

ANNUAL REPORT

中華民國一一四年度年報
股票代號 | 7782



光速火箭股份有限公司
SPEEDING ROCKET COMPANY LIMITED

本年報資料查詢網址 <https://mops.twse.com.tw>

本公司網址 <https://www.speeding-rocket.com/zh-tw/>

Without self-imposed limitations, with integrity and honesty, fast adaptability, direct communication, and the ability to truly solve problems, everyone aboard this rocket will be able to find their own platform to shine.

中華民國115年5月25日刊印

一、本公司發言人及代理發言人之姓名、職稱、聯絡電話及電子郵件信箱：

發言人姓名：蘇志和 職稱：財務長 電話：(02)8522-8955 電子郵件信箱： spokesman@speeding-rocket.com	代理發言人姓名：沈宗良 職稱：董事長室特助 電話：(02)8522-8955 電子郵件信箱： spokesman@speeding-rocket.com
---	--

二、公司、工廠地址及連絡電話

公司地址：新北市新莊區富貴路 568 號 6 樓
電話：(02)8522-8955

三、辦理股票過戶機構之名稱、地址、網址及電話

名稱：群益金鼎證券股份有限公司
地址：台北市敦化南路二段 97 號敦南大樓 B2 樓
過戶機構網址：<https://agency.capital.com.tw>
電話：(02) 2702-3999

四、最近年度財務報告簽證會計師姓名、事務所名稱、地址、網址及電話

會計師姓名：黃明宏、楊雲筑會計師
事務所名稱：安侯建業聯合會計師事務所
地址：台北市信義區信義路五段 7 號 68 樓
事務所網址：<https://www.kpmg.com.tw>
電話：(02)8101-6666

五、海外有價證券掛牌買賣之交易場所名稱及查詢該海外有價證券資訊之方式：無

六、公司網址：<https://www.speeding-rocket.com>

目錄

壹、致股東報告書	1
貳、公司治理	6
一、董事、監察人、總經理、副總經理、協理、各部門及分支機構主管資料	6
二、最近年度給付董事、監察人、總經理及副總經理等之酬金	12
三、公司治理運作情形	16
四、簽證會計師公費資訊	48
五、更換會計師資訊	48
六、公司之董事長、總經理、負責財務或會計事務之經理人，最近一年內曾任職於簽證會計師所屬事務所或其關係企業者	48
七、最近年度及截至年報刊印日止，董事、經理人及持股比例超過百分之十之股東股權移轉及股權質押變動情形	48
八、持股比例占前十名之股東，其相互間為關係人或為配偶、二親等以內之親屬關係之資訊	49
九、公司、公司之董事、經理人及公司直接或間接控制之事業對同一轉投資事業之持股數，並合併計算綜合持股比例	50
參、募資情形	51
一、公司資本及股份	51
二、公司債辦理情形	54
三、特別股辦理情形	54
四、海外存託憑證辦理情形	54
五、員工認股權憑證辦理情形	54
六、限制員工權利新股辦理情形	54
七、併購或受讓其他公司股份發行新股辦理情形	54
八、資金運用計劃執行情形	54
肆、營運概況	55
一、業務內容	55
二、市場及產銷概況	73
三、從業員工最近二年度及截至年報刊印日止，從業員工人數、平均服務年資、平均年齡及學歷分布比率	78
四、環保支出資訊	78

五、勞資關係.....	78
六、資通安全管理.....	79
七、重要契約.....	81
伍、財務狀況及財務績效之檢討分析與風險事項.....	82
一、財務狀況.....	82
二、財務績效.....	83
三、現金流量.....	84
四、最近年度重大資本支出對財務業務之影響.....	85
五、最近年度轉投資政策、其獲利或虧損之主要原因、改善計畫及未來一年投資計畫.....	85
六、最近年度及截至年報刊印日止之風險事項.....	85
七、其他重要事項：無。.....	87
陸、特別記載事項.....	88
一、關係企業相關資料.....	88
二、最近年度及截至年報刊印日止，私募有價證券辦理情形，應揭露股東會或董事會通過日期與數額、價格訂定之依據及合理性、特定人選擇之方式、辦理私募之必要理由、私募對象、資格條件、認購數量、與公司關係、參與公司經營情形、實際認購（或轉換）價格、實際認購（或轉換）價格與參考價格差異、辦理私募對股東權益影響、自股款或價款收足後迄資金運用計畫完成，私募有價證券之資金運用情形、計畫執行進度及計畫效益顯現情形.....	89
三、其他必要補充說明事項.....	89
四、最近年度及截至年報刊印日止，如發生證券交易法第三十六條第三項第二款所定對股東權益或證券價格有重大影響之事項.....	89
五、年報記載資訊查詢之索引.....	89



壹、致股東報告書

一一四年度營業報告書

一、經營方針

首先感謝股東對光速火箭經營團隊的支持，本公司在 114 年度亦持續專注「SHARECO」及「KLOWER PANDOR」的品牌經營，並藉著 Specialty Retailer of Private Label(自有品牌經營零售模式)經營模式，有效率的開發貼近消費者需求之品牌商品，並仰賴著該模式衍生之數據擬定並執行有效之行銷策略，搭配線上線下之全通路整合(OMO)之經營策略，展現出高效率零售營運之綜效，以期在品牌及商品結構上有一定程度之競爭力。

114 年度零售市場面臨地緣政治與川普關稅政策之嚴峻考驗。雖有 AI 產業帶動局部薪資成長，但通膨高漲抵銷了所得增幅，導致消費者可支配所得縮減及意願下滑。在必需品支出擠壓下，台灣零售市場動能停滯，全年度呈現『實質零成長』之逆風態勢。

面對市場動能趨緩及潛在的衰退壓力，本公司積極調整經營權重，透過以下核心策略確保穩健營運：

1. 優化產品結構：聚焦高毛利與高黏著度產品之銷售，藉由提升核心品項滲透率，抵禦消費力道減弱引發的市場衰退風險。
2. 消費者客群經營：針對核心高黏著度客群進行分眾行銷，在不確定市場中維持高頻次回購，奠定營運現金流的穩定根基。
3. 採購策略優化：推動採購來源多元化，有效分散地緣政治與關稅波動風險，強化成本控管能力。

二、營業計劃實施成果

(一) SPA(Specialty Retail of Private Label Apparel)品牌零售業經營模式

1. 從商品策劃、生產到零售一體化控制的銷售形式，有效消費者和生產做連結，以滿足消費者需求為首要目標。
2. 通過革新的供給方式以及供應鏈的整合管理，實現對市場的快速反應。
3. 能從自家門市及通路直接掌握商品銷售動向與顧客需求。
4. 有效控制庫存數量及商品成本。
5. 與其製造商建立長期的合作關係，以確保品質穩定。

(二) 持續開發新商品及優化既有商品

1. 透過產品縱向及橫向發展增加消費客群。(縱向：既有商品之香味種類 / 橫向：開發更多香氛商品使用需求。)
2. 開發通路商品品牌。

(三) 行銷策略規劃

1. 持續透過知名藝人代言以增加品牌知名度及品牌力。
2. 加強透過跨界行銷宣傳增加品牌曝光及品牌價值，如電影聯名或知名展覽聯名。

(四) 通路拓展

1. 持續開展街邊店：台北中山商圈、台中一中街商圈、台北西門町商圈。
2. 針對既有百貨商場專櫃優化櫃位樓層位置。
3. 開發地區型商場，如環球系列等。
4. 以通路商品開發連鎖通路，如康是美、屈臣氏、寶雅。
5. 初期以當地經銷商及代理商為主要合作對象。
6. 藉由與當地 KOL 或 KOC 的合作，逐步提升品牌在當地的知名度及品牌力。
7. 初期目標市場：日本、馬來西亞、新加坡、香港、越南。



三、預算執行情形：

本公司 114 年度未公開財務預測，故無需揭露預算執行情形。

四、營業收支及獲利能力分析

(一) 合併報表之財務收支

單位：新台幣仟元

項 目	114 年度	113 年度	增減率%
營業收入淨額	699,831	711,385	(1.62)
營業成本	220,514	215,753	2.21
營業毛利	479,317	495,632	(3.29)
營業費用	419,173	424,857	(1.34)
營業利益	60,144	70,775	(15.02)
業外收入及支出	(1,718)	5,360	(132.05)
稅前淨利	58,426	76,135	(23.26)
所得稅費用	13,111	15,627	(16.10)
稅後淨利	45,315	60,508	(25.11)
淨利歸屬於			
母公司業主	45,800	60,508	(24.31)
非控制權益	(485)	-	
每股盈餘	2.13	3.10	(31.29)

(二) 獲利能力

項目	114 年度	113 年度
資產報酬率	6.49%	11.46%
股東權益報酬率	9.76%	18.50%
營業利益佔實收資本比率	25.91%	33.34%
純益率	6.48%	8.51%

五、未來展望

放眼新的一年台灣消費市場的發展，本公司認為仍是極具挑戰性的一年，在未來的一年中，本公司將持續投入資源於下列項目中：

1. 本公司持續擴張旗下『SHARECO DESIGN』與『KLOWER PANDOR』香氛品牌之經營規模。除優化線上行銷策略外，同步推動產品生活化轉型，開發全方位居家與個人香氛系列，降低消費門檻以貼合大眾生活概念。藉由豐富的產品矩陣，本公司已成功拓展多元化客群，實現新舊客戶並進之增長目標，深化品牌於消費市場之日常滲透力。
2. 本公司積極開展海外銷售版圖，以日本市場為首，導航向國際。預期在日本市場成功落地的基礎上，全面輻射至東南亞新興市場。本公司將發揮品牌在亞洲市場之銷售實力，對接具備規模優勢之區域經銷夥伴，透過多元通路之銷售合作，將『SHARECO DESIGN』與『KLOWER PANDOR』品牌推向國際化規模經營，創造海外營收新曲線。
3. 積極推進實體通路之全方位布局，透過百貨專櫃與品牌街邊店之雙軌策略，強化線下觸點。百貨專櫃鎖定高端消費客群，提升品牌能見度與定位；街邊店則側重於打造沉浸式品牌體驗空間，深化與區域消費者的連結。藉由實體店面的持續擴張，進一步整合線上線下（OMO）資源，建立更完整的品牌生態體系，提供消費者更具質感的服務深度。
4. 採取『自營品牌深化』與『外部資源整合』雙軌並進策略。透過擴大授權經營與精準併購，利用成熟的後勤資源槓桿，降低新品牌進入市場之邊際成本，構建具備高度抗風險能力與獲利彈性之多品牌集團布局。



六、受到外部競爭環境、法規環境及總體經營環境之影響

(一) 外競爭環境之影響

1. 同業競爭加劇（產業競爭者）

- (1) 國際香水大品牌主導市場：如 CHANEL、Dior、Tom Ford、Hermès 等高端品牌擁有強大品牌力與忠誠客群，掌控主要高端市場，然而入門級香水市場被蠶食，迫使該些品牌必須成立「頂級私藏系列」來搶佔入門市場。
- (2) 根據 2026 年市場數據，沙龍香水的成長率（CAGR 約 13-14%）遠高於傳統設計師品牌（約 5.8%）。消費者不再滿足於「大牌熱銷款」，而是追求能代表自我特質、故事性強的氣味。
- (3) 香氛已跨出瓶裝香水，進入「全生活場景」，不僅是服裝品牌，連家具商（如 IKEA）、數位電子產品甚至汽車品牌都推出了居家或車用香氛，模糊了行業邊界，爭奪消費者的「嗅覺佔有率」。

影響：市場競爭白熱化，品牌必須在社群媒體上經營深度內容，已無法單純依靠明星代言獲取消費者認同，需不斷創新及強化差異化，加上消費者對固定配方的忠誠度下降，故品牌需頻繁推出限量版或可組合的產品，否則將面臨市場份額被瓜分的風險。

2. 消費者偏好與需求改變（社會與文化環境）

- (1) 重視個人風格與獨特性：年輕世代偏好小眾香水、客製化香調，拒絕千篇一律的商業香。
- (2) 意識形態影響選擇：如純素(vegan)、無動物實驗(cruelty-free)、永續環保(sustainable)成為香水選購的重要指標。
- (3) 健康與安全意識抬頭：消費者關注成分安全、過敏風險、產品來源與標示真實性。

影響：品牌需調整產品開發方向與溝通語言，滿足多元且細緻的市場需求。

3. 科技與通路變革（科技環境）

- (1) 線上購物普及：消費者購香習慣改變，電商平台（如 Sephora、Amazon、品牌自營官網）成為主要購買通路。
- (2) AR/VR 與 AI 技術應用：虛擬試香、香味推薦系統提升使用者體驗。
- (3) 社群行銷影響力擴大：Instagram、TikTok 上的香水博主（香評人）成為香水購買決策的重要參考來源。

影響：品牌若無法跟上數位行銷與線上體驗潮流，將無法有效吸引新世代消費者。

(二) 法規環境之影響

1. 原料使用規範

- (1) 限制性成分與禁用清單：多數國家依據皮膚刺激性、致敏性、內分泌干擾風險來管制香水原料，例如：
 - A. 歐盟《化妝品法規》（EC 1223/2009）中禁用數百種化學成分。
 - B. 國際香料協會（IFRA）制定「香料使用標準」，定期修訂成分限量。
- (2) 天然原料也受限：如橙花、檀香、麝香、橡苔等天然萃取物，因過敏性或保育問題也可能被限制使用。
- (3) 國際香料協會（IFRA）推出的第 52 號修正案，針對皮膚致敏性和全身毒性增加了數十項原材料的限制或禁令（如特定麝香化合物與柑橘類光毒性物質），這導致許多經典香水必須進行重配方（Reformulation）。

影響：商品開發端需持續監控法規變動，調整配方以維持合法性與產品穩定性。

2. 產品標示與成分揭露

- (1) 標示規定日益嚴格：例如歐盟規定香水必須在包裝上標明可能致敏的香料成分（如 Linalool、Limonene）。
- (2) 「透明標示」成趨勢：消費者要求清楚標示來源與功能，要求品牌揭露完整 INCI 成分表。



(3)以台灣及亞太地區為例，2026年7月1日起進入全面強制執行階段，所有品牌必須備齊完整的PIF(產品資訊檔案)。這包含安全性評估報告、防腐效能測試與安定性數據。

影響：淘汰賽開啟，無法負擔高額檢驗費用、或原料溯源不清的小型進口品牌將被迫撤出市場。品牌商成為第一責任人，若發生品質問題，罰鍰往往以百萬計，且面臨強制下架。若未妥善標示或故意隱瞞，將面臨消費者投訴、罰款或下架風險，並影響品牌信譽。

3. 動物實驗限制

(1)歐盟、澳洲、印度、以色列等地明令禁止在化妝品研發與驗證階段進行動物實驗。

(2)轉向使用替代方法(如體外試驗、AI模擬毒性分析)已成業界常態。

影響：企業需投入替代試驗技術，並調整供應商選擇策略，避免使用有爭議來源的原料。

4. 環保與永續法規要求

(1)包裝回收與塑膠限制：多國實施減塑政策與強制回收，推動香水使用可補充瓶、玻璃包裝或紙質包材。

(2)碳足跡揭露制度：尤其在歐洲市場，企業須揭示供應鏈碳排放與永續生產方式。

影響：需強化綠色設計、供應鏈監控與ESG報告撰寫能力，以符合消費者與投資者期待。

(三) 總體經營環境之影響

香水產業雖為高度品牌導向與感性消費主導的產業，但其實深受總體經濟、政治、社會、科技、環境與法律等外部宏觀因素的影響。這些總體因素會間接影響香水的生產成本、供應鏈穩定性、消費者行為與整體市場競爭態勢。

1. 政治環境

(1)貿易政策與關稅：各國進出口政策改變、自由貿易協定或貿易戰(如中美關係)會影響香水原料與成品的跨境運輸成本與效率。

(2)政策穩定性：政治動盪或國際衝突(如俄烏戰爭、中東局勢)會中斷物流與供應鏈，提升經營風險。

(3)原料出口限制：許多關鍵原料產地(如馬達加斯加的香草、印度的檀香、中東的沉香)因當地政局不穩或國家資源保護政策，限制出口配額，導致全球香水品牌必須建立更強的採購韌性。

(4)補助與稅務政策：某些國家可能對香水或化妝品產業提供出口補助或綠色稅制優惠，影響企業布局策略。

影響：品牌須靈活調整產地與市場布局，降低政治風險對營運的衝擊。

2. 經濟環境

(1)K型復甦與消費分級：高淨值族群對「高定香水」的熱情不減，甚至將其視為「可移動的資產」；而中產階級則轉向更具性價比的「香氛替代品」。

(2)口紅效應的深化：在通膨壓力下，香水成為一種「心靈補償性支出」，帶動了小容量(如10ml針管香水)的爆發式增長，降低了消費門檻。

(3)匯率波動：品牌或出口商需面對匯率變動對定價與毛利率的直接影響。

影響：品牌需在定價上極其精準，高端線走向稀缺化，入門線走向多樣化。

3. 社會與文化

(1)消費習慣變化：新世代消費者重視個人風格、環保意識與品牌理念，如崇尚沙龍香、天然香或無性別香氛。

(2)去性別化：傳統的男女對立調香邏輯改變，木質、皮革與花香的結合不再分性別，中性香水佔據新發布產品的60%以上。

(3)人口結構變遷：如高齡化社會、Z世代崛起、單身族群成長，帶動不同香水市場細分。



(4)品牌認同與價值共鳴：消費者期望品牌展現社會責任(如永續、公益、動物保護)，不僅僅是商品提供者。

影響：品牌需精準洞察受眾，從產品設計到行銷語言都需貼近族群價值。

4. 科技環境

(1)AR/VR 虛擬試香技術：改善線上購物的體驗與轉換率，降低消費者因無法試香而放棄購買的機率。

(2)AI 大數據應用：可用於分析消費者香味偏好、個人化推薦、預測市場趨勢。

(3)智慧包裝與防偽技術：運用區塊鏈、NFC 晶片等技術，提升產品溯源、防偽與顧客互動功能。

影響：技術革新不僅提升營運效率，更成為行銷創新與顧客體驗的關鍵工具。

5. 環境與永續

(1)氣候變遷與天然原料短缺：如全球暖化影響玫瑰、橙花等香料植物的產量與品質。

(2)碳足跡與 ESG 指標壓力：消費者與投資人越來越重視品牌的永續表現，包含生產排碳量、包裝是否可回收等。

(3)綠色供應鏈建構：包括再利用包材、減塑政策、碳中和承諾等。

影響：香水企業需積極投入永續經營，以符合市場期待並降低環境風險。

6. 法律

(1)化妝品法規日益嚴格：如成分禁用清單 (IFRA/EU)、產品安全測試、動物實驗禁令、產品標示透明化等。

(2)電商法規與消費者保護：包含退換貨規則、個資保護、跨境稅收等。

(3)智慧財產權與仿冒品打擊：仿冒香水對品牌信譽與營收造成嚴重損害，需加強商標與專利保護。

影響：品牌需建立完整的法規遵循制度，以維持市場合法地位與品牌信任。

董事長：陳冠愷



總經理：李冠霆



貳、公司治理

一、董事、監察人、總經理、副總經理、協理、各部門及分支機構主管資料：

(一)董事

1. 董事資料：

職稱	姓名	性別及年齡	國籍或註冊地	初次選任日期	選任日期	任期	選任時持有股份		現在持有股數		配偶、未成年子女現在持有股份		利用他人名義持有股份		主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務	具配偶或二親等以內關係之其他管、董事或監察人		備註	
							股數	持股比率	股數	持股比率	股數	持股比率	股數	持股比率			職稱	姓名		關係
董事長	愷氏企業有限公司	-	中華民國	112.06.30	113.12.17	3年	3,105,787	14.63	3,021,787	13.02	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	代表人陳冠愷	男 31~40		-	-		140,793	0.66	244,793	1.05	-	-	7,598,258	32.73	黎明技術學院企管系畢業 光遠火箭(股)公司/董事長	光遠火箭(股)公司/董事長 愷氏企業有限公司/董事長	-	-	註1	
董事	火箭投資有限公司	-	中華民國	112.06.30	113.12.17	3年	3,057,786	14.41	3,021,786	13.02	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	代表人李冠霆	男 31~40		-	-		228,140	1.07	228,140	0.98	-	-	7,676,254	33.07	私立樹德科技大學肄業 光遠火箭(股)總經理	光遠火箭(股)公司/總經理 火箭投資有限公司負責人	-	-	註2	
董事	能鼎投資(股)公司	-	中華民國	113.7.22	113.12.17		765,532	3.61	765,532	3.30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	代表人董俊毅	男 51~60		-	-		-	-	-	-	-	-	-	-	美國南加州大學經濟學系學士 日本早稻田大學理工部LSI碩士 能率創新(股)公司/副董事長	能率創新(股)公司/董事 佳能企業(股)公司/董事 影一製作所(股)公司/董事 IKKA HOLDINGS (CAYMAN) LIMITED/董事 能率亞洲資本(股)公司/董事 星宇航空(股)公司/董事 協益電子(股)公司/獨立董事 捷博(股)公司/董事 能率資本(股)公司/負責人 能鼎投資(股)公司/負責人 應華工業(股)公司/董事	-	-		

115年4月28日；單位：股



職稱	姓名	性別及年齡	國籍或註冊地	初次選任日期	選任日期	任期	選任時持有股份		現在持有股數		配偶、未成年子女現在持有股份		利用他人名義持有股份		主要(學)經歷	目前兼任本公司及其他公司之職務	具配偶或二親等以內關係之其他監察人		備註
							股數	持股比例	股數	持股比例	股數	持股比例	股數	持股比例			職稱	姓名	
董事	邱奕淳	男 31~40	中華民國	113.07.22	113.12.17	3年	54,680	0.26	54,680	0.24	-	-	-	-	政治大學會計學系研究所碩士 安侯建業聯合會計師事務所/副理 安得仕聯合會計師事務所/執業會計師 台灣大學經濟系碩士 鈞御(股)公司 監察人 亞洲教育平台(股)公司/獨立董事 台北市會計師公會/18、19、20屆理事	能華影業(股)公司/董事 精能光學(股)公司/董事 捷邦國際科技(股)公司/董事 宏矜(股)有限公司/董事 毅金精密(股)公司/董事 佳旺資本(股)公司/董事	-	-	
獨立董事	李盈瑩	女 41~50	中華民國	113.12.17	113.12.17	3年	-	-	-	-	-	-	-	-	宏桂吉盈會計師事務所執業會計師	-	-	-	
獨立董事	黃詩琳	女 41~50	中華民國	113.12.17	113.12.17	3年	-	-	-	-	-	-	-	-	梓潼法律事務所執業律師所 思法人數位出版有限公司/講師	-	-	-	
獨立董事	林文欽	男 51~60	中華民國	113.12.17	113.12.17	3年	-	-	-	-	-	-	-	-	文化大學廣告系畢業 台灣大學EMBA碩士 騰訊科技(深圳)有限公司副總裁 北京京東世紀貿易有限公司副總裁 網路家庭國際資訊(股)公司副總裁	臺灣大學大創中心/執行長 震豪數位科技(股)公司/策略長	-	-	

註1：董事長陳冠愷先生透過本人持有之愷氏企業有限公司持有本公司股票計 3,021,787 股，及以頂級玩家有限公司及無人知曉有限公司間接分別持有本公司股票計 2,069,648 股及 2,506,823 股。

註2：總經理李冠霆先生透過本人持有之火箭投資有限公司持有本公司股票計 3,021,786 股，及以光速資本有限公司及低調控股有限公司間接分別持有本公司股票計 2,464,462 股及 2,190,006 股。



2. 法人股東之主要股東：

115 年 04 月 28 日

法人股東名稱	法人股東之主要股東	持股比例
火箭投資有限公司	李冠霆	100.00%
愷氏企業有限公司	陳冠愷	100.00%
能鼎投資股份有限公司	能率創新股份有限公司	100.00%

3. 法人股東之主要股東屬法人股東代表者

115 年 04 月 28 日

法人名稱	法人之主要股東持及股比例
能率創新股份有限公司	上櫃公司，股票代碼：5392，負責人：董俊仁



4. 董事專業資格及獨立董事獨立性資訊揭露：

姓名	條件	專業資格與經驗	獨立性情形	兼任其他公開發行公司獨立董事家數	
董事長 愷氏企業有限公司 代表人：陳冠愷		<ul style="list-style-type: none"> ■ 具備有企業管理、市場行銷、零售通路及策略規劃之能力，專長為電商行銷及品牌經營，負責本公司策略規劃、建構、推動及長期發展等相關事宜。 ■ 未有公司法第30條各款情事。 	<p>本公司董事間，並無違反「證券交易法」中有關獨立性規範之情事，亦未有公司法第30條各款情事之一。</p>	無	
董事 火箭投資有限公司 代表人：李冠霆		<ul style="list-style-type: none"> ■ 具備有電子商務、產業、市場資訊、市場行銷之能力，現任本公司總經理，具有通路銷售、品牌經營、電商行銷、專業市場競爭判斷及創新之領導能力。 ■ 未有公司法第30條各款情事。 		無	
董事 能鼎投資(股)公司 代表人：董俊毅		<ul style="list-style-type: none"> ■ 具有十年以上公司業務所需之工作經驗。曾任職能率管理顧問(股)公司董事長、捷邦國際科技(股)公司董事。 ■ 未有公司法第30條各款情事。 		1	
董事 邱奕淳		<ul style="list-style-type: none"> ■ 具有企業財務金融及會計事務，對產業具豐富規畫經驗，且經中華民國會計師高考及格，有十年以上商務、財務、會計及公司業務所需之工作經驗。 ■ 未有公司法第30條各款情事。 		無	
獨立董事 李盈瑩		<ul style="list-style-type: none"> ■ 具有企業財務金融及會計事務，對產業具豐富規畫經驗，且經中華民國會計師高考及格，有十年以上商務、財務、會計及公司業務所需之工作經驗。 ■ 未有公司法第30條各款情事。 		<p>(1) 本公司獨立董事，符合獨立性情形。</p> <p>(2) 獨立董事本人、其配偶、其二親等以內親屬未擔任本公司或其他關係企業之董事、監察人或受僱人；未擔任與本公司有特定關係公司之董事、監察人或受僱人。</p>	1
獨立董事 黃詩琳		<ul style="list-style-type: none"> ■ 具有企業經營民法相關法務專業，對企業法律風險具有豐富經驗，有十年以上商務、法律及公司業務所需之經驗。 ■ 未有公司法第30條各款情事。 		無	
獨立董事 林文欽		<ul style="list-style-type: none"> ■ 具備有電子商務、產業、市場資訊、市場行銷之能力，現任本公司總經理，具有通路銷售、品牌經營、電商行銷、專業市場競爭判斷及創新之領導能力。 ■ 未有公司法第30條各款情事。 		<p>(3) 最近2年無提供本公司或其關係企業商務、法務、財務、會計等服務所取得之報酬金額。</p>	無

(二)董事會多元化及獨立性：

1. 董事會多元化

為強化公司治理並促進董事會組成與結構之健全發展，本公司提倡並尊重董事會多元政策，根據「上市公司治理實務守則」第二十一條，多元化方針包括但不限於基本條件與價值(如：性別、年齡、國籍及文化等)及專業知識與技能(如：專業背景、專業技能及產業經歷等)，本公司亦以上述多元化方針為依歸。本公司現任董事會成員多元化政策落實情形如下：

姓名	多元化核心			基本條件及價值				產業經驗							專業能力	
	國籍	性別	年齡	獨立董事任期年資3年以下	專業判斷能力	會計及財務分析能力	經營管理能力	產業知識	危機處理能力	國際市場觀	領導能力	決策能力	品牌行銷能力	品牌經營及規劃		
董事長/愷氏企業有限公司 代表人：陳冠愷	中華民國	男	31-40歲		◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎		
董事/火箭投資有限公司 代表人：李冠霆	中華民國	男	31-40歲		◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎		
董事/能鼎投資股份有限公司 代表人：董俊毅	中華民國	男	51-60歲		◎		◎	◎	◎	◎	◎	◎				
董事/邱奕淳	中華民國	男	41-50歲		◎		◎	◎	◎	◎	◎	◎				
獨立董事/李盈瑩	中華民國	女	41-50歲	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎				
獨立董事/黃詩琳	中華民國	女	41-50歲	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎				
獨立董事/林文欽	中華民國	男	51-60歲	◎	◎		◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎	◎		

2. 董事會獨立性

本公司董事會由 7 名董事組成，包含 3 名獨立董事，獨立董事比例為 43%。現任董事會成員中無證券交易法第 26 條之 3 第 3 項及第 4 項規定情事。綜合上述評估，本公司董事會具獨立性。

(三) 總經理、副總經理、協理、各部門及分支機構主管：

115年4月28日；單位：股

職稱	國籍	姓名	性別	選(就)任日期	持有股份		配偶、未成年子女持有股份		利用他人名義持有股份		主要經(學)歷	目前兼任其他公司之職務	具配偶或二親等以內關係之經理人		備註
					股數	持股比例	股數	持股比例	股數	持股比例			職稱	姓名	
總經理	中華民國	李冠霆	男	112.03.23	228,140	0.98	—	—	7,676,254	33.07	私立樹德科技大學肄業 光速火箭股份有限公司/總經理	火箭投資有限公司/ 負責人	—	—	註
財務長	中華民國	蘇志和	男	112.03.23	61,000	0.26	—	—	—	—	私立東吳大學會計系/學士 精英電腦股份有限公司/副理 安侯建業會計師事務所/經理 遠運光電股份有限公司/協理	—	—	—	
營運長	中華民國	蔡靜儀	女	112.01.01	27,000	0.12	—	—	—	—	私立東吳大學法律系/學士 Yahoo雅虎奇摩購物中心/產品 經理 采妍國際股份有限公司/營銷經 理	—	—	—	
稽核主管	中華民國	黃雪涵	女	112.03.23	21,000	0.09	—	—	—	—	國立臺北大學會計系/學士 國立臺北大學法研所/碩士 現觀科技股份有限公司/經理 勤業眾信會計師事務所/副理	—	—	—	

註：總經理李冠霆先生透過本人持有之火箭投資有限公司持有本公司股票計 3,021,786 股，及他人持有之光速資本有限公司及低調控股有限公司分別持有本公司股票計 2,464,462 股及 2,190,006 股。

二、最近年度給付董事、監察人、總經理及副總經理等之酬金：

(一)董事及獨立董事之酬金

單位：新台幣千元

職稱	姓名	董事酬金				兼任員工領取相關酬金				A、B、C、D、E、F及G等七項總額及占稅後純益之比例		領取來自子公司以外轉投資事業或母公司酬金
		報酬(A)		退職退休金(B)		董事酬勞(C)		業務執行費用(D)		A、B、C、D、E、F及G等七項總額及占稅後純益之比例		
		本公司	財務報告內所有公司	本公司	財務報告內所有公司	本公司	財務報告內所有公司	本公司	財務報告內所有公司	本公司	財務報告內所有公司	
董事長	愷氏企業有限公司 代表人：陳冠愷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
董事	火箭投資有限公司 代表人：李冠霆	-	-	1,778	288	288	288	288	2,066	2,066	9,354	9,354
董事	能鼎投資(股)公司 代表人：董俊毅	-	-	-	-	-	-	-	4.56%	4.56%	20.64%	20.64%
董事	邱奕淳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
獨立董事	李盈瑩	1,296	1,296	-	192	192	192	192	1,488	1,488	1,488	1,488
獨立董事	黃詩琳	-	-	-	-	-	-	-	3.28%	3.28%	3.28%	3.28%
獨立董事	林文欽	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

1.請敘明獨立董事酬金給付政策、制度、標準與結構，並依所擔負之職責、風險、投入時間等因素敘明與給付酬金數額之關聯性；本公司獨立董事酬金給付政策與標準，係參酌同業通常水準並依其所擔負之職責、風險、投入時間等，由董事會議定其約定之固定酬金，而不參與公司獲利時之酬勞分派。

2.除上表揭露外，最近年度公司董事為財務報告內所有公司提供服務（如擔任非屬員工之顧問等）領取之酬金：無。

酬金級距表

給付本公司各個董事酬金級距	董事姓名					
	前四項酬金總額(A+B+C+D)		前七項酬金總額(A+B+C+D+E+F+G)			
	本公司	財務報告內 所有公司	本公司	財務報告內 所有公司	本公司	財務報告內 所有公司
低於 1,000,000 元	愷氏企業有限公司(代表陳冠愷) 能鼎投資(股)公司(代表董俊毅) 邱奕淳	愷氏企業有限公司(代表陳冠愷) 能鼎投資(股)公司(代表董俊毅) 邱奕淳	能鼎投資(股)公司(代表董俊毅) 邱奕淳	能鼎投資(股)公司(代表董俊毅) 邱奕淳	能鼎投資(股)公司(代表董俊毅) 邱奕淳	
1,000,000元(含)~2,000,000元(不含)	-	-	-	-	-	-
2,000,000元(含)~3,500,000元(不含)	-	-	-	-	-	-
3,500,000元(含)~5,000,000元(不含)	-	-	愷氏企業有限公司(代表陳冠愷) 火箭投資有限公司(代表李冠霆)	愷氏企業有限公司(代表陳冠愷) 火箭投資有限公司(代表李冠霆)	愷氏企業有限公司(代表陳冠愷) 火箭投資有限公司(代表李冠霆)	愷氏企業有限公司(代表陳冠愷) 火箭投資有限公司(代表李冠霆)
5,000,000元(含)~10,000,000元(不含)	-	-	-	-	-	-
10,000,000元(含)~15,000,000元(不含)	-	-	-	-	-	-
15,000,000元(含)~30,000,000元(不含)	-	-	-	-	-	-
30,000,000元(含)~50,000,000元(不含)	-	-	-	-	-	-
50,000,000元(含)~100,000,000元(不含)	-	-	-	-	-	-
100,000,000元以上	-	-	-	-	-	-
總計	4位	4位	4位	4位	4位	4位

(二)監察人之酬金：本公司已設立審計委員會取代監察人，故不適用。



(三)總經理及副總經理之酬金

114 年度；單位：新台幣仟元

職稱	姓名	薪資 (A)		退職退休金 (B)		獎金及特支費等 (C)		員工酬勞金額(D)				A、B、C 及 D等四項總額及占稅後純益之比例 (%)		領取來自子公司以外轉投資事業或母公司酬金		
		本公司	財務報告內所有公司	本公司	財務報告內所有公司	本公司	財務報告內所有公司	本公司		財務報告內所有公司		本公司	財務報告內所有公司			
								現金金額	股票金額	現金金額	股票金額					
總經理	李冠霆															
財務長	蘇志和	6,411	6,411	187	187	1,610	1,610	910	—	910	—	9,118	9,118	20.12%	20.12%	—
營運長	蔡靜儀															

酬金級距表

給付本公司各個總經理及副總經理酬金級距	總經理及副總經理姓名	
	本公司	財務報告內所有公司
低於 1,000,000 元	—	—
1,000,000 元(含)~2,000,000元(不含)	蔡靜儀	蔡靜儀
2,000,000 元(含)~3,500,000元(不含)	李冠霆、蘇志和	李冠霆、蘇志和
3,500,000 元(含)~5,000,000元(不含)	—	—
5,000,000 元(含)~10,000,000元(不含)	—	—
10,000,000 元(含)~15,000,000元(不含)	—	—
15,000,000 元(含)~30,000,000元(不含)	—	—
30,000,000 元(含)~50,000,000元(不含)	—	—
50,000,000 元(含)~100,000,000元(不含)	—	—
100,000,000 元以上	—	—
總計	3位	3位

(四)上市上櫃公司前五位酬金最高主管支酬金：不適用。

(五)分派員工酬勞之經理人姓名及分派情形

114 年12 月31 日；單位：新台幣仟元

職稱		姓名	股票金額	現金金額	總計	總額占稅後純益之比例 (%)
經理人	總經理	李冠霆	0	1,268	1,268	2.80
	財務長	蘇志和				
	營運長	蔡靜儀				
	稽核主管	黃雪涵				



(六)分別比較說明本公司及合併報表所有公司於最近二年度給付本公司董事、總經理及副總經理等之酬金總額占個體或個別財務報告稅後純益比例之分析並說明給付酬金之政策、標準與組合、訂定酬金之程序、與經營績效及未來風險之關聯性：

(1)本公司及合併報表所有公司於最近二年度給付本公司董事、總經理及副總經理等之酬金總額占個體或個別財務報告稅後純益比例之分析：

單位：新台幣仟元；%

職稱	113年度		114年度	
	占稅後純益(純損)之比例		占稅後純益(純損)之比例	
	本公司	合併報告內 所有公司	本公司	合併報告內 所有公司
董事(註1)	15.43	15.43	20.64	20.64
監察人	0.92	0.92	—	—
總經理及 副總經理	12.13	12.13	20.12	20.12

註1：包含兼任經理人之酬金。

(2)給付酬金之政策、標準與組合、訂定酬金之程序，與經營績效及未來風險之關聯性：

本公司董事、獨立董事及經理人之報酬，係同時考量公司營運績效、未來產業景氣波動之風險，以及未來經營可能面臨之營運風險、交易風險、財務風險等因素訂定，並將視經營狀況及相關法令適時檢討酬金制度，以謀求公司永續經營。整體而言，給付政策與經營績效之關聯性成正相關，並同時考量產業波動之風險，給付原則說明如下：

A. 董事及監察人

本公司給付董事及監察人之酬金政策係訂於公司章程，並經股東會通過。本公司董事及監察人執行本公司職務時，其報酬授權董事會參酌國內外業界之水準議定之。如公司年度決算有獲利時，依公司章程之規定提撥不高於3%分配酬勞。

B. 總經理及副總經理

依據本公司董事及經理人酬勞管理辦法規定執行，酬金包含薪資、獎金及員工酬勞，薪資及獎金係由薪資報酬委員會依其所擔任之職務及對公司之貢獻，並參酌同業薪資水準，給予合理之報酬；員工酬勞係依公司章程規定提撥，年度如有獲利，應提撥不低於3%為員工酬勞，並經薪資報酬委員會及董事會決議通過後提報股東常會後給付。

C. 與經營績效及未來風險之關聯性

本公司支付董事、總經理及副總經理酬金之政策及訂定酬金之程序，已考量公司未來面臨之營運風險，並與經營績效正向關聯性，以得風險控管之平衡。



三、公司治理運作情形

(一)董事會運作情形

最近年度董事會開會 12 次(A)，每次董事會皆有至少一席獨立董事親自出席，董事列席情形如下：

職稱	姓名	實際出席次數(B)	委託出席次數	實際出席率(B/A)%註	備註
董事長	愷氏企業有限公司 代表人：陳冠愷	12	—	100	
董事	火箭投有限公司 代表人：李冠霆	12	—	100	
董事	能鼎投資(股)公司 代表人：董俊毅	12	—	100	
董事	邱奕淳	12	—	100	
獨立董事	李盈瑩	11	1	91.67	
獨立董事	黃詩琳	12	—	100	
獨立董事	林文欽	12	—	100	

註：實際列席率，以其在職期間董事會開會次數及其實際出席次數計算。

其他應記載事項：

一、董事會之運作如有下列情形之一者，應述明董事會日期、期別、議案內容、所有獨立董事意見及公司對獨立董事意見之處理：

(一)證券交易法第 14 條之 3 所列事項：本公司已設置審計委員會，依證券交易法第 14 條之 5 規定，不適用證券交易法第 14 條之 3 規定。

(二)除前開事項外，其他經獨立董事反對或保留意見且有紀錄或書面聲明之董事會議決事項：無。

二、董事對利害關係議案迴避之執行情形：

日期	議案內容	董事利益迴避表決情形
114.01.16	本公司 113 年度經理人年終獎金案。	1.扣除陳冠愷董事、李冠霆董事、財會處處長蘇志和及稽核主管黃雪涵利益迴避後，經邱奕淳董事代理主席並徵詢其餘全體出席董事同意通過。 2.業經薪酬委員會全體出席委員同意通過。
114.04.11	評估本公司董事長、總經理及經理人薪酬案。	1.扣除陳冠愷董事、李冠霆董事、財會處處長蘇志和及稽核主管黃雪涵利益迴避後，經李盈瑩董事代理主席並徵詢其餘全體出席董事同意通過。 2.業經薪酬委員會全體出席委員同意通過。
114.08.11	子公司法人代表及經理人指派案。	扣除陳冠愷董事及李冠霆董事利益迴避後，經李盈瑩董事代理主席並徵詢其餘全體出席董事同意通過。
	子公司董事經理人指派案。	扣除陳冠愷董事利益迴避後，經李盈瑩董事代理主席並徵詢其餘全體出席董事同意通過。



	本公司 112 年度及 113 年度董監事個別酬勞發放案。	1.扣除陳冠愷董事、李冠霆董事、董俊毅董事及邱奕淳董事利益迴避後，經李盈瑩董事代理主席並徵詢其餘全體出席董事同意通過。 2.業經薪酬委員會全體出席委員同意通過。
115.02.12	本公司 114 年度經理人年終獎金案。	1.扣除陳冠愷董事、李冠霆董事、財會處處長蘇志和及稽核主管黃雪涵利益迴避後，經李盈瑩獨立董事代理主席並徵詢其餘全體出席董事同意通過。 2.業經薪酬委員會全體出席委員同意通過。
115.03.13	稽核主管職務晉升暨薪資調整追認案。	1.扣除稽核主管黃雪涵利益迴避後，經主席徵詢全體出席董事同意通過。 2.業經薪酬委員會全體出席委員同意通過。

三、董事會評鑑執行情形：

評估類別	董事會內部績效評估
評估週期	每年執行一次
評估期間	114 年 1 月 1 日至 114 年 12 月 31 日
評估範圍	董事會、個別董事成員及功能性委員會之績效評估
評估方式	董事會內部自評、董事成員自評及同儕評估
評估內容	評估內容依評估範圍至少包括下列項目： (1)董事會績效評估：至少包括對公司營運之參與程度、董事會決策品質、董事會結構、董事的選任及持續進修、內部控制等。 (2)個別董事成員績效評估：至少包括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、內部控制等。 (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、內部控制等。
評估結果	(1)114 年度董事會績效評估自評結果介於 5 分「非常同意」與 4 分「同意」之間，董事對於各項評核指標運作多為非常同意，董事會及各功能性委員會整體運作良好，本公司將依據本次績效評估結果低於平均分數之項目，持續精進董事會職能，增加董事決策參與度及效能，以提升公司治理成效。 (2)評估結果已呈送 115 年 2 月 12 日薪資報酬委員會討論及 115 年第 1 次董事會報告。

四、當年度及最近年度加強董事會職能之目標與執行情形評估：

- (一)本公司依公司法及證券交易法所列應先提交審計委員會同意後再提交董事會決議之議案，已經由審計委員會同意後，送交董事會決議通過並執行。
- (二)本公司已依法令規定將董事會議事之運作納入內部控制制度管理，並由稽核單位定期進行稽核。
- (三)本公司依「董事會績效評估辦法」並依辦法執行個別董事及董事會自評作業，114 年度自評結果已提報 115 年 2 月 12 日董事會。
- (四)董事會重要決議及相關公司治理規章均已上傳至公司網站投資人專區，加強董事會資訊揭露。



(二)審計委員會運作情形：

審計委員會運作情形資訊

本公司於113年12月17日股東臨時會全面改選董事(獨立董事)，並依證交法設置審計委員會替代監察人。

最近年度審計委員會開會10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)(註1、註2)	備註
獨立董事	李盈瑩	9	1	90	
獨立董事	黃詩琳	10	0	100	
獨立董事	林文欽	10	0	100	

註：實際列席率，以其在職期間審計委員會開會次數及其實際出席次數計算。

其他應記載事項：

一、審計委員會之運作如有下列情形之一者，應敘明審計委員會召開日期、期別、議案內容、獨立董事反對意見、保留意見或重大建議項目內容、審計委員會決議結果以及公司對審計委員會意見之處理。

(一)審計委員會之運作情形：

審委會	議案內容	證券交易 法第14條 之5所列	審計委員會決議 結果以及公司 對審計員會 意見之處理
114.01.15 (114年第1次)	1.本公司114年度預算及營運計畫案。 2.安候建業聯合會計師事務所更換本公司財務報告查核簽證會計師案。 3.本公司簽證會計師獨立性與適任性評估暨委任報酬案。 4.修訂「公司章程」案。 5.本公司申請股票上櫃案。 6.本公司辦理初次上櫃現金增資提撥公開承銷暨原股東放棄優先認購權利案。	✓	全體出席委員 同意通過。
114.03.28 (114年第2次)	1.本公司自行編製財務報告能力案。 2.民國113年度「內部控制制度有效性考核」及「內部控制制度聲明書」案。 3.代子公司光速展店實業有限公司取得使用權資產案。	✓	
114.04.11 (114年第3次)	1.113年度營業報告書及財務報表案。 2.113年度盈餘分配案。 3.訂定本公司「公司治理實務守則」、「關	✓	



	係人相互間財務業務相關作業規範」及「集團企業、特定公司及關係人交易作業程序」案。 4.訂定本公司「基層員工薪酬辦法」案。		
114.05.07 (114年第4次)	1.本公司114年第二季及第三季財務預測案。 2.本公司「內部控制制度聲明書」案。 3.訂定本公司「風險評估管理辦法」案。 4.本公司「公司治理自評報告」案。	✓	
114.05.15 (114年第5次)	1.114年第1季財務報表案。 2.代子公司光速展店實業有限公司取得使用權資產案。	✓	
114.08.06 (114年第6次)	1.擬辦理初次上櫃前現金增資發行新股供公開承銷案。 2.訂定本公司「114年度現金增資員工認股辦法」案。	✓	
114.08.11 (114年第7次)	1.114年第2季財務報表案。 2.本公司應收帳款委託銀行承購案。 3.為強化品牌管理控管機制，訂定「公司品牌管理辦法」案。 4.為強化控管機制，修定「投資循環」、「核決權限表」及「取得或處分資產處理程序」案。	✓	
114.10.27 (114年第8次)	1.114年第3季財務報表案。	✓	
114.11.21 (114年第9次)	1.本公司與子公司光速展店實業有限公司進行簡易合併案。 2.115年度稽核計畫案。	✓	
114.12.29 (114年第10次)	1.115年度預算及營運計畫案。 2.修訂基層員工薪酬辦法案。 3.調整本公司內部組織架構案。 4.本公司委託銀行應收帳款承購年度合約展期事宜追認案。	✓	

(二)除前開事項外，其他未經審計委員會通過，而經全體董事三分之二以上同意之議決事項：無此情形。

二、獨立董事對利害關係議案迴避之執行情形，應敘明獨立董事姓名、議案內容、應利益迴避原因以及參與表決情形：無此情形。

三、獨立董事與內部稽核主管及會計師之溝通情形（應包括就公司財務、業務狀況進行溝通之重大事項、方式及結果等）。

(一)本公司內部稽核主管定期於每次召開之審計委員會向獨立董事進行稽核業務及稽



核結果與其追蹤情形。114年度本公司審計委員會與內部稽核主管溝通情形如下，獨立董事均無意見。

- (1)每會計年度終了前將次一年度之稽核計畫，經審委會核定後提報董事會決議。
 - (2)每季向審委會報告稽核業務執行情形。
 - (3)對主管機關、稽核單位與內部單位自行查核所提列檢查意見或查核缺失，及內控制度聲明書所列應加強辦理改善事項，持續追蹤覆查，並將其追蹤考核改善辦理情形，以書面交付審委會。
 - (4)本公司年度內部控制制度有效性之考核及內部控制制度聲明書提報審委會審議。
- (二)本公司簽證會計師於每季的審計委員會會議中報告當季財務報表查核或核閱結果。114年度本公司審計委員會與簽證會計師溝通情況良好，獨立董事均無意見。
- (三)本公司獨立董事、稽核主管均列席每次召開之董事會稽核主管於每次董事會報告內部稽核業務情形。
- (四)溝通情形如下：

(1)與內部稽核溝通情形

日期	出席人員	溝通重點	溝通結果
114/01/15	獨立董事李盈瑩 獨立董事黃詩琳 獨立董事林文欽 稽核主管黃雪涵	報告113年10~12月內部稽核業務執行情形。	本次會議無意見
114/03/28	獨立董事李盈瑩 獨立董事黃詩琳 獨立董事林文欽 稽核主管黃雪涵	113年度內部控制制度有效性考核，及審議本公司113年度內部控制制度聲明書。	本次會議無意見
114/05/15	獨立董事李盈瑩 獨立董事黃詩琳 獨立董事林文欽 稽核主管黃雪涵	報告114年1~3月內部稽核業務執行情形。	本次會議無意見
114/08/06	獨立董事李盈瑩 獨立董事黃詩琳 獨立董事林文欽 稽核主管黃雪涵	報告114年4~6月內部稽核業務執行情形。	本次會議無意見
114/10/27	獨立董事李盈瑩 獨立董事黃詩琳 獨立董事林文欽 稽核主管黃雪涵	報告114年7~9月內部稽核業務執行情形。	本次會議無意見
114/11/21	獨立董事李盈瑩 獨立董事黃詩琳 獨立董事林文欽 稽核主管黃雪涵	審議115年度稽核計畫。	本次會議無意見



(2)與會計師溝通情形

日期	出席人員	溝通重點	溝通結果
114/04/11	獨立董事李盈瑩 獨立董事黃詩琳 獨立董事林文欽 會計師黃明宏	會計師報告以下事項並對獨立董事所提問題進行討論及溝通： 1.113年度財務報告之查核範圍及結果。 2.關鍵查核事項說明。 3.預先核准非確信服務案件。	本次會議無意見
114/05/15	獨立董事李盈瑩 獨立董事黃詩琳 獨立董事林文欽	會計師以書面方式報告以下事項： 1.114年第一季財務報告核閱範圍及結果。 2.重要法令更新。	本次會議無意見
114/08/11	獨立董事李盈瑩 獨立董事黃詩琳 獨立董事林文欽 會計師黃明宏	會計師報告以下事項並對獨立董事所提問題進行討論及溝通： 1.114年第二季財務報告核閱範圍及結果。 2.重要法令更新。	本次會議無意見
114/10/27	獨立董事李盈瑩 獨立董事黃詩琳 獨立董事林文欽 會計師黃明宏	會計師報告以下事項並對獨立董事所提問題進行討論及溝通： 1.114年第三季財務報告核閱範圍及結果。 2.年度查核規劃(包含關鍵查核事項說明)。 3.重要法令更新。	本次會議無意見

四、審計委員會年度工作重點彙整

(一)本公司審計委員會之運作，以下列事項之監督為主要工作重點：

- (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。

(二)審計委員會職權事項如下：

- (1)依證交法第十四條之一規定訂定或修正內部控制制度。
- (2)內部控制制度有效性之考核。



- (3)依證交法第三十六條之一規定訂定或修正取得或處分資產、從事衍生性商品交易、資金貸與他人、為他人背書或提供保證之重大財務業務行為之處理程序。
- (4)涉及董事自身利害關係之事項。
- (5)重大之資產或衍生性商品交易。
- (6)重大之資金貸與、背書或提供保證。
- (7)募集、發行或私募具有股權性質之有價證券。
- (8)簽證會計師之委任、解任或報酬及獨立性評估。
- (9)財務、會計或內部稽核主管之任免。
- (10)年度財務報告及半年度財務報告。
- (11)其他公司或主管機關規定之重大事項。



(三) 公司治理運作情形及與上市上櫃公司治理實務守則差異情形及原因

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司治理實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
一、公司是否依據上市上櫃公司治理實務守則訂定並揭露公司治理實務守則？	V		●董事會於114年3月28日通過訂定，已揭露於本公司官網 https://www.speeding-rocket.com/ 及公開資訊觀測站。	無重大差異
二、公司股權結構及股東權益 (一)公司是否訂定內部作業程序處理股東建議、疑義、糾紛及訴訟事宜，並依程序實施？	V		●本公司除委由股務代理機構代為處理相關業務外，並透過發言人作為處理股東建議或糾紛等問題，訂定公司治理實務守則確保股東權益，並依相關規定實施。	無重大差異
(二)公司是否掌握實際控制公司之主要股東及主要股東之最終控制者名單？	V		●本公司透過透股股代理機構，充分掌握及了解主要股東結構並定期申報董事、經理人及大股東股權具動情形。 ●主要股東之最終終控制者名單，除自然人外，因本公司與主要股東具有相互之關係，若有需要本公司將向該公司取得最終控制者名單。	無重大差異
(三)公司是否建立、執行與關係企業間之風險控管及防火牆機制？	V		●本公司與關係企業營運及財務皆獨立運作，依本公司「內部控制制度」、「關係人交易管理辦法」及「取得或處分資產理程序」及相關辦法之規定，規範本公司與關係企業之財務業務往來及應受監督之事宜。	無重大差異
(四)公司是否訂定內部規範，禁止公司內部人利用市場上未公開資訊買賣有價證券？	V		●本公司訂有「防範內線交易、內部重大資訊處理作業程序、公司治理實務守則及誠信經營作業程序及行為指南等相關法規，禁止內部人利用市場上未公開資訊買賣有價證券，稽核部門亦配合不定期查核。	無重大差異
三、董事會之組成及職責 (一)董事會是否擬訂多元化政策、具體管理目標及落實執行？	V		●本公司已訂定公司治理實務守則，強化董事會結構，於其中規定董事會組成需考量多元化方針，已落實執行。本公司董事會成員之提名與遴選係遵照公司章程之規定，採候選人提名制，除評估各候選人之學經歷資格外，	無重大差異



評估項目	運作情形			與上市上櫃公司 治理實務守則 差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			<p>也遵守本公司所訂定之董事選任程序。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●本公司於「公司治理守則」中明訂董事會成員組成應考量多元化，不限制性別、種族及國籍，並就本身運作、營運型態及發展需求以擬訂適當之多元化方針，宜包括但不限於基本條件與價值、專業知識與技能等二大面向之標準。 (1)就基本條件與價值方面，本公司以女性董事佔比達三分之一(33%)為目標，目前七席董事(合獨立董事)中已有二席女性董事，女性董事佔比達為29%，預計在未來增加女性董事以達成目標。 (2)就專業知識與技能方面，為達到公司治理之理想目標，董事會整體應具備營運判斷、會計及財務分析、經營管理、危機處理、領導及決策且具有產業知識及國際市場觀等能力，目前董事會之組成已具備所需之各項專業資格。 ●詳細內容可參閱本公司官網個別董事落實董事會成員多元化政策。 	
(二)公司除依法設置薪資報酬委員會及審計委員會外，是否自願設置其他各類功能性委員會？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司已於113年設置薪酬委員會及審計委員會，以加強公司治理，未來將依公司實際需要及相關法令規定設置其他功能性委員會。 	無重大差異
(三)公司是否訂定董事會績效評估辦法及其評估方式，每年並定期進行績效評估，且將績效評估之結果提報董事會，並運用於個別董事薪資報酬及提名續任之參考？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司已訂定董事會績效評估辦法，並依相關規定辦理績績效評估，績效評估結果請參閱年報p.17及本公司官網。 ●114年度董事會成員、董事會、審計委員會及薪資報酬委員會之績效評估案，業於115年2月12日審議完成。績效評估結果為「整體董事會運作情況極優」。 ●本公司訂有「薪資報酬委員會組織規程」並發布在本公司官網。 	無重大差異



評估項目	運作情形			與上市上櫃公司 治理實務守則 差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			本公司薪資報酬委員會之職能，係以專業客觀的就本公司董事及經理人之薪資報酬政策及制度予以評估，每年至少開會二次，並得視需要隨時召開會議，向董事會提出建議，以供其決策之參考。薪酬委員會相關運作情形請參閱年報 p.30-31。	
(四)公司是否定期評估簽證會計師獨立性？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●依本公司治理實務守則第 30 條規定，定期(每年一次)評估簽證會計師獨立性及適任性，參照「會計師法」第 47 條及「職業道德規範公報」第 10 號「查核與核閱之獨立性」之規定制定獨立性評估項目，擬具之「簽證會計師審查評核表」(請見表一)，且參考審計品質指標(AQIs)，確認會計師及事務所在查核經驗與受訓時數均優於同業平均水準，並在審計流程中運用數位科技，以提升審計效率及確保審計品質本公司無連續七年未更換會計師或委任之會計師受有處分或有損及獨立性之情事，經評估無更換會計師之必要。最近一年度會計師之獨立性及適任性評估經 115 年 3 月 13 日審計委員會及董事會通過。 ●經確認會計師除簽證及財稅案件費用外，與本公司或董事間並無： <ol style="list-style-type: none"> (1)直接或重大間接財務利益關係。 (2)密切之商業關係。 (3)潛在之僱傭關係。 (4)融資或保證行為；確認其家庭成員亦無違反獨立性後，方進行會計師聘任及費用之審議。 	無重大差異
四、上市上櫃公司是否配置適任及適當人數之公司治理人員，並指定公司治理主管，負責公司治理相關事務(包括但不限於提供董事、監察人執行業務所需資料、協助董事、監察人遵循法令、依法辦理董事會及股	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司於114年5月7日經董事會通過由財務主管兼任公司治理主管，負責公司治理相關事務，包括提供董事執行業務所需資料、協助董事遵循法令、依法辦理董事會及股東會之會議相關事宜、辦理公司登記及變更登記、製作 	無重大差異



評估項目	運作情形			與上市上櫃公司 治理實務守則 差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
東會之會議相關事宜、製作董事會及股東會議事錄等)?			董事會及股東會議事錄等事務。	
五、公司是否建立與利害關係人(包括但不限於股東、員工、客戶及供應商等)溝通管道,及於公司網站設置利害關係人專區,並妥適回應利害關係人所關切之重要企業社會責任議題?	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司於中文官網設有永續發展專區及利害關係人專區。 ●本公司提供免費客服專線、電子信箱、Facebook 社群網站及投資人服務聯絡窗口,與各利害關係人保持良好之溝通。 ●本公司於官網設有公司公司 治理專區及董事會決議事項,供投資人查詢下載相關訊息。 	無重大差異
六、公司是否委任專業股務代辦機構辦理股東會事務?	V		●本公司已委託專業股務代辦機構「群益金鼎證券股份有限公司」處理股東會及股務相關事宜。	無重大差異
七、資訊公開 (一)公司是否架設網站,揭露財務業務及公司治理資訊?	V		●本公司已架設中文官網,揭露財務業務及公司治理相關資訊,相關網址如下: https://www.speeding-rocket.com/	無重大差異
(二)公司是否採行其他資訊揭露之方式(如架設英文網站、指定專人負責公司資訊之蒐集及揭露、落實發言人制度、法人說明會過程放置公司網站等)?	V		●已採行其他資訊揭露方式如下: (1)架設中文官網,揭露相關資訊。 (2)重大訊息公告採中文公告資訊。 (3)本公司皆於規定期限內公告各季度財報及各月份營運情形,並有專人定期更新中文官網資料。 (4)參與券商及主管機關舉辦之法人說明會,說明本公司營運概況,依相關規定公告並將相關資訊揭露於中文官網。 (5)本公司發言人執行公司資訊發佈,設置一位發言人及一位代理發言人。	無重大差異
(三)公司是否於會計年度終了後兩個月內公告並申報年度財務報告,及於規定期限前提早公告並申報第一、二、三季財務報告與各月份營運情形?		V	<ul style="list-style-type: none"> ●本公司分別於 114 年 4 月 25 日及 115 年 3 月 13 日公告 113 年及 114 年年度財務報告,於法令規定之期限內完成申報。 ●114 年第一、二、三季財務報告分別於 5/15、8/12、10/27 公告申報均早於規定期限;每月月營收等營運情形,亦於法令規定期 	無重大差異



評估項目	運作情形			與上市上櫃公司 治理實務守則 差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			限完成申報。	
八、公司是否有其他有助於瞭解公司治理運作情形之重要資訊（包括但不限於員工權益、僱員關懷、投資者關係、供應商關係、利害關係人之權利、董事及監察人進修之情形、風險管理政策及風險衡量標準之執行情形、客戶政策之執行情形、公司為董事及監察人購買責任保險之情形等）？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●1.董事進修之情形：為提升本公司董事之專業職能，持續充實新知，於114年向公司治理協會申請到府課程6小時，114年董事進修情形詳如下表二。 2.董事對利害關係議案迴避之執行情形：本公司董事秉持高度自律之原則，對董事會所列議案如涉有利害關係致損及公司利益之虞時，不得加入表決。詳細迴避情形可參閱年報 p.16-17。 3.公司為董事購買責任保險之情形：本公司董事秉持誠信經營原則，無訴公事件或違法行為之情事，並於民國114年度向旺旺友聯產物保險投保董監事責任保險，投保額度為美金100萬，保險責任起迄日期自114年09月01日起至115年09月01日止。 4.本公司依法揭露財務、業務相關資訊，並持續強化資訊透明度。另透過發言人，作為公司與投資人溝通之直接管道。 5.本公司於114年04月11日及114年05月07日董事會決議通過設立「風險暨資安」管理小組，並訂定「風險管理政策」及「資訊安全政策」由總經理擔任召集人，並定期向董事會報告執行情形，以強化公司對重大風險的辨識、提升資訊安全並降低營運風險。 6.其他公司治理相關事宜，本公司配合主管機關相關法令依法辦理，並持續追蹤國內外公司治理制度發展，修正公司內部法規以完善公司治理運作。 	無重大差異
九、本公司就臺灣證券交易所股份有限公司公司治理中心最近年度發布之公司治理評鑑結果說明已改善情形，及就尚未改善者提出優先加強事項與措施：本公司2025/10/28上櫃，上櫃後再執行公司治理評鑑作業。				



附表一：會計師獨立性評估標準

評估單位：董事會事務單位

評估年度：115 年度

評估委任事務所及會計師：安侯建業聯合會計師事務所/黃明宏、楊雲筑會計師

影響獨立性情況	評估結果	是否違反獨立性	
		是	否
1.與本公司有直接或重大間接財務利益關係。	無此情形		✓
2.與本公司或本公司董事間有融資或保證行為。	無此情形		✓
3.與本公司或本公司董事、經理人有重大密切之商業關係。	無此情形		✓
4.審計服務小組成員與本公司間有潛在之僱傭關係。	無此情形		✓
5.與查核案件有關之或有公費。	無此情形		✓
6.審計服務小組成員最近兩年內擔任本公司之董事、經理人或對審計案件有重大影響之職務。	無此情形		✓
7.對本公司提供的非審計服務，直接影響審計案件之重要項目。	無此情形		✓
8.審計服務小組成員受託成為本公司立場或意見之辯護者，或代表本公司協調與第三人發生衝突。	無此情形		✓
9.審計服務小組成員與本公司董事、經理人或對審計案件有重大影響職務人員有親屬關係。	無此情形		✓
10.卸任一年以內之共同執業會計師擔任本公司董事、經理人或對審計案件有重大影響之職務。	無此情形		✓
11.審計服務小組成員收受本公司或本公司董事、經理人或主要股東之價值重大餽贈或特別優惠。	無此情形		✓
12.為降低公費，對審計服務小組成員施加壓力，使其不當減少應執行之查核工作。	無此情形		✓
13.本公司要求審計服務小組成員接受管理階層在會計政策上之不當選擇或財務報表上之不當揭露。	無此情形		✓
14.同一會計師執行簽證業務(含當年度)是否超過七年。	無此情形		✓

●經評估後，委任簽證會計師皆未有以上獨立性評估項目所述情事，可確認簽證會計師符合獨立性，出具之財務報告之可信賴度無虞。



附表二：114 年董事進修情形

職稱	姓名	日期	主辦單位	課程名稱	時間
董事長	陳冠愷	114.3.28	社團法人中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3小時
		114.11.27	中華民國內部稽核協會	從公司治理看薪工循環與勞動事件法	6小時
		114.12.03	社團法人中華公司治理協會	全球趨勢分析-風險與機會	3小時
董事	李冠霆	114.3.28	社團法人中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3小時
		114.12.18	台灣投資人關係協會	說出永續價值：ESG故事力與銀齡策略	3小時
		114.12.19	社團法人中華公司治理協會	公司誠信經營與高階當責制度國際趨勢與經驗分享	3小時
董事	董俊毅	114.3.28	社團法人中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3小時
		114.07.30	社團法人台灣投資人關係協會	職場侵害OUT，DEI職場IN-法說、學說、務實說之「職場不法侵害(性騷擾+職場霸凌)」之案例解析 與預防舉措	3小時
		114.08.11	社團法人中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3小時
		114.09.25	社團法人台灣投資人關係協會	營業秘密保護與公司治理	3小時
		114.11.19	社團法人台灣投資人關係協會	綠色供應鏈	3小時
董事	邱奕淳	114.3.28	社團法人中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3小時
		114.07.25	中華民國會計師公會全國聯合會	永續資訊揭露中重大性之考量	3小時
		114.07.25	中華民國會計師公會全國聯合會	會計師執業的法律責任	3小時
		114.07.30	財團法人中華民國會計研究發展基金會	IFRS18「財務報表中之表達與揭露」準則與實務解析專業研習課程	6小時
獨立董事	李盈瑩	114.3.28	社團法人中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3小時
		114.12.11	中華民國會計師公會全國聯合會	公司法規暨公司登記實務解析	3小時
獨立董事	黃詩琳	114.3.28	社團法人中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3小時
		114.12.03	社團法人中華公司治理協會	全球趨勢分析-風險與機會	3小時
		114.12.06	台北律師公會	人身保險契約金錢債權之執行	3小時
		114.12.08	財團法人台北金融研究發展基金會	生成式AI的商業價值數位風險	3小時
獨立董事	林文欽	114.3.28	社團法人中華公司治理協會	公司治理與證券法規	3小時
		114.12.29	中華民國內部稽核協會	「永續資訊管理」與內控內稽實務重點研討	6小時
		114.12.30	中華民國內部稽核協會	從案例談內部稽核新定位-倫理道德與法律的交會	6小時



(四)公司如有設置薪資報酬委員會者，應揭露其組成及運作情形

薪資報酬委會運作情形資訊

1. 薪資報酬委員會成員資料

身分別	姓名	專業資格與經驗	獨立性情形	兼任其他公開發行公司薪資報酬委員會成員家數
獨立董事	李盈瑩	本公司薪酬委員會由全體三位獨立董事組成，委員之工作年資及專業資格與經驗請參閱本年報第貳章、「董事專業資格及獨立董事獨立性資訊揭露」。		1
	黃詩琳			0
	林文欽			0

註：本公司全體獨立董事經查皆未有公司法第 30 條各款情事。

2. 薪資報酬委員會運作情形資訊

(1)本公司之薪資報酬委員會委員計 3 人。

(2)本屆委員任期：113 年 12 月 17 日至 116 年 12 月 16 日，最近年度薪資報酬委員會開會 4 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	李盈瑩	4	-	100%	
委員	黃詩琳	4	-	100%	
委員	林文欽	4	-	100%	

3. 其他應記載事項：

(1)董事會如不採納或修正薪資報酬委員會之建議，應敘明董事會日期、期別、議案內容、董事會決議結果以及公司對薪資報酬委員會意見之處理：無此情形。

(2)薪資報酬委員會之議決事項，如成員有反對或保留意見且有紀錄或書面聲明者，應敘明薪資報酬委員會日期、期別、議案內容、所有成員意見及對成員意見之處理：無此情形。

(3)114 年度薪資報酬委員會開會情形：

薪資報酬委員會	董事會	議案內容及後續處理	決議結果	公司對薪資報酬委員會意見之處理
114.01.16 (114 年第 1 次)	114.01.16 (114 年第 1 次)	本公司 113 年度經理人年終獎金案。	全體出席委員同意通過	提報董事會除依法利益迴避未參與討論之董事外，經其餘出席董事同意通過。
114.04.11 (114 年第 2 次)	114.04.11 (114 年第 4 次)	1.本公司基層員工之範圍案。 2.評估本公司董事長、總經理及經理人薪酬案。		
114.08.11 (114 年第 3 次)	114.08.11 (114 年第 8 次)	1.子公司法人代表及經理人指派案。 2.子公司董事經理人指派案。 3.本公司 112 年度及 113 年度董監事個別酬勞發放案。		
114.10.03 (114 年第 4 次)	114.10.03 (114 年第 9 次)	1.本公司初次上櫃現金增資發行新股經理人員工可認購股份案。		



薪資報酬委員會	董事會	議案內容及後續處理	決議結果	公司對薪資報酬委員會意見之處理
		2.本公司經理人113年度員工分紅分配案。		

4. 薪資報酬委員會職責：

本委員會應以善良管理人之注意，忠實履行下列職權，並將所提建議提交董事會討論。

- (1)定期檢討「薪資報酬委員會組織規程」。
- (2)訂定並定期檢討本公司董事及經理人年度及長期之績效目標與薪資報酬之政策、制度、標準與結構。
- (3)定期評估本公司董事及經理人之績效目標達成情形，並訂定其個別薪資報酬之內容及數額。

5. 提名委員會成員資料及運作情形資訊：無。



(五)推動永續發展執行情形及與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因：

推動項目	執行情形			與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
一、公司是否建立推動永續發展之治理架構，且設置推動永續發展專(兼)職單位，並由董事會授權高階管理階層處理，及董事會督導情形？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司已訂定「永續發展實務守則」，並著手籌設推動永續發展之治理架構，由財務長為召集人，並依議題區分各領域工作小組，由各部門遴選適當職能主管及員工組成，負責永續發展政策方向擬定與執行推動。 ●規劃每月定期召開討論會議，檢討及報告整體公司治理、永續發展推動執行情形、實施成效，並持續完善治理機制，以提高永續發展委員會所屬層級成為董事會所轄之功能性委員會為目標。 	無重大差異
二、公司是否依重大性原則，進行與公司營運相關之環境、社會及公司治理議題之風險評估，並訂定相關風險管理政策或策略？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司ISO系統執行ISO-27001管理認證，每年度將針對內、外部的風險進行PDCA分析，並依PDCA分析結果做出適當的因應對策。 ●2025風險管理執行成果及推動情形執行重點綱要如下： <ol style="list-style-type: none"> (1)規劃針對供應商品實施碳查計劃。 (2)每月發送資安月報、定期舉辦資安演練及加入集團邊境聯防，定時偵測資訊弱點等措施，以提升資訊安全。 (3)規劃研究包材是否可重覆使用或可循環。 (4)規劃公益活動，促進兩性平權及友善女性等福利措施。 	無重大差異
三、環境議題 (一)公司是否依其產業特性建立合適之環境管理制度？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●為了減少環境衝擊，本公司不使用禁用的物質與原料，節省能源及預防環境污染。 	無重大差異
(二)公司是否致力於提升能源使用效率及使用對環境負荷衝擊低之再生物料？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司致力於在合理的範圍內導入具體節能方案並提高能源使用效率，紙資源方面除積極推動公司內部文件及DM電子化、推廣手機發票載具功能外，114年加入集保結算所之股務事務電子通知平台。藉由減少公司內部公文、開立發票及股務通知等紙張耗用，節省 	無重大差異



推動項目	執行情形			與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			<p>紙資源同時展現光速火箭數位化決心(114年電子發票節碳量達3.7公噸)。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●本公司並無使用再生能源，114年平均網購包材，本公司針對部分產品出貨係採用循環用包材紙箱以降低環境資源的使用及耗損。 ●遵照行政院環境部「網際網路購物包裝限制使用」相關規定，為保護環境儘量採用回收與再生之紙類包材或使用供應商之原箱出貨避免額外包裝之資源耗用，回收再使用包裝材料及紙箱。 	
(三)公司是否評估氣候變遷對企業現在及未來的潛在風險與機會，並採取相關之因應措施？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司評估重大氣候風險與機會如下：極端氣候對溫度、降雨、缺水之影響；再生能源相關法令規範；原物料供應短缺或成本上升；消費者對產品與服務轉變。 ●調整產品或使用替代性包材；採取高效率的配送方式；使用高效節能設備；落實廢棄物回收再生；產品之包材選用，期能透過減少浪費，減低對環境的衝擊。 	無重大差異
(四)公司是否統計過去兩年溫室氣體排放量、用水量及廢棄物總重量，並制定溫室氣體減量、減少用水或其他廢棄物管理之政策？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司目前雖未統計過去兩年溫室氣體排放量、用水量及廢棄物總重量，惟持續推動多項節能減碳措施，包括節約用水、用電、用紙、資源回收利用，及辦公設備用品優先選用節能環保產品等，善盡對社會與保護地球之責任。 	無重大差異
<p>四、社會議題</p> <p>(一)公司是否依照相關法規及國際人權公約，制定相關之管理政策與程序？</p>	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司恪守台灣及各營運據點所在地法規，支持並自願遵循國際公認之人權標準，提供友善安全的工作環境，有尊嚴的對待現職同仁、契約及計時人員、實習生等，加強提升內部同仁與利害關係人的人權意識。 ●具體管理與做法包含：禁止任何不法歧視、人口販運、禁用童工；落實職場多元雇用，確保工作機會、訓練與福利、獎酬考核、升遷平等； 	無重大差異



推動項目	執行情形			與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			<p>尊重員工結社自由，與員工維持暢通溝通管道，建構和諧之職場環境；提供多元溝通管道、以確保利害關係人之權益。每年定期針對職業安全衛生及勞動條件進行查核；並透過完善的教育訓練，獎勵久任，培育優秀的人才；每年定期舉辦健康檢查，提升員工健康意識。藉由設置完善的系統及機制，共同營造友善之工作環境。</p>	
(二)公司是否訂定及實施合理員工福利措施(包括薪酬、休假及其他福利等),並將經營績效或成果適當反映於員工薪酬?	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司福利措施分為薪津、獎金、保險、假期、休閒、補助、設施與教育資源等。本公司除法定規範之福利,另設置年節獎金、績效獎金、員工酬勞、針對內勤人員提供彈性緩衝工時制度、員工產品與優惠、三節獎金、生日禮金、健康檢查、在職進修補助、婚喪喜慶之補助、國內員工旅遊、零食櫃、尾牙、颱風天出勤交通津貼補助、舉辦員工下午茶及(每月、端午、中秋)福利網點數等相關福利。 ●公司獲利時依章程規定提撥不低於百分之三發放員工酬勞,其中員工酬勞應提撥不低於百分之一分派予基層員工。 	無重大差異
(三)公司是否提供員工安全與健康之工作環境,並對員工定期實施安全與健康教育?	V		<ul style="list-style-type: none"> ●員工均由本公司依法辦理勞工保險、全民健康保險,並依相關法令享有保險給付權利。本公司每年定期實施公共安全檢查、勞工安全訓練課程及員工健康檢查,且分店及總公司之各項設施皆定期舉行消防安檢,致力於提供員工安全與健康之工作環境。針對性騷擾防治訂立申訴規定及懲處條款,維護性別平等、安全無虞之工作環境。 ●114年勞工安安全訓練上課時數共137小時。 ●114年本公司未發生因公司設施、政策或工程導致外部或在職員工死亡之重大職災。為避免意外之發 	無重大差異



推動項目	執行情形			與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
			<p>生，內部加強安全宣導，提升同仁行車安全意識及保障行車安全。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●光速火箭每家分店皆設有滅火器，保障所有員工與顧客安全。 	
(四)公司是否為員工建立有效之職涯能力發展培訓計畫？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司已訂定「員工教育訓練作業程序」以供同仁遵循。 ●本公司每年提供教育訓練補助經費，讓同仁自由選擇與自身工作相關之內部或外部訓練課程，同仁可將自身能力發展與興趣相結合，建立有效之職涯能力發展培訓計畫。 	無重大差異
(五)針對產品與服務之顧客健康與安全、客戶隱私、行銷及標示等議題，公司是否遵循相關法規及國際準則，並制定相關保護消費者或客戶權益政策及申訴程序？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司依食品安全衛生管理法、GHP 食品良好衛生規範準則及各項食品相關法規，以落實食品安全衛生管理。 ●本公司已訂定「個人資料保護之管理作業程序」、「資訊安全政策」以確保客戶隱私保護。 ●本公司設有「利害關係人意見信箱」，並訂定「客訴作業程序」，以確保反映事件獲得妥善處理。 	無重大差異
(六)公司是否訂定供應商管理政策，要求供應商在環保、職業安全衛生或勞動人權等議題遵循相關規範，及其實施情形？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司訂有「供應商管理政策」，建立供應商保護環境、人權、安全、健康且永續性發展之篩選條件，及對供應商在環安衛風險、禁用童工、勞工管理、無危害勞工基本權利、道德準則及誠信經營等面向的要求及期待。 ●本公司與供應商簽訂供應商合約書前，會對供應商資料進行審核，採購部門對部分廠商進行不定時訪廠，以瞭解供應商之生產環境、生產流程及營運概況。 	無重大差異
五、公司是否參考國際通用之報告書編製準則或指引，編製永續報告書等揭露公司非財務資訊之報告書？前揭報告書是否取得第三方驗證單位之確信或保證意見？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●目前本公司尚未自行編製永續報告書，預計 115 年起自行編製永續報告書。 	無重大差異
六、公司如依據「上市上櫃公司永續發展實務守則」定有本身之永續發展守則者，請敘明其運作與所定守則之差異情形：本公司已於113年4月08日訂定「上市上櫃公司永續發展實務守則」，				



推動項目	執行情形			與上市上櫃公司永續發展實務守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
已依相關規定辦理，符合上市上櫃公司永續發展實務守則規定。				
七、其他有助於瞭解推動永續發展執行情形之重要資訊：無。				

(六)上市上櫃公司氣候相關資訊

1. 氣候相關資訊執行情形

項目	執行情形												
<p>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。</p> <p>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)。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 核定氣候策略：審閱並核定與氣候相關的重大目標。 ● 資源配置監督：確保有足夠的資本支出投入於低碳轉型或氣候適應措施。 ● 風險承受度設定：定義公司對氣候物理風險(如水災造成停工)與轉型風險(如碳費增加)的可承受程度。 ● 氣候風險衝擊評估： <table border="1" data-bbox="582 201 1386 1624"> <thead> <tr> <th data-bbox="582 1467 630 1624">項目</th> <th data-bbox="582 1041 630 1467">短期：供應鏈韌性與法規遵循</th> <th data-bbox="582 638 630 1041">中期：配方與技術的轉型風險</th> <th data-bbox="582 212 630 638">長期：棲地喪失與生存危機</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="630 1467 917 1624">業務影響</td> <td data-bbox="630 1041 917 1467">極端天氣(如法國格雷斯、印度熱浪)導致茉莉、玫瑰或香草減產，短期內引發原材料採購價格上漲。</td> <td data-bbox="630 638 917 1041">當香精原廠因天然停產某款天然精油或更改成路徑時，本公司可能被調整其成品的香氣表現。這可能導致產品的「氣味一致性」受損。</td> <td data-bbox="630 212 917 638">長期氣候變遷(如土地沙漠化或生態崩潰)可能導致某些指標性天然原料(如特定產區的檀香、大馬士革玫瑰)永久性停產。若原廠無法提供完美的替代合成方案，公司的核心長銷產品將面臨下架。</td> </tr> <tr> <td data-bbox="917 1467 1386 1624">財務影響</td> <td data-bbox="917 1041 1386 1467">毛利率受損(因原料成本增加以應波動); 營運資金需求增加對庫存囤積。</td> <td data-bbox="917 638 1386 1041">香精原廠會將氣候轉型成本(如綠色化學開發費)轉嫁給下游。若品牌力不足以漲價，毛利率將面臨長期萎縮。且為了因應氣候引發的供應鏈波動，公司可能需要提高「安全庫存量」，導致營運資金周轉天數增加。</td> <td data-bbox="917 212 1386 638">營運韌性成本：為了確保長期供貨，可能需要預付給香精廠的一定金額之訂金或共同投資綠色製程，導致長期資產配置壓力增加。 綠色溢價帶來的利潤重分配：雖然原料成本高，但具備完整氣候性證明的產品能獲得更高的市場單價，從而維持或提升利潤率。</td> </tr> </tbody> </table> 因應策略 建立「多來源採購策略」，減少 1. 與多家香精原廠建立長 1. 由「品牌商」轉型為「生 	項目	短期：供應鏈韌性與法規遵循	中期：配方與技術的轉型風險	長期：棲地喪失與生存危機	業務影響	極端天氣(如法國格雷斯、印度熱浪)導致茉莉、玫瑰或香草減產，短期內引發原材料採購價格上漲。	當香精原廠因天然停產某款天然精油或更改成路徑時，本公司可能被調整其成品的香氣表現。這可能導致產品的「氣味一致性」受損。	長期氣候變遷(如土地沙漠化或生態崩潰)可能導致某些指標性天然原料(如特定產區的檀香、大馬士革玫瑰)永久性停產。若原廠無法提供完美的替代合成方案，公司的核心長銷產品將面臨下架。	財務影響	毛利率受損(因原料成本增加以應波動); 營運資金需求增加對庫存囤積。	香精原廠會將氣候轉型成本(如綠色化學開發費)轉嫁給下游。若品牌力不足以漲價，毛利率將面臨長期萎縮。且為了因應氣候引發的供應鏈波動，公司可能需要提高「安全庫存量」，導致營運資金周轉天數增加。	營運韌性成本：為了確保長期供貨，可能需要預付給香精廠的一定金額之訂金或共同投資綠色製程，導致長期資產配置壓力增加。 綠色溢價帶來的利潤重分配：雖然原料成本高，但具備完整氣候性證明的產品能獲得更高的市場單價，從而維持或提升利潤率。
項目	短期：供應鏈韌性與法規遵循	中期：配方與技術的轉型風險	長期：棲地喪失與生存危機										
業務影響	極端天氣(如法國格雷斯、印度熱浪)導致茉莉、玫瑰或香草減產，短期內引發原材料採購價格上漲。	當香精原廠因天然停產某款天然精油或更改成路徑時，本公司可能被調整其成品的香氣表現。這可能導致產品的「氣味一致性」受損。	長期氣候變遷(如土地沙漠化或生態崩潰)可能導致某些指標性天然原料(如特定產區的檀香、大馬士革玫瑰)永久性停產。若原廠無法提供完美的替代合成方案，公司的核心長銷產品將面臨下架。										
財務影響	毛利率受損(因原料成本增加以應波動); 營運資金需求增加對庫存囤積。	香精原廠會將氣候轉型成本(如綠色化學開發費)轉嫁給下游。若品牌力不足以漲價，毛利率將面臨長期萎縮。且為了因應氣候引發的供應鏈波動，公司可能需要提高「安全庫存量」，導致營運資金周轉天數增加。	營運韌性成本：為了確保長期供貨，可能需要預付給香精廠的一定金額之訂金或共同投資綠色製程，導致長期資產配置壓力增加。 綠色溢價帶來的利潤重分配：雖然原料成本高，但具備完整氣候性證明的產品能獲得更高的市場單價，從而維持或提升利潤率。										



項目	執行情形		
	對單一產地的依賴。	<p>期合作，避免單一供應商因氣候災損而導致全線停產。</p> <p>2. 建立嚴格的供應商氣候評鑑制度（如供應商氣候韌性審核），優先選擇具備強大低碳研發能力的原料廠。</p> <p>3. 調整品牌商品策略，從「追求永恆不變的氣味」轉向擁抱自然的變動性」（如推出季節限定或年份香水），降低因原廠配方變動帶來消費者流失。</p>	<p>態價值鏈整合者」：轉向與香精廠深度合作「產地復育計畫」。透過資助原廠在產地的永續種植，換取長期的優先採購權與排他性供應合約。</p> <p>2. 推動「產品生命週期」重塑：策略重點從「瓶內香水」轉向「瓶外包裝」。實施循環回收、生物分解包材，以彌補在原料端難以完全自主掌控的碳排放風險。</p> <p>3. 產品組合多樣化：減少對單一稀有天然成分的依賴。</p>
<p>3. 敘明極端氣候事件及轉型行動對財務之影響。</p>	<p>1. 資產減損與修復支出</p> <p>(1) 財產損失：若極端天氣（如強颱、洪水）破壞公司的物流倉儲中心，將產生直接的資產除列損失或龐大的修繕費用。</p> <p>(2) 存貨報廢：香氛成品（含香水、擴香）對溫度與濕度極為敏感。若極端高溫將可能會讓使用者體驗變差，並使得消費者辦理退貨，而退貨後之商品無法再繼續販賣而產生報廢損失。</p> <p>2. 營運成本增加</p> <p>(1) 原料採購溢價：當香精原廠的產區遭逢災害（如乾旱導致薰衣草減產），供應短缺將導致採購單價暴漲。由於不具研發能力，公司只能被動接受原廠轉嫁的成本進而侵蝕毛利率。</p> <p>(2) 供應鏈中斷成本：極端氣候導致航運或空運延誤，為了確保供貨，公司可能需支付高昂的緊急物流費用，影響營運現金流。</p> <p>3. 產品再設計成本：公司需投入資金開發「循環充填」包裝或改用生質塑膠，相關設計費與模具開發費會直接反映在當期損益。</p>		



項目	執行情形
<p>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。</p>	<p>1. 加入公司風險辨識：在原有的「營運」、「財務」、「策略」風險類別中，新增氣候風險因子。營運面上將極端天氣列為「供應鏈中斷」的原因之一；策略面上將消費者轉向低碳香氣的需求列為「品牌競爭力」風險。在跨部門上由永續小組協同採購（原料端）、行銷（市場端）及物流（通路端）進行腦力激盪，辨識香氣產業特有的風險點。</p> <p>2. 氣候風險評估：評估轉型行動對財務的衝擊（如原廠因技術轉型大幅漲價、碳費支出）及極端物理風險（如主要產區香材絕種、倉儲水患頻率），依據「發生的可能性」與「對財務/商譽的影響程度」進行評分。氣候風險通常被列為「低頻率但高影響」或「長期必然發生」的風險類別。</p> <p>3. 風險管理流程：針對氣候極端脆弱的產區，策略性減少該地區原料的使用比例，或尋找非氣候敏感型的替代香材，與原廠簽署長期保障協議，確保災後優先供貨，透過保險（如天災險、營運中斷險）將受災風險轉嫁予第三方，對於不可避免的轉型成本（如綠色包材更換），將其納入預算編列。</p>
<p>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。</p>	<p>本公司尚未採用氣候變遷之情境分析。</p>
<p>6. 若有因應管理氣候相關風險之轉型計畫，及說明該計畫內容，及用於辨識及管理實體風險及轉型風險之指標與目標。</p>	<p>本公司尚未採用氣候變遷之情境分析。</p>
<p>7. 若使用內部碳定價作為規劃工具，應說明價格制定基礎。</p>	<p>本公司尚未實施內部碳定價機制。</p>
<p>8. 若有設定氣候相關目標，應說明所涵蓋之</p>	<p>本公司目前評估無須採用碳抵換或再生能源憑證（RECs）達成目標，主要基於以下三點考量： 1. 本公司之範疇一之直接排放相當低，而範疇二之能源間接排放）僅來自基本辦公節能用電。在目前</p>



執行情形	
項目	
價格制定基礎。	
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。	本公司目前評估無須採用碳抵換或再生能源憑證(RECs)達成目標，主要基於以下三點考量： 1. 本公司之範疇一之直接排放相當低，而範疇二之能源間接排放)僅來自基本本辦公節能電。在目前的排放規模下，透過內部節能措施(如使用高效能電器、無紙化作業、智能溫控)即可達成顯著的減量百分比，無須藉助外部憑證。 2. 身為香氣品牌商，碳足跡核心集中在供應鏈與物流。未來本公司將預算與人力投入於「低碳包材開發」與「優化物流效率」，這更能對環境產生實質且長期的正面貢獻。 3. 過度依賴抵換機制可能掩盖企業核心營運應改善的空間。本公司選擇將資金用於提升產品生命週期的循環性，確保每一分資源都能落實於品牌韌性的建立，而非僅追求報表上的「碳中和」目標。
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(另填於I-1及I-2)。	本公司為資本額50億元以下公司，依上市櫃公司永續發展路徑圖之規範，需於115年盤查個體公司，並於117年完成查證。

I-1 最近二年度公司溫室氣體盤查及確信情形

I-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CO ₂ e)、密集度(公噸CO ₂ e/百萬元)及資料涵蓋範圍。	
年度	總排放量(公噸)
2024	26.67
2025	32.05
	密集度(公噸CO ₂ e/百萬元營業額)
	0.038
	0.046

註1：直接排放量(範疇一，即直接來自於公司所擁有或控制之排放源)、能源間接排放量(範疇二，即來自於輸入電力、熱或蒸氣而造成間接之溫室氣體排放)及其他間接排放量(範疇三，即由公司活動產生之排放，非屬能源間接排放，而係來自於其他公司所擁有或控制之排放源)。

註2：直接排放量及能源間接排放量資料涵蓋範圍，應依本準則第10條第2項規定之令所定時程辦理，其他間接排放量資訊得自願揭露。

註3：溫室氣體盤查標準：溫室氣體盤查議定書（Greenhouse Gas Protocol, GHG Protocol）或國際標準組織（International Organization for Standardization, ISO）發布之 ISO 14064-1。

註4：溫室氣體排放量之密集度得以每單位產品/服務或營業額計算，惟至少應敘明以營業額（新臺幣百萬元）計算之數據。

1-1-2 溫室氣體確信資訊

敘明截至年報刊印日之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。

依金融監督管理委員會金管證發字第11203852314號函令，本公司實收資本額未達新臺幣五十億元，應自116年起完成盤查資訊揭露，118年起完成確信資訊揭露。

註1：應依本準則第10條第2項規定之令所定時程辦理，若公司未及於年報刊印日取得完整溫室氣體確信意見，應註明「完整確信資訊將於永續報告書揭露」，若公司未編製永續報告書者，則應註明「完整確信資訊將揭露於公開資訊觀測站」，並於次一年度年報揭露完整之確信資訊。

註2：確信機構應符合臺灣證券交易所股份有限公司及財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心訂定之永續報告書確信機構相關規定。

註3：揭露內容可參閱臺灣證券交易所公司治理中心網站最佳實務參考範例。

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。

依金融監督管理委員會金管證發字第11203852314號函令，本公司實收資本額未達新臺幣五十億元，應自116年起完成盤查資訊揭露，118年起完成確信資訊揭露。

註1：應依本準則第10條第2項規定之令所定時程辦理。

註2：基準年應為以合併財務報告邊界完成盤查之年度，例如依本準則第10條第2項規定之令，資本額100億元以上之公司應於114年完成113年度合併財務報告之盤查，故基準年為113年，倘公司已提前完成合併財務報告之盤查，得以該較早年度為基準年，另基準年之數據得以單一年度或數年度平均值計算之。

註3：揭露內容可參閱臺灣證券交易所公司治理中心網站最佳實務參考範例。



(七)履行誠信經營情形及與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因：

評估項目	運作情形			與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
<p>一、訂定誠信經營政策及方案</p> <p>(一)公司是否制定經董事會通過之誠信經營政策，並於規章及對外文件中明示誠信經營之政策、作法，以及董事會與高階管理階層積極落實經營政策之承諾？</p>	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司董事會於 113 年已訂定「誠信經營守則」、「道德行為準則」及「誠信經營作業程序及行為指南」，規範本公司董事會成員及管理階層於執行業務時應盡善良管理人之注意義務，並要求董事與高階經理人出具遵循誠信經營政策之聲明作為落實誠信經營政策之承諾，同時於公司網站中揭露誠信經營之政策、作法及規章辦法。 ●114 年本集團董事與高階管理階層均恪守前揭章則之規定，截至目前尚無違反之情事。 	相符
<p>(二)公司是否建立不誠信行為風險之評估機制，定期分析及評估營業範圍內具較高不誠信行為風險之營業活動，並據以訂定防範不誠信行為方案，且至少涵蓋「上市上櫃公司誠信經營守則」第七條第二項各款行為之防範措施？</p>	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司已訂定「誠信經營作業程序及行為指南」並經董事會核准，其內容涵蓋「上市上櫃公司誠信經營守則」第七條第二項各款行為，並具體規範本公司人員於執行業務時應注意之事項。 ●經公司分析公司營業範圍中以「採購」與「協力廠」管理風險性相對較高，未來將與相關協力廠商訂有公約以作為防範。 	相符
<p>(三)公司是否於防範不誠信行為方案內明定作業程序、行為指南、違規之懲戒及申訴制度，且落實執行，並定期檢討修正前揭方案？</p>	V		<ul style="list-style-type: none"> ●專職負責單位，對較高不誠信行為採取相關防範措施並定期向董事會呈報。 	相符
<p>二、落實誠信經營</p> <p>(一)公司是否評估往來對象之誠信紀錄，並於其與往來交易對象簽訂之契約中明定誠信行為條款？</p>	V		<ul style="list-style-type: none"> ●公司於往來契約中，由財務部門進行客戶審查評等，並由法務單位審查簽立之合約條款，以避免與有不誠信行為紀錄者進行交易。 	相符
<p>(二)公司是否設置隸屬董事會之推動企業誠信經營專責單位，並定期(至少一年一次)向董事會報告其誠信經營政策與防範不誠信行為方案及監督執行情形？</p>	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司內部稽核人員負責監督執行，並作成適時完成稽核報告提報董事會。 ●114 年度本公司人員並無違反誠信經營之情形。 	相符



評估項目	運作情形			與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
(三)公司是否制定防止利益衝突政、提供適當陳述管道，並落實執行？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司之「誠信經營守則」及「誠信經營作業程序及行為指南」，已明定防止利益衝突之政策，並提供暢通管道供員工陳述其意見。 ●本公司誠信經營相關規範已明定本公司之董事、經理人及其他出席或列席董事會之人對於與其自身有利害關係之議案，如有害於公司利益之虞時，且應予迴避。 	相符
(四)公司是否為落實誠信經營已建立有效的會計制度、內部控制制度，並由內部稽核單位依不誠信行為風險之評估結果，擬訂相關稽核計畫，並據以查核防範不誠信行為方案之遵循情形，或委託會計師執行查核？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司已建立有效之會計制度及內部控制制度，內部稽核人員依風險高低排定稽核計畫並執行查核並呈報董事會，查核結果未發現違反誠信經營之情形。 	相符
(五)公司是否定期舉辦誠信經營之內、外部之教育訓練？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司於每位新進人員加入時，均施以教育訓練要求員工務必遵守。此外，員工業務行為並與績效考核結合，以提醒同仁務必遵守，其直屬主管必須負責督導所屬同仁，確實遵守。 ●114年相關訓練內容如下； <ol style="list-style-type: none"> (1)個人資料保護法課程： <ul style="list-style-type: none"> 截至114/11/27止計46人次完成，合計70小時。 (2)後勤教育訓練： <ul style="list-style-type: none"> A.每月發送資安月報予總部全員，強化同仁資安危機意識與社交工程資安教育，降低個人與公司重要資料外洩風險，全面提升資安防護力。 B.114年已舉辦內線交易宣導教育訓練，參與人次21人，計21小時。 	相符
三、公司檢舉制度之運作情形 (一)公司是否訂定具體檢舉及獎勵制度，並建立便利檢舉管道，及針對被檢舉對象指派適當之受理專責人員？	V		<ul style="list-style-type: none"> ●本公司設立檢舉管道如下： <ol style="list-style-type: none"> 1.申訴專線： <ul style="list-style-type: none"> (02)85228955分機23 2.申訴電子信箱： <ul style="list-style-type: none"> HR@speeding-rocket.com 	相符



評估項目	運作情形			與上市上櫃公司誠信經營守則差異情形及原因
	是	否	摘要說明	
(二)公司是否訂定受理檢舉事項之調查標準作業程序、調查完成後應採取之後續措施及相關保密機制？	V		●本公司有受理檢舉事項之調查標準作業程序及相關保密機制，相關單位接獲舉發後即會進行證據收集及深入調查，並以保密方式處理呈報案件。	相符
(三)公司是否採取保護檢舉人不因檢舉而遭受不當處置之措施？	V		●明定針對檢舉人有保密及保護之責任，處理事件時皆不得洩漏檢舉人資料，以避免檢舉人遭受不公平對待或報復。	相符
四、加強資訊揭露 公司是否於其網站及公開資訊觀測站，揭露其所訂誠信經營守則內容及推動成效？	V		●本公司中文官網皆設有公司治理專區，揭露誠信經營相關資訊，並將相關規章上傳至公開資訊觀測站。	相符
五、公司如依據「上市上櫃公司誠信經營守則」訂有本身之誠信經營守則者，請敘明其運作與所訂守則之差異情形：已依相關規定辦理。				
六、其他有助於瞭解公司誠信經營運作情形之重要資訊：本公司遵守公司法、證券交易法及其他商業行為有關法令，以作為落實誠信經營之基本理念。				



(八)其他足以增進對公司治理運作情形瞭解之重要資訊：

1. 本公司網站：<https://www.speeding-rocket.com/>，設有投資人專區等資訊。
2. 公開資訊觀測站：<https://mops.twse.com.tw/mops/>
本公司簡稱：光速火箭，股票代號：7782

(九)內部控制制度執行狀況應揭露下列事項：

1. 內部控制聲明書
請詳公開資訊觀測站→內部控制專區→內控聲明書公告。
<https://mopsov.twse.com.tw/mops/web/t06sg20>
2. 委託會計師專案審查內部控制制度者，應揭露會計師審查報告：無。

(十) 最近年度及截至年報刊印日止，股東會及董事會之重要決議：

1. 股東常會重要決議內容及執行情形：

會議日期	重要決議事項	執行情形
114.06.05 股東常會	1.通過 113 年度營業報告書及財務報表案。	本議案照原議案通過。
	2.通過 113 年度盈餘分配案。	本案經票決照案通過，並經董事長核准除息基準日為114.8.11，發放日為114.8.29，盈餘配發現金股利 \$54,456,880 元 (每股 2.58126179元)，資本公積發放現金新台幣 9,224,120元(每股配發新台幣0.43722424元)已全數發放完畢。
	3.通過修訂「公司章程」案。	本議案照原議案通過，並於114.06.18完成變更登記。
	4.通過本公司申請股票上櫃案。	本議案照原議案通過，本公司向財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心洽定上櫃買賣開始日為114年10月28日，並自同日起終止興櫃買賣。
	5.通過本公司辦理初次上櫃現金增資提撥公開承銷暨原股東放棄優先認購權利案。	本議案照原議案通過，辦理股票初次上櫃前現金增資發行新股1,986,000股，現金增資基準日：114年10月23日。

2. 董事會之重要決議

董事會屆次	日期	重要決議事項
114 年第 1 次	114.01.15	<ol style="list-style-type: none"> 1.本公司113年度董事會績效評估報告。 2.本公司114年度預算及營運計畫案。 3.安侯建業聯合會計師事務所更換本公司財務報告查核簽證會計師案。 4.本公司簽證會計師獨立性與適任性評估暨委任報酬案。 5.本公司薪資報酬委員會成員委任案。 6.修訂「公司章程」案。 7.訂定本公司召開114年股東常會相關事宜案。



董事會屆次	日期	重要決議事項
		8.本公司申請股票上櫃案。 9.本公司辦理初次上櫃現金增資提撥公開承銷暨原股東放棄優先認購權利案。
114年第2次	114.01.16	本公司113年度經理人年終獎金案。
114年第3次	114.03.28	1.本公司自行編製財務報告能力案。 2.民國113年度「內部控制制度有效性考核」及「內部控制制度聲明書」案。 3.代子公司光速展店實業有限公司取得使用權資產案。
114年第4次	114.04.11	1.113年度員工酬勞及董監事酬勞分配案。 2.113年度營業報告書及財務報表案。 3.113年度盈餘分配案。 4.資本公積發放現金案。 5.修改本公司114年股東常會召集事由。 6.訂定本公司「公司治理實務守則」、「關係人相互間財務業務相關作業規範」及「集團企業、特定公司及關係人交易作業程序」案。 7.訂定本公司「基層員工薪酬辦法」案。 8.指派資訊安全長案。 9.評估本公司董事長、總經理及經理人薪酬案。 10.本公司基層員工之範圍案。
114年第5次	114.05.07	1.本公司114年第二季及第三季財務預測案。 2.本公司「內部控制制度聲明書」案。 3.訂定本公司「風險評估管理辦法」案。 4.本公司「公司治理自評報告」案。 5.本公司公司治理主管任命案。 6.配合本公司申請上櫃作業，擬通過股票初次上櫃集保規劃及上櫃過額配售協議案。
114年第6次	115.05.15	1.114年第1季財務報表案。 2.代子公司光速展店實業有限公司取得使用權資產案，提請追認。 3.本公司與中國信託商業銀行簽訂借款額度案。
114年第7次	114.08.06	1.擬辦理初次上櫃前現金增資發行新股供公開承銷案。 2.訂定本公司「114年度現金增資員工認股辦法」案。
114年第8次	114.08.11	1.114年第2季財務報表案。 2.本公司應收帳款委託銀行承購案。 3.為強化品牌管理控管機制，訂定「公司品牌管理辦法」案。 4.為強化控管機制，修定「投資循環」、「核決權限表」及「取得或處分資產處理程序」案。 5.子公司法人代表及經理人指派案。 6.子公司董事經理人指派案。 7.本公司112年度及113年度董監事個別酬勞發放款案。 8.本公司與合作金庫商業銀行簽訂借款額度案。



董事會屆次	日期	重要決議事項
		9.本公司與中國信託商業銀行簽訂借款額度追認案。
114年第9次	114.10.03	1.本公司初次上櫃現金增資發行新股員工可認購股份案。 2.本公司經理人113年度員工分紅分配案。
114年第10次	114.10.27	1.114年第3季財務報表案。 2.本公司與國泰世華商業銀行年度合約展期事宜案。
114年第11次	114.11.21	1.本公司與子公司光速展店實業有限公司進行簡易合併案。 2.2026年度稽核計畫案。
114年第12次	114.12.29	1.115年度預算及營運計畫案。 2.修訂基層員工薪酬辦法案。 3.調整本公司內部組織架構案。 4.本公司委託銀行應收帳款承購年度合約展期事宜追認案。 5.擬變更本公司營業地址案。
115年第1次	115.02.12	1.本公司114年度經理人年終獎金案。 2.檢視及評估本公司現行經理人薪酬標準與結構。 3.檢視及評估本公司現行經理人考核制度。 4.本公司擬向永豐商業銀行機構簽訂借款額度案。
115年第2次	115.03.13	1.114年度「內部控制制度有效性考核」及「內部控制制度聲明書」討論案。 2.114年度員工酬勞及董事酬勞分配案。 3.114年度營業報告書及財務報表案。 4.114年度盈餘分配案。 5.資本公積發放現金案。 6.本公司簽證會計師獨立性與適任性評估暨委任報酬案。 7.訂定本公司召開115年股東常會相關事宜案。 8.本公司擬解除董事競業禁止之限制案。 9.調整本公司內部組織架構案。 10.稽核主管職務晉升暨薪資調整追認案。
115年第3次	115.05.08	1.115年第1季財務報表案。 2.擬修訂本公司「預先核准非確信服務之政策之一般性原則」並更名為「預先核准非確信服務政策之一般原則」案。 3.本公司擬向國泰世華商業銀行簽訂借款額度案。

(十一)最近年度及截至年報刊印日止，董事或對董事會通過重要決議有不同意見且有紀錄或書面聲明書者之主要內容：本公司無此情形，故不適用。



四、簽證會計師公費資訊：

簽證會計師公費資訊

金額單位：新臺幣仟元

會計師事務所名稱	會計師姓名	會計師查核期間	審計公費	非審計公費(註)	合計	備註
安侯建業聯合會計師事務所	黃明宏	114.01.01~114.12.31	2,250	1,320	3,570	註
	楊雲筑					

註：非審計公費包含：營所稅查核簽證、內控審查、資訊系統環境審查、審計準則 315、現增檢查表、公告檢查表、iXBRL 轉檔、非擔任主管之薪資覆核等。

(一)更換會計師事務所且更換年度所給付之審計公費較更換前一年度之審計公費減少者：無此情形。

(二)審計公費較前一年度減少達百分之十以上者：無此情形。

五、更換會計師資訊：無此情形。

六、公司之董事長、總經理、負責財務或會計事務之經理人，最近一年內曾任職於簽證會計師所屬事務所或其關係企業者：無。

七、最近年度及截至年報刊印日止，董事、經理人及持股比例超過百分之十之股東股權移轉及股權質押變動情形：

(一)股權移轉:公開資訊觀測站>單一公司>股權變動/證券發行>股權轉讓資料查詢>內部人持股異動事後申報表。

網址:https://mops.twse.com.tw/mops/#/web/query6_1

(二)股權質押變動情形:公開資訊觀測站>單一公司>股權變動/證券發行>內部人設質解質>內部人設質解質公告。

網址:https://mopsov.twse.com.tw/mops/web/STAMAK03_1



八、持股比例占前十名之股東，其相互間為關係人或為配偶、二親等以內之親屬關係之資訊：

115年4月28日；單位：股；%

姓名	本人持有股份		配偶、未成年子女持有股份		利用他人名義合計持有股份		前十大股東相互間具有關係人或為配偶、二親等以內之親屬關係者，其名稱或姓名及關係。		備註
	股數	持股比率	股數	持股比率	股數	持股比率	名稱(或姓名)	關係	
愷氏企業有限公司	3,021,787	13.02	—	—	—	—	無人知曉有限公司	與其代表人為二親等	無
							頂級玩家有限公司	與其代表人為二親等	
代表人：陳冠愷	244,793	1.05	—	—	7,598,258	32.73	官梅	二親等	註1
							陳明發	二親等	
火箭投資有限公司	3,021,786	13.02	—	—	—	—	光速資本有限公司	與其代表人為二親等	無
							低調控股有限公司	與其代表人為配偶	
代表人：李冠霆	228,140	0.98	—	—	7,676,254	33.07	李台光	二親等	註2
							李彥樺	配偶	
無人知曉有限公司	2,506,823	10.80	—	—	—	—	愷氏企業有限公司	與其代表人為二親等	無
							頂級玩家有限公司	與其代表人為二親等	
代表人：官梅	227,191	0.98	116,680	0.50	—	—	陳冠愷	二親等	無
							陳明發	二親等	
光速資本有限公司	2,464,462	10.62	—	—	—	—	火箭投資有限公司	與其代表人為二親等	無
代表人：李台光	10,000	0.04	—	—	—	—	李冠霆	二親等	
低調控股有限公司	2,190,006	9.43	—	—	—	—	火箭投資有限公司	與其代表人為配偶	無
代表人：李彥樺	—	—	228,140	0.98	—	—	李冠霆	配偶	
頂級玩家有限公司	2,069,648	8.92	—	—	—	—	愷氏企業有限公司	與其代表人為二親等	無
							無人知曉有限公司	與其代表人為二親等	
代表人：陳明發	116,680	0.50	227,191	0.98	—	—	陳冠愷	二親等	無
							官梅	配偶	
李兩平	916,000	3.95	—	—	—	—	—	—	無
能鼎投資股份有限公司	765,532	3.30	—	—	—	—	力天世紀投資(股)公司	與該公司為同一代表人	無
代表人：董俊毅	—	—	—	—	—	—	—	—	無
楊國城	344,000	1.48	—	—	—	—	—	—	無
彭元奎	284,000	1.22	—	—	—	—	—	—	無

註1：董事長陳冠愷先生透過本人持有之愷氏企業有限公司持有本公司股票計 3,021,787 股，及以頂級玩家有限公司及無人知曉有限公司間接分別持有本公司股票計 2,069,648 股及 2,506,823 股。

註2：總經理李冠霆先生透過本人持有之火箭投資有限公司持有本公司股票計 3,021,786 股，及以光速資本有限公司及低調控股有限公司間接分別持有本公司股票計 2,464,462 股及 2,190,006 股。



九、公司、公司之董事、經理人及公司直接或間接控制之事業對同一轉投資事業之持股數，並合併計算綜合持股比例：

轉投資事業	本公司投資		董事、監察人、經理人及直接或間接控制事業之投資		綜合投資	
	股數	持股比例	股數	持股比例	股數	持股比例
蘊陽國際(股)公司	562,500	37.50%	-	-	562,500	37.50%



參、募 資 情 形

一、公司資本及股份

(一) 股本來源

1. 股本形成經過

截至年報刊印日止，單位：仟股；新台幣仟元

年月	發行價格	核定股本		實收股本		備 註		
		股數	金額	股數	金額	股本來源	以現金以外之財產抵充股款者	其他(註)
108.02	10.0	-	10,000	-	10,000	現金增資	無	108.08.12 新北府經司字第 1078039932 號
110.12	10.0	15,000	150,000	2,600	26,000	現金增資 1,600 仟股	無	110.12.16 新北府經司字第 1108089917 號
111.01	10.0	15,000	150,000	5,525	55,250	盈餘轉增資 2,925 仟股	無	111.01.12 新北府經司字第 1118002746 號
111.11	10.0	25,000	250,000	12,025	120,250	盈餘轉增資 6,500 仟股	無	111.11.29 新北府經司字第 1118084417 號
112.11	10.0	50,000	500,000	16,214	162,140	盈餘轉增資 4,189 仟股	無	112.11.09 新北府經司字第 1128081256 號
112.12	15.5	50,000	500,000	16,617	166,170	認股權憑證 轉換股份 403 仟股	無	112.12.23 新北府經司字第 1128092634 號
113.03	30.0	50,000	500,000	19,227	192,270	現金增資 2,610 仟股	無	113.03.13 新北府經司字第 1138016734 號
113.09	50.0	50,000	500,000	21,227	212,270	現金增資 2,000 仟股	無	113.09.03 新北府經司字第 1138063593 號
114.11	32.5	50,000	500,000	23,213	232,130	現金增資 1,986 仟股	無	114.11.19 新北府經司字第 1148086293 號

註：105 年 08 月 26 日新北府經司字第 1055306547 號函核准設立登記為有限公司。

110 年 01 月 11 日新北府經司字第 1108002038 號函核准變更組織為股份有限公司。

2. 股份種類

115 年 4 月 28 日；單位：股

股份種類	核定股本			備 註
	流通在外股份	未發行股份	合 計	
普通股	23,213,000	26,787,000	50,000,000	上櫃股票

3. 總括申報制度資訊：不適用。



(二) 主要股東名單(股權比例達百分之五以上股東或股權比例佔前十名)

115年4月28日；單位：股；%

主要股東名稱	股份	持有股數	持股比例
愷氏企業有限公司		3,021,787	13.02
火箭投資有限公司		3,021,786	13.02
無人知曉有限公司		2,506,823	10.80
光速資本有限公司		2,464,462	10.62
低調控股有限公司		2,190,006	9.43
頂級玩家有限公司		2,069,648	8.92
李兩平		916,000	3.95
能鼎投資股份有限公司		765,532	3.30
楊國城		344,000	1.48
彭元奎		284,000	1.22

(三) 公司股利政策及執行狀況

1. 公司章程所訂之股利政策：

本公司年度如有獲利，應提撥員工酬勞不低於百分之三及董事酬勞不高於百分之三。但公司尚有累積虧損時，應預先保留彌補數額。

前項員工酬勞應提撥不低於百分之一分派予基層員工。員工酬勞由董事會決議以股票或現金發放，其發放對象包括符合一定條件之控制或從屬公司員工，該一定條件授權董事會訂定之。董事酬勞僅得以現金方式發放。

前二項應由董事會決議行之，並報告股東會。

本公司股利政策為：應配合目前及未來之發展計畫，並參酌國內產業競爭狀況、投資環境及資金需求等因素，得以股票股利或現金股利之方式為之，以作為股利發放之依據，惟每年度盈餘分派之股利總額不低於當年度可分配盈餘百分之五十；其中現金股利分派之比例以不低於股利總額之百分之五十，惟此項盈餘分配之種類及比率，得視當年度實際獲利及營運資金需求，由董事會擬具議案，提請股東會決議之。

2. 本次股東會擬議股利分派之情形：

項目	每股配發(元)	來源
現金股利	1.78572603	未分配盈餘
現金股利	0.22553767	資本公積
總計	2.0112637	

3. 預期股利政策將有重大變動時，應加以說明：無。

(四) 本次股東會擬議之無償配股對公司營業績效及每股盈餘之影響：

本公司本年度並無配發股票股利，故不適用。



(五) 員工及董事酬勞：

1. 公司章程所載員工、董事酬勞之成數或範圍

本公司年度如有獲利，應提撥員工酬勞不低於百分之三及董事酬勞不高於百分之三。但公司尚有累積虧損時，應預先保留彌補數額。

前項員工酬勞應提撥不低於百分之一分派予基層員工。員工酬勞由董事會決議以股票或現金發放，其發放對象包括符合一定條件之控制或從屬公司員工，該一定條件授權董事會訂定之。董事酬勞僅得以現金方式發放。

前二項應由董事會決議行之，並報告股東會。

2. 本期估列員工、董事酬勞金額之估列基礎、以股票分派之員工酬勞之股數計算基礎及實際分派金額若與估列數有差異時之會計處理：

於股東會決議日時，若金額仍有變動，則依會計估計變動處理，於股東會決議年度調整入帳。

3. 董事會通過分派酬勞情形：

(1) 以現金或股票分派之員工酬勞及董事、監察人酬勞金額：

本公司 114 年度員工酬勞分配金額為新台幣 1,848 千元，其中提列 615 仟元分派予基層員工，董事酬勞分配金額為新台幣 905 千元，均以現金方式發放。上述員工及董事酬勞分配金額與認列費用年度估列金額無差異。

(2) 以股票分派之員工酬勞金額占本期稅後純益及員工酬勞總額合計數之比例：無此情形。

4. 前一年度員工、董事及監察人酬勞之實際分派情形(包括分派股數、金額及股價)、其與認列員工、董事及監察人酬勞有差異者並應敘明差異數、原因及處理情形

本公司 113 年度員工酬勞、董事及監察人酬勞經 114 年 4 月 11 日董事會決議發放為員工酬勞 2,406 仟元，及董事及監察人酬勞 1,203 仟元，與實際配發情形計數並無差異。

股東會通過分派情形與董事會通過之擬議情形相同。

(六) 公司買回本公司股份情形：

買回期次	113 年第一次
董事會決議日期	113 年 11 月 27 日
買回目的	轉讓股份予員工
買回期間	113/11/28~114/1/22
買回區間價格	每股新台幣 30 元至 70 元
實際買回期間	113/11/28~114/1/20
已買回股份種類及數量	普通股 130,000 股
已買回股份金額	新台幣 5,538,121 元
平均每股買回價格	新台幣 42.60 元
已買回數量占預定買回數量之比率(%)	52%
已辦理銷除及轉讓之股份數量	0 股
累積持有本公司股份數量	130,000 股
累積持有本公司股份數量占已發行股份總數比率(%)	0.61%



- 二、公司債辦理情形：無。
- 三、特別股辦理情形：無。
- 四、海外存託憑證辦理情形：無。
- 五、員工認股權憑證辦理情形：無。
- 六、限制員工權利新股辦理情形：無。
- 七、併購或受讓他公司股份發行新股辦理情形：無。
- 八、資金運用計劃執行情形：

有關本公司 114 年度現金增資發行新股之計畫內容及執行情形，請至台灣證券交易所之「公開資訊觀測站」查詢 https://mopsov.twse.com.tw/mops/web/bfhtm_q2



肆、營運概況

一、業務內容

(一) 業務範圍

1. 所營業務之主要內容：

- F108040 化妝品批發業
- F107030 清潔用品批發業
- F102040 飲料批發業
- F102050 茶葉批發業
- F102170 食品什貨批發業
- F104110 布疋、衣著、鞋、帽、傘、服飾品批發業
- F105050 家具、寢具、廚房器具、裝設品批發業
- F106010 五金批發業
- F106020 日常用品批發業
- F106050 陶瓷玻璃器皿批發業
- F109070 文教、樂器、育樂用品批發業
- F110010 鐘錶批發業
- F110020 眼鏡批發業
- F113020 電器批發業
- F113050 電腦及事務性機器設備批發業
- F115010 首飾及貴金屬批發業
- F199990 其他批發業
- F399040 無店面零售業
- F401010 國際貿易業
- ZZ99999 除許可業務外，得經營法令非禁止或限制之業務

2. 本公司主要業務之營業比重

單位：新台幣千元

產品項目	年度	114年度		113年度	
		營業收入淨額	比重	營業收入淨額	比重
品牌商品批發零售		568,691	81.26	572,446	80.47
整體網路廣告行銷策略規劃		46,176	6.60	56,292	7.91
電子商務平台服務		81,290	11.62	78,068	10.98
其他(註)		3,674	0.52	4,579	0.64
合計		699,831	100.00	711,385	100.00

註：其他收入主係運費收入及手續費收入等。

3. 本公司目前之商品(服務)項目

A. 品牌商品批發零售：

光速火箭創立 SHARECO 及 KLOWER PANDOR 兩大香氛品牌，商品涵蓋男女香水、擴香、洗沐用品及服飾等，於全台已開設 20 間百貨門市及 4 間街邊店，並邀請知名藝人瘦子 E.SO、蔡詩芸及(G)I-DLE 成員舒華擔任代言人，2022 年更登陸馬來西亞、新加坡、香港、日本等地市場，朝國際化目標穩定邁進。2024 年則與 YOURKIND 與瑪菲斯以品牌授權之策略聯盟方式進行合作。



品牌	品牌定位	系列/品名
■ SHARECO	嗅覺是人類最古老的感官，觸發腦部關於記憶和慾望的區塊，香水是傳遞資訊的潛台詞，我們的理念是讓每款香水創造出，你心中迷人且無法自拔的記憶，調香師只設計給懂欣賞的人，如果你相信直覺，以自我為中心SHARECO 香水就是為你設計的。	■ 香水吊卡 <ul style="list-style-type: none">● 能量麝香香水吊卡● 奇蹟罌粟香水吊卡● 甜蜜茉莉香水吊卡● 糖果茉莉香水吊卡 ■ 香水系列 <ul style="list-style-type: none">● 能量麝香● 奇蹟罌粟● 皇家橡樹● 大麻麝香● 琥珀萊姆● 維吉尼亞● 清醒夢● 琥珀檀香● 黑水香樹● 捕蠅草● 裸麝香● 焚香草● 麝掠香● 迷幻靈魂● 煙燻茉莉● 無序● 無瑕● 灰燼● 極晝● 極夜● ROUND2茶香水● 塵沙 ■ 擴香系列 <ul style="list-style-type: none">● 美好時光● 捕蠅草● 迷幻茉莉● 朝霧/AfterTheFog● 幽冥仙境● 涅槃之殿 ■ 沐浴系列 <ul style="list-style-type: none">● 木曜森林● 菸草香● 雪松橡樹● 浮光● 杉林果泉 ■ 洗髮系列 <ul style="list-style-type: none">● 奇蹟罌粟● 大麻士革



品牌	品牌定位	系列/品名
		<ul style="list-style-type: none"> ● 龍涎香 ● 澄淨木香 ■ 洗面乳 ● 木夏秋林胺基酸 ● 奇蹟罌粟胺基酸 ■ 洗手乳 ● 茗香氛抗菌洗手露 ● 昕香氛抗菌洗手露 ■ 服飾系列 ● 品牌素T系列 ● 落肩口袋T系列 ● 牛仔褲系列 ● 運動裝系列
<ul style="list-style-type: none"> ■ KLOWER PANDOR 	<p>香氣是你給人的"第一印象"能左右他人對你的好感，主理人體認到知名香氛品牌價格昂貴讓人不好入手，於是決定打造一個所有人，每天都能使用的精品級平價香氛品牌，以【KLOWER PANDOR-記憶香氛】作為品牌名，透過“潘朵拉記憶之鑰”開啟未知的香氛領域，每一款香氣，帶領你體驗不同的意境感受，“KP所創造的，一直是專屬自己的記憶香氛”，讓你專屬的香氣永久存在他人記憶之中。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 居家擴香系列 ● 暮光琥珀空間擴香瓶 ● 潘朵拉的秘密空間擴香瓶 ● 心動時刻空間擴香瓶 ● 迷霧森林空間擴香瓶 ● 白麝雪花空間擴香瓶 ● 潘朵拉的秘密 香氛蠟燭 ● 荒野玫瑰 香氛蠟燭 ● 克羅尼亞麝香 香氛蠟燭 ■ 記憶香水系列 ● 暮光琥珀記憶香水 ● 紳夜玫瑰記憶香水 ● 克羅尼亞麝香記憶香水 ● 潘朵拉的秘密記憶香水 ● 馥奇甄藏記憶香水 ● 真我記憶香水 ● 肌膚之萃記憶香水 ■ FIRST TIME香水系列 ● 荒野玫瑰香水 ● 印記玫瑰香水 ● 曙光香水 ● 私人派對香水 ● 侵略浪漫香水 ● 純白邂逅香水 ● 慵懶午後香水 ● 雨後清晨香水 ● 水漾海洋香水 ● 天體夢香水 ● 禁忌蜜桃香水 ● 事後菸草香水 ● 雨後清晨淡香精



品牌	品牌定位	系列/品名
		<ul style="list-style-type: none"> ● 茶韻之時淡香水 ■ 洗沐系列 <ul style="list-style-type: none"> ● 香水保濕沐浴露-西西里海岸 ● 香水保濕沐浴露-暮光琥珀 ● 香水保濕沐浴露-潘朵拉的秘密 ● 香水保濕沐浴露-荒野玫瑰 ● 香水保濕沐浴露-馥奇甄藏 ● 香水植淨洗髮露-西西里海岸 ● 香水植淨洗髮露-潘朵拉的秘密 ● 禁忌蜜桃香水絲柔護髮素 ● 潘朵拉的秘密香水絲柔護髮素 ● 胺基酸香水洗手露 暮光琥珀 ● 胺基酸香水洗手露 潘朵拉的秘密 ■ 肌膚保養系列 <ul style="list-style-type: none"> ● 潘朵拉的秘密香水身體乳 ● 荒野玫瑰香水滋潤護手霜 ● 潘朵拉的秘密香水滋潤護手霜 ● 馥奇甄藏香水滋潤護手霜 ■ 頭髮保養系列 <ul style="list-style-type: none"> ● 仲夏橙露髮妝修護水 ● 禁忌蜜桃髮妝修護水 ● 潘朵拉的秘密髮妝修護水
<ul style="list-style-type: none"> ■ YOURKIND 	<p>打造自己專屬於舒適的男性穿搭服飾，選用彈性透氣面料，追求零著感舒適體驗，以經典不敗的修身剪裁設計，讓你在視覺上增高顯瘦，簡單穿搭就能營造俐落感。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ YK品牌TEE ■ 刀割破壞牛仔褲 ■ 水洗紋直筒牛仔褲 ■ 水洗藍補釘牛仔褲 ■ 仿舊水洗藍補釘牛仔褲 ■ 仿舊藍膝上破壞牛仔褲 ■ 刷白藍補釘牛仔褲 ■ 原色單寧牛仔褲 ■ 淤泥仿舊直筒牛仔褲 ■ 淺藍水洗牛仔褲 ■ 淺藍破壞牛仔短褲 ■ 淺藍補釘牛仔褲 ■ 黑灰潑漆補釘牛仔褲 ■ 暗黑刀割牛仔褲



品牌	品牌定位	系列/品名
		<ul style="list-style-type: none"> ■ 暗黑無破牛仔褲 ■ 煙灰藍破壞牛仔短褲 ■ 經典水洗藍牛仔褲 ■ 霧灰補釘牛仔褲
■ HALO MAVIS	提供高科技、高品質的營養補充品，照顧您和家人的美與健康，透過輕鬆快樂的方式補充到最優質的營養素。讓您跟家人吃進最好的健康食品。	<ul style="list-style-type: none"> ■ 膠原蛋白 ■ FloraGLO®葉黃素 ■ 1000億日本益生菌 ■ 西班牙高濃度魚油 ■ 水光冰晶萃 ■ 新一代褐藻複合膠囊

B. 整體網路廣告行銷策略規劃

本公司針對品牌客戶提供整體行銷解決方案，其核心理念係以成效為導向，以數據為基礎，以協助品牌客戶發展整體數位行銷，有效分配廣告預算，並透過高效之行銷提升廣告投放報酬率，進而創造品牌客戶銷售業績。

C. 電子商務平台服務

以電商營運經驗為基礎，開發出「一頁商店開店平台」及物流資訊平台「火箭快遞」。光速火箭憑藉自身的營運 know-how 經驗，將我們自己研發的軟體系統，釋出變成 SaaS (Software as a Service 軟體式服務) 平台，面向「中小型電商」包含「一頁商店開店平台」及「火箭快遞物流資訊平台」讓其他做電商的人，也能使用到高效的電商工具。

4. 計劃開發之新商品(服務)

- A. 香氛品牌商品持續進行縱向及橫向的開發及拓展，縱向部分是持續開發更多香味以因應消費者的需求及喜好，橫向則是以香氛為基底開發更多不同的應用並可符合消費者實際的生活需求。
- B. 針對海外市場之消費者需求及海外法規要求持續優化品牌香氛商品。
- C. 優化「一頁商店」，並開發多元商務平台工具，以利使用者針對商品特性及活動，發展多元化行銷。
- D. 整經營網路社群，發展電商品牌事業，增加行銷渠道。
- E. 持續發展優化O2O商業經營模式，發展線上線下全通路。
- F. 整合集團內所有品牌會員資料及資源，會員消費點數跨品牌消費。

(二) 產業概況

1. 產業之現況與發展

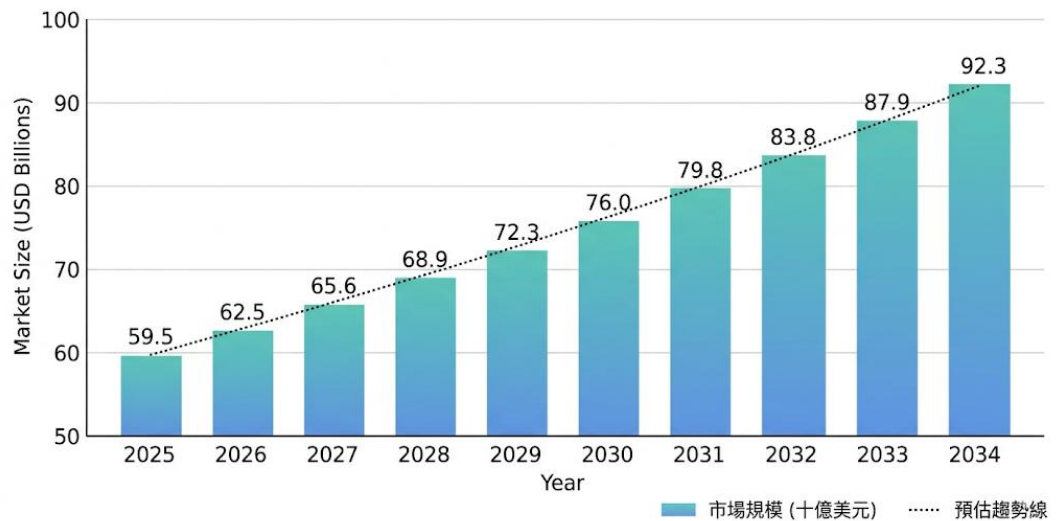
➤ 香水香氛市場

隨著消費者對自我表達與身心健康的重視提升，消費者會更注重生活品質，預計未來幾年香水市場會持續成長。根據 Vision Research Reports 於 2025 年 5 月發表 2025 年至 2034 年香水市場規模、份額和趨勢，2025 年全球香水市場規模估計為 595 億美元，且預計 2026 年將達到 625 億美元，到 2034 年更是增加至約 923 億美元，2025 年至 2034 年的複合年增長率為 3.30% 至 5.80% 間；北美與歐洲仍是全球香水市場的主要市場，但亞太地區（尤其是中國與東南亞）的成長速度最為亮眼，展現出極大的高端消費潛力。



資料來源：Vision Research Reports

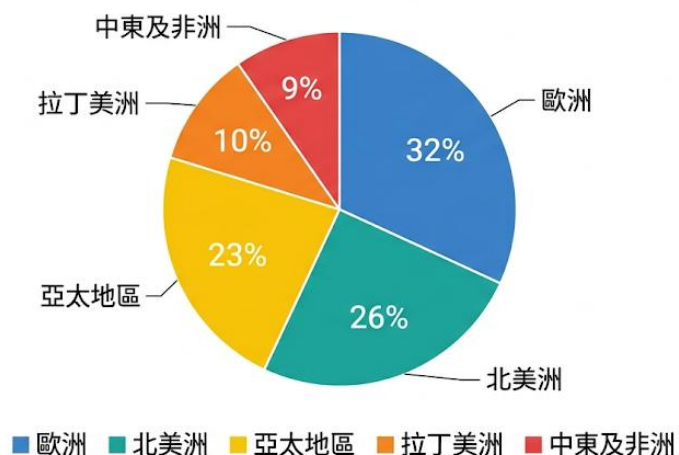
全球香水與香氛市場規模預估 (2025-2034)



根據Vision Research Reports，亞太地區2025年香水市場佔有率僅次於歐洲及北美洲，且預測期內(2026年至2034年)，亞太地區將是香水市場全球成長最快的。主要係由經濟、人口、文化及科技等多重因素疊加而成的結構性成長，人們更加重視個人儀表和自我表達。如今，香水已被視為日常奢侈品和表達個人風格的一種方式，這種心態的轉變大大增加了亞太地區對香水的需求。儘管大眾香水仍為主要香水市場核心主導產業，但消費者對小眾及奢華香水的需求正在上升，且亞太地區擁有龐大且年輕的人口基數，他們是香氛消費的新主力。

由於消費者對健康與天然成分日益重視，香精香料的法規趨嚴，加上在高級訂製與沙龍香水市場高速成長趨勢下，原料成本上升與天然訴求影響商品設計，將會變化的更為快速。而高級訂製香水、沙龍香的市場成長最大原因是台灣、印度、泰國和韓國等發展中國家，不斷增加香水研究實驗室和新創中心成長，追求精緻化的香水，也推動品牌的商品轉變。

2025年全球香水市場佔有率預估 (地區分佈)





中國香水市場表現尤為亮眼，年輕一代消費者的支出驅動了香水銷售的快速增長。2025年中國香水市場規模為300億元人民幣，約合42億美元，預計到2030年將增至380億元人民幣(53億美元)，年複合增長率預估為10.50%，遠高於全球平均水平。特別是千禧一代與Z世代消費者的強勁需求，成為市場增長的主要動力。中國的香水滲透率目前估計僅為5%左右。意味著存在極大的發展空間。隨著消費意識的覺醒，每一支新加入的品牌都是有機會取得銷量。數據顯示，45%的中國Z世代在10至17歲之間購入了第一瓶香水，其中約6%在10歲之前就已接觸香水產品。這表明中國年輕消費者對香水的接受度與消費意願顯著高於其他市場的同齡群體。

依據Statista Market Insights統計，台灣香水市場在2025年市場規模達到3.6億美元，2026年至2030年間的年複合增長率將達到5.5%，預計2030年期市場規模將達4.6億美金。台灣消費者相對成熟，許多人已告別「人生第一瓶香水」階段，開始追求更具個性、不易撞香、成分更高端的小眾個性香水，使得香水的客單價持續拉升，貢獻了主要的市場增量。疫情也連帶改變了台灣消費者對居家空間的認知，居家擴香（如蠟燭、融蠟燈、擴香瓶）、枕頭噴霧、織物噴霧的需求激增，消費者更願意購買能營造居家儀式感、緩解壓力的氣味產品，將香氛視為「身心平衡」的一部分，綜上所述為市場的未來發展奠定基礎。從全球到中國再到台灣，香水市場的增長均受到新興消費群體、個性化需求以及對高端產品偏好的推動。

台灣香氛市場的經營樣態多元，既有強調在地文化與永續概念的本土品牌，也有代理國際知名品牌的代理商。販售商品類別也已從單一的身體香水延伸至居家香氛、身體護理香氛與功能性香氛等全方位的感官體驗。未來，隨著消費者對自我表達與身心健康的重視提升，台灣香氛市場將更趨高端化、個人化與功能化。

➤ 電子商務零售市場概況

(1) 全球電子商務市場現況

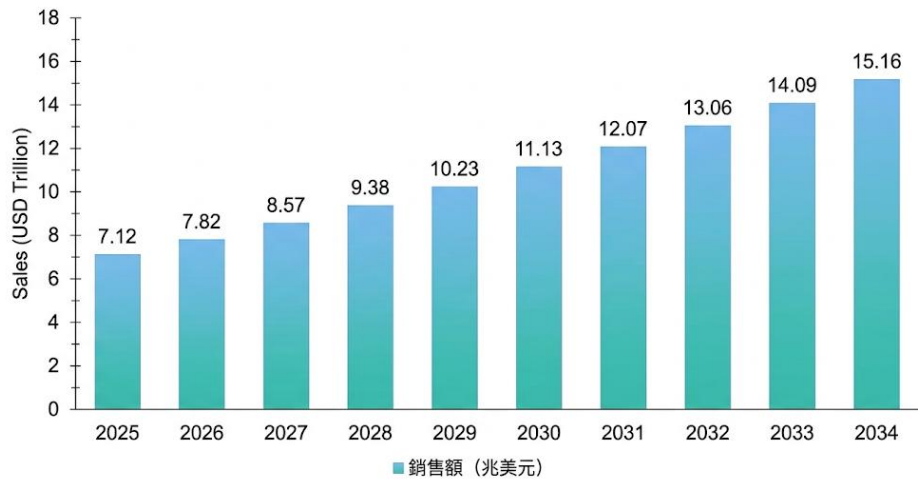
根據美國市調公司 eMarketer 統計 2025 年全球電子商務的銷售額，約為 7.12 兆美元，佔全球整體零售額的比重仍持續攀升，2025 年達到約 21%-23%。該公司另外預估全球電子商務將於 2034 年銷售總額達 15.16 兆美元，整體電子商務市場以 8.8% 的複合成長率維持高於全球 GDP 成長（通常約為 3%）的穩定增長。

2025 年全球電子商務市場已進入全通路融合與 AI 驅動的成熟發展期。雖然疫情期間的爆發性成長已趨緩，顯見疫情趨使品牌轉向 OMO、D2C 虛實融合經營方式，透過 OMO 強調線上與線下通路資源的整合，隨時隨地促進與消費者的品牌溝通，而 D2C 則是透過整合消費者數據，整理出消費者輪廓、購物痕跡等，掌握消費者行為並針對每一位會員進行個人化行銷，且透過線上（社群）或線下（店面）資源，即時反應消費者需求，才能更完善品牌的全通路發展。AI 的深度滲透，從個性化推薦、生成式 AI 行銷文案、智能客服到供應鏈預測，AI 成為提升轉換率與營運效率的核心，TikTok Shop、Instagram Shopping、小紅書等平台打破了社群與購物的界線，「發現式購物」成為年輕一代的主流；企業採購的數位化轉型



加速，B2B 電商市場規模遠大於 B2C，且成長強勁中國仍是全球最大電商市場，但印度、東南亞（如印尼、越南）則是成長最快的區域。

全球零售電子商務銷售額預估 (2025-2034)



資料來源：eMarketer，2024 年 6 月

相較於英國、韓國、中國等市場，其電商滲透率已達到 20%，由上述數據可見臺灣電商仍是藍海市場，有許多空間有待發展。

(2) 臺灣零售業網路購物分析

在 2026 年至 2034 年間，隨著全通路（OMO）融合加深、AI 技術在個人化行銷與庫存管理的成熟應用，以及即時配送物流的普及，臺灣網購市場仍將維持中高速的穩定增長。其複合成長率約為 7.7%，顯示臺灣電商仍將維持高於台灣實體零售與 GDP 成長的穩定增長，反映了網購已成為臺灣消費者日常生活不可或缺的一部分。零售業網路購物其中主要係以網路為主要銷售管道之電子購物及郵購業，另尚包含其他有實體店面之零售業或其他業別(批發、製造)所提供網路購物服務者，而非侷限於非店面零售業。且隨網路科技不斷發展，帶動民眾消費購物模式轉變，零售業主要行業網路銷售額仍維持穩定成長。

臺灣零售電子商務銷售額預估 (2026-2034)



資料來源：Digitimes Research，2024 年 6 月公布



展望 2026 年，臺灣零售電商滲透率將達到約 15%-16% (基準: Digitimes Research 預估)。在未來十年間，隨著全通路 (OMO) 的完全融合與消費者習慣的徹底改變，滲透率將維持每年穩定增長。

疫情讓過去不擅長使用電商的「銀髮族」和非都會區消費者養成了網購習慣。隨著智慧型手機、行動支付 (Line Pay) 以及物流空間擴張與深度滲透，這些過去的「低滲透族群」成為新的成長引擎。預計到 2034 年，臺灣電商滲透率有望突破 25%，意即臺灣每 4 元的零售消費中，就有 1 元是在線上完成的。

臺灣龐大的實體零售巨頭 (如統一超、全家、新光三越、寶雅) 加速數位化。他們利用龐大的實體門市網絡，推動 OMO (Online-Merge-Offline) 一體化。消費者在 App 下單，可選擇門市取貨、門市退貨，或在門市體驗後線上購買。OMO 融合極大地提升了消費者的黏著度與購物頻次，將過去純線下的消費逐步轉移至線上，有效地拉高了單一品牌甚至整體零售業的電商滲透率。

臺灣零售電商未來的成長，本質上是透過 OMO、AI、社群、快物流 等技術與商業模式的創新，創造出全新的消費場景與需求，從而擴大了整體零售市場的規模，並驅動電商滲透率維持穩健、持續的結構性爬升。

2. 產業上、中、下游之關聯性

本公司係屬美妝保養品產業，上游為原物料供應商、包材、瓶器製造商及化工加工廠；中游為品牌商；下游則為銷售通路，包括經銷商、代理商、百貨公司及街邊店等實體通路，及線上通路的網路購物。



3. 產品之各種發展趨勢

A. 產業社群新布局

在過去疫情的催化下，消費者進而開始仰賴網路資訊，並多方汲取相關香氣資訊以決定購買與否，因此把握住消費者每個接觸點就變得至關重要，全面性的數位布局能更有效的幫助品牌接觸消費者，確保品牌的網路聲量。

B. 綠色產品成市場主流

綠色產品主要訴求人體與環境的安全永續，減少非必要的成分與降低塑料使用、提高再生材質比例，以此更友善環境與肌膚，綠色產品大多講求天然



成分，使用植物、礦物或動物等自然資源，另外可能也包含有機、永續與零殘存等訴求，包括有意識地限制製造過程中造成的環境浪費，不實行任何形式的動物實驗。光速火箭將發展永續環境為己任，訂定短中長期的節能環保計畫，並承諾未來將公司產品包材陸續轉為綠色環保的循環材料，發展出低碳減材的商業模式，減緩產品於生產過程中可能對環境造成的負面衝擊。

C. 功能性香氛

當代消費者已不再滿足於香氛帶來的短暫愉悅，更期望香水能在日常生活中發揮深層次的功效，成為身心靈成長的支持力量。例如，一款香氛不僅能放鬆情緒，還能幫助集中注意力，甚至在特定情境中增強活力和自信。這樣的功能性香氛已超越了傳統香水的嗅覺享受，逐漸被視為「身心靈的調和劑」，在忙碌的生活中為我們帶來內在的平衡與支撐。

隨著身心靈健康觀念的普及，許多消費者開始追求能提升心靈感受的香氛。例如，某些香料如乳香、檀香和鼠尾草，因為其具有安神、淨化和啟迪心靈的特質，在香氛市場上越來越受歡迎。透過這些香氣，人們可以更容易在日常生活中找到片刻的靜心之地。這樣的香氛不僅是一種嗅覺享受，更幫助人們在生活中尋得內心的平和。

透過功能性香氛，人們可以與自己建立更深的連結，進而在生活中找到屬於自己的「香氛儀式」，無論是早晨的振奮，還是夜晚的舒緩，香氛都能成為支持身心靈平衡的重要工具。

D. 性別無界限

性別不再限制香水的選擇，取而代之的是越來越多的「無性別香氛」或「中性香氛」出現。這意味著香水正逐漸成為打破傳統性別框架的象徵，使得無論男性或女性，都能更自由地表達自己。這股潮流特別受到年輕一代的喜愛，因為它帶來更多創意與自由，使香水的選擇不再受制於性別標籤，而是回歸到個人喜好的真實需求。這樣的無界限趨勢，也讓消費者更需要具備一點香氣的專業知識，以便找到最適合自己的香氣。

E. 發展大型通路型商品

本公司之商品主要定位為專櫃商品，為有別於原有商品，將開發副品牌，副品牌之商品將以大型通路，如COSTCO、寶雅、屈臣氏等為通路目標，商品範圍將包含洗衣精、手洗精、洗髮精、洗面乳及沐浴乳等。

F. 品牌商品延伸

本公司之品牌商品主軸為香氛產品，包括香水、擴香、香氛沐浴產品等，有鑑於香氛主視覺之商品照涵蓋了人物的耳朵、頸部、脖子及手腕，為充分運用其商品視覺照，使其廣告效益極大化，品牌商品將延伸開發輕奢飾品及服飾等種類商品，不但可使整體廣告視覺更加飽滿，亦可使其廣告素材發揮更大效益。

4. 產品競爭情形

香水產業是一個高度競爭且品牌集中度高的市場，其競爭不僅體現在價格，更體現在品牌力、創新能力、通路策略與消費者情感連結。隨著小眾香氛的崛起與消費行為的改變，產業正面臨全新的競爭格局。

香水行業競爭激烈，既有大眾市場品牌，也有奢侈品牌和小眾品牌。品牌通過忠誠度、差異化和獨特的香味創新展開競爭。個性化已成為關鍵，為定制和可



定制選項提供了優勢。價格也很重要，大眾市場品牌強調價格實惠，而高端品牌則注重獨特性和品質。電子商務和數位平台加劇了競爭，讓新舊參與者都能接觸到全球受眾，將傳統零售和線上銷售融為一體。

(1) 產業現況概覽

- A. 市場類型：香水屬於「奢侈品」與「感性消費品」交叉的領域，品牌忠誠度與產品獨特性是主要競爭因素。
- B. 成長動能：全球香水市場持續成長，根據市場研究（如Statista、Allied Market Research），年複合成長率（CAGR）預估約為5~7%。
- C. 細分市場明顯：
 - 高端精品香水（Luxury/Designer）
 - 沙龍香與小眾香（Niche/Artisan）
 - 大眾市場香水（Mass Market）
 - 亞洲、中東等新興市場快速擴張

(2) 主要競爭對手

- A. 國際大型香水品牌（品牌實力強、行銷資源雄厚）
 - 如CHANEL、Dior、Guerlain、Hermès、YSL、Tom Ford、Armani。
 - 多與時尚品牌、精品集團掛鉤，靠品牌形象與代言人行銷吸引高端消費者。
- B. 小眾香水品牌（風格獨特、個性化定位）
 - 如Le Labo、Byredo、Diptyque、Maison Margiela、Frederic Malle。
 - 主打獨特調香故事與限量概念，受年輕消費者與品味族群青睞。
- C. 平價與快時尚品牌（價格取勝、通路廣泛）
 - 如Zara、Bath & Body Works、The Body Shop。
 - 高性價比策略，快速更新、抓住流行趨勢。

(3) 產業競爭特性

競爭面向	說明
品牌認知度高	消費者對香水的購買行為深受品牌印象、名人效應與社群口碑影響。
產品生命週期短	限量香、水貨與季節性香水推出頻繁，競爭激烈。
創新與調香關鍵	嗅覺趨勢（如木質調、無性別香）推陳出新，需不斷創造話題與市場熱點。
高行銷成本	品牌競爭多以代言人、廣告影片、精品通路塑造形象，投入成本龐大。
通路影響力強	百貨專櫃、電商、美妝平台與社群分銷共同構成競爭戰場。

(三) 技術及研發概況

1. 最近年度及 115 年第 1 季止之研發費用：不適用

(1) 所營業務之技術層次及研究發展

本公司係屬香氛時尚產業之自有品牌，主要產品包括香水、擴香、沐浴用品相關之香氛產品及服飾等商品，設有品牌管理部門，以掌握市場脈動、消費者需求以及時推出市場需求商品。除了針對各品牌特性及商品故事發想設定其香氛味道外，並持續開發消費者之不同類型之香氛需求。



本公司並未設置專責研究發展部門，係由品牌部門發起後，轉交由採購部及商品開發部進行原物料選用及量產相關事宜。

面向	項目	說明
使用者需求	香味研究	將香氛與品牌核心價值、情緒定位及目標客群進行連結，透過創造與品牌理念相符的香氛體驗，強化品牌形象，並與消費者建立更深的情感連結。
	消費者行為研究	定期進行市場研究，收集消費者對香氛的喜好、偏好和趨勢的見解。分析銷售數據、進行焦點小組和使用社群媒體工具，以深入了解消費者需求。
	消費者應用研究	挖掘消費者痛點，滿足並同理心顧客需求。
開發導入	新品開發	將設計意念商品化，定義規格，完善包裝，轉化成可上市的商品。
	商品升級	改良既有商品之商品力、成本及供應鏈穩定性。
外部合作	檢驗實驗室	物質分析並確保使用者之人體健康安全。
	代工廠	提供各式打樣與資源，推動從開發到量產。
	原物料廠商	導入國際新款功效與高品質規格原料。

另軟體平台部門則持續開發符合公司內部需求之系統程式，以促進營運及流程效率，並可彌補ERP功能及數據分析不足，供公司內部使用人員更有效率及系統性的取得關鍵營運數據以因應外在市場變化。

2. 最近年度開發成功之技術或產品

年度	品牌	開發成功之技術或產品
111	SHARECO	<ul style="list-style-type: none"> ● 琥珀檀香香水100ML ● 黑水香樹香水100ML ● 捕蠅草香水100ML ● 美好時光擴香160ML ● 捕蠅草擴香160ML ● 迷幻茉莉擴香160ML ● 黑水香樹香水3ML ● 捕蠅草香水3ML ● 清醒夢香水3ML ● 大麻麝香香水3ML ● 皇家橡樹香水3ML ● SHARECO品牌TEE ● 紫色刷破牛仔褲 ● SHARECO 無字牛仔褲 ● SHARECO 繡花牛仔褲 ● SHARECO 藍色牛仔褲 ● SHARECO 黑色牛仔褲 ● SHARECO 口袋短褲 ● SHARECO棉質長褲 Cotton Lounge Pants



年度	品牌	開發成功之技術或產品
		<ul style="list-style-type: none">● SHARECO拉鍊連帽外套 Hooded Jacket● SHARECO直筒運動褲 Track Pants● SHARECO運動外套 Track Jacket
	KLOWER PANDOR	<ul style="list-style-type: none">● 潘朵拉的秘密香水保濕沐浴露680ML● 暮光琥珀香水保濕沐浴露680ML● 馥奇甄藏香水保濕沐浴露680ML● 荒野玫瑰香水保濕沐浴露680ML● 西西里海岸香水植淨洗髮露680ML● 潘朵拉的秘密香水植淨洗髮露680ML● 潘朵拉的秘密記憶香水50ML● 克羅尼亞麝香記憶香水50ML● 紳夜玫瑰記憶香水50ML● 暮光琥珀記憶香水50ML● 馥奇甄藏記憶香水50ML● 私人派對淡香精50ML● 事後菸草淡香精50ML● 水漾海洋淡香精50ML● 雨後清晨淡香精50ML● 慵懶午後淡香精50ML● 荒野玫瑰淡香精50ML● 印記玫瑰淡香精50ML● 禁忌蜜桃淡香精50ML● 天體夢淡香精50ML● 曙光淡香精50ML● 純白邂逅淡香精50ML● 侵略浪漫淡香精50ML● 森野秘境擴香瓶150ML● 心動時刻擴香250ML● 白麝雪花擴香250ML● 迷霧森林擴香250ML● 暮光琥珀擴香250ML● 潘朵拉的秘密擴香250ML● 心動時刻空間擴香補充瓶500ML● 白麝雪花空間擴香補充瓶500ML● 迷霧森林空間擴香補充瓶500ML● 暮光琥珀空間擴香補充瓶500ML● 潘朵拉的秘密空間擴香補充瓶500ML● 皇家琥珀典藏擴香禮盒● 潘朵拉的秘密香水滋潤護手霜.4212● 馥奇甄藏香水滋潤護手霜30ML● 潘朵拉的秘密香水絲柔護髮素3312● 事後菸草植萃香氛乾洗手噴霧38ML



年度	品牌	開發成功之技術或產品
		<ul style="list-style-type: none"> ● 荒野玫瑰植萃香氛乾洗手噴霧38ML ● 曙光植萃香氛乾洗手噴霧38ML
112	SHARECO	<ul style="list-style-type: none"> ● 23/AW棉質大口袋長褲 ● 23/AW“CAE”水洗直筒棉寬褲 ● 23/AW水洗LOGO帽TEE ● 23/AW水洗LOGO大學TEE ● 23/AW“CAE”水洗薄長袖 ● 寬鬆棉質圓領TEE ● 大麻士革洗髮精(改版) ● 菸草香沐浴膠750ML ● 木曜森林沐浴膠750ML ● 雪松麝香沐浴膠750ML ● 裸麝香香水100ML ● 焚香草香水100ML ● 麝掠香香水100ML ● 迷幻靈魂香水100ML ● _DMW_香水禮盒 ● 迷幻靈魂香水_日本版 ● 麝掠香香水_日本版 ● 裸麝香香水_日本版 ● 琥珀檀香香水_日本版 ● 清醒夢香水_日本版 ● 黑水香樹香水_日本版
	KLOWER PANDOR	<ul style="list-style-type: none"> ● 暮光琥珀香水保濕沐浴露補充包.3105 ● 潘朵拉的秘魯香水保濕沐浴露補充包.3112 ● 荒野玫瑰香水保濕沐浴露補充包.3197 ● 西西里海岸香水保濕沐浴露補充包.3109 ● 西西里海岸香水保濕沐浴露.3109 ● 馥奇甄藏香水保濕沐浴露補充包.3183 ● 潘朵拉的秘魯香水植淨洗髮露補充包.3212 ● 西西里海岸香水植淨洗髮露補充包.3209 ● 潘朵拉的秘魯香水身體乳.4112 ● 真我記憶香水50ML1993 ● 印記玫瑰淡香精50ML_日本版 ● 純白邂逅淡香精50ML_日本版 ● 雨後清晨淡香精50ML_日本版 ● 禁忌蜜桃淡香精50ML_日本版 ● 事後菸草淡香精50ML_日本版 ● 潘朵拉的秘魯記憶香水50ML_日本版 ● 克羅尼亞麝香記憶香水50ML_日本版 ● 紳夜玫瑰記憶香水50ML_日本版



年度	品牌	開發成功之技術或產品
		<ul style="list-style-type: none"> ● 暮光琥珀記憶香水50ML_日本版 ● 馥奇甄藏記憶香水50ML_日本版 ● 馥檀雲境空間擴香瓶250ML ● 維也納藏書館空間擴香瓶250ML ● 心動時刻擴香250ML_日本版 ● 白麝雪花擴香250ML_日本版 ● 迷霧森林擴香250ML_日本版 ● 暮光琥珀擴香250ML_日本版 ● 潘朵拉的 secret 擴香250ML_日本版 ● 擴香棒組_32cm_日本版 ● 金馬茶韻禮盒 ● 格拉斯玫瑰髮妝修護水.4317 ● 仲夏橙露髮妝修護水.4339 ● 潘朵拉的 secret 胺基酸香水洗手露3712_380ml ● 暮光琥珀胺基酸香水洗手露3705_380ml ● 禁忌蜜桃髮香水絲柔護髮素.3315 ● 潘朵拉的 secret 髮妝修護水.4312 ● 禁忌蜜桃髮妝修護水.4315 ● 荒野玫瑰香水滋潤護手霜.4297 ● 潘朵拉的 secret 香氛蠟燭_2312 ● 克羅尼亞麝香香氛蠟燭_2308 ● 荒野玫瑰香氛蠟燭_2397 ● 潘朵拉撲克寶盒 ● 沉睡花園織品舒眠噴霧2603 ● 潘朵拉的 secret 空間除臭香氛噴霧2512 ● 暮光琥珀空間除臭香氛噴霧2505 ● 潘朵拉的 secret 空間香氛包 ● 暮光琥珀空間香氛包 ● 真我空間擴香瓶130ML
113	SHARECO	<ul style="list-style-type: none"> ● 24/SS 水洗口袋短TEE ● 24/SS 亞麻寬版襯衫 ● 24/SS 條紋棉麻短褲 ● 24/SS “CAE”水洗短TEE ● 24/SS 水洗LOGO短TEE ● SHARECO無序香水100ML ● SHARECO無瑕香水100ML ● 24/SS“CAE”刺繡棒球帽-棕色 ● SC朝霧/AfterTheFog擴香補充包450ML ● 24/SSLOGO尼龍短褲 ● SHARECO輕量隨行杯組合 ● SHARECO陶瓷馬克杯 ● SHARECO旅行香水分裝瓶三入組



年度	品牌	開發成功之技術或產品
	KLOWER PANDOR	<ul style="list-style-type: none"> ● KP肌膚之萃記憶香水50ML.1986 ● KP皇家沉香空間擴香瓶250ML ● KP香頌森林香氛指緣油 ● 我在這裡等你香氛蠟燭2入組 ● 美夢時光Dreamtime ● KP馥檀雲境空間香氛包
114	SHARECO	<ul style="list-style-type: none"> ● 極晝香水100ML ● 極夜香水100ML ● 琥珀檀香香水3ML ● 裸麝香香水3ML ● 能量麝香香水3ML ● 奇蹟罌粟香水3ML ● 能量麝香香水100ML_日本版 ● 奇蹟罌粟香水100ML_日本版 ● 皇家橡樹香水100ML_日本版 ● 無瑕香水100ML_日本版 ● ROUND2茶香水 ● SC塵沙香水50ML ● 昕香氛抗菌洗手露300ML ● 幽冥仙境/4 AM擴香補充瓶450ML ● 朝霧/AFTER-THE-FOG擴香補充瓶450ML ● 涅槃之殿/Narvas擴香補充瓶450ML ● SC香氛瞬效護手霜 ● SC香氛身體乳-暖松 ● SC沉息舒眠噴霧50ML ● SCROUND2玫瑰髮香噴霧50ML ● SC去味空間噴霧-草本木質香調50ML
	KLOWER PANDOR	<ul style="list-style-type: none"> ● KP茶韻之時淡香精50ML ● KP潘朵拉的秘密香水嫩白沐浴露 ● KP暮光琥珀香水嫩白沐浴露 ● KP西西里海岸香水嫩白沐浴露 ● KP荒野玫瑰香水嫩白沐浴露 ● KP禁忌蜜桃香水嫩白沐浴露 ● KP西西里海岸香水保濕洗髮露 ● KP潘朵拉的秘密香水保濕洗髮露 ● KP禁忌蜜桃香水保濕洗髮露 ● KP時光獻禮暮光琥珀-500ML ● KP時光獻禮潘朵拉的秘密-500ML ● KP時光獻禮馥檀雲境-500ML ● KP時光獻禮心動時刻-500ML ● KP潘朵拉的秘密淨嫩抗菌洗手露300ml ● KP暮光琥珀淨嫩抗菌洗手露300ml



年度	品牌	開發成功之技術或產品
		<ul style="list-style-type: none"> ● KP潘朵拉的秘密貼身閨蜜抗菌手洗精_體驗包 ● KP潘朵拉的秘密香水絲柔護髮素300ML ● KP禁忌蜜桃香水絲柔護髮素300ML ● KP荒野玫瑰髮妝修護水100ML ● KP潘朵拉的秘密柔膚透光磨砂露-200ML ● KP沁體豐潤護唇膏10ML ● KP禁忌蜜桃香水滋潤護手霜30ML ● KP微燼香草香氛蠟燭-170g ● KP潘朵拉的秘密貼身閨蜜抗菌手洗精300ML ● KP守護閨蜜pH5.5柔淨慕斯-100ML ● KP自在閨蜜淨妍零毛霜-80ML ● KP療癒閨蜜舒緩凝膠
115	SHARECO	<ul style="list-style-type: none"> ● 浮光-香氛沐浴露500ML ● 杉林果泉香氛沐浴露500ML ● 澄淨木香-柔馭香氛洗髮露500ML ● 澄淨木香-平衡香氛洗髮露500ML ● SC修護潤唇精華15ML
	KLOWER PANDOR	<ul style="list-style-type: none"> ● KP暖光裸香香水嫩白沐浴露 ● KP暖光裸香水楊酸抗痘身體乳300ML ● KP艾絲樂玫瑰記憶香水50ML ● KP暖光裸香淨嫩抗菌洗手露300ml

(四) 長、短期業務發展計劃

本公司為因應產業發展及整體經濟環境趨勢，藉由擬定各長、短期計畫以規劃集未來經營方向，進而提升競爭力，茲就本公司之短期及長期計畫概要說明如下：

1. 短期發展計畫

- 拓展新興通路
積極增加實體通路的展銷力道，並延續社群電商、直播銷售、蝦皮商城、MOMO平台、LINE禮物等新銷售模式，亦持續深耕國內市場的線上線下的雙向整合；海外市場部分透過經銷商及代理商的布點拓展，並透過海外市場之電商通路銷售，如樂天，並與海外市場通路業者合作鋪貨銷售。
- 在地生產
為避免國際貿易進口關稅成本過高，運輸交期時間過長，為了管理成本與更好的在地服務，商品在地化生產，強化當地供應鏈，以達到產地直供，並提升公司未來營運毛利。
- 持續拓展海外市場
持續透過跨境電商直營模式及經銷代理模式拓展海外市場如香港、澳門、馬來西亞、新加坡及日本等，另透過跨境直營的商業模式，本公司能直接了解當地消費者的消費習慣。



- 品牌授權策略合作模式
透過品牌授權模式加入「HALO MAVIS BEAUTY」品牌經營，「HALO MAVIS BEAUTY」品牌的加入除了可使本公司品牌產品新增健康食品的產品線外，與其品牌主理人瑪菲斯在直播電商的深度合作，可有效提升本公司品牌商品在線上之銷售量及曝光度。
- 開發通路商品，切入大型連鎖通路
創立通路商品新品牌，並開發大型連鎖通路之將洗沐系列商品以符合通路商品之規格及價位帶，截至刊印日已切入康是美通路銷售，並計畫鋪貨至屈臣氏或寶雅等大型連鎖通路銷售。
- 營運及財務面
因應營運發展，將透過健全之營運規劃及財務管理方針，將事業版圖擴及全球，並維持與金融機構密切合作及互惠關係，以因應業務成長及發所需之營業資金。

2. 長期發展計畫

- 強化企業品牌與國際知名度
強化企業品牌與旗下各品牌之國際知名度，持續深耕品牌內涵，積極履行企業社會責任，強化國際知名度與企業品牌形象，並透過創新開發與行銷能力厚植國際競爭實力。
- 區域代理商培育
本公司主要經銷商係透過互聯網方式曝光宣傳，同步上架電商平台經營品牌商品，提高當地能見度，進而尋找適合經銷商或代理商，透過多通路方式行銷商品。
- 參加大型展覽
對於長期發展，展覽不僅是銷售，更是品牌敘事及風格的集成展示，是從區域品牌轉向全球品牌的必經之路，如義大利米蘭的Esxence是全球沙龍香水的殿堂。品牌若能獲准參展，等同於獲得國際專家對於其「原創性」與「藝術價值」的認可，這對於未來在獲取區域代理經銷商的合作非常有幫助。
- 營運及財務面：
藉由資本市場多樣化之籌資管道，強化財務結構厚植長期發展實力，並配合公司營運規模成長，充實經營團隊與提升知名度及形象，同時建立健全之內控管理制度，落實企業社會責任之經營理念，塑造卓越之企業文化，實現企業永續經營之遠景。



二、市場及產銷概況

(一)市場分析

1. 主要商品(服務)之銷售(提供)地區

單位：新台幣仟元；%

市場別	銷售地區	114年度		113年度	
		金額	比率	金額	比率
內銷	台灣	684,227	97.77	691,785	97.24
	小計	684,227	97.77	691,785	97.24
外銷	歐洲	—	—	—	—
	亞洲	15,604	2.23	19,600	2.76
	美洲	—	—	—	—
	非洲	—	—	—	—
	澳洲	—	—	—	—
	小計	15,604	2.23	19,600	2.76
合計		699,831	100.00	711,385	100.00

2. 產品之市場佔有率

本公司主要產品為香水及衍生之香氛產品，如擴香、香氛蠟燭、香氛沐浴用品、香氛髮品及香氛護膚品等，根據 statista.com 統計 114 年度及 113 年度台灣香水市場規模分別約為新台幣 197 億元及新台幣 182 億元，本公司香氛商品之銷售額分別約占 2.88%及 3.14%%。

3. 市場未來供需狀況與成長性

香水市場受到個性化香水需求不斷增長的推動。消費者尋求反映其品味和個性的獨特香味。人工智慧 AI 訂製和數位諮詢等技術進步促進了獨特個性香水的創造。這種趨勢在年輕消費者中很受歡迎，他們重視自我表達和獨特性。品牌提供更多訂製選擇，促進小眾香水品牌和訂製服務的發展，推動市場增長。

展望 115 年，臺灣每人在香水上的平均支出約為 12.42 美元（約新台幣 403 元）。雖然數字看來不高，但考量到非香水使用人口，核心消費族群的單次購買力（客單價）通常落在新台幣 4,000 至新台幣 8,000 之間。

近年來，中性香水和男女通用香水的受歡迎程度上升，表示文化正在向包容性和非二元身份轉變。香水品牌現在為所有人提供香水，而不僅僅是一種性別。這些混合物通常混合了花香、木香和柑橘香調，滿足各種味道。這一趨勢符合人們對打破性別規則、讓人們自由展示自我的產品日益增長的需求。它代表著香水界向更開放、更包容的品牌趨勢邁進。

由於創新產品供應和消費者支出不斷成長，2026 年至 2034 年間，全球香氛產品市場規模將以 5.5%的複合成長率成長，IMARC Group 預計到 2034 年，該市場規模將達到 92.3 億美元。隨著公司推出新的、迷人的香味，消費者會被吸引投資創造誘人的環境。隨著全球可支配收入的增加，消費者更願意沉迷於家用香水等奢侈品和生活風格產品。創新產品和消費者消費意願的結合將推動家用香氛產業的大幅擴張，滿足不同的喜好和生活方式。

由於人口不斷成長、可支配收入增加以及對芳香產品的文化親和力，亞太地區香氛產品市場佔有率將在 2026 年至 2034 年間實現顯著的複合成長。隨著亞太地區的



消費者尋求在家中創造溫馨、舒緩的環境，對家用香水的的需求不斷成長。隨著全球品牌針對該地區提供量身訂做的產品，亞太地區龐大的消費者基礎和多樣化的偏好將使其成為市場成長的關鍵貢獻者。

全球香水市場根據地域分類，包括北美（美國和加拿大）、歐洲（義大利、西班牙、德國、法國和其他）、亞太（印度、中國、日本、韓國和其他）和世界其他地區（中東和非洲以及拉丁美洲）。可以根據要求對特定地區或國家層面的市場進行分析。在這些地區中，亞太地區預計將產生最高的市場佔有率，其次是北美市場。由於各種因素，包括對高檔香水的的需求增加，消費者可支配收入的增加，以及對奢侈品和自我護理產品的興趣增加，預計其成長速度最快。

亞太地區預計將在全球香水市場中佔據主導地位：

推動該地區市場成長的關鍵因素是擁有龐大且年輕的人口基數，他們是香氛消費的新主力，因為人口多而直接影響到該地區的購買力，更多的人購買香氛產品。相比上一輩將香水視為社交禮儀或奢侈品，Z世代和千禧一代將氣味視為個人風格的延伸、獨特性的展現，以及日常情緒調節的工具；加上消費習慣養成早，研究顯示，中國的年輕消費者（Z世代）接觸和購買第一瓶香水的年齡遠早於西方同齡人。支持市場成長的另一個因素是主要市場參與者的存在，他們經常推出新的和創新的香水產品，以滿足不斷成長的消費者需求，還有一些外國公司正在擴大他們在該地區的影響力。

4. 競爭利基

(1) 產品市場定位明確

本公司主要操作之品牌「SHARECO」、「KLOWER PANDOR」、「YOURKIND」及「HALO MAVIS BEAUTY」，皆依其品牌特性及精神各自設定不同受眾及目標客戶，並各自針對目標客戶擬定其行銷計畫，以期抓住及吸引目標客群之目光及注意力，明確的品牌定位讓企業能有效與目標市場溝通，滿足消費者的需求和期望，從而在競爭激烈的市場中脫穎而出。建立與目標市場的情感連結是實現品牌定位成功的關鍵。這需要品牌深入了解其目標客戶群的價值觀、生活方式和消費行為。透過故事講述、品牌活動或社會責任計畫，品牌可以與消費者建立起情感上的共鳴，這種連結超越了單純的商品交易，而是建立在共享的價值和信念上。

(2) 產品研究布局

「數據思維為核心」、「讓消費者動心」、「為社會付出關心」，透過商情數據分析、國際香氛應用趨勢作為產品發想，並且藉由敏銳的市場觀察，精準解析在地的需求，了解環境、氣候因素及消費者習性，並取材在地特色原料，融合在地需求，成就產品的創新與獨特性。

並嘗試以香氛為主軸，開發更多應用場景，以符合目標客群之潛在的使用需求，進而形成目標客群之日常使用行為或習慣。

(3) 體驗式行銷

重視消費者體驗，線下實體店面人員的知識、線上客服人員的態度、付款方式的便利性及社群平台互動等，透過良好的體驗創造忠誠度與口碑，不但可降低顧客取得成本並可增加顧客黏著度。低價策略不再是線上消費者主流，更多消費者願意更優質之顧客體驗而消費。

(4) 全通路競爭策略

積極透過平台系統整合，無縫結合線下及線上平台，有助我們更緊貼顧客的需



要。線下及線上無縫零售體驗借助深入的顧客數據分析，不單讓我們更有效地掌握顧客需求，為顧客提供最優質的產品及服務，並進一步提升個人化的線下及線上購物體驗。線上維持多通路策略，除一頁商店外，消費者尚可透過 Shopify、蝦皮商店、MOMO 及 Line 禮物線上購物購買本公司品牌商品。顧客係策略核心，線下及線上更緊密聯繫顧客，並保持業務靈活應變，進一步加強與顧客在線下及線上的互動及聯繫。這種獨特的 OMO 零售策略推動我們為顧客帶來更高之品牌認同及滿意度。

(5) 新興通路經營

- A. 根據MarketWatch指出，2026年社群電商的全球市場規模將上看2.6兆美元，2026年至2034年的複合年均增長率達31.86%，顧問公司McKinsey & Company預測2026年全球直播電商的銷售額將占電子商務的10%~20%，McKinsey & Company更指出直播電商的轉換率有望接近30%，故主打及時及互動性之直播電商成為後電商時代新崛起之銷售模式，隨著直播電商的普及，公司也持續開發直播型通路，如與HALO MAVIS BEAUTY的品牌授權合作，則可讓本公司直接切入直播電商通路，未來亦可與更多不同屬性直播主合作，保持與市場高度競爭力，讓更多消費者有機會接觸公司的品牌及商品。
- B. 與不同類型之街邊店或連鎖店合作販賣品牌商品，比如說公司品牌與毛髮養護、清潔及造型相關之商品則與連鎖之美髮店合作寄售，或者與街邊知名潮牌店合作寄售，不但增加品牌商品曝光度，更期望藉由其店家既有客群搭配分潤機制以增加銷售額。

(6) 跨界合作的品牌推廣經驗

本公司擅長與國際、國內設計師、潮牌、明星、藝人及網紅等推出商品聯名款，並已陸續結盟多部影視作品，2021年起跨業合作與金馬獎開發聯名商品。除了過去連續多年與金馬影展聯名商品外，2023年起亦開始與飯店品牌做聯名行銷，以增加品牌價值及品牌力，進而增加品牌商品銷售。

5. 發展遠景之有利、不利因素與因應對策

(1) 有利因素

- A. 市場具成長及發展性，有利業績成長
隨著社群媒體的普及，越來越多人喜愛在 Facebook、Instagram 及 Twitter 等社群平台分享自己的生活，藉由香氛與生活方式結合的行銷模式，讓消費者對嗅覺是有一定的期待及要求，加上東南亞地區隨著 GDP 增長，收入的增加，預估對香氛產品的需求及消費也會持續增長，本公司自有品牌針對亞洲國家地區的環境及文化開發出適合當地消費者的配方與成分，成為有利於國際市場推廣的關鍵因素。
- B. 多媒體平台及虛實多元銷售管道，增加獲利空間
隨著科技演進，現已是多屏消費型態，消費者購買管道已不再侷限於實體店面或線上消費，「多屏+跨屏」更是新的趨勢，除了既有實體通路及電子商務平台的推播，使消費者更容易接受到商品資訊，搭配數據的串聯，進而可進行到跨屏的追蹤，掌握到消費者的多屏旅程關鍵數據，與時俱進的科技化技術導入結合本公司的銷售通路，涵蓋線上虛擬與線下實體等多元管道，並透過產品的差異化、電子商務、互聯網與多元行銷管道，與消費者產生互動，透過個人化精準行銷與服務，創造以客戶為核心導向及物超所值的商品體驗，增加消費者對本公司品牌黏著度，並增加每位消費者的回購率進而提高公司的獲利空間。
- C. 嚴格的製程控管，確保產品品質及安全穩定
本公司嚴守不使用禁用或具爭議的原料成分，並透過多項的檢驗程序控管是



否有對人體產生不良反應，亦取得原物料 COA 檢驗報告及第三方公正實驗室檢測報告，並逐批留樣檢以確保提供給顧客最高品質的商品。

(2) 不利因素及因應對策

A. 市場競爭激烈

近年來，因香氛商品市場蓬勃發展，以香水為主力產品推出的香氛新品牌如雨後春筍，導致香氛品牌的競爭越來越激烈。

因應策略：

以超過 50 萬消費者的購買行為數據應用，成為本公司面對市場的一大利器，藉由數據分析，深度剖析消費者真正適合的商品，反向導入商品開發的指引，藉此開發出更適合、更能滿足消費者痛點的商品，大幅提升新品上市後的接受度與成功率。另加上產品持續創新，擴大產品種類，以消費者需求為核心，提供消費者更多元更符合他們需求的商品，以因應市場的競爭。

B. 整體環境通貨膨脹之相關成本日益增加

Covid-19 疫後及烏俄戰爭導致上游原物料因供應問題帶動油價、糧食與大宗商品價格高漲，種種因素夾雜，使國際原物料價格持續處於高檔。在此情況下，通膨吞噬利潤，對產業造成影響。

因應對策：

- 提高採購來源多樣性，以提高供應鏈之抗衝擊能力，並擴大一級供應商以外供應鏈廠商的採購備料與品質資訊，讓原物料供應商來源持續擴大，並針對關鍵原料香精進行策略性備貨。
- 改善工作流程，並將部分流程自動化及系統化以降低及削減不必要的營運成本。

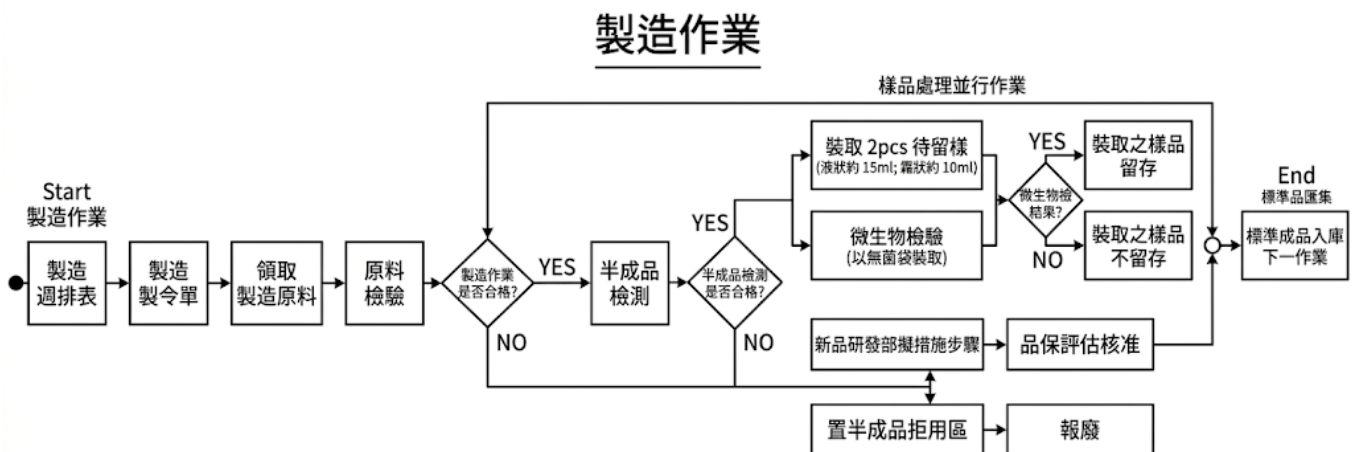
(二) 主要產品之重要用途及產製過程

1. 主要產品之重要用途簡述如下：

本公司主要產品為香水、擴香、生活沐浴用品等，香水主要用途為提供芳香及掩飾異味，並使人心情愉悅，通常使用於人體或衣物或者置於空間使其揮發，散發香氣，生活沐浴用品其用途係為保養及清潔，並帶有保濕、美白及修護等產品功效為主。

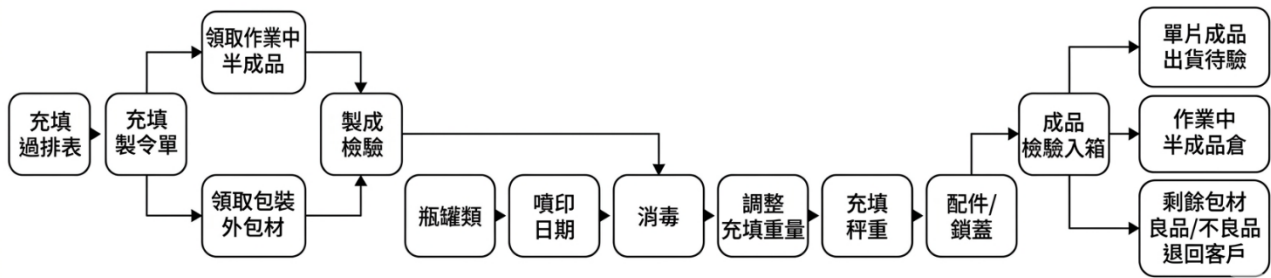
2. 主要產品之產製過程：

本公司產品係委外生產，代工廠商產製流程如下圖：

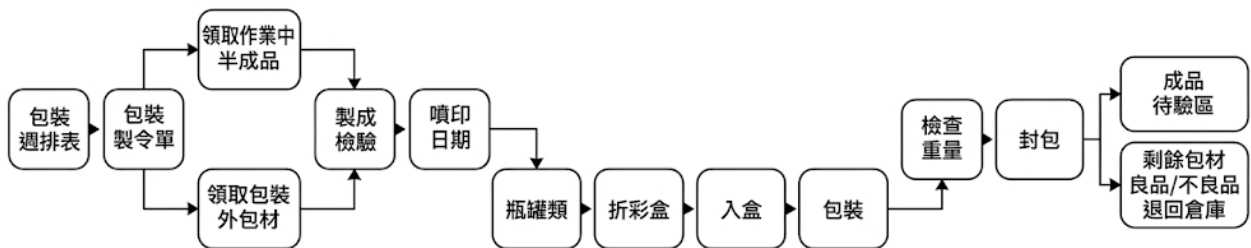




充填作業



包裝作業



(三)主要原料之供應狀況

本公司委外代工之主要供應商皆屬長期配合的廠商，與供應商間均維持良好穩定的合作關係，除充分掌握貨源外，並在品質及交期上嚴格控管，以確保主要原料供貨無虞。

(四)最近二年度任一年度中曾占進(銷)貨總額百分之十以上之客戶名稱及其進(銷)貨金額與比例：

- 最近二年度任一年度中曾占進貨總額百分之十以上之供應商名稱及其進貨金額與比例，並說明增減變動原因：

項目	114年度				113年度			
	名稱	金額	占全年度進貨淨額比率	與發行人之關係	名稱	金額	占全年度進貨淨額比率	與發行人之關係
1	C公司	17,099	11.04	無	C公司	19,833	11.45	無
2	D公司	16,066	10.37	無	D公司	15,998	9.23	無
	其他	121,718	78.59	—	其他	137,349	79.32	—
	進貨淨額	154,883	100.00	—	進貨淨額	173,180	100.00	—

增減變動原因分析：

- 因本公司 113 年度停止老彭友品牌營運，故對 B 公司之採購則隨之停止，故使得 114 年度進貨淨額減少。
- 本公司持續提高採購來源多樣性，以提高供應鏈之抗衝擊能力，故持續增加合作採購廠商。
- 113 年度香氛品牌商品因行銷定位符合市場需求，故 113 年度業績持續成長，連帶



使得整體進貨金額增加。

2. 最近二年度任一年度中曾佔銷貨總額百分之十以上客戶名稱及其銷貨金額與比例，並說明其增減變動原因：

本公司經營模式係透過線上平台(如：自有銷售平台官網、平台業者)與線上實體通路(如：百貨公司及購物中心)銷售予不特定消費大眾，其中與百貨業者係採承租設櫃之經營模式，於銷售時以百貨商場名義開立發票予消費大眾，最終單一客戶之銷售金額比重甚微，並無銷售金額達銷貨總額百分之十以上之情事。

- 三、從業員工最近二年度及截至年報刊印日止，從業員工人數、平均服務年資、平均年齡及學歷分布比率：

年度		113年	114年	115年4月30日
員工 人數	一般員工	127	120	126
	經理人	28	23	22
	合計	155	143	148
平均年歲		32	32	32
平均服務年資		2.3年	2.9年	2.9年
學歷 分佈 比率 %	博士	0	0	0
	碩士	3	2	2
	大專	123	108	110
	高中	29	33	36
	高中以下	0	0	0

四、環保支出資訊

(一)最近年度及截至年報刊印日止，因污染環境所遭受之損失(包括賠償及環境保護稽查結果違反環保法規事項，應列明處分日期、處分字號、違反法規條文、違反法規內容、處分內容)：無。

(二)最目前及未來可能發生之估計金額與因應措施，如無法合理估計者，應說明其無法合理估計之事實：無。

五、勞資關係

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

1. 員工福利措施

- A. 勞保、健保及團保
- B. 年終獎金
- C. 春酒或尾牙
- D. 端午節及中秋節禮品/禮金
- E. 生日禮金/禮券
- F. 婚喪喜慶及生育禮金
- G. 公司產品購買優惠
- H. 每月、端午、中秋之福利網點數
- I. 颱風天出勤交通津貼補助



2. 員工進修及訓練措施

- A. 新進人員：針對初加入公司的新進人員，人力資源部於報到首日說明人事規章、公司簡介、工作規則、環境介紹、主管及同仁介紹。
- B. 在職員工：為落實終身學習，促進專業知識、技能與提升人文素養，進而提高服務品質及績效，凡在職專任員工經報准後，將鼓勵其參與各項在職教育及研修課程。

3. 退休制度及其實施情形

對於員工退休保障，本公司依循勞動基準法及勞工退休金條例之規定，訂定員工退休相關制度辦法。

自 2005 年 7 月起，政府實施勞退新制，本公司依法按月提繳員工工資 6% 退休金，儲存於勞工保險局之個人專戶，並得由員工於每月工資 0%-6% 範圍內自願提繳退休金，截至 2025 年底止，勞退自提人數為 3 人，占本公司全體新制人數 0.02%。

4. 勞資間之協議與各項員工權益維護措施情形

本公司依勞基法訂定各項規定，以維護員工權益，並定期舉辦勞資會議，對公司各項制度等問題採開放及雙向的溝通方式，期使勞資雙方關係良好和諧及互動，並確保員工之各項權益取得公平合理的處理。

- (二)最近年度及截至年報刊印日止，因勞資糾紛所遭受之損失(包括勞工檢查結果違反勞動基準法事項，應列明處分日期、處分字號、違反法規條文、違反法規內容、處分內容)，並揭露目前及未來可能發生之估計金額與因應措施，如無法合理估計者，應說明其無法合理估計之事實：無此情形。

六、資通安全管理

本公司一直致力於提高資訊資通安全水平，以保護公司資源及客戶數據免受侵害，在資訊資通安全工作中，採取之措施如下：

- (一)敘明資通安全風險管理架構、資通安全政策、具體管理方案及投入資通安全管理之資源如下：

本公司沿用國際標準組織(ISO)所訂定之持續改善P.D.C.A.循環流程管理模式，整合及強化資通安全管理體系，建立制度化、文件化及系統化之管理機制，持續監督及審查管理績效，以落實資通安全管理及業務持續營運之理念。

確保本公司所屬資訊資產之機密性、完整性及可用性，並符合相關法令法規要求，使其免於遭受內、外部的蓄意或意外之威脅，以滿足本公司ISMS (Information Security Management System, ISMS) 之需求與期望。

1. 組織架構：

設立資通安全推動組織，配置適當的人力、物力和財力資源，指派資安專責主管及人員，負責推動、協調、監督及審查資通安全管理事項。

2. 資通安全政策：

■ 落實資通安全、強化資訊服務：

由全體同仁貫徹執行「資訊安全管理制度 (ISMS)」，以及所有資通訊作業，應確保營運資料之機密性、完整性及可用性，免於因外在之威脅或內部人員的不當管理，遭受洩密、破壞或遺失等風險，並選擇適切的保護措施，將風險降至可接受程度，以及持續進行監控、審查及稽核工作，以強化資訊服務與提升服務水準。



- 加強資安訓練、做好通報應變：
督導全體同仁落實資通安全管理，每年持續進行適當的資通安全教育訓練，建立「資通安全、人人有責」的觀念，促使同仁瞭解資通安全之重要性，與遵守資通安全規定，藉以提高全員資通安全通報及應變能力，降低資通安全風險，達持續營運之目標。
 - 迅速災害復原、確保營運持續：
訂定關鍵性業務與重要資訊資產之緊急應變及災害復原計畫，並定期執行各項緊急應變規劃與演練，以確認核心資通系統失效或發生重大災害事件時能迅速復原，確保關鍵性業務能持續運作，並將損失降至最低。
3. 核心業務與風險評估：
- 核心業務識別：定期檢視公司之核心業務及應保護之機敏性資料。
 - 風險評估：定期進行資安風險評估，分析可能遭遇之資安風險，並執行對應之資通安全管理面或技術面控制措施。
4. 資通系統發展與維護
- 安全要求：將資安要求納入資通系統開發及維護需求規格，包含機敏資料存取控制、用戶登入身分驗證及用戶輸入輸出之檢查過濾等。
 - 測試與檢查：定期執行資通系統安全性要求測試，包含機敏資料存取控制、用戶登入身分驗證及用戶輸入輸出之檢查過濾測試等。
5. 資通安全防護與控制措施
- 防護措施：針對不同網路作業環境建立適當之資安防護控制措施，包含防毒軟體、網路防火牆、電子郵件過濾機制、入侵偵測與防禦機制等。
 - 資料保護：針對機敏性資料之處理及儲存建立適當之防護措施，如實體隔離、專用電腦作業環境、存取權限、資料加密、傳輸加密、資料遮蔽、人員管理及處理規範等。
6. 資通安全事件應變與通報
- 應變計畫：訂定資安事件應變處置及通報作業程序，包含判定事件影響及損害評估、內外部通報流程、通知其他受影響機關之方式、通報窗口及聯繫方式等。
 - 情資分享：加入資安情資分享組織，取得資安預警情資、資安威脅與弱點資訊，如臺灣電腦網路危機處理暨協調中心(TWCERT/CC)。
7. 資通安全持續精進與績效管理
- 績效管理：建立資通安全之持續精進及績效管理機制，定期向管理階層報告資通安全執行情形，確保運作之適切性及有效性。
 - 資安稽核：定期辦理資安稽核，並就發現事項擬訂改善措施，且定期追蹤改善情形。
8. 資通安全教育訓練
- 員工訓練：所有使用資訊系統之人員，每年接受資訊安全宣導課程。
 - 專業訓練：負責資訊安全之主管及人員，每年接受資訊安全專業課程訓練。
9. 法令遵循與合規
- 法令遵循：鑑別應遵守之法令及契約要求，確保公司資通安全管理符合相關法規。
 - 合規管理：導入ISO 27001資訊安全管理系統標準，取得ISO/IEC 27001:2022認證，證書之有效期為2024年12月5日至2027年12月4日。透過ISO/IEC 27001:2022 資通安全管理系統之導入，強化資通安全事件之應變處理能力，保護公司與客戶資產安全，並持續維持其驗證有效性。



(二) 列明最近二年度及截至年報刊印日止，因重大資通安全事件所遭受損失、可能影響及因應措施，如無法合理估計者，應說明其無法合理估計之事實：無此情事。

七、重要契約

截至年報刊印日止仍有效存續及最近年度到期之供銷契約、技術合作契約、工程契約、長期借款契約及其他足以影響股東權益之重要契約之當事人、主要內容、限制條款及契約起迄日期：

契約性質	當事人	契約起迄日期	主要內容	限制條款
融資合約	合作金庫	114.08.25~115.08.25	短期借款-信保基金	無
融資合約	合作金庫	113.12.02~118.12.02	中期週轉金-信保基金	無
融資合約	玉山商業銀行	114.04.15~134.04.15	長期擔保借款	無
融資合約	中國信託商業銀行	114.10.17~134.10.17	長期擔保借款	無
融資合約	永豐商業銀行	115.02.06~116.02.28	短期信用借款-循環動用	無
品牌代言合約	甲公司	114.07.15~115.07.14	瘦子陳昱榕SHARECO年度代言	註
品牌代言合約	乙公司	114.08.22~115.08.21	葉舒華KOWER PANDOR年度代言	註
品牌授權合約	丙公司	113.03.15~114.03.14	YOURKIND品牌授權	自動續約
商品代理合約	丁公司	113.03.01~114.02.28	KLOWER PANDOR及COERASH 品牌商品日本地區銷售代理	自動續約
品牌授權合約	戊公司	115.04.01~116.03.31	HALO MAVIS品牌商品授權	註

註：已與該廠商或客戶簽訂保密合約。



伍、財務狀況及財務績效之檢討分析與風險事項

一、財務狀況

(一)合併財務狀況比較分析表

單位：新台幣千元

項目	年度	114 年度	113 年度	差異	
				金額	%
流動資產		474,259	514,193	(39,934)	7.77
不動產、廠房及設備		257,126	8,313	248,813	2,993.06
無形資產		—	805	(805)	(100.00)
其他資產		159,084	105,606	53,478	50.64
資產總額		890,469	628,917	261,552	41.59
流動負債		185,494	152,340	33,154	21.76
非流動負債		214,355	38,905	175,450	450.97
負債總額		399,849	191,245	208,604	109.08
股本		232,130	212,270	19,860	9.36
資本公積		179,538	143,889	35,649	24.78
保留盈餘		75,592	84,249	(8,657)	(10.28)
非控制權益		8,890		8,890	100.00
庫藏股票		(5,530)	(2,736)	(2,794)	102.12
權益總額		490,620	437,672	52,948	12.10
<p>一、重要變動項目(前後期變動達20%，且變動金額達新台幣一仟萬元以上者)之主要原因及其影響分析說明如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 不動產、廠房及設備增加：主係114年度本公司於新北市購入之商辦交屋過戶所致。 2. 其他資產增加：主係本公司增加西門町街邊店租賃產生之使用權資產所致。 3. 資產總額增加：綜合以上2點，故資產總額增加。 4. 流動負債增加：主係114年度增加銀行融資之短期週轉金所致。 5. 非流動負債增加：主係114年度針對於新北市購入之商辦舉借之長期擔保借款所致。 6. 負債總額增加：綜合以上2點，故負債總額增加。 7. 資本公積增加：主係因114年度辦理現金增資溢價發行所致。 <p>二、未來因應計畫：上述變動對本公司財務、業務並無重大不利影響，故無需擬定因應計畫。</p>					



二、財務績效

(一)最近二年度合併財務績效比較分析表

單位：新台幣仟元

項目	年度	114 年度	113 年度	差異	
				金額	%
營業收入		699,831	711,385	(11,554)	(1.62)
營業成本		220,514	215,753	4,761	2.21
營業毛利		479,317	495,632	(16,315)	(3.29)
營業費用		419,173	424,857	(5,684)	(1.34)
營業利益		60,144	70,775	(10,631)	(15.02)
營業外收入及支出		(1,718)	5,360	(7,078)	(132.05)
稅前淨利(損)		58,426	76,135	(17,709)	(23.26)
所得稅費用		13,111	15,627	(2,516)	(16.10)
稅後淨利(損)		45,315	60,508	(15,193)	(25.11)
本公司淨利歸屬於					
母公司業主權益		45,800	60,508	(14,708)	(24.31)
非控制權益		(485)	—	(485)	—
稅後淨利(損)		45,315	60,508	(15,193)	(25.11)
<p>一、重要變動項目(前後期變動達20%，且變動金額達新台幣一仟萬元以上者)之主要原因及其影響分析說明如下： 營業毛利、營業淨利、稅前淨利及本期淨利演少：主係114年度整體零售消費市場消費力因美國川普關稅影響減弱致營業收入減少所致。</p> <p>二、未來因應計畫：上述變動對本公司財務、業務並無重大不利影響，故無需擬定因應計畫。</p>					

(二)預計銷售數量及其依據，對公司未來財務業務之可能影響及因應計畫：

因本公司未編制與公告財務預測，故不適用預期銷售數量與其依據，而本公司參酌總體經濟環境變化、產業景氣循環、本公司經營策略及研究發展，並隨時掌握市場脈絡動向，預期本公司未來年度之營業額應可穩定成長。



三、現金流量

(一)最近年度現金流量變動之分析說明

單位：新台幣仟元

項目	年度		現金流入(出)		增(減) 比例	
	114年度	113年度	金額	%		
營業活動淨現金流入(出)	93,331	67,370	25,961	38.53		
投資活動淨現金流入(出)	(253,021)	(13,386)	(239,635)	1,790.19		
籌資活動淨現金流入(出)	160,063	119,242	40,821	34.23		

增減比例變動分析說明：

- 營業活動：主係因112年度與老彭友品牌商品供應商協議解約之賠償金於113年度支付，以至於營業活動流入增加。
- 投資活動：主係主係114年度本公司於新北市購入之商辦交屋過戶，以致於投資活動淨現金流出減少。
- 籌資活動：主係 114年度辦理現金增資溢價發行，以至於籌資活動現金流入增加。

(二)流動性不足之改善計劃

本公司於 114 年度營業活動雖淨現金流入 373 仟元，然資金充足且與銀行保持良好借貸關係，尚無流動性不足之情事。

(三)未來一年(115 年度)現金流動性分析

單位：新台幣仟元

期初現金餘額(1)	預計全年來自營業活動淨現金流量(2)	預計全年來自投資及籌資活動現金流(出)入量(3)	期末現金數額(1)+(2)+(3)	預計現金不足額之補救措施	
				投資計畫	理財計畫
277,294	29,415	(69,219)	237,490	—	—

一、本年度現金流量變動情形分析

- 營業活動：主係114年度持續擴大營運規模，營業收入增加所致。
- 籌資活動：主係為逐期償還為商辦房地款舉借之長期借款所致。

二、預計現金不足額之補救措施：不適用。



四、最近年度重大資本支出對財務業務之影響

本公司因應未來營運發展之所需，業於 112 年 12 月 08 日經董事會決議通過購置新莊商辦總價計 247,130 仟元，截至 114 年 12 月 31 日已交屋過戶並以銀行借款支應。且由於本公司營運狀況良好，來自營業活動之現金流量增加，近年重大資本支出之資金來源主要係以銀行借款及自有營運資金支應，故對公司財務並無重大影響。

五、最近年度轉投資政策、其獲利或虧損之主要原因、改善計畫及未來一年投資計畫：無。

(一)轉投資政策

本公司轉投資政策係配合營運及策略發展計畫所需，在可接受之風險下進行各項投資事業布局及管理。各項管理作業及細節，除遵循政府相關法令外，執行上皆依據本公司已制定之「對子公司監督與管理辦法」及「取得或處分資產處理程序」，以便有效管理、監督並掌控轉投資事業之財務業務狀況。

(二)最近年度轉投資獲利或虧損之主要原因及改善計畫：無。

(三)未來一年投資計畫：無。

六、最近年度及截至年報刊印日止之風險事項：

(一)利率、匯率變動、通貨膨脹情形對公司損益之影響及未來因應措施

1. 利率變動對公司損益之影響及未來因應措施：

合併公司為支應營運需求向銀行機構辦理銀行借款，因而有來自銀行借款之利息費用，114 年度及 113 年度之利息費用分別為 3,004 仟元及 1,642 仟元，其占合併營業收入淨額比重分別為 0.43% 及 0.23%，比重相當微小，利率變動尚不致對合併公司營收及獲利造成重大不利之影響；此外，本公司平時與各往來銀行保持良好穩固之關係，並隨時觀察金融市場利率變化對本公司資金之影響，另隨著本公司營運規模及獲利提升，自有資金日漸充裕，故利率變動對本公司營收及獲利之影響尚屬有限。

2. 匯率變動對公司損益之影響及未來因應措施

合併公司於 114 年度之匯兌損失淨額為 3,515 仟元佔營業收入淨額為 0.50%，所占比例不高，不致對合併公司營收及獲利造成重大不利之影響，惟隨本公司營運規模之成長，在逐步拓展海外市場下，匯率變動對公司之營運仍有其潛在之影響，故本公司財務部與金融機構保持密切關係，持續觀察匯率變動情形，充分掌握國際間匯率走勢及變化訊息，知會業務單位適時與經銷商進行售價調整，以隨時就匯率波動所產生之影響應變。

3. 通貨膨脹情形對公司損益之影響及未來因應措施

最近年度及截至年報刊印日止，本公司之營收及獲利未因通貨膨脹而產生重大財務業務影響。若因通貨膨脹導致進貨成本提高，本公司將適當調整價格及掌握上游原物料與關鍵零組件的價格變化情形，以減少因通貨膨脹造成產品成本變動對公司損益之影響。

(二)從事高風險、高槓桿投資、資金貸與他人、背書保證及衍生性商品交易之政策、獲利或虧損之主要原因及未來因應措施：

本公司專注於本業之經營且財務政策以穩健保守為原則，最近年度及截至公開發行說明書刊印日止，並無從事高風險、高槓桿投資、資金貸與他人及背書保證之情事。此外，本公司已訂定「資金貸與他人作業程序」、「背書保證作業程序」、「從事衍生



性商品交易處理程序」及「取得或處分資產處理程序」等作業辦法，作為本公司從事相關行為之遵循依據。同時本公司稽核單位依據證期局訂頒「公開發行公司建立內控制度處理準則」，訂有相關制度進行風險管理與評估作業。

(三)未來研發計劃及預計投入之研發費用：

1. 持續針對一頁商店平台及火箭快遞系統進行優化，而其相關系統係由該產品線部門負責開發，故無相關之研究部門之設置及研發支出產生。
2. 針對本公司旗下各品牌產品持續開發新品及優化原有產品，將持續整合、分析大量顧客消費資料，進而預測消費者現行及未來之消費行為開發相關商品，相關產品則由品牌部門負責開發，故無相關之研究部門之設置及研發支出產生。

(四)國內外重要政策及法律變動對公司財務業務之影響及因應措施：

本公司營運均遵循國內外相關法令，並隨時注意國內外政策發展與法令變動趨勢，蒐集相關資訊提供經營階層決策參考，以調整本公司相關營運策略，即時因應可能產生之影響。最近年度及截至年報刊印日止，未有因國內外重要政策及法律變動而對本公司財務業務產生重大影響之情形。

(五)科技改變(包括資通安全風險)及產業變化對公司財務業務之影響及因應措施：

本公司隨時注意所處產業相關之科技改變及技術發展，亦積極開發具競爭力之產品及提高顧客滿意度，積極擴展未來市場領域，以確保市場競爭優勢，同時掌握產業動態及同業市場訊息，並評估對公司營運之影響，作相對應之調整，本公司採行穩健的財務管理策略，以保有市場競爭力。

(六)企業形象改變對企業危機管理之影響及因應措施：

本公司秉持追求穩健踏實的精神，在穩定中力求業務發展、創造出更多的股東價值。在公司營運上確實遵守相關法令規定，重視企業形象和風險控管。截至年報刊印日止本公司並無企業形象重大改變而造成危機管理之情事。

(七)進行併購之預期效益、可能風險及因應措施：

本公司最近年度及年報刊印日止，並無併購他公司之計畫。若將來有涉及併購之情事，將依各項作業規定，秉持審慎之態度進行效益評估及風險控管，以確實保障公司利益及股東權益。

(八)擴充廠房之預期效益、可能風險及因應措施：

本公司截至年報刊印日止，並未有擴充廠房之計畫。

在門市擴展方面，截至公開說明書刊印日止，已開設 24 間門市，為貼近消費者需求以強化品牌之發展策略，本公司將持續拓展實體門市，以增加品牌知名度及競爭力，進而挹注營收成長動能，建立長期競爭優勢。

(九)進貨或銷貨集中所面臨之風險及因應措施：

1. 進貨集中所面臨之風險及因應措施

本公司與各供應商間均保持良好且簽訂採購或代工合約之合作關係，並且委由多家供應商生產，供貨狀況尚屬穩定，對於重大或長期採購案供應商亦定期管控檢視，以確保供應商供貨穩定、良好品質及服務保證，故進貨風險尚屬有限。

2. 銷貨集中所面臨之風險及因應措施



本公司及子公司主要經營網路零售及實體店面零售業務，產品種類繁多，銷售之商品係向多家供應商採購進貨，且主要銷售對象為一般銷售大眾，故無銷貨集中之情形。

品牌商品 B2B 銷售對象，為本公司國內外之經銷商或代理商，為有效控管交易信用風險，本公司定期持續評估該等銷貨客戶財務狀況及其應收帳款回收之可能性，並依其評估結果提列適當備抵呆帳。

(十)董事、監察人或持股超過百分之十之大股東，股權之大量移轉或更換對公司之影響、風險及因應措施：無。

(十一)經營權之改變對公司之影響、風險及因應措施：無。

(十二)訴訟及非訟事件，應列明公司及公司董事、監察人、總經理、實質負責人、持股比列超過百分之十之大股東及從屬公司已判決確定或尚在繫屬中之重大訴訟、非訟或行政爭訟事件，其結果可能對股東權益或證券價格有重大影響者，應揭露其系爭事實、標的金額、訴訟開始日期、主要涉訟當事人及截至年報刊印日止之處理情形：無。

(十三)其他重要風險及因應措施：無。

七、其他重要事項：無。



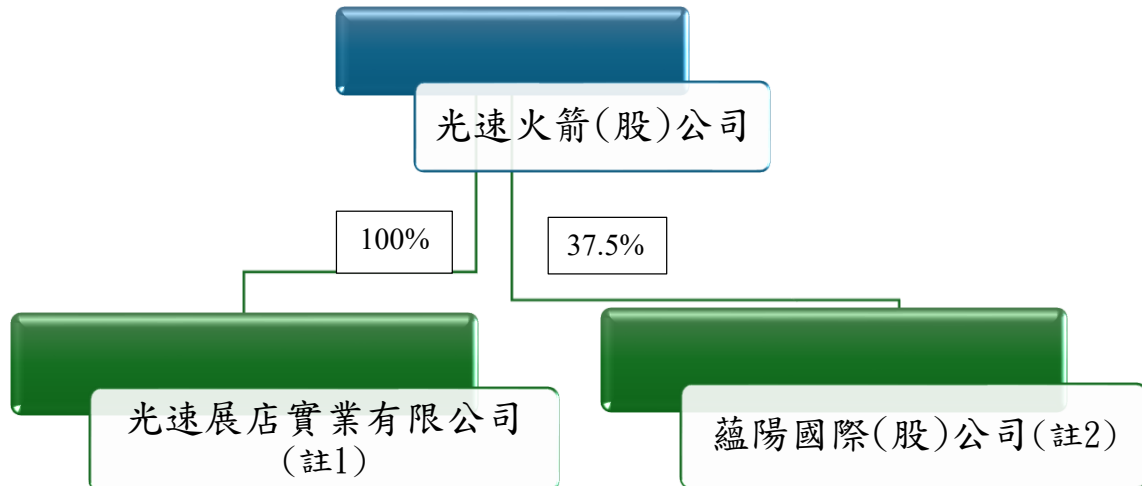
陸、特別記載事項

一、關係企業相關資料：

(一)關係企業合併營業報告書

1. 關係企業組織架構

日期：114年12月31日



註1. 光速展店實業有限公司已於114/12/31簡易吸收合併至母公司光速火箭。

註2. 蘊陽國際(股)公司於114/8/4申請設立登記。

2. 各關係企業基本資料：

114年12月31日；單位：新台幣仟元；股；%

關係企業公司名稱	與本公司之關係	本公司持有關係企業股份			基本資訊			
		股數	股權比例	投資金額	設立日期	地址	實收資本額	主要營業項目
蘊陽國際股份有限公司	子公司	562,500	37.5%	5,625	114.08.04	新北市新莊區富貴路562號6樓	15,000	品牌商品批發零售

3. 推定為有控制與從屬關係者其相同股東資料：無。

4. 各關係企業營業概況表

114年12月31日；單位：新台幣仟元；股；%

企業名稱	資產總值	負債總值	淨值	營業收入	營業利益	本期損益	每股盈餘
蘊陽國際股份有限公司	14,382	158	14,224	-	(834)	(776)	(0.52)



5. 各關係企業董事、監察人與總經理資料：

單位：股；%

關係企業名稱	職 稱	姓名或代表人	持有股份或出資額	
			股 數/出資額	持股或出資額比例
蘊陽國際股份有限公司	董事	陳冠愷(光速火箭股份有限公司法人代表)	562,500股	37.50%
蘊陽國際股份有限公司	董事	李冠霆(光速火箭股份有限公司法人代表)	562,500股	37.50%

(二)關係企業合併財務報表：無。

(三)關係報告書：不適用。

二、最近年度及截至年報刊印日止，私募有價證券辦理情形，應揭露股東會或董事會通過日期與數額、價格訂定之依據及合理性、特定人選擇之方式、辦理私募之必要理由、私募對象、資格條件、認購數量、與公司關係、參與公司經營情形、實際認購（或轉換）價格、實際認購（或轉換）價格與參考價格差異、辦理私募對股東權益影響、自股款或價款收足後迄資金運用計畫完成，私募有價證券之資金運用情形、計畫執行進度及計畫效益顯現情形：無。

三、其他必要補充說明事項：無。

四、最近年度及截至年報刊印日止，如發生證券交易法第三十六條第三項第二款所定對股東權益或證券價格有重大影響之事項：無。

五、年報記載資訊查詢之索引

(一)內部控制聲明書：公開資訊觀測站。

(二)最近年度及截至年報刊印日止，董事、經理人及持股比例超過百分之十之股東股權移轉及股權質押變動情形：：公開資訊觀測站。

(三)資金運用計畫執行情形：公開資訊觀測站。



聲 明 書

本公司民國一一四年度(自民國一一四年一月一日至十二月三十一日止)依「關係企業合併營業報告書關係企業合併財務報表及關係報告書編製準則」應納入編製關係企業合併財務報表之公司與依金融監督管理委員會認可之國際財務報導準則第十號應納入編製母子公司合併財務報表之公司均相同，且關係企業合併財務報表所應揭露相關資訊於前揭母子公司合併財務報表中均已揭露，爰不再另行編製關係企業合併財務報表。

特此聲明

公司名稱：光速火箭股份有限公司



董 事 長：陳冠愷



日 期：民國一一五年三月十三日



柒、總公司及門市資訊一覽表

截至 115/05/31

營業單位	電話	地址
台北總公司	(02)8522-8955	新北市新莊區富貴路 568 號 6F
台北西門旗艦店	(02)2382-0500	台北市萬華區漢中街 119 號 1F
東區統領店	(02)2721-7500	台北市大安區忠孝東路四段 201 號 1F(F10)
新店裕隆城	(02)2917-7500	新北市新店區中興路三段 70 號 2F
台北武昌誠品	(02)2375-7500	台北市萬華區武昌街二段 77 號 2 樓
台北京站	(02)25566500	台北市大同區承德路一段一號 B1(Q 小路)
信義新天地 A11	(02)2345-8500	台北市信義區松壽路 11 號 3F
新光南西	(02)25817500	台北市中山區南京西路 15 號 4F
板橋大遠百	(02)2961-7500	新北市板橋區新站路 28 號 4F
中和環球	(02)22217500	新北市中和區中山路三段 122 號 1F
桃園台茂購物中心	(03)311-0500	桃園市蘆竹區南崁路一段 112 號 B2
桃園大江購物中心	(03)468-0501	桃園市中壢區中園路二段 501 號 1F
新竹遠東巨城	(03)543-0500	新竹市東區中央路 229 號 3F
台中漢神洲際百貨	(04)2422-4500	台中市北屯區崇德路三段 865 號 4F
台中勤美	(04)2325-0500	台中市西區公益路 68 號 2F
台中新光三越中港店	(04)22547500	台中市西屯區台灣大道三段 301 號 5F
台中一中門市	(04)2227-0500	台中市北區太平路 38 之 1 號
嘉義新光垂楊門市	(05)223-0550	嘉義市西區垂楊路 726 號 5F
台南新光新天地門市	(06)303-0501	台南市中西區西門路一段 658 號 4F
台南 FOCUS 門市	(06)2200500	台南市中西區中山路 166 號 1F
台南誠品碳佐	(06)261-1500	台南市南區中華西路一段 76 號 2F
岡山樂購廣場	(07)627-0500	高雄市岡山區捷安路 1 巷 2 號 1F
漢神巨蛋店	(07)555-4500	高雄市左營區博愛二路 777 號 4F
夢時代門市	(07)813-7500	高雄市前鎮區中華五路 789 號 7F
高雄新崛江文橫旗艦店	(07)550-8433	高雄市新興區文橫二路 152 號 1F

光速火箭股份有限公司



董事長：陳冠愷





光速火箭股份有限公司
SPEEDING ROCKET COMPANY LIMITED