

2025 年與各利害關係人溝通情形

本公司透過多元管道與各方利害關係人議合溝通，並已於 114 年 12 月 24 日向董事會報告與各利害關係人之溝通情形，列示如下：

利害關係人	意義	重要關注議題	溝通管道與回應方式及溝通頻率	114 年利害關係人溝通實績	114 年公司回應
股東/ 投資人	股東/投資人對公司的投資信心、肯定與否，直接影響公司股價，亦影響法人持股比重。	1.經濟績效 2.誠信經營 3.顧客健康與安全 4.核心事業定位與營運成果	聯絡窗口： 發言人 陳協理 溝通管道： 1.年度股東常會/每年。 2.藉由法人說明會，說明公司財務業務概況/每年兩次。 3.藉由投資人來電，說明公司財務業務概況/不定期。 4.將即時重大訊息同步揭露於證交所公開資訊觀測站與公司網站，如遇重大事件之公布，將視必要性發布新聞稿或召開記者會進行說明/不定期。 5.於公司網站設置集團新聞中心、投資人關係之電子郵件信箱與聯絡電話，由專責之投資人關係部門及時回應。 6.除官網之新聞更新、電子郵件信箱與聯絡電話外，亦有集團 FB 粉絲專頁，增加對外訊息曝光率及溝通管道。	1.舉辦法人說明會 共 2 場。 2.發布 22 則以上中/英文新聞稿。 3.集團 FB 粉絲專頁配合集團重大營運新聞及相關資訊，每月分享 10 則以上消息，並於 24 小時內回應訊息或留言。	● 於年度股東常會對會場股東就集團營運答覆釋疑。 ● 透過受邀參加金控證券舉辦之法人說明會，說明集團近期營運及未來展望。 ● 對外發布新聞稿，說明集團重大營運訊息。

利害關係人	意義	重要關注議題	溝通管道與回應方式及溝通頻率	114 年利害關係人溝通實績	114 年公司回應
媒體	媒體報導與公司形象有直接且深遠之影響。	1.經濟績效 2.誠信經營 3.顧客健康與安全 4.核心事業定位與營運成果	聯絡窗口： 發言人 陳協理 溝通管道： 透過以下方式說明公司財務業務狀況，如有必要，亦適度向媒體澄清與事實不一致的相關報導。 1. 電話說明/即時。 2. 媒體茶敘/即時。 3. 股東常會媒體採訪/即時。 4. 新聞稿/即時。 5. 股東常會/每年。	1. 發布 22 則以上中/英文新聞稿。 2. 與媒體溝通順暢，尚無媒體對集團營運報導與事實不一致狀況發生。	● 平日透過不定期餐敘，與媒體建立良好關係，加深對集團營運深度之了解。 ● 對外發布新聞稿，說明集團重大營運訊息。
金融機構	金融機構與公司間存在融資/存款交易；銀行對公司之風險評估及判斷，將影響公司資金流。	1.經濟績效 2.誠信經營 3.氣候變遷治理	聯絡窗口： 財務處 陳協理 溝通管道： 1. 金融機構拜訪/不定期。 2. 聯貸說明會/不定期。 3. 電話及郵件交流/即時。 4. 公司新聞/即時。 5. 公開資訊觀測站訊息/即時。	1. 金融機構不定期來訪或透過電話及郵件交流。 2. 定期及不定期至金融機構拜訪或透過電話及郵件交流。	定期或不定期與金融機構溝通公司財務業務狀況，以利金融機構對公司訊息即時掌握，並強化其對公司的信心與認同感。

利害關係人	意義	重要關注議題	溝通管道與回應方式及溝通頻率	114 年利害關係人溝通實績	114 年公司回應
政府機關	政府及主管機關，在法律上具有約束力，俾保障顧客/消費者之權益。	1.顧客健康與安全 2.永續產品設計與服務 3.誠信經營	聯絡窗口： 開發處 黃協理 溝通管道： 透過以下方式協商，了解政府及主管機關的要求與想法，以作為個案開發、設計、施工、銷售規劃之遵循依據，避免與法令不符或影響個案之開發期程。 1. 會議/不定期。 2. 電話或電郵/不定期。	1. 參與 9 場招商說明會。 2. 遵循主管機關法規。 3. 主動參與政府說明會。	● 建案銷售合約皆符合不動產銷售相關法令，以各地政府公版銷售契約為依歸，俾保障消費者權益。 ● 參與都市及建築法令相關說明會，並掌握建築法令及都市法規最新資訊，關注建材相關最新規範，確保建案品質符合規定，定期及不定期追蹤建築規劃、設計、興建、銷售及物管等相關政府政策及法規。 ● 參與政府舉辦招商說明會，積極尋求與政府共同合作機會。 ● 定期與國家住都中心及各地方住都中心往來，回饋民眾及業界意見予各住都中心。
合作夥伴(供應商/承攬商/代銷商)	本公司重視與合作夥伴的互動及交流，俾能如期提供良	1 供應鏈管理 2.顧客健康與安全 3.永續產品設	聯絡窗口： 聯採處 汪資深經理 溝通管道：	本集團既有供應商評鑑次數截至 114 年度上半年為止，共計 115 次。	● 對在建工程之廠商辦理年度及期中評鑑，若期中評選分數較低，將給予廠商輔導改善之機

利害關係人	意義	重要關注議題	溝通管道與回應方式及溝通頻率	114 年利害關係人溝通實績	114 年公司回應
商)	好建築品質、優化服務使顧客滿意，與公司有相輔相成之效益。	計與服務	1. 產品或設備建材依據契約規範及約定規定驗收。 2. 透過與合作夥伴(供應商/承攬商/代銷商)定期或不定期之供應商評鑑、會議、電話或電郵等協商方式，確保各專案採購發包皆依規範進行交易履約。 3. 依據銷售設定條件訂立品質標準，以符合工程規範及銷售合約之要求。 4. 建案選材以符合綠建材或環保標章建材為優先選用基準。 5. 依據契約內容由施工管理單位及監造單位掌握與監督工程品質、安全衛生管理及施工進度。		會，若無法改善，則列入汰除廠商名單。 ● 協助營業單位向客戶說明銷售之建案採購建材、設備正確使用認知及法規面觀念。
顧客/消費者	本公司重視顧客/消費者之滿意度，任何意見回饋都是公司不斷創新成長的動力。	1.永續產品設計與服務 2.顧客健康與安全 3.誠信經營 4.氣候變遷治理	聯絡窗口： 營業處 黃協理 溝通管道： 1. 一般消費者可透過公司官網查詢建案資訊，並於「聯絡我們」留言；專責窗口彙整後由權責單位回覆。	1. 客戶來電洽詢及業務處理約 1,121 件。 2. 官網客戶留言回覆處理約 11 件。 3. 客戶來函協商處理 16 件。	● 客戶洽詢問題或反應事項皆已處理完成。 ● 若為住戶或租客報修案件，由售服部即時協助處理，避免影響生活品質，並將相關經驗回饋至設計與施工單位，持續提

利害關係人	意義	重要關注議題	溝通管道與回應方式及溝通頻率	114 年利害關係人溝通實績	114 年公司回應
			2. 預售屋承購客戶可使用「客戶服務平台系統」或 LINE 官方帳號查詢資訊或提交問題。 3. 客戶亦可親洽、來電、來信或電子郵件與服務人員聯繫，本公司將依問題內容儘速回覆。		升未來建案品質與客戶滿意度。
員工	員工是公司最重要的資產，也是推動各項活動之強而有力的執行者，獲得員工認同，即成就本公司專業、高品質及成長之基石。	1. 人才發展與留任 2. 職業安全衛生	聯絡窗口： 人資部 陳資深經理 溝通管道： 1. 每季召開勞資會議，促進勞資雙方意見交流。 2. 透過企業入口網站 (EIP) 及企業通訊軟體 (team+) 即時公告內部訊息，並設有「員工關懷信箱」，與員工進行工作及生活面的溝通交流。 3. 發行集團刊物「日勝生大小事」，強化內部溝通及員工認同。 4. 訂定工作場所性騷擾防治措施、申訴及懲戒規範，公告並張貼於員工布告欄。 定期健康檢查、職業安全衛生訓練及訊	1. 集團各公司舉行勞資會議，每季一次，共 44 次。 2. 內部公告員工福利及教育訓練訊息 50 則以上。 3. 收到「員工關懷信箱」10 份來信。 4. 集團刊物「日勝生大小事」，每季發行，共發行四期。 5. 舉辦集團各公司員工「臨場醫護健康諮詢」，共 167 次。 6. 辦理職業安全衛生	● 為促進員工身心健康，並建立健康職場環境，今年持續與專業心理諮商所合作，免費提供以關懷協助並保障隱私之員工心理諮詢服務，共計 20 人次申請。 ● 今年開設 9 場健康促進活動，包括瘦身減重、居家運動、防身術、午休品質等主題，共計 211 人次參加，活動滿意度達 93%。 ● 集團安衛部定期召開會議，與各公司職業安全衛生人員討論職業安全衛生執行現況及改善措施，共計 12 個場次，辦理 10 次現場訪查各公司工作環境、

利害關係人	意義	重要關注議題	溝通管道與回應方式及溝通頻率	114 年利害關係人溝通實績	114 年公司回應
			息宣導、不定期消防安全演練等。	管理人員專業教育訓練，共 2 堂。 7.內部發布職業安全衛生訊息宣導 50 則以上。 8.舉辦消防安全演練，共 2 次。	作業程序，評估職業安全衛生風險並督導持續改善措施。
社區	建案施工易對週遭鄰里社區造成干擾，事前與社區居民溝通，可於施工前事先排除狀況，並隨時取得鄰里回饋，以即時尋求解決方案。	1.氣候變遷治理 2.水資源管理 3.當地社區 4.永續產品設計與服務	聯絡窗口： 工務處 陳副總經理 溝通管道： 現階段由於建案結構工程持續作業，施工易對鄰里社區造成噪音干擾，透過鄰里拜訪及與里長保持溝通管道與社區居民先行溝通，以利施工作業順暢；施工過程中，若造成鄰損狀況，協請里長協助調解，並配合住戶需求進行修繕，以不影響工程進度。	1.AC 鋪設修繕一次。 2.舉辦二場地主、施工等說明會。 3.每日馬路清潔。 4.每月清掃水溝。 5.每月不定期主動協助鄰房進行門面及門窗清潔。	● 現於臺北市區施工建案為僑安案，若有爭議，除議員、里長、周邊里民召開協調會外，施工期間亦隨時保持與里長之溝通管道順暢，並不定期與鄰里間互動表達敦親睦鄰之誠意；同時若有民眾提出之電話投訴，營造單位亦會做出即時應對，降低施工期間對民眾造成之不便及增進民眾對公司之好感度。