

a) 利害關係人議合

依產業特性與營運現況，參考 AA1000 利害關係人議合標準(Stakeholder Engagement Standard)的原則，針對利害關係人進行排序，鑑別出 6 類的重要利害關係人，分別為：客戶、供應商、股東、政府、員工及媒體。

b) 重大性分析

i) 重大性分析方法與流程

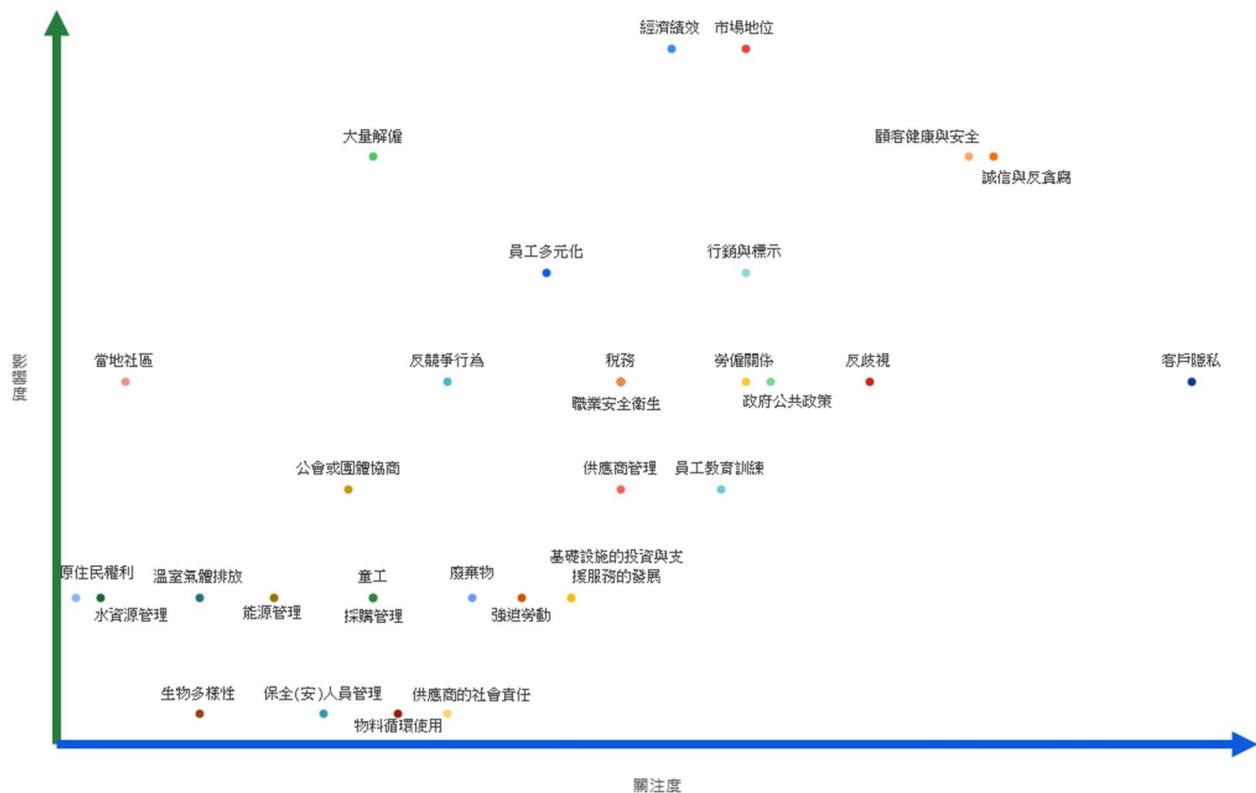
為使資訊揭露內容更符合利害關係人的期待，先透過鑑別利害關係人後，採用利害關係人問卷方式，藉由永續發展委員會分析與檢視，作為報告書編製基礎，讓利害關係人清楚了解慧智基因在公司治理、環境、社會各面向的永續作為。

步驟	流程名稱	執行細節
Step1	利害關係人 鑑別	依產業特性與營運現況，參考 AA1000 利害關係人議合標準(Stakeholder Engagement Standard)的原則，針對利害關係人進行排序，鑑別出 6 類的重要利害關係人，分別為：客戶、供應商、員工、股東、政府及媒體
Step2	企業影響 項目蒐集	參考國內外產業議題、國內政策、國際評比、申訴機制，以及內部部門意見，鑑別影響項目，以及對企業產生的正負影響。
Step3	將企業影響項 目整合為永續 議題	經顧問團隊給予整合建議，將影響項目依主題整合為永續議題，並由永續發展委員會確認本年度永續議題，進行鑑別。
Step4	重大主題 – 分析與排序	藉由問卷發放並回收 51 份問卷，依「利害關係人關注程度」及「對公司營運衝擊程度」，進行高、中、低強度分析，鑑別其重要性。
Step5	重大主題 – 評估與討論	利用 GRI 3 雙重大性分析精神，衡量高、中度議題的財務影響及發生可能性；後將重大議題對照 GRI 主題準則，鑑別出 8 項重大主題。
Step6	重大主題 – 確立重大主題	經分析後，以 8 項重大主題作為本報告揭露重點，擬定議題管理目標。未來持續檢視各項永續議題重要程度，回應利害關係人期待，確保報告書揭露內容透明、合理與平衡。

ii) 永續議題清單

題號	議題
1	經濟績效
2	市場地位
3	基礎設施的投資與支援服務的發展
4	採購管理
5	誠信與反貪腐
6	反競爭行為
7	稅務
8	物料循環使用
9	能源管理
10	水資源管理
11	生物多樣性
12	溫室氣體排放
13	廢棄物
14	供應商管理
15	勞僱關係
16	大量解僱
17	職業安全衛生
18	員工教育訓練
19	員工多元化
20	反歧視
21	公會或團體協商
22	童工
23	強迫勞動
24	保全(安)人員管理
25	原住民權利
26	當地社區
27	供應商的社會責任
28	政府公共政策
29	顧客健康與安全
30	行銷與標示
31	客戶隱私

iii) 重大性分析矩陣



iv) 重大主題列表

重大主題	GRI 準則	有關的利害關係人
客戶隱私	GRI 418	客戶、員工、股東
顧客健康與安全	GRI 416	客戶、員工、政府、媒體
市場地位	GRI 206	客戶、供應商、員工、股東、政府及媒體
誠信與反貪腐	GRI 205	客戶、供應商、員工、股東、政府及媒體
勞僱關係	GRI 401	員工、股東、政府及媒體
經濟績效	GRI 201	客戶、供應商、員工、股東、政府及媒體
反歧視	GRI 406	供應商、員工、股東
政府公共政策	GRI 415	供應商、員工、股東、政府及媒體

v) 利害關係人議合

依產業特性與營運現況，參考 AA1000 利害關係人議合標準(Stakeholder Engagement Standard)的原則，針對利害關係人進行排序，鑑別出 6 類的重要利害關係人，分別為：客戶、供應商、員工、股東、政府及媒體。

利害關係人	溝通方式	頻率	重要關注議題	回應重點
員工	<ul style="list-style-type: none"> •工作績效面談 •勞資協調會議 •職工福利委員會會議 •員工協助與申訴管道 •內部會議/關懷面談 	<ul style="list-style-type: none"> •2次/年 •1次/季 •1次/月 •即時 •不定期 	<ul style="list-style-type: none"> •薪資與福利 •職涯發展 •職業健康與安全 •勞資關係 •意見反映與溝通 	<ul style="list-style-type: none"> •勞資代表於會議中應克盡協調合作之精神，以加強勞雇關係，並保障勞工之權益。 •提供同仁暢通的溝通管道，例如員工意見平台、電線電話及專用電子信箱，傾聽同仁心聲，塑造一個良好的溝通環境。 •已完成特約商店的優惠合約簽訂，並公告於公司內部網站，方便員工隨時查詢。
股東/投資人	<ul style="list-style-type: none"> •股東常會 •法人說明會 •財務報告書 •公開資訊觀測站重大訊息 •官方網站(投資人專區) •投資人來訪 	<ul style="list-style-type: none"> •1次/年 •2次/年 •每季 •即時 •每季 •不定期 	<ul style="list-style-type: none"> •公司營運績效與管理 •符合法令與規範 •公司治理 	<ul style="list-style-type: none"> •透過公開資訊觀測站主動向股東、投資人揭露公司最新的營運狀況及財務表現。 •公司網站投資人專區揭露聯絡電話及電子郵件，及問與答；投資人或股東可以隨時提問。
客戶	<ul style="list-style-type: none"> •客戶滿意度調查 •業務拜訪 •官方網站/會員中心 /FB/IG/Blog •電話/Email聯繫 	<ul style="list-style-type: none"> •1次/年 •即時 •即時 •即時 	<ul style="list-style-type: none"> •產品與服務品質 •公司營運與管理 •符合法令與規範 •企業形象 	<ul style="list-style-type: none"> •可於線上報告系統查詢報告進度。 •業務不定期拜訪客戶，了解客戶需求、蒐集客戶之意見。
供應商	<ul style="list-style-type: none"> •供應商考核 •電話/Email聯繫 •業務拜訪 	<ul style="list-style-type: none"> •1次/年 •不定期 •不定期 	<ul style="list-style-type: none"> •公司營運與管理 •產品價格競爭力 •供應商管理 •企業社會責任 	<ul style="list-style-type: none"> •本公司供應商需簽訂「供應商企業社會責任承諾書」。 •採購單位每年定期請供應商提供「供應商企業社會責任自評表」以檢視供應商社會責任落實之情形。 •本公司定期對供應商進行考核。
政府	<ul style="list-style-type: none"> •於公司網站、公開資訊觀測站主動揭露資訊 •透過公文、信件進行雙向溝通 •與政府及主管機關電話溝通討論 	不定期	法令遵循	本公司針對法令政策變動已進行內部管理變更，在法令遵循上未有發生被罰款或糾正的情形。

利害關係人	溝通方式	頻率	重要關注議題	回應重點
媒體	•辦理法人說明會、發布新聞稿 •使用電話、電子郵件、公司網站進行溝通	不定期	•產品與服務品質 •公司營運與管理	本公司採用各種不同形式的溝通方式與媒體溝通，讓利害關係人更了解公司的永續作為。

vi) 策略與短中長期目標

	短期 (~115年)	中期 (~118年)	長期 (~120年)
客戶隱私	發生客戶隱私或營業秘密洩漏事件：0件	發生客戶隱私或營業秘密洩漏事件：0件	發生客戶隱私或營業秘密洩漏事件：0件
顧客健康與安全	發生顧客健康安全事件：0件 違反特定醫療技術檢查檢驗醫療儀器施行或使用管理辦法件數：0件	發生顧客健康安全事件：0件 違反特定醫療技術檢查檢驗醫療儀器施行或使用管理辦法件數：0件	發生顧客健康安全事件：0件 違反特定醫療技術檢查檢驗醫療儀器施行或使用管理辦法件數：0件
市場地位	國內提供檢測服務最完整的實驗室，知名度與市占率為全台第一	國內提供檢測服務最完整的實驗室，知名度與市占率為全台第一	國內提供檢測服務最完整的實驗室，知名度與市占率為全台第一
員工教育訓練	員工教育訓練時數：5人時	員工教育訓練時數：6人時	員工教育訓練時數：7人時
勞僱關係	年度離職率不高於30%	年度離職率不高於30%	年度離職率不高於30%
經濟績效	毛利率維持25%以上 年度營業收入正成長 年度稅後淨利正成長	毛利率維持25%以上 年度營業收入正成長 年度稅後淨利正成長	毛利率維持25%以上 年度營業收入正成長 年度稅後淨利正成長
供應商管理	企業社會責任承諾書 供應商前10大簽署率90%	企業社會責任承諾書 供應商前20大簽署率85%	企業社會責任承諾書 供應商前20大簽署率85%
政府公共政策	若主管機關相關公共政策應做即時溝通與因應	若主管機關相關公共政策應做即時溝通與因應	若主管機關相關公共政策應做即時溝通與因應