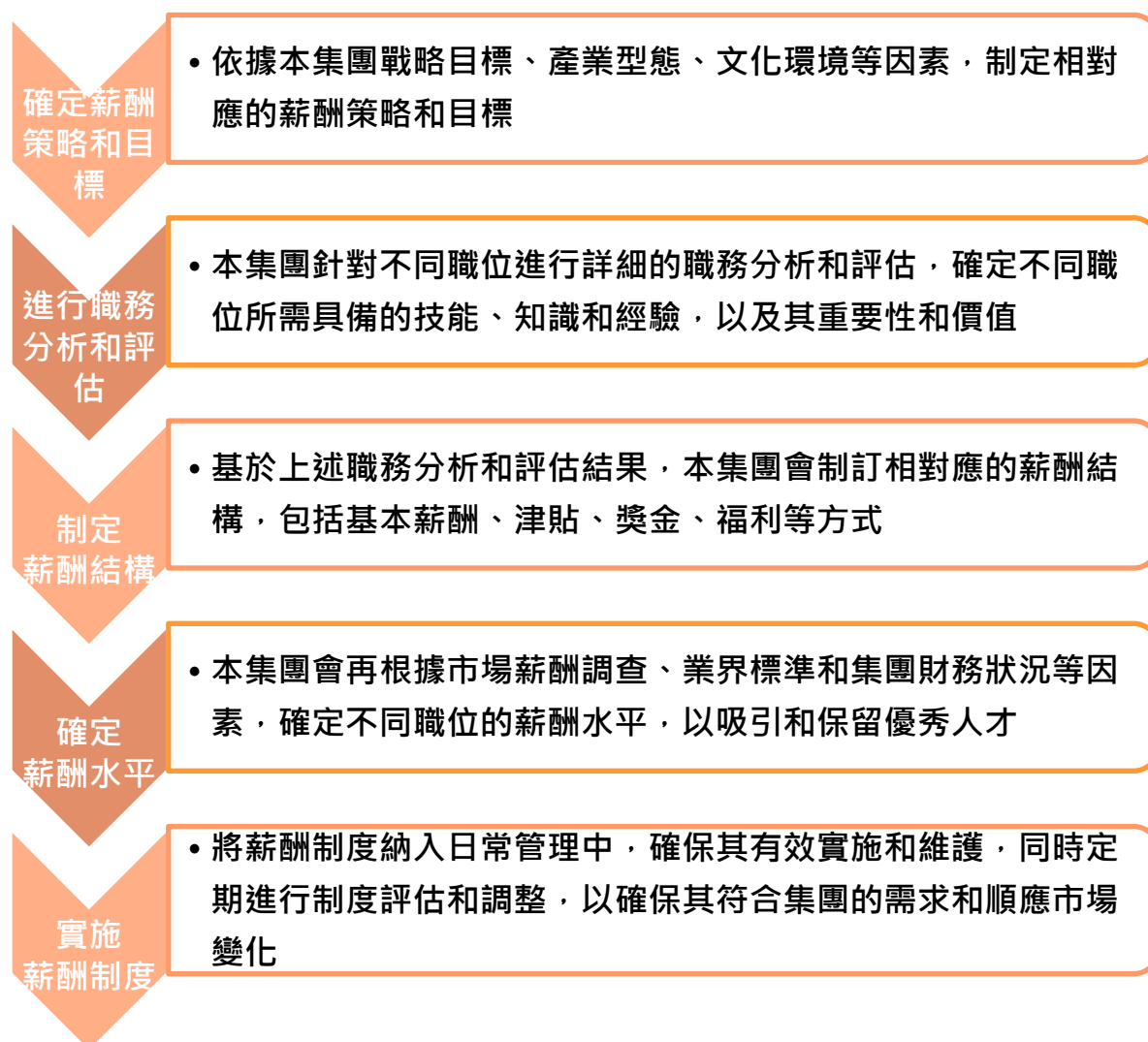
本集團制定的薪酬政策是為了提供具有穩健與激勵性之薪資報酬，確保能有效地留住內部員工，以及增加外部人才的可能性。其中包含以下幾個面向：



● 薪酬決定流程

依據證券交易法規定，上市、上櫃及興櫃公司均須設置薪資報酬委員會。本公司依法設置薪資報酬委員會，並訂定「薪資報酬委員會組織規程」以規範相關事宜。

本集團薪酬決定流程是在設計和實施薪酬政策和薪酬制度時所遵循的一系列步驟及程序，包含以下幾項：



● 2025 年男女薪酬比例

	基本薪資加薪酬		與國內基本薪資比	
	男	女	男	女
非主管職	1.16	1	1.37 : 1	1.30 : 1
主管職	1.04	1	2.83 : 1	2.87 : 1

註1：主管職定義為經理級以上之主管。

註2：上列資訊為本集團重要營運據點統計資料，重要營運據點為報告書揭露之所有營運據點。

註3：國內基本薪資以勞動部公告2025年1月1日起適用之最低薪資28,590元計。

註4：統計資料不含計時人員。

非擔任主管職全時員工薪資資訊			
項目	2024 年	2025 年	與前一年度相比
全時員工人數	102 人	97 人	減少 5 人
全時員工薪資總額	68,945 仟元	69,332 仟元	增加 387 仟元
全時員工薪資平均數	676 仟元	714 仟元	增加 38 仟元
全時員工薪資中位數	580 仟元	601 仟元	增加 21 仟元

註：資料來源為鑫傳2025及2024年度於公開資訊觀測站申報之非擔任主管職之全時員工薪資資訊。

男女薪酬差異	差異比率
男女薪資平均數差異	121%
男女薪資中位數差異	113%
男女獎金差異	170%

註1：計算方式以員工薪資應發總金額計算。

註2：統計範圍為2025年12月鑫傳個體公司全時員工。

4-3-5 退休制度

●退休辦法及計畫

本集團依循勞基法及勞工退休金條例之規定，均按月為員工提繳退休準備金。

項目	新制
法源依據	勞工退休金條例 (於 2005 年 7 月 1 日施行)
適用對象	適用勞基法的員工
退休提撥占薪資比例	雇主：員工每月薪資 6% 員工：每月薪資 0-6%(可從當年度個人綜合所得總額中全數扣除)
收支保管單位	勞保局
請領條件及方式	符合條件時，得向勞保局請領個人專戶累積金額。
員工參與退休計畫程度	100%

註：勞工(新制)退休金條例於2005年7月1日施行，自2005年7月1日起提繳勞退新制退休金。

4-4 職業安全與衛生

4-4-1 職業安全衛生專責單位

●安全衛生風險評估

安全的上班環境及健康的員工與公司發展競技有密切關係，職業衛生推行及風險評估，更是企業永續經營的重點項目。因此本集團對於職業安全衛生管理與風險評估的要求日漸增加，評估項目包含了辦公環境照明度、設備使用的安全性及輕量化、辦公空間的消防與電力安全，皆依職業安全衛生相關法規規定辦理，與員工一起攜手共同維護安全的工作環境。

●職業安全衛生規劃

依職業安全衛生法規定設置職業安全衛生人員，定期回訓並對內推行職業安全訓練課程及消防安全編組演習，以提升環境安全衛生的專業知識，並依勞工健康保護規則每年定期舉行勞工健康檢查，外聘專業醫師及護理人員到廠服務執行臨場照護和諮詢服務，執行勞工健康保護四大計畫(含人因性肌肉骨骼危害預防、異常工作負荷促發疾病預防、執行勤務遭受不法侵害預防、職場母性健康保護畫)，以強化員工身心靈之健康。

4-4-2 職業安全執行計畫與成果

2025 年 達成情況與實施狀況說明
職業安全衛生人員 / 防火管理人 / 急救人員皆依法規定期回訓
2025 每半年皆邀請消防隊進行教育訓練及自衛消防編組演練
與合法專業之醫院簽署臨場照護計畫，聘請專業醫護人員及醫師到場服務
2025 年下半年舉行勞工健康檢查，提供全體在職同仁免費健檢

●2025 年職業傷害分析統計

2025 年度工傷統計及公傷時數表如下：

公司別			鑫傳	鑫隆	鑫祺	人誠	美雅	合計
可記錄之職業傷害	數量	男	2	0	0	0	1	3
		女	1	0	0	0	0	1
	比率	男	9.77%	0%	0%	0%	2.79%	4.78%
		女	4.89%	0%	0%	0%	0%	1.59%
嚴重的職業傷害	數量	男	0	0	0	0	0	0
		女	0	0	0	0	0	0
	比率	男	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
		女	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
職業傷害所造成的死亡	數量	男	0	0	0	0	0	0
		女	0	0	0	0	0	0
	比率	男	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
		女	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
總工作時數			204,680	7,952	30,568	24,840	359,040	627,080
總公傷假時數								
鑫傳集團合計						50		

註1：工作總時數 = 8小時 * 人數 * 工作天數。

註2：職業傷害比率 = (職業傷害人數 / 工作總時數) * 1,000,000。

註3：嚴重職業傷害比率(失能6個月以上) = (嚴重職業傷害人數 / 工作總時數) * 1,000,000。

註4：職業傷害所造成的死亡率 = 因職業傷害所造成的死亡總人數 / 工作總時數 * 1,000,000。

註5：職業傷害及職業病類型：墜落、跌倒、交通事故。

4-4-3 宣導與演習訓練

火災宣導



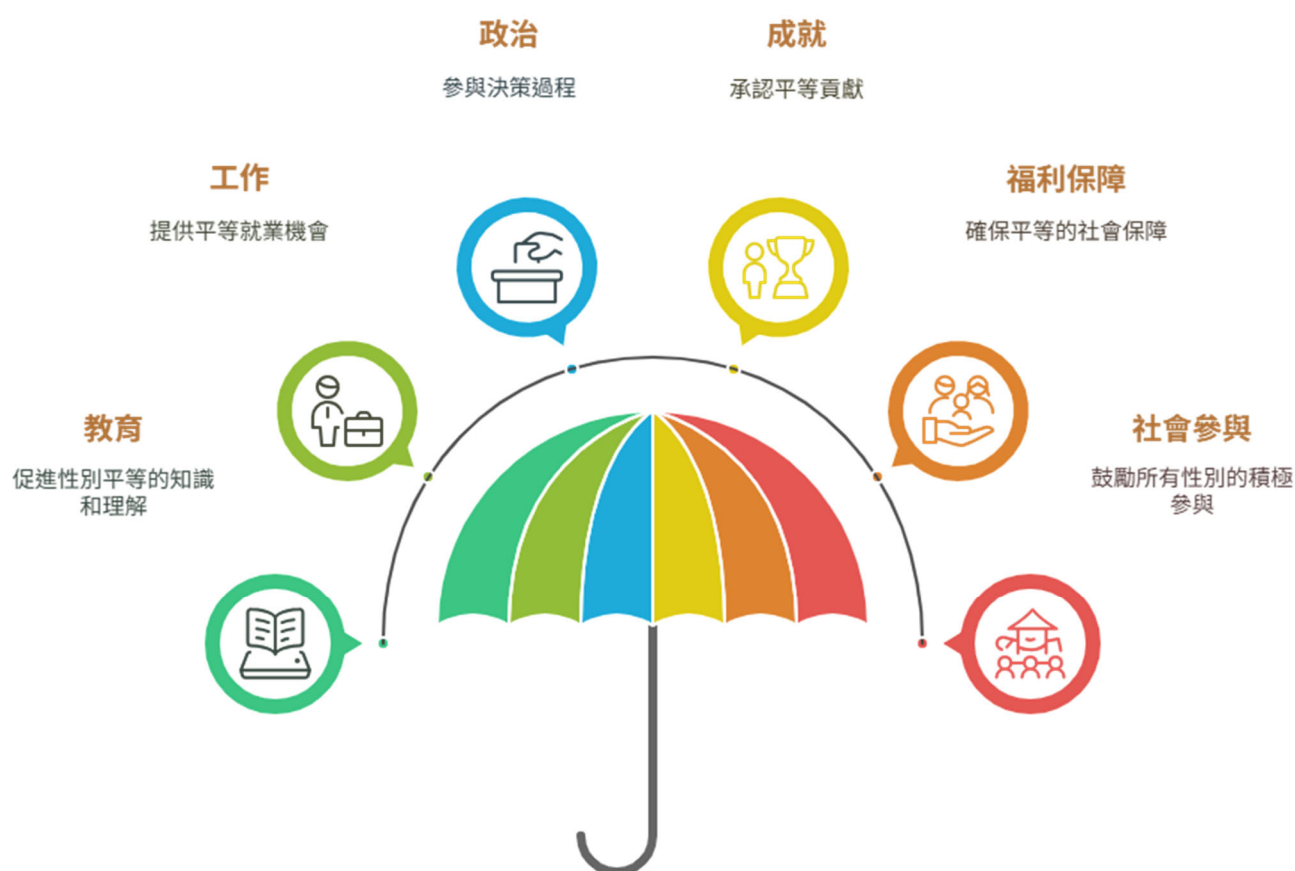
消防演練



4-5 尊重人權

●政策與承諾

現代社會基於自由、平等、民主與人權，性別平等成為普世價值。從教育、工作、政治、成就、福利保障，乃至國家或組織事務的決策參與，多元尊重的社會風氣、友善包容的職場環境，早已不如傳統觀念因性別角色而受限，透過法律規範、提倡宣導，進而縮短各領域的性別落差、扭轉刻板印象，漸漸成為社會群體共識，使得男女均能積極參與社會，體現自我價值並發揮潛能及影響力。



●實現目標

致力落實人權保障，將其視為企業永續經營的重要基石。為實現尊重多元、公平對待及安全職場的目標，我們採取多項具體措施，確保每位員工在工作環境中都能受到平等對待與妥善保護。

堅守同工同酬原則，相同職務與職等之男女員工其基本薪資比例達成 1：1，體現性別平等的薪酬制度。同時，制定《執行職務遭受不法侵

害預防計畫》，明確表達對職場暴力零容忍的立場，並藉此強化員工在執行職務過程中的安全與尊嚴。

本集團勞資關係和諧穩定，2025 年度無勞資爭議或需協調事件。為提升同仁對兒童及少年福利與權益保障的理解與敏感度，我們舉辦相關講座，並因應數位性別暴力議題與《兒童及少年福利與權益保障法》規範，導入有效性、友善性與可信賴性原則，深化保護意識。並配合相關法規，設立申訴處理委員會，建立透明的申訴與懲戒機制，提供員工明確、可依賴的申訴管道，並透過講座強化對兒少保護及數位性別暴力防治的認識，提升職場安全保障。

我們積極實踐社會包容理念，保障人身自由、反對任何歧視行為，優先考量弱勢族群與中高齡二度就業者之任用，並全面遵循勞動基準法、就業服務法、職業安全衛生法等法令，確保制度公平與員工權益的保障。

4-5-1 人權政策

政策名稱	政策內容
多元包容性與平等雇用原則	無關性別、年齡、族群、國籍、政治及宗教信仰，一律依照職級、職務、學經歷、績效表現等因素，合理劃分薪酬，並任用弱勢族群及中高齡二度就業人員，使得男女均能積極參與社會，體現自我價值並發揮潛能及影響力。
尊重職場人權	本集團遵循政府勞動法規，截至 2025 年止，無任何性別、種族歧視案件或違反人權之勞動實務產生，且無違反工作者結社自由或團體協商權利、使用童工或年少工作者、強制勞動重大風險之營運據點，亦未發生超時加班或職場暴力被申訴等違反情事。

政策名稱	政策內容
性別友善照顧	制定「性騷擾防治措施、申訴及懲戒辦法」，已公告於集團網站供全體同仁周知，並特別成立性騷擾申訴處理委員會，負責統籌處理申訴案件，以確保每位員工都能在安全、尊重的環境中工作。
健康安全職場	每年提供免費員工體檢與配合臨場照護團隊進駐，透過專業醫師進行適當的健康諮詢與管理，以維持員工身心靈的健康，也定期舉辦安全衛生、消防等推廣講座，旨在提升員工自主健康管理和職業安全的認識，進而降低工作環境的危險因子。此外，疫情期間針對辦公區域進行大規模消毒，更免費提供同仁所需防疫設備，且入口處均安裝監控及安全檢測設施、實施門禁管制，避免外部人士擅入。
和諧勞資關係	本集團每季舉行勞資會議，並經由員工意見反映管道等公正、有效的溝通機制，了解基層心聲並即時處理同仁反映的問題，達到促進勞資和諧，共創企業與員工雙贏的目標。

4-5-2 行動方案

●多元性別宣導

性別平等是指男女在權利、利益、機會和待遇上的平等，不受到任何性別歧視或限制。本集團致力於營造良好的性別平等環境，對兩性持有基本相同的立場，並且在薪資制度上貫徹男女同工同酬的原則，更於每年定期舉辦性別平等講座，邀請專業講師為員工提供相關知識和權益保障，配合新版《跟蹤騷擾防治法》的施行，公司也另行辦理相關講座，解說法規內容，潛移默化建立人人平等的職場風氣。

●人權風險辨識及減緩措施

對象	人權議題	目標管理	風險來源	減緩措施	補救措施
求職者與新進員工	多元包容性、平等雇用原則	員工均能享有法規保障之合理工時與薪資，進而給予員工最基本之尊重以維持人性尊嚴	不合理報酬、拒絕聘用、任何形式歧視	落實職場多元性，遵守就業服務法相關規範，不分性別、年齡、種族，主張同工同酬	新人滿三個月、一年調整薪資；績優員工一年兩次調整薪資；年度不定期調整
全體員工	尊重職場人權	全力消弭社會中童工及人口販運犯罪，落實人權保障與提供友善和諧的工作環境	非法雇用、職場暴力	落實禁用童工；不強迫勞動；訂定「執行職務遭受不法侵害預防計畫」，明確訂定職場暴力申訴管道	透過對新進員工入職前身分確認，逐一盤查有無犯罪行為產生，對內聲明嚴禁職場暴力
妊娠中及分娩後未滿1年之女性員工	母性保護	保障母性安全與健康	健康狀況工作負荷	確實遵循勞動法令、性別工作平等、女性勞工母性健康保護等法令規定	公司內部具備臨場照護專業醫療團隊，可提供妊娠前後之女性同仁定期進行健康風險評估



5 編織共好社會

5-1 客戶關係管理

5-2 優質產品與服務

5-3 資訊安全與網路安全

5-4 社會參與



5-1 客戶關係管理

重大主題：客戶關係管理

●政策與承諾

- i. 強化客戶服務專業度，即時反應客戶需求，優化客戶服務流程。
- ii. 持續拓展媒體內容與營運模式的多元性，提供客戶電視、網路、手機等多元平台觀賞。
- iii. 整合電視、網路、社群、OTT/CTV、Podcast 與活動等多元媒體資源，提供一站式媒體策略、媒體採購與跨平台整合行銷服務，協助客戶精準觸及目標受眾並提升廣告投資報酬。
- iv. 優化購物流程，提供電視、電話、官網、實體通路及多元管道之客戶服務。

衛星電視事業、節目與新聞製作事業：

評估機制	未來 1 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標
內容品質與查核機制	- 強化編審流程一致性 - 降低錯誤報導風險	- 建立標準化查核流程 - 穩定內容品質	建立完整內容治理體系
觀眾申訴與回饋管理	- 提升回應效率 - 確保申訴案件妥善處理	- 強化系統化客訴管理機制 - 提升觀眾滿意度	建立長期觀眾關係經營模式
平台數據與互動分析	- 建立基礎數據追蹤機制 - 強化內容表現掌握度	- 導入跨平台整合分析 - 優化內容策略	導入智慧化內容經營
教育訓練與專業能力提升	- 透過教育訓練強化新聞倫理與法規認知 - 內部舉辦工作會議進行規畫溝通	建立制度化人才培育機制	建立持續學習與專業深化文化

廣告銷售事業：

評估機制	未來 1 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標
開發多元廣告平台，增加數位廣告比例	開發數位廣告平台與客戶，增加數位廣告比例	增加數位廣告營收，傳統廣告與數位廣告並存經營模式	以數位廣告為主要營收來源，同時服務地方頻道廣告客戶
提供優質廣告服務	著重整體行銷與廣告策略建議，布局整體廣告服務	轉型為廣告行銷策略顧問服務，維持各區業務在地即時服務。	即時應變快速更新的新興媒體，為客戶提供貼近品牌核心的廣告服務與建議

購物事業-美麗人生購物(MAYLIFE)：

評估機制	未來 1 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標
優化購物流程	● 降低客訴並提升轉單品質 ● 減少退貨與客訴 ● 提升電話銷售品質，增加成交率 ● 優化基礎流程效率	● 建立完整 CRM 生態 ● 提升客戶終身價值 ● 提升精準行銷轉換率、外撥成功率	● 發展智慧客服 (AI + 人工整合) ● 建立永續商品與資訊揭露機制 (如碳足跡) ● 高信任品牌
供應鏈與品質共管機制	● 建立供應商分級管理制度 ● 嚴格執行上架前商品審查機制 ● 進貨抽檢機制	● 建立供應商績效評估 ● 推動供應鏈協同規劃與需求預測 ● 整合品質數據與客訴資訊	● 建立 AI 預測品質與需求機制 ● 發展多元供應來源降低風險 ● 推動綠色供應鏈與碳管理

評估機制	未來 1 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標
強化顧客經營	• 建立會員制度與基本 CRM • 客訴管理與服務標準化 • 回購提醒與基礎再行銷	• 顧客分群與精準行銷，降低過度行銷。 • 建立顧客數據分析機制，提升回購率與顧客經營成效	• 發展預測分析與個人化推薦機制，深化顧客關係與長期價值

購物事業-美雅(THE BODY SHOP 美體小舖)：

評估機制	未來 1 年目標	未來 3-5 年目標	未來 5 年以上目標
優化購物流程	整合門市與電商購物流程，優化結帳與出貨效率，提升顧客購物便利性與流程順暢度	建立跨通路（門市 + 電商）無縫購物流程，強化庫存整合與配送效率	發展全通路（Omnichannel）購物模式，提供高度整合之消費流程體驗
提升顧客體驗	優化門市服務流程與電商介面設計，提升顧客滿意度	建立標準化服務流程與顧客體驗管理機制，提升服務一致性	發展以顧客為中心之體驗設計，持續提升品牌忠誠度與顧客終身價值
強化顧客經營（CRM）	優化 CRM 系統，整合門市與電商顧客資料，進行分群經營	建立顧客數據分析機制，提升回購率與顧客經營成效	發展預測分析與個人化推薦機制，深化顧客關係與長期價值

●主責單位

- i. 衛星電視事業
- ii. 節目與新聞製作事業
- iii. 公關行銷部
- iv. 廣告銷售事業
- v. 購物事業 - 美麗人生購物(MAYLIFE)
- vi. 購物事業 - 美雅(THE BODY SHOP 美體小舖)

●特定行動

- i. 建立客戶回饋與申訴管理機制：設置多元意見反映管道 (如客服專線、官方網站及社群平台)，並建立標準化受理與回應流程。
- ii. 推動數位平台經營與互動優化：持續經營官網、電商及社群平台，透過即時更新與互動回應，提升客戶服務。
- iii. 辦理專業教育訓練：定期辦人員訓練之相關課程，提升人員專業能力與客戶服務機制。

●負面衝擊預防措施或補救程序

事業部門	事件預防	補救程序
衛星電視事業 節目與新聞製作事業	錯誤報導預防與更正機制	透過編審與查核流程，確保報導正確性，如發生錯誤，立即進行更正或澄清，並檢討作業流程
	客訴與爭議事件處理機制	建立標準化回應流程與分級管理機制，針對重大申訴案件啟動內部檢討，必要時對外說明或改善
	不當內容或誤導資訊防範機制	落實內容審查與法規遵循，下架或修正相關內容，並強化內部教育與控管措施

事業部門	事件預防	補救程序
廣告銷售事業	制定完善客戶管理機制	建立客戶基本資料卡(含客戶資料、聯絡窗口、付款條件等)及委刊合約(含委刊條件、期間、金額、付款條件等)，並落實版本控管與留存
	多層編審機制	針對廣告實施內部審核 SOP，對疑似違規素材實行「先核實、後公開」原則，從源頭預防行政裁罰風險
	行政指導檢討	針對主管機關或平台之審查意見、下架通知、行政指導，啟動部門通報與矯正預防措施，避免重複事件發生
購物事業	顧客申訴與回應機制	建置多元申訴管道 (包含門市、客服專線、官方網站、社群媒體及電子郵件)，由專責單位統一受理，並於規定時效內完成初步回應，確保顧客問題即時處理。
	產品資訊審核機制	建立多層產品資訊與行銷內容審核流程，確保資訊正確性與合規性，並落實「先審核、後上架」原則，以降低法規風險
	異常事件檢討機制	針對主管機關指導或內部異常事件，立即啟動跨部門檢討與改善作業，並納入教育訓練，以預防類似情形再次發生

●2025 年度執行成效

衛星電視事業、節目與新聞製作事業：

2025 年度目標	達成情形
內容查核與 編審機制	編審流程執行覆蓋率：≥100% 因報導不實遭裁罰件數：0 件
觀眾回饋與 申訴處理	客訴回覆率：100% 平均回覆時間：≤3 日
數位平台經營 與互動	新聞粉絲頁及官網數據定期檢視頻率：兩個星期一次 內容點閱持續成長中
教育訓練 推動情形	2025 年度共辦理教育訓練課程計 20 項 其中屬於「報導內容之責任」相關課程計 6 項， 占比約 30%；屬於「媒體報導正直性」相關課程 計 5 項，占比約 25%；其餘為組織治理、專業職 能及一般性訓練課程計 9 項，占比約 45%

廣告銷售事業：

2025 年度目標	達成情形
開發多元廣告平台	TikTok、YT、LINE LAP
提供優質廣告服務	製作、投放、效果追蹤等

購物事業-美麗人生購物(MAYLIFE)：

2025 年度目標	達成情形
完成 CRM 系統整合 實現顧客分群管理及 個人化行銷	CRM 系統已正式導入，完成電視購物與電 商顧客資料整合，並結合購買行為與回饋 數據，推動分群經營與個人化行銷策略
客服回應時效縮短至 24 小時內，提升服務效率	已建置多元即時溝通管道（包含客服專 線、電商平台及社群媒體），顧客回饋平 均回應時效縮短至 24 小時內，達成目標
強化顧客資料保護與	已全面落實顧客資料管理與資訊安全控管

2025 年度目標	達成情形
法規遵循	機制，確保商品資訊與行銷活動符合相關法規要求，年度內未發生違規事件
有效降低客訴筆數	透過優化顧客溝通機制與服務流程，並強化產品資訊管理與問題回應效率，顯著提升顧客滿意度

購物事業-美雅(THE BODY SHOP 美體小舖)：

2025 年度目標	達成情形
完成 CRM 系統整合 實現顧客分群管理及 個人化行銷	CRM 系統已正式導入，完成門市與電商顧客資料整合，並結合購買行為與回饋數據，推動分群經營與個人化行銷策略
客服回應時效縮短至 24 小時內，提升服務效率	已建置多元即時溝通管道（包含門市、客服專線、電商平台及社群媒體），顧客回饋平均回應時效縮短至 24 小時內，達成目標
強化顧客資料保護與 法規遵循	已全面落實顧客資料管理與資訊安全控管機制，確保商品資訊與行銷活動符合相關法規要求，年度內未發生違規事件
有效降低客訴筆數	透過優化顧客溝通機制與服務流程，並強化產品資訊管理與問題回應效率，2025 年度客訴筆數較 2024 年下降 77%，顯著提升顧客滿意度

 蝦皮商城

在此賣場搜尋
 在此賣場
 



THE BODY SHOP官方旗艦店
6分鐘前上線

商品: 304

關注中: 1

聊聊表現: 98% (幾小時內) 

不成立率: 2% 

公司統編: 22614122

粉絲: 8.7萬

☆ 評價: 5.0 (5.1萬個評價)

加入時間: 9年 前

公司名稱: 美雅國際企業股份有限公司

5-2 優質產品與服務

5-2-1 優質產品與創新服務

衛星電視事業		
創新服務	管理目標	效益
- 客戶系統升級 - 開發自有產品 - 體育台與新型態合作廠商接洽	- ERP 與 CTI 等客戶服務系統整合升級 - 開發獨創商品，提供頻道收視戶專屬保健食品 - 爭取有別以往的合作機會，創造新的價值與客戶群。	- 整合管理，完善個資防護，強化防火牆，提升業務流程效率、改善升級客戶服務體驗及增強企業競爭力 - 提供客戶專屬獨家商品，除增加收益外，亦可以提升觀眾忠誠度 - 拓展客群增加頻道能見度，扶植地方體育賽事。



「A-One 體育台」協助拍攝及轉播
114 年雲林全國運動會賽事



節目與新聞製作事業		
創新服務	管理目標	效益
AI 主播上線	導入 AI，自然語言處理（NLP）及高階語音合成（TTS）技術，發展「數位雙生主播」服務。透過虛擬人像技術與自動化製播流程，克服傳統人力播報的時間與空間限制，精準優化新聞播報，推動媒體產製流程的數位轉型。	AI 主播可提供以下效益： 全天候自動播報：不受時間、地點限制，能夠 24 小時運作，提供即時新聞、財經報導、企業資訊等內容。 內容自動生成：結合 AI 數據抓取與資訊整理，大幅縮短文稿編撰與後期製作時間。不僅提升內容產出的量能，更讓專業編採團隊能專注於深度報導與品質控管，達成營運效益與內容品質的雙重提升。



AI 主播畫面擷取

AI示範計畫(影音生成、新聞生成)

01
提示詞模組開發
積極試驗並優化影音生成提示詞,建立標準化作業流程

02
技術應用探索
深入研究AI在媒體製作各環節的應用可能性

03
經驗累積與創新
透過持續實驗累積寶貴經驗,為未來創新奠定基礎

04
效率與品質提升
推動技術與內容雙軌並進,提升整體製作效能



探索AI輔助製作的無限可能,為打透跨越傳統的製作模式。

廣告銷售事業		
創新服務	管理目標	效益
網路與電視包 套整合廣告行 銷	運用「傳統媒體+數位媒 體」的雙軌模式，協助客 戶專業代操 LINE Ads Platform (LAP)。依據大 數據分析，針對年齡、性 別、位置等維度進行「精 準受眾定向」確保廣告投 放效能。同時追蹤點擊率 等關鍵績效指標，並以此 為據進行動態調整。	透過網路廣告與傳統 電視廣告的整合，有 效提升品牌曝光率並 深植品牌形象。多平 台整合策略能協助客 戶精確觸及目標消費 群，減少預算浪費， 在競爭激烈的市場中 協助品牌取得更佳的 營銷表現，實現更高 的投資回報。



LINE LAP、LINE TV 廣告投放



購物事業-美麗人生購物(MAYLIFE)

創新服務	管理目標	效益
社群多維佈局，開創全視角零售	透過不同社群、LINE 社群實現「分眾化」與「即時化」的購物體驗。針對不同屬性之目標客群，精選具市場差異性之優質商品，並利用社群即時互動性，掌握消費者行為軌跡，打造高信任感的私域流量池。	- LINE 社群團購是一種很互動的銷售購物方式，大家隨時可分享商品使用狀況，提升社群內好友的參與感、即時互動促購、強化品牌黏著度，創造轉換率與銷售機會。 - 由社群電商靈活的通路特性，成功拓展不同年齡層之消費群，並與集團內其他事業體（如電視節目內容）形成協同效應，建構全方位電商生態體系，增加品牌市場覆蓋率。



LINE 社群



Instagram



facebook



LINE VOOOM



TikTok



↑ 掃碼入群
麗即搶GO

購物事業-美雅(THE BODY SHOP 美體小舖)		
創新服務	管理目標	效益
• 反對動物實驗 • 支持社區公平貿易 • 尊重地球 • 賦能女性與少數族群 • 提倡天然與道德保養	• 全球率先推出「社區公平交易計畫」綠色環保美妝品牌 • 決不採用殘忍的動物測試，並且 100%素食者適用 • 勵行減碳運動，以回收環保材料製成產品包裝 • 全心投入人權運動，包含當地民間公益團體與國際性非營利組織	• 向世界各地弱勢族群購買天然嚴選的原料，製成護膚產品、禮盒包裝及雜貨 • 為動物謀福利的承諾仍如初衷般堅定 • 瓶回收抵消費金額活動，鼓勵消費者養成資源回收習慣，至今台灣的空瓶回收量約 3,000 座 101 大樓



THE BODY SHOP
用心做好每件小事

空瓶回收再造計劃

早在1988年，我們的創始人 Dame Anita Roddick(安妮塔·羅迪克女爵士)展開了一個非常具革命性的門市產品補給和回收計劃。我們的顧客大多很喜歡這計劃，並大受好評。

從1988年至今已經回收了 **3000座** 101大樓的空瓶



EARTH DAY
4/22 世界地球日

珍愛地球 空瓶回收
活動期間：4/1~4/30

回瓶消費

- 持 THE BODY SHOP 空瓶，每瓶抵扣 \$10
- 持他牌專櫃保養品正貨空瓶，每瓶抵扣 \$5

★限環保回收標誌 1-7 正貨空瓶，每單限抵 \$100

THE BODY SHOP



ENVIRONMENT DAY
世界環境日

珍愛地球 空瓶回收
活動期間：5/23~6/8

回瓶消費

- 持 THE BODY SHOP 空瓶 每瓶抵扣 \$10

★限環保回收標誌 1-7 正貨空瓶，每單限抵 \$100

THE BODY SHOP

5-2-2 品質管理

鑫傳重視品質管理，本年度持續提升媒體、新聞與節目製作、廣告銷售及購物事業的專業品質及規範作業。於衛星電視事業，秉持公正、客觀之最高準則，落實「先查證，後報導」之嚴謹流程，避免違法或不當資訊播出。節目與新聞製作方面，遵循公正客觀原則，制定編採製播守則，嚴格查證針對新聞查證、兒少保護及報導正直性進行多層次審查，確保內容產製符合法規標準與社會多元價值，守護媒體公信力，確保報導真實性及公信力。廣告銷售事業將實務案例轉化教材，強化委刊要求客戶確保素材合法性，在合規前提下協助品牌精準觸達目標受眾。購物事業則嚴格審核上架產品認證與安全報告，提供員工與主持人法規訓練，向廠商宣導食品及健康廣告法規，並建置完善售後客服服務。

透過上述制度化措施，本集團結合數位技術與專業倫理，將法規遵循內化為組織文化，以誠信守護內容品質與產品安全，致力成為社會大眾最值得信賴的永續媒體與零售服務品牌。

事業單位	品質管理與策略
衛星電視事業	● 嚴守節目內容品質 - 堅守節目與廣告品管 / 編審作業機制，以零違規為管理目標，針對所有素材進行多層把關。對於主管機關之函文行政指導秉持積極改善之態度，進行內部檢討與流程優化，確保內容產製符合法規標準與社會善良風俗，守護媒體公信力。 ● 播出之節目流程確認 - 落實「播出前預審制度」，檢核檔案規格與影音品質，將人為疏失風險降至最低。針對重點節目，建立不定期溝通檢討機制，確保播映品質之穩定與專業。 ● 自律組織及規範 - 持續委聘外部專家組成「節目諮詢委員會」，委員會針對新聞節目呈現及員工教育訓練提供建議。透過內外部專業議合，提升製作團

事業單位	品質管理與策略
	隊的法律素養與報導正直性，落實媒體自律承諾，建立閱聽眾與公司間的深度信任。
節目與新聞製作事業	● 製播準則控管 - 鑫傳始終將客觀、公正視為媒體營運的最高核心價值。為確保新聞與節目品質，公司建立完備的內部治理規章。確保每位編採人員均深刻理解並落實執行，致力於為閱聽人提供具公信力、深度且優質的媒體內容。 ● 節目內容審查 - 嚴格要求針對採訪對象與引述單位進行查證，涉及爭議或資訊不明確之處，須經由二度核實，在未獲完全確認前，堅決不予公開，以避免誤導大眾。審核流程涵蓋：「法規與倫理合規」確保內容符合分級制度、公眾利益及版權規範。「真實與正直性」-杜絕虛假訊息，強調報導中立立場。「多元與尊重」-落實媒體多元性指標，嚴禁使用歧視性語彙或刺激性文字，確保內容符合多元價值，維護社會共好環境。
廣告銷售事業	● 內部員工教育訓練實施 - 落實不定期內部法規研習與媒體經營息息相關之法律規範，確保一線同仁具備敏銳的規範意識，預防違規風險。 ● 客戶協作與合規溝通 - 不僅提供廣告投放服務，針對客戶產業特性，在廣告產製階段即時與客戶溝通表現方式之合規性，降低因內容誤導而產生的營運風險，達成客戶與媒體的雙贏。 ● 規範面 - 強化風險轉嫁機制，於廣告委刊合約中嚴格載明，客戶必須保證其廣告素材之權利合法性，且內容不得違反政府法令規範，確保公司在法律位階上的防禦韌性。

事業單位	品質管理與策略
	● 執行面-落實「全通路整合行銷」策略，在符合法規的前提下，極大化品牌曝光效能與精準觸達。協助客戶在合法合規的基礎上，強化品牌公信力與市場認知度，實現高品質的營銷投資報酬。
購物事業	● 嚴格把關 - 上架產品需取得相關之產品認證，並請廠商提供產品驗證資料，以確保上架產品品質。符合主管機關規定，建立產品資訊檔案，包含全成分及含量、使用方式、安定性報告等。 ● 不定期對內部員工及主持人進行教育訓練 - 相關同仁進行專業訓練，講述化妝品衛生安全管理法及食品安全衛生管理法等相關法規。 ● 完整教育訓練課程 - 針對門市銷售人員定期舉辦訓練課程，為消費者提供專業服務。 ● 向廠商宣導廣告法規 - 透過製播會議向廠商宣導食品、健康食品廣告管理相關法規。 ● 產品售後服務 - 提供客戶售後服務之專人客服服務。

5-3 資訊安全與網路安全

重大主題：資訊安全 / 網路安全與系統可用性

●政策與承諾

為確保資訊系統、網路設備及數據資產之安全，本集團建立全方位的資訊安全管理體系。我們以「尊重客戶隱私、遵守商業保密」核心原則，訂有「個人資料管理政策」、「資通安全管理政策」及「資通安全風險管理程序書」等完備制度，並透過優化自有客戶管理系統與公開透明之申訴管道，落實利害關係人之權益保障。

本集團內部控制制度設有「電腦化資訊系統循環」作業守則，每年固定執行內部抽查、稽核與自評作業，確保規範執行之有效性，鑫傳亦已取得 BS10012 個人資料管理系統國際驗證，並於 2025 年 11 月順利通過年度維護稽核，達成零件不符合事項之優異實績。針對法規變動，亦根據實際法規條文修訂，即時完成適法性檢視，確保管理制度與國際標準及國內法規同步。

為進一步強化防禦韌性，除自 2024 年起導入的 ISO 27001 資訊安全管理系統，亦規劃於 2026 年度投入約 50 萬元預算，針對神網系統及防火牆等資安設備進行續約及升級，並且為了基礎韌性投入約 240 萬預算進行逾齡主機及系統汰換，透過持續的資源投入與制度優化，建構具備前瞻性的資安與隱私防護網。

資訊與網路安全 預算投入項目	預估效益
資安硬體防護- 防火牆持續維護	針對伺服器環境或資安相關項目進行採購，以提升安全性、降低資安風險，有效阻絕惡意攻擊與未經授權之存取，顯著降低資安事件發生風險
端點管控系統- 神網系統	為因應 ISO27001 程序書之規定實施嚴格的 USB 介面管控與軟體權限配置，防止未經許可的資料存取與非法外部存取，從終端設備源頭強化機敏資料的防洩漏能力

資訊與網路安全 預算投入項目	預估效益
設備現代化- 逾齡主機及系統汰換	針對已無法支援系統更新、存在安全性弱點之設備進行全面汰換，確保所有終端設備皆能運行於具備安全性補丁之最新系統環境，降低因作業系統停止支援所導致的零時差攻擊風險，維護整體資訊網通環境之穩定性

評估機制	未來 1 年目標	未來 3-5 年目標
資安管理制度 完善程度	逐步導入國際標準 ISO27001 資訊安全管理 系統、神網系統(神網端點 防護安全系統)	取得 ISO27001 資訊安 全管理系統國際驗證
檢測軟硬體資 訊安全防護措 施頻率	社交工程演練、弱點掃 描、滲透測試、WAF 網頁 式、硬體式防火牆	WAF 網頁式、硬體式 防火牆視未來的運行狀 況進行加強
辦理資訊安全 教育訓練頻率	每位在職員工每年至少 1 次 ISMS 及 PIMS 個資認 知宣導	每位在職員工每位在職 員工每年 2 次 ISMS 及 PIMS 個資認知宣導

●主責單位

- i. 資訊部
- ii. 資訊安全專責單位及主管

●特定行動

- i. 導入國際標準 ISO27001 的架構，制訂各項資訊安全管理之制度，並具體執行，以降低新興資訊科技應用及環境變遷所帶來未知的資安威脅風險。

- ii. 應用系統伺服器及防火牆，定期辦理安全性更新、弱點掃描與入侵滲透測試檢測，確保資安防護與漏洞修補等安全措施。
- iii. 透過教育訓練宣導防範注意事項，於日常作業中提高資安意識。
- iv. WAF 效益防範惡意攻擊公司網站，可藉由設備判斷惡意攻擊行為進而阻斷，降低影響到公司網站服務。
- v. 神網系統因應 ISO27001 程序書之規定 USB 及相關權限將進行管控，以降低資安風險。
- vi. 硬體式防火牆進行更新。

●負面衝擊預防措施或補救程序

i. 事件預防：

(1)強化資訊安全管理：導入且逐步並取得 ISO27001 資訊安全管理系統驗證，建立全面的資訊安全管理架構，制定並落實「個人資料管理政策」、「資安通安全管理政策」、「個人資料安全維護辦法」等相關管理辦法以及作業程序之參考依據，確保資訊安全管理制度化，並每年舉辦資訊安全和個人資料保護的教育訓練，增強員工的安全意識。

(2)技術防護措施：定期更新系統和防火牆的安全漏洞，進行弱點掃描和入侵測試，定時監控網絡流量，防止未經授權訪問，以確保系統無漏洞，並對客戶敏感資料進行加密，防止資料洩漏。

ii. 補救程序：

(1)資訊安全事件處理：建立資訊安全事件通報流程，確保在事件發生時能夠迅速通知相關部門和負責人，於事件發生後立即展開調查和應對，迅速隔離受影響的系統並修補漏洞，確保發生資料洩漏或系統攻擊後能夠快速恢復系統運行。

(2)後續補救措施：定期進行內部稽核，檢查資訊安全管理制度的落實情況，針對發現的不足之處進行改進，且於員工資訊安全教育時，總結事件教訓，提高員工的防範意識和應對能力，並根據事件經驗，修訂和完善現有的資訊安全政策和程序，防止類似事件再次發生。

●2025 年度執行成效

2025 年度目標	達成情形
導入國際標準 ISO27001 資訊安全管理系統、神網系統(神網端點防護安全系統)	聘請顧問協助及導入 ISO27001 程序書之規定每台電腦續進行 USB 及相關權限進行管控，以降低資安風險，電腦全數皆安裝完畢，並持續監控中
社交工程演練、弱點掃描、滲透測試、WAF 網頁式、硬體式防火牆	與雲林科技大學簽訂資訊安全健檢合約，並於 2025 年 8 月完成社交工程演練、弱點掃描、滲透測試，結果皆無異常；導入 WAF 網頁式防火牆加強公司網站安全性
ISMS 及 PIMS 個資認知宣導或教育訓練	每位在職員工皆參與 2025 年 5 月 26 日個資認知宣導課程

5-3-1 資訊安全與保護

本集團致力於資訊安全，並以「打造安全無虞的資訊系統與環境」為願景目標，為確保客戶個人與交易資料，以及營運資料的機密性、完整性及可用性，我們參照國際資訊安全標準，訂立「資訊安全政策」作為管理依據，並以風險管理為基礎，確實管控並清楚定義職責與管理責任，完善資訊安全管理體系。資訊安全系統的管理與重點：

項目	管理重點
系統及網路管理	系統定期備份、與營運持續計畫 防火牆定期檢查、重大安全性更新
安全區域	門禁授權、消防設備有效性
機房安全	環控系統之溫度及溼度管控、維護廠商維運記錄、 儲存媒體攜出入及相關存取控制、消防設備有效性
資訊安全	防火牆運作有效性、防毒軟體版本更新、設備異常 及排除處理
人力資源管理	人員之進用及調派之安全評估
辦公室資訊環境	是否使用自網際網路下載或其他管道取得未經核可 之共用或免費軟體
資訊安全事件	員工是否瞭解緊急資安事件處理流程
營運持續計畫	擬定書面測試計畫、相關演練記錄之完整性

為提升資訊專責同仁、在職及新進同仁的資安議題知識，提供資安相關教育訓練予同仁：

受訓員工 類別	課程主題	受訓 成效	受訓 總人數	受訓 總時數
新進員工	新人教育訓練	100%	9	-
在職員工	年度 ISMS 及個資認知宣 導	100%	全體員工	3 小時
資訊 專責人員	網路安全實施與防禦策略	100%	1	2 小時
	公司資安治理與稽核	100%	1	2 小時
	通訊傳播事業個資法遵教 育訓練	100%	1	3 小時
	SGS 2025 資安防禦系列網 路研討會	100%	1	2 小時

受訓員工類別	課程主題	受訓成效	受訓總人數	受訓總時數
	資安事件應對與災難復原	100%	1	2 小時
	社交工程攻擊防範與識別	100%	1	2 小時
	114 年多元意識及跨域產業資安課程-「資安教育與防範意識提升」	100%	1	2 小時
	資安教育與防範意識提升	100%	1	2 小時
	企業私有雲資安風險與防護機制	100%	1	2 小時
	資安與隱私保護合規實務	100%	1	2 小時
	資安風險評估與管理	100%	1	2 小時
	神網 WM7 教育訓練	100%	1	3.5 小時

註1：「新人教育訓練」每次約3個小時，當中亦委資訊專責人員與新進人員宣導解說資訊安全相關議題及注意事項。

註2：美雅於2024年度中併入，2025年尚於業務整併期間，故上述在職員工受訓狀況之員工百分比，尚不包含美雅。

●客戶隱私受損件數

年度	2023 年	2024 年	2025 年
件數	0	0	0

●客戶隱私專責單位

鑫傳集團設立專責單位負責客戶個人資料保護與資訊安全管理，並已正式取得 BS10012 個人資料管理系統驗證，以符合法規規範與國際標準要求。透過導入系統化、標準化的管理機制，建立完善的個資蒐

集、儲存、處理與刪除流程，強化內部控管，提升員工對個資保護的意識與執行力。

客戶隱私保護專責單位	資通安全暨個資保護執行小組
策略	● 強化人員訓練：推廣員工資訊安全之意識與強化其對相關責任之認知 ● 制訂個人資料管理、資安管理機制與政策：避免資料外洩，杜絕未經授權的資料存取與修改 ● 落實日常維運與資料備份：定期內部稽核，確保作業落實 ● 確保公司關鍵核心系統及服務運作正常可用
客戶隱私保護作為	● 定期盤點使用客戶資訊之情況、客戶資料蒐集程序建立 ● 制訂資訊安全事件通報流程：針對於外部資料查詢設有防火牆及防毒軟體達到資訊安全阻隔，一旦發生或發現資安問題之單位立即判斷問題及採取相對應措施，包含處理或通報權責主管進行後續處理 ● 作業系統採封閉式系統，非內部授權人員禁止列印相關客戶隱私資料 ● 透過內部稽核制度，確保落實資訊安全管理及缺失檢討改進
機房及網路管理	● 機房設置門禁系統，機櫃上鎖、非作業必要人員禁止進入 ● 內部重要網站及應用系統部署多層次的網路安全機制，運用防火牆以及入侵偵測防禦、VPN 存取控管等與外部網際網路隔離，建立資料資產的多方保護
評估與測試	● 不定期評估、測試網路系統安全，加強運作環境之安全性風險與漏洞修補，並積極優化自身系統保護強度

客戶隱私保護專責單位	資通安全暨個資保護執行小組
申訴管道	● 遵循個人資料保護法之要求，當事人得就其個人資料依法行使相關權利，並於公司官方網站設立當事人權利行使與申訴之受理管道
資訊資產管理準則	● 將資訊資產進行分類與分級，並依其等級進行授權層級之控管，並將轉匯給外部運輸廠商的客戶隱私資料加密，降低客戶個資外洩的風險 ● 選擇委外運輸廠商時，選擇具有 ISO27001 資訊安全管理系統及 BS10012 個人資料管理系統國際驗證之廠商，使客戶隱私資料在委外廠商嚴謹之保護規範中進行託運，確保客戶之隱私資料不外洩 ● 會員密碼使用加密技術儲存，以保證密碼在存儲和傳輸過程中的安全性 ● App 的後端系統具有防火牆控制，以防止不當的進入和攻擊。防火牆的網路流量目前(每日)以人工方式進行檢查 ● API 應使用 SSL (Secure Socket Layer) 傳輸，以保證資料在傳輸過程中的安全性
資訊安全通報程序	● 針對於外部資料查詢設有防火牆及防毒軟體達到資訊安全阻隔。如發生資安事件時第一線防火牆即可擋下大部分攻擊，第一道防線即便被攻破仍有備援系統可於短時間內恢復所有客戶之資料。倘若一旦遭受攻擊，資訊部門第一時間內即可啟動防護措施
未來規劃	2024 年已導入國際標準 ISO27001 資訊安全管理系制度，並預計於 5 年內取得 ISO27001 資訊安全管理系統國際驗證，以期強化客戶資訊隱私與安全

●資訊安全受損件數

年度	2023 年	2024 年	2025 年
件數	0	0	0

5-3-2 個人資料保護運作

鑫傳(含鑫隆、鑫祺)已全面取得 BS10012「個人資訊管理系統(PIMS)」國際驗證，為落實個人資料保護之嚴謹性，本集團自 2021 年起，每年均委請第三方專業團隊進行教育訓練與管理系統驗證，以確保管理制度持續符合國際標準及法令規範。2025 年 11 月順利通過年度維護查核，其結果顯示無「不符合事項」相關總結如下：

個人資訊管理系統涵蓋下列業務之個人資料蒐集、處理與利用：

- 1、線上購物網站會員
- 2、衛星電視頻道時段銷售
- 3、新聞、綜藝節目及專案拍攝製作
- 4、衛星電視廣告銷售
- 5、衛星電視購物頻道經營

驗證範圍內的場區 / 合法實體：

- 1、鑫傳國際多媒體科技（股）公司（總公司）
- 2、節目供應事業部（台北營業處）
- 3、鑫祺多媒體股份有限公司
- 4、鑫隆多媒體股份有限公司

2025 年度稽核發現和結論：

查核團隊已完成以流程為基礎的查核，專注於查核標準所要求之重要面向/風險/目標。根據當下可取得的資訊，採用抽樣方式，方法包括面談、觀察作業活動及審查文件和記錄。

查核團隊結論為該組織已根據稽核標準的要求建立和維持此管理系統，並展現有系統地達成驗證範圍內產品或服務所承諾的要求和達成組

織政策和目標的系統能力：

- 1、管理系統文件展現出和稽核標準是相符合的，並且提供了充分的架構以支援管理系統的實施和維護。
- 2、已證明其管理系統的有效實施和維護/改善，並且能夠實現其政策目標以及各個管理系統的預期結果。
- 3、已證明其管理系統在滿足適用的法律、法規和合約要求方面的能力得到有效實施和監控。
- 4、組織展示了適當關鍵績效目標和指標的建立和跟踪，並監測了實現目標的進度。
- 5、內部稽核計劃已充分實施，並證明了其作為維護和改善管理系統工具的有效性。
- 6、管理審查的過程能夠確保組織管理系統持續的適切性、適足性和有效性。
- 7、整個稽核過程顯示，組織之管理系統與稽核標準的要求總體上是符合的。
- 8、正確的驗證聲明與 SGS 指引相符合，且組織有效管理相關於驗證文件與標章的使用。

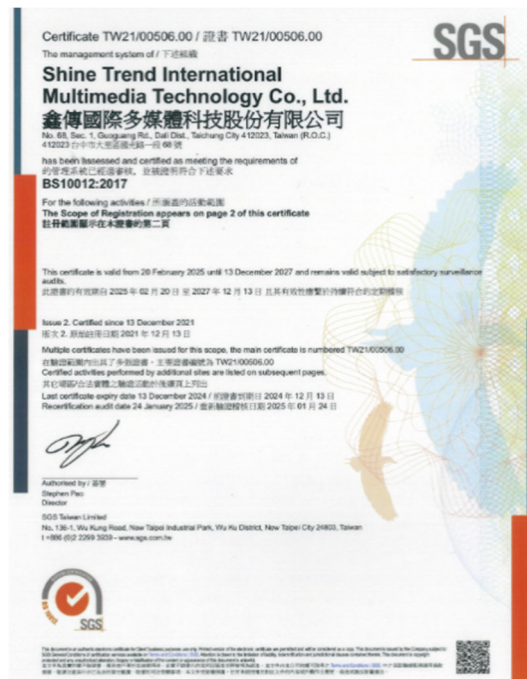
個人資料保護管理系統 PIMS 2025 年度目標量測狀況如下：

序號	目標（量測）項目	目標	是 / 否達成
1	個資相關法令適法性檢視	至少 1 次	是
2	個資蒐集、處理及利用之特定目的盤點	至少 1 次	是
3	個資相關資訊系統帳號權限清查	至少 1 次	是
4	個資侵害事件緊急應變演練	至少 1 次	是
5	個資委外廠商監督與評價	至少 1 次	是
6	個人資料管理系統文件審查	至少 1 次	是
7	個資宣導教育訓練員工出席率	100%	是

鑫傳集團視個人資料保護為企業經營之核心責任，持續導入並維護 BS10012:2017 個人資訊管理系統 (PIMS)，並於 2025 年 11 月 26 日順利通過第三方機構之年度驗證，確認管理體系持續有效且無任何不符合事項，展現對隱私保護的堅定承諾。

鑫傳個人資料保護管理系統管理 BS10012 SGS 證照

執照期效 2024 年至 2026 年



5-4 社會參與

鑫傳集團由永續願景延伸出 3 大核心價值：**可信 (Credible)**、**關懷 (Care)**、**循環 (Cycle)**。對我們而言，「公信力」是媒體營運的根本，更是超越營收的無形資產，2024 年隨著美雅(THE BODY SHOP 美體小舖)加入集團版圖，我們進一步將媒體的「倡議力」與零售的「行動力」結合。在媒體產業日益受到關注的 ESG 浪潮中，我們深知媒體企業在社會責任的比重遠超乎自然環境，因此我們致力於透過全媒體平台發揮影響力，引導閱聽人與消費者認識並加入永續行列。

本年度我們將「循環 (Cycle)」的核心內涵由資訊傳遞進一步擴展至實體資源的「再利用 (Reuse)」，透過 2025 年協同母公司台數科舉辦「愛心二手拍賣市集」活動串聯各事業體，讓集團員工一起來共襄盛舉做愛心，義賣金額將全數捐給兒童社福團體，以及美雅(THE BODY SHOP 美體小舖)推動的「空瓶回收計畫」與 3R 原則，我們將每一份產品容器視為重生的起點，從源頭減量並延長物資生命週期；在「關懷 (Care)」層面，鑫傳透過《角落那群人》、《看見寶島 PCR》等優質節目，發揮為弱勢發聲、推動地方創生的媒體職能，紀錄小人物在挫折中認真執著的生命韌性。

同時，我們透過美雅跨越國界捍衛人權，支持「社區公平貿易」，確保國外偏鄉婦女獲得平等工資與生計保障；在生態保護上，我們從寵物關懷延伸至野生動物保育，倡導平等尊重的生態文明。

鑫傳集團期許讓「新聞」與「零售」不僅是產業，更是推動社會進步的志業。未來，我們仍將善用全媒體影響力，在多元觀點中落實媒體正直性，為地球與人類永續盡一份心力，從地方放眼國際，致力成為消費者與閱聽人最值得信賴的品牌。

5-4-1 守護環境

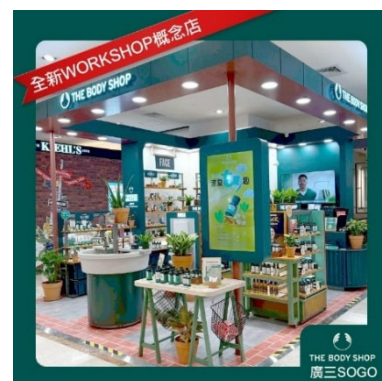
●響應循環經濟推廣永續生活

響應永續發展理念與企業 ESG 精神，鑫傳及子公司參與台數科集團舉辦之「舊愛新生·永續市集」二手市集活動。活動中由同仁提供二手物品進行義賣，透過資源再利用的方式推廣環保與永續消費概念，鼓勵民眾以實際行動支持循環經濟與減少浪費。此外，本公司亦透過新聞報導與媒體平台分享活動內容，擴大永續理念之傳播，期望透過媒體影響力，帶動社會大眾關注環境議題並實踐綠色生活。



●綠色零售與永續消費的實踐-THE BODY SHOP 美體小舖

全新的 WORKSHOP 永續概念店-「廣三 SOGO 店」、「台中大遠百店」，除了使用 FSC 認證永續建材外，還大量運用再生木材、再循環塑膠及金屬，全店由高達 90%的再生素材建構而成，充分展現永續思維。全新開幕來店不限金額消費送永續森活小苔球。



在「愛護地球、節約資源」的行動中，我們不僅透過即期福利品直播銷售減少資源浪費，更藉由媒體傳播力轉化消費行為，落實循環經濟，減少產品報廢對環境產生的負荷。



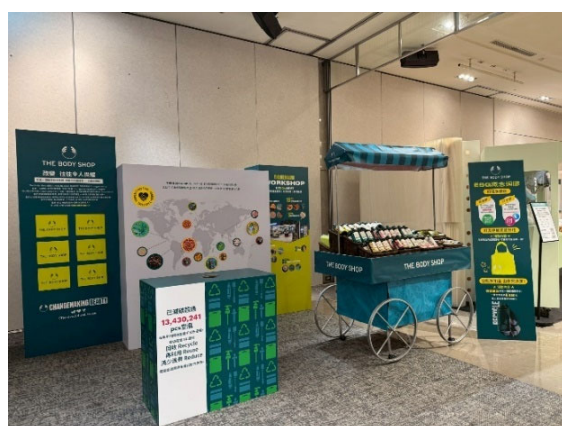
THE BODY SHOP 美體小舖支長期推動的「空瓶回收計畫」，將環保意識轉化為消費者的具體行動。我們徹底落實 3R 原則：首先，透過 Recycle (回收) 機制，鼓勵消費者回傳產品容器，有效進入專業再生系統；其次，積極研發環保包裝材料，達成資源的 Reuse (再利用)，減少一次性塑料的依賴。



慶祝國際婦女節，支持婦女獲得平等工資、教育機會與經濟獨立。產品從迦納採購乳木果，支持當地婦女的生計與醫療；從印度收購回收塑膠，解決環境污染同時為底層社區創造尊嚴勞動；更與尼泊爾 Get Paper Industry 合作，採用手工環保材料製作禮盒，促進當地教育普及。



參與 2025 新光三越 RE:ACTION 綠循環生活展，以策展傳遞綠色循環、輕鬆體驗美好，與新光三越持續共同倡議永續價值。永續概念不再只是口號，而是能融入日常的選擇，讓每一次消費都能為環境帶來正向影響，把永續變成一種時尚態度。



5-4-2 媒體公益

●公益廣告

2025 年公益廣告合計跑馬燈 985 則、廣告 161 篇，協助各政府部門、社福團體播送「防詐騙宣導」、「稅務宣導」、「節電愛地球」、「捐血活動」、「防震防災防火」、「珍惜水資源」等各項公益性質廣告宣導。

類別	項目	數量	媒體價值 (仟元)
跑馬燈	- 法務部調查局防詐騙宣導 - 交安宣導及道路管制措施宣導 - 全民普發現金防詐騙宣導 - 補助農民稻草剪段、防止焚燒稻草 - 社區藝文捐血公益活動訊息 - 清明掃墓 4 不 2 記得-環境宣導 - 台灣電力公司-用電安全宣導 - 雲端發票及稅務宣導 - 地震、防災、防火安全宣導 - 後備指揮部-2025 年後備軍人 - 一氧化碳、消防安檢宣導 - 環境衛生保健宣導標語 - 預防登革熱、腸病毒宣導 - 財團法人人安社福基金會 - 交通部高速公路養護工程分局 - 台灣自來水公司-停水公告 - 勞工局就業技能與聯合徵才 - 財團法人華山社福基金會 - 台灣兒童暨家庭扶助基金會 - 國家防災日演習公告 - 財團法人環宇國際文化教育基金會	985	14,745

類別	項目	數量	媒體價值 (仟元)
廣告	- 內政部警政署刑事警察局-反詐騙、反盜版、反毒、識詐宣導 - 打詐新四法-投資詐騙、ATM 詐騙、網路詐騙 - 國家通訊傳播委員會-施用毒品者再犯防止推進計畫 - 陽光社福基金會-預防燒傷預防悲傷 - 水利署-珍惜地球、珍惜水資源 - 預防登革熱、腸病毒環境衛生宣導 - 微型電動二輪車上路篇宣導 - 節能宣導-全民節電愛地球篇 - 全民普發現金防詐短片 - 金管會防制詐騙-境外網站 - 創世社福基金會-植愛撐舟 - 天主教失智老人社福基金會 - 金管會-消費金融保護教育 EP2 - 交通部-強化高齡駕駛及行人安全 - 經濟部節能宣導-微小也可以偉大 - 全成社福利基金會-獨老需評訪視 - 稅務宣導地價稅、牌照稅、房屋稅 - 華山社福基金會-愛老人愛團圓、愛老人中秋亮起來 - 勞動部-勞工職災保險及保護法 2025 年流感新冠疫苗開打 - 地震防災原則宣導	161	3,415

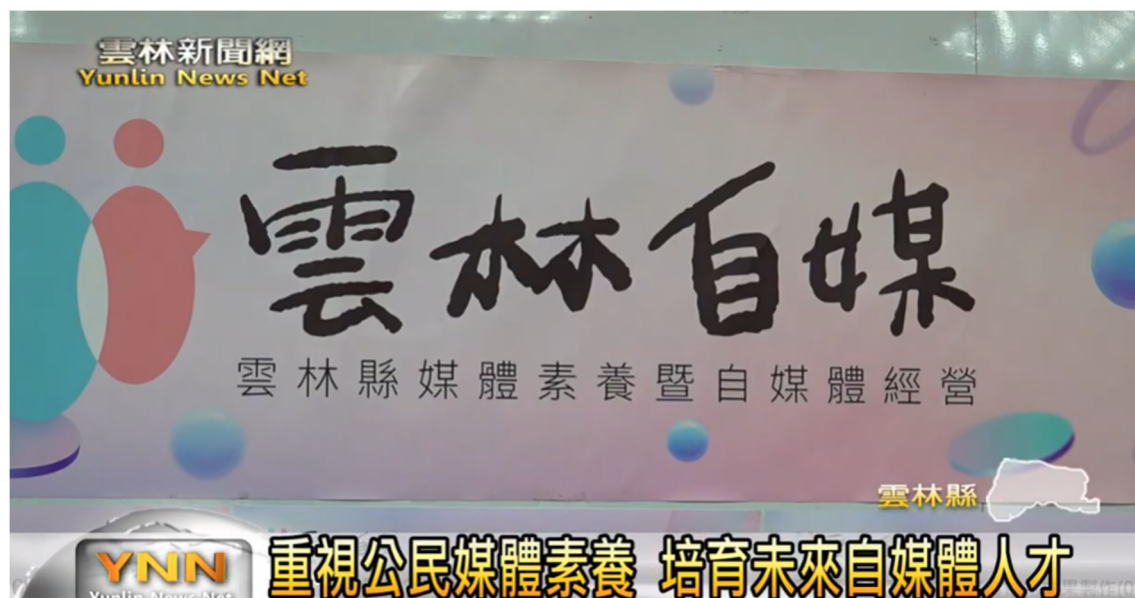


協助公益性跑馬燈字幕宣導



協助公益性廣告短片宣導

● 媒體識讀報導及宣導



中台灣生活網播放重視公民媒體素養，培養未來媒體人才主題



中台灣生活網與在地台南小學合作參訪、體驗活動



在資訊爆炸的時代媒體不只是傳播工具，更是影響思維的力量。透過社區活動邀請講師一起探討媒體識讀與短影音創作，帶領學生認識媒體運作邏輯、辨識假訊息，並學習如何用影像說故事，傳遞真實、有力的訊息



媒體識讀是每個學校非常重視的課程，為了讓學生能更了解如何分辨新聞，鑫傳除了配合地方活動及校園課程進行宣導，更透過學童參訪，進行說明及體驗，希望讓學生能認識網路世界及媒體功能，分辨訊息的正確性



於自有衛星頻道上播放網路防詐宣導等公益廣告

5-4-3 社會公益新聞報導及節目製作

●製播公益新聞，傳遞善與愛

2025 年一月份公益新聞

- 1、北港武德宮萬斤白米送暖民間 健檢護健康過好年
- 2、台中麗喆師生公益紅包助十三里弱勢過好年
- 3、西港華山送暖到府 愛心年菜募集進行中
- 4、關懷南化弱勢 行善團擴大舉辦歲末尾牙
- 5、水里愛心企業發送弱勢春節加菜金
- 6、邁入 11 年 資助弱勢學童營養午餐計畫起跑
- 7、關懷弱勢 民間特教機構捐款偏校藝陣薪傳
- 8、后里后綜高中獅子會贈獎助金
- 9、中市科技公司捐贈復康巴士
- 10、太平愛無礙義賣春聯贈弱勢年菜



2025 年二月份公益新聞

- 1、大里北台中家扶義賣助貧童
- 2、慈濟修繕志工進駐楠西 認養 14 鄰修繕工作
- 3、草屯郵局捐款給創世
- 4、陳威式慷慨捐復康巴士 市長感謝扶助身障
- 5、善心業者捐贈百萬助聽器設備 照顧弱勢聽損者
- 6、中華安歲太子慈善功德會、慈天必生宮聯合送暖
- 7、竹山富州社區弱勢學童課後輔導班
- 8、為公益發聲音樂會 門票收入全捐楠西弱童
- 9、西螺廣福宮捐血送大龍蝦、高麗菜
- 10、佛祖請吃飯 1,200 弱勢戶齊聚噶瑪噶居寺



2025 年三月份公益新聞

- 1、國際獅子會 300E-1 區 為民眾免費視力篩檢
- 2、做工行善團連假持續助修繕 讓愛不打烊
- 3、大雅企業捐電視牆給大雅國中
- 4、名間紅十字會發物資
- 5、雲林家扶中心助學金頒發 383 位學子受惠
- 6、臺南婦女會號召熱血青年 挽袖捐血做公益
- 7、華山鹽水站感恩茶會 與長輩懷舊童年味道
- 8、埔里台灣獅校園宣導品格教育
- 9、大雅草莓園捐血送草莓
- 10、白沙屯媽祖加持麵線
捐雲林家扶中心



2025 年四月份公益新聞

- 1、慈揚基金會宣導用電安全 入社區守護長輩
- 2、南投中投募捐二手書
- 3、愛在臺南 武廟清明連假舉辦公益捐血活動
- 4、雲林豐泰攜企業贈 3 公益單位有機米
- 5、在地建商回饋社會 捐贈小型水箱消防車
- 6、草屯加老一日愛心便當活動
- 7、名間 TeaTop 獎學金
- 8、虎尾穎川長輩自製娃娃
贈虎尾國小特教班
- 9、感恩聖仁基金會 認助
華山學甲站
- 10、斗六曙光協會捐贈社
會關懷協會



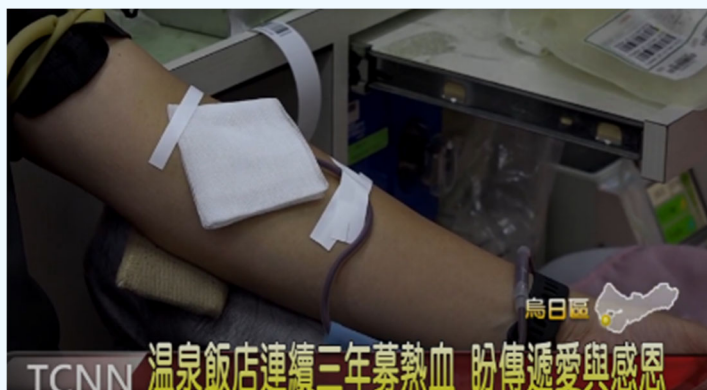
2025 年五月份公益新聞

- 1、雲林國小合唱團赴韓參賽 善心企業捐 10 萬拋磚引玉
- 2、童心傳愛 華山麻豆站伴九旬長輩過母親節
- 3、魚池東峰茶莊送暖關懷華山獨老
- 4、端午愛老人 南科業者捐贈華山百份關懷禮
- 5、草屯禾繕助創世植物人
- 6、清水農會溫馨五月天公益捐弱勢
- 7、新永安公館送愛學識讀防騙
- 8、西螺下湳傳遞端午溫情關懷
- 9、草屯富功愛心水餃公益日
- 10、烏日卿雲獎學金獎助弱勢學子



2025 年六月份公益新聞

- 1、善心企業捐雲林家扶扶幼專車
- 2、埔里友善動物市集
- 3、鹿耳結合各愛心團體關懷獨老戶
- 4、烏日清新公益捐血活利
- 5、啟動愛心三部曲活動「舊鞋救命」
- 6、烏日華山老人運動會
- 7、雲林獨居長者初體驗高爾夫
- 8、讓愛流動 灣裡南門宮辦捐血活動
- 9、北區弘揚孝道千人沐足活動
- 10、企業民眾慷慨捐贈沐浴車



2025 年七月份公益新聞

- 1、草屯民歌公益演唱會盈餘捐食物銀行
- 2、高雄市雲高慈愛會贈海線弱勢 280 萬善款
- 3、南投仁愛育幼院義煮
- 4、鹿耳社區盼外界協助度難關
- 5、梧棲台灣佳光永續市集
- 6、藝術展結合公益募款捐贈偏鄉急難救金
- 7、信義小騎士單車環島出發!
- 8、鹿谷家扶中心夏令營
- 9、西區華美剩食二手市集
- 10、何應朋陶藝特展
為北家扶助學金注入活水



2025 年八月份公益新聞

- 1、竹山民眾捐贈消防警備車
- 2、蔣勳捐手抄金剛經 義賣所得全助災後重建
- 3、台中勤業眾信都會公園植樹活動
- 4、品德扎根從小教育 安平同濟會捐國小教材
- 5、東區善心企業捐弱勢物資
- 6、雲林家扶頒 533 萬助學金
- 7、關懷高齡失智長輩
- 8、送愛贈 300 包白米關懷水林鄉弱勢
- 9、麻豆文旦聯盟傳愛助弱勢
- 10、中市創世中元普渡箱募集



2025 年九月份公益新聞

- 1、北區崇德里慈善中秋捐贈
- 2、口湖幼童齊聲呼喊花蓮加油 幼兒園義賣月餅助復原
- 3、關懷楠西弱勢兒少 成大科普教育營登場
- 4、信義物資獎助學金捐贈
- 5、15 年不間斷斗南代天宮王爺公廟普品送暖照顧弱勢
- 6、蔣勳捐手抄金剛經 義賣所得全助災後重建
- 7、南投榮服處秋節關懷幸福家庭表揚
- 8、青農公益不停歇傳愛助弱勢
- 9、霧峰朝陽 EMBA 捐血傳愛
- 10、建設公司捐十萬元助創世



2025 年十月份公益新聞

- 1、助弱勢 中西區公所攜手慈善會中秋發善款
- 2、慈善基金會百萬兒科病床贈若瑟
- 3、竹山延平國小反毒宣導結合萬聖節活動
- 4、救國團頒贈獎助學金
- 5、臺南果農送愛花蓮 2,000 斤水果挺鏟子超人
- 6、烏日溪南國中同濟會捐匹克球
- 7、善心企業包場看電影傳愛南家扶
- 8、五位廚師團體齊聚雲林教養院中秋義煮
- 9、草屯南投商業會捐偵防車贈草屯分局
- 10、雲林救國團公益健行



2025 年十一月份公益新聞

- 1、義剪傳愛到菩提林 讓長輩換髮型也換心情
- 2、嘉縣待用餐成果展 一頓飯串起滿滿善意
- 3、雲林家扶歲末園遊會募款告急
- 4、信義雙龍國小學生受贈外套
- 5、聖誕心願樹活動邁入 20 周年 333 份禮物送家扶兒
- 6、民間企業義舉 助嘉縣風災殘枝去化處理
- 7、華聖家園走秀音樂會
- 8、大里萬安同心親子公益園遊會
- 9、雲林家扶認養人相見歡
- 10、仁德農會竹筒傳愛 集資助北家扶



2025 年十二月份公益新聞

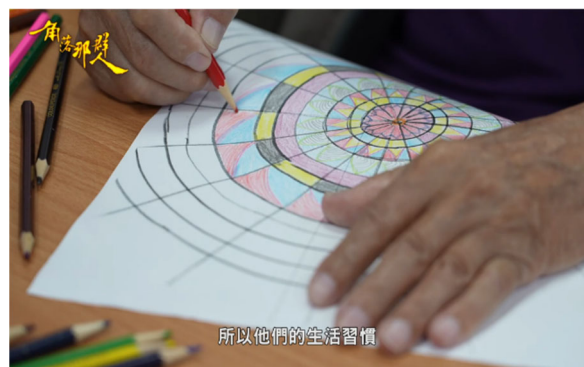
- 1、台中冰淇淋業者募 600 份耶誕禮物
- 2、竹山企業送棉被
- 3、崙背國小義賣會熱鬧登場為社會注入溫暖力量
- 4、關廟農會與華山攜手 冬至送愛為孤老掃除
- 5、國姓北山三校魚丸伯義煮
- 6、臺南議會集愛心捐社福
- 7、后里救國團捐贈物資給啟明學校
- 8、臺灣首廟天壇歲末送暖
- 9、愛心義剪關懷弱勢家庭
- 10、伊甸基金會志工助弱勢改善屋頂



●節目製播

(1)製作社會關懷節目

生命因夢想而偉大，在社會的各個角落，無數平凡的小人物憑藉著認真、執著與打拼，在各自的領域中綻放光芒。這股溫暖且堅毅的力量，是社會最珍貴的資產。節目「角落那群人」深入基層，捕捉那些在挫折中不畏艱難、以毅力轉化困境的動人故事。相信，每一個生命轉念的瞬間，都是推動社會前進的動力；透過鏡頭，我們讓小人物的拼搏精神被看見，進而點燃社會大眾心中的希望與共鳴。



(2)製作動物關懷節目

由人類身邊最親近的寵物，進而擴展到野生動物的範疇，雖然動保與野保略有不同，但相同的是那份希望牠們能夠有屬於自己的家，不被迫害，不被打擾，不被驅趕的同理心。



(3)製作銀髮關懷節目

當城鄉差距導致鄉村老化與動能流失，我們深入最前線、聚焦地方創生中的關鍵元素，透過紀錄每一位在逆境中執著耕耘的小人物故事，展現高齡社會下的生命韌性。我們以鏡頭為媒，連結「人、地、產」的價值，轉化偏鄉危機為創生契機，讓社會關注流向需要的角落，為高齡化與地方復甦議題貢獻媒體價值，實踐與地方共生共好的企業承諾，從中看見地方創生的各種可能性，創造更多的價值，讓偏鄉不再是偏鄉。



(4)製作社會多元人文節目

「語言是文化的結晶；旅遊文學是歷史與地理的時空再現。」中臺灣的歷史發展，不論文化或歷史比起臺灣其他地方都毫不遜色。「漫步輕旅行」節目以<文學詩人來帶路>之概念，透過不同的語言(例：華語、閩南語、原住民語、客家語等)，以吟詩、說故事、口語化的方式，並藉由主持人親身踏查各個文學地景，認識臺灣的文化及歷史，期望透過本節目的製作，可以傳達人、文、產、藝、景、食等資訊，並以溫馨且活潑的製作手法，引領閱聽眾一點一滴地感受臺灣這塊土地的美與熱情。



台灣是個多元族群的社會，然而隨著科技的發達，許多 3C 產品的普及，傳統物品漸遭淘汰，人類的休閒娛樂也快速發生變化。以前的童玩與遊戲，如今幾乎都已銷聲匿跡。「前進我的時尚童年」本節目透過主持人走遊的方式，帶領大家用類實境的體驗，找回那些傳統的古早味，一來讓民眾回味過去，與大自然共生共遊共趣的時光，也傳承這些古早童趣，希望找回過去的樂趣、找回當時崇尚的風氣、愛好，讓民眾重新愛上這一片土地。



5-4-4 對社區之風險或機會採行相應措施及實施成效

● 社區實施成效



聘用公司營運所在地之人力，以增進社區認同



台中、南投、雲林、嘉義、台南、台北



鑫傳的主要營運據點位於台灣台中市，並因產業需求在台北、台南等地設有分支據點。根據 2025 年 12 月 31 日的統計數據，員工戶籍地與其工作據點的匹配情況，結果顯示有 72.73% 的員工居住在其工作所在地附近，反映出本集團在當地的雇用政策有效促進了地方經濟的發展。





協辦第五屆「世界蓋婭日 - 讓地球溫度下降 X°C」活動



臺中市地區



2025 年 4 月 22 日世界地球日，美麗人生購物(MAYLIFE)) 積極協辦第五屆「世界蓋婭日」。活動以「讓地球溫度下降 X°C」為核心，串聯科技與環保行動。透過實際參與，支持科技植樹與減碳宣示，凝聚產官學力量共同回應 SDG 13 氣候行動。此舉不僅深化了集團的永續 DNA，更將環保理念轉化為具體的社區實踐，推動綠色生活潮流。，吸引企業、學界、民眾近千人參與，共同為地球降溫注入多元能量。



時間	活動項目
10:30-11:00	報到與貴賓入場/開場致詞
11:00-11:30	宣誓活動&貴賓合影
11:30-11:45	元宇宙財神授證典禮
11:45-12:30	第四屆全球科技植樹創新產品徵案頒獎典禮
12:30-13:30	午餐 & 交流時間
13:30-15:00	地球復原行動~大家「藝」起來藝術創作與公益行動
15:00-16:00	茶歇交流時間&唐寶寶大禮樂團音樂饗宴
16:00-16:30	義賣作品收集&活動結束
16:30~	賦歸

指導單位 臺中市政府環境保護局 國立勤益科技大學能源與環境科技中心 主辦單位 蓋婭能源與環境科技中心 威浦斯科技股份有限公司 社團法人臺灣能源與環境發展協會 承辦單位 社團法人臺灣能源與環境發展協會	協辦單位 臺灣國際職業婦女協會台中第二分會、心之谷永續教育園區、社團法人綠色21台灣聯盟、台灣防火綠建材裝修學會、小魯文化事業股份有限公司、林銀杏國際有限公司、交通部觀光署參山國家風景區管理處、穩邁股份有限公司、中華露峰林家居保第國藝術中心、禾坎科技股份有限公司、冠有科技股份有限公司、社團法人中華永續青銀培力協會、弘惠國際健康科技股份有限公司、May Life美麗人生購物台、德鑫精密興業有限公司、社團法人中華商業聯盟協會、泓宇衛材股份有限公司、社團法人彰化縣田尾公路花園協會
--	---



 2025 年臺中市身心障礙論壇 落實平權 共榮幸福

 臺中市地區

 於 2025 年 11 月 27 日舉辦臺中市身心障礙 CRPD 論壇網路線上直播，由本公司協助拍攝製作宣導活動議題，落實平權、共榮幸福，社福團體機構單位現場及線上參加人數共計 506 人。



地方農會產品推廣

 臺中、新北、宜蘭、苗栗等

 與台灣農創「台灣農漁業物產館」合作推廣三灣農會、瑞芳農會、宜蘭農會，南庄農會、台灣農創、大安農會等地方農會，協助推廣並銷售多項商品於美麗人生購物(MAYLIFE)平台販售，合計營業額約 60 萬元。



社區電影節 落實推廣環保理念

 臺中市地區

 辦理親子社區電影節，贈送「美麗人生購物台-環保購物袋」，推廣資源再利用生活理念，保護環境，珍愛地球，從環保小尖兵開始做起，2025 年共辦 4 場，活動參與人數約 200 人。



 南投縣智慧健康服務擴散計畫

 南投地區

 協助社區銀髮族檢測健康，推廣高齡運動等活動知識，協助辦理共 10 場，10 個社區里民參加，參與人數約 120 人。



 慈善團體聯合協會-物資捐贈

 嘉義地區

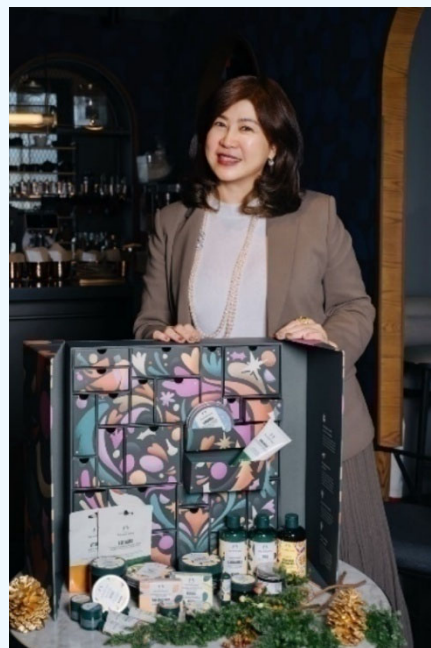
 捐贈嘉義縣慈善團體聯合協會，協助受颱風與暴雨侵襲的在地居民，為災後復原盡一份心力，集團參與人數約 20 人。



 財團法人育成社會福利基金-捐贈物資

 臺北市、新北市地區

 發起「The Body Shop Cycle of Love 愛的循環」慈善公益活動，攜手育成社會福利基金會，為基金會的憨寶貝、老憨兒、義工們，以及重點服務單位的合作夥伴，送上聖誕節最暖的祝福與感謝。期許透過捐款、倡議與實際行動，鼓勵更多大眾關注弱勢族群，集團參與人數約 20 人。



美雅股東能率集團董事長 胡湘麒（左）及 育成社會福利基金會 公關處 陳珮蓓 處長（右）暖心出席 THE BODY SHOP 耶誕餐敘

●推廣地方(社區) 網路節目製作

「Lo 叩」YouTube 頻道由鑫傳所經營，製作屬於地方社區才知道的 Locals 獨家消息，以地方特色文化為出發點，從在地視角放眼國際。



中部地區的特有宗教盛典，不只有虔誠信徒、還有年輕世代用自己的方式為傳統注入新生命



全臺灣唯一仍運行的運蔗五分車就在虎尾，這股甜甜的香味充滿許多童年回憶



人狗共舞，考驗默契及信任，來看這對得到世界冠軍的特殊舞伴



這隻狗不只可愛，還考上國際搜救證照！你家的狗會握手，這隻狗卻能在災難現場救人一命



浮誇的造型、站在車上的神明角色，這不只是熱鬧，而是一場信仰的行動劇場



180 年前因為水災離開的人，辦一場盛大的「回家」活動，一起來感受這場為亡靈辦的歸鄉晚會，背後充滿人情味的溫暖故事



一起到台南見證月老的新時代神蹟，看這紅線是如何將各種奇妙緣分牽起來



日月潭藏著一段從異鄉到家鄉的百年「黑金」秘史，透過雙手將這份家鄉的味道一代一代傳下去



6 附件

6-1 會計師有限確信報告

6-2 全球永續性報告指標

GRI Standards 對照表

6-3 SASB 索引表

6-4 TCFD



6-1 會計師有限確信報告



安侯建業聯合會計師事務所

KPMG

台中市407544西屯區文心路二段201號7樓
7F, No.201, Sec.2, Wenxin Road,
Taichung City 407059, Taiwan (R.O.C.)

電話 Tel +886 4 2415 9168
傳真 Fax +886 4 2259 0196
網址 Web kpmg.com/tw

會計師有限確信報告

鑫傳國際多媒體科技股份有限公司 公鑒：

本會計師接受鑫傳國際多媒體科技股份有限公司（以下簡稱「鑫傳公司」）之委託，對鑫傳公司民國一四年度（2025年度）永續報告書（以下簡稱「報告書」）中所揭露之特定績效指標（以下簡稱「確信標的資訊」）執行有限確信程序並出具報告。

確信標的資訊與適用基準

鑫傳公司依據全球永續性標準理事會（Global Sustainability Standards Board, 「GSSB」）發布之全球永續性報告協會準則（Global Reporting Initiative Standards, 「GRI Standards」）及永續會計準則委員會（Sustainability Accounting Standards Board, 「SASB」）發布之永續會計準則（「SASB Standards」）媒體事業業別(Media and Entertainment)產業指標所揭露之確信標的資訊及其適用基準詳列於附件一。

管理階層之責任

鑫傳公司應設定其永續績效和報導目標，包括辨識利害關係人及重大性議題，並依前述適用基準編製及允當表達民國一四年度（2025年度）報告書內所涵蓋之確信標的資訊，且負責建立及維持與報告書編製有關之必要內部控制，以確保報告書所報導之確信標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

會計師之責任

本會計師係依據財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」規劃並執行工作，以對第二段所述之確信標的資訊是否存有重大不實表達出具有限確信報告。另，本會計師執行有限確信時，對與有限確信攸關之內部控制取得必要之瞭解，以設計當時情況下適當之有限確信程序，惟其目的並非對鑫傳公司民國一四年度（2025年度）永續報告書之相關內部控制設計或執行之有效性提供任何確信。

獨立性及品質管理規範

本會計師及所隸屬會計師事務所已遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行

~ 1 ~

KPMG, a Taiwan partnership and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee.



為。此外，本會計師所隸屬會計師事務所遵循品質管理準則，維持完備之品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。

所執行程序之彙總說明

本會計師係針對第二段所述之確信標的資訊執行有限確信工作，主要執行之確信程序包括：

- 取得鑫傳公司民國一一四年度（2025 年度）報告書，並閱讀其內容；
- 訪談鑫傳公司管理階層及攸關員工，以瞭解用以蒐集及產出確信標的資訊之相關作業流程與資訊系統；
- 基於對上述事項所取得之瞭解，就報告書揭露之特定資訊執行分析性程序，或於必要時檢視核對相關文件，以獲取足夠及適切之有限確信證據。

上述確信程序係基於本會計師之專業判斷，包括辨識確信標的資訊可能存有重大錯誤或不實表達之範圍並評估其潛在風險，設計足夠且適切之確信程序暨評估確信標的資訊之表達。本會計師相信此項確信工作可對本確信報告之結論提供合理之依據。惟本會計師對於有限確信案件風險之瞭解及考量低於對合理確信案件者，所執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件者不同，其範圍亦較小，因此有限確信案件中取得之確信程度明顯低於合理確信案件中取得者。

先天限制

鑫傳公司民國一一四年度（2025 年度）報告書內容涵蓋非財務資訊，對於該等資訊之揭露內容可能涉及鑫傳公司管理階層之重大判斷、假設與解釋，故不同利害關係人可能對於該等資訊有不同之解讀。

結論

依據所執行之程序及所獲取之證據，本會計師並未發現第二段所述確信標的資訊有未依適用之適用基準編製而須作重大修正之情事。

其他事項

本確信報告出具後，鑫傳公司對任何確信標的資訊或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

安侯建業聯合會計師事務所

會計師：陳政學 

事務所地址：台北市信義路五段七號六十八樓

民國一一五年八月十日

~1-1~

6-2 全球永續性報告指標 GRI Standards 對照表

使用聲明	鑫傳國際多媒體股份有限公司依循 GRI 準則出版 2025 年永續報告書，數據資料區間為 2025 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。
使用版本	GRI 1：Foundation 2021
GRI 行業準則適用	無

GRI 準則	揭露項目	對應章節	說明	頁碼
GRI2 一般揭露 2021				
組織及報導實務				
2-1	組織詳細資訊	鑫傳永續發展報告書-本報告書邊界範疇		1
2-2	組織永續報導中包含的實體	鑫傳永續發展報告書-本報告書邊界範疇		1
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	鑫傳永續發展報告書-報告書發行歷程、意見回饋		1
2-4	資訊重編	-	無重編前期資訊	-
2-5	外部保證 / 確信	鑫傳永續發展報告書-報告書管理與審查 6-1 會計師有限確信報告		195
活動與工作者				
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	1-1 關於鑫傳		7
2-7	員工	4-1-2 員工結構		108
2-8	非員工的工作者	4-1-2 員工結構		108
治理				
2-9	治理結構及組成	2-1-1 公司治理		50
2-10	最高治理單位的提名與遴選	2-1-1 公司治理		50
2-11	最高治理單位的主席	2-1-1 公司治理		50
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1-3-2 永續治理		22
2-13	衝擊管理的負責人	1-3-2 永續治理		22
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	1-3-2 永續治理		22
2-15	利益衝突	2-1-1 公司治理		50
2-16	溝通關鍵重大事件	1-3-2 永續治理 2-1-1 公司治理		22 50
2-17	最高治理單位的群體智識	2-1-1 公司治理		50

GRI 準則	揭露項目	對應章節	說明	頁碼
2-18	最高治理單位的績效評估	2-1-1 公司治理		50
2-19	薪酬政策	2-1-1 公司治理 4-3-4 薪酬制度		50 127
2-20	薪酬決定流程	2-1-1 公司治理 4-3-4 薪酬制度		50 127
2-21	年度總薪酬比率	-	因薪資屬於隱私資訊及內部機密，不能對外公開，基於保密規定限制故省略揭露。	-
策略、政策與實務				
2-22	永續發展策略的聲明	經營者理念		2
2-23	政策承諾	1-3 永續願景與發展策略 2-1-永續營運管理 4-5 尊重人權		20 47 135
2-24	納入政策承諾	1-3 永續願景與發展策略 2-1-永續營運管理 4-5 尊重人權		20 47 135
2-25	補救負面衝擊的程序	2-1 永續營運管理 2-2 營運績效 3-2 永續媒體報導正直性 4-2 教育訓練與人才培育 5-1 客戶關係管理 5-3 資訊安全與網路安全		49 74 101 113、116 143 157
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	2-1-2 法規遵循與誠信經營		57
2-27	法規遵循	2-1-2 法規遵循與誠信經營		57
2-28	公協會的會員資格	2-4-3 公協會參與		93
利害關係人議合				
2-29	利害關係人議合方針	1-4-1 利害關係人議合		25
2-30	團體協約	-	因員工未向本集團提出團體協約之協商要求，故迄今未簽訂團體協約。惟本集團已成立勞資委員會，由勞方與資方各 50% 成員代表，至少每季召開 1 次會議，建立勞資和諧溝通管道。	-
GRI3 重大主題 2021				
重大主題揭露				
3-1	決定重大主題的流程	1-4-2 重大主題鑑別與排序		29
3-2	重大主題列表	1-4-2 重大主題鑑別與排序		29

重大主題				
GRI 準則	揭露項目	相關章節	頁碼	省略理由
重大主題：人才吸引與留任				
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	4-2 教育訓練與人才培育	112	
GRI 201：經濟績效 2016	201-3 定義福利計劃義務與其他退休計畫	4-3 員工福利與權益	120	
GRI 401：勞雇關係 2016	401-1 新進員工和離職員工	4-1-2 員工結構	108	
	401-2 提供給全職員工（不含臨時或兼職員工）的福利	4-3-1 員工福利內容	120	
	401-3 育嬰假	4-3-1 員工福利內容	120	
GRI 405：員工多元化與平等機會 2016	405-1 治理單位與員工的多元化	4-1-2 員工結構	108	
	405-2 女性對男性基本薪資加薪酬的比率	4-3-4 薪酬制度	127	
重大主題：客戶關係管理				
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	5-1 客戶關係管理	140	
GRI 418：客戶隱私 2016	418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	5-3-1 資訊安全與保護	158	
重大主題：媒體報導正直性				
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	3-2 永續媒體報導正直性	100	
GRI 201：經濟績效 2016	201-4 取自政府之財務補助	3-2-2 取自政府之財務補助	105	
重大主題：人力資源發展				
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	4-2 教育訓練與人才培育	112	
GRI 404：訓練與教育 2016	404-1 每名員工每年接受訓練的平均時數	4-2 教育訓練與人才培育	112	
	404-2 提升員工職能及過度協助方案	4-2 教育訓練與人才培育	112	
	404-3 定期接受績效及職業發展檢核的員工百分比	4-2-2 人才激勵	118	

重大主題				
GRI 準則	揭露項目	相關章節	頁碼	省略理由
重大主題：營運績效				
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	2-2 營運績效	73	
GRI 201：經濟績效 2016	201-1 組織所產生及分配的直接經濟價值	2-2 營運績效	73	
	201-2 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	2-3-1 氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	78	
重大主題：資訊安全 / 網路安全與系統可用性				
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	5-3 資訊安全與網路安全	155	
GRI 203：間接經濟衝擊 2016	203-1 基礎建設的投資與支援服務的發展及衝擊	5-4 社會參與	166	
重大主題：公司治理與誠信經營				
GRI 3：重大主題 2021	3-3 重大主題管理	2-1 永續營運管理	47	
GRI 205：反貪腐 2016	205-1 已進行貪腐風險評估的營運據點	2-1-2 法規遵循與誠信經營 3-2-1 媒體報導正直性	57 103	
	205-2 有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	2-1-2 法規遵循與誠信經營	57	

特定主題準則揭露項目				
GRI 準則	揭露項目	相關章節	頁碼	省略理由
GRI 202：市場地位 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	4-3-4 薪酬制度	127	
GRI 203：間接經濟衝擊 2016	203-2 顯著的間接經濟衝擊	5-4 社會參與	166	
GRI 303：水與放流水 2018	303-3 取水量	2-3-2 溫室氣體、排水量及廢棄物減量計畫	80	
GRI 305：排放 2016	305-1 直接（範疇一）溫室氣體排放	2-3-2 溫室氣體、排水量及廢棄物減量計畫	80	
	305-2 能源間接（範疇二）溫室氣體排放	2-3-2 溫室氣體、排水量及廢棄物減量計畫	80	
	305-4 溫室氣體排放密集度	2-3-2 溫室氣體、排水量及廢棄物減量計畫	80	
GRI 306：廢棄物 2016	306-3 廢棄物的產生	2-3-2 溫室氣體、排水量及廢棄物減量計畫	80	
GRI 403：職業安全衛生 2018	403-3 職業健康服務	4-3-2 員工的健康促進活動	121	
	403-4 有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	2-4-2 供應鏈管理	90	
	403-5 有關職業安全衛生之工作者訓練	2-4-2 供應鏈管理 4-4-3 宣導與演習訓練	90 134	
	403-6 工作者健康促進	4-3-2 員工的健康促進活動	121	
	403-9 職業傷害	4-4-2 職業安全執行計畫與成果	132	
	403-10 職業病	4-4-2 職業安全執行計畫與成果	132	
GRI 409：強迫或強制勞動 2016	409-1 具強迫或強制勞動事件重大風險的營運據點和供應商	2-4-2 供應鏈管理 4-5-1 人權政策	90 136	
GRI 416：顧客健康與安全 2016	416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊	3-1-1 報導內容之責任	95	
	416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件	2-1-2 法規遵循與誠信經營 3-1-1 報導內容之責任	57 95	
GRI 417：行銷與標示 2016	417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件	2-1-2 法規遵循與誠信經營	57	
		3-1-1 報導內容之責任	95	

6-3 SASB 索引表

SASB 產業指標 媒體事業：MEDIA & ENTERTAINMENT

SASB 主題	編號	會計指標	揭露 方式	揭露內容																																																						
會計指標																																																										
媒體 多元化	SV-ME-260a、1	各員工類別中性別 / 原住民及身心障礙員工佔比 -6.管理階層 -7.專業職 -8.其他一般員工	量 化 數 據	4-1-2 員工結構 媒體事業員工共297人，管理階層為41人、專業職30人、一般員工226人；其中身心障礙男性占0.67%、女性占0.67%，原住民男性0%、女性占0.34%。 本公司已於內部控制制度中訂定適用於全體員工之「獎懲升遷作業」、「教育訓練作業」、「考核作業」及「福利作業」，提供透明且一致之規範使全體員工有所依循。 <table><tr><th></th><th>男 人數 (比例)</th><th>女 人數(比例)</th><th>總數</th></tr><tr><td>高階 主管</td><td>3 (1.01%)</td><td>2 (0.67%)</td><td>5(1.68%)</td></tr><tr><td>非高階 管理階層</td><td>15 (5.05%)</td><td>21 (7.07%)</td><td>36(12.12%)</td></tr><tr><td>專業 人員</td><td>17(5.72%)</td><td>13 (4.38%)</td><td>30(10.1%)</td></tr><tr><td>一般 員工</td><td>36 (12.12%)</td><td>190 (63.97%)</td><td>226(76.09%)</td></tr><tr><td>全公司</td><td>71 (23.91%)</td><td>226 (76.09%)</td><td>297(100%)</td></tr></table> <table><tr><th></th><th>30 歲以下</th><th>31-50 歲</th><th>51 歲以上</th><th>小計</th></tr><tr><td>高階 主管</td><td>0(0.00%)</td><td>2(0.67%)</td><td>3(1.01%)</td><td>5(1.68%)</td></tr><tr><td>非高階 管理階層</td><td>3(1.01%)</td><td>21(7.07%)</td><td>12(4.04%)</td><td>36(12.12%)</td></tr><tr><td>專業 人員</td><td>7(2.36%)</td><td>20(6.73%)</td><td>3(1.01%)</td><td>30(10.10%)</td></tr><tr><td>一般 員工</td><td>43(14.48%)</td><td>147(49.49%)</td><td>36(12.12%)</td><td>226(76.09%)</td></tr><tr><td>全公司</td><td>53(17.85%)</td><td>190(63.97%)</td><td>54(18.18%)</td><td>297(100.%)</td></tr></table> 高階主管：協理以上；中階主管：經理(含)以下-主任(含)以上； 基層主管：主任以下有主管職；專業人員：記者；一般員工：所有其他員工係定義為未分類為高階管理階層、非高階管理階層或專業人員之員工。		男 人數 (比例)	女 人數(比例)	總數	高階 主管	3 (1.01%)	2 (0.67%)	5(1.68%)	非高階 管理階層	15 (5.05%)	21 (7.07%)	36(12.12%)	專業 人員	17(5.72%)	13 (4.38%)	30(10.1%)	一般 員工	36 (12.12%)	190 (63.97%)	226(76.09%)	全公司	71 (23.91%)	226 (76.09%)	297(100%)		30 歲以下	31-50 歲	51 歲以上	小計	高階 主管	0(0.00%)	2(0.67%)	3(1.01%)	5(1.68%)	非高階 管理階層	3(1.01%)	21(7.07%)	12(4.04%)	36(12.12%)	專業 人員	7(2.36%)	20(6.73%)	3(1.01%)	30(10.10%)	一般 員工	43(14.48%)	147(49.49%)	36(12.12%)	226(76.09%)	全公司	53(17.85%)	190(63.97%)	54(18.18%)	297(100.%)
		男 人數 (比例)	女 人數(比例)	總數																																																						
高階 主管	3 (1.01%)	2 (0.67%)	5(1.68%)																																																							
非高階 管理階層	15 (5.05%)	21 (7.07%)	36(12.12%)																																																							
專業 人員	17(5.72%)	13 (4.38%)	30(10.1%)																																																							
一般 員工	36 (12.12%)	190 (63.97%)	226(76.09%)																																																							
全公司	71 (23.91%)	226 (76.09%)	297(100%)																																																							
	30 歲以下	31-50 歲	51 歲以上	小計																																																						
高階 主管	0(0.00%)	2(0.67%)	3(1.01%)	5(1.68%)																																																						
非高階 管理階層	3(1.01%)	21(7.07%)	12(4.04%)	36(12.12%)																																																						
專業 人員	7(2.36%)	20(6.73%)	3(1.01%)	30(10.10%)																																																						
一般 員工	43(14.48%)	147(49.49%)	36(12.12%)	226(76.09%)																																																						
全公司	53(17.85%)	190(63.97%)	54(18.18%)	297(100.%)																																																						
	SV-ME-260a、2	描述確保新聞媒體內容多元性的政策和程序	質 化 討 論	5-2-2 品質管理																																																						
新聞報 導正直 性與資 金之辨 認	SV-ME-270a、1	因違反誹謗法規所受裁罰的總金額損失	量 化 數 據	2025 年無因違反誹謗法規受裁罰事宜																																																						
	SV-ME-270a、2	置入性廣告收益	量 化 數 據	無置入性廣告收益																																																						

SASB 主題	編號	會計指標	揭露 方式	揭露內容
	SV-ME-270a、3	描述為確保報導本質符合以下的方法 1)真實性、準確性、客觀性、公正性與課責性 (2)內容之獨立性或潛在偏見之透明度 (3)隱私保護與損害限制有關之確保新聞節目之新聞從業誠信之作法之描述	質化討論	5-2-2 品質管理
智慧財產權和媒體版權	SV-ME-520a、1	描述公司如何確保智慧財產權之保護	質化討論	2-1-2 法規遵循與誠信經營
活動指標				
智慧財產權和媒體版權	SV-ME-000、A	(1)媒體接收者總數和 (2)廣播電視覆蓋的家庭數量 (3)有線網絡用戶 (4)雜誌和報紙的發行量	量化數據	(1)依照「國家通訊傳播委員會」公告戶數，鑫傳集團頻道全台覆蓋率如下：(截至 2025 年 12 月) 冠軍電視台：有線電視戶數 4,227,196 戶 98.96%、中華電信 MOD 戶數 2,011,338 戶 98.96% 冠軍夢想台：4,227,196 戶 98.96% 中台灣生活網頻道：3,471,034 戶 81.26% A-One 體育台：453,299 戶 10.61% 美麗人生購物台：3,496,009 戶 81.84% (2)同上 (3)臉書粉絲數合計數截至 2025/12/31 為 429,325 人；新聞官網 2025/1/1-2025/12/31 造訪人數總計為 153 萬人；Youtube 截至 2025/12/31 訂閱數為 66,408 人，2025/1/1-2025/12/31 訂閱數成長 3,342 人 (4)不適用，本集團無發行雜誌及報紙等刊物。
	SV-ME-000、B	媒體製作和出版物總數	量化數據	媒體事業目前經營 7 個臉書粉絲團-大台中、南投、雲林、新永安、潮 p、台灣生活新聞、信傳媒 5 個 IG 帳號-南投新聞、新永安新聞、信傳媒、大台中新聞、雲林新聞 4 個 Threads 帳號-大台中新聞、南投新聞、雲林新聞、信傳媒 1 個 Line 官方帳號中台灣生活網及 3 個 YouTube 頻道-台灣生活新聞、Lo 叩、信傳媒

6-4 TCFD

鑫傳集團依據 (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, TCFD) 來鑑別風險及機會，並依鑑別結果建立衡量指標與目標管理。

面向	TCFD建議 揭露項目	公司管理 策略與行動			
治理	1、董事會對氣候相關風險與機會的監督情形	1.本公司以董事會為氣候相關風險與機會之監督及治理之最高單位，監督公司永續發展的落實情形。 2.風險管理評估小組：由總經理召集各單位最高主管組成，帶領高階經理人，執行氣候相關風險與機會之評估，並定期追蹤環境永續目標達成情形。風險管理評估小組，每年至少一次向董事會及審計委員會彙總報告年度氣候相關風險與機會之工作執行成果。 3.審計委員會，聽取內部稽核主管報告永續資訊管理作業之內部控制制度之設計及執行有效性所執行之工作，以及稽核發現事項。			
	2、管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會的角色	風險管理評估小組由總經理召集各單位最高主管組成，帶領高階經理人，執行氣候相關風險與機會之評估，並定期追蹤環境永續目標達成情形。 風險管理評估小組，每年至少一次向董事會及審計委員會彙總報告年度氣候治理工作執行成果。			
策略	3、所鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	透過風險評估小組，進行跨部門討論與鑑別短、中、長期的氣候風險與機會，共鑑別出4項轉型風險、2項實體風險。 1、氣候風險			
		風險類型	短期	中期	長期
		轉型風險	政策與法規 各國碳稅 / 碳費法規陸續出台適用	新技術投資 因應低碳趨勢，必須更換節能設備。	市場風險 低碳包裝的需求上升。 名譽風險 企業組織的形象

面 向	TCFD建議 揭露項目	公司管理 策略與行動				
4、在業務、 策略和財務 規劃上與氣 候相關風險 與機會的衝 擊		實體 風險	立即性 極端氣候頻繁 發生影響供應 鏈及運輸		立即性 氣候變遷導致 降雨減少，供 電受影響，所 產生之限電	
		透過風險評估小組，進行跨部門討論與鑑別短、中、長期的氣候風險與機會，共鑑別出3項機會。				
		2、氣候機會				
		主要轉型風險	主要實體 風險	主要氣候 機會		
		政策與法規 因應碳費法規陸續 出台適用，鑫傳自願 優先進行溫室氣體 盤查與確信，用以追 蹤溫室氣體排放量， 以期降低未來碳費 法規影響。	供應鏈運輸 極端氣候頻繁 發生影響供應 鏈及運輸，研擬 購物供應商分 散採購之備援 措施。	低碳生產行銷 本公司屬媒 體產業，在生產 或製作新聞節 目、執行廣告業 務，交通工具將 朝多人共乘，未 來也將逐步採 用低碳能源交 通工具，待現有 車輛汰換或租 賃到期，轉換為 油電車或電動 車等低碳運輸 設備，降低碳 排，若可用遠端 視訊的部分透 過視訊進行，廣 告紙本DM行 銷，轉電子DM 傳送。		
		新技術投資 因應低碳趨勢，必須 更換節能設備。除 2023年已設置4K虛 擬攝影棚，虛擬製作 節省了大幅的製作 時間與費用成本，包 括場景建置與後期 製作，以及團隊的移 動時間與費用，同時 也降低移動風險。 2024年至2025年， 持續研發AI 主播， 改變新聞播報的資 訊傳遞方式。由記者 們拍攝及撰寫的文 字，透過 AI 自動抓 取數據、整理資訊， 並生成AI 主播，可	供水供電 氣候變遷導致 降雨減少，供 水、供電受影 響，所產生之限 水、限電，若限 電或區域停電， 即無法播送新 聞節目與廣告 內容，部分區域 將受播出影響， 將朝設備節能 化發展，以期降 低電力需求，共 同因應氣候變 遷產生之供電 壓力。	節能設備增效 進行節能設備 之調研採購評 估，以提高設備 節能效率。		

面 向	TCFD建議 揭露項目	公司管理 策略與行動	
		不受時間、地點限制，24 小時運作，提供即時新聞內容。減少人力錄製時間，唯正確性仍需再次檢視，而AI 主播的靈活性及擬真度也尚待提升。 2025年持續無紙化線上會議，透過數位影音節能製播流程，期降低碳足跡並融入員工日常。 市場風險 低碳包裝的需求上升，本公司持續研究低碳包材，以符合低碳趨勢。 名譽風險 企業組織的形象，隨著氣候變遷逐漸受到大眾重視，客戶或社群也會評斷公司是否致力於低碳轉型，本公司將持續規劃因應氣候變遷可行之方案。	推動減碳包裝 銷貨提供客戶低碳包裝，以有效減少包裝的碳足跡，符合低碳趨勢。
	5、在策略上的韌性，並考慮不同氣候相關的情境	在未來實施減碳策略所需投入之轉型成本，將持續推動低碳運轉，以了解不同策略下在不同情境可能的財務衝擊，將逐步邁向淨零排放，並強化氣候韌性。	
風險管	6、在氣候相關風險的鑑別和評估流程	評估相關單位於氣候變遷風險與機會，風險評估小組討論氣候相關風險機會，將氣候風險鑑別與評估結果，納入公司風險管理項目中，定期由管理階層確認。	

面 向	TCFD建議 揭露項目	公司管理 策略與行動
理	7、在氣候相關風險的管理流程	利用TCFD架構建構公司的氣候風險辨識流程，並透過風險管理小組追蹤管理情形。
	8、氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程如何整合在公司的整體風險管理制度	依據氣候風險之鑑別與排序結果，設定相關因應方案，透過風險管理小組檢討風險管理及制度調整。
指 標 與 目 標	9、說明公司依循策略和風險管理流程進行評估氣候相關風險與機會所使用的指標	將氣候風險鑑別與評估納入企業風險管理流程。
	10、範疇一、範疇二和範疇三溫室氣體排放和相關風險	每年進行溫室氣體範疇一、範疇二和範疇三之盤查及查證，確認溫室氣體產生源，並進行管理。
	11、管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現	擬定減碳目標，定期檢視達成目標的進度。



鑫傳國際多媒體科技

Shine Trend International Multimedia Technology CO., LTD

地址：台中市大里區國光路一段68號

客服專線：04-37050011 傳真專線：04-37050022