

新門科技利害關係人 113 年度

1.2 利害關係人議合

新門鑑別重要的利害關係人，2024 年依據 AA1000 SES (Stakeholder Engagement Standard) 利害關係人議合標準的五大原則（責任、影響力、張力、多元觀點、依賴性）進行討論，鑑別出主要利害關係人包括：股東、客戶、員工、供應商、媒體，共五大類利害關係人，並盤點出主要的溝通管道：

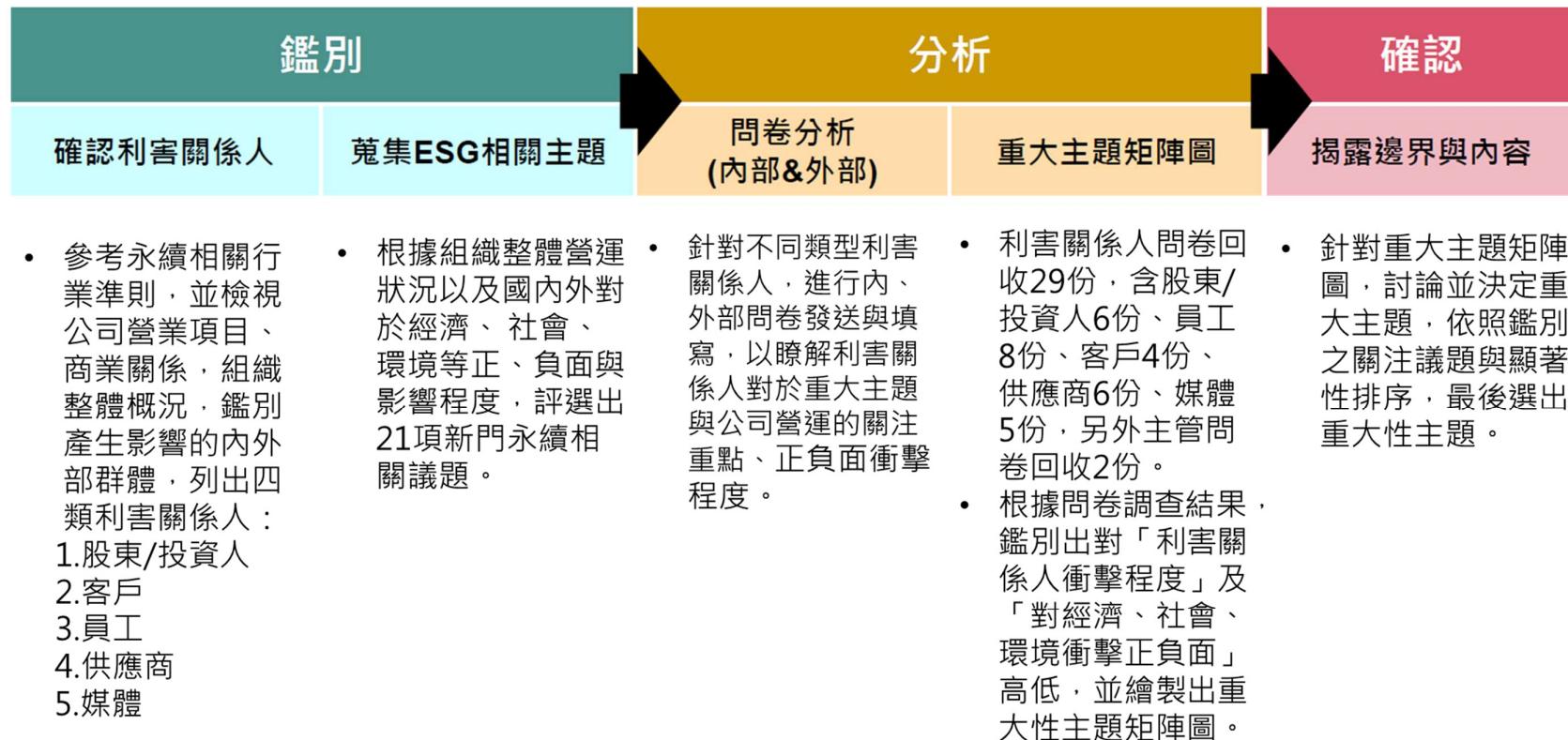
利害關係人	利害關係人對公司的意義	關心議題	溝通管道及頻率	溝通實務	回應章節
股東 / 投資人	股東為公司的出資者，公司應保障股東權益，並公平對待所有股東，確保股東對公司重大事項享有充分知悉、參與及決定等權利。	1.經濟績效 2.公司治理 3.風險管理 4.法規遵循	每年：股東會 每月：官網投資人專區 不定期：公開資訊觀測站	1. 2024 年股東常會出席股數 61.87% 2. 不定期受理投資人來電	2. 公司治理
客戶	公司將產品的品質安全與售後服務視為對客戶的最高承諾，維持客戶對公司的高滿意度將有助於公司持續爭取客戶的認同。	1.品牌形象管理 2.客戶體驗與透明溝通	客戶會議/每月 業務拜訪/每月 客戶滿意度調查/每年 電話、E-MAIL/不定期	不定期客戶維繫拜訪	4.1 客戶關係

利害關係人	利害關係人對公司的意義	關心議題	溝通管道及頻率	溝通實務	回應章節
員工	員工為公司營運不可或缺之根基，公司承諾提供對員工身心健康且多元發展的職場環境，讓同仁工作時能無後顧之憂	1.營運績效 2.人才發展與管理 3.員工健康與安全	績效考核 職福會 教育訓練 勞資會議 申訴信箱	1.勞資內部會議 4 場 2.員工總健檢人數達 67% 3.員工信箱申訴 0 件	4.2 人才培育與發展
供應商	於供應商管理落實 ESG 策略並持續推動綠色採購，公佈並宣導新門供應商企業社會責任守則，期許所有合作供應商均能為企業社會責任盡一份心力。	供應鏈 永續管理	1.供應商 ESG 宣導 2.供應商評鑑 3.誠信道德問題舉報信箱	新供應商參與供應商評鑑調查	3.3 永續供應鏈
媒體	媒體是公司與外界溝通的重要橋樑，協助傳達重要訊息給股東、客戶、供應商、員工等利害關係人，有助於建立和維護良好的雙向關係。	1.法規遵循 2.資訊揭露透明	1.發布公司產品、活動廣告文宣 / 不定期 2.媒體約訪 / 不定期 3.社群媒體 / 不定期	推廣錶後商用儲能系統	2.3 風險管理 與法規遵循

1.3 重大性主題分析

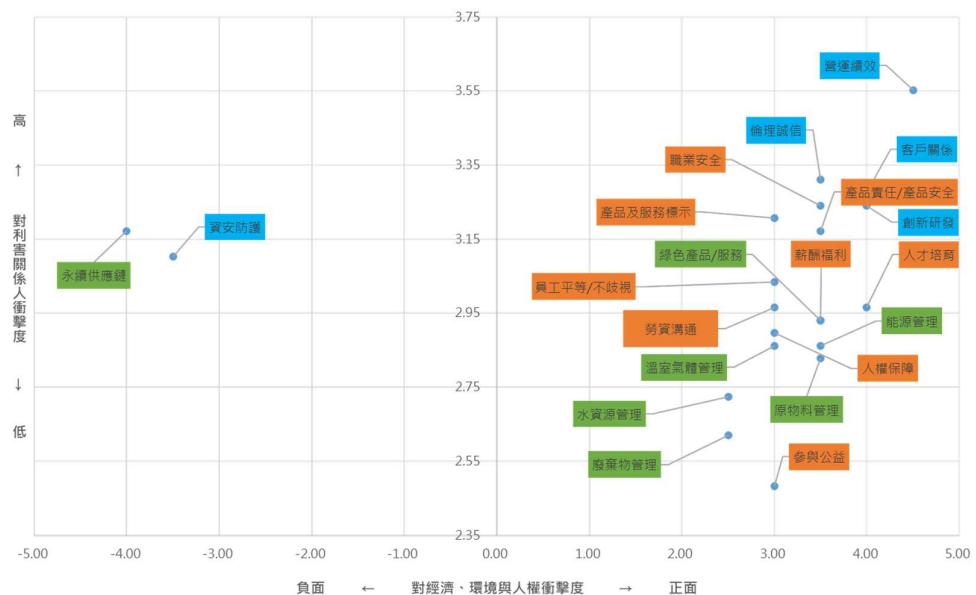
新門 2024 年重大議題分析，持續以永續性脈絡、重大性、完整性及利害關係人為核心主軸，鑑別重大性議題。新門優先考量對公司營運為達成企業永續經營願景之目標，作為鑑別重大性議題之依據。

1.3.1 評估流程：



1.3.2 重大主題鑑別結果

依據問卷調查最終評分結果，再由各 ESG 小組成員會議溝通討論後評鑑出最終 6 項重大性永續主題



排序	面相	永續主題
1	經濟	營運績效
2	經濟	客戶關係
3	環境	永續供應鏈
4	社會	人才培育
5	社會	職業安全
6	環境	綠色產品/ 服務

環境(E)	社會(S)	經濟(G)
<ul style="list-style-type: none"> • 永續供應鏈 • 綠色產品/服務 	<ul style="list-style-type: none"> • 人才培育 • 職業安全 	<ul style="list-style-type: none"> • 營運績效 • 客戶關係

1.3.3 重大主題及邊界

永續 面向	重大性主題	衝擊 程度	對應 GRI 主題		報告邊界					對應章節
			主題 編號	主題名稱	股東/ 投資人	客戶	員工	供應商	媒體	
經濟	營運績效	高	201	經濟績效	V	V	V	V	V	2.1 關於新門
	客戶關係	高	416 418	顧客的健康與安全 顧客隱私		V				2.4 客戶關係
社會	職業安全	高	403	職業安全衛生			V	V		4.2 職業安全與健康
	人才培育	高	404	訓練與教育			V	V		4.1 人才培育與發展
環境	永續供應鏈	高	308 414	供應商環境評估 供應商社會評估		V		V		3.3 永續供應鏈
	綠色產品/服務	高	305	排放		V		V		3.4 綠色產品與服務

1.3.4 重大主題及管理方針

重大主題	對公司的重要性	政策或承諾	行動計畫	目標	評估機制	負責部分	申訴管道
營運績效	公司治理為企業管理之重要機制，落實企業經營者的責任、健全財務績效，並保障股東的合法權益及兼顧其他利害關係人的利益，使公司永續營運。	1. 建立良好之公司治理制度，訂定「公司治理實務守則」、「誠信經營守則」、「道德行為準則」。	1. 管理階層主管定期召開營運會議，依照公司營運狀況與市場發展趨勢，擬定公司營運發展	為實現新門經營目標，由董事長與各單位主管共同討論，以綜觀全局的眼光，制定挑戰成長的目標和策略發展方向，並將其策略轉化成具體的執行計	每月召開經營會議，追蹤各單位年度計劃報告書內所列的 KPI 進度，透過「年度策略規劃戰鬥追蹤表」衡量各單位是否有落實戰術的行動	經營管理部	e-mail： stock@solomon.com.tw

重大主題	對公司的重要性	政策或承諾	行動計畫	目標	評估機制	負責部分	申訴管道
		2. 追求公司與全體股東最大利益為營運目標，執行企業管理運作、有效的監督機制，以確保資源被妥善利用提升競爭力。	展策略計畫。 2. 持續投入創新研發與開拓更具競爭優勢產品，以提升公司營運獲利成長與市場競爭力。	畫。故訂定年度策略規劃作業流程與各相關單位的職責，以茲依循。	並與董事長對焦檢視。		
客戶關係	提升客戶服務品質。	為客戶提供適時且有效之服務，使本公司出貨之產品能讓客戶接受，以建立公司與產品之優良形象。	1. 落實各階段作業，持續修正改善，以達客戶最高滿意度。 2. 透明通暢溝通管道，以及時提供建議或改善問題。 3. 設定客戶問題回覆	客戶滿意度調查分數≥4 分(滿分5分)	客戶服務滿意度問卷調查。	業務部	e-mail： sale@solomon-es.com.tw

重大主題	對公司的重要性	政策或承諾	行動計畫	目標	評估機制	負責部分	申訴管道
			進度時間，以提升時效性。				
職業安全	提供員工安全的工作環境並保障員工的身心健康，是本公司一直以來的理念，透過職業安全衛生管理系統，有效降低職災的發生率。	員工安全是公司相當重視的一環，以零職災為目標，每年定期舉辦消防演練，制定應變措施及災後復原計畫，落實各項安全預防工作，保障員工工作安全。	1.依循所羅門集團職業安全衛生（ISO 45001）的政策及目標。 2.參與集團安排的約聘醫生及護理師諮詢、健康講座及臨場訪視，促進員工「健康管理」。 3.定期員工健康檢查率100%。 4.零職災。	1.員工職安教育訓練及防災演練。 2.定期參與集團召開的職業安全會議，檢視職安狀況。 3.定期員工健康檢查率100%。 4.零職災。	職安衛教育訓練時數。	人力資源、總務部	申訴信箱： 119@solomon.com.tw
人才培育	致力提供平等、包容、多元、和諧的工作環境，凝聚員工的認同感，同時吸引與培育專業人才，持續推動人才投資，厚植企業永續經營競爭力。	秉持以人為本、合法平等的政策，打造全方位職場環境，致力人員發展，提供多元學習課程以提升員工專業能力，發揮高效能工作成效。	針對新進員工、一般員工、各級主管分別開立各種專業課程；亦提供進修補助，鼓勵員工就個人的特殊需求自我精進學習，課程分類有：	每年員工平均受訓時數6小時以上。	1.員工參與教育訓練平均時數。 2.課後員工滿意度調查。	人力資源	HR 信箱 suggest_box@solomon.com.tw

重大主題	對公司的重要性	政策或承諾	行動計畫	目標	評估機制	負責部分	申訴管道
			新人訓練、產品課程、專案課程、健康講座等。				
永續供應鏈	產業價值鏈是一個相互依存的關係，推動供應商管理，有助於提升整體價值，共同發揮社會正面影響力，達到永續合作的目的	承諾與上、中、下游供應鏈廠商，共同推動落實永續行動與責任。	供應商社會責任與永續發展行為準則評鑑。	關鍵供應商簽屬供應商社會責任與永續發展行為準則達成率 100%。	1. 訂定供應商管理程序。 2. 年度內部稽核計畫作業。	採購單位	e-mail： sale@solomon-es.com.tw
綠色產品與服務	綠色產品逐漸成為市場的新趨勢不僅僅是環保的選擇，還能帶來顯著的經濟效益這些都能為企業提供創新的機會來實現可持續發展目標。	積極開發綠色產品解決方案，並因應市場能源轉型趨勢，投入儲能及其他綠色產品的應用。	1. 透過共同參與環保活動提升自身品牌的公信力。 2. 因應市場需求，持續提供不同的產品與服務，維持公司整體競爭力。	提升售後服務維護保養教育產品使用方法。	服務不良件數統計。	業務部	e-mail： sale@solomon-es.com.tw

1.3.5 利害關係人溝通情形提報董事會

頻率：將與各溝通情形配合永續報告書報告提報董事會至少一年一次。

114 年度提報董事會之日期：114 年 8 月 6 日第 13 屆第 8 次董事會。