

107 年度股東常會股東所提建議事項及臨時動議辦理情形

一、499 方案議題。

A：

首先對本公司今年度母親節短期促銷活動帶給客戶、員工以及所有關係人之影響深表歉意。為降低該事件衝擊及避免類似情事再次發生，本公司於申辦活動結束後活動執行相關單位已徹底檢討並詳盡規劃後續措施：

1. 後續推行促案前將更審慎規劃：從方案內容設計、申辦人數預估、門市人流疏導措施、申辦流程優化與方案財務損益評估等各層面將更嚴謹把關。
2. 對於員工權益保障更加周全：推動方案前產品分公司與通路單位事前充分溝通以評估所需人力，研擬人力調度支援規劃，避免員工工時過長情況再度發生。
3. 遵守勞動主管機關相關法規，保障加班同仁權益：給予活動期間員工因加班而產生之相關權益事項，均依勞基法第 24 條第 1 項第 3 款加倍給予，並給予同時數之補休；另超時部分(第 13 小時以後)再給一次性 1,500 元慰勞金，並再次感謝同仁與工會共體時艱與辛勞付出。
4. 於事件落幕後本公司已評估此方案整體效益，經詳加分析後並無虧損，相關評估報告已呈報董事會。
5. 相關勞動主管機關裁罰案，本公司已採取行政救濟措施。

二、MOD 相關議題。

A：

1. 本公司已與 MOD 平台系統廠商共同研發改善平台功能，並積極開發新一代的平台(單一平台)，在本公司各單位同仁的努力及各方回饋後，已趨近完成，而新一代機上盒已導入安卓系統與 4K 服務，所以在這次世足賽中，已可收視 4K 畫質，本公司將持續注重 MOD 技術升級工作，無論是現在亦或未來都還是會戮力在系統改進及提升，持續朝著作為家庭媒體中心的功能性目標前進。
2. 本公司將 MOD 定位成為家庭娛樂及應用中心，目前陸續推出 OTT 影視、音樂、遊戲等應用加值服務與 MOD 平台聯結，未來更將以

機上盒串連物聯網與 IoT，提供如健康照護、居家安控、智能家電等智慧家庭應用等服務，期望帶動寬頻服務更多應用，進而提升 MOD 平台價值，成為國內數位匯流產業發展之領航者。

3. 自去(106)年 8 月起全通路大力行銷 MOD，客戶數從 7 月底 136.1 萬戶一路成長，11 月突破 150 萬，12 月底達成 160 萬戶目標，更於今(107)年 3 月底超越 170 萬戶，客戶數持續躍進，107 年 Q2 自 4/1 起啟動「世足業務衝刺」，結合世足熱潮，擴大異業結盟(如：台灣運彩)與產品優惠包裝，多元的通路聯合推廣，帶動客戶申辦熱潮，世足賽結束至 8 月，MOD 客戶數已突破 186 萬戶。
4. 有關 KPI 研擬更合理之目標訂定做法，本(107)年度，除提供員工推薦優惠方案外，更於擬訂員工推廣 MOD 獎勵辦法時，採用員工代號認列績效之方式，只要屬該員工個人推薦行銷之客戶，皆認列其個人績效，鼓勵員工持續衝刺。