

股票代號：8446

華研音樂 2025永續報告書



HIM International Music Inc.



目錄

壹、關於本報告書	4	肆、利害關係人與重大主題	31
一、報告期間與周期	4	一、重大主題鑑別	31
二、報告邊界與範疇	4	二、重大主題衝擊與管理	33
三、編輯原則	4	三、利害關係人溝通	40
四、內容審核與數據查證	4	四、檢舉管道	46
五、資訊重編	4	伍、公司治理	48
六、聯絡資訊	4	一、公司治理組織	48
貳、經營者的話	6	二、誠信經營	61
參、關於華研	8	三、風險管理	64
一、公司概況與展望	8	四、資訊安全	66
二、營運績效	21	五、供應商管理與客戶關係	68
三、外部組織參與	26	陸、創新研發與智慧財產權	73
		一、研發概況	73
		二、智慧財產權管理	76



目錄

柒、員工權益與人才培育	78
一、人力結構	78
二、員工權益與勞資關係	80
三、人才培育與教育訓練	84
四、薪酬與福利	85
五、職業健康與安全	87
捌、綠色環境與永續發展	89
一、永續發展管理	89
二、氣候風險因應	89
三、溫室氣體盤查	92
四、能源管理與節能減碳	95
五、再生資源投資	97
六、生物多樣性政策	97
玖、社會關懷	99
一、公益參與	99
二、文創推廣	101
附錄一、全球永續性報告指標 GRI 準則對照表	108
附錄二、上櫃公司編製與申報永續報告書作業 辦法第4-1條附表二「氣候相關資訊」	111
附錄三、IFRS S2 氣候相關風險與機會資訊揭露	112
附錄四、永續會計準則理事會(Sustainability Accounting Standards Board , SASB)準則行業指標資訊	117





壹、關於本報告書

一、報告期間與周期

本公司自2025年起，發行第一本永續報告書，並以每年定期發行一次為原則。

本報告書定稿日：2026年5月31日

本次發行時間：2026年8月

報告期間：本報告書報導期間與合併財務報表一致，為2025年1月1日至2025年12月31日，為求報告的完整性與可比較性，部分章節內容會涵蓋本報導期間以外之資訊，並於該章節附註說明。

下次發行時間：2027年8月

本報告書可於本公司官網(<https://www.him.com.tw/about13-2.php>)及公開資訊觀測站(<https://esggenplus.twse.com.tw/inquiry/report>)進行下載。

二、報告邊界與範疇

本報告書之資訊範疇係以合併財報原則訂定組織邊界，揭露華研國際音樂股份有限公司及子公司(以下統稱本集團)之治理、環境與社會績效，展現本公司社會責任之落實，及向永續發展邁進的目標。

本集團包含本公司華研國際音樂股份有限公司及四家子公司，分別為台灣的華研音樂經紀股份有限公司及洗耳恭聽股份有限公司、新加坡子公司HIM International Music Pte Ltd與馬來西亞子公司HIM International SDN BHD。

本報告書各章節揭露範疇若與前述有異，將於各章節補充說明。

三、編輯原則

本報告書係依循全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, GRI) 所發布之 GRI 永續報告準則 (GRI Sustainability Reporting Standards, GRI Standards) 編製。本報告書內容與 GRI 永續報告準則之對照表，請詳見附錄。

四、內容審核與數據查證

本報告書揭露之內容及數據資料係由各部門據實提供，經總管理處彙整編輯後送至董事會核准定稿出版，尚未經外部確信。本報告書揭露之財務資訊以國際會計準則 (International Financial Reporting Standards, IFRSs) 為基礎，並採用經資誠聯合會計師事務所 (PwC Taiwan) 會計師簽證公開之合併財務報表為依據，所有財務數據係以新臺幣為單位；本報告書揭露之溫室氣體排放數據來自於本公司自行盤查之計算結果，未經第三方驗證機構查證。

五、資訊重編

本報告書無資訊重編情形。

六、聯絡資訊

如對本報告書內容有任何建議或疑問，歡迎您聯絡我們：

永續發展專責單位-總管理處

Email：spokesman@him.com.tw

官方網站：<https://www.him.com.tw/>



貳、經營者的話

流行音樂界過去受到盜版及數位科技發展商業機制未臻成熟的影響，侵權行為由早期的盜版實體專輯，到未經授權複製及使用數位音樂，造成實體正版唱片銷售量之萎縮，侵蝕到唱片公司的獲利，造成虧損，很多唱片同業因此退出市場，無法共榮華語流行音樂，極為可惜。

華研音樂秉持對流行音樂的熱愛，在過往逆境時，不斷思考如何轉型，運用自有Know How，由從前專責唱片製作及發行銷售，跨足至歌手及藝人演藝經紀，如商業演出、演唱會、廣告代言、主持及戲劇發展等，走出一條自己的路，不但彌補了實體與數位侵權時代造成的累積虧損，並產生穩定的獲利。近年使用者付費及著作權授權觀念之推廣，商業機制日漸成熟，也為唱片公司除唱片實體專輯銷售外，擴增多元收益來源。

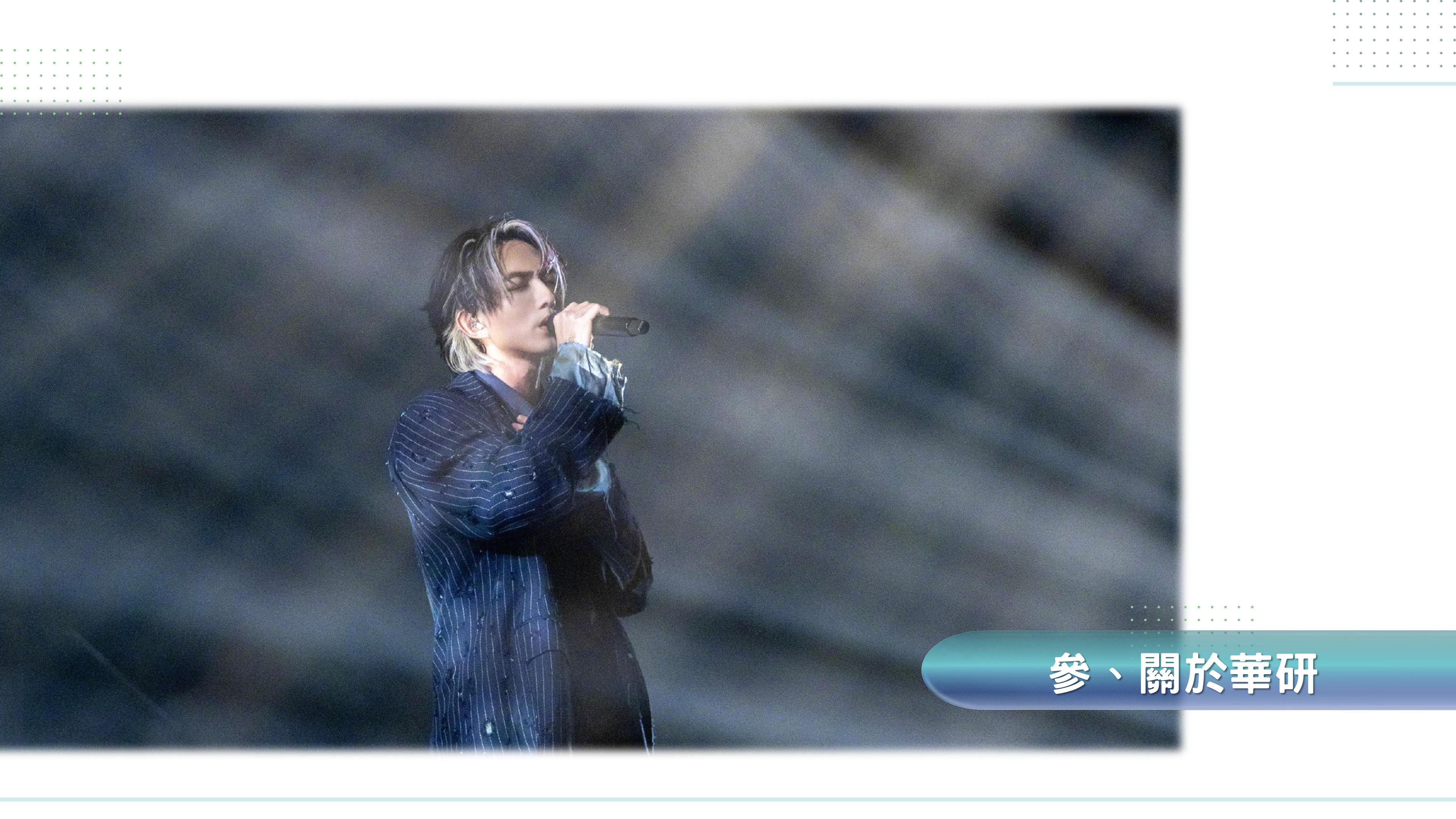
華研音樂一向以培養新人見長，包括動力火車、S.H.E、飛輪海、Tank、林宥嘉、田馥甄、Olivia、閻奕格、PopuLady、文慧如、Karencici、77Ke柯榮棋、babyMINT薄荷水晶、JUD陳泳希等均自華研新人出道，其中動力火車更是本公司知名且長青團體藝人，合作已超過25年，S.H.E亦為全世界流行樂壇最長壽的女子團體。本公司根據藝人特質，隨著藝人年紀成長成熟與生活外在環境等轉變，妥善規劃藝人演藝發展之路，長期發展藝人品牌，藝人反而隨著年紀增長，越陳越香，聲勢持續看漲。新人培養的成敗因素往往取決於唱片公司的經驗與Know How，除了一開始選拔新人的獨特眼光，接著完善的新人培養及潛能開發，還有精銳的製作團隊及唱片公司的企劃宣傳功力，才能塑造出舞臺前成功的藝人。

本公司與同業間最大之差異，係不用高額預付版稅或簽約金手法爭取藝人加盟。本公司秉持做優質音樂作品之經營理念、用心對待、人性化管理及專業制度、專精且卓越之團隊及全方位藝人規劃經營，激發每位藝人潛在之特質及魅力，替其打造暢銷佳作並爭取適合之演藝經紀活動，培養濃厚之革命情感，創造公司與藝人雙贏，過往的口碑是新藝人和成熟藝人信賴公司的基礎，也是非本公司出道藝人，加盟華研，追求更上一層樓的利器。

台灣流行音樂曾為華語流行樂壇發展指標，更是華語流行音樂潮流之領先者，由於流行音樂所展現的不只是音樂的創意與發行，同時展現了台灣的生活型態與文化力。華研音樂的精神是人文、創新、使命感。公司強調以人為本、訂定人性化的制度、鼓勵員工及作者創作與積極創新，並致力於延續華語音樂之優勢，建構最佳華人娛樂文化內容平台。本公司身為流行音樂界之一員，且為華語音樂內容業界唯一股票上市櫃公司，本公司將繼續投資創新、推廣華語流行音樂，為台灣社會盡一份心力。本公司秉持專業及誠信的經營理念，考量投資大眾的權益，創造出公司價值，朝向永續經營發展。



華研國際音樂 董事長
呂燕清



參、關於華研

一、公司概况與展望

公司名稱：華研國際音樂股份有限公司

公司所在位置：台灣台北市建國北路二段135號15樓

設立日期：中華民國88年5月1日

(一) 重要沿革

88年5月

公司核准設立，原名為華葳音樂國際股份有限公司，設立時實收資本額為新臺幣貳億元。

88年5月

動力火車為公司第一組藝人，為電視劇《還珠格格》主唱片頭曲〈當〉，乘著電視劇熱潮紅遍華語地區。



90年9月

公司更名為華研國際音樂股份有限公司。

90年9月

女子團體S.H.E發行首張專輯《女生宿舍》正式出道。



93年4月

公司藝人S.H.E以《美麗新世界》專輯榮獲**第14屆金曲獎最佳重唱組合獎**。

94年12月

男子團體「飛輪海」正式出道。



95年3月

公司藝人動力火車以《就是紅光輝全紀錄》專輯榮獲**第16屆金曲獎最佳重唱組合獎**。

96年7月

林宥嘉榮獲第一屆《超級星光大道》冠軍，正式出道。



98年6月

《神秘嘉賓》專輯中之〈眼色〉歌曲榮獲**第20屆金曲獎最佳單曲製作人獎**。



99年6月

《感官/世界》專輯榮獲**第21屆金曲獎最佳專輯包裝獎**。

99年9月

S.H.E正式邁向「單飛不解散」階段；成員Hebe以本名「田馥甄」推出首張個人專輯《To Hebe》。



100年6月

《To Hebe》專輯中之〈寂寞寂寞就好〉歌曲榮獲**第22屆金曲獎最佳音樂錄影帶獎**；〈LOVE!〉歌曲榮獲**第22屆金曲獎最佳單曲製作人獎**。

100年11月

進行組織架構調整，將原由公司股東投資之 HIM International Music PTE LTD (新加坡華研) 及 HIM International SDN BHD (馬來西亞華研) 調整為子公司。

100年11月

進行組織架構調整，以股份轉換併購華研音樂經紀股份有限公司為子公司。

101年5-6月

配合政府發展文化創意產業，引進金控公司旗下創投股東，並獲國發基金之青睞共同參與投資，政府成為公司股東之一，共同推動文化創意產業大型化及進入資本市場。

一、公司概况與展望

(一) 重要沿革

101年9月

101年9月27日股票公開發行。

101年10月

101年10月26日股票開始興櫃買賣。

102年12月

102年12月19日公司股票上櫃掛牌，成為台灣第一家娛樂文創股票上市櫃公司。

103-104年
1月

「爽爽貓」、「馬來貘」、「掰掰啾啾」與「迷路」等文創圖文創作者加入公司，開創文創經紀領域。



104年1月

投資逆光電影股份有限公司。

105年9月

投資紅衣小女孩股份有限公司。

105年10月

成立子公司洗耳恭聽股份有限公司。



106年11月

投資造故事娛樂製作股份有限公司。

107年6月

《我有我自己》專輯中之〈閻羅王〉歌曲榮獲第29屆金曲獎最佳編曲人獎。



107年9月

投資下半場電影股份有限公司。

108年6月

子公司洗耳恭聽股份有限公司歌手流氓阿德以專輯《溫一壺青春下酒》奪第30屆金曲獎最佳台語男歌手。



108年7月

投資大慕影藝國際事業股份有限公司。



108年10月

投資一達國際醫院管理顧問股份有限公司。

108年11月

公司藝人Karencici以歌曲〈長期有效〉奪第10屆金音獎最佳節奏藍調單曲。

109年10月

投資直流電通股份有限公司。

109年12月

與凱擘影藝公司及大慕影藝公司合資成立大曉創藝股份有限公司。

110年5月

投資野獸國股份有限公司。

110年8月

成立審計委員會。

一、公司概况與展望

(一) 重要沿革

110年10月

轉投資之大曉創藝股份有限公司與文策院合資成立大慕可可股份有限公司。



114年6月

動力火車以專輯《結伴》榮獲**第36屆金曲獎最佳演唱組合獎**。

111年11月

公司藝人Karencici以《99% Angel》專輯榮獲**第13屆金音獎最佳節奏藍調單曲及專輯**。



115年6月

陳小霞以專輯《老翅膀》榮獲**第37屆金曲獎評審團獎**。

112年5月

投資未來少女股份有限公司。



112年7月

投資匠研食品有限公司。



112年9月

投資凡立橙股份有限公司。

113年3月

公司新世代女團babyMINT榮登國外著名樂評網站「**RYM**」**華語專輯第一名**。

114年2月

babyMINT入選**英國知名音樂雜誌《NME》「NME 100」名單**，為華語音樂圈首組入選「**NME 100**」之團體。



(圖片來源 / 金曲GMA FB)

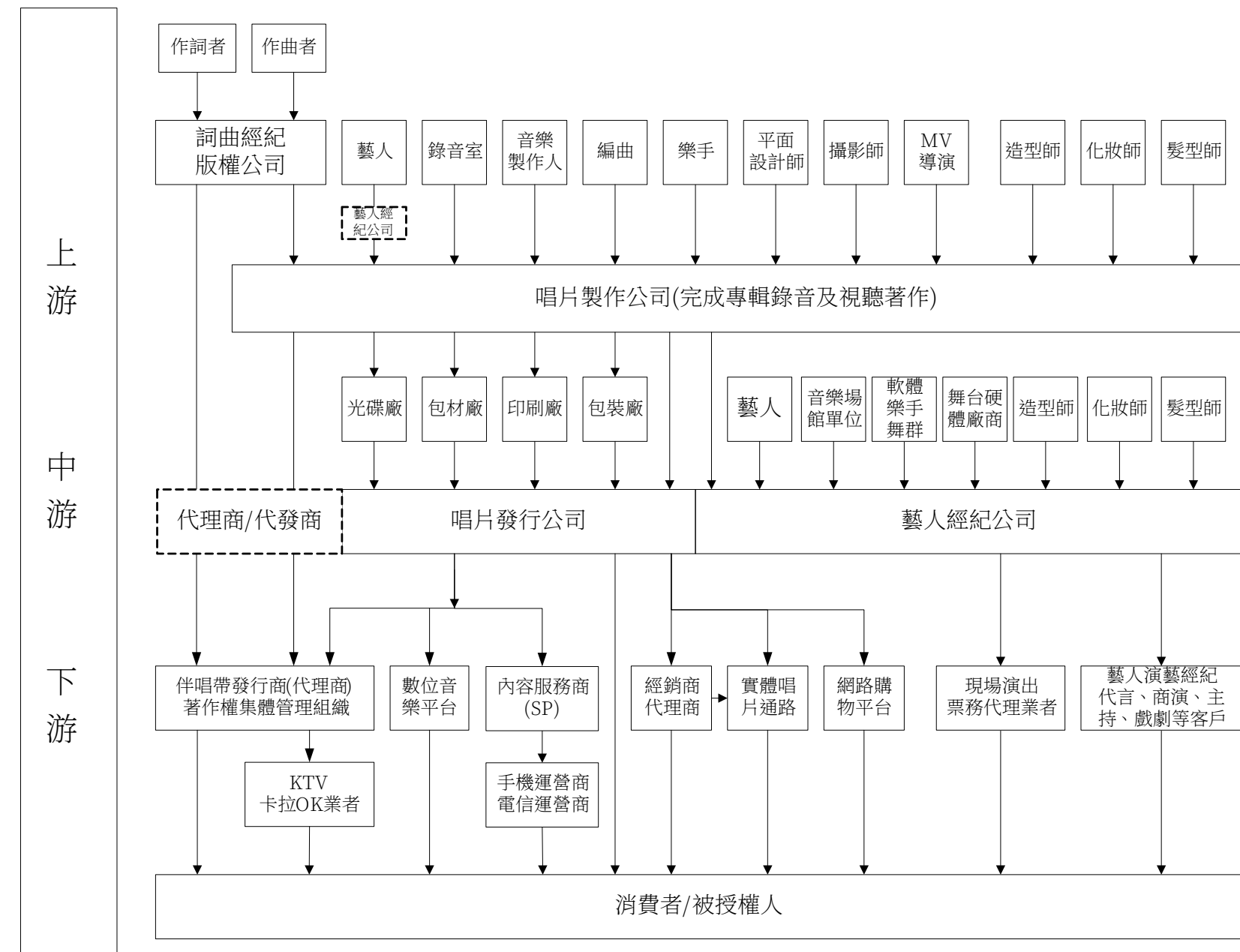


一、公司概况與展望

(二) 營運概況

本公司及子公司主要均從事(1)流行音樂之製作及發行銷、(2)著作權之授權、(3)文創圖文作家、專業職人及演藝明星(以下簡稱藝人)之演藝經紀活動經營等，為流行音樂影視娛樂及藝人全經紀之公司。本公司除持續創作成名藝人之歌曲專輯外，亦積極從事新人開發工作與文創圖文作家發掘；除了音樂唱片銷售外，同時擴大數位音樂與圖文的授權，另積極開拓藝人表演市場、舉辦現場演唱會及經紀藝人之戲劇演出、商業演出與代言等。

流行音樂產業上游主要為詞曲著作之提供者、歌手及音樂製作人才與音樂製作及藝人造型妝髮等相關業者，而其下游包含唱片銷售通路、數位音樂平台、演唱會相關策展單位及輔助服務業者、歌手演藝經紀、公播團體、視唱娛樂及廣播電視媒體等。流行音樂產業之上、中及下游，如右圖所示：



本公司及子公司之主要營收為音樂收入及藝人演藝經紀收入，銷售地區同時包含內銷市場及外銷市場，外銷市場以華人市場為主。

一、公司概况與展望

(二) 營運概況

1. 營收分布

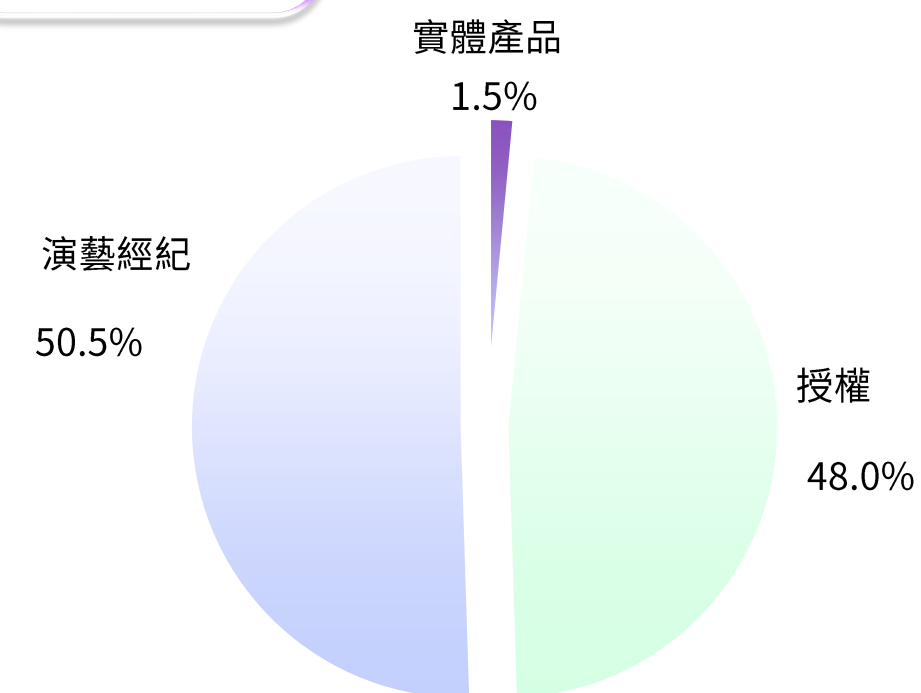
單位：新臺幣仟元

收入 類別 \ 年度	113年度		114年度	
	營業收入金額	比例	營業收入金額	比例
實體產品收入	19,869	1.5%	6,771	0.6%
授權收入	660,737	48.0%	631,900	58.3%
演藝經紀收入	694,881	50.5%	446,043	41.1%
合計	1,375,487	100.00%	1,084,714	100.00%

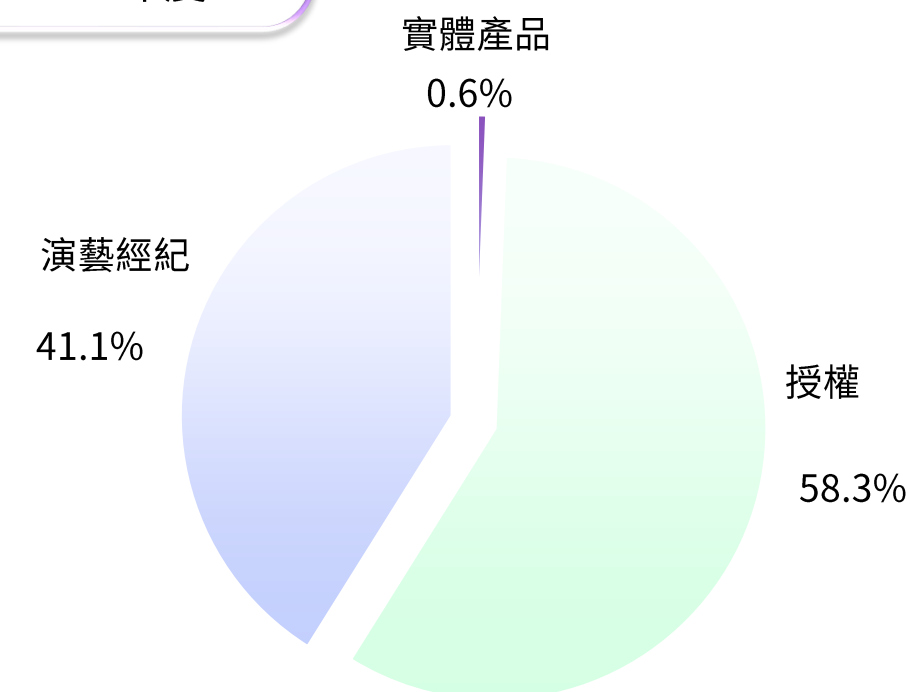


受過往盜版及後續科技進步影響，實體音樂產品不再是消費者收聽音樂的主要載體，實體產品主要供消費者收藏，因此近年實體產品佔本公司營收約1%，主要營收為數位授權之收入及藝人演藝產生之收入。

113年度



114年度



一、公司概况與展望

(二) 營運概況

2. 收入分布地區

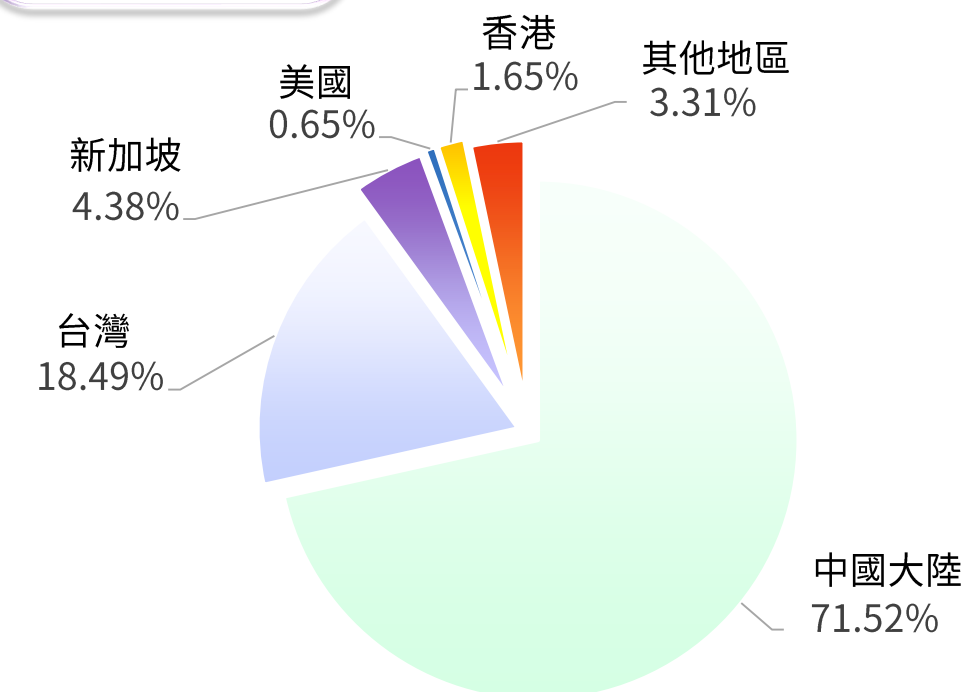
單位：新臺幣仟元

年度 地區	113年度		114年度	
	金額	比率	金額	比率
中國大陸	983,680	71.52%	798,081	73.58%
台灣	254,331	18.49%	188,815	17.41%
新加坡	60,203	4.38%	28,256	2.60%
美國	8,962	0.65%	15,837	1.46%
香港	22,745	1.65%	6,426	0.59%
其他地區	45,566	3.31%	47,299	4.36%
合併營業收入淨額	1,375,487	100%	1,084,714	100%

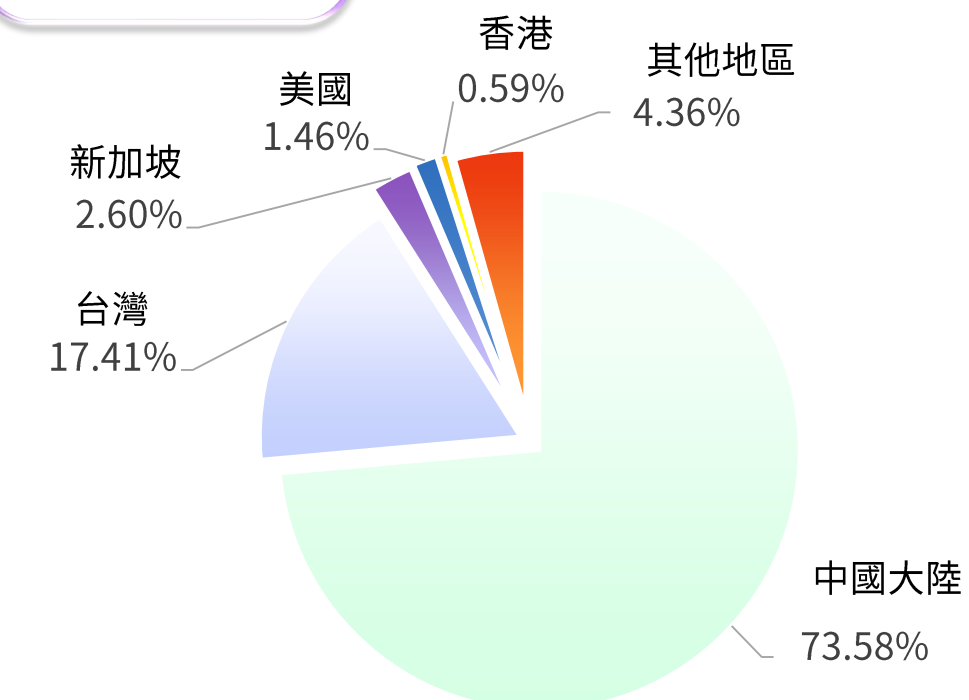


本公司及子公司主要經營華語流行音樂，末端消費以全世界華人為主，過去兩年度收入分布地區如上。

113年度



114年度



一、公司概况與展望

(三) 經營方針

台灣流行音樂為華語流行樂壇發展指標，更是為華語流行音樂潮流之領先者，由於流行音樂所展現的不單單是音樂的創意與發行，且可同時展現了台灣相較於其他國家的優勢生活型態與文化力。

文化部在107年4月底啟動「文化內容投資計畫」，爭取國發基金匡列新臺幣60億元及前瞻基礎建設計畫4年共41.8億元預算投入內容產製工作，立法院會於107年12月三讀通過文化部提出的「文化內容策進院設置條例」，並於108年成立行政法人「文化內容策進院」，以國家隊概念振興市場，作為連結政府與民間的專業中介組織，透過國發基金積極推動臺灣文化內容產業的成長與國際化，不僅聚焦於影視、動畫、音樂等內容領域，亦延伸至ACG、AI及其他與文化內容發展相關的文化科技產業。並與國內外電信、科技及媒體集團合作，提升臺灣文化內容產業的全球競爭力。



另112年5月修訂《文化創意產業發展法》，增訂投資行政院核定的國家戰略重點文化創意產業文創公司或有限合夥事業、專案，可以申請租稅投資抵減，此舉更有助產業的蓬勃發展。

113年11月啟動第二期「文化內容投資計畫」匡列新臺幣100億元之預算，投資範圍包括促進我國文化創意產業生態系發展之文化創意產業事業、文化創意產業專案，並以文化內容（指將文化要素以符號、文字、圖形、色彩、聲音、形象與影像等資料或資訊，整合運用之技術、產品或服務者，及文化之創作、出版、發行、展演、經紀及其周邊產製技術服務等）為主。以強化我國內容製作力，扶植發展大型製作公司，鼓勵製作具國際市場性且開發高難度之旗艦劇集，俾從故事開發到製作各產業鏈結（含美術、場景、服裝、視覺、特效、配樂等），帶動影視人才、技術及製作規模全面升級、提升臺灣內容國際競爭力與影響力，壯大臺灣內容成為文化黑潮。

本公司身為流行音樂界之一員，且為音樂內容產業唯一股票上市櫃公司，本公司將繼續推廣華語流行音樂與流行文創，與同業合作提升台灣流行音樂，為台灣社會盡一份心力。



一、公司概况與展望

(四) 重要產銷政策

本公司除了持續製作優質歌曲，豐富流行音樂內容外，並著重於加強數位音樂授權協商及開拓藝人演出市場。本公司自2005年開始即連續不間斷地舉辦詞曲創作大賽，已辦理十九屆，第二十屆於2026年初正式開跑，本公司鼓勵創作的投入，為業界罕見，亦為本公司能源源不絕推出創新的音樂產品重要原因。

本公司並於2015年推出第一屆「華研所」計畫，作為幕後工作人員招募活動，自1000多封的報名信中篩選10名創意人才，經由公司培訓，成為公司人才庫，豐厚本公司音樂創作根基及提升創作發展能量。至目前已舉辦七屆「華研所」活動，亦順利召募多位學員成為公司員工，持續為產業培養人才，也提供創意人才一展長才機會。本公司自2020年開始推動大型公開新人徵選計劃「ZZ世代練習生徵選」，選出多位才華洋溢的年輕世代成為培訓練習生。



本公司自2014年簽署了「爽爽貓」圖文創作者SECOND，正式跨入文創經紀領域後，便以伯樂自我期許，積極發掘其他風格獨特的新星，深耕台灣文創與佈局兩岸，並且透過人才吸引人才，讓擁有高人氣的不同領域文創圖文作家：馬來貘、掰掰啾啾、森田等加入華研，共同打造圖文創作新勢力。

本公司扮演經紀推手，整合娛樂及文創，透過多元化產品之授權，與不同產業合作，持續保持文創業領頭羊的地位。期許透過流行音樂的核心事業與經紀資源整合圖文創作，創造公司豐富多元營收，持續擴大文創版圖。

一、公司概况與展望

(四) 重要產銷政策

另為增進對戲劇及電影動態之掌握並提供藝人演出舞台，本公司2019年投資戲劇《做工的人》以及其原創團隊大慕影藝國際事業股份有限公司，2020年與凱擘影藝股份有限公司及大慕影藝國際事業股份有限公司合資成立大曉創藝股份有限公司從事影視投資，並順利爭取了文策院共同投資新公司大慕可可股份有限公司，投入影視作品的開發跨域轉譯、影視人才培育及擴大投資，產製及投資知名作品包含影集《人選之人—造浪者》、電影《做工的人》、影集《都市懼集》、音樂劇《勸世三姊妹》、影集《我們與惡的距離2》等。

本公司2021年投資野獸國股份有限公司、影集《人選之人—造浪者》，2022年投資電影《做工的人》及戲劇《都市懼集》。2023年投資電影《功夫》、影集《凶宅專賣店》、凡立橙股份有限公司、匠研食品股份有限公司，並投資女團選秀節目《未來少女》，盼能打造健康的產業生態圈，引入更多投資，蓬勃影視內容產業，結合華研音樂擅長的新人發掘與新歌開發，創造雙贏。

本公司2025年度推出新作品包括陳小霞專輯《老翅膀》、曾沛慈專輯《下週同樣時間》、林宥嘉專輯《Apples of Thy Eye》，並以「液態膠」發行、JUD陳泳希專輯《當我不敢說+》及EP《都是自己拿來的》、「沒有才能」主唱黃若欣EP《黃花 Plucked》、耿斯漢EP《替我自由》、郁可唯單曲〈序〉、鄭馥儀單曲〈你的聲音〉〈雨落下〉。本公司2025年與戲劇合作推出的作品則包括，影集《The Outlaw Doctor 化外之醫》原聲帶、影集《我們與惡的距離2》主題曲〈廢墟之燼〉、插曲〈最好安排〉及〈你給過我太陽〉、戲劇《舊金山美容院》原聲帶、影集《就算一個人也可以好好的吃飯2》片尾曲〈煮沸〉、微短劇《還珠》片尾曲〈愛一次就夠〉、電視劇《梟起青壤》插曲〈紙星星〉、影集《凶宅專賣店》原聲帶等全新作品。



本公司2026年截至本報告書定稿日已發行動力火車全新單曲〈I Need You〉〈玫瑰玫瑰 feat. 葛西瓦〉、曾沛慈單曲〈音樂產房:孤單心事(Live)〉、鄭馥儀「校園三部曲」系列單曲〈學妹〉〈不是朋友的朋友〉〈樓梯間唱的歌〉、女團babyMINT〈WIL:D feat. JUD陳泳希〉、JUD陳泳希單曲〈音樂產房:葉子(Live)〉、郁可唯為電影《最親愛的陌生人》獻聲的宣傳曲〈一覺醒來〉，及李友廷為影集《那些你不知道的我》獻唱的片尾曲〈未完成的歌〉等作品。5月份啟動動力火車《一路向前》世界巡迴演唱會台北小巨蛋旗艦場，6月份推出林宥嘉《超級管家》世界巡迴演唱會。後續規劃推出動力火車、林宥嘉、郁可唯、曾沛慈、JUD陳泳希、babyMINT、鄭馥儀及新的藝人等之歌曲作品，敬請期待。



一、公司概况與展望

(五) 未來展望

1. 未來發展策略

營運面

- 持續投入發掘具潛力的新人及優秀詞曲創作人才，推動華語流行音樂市場的活躍與創新，提升台灣音樂產業競爭力。
- 不間斷培養現有藝人及新秀，透過專業培訓資源，讓其音樂藝術潛能得以最大程度展現，提升藝人市場位階，輔導藝人開發及創作新作品，促進藝人及創作人全方位多元發展。
- 吸引多元化的優秀演藝幕後人才加入公司，深化在製作、創作及管理方面的專業能力，打造更具競爭力和創新能力的團隊，提升公司發展潛及業界影響力。
- 積極拓展全方位的娛樂經紀業務，推動新事業發展，持續擴大公司營運版圖，透過音樂影視及幕後等各類資源整合，建構更具規模與多元性的文化創意發展平台，為公司帶來更多創新機會，促進公司及整體產業長遠穩健的成長。

社會面

- 持續鼓勵員工及藝人積極參與公益活動，尤其藉由藝人的影響力，引領大眾對於社會關懷的投入，並透過公益演唱會票券提供、不定期進行企業公益捐款等方式，強化企業社會責任，落實社會回饋。
- 透過與教育機構及非營利組織合作，提升大眾對華語音樂文化的參與度，除藉此培育音樂產業專業人才，更促進華語音樂文化的傳承與創新。
- 維繫諸多音樂版權相關公協會成員身分，與政府、同業密切合作，加強音樂著作權利的保護，並使大眾更加重視合法使用音樂作品的重要性，保障創作者權益，推動華語文化音樂產業的永續發展。



環境面

- 在音樂與MV製作、演唱會舉辦等過程及辦公室營運環境中，採用環保硬體和數位技術，減少資源消耗、實踐環境保護。
- 每年定期進行溫室氣體盤查，並將依主管機關規定於訂定時程內完成第三方機構查證，加強公司內部節能減碳宣導並積極落實，定時監控溫室氣體排放量、用水量及廢棄物耗量，評估氣候變遷對公司業務的潛在影響，因應極端天候將帶來的挑戰，善盡企業永續責任。
- 結合藝人與音樂傳遞的影響力，積極倡導環保理念，提升社會大眾對永續發展的關注，共同為環境保護盡一份心力。
- 投資綠色環保企業，支持創新技術與再生資源的發展，放眼全球，為未來世代創造更健全的地球環境，實現生態保護與產業永續經營之目標。



一、公司概况與展望

(五) 未來展望

2. 發展遠景之有利、不利因素與因應對策

有利因素

1 流行音樂產業發展未來
仍具成長空間

台灣流行音樂為華語流行樂壇發展指標，更是華語流行音樂潮流之領先者，由於流行音樂所展現的不只是音樂的創意與發行，同時展現了台灣相較於其他國家的優勢生活型態與文化力，目前政府已積極推動及補助文化創意產業，若能持續推廣使用者付費與適當的商業機制，將對本公司帶來更正面助益。另由於音樂為所有文化創意產品的核心內容之一，獲利模式不再侷限於單一產品之版權版稅銷售，流行音樂亦可與其他產業結盟，創造音樂發展之新方向。

2 完整供應鏈佈局優勢

本公司不僅擁有版權著作資產，每年更定期舉辦詞曲創作大賽，網羅有潛力之詞曲作者成為本公司專屬作者，加上本公司擁有經驗豐富及諳知市場狀況之專業團隊，有自行製作、企劃、宣傳及接洽藝人演藝經紀之能力，本公司亦與各銷售通路保持良好關係，近年來更與其他唱片公司、公協會共同打擊侵犯著作權行為等，以期本公司經由垂直與水平整合強化對流行音樂產業之掌握。

不利因素

1 藝人為流行音樂產業中最重要之資產，藝人之品牌形象及附加價值係創造營收之主力來源，同業為爭取較知名之藝人，常有預付天價版稅搶人之情形，藝人跳槽或自立門戶亦為本產業常態。此外，藝人身為公眾人物，如有名聲損壞，可能影響演藝經紀工作。

因應對策

請詳見p.70「藝人品牌管理」。

一、公司概况與展望

(五) 未來展望

2. 發展遠景之有利、不利因素與因應對策

不利 因素

2

數位科技發展衝擊既有的商業機制，數位科技發展當下未對既有商業機制進行同步調整，網路上仍可未付費取得或閱聽數位音樂，不僅造成唱片公司收益下降，並使創作人才面臨現實問題之考驗，連帶也失去創作之動機與能量，相對新生代創作者亦難以養成，市場恐面臨斷層。

因 應 對 策

A

於本公司及唱片協會網站公開揭露合法授權之音樂平台，便於網民輕易辨識網路音樂平台之合法性，避免誤涉非法網站助長非法，並積極由網民正義的發聲力量，讓未經授權使用本公司著作之網站無所遁形。

B

目前各國對P2P侵權責任已有明確判決，並且已有合法收費業者產生，中國大陸之搜尋引擎百度於2011年度與國際三大唱片公司簽署授權數位音樂發行協定後，網易、百度、騰訊與阿里巴巴等網路巨擘亦積極推廣正版音樂，對過往一直以來為人所詬病的侵權行為取得了突破性的進展，目前大陸數個數位音樂平台除了藉由廣告收入來支付合法版權授權費用外，也建構了消費者付費機制的商業機制，更將促使音樂市場往更健康的方向發展，本公司亦積極與各音樂網路平台洽談授權。法治觀念的深化，消費者使用者付費觀念加強，願意付費取得數位音樂的消費族群持續成長，加上Google、Apple等大廠陸續推出經唱片公司授權的華語音樂，數位音樂的商業模式已經成型。

C

近年來政府已積極推動智慧財產權及使用者付費觀念，並透過著作權集體管理組織加以督導，及加強兩岸智慧財產權保護方面之交流與合作，希望能透過協商解決相關問題，提升兩岸智慧財產權之創新、應用、管理及保護。

D

繼金曲獎後，政府為鼓勵流行音樂創作，增設「金音創作獎」、「臺灣原創流行音樂大獎」，藉此激發台灣新世代音樂人的創造力。

一、公司概况與展望

(五) 未來展望

2. 發展遠景之有利、不利因素與因應對策

不利 因素

2

數位科技發展衝擊既有的商業機制，數位科技發展當下未對既有商業機制進行同步調整，網路上仍可未付費取得或閱聽數位音樂，不僅造成唱片公司收益下降，並使創作人才面臨現實問題之考驗，連帶也失去創作之動機與能量，相對新生代創作者亦難以養成，市場恐面臨斷層。

因 應 對 策

E

文化部在107年4月底啟動「文化內容投資計畫」，爭取國發基金匡列新臺幣60億元及前瞻基礎建設計畫4年共41.8億元預算投入內容產製工作，投資之產業範疇為國內文化內容產業，包括影視音、出版、ACG產業等，也會將投資重點放在國內文化內容產業的新模式及規模發展，包含文化內容催生系列故事、結合大數據及區塊鏈以提升交易安全與速度之應用、新科技新載具、平台通路與新的商轉模式等。「文化內容投資計畫」的投資模式也將升級，鼓勵金控、一般創投、平臺商、通路商、發行商、製作公司等內容產業投資者，隨時向文化部提出投資合作申請審查，以擴大民間多元資金投入，產生產業投資外溢效果，促進產業鏈整合。

立法院會於107年12月三讀通過文化部提出的「文化內容策進院設置條例」，並於108年成立行政法人「文化內容策進院」，以國家隊概念振興市場，作為連結政府與民間的專業中介組織，透過國發基金積極推動臺灣文化內容產業的成長與國際化，不僅聚焦於影視、動畫、音樂等內容領域，亦延伸至ACG、AI及其他與文化內容發展相關的文化科技產業。並與國內外電信、科技及媒體集團合作，提升臺灣文化內容產業的全球競爭力。藉由建立「多元內容投資」工具，為業者建立階段性注資方案，以貼近業者面臨的籌資需求，加速產業之商業產製與銷售模式健全化，提升市場之效益與規模，提高民間資金參與意願，點燃民間資金進場，全面打造文化內容產業生態系。

112年5月修訂《文化創意產業發展法》，增訂投資行政院核定的國家戰略重點文化創意產業文創公司或有限合夥事業、專案，可以申請租稅投資抵減，此舉更有助產業的蓬勃發展。

F

文化部在113年11月啟動第二期「文化內容投資計畫」匡列新臺幣100億元之預算，投資範圍包括促進我國文化創意產業生態系發展之文化創意產業事業、文化創意產業專案，並以文化內容（指將文化要素以符號、文字、圖形、色彩、聲音、形象與影像等資料或資訊，整合運用之技術、產品或服務者，及文化之創作、出版、發行、展演、經紀及其周邊產製技術服務等）為主。以強化我國內容製作力，扶植發展大型製作公司，鼓勵製作具國際市場性且開發高難度之旗艦劇集，俾從故事開發到製作各產業鏈結（含美術、場景、服裝、視覺、特效、配樂等），帶動影視人才、技術及製作規模全面升級、提升臺灣內容國際競爭力與影響力，壯大臺灣內容成為文化黑潮。

二、營運績效

(一) 財務資訊

本公司於2026年3月9日召開董事會，公告2025年營運成果，合併營收10.8億元，營業利益4.6億元，稅後淨利5.4億元，每股稅後純益10.30元。董事會並決議年度盈餘配發現金股利每股8.0元。

● 財務狀況 - 簡明資產負債表

單位：新臺幣仟元

項目	年度	113年度	114年度
流動資產		1,451,919	1,548,303
不動產、廠房及設備		6,692	6,661
無形資產		77,861	62,317
其他資產		1,361,359	1,299,465
資產總額		2,897,831	2,916,746
流動負債		647,922	587,165
非流動負債		140,705	98,120
負債總額		788,627	685,285
股本		529,144	529,144
資本公積		246,100	246,100
保留盈餘		1,338,039	1,460,334
其他權益		(4,068)	(3,836)
歸屬於母公司業主之權益		2,109,215	2,231,742
非控制權益		(11)	(281)
股東權益總額		2,109,204	2,231,461

● 財務績效 - 簡明綜合損益表

單位：除每股盈餘為新臺幣元外，其餘為新臺幣仟元

項目	年度	113年度	114年度	項目	年度	113年度	114年度
營業收入		1,375,487	1,084,714	淨利歸屬於母公司業主		605,429	545,179
營業成本		(513,598)	(358,206)	淨利歸屬於非控制權益		179	(249)
營業毛利		861,889	726,508	綜合損益總額歸屬於母公司業主		606,323	545,842
營業費用		(268,854)	(270,025)	綜合損益總額歸屬於非控制權益		170	(270)
營業利益		593,035	456,483	基本每股盈餘		11.44	10.30
營業外收入及支出		154,164	216,691				
稅前淨利		747,199	673,174				
所得稅費用		(141,591)	(128,244)				
本期淨利		605,608	544,930				
本期其他綜合損益(稅後淨額)		885	642				
本期綜合損益總額		606,493	545,572				

二、營運績效

(一) 財務資訊

● 現金流量

單位：新臺幣仟元

項目	現金流入(流出)	
	113年度	114年度
營業活動	561,736	456,712
投資活動	(148,918)	307,732
籌資活動	(872,141)	(492,243)

・有關財務狀況、財務績效及現金流量之財務分析，請參閱本公司114年年報(https://www.him.com.tw/about3.php?select_index=about5)p.110。

● 股利配發

股利配發年度	109年 第二次	110年 第一次	111年 第一次	112年 第一次	113年 第一次	114年 第一次	115年 第一次
盈餘年度	109年 上半年	109年 下半年	110年	111年	112年	113年	114年
當年度盈餘 可供分配金額 (仟元)	431,513		276,846	283,621	390,074	541,640	532,670
實際配發盈餘 (仟元)	185,200	185,200	238,115	264,572	317,486	423,315	423,315
分配比例(註)	86%		86%	93%	81%	78%	80%
每股盈餘 EPS	9.55元		6.56元	5.94元	8.23元	11.44元	10.30元
現金股利(每股)	3.5元	3.5元	4.5元	5.0元	6.0元	8.0元	8.0元
股票股利(每股)	-	-	-	-	-	-	-
現金股利比例	100%		100%	100%	100%	100%	100%

・註：分配比例=實際配發盈餘÷當年度盈餘可供分配金額×100%

・本公司股利政策，請詳本公司114年年報

(https://www.him.com.tw/about3.php?select_index=about5)p. 77。



二、營運績效

(二) 獲獎殊榮

93年4月

公司藝人S.H.E以《美麗新世界》專輯榮獲**第14屆金曲獎最佳重唱組合獎**

95年3月

公司藝人動力火車以《就是紅光輝全紀錄》專輯榮獲**第16屆金曲獎最佳重唱組合獎**

98年6月

《神秘嘉賓》專輯中之〈眼色〉歌曲榮獲**第20屆金曲獎最佳單曲製作人獎**

99年4月



榮獲新聞局99年度旗艦型唱片企劃製作及宣傳補助獲選名單

99年6月

《感官/世界》專輯榮獲**第21屆金曲獎最佳專輯包裝獎**

100年4月



榮獲新聞局100年度旗艦型流行音樂製作與整合行銷補助獲選名單

100年6月

《To Hebe》專輯中之〈寂寞寂寞就好〉歌曲榮獲**第22屆金曲獎最佳音樂錄影帶獎**；〈LOVE!〉歌曲榮獲**第22屆金曲獎最佳單曲製作人獎**

● S.H.E榮獲第14屆金曲獎
最佳重唱組合獎



● 動力火車榮獲第16屆金曲獎
最佳重唱組合獎

二、營運績效

(二) 獲獎殊榮

- | | | |
|---------|---|--|
| 101年4月 |  | 榮獲新聞局101年度旗艦型流行音樂製作與整合行銷產業促進計畫獲選名單 |
| 102年5月 |  | 榮獲文化部影視及流行音樂產業局102年度旗艦型流行音樂製作與整合行銷產業促進計畫獲選名單 |
| 107年6月 |  | 《我有我自己》專輯中之〈閻羅王〉歌曲榮獲 第29屆金曲獎最佳編曲人獎 |
| 108年6月 |  | 子公司洗耳恭聽股份有限公司歌手流氓阿德以專輯《溫一壺青春下酒》奪 第30屆金曲獎最佳台語男歌手 |
| 108年11月 |  | Karencici以歌曲〈長期有效〉奪 第10屆金音獎最佳節奏藍調單曲 |
| 111年11月 |  | Karencici以《99% Angel》專輯榮獲 第13屆金音獎最佳節奏藍調單曲及專輯 |
| 114年6月 |  | 動力火車以專輯《結伴》榮獲 第36屆金曲獎最佳演唱組合獎 |
| 115年6月 |  | 陳小霞以專輯《老翅膀》榮獲 第37屆金曲獎評審團獎 |



● 流氓阿德榮獲第30屆金曲獎
最佳台語男歌手



● Karencici榮獲第10屆金音獎
最佳節奏藍調單曲



● 動力火車榮獲第36屆金曲獎
最佳演唱組合獎



● 陳小霞榮獲第37屆金曲獎
評審團獎

二、營運績效

(二) 獲獎殊榮



政府財務補助

年度	計畫名稱	補助單位
99	旗艦型流行音樂製作與整合行銷補助計畫	文化部
100	旗艦型流行音樂製作與整合行銷補助計畫	文化部
101	旗艦型流行音樂製作與整合行銷補助計畫	文化部
102	旗艦型流行音樂製作與整合行銷補助計畫	文化部
105	流行音樂跨界合作及商務模式產業創新案補助計畫	文化部

另政府為鼓勵流行音樂發展與開創流行音樂品牌為核心，協助唱片業者進一步發揮創意、開拓市場，並能組成堅強之製作與行銷團隊，使業者更具國際競爭力；選出年度具旗艦領導品牌及發展潛能之企劃案，文化部影視局遴聘音樂創作與專輯製作、藝人經紀、樂評、娛樂整合行銷、平面媒體專欄及電視媒體等各領域專業人士擔任評審委員，遴選流行音樂發展企劃案，本公司於民國99年至民國102年連續四年榮獲文化部旗艦型流行音樂製作與整合行銷補助獲選名單，且都順利依規定結案，企劃與執行能力深受肯定。



● S.H.E 15周年經典展【團圓One in One】



文化部為鼓勵國內流行音樂業者以跨界合作方式製作或開發流行音樂產品或商務模式服務，以提高流行音樂普及率及流行音樂產業競爭力，強化流行音樂之流通傳播與增值應用，於民國105年推出流行音樂跨界合作及商務模式產業創新案補助，本公司雀屏中選並以「S.H.E 15周年經典展【團圓One in One】」活動結合Graphic Mapping、動態投影、擴增實境結合虛擬實境，完成流行音樂與數位科技產業的整合應用，開創跨界整合範例，創新獲得肯定。

三、外部組織參與

本公司積極參與著作權、唱片與演藝經紀相關等產業公協會，以期凝聚同業組織與政府力量，促進華語音樂產業發展：

外部組織	成立宗旨
台北市音樂 著作權代理人 協會(MPA) 	提供歌曲版權資訊，促進多元利用，並協調各音樂版權代理人訂立各種音樂利用態樣之授權準則，引導利用人合法使用，以統合歌曲利用人與權利人雙方之力量，致力增進彼此之共同利益為宗旨。
財團法人台灣 唱片出版事業 基金會(RIT) 	台灣唱片業代表機構，為國際唱片業協會（IFPI）的成員之一，旨在保護錄音著作權，維護唱片產業相關合法權益，並著重於建構更友善的音樂產業發展環境，增進音樂的經濟與文化價值。扮演唱片公司與國、內外政府及音樂著作權團體間橋樑之角色，確保捐助唱片公司的音樂創作獲得完整保障，推廣音樂使用並擴大其商業價值，更進而提升音樂對人們生活的文化價值。

外部組織	成立宗旨
國際唱片業 協會(IFPI) 	旨在促進全球錄音音樂的價值，保護唱片製作人的權利，並擴大錄音音樂的商業利用。致力於確保其會員的權利得到適當的保護和執行，幫助其會員透過各式渠道獲取其音樂產品之商業價值。維護全球錄音音樂產業內之貿易倫理和公平商業實踐，在全球範圍內打擊版權侵權行為，並與國際音樂機構合作，推動全球音樂產業的健康發展。
台灣著作權 保護協會 (TACP) 	旨在保護各式藝文創作之著作權財產，由眾多影視、唱片、音樂等相關產業公協會及出版業者所組成，藉由集合群體力量，引介國際有關著作權保護之政策與觀念，提升國人對著作權內涵的了解，強化社會各階層對著作權應有的尊重，並提供政府相關政策意見。目前為兩岸官方所指定的唯一辦理台商著作權的認證單位，縮短認證時程，解決兩岸著作權疑義，促進兩岸互助交流。

三、外部組織參與

外部組織	成立宗旨
社團法人中華 音樂著作權 協會(MÜST) 	為台灣之音樂著作之著作權集體管理團體，致力於管理音樂著作的公開播送權、公開傳輸權及公開演出權三項權利，旨在保障音樂著作權人的權利，促進音樂產業的健康發展。透過集中授權、統一收費與分配，方便音樂著作權人和使用者的權利義務行使。同時強化國內外音樂機構之交流合作，打擊侵權行為，並透過智慧財產權知識和音樂授權使用的理念宣導，落實使用者付費觀念，保護會員創作者的權益。
社團法人台灣 錄音著作權人 協會(ARCO) 	為台灣之錄音著作及視聽著作之著作權集體管理團體，處理會員之錄音著作及視聽著作使用授權及權利金收取與分配事宜，包括錄音著作之公開播送權及公開演出報酬請求權、為公開演出目的之必要重製權、公開傳輸權及為公開傳輸之必要重製權；以及，視聽著作之公開播送權、公開上映權、公開傳輸權及為公開傳輸之必要重製權。

外部組織	成立宗旨
台北市影 音 節目製作商業 同業公會 (TMPA) 	協助政府影視政策與法令之推動、研究與建議，以舉辦座談會、影視論壇等方式扮演政府與產業間順暢的溝通橋樑。近年積極參與海外影視相關展覽，促進國外業者與本國業者之間的產業媒合，讓臺灣影音產業資訊能有效地傳遞至國際，更藉此吸收國外最新影音動態、商情資訊及技術。
中華民國廣播 電視節目製作 商業同業公會 (VAPA) 	致力於廣播與影視產業發展，並為政府與業界橋樑，以促進廣播電視節目製作業之健全發展、協調同業關係、維護會員合法權益、推動兩岸間同業交流、增進同業共同利益及福祉為主要目標。
臺北演藝經紀 文化交流協會 (TAAA) 	結合同業共同建立專業合理的演藝業經紀制度，提供演藝經紀資訊交流平台，整合各地區演藝資源結合企業界舉辦各種公益慈善活動回饋社會及扶助弱勢團體，促進兩岸四地演藝經紀文化的交流，並舉辦演藝經紀文化相關座談會、展覽會，或結合媒體、學校舉辦演藝經紀訓練課程等，為演藝經紀業培養優秀的專業人才。

三、外部組織參與

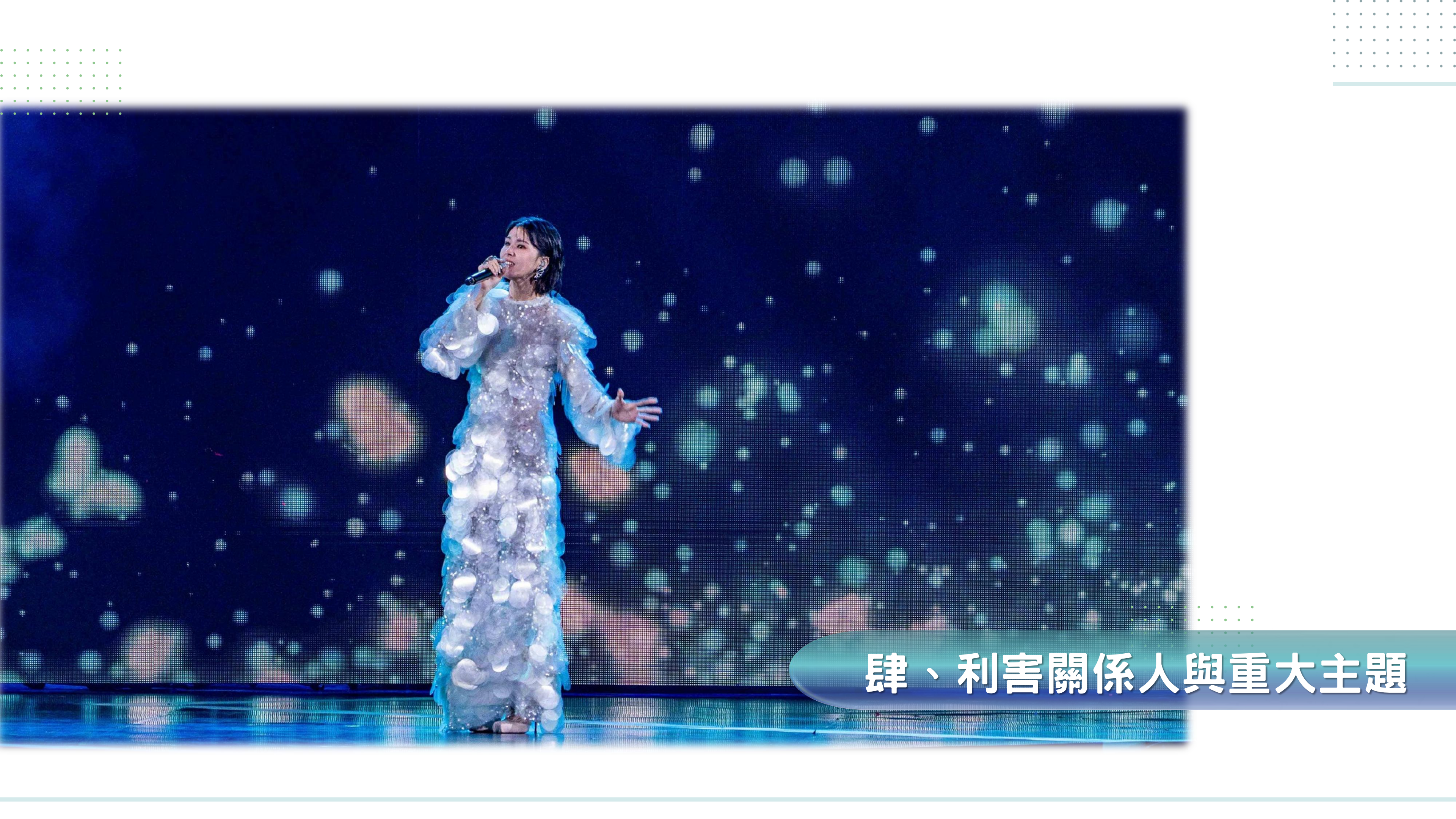
外部組織	成立宗旨
中華民國演藝經紀文創產業同業協會(CAAA) 	旨在將演藝業最重要的演藝經紀業務「專業化」、「制度化」、「國際化」，並匯集台灣的演藝經紀人才，共同開發海峽兩岸四地及全球龐大的演藝經紀市場，並保護本會會員相關權益。
新媒體暨影視音發展協會(NMEA) 	協助政府制定相關產業政策、同業即時資訊交流、共同商業機會開發、海內外經驗資源交換，以及多元新生代培育之產學合作推動。致力於因應科技與環境的變化，與時俱進，創造從台灣出發具世界影響之新媒體與影視音產業鏈。
台北市進出口商業同業公會 (IEAT) 	擔任政府與貿易業者間的橋樑，凝聚業界共識，提出各項政策建言，爭取會員權益，積極協助業者開拓全球市場商機。

外部組織	成立宗旨
財團法人中華民國商品條碼策進會 (GS1 Taiwan) 	GS1國際組織在台唯一專責機構，對國內製造商、批發商、零售商等申請者核發授予廠商代表號碼（公司前置碼），並針對廠商用於標示之需的國際條碼符號載體提供專業品質檢測服務。
台灣產業控股協會 (TIHA) 	推廣產業控股，整合產官學資源，促進產業進一步整合。推動產控專法，建立產控業態的優質發展環境，透過切磋平台經驗分享，形塑產業控股的專門知識，並提供產業控股經營及管理相關教育訓練課程，協助會員了解並發展產業控股，提升其市場佔有率及績效。
Recording Industry Association (Singapore) (RIAS) 	代表新加坡主要和獨立唱片公司，致力於推動新加坡音樂產業發展及著作權維護，與監管機構合作，保障音樂錄製之市場利用，並維護唱片製作人與創作者權益，為國際唱片業協會(IFPI)之新加坡代表組織。
Music Rights (Singapore) Public Limited (MRSS) 	MRSS是新加坡錄音著作及音樂錄影帶的集體管理組織，旨在代表其音樂製作人成員確保音樂版權所有者因其音樂創作獲得合理使用報酬，以保障音樂出版商與創作者權益，促進音樂產業的健康發展。

三、外部組織參與

外部組織	成立宗旨
Composers and Authors Society of Singapore (COMPASS) 	於新加坡保護和促進作曲作詞家及音樂出版商之著作權，代表其成員管理音樂作品之公開表演、廣播、傳播，及複製權。致力於音樂著作權與音樂作品之使用權，確保會員因其創作的市場利用獲得應有版稅，並防止未經授權的使用。
Recording Industry Association of Malaysia (RIM) 	代表馬來西亞錄音公司與企業，涵蓋馬來西亞本地及國際音樂、MV，及卡拉OK錄音之製作和分銷，為國際唱片業協會(IFPI)之馬來西亞代表組織，致力於推動音樂產業發展和版權保護。

外部組織	成立宗旨
PUBLIC PERFORMANCE MALAYSIA SDN BHD (PPM) 	代表符合條件的馬來西亞及國際錄音公司，負責在馬來西亞管理其音樂版權，確保音樂錄製版稅的公平收取，並最大化分配給權利擁有者。同時保護音樂錄音之公播權、公開表演權、傳播權等，保障音樂版權所有者利益，為音樂使用者提供合法便捷的音樂播放及複製途徑。致力於保護音樂作品價值，透過打擊盜版因應數位時代變化，維護音樂出版成員之權益。
MUSIC AUTHORS' COPYRIGHT PROTECTION (MACP) 	旨在為馬來西亞國內外的作曲家和音樂出版商服務，確保音樂使用者獲得播放音樂之合法授權，並在會員作品被公開演出、廣播，或傳播給公眾時收取和分配版稅。MACP透過與國外表演權相關協會間之互惠協議，代表全球作曲家和音樂出版商，在馬來西亞管理世界各地的音樂作品，並向使用者發放綜合許可證，使其能夠表演全球音樂作品。



肆、利害關係人與重大主題

一、重大主題鑑別

本公司參考利害關係人議合標準(AccountAbility Stakeholder Engagement Standard, AA1000 SES) 五大構面：依賴性 (Dependency)、責任性 (Responsibility)、關注程度 (Tension)、影響力 (Influence)、多元觀點 (Diverse Perspectives)，和 GRI 3：重大主題 2021 之四階段重大主題決定流程，以及 SASB、TCFD、聯合國永續發展目標 (SDGs) 等國際永續標準，由本公司永續發展專責單位-總管理處及各部門管理階層鑑別出與本公司相互影響之七大利害關係人：投資人、員工、客戶、供應商、政府、社區及媒體，並分析與利害關係人相關聯之重大性議題和其關注程度，以經濟、環境、社會與人權等各面向之正、負面衝擊評估議題重要性與影響，確認重大性議題關注內容、排序與管理方針，揭露相關數據、成效等內部資訊，並持續追蹤檢視重大性議題與利害關係人議合，將結果定期呈報審計委員會及董事會，作為下一年度報導之參考。

參考AA1000SES、GRI、SASB、TCFD、SDGs等國際永續標準，辨識出七大利害關係人，並彙整與本公司最相關之20項永續議題

了解組織脈絡、
辨識利害關係人

由本公司永續發展推動小組及永續治理單位進行議題潛在正、負面衝擊評估，分析與七大利害關係人最相關聯之議題和其關注程度

鑑別實際及
潛在衝擊、
評估衝擊顯著性

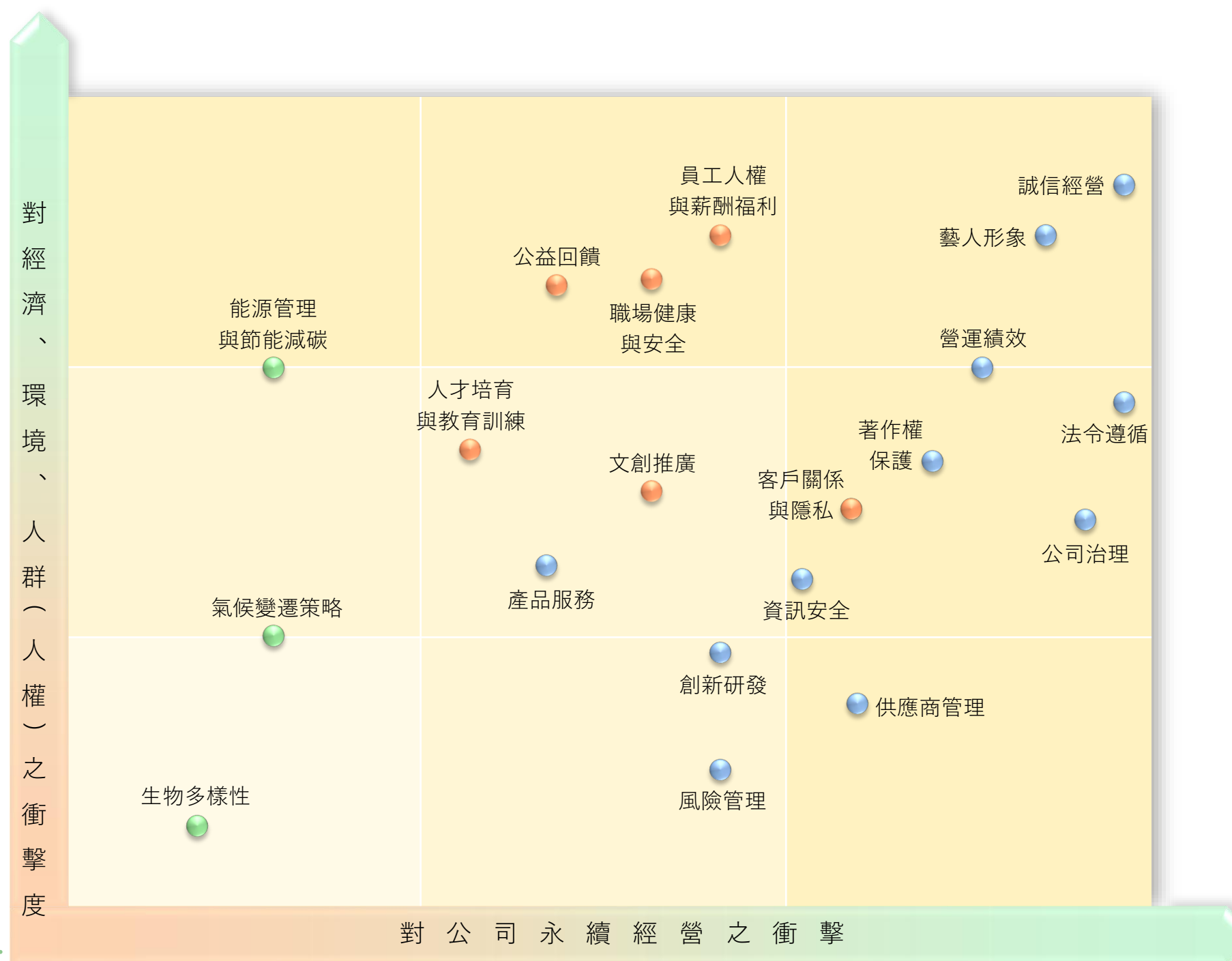
持續追蹤檢視重大性議題衝擊、管理及利害關係人議合，定期呈報審計委員會及董事會，並作為次年度報導之參考

重大主題管理、
議合與追蹤檢視

排序最顯著衝擊的
優先報導順序、
確認重大主題

依據議題衝擊與利害關係人關注程度進行議題排序，確認優先報導之13項重大性議題內容與管理方針

一、重大主題鑑別



2025年重大主題

永續
環境
E

● 能源管理與節能減碳

社會
責任
S

● 客戶關係與隱私
● 員工人權與薪酬福利
● 職場健康與安全
● 公益回饋

公司
治理
G

● 誠信經營
● 法令遵循
● 公司治理
● 藝人形象
● 營運績效
● 著作權保護
● 供應商管理
● 資訊安全

二、重大主題衝擊與管理

面 向	重大 主題	正、負面衝擊		GRI對照	管理策略與執行
永續 環境 E	能源 管理 與	+	1. 節能措施的確實執行，能夠有效減少辦公室電力消耗，進而節省相關能源使用成本；紙張電子化不僅減少資源浪費，還能夠提高公司內部作業流程效率 2. 積極實行節能減碳政策、溫室氣體盤查，除展現企業社會責任，在全球永續發展趨勢下，還能吸引注重相關議題的投資人或合作夥伴	GRI 102：氣候變遷 2025 GRI 103：能源 2025 GRI 306：廢棄物 2020	訂定「永續發展實務守則」及「永續資訊管理辦法」，成立溫室氣體盤查小組，積極執行節能減碳，設定能源管理費用較前一年度減少1%之目標，期於2030年較2024年減少達6%。 請詳見p.89「綠色環境與永續發展」。
	節能 減碳	-	1. 進行能源管理(如用電、用水、廢棄物量等數據統計)、溫室氣體盤查及外部查證等，可能導致相關人力、財務成本的提升 2. 本公司能源消耗主要來自日常辦公空間（如冷氣、用電設備、用水等）及公務車用油，削減能源使用量、碳排的空間有限，無法像有工廠的企業實現顯著減量，節能減碳目標如未能實現，可能影響公司評價及信任度		

二、重大主題衝擊與管理

面 向	重大 主題	正、負面衝擊		GRI對照	管理策略與執行
社 會 責 任 S	客 戶 關 係 與 隱 私	+	1. 完善的客戶隱私保護，能提升客戶對公司的信任，降低客戶流失率 2. 嚴謹的隱私保護措施，可成為業界差異化優勢，增強公司競爭力	GRI 418：客戶隱私 2016	訂定「個人資料保護管理辦法」保障個人隱私，並設有專人即時與客戶充分溝通，為客戶提供全方位之服務及保障。 請詳見p.71「客戶關係」。
		-	1. 隱私權保護規範日趨嚴格，公司可能需投入更多成本進行相關監管 2. 若發生隱私權利受侵害事件，可能造成法律糾紛、公司聲譽損失及客戶大量流失等		
	員 工 人 權 與 薪 酬 福 利	+	1. 公平合理的薪酬政策能夠提升員工工作成效與忠誠度，減少人才流失成本 2. 提供完善福利與員工發展機會，吸引並培育優秀人才，增強公司競爭力	GRI 2-7 員工 GRI 2-8 非員工的工作者 GRI 401：勞雇關係 2016 GRI 404：訓練與教育 2016 GRI 405：員工多元化 與平等機會 2016 GRI 406：不歧視 2016 GRI 408：童工 2016	公司章程訂定員工酬勞範圍、定期進行員工意見調查、訂定「工作場所性騷擾防治、申訴及懲戒辦法」、「職場霸凌防治、申訴及懲處辦法」、「預防職場不法侵害書面聲明」、「人權政策」等規章及「人權盡職調查流程」，保障員工之基本人權、勞動人權、性別工作平等權、集體協商權等。 提供員工包括員工旅遊、生日/端午/中秋禮金、婚喪喜慶補助、演唱會活動、員購優惠、舉辦尾牙及獎品獎金等福利。 請詳見p.78「員工權益與人才培育」。
		-	1. 若薪酬福利政策之執行有失公平，可能引發員工不滿，甚或員工人權受到損害，可能會面臨法律問題及公司聲譽損失 2. 員工需求多元，可能無法滿足每位員工的期望，降低員工對於公司的評價及留任意願		

二、重大主題衝擊與管理

面 向	重大 主題	正、負面衝擊		GRI對照	管理策略與執行
社 會 責 任 S	職場 健康 與 安全	+	1. 員工對於職場安全感、舒適感的提升，有助於促進生產力、提高留任率 2. 職場健康與安全的良好維護，可能吸引更多優秀求職者，同時增進企業社會責任形象	GRI 403：職業安全 衛生 2018	透過定期辦理員工健康檢查、舉辦身心健康講座、推行無菸工作環境、24小時大樓門禁管理、每年一次消防安全檢查、定期環境消毒等，提供員工安全及健康的工作環境，並定期進行員工意見調查，遵循「職業安全衛生法」之規定，明定「職場霸凌防治、申訴及懲處辦法」，保障員工身心健康，預防與處理職場霸凌事件。請詳見p.87「職業健康與安全」。
		-	1. 若發生職災，將導致相關醫療保險、法律成本及賠償的支出，降低員工對於職場環境的滿意度，可能造成人力流失，並使公司形象受損 2. 若發生職場霸凌、歧視或其他侵害員工權益之情事，將影響員工身心健康及整體工作環境氛圍，並引發法律爭訟、對公司聲譽造成負面影響		
	公益 回饋	+	1. 公司藝人持續參與公益活動，能夠提升公司及藝人形象，增加大眾好感度，促進公司永續經營 2. 藝人參加公益能增進大眾對於公益議題的關注及投入，為社會永續發展帶來實質貢獻	GRI 203：間接經濟 衝擊 2016 GRI 413：當地社區 2016	持續鼓勵並安排員工、藝人參與公益活動，期以公眾人物之影響力，對社會貢獻正向力量。請詳見p.99「社會關懷」。
		-	1. 若公益參與透明度或誠意不足，可能引發大眾質疑，影響公司或藝人形象 2. 公益活動需投入額外資源，可能會分散公司本業營運專注度，若支出成本與營運效益不平衡，還可能導致財務壓力		

二、重大主題衝擊與管理

面 向	重大 主題	正、負面衝擊		GRI對照	管理策略與執行
公 司 治 理 G	誠信 經營	+	1. 將內部貪腐風險降至最低，避免相關爭議或法律問題的發生，保障公司營運穩定性 2. 建立公司誠信文化，強化內部凝聚力，提升公司形象與受信任度，吸引國內外合作夥伴或投資人，增加公司競爭力	GRI 205：反貪腐 2016	訂定「誠信經營守則」、「誠信經營作業程序及行為指南」等規範，嚴格禁止與防範不誠信行為，設立明確有效之獎懲制度，並每年由員工簽署誠信經營相關之「利益迴避及重要行為守則通知書」同意書。 請詳見p.61「誠信經營」。
		-	1. 誠信經營需要一定時間累積，包括企業理念的滲透、定期教育訓練舉辦、檢舉制度的完善等投入成本 2. 誠信規範可能面臨內部員工或外部合作夥伴的違反，將引發法律爭議，並對公司或藝人形象造成重大影響		
	法令 遵循	+	1. 時刻確保公司各項營運皆遵守法律規範，能夠避免法律問題的發生或遭受鉅額罰款 2. 公司合法營運無違規紀錄，可能吸引更多合作客戶與投資人，促進公司評價與永續經營	GRI 2-27 法規遵循	訂定「公司治理實務守則」及內部控制制度等，遵循主管機關法令規章，並設立功能性委員會，確保公司營運受到董事會的良好監督，健全發展。 請詳見p.8「關於華研」、p.48「公司治理」。
		-	1. 法規與時俱進修改，需投入大量資源更新公司內部制度與運作 2. 合乎法規的運作可能因其複雜度導致員工效率降低 3. 若公司違反法規，除將遭受法律罰則，還可能引發合作夥伴或潛在客戶的不信任，進而影響公司營運		

二、重大主題衝擊與管理

面 向	重大 主題	正、負面衝擊		GRI對照	管理策略與執行
公 司 治 理 G	公 司 治 理	+	1. 健全的公司治理結構能夠確保決策的透明公平並增進公司利益 2. 董事會、審計委員會、薪酬委員會等公司治理組織監督管理效能的提升，有助於維護公司穩健成長	GRI 2-9~2-21	訂定「公司治理實務守則」及內部控制制度等，遵循主管機關法令規章，並設立功能性委員會，確保公司營運受到董事會的良好監督，健全發展。 請詳見p.8「關於華研」、p.48「公司治理」。
		-	1. 若治理決策有失偏頗，可能影響營運績效、引發法律風險，或使公司聲譽受損 2. 若公司治理組織成員多元性與專業性未能平衡，可能影響公司決策效率	GRI 201：經濟績效 2016	
	營 運 績 效	+	1. 良好的財務表現能夠獲得投資人的注意和信任，提升公司價值，增加股東權益 2. 公司營運效率高、成果亮眼將促進公司內部成長凝聚力 3. 公司擁有「著作權」核心資產，妥善授權，具有抗市場波動的能力，有助於公司長期穩健經營		
		-	1. 市場需求的不確定性(如藝人受喜好程度、演藝市場飽和度等)可能導致營運績效波動，動搖投資人信心 2. 面對未來科技(如AI)的勢不可擋，公司營運模式及產品可能將需要額外人力、資金等成本的投入	GRI 201：經濟績效 2016	

二、重大主題衝擊與管理

面 向	重大 主題	正、負面衝擊		GRI對照	管理策略與執行
公 司 治 理 G	著作權 保護	+	1. 確保公司及藝人作品受到著作權完善保護，防止其受濫用，維護公司重要核心資產，增加作品價值與營運收益 2. 促進公司及藝人創作內容的風格特色、多元創新與推陳出新，維持公司重要營收的穩定	自訂主題	訂定「著作權管理辦法」等內控制度，設置數位內容部與版權部，確保著作權之授權與維護，並慎選合作供應商、與員工及供應商簽署相關協議、加入著作權相關公協會，保障著作資產之合法取用權利。 請詳見p.26「外部組織參與」、p.61「誠信經營」、p.64「風險管理」、p.68「供應商管理與客戶關係」、p.76「智慧財產權管理」。
		-	1. 嚴謹的著作權管理或跨境著作權維護與法規遵循，可能增加營運成本 2. 若發生侵權事件，可能導致法律與賠償問題 3. 若著作權歸屬或授權管理不當，可能引發公司與創作人或合作夥伴間的衝突		
	藝人 形象	+	1. 藝人形象正面有助於鞏固、拓展粉絲客群，提升公司聲譽，增加代言等商業合作，促進營運績效 2. 藝人參與公益有助於增強企業社會責任形象，吸引更多元的合作機會，同時能提升大眾對永續發展的關注	GRI 414： 供應商 社會評估 2016	與藝人約定在合約期間內，及合約履行之工作期間內，應保持端正形象，不得有沾染毒品、酗酒、賭博等損害雙方形象聲譽之任何情事，並教導藝人積極投身公益，發揮正面影響力、回饋社會。 請詳見p.68「供應商管理」。
		-	1. 若藝人形象受損，或因私生活問題導致爭議，公司需承擔合約相關損失風險，並對公司聲譽造成長遠的影響 2. 在藝人管理與形象維護上需投入大量資源，如公關處理、形象累積等成本		

二、重大主題衝擊與管理

面 向	重大 主題	正、負面衝擊		GRI對照	管理策略與執行
公 司 治 理 G	供應商 管理	+	1. 與供應商建立透明、穩定、信任的合作關係，有助於降低供應鏈風險，減少法律糾紛，提升營運效率並增強市場競爭力 2. 將環境保護、勞動權益與人權保障等納入供應商管理，除因應ESG規範，亦可強化品牌形象，可能吸引重視永續及社會責任之客群	GRI 414： 供應商 社會評估 2016	本公司之供應商主要為藝人、詞曲創作者、音樂及影像工作者等，來往前，會透過同業間交流或背景調查，了解及評估供應商過去相關紀錄，供應商需通過本公司之評鑑，本公司方與其進行業務往來，並不定期進行供應商評鑑，與供應商共同追求永續雙贏成長。 請詳見p.68「供應商管理」。
		-	1. 若供應商未遵守道德誠信、勞動權益、人權保障或永續環保等規範，可能對公司造成連帶的聲譽風險 2. 在供應商評估、選擇與管理過程中，納入環境、勞動權益及人權等審查，可能需投入時間與資金，增加管理成本 3. 若供應鏈中斷，可能影響產品推出進度		
	資訊 安全	+	建立縝密的資安管理與防護機制，可大幅降低資料外洩、遭惡意入侵等風險，保障公司日常營運穩定與音樂內容資產。	GRI 418： 客戶隱私 2016	訂定「資訊安全政策」、設置資訊安全長與「資訊安全委員會」，負責資安制度的規劃與執行，並定期檢討資安作業情形。 詳細資安政策與管理實務請詳p.66「資訊安全」。
		-	1. 若發生資安事件，可能導致機密資料、公司或藝人隱私遭外洩，除造成聲譽損害，還可能面臨相關法律及賠償責任。 2. 資安防護系統的建置與維護、資安教育訓練及定期稽核等，需持續投入人力、技術與資金等相關成本。		

三、利害關係人溝通

利害關係人	重要關注議題	溝通方式與頻率	溝通管道	成效
投資人	- 公司治理 - 營運績效 - 資訊透明 - 誠信經營 - 法令遵循 - 投資人權益	➢ 設立獨立運作的內部稽核部門。 ➢ 設立審計委員會，訂定風險管理政策，監督公司運作，每季至少召開一次會議。 ➢ 設立薪酬委員會，訂定薪酬政策並檢討績效，每年至少召開二次會議。 ➢ 每年召開一次股東常會，給予股東充分發問及提案之機會，行使股東權益。 ➢ 每年至少召開一次法人說明會。 ➢ 每年、季、月或不定期於公開資訊觀測站及本公司官網揭露公司資訊。 ➢ 每季董事會後發布新聞稿。 ➢ 訂有「防範內線交易管理辦法」，每年舉辦教育訓練課程，強化內部人控管及禁止公司內部人利用市場上未公開資訊買賣有價證券。 ➢ 每年投保董監責任險，強化股東權益保障。 ➢ 每年股東會報告關係人交易情形。	☎ 發言人 李首賢 TEL：02-27183199 ☎ 代理發言人 蘇雅惠 TEL：02-25121919	✓ 召開6次審計委員會，運作情形請詳p.57。 ✓ 召開3次薪酬委員會，運作情形請詳p.58。 ✓ 召開一次股東常會，議事資訊請詳本公司官網(https://www.him.com.tw/about9.php?select_index=about4)。 ✓ 受邀參加一場法人說明會，相關資訊請詳本公司官網(https://www.him.com.tw/about3.php?select_index=about6)。 ✓ 於公開資訊觀測站按月揭露月營收、按季揭露季合併財報、按年更新年度個體、合併財報，並遵守法規發布重大訊息(https://mops.twse.com.tw/mops/#/web/home)。 ✓ 於本公司官網(https://www.him.com.tw/)隨時更新營運訊息。 ✓ 於董事會及股東會後發布財報新聞稿共4篇。 ✓ 114年12月8日及115年1月12日由內部稽核主管針對公司內部人進行防範內線交易及誠信經營政策宣導，共13位經理人參與。 ✓ 本公司114年計92位員工簽署誠信經營相關同意書，簽署率100%。 ✓ 續保董監責任險至116年4月1日，投保資訊請詳p.56。 ✓ 股東會中報告114年度無應提交董事會或股東會報告或討論之關係人交易。

三、利害關係人溝通

利害關係人	重要關注議題	溝通方式與頻率	溝通管道	成效
員工	- 員工人權與薪酬福利 - 人才培育與教育訓練 - 職場健康與安全 - 內部溝通 - 誠信經營 - 資訊安全	➢ 依專業能力招募及聘用員工；成立薪酬委員會，訂定薪酬制度；依公司整體營運成果與個人績效核訂薪酬獎金。 ➢ 訂定「工作場所性騷擾防治、申訴及懲戒辦法」、「職場霸凌防治、申訴及懲處辦法」、「人權政策」等規章及「人權盡職調查流程」，保障員工基本人權、勞動人權、性別工作平等權等權利，遵循勞動相關法令，重視職場平等及多元化。 ➢ 遵循「個人資料保護法」，制定「個人資料保護管理辦法」並經董事會通過，保護員工人格權免受侵害，確保個人資料之利用在合理範圍內，重視個人隱私。 ➢ 每半年進行直屬主管領導能力評估、員工績效及意見調查，確保職場溝通管道順暢，員工並可針對公司各項措施提出改善建議。 ➢ 每季舉行勞資會議，促進勞資雙方的共識與和諧。 ➢ 成立職工福利委員會，舉辦慶生會、提供生日/端午/中秋禮金、國內休閒娛樂補助、婚喪喜慶補助。 ➢ 提供員工包括員工旅遊、演唱會活動、員購優惠、舉辦尾牙及獎品獎金等福利，並定期辦理員工健康檢查、舉辦身心健康講座。 ➢ 為員工投保團體保險及旅行平安險，給予高額保障。 ➢ 辦公大樓設置24小時門禁、推行無菸工作環境、辦公室內設置滅火器、每年一次消防檢查、定期環境消毒等。 ➢ 不定期辦理各類主題內部教育訓練，鼓勵員工進修，協助員工提升工作技能及專業知識。 ➢ 訂定「道德行為準則」，每年均與全體員工溝通利益迴避、簽署重要守則協議，落實誠信經營。	管理部主管 TEL：02-25121919	✓ 召開勞資會議四次。 ✓ 114年申請健檢補助員工共64人，補助總金額新臺幣537,500元。 ✓ 民國114年3月舉辦員工日本北海道旅遊、民國115年3月舉辦員工日本名古屋旅遊，獎勵員工。 ✓ 舉辦尾牙一次並提供獎品獎金達400萬。 ✓ 每三個月舉辦一場慶生會，共舉辦四場。 ✓ 辦公室消防檢查一次。 ✓ 114年舉辦教育訓練：「資訊安全及AI運用」課程2場、「著作權實務運作介紹」課程2場。 ✓ 本公司114年計92位員工簽署誠信經營相關之「利益迴避及重要行為守則通知書」同意書，佔年度中曾在職員工92人，簽署率100%。

三、利害關係人溝通

利害關係人	重要關注議題	溝通方式與頻率	溝通管道	成效
客戶	- 客戶關係與隱私 - 誠信經營 - 著作權保護 - 企業形象 - 藝人形象 - 產品品質與責任 - 資訊安全	- 本公司與客戶合約中均訂有廉潔條款，禁止任何形式貪污、敲詐勒索和挪用公款等行為，絕不為達交易目的而給予客戶及其關係人不當利益。 - 訂定「舉報不合法與不道德行為之處理辦法」，規範非法與不道德等不誠信行為之檢舉制度，並於公司網站提供檢舉管道，由公司專責人員收受處理。 - 訂定「著作權管理辦法」確保著作權之取得、維護著作權之完整性與侵權處理。 - 訂定「個人資料保護管理辦法」，並經董事會討論通過。辦法中規範個人資料之蒐集、處理及利用，保護人格權免受侵害，重視客戶隱私。 - 鼓勵並積極安排藝人參與公益活動，除有助藝人形象，更藉由藝人影響力提升大眾對社會公益的關注。 - 本公司與藝人約定合約及履行工作期間內，應保持端正形象，不得有損及個人及公司聲譽，影響節目或活動代言之任何情事。	☎ 法務部主管 TEL: 02-25121919 ✉ 申訴信箱： stakeholder@him.com.tw	✓ 114年度及截至本報告書定稿日止，無接獲任何違反誠信經營、侵害著作權及個人隱私等權益之舉報。 ✓ 本公司藝人參與公益活動相關資訊請詳p.99。 ✓ 114年度及截至本報告書定稿日止，本公司所簽約之藝人無重大損害形象或節目、代言之情事。 ✓ 114年度及截至本報告書定稿日無資通安全事件所遭受之損失。

三、利害關係人溝通

利害關係人	重要關注議題	溝通方式與頻率	溝通管道	成效
供應商	• 供應商管理 • 誠信經營 • 著作權保護 • 企業形象 • 藝人形象 • 產品品質與責任 • 資訊安全	➢ 本公司之供應商主要為藝人、詞曲創作者、音樂及影像工作者等，來往前，會透過同業間交流、背景調查等，了解及評估其過去相關紀錄，供應商需通過本公司之評鑑，本公司方與其進行業務往來，並不定期進行供應商評鑑，與供應商共同追求永續雙贏成長。 ➢ 本公司為文化創意內容產業，無生產工廠，尊重智慧財產權，遵守著作權法、商標法等相關法令，同時要求供應商應致力於保障智慧財產權、產品安全、環境保護及人權等相關權利，合作過程中並推動供應商減少資源耗用、遵循環保法令及落實社會責任，若有合作供應商有廣告不實、產品含有危害人體之成分、侵害他人專利權、著作權、營業秘密等知識產權或其他權利，或有違反人權、勞動權益、環境保護及其他對環境與社會造成顯著負面影響之情事，本公司得中止合作，並於合作合約中明訂相關條款。 ➢ 本公司透過詞曲作者座談、影像企劃會議等與供應商闡述創作要求，屬於智慧財產創作之供應商，於勞務提供時，需承諾不抄襲、不侵犯他人著作等，簽署合約承諾或著作權完成證明書給本公司。 ➢ 本公司與供應商合約中均訂有廉潔條款，禁止任何形式貪污、敲詐勒索和挪用公款等行為，絕不為達交易目的而給予供應商及其關係人不當利益。 ➢ 本公司與藝人約定合約及履行工作期間內，應保持端正形象，不得有損及個人及公司聲譽，影響節目或活動代言之任何情事。 ➢ 本公司鼓勵並積極安排藝人參與公益及環保活動，除有助藝人形象，更藉由藝人影響力提升大眾對社會公益的關注。 ➢ 遵循「個人資料保護法」、制定「個人資料保護管理辦法」並經董事會通過，保護藝人人格權免受侵害，確保個人資料之利用在合理範圍內，重視個人隱私。	☎ 法務部主管 TEL: 02-25121919 ✉ 申訴信箱： stakeholder@him.com.tw	✓ 114年度及截至本報告書定稿日止，均無發現現有供應商及新增約214個供應商有重大違反合約、智慧財產權、勞動法令、人權或環境保護等情事。 ✓ 本公司藝人參與公益活動相關資訊請詳p.99。 ✓ 114年度及截至本報告書定稿日止，本公司所簽約之藝人無重大損害形象或節目、代言之情事。 ✓ 114年度及截至本報告書定稿日無資通安全事件所遭受之損失。

三、利害關係人溝通

利害關係人	重要關注議題	溝通方式與頻率	溝通管道	成效
政府	- 法令遵循 - 公司治理 - 誠信經營 - 能源管理與節能減碳	- 不定期參加主管機關舉辦之座談會、相關法規說明會、宣導講習及教育訓練課程等。 - 參考審計品質指標(AQIs)每年評估簽證會計師之獨立性及適任性。 - 定期申報財務、股務及公司治理等相關資料，並確保內容、程序、時限等皆符合法律與主管機關之規範。 - 不定期更新公司網站、公開資訊觀測站，提供利害關係人最即時的資訊。 - 專人即時電話、email溝通，以及不定期公文往來。 - 設置溫室氣體盤查小組，每年進行溫室氣體盤查。 - 於日常營運落實節能減碳、投資再生資源公司，善盡環境保護與企業社會責任。	☎ 總管理處 TEL：02-27183199 ✉ 申訴信箱： stakeholder@him.com.tw	✓ 本公司114年會計主管、編製財務報告會計人員及稽核主管、公司治理主管進修情形，請詳本公司114年年報(https://www.him.com.tw/about3.php?select_index=about5)p.42。 ✓ 每年依審計品質指標(AQIs)由董事會評估簽證會計師之獨立性及適任性，請詳本公司114年年報(https://www.him.com.tw/about3.php?select_index=about5)p.33。 ✓ 於公開資訊觀測站按月揭露月營收；按季揭露季合併財報、按年更新年度個體、合併財報，並遵守法規發布重大訊息(https://mops.twse.com.tw/mops/#/web/home)。 ✓ 本公司溫室氣體盤查自112年即自行提早進行，114年溫室氣體盤查結果請詳p.92。 ✓ 節能減碳情形請詳p.95。 ✓ 再生資源投資情形請詳p.97。

三、利害關係人溝通

利害關係人	重要關注議題	溝通方式與頻率	溝通管道	成效
社區	- 公益回饋 - 文創推廣	➤ 持續鼓勵並安排員工及藝人積極參與公益活動，透過藝人公眾人物角色的影響力，發揮拋磚引玉的效果與正面向上的力量。 ➤ 於舉辦之演唱會提供身心障礙者等弱勢族群公益票券，善盡企業經營之責任及義務。 ➤ 不定期辦理公益義賣活動，將演出衣飾義賣所得提供公益團體、不定期捐款予幫助弱勢團體之基金會。 ➤ 於社會發生災難事件時發揮公眾人物引領帶頭作用，藉此提醒社會大眾對弱勢與受災族群之關懷。 ➤ 本公司所有營業活動均致力於華語流行音樂開發與推廣，並跨域從事影視投資，培育音樂及影視人才，促進華語音樂影視文化永續發展。	☎ 管理部 TEL: 02-25121919 ✉ 申訴信箱： stakeholder@him.com.tw	✓ 本公司藝人參與公益活動相關資訊請詳p.99。 ✓ 演唱會提供公益票券資訊請詳p.100。 ✓ 辦理公益義賣及捐款情形請詳p.100。 ✓ 本公司文創推廣相關資訊請詳p.101。

三、利害關係人溝通

利害關係人	重要關注議題	溝通方式與頻率	溝通管道	成效
媒體	- 藝人形象 - 誠信經營 - 營運績效	- 不定期於藝人發行單曲、專輯、舉辦演唱會等重大時程發布新聞稿、舉辦記者會或於社群媒體發布相關消息。 - 每季於董事會後發布財報新聞稿。 - 不定期接受媒體電訪、約訪或於公開活動接受採訪。 - 不定期更新公司網站、公開資訊觀測站，揭露最即時的藝人相關消息及公司營運資訊。	- 總管理處 TEL：02-27183199 - 宣傳部 TEL：02-25121919	✓ 114年度發布藝人相關新聞稿共33篇。 ✓ 114年度按季於董事會後發布財報新聞稿共4篇。

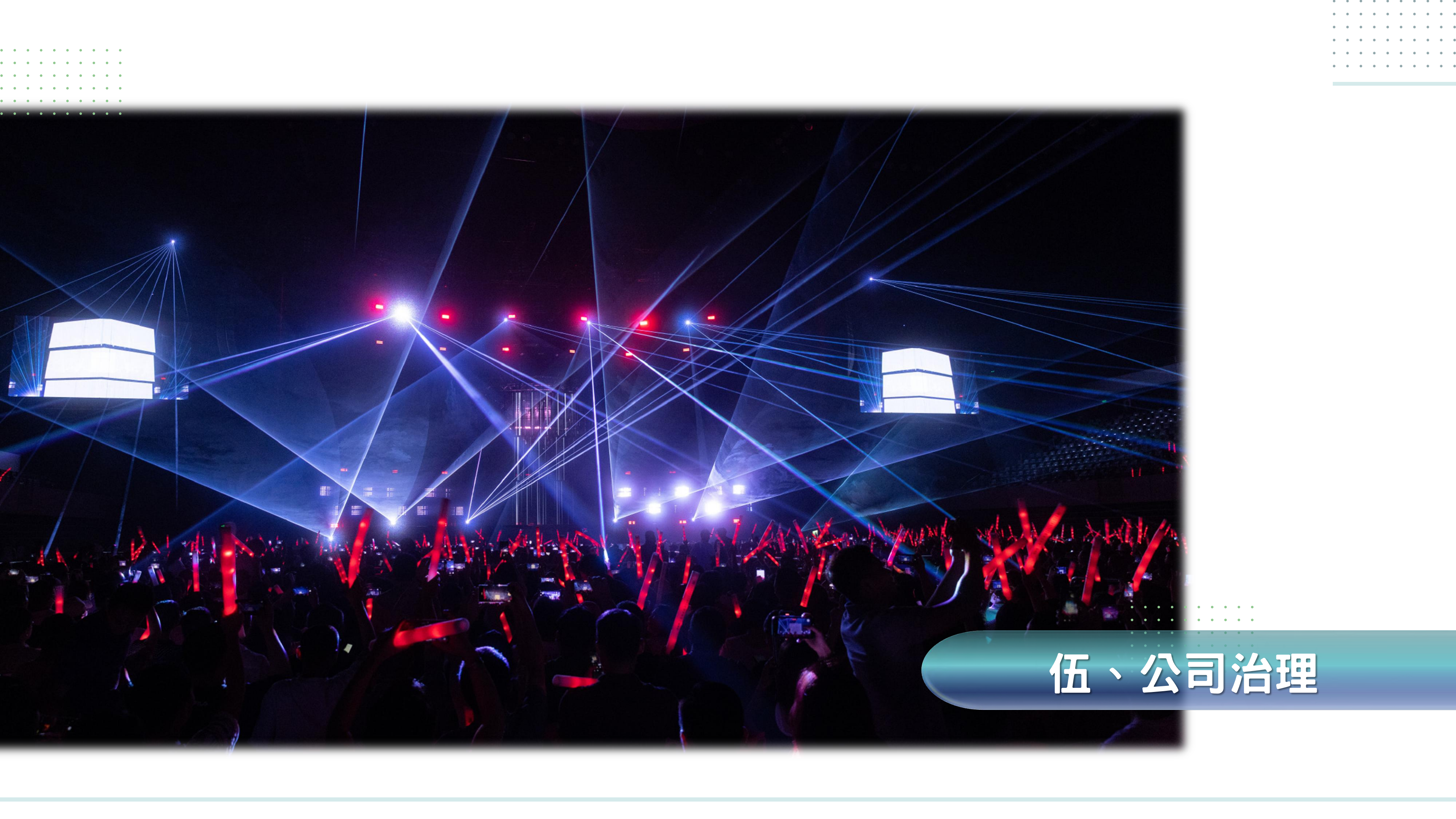
四、檢舉管道

本公司依法令規定誠實公開公司資訊，設有發言人及代理發言人制度，並於本公司網站(<https://www.him.com.tw/about18.php>)及公開資訊觀測站(<https://mops.twse.com.tw/mops/#/web/t05st03?companyId=8446>)揭露利害關係人與公司聯繫方式，使利害關係人得以快速瞭解公司營運狀況，並維持其權益。

本公司已訂定公司治理實務守則、獨立董事之職責範疇規則、永續發展實務守則、道德行為準則、誠信經營守則、誠信經營作業程序及行為指南、舉報不合法與不道德行為之處理辦法及內部重大資訊處理作業程序等準則，公布於本公司網站利害關係人及公司治理專區(https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about4)。

114年度利害關係人執行結果已於115年5月4日董事會上報告。





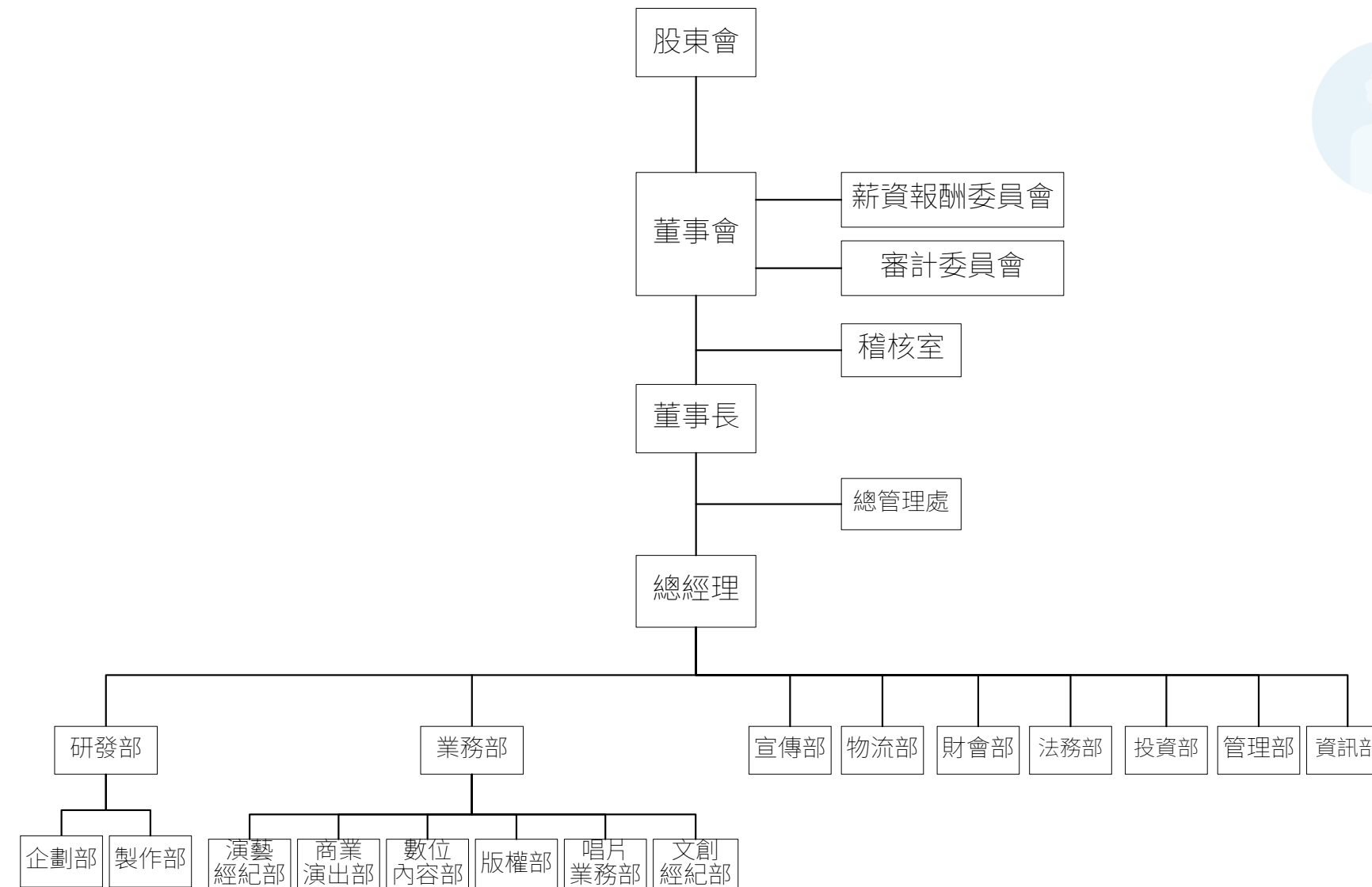
伍、公司治理

一、公司治理組織

● 公司組織圖

為建立良好之公司治理制度、提升公司治理成效，本公司訂有公司治理實務守則以資遵循，並於公開資訊觀測站揭露之。本公司考量整體之營運活動設計內部控制制度並確實執行、隨時檢討，以因應公司內外環境之變遷，確保相關制度之設計及執行持續有效。相關公司治理重要制度，請詳見本公司官網利害關係人及公司治理專區

(https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about4)。



■ 本公司最高治理單位為董事會，目前設有薪酬委員會及審計委員會。

一、公司治理組織

(一) 董事會

1. 董事及獨立董事

職稱	姓名	選任日期	任期	主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
董事長	呂燕清	113/6/26	3年	- 光華商職 - 財團法人台灣唱片出版事業基金會監事 - 財團法人台灣唱片出版事業基金會董事 - 社團法人台灣錄音著作權人協會理事 - 社團法人台灣錄音著作權人協會常務董事 - 上華唱片董事長	- 本公司董事長 - 華研音樂經紀股份有限公司董事長(本公司之法人代表) - HIM International Music Pte Ltd.董事 - HIM International SDN. BHD.董事 - 上普管理顧問股份有限公司董事長 - 喜蜜國際企業股份有限公司董事 - 財團法人華研文化基金會董事長
董 事	呂世玉	113/6/26	3年	- 新埔工專工業工程科 - 上華唱片副董事長	- 本公司策略長 - 喜蜜國際企業股份有限公司董事長 - 財團法人華研文化基金會董事 - 洗耳恭聽股份有限公司董事長(本公司之法人代表)
董 事	驊訊文創科技股份有限公司 代表人：鄭期成	113/6/26	3年	- 中華技術學院電子工程所碩士 - 台師大、上海復旦兩岸總裁班	- 驊訊電子企業股份有限公司董事長兼策略長 - HIM International SDN. BHD.董事 - 一達國際醫院管理顧問股份有限公司副董事長 - 驊訊文創科技股份有限公司董事長兼總經理(驊訊電子之法人董事代表) - 全球好音樂多媒體股份有限公司董事長(驊訊文創之法人董事代表)

一、公司治理組織

(一) 董事會

1. 董事及獨立董事

職稱	姓名	選任日期	任期	主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
董 事	何燕玲	113/6/26	3年	- 政治大學國際經營管理碩士 - BMG國際唱片大中華區資深行銷總監 - 寶麗金唱片國外部總監	- 本公司總經理(大中華區總裁) - 華研音樂經紀股份有限公司總經理 - 洗耳恭聽股份有限公司總經理 - 財團法人華研文化基金會董事 - 全音樂股份有限公司董事(本公司之法人代表) - 紅衣小女孩股份有限公司董事(本公司之法人代表) - 下半場電影股份有限公司董事(本公司之法人代表) - IFPI亞洲總會獨立董事 - 大慕影藝國際事業股份有限公司監察人(本公司之法人代表) - 大曉創藝股份有限公司董事(本公司之法人代表) - 大慕可可股份有限公司董事 - 匠研食品股份有限公司監察人(本公司之法人代表) - 財團法人台灣唱片出版事業基金會(RIT)董事長 - 社團法人台灣錄音著作權人協會(ARCO)董事長(本公司之法人代表) - 有戲娛樂股份有限公司董事(文策院指派之法人代表)
董 事	李首賢	113/6/26	3年	- 台灣大學會計學研究所碩士 - 會計師 - 安侯建業會計師事務所審計主任 - 致伸科技會計副理 - 華研國際電通財務長	- 本公司總管理處副總經理 - 公司治理主管 - 財團法人華研文化基金會董事

一、公司治理組織

(一) 董事會

1. 董事及獨立董事

職稱	姓名	選任日期	任期	主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
董 事	徐正泰	113/6/26	3年	- 美國賓州州立大學MBA - 弘騏網際網路股份有限公司董事長 - 風和國際股份有限公司董事 - 誠信科技股份有限公司副董事長 - 厚生股份有限公司董事	- 風和開發股份有限公司董事長 - 寬誠國際股份有限公司董事長 - 驊訊電子企業股份有限公司獨立董事
董 事	呂仁傑	114/6/18	2年	- 澳洲雪梨大學資訊科學碩士 - 政治大學資訊科學系 - 本公司總經理特助	- 本公司投資部副總兼任資訊安全長 - 華樣管理顧問股份有限公司監察人 - 上普管理顧問股份有限公司監察人 - 一達國際醫院管理顧問股份有限公司董事(本公司之法人代表) - 交流資服股份有限公司董事(本公司之法人代表) - 宏華文創股份有限公司董事
獨 立 董 事	陳世文	113/6/26	3年	淡江大學電子工程系	- 本公司薪酬委員及審計委員 - 聖誠企業有限公司董事長 - 海聖威生物科技股份有限公司董事長 - 聖承能源股份有限公司董事長 - 飛鴻環保科技股份有限公司董事長 - 聖農生技股份有限公司董事長

一、公司治理組織

(一) 董事會

1. 董事及獨立董事

職稱	姓名	選任日期	任期	主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
獨立董事	蕭惠貞	113/6/26	3年	- 國立中興大學法商學院企業管理系畢業 - 美國紐約理工學院MBA畢業 - 第一銀行辦事員 - 中國農民銀行(現合併於合作金庫)專員	本公司薪酬委員及審計委員
獨立董事	林宗慶	113/6/26	3年	- 國立台灣大學電機工程學系博士 - 雲義科技股份有限公司董事長 - 聖藍科技股份有限公司董事長 - 社團法人高雄港都上市櫃企業家協會第八屆會長	- 義聯集團經營管理委員會執行長 - 義大醫療財團法人行政長 - 義守大學資訊工程學系教授

■ 本集團無母公司；本公司董事長呂燕清及其二親等內親屬為本集團之最終控制者。

■ 本公司董事專業資格與經驗，以及獨立董事獨立性詳細資訊揭露，請參閱本公司114年年報
(https://www.him.com.tw/about3.php?select_index=about5)p.10。



一、公司治理組織

(一) 董事會

2. 董事會多元化及獨立性

(1) 董事會多元化

本公司提倡董事多元化政策，為強化公司治理並促進董事會組成與結構之健全發展，相信多元化的董事會成員有助提升公司整體表現。董事會成員之選任均以用人唯才為原則，具備跨產業領域之多元互補能力，包括基本組成(如：年齡、性別、國籍等)、也各自具有產業經驗與相關技能(如：文創、電子、金融、生物科技及資產管理、教育、休閒、醫療等)，以及營業判斷、經營管理、領導決策與危機處理等能力。

為強化董事會職能達到公司治理之理想目標，本公司「公司治理守則」第20條亦訂定董事會整體應具備之能力如下：1.營運判斷能力、2.會計及財務分析能力、3.經營管理能力、4.危機處理能力、5.產業知識、6.國際市場觀、7.領導能力、8.決策能力。

本公司113年度改選及114年度增選後董事會成員兼顧年齡及專業知識與技能之多元化，擅於領導、營運判斷、經營管理、危機處理且具有產業知識及國際市場觀者有：呂燕清、呂世玉、鄭期成、何燕玲、李首賢、徐正泰、呂仁傑等董事，以及陳世文、蕭惠貞、林宗慶等獨立董事，其中李首賢董事具會計師資格、林宗慶獨立董事具博士學位、大學教授資格。

本公司注重董事會成員組成之性別平等，並以提高任一性別董事席次至三分之一以上為目標；本公司113年度董事會改選前有男性董事6位、女性董事3位，符合主管機關性別期待；113年度改選後男性董事7位、女性董事2位，任一性別董事席次未達三分之一，係因原女性獨立董事李春燕任期滿三屆，為避免影響獨立性，未提名續任，改提名具有娛樂產業經驗的男性獨立董事林宗慶，提名時以專業經驗為主要考量，未同時兼顧性別因素；未來遇董事改選將兼顧專業與性別等多元化政策。民國114年配合公司經營管理需要，增選呂仁傑董事，傳承公司經營管理經驗。

本公司具員工身分的董事占比為50%，獨立董事占比30%，女性董事占比20%，1位董事在70~79歲、6位董事在60~69歲，2位在50~59歲，1位在30~39歲。具體多元化及達成情形如下：

董事姓名	多元化核心項目	性別	年齡範圍	國籍	具員工身分	產業經驗					專業能力			
						文創	電子	金融	生物科技	資產管理	會計	法律	資訊科技	經營管理
呂燕清		男	60~69	中華民國	V	V	V			V				V
呂世玉		男	60~69	中華民國	V	V								V
鄭期成		男	60~69	中華民國		V	V						V	V
何燕玲		女	60~69	中華民國	V	V								V
李首賢		男	50~59	中華民國	V	V					V			V
徐正泰		男	60~69	中華民國			V			V				V
呂仁傑		男	30~39	中華民國	V	V				V			V	V
陳世文		男	70~79	中華民國					V					V
蕭惠貞		女	60~69	中華民國				V			V			V
林宗慶		男	50~59	中華民國		V	V		V	V			V	V

一、公司治理組織

(一) 董事會

2. 董事會多元化及獨立性

(2) 董事會獨立性

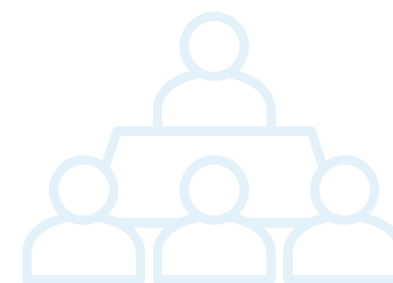
本公司設董事十人，其中獨立董事三人，佔比30%。本公司董事呂燕清及呂世玉為兄弟，共同創立本公司，董事呂仁傑為董事長呂燕清之兒子，其餘董事間無配偶及二親等以內親屬關係之情形，符合證券交易法第26條之3規定第3項及第4項規定董事間超過半數之席次，不具配偶或二親等以內之親屬關係。

- 有關本公司董事專業資格及獨立董事獨立性詳細資訊揭露，請參閱本公司114年年報
(https://www.him.com.tw/about3.php?select_index=about5)p.10。

3. 董事會運作情形

本公司董事會最近年度(民國114年)及民國115年截至本報告書定稿日止，董事會開會7次(A)，董事出席情形如下：

職稱	姓名	實際出席 次數(B)	委託出席 次數	實際出(列)席率(%) (B/A)	備註
董事長	呂燕清	7	0	100%	113.6.26連任
董事	呂世玉	7	0	100%	113.6.26連任
董事	驊訊文創科技股份有限公司 代表人:鄭期成	3	4	43%	113.6.26連任
董事	何燕玲	7	0	100%	113.6.26連任
董事	李首賢	6	1	86%	113.6.26連任
董事	徐正泰	6	1	86%	113.6.26連任
董事	呂仁傑	5	0	100%	114.6.18新任
獨立董事	陳世文	6	1	86%	113.6.26連任
獨立董事	蕭惠貞	7	0	100%	113.6.26連任
獨立董事	林宗慶	6	0	86%	113.6.26新任



- 董事呂仁傑為114年6月18日股東常會增選，出席率依選任後董事會次數計算。
- 有關本公司董事會重要決議，請參閱本公司官網
(https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about1)。

一、公司治理組織

(一) 董事會

4. 董事會績效評估

本公司自民國109年開始實施董事會以及功能性委員會自我評鑑或同儕評鑑，民國114年董事會評鑑實施情形如下：

評估週期	每年執行一次
評估期間	對董事會114年1月1日至12月31日之績效進行評估。
評估範圍	整體董事會、個別董事成員、所屬功能性委員會。
評估方式	董事會內部自評、董事會成員自評、功能性委員會自評。
評估內容	1. 董事會績效評估：對公司營運之參與程度、提升董事會決策品質、董事會組成與結構、董事之選任及持續進修、內部控制。 2. 董事成員自我績效評估：公司目標與任務之掌握、董事職責認知、對公司營運之參與程度、內部關係經營與溝通、董事之專業及持續進修、內部控制。 3. 功能性委員會績效評估：對公司營運之參與程度、功能性委員會職責認知、提升功能性委員會決策品質、功能性委員會組成及成員選任、內部控制。
評估結果	1. 董事會績效評估：評分結果4.62分。 2. 董事成員自我績效評估評分結果：4.71分。 3. 功能性委員會績效評估薪酬委員會評分結果：4.63分；審計委員會評分結果4.80分。 註：評估選項：極優（非常同意）5分；優（同意）4分；中等（普通）3分；差（不同意）2分；極差（非常不同意）1分

本公司114年度董事會績效評估結果介於5分「極優」與4分「優」之間，董事對於各項評核指標運作多為非常同意，評鑑董事會、薪酬委員會、審計委員會整體運作良好，符合公司治理要求，且有效強化董事會職能與維護股東權益。

總管理處於115年3月9日董事會報告114年度董事會績效評估結果，分數相對較低項目主要為董事未兼任其他公司董監事職務、董事實際出席董事會情形、對於議案提出具體建議與貢獻、董事明確了解公司所處產業之特性及風險等，提供精進參考。評估結果揭露於本公司網站 (https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about1)、114年年報 (https://www.him.com.tw/about3.php?select_index=about5)p.27。

■ 有關本公司董事會績效評估辦法，請參閱董事會績效評估辦法 (https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about4)。



一、公司治理組織

(一) 董事會

5. 董事會職能目標加強與執行情形

本公司於民國110年股東會改選董事及獨立董事後，已設置審計委員會，並如期開會，每次董事會及審計委員會均要邀請會計師列席。本公司並於民國112年3月6日董事會討論通過設置公司治理主管，辦理公司治理及提升董事會職能工作。

本公司秉持營運透明之原則，於本公司官網設有利害關係人及公司治理專區(https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about4)，並定期與不定期於公開資訊觀測站揭露營運資訊、澄清媒體報導，以維護股東權益。

6. 董事責任險投保情形

本公司已替全體董事購買責任保險，以強化股東權益之保障。

- 投保對象：全體董事及重要職員
- 保險公司：國泰世紀產物保險股份有限公司
- 投保期間：102年4月1日至116年4月1日，保單到期前進行續保作業。
- 投保金額：原保額美金200萬元，107年4月1日起提高到美金500萬元。

7. 114年度本公司董事進修情形

職稱	姓名	進修日期	課程名稱	進修時數
董事長	呂燕清	114.11.3	AI發展應用與法律新課題	3
		114.12.15	虛擬資產之犯罪手法與洗錢防制	3
董 事	呂世玉	114.11.3	AI發展應用與法律新課題	3
		114.12.15	虛擬資產之犯罪手法與洗錢防制	3
董 事	驊訊文創科技股份有限公司 代表人：鄭期成	114.11.3	AI發展應用與法律新課題	3
董 事	何燕玲	114.11.3	AI發展應用與法律新課題	3
		114.12.15	虛擬資產之犯罪手法與洗錢防制	3
董 事	李首賢	114.11.3	AI發展應用與法律新課題	3
董 事	徐正泰	114.11.3	AI發展應用與法律新課題	3
董 事	呂仁傑	114.11.3	AI發展應用與法律新課題	3
		114.12.15	虛擬資產之犯罪手法與洗錢防制	3
獨立董事	陳世文	114.12.15	虛擬資產之犯罪手法與洗錢防制	3
獨立董事	蕭惠貞	114.11.3	AI發展應用與法律新課題	3
		114.12.15	虛擬資產之犯罪手法與洗錢防制	3
獨立董事	林宗慶	114.12.15	虛擬資產之犯罪手法與洗錢防制	3



本公司114年度董事進修課程以AI發展應用與法律新課題、虛擬資產之犯罪手法與洗錢防制之公司治理、法令遵循及風險管理等議題為主，未安排氣候變遷、環境管理等永續發展相關議題之課程，未來本公司將持續檢視董事進修規劃，配合永續發展趨勢，適時安排相關課程，強化董事會對永續治理議題之監督與決策能力。

一、公司治理組織

(二) 審計委員會

本公司於民國110年起設置審計委員會，由全體獨立董事組成，人數不得少於三人，遵循「審計委員會組織規程」，旨在協助董事會履行其監督公司在執行有關會計、稽核、財務報導流程及財務控制上的品質和誠信度。本委員會每季至少召開一次，並得視需要隨時召開會議，每次審計委員會均要邀請會計師列席。

- 本公司審計委員會之運作，以下列事項之監督為主要目的：
 - 1) 公司財務報表之允當表達。
 - 2) 簽證會計師之選(解)任及獨立性與績效。
 - 3) 公司內部控制之有效實施。
 - 4) 公司遵循相關法令及規則。
 - 5) 公司存在或潛在風險之管控。

最近年度(民國114年)及民國115年截至本報告書定稿日止，審計委員會開會6次(A)，獨立董事出席情形如下：

職稱	姓名	實際出席次數 (B)	委託出席次數	實際出席率(%) (B/A)	備註
獨立董事	陳世文	5	1	86%	113.6.26連任
獨立董事	蕭惠貞	6	0	100%	113.6.26連任
獨立董事	林宗慶	5	0	86%	113.6.26新任

有關本公司審計委員會專業資格與經驗、重要決議及執行情形，請參閱114年年報(https://www.him.com.tw/about3.php?select_index=about5)p.10、p.29。



一、公司治理組織

(三) 薪酬委員會

本公司於民國101年起設置薪酬委員會，成員由董事會決議委任之，人數為三人，其一為召集人，成員任期與委任之董事會屆期相同，遵循「薪資報酬委員會組織規程」，以專業客觀之地位，就董事及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估，訂定及檢討董事及經理人績效評估及薪資報酬之政策、制度、標準與結構。本委員會每年至少召開二次，並得視需要隨時召開會議。

- 薪酬委員會成員應以善良管理人之注意，忠實履行下列職權，並對董事會負責，且將所提建議提交董事會討論：
 - 1) 訂定並定期檢討董事、審計委員會成員及經理人績效評估與薪資報酬之政策、制度、標準與結構簽證會計師之選(解)任及獨立性與績效。
 - 2) 定期評估並訂定董事、審計委員會成員及經理人之薪資報酬。

本公司第五屆委員任期自113年6月26日至116年6月25日，最近年度(民國114年)及民國115年截至本報告書定稿日止，薪資報酬委員會開會3次(A)，委員資格及出席情形如下：

職稱	姓名	實際出席次數 (B)	委託出席次數	實際出席率(%) (B/A)	備註
召集人	陳世文	3	0	100%	113.6.26連任
委員	蕭惠貞	3	0	100%	113.6.26連任
委員	林宗慶	3	0	100%	113.6.26新任

⦿ 有關本公司薪酬委員會專業資格與經驗、獨立性資訊及執行情形，請參閱114年年報(https://www.him.com.tw/about3.php?select_index=about5)p.10、p.43。



一、公司治理組織

(四) 內部稽核

本公司內部稽核為獨立單位，直接隸屬董事會，設置一名稽核主管，稽核對象包含本公司及各子公司。依年度稽核計劃執行稽核作業，以適時發現內部控制缺失及異常事項，並於稽核完成後，出具稽核報告，於稽核項目完成之次月底前交付獨立董事查閱，定期由稽核主管列席董事會報告稽核業務，並辦理部門自評，針對缺失定期追蹤改善情形。

- 獨立董事與內部稽核主管及會計師之溝通：

本公司平時稽核主管及會計師得視需要直接與獨立董事聯繫；稽核主管按月呈報獨立董事內控查核情形，並定期列席公司董事會進行稽核報告；稽核主管與會計師均安排出席每次審計委員會，另於董事會前先行會議，就董事會議案內容討論，內部稽核主管及會計師與獨立董事均得先行報告及討論。

截至目前為止，本公司獨立董事與稽核主管、會計師溝通情形良好。

- 本公司內部稽核溝通情形請詳見內部稽核溝通情形 (https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about3)。



一、公司治理組織

(五) 永續治理

為實踐永續發展，促成經濟、環境及社會之進步，本公司訂有「永續發展實務守則」、「永續資訊管理辦法」，以「落實公司治理、發展永續環境、維護社會公益、加強企業永續發展資訊揭露」為原則，規範永續發展政策、制度及相關管理方針，由總管理處及公司治理主管協調母子公司各部門、整合母子公司永續資訊，定期提供予董事會及審計委員會，管理辦法中並明訂各部門權責如下：

單位	永續管理職責
審計委員會	核定永續發展政策或相關管理方針、具體推動計畫、永續資訊相關內部控制制度
董事會	- 監督管理階層分配與指派充足且適當之資源，使永續資訊相關內部控制制度能有效運作 - 監督與評估永續資訊相關內部控制制度設計及執行之成效 - 核定永續資訊確信或查證等作業之政策 - 確認內部稽核或執行獨立確信、查證之第三方機構之成員的適任性
總管理處	- 董事長之幕僚單位，協助董事長導入或執行各項重大專案計劃，辦理董事會、功能性委員會及股東會之會議相關事宜 - 協調母子公司各部門、整合母子公司永續資訊，定期提供予董事會及審計委員會，並編製永續報告書 - 妥善紀錄利害關係人關心議題

單位	永續管理職責
財會部	- 財務會計入帳、財務報表製作、稅務申報 - 票據、信用、資金運用規劃及成本分析控制 - 投資及融資作業及管理 - 股務及股東權益作業 - 預算整合及分析與管理 - 用印申請文件覆核 - 參與內部控制制度設計，負責各部門執行督導 - 正確計薪、計算各職級薪資平均數及中位數 - 紀錄、處理、編製包含溫室氣體盤查等各項紀錄與報表
法務部	- 各類合約、文件之草擬、審核、風險控管與檔案管理 - 訴訟與非訴訟案件處理。 - 配合公司合約管理辦法推動永續經營相關價值 - 妥善紀錄利害關係人關心議題
管理部	- 人力資源規劃、人事管理、薪工福利之規劃與執行、人才培育制度之建立與執行 - 視聽母帶、不動產、廠房與設備管理，及總務庶務維護 - 協助藝人行程安排、交通訂購與預算作業，及保險計畫執行 - 員工資料維護、職業安全衛生及職災資訊維護 - 公司主管會議、經營會議討論議題及紀錄維護 - 妥善紀錄利害關係人關心議題

單位	永續管理職責
資訊部	- 網路系統架構及維護、軟體系統導入運作管理、硬體設備維護 - 資訊安全及資訊外洩事件與影響資訊收集
稽核室	- 各項營業活動、作業流程年度稽核計畫擬定，各項稽核計畫執行 - 內部控制制度設計、執行與改善建議，提供管理階層相關分析與報告 - 稽核永續資訊蒐集及處理執行情形
演藝經紀部	妥善規劃藝人時間，投入公益活動，對社會發揮拋轉引玉效果
企劃部	妥善紀錄利害關係人關心議題
宣傳部	

二、誠信經營

(一) 誠信經營政策

本公司於民國102年已制訂經董會通過之「誠信經營守則」，後續修訂亦經董事會決議通過；另訂定「誠信經營作業程序及行為指南」，亦經109年董事會通過；前揭規範皆公告於本公司網站之利害關係人及公司治理專區(https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about4)。

本公司由總管理處及管理部負責相關作業及監督執行，每年度將執行情形向董事會報告；內部控制制度中亦有相關防弊措施，嚴格禁止以下營業活動範圍內具較高不誠信風險之行為，並對員工進行宣導，提供書面文件予員工，強化員工認知，行為風險：

- 1) 行賄及收賄。
- 2) 提供非法政治獻金。
- 3) 不當慈善捐贈或贊助。
- 4) 提供或接受不合理禮物、款待或其他不正當利益。
- 5) 侵害營業秘密、商標權、專利權、著作權及其他智慧財產權。
- 6) 從事不公平競爭之行為。
- 7) 損害消費者或其他利害關係人之權益、健康與安全。

本公司與客戶及供應商合約中均有廉潔條款及保護著作權人條款，將之落實於日常營運中，隨時檢討、評估，俾確保該制度之設計與執行持續有效。

(二) 誠信經營落實

1. 誠信經營專責單位

本公司專責單位為總管理處及管理部，由其共同負責誠信經營作業程序及行為指南之修訂、執行、解釋、諮詢服務暨通報內容登錄建檔等相關作業及監督執行，管理部隸屬總經理、總管理處隸屬董事會，相關主管參與董事會，得隨時報告之或接受董事之詢問。

本公司每年均與員工溝通重要誠信原則，詳述該如何防範不誠信行為及收受不正當利益之處理程序，宣導誠信經營政策，並將該政策與員工績效考核及人力資源政策結合，設立明確有效之獎懲制度，隨時檢討，同時由員工簽署誠信經營相關之「利益迴避及重要行為守則通知書」同意書，重要內容包括禁止右列行為：

- 1) 虛偽造假，如偽造文書或虛報費用等；舞弊營私，如挪用公款、收受回扣、侵佔公司財產、或故意或過失致浪費或損害公司資產等。
- 2) 進行與公司業務利益互相衝突之事、提供不當利益予他人、擅自在外兼職、有償或無償從事活動或提供勞務予他人(不限上班時間)，包括但不限於擔任音樂性質評審、個人演出及電視台錄影等，致影響在公司工作時間之效率者。
- 3) 未經公司同意以自己或他人名義設立與本公司業務相關或類似之公司行號者，或承包公司業務/服務等(不包括詞曲創作及音樂製作)。
- 4) 以公司名義在外簽帳欠款或招搖撞騙，及其他影響公司利益或形象等不良行為者。
- 5) 故意洩漏公司業務機密者。
- 6) 對雇主或同事實施暴行、重大侮辱或騷擾行為者，包含但不限口頭、書面或肢體表現，及任何與性有關之不適當、不悅、冒犯性質之語言、身體碰觸或性要求。
- 7) 收受超過公務禮儀或一般社會禮儀習俗之餽贈。

本公司民國114年計92位員工簽署「利益迴避及重要行為守則通知書」，佔年度中曾在職員工92人，簽署率100%。本公司每年至少一次於董事會中報告履行誠信經營情形。114年度相關推動誠信經營執行結果於115年5月4日董事會上報告。

二、誠信經營

(二) 誠信經營落實

2. 往來對象之誠信紀錄評估

本公司於建立商業關係前，先行評估該往來對象之合法性、誠信經營政策，以及是否有不誠信行為之紀錄，以確保其商業經營方式公平、透明，不提供或收受賄賂，並依業務性質於合約中明訂相關誠信行為條款。

3. 利益衝突防止政策

本公司董事、經理人、受僱人、受任人與實質控制者不得藉其在公司擔任之職位或影響力，使其自身、配偶、父母、子女或任何他人獲得不正當利益，本公司董事與經理人及其他出席或列席董事會之利害關係人主動說明其與公司有無潛在之利益衝突，且討論及表決時應予迴避，並不得代理其他董事行使其表決權。董事間亦應自律，不得相互支援。

4. 會計及內控制度查核

為落實誠信經營，本公司之會計制度及內部控制制度係依據證券發行人財務報告編製準則、公開發行公司建立內部控制制度處理準則等相關規定所制定，明訂風險辨識與作業控管程序及監督方法，並由內部稽核人員擬定查核計畫，定期查核遵循情形，並作成稽核報告提報董事會，且得委任會計師執行查核，必要時，得委請專業人士協助。

5. 誠信經營教育訓練

公司積極鼓勵員工多加參與公司治理相關課程，參與主管機關所舉辦的研討會、座談會與政令宣導會，並向員工宣導內控制度及相關法令規範與防範內線交易等訓練及訂定利益迴避辦法，強化公司誠信經營之理念與防範不誠信之行為。公司於114年12月8日及115年1月12日由內部稽核主管以電子郵件提供公司13位經理人防範內線交易及誠信經營政策相關宣導資料；公司並安排財會部門主管、總管理處副總及投資人關係聯絡人、內部稽核主管參與主管機關及會計師事務所舉辦的公司治理與企業社會責任相關之研討會。



● 參加櫃買中心「114年度上興櫃公司內部人股權宣導說明會」

二、誠信經營

(三) 檢舉制度

1. 具體檢舉及獎勵制度訂定

本公司訂有「舉報不合法與不道德行為之處理辦法」，訂定非法與不道德等不誠信行為之檢舉制度，並將辦法公告於公司網站，且直接於公司網站提供檢舉管道及專用信箱，由公司專責人員收受處理。同仁亦可透過直屬單位主管進行檢舉及申訴等作業，或逕向公司之管理部、總管理處或內部稽核檢舉。本公司並於與客戶及供應商合約中載明檢舉管道。檢舉案件經查證屬實，除依法令或公司相關規範懲處，同時給予檢舉人適當獎酬。

2. 檢舉調查程序與保密機制

本公司訂定之「誠信經營守則」及「舉報不合法與不道德行為之處理辦法」規定，檢舉案件受理、調查過程、調查結果及相關文件製作之紀錄與保存，對檢舉人身分及檢舉內容應予保密，保護檢舉人不因檢舉情事而遭不當處置之措施。經調查屬實，將依法令或公司相關懲處規定處理，並同時提供檢舉人適當之獎酬；檢舉人明知為不實事項而為投訴，或提供虛偽之證據，經查屬實，檢舉人為內部員工者即予懲處；若涉及刑事責任者，檢舉人應自負其責，本公司保留法律追訴之權利。

3. 檢舉人保護

本公司「舉報不合法與不道德行為之處理辦法」規定，為保護檢舉人權益，除對檢舉事項加以保密外，若發現遭受不當處置，由高階管理階層協助處理並妥善安排檢舉人應有之權益，如經調查發現重大違規情事或公司有受重大損害之虞時，應立即作成報告，以書面通知獨立董事。

(四) 誠信資訊揭露

本公司「誠信經營守則」設置於公司網站利害關係人及公司治理專區
(https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about4)，供投資人、員工等利害關係人自行查閱及下載。如發生違反誠信之情事，亦將於公司網站揭露。

本公司隨時注意國內外誠信經營相關規範之發展，並鼓勵董事、經理人及受僱人提出建議，據以檢討改進公司訂定之誠信經營政策及推動之措施，以提升公司誠信經營之落實成效。誠信經營守則經董事會通過後實施，並提報股東會，修正時亦同。有關本公司利害關係人身份、關注議題、溝通管道與回應方式，請詳本公司網站(<https://www.him.com.tw/about18.php>)。

民國114年度及截至本報告書定稿日止，無接獲任何違反誠信經營之通知，亦無利害關係人進行舉報。

三、風險管理

本公司於109年3月23日董事會通過「風險管理辦法」並揭露於公司網站，明訂風險管理權責單位及作業程序與規範，將市場風險、投資風險、信用風險、作業風險、法律風險、環境風險等各項風險加以辨識，並於組織中劃分各部門權責，控制風險承受範圍。透過落實內部控制機制，確保本公司及子公司所有人員及作業確實遵守相關法令及內控規範。董事會為公司風險管理之最高單位，並由審計委員會督導風險管理。

(一) 風險管理組織架構

本公司各部門主管負有第一線風險管理之責任，負責分析及監控所屬部門內之相關風險，確保風險控管機制與程序能有效執行。

- 1) 由董事長或總經理主持之主管會議或營運會議，負責審核控管各層級啟動的各種計劃及專案的風險評估。
- 2) 由總管理處，協助董事長及總經理導入或執行各項專案。
- 3) 財會部負責記錄及管理每一個部門之營運作業及資金風險。
- 4) 投資部發揮公司各項資源之效益、開發投資標的與投資風險管理。
- 5) 管理部負責人力資源的配置與應變、設備財產安全管理、各項保險作業執行、環境安全衛生的建議與維持。
- 6) 資訊部及資訊安全長負責導入及維護資訊系統運作，確保運作正常以及資訊安全。
- 7) 法務部負責權利與義務之釐清、法令判讀、合約風險控管與合約聲明文件之撰寫。
- 8) 稽核室負責針對各部門、各項業務執行與風險管控情形，進行計劃性或專案性查核，定期呈報公司經營決策階層及審計委員會，俾能適當控管風險。



三、風險管理

(二) 風險管理策略

1. 環境風險

因氣候變遷、環境汙染等，造成財務或商譽損失的風險。本公司為文化創意產業，並無工廠、無生產製造過程，所消耗之能源與資源主要為員工日常使用辦公室辦公之廢棄物與用水量，及公務車用油，與辦公室照明、空調等用電所產生之溫室氣體排放量。惟極端天候如颱風、豪雨、酷暑等，可能影響實體演出活動之場地使用、觀眾出席、設備運輸及活動執行，另隨主管機關永續揭露、溫室氣體盤查等要求提高，亦可能增加相關管理成本。為降低環境及氣候相關風險，本公司除持續推動垃圾分類及減量、調控辦公室溫度、更換LED燈具、數位化辦公、加強員工環保意識等日常節能減碳措施外，亦將持續關注極端天候對實體演出活動之影響，並配合主管機關永續揭露、溫室氣體盤查及節能減碳要求，逐步強化氣候風險辨識與相關管理作為，降低營運活動對環境之影響。

2. 市場風險

因國內外經濟因素、科技、環境、產業變化、消費型態變動等外部變動對本公司營運產生衝擊。本公司市場風險受科技產業變化及消費型態改變，音樂唱片歌曲已數位化，持續與網路平台經營業者協商，要求下架未經授權使用之錄音著作及視聽著作，或建立使用者付費機制，以保護著作權創作者應有之權利。本公司已設置數位內容及新事業發展部門，隨時掌握科技發展的業務推廣與跨界合作，持續觀察消費市場變化，透過不同新媒體(載體)方式(例如：互動型網路電視、智慧音箱等)來持續擴大著作權授權業務之版圖。

3. 投資風險

本公司投資風險受包含長短期投資市價波動、被投資公司營運管理等，損失的風險包括利率、匯率、財務及資金貸與他人風險與經營管理不善等。本公司訂有取得或處分資產管理辦法及投資循環內部控制，投資前進行投資評估，投資後進行投後管理；另本公司及子公司係跨國營運，匯率變動對營收及獲利有一定程度之影響，財務部門密切注意國際金融狀況，掌握最新之匯率變動資訊，請往來銀行提供專業諮詢服務，以充分掌握匯率走勢。業務承辦人員及部門主管向客戶報價前，本公司將未來匯率走勢及影響匯率之因素做綜合考量及評估後，決定適當且合理之報價。本公司目前無資金貸與他人或為他人背書保證等情事。日常作業中針對相關風險之發覺、評估與控管，由各部門主管於經管會議中報告及討論。

4. 法律風險、作業風險

因為內部控制疏失、研發、人事及資訊系統管理等不當或失誤，合約權利義務不周詳、授權條件不明確、疏忽法令規定、或其他因素，導致無法約束交易對手依照合約履行義務或公司違反法令規定，而可能衍生財務或商譽損失之風險。

本公司及子公司自成立以來，秉持誠信和專業之經營原則，積極強化內部管理，提昇管理品質與效率，重視企業形象和風險控管，落實內部控制機制，遵守相關法令之規範；推動誠信經營專責單位為本公司總管理處及管理部，每年定期向董事會報告年度推動企業誠信經營之執行情形，每年均與全體員工溝通利益迴避、簽署協議，提供檢舉管道，定期舉辦宣導會，落實誠信經營守則相關規定。

5. 法規遵循

本公司及子公司自成立以來，秉持誠信和專業之經營原則，積極強化內部管理，提昇管理品質與效率，重視企業形象和風險控管，落實內部控制機制，時刻關注主管機關推行政策與法令之修訂、新增等變更，嚴格遵守相關法令之規範。本公司114年度無違反法規遭裁罰之事件。

本公司於民國114年5月5日及115年5月4日審計委員會及董事會中進行風險管理報告，民國114年度及115年截至本報告書定稿日止，本公司依循風險管理辦法及其規範之風險管理措施、控制重點與公司內部控制等進行營運管理，影響營運風險事件之控管尚屬有效，無重大異常情形。

四、資訊安全

(一) 資安政策原則

本公司為強化資訊安全管理，確保資料、系統、設備及網路安全，特訂定「資訊安全政策」並揭露於本公司網站

(https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about4)。為維護資通安全，本公司遵循以下原則處理公司之資安：

- 1) 遵循公司所訂定之內部控制(包括但不限於CM-資訊循環)與相關核決權限規定。
- 2) 對員工進行資訊安全教育及訓練。
- 3) 使用合法軟體。
- 4) 公司資料庫進行備份、異地備援。
- 5) 建立防火牆，購買合法防毒軟體，並定時更新相關病毒碼及掃毒引擎。
- 6) 建立災難復原計畫。
- 7) 保護員工及交易對象之個人資料。
- 8) 其他法令所規定事項。

(二) 資安管理

1. 資安管理組織

本公司設置有資訊安全長，由具備資訊管理專業之呂仁傑副總擔任，並經董事會通過，與公司資訊部門共同進行資訊安全制度之規劃、監控及執行資訊安全管理作業。為有效推行資訊安全工作，本公司並成立「資訊安全委員會」，統籌資訊安全政策、計畫、資源調度等協調及研議事項。

本公司資訊安全委員會召集人，由資安長呂仁傑副總擔任，負責資訊安全管理事項之協調及推動；委員會成員由總管理處、財會部、管理部及資訊部等單位主管擔任。

2. 資安管理實務範疇

本公司依公司人數採購足量軟體、購置防毒及防火牆軟硬體、舉辦資訊安全教育及訓練等宣導活動、建立資訊安全稽核制度，定期或不定期進行資訊安全稽核作業。

為確保本公司資訊的合法存取，於可能遭受外力入侵時，亦能提供完整、未中斷之資訊系統運作；於事故發生時，作迅速必要之應變處置後，能在最短時間內回復正常運作，以降低該事故可能帶來之損害。

☐ 資通安全管理範圍如下：

- 1) 資訊安全權責分工。
- 2) 人員安全管理及資訊安全教育訓練。
- 3) 電腦系統安全管理。
- 4) 網路安全管理。
- 5) 系統存取控制管理。
- 6) 系統發展及維護安全管理。
- 7) 資訊資產安全管理。
- 8) 實體及環境安全管理。
- 9) 業務永續運作計畫管理。
- 10) 其他資訊安全管理事項。

本公司資訊部門每周一固定開會檢討資安相關工作，並透過內部信件回報相關人員，及時處理資通安全事件；另至少兩個月一次，由資訊安全委員會定期召開資訊安全會議，確保資訊安全權責單位的有效運作、公司相關人員之規範遵守，及社會資安事件之因應等，隨時滾動檢討。

四、資訊安全

(二) 資安管理

3. 個資資安

本公司蒐集個人資料時，需依辦法規定告知當事人，並由當事人簽署蒐集、處理及利用個人資料告知及同意書，以確認當事人已了解及同意個人資料提供之目的與用途。

本公司員工因公需調閱使用個人個資時，需提出使用申請書，經主管同意，管理部始得提供個資。

本公司蒐集之個人資料應專冊列管，書面資料應存放於上鎖櫃子或儲藏室，避免不相干人之接觸。電子資料由資訊部建立專屬儲存空間，並設定存取權限，並依資訊循環規定採取防護措施，如資料加密、防火牆、入侵偵測系統等。以防止個人資料被竊取、竄改、毀損、滅失或洩漏。如有委外管理資訊設備及程式資料庫、或將資訊設備存放於公司辦公場所外，應確認資訊設備及程式資料庫中是否含有個人資料，如有個人資料，應與委外管理廠商簽署保管合約，約定保密義務、安全維護措施及個人資料保管之責任與未妥善保管個人資料之損害賠償責任。

本公司因交易往來，民國114年新增69份個資蒐集，無接獲銷毀個資要求，無發生個資外洩情事。

4. 資安風險管理

(1) 本公司針對人員、對內及對外進行資訊安全風險管理：

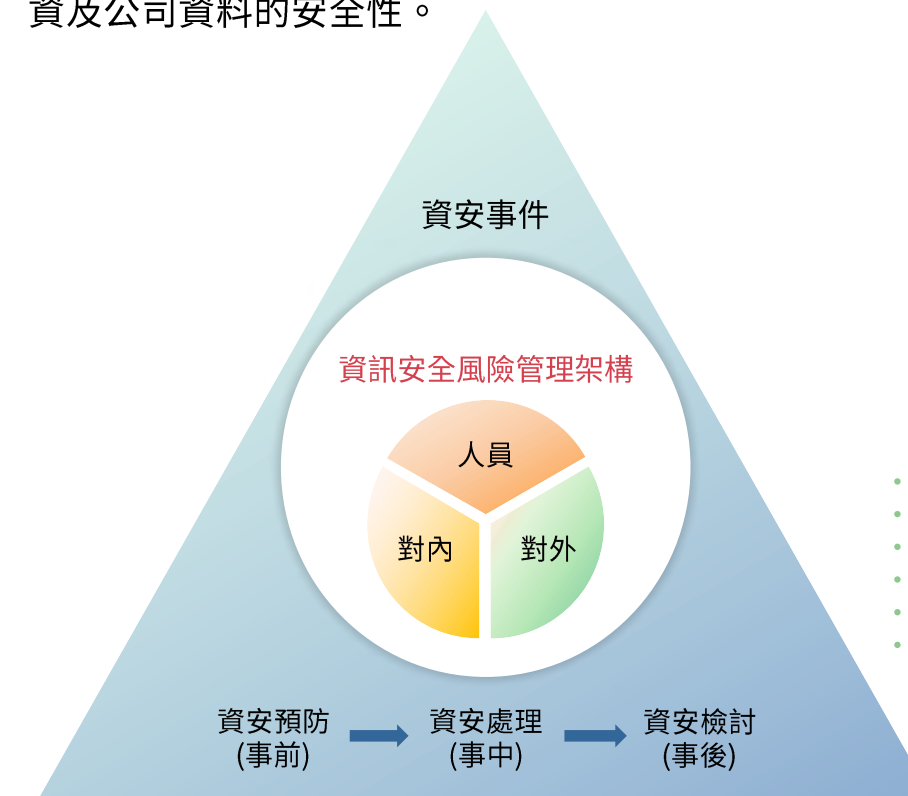
人員	資安政策、訓練及宣導、權限管控
對內	網路管控、防毒、資料保護
對外	防火牆、入侵防禦系統、日誌記錄

(2) 資訊安全事件之預防、處理及檢討：

資安預防 (事前)	人員	加強人員對於資安事件認知及防範
	基礎建設	建立更安全、穩定和快速的網路環境及設施服務
	資料	加強資料存取安全性及完整性
資安處理 (事中)	事件的即時處理、控制及阻止	
	網路及服務的回復	
	資料的保全、備份及回復	
資安檢討 (事後)	證據保存及事件調查	
	調查結果檢討及改善	

5. 資安教育訓練

本公司114年舉辦內部資訊安全課程及AI運用課程共2場，分別有61位及38位員工參加，並不定期透過公司郵件，提醒員工資安注意事項，以提升全體員工資訊安全意識與資安事件預防能力，降低資安風險，確保個資及公司資料的安全性。



☐ 本公司114年度及截至本報告書定稿日無資通安全事件所遭受之損失。

五、供應商管理與客戶關係

(一) 供應商管理

本公司主要營業項目為流行音樂之錄製及發行、著作權授權與藝人演藝經紀等，藝人演藝經紀及著作權授權為無實體產品，演藝經紀包含廣告代言、簽演唱會等商演、影視經紀及藝人圖像使用等，依活動性質、時間長短及表演項目等各項條件之不同而有所差別，均屬客製化服務，故無一定程序之產製過程；著作權授權如僅作數位出版發行、未生產實體產品時，亦無委外加工階段。

本公司實體產品主要為流行音樂有聲出版品，其主要原料供應包括包裝印刷品、光碟片、明星商品，及黑膠彩膠唱片等，僅佔整體營業成本之1%以下。

創作人才及演藝人才則係本公司非實體產品之主要供應商，本公司為求穩定的創作品質與永續的創作來源，自2005年開始即連續不間斷地舉辦全球華人網路詞曲創作大賽，為業界唯一持續舉辦詞曲創作大賽以培植詞曲作者的公司，本公司從創作大賽中發掘眾多優秀創作人才，提供獎金及簽署專屬作者合約，加以輔導及培育，創作出許多好詞好曲，成就藝人演出好聲音；本公司並透過各種管道(如：歌唱比賽、戲劇發掘、自我推薦、隨機素人等)，持續投入新人開發，故能不斷推出新作品。

本公司及子公司成本結構主係分為**實體產品成本**及**非實體產品成本**兩大類型，包含實體專輯所需之原物料成本，及專輯製作與企劃成本、著作權之版權版稅成本與各項演藝經紀成本等非實體產品成本。

本公司之**實體產品**進貨項目主要為光碟片、印刷物及包材等實體存貨，實體產品的組成並不複雜且印刷物及包材等之技術門檻不高，產品的內容由本公司掌握。本公司之實體產品需要於發行出版前適度保密，避免資料外流，防止盜版，故供應商大多為在該行業具有良好品質信譽且均與本公司往來多年之公司，具有穩定之合作關係；因本公司掌握產品內容及著作權，可自行決定或替換供應商，故無進貨集中少數供應商可能衍生之風險。

本公司之**非實體產品**為演藝經紀、音樂作品產出，藝人、詞曲創作者、音樂及影像工作者為演藝活動、音樂內容提供者，故為本公司最重要之資產與非實體產品供應商。本公司將藝人作為品牌經營，對藝人名聲進行風險控管，成功建立藝人品牌形象，歷年所簽約之藝人並無重大有損名聲之負面新聞。本公司與藝人、詞曲創作者、音樂及影像工作者等來往前，會透過同業間交流或背景調查，了解並評估其過去紀錄，需通過本公司之評鑑，本公司方與其進行合作。

五、供應商管理與客戶關係

(一) 供應商管理

實體供應商管理

1

本公司採購方針係與多家供應商詢價、比價、議價後，就單價、規格、付款條件、交期、產品及服務品質或其他資料等充分比較後決定之；在與供應商來往前並會透過同業間交流了解及評估供應商過去相關紀錄；本公司亦不定期進行供應商評鑑，拒絕與誠信不好之供應商往來，積極開發新的供應商，與供應商建立協同合作、互信互利、共同追求永續雙贏成長。

2

本公司慎選合作供應商並與供應商維持良好溝通，除要求供應商應致力於保障智慧財產權、產品安全與環境保護，亦重視其對勞動權益、人權保障及社會責任之遵循等，包括不得有強迫勞動、童工、歧視、騷擾、職場霸凌或其他侵害工作者基本權益與尊嚴之情事。合作過程中，本公司持續推動供應商減少資源耗用、遵循環保法令，並落實誠信經營及永續發展理念。若合作供應商或客戶有廣告不實、產品含有危害人體之成分、侵害他人專利權、著作權、營業秘密等智慧財產權或其他權利，或有違反勞動法令、人權保障、環境保護及其他對環境與社會造成顯著負面影響之情事，本公司得中止合作，並於合作合約中明訂相關條款。

3

本公司與供應商合約中均訂有廉潔條款，禁止任何形式貪污、敲詐勒索和挪用公款等行為，絕不為達交易目的而給予供應商及其關係人不當利益。

非實體供應商管理

本公司之藝人、詞曲創作者、音樂及影像工作者等智慧財產創作者，為本公司非實體產品之重要供應商。本公司透過詞曲作者座談、影像企劃會議及合約溝通等方式，向供應商說明創作要求與合作規範等。供應商於提供勞務或創作成果時，需承諾不抄襲、不侵害他人著作權或其他智慧財產權，並簽署相關合約或著作權完成證明書予本公司。

同時本公司亦重視合作過程中之勞動權益、人權保障與環境保護等，期許供應商遵循相關法令與誠信原則，不得有侵害相關權益之情事，本公司並透過活動規劃及合作溝通，鼓勵藝人、詞曲創作者、音樂及影像工作者等供應商共同支持環境保護及永續觀念之推廣，與本公司共同落實文化創意產業之社會責任。



民國114年度及115年度截至本報告書定稿日止，均無發現現有供應商及新增約214個供應商有重大違反合約、法令或其他權益之情事。

五、供應商管理與客戶關係

(一) 供應商管理

藝人品牌管理

1

本公司藝人多為本公司所選拔之新人，和本公司簽署藝人演藝經紀合約，於本公司出道，本公司相信用心對待、秉持人性化管理，以豐富經驗辨別各藝人特質替其做最佳之規劃，激發每位藝人潛在之特質及魅力，再佐以優質之專業團隊替其打造暢銷佳作並爭取適合之演藝經紀活動，故彼此皆已培養濃厚之革命情感，在創造雙贏之局面下，本公司藝人合約到期大多能續約，未續約頻率較低。

本公司除有穩定之藝人群外，亦積極尋找有潛力之新人及具知名度之藝人，惟本公司與同業間最大之差異，則係不用高額預付版稅之手法爭取藝人，因為本公司相信做「高優質音樂、作品」之經營理念、注重人性及專業制度、專精且卓越之團隊及全方位藝人規劃經營，係本公司吸引有潛力及才華藝人之最大利器。

2

本公司建置龐大的演藝經紀部門，協助公司及藝人開疆闢土，並有眾多合作長久、品牌聲譽卓著的客戶，讓藝人在本公司有更多演出機會，跳槽或自立門戶後表演舞台未能更加寬廣，有效減少跳槽誘因。

3

本公司與藝人約定合約期間內及履行合約工作之期間內，應保持端正之藝人形象，不得有沾染毒品、酗酒、賭博或其他影響個人及雙方形象及損害節目或活動代言形象聲譽之任何情事，否則藝人將有違約風險。

4

本公司平時即教導藝人應保持良好形象，並應取之社會用之社會、積極投身公益，藝人也能積極參與，體會弱勢族群的感受，因此也獲得多數公益社團的邀約擔任代言人。

5

本公司拒絕形象不佳之藝人加入公司，危害股東利益，本公司藝人如有違反社會秩序之情事，本公司會教導藝人勇於認錯，並進行迅速危機處理，絕不推託責任。



民國114年度及115年度截至本報告書定稿日止，本公司所簽約之藝人無重大損害形象或節目、代言之情事。



五、供應商管理與客戶關係

(二) 客戶關係

本公司建置龐大的演藝經紀部門，協助公司及藝人提升品牌與產品附加價值，有眾多合作長久、聲譽卓著的客戶，合作夥伴包含本土知名品牌與國際大廠，範圍含括生活中各項食衣住行育樂，服務地區遍及全亞洲。

本公司主要經營華語音樂市場，實體音樂產品主要為滿足粉絲、消費者收藏價值，近年來本公司出品之歌曲，在詞曲篩選與藝人詮釋方面擁有傑出表現，在音樂性追求與商業接受度之間取得良好的平衡。

本公司藝人及製作團隊更曾多次入圍及榮獲金曲獎等國內外知名獎項，已廣受同業、傳媒和消費者的肯定；配合休閒觀念盛行，國民生活水準及消費能力提高，本公司提供優質之音樂型態產品及藝人演藝經紀活動，可創造消費者更豐富之生活內涵，提高精神生活層次。

1. 銷貨客戶狀況

本公司114年度前十大銷貨客戶佔本公司及子公司合併營業收入淨額約80%，其中較大之營收對象為數位音樂授權平台、演唱會協辦公司或售票系統、代為安排演出活動之代理商、卡拉OK發行商，及眾多各型態之通路與電信運營商等客戶及被授權人。

部分本公司下游通路及平台業者為取得穩定內容供應，以專屬授權方式爭取本公司內容之授權，再由其轉授權其同業或下游，相較於非專屬授權營收分散於較多客戶，專屬授權方式顯得營收較為集中，但亦可創造較高收入。

本公司為內容資產的財產權人，只要內容是平台業者不可或缺，專屬授權造成的銷貨集中乃市場對爭取珍稀內容衍生之商業機制結果，銷貨集中反而彰顯公司內容資產對下游通路及平台業者之重要性與公司的影響力。

2. 客戶及消費者權益政策

- 1 本公司研發之流行音樂主要受眾為年輕族群，本公司發行之歌曲均協助紓發情緒，維護心理健康。本公司辦理演唱會除重視施工安全外，亦投保相關責任保險，重視消費者安全與權益。
- 2 本公司訂有個人資料保護管理辦法，並經董事會討論通過。辦法中規範個人資料之蒐集、處理及利用，以避免人格權受侵害，重視個人之隱私。
- 3 本公司為文化創意內容產業，無生產工廠，營運過程投入及產出智慧財產權，除自行遵守著作權法、商標法等相關法令外，同時要求供應商遵守相關規範。公司所發行之音樂專輯均詳實標示創作人及工作人員，及歌曲ISRC編碼，保障創作人之權益。

- 4 本公司內部控制制度中之銷售、採購、生產及研發循環等，訂有各項風險辨識及控管作業流程，各項業務均設有專人處理客訴案件，服務客戶、消費者及供應商，並於公司網站及年報中提供詳細公司聯絡資料，以作為利害關係人權利受侵害時之申訴管道。

- 5 本公司對於所提供之產品與服務遵循相關消費者法規與國際準則，確保產品及服務之資訊透明性及安全性，以防止產品或服務直接或間接損害消費者或其他利害關係人之權益、健康與安全。本公司之音樂實體產品透過經銷商之實體唱片門市及網路購物銷售給消費者，產品如果有損壞或危害消費者或其他利害關係人安全與健康之虞時，消費者可退換貨或本公司將主動回收，本公司處理部門為唱片業務部，聯繫電話(02)28835858。本公司之數位音樂及藝人演唱會，主要為無實體服務，演唱會如有售票行為，消費者如需退票，均可根據該場次售票網站規定之退票機制進行。

- 6 為提供客戶全方位之服務及保障，本公司針對客訴均即時與客戶進行充分溝通，瞭解客戶需求，以促進公司與客戶間之互動效果，並不定期於公司內部會議中檢討改進。

本公司114年度及115年度截至本報告書定稿日止，無客戶及消費者權益受損而產生損失情形。



陸、創新研發與智慧財產權

一、研發概況

本公司所經營之流行音樂唱片製作工作，需要眾多創意人才進行概念發想，公司設立有製作、企劃、宣傳及藝人經紀等部門，擁有眾多相關工作領域豐富經驗的員工，並和產業上下游合作夥伴充分合作。透過正式與非正式會議腦力激盪，產生各式各樣的產品與行銷概念；透過明星商品、歌曲專輯、MV及演唱會以實體銷售、平面媒體、電子媒體、網路行銷及現場演出等方式，將創意理念予以落實，並建構商業化模式，讓內容提供者擁有獲取報酬之管道。

另本公司並擁有眾多簽約之專屬詞曲作者，每年更定期舉辦詞曲創作大賽，網羅有潛力之詞曲創作人才，透過公司妥善規劃提供創作發展平台，由藝人詮釋詞曲創作人之作品，讓創作得到公開發表的機會。另辦理華研所、ZZ世代練習生徵選，培養幕前幕後人才。

本公司歷年來簽署了「爽爽貓」圖文創作者SECOND、「馬來獏」作者Cherng、「掰掰啾啾」等圖文創作作家，並代理印花樂、小貓巴克里與Godpod等，透過流行音樂的核心事業與經紀資源整合圖文創作，讓圖文與影音的結合，豐富流行文化內容的深度與廣度。

有關本公司創新與文創推廣，詳細資訊請參閱p.101「文創推廣」。

(一) 研發費用

本公司114年度從事音樂製作所投入製作及企劃等費用為新臺幣56,324仟元，佔114年合併營業收入新臺幣1,084,714仟元之5.2%。

單位：除佔比為%外，其餘為新臺幣仟元

項目 \ 年度	114年	115年第一季
研發費用	71,868	16,351
本公司合併營收淨額	1,084,714	217,552
研發費用/合併營收淨額	6.63 %	7.52%

一、研發概況

(二) 研發成果

◆ 114年

專輯歌曲

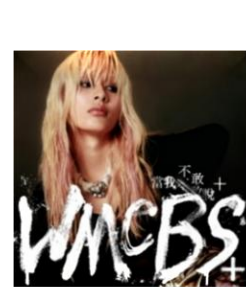
本公司114年度推出新作品包括陳小霞專輯《老翅膀》、曾沛慈專輯《下週同樣時間》、林宥嘉專輯《Apples of Thy Eye》，並以「液態膠」發行、JUD陳泳希專輯《當我不敢說+》及EP《都是自己拿來的》、「沒有才能」主唱黃若欣EP《黃花 Plucked》、耿斯漢EP《替我自由》、郁可唯單曲〈序〉、鄭馥儀單曲〈你的聲音〉〈雨落下〉。

本公司114年與戲劇合作推出的作品則包括，影集《The Outlaw Doctor 化外之醫》原聲帶、影集《我們與惡的距離2》主題曲〈廢墟之燼〉、插曲〈最好安排〉及〈你給過我太陽〉、戲劇《舊金山美容院》原聲帶、影集《就算一個人也可以好好的吃飯2》片尾曲〈煮沸〉、微短劇《還珠》片尾曲〈愛一次就夠〉、電視劇《梟起青壤》插曲〈紙星星〉、影集《凶宅專賣店》原聲帶等全新作品。

🏆 本公司114年作品入圍3項第37屆金曲獎：

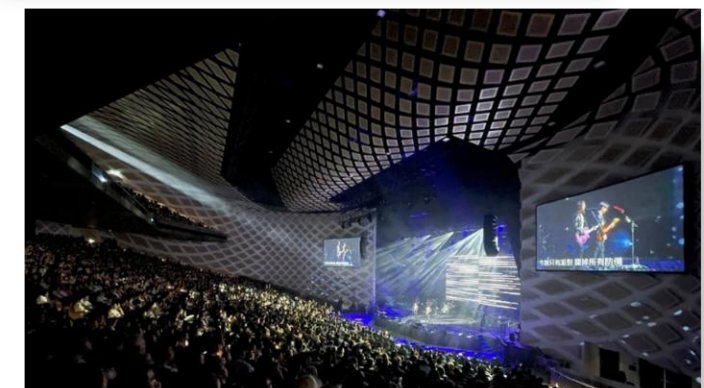
- 1) 最佳年度歌曲獎：老翅膀 (演唱者：陳小霞 / 作曲人：陳小霞 / 作詞人：姚若龍)
- 2) 最佳MV獎：怪情歌《Apples of Thy Eye》(演唱者：林宥嘉 / 導演：亞歷三小、自動鮭魚)
- 3) 最佳作曲人獎：張簡君偉，數到十《下週同樣時間》(演唱者：曾沛慈)

🏆 本公司114年作品榮獲第37屆金曲獎：
評審團獎：陳小霞《老翅膀》



演唱會

於台北流行音樂中心舉辦曾沛慈《關於愛這件事》演唱會，於加拿大、美國、新加坡、澳門、墨爾本、雪梨等城市舉辦動力火車《都是因為愛》世界巡迴演唱會，並在馬來西亞帶來最終場完美落幕。



一、研發概況

(二) 研發成果

◆ 115年截至本報告書定稿日

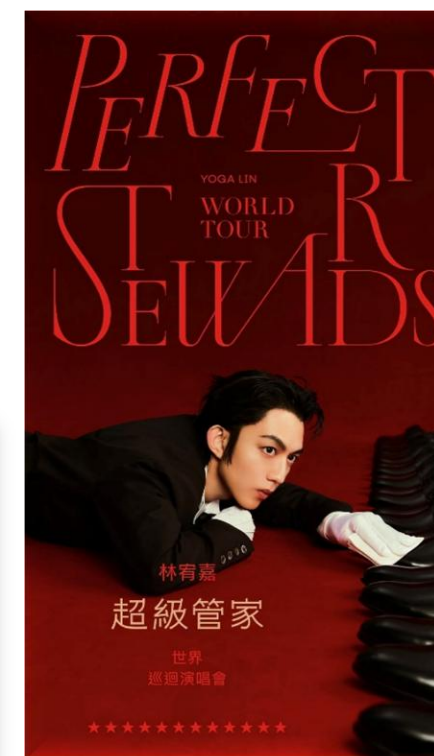
專輯歌曲

本公司115年截至本報告書定稿日已發行動力火車全新單曲〈I Need You〉〈玫瑰玫瑰 feat. 葛西瓦〉、曾沛慈單曲〈音樂產房:孤單心事(Live)〉、鄭馥儀「校園三部曲」系列單曲〈學妹〉〈不是朋友的朋友〉〈樓梯間唱的歌〉、女團babyMINT〈WIL:D feat. JUD陳泳希〉、JUD陳泳希單曲〈音樂產房:葉子(Live)〉、郁可唯為電影《最親愛的陌生人》獻聲的宣傳曲〈一覺醒來〉，及李友廷為影集《那些你不知道的我》獻唱的片尾曲〈未完成的歌〉等作品。後續規劃推出動力火車、林宥嘉、郁可唯、曾沛慈、JUD陳泳希、babyMINT、鄭馥儀及新的藝人等藝人之歌曲作品。預計投入之製作與企劃研發費用達新臺幣93,000仟元，以符合營運需要及維持本公司之競爭優勢。



演唱會

5月份啟動動力火車《一路向前》世界巡迴演唱會台北小巨蛋旗艦場，6月份推出林宥嘉《超級管家》世界巡迴演唱會。



二、智慧財產權管理

本公司為累積量多質精之智慧財產權，提升公司價值、藝人知名度，並在確保無智慧財產權侵權或被侵權之情事下，運用智慧財產權產生授權收入，達成營收利潤成長目標。

(一) 著作權管理

- 1) 持續投入流行音樂歌曲、MV及演唱會內容開發，創造量多質精之著作。
- 2) 確保公司著作符合著作權法保護之要件，設計「著作權管理辦法」內控制度，並有效執行，確保著作權權利之有效取得、妥善處理授權與維權。
- 3) 本公司設有數位內容部與版權部，前者負責著作權之數位授權、新媒體、新產品與新事業的開發，後者則進行著作權單曲之授權及管理，透過著作權的公開傳輸、公開播送、公開上映授權，獲取開發著作權之後續效益。

(二) 營業秘密管理

本公司重視營業秘密保護，員工到職及每年簽署利益迴避協議，離職時簽署離職切結書，以遵守保密義務。

(三) 執行情形

- 1) 參加財團法人台灣唱片出版事業基金會(RIT)、台北市音樂著作權代理人協會(MPA)等同業協會，獲取著作權修法新知、共同解決著作人與利用人間的紛爭。
- 2) 參與社團法人台灣著作權保護協會(TACP)，該協會係「海峽兩岸智慧財產權保護合作協議」下兩岸官方所指定的唯一辦理台商著作權認證單位，透過縮短認證時程，快速解決兩岸著作權疑義。
- 3) 加入社團法人台灣錄音著作權人協會(ARCO)、社團法人中華音樂著作權協會(MUST)，增加著作權公開使用之收益。
- 4) 本公司民國114年投入了74首錄音著作、40首視聽著作及相關美術圖文攝影著作之開發，截至本報告書定稿日止，本公司所擁有智慧財產權之種類及數量：錄音著作約2500首及相關MV、演唱會及宣傳影片等視聽著作與美術圖文攝影著作、商標110類。

📖 本公司於民國114年5月5日及115年5月4日董事會報告智慧財產管理與執行情形。



柒、員工權益與人才培育

一、人力結構

(一) 員工

本集團之員工均為全職員工，簽署不定期聘僱合約，無臨時及兼職員工。
截至114年12月31日止，本集團員工人數為96人，屬於經理人主管16人，結構如下：



● 依性別

性別 地區	男性	女性	合計
台灣	30	59	89
新加坡	0	3	3
馬來西亞	0	4	4
合計	30	66	96

● 主管性別

性別 地區	男性	女性	合計
台灣	8	6	14
新加坡	0	1	1
馬來西亞	0	1	1
合計	8	8	16

● 依年齡

年齡 地區	18-20歲	21-30歲	31-40歲	41-50歲	51-60歲	61-70歲	70歲以上	合計
台灣	0	12	29	18	23	7	0	89
新加坡	0	0	1	1	0	1	0	3
馬來西亞	0	0	1	0	3	0	0	4
合計	0	12	31	19	26	8	0	96

一、人力結構

(一) 員工

● 114年離職率性別及年齡別分布

性別 地區及年齡		男性		女性	
		人數(人)	比例(%)	人數(人)	比例(%)
台灣	30歲以下	0	0%	0	0%
	30-50歲	1	1.04%	6	6.25%
	50歲以上	0	0%	1	1.04%
新加坡	30歲以下	0	0%	0	0%
	30-50歲	0	0%	0	0%
	50歲以上	0	0%	0	0%
馬來西亞	30歲以下	0	0%	0	0%
	30-50歲	0	0%	1	1.04%
	50歲以上	0	0%	0	0%
合計		1	1.04%	8	8.33%
離職性別占比		11%		89%	

● 113年離職率性別及年齡別分布

性別 地區及年齡		男性		女性	
		人數(人)	比例(%)	人數(人)	比例(%)
台灣	30歲以下	0	0%	6	6.19%
	30-50歲	2	2.06%	4	4.12%
	50歲以上	0	0%	0	0%
新加坡	30歲以下	0	0%	0	0%
	30-50歲	0	0%	0	0%
	50歲以上	0	0%	0	0%
馬來西亞	30歲以下	0	0%	1	1.03%
	30-50歲	0	0%	0	0%
	50歲以上	0	0%	0	0%
合計		2	2.06%	11	11.34%
離職性別占比		15%		85%	

● 本集團114年男性離職率1.04%、女性離職率8.33%，相較113年男性離職率2.06%、女性離職率11.34%，無顯著差異，近二年員工人數及組成無顯著波動。



(二) 非員工

本集團非員工工作者包括藝人、樂手、妝髮造型師等自由工作者，受本集團或活動主辦方委任，非本集團專屬聘任，本報告書報導期間內，無人數統計資料。

註1：離職員工比例(%) = 各區間離職人員數/年底總人數

註2：離職員工性別占比(%) = 各性別離職人員數/總離職人數

二、員工權益與勞資關係

本公司重視員工權益及表達對僱員之關懷，積極建立性別平等及多元化的工作環境、注重員工人權與隱私、依法實行勞健保與退休金制度、每季由勞資代表舉行勞資會議，並每半年進行直屬主管領導能力評估、員工績效及意見調查，確保職場溝通管道順暢，促進勞資雙方的共識與和諧。另本公司員工無組織工會，故無團體協約。

本公司之各項規定皆依勞動基準法為遵循準則，114年度及截至本報告書定稿日止，勞資關係和諧。

(一) 人權維護

本公司已訂定「華研國際音樂股份有限公司人權政策」，致力維護員工基本人權，塑造人權充分保障環境，認同並支持聯合國《世界人權宣言》、《全球盟約》、《國際勞動組織公約》各項國際人權公約，並要求合作廠商營運活動，杜絕任何侵犯及違反人權的行為，使公司內、外部的成員，均能獲得公平而有尊嚴的對待。本公司人權政策請詳官網

https://www.him.com.tw/about13.php?select_index=about4。

本公司由管理部負責推動人權保障措施，依據勞動基準法等相關法令及國際人權公約規定訂定內部控制，尊重勞動人權，如結社自由、集體協商權、關懷弱勢族群、禁用童工、消除各種形式之強迫勞動等。

(二) 僱用多樣性

本公司遵循「就業服務法」規定，尊重每個員工的個人價值與和生活經驗，用人唯才，薪給以同工同酬為原則，沒有年齡、種族、國籍、性別或性別認同、身體或精神能力、宗教或信仰、性取向或社會階層的差異，以落實就業、雇用條件、薪酬、福利、訓練、考評與升遷機會之平等及公允。



(三) 性別工作平等

本公司營造友善工作環境，提供員工公平進步與成長的機會及打造歸屬感，透過教育宣導提升員工相互尊重的文化，杜絕職場不當行為之發生，並設有相關申訴機制。

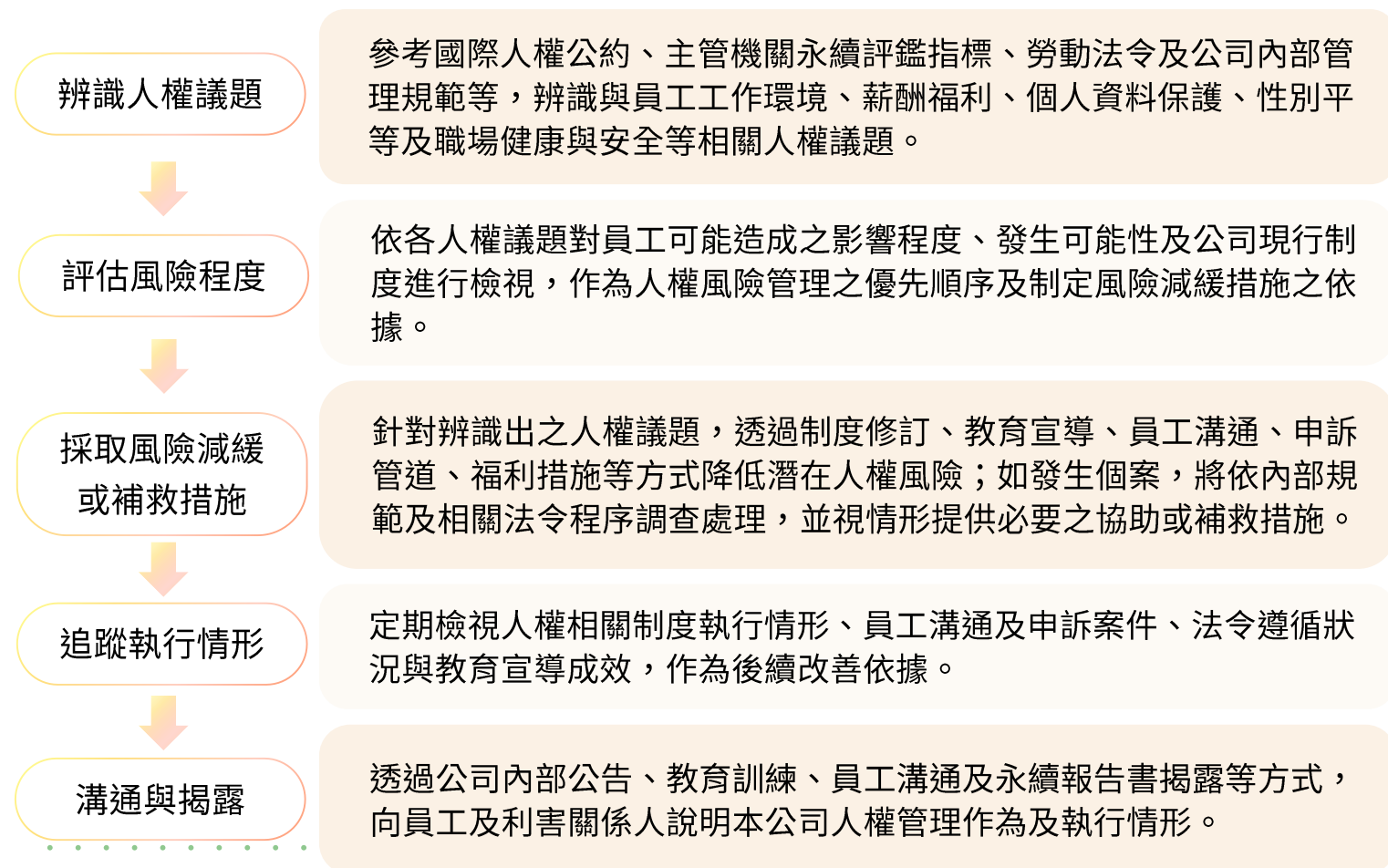
- 1) 本公司遵循「性別工作平等法」之規定，明定「工作場所性騷擾防治、申訴及懲戒辦法」、「預防職場不法侵害書面聲明」等規範，保障員工性別工作權平等及免於遭受職場不法侵害，並遵循「職業安全衛生法」之規定，明定「職場霸凌防治、申訴及懲處辦法」，保障員工身心健康、維護尊嚴之工作環境，預防與處理職場霸凌事件，提供員工安全的工作環境。
- 2) 截至114年12月31日止，本集團員工人數為96人，其中男性比例約為31%、女性比例約為69%，女性大於男性，並聘有身心障礙者1名。
- 3) 民國114年度及115年度截至本報告書定稿日止並無違反上述相關人權法令遭致處罰之情事，職場多元化或推動性別平等執行良好。

二、員工權益與勞資關係

◆ 人權盡職調查

1. 人權盡職調查流程

本公司人權盡職調查以「辨識、評估、風險減緩、追蹤及溝通」為主要流程，由管理部會同各單位，依據公司營運、員工工作型態及現行管理制度等，檢視可能涉及之人權風險，並依評估結果持續調整相關管理措施。



2. 人權盡職調查範圍及重大人權議題

本公司114年度人權盡職調查範圍以本公司全體員工為主。截至114年12月31日止，本集團員工人數為96人，其中男性比例約為31%、女性比例約為69%，女性大於男性，並聘有身心障礙者1名，約占全體員工1%。依本公司營運型態及員工工作環境，114年度辨識之重大人權議題如下：

人權議題	風險說明	制度或措施
薪資與工時	薪酬、加班、休假及工時管理是否符合法令規範，並兼顧員工工作與生活平衡。	遵循勞動基準法及相關法令，訂有薪資報酬及出勤管理制度，並依法辦理勞健保、退休金提撥及各項休假管理。
健康與安全	辦公場域是否安全、是否照護員工身體及心理健康等。	提供健康檢查、團體保險、眷屬團保及旅行平安險等福利，並持續維護辦公環境安全與員工健康。
平等與不歧視	員工招募、任用、薪酬、升遷等是否因性別、年齡、種族、國籍、宗教、身心障礙或其他身分差異而有不公平對待。	用人唯才，薪給以同工同酬為原則，尊重員工多元背景與個人價值，提供公平之工作、發展及訓練機會。
性騷擾、職場不法侵害及霸凌防治	員工於工作場所是否可能遭受性騷擾、不當言行、職場不法侵害或霸凌等。	訂有「工作場所性騷擾防治、申訴及懲戒辦法」、「職場霸凌防治、申訴及懲處辦法」等，並設有相關申訴機制，強化職場安全與尊嚴保障。
隱私權及個人資料保護	員工個人資料之蒐集、處理、利用及保存是否符合個人資料保護規範。	遵循「個人資料保護法」，並訂有「個人資料保護管理辦法」，確保員工個人資料之使用限於合理及必要範圍。
溝通與申訴權利	員工是否具備適當管道表達意見、反應問題及提出申訴。	透過內部溝通、申訴機制及相關管理程序，使員工得以反應工作環境、人權保障及勞動權益相關意見。

二、員工權益與勞資關係

◆ 人權盡職調查

3. 114年度執行情形

本公司114年度依人權政策及相關內部制度，持續檢視員工人權保障執行情形，並透過薪酬福利制度、員工訓練、健康照護、職場性騷擾防治、個人資料保護及申訴機制等措施，降低人權風險。114年度及截至本報告書定稿日止，本公司並無因違反人權、勞動、性別平等、職業安全衛生或個人資料保護等相關法令而遭裁罰之情事。

本公司將持續注意員工工作環境及人權風險變化，並視法令修正、主管機關要求及員工回饋，滾動檢討相關制度與管理措施，強化人權盡職調查機制。

4. 重大人權議題之風險減緩及補救措施

人權議題	風險減緩	補救措施
薪資與工時	定期檢視薪酬、出勤、加班及休假管理是否符合法令規範；依公司薪資報酬制度及績效考核機制，維持合理薪酬及員工福利。	如發現薪資、加班費、休假等有不符法令或公司制度情形，將即時更正調整並依法補發薪資。
健康與安全	提供員工健康檢查、團體保險及旅行平安險，並維持安全、整潔及健康之辦公環境；透過教育宣導提升員工安全及健康意識。	如發生職業災害或健康安全事件，將依相關法令及公司內部程序進行通報、調查及改善，並提供必要協助。
平等與不歧視	招募、任用、薪酬、訓練、考核及升遷均以能力、職務需求及績效為主要考量，不因個人身分差異而有差別待遇。	如發生歧視或不公平對待申訴，將依申訴程序進行調查及處理，並視情形採取改善、溝通、調整或懲處措施。
性騷擾、職場不法侵害及霸凌防治	落實工作場所性騷擾防治、申訴及懲戒辦法，設置申訴管道，並持續研擬職場霸凌防治相關規範，提升員工相互尊重之職場文化。	如發生性騷擾、霸凌或職場不法侵害事件，將依相關法令及內部規範進行調查及即時處理，並視個案情形提供當事人必要協助及保護措施。
隱私權及個人資料保護	依個人資料保護管理辦法控管員工個人資料之蒐集、處理及利用，避免逾越特定目的或不當揭露。	如發生個資異常或疑似外洩事件，將即時啟動調查及改善程序，並依個人資料保護法及公司規範採取必要通報及補救措施。
溝通與申訴權利	維持員工意見反映及申訴管道，鼓勵員工就工作條件、職場環境及人權保障相關議題提出意見。	如接獲員工反應或申訴，將由權責單位管理部依程序處理，於必要時進行跨部門溝通、制度修正或個案補救。

本公司將持續依營運規模、利害關係人期待及主管機關永續揭露等要求，逐步完善人權盡職調查制度，並評估將人權風險辨識及管理範圍延伸至其他利害關係人，以提升公司整體人權治理成效。

二、員工權益與勞資關係

(四) 隱私保護

本公司遵循「個人資料保護法」，並制定「個人資料保護管理辦法」，經董事會討論通過。辦法中規範個人資料之蒐集、處理及利用，避免員工、藝人人格權受侵害，確保個人資料之利用在合理範圍內，重視個人隱私。

- 1) 個人資料保護範圍包括員工、藝人、往來廠商及官網會員個人等個人資料之蒐集、處理或利用，應尊重當事人之權益，依誠實及信用方法為之，不得逾越特定目的之必要範圍，並應與蒐集之目的具有正當合理之關聯。
- 2) 權責單位包括：
 - 財會部：負責員工薪資、藝人及往來廠商所得扣繳申報及財務往來等個人資料管理。
 - 管理部：負責員工人事資料整理、協助員工、藝人及往來廠商辦理機票簽證保險及飯店住宿等事宜相關個人資料管理及其他新增業務範圍個人資料管理。
 - 資訊部：負責控管公司官網會員個人資料及公司整體資訊系統安全維護。
- 3) 資安政策與執行情形請詳p.66「資訊安全」。

(五) 退休制度

本公司依勞動基準法及勞工退休金條例之規定辦理，定期提撥勞工退休準備金並儲存於台灣銀行，並於年底委請精算師精算，以確保退休準備金準備充足：

- 1) 自94年7月1日起實施勞退新制，依勞工退休金條例規定，凡選擇新制者，公司每月提撥不得低於勞工每月工資6%至勞工退休金帳戶，民國114年提列退休金成本3,880千元，並配合員工意願辦理退休金自提。
- 2) 本公司民國106年度有1名員工申請退休，107年度至114年度未有員工符合退休資格與申請退休。



- ◆ 本公司114年度共舉辦4次勞資會議，討論事項包括114年度員工健康檢查規劃、員工旅遊員工請假方式提案、114年度行事曆修正公告、為保護員工健康進行辦公室地毯清洗事宜等。議案討論皆達共識，勞資雙方關係和諧。
- ◆ 本公司設置受職場性騷擾、職場霸凌或其他不法侵害之諮詢與申訴管道如下：
申訴專線：(02)2512-1919 轉總經理室
申訴信箱：885@him.com.tw
- ◆ 本公司最近年度及截至本報告書定稿日無勞資糾紛而遭受損失之情事，亦無接獲員工受職場性騷擾、職場霸凌或其他不法侵害之申訴事件。

三、人才培育與教育訓練

本公司依各職能發展提供多元化訓練及安排員工專業在職訓練課程，以培養豐富專業能力及兼具挑戰性之人才：

- 1) 本公司新同事報到，安排新人教育訓練，協助新同事適應公司環境與文化。

· 本公司114年度新進員工共7名，於新人報到時就公司環境、制度等進行介紹，每次1-2小時。

- 2) 本公司鼓勵員工依其職涯規劃及業務需求至外部單位進行訓練，訓練內容包含網路環境企劃宣傳、資訊科技的發展運用與會計、稅務、法務新知等；亦安排財會部門主管、總管理處副總及投資人關係聯絡人、內部稽核主管參與主管機關及會計師事務所或其他單位舉辦之公司治理、企業社會責任、永續發展相關主題之研討、座談、宣導會或實務課程等。本公司114年員工參與外部財務、法務、稽核、公司治理、資訊安全等訓練課程，總時數達60小時以上。

- 3) 本公司不定期舉辦各類主題內部教育訓練課程，聘請業界專業人士至公司與員工分享相關知識，協助員工提升工作技能及專業素養，並將重要內容錄影存檔，提供未能參加課程之員工隨時觀看。

· 本公司114年舉辦內部教育訓練課程：「資訊安全及AI運用」課程2場、「著作權實務運作介紹」課程2場。



● 114年「著作權實務運作介紹」內部訓練

- 4) 為促進華語音樂演藝人才永續發展，本公司持續舉辦「全球華人詞曲創作大賽」、「ZZ世代練習生徵選」，吸引來自世界各地才華洋溢的創作者及表演者，提供獎金、網羅創作人才、培育優勝練習生成為出道藝人，使本公司優秀人才與新作品源源不絕。此外，本公司亦舉辦「華研所」計畫，招募音樂產業幕後人才並培養之，豐富公司及產業人才庫。詳細資訊請參閱p.101「文創推廣」。



四、薪酬與福利

(一) 薪酬政策

- 1) 本公司之薪資報酬政策除符合法律最低要求外，另訂有薪資報酬制度，經薪酬委員討論後實施。
- 2) 本公司依專業能力招募及聘用員工，員工薪酬於到任時由員工與公司議定，後續每年依據績效考核進行調整，績效考核時同時評估員工各面項綜合表現，對於績優者予以獎勵，成效不彰者則提供改進建議與適度獎懲。
- 3) 本公司非擔任主管職務之全時員工薪資平均數、中位數，及前二者與前一年度之變動情形，請詳公開資訊觀測站
(<https://mops.twse.com.tw/mops/#/web/t100sb15>)。
- 4) 本公司休假依勞基法規定，對於年度結束未能休完特休假期者，立即結算酬勞支付。
- 5) 本公司董事及高階管理階層之薪酬政策，主要依公司營運績效、職務職責、專業能力、風險控管等因素綜合評估，114年度尚未將薪酬與特定永續績效指標建立明確連結，未來將依永續準則及主管機關揭露規範持續檢視薪酬制度，評估逐步納入相關永續指標，強化薪酬政策與永續發展目標之連結。

● 員工酬勞

依本公司章程第21條，公司年度如有獲利(所謂獲利係指稅前利益扣除分派員工酬勞及董事酬勞前之利益)，應提撥百分之二至百分之五為員工酬勞及百分之五以下之董事酬勞。

114年股東常會增訂分配基層員工酬勞：員工酬勞中不低於百分之十，給付對象應為基層員工。基層員工係指非屬經理人且薪資水準低於一定金額者，前開「一定金額」由董事會訂定之，惟不得低於「中小企業員工加薪薪資費用加成減除辦法」定義之基層員工薪資水準。

本公司民國113年提列之員工酬勞實際支付部分給予基層員工之比例為31.9%，符合公司章程第21條規定，員工酬勞中不低於百分之十，給付對象應為基層員工。民國114年獲利提撥之15,000千元員工酬勞，於民國115年3月9日董事會討論通過，於股東常會後及績效考核後發放。

(二) 福利制度

本公司提供員工多元福利，包括員工旅遊、演唱會門票、公司及關係企業產品員購優惠、尾牙舉辦及獎品獎項；提供辦公室飲料咖啡與餅乾點心；給予推薦新人或藝人之推薦獎金及年度績效獎金、認股權及限制員工權利新股；定期辦理員工健康檢查，並給予半天健檢公假；為員工投保團體保險及旅行平安險，給予員工高額保障，並提供員工眷屬參加團體保險；成立職工福利委員會，每三個月舉辦一場慶生會、提供員工生日/端午/中秋禮金、國內休閒娛樂補助、婚喪喜慶補助等，照顧員工工作與生活間之平衡，促進內部凝聚力及認同感，提升工作效率與品質。



● 115年1月尾牙



● 115年員工旅遊 日本名古屋



● 114年慶生會

四、薪酬與福利

● 健全休假制度

本公司重視員工工作與生活平衡，充分尊重其不同人生階段的家庭照顧需求，提供包含育嬰留職停薪在內之多元彈性制度。若同仁於育兒初期有照顧新生兒之需求，可提出育嬰留停申請，待階段性照顧完成後再重返職場。

- 本公司近二年度申請育嬰假人數如下：

項目 \ 性別	男性	女性	合計
114年享有育嬰假人數	1	3	4
114年實際使用育嬰假人數	0	1	1
114年休完育嬰假應復職人數(A)	0	1	1
114年休完育嬰假實際復職人數(B)	0	1	1
113年休完育嬰假復職人數(C)	0	0	0
113年休完育嬰假復職且在職滿一年人數(D)	0	0	0
復職率%(B/A)	100%		
留任率%(D/C)	不適用 (註：113年休完育嬰假復職人數為0，故無法計算)		

同時本公司依性別平等與母性勞工健康保護等政府規範，推動性別友善職場環境。員工可依需求申請生理假、家庭照顧假、產檢假、陪產假、產假等各類假別，提升多元職場彈性；另為尊重不同族群文化，本公司新增歲時祭儀假，支持員工兼顧工作與個人、家庭及文化生活，營造更具包容性之友善職場。

- 本公司114年度申請上述休假之人數如下：

假別	生理假	家庭照顧假	產檢/陪產假	產假	歲時祭儀假
人數	13	1	0	0	1



五、職業健康與安全

(一) 員工健康

- 1) 定期辦理員工健康檢查，給予補助與半天公假。本公司114年申請補助員工人數64人，補助總金額新臺幣537,500元。
- 2) 推行無菸工作環境，讓員工可以在舒適及健康的環境下工作。
- 3) 不定期舉辦員工文藝活動如觀賞電影、演唱會，陶冶員工健康的身心；並辦理員工國內外旅遊與運動會等，讓員工在閒暇之餘，能適當照顧個人健康及培養運動習慣。民國114年3月、115年3月分別舉辦員工日本北海道、名古屋旅遊，獎勵員工。
- 4) 為員工投保團體保險及旅行平安險，給予員工高額保障。
- 5) 聘請專業衛教人員及身心健康講師到公司對員工宣導衛教資訊、急救方法，以及身心健康相關知識等。
- 6) 遵循「職業安全衛生法」之規定，明定「職場霸凌防治、申訴及懲處辦法」，保障員工身心健康、維護尊嚴之工作環境，預防與處理職場霸凌事件，提供員工健康安全的工作環境。

(二) 職場安全

- 1) 本公司辦公大樓設有24小時大樓管理員管理大樓門禁，在辦公室入口處設有門禁管制系統及委聘專業保全公司之保全人員，管制上班時間人員進出，確保員工安全。
- 2) 於辦公室內設置滅火器，並每年進行一次辦公室消防安全檢查。
- 3) 定期進行辦公室環境整潔消毒。
 - 本公司民國114年上述措施執行情況良好，無職災或火災情形，無傷亡情形。

(三) 員工意見調查

本公司每年舉辦兩次員工意見調查，分別於每年6月及12月，全體員工於績效考核時，附帶開放式問答，員工均可針對公司各項措施提出改善建議，透過電子簽核系統傳遞訊息，由管理部主管統籌資訊，也保障建言同事個資或隱私。

民國114年員工意見調查實施情形、調查結果與改善計畫說明摘錄如下：

員工意見調查對象	台灣地區員工
人數	89人
覆蓋率	100%
負責單位	管理部
調查頻率	每年6月及12月
調查期間	民國114年度
調查題目	公司環境、主管提供協助建議開放式問答
調查方式	績效考核時，併同線上問卷
主要調查結果	1. 建議改善辦公室空調溫度過冷過熱問題。 2. 茶品零食建議多樣化。 3. 垃圾分類方式建議。
主要改善方案	1. 由於本公司採用大樓中央空調，難以改變冷氣供輸，採取替代方式提供員工電風扇及電暖器局部改善室溫。 2. 公司茶品及零食餅多樣化採買，滿足不同需求。 3. 公司資源與垃圾分類政策向全體員工說明，資源與垃圾分類成紙類(含紙箱)、瓶罐、與其他(一般垃圾包含廚餘)三類，後續由清潔公司處理及分類，增進處理效率。



捌、綠色環境與永續發展

一、永續發展管理

- 1) 本公司訂有「永續發展實務守則」、「永續資訊管理辦法」並揭露於公司網站之利害關係人及公司治理專區，於企業經營之同時，積極實踐永續發展，並促進經濟、環境及社會之進步，以達永續發展之目標。
- 2) 本公司推動永續發展之專責單位為本公司總管理處，財會部、法務部、管理部、資訊部及資訊安全主管及演藝經紀部等各部門均依其職務所及範疇積極落實公司治理、發展永續環境及維護公益之運作。本公司並已於111年12月12日董事會成立溫室氣體盤查小組，由總經理督導溫室氣體盤查小組的運作。本公司永續治理請詳p.60，溫室氣體盤查小組成員請詳p.92。
- 3) 本公司於每年度董事會報告永續發展情形，114年度永續經營執行情形於115年5月4日董事會上報告。董事會對本公司及藝人推廣公益活動、節能減碳、維護環境永續發展與參與急難與賑災捐款等，予以肯定，董事會定期檢討本公司運作情形與成果後，提供強化調整項目建議，供本公司持續推動永續發展。

二、氣候風險因應

本公司為文化創意內容產業，主營流行音樂製作及發行、著作權授權、圖文作家及藝人演藝經紀。其中營收占比較大的著作授權，主要以數位網路為媒介，受氣候因素影響較小；演藝經紀活動則因涉及藝人實地演出，較易受氣候變遷影響。氣候變遷乃屬整體系統性風險，本公司持續關注氣候變遷，並定期評估潛在風險，因應整體大環境改變提供服務模式。

● 本公司「氣候相關資訊執行情形」

項目	執行情形
1. 敘明董事會與管理階層對於氣候相關風險與機會之監督及治理	本公司由董事會及審計委員會核定永續發展政策或相關管理方針、具體推動計畫，監督管理階層分配與指派充足且適當之資源，使永續資訊相關內部控制制度能有效運作。本公司111年12月12日董事會通過成立溫室氣體盤查小組，由總經理督導溫室氣體盤查小組的運作。本公司並訂有永續資訊管理辦法，責成總管理處及公司治理主管協調母子公司各部門、整合母子公司永續資訊，定期提供予董事會及審計委員會，管理辦法中並明訂各部門之權責。本公司114年度永續經營執行情形已於115年5月4日董事會上報告。

二、氣候風險因應

● 本公司「氣候相關資訊執行情形」

項目	執行情形
2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)	本公司主要經營數位音樂內容授權及藝人演藝經紀活動。數位音樂授權主要透過線上交易，氣候因素尚無影響；演藝經紀活動如涉及藝人現場演出，則會受極端天候影響演出機會與現場體驗。本公司短中長期氣候風險與機會辨識如下： 1) 短期 A. 風險辨識： a) 藝人現場演出可能因極端天候（如颱風、豪雨、酷暑）被迫延期或取消，影響觀眾出席、整體活動成效與營收。 b) 為因應政府對永續揭露、溫室氣體盤查、節能減碳政策等要求，可能增加人力與相關作業時間成本。 B. 機會辨識：提早佈局線上演出或虛擬演唱會，可減少未來實體場地的氣候風險衝擊，並擴大潛在觀眾客群。 2) 中期： A. 風險辨識： a) 政府若加強要求溫室氣體盤查、永續報告書、年報等揭露資訊規範，可能造成相關系統導入、人力與教育訓練，及第三方確信等成本的增加。 b) 若合作客戶或品牌日益重視永續議題，可能要求公司或藝人具節能環保相關形象，影響代言或商演等機會。 B. 機會辨識：持續實行節能減碳措施、主動導入永續資訊揭露制度(如SASB、TCFD等)、藝人參與環保節能相關活動等，有助於提升公司及藝人永續形象，可能有利於取得品牌代言或商演合作，甚至提高市場競爭力。

項目	執行情形
2. 敘明所辨識之氣候風險與機會如何影響企業之業務、策略及財務(短期、中期、長期)	3) 長期： A. 風險辨識： a) 氣候劇變、全球平均氣溫上升，可能改變大型活動與演出模式，影響長期巡演或其他現場演出規劃等。 b) 碳費或其他能源稅收政策如落實，演唱會場地、電力使用或其他營運上相關支出可能大幅增加。 c) 永續觀念愈趨普遍、政府監管制度趨嚴，未能符合相關規範可能對公司聲譽及藝人形象帶來不利影響。 B. 機會辨識： a) 藝人參與綠色環保、節能減碳等活動或代言，具備永續相關形象，可能成為客戶、品牌合作的評估新指標。 b) 持續導入節能軟硬體及制度（如演唱會使用節能設備、推行碳中和巡演等）有助於建立公司永續創新形象，打造具永續價值的文化IP。 c) 音樂作品內容可結合氣候、環保主題，或舉辦永續及公益演唱會等，藉由音樂、藝人的影響力促進公眾意識並增加跨界合作機會。

二、氣候風險因應

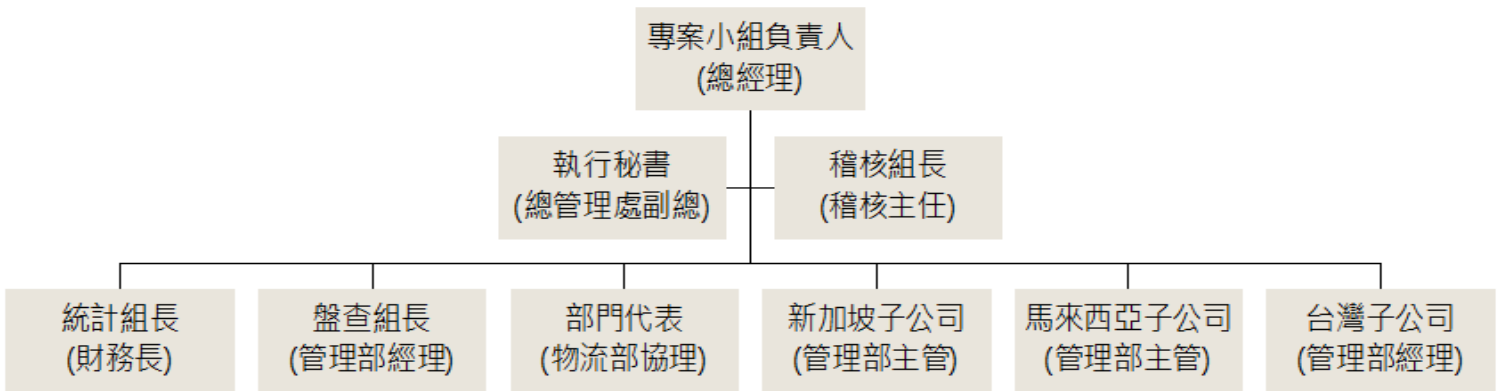
● 本公司「氣候相關資訊執行情形」

項目	執行情形
3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響	1) 極端氣候可能增加藝人演出的不確定性，如設備損壞或交通中斷導致現場活動取消、延期等，進而造成營收損失。 2) 公司可能為因應環保政策規範，建立永續管理制度或增加節能相關投資等，增加營運成本。 3) 本公司積極開發音樂內容，除了進行數位授權，也可將藝人演出轉為線上演唱會，減少極端氣候的影響，強化營運韌性。
4. 敘明氣候風險之辨識、評估及管理流程如何整合於整體風險管理制度。	本公司由溫室氣體盤查小組收集用電、用油、用水及廢棄物等資料，定期檢視氣候變遷對公司營運可能造成的影響，管理階層並計畫相應措施，如音樂內容數位化、資料異地備援，或考量將藝人演出內容由實體轉為線上之可行性，將氣候風險因應相關措施逐步納入各部門作業與預防機制，與資安、財務、人資等單位協調應變，提升公司整體風險應對能力。
5. 若使用情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，應說明所使用之情境、參數、假設、分析因子及主要財務影響。	本公司目前尚未正式使用氣候情境分析評估面對氣候變遷風險之韌性，惟本公司參考氣候變遷趨勢，初步以實體風險及轉型風險進行情境評估，請詳p.114。未來將依主管機關規範進行相關分析，強化公司對氣候風險的應變機制。

項目	執行情形
6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。	本公司主要經營數位音樂內容，為因應氣候變遷對實體演出的影響，考量將部分實體演出轉為線上活動的可行性，確保演出活動具彈性，降低轉型風險。為因應氣候風險，本公司已推動多項節能減碳措施，包括電子系統無紙化、空調調控、垃圾分類和減量等，減少日常辦公能源消耗，並以用電量、用水量及廢棄物量每年能源管理費用減量1%、2024年至2030年減量6%為目標，逐步將減碳制度納入各部門營運管理，未來亦將根據政府相關政策推行，持續完善節能措施、溫室氣體盤查及氣候轉型風險管理等。
7. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。	本公司為文創產業，99%營收來自無實體產品，1%營收的實體產品為委外生產，本身無生產製程，目前評估無使用內部碳定價之需求。本公司將持續關注國內外碳費與碳交易等碳議題發展狀況，評估導入內部碳訂價制度的必要性。
8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之活動、溫室氣體排放範疇、規劃期程，每年達成進度等資訊；若使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)以達成相關目標，應說明所抵換之減碳額度來源及數量或再生能源憑證(RECs)數量。	本公司已完成111年至114年用電量、用水量及廢棄物總量統計，依數據換算溫室氣體排放量，涵蓋範疇一及範疇二，相關數據請詳p.93。本公司並已制定用電、用水及廢棄物之能源管理費用較前一年度減量1%、2024年至2030年減量6%之目標，持續推動各項節能管理政策，請詳p.95。本公司無生產工廠，目前尚未使用碳抵換或再生能源憑證(RECs)。
9. 溫室氣體盤查及確信情形與減量目標、策略及具體行動計畫	本公司已參考ISO14064及GHG Protocol進行溫室氣體盤查，涵蓋範疇一與範疇二，尚未經第三方單位確信，將依主管機關規定於訂定時程內完成查證，並將盤查逐步擴大至範疇三。減量目標、策略及行動計畫方面，本公司已訂定每年用電、用水、廢棄物量等能源管理費用減少1%，期於2030年較2024年減少達6%之能源管理目標，推行減碳措施包括空調調控、使用節能照明、使用電子簽核取代紙本、強化員工相關節能意識，並將逐步評估演出活動之碳足跡，考量實體演出轉為線上形式，降低能源及碳消耗。未來將依減碳趨勢及主管機關政策，持續優化管理措施，促進公司永續經營。

三、溫室氣體盤查

(一) 溫室氣體盤查小組



成員	部門	職稱	執掌
專案小組負責人	總經理	總經理	核准發布年度溫室氣體盤查報告書與監督盤查小組運作
執行秘書	總管理處	副總	- 監督並提供執行溫室氣體盤查的人力支援、擬定年度溫室氣體盤查計畫 - 協調母子公司進行配合溫室氣體資訊管理運作事項 - 內部查證小組指派及授權
稽核組長	內部稽核	主任	稽核溫室氣體排放管理與統計
盤查組長	管理部	經理	- 台灣母子公司辦公空間產生溫室氣體排放源管理，各部門主要聯繫窗口 - 協助進行排放源鑑別、活動數據及紀錄存查、蒐集排放係數，提供必要之數據及佐證資料

成員	部門	職稱	執掌
統計組長	財會部	財務長	母子公司溫室氣體排放統計管理與覆核
部門代表	物流部	協理	公司倉庫產生溫室氣體排放源管理
台灣子公司 華研音樂經紀股份有限公司	管理部	經理	同母公司辦公空間，併同處理
台灣子公司 洗耳恭聽股份有限公司	管理部	經理	同母公司辦公空間，併同處理
新加坡子公司HIM International Music Pte Ltd	管理部	主管	新加坡子公司排放源鑑別、活動數據及紀錄存查、蒐集排放係數，提供必要之數據及佐證資料
馬來西亞子公司 HIM International SDN BHD	管理部	經理	馬來西亞子公司排放源鑑別、活動數據及紀錄存查、蒐集排放係數，提供必要之數據及佐證資料

三、溫室氣體盤查

(二) 溫室氣體盤查邊界

1. 組織邊界

本公司114年度溫室氣體盤查範圍為華研國際音樂股份有限公司、華研音樂經紀股份有限公司、洗耳恭聽股份有限公司、新加坡子公司HIM INTERNATIONAL MUSIC PTE LTD，及馬來西亞子公司HIM INTERNATIONAL SDN BHD。

2. 盤查範疇

本公司溫室氣體盤查係以ISO 14064-1：2018為主要準則，並參考GHG Protocol標準，所鑑別之範疇一與範疇二溫室氣體排放報告邊界如下：

類別	子類別	設施	排放源
直接排放源	1.1 來自固定排放源之直接排放	緊急發電機	柴油
	1.2 製程排放	無	無
	1.3 來自移動源之直接排放	公務車	汽、柴油
	1.4 來自逸散排放源之直接排放	化糞池	CH4
		冰箱、除濕機、 飲水機、公務車	R-134a
		冷氣機	R-410a
能源間接排放	2.1 來自輸入能源之間接排放， 包含電力、蒸氣、熱能、高壓 空氣、冷能或其他能源。	公司用電	外購電力

(三) 溫室氣體排放

1. 直接溫室氣體排放(範疇一)

本公司114年直接溫室氣體排放源如下表，產生的溫室氣體種類有二氧化碳(CO2)、甲烷(CH4)、氧化亞氮(N2O)與氫氟碳化物(HFCs)等共四類：

類別		對應活動/設配種類	排放源	溫室氣體
範疇一 直接溫室 氣體排放	固定式排放源	緊急發電機	柴油	CO2、CH4、N2O
	移動式排放源	公務車	汽、柴油	CO2、CH4、N2O
	逸散性排放源	飲水機、公務車、 除濕機、冰箱、冷氣	冷媒	HFCs
		化糞池	甲烷	CH4

本公司114年直接溫室氣體排放量(範疇一)總量為49.1680噸CO2e，占總排放量比例為25.21%。範疇一主要排放源為移動排放，產生之溫室氣體以CO2排放為最多，範疇一溫室氣體排放量如下表：

	CO2	CH4	N2O	HFCs	PFCs	SF6	NF3	範疇一 7種溫室氣體 年總排放當量
排放當量 (公噸CO2e/年)	41.1305	4.5500	1.1925	2.2950	0.0000	0.0000	0.0000	49.1680
氣體別占比 (%)	83.65%	9.25%	2.43%	4.67%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%

三、溫室氣體盤查

(三) 溫室氣體排放

2. 間接溫室氣體排放(範疇二)

本公司範疇二主要為公司外購電力及公共用電使用，數據統計來源主要為ERP系統統計：

類別	重大排放源	可能產生溫室氣體	資料來源	權責單位
第2類輸入能源	外購電力	CO2	ERP系統	財會部

● 本公司過去兩年度用電如下：

年度	總用電量(度)
113年	318,343
114年	305,175

範疇二計算外購電力、熱或蒸氣產生之間接溫室氣體排放。本公司114年範疇二溫室氣體排放量為145.8287公噸CO₂e，占總排放量比例74.79%。

3. 溫室氣體總排放量

本公司114年溫室氣體排放如下表，範疇一及範疇二溫室氣體合計排放總量為194.997公噸CO₂e。範疇一移動排放主要為公務車使用之汽油，範疇二能源間接排放主要為辦公室使用之電力。各類溫室氣體排放量分別為：CO₂排放量186.9592公噸CO₂e；CH₄排放量4.5500公噸CO₂e；N₂O排放量1.1925公噸CO₂e；HFCs排放量2.2950公噸CO₂e；PFCs、SF₆ 及NF₃排放量皆為0。

	範疇一				範疇二	總排放當量
	固定排放	製程排放	移動排放	逸散排放	能源間接排放	
排放當量 (公噸CO ₂ e/年)	49.1680				145.8287	194.9967
氣體別占比 (%)	25.21%				74.79%	100.00%
	0.00%	0.00%	21.90%	3.32%		

🌐 本公司依據環境部事業溫室氣體排放量資訊平台公布之最新「溫室氣體排放係數」建置本公司溫室氣體盤查管理程序及維持盤查作業運作，以符合國際標準ISO 14064-1：2018與GHG Protocol對資訊管理之要求，並供管理階層作為決策參考，以降低組織溫室氣體排放量。

四、能源管理與節能減碳

本公司為文化創意內容產業，無工廠生產製造過程，所消耗之能源與資源主要為員工日常使用辦公室辦公之廢棄物與用水量，及公務車用油與辦公室照明、空調等用電所產生之溫室氣體排放。為有效降低對環境之影響，本公司積極推動節能減碳，設定能源管理費用較前一年度減少1%之目標，期於2030年較2024年減少達6%，致力於建立永續辦公環境。

(一) 能源管理制度

目的 與宗旨

本公司為文化創意內容產業，無工廠生產製造過程，為降低日常辦公用電、用水、廢棄物消耗及公務車用油對環境造成之影響，透過能源管理與節能減碳措施，提升資源使用效率，建立永續辦公環境。

適用 範圍

本公司大多數員工所在之辦公地點為建國北路辦公室，依可取得數據之範圍，統計相關用電、用水及廢棄物重量。

管理 目標

設定能源管理費用較前一年度減少1%、2030年較2024年減少達6%之目標。

管理 方式

透過能源使用量統計、用水數據檢視、廢棄物管理、節能減碳措施、循環經濟管理、數位化辦公、跨部門合作及員工環保意識提升等方式執行。

追蹤 與改善

定期檢視用電、用水及廢棄物數據，並依實際狀況滾動調整相關節能、節水及廢棄物減量等措施。

(二) 能源使用量

本公司大多數員工所在之辦公地點建國北路辦公室，相關用電、用水及廢棄物重量統計如下：

年度	總用電量(度)	年度	總用水量 (度或公噸)	密集度 (公噸/營業額新臺幣百萬元)
113年	318,343	113年	691	0.5024
114年	305,175	114年	1,290	1.1893

年度	廢棄物總重量(公噸)	密集度 (公噸/營業額新臺幣百萬元)
113年	6.36	0.0046
114年	7.31	0.0067

114年用水量較前一年度增加86.7%，係因建國北路辦公大樓管委會維修水塔及管道，進行多次放水修繕，增加分攤之公共用水所致；本公司之廢棄物為日常辦公產生之生活垃圾，以垃圾袋購買量推算廢棄物重量，未進行秤重，數值較不精準，114年廢棄物總重量計算結果較前一年度增加14.9%。本公司將持續關注改善用水及廢棄物管理，力求減少不必要的資源消耗。

- 本公司之物流倉庫、新加坡及馬來西亞子公司人數合計不超過10人，所承租之倉庫及辦公室因與整棟辦公樓其他用戶共用水及廢棄物清運，出租人及大樓物業採取租金或管理費中內含水費及廢棄物清理費，未進行用戶分攤及提供數據，故未列入統計，因人數少，對統計結果影響不大。

四、能源管理與節能減碳

(三) 能源管理措施

為達成能源管理費用較前一年度減少1%、2030年較2024年減少達6%之目標，本公司持續採行以下永續發展具體措施：

項目	具體措施
節能減碳	1) 空調調控：隨時留意氣候變遷及氣溫變化，適時調控公司辦公環境之空調溫度，減少不必要的能源消耗。 2) 優化照明系統：辦公區域照明改採LED燈具，提高能源使用效率，降低能源消耗。 3) 隨手關閉電源：推動員工隨手關閉非必要電源，定時檢查辦公設備使用情形，確保設備於閒置時間完全關閉，避免待機耗能。 4) 減碳交通：鼓勵員工搭乘大眾運輸工具上下班，減少私人交通工具所產生之碳排放。
循環經濟管理	1) 垃圾分類和減量：於茶水間設置標示清晰的回收分類垃圾桶，加強員工垃圾分類意識、減少廢棄物量。 2) 減少使用一次性用品：鼓勵員工於日常辦公與舉辦活動中使用可重複利用物品，如於餐會中統一要求員工自行攜帶環保餐具，減少免洗餐具使用。 3) 廢紙再利用：設置廢紙再利用區，鼓勵員工重複利用紙張，降低資源消耗。 4) 辦公設備金屬零件及存貨報廢管理與回收再利用：汰換或報廢之辦公電腦、相關設備及逾期或不再具銷售價值之存貨，其中可回收再利用之金屬或其他材質零件、存貨相關物料，交由適當回收管道處理，提升資源再利用效益。 5) 廢電池綠色回收：於公司內部建立便利的廢電池回收管道，並結合鄰近社區資源，鼓勵同仁攜帶每500克廢電池至全家便利商店消費折抵8元，透過具體獎勵機制，成功引導同仁於生活中實踐減碳與循環經濟。 6) 逐步導入再生物料：逐步增加使用再生紙、再生塑膠等低環境負荷之再生物料，促進循環經濟發展。 7) 使用免治馬桶：全面更換免治馬桶，降低衛生紙使用量，減少資源浪費。

項目	執行情形
水資源管理	本公司為文化創意產業，無生產製程、無大量用水，水資源消耗主要為員工辦公日常用水，減少用水之管理如下： 1) 定期檢查與維護：定期檢查公司用水設備，及早發現漏水或設備異常情形，並即時進行修繕，降低不必要的水資源浪費。 2) 節水管理：辦公室整潔工作採用低水量清潔方法，並使用環保清潔產品，降低對環境與員工健康之影響。 3) 用水數據檢視與措施調整：定期檢視公司用水數據，持續注意辦公場域用水情形，並依實際使用狀況調整節水措施，降低水資源耗用。
數位化辦公	1) 電子發票和電子簽核：全面使用電子發票和電子簽核系統，減少紙張消耗、方便資料保存，並減少作業流程時間。 2) 無紙化會議：鼓勵員工使用電子設備進行會議資料分享與紀錄，減少會議用紙使用。
跨部門合作	針對永續議題，定期召集各部門主管共同討論節能減碳相關措施並積極實施。
提升員工環保意識	1) 永續課程：預計將舉辦環境保護等永續發展相關課程，增進員工對節能減碳及資源保護的關注，倡導在日常生活或工作環境中都能養成良好的節能習慣。 2) 持續宣導：於辦公場域張貼節能、節水標語，提醒員工珍惜資源。 3) 世界地球日參與：響應世界地球日關燈一小時活動，推動員工積極參與環保行動。



本公司為文創產業，無工廠環境汙染之情形。本公司最近年度截至本報告書定稿日止，無環境汙染所遭受之損失。本公司將持續以每年減少1%能源管理費用為目標，確保公司營運符合永續發展理念，積極推動各項環保措施，為社會及環境帶來正向貢獻。

五、再生資源投資

本公司通過投資評估，於凡立橙股份有限公司(ECOCO)民國112年辦理現金增資時，投資新臺幣1000萬元，該公司從事循環經濟，與專業的科技化設計研發團隊合作，以AIoT技術為核心，將回收物處理、再製成環保再生商品，延續資源生命、降低資源浪費，建立循環式的商業生態。打造智慧化物聯網資收系統，搭載專用ECOCO APP，建立趣味與即時之回饋機制，使民眾能長期且自然的身體力行，一起為環境保護貢獻心力，促使資源永續利用，以此打造多方共贏平台。

相關節能減碳資訊請詳<https://www.ecocogroup.com/>，最新公布服務人次超過310萬，截至114年6月總減碳量達7578.82公噸以上。



圖片來源 / ECOCO官網



六、生物多樣性政策

本公司為文化創意內容產業，主營流行音樂製作及發行、著作權授權、圖文作家及藝人演藝經紀，公司坐落於台北市區之辦公大樓，日常營運為員工及創作者腦力激盪，產出各項創意及著作，公司無工廠及生產製造過程需直接使用大量自然資源或影響生物棲息之情形，故生物多樣性管理著重於降低營運活動對自然環境之間接影響。本公司音樂產品以數位音樂內容為主，實體產品比例相當低，大幅減少實體產品原物料及包材使用等資源消耗，其他相關環境保護措施包含演唱會活動採用環保煙火、推動電子簽核及無紙化作業、透過藝人影響力倡導環境保護及提升大眾永續意識等，與推動能源管理與節能減碳作法及目標一致。本公司營運將持續關注生態保育，避免營運活動破壞瀕危和受保護的物種及其棲地、支持生物多樣性保育行動或倡議。



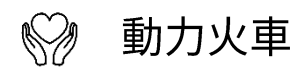


玖、社會關懷

一、公益參與

(一) 公益活動

本公司歷年來持續鼓勵並安排員工及藝人積極參加公益活動，透過藝人公眾人物角色的影響力，發揮拋磚引玉的效果與正面向上的力量，近二年公司藝人參與之公益如下：



動力火車

◆ 全球人壽公益活動愛心大使

動力火車擔任113年全球人壽「因為愛 舞所聚ZUMBA」公益活動愛心大使，活動部分報名費捐助乳癌防治基金會，推廣「預防重於治療」的健康觀念。動力火車藉由音樂陪伴大眾，傳遞正能量，鼓勵更多人一同響應公益、關注自身健康。



● 圖片來源 / 全球人壽

◆ 喜憨兒中秋公益

動力火車113年擔任「喜憨兒中秋月餅系列」公益代言人，透過拍攝公益宣傳影片，號召歌迷共同加入「送愛到部落」行列，為3萬多名偏鄉及非山非市地區學童募集中秋禮盒，在幫助喜憨兒的同時，也關懷偏鄉弱勢學童，傳遞雙重溫暖。

115年動力火車二度代言喜憨兒基金會公益計畫，走進烘焙教室，與憨兒一同體驗丙級證照課程，呼籲社會大眾共同為喜憨兒工作訓練計畫應援，協助其穩定就業。



● 圖片來源 / 喜憨兒社會福利基金會

◆ 「華山基金會」公益代言人

動力火車114年擔任「華山基金會」公益代言人，推廣「愛老人 端午動起來」公益行動，為台澎金馬地區逾3萬名三失長輩送上「端午關懷禮」，傳遞節日的溫情與關懷，透過一份禮物、一句問候，為長輩的生活增添一些期待，減少一分孤單。動力火車號召社會大眾共同響應，讓愛不缺席，讓守護成為社會最溫暖的風景。

同年12月動力火車邀請民眾捐出普發現金「一人一仟、千人集愛」，集結千人力量，為偏鄉的孤單長者募集「到宅服務車」，讓華山基金會的站長與義工能翻山越嶺，提供長者必要的照顧與服務。



● 圖片來源 / 華山基金會



一、公益參與

(一) 公益活動

插畫家掰掰啾啾

協助中山警分局繪製識詐宣導

114年3月本公司插畫家掰掰啾啾協助「臺北市政府警察局中山分局」繪製識詐宣導海報及文宣，吸引市民目光，增加閱覽意願，提醒市民們警惕，拒絕被詐騙。



(二) 公益票券

本公司除鼓勵員工參與公益活動、善運旗下藝人之良好公益形象，與政府單位及慈善團體共同推動社會公益，亦透過舉辦之演唱會提供身心障礙者等弱勢族群公益票券，善盡企業經營之責任及義務。

115年5月舉辦動力火車《一路向前》世界巡迴演唱會台北小巨蛋旗艦場，提供身心障礙者等弱勢族群公益票券，共有336人受益。



(三) 公益義賣與捐款

本公司亦不定期辦理公益義賣活動，將演出衣飾義賣所得提供公益團體、不定期捐款與幫助弱勢團體之基金會，並於社會發生災難事件時發揮公眾人物引領帶頭作用，藉此提醒社會大眾對弱勢與受災族群之關懷。近年相關捐款如下：

104年7月2日 八仙塵爆捐款活動

本公司捐款新臺幣125萬元至「財團法人陽光社會福利基金會」，由陽光基金會提供八仙塵爆燒傷者心理重建服務。

105年2月6日 南台灣強震

本公司捐款新臺幣100萬元至「台南市政府社會救助金」專戶，由台南市政府社會局妥善運運捐款協助受災戶急難救助及後續重建工作。

107年2月6日 花蓮強震

本公司號召員工與藝人參與一日捐捐款活動，共捐出31萬至「花蓮縣社會救助金」專戶，由花蓮縣政府妥善運運捐款協助受災戶急難救助及後續重建工作。

107年6月29日

本公司捐款新臺幣30萬元至財團法人華山社會福利慈善事業基金會，華山基金會長期關懷幫助弱勢長輩，服務各地失能、失智、失依長輩，到府探視，電話關懷長輩，推動老人服務。

另本公司每年捐款給財團法人台灣唱片出版事業基金會(RIT)供會務運作，促進音樂產界的健全發展，及捐款給社團法人台灣錄音著作權人協會(ARCO)作為音樂授權及侵權取締會務運作基金，民國114年合計捐款金額為764,809元。

二、文創推廣

本公司為文化創意產業，所有營業活動均是資源挹注於華語流行音樂的開發與推廣，支持國內文化發展。本公司官網(<https://www.him.com.tw/>)時時刻刻更新最新音樂發表情形，民國114年投入27,791仟元開發流行音樂歌曲，並投入270,025仟元從事研發、銷售及管理工作，產出超過70首錄音著作權及40首視聽著作權及相關美術圖文攝影著作。

另為打造健全的音樂影視生態圈，本公司自2004年跨足影視投資、2014年跨域插畫IP經紀，並於2020年與凱擘影藝公司及大慕影藝公司共同成立大曉創藝股份有限公司，與文策院合資新公司大慕可可股份有限公司，除增進本公司對戲劇領域的掌握，更結合本公司擅長的音樂創作開發，提供藝人更多元發展的舞台，致力於培育音樂影視人才，提升台灣在華人文創產業界的競爭力。

(一)全球華人詞曲創作大賽

為求永續創作來源、開發音樂產業人才，本公司自2005年開始即連續不間斷地舉辦全球華人詞曲創作大賽，提供獎金給創作大賽得獎者，並與創作者簽署專屬作者或作品授權合約，以保障創作者應有之權利，推廣創作者之作品，增加其創作報酬，讓創作者無後顧之憂，得以專心投入創作，免於因不熟悉音樂版權市場運作，而失去作品發表及獲取報酬之機會。本公司此一前瞻性作法，已自創作大賽中發掘眾多優秀創作人才，合作過專屬作者超過百位，歷年發表優質詞曲作品超過2500首。

本公司2026年將擴大舉辦第20屆詞曲創作大賽，挖掘並培養新生代詞曲創作者，提供得獎者百萬預付簽約金及免費入席華研音樂創作營等機會，持續網羅眾多創作人才，為業界唯一投資於開發詞曲之創作公司。經由創作大賽所得名之詞曲作者創作作品可優先供本公司藝人演唱，亦可授權其他唱片公司獲取授權收入，來增加公司整體營運規模。



● 圖片來源 / 大慕影藝



● 第20屆全球詞曲創作大賽



二、文創推廣

(二) 華研所

為培育流行音樂產業人才，本公司於民國104年推出第一屆「華研所」計畫，作為幕後企劃、宣傳、經紀、演出等工作人員招募活動，自1000多封的報名信中篩選10名創意人才，本公司禮聘業界資深工作人員、創作人，無償對華研所學員進行經驗分享與教育訓練，結業的學員成為公司人才庫，豐厚本公司音樂創作根基及提升創作發展能量。

本公司已舉辦七屆「華研所」活動，為公司及產業培養人才，也提供創意人才一展長才機會。華研所結業之人才，已有多人在大學畢業後到公司上班成為正職員工，或於課餘到公司實習，公司並給予一定報酬，減少人才外流、激勵人才投入音樂產業。



(三) ZZ世代練習生徵選

本公司自2020年開始推動大型公開新人徵選計畫「ZZ世代練習生徵選」，選出多位才華洋溢的年輕世代成為培訓練習生，2022年已有77Ke柯榮棋從ZZ世代練習生正式出道，並演唱創作歌曲Take It Away、Slow Motion，且選為《About Youth默默的我，不默默的我們》影集主題曲及片尾曲，2023年並推出個人音樂專輯《Wonderland》。

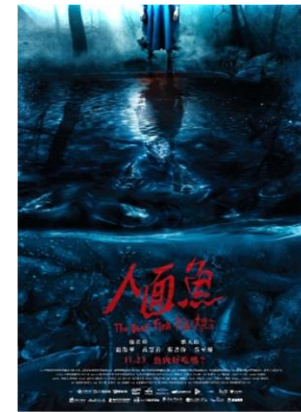
2021年8月再推出第二期徵選活動，更吸引到來自香港、星馬、泰國、印尼、日本、菲律賓等世界各地的報名者。除了一般的投稿管道外，華研也在社群限時動態上開啟創新的參賽通道「ZZ限時戰」，活動短短10天時間就收到200多則投稿，每日吸引4000多人一起互動投票，在年輕世代中颯起一陣討論旋風。

2024年出道的實力派新秀JUD陳泳希即由本公司練習生培養起，2024年便以Netflix影集《愛愛內含光》插曲〈相濡以沫〉入圍第59屆金鐘獎戲劇類節目原創歌曲獎；2024年並以專輯《當我不敢說》入圍第36屆金曲獎最佳新人獎、最佳作曲人獎；2025年第60屆金鐘獎再憑〈懼絕逃生〉連續二年角逐戲劇類節目原創歌曲獎，展現不容小覷的實力。目前本公司持續招募練習生及培訓中。

二、文創推廣

(四) 影視投資

本公司自2004年跨足戲劇及綜藝投資，已拍攝電視劇《真命天女》與電影《愛的麵包魂》、《我的蛋男情人》，並投資逆光電影股份有限公司加深戲劇領域深度；2016年與電影製作公司及院線戲院公司共同投資設立紅衣小女孩股份有限公司，另投資電視劇《麻醉風暴2》；2018年投資下半場電影股份有限公司，均有不錯成績。其中電影《紅衣小女孩2》在台票房破億，《人面魚：紅衣小女孩外傳》則在台票房破七千萬，表現亮眼。



本公司2019年投資戲劇《做工的人》及其主創團隊大慕影藝國際事業股份有限公司，2020年與凱擘影藝股份有限公司及大慕影藝國際事業股份有限公司合資成立大曉創藝股份有限公司從事影視投資，並順利爭取與文策院共同投資新公司大慕可可股份有限公司，跨領域投入影視作品開發、培育影視人才，擴大文化創意產業投資，結合本公司挖掘新秀、創作開發的專長，促進音樂影視內容產業的繁榮。未來亦將持續與優質產業經營者進行結盟，拓展營運規模，創造綜效。



2021至2022年間本公司投資戲劇《人選之人-造浪者》、電影《做工的人》及戲劇《都市懼集》，並為戲劇量身打造主題曲及插曲，《人選之人-造浪者》是台灣首部文宣幕僚職人劇，2023年4月28日於Netflix全球逾190個國家播出，榮獲2023年第58屆金鐘獎14項提名、獲獎4項，並獲得釜山國際電影節之第5屆亞洲內容大獎&全球OTT大獎，及新加坡「亞洲創意藝術學院」之亞洲影藝創意大獎。

2023年本公司投資電影《功夫》、影集《凶宅專賣店》，並投資女團選秀節目《未來少女》，盼能打造健康的產業生態圈，引入更多投資，蓬勃影視內容產業，結合華研音樂擅長的新人發掘與新歌開發，創造雙贏。

◆ 本公司歷年投資情形如下：

- 2004年電視劇《真命天女》
- 2011年電影《愛的麵包魂》
- 2015年電影《我的蛋男情人》
- 2015年逆光電影股份有限公司
- 2016年紅衣小女孩股份有限公司
- 2016年電視劇《麻醉風暴2》
- 2017年電影《紅衣小女孩2》
- 2018年電影《人面魚：紅衣小女孩外傳》
- 2018年下半場電影股份有限公司
- 2019年大慕影藝國際事業股份有限公司
- 2020年戲劇《做工的人》
- 2020年與凱擘影藝股份有限公司及大慕影藝國際事業股份有限公司合資成立大曉創藝股份有限公司，並順利爭取了文策院共同投資新公司大慕可可股份有限公司
- 2021年戲劇《人選之人-造浪者》
- 2022年電影《做工的人》
- 2022年戲劇《都市懼集》
- 2023年電影《功夫》
- 2023年戲劇《凶宅專賣店》
- 2023年音樂選秀綜藝節目《未來少女》

二、文創推廣

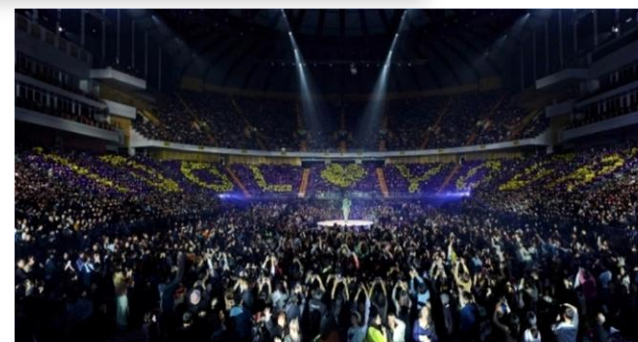
(五) 圖文插畫IP

本公司自2014年簽署了「爽爽貓」圖文創作者 SECOND，正式跨入文創IP經紀領域，以伯樂之姿積極發掘圖文IP創作新星，融和影音與圖文創作，持續投入文創內容領域。從經營業務項目與藝人類型的橫向擴展，到藝人演出產品、文創產品的縱向延伸，本公司跨領域全方位經營，透過團隊妥善製作、企劃、宣傳及藝人經紀規劃能力，成為創作人之創意發想發展平台，為產業重要的價值整合者及創造者，讓創作人的創作與理念得到公開發表與表演的機會與取得合理之報酬。



(六) 海內外大型演唱會

本公司多年來致力華語音樂文化推展，持續布局藝人國內外演唱會巡演。2018與2019年本公司藝人在中國大陸、香港、澳門、新加坡、馬來西亞、美國、澳洲、紐西蘭、義大利等地舉辦超過40場的大型音樂會與演唱會，發揚優質台灣文化，影響全球華人，增添豐富華語流行音樂內容，致力於延續台灣領導華語流行音樂的地位，提升音樂產業之發展及國際市場競爭力。2020年及2021年受限於新冠肺炎疫情無法展開跨國大型巡演，但仍於國內舉辦多場中小型演出。2022年在防疫措施逐步解封下，分別於台北、高雄及新加坡舉辦了3場動力火車《都是因為愛》演唱會。



2023年在各國邊境解封後，重新邁向國際市場，立即於2月赴溫哥華、多倫多、紐約、洛杉磯、聖荷西、巴黎及倫敦等地舉辦8場林宥嘉《idol》世界巡迴演唱會。動力火車則於3月份在洛杉磯舉辦《都是因為愛》巡迴演唱會。2023年本公司合計舉辦了33場大型演唱會，能在疫後全面爆發，正是因歷年研發所蓄積的能量。

2024年延續演藝經紀熱潮，林宥嘉《idol》、動力火車《都是因為愛》持續在高雄、新加坡、馬來西亞、東京、大阪、中國大陸各城市等地舉辦巡演，全年共舉辦超過40場大型演唱會。2025年於台北流行音樂中心舉辦曾沛慈《關於愛這件事》演唱會，動力火車《都是因為愛》接續在加拿大、美國、新加坡、澳門、墨爾本、雪梨等地巡迴演唱，並在馬來西亞帶來最終場完美落幕。

2026年5月份動力火車開啟《一路向前》世界巡迴演唱會台北小巨蛋旗艦場、6月份推出林宥嘉《超級管家》世界巡迴演唱會，新一輪巡演啟動。未來將持續拓展巡演舞台，蓄積藝人演出能量、深耕華語音樂市場。

二、文創推廣

(七) 揚名國際

2015年本公司歌曲〈小幸運〉入圍金馬獎最佳電影歌曲之肯定，目前在Youtube點閱超過2億次，為華語流行音樂首支破億點閱之MV，並獲KKBOX及HIT FM 2015年年度百大單曲第一名，及入圍2016年(第27屆)金曲獎最佳年度歌曲。隨著電影《我的少女時代》在中國大陸、韓國與東南亞的熱映，歌曲〈小幸運〉引爆全亞洲閱聽風潮，知名藝人費玉清、蔡依林、韓星宋仲基等更於電視節目、音樂會與歌迷見面會等公開場合表演，並被眾多藝人及民眾翻唱成各種語文版本，包括英文、日語、粵語、韓語等，成就台灣華語流行音樂引領世界各地風潮之美事。



田馥甄《日常》專輯與知名表演藝術劇團「莎士比亞的妹妹們」合作量身打造舞台劇《小夜曲》，與「莎士比亞的妹妹們」當紅編導王嘉明、鬼才導演Baboo，以專輯概念為文本，從田馥甄《日常》專輯的五首歌曲，串連起一個關於夜的故事，共創全新形式的歌曲與戲劇演出。《小夜曲》於2017年在國家戲劇院演出，創下流行音樂歌手首度登上國家戲劇院之殊榮。

2019年勇奪金鐘獎最佳戲劇、最佳編劇、最佳導演、最佳女主角、最佳男配角、最佳女配角等六項大獎的戲劇《我們與惡的距離》，並獲得豆瓣年度評分最高華語劇、釜山國際影展最佳編劇等獎項，口碑收視俱佳，造成海內外觀看風潮，由本公司藝人林宥嘉演唱〈別讓我走遠〉、郁可唯演唱〈路過人間〉等主題歌曲、MV閱聽破億次，再度創造華人世界的夯歌，對台灣流行音樂走向世界，再次做出貢獻。



2020年為戲劇《誰是被害者》製作原聲帶，劇集上映後創下Netflix華語原創劇的最佳收視成績，連續15天高踞Netflix台灣排行榜冠軍，並打進香港、越南與新加坡觀影排行榜前10名。本公司安排新生代藝人李友廷演唱〈我要你〉、Karencici演唱〈誰〉、邵豪演唱〈White Horse〉、黃祝賢儒演唱〈不存在的遺憾〉功不可沒。本公司2020合作戲劇《做工的人》獲選為大陸「2020年度十佳華語劇」，劇中百分之八十採台語發音，能打入大陸市場誠屬不易，並透過HBO於全世界播送，《做工的人》榮獲第56屆金鐘獎9項提名，奪最佳迷你劇集、最佳導演、最佳男主角及最佳男配角4項大獎，本公司並為該劇完整打造戲劇原聲帶，開發之歌曲〈你的世界〉、〈到底還要等多久〉、〈老爸的詩〉、〈值得被珍惜〉、〈永遠不再〉等與戲劇同步在世界發光。

二、文創推廣

(七) 揚名國際

另本公司出版發行TANK演唱的電影《你的情歌》同名主題曲榮登YouTube 2020年度熱門音樂影片第四名，累積觀看次數超過4,600萬次。2021年本公司發行的動力火車《都是因為愛》新專輯其中歌曲〈我很好騙〉MV榮登YouTube 2021年度熱門音樂影片第三名，累積觀看次數3,900萬次以上。



2021年底，最潮女聲Karencici發行第二張創作專輯《99% Angel》，先是獲得金曲獎「最佳華語女歌手」與「最佳演唱錄音專輯」的雙料提名，接著在金音獎上又奪下「最佳節奏藍調單曲」、「最佳節奏藍調專輯」兩項大獎，作品並登上Spotify的「Top Artists of EQUAL Global 2022」、Apple Music的「2022年百大最佳歌曲」。

2023年選秀節目《未來少女》中，本公司推出babyMINT薄荷水晶，由九位平均年齡僅17歲、在各方面皆擁有高辨識度、多元又互補的女孩們組成，隨著節目比賽進行，團體融合度越來越好，其中一首《Hellokittybalahcurrihellokitty 美味しい》更讓babyMINT一戰成名，全球TikTok玩家爭相模仿，累積超過1億點擊，獲選Apple Music 2023百大單曲。



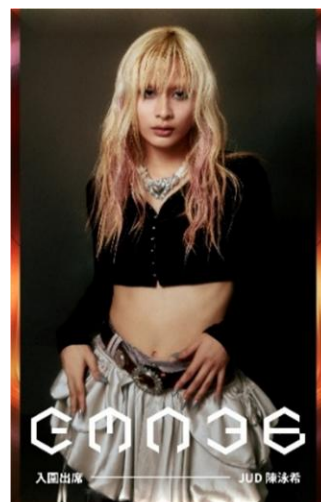
2024年babyMINT以6位成員 - 粼粼LIN、Vikky韋喬薺、熙妍Siena、品妍PX、栩栩XUXU、丞妤YUN - 正式出道，年初便榮登國外著名樂評網站「RYM」華語專輯第一名、12月受邀前往東京參加「塔音渋谷『台灣音市』音樂祭 Vol.2」並舉辦首場海外粉絲見面會，2025年2月更入選英國知名音樂雜誌《NME》「NME 100」名單，為華語音樂圈首組入選「NME 100」之團體，展現勢如破竹的海外人氣。



二、文創推廣

(七) 揚名國際

華研音樂唱作新秀JUD陳泳希擁有迷幻聲線與堅強實力，2024年出道就以〈相濡以沫〉入圍金鐘獎「戲劇類節目原創歌曲獎」，2025年再獲選國際音樂平台Spotify 2025 年度「RADAR 新勢力」、第3屆「浪潮音樂大賞」最佳新人、新加坡第18屆「Freshmusic Awards」最佳新人，並以專輯《當我不敢說》入圍2025年第36屆金曲獎「最佳新人獎」、「最佳作曲人獎」，第60屆金鐘獎再憑〈懼絕逃生〉連續二年角逐「戲劇類節目原創歌曲獎」，實力受到海內外指標性的認可，潛力無限。



曾沛慈加盟華研後音樂作品與表演能量持續綻放，2026年參與大陸音樂綜藝節目《乘風2026》，歷經多輪舞台挑戰，憑藉穩定唱功及個人魅力，人氣再攀高峰，最終榮獲「年度總冠軍」，實力備獲肯定，進一步提升華研藝人在華語音樂市場的能見度與影響力。

2025年動力火車以專輯《結伴》榮獲第36屆金曲獎「最佳演唱組合獎」，睽違20年再度奪下金曲殊榮，展現橫跨世代的演唱實力。2026年本公司作品再獲第37屆金曲獎肯定，華語樂壇重量級作曲家陳小霞睽違20年推出之創作專輯《老翅膀》榮獲「評審團獎」，以深厚創作底蘊與音樂製作能量，為華語流行音樂留下重要里程碑。



(圖片來源 / 金曲GMA FB)



本公司優秀人才與創作不斷推陳出新，持續在音樂影視和表演藝術領域取得傲人成績，成功引領華語流行音樂及娛樂產業走向世界。華研音樂期冀以出色的創作與製作能力，在國際舞台上繼續為台灣音樂流行文化贏得認同與影響力，創造更大的價值與榮耀。

附錄一、全球永續性報告指標 GRI 準則對照表

使用聲明	本公司已依循GRI準則報導2025年1月1日至2025年12月31日期間的內容
使用的GRI	GRI 1：基礎2021
適用的GRI行業準則	本報告書報導期間無適用之GRI行業準則

GRI 2：一般揭露2021

揭露項目		對應章節	頁碼	省略理由
組織及報導實務				
2-1	組織詳細資訊	關於華研	8	-
2-2	組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	4	-
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	4	-
2-4	資訊重編	關於本報告書	4	無資訊重編
2-5	外部保證/確信	關於本報告書(尚未取得外部保證/確信)	4	-
活動與工作者				
2-6	活動、價值鏈和其他商業關係	關於華研	8	-
2-7	員工	員工權益與人才培育	78	-
2-8	非員工的工作者	供應商管理與客戶關係、人力結構	68、79	-
治理				
2-9	治理結構及組成	公司治理	48	-
2-10	最高治理單位的提名與遴選	董事會	49	-
2-11	最高治理單位的主席	董事會	49	-
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	公司治理	48	-

揭露項目		對應章節	頁碼	省略理由
2-13	衝擊管理的負責人	公司治理	48	-
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	4	-
2-15	利益衝突	利害關係人與重大主題	31	-
2-16	溝通關鍵重大事件	利害關係人與重大主題	31	-
2-17	最高治理單位的群體智識	董事會	56	-
2-18	最高治理單位的績效評估	董事會	55	-
2-19	薪酬政策	薪酬與福利	85	-
2-20	薪酬決定流程	薪酬與福利	85	-
2-21	年度總薪酬比率	無	-	保密規定限制
策略、政策與實務				
2-22	永續發展策略的聲明	經營者的話、關於華研、綠色環境與永續發展	6、8、89	-
2-23	政策承諾	利害關係人與重大主題、公司治理、員工權益與勞資關係	31、48、80	-
2-24	納入政策承諾	公司治理	48	-
2-25	補救負面衝擊的程序	利害關係人與重大主題	31	-
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	利害關係人與重大主題、公司治理	31、48	-
2-27	法規遵循	公司治理	48	-
2-28	公協會的會員資格	外部組織參與	26	-
利害關係人議合				
2-29	利害關係人議合方針	利害關係人與重大主題	31	-
2-30	團體協約	無	-	本公司員工無組織工會，故無團體協約，惟本公司每季舉行勞資會議，且具透明溝通管道，確保勞資雙方共識與和諧。

附錄一、全球永續性報告指標 GRI 準則對照表

GRI 3 重大主題2021

揭露項目		對應章節	頁碼	省略理由
3-1	決定重大主題的流程	利害關係人與重大主題	31	-
3-2	重大主題列表	利害關係人與重大主題	31	-
3-3	重大主題管理	利害關係人與重大主題	31	-

特定主題揭露

重大主題	GRI準則		揭露項目	對應章節	頁碼
經濟					
公司治理	GRI 201： 經濟績效2016	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	關於華研、薪酬與福利	8、85
		201-2	氣候變遷所產生的財務影響及其它風險與機會	氣候風險因應、附錄三	89、112
營運績效		201-3	確定給付制義務與其他退休計畫	退休制度	83
201-4		取自政府之財務援助	獲獎殊榮	23	
誠信經營	GRI 205： 反貪腐 2016	205-2	有關反貪腐政策和程序的溝通及訓練	誠信經營	61
		205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	誠信經營	61
藝人形象、 供應商管理	GRI 414： 供應商 社會評估 2016	414-1	使用社會標準篩選新供應商	供應商管理	68
		414-2	供應鏈中負面的社會衝擊以及所採取的行動	供應商管理	68
環境					
能源管理 與 節能減碳	GRI 101： 生物多樣性 2024	101-2	生物多樣性衝擊之管理	生物多樣性政策	97

重大主題	GRI準則		揭露項目	對應章節	頁碼
能源管理 與 節能減碳	GRI 102： 氣候變遷 2025	102-2	氣候變遷調適計劃	氣候風險因應、附錄三	89、112
		102-4	溫室氣體減排目標與進展	溫室氣體盤查	92
		102-5	範疇一溫室氣體排放	溫室氣體盤查	92
		102-6	範疇二溫室氣體排放	溫室氣體盤查	92
	GRI 103： 能源 2025	103-1	能源政策與承諾	綠色環境與永續發展	89
	GRI 306： 廢棄物 2020	306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	能源管理與節能減碳	95
		306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	能源管理與節能減碳	95
		306-3	廢棄物的產生	能源管理與節能減碳	95
社會					
公益回饋	GRI 203： 間接經濟衝擊 2016	203-1	基礎設施的投資與支援服務的發展及衝擊	社會關懷	99
	GRI 413： 當地社區 2016	413-1	經當地社區議合、衝擊評估和發展計畫的營運活動	社會關懷	99
員工人權 與 薪酬福利	GRI 401： 勞雇關係 2016	401-1	新進員工和離職員工	人力結構	78
		401-2	提供給全職員工(不包含臨時或兼職員工)的福利	員工權益與勞資關係	80
		401-3	育嬰假	薪酬與福利	86
	GRI 404： 訓練與教育 2016	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	人才培育與教育訓練	84
	GRI 405：員工多元化 與平等機會 2016	405-1	治理單位與員工的多元化	公司治理、員工權益與人才培育	48、78
	GRI 406： 不歧視 2016	406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	員工權益與勞資關係	80
	GRI 408： 童工 2016	408-1	營運據點和供應商使用童工之重大風險	人權維護	80

附錄一、全球永續性報告指標 GRI 準則對照表

特定主題揭露

重大主題	GRI準則		揭露項目	對應章節	頁碼
社會					
職場健康與安全	GRI 403： 職業安全衛生 2018	403-1	職業安全衛生管理系統	職業健康與安全	87
		403-3	職業健康服務	職業健康與安全	87
		403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	職業健康與安全	87
		403-6	工作者健康促進	職業健康與安全	87
		403-7	預防和減緩與業務關係直接相關聯之職業安全衛生的衝擊	職業健康與安全	87
資訊安全	GRI 418： 客戶隱私 2016	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	資安管理	67
客戶關係與隱私				客戶關係	71



附錄二、上櫃公司編製與申報永續報告書作業辦法第4-1條附表二「氣候相關資訊」

1. 氣候相關資訊執行情形
已於p.89「氣候風險因應」揭露，請參見。

1-1 最近二年度公司溫室氣體盤查及確信情形

1-1-1 溫室氣體盤查資訊

敘明溫室氣體最近兩年度之排放量(公噸CO2e)、密集度(公噸CO2e/百萬元)及資料涵蓋範圍。

請見下表。盤查範疇及114年盤查詳細資訊請見p.92「溫室氣體盤查」。

年度		113年		114年	
項目(單位)		排放量(噸CO2e)	密集度 (噸CO2e/營業額 新臺幣百萬元)	排放量(噸CO2e)	密集度 (噸CO2e/營業額 新臺幣百萬元)
合併財務 報告所有 子公司	範疇一	61.1455	-	49.168	-
	範疇二	158.3845	-	145.8287	-
	總計	219.5300	0.1596	194.9967	0.1798

1-1-2 溫室氣體確信資訊

敘明最近兩年度確信情形說明，包括確信範圍、確信機構、確信準則及確信意見。

本公司溫室氣體盤查尚未經第三方單位確信，將依主管機關規定於訂定時程內完成查證。

1-2 溫室氣體減量目標、策略及具體行動計畫

敘明溫室氣體減量基準年及其數據、減量目標、策略及具體行動計畫與減量目標達成情形。

請詳見p.89「綠色環境與永續發展」。

附錄三、IFRS S2 氣候相關風險與機會資訊揭露

- 報導範圍：與合併財務報表編製範圍一致

面向	IFRS S2 氣候相關揭露	本公司措施		
治理	A. 治理單位在氣候相關風險與機會治理的角色	本公司以董事會為公司治理及永續發展之最高監督單位，定期聽取公司營運情形、風險與內控、永續發展執行情形等報告，督導公司重要營運策略及風險管理執行情形。氣候相關風險與機會納入本公司永續發展及風險管理議題之一，董事會透過審視永續報告書、年報及相關永續資訊揭露內容，掌握公司氣候相關管理進展。		
	B. 管理階層在氣候相關風險與機會治理的角色	本公司由總管理處、管理部、財會部會同各部門依業務範圍推動永續發展及氣候相關管理事項，包括能源、用水與廢棄物管理、溫室氣體盤查、節能減碳措施、演出活動及供應商之氣候風險辨識等。管理階層依各單位職掌進行資料彙整、風險管理、執行情形追蹤與必要改善措施，並透過內部會議及董事會報告，向董事會說明相關執行情形。		
策略	A. 可合理預期將影響個體展望之氣候相關風險與機會	本公司主要從事流行音樂製作及發行、著作權授權、藝人演藝經紀及文創相關業務，無工廠生產製造過程，對環境直接衝擊相對有限。惟隨全球氣候變遷加劇及淨零趨勢發展，本公司辨識出下列氣候相關風險與機會：		
		短期	中期	長期
		1) 實體風險：颱風、豪雨、酷暑等極端天候，可能造成現場演出延期或取消，或影響觀眾出席、場地使用、設備運輸及架設進度等，影響公司營收。 2) 轉型風險：主管機關永續揭露資訊、溫室氣體盤查、節能減碳政策等要求提高，可能增加人力、教育訓練、盤查及資訊揭露等成本。 3) 機會：a. 提早佈局線上演出或虛擬演唱會，可減少未來實體場地的氣候風險衝擊，並從中發掘線上演出的發展潛力。b. 主動揭露永續資訊、進行溫室氣體盤查、訂定氣候風險管理制度、蒐集氣候相關數據等，有助於接軌主管機關政策規範並提升公司永續形象及治理評價。	1) 實體風險：氣候劇變及極端氣候事件頻率增加，可能對戶外音樂節、商演、演唱會等大型活動安排衝擊加劇，影響營收或增加活動應變與執行成本。 2) 轉型風險：合作客戶或品牌日益重視永續議題，可能要求公司或藝人具節能環保相關形象，影響代言或商演等合作機會。 3) 機會：a. 線上演出如實際執行，因無場地限制，可能擴大觀眾客群；表演內容與數位科技結合，可能激盪出耳目一新的火花，打造更引人入勝的創新表演。b. 持續實行節能減碳措施、推動藝人參與綠色環保相關活動、推出結合氣候或環保主題之音樂作品或巡演等，除促進環境議題傳播，亦有助於提升公司及藝人品牌價值。	1) 實體風險：平均氣溫上升及極端氣候惡化，可能改變大型巡演、戶外音樂節等現場演出形式，影響長期巡演規劃。 2) 轉型風險：若產品、演出活動或供應鏈逐步被要求揭露碳足跡或符合更高永續標準，可能增加相關盤查、制度建立及管理 etc 成本。 3) 機會：低碳演出活動、虛擬演唱會或永續相關主題之音樂、文創作品發展成熟後，可能創造新的商業模式與合作機會。

附錄三、IFRS S2 氣候相關風險與機會資訊揭露

面向	IFRS S2 氣候相關揭露	本公司措施	
策略	B. 氣候相關風險與機會對個體經營模式及價值鏈之目前及預期影響之資訊	現場演出取消或延誤	本公司現場演出、商演、演唱會等戶外大型活動，目前或短期可能因颱風、豪雨、酷暑等極端天候，影響場地使用、觀眾交通及出席、設備運輸及架設進度等，進而影響活動成效、營收及成本；預期若氣候風險持續升高，戶外演出活動將面臨更高不確定性，可能需投入更多應對之設備、保險，或備援場地、改期安排等成本。
		供應鏈與合作夥伴	本公司價值鏈合作對象包括詞曲創作者、藝人、導演、造型及化妝團隊、舞台硬體廠商、音樂場館、票務代理業者、數位音樂平台、實體商品供應商等等。短期而言，極端天候可能影響演唱會硬體供應商交貨、運輸及設備架設進度；中長期而言，供應商如未能符合永續資訊揭露、溫室氣體盤查或環保標章取得等要求，公司可能需重新選擇配合供應商並產生相應管理成本。
		政策成本與永續揭露	目前本公司為因應主管機關對永續揭露、溫室氣體盤查及節能減碳政策之要求，已逐步建置環境數據蒐集、永續報告書及相關揭露作業。預期未來政策如對永續揭露、第三方確信、活動碳足跡、供應鏈永續管理等要求提高，將增加相關人力、教育訓練、系統導入及外部專業服務成本。
		永續形象及市場機會	目前主動揭露永續資訊、進行溫室氣體盤查、訂定氣候風險管理制度、推動節能減碳措施等，有助於建立公司永續形象。預期未來如能結合藝人影響力、音樂作品、MV、巡演或公益活動推廣氣候與環保議題，將有助於提升公司與藝人品牌價值，並增加品牌代言、商演及跨界合作之機會。
	C. 氣候相關風險與機會對個體策略及決策之影響資訊	日常營運方面，本公司已設定2030年能源管理費用較2024年減量6%之節能減碳目標，並推動辦公室節電、節水、減少紙張使用、電子簽核、垃圾分類及循環經濟管理等措施。 演出活動方面，本公司未來將持續評估低碳演出、線上演出、虛擬演唱會、與品牌合作推動綠色活動之可行性，並視市場趨勢、法規要求及營運需要，滾動調整氣候相關策略。	

附錄三、IFRS S2 氣候相關風險與機會資訊揭露

面向	IFRS S2 氣候相關揭露	本公司措施		
策略	D. 氣候相關風險與機會對個體於目前及預期之財務狀況、財務績效及現金流量之影響	本公司114年度未發生因氣候事件造成重大財務損失之情形。就目前影響而言，本公司日常營運以辦公用電、用水及一般廢棄物產生、公務車用油為主要資源消耗，節能減碳措施成本主要包括能源管理費用、數據盤查之人工作業成本等。		
		短期	中期	長期
		極端天候可能使戶外演出延期或取消，造成成本增加；永續資訊揭露及溫室氣體盤查要求，可能增加資料蒐集、教育訓練、人力成本等相關支出。惟本公司核心產品以音樂內容及著作權授權為主，具高度數位化及非實體特性，因此氣候事件對整體營運之直接影響相對有限。	若品牌客戶及合作夥伴提高永續要求，公司可能需投入低碳活動規劃、活動碳排評估、供應商資料蒐集、環境管理等作業成本；惟亦可能因永續形象提升而增加代言、商演、品牌合作及公益活動合作等機會，帶動營收。	隨永續發展趨勢深化及利害關係人對永續之要求提高，若公司未能及時回應相關期待，可能影響公司及藝人品牌形象與合作機會；反之，若低碳演出活動、虛擬演唱會或永續主題音樂文創作品等發展成熟，則有助於創造新的營收模式及國內外品牌合作之拓展。
	E. 氣候韌性之氣候相關情境分析與評估	本公司參考氣候變遷趨勢，初步以實體風險及轉型風險進行情境評估：		
		實體風險情境	轉型風險情境	韌性能力
		在氣溫升高情境下，短期可能增加颱風、豪雨或酷暑造成之活動安排不確定性，長期平均氣溫上升使極端天候加劇，可能增加戶外演出場次調整、活動設備、保險、備援場地及改期等成本，影響長期大型巡演、商演、音樂節等戶外活動規劃。	於全球淨零及政府監管逐步強化之情境下，永續揭露、溫室氣體盤查、供應鏈永續管理、能源管理等成本可能漸增。若品牌客戶、活動合作方及消費者對永續形象要求提高，公司及藝人亦需強化相關因應作為。	本公司核心產品以音樂內容及著作權授權等數位化商品為主，除實體演出活動，受氣候風險之直接影響相對較低，本公司具備數位發行、線上宣傳、藝人及詞曲內容創作、跨域跨媒體之多元整合能力，有助於因應實體演出受氣候影響時，維持商品內容曝光與市場互動。本公司將持續推動能源管理及永續資訊揭露，並評估未來低碳演出、虛擬演唱會之規劃以應對實體氣候風險，提升氣候韌性。

附錄三、IFRS S2 氣候相關風險與機會資訊揭露

面向	IFRS S2 氣候相關揭露	本公司措施				
風險管理	辨認、評估、排序及監控氣候相關風險與機會之流程	辨認	評估	排序	監控	整合至風險管理
		由總管理處、管理部、財會部及各單位依營運型態、業務範圍、價值鏈活動，辨識可能影響公司之氣候實體風險、轉型風險及相關機會，包括現場演出、供應商交付、政策揭露成本、永續形象、低碳商品等。	依風險發生可能性、影響程度及時間區間，將氣候相關議題區分為短期、中期及長期，並評估其對營運、成本、營收、聲譽及合作機會之影響。	依風險程度將相關議題納入管理優先順序，短期優先關注極端天候對現場演出及供應鏈交付之影響；中長期關注政策成本、永續形象及低碳商業模式發展。	透過能源使用數據、溫室氣體盤查、用水與廢棄物統計、永續報告書編製、主管機關規範追蹤及各單位回報機制等，持續監控氣候相關風險與機會。	氣候變遷風險與公司營運風險、法規遵循風險、供應鏈風險、市場風險等相互連動，本公司將把其納入永續發展及內部風險控管之一環，並視實際情形調整管理措施。
指標和目標	A. 與跨行業指標類別攸關之資訊(氣候相關指標) - (1) 溫室氣體排放	本公司依環境部事業溫室氣體排放量資訊平台公布之最新「溫室氣體排放係數」建置溫室氣體盤查管理程序及維持盤查作業運作，以符合國際標準ISO 14064-1：2018與GHG Protocol對資訊管理之要求，並供管理階層作為決策參考。				
	A. 與跨行業指標類別攸關之資訊(氣候相關指標) - (2) 薪酬	114年度本公司溫室氣體排放總量為194.9967公噸CO2e，其中範疇一排放量為49.1680公噸CO2e，範疇二排放量為145.8287公噸CO2e；範疇一占25.21%，範疇二占74.79%。各類溫室氣體排放量分別為：CO2排放量186.9592公噸CO2e、CH4排放量4.5500公噸CO2e、N2O排放量1.1925公噸CO2e、HFCs排放量2.2950公噸CO2e，PFCs、SF6及NF3排放量皆為0。				
		範疇三排放量現階段尚未進行盤查，未來將依主管機關規定及公司資料可取得性，逐步擴大盤查範圍。				
		本公司董事及高階管理階層之薪酬政策，主要依公司營運績效、職務職責、專業能力、風險控管等因素綜合評估，114年度尚未將薪酬與特定永續績效指標建立明確連結，未來將依永續準則及主管機關揭露規範持續檢視薪酬制度，評估逐步納入相關永續指標，強化薪酬政策與永續發展目標之連結。				

附錄三、IFRS S2 氣候相關風險與機會資訊揭露

面向	IFRS S2 氣候相關揭露	本公司措施
指標和目標	B. 行業基礎指標之資訊	本公司屬文化創意內容及音樂娛樂產業，無工廠生產製造過程，主營音樂內容產出、著作權授權、藝人演藝及文創IP經紀等。本公司現階段以辦公室營運能源使用、溫室氣體範疇一及範疇二排放量、用水量、廢棄物重量及現場演出氣候風險作為主要管理指標，未來將依主管機關永續揭露規範、SASB或其他行業指標發展及公司資料可取得性，擴大氣候風險及永續相關指標之運用。
	C. 揭露所設定之氣候相關風險或機會目標之資訊(氣候相關目標)	本公司設定能源管理費用較前一年度減少1%之目標，期於2030年較2024年減少達6%，並持續推動節能減碳、循環經濟管理、水資源管理、數位化辦公、跨部門合作及提升員工環保意識等措施。
		具體作為包括：空調調控、優化照明系統、隨手關閉非必要電源、鼓勵搭乘大眾運輸、垃圾分類及減量、減少一次性用品、廢紙再利用、辦公設備金屬零件及存貨報廢管理與回收再利用、逐步導入再生物料、使用免治馬桶、用水設備檢查與維護、低水量辦公場域清潔、電子發票、電子簽核、無紙化會議、環境保護課程舉辦、節能節水宣導及響應世界地球日關燈一小時等措施。
		未來本公司將持續依減碳趨勢、主管機關政策及營運需求，優化氣候與永續相關管理措施。



附錄四、永續會計準則理事會(Sustainability Accounting Standards Board，SASB)準則行業指標資訊

本公司依SASB行業分類，屬於媒體與娛樂(Media & Entertainment)行業，相關行業指標資訊如下：

• 永續揭露主題及指標

主題	指標	本公司情形或措施
媒體多元主義	(a)高階管理層、(b)非高階管理層、(c)專業人員及(d)所有其他員工之(1)性別及(2)多元群體之代表性之百分比	本公司重視職場多元、平等與包容，員工任用、薪酬、考核及晉升均以專業能力、工作表現及職務需求為主要依據，不因性別、年齡、國籍、身心障礙或其他非工作相關因素而有差別待遇。截至114年12月31日止，本集團員工人數為96人，其中男性比例約為31%、女性比例約為69%，並聘有身心障礙者1名，約占全體員工1%。本公司目前未將管理職分別以高階及非高階管理階層進行統計揭露，民國114年度管理階層人數共16人，其中男性8人、女性8人，管理階層性別比例為男性50%、女性50%。請詳見p.78「人力結構」。
	確保新聞媒體內容多元主義之政策與程序之描述	本公司為音樂內容產製公司，非屬新聞媒體業，故無媒體多元性相關政策。
新聞從業誠信與贊助之辨認	與文字誹謗或口頭誹謗相關之法律程序所造成之貨幣性損失總額	本公司近年無發生誹謗相關法律訴訟造成之損失。
	置入性廣告之收入	本公司主要以品牌合作為行銷方向，而非接受置入性廣告模式。合作形式多元，包括藝人擔任品牌代言人、參與廣告拍攝、社群內容合作等。

主題	指標	本公司情形或措施
新聞從業誠信與贊助之辨認	與(1)真實性、準確性、客觀性、公正性與課責性、(2)內容之獨立性或潛在偏見之透明度及(3)隱私保護與損害限制有關之確保新聞節目之新聞從業誠信之作法之描述	本公司非屬新聞媒體業，主要從事音樂內容開發、藝人經紀與表演活動等，因此並無新聞從業誠信相關適用。
智慧財產權保護與媒體盜版	確保智慧財產權(IP)保護之作法之描述	請詳見p.76「智慧財產權管理」。

• 活動指標

活動指標	本公司情形或措施
(1)媒體接收者總數與(2)廣播電視覆蓋之家庭數量，(3)有線電視網路訂戶及(4)雜誌與報紙之發行之數量	本公司非屬廣播電視、有線電視網路或報章雜誌出版業者，未經營相關媒體通路，無相關數據適用。本公司作品主要透過數位音樂平台、影音平台、社群媒體及實體演出活動觸及閱聽眾，尚無可計算媒體接收者總數之方式與標準。
製作之媒體作品與出版品之總數量	本公司民國114年投入了74首錄音著作、40首視聽著作及相關美術圖文攝影著作之開發，截至本報告書定稿日止，本公司所擁有智慧財產權之種類及數量：錄音著作約2500首及相關MV、演唱會及宣傳影片等視聽著作與美術圖文攝影著作、商標110類。



HIM
華研國際音樂

創新 · 人文 · 使命感