

壹、致股東報告書

各位股東女士、先生：

回首 114 年，在地緣政治引發的全球經濟波動中，本公司展現高度經營韌性，於逆風中成功鞏固成人照護市場之基石。邁入 115 年，我們將承先啟後，全力衝刺數位轉型與精準管理，透過科技賦能打破傳統照護邊界，致力建構「智慧長照生態圈」，為企業永續發展譜寫卓越新章。

董事長：

林煥隆



114 年營業報告書

一、114 年營業結果

（一）營業計劃實施成果

經會計師查核 114 年全年總營業淨收入為新台幣 719,639 仟元，相較 113 年減少新台幣 53,237 仟元，年衰退 6.89%，主要因美國市場受到中美關稅影響所致，114 年營業淨損為新台幣 41,838 仟元，較 113 年度營業淨損新台幣 11,012 仟元，虧損增加新台幣 30,826 仟元，114 年度稅前淨損為新台幣 25,451 仟元，稅後淨損為新台幣 24,649 仟元，相較同期稅後淨損增加 145.49%，歸屬於母公司業主淨損為新台幣 22,863 仟元。

（二）預算執行情形

114 年預估營業收入為新台幣 1,044,202 仟元，實際營業收入為新台幣 719,639 仟元，營收達成率為 68.92%；114 年稅後淨利目標為新台幣 34,268 仟元，實際合併稅後淨損新台幣 24,649 仟元，未達預算目標。

（三）財務收支及獲利情形：

1. 財務收支

單位：新台幣仟元

項 目	114 年度	113 年度	增減比率 %
營業損益	(41,838)	(11,012)	279.93%
營業外收入及支出	16,387	81,850	-79.98%
稅前淨利	(25,451)	70,838	-135.93%
稅後淨利	(24,649)	54,185	-145.49%
淨利歸屬於：母公司業主	(22,863)	48,259	-147.38%
綜合損益總額	(56,777)	103,890	-154.65%

2. 獲利能力分析

項 目	114 年度	113 年度
資產報酬率（%）	(1.46)	4.67
股東權益報酬率（%）	(2.83)	6.15
純益率（%）	(3.43)	7.01
每股盈餘（元）	(0.45)	0.95

（四）研究發展：

1. 最近二年度研究發展支出及其成果

114 年度研發費為新台幣 2,317 仟元，較 113 年度增加新台幣 412 仟元，持續進行照護產業產品開發。

2. 未來研究發展計劃：

秉持環境保護與永續發展之 ESG 核心理念，本公司將致力於研發全方位綠色低碳系列產品。此外，我們將積極發揮產業影響力，帶動上下游價值鏈優化生產技術，從源頭落實減碳效益，全力響應政府 2050 淨零排放目標，攜手合作夥伴邁向綠色轉型。

二、115 年度營業計劃概要

(一) 經營方針

- 1. 策略布局：拓展全球市場，開發多元成長動力
本公司深化全球化布局，除穩固本土市場外，115 年將加大對東南亞及美國市場的業務開發。透過建立區域化供應鏈與當地業務開發團隊，實現全球思考、在地行動的策略目標，轉化為公司營收增長的長期動能。
- 2. 生態構建：多元跨界合作，建構智慧長照服務圈
利用公司豐富的照護產品線及全通路經營優勢，轉型為「銀髮生活解決方案提供者」。跨業結盟：與長照機構及居家服務商建立策略聯盟，整合產品與專業服務。
數位經營：透過「安安好生活會員」社群建立 AI 互動客服，並透過 AI 分析精準掌握使用者行為，提供個性化服務，建構高黏著度的終身顧客關係。
- 3. 實踐 ESG 永續發展，創造長期價值
本公司積極響應淨零轉型目標，將 ESG 核心精神內化至營運決策，全面提升風險因應能力，落實永續經營承諾：

環境 Environment

- 本公司完成第一階段母公司碳盤查，並進行初步排碳改善，後續將推動海外子公司及上下游供應鏈進行排碳落實。
- A. 擴大碳盤查範圍至海外子公司，落實年度減碳目標監測。
 - B. 加速開發減塑綠色系列產品，透過綠色行銷引導市場消費習慣，降低產品生命週期碳足跡。
 - C. 擴大再生能源轉用比例，監控生產能耗，實踐節能減排。
 - D. 引導供應商協同推動碳足跡追蹤，建立產業鏈的綠色護城河。



社會 Social：本公司參與各項社會關懷活動

- 本公司參與各項社會關懷及捐贈活動。
- A. 持續推廣偏鄉關懷與弱勢物資捐贈，深耕地方區域，傳遞企業溫暖。
 - B. 提供較佳的福利計畫，建構人才永續環境，保障員工身心健康並強化專業發展。
 - C. 具體落實職場多樣性，維護性別平等與跨族群共容，激發團隊創新力。
 - D. 透過大專院校實習計畫，將產業界專業知識帶回校園，提早布局數位與銀髮經濟人才。



公司治理 Governance

推動全員 ESG 教育訓練，確保決策層至基層員工具備永續意識。完善風險評估與誠信經營準則，透過數位化流程提升治理效率，保障利害關係人權益。



(二) 重要產銷政策

- 1. 銷售策略
 - A. 在 B to B to C 的通路持續加強滲透，提升顧客對公司產品的易得性。
 - B. 持續發展 B2C 銷售模式，應用 AI 工具發展與分析會員群體。
 - C. 滿足長照 3.0 的消費者需求，整合廠商的產品服務與技術，建立長照生態圈。
 - D. 跨足寵物市場及女性生理用品市場。
 - E. 加強與通路間的合作，透過提供獨規產品或通路聯名產品，建立與通路間更深的合作關係。
 - F. 開發代工業務，擴展銷售規模。
- 2. 生產政策
 - A. 區域化供應鏈資源配置，建立優勢層級結構。
 - B. 產品規格化，降低改機時間，提高生產效能。
 - C. 區域生產採購，減少稅務成本。

三、未來發展策略，受到外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響：

面對 114 年全球經濟波動及人口紅利消失之挑戰，產業競爭已從單一產品競爭轉向「數位化速度」與「淨零碳排」。區域消費型態益發分眾化，本公司將深入 AI 賦能決策，精準預測多樣性消費生態，確保在變動環境中保持營運領先。本公司因應策略：

- (一) 人才價值重塑：面對科技人才競爭的常態化，115 年強化招募與專業技能外，更積極培訓 AI 工具輔助協作，提高工作效率。
- (二) 全方位資訊安全監控：因應生成式 AI 帶來的資安風險，將防護層級提升，確保公司核心技術與客戶數據在數位化過程中的絕對安全。
- (三) 智慧工廠與淨零轉型：透過政府專案補助，將生產數據納入數位中心，集中生產數據，落實精準減碳規劃及掌握。
- (四) 組織數位全面升級：115 年著重全員 AI 應用化，鼓勵各部門利用 AI 工具優化流程，提升整體決策精準度。
- (五) 高價值產品生態系開發：加速產品細分化，結合智慧通路數據，建立專屬的品牌會員生態圈，提升客戶年黏著度與滿意度。
- (六) 銀髮經濟與智慧生活布局：擴大銀髮長照與生活知能領域，開發具備預測性的健康管理裝置，分析持續累積的大數據轉化為開品開發指標。

「展望未來，本公司將深耕數位轉型與精準管理，持續優化供應鏈韌性與產品結構，以強化核心獲利能力。同時，我們將積極佈局多元化銷售通路，並結合 AI 大數據開發新興市場需求，確保營收動能穩健成長。透過提升經營績效與永續經營，為股東創造長期且穩定的價值回報。」

