

營運概況

一、公司之經營

（一）業務範圍

1. 公司所經營業務之主要內容

- A. 成人紙尿褲及相關成人照護產品之加工製造、代理經銷與進出口買賣業務。
- B. 濕巾、乾巾、化粧棉、衛生棉、面膜保養品等各類紙製及不織布產品之加工製造買賣及代理經銷。
- C. 環保材質的成人紙尿褲。

2. 公司目前主要產品及其營業比重（合併）

單位：新台幣仟元

項目	年度	113 年度	
		金額	比重
成人照護系列		461,786	59.75%
嬰婦幼用品		177,221	22.93%
其他		133,869	17.32%
合計		772,876	100.00%

本公司及子公司為生理衛生用品製造廠商，產品涵蓋幼兒期至老年期用品（婦嬰產品、失禁用品、老年期產品）。

3. 計劃開發之新產品與服務



環保材質之個人
照護產品
(成人、嬰兒、婦女)



婦女生理期
照護產品



寵物照護產品



醫療保健產品



長照醫療輔具
與設備



長照生態圈
與系統服務



安安環保成人照護系列

（二）產業概況

1. 行業現況

本公司及子公司係以成人及嬰兒紙尿褲、濕紙巾等紙製衛生用品製造與銷售為主要業務廠商。產品屬民生必需品，具有用後即棄、免清洗、方便省時等優點，隨著國民所得增加、生活水準提昇及良好衛生習慣之養成，消費需求有穩定增加之趨勢。

A. 成人照護系列

成人紙尿褲於民國 74 年由本公司率先引進國內市場為國內首創，而隨著人口結構日趨高齡化，老人福利也漸受重視，老人公寓、安養院等銀髮族產業迅速發展，銀髮族商品亦逐漸成為廠商關注的目標。由於老年人慢性病逐年增加，故失禁人口亦隨之增加，根據衛福部國民健康署統計，58 歲以上中老年人罹患一種以上慢性病有 77.3%，較之前的調查結果增加 0.2%，而其中約有 40.2% 因健康問題而導致活動受限達 6 個月以上，較之前的調查結果上升 9%，表示老人因行動受限對成人照護產品的需求也會增加。根據台灣區造紙工業同會統計資料顯示，113 年成人紙尿褲總銷售量約 6.21 億片，較去年成長 12.5%，其中內銷成長 12.4% 且外銷成長 13.1%。依內政部之統計顯示，台灣 65 歲以上之老年人口，113 年底總計為 448.9 萬人，較 112 年增加 4.5%，國內人口使用成人紙尿褲產品市場仍然看漲。

除了成人紙尿褲、尿片及看護墊等產品外，近年來因社會風氣改變，消費者不再像過去那麼避諱尿失禁產品的購買與使用，為了使個人生活更便利舒適，更願意採用新型的尿失禁產品。因此褲型紙尿褲與輕量型失禁墊的市場接受度越來越高，滿足各種不同尿失禁程度的產品陸續問世，各類尿失禁中輕量型的產品需求逐年提升，已經達到與成人紙尿褲同等銷售金額的市場佔有率。

B. 嬰兒紙尿褲及寵物用品市場

紙尿褲是每一位初生寶寶皆須使用的產品，目前國內人口出生率呈逐年下降，根據內政部統計資料指出，我國 113 年嬰兒出生人數約 13.49 萬人，較 112 年減少 0.5%。嬰兒紙尿褲雖係成熟產品，市場品牌眾多，競爭相當激烈。但因少子化的影響，家長為子女消費的意願也有所提高，各廠商致力於強調其產品優點，以超薄、透氣性佳、尿溼顯示、超強吸水力及活動方便做為吸引父母的訴求。

相較於嬰兒出生人數持續下滑的狀況，國人寵物飼養的數量逐年增加。依據農業動物保護司的數據，寵物登記的數量由 110 年 211 萬隻，成長至 112 年 280 萬隻，成長約 32.7% 預估至 114 年將增加至 400 萬隻。依據財政部統計通報，寵物相關產業的銷售額近年來大幅成長，由 107 年 265.8 億成長至 111 年 387.3 億，成長約 45.7%，預計 113 年可達 400 億的市場規模。

C. 濕巾產品

溼紙巾產品從使用對象、包裝、材質、配方、功能等構面進行創新開發，新材質的部分將引進複合式材料，在表層細緻度與髒污吸附能力上均有提升，使用對象由成人照護用、嬰兒用、抑菌功能產品外，更朝向寵物用濕巾與家用清潔濕巾等領域發展，藉由使用面向的拓廣增加濕巾產品的銷售業績。

D. 環保材質產品

因應大眾對於環保議題的重視，本公司在產品開發上也採用環保的材質進行設計，目前已經上市環保成人紙尿褲，透過減少塑膠原料的使用，為愛護地球貢獻一份心力。後續將陸續上市環保褲型紙尿褲、尿片及看護墊，提供成人照護產品完整的環保產品系列。

E. 其他

本公司尚有婦女用品、醫療保健產品、長照輔具及設備、長照系統服務等新產品及服務專案開發計劃，在現代人對於醫療保健的重視及長照產品服務的需求，未來將繼續開發提供相關產品，建立公司成長的業績來源。



2. 行業發展趨勢

成人紙尿褲係長期臥床病患及尿失禁患者的生活必需品，在邁入高齡化社會之際，老年人口佔人口結構比例，呈現逐年增加的趨勢，我國 65 歲以上老年人口由 93 年 215 萬人增加為 113 年度 448.9 萬人，因此在成人紙尿褲的使用量也逐年增加。

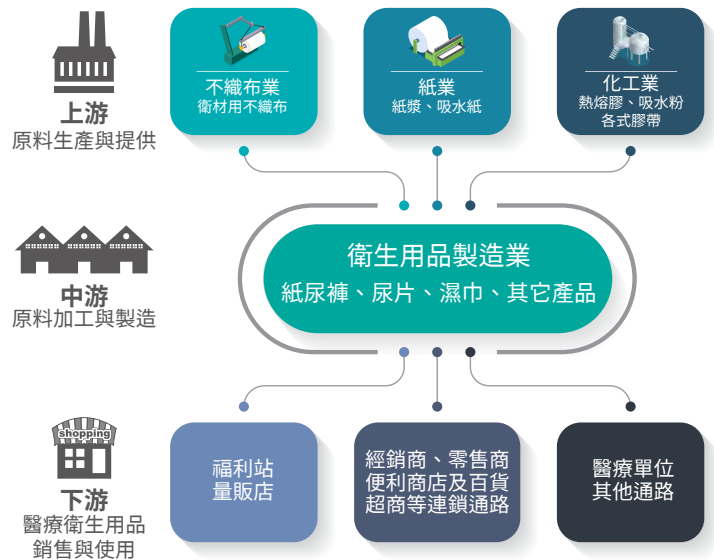
在嬰兒紙尿褲方面，嬰兒出生率逐年下降，使嬰兒紙褲銷售量下滑，而寵物市場的蓬勃發展，成為相關清潔用品廠商後續發展的重點。

濕紙巾類產品由於國人衛生習慣與觀念的改變，消費能力提升，使紙巾類產品市場深具成長潛力，為提昇產品品質，開發各種功能性區隔，以滿足各類型消費者需求的產品，為各廠商爭取市場佔有率的主要關鍵。

然而隨著政府與民眾對於環保問題的關注，可拋棄式的衛生用品之廢棄物處理也成為大家所關心的議題，如何降低後續的處理成本及對環境造成的影響，成為產業中必須投入研發且改善的重點。

3. 產業上、中、下游之關聯性

本集團目前主要產品係成人紙尿褲，其原、物料係為：紙漿、吸水粉（高分子吸收體）、PE 膜、防水紙及熱熔膠等等。就紙尿褲工業而言，其為不織布工業（衛材用不織布）之下游，紙尿褲一般係由表面材料、內部吸收材料及防漏體等三部份所構成：上表面材料係由不織布構成，不織布本身不吸水，可保持與皮膚接觸之表層乾爽；再者，就內部吸收材料而言，內部吸收材料構成層數可能因品牌而異，但其材料通常包括棉狀紙漿、高分子吸水凝結粉（高分子吸收體）、吸水紙，其中吸水紙功用為可導引尿液擴散，有助於吸水棉之吸收；而底層防漏體則由低密度 PE 塑膠所形成，可防止尿液透濕衣物床墊；最後再加上黏著膠帶、鬆緊帶（生橡膠帶或 PU 線）、膠帶隨意黏貼區等等，以固定紙尿褲之位置。茲就其所處產業之上、中、下游關聯性圖示如右圖：



4. 產品競爭情形

目前本集團嬰兒、成人紙尿褲及其他生理衛生產品主要競爭廠商及其產品或服務範圍列示如下：

公司名稱	主要營業項目
台灣維達衛生用品股份有限公司	紙尿褲、衛生棉、包裝袋、衛生紙、面紙、紙濕巾、不織布、紙尿褲、香皂、清潔劑、化妝品等
嬌聯股份有限公司	嬰兒紙尿褲、衛生棉、成人紙尿褲、成人紙尿片、看護墊、失禁墊、濕紙巾等
康那香股份有限公司	嬰兒紙尿褲、衛生棉、濕紙巾、成人紙尿褲、成人紙尿片、看護墊、潔膚產品等

（三）技術及研發概況

1. 創新材料應用：本公司以追求產品性能提升為目標，積極探索創新材料的應用。我司採用尖端技術，如高效能吸收層、柔軟透氣的多層材料設計，以及多元材料結合方案，為用戶帶來更舒適的使用體驗。
2. 智能感知技術：本公司持續導入前沿的智慧感應技術，提升產品的智能化與適用性。包括濕度感應控制、狀態檢測系統以及智慧健康監測等功能，讓用戶能更輕鬆管理日常需求，實現更高層次的個性化照護。
3. 專業研發團隊：富堡匯聚來自材料科學、產品設計等領域的專家，組成經驗豐富的研發團隊。堅持以用戶需求為核心，積極蒐集市場反饋，並將其轉化為技術創新方向，確保我們的產品不僅滿足功能性，還能超越用戶期待。同時，與多家知名研究機構及學術機構建立合作，共同開發前沿技術並推進產品創新。
4. 專利佈局：為了維持技術競爭優勢，我司持續強化專利布局，涵蓋產品結構、材料科技和智慧系統等多個領域。富堡的專利體系不僅保護了自主創新成果，還鞏固了公司在成人照護市場的領先地位。
5. 綠色環保永續發展：我司深知環保與永續的重要性，因此在產品開發與生產過程中全面落實綠色科技理念。從資源使用的有效降低到可降解產品的研發，減少對環境的影響，提供兼具舒適性與環保性的產品，推動成人照護行業走向更永續的未來。
6. 未來展望：作為台灣本土唯一的成人護理用品企業，富堡肩負起推動行業進步的責任，並以最高的環保標準作為企業目標。對資源的有效減量，才能為下一代創造更好的環境。未來，富堡工業將繼續以技術創新為核心，成為全球數位健康與成人照護領域的領航者，為行業開啟全新的發展篇章。
7. 研究發展人員與其學經歷：

單位：人

學歷 \ 年度	109 度	110 度	111 度	112 度	113 度
碩士、博士	2	1	1	1	1
大學	0	1	1	1	0
大專	0	0	0	0	0
高中	0	0	0	0	0
合 計	2	2	2	2	1

8. 最近五年度每年投入研發費用

單位：新台幣仟元

項目 \ 年度	109 年度	110 年度	111 年度	112 年度	113 年度
研發費用 (A)	1,934	3,070	3,362	1,228	1,905
營收淨額 (B)	1,162,969	878,786	697,138	687,317	772,876
A/B(%)	0.17%	0.35%	0.48%	0.18%	0.25%

(四) 長、短期業務發展計劃

1. 短期發展計劃

A. 行銷策略

- a. 利用數位媒體加強品牌宣導，透過分眾的行銷，鞏固既有顧客的忠誠度，並提升潛在客戶及年輕族群對品牌的認知與認同。
- b. 運用影音素材及自媒體的影響力，加強對於品牌及產品優勢的宣傳，並透過產品開箱及使用情境推廣，加強對品牌的指名度。
- c. 加強對於環保議題的重視，使用環保減塑的材質進行生產，降低可拋棄照護產品對於環境的影響。
- d. 擴大通路經營範圍，透過電商及社群等通路的擴張，增加與顧客接觸的機會。

B. 生產政策

- a. 即時掌控原料市場價格及產銷管理，迅速調整庫存。
- b. 執行各項降低成本及設備更新專案。
- c. 因應各國業務發展，重新調整供應鏈。

C. 產品發展方向

- a. 鞏固成人照護系列產品線發展優勢。
- b. 持續開發新產品：長照輔具與設備、寵物產品、家庭清潔用品、婦女衛生用品、健康食品、個人衛生防護產品、及護膚保養品。
- c. 建立長照生態圈，提供長照所需的服務及系統。
- d. 將台灣發展成功的產品及服務，擴展至大陸、東南亞及印度等海外市場。

D. 營運規模

本公司除鞏固經營成人醫療照護系列市場，導入輔具、設備及系統等產品與服務，並開發婦女、嬰兒照護及寵物產品，以產品及市場多角化的方向擴大營運規模。

2. 長期發展計劃

A. 行銷策略

在台灣及海外市場建立品牌長期價值，讓各地市場均將公司品牌作為優先指名，以發展成人醫療照護用品為亞洲領導廠牌之一。新進入的產品及服務類別，建立具優勢的品牌知名度，有助於在海外市場的拓展。建立品牌會員組織，並有效經營行銷，創造直接行銷與銷售的新通路。

B. 生產政策

以國際分工及策略結盟方式，完成產品全球區域供銷網絡。

C. 產品發展方向

為擴大滿足消費者需求，提供相關產品一站式到位服務，積極發展成人照護用品創新材料功能、居家醫療輔助器材、居家健康管理、智能穿戴設備、大數據健康諮詢服務、高端醫材敷料、護膚保養品、保健食品合作結盟開發。

D. 營運規模

依據產品及服務多角化創新開發，配合長短期策略結盟，未來公司營運發展規模將可擴大並成長。

E. 財務策略

運用各項金融及資本工具，建立最適資金組合，以因應公司經營規模之擴增及業務成長。

二、市場及產銷概況

(一) 市場分析

1. 主要商品之銷售地區（合併）

單位：新台幣仟元

地區 \ 年度	112 年度		113 年度	
	銷售金額	比率	銷售金額	比率
內銷	358,421	52.15%	377,322	48.82%
外銷	328,896	47.85%	395,554	51.18%
合計	687,317	100.00%	772,876	100.00%

2. 主要競爭對手

公司名稱	主要營業項目
嬌聯股份有限公司	嬰兒紙尿褲、衛生棉、成人紙尿褲、成人紙尿片、看護墊、失禁墊、濕紙巾等
康那香股份有限公司	嬰兒紙尿褲、衛生棉、濕紙巾、成人紙尿褲、成人紙尿片、看護墊、潔膚產品等
台灣維達衛生用品股份有限公司	紙尿褲、衛生棉、包裝袋、衛生紙、面紙、紙濕巾、不織布、紙尿褲、香皂、清潔劑、化妝品等

3. 市場占有率

以內政部及造紙公會統計資料來看，目前老年人口仍在持續增加，113 年成人紙尿褲銷售數量較 112 年成長 12.5%，其中內銷成長 12.4%，外銷成長 13.1%。以尼爾森市調公司的資料推估，本公司成人紙尿褲系列 113 年銷售之市場占有率約略為 14%。

我國紙尿褲銷售概況

項目 \ 年別	107 年	108 年	109 年	110 年	111 年	112 年	113 年
65 歲以上人老年人口數（萬人）	343.4	360.7	378.7	393.9	408.6	429.7	448.9
成人紙尿褲銷售量（億片）	5.45	5.80	5.78	5.84	5.77	5.53	6.22

資料來源： 1.「內政統計月報」，內政部統計處。
2.「造紙產銷量統計」，台灣區造紙工業同業公會。

4. 未來市場之供需狀況與成長性

A. 成人照護系列

成人照護系列產品包括：成人黏貼式紙尿褲、成人褲型紙尿褲（復健褲）、成人替換式紙尿片、成人看護墊、成人濕紙巾。本公司以成人黏貼式紙尿褲為銷售主力，茲就成人紙尿褲市場其未來可能之供需情形，說明如下：

a. 供給方面

近年來大陸產能過剩，其當地市場無法完全消化的情況下，將眾多產量外溢至台灣及周邊市場，造成台灣及東南亞市場的價格競爭態勢提升。然而台灣市場對於台灣製造的產品仍有一定的偏好，因此台灣當地生產的各項產品仍在市場上有一定的競爭力。東南亞市場漸漸進入導入期與成長期，新增廠牌競相進入市場競爭，故亞洲地區生產廠商有成長空間。

b. 需求方面

國家發展委員會公布台灣 65 歲以上老年人口於 107 年超越 14% 人口比率（113 年底 19.18%），正式邁入高齡社會，並預測將於 115 年 65 歲以上老年人口將超過 20%，進入超高齡社會。成人紙尿褲銷量也將隨著人口結構的老化而穩定成長，配合更人性化、更體貼之產品設計，市場產品提供將呈現更多樣性選擇。

銀髮族橘色商機需求逐漸湧現，透過現代科技、結合 AI 互聯網提升生產智能化，並延伸開發智能照護與健康管理等產品服務，以滿足銀髮市場未來需求。

在外銷市場，以自有品牌行銷中國、東南亞、東北亞、南亞、中東、非洲等地區，佈建品牌基礎與定位，取得未來市場成長期競爭優勢。

B. 嬰兒紙尿褲及濕紙巾

a. 嬰兒紙尿褲

(a) 供給方面

國內市場嬰兒出生率低落，市場呈現高度成熟化競爭現象。由於國內市場需求規模不足，將整合泰國廠及海外協力廠，積極拓展人口年輕社會的市場。

(b) 需求方面

國內市場嬰兒出生率呈現負成長，113 年僅 13.49 萬新生兒出生，故外銷市場將是主要成長區域，特別是中國、印度、印尼、東南亞等國家。

b. 濕紙巾

(a) 供給方面

濕紙巾市場百家爭鳴，對消費者購買選擇，品牌意識並不強烈。然而市場上對於濕巾差異化的功能需求日益增加，因此未來對於濕巾的供給，除加強通路經營與價格促銷外，亦將以滿足特定功能需求的研發與生產作為成長的重點。

(b) 需求方面

濕紙巾為嬰兒及成人紙尿褲周邊產品，品牌意識不強烈，因此通路商 OEM 自有品牌眾多，價格競爭激烈，也帶動市場相對成長空間。因應顧客需求多元化，各種家用濕巾產品陸續上市。

5. 競爭利基

A. 積極投入研發費用，持續新產品研發工作，並創新產品專利。

本公司位居國內成人照護市場重要指標廠商，本公司雖目前擁有多項專利，仍致力研發其他專利，以產製更具經濟效益、更符合消費者需求與差異化之高品質產品。

B. 本公司擁有三十年以上之成人紙尿褲系列產品之生產經驗，機台稼動率、產品不良率均已達最有效率的範圍，加以本公司極為重視培育訓練、積極延攬相關專業人才，就產品生產質量而言，與競爭廠商比較，相對具有優勢。

C. 整合兩岸與泰國廠生產基地，形成三角供應鏈互補產能綜效，降低成本與提升生產效率。

D. 將傳統製造業升級工業 4.0，創新製造服務化功能。

台灣 65 歲老年人口比例在 113 年約為 19.18%，處於高齡社會的狀態，銀髮族橘色商機逐漸湧現，透過現代科技、結合 AI，互聯網提升生產智能化，並延伸智能照護與健康管理等產品服務的開發。

6. 發展遠景之有利、不利因素與因應對策

A. 有利因素

a. 隨著老齡化社會來臨，及產品使用普及率提升，產品需求潛力大，目前國內尿失禁衛生用品市場穩定成長，強調用後即丟、方便省時之個人衛生用品需求將持續增加。對尿失禁患者言，兼具衛生及便利性之紙尿褲（片）需求量，也將隨著高齡化社會人口持續成長榮景。

b. 品牌忠誠度高、產品創新、滿足顧客需求

「安安」、「安親」已為成人紙尿褲之知名廠牌，顧客使用滿意程度高，忠誠度亦高，為國內消費者同類產品中之最佳選擇。而本公司仍將本著創新研究之精神，繼續開發新產品，以進一步滿足顧客需求，鞏固高端市場領導地位。

c. 靈活的行銷策略運用及品質堅持

本公司一向重視研究發展及產品品質，推動品保及環境品保之認證，堅持優越的品質，並配合降低成本改善專案，創造顧客附加價值，藉由靈活的行銷策略，使產品穩固市場領導地位。

d. 海外市場前景看好，市場潛力大

亞太市場人口眾多，在本公司經營團隊努力下，在東北亞、東南亞、印度及中東已有一定產品知名度及市場地位。

e. 高齡化社會形成，需求穩定成長

成人尿失禁產品市場隨高齡化社會到來，需求穩定成長。針對銀髮族市場相關的商品與服務，潛在商機無窮，本公司將持續發展相關產品服務，藉以擴大顧客服務品類範圍層面，強化顧客的忠誠度與黏著度。

B. 不利因素

a. 市場品項眾多，競爭激烈

個人衛生用品市場開放程度高，國外知名大廠透過子公司或合資公司將其產品進口或以在台設廠生產方式在國內銷售。惟由於紙尿褲製程技術同質化高，產品同質化亦高，產品特性亦趨類似，中國代工廠興起，貿易商紛紛進口價格破壞競爭，利潤因而下降。

因應之道：

(a) 加強產品設計與差異化的開發。

(b) 加強新市場/新通路開發，配合更佳品質，更低成本滿足市場的需求，藉以提高顧客滿意度及創造消費者附加價值。

(c) 開發新產品及建立自有品牌方式，配合具競爭力的成本價格，形成強有力競爭優勢。

(d) 本公司在既有市場基礎下，基於消費者品牌認同之消費習性，新競爭者之進入障礙越來越高，且進入效果均不明顯，因此本公司之經營策略一方面鞏固國內市場，一方面擴張國外新興市場開發，以期建立亞太區域市場重要品牌地位。

b. 現代通路交易合約費用年年調升。

因應之道：

(a) 提升產品毛利與調整產品有利組合，以提昇銷售額及利潤。

(b) 提升銷售比重，精進通路談判策略，以平衡費用合理性及達成策略效益。

(c) 強化多元線上通路發展，以分散風險。



7. 主要產品之重要用途及產製過程

A. 本公司主要產品類分為衛生棉類、紙尿褲類、濕紙巾類及其他類等，其主要用途分述如下：

類別	主要產品用途
衛生棉類	包括衛生棉、護墊及產墊，提供婦女在生理期、平日及孕產期使用，以維護個人清潔衛生。
成人照護類	包括黏貼式紙尿褲、褲型紙尿褲（復健褲、活力褲）、看護墊及替換式尿片，提供尿失禁患者日常穿著以吸收排泄物，避免沾汙衣物，以保持身體清潔舒適。
嬰兒紙尿褲類	包括黏貼式紙尿褲、褲型紙尿褲（訓練褲），提供嬰幼兒或成人日常穿著以吸收排泄物，避免沾汙衣物，以保持身體清潔舒適。
濕紙巾類	包括嬰兒濕紙巾、成人濕紙巾，屬個人、家庭之清潔用品。
其他類	面膜。

B. 主要產品之產製過程

（二）主要原物料之供應狀況

本公司主要原料為紙漿，國外進口，其他原物料本地供應。本公司與主要供應商維持良好供貨關係，在貨源取得穩定無虞。無論在採購風險分散或交期及進貨價格等均能有優惠之條件，並獲供應商長久支持。



（三）最近二年度主要產品別或部門別毛利率重大變化之說明

本公司最近二年度毛利率變動如下：單位：新台幣仟元 / %

項目 \ 年度	112 年度	113 年度	毛利率變動
衛生用品（註 1）	20.57%	24.84%	4.27%

註 1：產品為紙製類之品類。

（四）最近二年度 10% 以上進銷貨客戶名單

1. 主要銷售客戶

單位：新台幣仟元

112 年度				113 年度			
名稱 (註 1)	金額	占全年度銷貨 淨額比率 (%)	與發行人 之關係	名稱 (註 1)	金額	占全年度銷貨 淨額比率 (%)	與發行人 之關係
A 客戶	(註 2)	(註 2)	無	A 客戶	127,498	16.50%	無

註 1：列明最近二年度銷貨總額百分之十以上之客戶名稱及其銷貨金額與比例，但因契約約定不得揭露客戶名稱或交易對象為個人且非關係人者，得以代號為之。

註 2：對該客戶之銷貨未達合併公司該年度營業收入淨額百分之十以上，故不予揭露。

2. 主要進貨供應商

單位：新台幣仟元

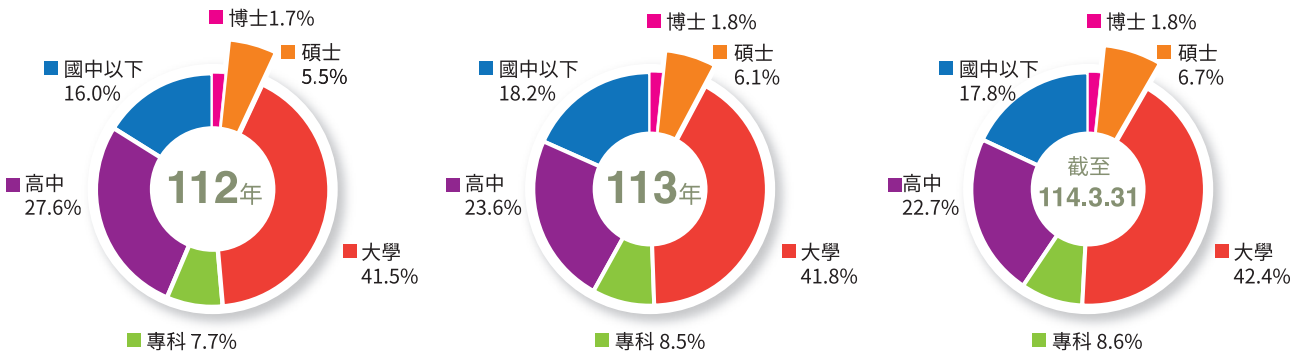
112 年度				113 年度			
名稱 (註 1)	金額	占全年度進貨 淨額比率 (%)	與發行人 之關係	名稱 (註 1)	金額	占全年度進貨 淨額比率 (%)	與發行人 之關係
P	72,487	14.20%	無	P	108,133	18.86%	無
Q	60,422	11.83%	無	Q	75,582	13.18%	無
R	53,096	10.40%	無	R	63,016	10.99%	無

註 1：列明最近二年度進貨總額百分之十以上之供應商名稱及其進貨金額與比例，但因契約約定不得揭露供應商名稱或交易對象為個人且非關係人者，得以代號為之。

三、從業員工

最近二年度及截至年報列印日止從業員工資料

年度	112 年度	113 年度	當年度截至 114 年 3 月 31 日
員工人數	管理人員	44	41
	間接人員	83	79
	直接人員	65	55
	合計	192	175
	平均年歲	36.54	37.99
學歷分佈比率	平均服務年資	7.09	8.34
	博 士	1.7%	1.8%
	碩 士	5.5%	6.1%
	大 學	41.5%	41.8%
	專 科	7.7%	8.5%
	高 中	27.6%	23.6%
	國中以下	16.0%	18.2%
			22.7%



四、環保支出資訊

- (一) 最近年度及截至年報刊印日止，因污染環境所受損失（包括賠償）及處分之總額：無此情形。
- (二) 未來環境保護問題之因應對策及改善措施：
- 為降低能源消耗並減低生產過程對環境的衝擊，本公司持續配合政府節能減碳與綠色環保政策，除持續換裝節能設備外，也積極進行垃圾減量與能源再利用與集塵設施之建置。

- (三) 依本公司行業特性，不受歐盟有害物質限用指令 (RoHS) 影響。
- (四) 本年度及未來年度之環境保護執行及支出：

1. 113 年度：
- (1) 廠區內高壓電功率因素改善、汰換老式高壓電設備、功率因素從平均 85% 改善至 95% 不僅提升能源使用效率，也降低能源消耗達到節電效果。
 - (2) 空壓機馬達轉子及軸承整修改善，因機件磨損嚴重造成空壓機效能降低。此改善可以減少無謂壓損，經估算使用電流可下降，已節省 16 度 / 小時用電度數。
 - (3) 採用高效能機具與自動化控制更新舊有高耗能設備（定頻空調改成變頻空調），改用變頻馬達、LED 燈具自動感應熄燈系統等，提升能源效率。
2. 未來 114 年度：
- 針對未來環境保護問題提出完整對策與改善措施，從再生能源、能源管理、製程優化、產品設計、資源回收到員工教育等多面向列出，全面推動環境永續發展。
- (1) 引進再生能源設備：安裝太陽能光電板、風力發電機等，增加綠電使用比例，減少對化石燃料的依賴。
 - (2) 能源監控系統建置：導入智慧能源管理系統（EMS），即時監控用電狀況，針對高耗能設備進行優化調整。
 - (3) 製程優化採用 AI 平台與智慧化生產：
 - L1：作業數位化（MES）：將紙本作業強化為數位化作業提高作業執行效率並有效存放完整的作業資訊以利自動化能擁有更多資料應用與整合。
 - L2：部分作業自動化（MES）：整併相關自動化設備（機台 / 參數等相關設備互聯並在系統內收集生產相關參數以及作業相關注意事項提高作業的自動化效率）。
 - L3：生產智能化：根據 L1 / L2 建設下蒐集大量數據整併入 AI 平台進行分析與設備學習等作業運用提高設備彈性以及可用性。
 - L4：作業協同化：透過 L1 / L2 / L3 建構完成後有完整的數據資訊並針對設備 / 用料 / 成品物流 / 追溯等相關資訊皆能完整掌控就可與客戶及供應商進行資訊整合讓現場狀況可以即時反饋供應商 / 客戶進行上下游整合偕同達成智能工廠一體化的經營效益。
 - (4) 產品設計與綠色製造：
 - (A) 推行生態設計（Eco-Design）：產品設計階段即納入可回收性、易拆解性與環境友善材料使用，延長產品生命週期。
 - (B) 減少包裝材使用與選擇可回收包材：採用環保紙、玉米澱粉可分解材質等，並盡量精簡包裝。
 - (5) 資源化回收機制：

推動原物料分類回收與再利用，例如塑膠再造、金屬回收，減少原生資源耗用。
 - (6) 企業文化與員工參與：
 - (A) 環境教育與內訓：
 - 定期辦理員工節能減碳、資源回收教育訓練。
 - 鼓勵跨部門組成環保改善小組，共同提出環保提案。
 - (B) 綠色採購與供應鏈管理：
 - 設立供應商環保標準，優先選擇符合 ESG 的廠商。
 - 鼓勵供應商共同進行減碳與包材減量計畫。
 - (7) 持續推動執行 ISO14001:2015 環境管理系統以積極有效之作為，來落實環境管理系統的持續改善工作。

(五) 最近兩年度環境保護執行情形：

1. 溫室氣體

(1) 本公司（註 2）主要排放源為外購電力，113 年碳排放 684,750(kgCO₂e)，112 年碳排放 731,203(kgCO₂e)，113 年與 112 年比較碳排放量相較減少 46,453(kgCO₂e)，用電度數相較減少 6% 用電量，如下比較表所示：

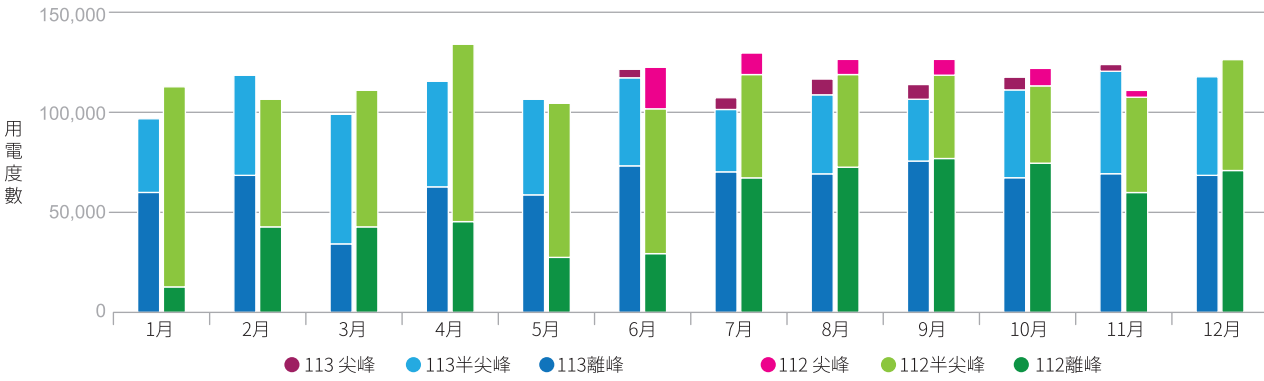
項目	112 年	113 年	113 年與 112 年相較
年度碳排放量	731,203(kgCO ₂ e)	684,750(kgCO ₂ e)	減少 46,453(kgCO ₂ e)
年度用電度數	1,480,168 度	1,386,134 度	減少 94,034 度

(2) 本公司（註 2）113 年再生能源（屋頂太陽能）總發電量 292,704 度，使用該自產潔淨能源其碳排放量相較減少 144,596(kgCO₂e)。

112 年、113 年碳排放量比較表

	112 年度 用電度數	112 年度 碳排放量(kgCO ₂ e)	113 年度 用電度數	113 年度 碳排放量(kgCO ₂ e)	能源局 112 年度每 1 度用電碳排放係數
一月	113,309	55,975	124,516	61,511	0.494
二月	118,488	58,533	102,216	50,495	0.494
三月	140,186	69,252	122,556	60,543	0.494
四月	108,595	53,646	110,884	54,777	0.494
五月	126,290	62,387	126,036	62,262	0.494
六月	135,321	66,849	111,948	55,302	0.494
七月	131,077	64,752	112,652	55,650	0.494
八月	129,682	64,063	117,828	58,207	0.494
九月	126,673	62,576	120,832	59,691	0.494
十月	114,689	56,656	127,828	63,147	0.494
十一月	131,517	64,969	123,894	61,203	0.494
十二月	104,341	51,545	84,944	41,962	0.494
總計	1,480,168	731,203	1,386,134	684,750	

113 與 112 用電量比較



2. 用水量及廢棄物排放量

(1) 本公司（註 2）113 年用水總量 2,612 公噸，相較 112 年用水總量減少 0.08% 用水量。
(2) 本公司（註 2）排放之廢棄物屬於非有害廢棄物，113 年廢棄物年總量 14.5 公噸，相較 112 年減少 4.6% 廢棄物排放量。

項目	112 年	113 年	113 年與 112 年相較
年度用水總量	2,614 公噸	2,612 公噸	減少 2 公噸
年度廢棄物總量	15.2 公噸	14.5 公噸	減少 0.7 公噸

註 1：112 年及 113 年度碳排放量係以能源局 112 年度每度電碳排放換算標準計算。
註 2：資料涵蓋範圍為本公司台灣廠區。
註 3：表格內數據為富堡公司初步統計計算結果，尚未經第三方查驗。



五、勞資關係

(一) 公司各項員工福利措施、進修、訓練、退休制度與其實施情形，以及勞資間之協議與各項員工權益維護措施情形

1. 員工福利措施

- (1) 保險：提供員工勞工保險、全民健保、團體意外險，以保障員工安全。
- (2) 飲食：免費供應現場員工午餐。
- (3) 獎金：年終獎金、員工酬勞。
- 年終獎金制度係本公司為激勵同仁達成公司目標，並對員工平日之工作表現，定期辦理績效評估，以作為改進現有績效、提供教育訓練需求暨升遷、調整職務及發放年終獎金或功績獎金之參考依據，訂定年終績效評辦估法，進行年終考核，並考量其年資與年終績效考核情形後，分配年終獎金予全體員工。
- 員工酬勞係依本公司章程規定，本公司年度如有獲利，應提撥 1% 至 6% 為員工酬勞，由董事會決議以股票或現金分派發放，其發放對象包含符合一定條件之從屬公司員工。



員工旅遊 / 新竹



員工旅遊 / 越南



員工健康檢查



員工健康檢查



114 員工聯誼活動



114 外勞關懷 - 齋戒月

- (4) 健檢：每年定期免費健康檢查。
- (5) 職工福利委員會：本公司職工福利委員會成立於民國 86 年 11 月並經台北市政府核發北市職福字第 1841 號登記證，依法由公司及員工提撥福利金，113 年度公司提撥福利金超過新台幣 440 仟元，為同仁規劃並提供各項福利事項，例如：員工旅遊、生日禮金、三節禮品、結婚津貼、生育津貼、喪葬慰問金等福利。

2. 員工進修、訓練實施情形：

項 目	班次數	總人次	總時數	總費用（新台幣 / 元）
1. 新進人員訓練	0	0	0	0
2. 專業職能訓練	9	7	81	44,800
3. 主管才能訓練	0	0	0	0
4. 通識訓練	13	19	181.5	5,580
總 計	22	26	262.5	50,380

＊專業職能訓練：堆高機、稽核、稽核代理人、會計主管、公司治理主管、勞基法規

3. 退休制度與其實施情形

- (1) 勞動基準法舊制：自 76 年 1 月 6 日成立勞工退休金監督委員會及比照勞動基準法訂定勞工退休辦法，並於 76 年 2 月起按月提撥退休準備金，以專戶儲存於台灣銀行，由該委員會保管及運用。另自 85 年起亦逐年依財務準則第十八號公報之規定，委請精算師提供報告，作為提撥退休金準備之參考。
- (2) 勞工退休金新制：自 94 年 7 月 1 日本公司依新勞工退休金條例按月提繳 6% 退休金存入勞工保險局個人勞退金帳戶，由該局保管及運用。
- (3) 員工申請退休之程序與條件說明：

退休種類	條件	權責
自請退休	員工有符合下列情形之一者，得自請退休。 1. 在本公司工作十五年以上年滿五十五歲者。 2. 公司工作二十五年以上者。 3. 在本公司工作十年以上年滿六十歲者。	由申請者提出退休之申請，經總經理核准後始生效力。
強制退休	員工有下列情形之一者，本公司可依法辦理強制退休。 1. 年滿六十五歲者。 2. 心神喪失或身體殘廢不堪勝任工作者。	由人資單位提出經總經理核准後，始生效力。

4. 勞資間之協議與各項員工權益維護措施情形

- (1) 打造和諧對等的溝通平臺，定期辦理勞資會議。
- (2) 保障勞動關係及勞動條件，依勞基法訂定「調職與解職辦法」。如需歇業、轉讓、虧損、業務緊縮或員工對所擔任工作確定無法勝任時，依勞基法提供預告中止勞動契約。
- (3) 關注人權相關議題及遵守全球各個國家之勞動法令聘僱員工，提供員工公平與安全的工作環境，參考「國際人權法典」、「聯合國全球盟約十項原則」、「國際勞工組織基本公約的核心勞動標準」等國際公認之人權標準，並制定「永續發展實務守則」（原企業社會責任實務守則），尊重人權公約所訂定之保障，並公布於本公司網站。
- (4) 員工權益維護情形

項目	說明
工作時間	遵守相關勞基法規定。
薪酬	遵守勞基法最低工資標準，並依相關規定給付，同時提供較具市場競爭力且性別平等之薪酬。
童工	恪守勞基法，不聘僱或不支持雇用未滿 16 歲童工之行為。
強迫性勞動	不使用或不支持使用強迫性勞動；不扣留員工財產或證件，以迫使員工連續工作；依規定自由進出。
健康與安全	• 公司提供同仁健康服務，護理師每月 1 次計 2 小時，醫生每年 1 次計 2 小時，提供臨場或視訊服務。 • 訂定〈廠部消防演習〉及〈勞工安全衛生工作守則〉，提供安全、健康的工作環境與必要的消防安全講習及實作之安全衛生教育訓練，更不定期演練緊急應變計劃，防範並降低工作環境中的危險與提升臨場應變能力。113 年本公司實施兩次消防演習教育訓練，每次演練 4 小時，合計 89 人次參與演練。
結社自由與集體談判權利	尊重所有員工結社自由與集體談判之權利。
職場多元化與平等	不從事或支援基於種族、社會等級、國籍、宗教、身體殘疾、性別、性取向、家庭責任、婚姻狀況、工會會員、政治歸屬、年齡或其他任何歧視。 • 性別平等： 1. 實現男女擁有同工同酬的獎酬條件及平等晉升機會，113 年度女性職員占比 46%，主管中，女性主管占比 55%。 2. 訂定工作場所性騷擾防治措施申訴及懲戒辦法，提供受雇者、派遣勞工及求職者，免於性騷擾之工作及服務環境（員工保護），並採取適當之預防、糾正、懲戒及處理措施，以維護當事人權益及隱私。 • 年齡：鼓勵世代合作與經驗傳承，維護中高齡者與高齡者就業權益，建構友善就業環境，113 年度中高齡及高齡職員平均占比 27%。 • 種族：公司所聘外籍移工所獲得之各種待遇除符合法定的最低基準外，亦和本國籍員工享有同等員工福利與待遇。
懲戒性措施	尊重所有員工與維護其尊嚴，不從事或支持體罰、精神或肉體脅迫以及言語侮辱，不以粗暴、非人道的方式對待員工。



教育訓練 - 消防演練（台灣）



教育訓練 - 消防演練（泰國）

5. 員工行為準則與倫理守則

公司重視員工之行為準則與倫理，管理規範員工之服務守則如下：

- (1) 同仁於外界訪客到訪時，應秉持『禮貌』、『微笑』、『週到』、『主動』之服務準則。
- (2) 同仁不得向他人洩漏公司業務機密或為不利公司之活動。
- (3) 同仁不得利用公司設備或於工作時間內，進行宗教或政治活動。
- (4) 同仁非經公司許可，不得經營或受聘從事與公司業務性質相關之工作。且經營或受聘從事其他與公司業務性質無直接相關之工作，須向公司提出報告。
- (5) 同仁不得有賭博、強暴、恐嚇、擾亂公司風紀之情事。
- (6) 同仁下班後的任何活動，仍代表公司形象；如有發生個人利益影響到公司利益時，仍須出於對公司的忠誠，維護公司整體利益。
- (7) 同仁不得攜帶槍砲彈藥等刀械管制條例所列危險物品，或易燃、易爆及與生產、公務無關之用品進入工作場所。
- (8) 同仁對於企業領導人及各級幹部，需表現應有的禮貌及敬重。
- (9) 同仁應彼此合作，忠勤職守；彼此有相容的雅量而不勾心鬥角。
- (10) 設置性別平等暨工作場所性騷擾申訴處理委員會，保障性別平等工作權。

6. 工作環境與員工人身安全的保護措施：

本公司為提供員工安全衛生之工作環境，不斷提醒宣導藉以減少職業災害發生機率，各項作業保護措施如下：

(1) 重大環境考量面及職業安全衛生風險控制

(A) 生產環境監控管理具體施作方式：

- 建置環境參數即時監測系統（溫度、濕度、粉塵等），超標即啟動警報與改善措施。
- 重要風險區設置 CCTV、感測器與通報系統，提升突發狀況應變效率。
- 設置「作業環境風險評估表」，針對各工序進行定期盤查與危害識別。

(B) 危險性機械設備安全防護具體施作方式：

- 所有動力機械加裝防護罩、安全連鎖裝置（Interlock）、急停開關。
- 高風險機台指定專人操作，需經過操作訓練及考核認證方可執行作業。
- 每半年執行機械設備安全稽核，落實檢修紀錄與故障通報流程。

(C) 公共消防安全具體施作方式：

- 定期巡檢消防設備（滅火器、消防栓、自動灑水系統、煙霧感測器等），並建置檢點表。
- 每年至少舉辦 2 次消防演練，模擬火災逃生及滅火處理和搶救流程。
- 每年定期自動警報系統與緊急廣播系統，並設置足夠逃生指示與照明燈具。

(D) 能源消耗與綠色環保具體施作方式：

- 使用高效率照明（LED）與定時自動感應裝置，減少不必要用電。
- 空調系統搭配自動控制與區域控溫，提升節能效果。
- 導入能資源管理平台，統計各設備能耗，作為未來替換或改善依據。

(2) 工作環境與安全防護實際管理措施

(A) 定期環境消毒與清潔具體施作方式：

- 每週進行廠區全面清潔與公區（如廁所、餐廳、走廊等）每日消毒。
- 疫情期間每日加強門把、電梯按鈕、飲水機等高接觸區域消毒頻率。

(B) 公用設備定期檢查具體施作方式：

- 建立檢查項目清單與巡檢表，例行檢查如電梯、冷氣、照明、水塔等設施。
- 關鍵設施如壓縮機、壓力容器等，須委外專業單位定期進行技術檢測與維修。

(C) 改善工作環境與防護設施具體施作方式：

- 高溫或粉塵環境加裝局部抽氣、空氣濾清系統與冷氣調節設備。
- 危險區域設置安全柵欄、告示牌及警示燈，防止誤入。
- 提供個人防護裝備（如安全帽、防護鏡、耳罩、防塵口罩等），並定期更換。

(D) 員工健康檢查與作業環境檢測具體施作方式：

- 每年安排一般健康檢查及針對特殊作業員工進行特定項目（如聽力、肺功能）。
- 每半年進行噪音、粉塵等環境因子檢測，並建立數據檔案。
- 每季檢測飲用水品質（水塔水質、大腸桿菌檢測、總菌數檢測等）。

(E) 保全巡邏與安全監控具體施作方式：

- 保全公司派駐廠區及宿舍，安排固定班次與夜間機動巡邏。
- 設置巡邏點記錄器與手機打卡系統，強化巡邏落實度。
- 建立事件通報與應變 SOP，異常狀況即時回報主管單位。

(F) 標準作業程序（SOP）與工作安全分析（JSA）具體施作方式：

- 所有生產作業與危險工序皆建立 SOP，並張貼於現場明顯處。
- 每項高風險作業建立「工作安全分析表」（JSA），評估潛在危害並列出對策。
- 新進人員與轉調人員須接受操作訓練與安全教育，確保熟悉程序。

（二）最近年度及截至年報刊印為止，因勞資糾紛所遭受之損失及目前或未來可能發生之估計金額與因應措施： 無此情形。

六、資通安全管理：

資訊安全政策及管理方案

1 資訊安全風險管理架構

1.1本公司於民國 112 年因應「公開發行公司建立內部控制制度處理準則」成立資安處，並配置一名資通安全主管及一名資安專責人員，規劃及制定資通安全管理辦法，推動資安政策並追蹤檢討，定期改善資安風險，相關執行成果定期呈報公司高層會議，降低公司營運風險。

2 資通安全政策

2.1為建立業務持續營運計畫、盤點資通系統及辦理資安風險評估作業，建立並執行相對應的管理制度與技術防護，以確保資訊安全事件不會造成公司核心業務無法正常運作，造成營運受到影響。

2.2建立資安事件應變處理與通報作業程序，在第一時間取得相關情資並採取相對應的處理作法，並且依主管機關相關規定處理重大資安事件。

2.3為確保管理制度之適切性與有效性，資安團隊需定期辦理內部或委外廠商資安稽核，定期追蹤發現事項之改善情形，並向董事會或管理階層報告執行情況。

3 具體管理辦法

3.1公司整體網路環境，需依功能區隔獨立網段，並搭配防毒軟體、防火牆及入侵偵測系統等資安防護控制措施，以保護機敏資料及監控網路與系統安全性。

3.2資料存取須納入機敏資料存取控制、用戶登入身分驗證及用戶輸入輸出之檢查過濾等資安要求，並且在系統上線前執行原始碼掃描與定期辦理資通系統安全性要求測試、弱點掃描及滲透測試，確保能有效控管組織中的資安風險，建構完備的資通環境，強化資通安全防護及管理機制。

3.3未來透過實體或線上課程方式，對於全公司使用資訊系統之同仁辦理資訊安全宣導課程。

3.4負責資訊安全之主管及人員，安排資訊安全專業課程訓練。

3.5每年辦理電子郵件社交工程演練，透過演練結果可用於檢視資訊安全意識訓練課程成效，避免組織內部員工因缺乏相關資安意識，使得駭客可透過釣魚郵件或是社交工程方式取得使用者電腦控制權限，進而造成組織營運或機敏資料外洩。

4 投入資通安全管理之資源

4.1定期資安宣導：每月發布資訊安全宣導內部公告，傳遞資安防護意識與注意事項，強化人員資安意識。

4.2預防演練：為有效且快速恢復公司營運，已於 111 年開始每年進行災害還原演練及雲端備援演練，都順利完成演練並提出檢討報告。

4.3員工教育訓練：每年針對員工進行社交工程演練，以降低資安風險。

4.4定期稽核：稽核處為資訊安全監理之督導單位，負責督導內部資安執行狀況，若查核發現缺失，旋即要求受查單位提出相關具體改善作法，且定期追蹤改善成效，以降低內部資安風險，每季稽核結果定期報告予董事會。

七、重要契約：

契約性質	當事人	契約起訖日期	主要內容	限制條款
供銷合約	全聯實業股份有限公司	113.01.01-113.12.31	提供紙尿褲等產品之銷售	無
供銷合約	國防部福利總處	113.01.01-113.12.31	提供紙尿褲等產品之銷售	無

