

佳格之利害關係人議合情形

利害關係人	對佳格的意義（重要性）	溝通方式及頻率	關注議題	2023 年溝通績效
 員工	員工是佳格營運與發展的根本	● 年度績效考核與溝通【每年】 ● 勞資會議【每三個月】 ● 工會協商會議【每三個月】 ● 工廠設置廠長信箱【即時】 ● 性騷擾防治申訴專線及信箱【即時】 ● 誠信經營專責檢舉電話及信箱【即時】 ● 職場不法侵害申訴及通報電話及信箱【即時】 ● 總經理室信箱【即時】 ● 企業永續報告書【每年】 ● 內部溝通會議【不定期】 ● 課程意見回饋調查表【即時】 ● 與總經理有約【每年】	● 誠信經營 ● 人才培育與招募 ● 人權 ● 薪酬與福利	● 2023 年共計完成 17 項協商事件，其中 10 項工作區域衛生安全相關措施，5 項管理相關措施及 2 項勞資溝通機制等。 ● 每堂課程結束即發放回饋調查表，蒐集意見並做為未來辦訓之方向或改善。 ● 2023 年度共舉辦四場「與總經理有約」，提供同仁直接與總經理溝通的機會。
 股東 / 投資人	投資人的資金挹注，支持佳格的營運與永續發展	● 股東會【一年一次】 ● 法說會【一年一次】 ● 法人約訪【不定期】 ● 營運績效公布【定期】 ● 年報 / 永續報告書【定期】 ● 投資人窗口電話及郵件、發言人暨代理發言人信箱【永久設置】 ● 公司官網資訊揭露與更新【永久設置】 ● 公開資訊觀測站資訊揭露與申報【永久設置】	● 經營績效 ● 誠信經營 ● 法規遵循 ● 風險管理 ● 食品安全與健康管理 ● 氣候變遷因應 ● 能源與溫室氣體管理	● 年度股東常會 ● 法說會一次 ● 營運績效依規定定期揭露，提供投資人閱讀 ● 法人持續約訪 ● 不定期回應投資人提問 ● 公司官網隨時更新，資訊透明多元

利害關係人	對佳格的意義（重要性）	溝通方式及頻率	關注議題	2023 年溝通績效
消費者 	消費者是佳格產品主要使用對象	● 0800 客服專線 / 客服信箱【及時】 ● 消費者焦點對談會議【不定期】 ● 公司網站 / 社群媒體網站 / 品牌行銷網站【不定期】 ● 永續報告書【一年一次】	● 食品安全與健康 ● 產品標示與行銷 ● 誠信經營 ● 法規遵循 ● 氣候變遷因應 ● 能源與溫室氣體管理	● 消費者 0800 來電、會員 LINE、健康 GO 來訊數，共完成 36,097 件消費者服務，相較去年增加 3,335 件，且 100% 全數完成。
客戶 	通路客戶是佳格與消費者接觸的媒介	● 客戶蒞廠稽核 / 評鑑【一年一次】 ● 經銷業務大會【不定期】 ● 商採會議【每季】	● 氣候變遷因應 ● 產品標示與行銷 ● 經營績效	● 年度 2 場經銷業務大會，於會中達成業績共識。 ● 每季進行主要客戶新品商採，4 場 / 年。
供應商 	佳格與供應商組成緊密的永續供應鏈	● 電話 / Email【不定期】 ● 訂單溝通【視需求量】 ● 供應商年度稽核【每年】 ● 供應商年度評鑑【每年】 ● 產業交流會議【經常性】 ● 會議 / 拜訪 / 日常聯繫【不定期】	● 氣候變遷因應 ● 產品生命週期管理 ● 能源與溫室氣體管理 ● 法規遵循 ● 供應鏈管理	● 89 家供應商完成稽核 ● 293 家供應商完成評鑑：優級供應商（85 分以上）255 家，約 87%；良級供應商（75-84.99 分）11 家約 32%；可級供應商（74.99-65 分）5 家約 2%；待觀察級供應商（64.99 分以下）1 家
公益團體 	佳格長期與公益團體合作，照顧關懷對象的營養健康	● 電話 / Email【不定期】 / 當面拜訪 / 通訊軟體溝通	● 社會公益 ● 人權	● 與公益團體合作，全年度達成 48 筆捐贈，共捐出 20,754,052 元 25,889 箱物資。