

等功能，化被動為主動，提供優惠訊息給顧客，藉由行動購物平台的即時性與便利性，提升消費者購買頻率。

(3) 設有專職品管團隊針對新進供應商進行訪廠、委外檢驗方式以降低所販賣食品安全之風險、過濾銷售商品爭議性較高之商品，並與廠商切割責任歸屬，提供消費者安心消費的管道。

二、主要產品之重要用途及產製過程

(一) 主要產品之重要用途

主要係提供行動電信服務、固定通信服務、數位有線電視、寬頻上網服務、資通訊整合服務、電子商務及電視購物服務。

(二) 產製過程：本公司非生產事業，不適用。

三、主要原料之供應狀況

本公司非生產事業，不適用。

四、最近二年度任一年度中曾占集團進(銷)貨總額百分之十以上客戶名單

(一) 最近二年度主要供應商資料

單位：新臺幣仟元

項目	112 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	A 公司	13,809,647	10	非關係人	A 公司	15,921,981	11	非關係人
	其他	119,093,778	90		其他	124,462,594	89	
	進貨淨額	132,903,425	100		進貨淨額	140,384,575	100	

(二) 最近二年度主要銷貨客戶資料

來自單一客戶收入均未達合併營業收入 10%。

(三) 增減變動原因

主係因應業務發展及市場需求，分別向不同廠商進貨手機，致產生變動。

肆、人力資源

最近二年度及截至年報刊印日止，從業員工資料：

		112 年度	113 年度	當年度截至 2 月 28 日
員工人數	財務報告內所有公司	10,345	10,645	10,571
	本公司	4,577	4,527	4,517
學歷分布比例	博士	0.17%	0.16%	0.16%
	碩士	12.81%	12.76%	12.79%
	大學	61.80%	62.32%	62.23%
	大專	13.05%	12.45%	12.47%
	高中以下	12.17%	12.31%	12.35%
平均年歲		39.24	39.49	39.65
平均服務年資		8.65	8.76	8.86

伍、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，目前及未來可能發生之估計金額

無。

二、因應對策

本公司已將可能發生違反各類環境法規之風險，納入日常營運管理系統與機制中，並採預防管理原則，積極瞭解政府各項環保相關政策與法令草案，以提前採取因應措施。目前沒有發生污染環境，產生重大相關賠償、處分等支出。

本公司極為重視企業環境責任之實踐，積極推動之主要環保措施如下：綠色採購、綠色機房建置、基地台及機房節能、門市與辦公室之節水、無紙化及節能減碳、廢纜線及廢電池回收處理，並於全台門市推動舊機換新機、廢手機回收計畫以及推動台灣大認證盒裝二手機，同時鼓勵用戶採用電子帳單、虛擬化服務、節能加值服務等。此外，112 年起推動次世代門市，推行電子螢幕、電子價格牌及各項無紙化措施。