

意藍資訊股份有限公司
eLAND Information Co., LTD.

股票上櫃前
風險事項及補充揭露事項說明書

114 年 5 月 7 日股票上櫃前業績發表會

意藍資訊股份有限公司

目錄

壹、本公司之產業、營運及其他重要風險.....	1
一、產業風險.....	1
二、營運風險.....	1
三、其他重要風險.....	2
貳、公司治理及企業社會責任.....	5
一、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.....	5
二、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.....	10
參、114 年 2 月 20 日證櫃審字第 1140100266 號函財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心 上櫃審議委員會要求補充揭露事項.....	16
一、風險事項乙節.....	16
(一)貴公司為智能數據之雲端服務提供者，仰賴網路蒐集數據作為分析服務之 基礎，有關前開數據源蒐集與利用之允當性，與面臨未來人工智慧相關法令 變化之風險及所採具體因應措施之說明，暨推薦證券商及律師之評估意見.....	16
(二)貴公司透過雲端平台提供客戶數據分析服務，有關貴公司面臨機房遭受攻 擊或破壞而中斷服務、資料外洩等營運及資訊安全風險所採具體因應措施 之說明，暨推薦證券商之評估意見.....	28
二、特別記載事項乙節.....	37
(一)貴公司主要營運模式為以雲端訂閱制方式提供軟體服務予客戶，營收規模 未達 2 億，有關貴公司對業績變化合理性及未來發展性之說明，暨推薦證 券商之評估意見.....	37
(二)隨大數據分析、自然語言處理、生成式 AI、GPU、AI 伺服器等相關技術與 軟硬體持續發展演進，數據分析及相關雲端服務進入門檻隨之降低，加上使 用者需求及應用場景亦變化快速，有關貴公司與同業相較之競爭優勢及未 來研發策略之說明，暨推薦證券商之評估意見.....	62

壹、本公司之產業、營運及其他重要風險

一、產業風險

身處 AI 大數據的技術領域中，本公司隨時注意新興科技的發展及技術應用的演變，以降低現行智能數據服務受新科技所產生創新應用之影響。本公司持續投入新技術的研發，並積極參與業界交流，主動掌握最新的市場脈動，除了因應市場的變動來調整業務營運策略之外，更持續努力成為市場的創新者。本公司將不斷投入新技術研發，持續自主研發新產品線，並利用新技術、新產品創造出更大的商業應用範疇。

因應對策：

本公司針對科技改變(包括資通安全風險)及產業變化之因應措施：

- (一) 廣泛運用網路資訊注意商業、科技及產業的報導，定期派員參加研究計劃、科技研討會、業界交流會議、及外派受訓。
- (二) 透過定期的主管會議與產品會議溝通各種創新資訊，確保管理階層及相關人員得知現今科技之發展。
- (三) 指定專責部門推動全公司之資通安全教育訓練，建立員工資安防護意識，並落實於日常工作中。

本公司最近年度及截至本公開說明書刊印日止，並無因重要科技改變及產業變化而對財務業務產生重大影響之情事。

二、營運風險

本公司目前所提供的智能數據服務係以網路開放數據進行分析，隨著業務開展、產品線與客戶應用情境的擴充，未來可能遭遇數據來源問題，以及可能無法滿足客戶提出之進階應用情境需求，因此必須持續投入研發，掌握數據來源及最新的擷取與分析技術，方能因應客戶需求與產業環境的變動。

因應對策：

本公司在資料來源及網站資訊流通機制管理具有豐富的處理經驗，能在資料來源品質與擷取及分析技術的運作模式之間取得良好的平衡點。未來隨著各產品線與客戶應用情境的擴充，倘遇到以開放數據無法滿足客戶所提出的進階應用情境，將開發替代性之專屬數據來源，其中包含須以付費取得之數據來源。

本公司為因應日後產業發展與客戶需求的變化，持續主動與策略性合作夥伴、客戶執行創新性專案，開發新產品應用。本公司挑選有創新精神且具產業領導地位的合作夥伴客戶，投入研發以突破各項專案的技術應用難點，嘗試以更有效率的方式達成特定的商業應用，維持創新動力，為業務帶來長期的成長動能。

本公司持續進行內部研發活動，並積極參與外部研究活動，以及與學術機構研究人員進行交流，積極掌握分析技術的演進及技術創新。

三、其他重要風險

(一)風險因素

1.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

本公司財務及資金規劃以保守穩健為原則，業務營運係以自有資金支應為主，整體而言，利率變動對本公司損益不致產生重大影響。

(2)匯率變動

本公司主要客戶為國內金融、零售、民生消費品、公關廣告、政府機構等各產業，多以新臺幣報價為主，銷售與支付相關成本及費用多以新臺幣結算，整體而言，匯率變動對本公司損益不致產生重大影響。

(3)通貨膨脹

本公司最近年度及截至公開說明書刊印日止並未因通貨膨脹而對損益有重大影響，未來將持續觀察市場價格波動及物價指數之變化，與客戶和供應商維繫良好關係，並視通貨膨脹對業務營運之影響，適當調整經營策略，整體而言，通貨膨脹對本公司損益不致產生重大影響。

2.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

本公司專注於本業發展經營，財務規劃及運作均秉持穩健保守原則，並無從事高風險、高槓桿投資之行為。本公司已依法令規定訂定「資金貸與他人作業程序」、「背書保證作業程序」及「取得或處分資產處理程序」，作為從事相關交易之遵循依據。本公司最近年度及截至公開說明書刊印日止，並無從事資金貸與他人、背書保證及衍生性商品交易之情事。

3.未來研發計畫及預計投入之研發費用

(1)搜尋引擎

本公司未來三年內規劃將大型語言模型 (Large Language Model, LLM)全面導入第九代搜尋引擎之中，實現全面的語意向量檢索(Semantic Vector Search)，將可較前一代的全文檢索核心，實現更高的準確性，協助企業找到更相關的資訊，進而做出更好的決策。

(2)語意分析

本公司未來三年內規劃將生成式 AI 及大型語言模型導入至 DeepNLP，除了支援當前業界主要的大型語言模型如 OpenAI GPT、Meta Llama2 等，並投入研發本公司專屬的 eLAND GOAT 大型語言模型，以更充分適配本公司的搜尋引擎及各項雲端分析及智能數據產品，提供更好的資源使用效率。

(3)預計投入之研發經費

本公司隨時觀察產業的新技術、新應用之動態變化，彈性配置研發資源，以確保產品與技術的領先優勢。本公司每年依據年度技術與產品開發計劃編列研發預算與配置人力資源，最近二年度投入研發費用均占營業收入 15%以上，以強化競爭優勢。

4.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

本公司各項業務之執行均遵循主管機關法令規定辦理，並隨時注意國內外重要政策更動及法律變革，以充分了解掌握外在資訊，並即時因應國內外政經情勢變化。本公司最近年度及截至公開說明書刊印日止，並無因國內外法律變動而對財務業務產生重大不利影響之情事。

5.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

本公司身處 AI 大數據的技術領域中，隨時注意新興科技的發展及技術應用的演變，以降低現行智能數據服務受新科技所產生創新應用之影響。本公司持續投入研發新技術，並積極參與業界交流，主動掌握最新的市場脈動。本公司除了因應市場變動而調整營運策略之外，更持續努力成為市場的創新者。就長期而言，本公司將擴大新技術研發範疇，持續自主研發新產品線，並利用新技術、新產品創造出更大的商業應用。

本公司已於 111 年 10 月 14 日成立資安專責單位，並設置資安長，專門負責資訊制度之規劃、監控及執行資訊安全管理作業。本公司針對科技改變(包括資通安全風險)及產業變化之因應措施如下：

- (1)廣泛運用網路資訊，注意商業、科技及產業的報導，定期派員參加研究計劃、科技研討會、業界交流會議、以及外派受訓。
- (2)透過定期的主管會議與產品會議溝通各種創新資訊，確保管理階層及相關人員得知現今科技之發展。
- (3)指定資訊管理部專責推動全公司之資通安全教育訓練，建立員工資安防護意識，並落實於日常工作之中。

本公司最近年度及截至本公開說明書刊印日止，並無因重要科技改變及產業變化而對財務業務產生重大不利影響之情事。

6.企業形象改變對企業危機管理之影響及因應措施

本公司自成立以來，秉持著創新專業及誠信經營，重視企業形象聲譽，遵守法令規定，積極強化內部管理品質及經營績效。本公司最近年度及截至公開說明書刊印日止，並無重大企業形象改變造成企業危機管理而對財務業務產生重大不利影響之情事。

7.進行併購之預期效益、可能風險及因應措施

本公司最近年度及截至本公開說明書刊印日止，並無進行併購計畫，未來若有併購計畫，除遵守相關法令規定外，亦將審慎評估及充分考量併購綜效，以確保股東權益。

8.擴充廠房之預期效益、可能風險及因應措施

本公司最近年度及截至公開說明書刊印日止，並無擴充廠房之情事。未來若有相關計畫，除遵守相關法令規定外，亦將審慎評估及充分考量預期效益、可能風險，以確保股東權益。

9.進貨或銷貨集中所面臨之風險及因應措施

(1)進貨集中風險

本公司係屬數位雲端資訊軟體服務行業，進貨項目主要係搭配客戶需求，委託相關行銷或廣告服務業者，提供客戶所需之網路口碑行銷、廣告代理、行銷顧問服務、資訊技術服務及線上資訊服務等。由於本公司與服務供應商均已往來多年，且市場上從事相關行銷或廣告服務業者眾多，所提供服務具有可替代性，故無進貨集中風險。

(2)銷貨集中風險

本公司客戶範疇主要包含金融保險、零售通路、電信通訊、消費電子、汽車、美妝保養、快速消費品、食品餐飲、廣告媒體、公關行銷、市場調查、政府機構、教育及研究單位等，單一客戶銷貨比重皆未超過 10%，故無銷貨集中風險。

10.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：無此情形。

11.經營權之改變對公司之影響、風險及因應措施：無此情形。

12.其他重要風險及因應措施：無此情形。

貳、公司治理及企業社會責任

一、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		本公司已依據上市上櫃公司治理實務守則訂定「公司治理實務守則」，並於本公司網頁之投資專區/股東專區/重要內規揭露。	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		(一) 本公司除透過股務代理機構外，另依內部作業程序設置發言人及代理發言人、股務、行政等相關單位處理股東建議、疑義及糾紛等事宜並妥善處理給予回應。	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		(二) 本公司股務單位隨時掌控董事、經理人及持股百分之十以上之大股東之持股狀況，並依法按月申報其持股變動情形。	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		(三) 本公司於內部控制制度中訂定「集團企業、特定公司及關係人交易作業辦法」，與關係企業之經營、財務及業務往來有明確規範，以達風險控管機制。	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		(四) 本公司於內部控制制度中訂定「防範內線交易管理作業程序」及「內部重大資訊處理作業程序」，並宣導予全公司以防範內線交易之發生，保障投資人及維護本公司權益。	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	
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		(一)本公司董事會設置8席董事，含3席獨立董事，專業領域涵蓋產業實務、商務、財會、公司業務等，董事會成員中有1名女性董事、2名具員工身份之董事，符合多元化政策。本公司除不定期進行各項法令宣導之外，並鼓勵董事參加外部訓練課程，或由本公司統籌辦理訓練課程。	無重大差異。
(二)公司除依法設置薪資報酬委員會及審計委員會，是否自願設置其他各類功能性委員會？		V	(二)本公司業已依法設置薪資報酬委員會及審計委員會，尚未設置其它各類功能性委員會。	視營運需求或法令規定再規劃設置其他功能性委員會。
(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		(三)本公司已訂定「董事會績效評估辦法」，並已於114年3月24日董事會報告評估結果，並運用於個別董事薪資報酬及提名續任之參考。	無重大差異。
(四)公司是否定期評估簽證會計師獨立性？	V		(四)本公司已定期評估簽證會計師獨立性及適任性；本公司之簽證會計師非為利害關係人，亦無業務財務相關利益衝突。	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	V		本公司於112年3月23日董事會通過設置公司治理主管，負責公司治理相關業務，包含但不限於依法辦理董事會及股東會之會議相關事宜、提供董事執行業務所需之資料、蒐集與經營公司有關之最新法規發展，以協助董事法令遵循、協助董事就任及持續進修等。	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	
察人遵循法令、依法辦理董事會及股東會之會議相關事宜、製作董事會及股東會議事錄等)？				
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		本公司設有發言人及代理發言人制度，並依法令規範將財務、業務資訊揭露於公開資訊觀測站，亦有人員負責妥適回應利害關係人所關切之重要企業社會責任議題，已於公司網站設置利害關係人聯絡窗口，以保持良好暢通之溝通管道。	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		本公司已委任凱基證券(股)公司股務代理部辦理股東會相關事務。	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		(一)本公司已設置網站，並揭露財務業務及公司治理資訊。	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		(二)本公司設有發言人及代理發言人制度，亦有相關人員負責公司資訊蒐集及揭露，其他相關應揭露之資訊規範定期及不定期於「公開資訊觀測站」上揭露。	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		V	(三)本公司已依據證券交易法第三十六條及公開發行公司財務報告及營運情形公告申報特殊適用範圍辦法規定，於規定期限內公	視營運需求或法令規定再規劃於

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	
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營運情形？			告並申報財務報告與各月份自結財務狀況。	規定期限前提早公告財務報告。
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		(一)員工權益、僱員關懷： 本公司除依法保障員工權利，並設置職工福利委員會推動員工福利，另公司同仁亦享有： 1.勞健保及團保 2.年終獎金 3.員工健康檢查 (二)投資者關係、利害關係人之權利： 本公司除依法規揭露公司財務、業務等資訊，亦設有發言人、代理發言人制度維護良好的投資者關係及利害關係人之權利。 (三)供應商關係： 本公司與供應商合作均符合法規及合約，維護雙方權益。 (四)董事進修之情形： 本公司鼓勵董事參加進修，亦依相關規定委任專業機構至本司開辦進修課程供董事研習。 (五)風險管理政策及風險衡量標準之執行情形：	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	
			公司運作皆遵循法規、公司管理辦法及各項內控制度辦理，並進行各項風險評估及控管。 (六)客戶政策之執行情形： 本公司與客戶合作除依法規及合約辦理以維護雙方權益，亦有專責人員負責客戶溝通聯繫事宜。 (七)公司為董事購買責任保險之情形： 本公司已為全體董事購買責任保險，以強化股東權益之保障。	
九、請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：本公司目前為興櫃公司，尚未列入公司治理評鑑受評公司，故不適用。				

二、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

評估項目	運作情形			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		1. 本公司於 111 年 10 月 14 日經董事會通過訂定「公司永續發展實務守則」，以實踐企業社會責任，並促成經濟、環境及社會之進步，以達永續發展之目標 2. 本公司由「永續資訊推動小組」負責推動永續發展相關事務。 3. 本公司已於 114 年 3 月 24 日向董事會報告永續發展推動計畫與執行情形。	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		本公司已訂定「公司永續發展實務守則」，並考量公司現況與法令規定，以循序漸進方式落實。 環境面： 1. 本公司雖非製造業廠商，但常年宣導環保觀念，節電省水等相關節能減碳措施。 社會面： 1. 依照勞工相關法規制定各項符合法令之制度與程序，並提供申訴管道以保障員工權益。 2. 員工福利制度包含：薪資與激勵制度、福利制度及保險與健康制度。 3. 重視員工職涯能力發展培訓，包含內部舉辦教育訓練，亦鼓勵員工參加外部相關訓練課程，持續進修精進自我能力。 4. 訂有內控制度「服務循環」、「研發循環」，以及「資料蒐集管理辦法」、「資訊安	無重大差異

評估項目	運作情形			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	
			全管理辦法」、「資訊機房管理辦法」、「系統帳號管理辦法」、「資安管理政策及制度」、「個人資料保護之管理辦法」，規範個人資料之蒐集、處理及利用過程，確保每一個步驟均符合法規要求，並在內部實行嚴格的管理程序。 5. 往來供應商皆依據「供應商管理辦法」規定辦理，雖無特別訂定要求供應商在環保、職業安全衛生或勞動人權等議題遵循相關規範，但遇有供應商對環境與社會有顯著影響時，本公司將視情節嚴重程度予以終止或解除合作關係。 公司治理面： 1. 經董事會通過訂定「公司永續發展實務守則」、「內部控制制度」及「風險管理政策與程序」，作為風險管理政策與策略，並於董事會呈報相關內部稽核業務。 2. 為強化董事行使職能之績效，持續鼓勵董事參加進修課程，以提升因應公司內、外部環境條件變化及發展需求之知識。 3. 於董事任期內就其執行業務範圍依法應負之賠償責任投保責任保險。 4. 設有發言人及代理發言人制度，並依法令將財務、業務資訊揭露於公開資訊觀測站及本公司網站，亦指派人員負責妥適回應利害關係人所關切之重要企業社會責任議題，於公司網站設置利害關	

評估項目	運作情形			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	
			係人專區，保持良好暢通之溝通管道。	
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		(一)本公司業已訂定「公司永續發展實務守則」，以落實友善環境之管理制度。	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		(二)本公司為數位雲端資訊軟體服務公司，對主要耗能之機房用電係委託重視 ESG 之專業機房管理廠商營運，以降低對環境之衝擊。	無重大差異。
(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，並採取氣候相關議題之因應措施？	V		(三)本公司已訂定「公司永續發展實務守則」，除關切氣候變遷對營運的潛在風險與機會，也適時採取氣候相關議題之因應措施。	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	(四)本公司尚未統計過去兩年溫室氣體排放量、用水量及廢棄物總重量，惟為落實環境保護，本公司持續推動各項節能減碳措施如下： 1.資源回收分類。 2.節能省水。 3.定期清潔空調設備及辦公環境的消毒。 4.控制辦公室室內空調溫度。	未來視營運狀況及法令規定適時辦理。
四、社會議題				
(一)公司是否依照相關法規及國際人權公約，制定相關之管	V		(一)本公司依照勞工相關法規制定各項符合法規之制度與措施，以保障員工之各項權益，並提供申訴管	無重大差異。

評估項目	運作情形			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	
理政策與程序？ (二)公司是否訂定及實施合理員工福利措施(包括薪資、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		道，以保障員工人權。 (二)本公司員工福利相關措施： 1.薪資與激勵制度： ● 每年公司依營運盈餘發放員工分紅獎金。 ● 每年公司依據同業行情、營運成果、財務狀況及員工績效考核結果，對員工職務、級別及薪資標準進行調整。員工有重大貢獻者另以專案簽呈方式申請調薪或獎金。 2.福利制度： ● 婚喪喜慶各項津貼補助（生日禮金...等）。 ● 年終尾牙活動。 ● 國內員工團體旅遊定額補助金。 ● 每季定額聚餐費。 3.休假制度： ● 本公遵循「勞動基準法」，明訂工時標準及各種假別之薪給規範。勞動基準法規範之休息日、例假日、國定假日及特別休假等假期，皆納入薪給範疇。 ● 給予產假、產檢假、生理假、陪產假、家庭照顧假。	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		(三)本公司提供員工安全與健康之工作環境 1.保險與健康制度： ● 依法投保勞工保險、全民健康保險及每月定期提繳退休金。	無重大差異。

評估項目	運作情形			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	
(四)公司是否為員工建立有效之職涯能力發展培訓計畫？ (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？ (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	V	● 提供免費員工團體綜合保險，包括壽險、意外險、醫療險等。 ● 定期辦理員工全身健康檢查。 2.辦公室設有全天候進出管制，設置門禁及完善保全系統來確保公司人員及資料的安全。 (四)本公司除於內部舉辦教育訓練，亦鼓勵員工參加外部相關訓練課程，持續進修精進自我能力。 (五)訂有內控制度「服務循環」、「研發循環」，以及「資料蒐集管理辦法」、「資訊安全管理辦法」、「資訊機房管理辦法」、「系統帳號管理辦法」、「資安管理政策及制度」、「個人資料保護之管理辦法」，規範個人資料之蒐集、處理及利用過程，確保每一個步驟均符合法規要求，並在內部實行嚴格的管理程序。 (六)本公司已訂定「供應商管理辦法」作為合作及基本資格檢核參考，本公司往來供應商若有涉及違反永續發展政策，且對環境與社會有顯著影響時，本公司將視其情節嚴重性予以終止或解除合作關係。	無重大差異。 無重大差異。 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		V	本公司尚無須編製永續報告書，惟已依法令規定於公開資訊觀測站上公告攸關股東及投資大眾之各項公司治理資訊。	未來將視營運所需或法令規定，適時辦理。

評估項目	運作情形			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	
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？				
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：本公司已訂定「公司永續發展實務守則」，並依該守則檢視公司實務運作情形並據以改進，執行至今無重大差異。				
七、其他有助於瞭解推動永續發展執行情形之重要資訊： 1.於官網揭露本公司永續經營理念 2.積極規劃社會關懷及社會公益活動 ● 贊助家扶中心及捐贈育幼院物資。 ● 關懷支持國內小農，直接向產地小農購買農產品作為員工福利，也幫助國內小農經濟。 ● 鼓勵及安排員工參與公益活動，例。如淨灘、淨山等社會公益活動。				

參、114 年 2 月 20 日證櫃審字第 1140100266 號函財團法人中華民國證券櫃檯買賣中心上櫃審議委員會要求補充揭露事項

一、風險事項乙節

(一)貴公司為智能數據之雲端服務提供者，仰賴網路蒐集數據作為分析服務之基礎，有關前開數據源蒐集與利用之允當性，與面臨未來人工智慧相關法令變化之風險及所採具體因應措施之說明，暨推薦證券商及律師之評估意見。

公司說明：

一、本公司使用之資料源

本公司為智能數據之雲端服務提供者，依據主要產品(包含雲端資料分析服務及智能搜尋服務)運用之資料來源區分為三類，網路公開數據、訓練語言模型之資料集、委託方提供之使用者於網站的瀏覽紀錄。說明如下：

(一)網路公開數據

1.雲端資料分析服務

本公司之雲端資料分析服務係就網路公開數據進行資訊擷取，然後進行數據資訊的清理及分析，最後呈現於資料分析平台，每日進行掃描處理的資料來源種類可分為公開討論區、網路社群、公開媒體、公開部落格、大眾評論等，資料量每日平均大約在 60 億字。

本公司在搜集時即針對個資相關的數據予以排除，只搜集對大眾公開的內容，加上本公司提供之主要商業價值來自搜集資料後續的統計分析，例如計算網路聲量、語意判讀為正評或負評等，而不是來自未經分析的原始內容。

2.智能搜尋服務：AI Search for Solution(解決方案)

AI Search for Solution(解決方案)之服務模式及所使用之外部資訊與雲端資料分析服務相同，皆就網路公開數據進行資訊擷取，然後進行數據資訊的清理及分析，最後呈現於資料分析平台。

(二)訓練語言模型之資料集

本公司 AI Search for KM(知識管理)係使用本公司自行開發之語言模型 eLAND GOAT，本公司為訓練該模型，以外部資料建立訓練資料集，該訓練資料集所採用之資料來自著作權法所允許使用之著作，再以外部大語言模型(GPT)進行內容摘要而生成之再生成資訊，本公司藉由上述資料源建立訓練資料集，這部分的資料量大小約為數萬筆，供本公司 eLAND GOAT 訓練之用。

(三)委託方提供之使用者於網站的瀏覽紀錄

本公司之 AI Search For EC 提供委託方委託之數據分析服務，包括提供商品貼標及搜尋推薦功能及由委託方提供一批隨機、記號化(tokenize)之代碼，以及該代碼於委託方商家內的網頁瀏覽紀錄(包括網址 URL、時間)，由本公司進行處理，本公司透過網址 URL 分析後，以語意分析技術貼上較廣泛定義之標籤至該代碼上，再由委託方取用相關資料。

該資料採用記號化(tokenize，無法反推原始資料)、泛化(generalization，降低資料之精確度)等隱私強化技術處理，本公司無法直接或間接透過該資料識別特定個人。本公司對該資料處理後，不會留存網頁瀏覽紀錄等原始資料，僅保留處理後之分析標籤(即分析結果)，該分析結果資料於合約服務期間內儲存於本公司伺服器，隨新匯入之資料進行動態更新，並提供委託方透過 API，提供其客戶取用。

二、資料源蒐集、處理與利用允當性

本公司主要收入來源-雲端資料分析服務，係蒐集與分析大量不同來源的公開數據資料(因所蒐集的發言內容、發文時間、分享次數等資訊，可透過與其他資訊對照、組合、連結等，識別特定個人，屬個人資料)，另外智能搜尋(AI Search)中與電商相關之服務也會取得如消費者網頁瀏覽紀錄等可間接識別的個人資料，故所涉及法規主要包含智慧財產相關之「著作權法」及涉及個人隱私權相關之「個人資料保護法」(下稱個資法)，分別說明如下：

(一)著作權法

本公司所提供之雲端資料分析服務及智能搜尋 AI Search for Solution(解決方案)，係透過電腦代理程式以自動化方式處理網路大量公開資訊的雲端數據分析平台，該服務就公開於網路傳播之言論進行分析，提供使用者後續的語意判斷、統計分析。使用者尚須觀看原著作，需回到著作人發布著作之原始網站，著作權人可能享有的商業權益並未受到侵害，該處理作業符合我國著作權法合理使用之規範。

依據我國著作權法主管機關經濟部智慧財產局針對網路著作權問題之說明(97年3月31日發布，108年12月27日更新)，其針對搜尋引擎服務適法性之說明，表明「搜尋引擎重製他人著作，雖未取得著作人的授權，但因其利用的目的，是為了使網路的傳輸更有效率，而且對所重製之資料並未產生「市場替代」之效果，可以認為是合理使用，且「網路的世界是無國界的，在網路的秩序和規範方面，我國也必須遵循國際間的標準，因此「搜尋引擎」之重製行為，不致對著作潛在市場與現在價值產生負面影響，應可認定為合理使用。」

基於智慧財產局對於搜尋引擎服務的解釋，本公司所提供之雲端資料

分析服務，由於其服務型態與搜尋引擎相同，皆為「透過軟體搜尋，將網路上所有資料下載儲存到其伺服器中，再透過自動編輯功能，使網友可以很快地找到所需要的資訊，即提供使用者有關網路資訊之索引、參考或連結之搜尋或連結之服務」，且本公司提供客戶之服務主要為分析統計資訊，客戶假如想要參考原文，須回到原始網站，因此對原作者人並無「市場替代」之效果，故本公司之雲端資料分析服務可認定為屬於「合理使用」之範疇。

再者，本公司為確保客戶審慎使用本公司之服務，於客戶使用本公司產品服務前，均要求客戶遵守本公司之「系統服務約定條款」，其中載明著作權之合理使用規範，以確保客戶在使用該服務時不致侵害他人之著作權權益。

(二)個人資料保護法

依我國個資法之規範，本公司所蒐集之網路公開資訊雖非可直接識別特定個人之資料，但部分仍屬我國個資法所界定之可間接識別特定個人之資料(個資法第 2 條)，屬應受個資法保護之個資。本公司於執行資料之蒐集、處理及利用，係依據個資法及其相關規定之條文規範處理，說明如下：

1.本公司所蒐集、處理及利用之個資屬「自行公開」之個資

本公司所蒐集之網路公開資訊，源自網路社群、公開討論區、公開部落格、大眾評論等。前述平台之營運模式係提供使用者主動發言之網路空間，且使用者可透過其帳號設定等機制，管控資訊之公開範圍。因此，當事人選擇於前述平台公開發言，應可表示其主觀上有公開意願。本公司於蒐集該公開資訊時，仍主動評估資訊來源平台之隱私權設定、使用者條款、網站公開性質等，確認個資當事人主觀上確有公開之意願。

本公司透過管理及技術方式，將所蒐集之網路公開資訊範圍，限於發言者已對外揭露給多數人之資訊。亦即，該資訊可由發言者以外的其他人，透過網路自由存取之資訊。本公司並於蒐集時即以索引檔方式紀錄：資料來源、時間、連結等相關明細資料，可供查核所蒐集資訊於客觀上有公開之行為。因此，本公司所蒐集之資訊，係客觀上由發言者已對不特定人或特定多數人揭露之資訊。

承上，本公司所蒐集資料符合「自行公開」之條件，屬個資法第 9 條第 2 項第 2 款(當事人自行公開)，得免於處理或利用該網路公開資訊前告知當事人之合法蒐集事項，惟為保障當事人之知情權與退出權，本公司於雲端資料分析服務官方網站及產品網站上明確刊載個資告知聲明，向當事人明確揭露本公司蒐集該資訊之目的，所蒐集資訊之類別，利用之期間、對象、地區及方式，資訊保護措施，以及當事人行使退出權及其他權利之方式等資訊，以利當事人充分知悉本公司對網路公開資訊之蒐用

情形，並自主行使其權利。

2.本公司對個資之蒐集及處理，符合個資法第 19 條所列法定要件，限於特定目的之必要範圍，並與蒐集之目的具有正當合理之關聯

本公司係蒐集公開可得之資訊，且蒐集時確認該資訊係當事人主觀上有公開意願、客觀上已對不特定人或特定多數人揭露之資訊，故可援用主管機關所述之當事人自行公開、個資已合法公開(個資法第 19 條第 1 項第 3 款)等法定要件。

本公司於個資之蒐集及處理，皆基於明確之合理正當目的，於營運「雲端資料分析服務」之範圍內，蒐集公開可得之資訊，用於提供客戶行銷分析、市場調查及公眾輿論研究等特定目的。

本公司在蒐集上述網路公開資訊時，即透過網站公開之個資告知聲明，清晰描述「雲端資料分析服務」之服務模式，說明該服務所蒐集公開資料之特定明確用途、資料運用方式、保存期限、資料的管理及保護措施，並援用法務部公告之個人資料保護法之特定目的項目代號，以利外界瞭解本公司之資料蒐集與利用方式。

為確保蒐集資料之範圍限於上述目的之必要範圍，本公司遵守資料最小化原則，僅蒐集完成上述特定目的所需之必要欄位資料，避免蒐集不必要個人資訊或過多的識別信息，且本公司僅將所蒐集資料用於限定用途，確保資料僅用於相關分析之用，未將蒐集資料用於其他行銷用途(例如個別推廣或針對性廣告)，也不用於個別追蹤等可能侵害隱私之用途。本公司採行最小隱私侵害方式，在進行統計等聚合分析時，採用去識別化方式，將個人識別信息進行適當處理，僅保留與統計及分析目的相關之數據，避免對當事人造成隱私風險，以確保遵守及符合比例原則。

又本公司對所蒐集個資之後續利用行為係由產品部門管理，僅限於本公司產品使用說明書所詳載之產品功能及使用方法，符合個資告知聲明明定之蒐集之特定目的必要範圍，本公司並制定並落實「資料蒐集管理辦法」，就資料之蒐集及運用採取定期評估及更新作法，以確保後續利用行為限於蒐集之特定目的必要範圍內。

本公司除對外明確揭露個資告知聲明外，內部並備有相關業務活動說明，明確記載提供使用之分析功能、系統操作畫面等相關細節，可供內外部稽核備查。

3.本公司尊重當事人之意願，刪除其禁止處理或利用之個資

本公司於蒐集前即確認符合當事人公開該資料之意願，符合當事人權益。詳言之，本公司蒐集及利用公開可得之資訊，該資料係當事人為於

網路公開空間發言而必然對外揭露，且當事人於網路發言之目的，即在於表達其意見使他人知悉，並因此與社會公眾互動、或取得相關方面(例如企業或政府機關)關注或回饋。而本公司雲端資料分析服務之目的，即在於讓客戶(企業或公務機關)得以更有效率地就網路之公開意見就主題、時序、群體分佈等不同層面進行分析與統計，客戶可據以進行改善回饋，因而與當事人公開發言之目的一致。且為最大程度保障當事人隱私，最小化所蒐集之個人資料，原則僅收錄網路上公開的 ID、暱稱及留言中所需資訊。因此，本公司使用該公開資料，應與當事人公開其個人資料之本意一致，對當事人之權益並無違背。

本公司亦充分保障當事人對其資料之自主控制，在蒐集和處理過程中，尊重當事人的知情權和選擇權，提供管道讓當事人查詢其資料的使用情況，並允許當事人依需要申請刪除或修改其資料。本公司並進一步參酌歐盟 GDPR 標準，強化當事人事後退出權之保障，於個資告知聲明中明確記載，如當事人可敘明理由，要求本公司之雲端資料分析服務刪除、停止處理或利用其個人資料。本公司當事人若對其個資有禁止處理或利用，本公司即依當事人意願停止蒐集及處理該個資。

4. 本公司受客戶委託分析網頁瀏覽資訊，符合個資法相關條文之規範

本公司之部分服務係接受客戶委託分析其所提供之網頁瀏覽資訊，由於本公司係於特定目的下接受商家及委託方(複)委託，由商家提供所需資料，進行相關分析。相關個資係經隱私強化技術處理，識別特定個人難度相當高，且其蒐集、處理與利用係以商家為遵循個資法之權責機關，商家已透過其隱私權及網站使用條款，依個資法第 8 條向消費者告知該服務所涉個資蒐集、處理與利用之相關資訊，並具備個資法第 19 條第 1 項之契約或類似契約關係、同意等合法事由。本公司在該服務範圍內的個資處理，已取得商家合約之明確授權，且本公司依個資法施行細則第 8 條相關規定，採取適當之資訊安全及隱私強化等措施，並接受委託機關監督，以有效維護資料處理利用之適法性與安全性。

(三) 參酌專業律師之意見

本公司亦曾就上述雲端資料分析服務之個資之蒐集、處理及利用，諮詢理律法律事務所呂光律師及達文西個資暨高科技法律事務所葉奇鑫律師，並提供法律意見，前開律師意見認為：「本公司於蒐集資料的過程中會過濾個資數據，由於係擷取公開資料，縱使該等資料可得識別並連結至特定個人，依照個資法第 19 條第 1 項第 3 及 7 款規定以及過往判例，本公司應可主張並無違反個資法規定或侵害他人隱私權之情事。」；再者「本公司之雲端資料分析服務所蒐用之資料有個資法適用，但因本公司採取隱私強化等措施，降低此兩項服務所蒐用個資之識別性，隱私侵害風險亦降低。」；

且「依我國個資法及歐盟 GDPR 皆允許為商業目的蒐用公開資料，網路公開可得之個資，縱當事人未明確表示可商業利用，仍得依法用於商業目的。且本公司於蒐用該公開資訊過程中，已採取措施適當衡平當事人權益保護。」。

綜上，本公司於蒐集公開資料的過程中均過濾個資數據不予收錄，僅保留發文者在網路上公開的 ID 及暱稱以進行統計及分析，由於係擷取公開資料，縱使該等資料可得識別並連結至特定個人，依照個資法第 19 條第 1 項第 3 及 7 款規定，該個資之使用於特定目的，並具有正當合理關聯，本公司應可主張無違反個資法規定或侵害他人隱私權之情事。

三、歐盟 GDPR

本公司並不適用 GDPR 之規範，即使有不慎蒐用歐盟居民公開發言之情形，由於本公司係基於「正當利益」之必要，仍符合 GDPR 規定。說明如下：

(一)本公司不致因域外效力規定而當然適用 GDPR

GDPR 適用範圍採屬地主義，以歐盟境內控管者或受託處理者之個資蒐用行為為主要規範對象，另就特定情形規定域外效力，規範對象為針對歐盟境內蒐用個資之行為，目的在於保護歐盟境內之自然人(GDPR 第三條)。

依歐盟對 GDPR 之官方指引，在境外透過網路蒐集或分析歐盟境內自然人之個資，並非一概落入 GDPR 域外適用範圍。判斷是否適用 GDPR 之關鍵，在於控管者是否追蹤自然人之網路行為，以及後續是否對自然人的特徵或行為進行剖析。

本公司並非歐洲境內之控管者，其業務內容係透過大量網路發言之聚合，識別網路聲量及輿情趨勢；雖可能涉及歐盟居民在網路之公開發言，然僅作為判斷整體聲量趨勢之素材，不會分析特定帳號之網路行為，並未對特定自然人進行剖析。因此，本公司雖然有可能不慎致蒐集處理利用歐洲境內自然人之個資，但應不適用 GDPR。

(二)縱使適用 GDPR，本公司亦得基於正當利益蒐用歐盟當事人之公開發言資訊

退步言之，如果適用 GDPR，則控管者蒐用歐盟境內自然人之個人資料，須具備 GDPR 第 6 條所列法律依據(legal basis)之一，其中包括第 6(1)(f)條之「為追求控管者或第三人之正當利益所必要」，但所追求之正當利益不得被當事人之權利與自由所超越。依 GDPR 規定以及歐盟最高司法機關「歐盟法院」(CJEU)之判決，企業得為商業目的(包含對當事人行銷)，基於 GDPR 第 6(1)(f)條之「正當利益」(legitimate interest)蒐用個資，而無需取得當事人同意。

本公司係為其經營資訊分析服務之正當商業目的，蒐集當事人於網路之公開發言，用以聚合分析網路聲量、呈現輿情。因網路發言者在發言之時，即可合理預期其發言將作為社群言論之一部分，被他人知悉、理解、援用、分析並作其他利用，故本公司蒐集該等網路公開個資，符合發言者之合理期待，而可援用 GDPR 之「正當利益」為法律依據。且本公司亦充分尊重當事人刪除或修改其資料之意願，對當事人權益之保護亦符 GDPR 之要求。

四、就因應未來法規修法可能帶來之法規風險，本公司就強化個資保護、降低法遵風險及內控稽核作法等三部分，分別說明。

(一)強化個資保護

1.確保資料蒐集作業符合國際普遍採行之個資保護原則

本公司於網路蒐集公開資訊，涉及個資之數據，確保嚴格遵守國際普遍採行之個資保護原則，包括：1)公平正當；2)目的限制、3)資料最小化、4)安全保護、5)個人知情及選擇等原則。

- (1) 本公司蒐集公開可得之資訊時，即檢核及確認限於該資訊係當事人主觀上有公開意願、客觀上已對不特定人或特定多數人揭露之資訊。
- (2) 本公司對個資之蒐集及處理皆基於明確之合理正當目的，用於提供客戶行銷分析、市場調查及公眾輿論研究等特定目的。該收錄資料之蒐集與後續利用行為由本公司產品發展部門管理，並依據「資料蒐集管理辦法」就資料之蒐集及運用採取定期評估及更新作法，以確保收錄資料的後續利用行為限於蒐集之特定目的必要範圍內。
- (3) 本公司遵守資料最小化原則，僅蒐集完成特定目的所需之必要欄位資料，避免蒐集不必要個人資訊或過多的識別信息，並對所蒐集資訊進行分類，依現行收錄資料的欄位內容性質，區分風險高、中、低、無等屬性，進行分類控管。
- (4) 本公司採行最小隱私侵害方式，在進行統計等聚合分析時，採用去識別化方式，將個人識別信息進行適當處理，僅保留與統計及分析目的相關之數據，避免對當事人造成隱私風險，以確保遵守及符合比例原則。
- (5) 本公司在蒐集上述網路公開資訊時，即透過網站公開之「隱私權聲明」，清晰描述服務模式，說明該服務所蒐集公開資料之特定明確用途、資料運用方式、保存期限、資料的管理及保護措施。
- (6) 本公司充分保障當事人對其資料之自主控制，在蒐集和處理過程中，尊重當事人的知情權和選擇權，提供管道讓當事人查詢其資料的使用情況，並允許當事人依需要申請刪除或修改其資料。本公司參酌歐盟 GDPR 標準，強化當事人事後退出權之保障，於「隱私權聲明」中明確記載，如當事人可敘明理由，要求本公司之雲端資料分析服務刪除、停止處理或利用其個人資料，本公司即依當事人意願停止蒐集及處理該個資。

上述作法多為本公司過往資料蒐集所採行之指導原則，為更明確化上

述活動之制度化及可問責性，本公司新增「資料蒐集管理辦法」將上述措施納入本公司之書面制度辦法；至於個資當事人之知情及刪除權，則經法律顧問審核後，於本公司官網及產品網站上線實施。

2.完善個資治理制度

本公司於日常管理制度中原即於內控制度之服務循環、個人資料保護辦法、資安管理辦法及機房管理辦法等制度規範數據蒐集相關作業，並新增「資料蒐集管理辦法」，以加強對於收錄資料之保護，113 年第三季再依據上述辦法強化相關具體措施。

3.導入技術性防護措施

本公司持續導入技術性防護措施，目前已採取之具體措施，包括：

- (1) 就資安防護強化，包括機房管理、加密儲存、設置多層次防火牆、入侵偵測系統與存取權限管理等項目進行優化，以降低資料外洩風險。
- (2) 儲存資料之資料庫伺服器位於本公司專用租賃營運機房，僅授權人員才能被門禁系統放行，進入機房區域。主機增列機櫃上鎖機制，進入機房人員必須申請機櫃解鎖後才能實體碰觸維護主機，機櫃上鎖後人員才能離開機房。
- (3) 伺服器所處網路位於隔離之 VLAN 環境，僅有被設定允許的主機裝置才能連線取得資料。所有主機均設定僅各主機授權人員具帳號可以連線操作，且授權具有期限，到期後需重新認證身分以延長授權。
- (4) 營運機房對外設置有營運用防火牆，防火牆規則僅設定允許對外提供服務內容，禁止所有對內連線請求。主機維護工作另外設置有維護用防火牆，採取 IP 白名單及 RBAC(Role-based Access Control)控管可通行之連線請求。
- (5) 存取服務均採用 SSL/TLS 加密，使用符合業界規範的傳輸層安全性 (TLS v1.2)通訊協定，為所有資料傳輸提供端到端加密，有效防止數據在傳輸過程中被未經授權的第三方截取、竊聽或篡改，以確保傳送端與接收端之間資料的機密性和完整性。

4.導入「隱私設計」概念(Privacy by Design)

本公司規劃在產品與服務設計階段納入個資保護思維，確保從開發、營運到維護全程符合個資保護要求。具體作法包括：

- (1) 於新擴充資料源時，本公司依據「資料蒐集管理辦法」，分別由產品部門及技術部門就資料源之網頁進行檢核，確保電腦代理程式之設定不收錄發言者之真實個資，並會定期就已收錄之資料源進行抽樣盤查，以確保不致產生疏漏。
- (2) 本公司並規劃於 114 年導入「法規合規性評估」流程，於新產品上線前確保產品符合相關規定，現正由產品發展部規劃中。
- (3) 本公司正規劃發展非個資導向的數據分析模式，如匿名化或去識別化數據應用，降低法規風險，並視法規變化因應調整。

(二)降低法遵風險

為了因應快速變動的法規環境並降低國內外法遵風險，本公司正積極強化內部法規遵循作業，並建立有效的應變機制。以下為具體做法：

1.設立專責法規追蹤小組

本公司設立專責之法規追蹤小組以確保本公司產品符合國內外相關法規之規範(主要為人工智慧及個資保護)，並定期關注國內外法規動態。成員包括產品開發、法律專長及研發技術等方面不同專業之人才，以檢核及確保本公司產品之合規性。

該法規追蹤小組並與產業公協會、政府機關及法律顧問保持密切聯繫，掌握最新政策與趨勢，並按季定期於公司經營會議報告最新法規變化及進展。該小組並搭配專業之法律顧問諮詢及評估法律動態，且為確保公司各部門能普遍建立法規遵循意識及敏感度，並規劃於 114 年度舉辦相關教育訓練課程及法規變動模擬演練。

2.導入法規監測系統

本公司並利用公司之智能搜尋知識管理產品，規劃於 114 年建構及導入自動化法規監控工具，即時掌握法規更新資訊，並評估對業務的潛在影響。

3.靈活調整業務模式

本公司並規劃於 114 年導入「法規合規性評估」流程，於新產品上線前確保產品符合相關規定，現正由產品發展部規劃中。

4.強化內部稽核與法遵稽查

本公司已於內部稽核制度納入相關制度及辦法，加強檢視各部門法規遵循狀況，特別在個資保護及人工智慧領域，以確保可即時發現潛在風險進行改善，降低法律爭議與罰則風險。

5.法規應變訓練與模擬演練

本公司規劃自 114 年度起，每年進行 2 次以上法規變動模擬演練，主要針對人工智慧及個資保護領域進行專項演練；並規劃開發線上課程(包括案例模擬、互動問答)，提升員工參與度與學習效果，以提高全體員工的風險意識與應變能力。

(三)強化內控稽核作法

1.本公司為強化個資保護及降低法遵風險，已陸續將相關措施納入書面辦法

2.本公司於 114 年度稽核計畫將個資保護及數據管理列為重點稽核項目。

3.本公司將於年度內採取不定期之專案稽核，針對個資保護進行專案查核。

推薦證券商評估：

該公司為智能數據之雲端服務提供者，主要提供的產品是雲端資料分析服務，分析之數據來源以網路上「開放數據」為主，此類開放數據本身即屬公開大眾均可接觸之資訊，該公司僅係以代理程式瀏覽網頁後，再進行分析並作成獨立之分析報告提供予客戶。經參酌博昕法律事務所呂聿雙律師、理律法律事務所呂光律師及達文西個資暨高科技法律事務所葉奇鑫律師所出具之意見，在著作權方面，該公司開發之語言模型係用於商業目的，提供之雲端資料分析服務並非僅為摘錄及重現原著作之內容，其所生成之內容與原著作有顯著差異性及轉化性，且與原著作之功能不具有同質性，故不構成著作權法上之重製行為。另在個人資料保護法方面，該公司蒐集之資料並不包含個資法第 6 條所稱「敏感性個資」，且屬於個人於公共領域之行動舉止，故不具合理隱私期待，符合個資法第 19 條之規定。該公司於蒐用公開資訊過程中，已採取措施適當衡平當事人權益保護，且採取優於個資法之措施，尊重當事人之退出權。該公司並採取隱私強化等措施，降低雲端資料分析服務及智能搜尋服務所蒐用個資之識別性，隱私侵害風險亦降低。個資法明文允許蒐用當事人自行公開、合法公開或一般可得來源之個資，未就商業利用規定額外限制條件，且歐盟 GDPR 亦允許為商業目的蒐用公開資料，而不以當事人已明確允許商業利用為限。因此該公司蒐集網路公開可得之個資，縱當事人未明確表示可商業利用，仍得依法用於商業目的。

另經執行相關查核程序，本承銷商評估該公司為避免侵犯他人著作權及個人資料所採之相關措施應屬允當，說明如下：

一、蒐集公開資訊時，最大程度排除可能涉及個資的數據

本承銷商經檢視及抽核該公司蒐集公開資訊之內容，尚無發現有蒐集發言者的性別、生日、電話等個資之情事。另經檢視該公司雲端資料分析服務平台之操作畫面與產出之統計分析結果，並未發現有涉及發言者之真實姓名、身份證字號、性別、生日、電話等個人資料，暨檢視該公司語言模型隨機問答後所生成之結果及給予索引之參考資料，並未發現其回答之內容與原始內容完全相同，故該公司之相關產品或服務，應尚不致有影響或侵害原始著作的市場價值及著作權之風險。

此外，本承銷商經檢視該公司提供之內部文件，尚無發現該公司有提供為客戶蒐集或處理個資之資訊服務之情事。

二、使用者倘須觀看原著作，需回到著作人發布著作之原始網站

本承銷商經檢視該公司「OPVIEW 操作畫面」，使用者倘須觀看原著作，需連結到著作人發布著作之原始網站，尚無發現有直接或間接侵害著作權人

可能享有的商業權益之情事。

三、要求客戶遵守「系統服務約定條款」，包括著作權之合理使用規範

本承銷商經檢視該公司「OPVIEW 操作畫面」，已提供「eLAND 系統服務約定條款」，約定條款包含：一、服務內容、二、合理使用範圍、三、隱私權政策，請使用者全部閱讀完成後，按下「接受」鍵。

四、新擴充資料源時，進行檢核，確保不收錄可直接識別發言者身分之資訊

本承銷商經檢視該公司使用之專案管理系統，隨機抽查該公司新增資料源之專案處理紀錄，並未發現該公司蒐集之資料中有涉及個人資料之相關欄位、或是有限制爬蟲程式擷取之聲明、或是屬於僅供付費會員瀏覽之非公開網站內容等，該公司於收錄網站前已確實經過相關評估程序。

本承銷商經檢視該公司使用之專案管理系統中抽查既有資料源之專案處理紀錄，該公司已確實執行相關檢查程序，且並未發現有異常情形，該公司定期抽查既有資料源之規定有無異動情形，對潛在法律風險已有控管程序。

五、智能搜尋平台服務無法直接或間接透過該資料識別特定個人

本承銷商經檢視提供之網頁瀏覽紀錄，係採用隱私強化技術處理，該公司無法直接或間接透過該資料識別特定個人。

六、智能搜尋平台服務之終端商家已向消費者明確告知相關個資蒐集、處理與利用

本承銷商經檢視智能搜尋平台服務客戶中之特定商家之「網頁」已提供隱私權及網站使用條款請會員詳細閱讀，其中並明確載明「在上開蒐集目的範圍內，本商店會將所蒐集的個人資料，提供予合作廠商以協助提供服務。」。此外，本承銷商經檢視智能搜尋平台服務客戶與商家之約定條款，智能搜尋平台服務客戶與該公司係經商家有效委託授權，協助商家蒐集、處理或利用智能搜尋平台服務所涉個資。

七、採行各種管理制度以極小化著作權及個資法相關之可能風險

本承銷商經檢視該公司內控制度及管理辦法，已具體規範個人資料的蒐集、處理及利用過程之作業程序。本承銷商經檢視該公司「網站爬文原始碼」，確實有 Meta 標籤、Sitemaps(網站地圖)、Canonical Tags(規範標籤)、Structured Data(結構化數據)等規格。

本承銷商經檢視該公司管理辦法，已規範新資料源在列入資料蒐集計畫前，應先進行檢查，確保新增之資料來源符合「不違反個人資料保護」、「不違反個人隱私權條款」、「不違反網站爬蟲協議」、「符合公開網站之定義」等規定，另有對於既有資料源定期抽查之規定。本承銷商經抽核檢視該公司提供之內部文件，已明確載明檢查結果並經權責主管簽核。

綜上所述，該公司目前尚無涉及違反著作權法或個資之訴訟情事，經參酌律師意見及執行相關查核程序，本承銷商評估該公司各項服務產品所面臨之潛在法律風險應屬有限，對使用資訊之蒐集、處理及利用之適法性所採行之具體措施應屬允當。

律師說明：

按意藍公司之業務是提供客戶雲端資料分析產品及服務，其蒐集與分析大量不同來源的公開數據資料時，主要涉及著作權法及個人資料保護法。

就著作權法的部分而言：

著作權法第 52 條規定「為報導、評論、教學、研究或其他正當目的之必要，在合理範圍內，得引用已公開發表之著作。」第 61 條規定「揭載於新聞紙、雜誌或網路上有關政治、經濟或社會上時事問題之論述，得由其他新聞紙、雜誌轉載或由廣播或電視公開播送，或於網路上公開傳輸。但經註明不許轉載、公開播送或公開傳輸者，不在此限。」

意藍公司服務之設計，係透過代理程式以自動化方式處理網路大量公開資訊的雲端數據分析平台，平台將自動分析後之結果配合線上分析工具提供予終端客戶使用。就網路資料之蒐集與分析，可認為屬著作權法第 52 條及第 61 條之合理使用範圍，並無違反著作權法之規定；就分析後之結果係屬意藍公司之獨立產出之著作，其所生成之內容與原著作有顯著差異性及轉化性，難認為重製行為，亦無違反著作權法。就提供選擇點擊原始來源連結，以利客戶重新前往至原始網站觀看，於客戶前往至原始網站觀看時即已脫離意藍公司之服務，亦無違反著作權之問題。

就個人資料保護法的部分：

按個人資料保護法第 8 條規定：「(第 1 項)公務機關或非公務機關依第十五條或第十九條規定向當事人蒐集個人資料時，應明確告知當事人下列事項：一、公務機關或非公務機關名稱。二、蒐集之目的。三、個人資料之類別。四、個人資料利用之期間、地區、對象及方式。五、當事人依第三條規定得行使之權利及方式。六、當事人得自由選擇提供個人資料時，不提供將對其權益之影響。(第 2 項)有下列情形之一者，得免為前項之告知：一、依法律規定得免告知。二、個人資料之蒐集係公務機關執行法定職務或非公務機關履行法定義務所必要。三、告知將妨害公務機關執行法定職務。四、告知將妨害公共利益。五、當事人明知應告知之內容。六、個人資料之蒐集非基於營利之目的，且對當事人顯無不利之影響。」

又個人資料保護法第 9 條規定：「(第 1 項)公務機關或非公務機關依第十五條或第十九條規定蒐集非由當事人提供之個人資料，應於處理或利用前，向當事人告知個人資料來源及前條第一項第一款至第五款所列事項。(第 2 項)有下列情形之一者，得免為前項之告知：一、有前條第二項所列各款情形之一。二、當事人

自行公開或其他已合法公開之個人資料。三、不能向當事人或其法定代理人為告知。四、基於公共利益為統計或學術研究之目的而有必要，且該資料須經提供者處理後或蒐集者依其揭露方式，無從識別特定當事人者為限。五、大眾傳播業者基於新聞報導之公益目的而蒐集個人資料。(第 3 項)第一項之告知，得於首次對當事人為利用時併同為之。」

由於發言者在網際網路上的公開發言，已符合個人資料保護法第 8 條第 2 項第 5 款「當事人明知應告知之內容」、第 9 條第 2 項第 2 款「當事人自行公開或其他已合法公開之個人資料」及第 9 條第 2 項第 5 款「大眾傳播業者基於新聞報導之公益目的而蒐集個人資料」的情形，故可認意藍公司可依法免除需事前告知發言者之義務。

意藍公司在進行資料蒐集時，已濾除網路發言者之相關個人資料，以避免間接識別發言者之真實個人資料，已降低違反個人資料保護法之疑慮。

意藍公司亦充分保障當事人對其資料之自主控制，在蒐集和處理過程中，尊重當事人的知情權和選擇權，提供管道讓當事人查詢其資料的使用情況，並允許當事人依需要申請刪除或修改其資料，更進一步參酌歐盟 GDPR 標準，強化當事人事後退出權之保障，即意藍公司可依當事人意願停止蒐集及處理該個資。

至於合作對象提供之數據，因蒐集、處理與利用係以客戶為遵循個資法之權責機關，客戶已透過其隱私權及網站使用條款，向消費者告知個資蒐集、處理與利用之相關資訊，具備個資法第 19 條第 1 項之契約或類似契約關係、同意等合法事由。

另查意藍公司目前亦無涉及違反著作權法或個資之訴訟情事，故本律師認為意藍公司營運所使用數據源(包含客戶提供之數據)之蒐集、處理與利用，尚屬允當。

- (二)貴公司透過雲端平台提供客戶數據分析服務，有關貴公司面臨機房遭受攻擊或破壞而中斷服務、資料外洩等營運及資訊安全風險所採具體因應措施之說明，暨推薦證券商之評估意見。

公司說明：

本公司所提供雲端服務之基礎架構，係採取自建雲端機房之設備與系統管理的方式來營運各項智能數據服務產品線，本公司辨識之營運中斷相關風險，主要為雲端機房遭受攻擊或破壞而中斷服務，以下就本公司基礎設施、軟硬體配置、確保服務系統穩定性及資訊安全相關措施分別說明如下：

一、基礎設施、硬體配置、系統及軟體配置

(一)基礎設施

本公司為確保伺服器、網路、儲存等設備能夠使承載其上的基礎運算架構、資源、應用程式保持安全性及可用性，本公司將運作服務之設備設置於國內最大的國際級中立機房服務運營商之機房，其擁有 IDC 機房及聯外 Internet 網際網路頻寬，並已取得 ISO27001、27011、27017、27018 資安認證，以及 DCOS-4 資料中心機房維運標準驗證。本公司利用其機房在基礎設施之建置規格，包括電力系統、空調系統、消防系統，以及安全系統等，以確保本公司用於提供服務之硬體與軟體，均具雲端服務廠商應有之高可用性、備援、災難防護、人員設備安全控管等保障。

(二)硬體配置

本公司配置以承載服務/產品運作之伺服器硬體均採用國際/國內大廠之產品，在規格上也考量容錯(fault tolerance)/冗餘(redundancy)而進行配置，例如雙 CPU、雙電源供應器、磁碟陣列(RAID 1/1+0/5/6)、多連接埠網路卡等，使其在發生硬體故障時，得以在維持可用性的狀況下爭取維修時間。服務所使用之硬體均置放於上鎖機櫃，僅有授權人員才能通過門禁進入機房開鎖機櫃，對硬體進行維護，以確保實體設備之安全性。

(三)系統及軟體配置

本公司所提供之服務/產品重要及關鍵部分為自主研發，在研發時或部署時需要與其他系統有相關整合，均考量容錯(fault tolerance)/冗餘(redundancy)原則。例如本公司搜尋服務，可在數十部伺服器上共同運作，一方面可產生負載平衡效果，一方面可將工作分散處理再合併結果，即便萬一在運作時有某伺服器上的搜尋服務發生問題，其他正常的伺服器也可取代其工作，維持服務的可用性。所有運作中的服務/產品，均透過 VPN 網路帳號密碼控管，並根據權責區分的人員帳號控制存取權限，無權限人員無法設定、操作運作中的服務/產品、資源及應用程式，也無法控制、改變運作中的運算、網路及儲存設施，以確保安全性。

二、確保服務系統維持穩定運作

本公司針對雲端機房遭受攻擊或破壞而中斷服務之風險，採取以下措施提高面對突發事件時的韌性和恢復能力，確保服務系統在遭遇異常狀況時，仍能維持穩定運作：

(一)即時監控與通報機制

本公司部署監控系統，即時追蹤資訊設備、伺服器的運作狀態，包括網路裝置的連線狀態、CPU 使用率、記憶體使用量及儲存空間利用率等，以確保運作中的運算、網路、儲存設施狀況正常。當系統偵測到異常狀態時，自動透過電子郵件、通訊軟體等管道向系統管理員發出警報，確保快速反應以降低損失。

(二)備援與災難恢復策略

本公司對包括資料庫、網頁伺服器、API 等在內的關鍵系統，使用備用硬體、設定 Active-Active 系統等機制，已設置備援啟動機制，以確保在主系統出現故障時能迅速切換至備用系統，保持服務不中斷。

本公司定期更新作業系統、應用軟體及韌體，修補安全漏洞、增強系統功能和性能，以助於預防安全威脅，並確保系統運行於最佳狀態，另通過定期資安宣導活動和不定期進行的資安演習，提高員工對於資安威脅的警覺性。

三、持續風險評估

本公司持續針對以下重要及關鍵項目進行風險評估，檢視實施狀況，以發現及應對各種資訊安全風險，保障系統安全穩定運行：

(一)API 服務管理

- 1.設定存取限制：本公司設定對外提供的 API 服務的連線次數和抓取資料量的限制，以預防 DDoS 攻擊和系統資源被過度消耗。
- 2.Token 認證：本公司使用 Token 基礎的身份驗證機制，要求用戶或系統在存取 API 時提供有效的認證 Token，以達成安全的存取控制。

(二)資料安全與恢復

- 1.備份策略執行：本公司確實執行備份並妥善保存備份檔案及媒體，以應對勒索病毒或其他災難事件，確保資料可儘速還原至事故發生前之狀態。
- 2.災難復原計畫：本公司制定資訊系統災難復原計畫並視實際狀況予以更新，定期演練以確保計畫可正常執行，資料及系統可確實還原。本公司自成立以來，並未發生過導因於本公司而造成之資安事件。此外，本公司也主動於系統中設置監控機制，異常情況一旦發生，便即時警示通知相關人員，立即了解異常事件並進行處理。

(三)資訊安全教育與訓練

- 1.系統操作人員訓練：本公司定期為系統操作人員進行資訊安全宣導、訓練，更新相關教材。
- 2.明確系統使用權限：本公司建立適當的系統存取策略，明確定義每位使用者的存取權限，採用最小化權限原則，以減輕內部安全風險。

(四)防護技術部署

- 1.WAF 功能防火牆：本公司重要 Web 應用伺服器之前端均部署具有 Web 應用防火牆(WAF)功能的防火牆，可檢測和阻擋 HTTP/HTTPS 流量中的惡意攻擊，避免遭受攻擊。
- 2.加密連線傳輸：本公司所有網站和服務之各類型或各階段資料傳輸均

通過 SSL/TLS 協議建立加密連線，確保資料在傳輸過程中的安全性和完整性，預防中間人攻擊。

(五)資訊安全自我檢視與調整

本公司每年進行至少一次的資訊安全自我檢視，評估組織的資安政策、控制措施和風險管理策略的有效性，並根據檢視結果進行必要的調整。

四、資訊安全相關措施

本公司對於確保資訊安全方面，已設置資訊安全長及資訊安全組織，並建立內控制度與相關管理辦法，本公司內控制度之「資訊系統循環」訂定「資通安全檢查之控制作業」，相關管理辦法包含「資訊安全管理辦法」、「電子郵件管理辦法」、「資訊系統異動管理辦法」、「資訊機房管理辦法」、「系統帳號管理辦法」以及「資安管理政策及制度」。此外，因對個人資料保護亦為涉及資訊安全之重大項目，故本公司亦訂定「個人資料保護之管理辦法」。

以下就各相關項目進行說明：

(一)資訊安全目標

本公司資訊安全目標為實施資訊安全保護措施，避免企業資訊資產遭受攻擊或竊取，確保資料、系統、網路及相關設備能持續運作，在兼顧資訊安全與作業效率的前提下，建立資料處理、交換及安全控管機制。

(二)基礎設施

本公司評估後將提供營運服務之伺服器設置於國際級中立機房服務運營商，利用其機房在基礎設施之建置規格，包括電力系統、空調系統、消防系統，以及安全系統等，以確保本公司用於提供服務之硬體與軟體，均可獲得高可用性、備援、災難防護、人員設備安全控管等保障。

- 1.電力系統：雙迴路規劃，服務水準為 99.999%之穩定性，電力不中斷要求為全年累積中斷時間不超過 5.26 分鐘，由前端供電系統至後端不斷電系統皆納入監控管理。
- 2.空調系統：雙迴路備援設計，確保機房內設備能在恆濕恆溫的狀態下持續運作。
- 3.消防系統：採用防火建材、防火電梯，機房內部配置網路監控並整合火警系統，以確保機房安全性。機房內部消防滅火設備以不傷害電子設備為原則，內部配有多功能早期偵煙警報系統，以及氣體噴灑式消防系統。
- 4.安全系統：

- 安全警衛管理：機房大樓設置 24 小時全天候保全警衛負責大樓安

全管制，人員與設備進出均接受檢查。保全人員定時巡邏，並有保全系統與保全公司連線，有狀況時，可立即至現場支援處理。

- 人員進出管理：進入機房人員需事先申請登記，並由工作人員帶領進入機房。如需進行機器操作，必須由授權人員配合出示授權書，通過身分辨識後才得以進入機房進行維護工作。
- 閉路監視系統：各區域裝設有攝影機，對所有區域監視管理，包括 IDC 機房區、空調機房、UPS 室、電池室、電氣室、公共區域及主要出入口，監視系統採用紅外線感應錄影系統，當人員進入感應區，畫面將自動切換至該處監視器，透過網際網路監視遠端畫面，所有的監視錄影帶，皆保留存檔一定天期，當發生事件時，可提供調閱錄影。
- 磁卡感應門禁系統：磁卡感應系統設置於機房各區域進出門口及電梯內，以管制人員出入。所有進出機房人員的資料皆儲存於門禁管理系統，供需要時調閱。
- 生物指紋辨識管理系統：IDC 機房區及 NOC 監控室等重要場所之人員出入口，另配置生物指紋辨識系統，搭配磁卡持卡人個人指紋做雙重辨識，防止因卡片遺失，造成未授權人員進入。

(三)存取控制

本公司採取以下措施保護系統，避免發生未授權存取和其他安全威脅的影響：

1.存取權限管理

- 權限申請：透過權限申請流程，伺服器和系統的存取權限必須經過身分檢核、確認使用者的工作需求以及存取權限的合理性。
- 最小權限原則：依據最小權限原則，限制員工對系統的存取範圍，只授予完成工作所必需的權限，進一步降低安全風險。
- 存取行為監控與記錄：系統會自動記錄所有存取行為，包括存取時間、操作類型及存取對象等詳細信息，以便於後續的追蹤和分析。

2.定期審核與持續改進

- 存取紀錄審核：定期審核存取控制日誌，分析異常存取事件，例如未授權存取或非預期的存取行為。
- 安全改進計畫：根據審核結果，資訊安全團隊將制定並執行改進計畫，修正存在的漏洞，並強化防禦措施以預防未來風險。

3.日誌管理與時間同步

- 事件日誌保存：系統保存包含關鍵操作和事件的詳細日誌，供後續安全分析、稽核等用途使用。
- 精確時間校時：使用網路時間協定(NTP)服務器進行系統時間同步，確保日誌記錄的時間戳準確無誤。

4.運維操作監管

- 操作日誌記錄：對於任何系統維護和管理操作，都詳細記錄操作的目的、執行步驟，以便於後續的審查和檢驗。
- 定期日誌審閱：系統管理員定期審閱操作日誌，確認所有操作均按照既定政策和流程執行，以及時識別並處理任何潛在的安全問題或風險。

(四)網路管理

本公司採取以下網路管理措施，使系統能有效防禦入侵和保護敏感數據，同時確保內部網路的安全通訊和遠端連線的安全性：

1.威脅防禦系統

- 統一威脅管理(UTM)與 Web 應用程式防火牆(WAF)的整合運用：本公司採用高度整合的統一威脅管理(UTM)系統，結合 Web 應用程式防火牆(WAF)，提供多層級的網路防禦。UTM 系統包括防病毒、防間諜軟體、入侵檢測與防範(IDS/IPS)、內容過濾等功能，而 WAF 則針對 Web 應用程式的安全漏洞提供專門的保護，有效預防 SQL 注入、跨站腳本(XSS)等攻擊。
- 動態防火牆規則設定：設置動態防火牆規則，依據即時監控之網路狀態和威脅情報自動調整存取策略，防止未經授權的連線和攻擊。

2.網路隔離與控制

- 虛擬區域網路(VLAN)技術：本公司使用虛擬區域網路(VLAN)技術來分隔網路，根據業務需求和安全等級將網路劃分成多個隔離的子網路，每個子網路擁有獨立的安全策略和存取控制，以增強數據隔離和保護。
- 路由存取控制清單(ACL)：設定嚴格的路由存取控制清單(ACL)，管理不同 VLAN 之間的資料傳輸，僅允許必要的服務和應用通過，減少潛在的安全威脅。

3.遠端連線管理

- IPsec VPN 和多因素認證(MFA)：採用 IPsec VPN 通訊協定建立加密的通訊隧道進行遠端連線，並結合多因素認證(MFA)確保只有經過完整驗證的使用者才能存取內部網路，增加遠端連線的安全性。
- 網路安全閘道器：設置專門的網路安全閘道器，作為辦公室使用者存取機房網路的單一入口點，加強對遠端連線的安全管理和監控。

(五)資料安全

本公司採取以下資料安全措施，以有效地保護敏感資料，防範各種資安威脅，並確保業務能持續運作：

1.通訊加密

- 強化 SSL/TLS 加密：本公司使用符合業界規範的傳輸層安全性(TLS v1.2)通訊協定，為所有資料傳輸提供端到端加密，有效防止數據在傳輸過程中被未經授權的第三方截取、竊聽或篡改，以確保傳送端與接收端之間資料的機密性和完整性。
- HTTPS 與反向代理伺服器：透過配置反向代理伺服器，強制所有對內部系統的通訊使用超文字安全傳輸通訊協定(HTTPS)，從而提高資料傳輸過程的安全性，同時可隱藏內部網路配置的細節，降低潛在的安全風險。

2. 備份管理

- 3-2-1 備份原則實施：採用 3-2-1 備份原則，保存三份備份檔案副本，其中兩份存放於不同媒體，一份存放於不同地點，即便在災難性事件發生時，也能迅速恢復資料和系統，確保業務的連續性。
- 備份檢查與監控：定期進行備份檢查，包括系統備份紀錄的審查、備份文件的完整性和可恢復性驗證，以及備份媒介的狀態監控。及時發現和解決任何潛在的備份問題，確保備份資料的完整性和可靠性。

(六) 帳號與密碼管理

本公司採取以下措施，以有效保護帳號安全，減少未授權存取和資安風險，提高系統的整體安全性。

1. 帳號生命週期管理

- 申請流程：確保每個帳號的申請都有充分的理由和權責主管的審核。
- 帳號啟用：在帳號申請核准後，依照用戶的工作職掌和被許可權限開通帳號。
- 暫停與停用：當帳號長期閒置、員工離職或出於安全考量需要時，暫停或停用帳號。
- 帳號刪除：對於不再需要的帳號執行刪除或封存操作。

2. 密碼安全政策

- 密碼複雜度要求：依據美國國家標準與科技研究院(NIST)的最新建議，設定密碼的複雜度，包括長度、字元類型和更新頻率的要求，以防止破解。
- 帳號專用性：嚴格執行系統帳號的專用性原則，禁止帳號共用，確保每次操作都可以準確追蹤到特定個人。
- 密碼認證：實施密碼保護措施，如密碼加密存儲和傳輸過程中的安全保護，避免密碼被竊取或洩露。

3. 增強認證

- 多因素認證(MFA)：對於存取重要系統和敏感資料，強制實施多因素認證，透過簡訊、OTP 程式、電子郵件驗證碼等方式，增加安全

性。

(七)資安事件說明

本公司自成立以來，並未發生過導因於本公司而造成之資安事件。此外，本公司也主動於系統中設置監控機制，異常情況一旦發生，便即時警示通知相關人員，立即了解異常事件並進行處理。

(八)資訊安全評估及認證

有關資訊安全評估，本公司除自行評估之外，亦透過長期提供臺灣科技大學資安中心之產學合作關係，由其協助包括產品原始碼之白箱測試、系統漏洞之黑箱測試等。

本公司於 113 年 6 月由臺灣科技大學資安中心實施資訊安全健檢，並於同年 6 月 28 日出具資安健檢報告，報告中就網路安全管理、主機安全管理、終端安全設定等面向進行綜合評估，該資安健檢列出之改善建議，本公司亦已於 113 年 7 月全數完成對應之強化措施。

另本公司訂定資安相關政策及實施措施方面，均參考 ISO27001 中與本公司雲端服務領域相關之建議規範。本公司並有二位主管取得 ISO27001 證書。

推薦證券商評估：

經訪談該公司資安長及檢視該公司說明，該公司為能有效及時識別資訊安全漏洞及威脅，已針對可能使營運中斷之風險威脅識別採取相關措施如定期針對資安威脅進行檢測和更新、定期進行風險評估程序，並根據風險評估結果，優先處理對系統安全影響重大的問題，而為防範營運中斷，該公司採取(1)將機房設置於 ISO 資安認證之專業託管中心、(2)設置動態防火牆規則防止攻擊、(3)使用虛擬區域網路隔離和保護、(4)設置資訊安全長暨成立資安專責單位、(5)資安宣導與演習、(6)建立備援機制及、(7)訂定災難復原計畫並定期進行演練等措施。

該公司將運作雲端服務之資訊設備設置於國內最大的國際級中立機房服務商，利用其在機房基礎設施之建置規格，包括電力系統、空調系統、消防系統及安全系統等，對一般性事故或故障提供備援機制，確保該公司用於提供服務之硬體與軟體，均可獲得安全控管保障。又該公司硬體設備均採用國際/國內大廠之產品，且上述硬體設備皆設置上鎖機櫃，除對人員進出執行嚴格管理外，亦裝設有攝影機對所有區域監視管理，確保實體設備之安全性。

該公司已建立資訊安全相關內控制度，並已設置資訊安全長，成立資安專責單位，專門負責資訊制度之規劃、監控及執行資訊安全管理作業。該公司資訊安全團隊訂定並揭露資通安全政策，以統籌資安政策推動協調及資源調度，提升其對資安議題的執行能力，且已建立資訊安全管理系統，並不定期對員工進行教育訓練，另採取即時自動化監控及異常警報與通報機制，透過即時監控機制確保正

在運作中的運算、網路、儲存設施狀況正常，當系統偵測到異常狀態時，自動向系統管理員發出警報，以確保快速反應並降低損失。

本承銷商經實地到該公司伺服器機房之託管中心觀察並檢視該公司內控制度管理辦法等，與該公司之說明並無重大差異。

另經檢視該公司提供之內部文件，除營運機房有設定排程進行每日備份外，亦透過 Site-to-Site VPN 建立區域網路連線，以將資料進行異地備份，該公司業已定期進行資安宣導且不定期進行資安與社交工程演習，以降低資安風險。另經檢視該公司提供之硬體異常及服務異常警報發送紀錄，該公司系統異常時會發送警報通知權責單位，以利該公司辨識相關風險並確保快速以降低損失。經檢視臺灣科技大學資通安全研究與教學中心於 113 年 6 月出具之「資訊安全檢測報告」、該公司提供之強化措施說明及改善措施佐證文件，針對「資訊安全檢測報告」中之改善建議，該公司已完成強化措施。綜上評估，該公司自成立以來並未發生資安事件，該公司辨識及防範營運中斷風險，暨為確保服務/產品在運作時的運算、網路、儲存設施之安全性和可用性、消除所使用的開發工具及環境可能的安全漏洞所採具體措施應屬合理有效，應能維持營運正常運作及保護營運及資料的安全。

二、特別記載事項乙節

(一)貴公司主要營運模式為以雲端訂閱制方式提供軟體服務予客戶，營收規模未達2億，有關貴公司對業績變化合理性及未來發展性之說明，暨推薦證券商之評估意見

意藍資訊股份有限公司(以下簡稱意藍公司)主要業務為智能數據相關之軟體研究、開發與銷售，其最近二年度及113年最近期之業績變化情形如下表，有關意藍公司業績變化之合理性及未來發展性為何？意藍公司說明及推薦證券商出具評估意見如后：

單位：新臺幣千元

項目 \ 年度	111 年度		112 年度		113 年前三季	
	金額	%	金額	%	金額	%
營業收入(淨額)	168,903	100.00	165,071	100.00	133,573	100.00
營業成本	28,448	16.84	33,099	20.05	24,877	18.62
營業毛利	140,455	83.16	131,972	79.95	108,696	81.38
營業費用	77,210	45.72	91,426	55.39	69,883	52.32
營業利益	63,245	37.44	40,546	24.56	38,813	29.06
營業外收入及支出	1,598	0.95	1,583	0.96	2,106	1.58
稅前淨利	64,843	38.39	42,129	25.52	40,919	30.64
所得稅費用	12,845	7.60	6,287	3.81	6,621	4.96
本期淨利	51,998	30.79	35,842	21.71	34,298	25.68
期末資本額	176,443		176,443		176,443	
每股稅後純益(元)	追溯前(註1)	2.94	2.03		1.94	
	追溯後(註2)	2.94	2.03		1.94	

資料來源：意藍公司各期間經會計師查核簽證或核閱之財務報告。

註1：係以當年度加權平均流通在外股數計算之稀釋每股稅後純益。

註2：係以申請年度最近期財報為基準往前追溯調整之稀釋每股稅後純益。

公司說明：

(一)本公司所屬行業之產業概況及所營業務之主要內容

1.本公司所屬行業之產業概況

本公司三大核心技術分別為搜尋技術(Search)、語意分析(NLP, Natural

Language Processing)及數據處理(ETL, Extract、Transform、Load), 本公司以前開核心技術, 提供雲端數據分析服務、智能搜尋解決方案及軟體技術授權等三類主要產品, 提供客戶高品質、增值的數據內容及分析服務, 營運模式為以訂閱制 SaaS (Software-as-a-Service: 軟體即服務)雲端服務作為產品之主要交付方式, 另將三大核心技術拓展為多元解決方案, 協助企業設計、建置雲端化營運之數據服務, 賦能(empower)合作夥伴。

A.數位雲端及雲端運算產業

隨全球對雲端運算需求持續倍增, 雲端(Cloud)一詞始終是資訊產業的熱門議題。然雲端運算非一時興起, 而是從數十年的資訊科技慢慢發展出來的技術及各種應用。雲端服務(Cloud Service)主要是結合雲端運算(Cloud Computing)、雲端儲存(Cloud Storage), 透過網路連線, 在網際網路上發展各種應用服務。

B.軟體即服務(SaaS)產業

SaaS 服務模式允許企業透過網際網路訂閱軟體, 而非傳統的購買和安裝方式, 具備快速部署、高成本效益及高靈活性的特質。隨著全球數位化轉型的加速, SaaS 服務展現巨大的市場潛力和成長性, 對企業經營和創新策略有深遠的影響。

台灣雲端服務市場也蓬勃發展中, 其中 SaaS 服務占雲端服務市場中最大的營業額。根據市場研究機構 IDC 報告顯示, 台灣軟體市場規模將在 116 年達到 41.33 億美元, 年複合成長率為 9.9%。由於台灣中小企業眾多, 具有發展企業端 SaaS 產品的天然優勢, 加上 SaaS 服務易於複製到其他國家, 也更容易預測現金流, 因此許多新興軟體科技業先後推出此類服務。儘管過去中小企業對 SaaS 的採用率相對較低, 但隨著數位轉型意識的提高, 及過去 30 年台灣產業在 B2B 服務方面的豐富經驗, 倘將 SaaS 服務與落地型的軟體技術妥善結合, 即能創建競爭壁壘與優勢。

C.雲端分析服務產業

雲端分析服務(Cloud Analytics)是一個快速發展的產業, 結合雲端運算與數據分析的技術, 通常以 SaaS 形式服務客戶, 提供企業實用的業務洞察並驅動創新。根據 IDC 預估, 台灣的軟體即服務(SaaS)跟平台即服務(PaaS)市場規模將從 111 年的 11.24 億美元成長到 116 年的 24.45 億美元, 年複合成長率為 16.8%, 其中值得特別注意的是, 軟體市場中的人工智慧平台具備高度需求與成長性, 並連帶拉升企業對分析與商業智慧軟體的需求, 意味著台灣企業與組織對數據分析的重視度提升、朝數據驅動的「未來企業」邁進。企業在優化客戶體驗、提升數位韌性、推動淨零轉型和重塑供應鏈等方面, 可藉由雲端分析服務的分析和預測來優化決策, 以極大化數據的價值。這些現象都顯示台灣企業將持續擴大在分析與商業智慧能力上的投資, 以確保未來的成長和競爭力。

D.人工智慧(Artificial Intelligence, AI)產業

人工智慧的技術、資源及基礎建設已趨成熟，不論組織規模大小，只要有策略性的規劃投資與發展方向，人工智慧都能帶來龐大的商業價值。從技術的角度來看，人工智慧在過去五年間迎來了一場爆炸性的成長，科技大廠與新創企業一直深耕人工智慧市場，隨著技術的成熟與產品服務的到位，以及 ChatGPT 帶動民眾與企業對人工智慧應用的無限想像，人工智慧平台與相關市場將進入高速成長階段。而從各個產業的採納率與技術滲透率來看，AI 技術也成功的在電信、金融、軟體平台，以及製造等多個產業帶來了極大的影響。麥肯錫(McKinsey)早在 2011 年就發布文章說明「大數據是下一個創新、競爭及生產力的先鋒代表」，展望未來，將是大數據、雲端服務、AI 及機器的結合，將多元化資料形成的大數據集合應用到各種領域，產生更深遠的價值。

2.本公司所營業務之主要內容

SaaS 產業係一以軟體研發及服務為營運核心、具高附加價值之知識型行業，為先進開發國家的支柱產業，軟體研發完成後即可透過雲端機房以自動化方式運轉，與製造業之成本結構相比，並無原材料成本，所需投入之直接人工成本亦不重大，製造費用係以雲端機房的設備折舊及資訊服務費用為主，整體營業成本規模與製造業差距較大。已運作成熟之 SaaS 公司毛利率約介於 60%~90%之間(如：微軟公司、Salesforce 及 Adobe 之毛利率分別為 68.4%、76.1%及 87.9%)，高於大部份製造業之毛利率水準。

本公司 110~112 年度及 113 年前三季營業毛利率分別為 80.74%、83.16%、79.95%及 81.38%，本公司以自有品牌方式運營自建之雲端資料分析平台，屬企業行銷分析軟體工具的一種，雖營業收入規模較小，但因 SaaS 之產業特性而有高營業毛利率，另因本公司服務之客戶數量較多且分散，涵蓋之產業領域亦較多元，對單一客戶或單一產業之依賴程度較低，對市場波動風險之承擔能力較高，使本公司具有更堅強的經營韌性。

本公司各項產品之服務內容說明如下：

單位：新臺幣千元；%

產品項目	111年度		112年度		113年前三季	
	營收淨額	%	營收淨額	%	營收淨額	%
雲端資料分析服務	136,888	81.05	135,722	82.22	105,783	79.20
智能搜尋服務	22,117	13.09	22,126	13.40	24,528	18.36
搜尋引擎軟體及其他(註)	9,898	5.86	7,223	4.38	3,262	2.44
合計	168,903	100.00	165,071	100.00	133,573	100.00

資料來源：意藍公司提供。

註：其他收入包含系統維護收入、教學課程、書籍版稅及講師費收入等。

(1)雲端資料分析服務

係以訂閱制 SaaS 雲端服務模式為核心，提供客戶高品質的數據及分析服務，包含社群大數據、人群大數據等多樣化的雲端資料分析服務與應用，採先進的自動化語意技術和雲端架構為基礎，提供客戶全方位的網路口碑觀測與分析服務，可協助公關、行銷、產品、客服、數據分析等專業人員有效聆聽網友真實聲音，掌握市場脈動，洞察消費者關鍵情報。

本服務係一標準化雲端平台，使用者透過向本公司採購該項服務，取得使用帳號，可自行登入該平台設定及使用該平台提供之分析資料及功能。採用時間基礎之收費模式，按月收取使用費用，顧客因其採購之帳號及觀測主題數量多寡及不同的分析功能，適用不同的費率。

(2)智能搜尋服務

智能搜尋服務(AI Search)是結合搜尋引擎、語意分析及生成式 AI 等技術，為不同應用領域建置多元解決方案，該服務現已推出之服務項目包括應用於電子商務平台的 AI Search for EC(Electronic Commerce)、結合生成式 AI 應用於知識管理領域的 AI Search for KM(Knowledge Management)，及綜合型的解決方案 AI Search Solution。銷售主要模式係採專案銷售方式，於新客戶首次採購時，提供專案規劃及整合客製技術服務，待產品/服務上線後，則轉為訂閱服務模式，客戶透過軟體訂閱或雲端服務模式持續取得該軟體服務，本服務透過「建置+營運」服務模式，已陸續在多家大型客戶落實，已有多年成功運營之經驗。

(3)搜尋引擎軟體授權

本公司採取軟體授權形式，銷售「龍捲風分散式搜尋引擎」，其核心技術係由工業級 C++技術開發，效能上超越開源項目和其他一般資料庫，採用獨家 P2P 點對點分散部署架構，能夠輕鬆處理巨量數據，並提供一系列彈性且多樣化的設定選項，其中包括欄位條件過濾、分類檢索、可調整的加權排序，以及符合企業資訊安全要求的權限控管等。

軟體授權之客戶類型包含下列三種：

①直接銷售客戶

本公司直接和終端客戶交易並提供軟體授權及技術支援，皆已完成產品導入，目前主要提供維護服務。

②透過系統整合商及軟體開發商專案整合

該類型合作夥伴因客戶專案的需求，須整合該產品至專案系統。目前都已完成導入建置，持續提供維護服務或針對新專案提供諮詢協助。

③和軟體產品網綁銷售

目前合作夥伴將搜尋引擎整合至其自行開發之辦公室自動化軟體，並採用大量授權模式。

(二)最近二年度及申請年度業績變化原因及其合理性分析

列示最近二年度及申請年度各主要產品別業績及毛利率變動表

單位：新臺幣千元

年度 產品	111 年度				112 年度			
	營業收入	營業成本	營業毛利	毛利率	營業收入	營業成本	營業毛利	毛利率
雲端資料分析服務	136,888	22,739	114,149	83.39	135,722	23,518	112,204	82.67
智能搜尋服務	22,117	4,711	17,406	78.70	22,126	8,480	13,646	61.67
搜尋引擎軟體與其他	9,898	998	8,900	89.92	7,223	1,101	6,122	84.76
總計	168,903	28,448	140,455	83.16	165,071	33,099	131,972	79.95

資料來源：意藍公司提供。

單位：新臺幣千元

年度 產品	112 年前三季				113 年前三季			
	營業收入	營業成本	營業毛利	毛利率	營業收入	營業成本	營業毛利	毛利率
雲端資料分析服務	100,571	17,259	83,312	82.84	105,783	19,172	86,611	81.88
智能搜尋服務	15,156	6,574	8,582	56.62	24,528	5,174	19,354	78.91
搜尋引擎軟體與其他	3,271	682	2,589	79.15	3,262	531	2,731	83.72
總計	118,998	24,515	94,483	79.40	133,573	24,877	108,696	81.38

資料來源：意藍公司提供。

1.依主要產品別說明營業收入、營業成本、營業毛利及毛利率變化分析

本公司營業收入依產品別，主要分為雲端資料分析服務、智能搜尋服務、搜尋引擎及其他收入等三大類；其服務履約模式則可分為雲端訂閱式、整合式專案/服務、專業技術服務(含技術開發、交付報告、教育訓練、維護服務)及軟體授權買賣等四大類型，對客戶之銷售模式多以年約(一年一簽)為主，亦有單月購買或按季購買者。各產品別特性說明如下：

產品別	服務履約模式	特性
雲端資料分析服務	1.雲端訂閱式 2.專案技術服務(如：交付報告、教育訓練)	服務型態相對成熟及標準化，多數客戶係考量年度預算及行銷需求調整其採購之服務選項，例如調整主題數、分析報告數、進階功能選項等，進而影響各客戶年度銷售金額變化。

產品別	服務履約模式	特性
智能搜尋服務	1. 整合式專案/服務 2. 雲端訂閱式(如：軟體授權) 3. 專案技術服務(如：技術開發及維護服務) 4. 軟體授權買賣	屬於提供解決方案類型，會依客戶需求客製化設計專屬的服務內容，銷售金額受客戶預算、所需功能不同而有所差異，且因客戶階段性需求不同，亦可能產生調整或擴充服務內容及功能等情形，使各年度之銷售金額變動幅度較大。
搜尋引擎及其他	1. 軟體授權買賣 2. 專案技術服務(如：技術開發及維護服務)	主要包括軟體授權及年度維護合約，軟體授權與產品銷售相似，依客戶當年度需求之授權數量不同致銷售金額變化，軟體授權後之年度維護合約產生之銷售金額較為穩定。

本公司營業成本主要來自分析服務、雲端機房維運及專案開發之系統加值等部門之相關人事支出、機房資訊服務費用(包含機櫃、電力及網際網路租用服務)、電腦資訊設備折舊費用，及配合客戶需求委外網路口碑行銷、廣告代理、行銷顧問等服務所衍生之相關委外成本。

(1)營業收入

本公司110~112年度及113年前三季營業收入分別為153,876千元、168,903千元、165,071千元及133,573千元，營業收入變動率分別為9.77%、(2.27)%及12.25%，111年度營業收入較110年度增加15,027千元，主係因大數據分析、企業數位轉型、網路行銷科技及 SaaS 雲端服務等市場蓬勃發展，使該公司雲端資料分析服務穩定成長增加3,965千元，加上該公司積極拓展智能搜尋業務，將專業技術服務嵌入多種應用場景，包含協助 K 客戶建置關係人系統、為電商客戶建置智能搜尋平台等，使智能搜尋服務增加9,132千元所致；112年度營業收入較111年度減少3,832千元，主係因 M 客戶調整其產品升級時程與龍捲風搜尋引擎軟體安裝計劃，且其先前向本公司採購之軟體尚有庫存，本公司112年度對 M 客戶之搜尋引擎軟體授權銷售套數減少100套，銷售金額較111年度減少2,000千元所致；113年前三季較112年同期增加14,575千元，主係因電商客戶之終端電商平台客戶使用相關加值服務之家數逐漸增加，相關收入較去年同期增加3,674千元、K 客戶之客戶分析平台113年前三季擴充案增加3,575千元、P 客戶智能搜尋專案增加3,405千元，以及雲端資料分析服務收入成長5,212千元所致。111~112年度及113年前三季之產品別營業收入變動分析詳下說明：

A. 雲端資料分析服務

本公司目前主要發展之雲端資料分析服務，主要產品為社群大數據 OpView 社群觀測平台，以 SaaS 結合 DaaS(Data-as-a-Service)模式提供客戶高品質數據與分析服務。本公司111~112年度及113年前三季

之雲端資料分析服務收入分別為136,888千元、135,722千元及105,783千元，占整體營業收入比重分別為81.05%、82.22%及79.20%，各期雲端資料分析服務收入之變動，主係客戶週期性訂購之服務內容組合、選用功能及資料來源數、開通帳號及觀測主題數量、定期或不定期之主題分析報告均略有差異所致。本公司110~112年度之既有客戶續約率分別為89.46%、88.30%及85.17%，平均約有87.65%，且大部分客戶屬於知名中大型企業或政府單位，顯見本公司之雲端資料分析平台於市場上占有相當地位，業務狀況穩定良好。

B. 智能搜尋(AI Search)

本公司將三大核心技術拓展為智能搜尋服務，並結合生成式 AI，為客戶建置雲端化之數據服務，協助客戶設計及建置以雲端化營運之數據服務，目前可應用於知識管理解決方案及智能貼標與搜尋推薦系統等。應用場景包含客戶內部營運使用或作為其對外之加值服務，本公司智能搜尋服務收入包括前期的系統建置服務(一次性收入)及建置後的雲端服務(持續性服務收入)。

本公司111~112年度及113年前三季之智能搜尋收入分別為22,117千元、22,126千元及24,528千元，占整體營業收入比重分別為13.09%、13.40%及18.36%。112年度智能搜尋收入較111年度增加9千元，變動金額不重大。113年前三季之智能搜尋服務收入較112年同期增加9,372千元，主係本公司與 L 客戶之合作銷售隨著其平台服務於112年度啟用，L 客戶之其終端電商平台客戶使用相關加值服務(商品貼標、商品搜尋、商品推薦及人群標籤等服務)之家數逐漸增加，致本公司提供雲端服務之智能搜尋收入成長3,674千元，及 K 客戶之客戶分析平台增購搜尋引擎及語意分析軟體授權並優化分析功能，銷售金額增加3,575千元，及新增 P 客戶智能搜尋服務專案，銷售金額增加3,405千元所致。

C. 搜尋引擎軟體及其他

本公司搜尋引擎軟體產品為 TDS 龍捲風分散式搜尋引擎(Tornado Distributed Search)，可嵌入至企業內部資訊網站平台、電子商務平台、圖書管理資訊平台、政府採購資訊平台、地方政府民眾服務平台等多種應用場域，作為搜尋大量資訊之重要工具；其他收入則包含系統維護收入、教學課程、書籍版稅及講師費收入等。

本公司111~112年度及113年前三季之搜尋引擎軟體及其他收入分別為9,898千元、7,223千元及3,262千元，占整體營業收入比重分別為5.86%、4.38%及2.44%。112年度搜尋引擎軟體及其他收入較111年度減少2,675千元，主係本公司之 M 客戶調整其產品升級時程與龍捲風搜尋引擎軟體安裝計劃，且其先前向本公司採購之軟體尚有庫存，致本公司112年度對 M 客戶之搜尋引擎銷售金額較111年度減少2,000千元所致。113年前三季搜尋引擎軟體及其他收入與112年同期無重大差異。

(2)營業成本、營業毛利及毛利率

A. 雲端資料分析服務

本公司111~112年度及113年前三季雲端資料分析服務之毛利率分別為83.39%、82.67%及81.88%。112年度毛利率較111年度微幅下降，主係本公司111年第4季為提升營運與整體服務品質，擴充雲端機房電腦設備7,050千元，致112年度機房維運成本增加1,722千元(其中折舊費用增加933千元，機房設施擴充等相關資訊服務費用增加789千元)。113年前三季毛利率81.88%較112年同期之毛利率82.84%下降1.16%，主係服務團隊薪資及獎金增加，及機房維運相關租賃費用調增，使相關成本較112年同期增加1,716千元所致。

B. 智能搜尋(AI Search)

本公司111~112年度及113年前三季之智能搜尋之毛利率分別為78.70%、61.67%及78.91%。112年度智能搜尋之營業成本較111年度增加3,769千元，主係本公司承接 B 客戶 APP 系統建置專案，本公司考量人力資源配置效率，將該專案之 APP 前端設計開發、上線及資安檢測、中介伺服器開發建置等工作項目委託其他技術廠商提供服務，使委外成本相應增加2,716千元，及本公司考量長期業務發展擴編專案開發之系統加值部門，相關人事成本增加557千元，致毛利率下降至61.67%。113年前三季智能搜尋毛利率78.91%較112年度61.67%增加，主係因 B 客戶 APP 系統建置專案已建置完成，使專案委外成本減少2,294千元所致；112年前三季智能搜尋毛利率僅56.62%，主係承接 B 客戶 APP 系統建置專案(該專案112年前三季認列收入占智能搜尋收入比重約27.73%)，惟本公司核心業務非 APP 建置未配置相關人力，故將 APP 前端建置相關開發作業由委外技術廠商負責執行，產生較高之委外成本，該專案毛利率較低所致。

C. 搜尋引擎軟體及其他

本公司111~112年度及113年前三季搜尋引擎軟體及其他之毛利率分別為89.92%、84.76%及83.72%，主係因本公司考量長期業務發展，擴編專案開發之技術研發處系統加值部(部分搜尋引擎軟體之銷售，除賣出授權外，亦包含協助客戶將軟體客製整合於其系統之服務，會由系統加值部人員進行)，使相關人事成本上升103千元，加上客戶需求下降營收減少，致112年度此類營業毛利較111年度減少2,778千元，毛利率下降至84.76%。113年前三季搜尋引擎軟體及其他之毛利率83.72%較112年同期79.15%上升，主係因本公司營運策略考量降低人力配置，使搜尋引擎軟體及其他之人工成本下降所致。

2.主要銷售對象變化分析

最近二年度及申請年度前十大客戶變動表

單位：新臺幣千元；%

排序	111年度			112年度			113年前三季		
	名稱	金額	比例	名稱	金額	比例	名稱	金額	比例
1	A 客戶	5,213	3.09	B 客戶	9,834	5.96	L 客戶	6,022	4.51
2	B 客戶	5,068	3.00	C 客戶	4,050	2.45	K 客戶	5,491	4.11
3	K 客戶	4,286	2.54	D 客戶	3,693	2.24	B 客戶	4,554	3.41
4	C 客戶	3,821	2.26	L 客戶	3,598	2.18	P 客戶	3,405	2.55
5	L 客戶	3,800	2.25	E 客戶	3,045	1.85	C 客戶	3,049	2.28
6	M 客戶	3,600	2.13	F 客戶	2,513	1.52	D 客戶	2,540	1.90
7	D 客戶	3,482	2.06	I 客戶	2,233	1.35	Q 客戶	2,243	1.68
8	E 客戶	3,426	2.03	N 客戶	2,190	1.33	E 客戶	2,069	1.55
9	F 客戶	2,677	1.58	K 客戶	2,116	1.28	H 客戶	2,063	1.54
10	H 客戶	2,286	1.36	O 客戶	2,052	1.24	N 客戶	1,777	1.33
	小計	37,659	22.30	小計	35,324	21.40	小計	33,213	24.86
	其他	131,244	77.70	其他	129,747	78.60	其他	100,360	75.14
	營業收入	168,903	100.00	營業收入	165,071	100.00	營業收入	133,573	100.00

資料來源：本公司提供。

茲將本公司之前十大銷貨對象之變化情形說明如下：

● 公部門、政府相關單位

(1)A 客戶

本公司與 A 客戶自109年開始交易往來，111~112年度及113年前三季對 A 客戶之銷售金額分別為5,213千元、55千元及0千元，銷售比重分別為3.09%、0.03%及0%。A 客戶主要係委託本公司建立數位關係人群數據平台、平台升級及優化分析功能，以關係人群的概念匯流整合當地相關活動，利用收集的大數據資料分析人群動態，進而推播農業、觀光、施政資訊給會員及整合追蹤訪客網路瀏覽行為，為 A 客戶推動政策與各類活動發揮相對的效益，另亦提供平台教育訓練、分析報告以及新聞輿情監測與分析等服務，112年度因 A 客戶調整預算用途規劃，僅採購一份專案式分析報告，致退出本公司前十大客戶。

(2)B 客戶

本公司與 B 客戶自103年開始交易往來，銷售品項主係巨量公開資料萃取系統軟硬體及擴充軟硬體維護服務、公開網站資料擷取服務及知識檢索系統例行性維護等，111~112年度及113年前三季對 B 客戶之銷售金額分別為5,068千元、9,834千元及4,554千元，銷售比重分別為3.00%、5.96%及3.41%。本公司112年度對 B 客戶銷售金額較111年

度增加4,766千元，主係 B 客戶委託本公司建置輿情行動 APP 系統，包含前端手機 APP 及後端連線中介伺服器，結合 B 客戶雲端輿情系統，得於手機 APP 中呈現具多重報表的輿情最新動態，亦可透過人工輸入或自動方式在 APP 上顯示欲通知的訊息等功能所致。本公司113年前三季對 B 客戶銷售金額較112年同期減少3,511千元，主係因112年度承接 B 客戶輿情行動 APP 專案並完成交付，而113年 B 客戶無相關需求所致。

(3)K 客戶

本公司與 K 客戶自111年開始交易往來，111~112年度及113年前三季之銷售金額分別為4,286千元、2,116千元及5,491千元，銷售比重分別為2.54%、1.28%及4.11%。K 客戶於111年委託本公司建置關係人系統專案(專案金額4,286千元)，包含軟體開發、資料庫建置、爬搜及語意分析、系統環境佈署之客製化軟體授權，該專案可自動化擷取及保存外部搜尋引擎及特定網站查詢結果或網頁內容，並透過語意分析演算法分析關係人及提取相關資料，有助降低作業時間、快速掌握重要資訊。112年度 K 客戶因業務需求，委託本公司進行關係人系統中人物爬文與關聯分析平台之功能擴充與使用者介面優化作業，並增加特定社群網站資料擷取功能、緊急處理維運技術支援服務、硬體籌購等服務，整體需投入之服務較111年同期初始建置系統時略為減少。本公司113年前三季對 K 客戶之銷售金額較112年同期增加3,575千元，主係本公司113年承接 K 客戶新委託之智能搜尋專案服務4,935千元所致。

(4)H 客戶

本公司與 H 客戶自104年開始交易往來，銷售品項主要包含社群輿情觀測服務平台維護、平台功能增修及資料安全提升調整，本公司對 H 客戶各年度銷售金額主係依據其平台實際作業需求與年度預算編列而有所差異。本公司111~112年度及113年前三季對 H 客戶之銷售金額分別為2,286千元、1,333千元及2,063千元，銷售比重分別為1.36%、0.81%及1.54%。112年度因 H 客戶專屬平台系統功能已擴充完成，本公司僅提供平台系統維護服務，而使銷售金額減少，故其退出前十大客戶。113年前三季除持續承接 H 客戶專屬平台系統維護服務，另新承接智能搜尋專案(AI Search for KM 知識管理)，銷售金額較112年同期增加1,072千元。

(5)P 客戶

P 客戶致力推動科技產業化、技術商品化、投資事業化與行銷國際化。本公司與 P 客戶自113年開始交易往來，113年前三季對 P 客戶之銷售金額為3,405千元，銷售比重為2.55%，P 客戶向本公司採購智能搜尋服務 AI Search for KM 及相關系統功能建置，專案總金額為4,781千元。

企業客戶

● 快速消費品相關

(1)C 客戶

C 客戶主要從事皮膚護理及化妝品的生產及經銷，本公司與 C 客戶自105年開始交易往來，銷售品項主係雲端資料分析服務(包含社群輿情觀測服務、定期或主題式分析報告等)，協助 C 客戶即時掌握顧客意見及消費習慣等數據，了解產業市場動態和競爭品牌的行銷活動。本公司111~112年度及113年前三季對 C 客戶之銷售金額分別為3,821千元、4,050千元及3,049千元，銷售比重分別為2.26%、2.45%及2.28%。本公司112年度對 C 客戶銷售金額較111年度增加229千元，主係 C 客戶為了解美妝產業及競爭品牌之口碑情形而訂購季度分析報告所致。113年前三季對 C 客戶銷售金額較112年同期增加131千元，主係其依業務需要調整觀測主題數、調升訂閱式報告規格、新增客製化資料來源等所致。

(2)D 客戶

D 客戶主要從事跨國食品及飲料的生產及經銷，本公司與 D 客戶自104年開始交易往來，銷售品項主係雲端資料分析服務，包含社群輿情觀測服務、第三方人群數據服務、主題式分析報告等，可協助 D 客戶鑑別消費者的品牌認知、關注面向、追蹤旗下各品牌聲量、口碑正負趨勢，集結成追蹤品牌口碑成效之關鍵衡量指標(KPI)，並在長期蒐集累積資料庫數據後，進一步針對品牌關切的消費者行為進行深入剖析，推動更多有利於品牌的行銷活動。本公司對 D 客戶111~112年度及113年前三季之銷售金額分別為3,482千元、3,693千元及2,540千元，銷售比重分別為2.06%、2.24%及1.90%。本公司112年對 D 客戶銷售金額較111年度增加211千元，主係因 D 客戶依業務需求增購包含嬰幼兒奶粉及特定品牌等主題式分析數據月報所致。113年前三季對 D 客戶銷售金額較112年同期減少234千元，主係因客戶選用之服務項目調整產生差額所致。

(3)I 客戶

I 客戶主要從事皮膚護理及化妝品的生產及經銷。本公司與 I 客戶自108年開始交易往來，對 I 客戶銷售品項主要係雲端資料分析服務，包含社群輿情觀測服務、定期或主題式報告，111~112年度對及113年前三季對 I 客戶之銷售金額分別為2,167千元、2,233千元及1,375千元，銷售比重分別為1.28%、1.35%及1.03%。I 客戶111年度因無加購專案報告使營業收入相對較低，112年度因 I 客戶對美妝產業及競爭品牌的分析報告內容需求增加，銷售金額增加。113年前三季對 I 客戶之銷售金額較112年同期減少308千元，主係其預算縮減而減少採購主題數及使用者數所致。

● 科技/網路相關

(1)L 客戶

L 客戶主要業務為提供軟體雲服務，本公司與 L 客戶自111年開始交易往來，111~112年度及113年前三季對 L 客戶銷售金額分別為3,800千元、3,598千元及6,022千元，銷售比重分別為2.25%、2.18%及4.51%。L 客戶因發展 Marketing Cloud，需有大數據、AI、智能搜尋及 NLP 等技術作為基礎，故於111年度委託本公司建置二個智能搜尋平台。112年度 L 客戶與本公司約定平台銷售合作，本公司提供包含智能貼標、搜尋推薦、人群分析等加值服務。113年前三季對 L 客戶銷售金額較112年同期成長3,674千元，成長156.47%，主係因 L 客戶平台服務於112年度啟用，其終端電商平台客戶使用本公司加值服務(商品貼標、商品搜尋、商品推薦及人群標籤等服務)之家數隨時間推移逐漸增加，帶動本公司智能搜尋收入成長所致。

(2)M 客戶

M 客戶主要從事雲端資訊設計服務及管理顧問服務，產品包含企業電子化軟體買賣、軟體設計與開發、雲端軟體服務。本公司與 M 客戶自104年開始交易往來，銷售品項主要係龍捲風搜尋引擎軟體，各年度銷售金額隨銷售套數而變動，111~112年度及113年前三季對 M 客戶之銷售金額分別為3,600千元、1,800千元及0千元，銷售比重分別為2.13%、1.09%及0%，112年度因 M 客戶調整其產品升級時程與搜尋引擎安裝計劃，加上其先前向本公司採購軟體尚有庫存，故112年度向本公司採購套數減少，退出前十大客戶。

● 金融保險相關

(1)E 客戶

E 客戶之母公司為臺灣上市掛牌之甲金融控股公司。本公司與 E 客戶自105年開始交易往來，對 E 客戶銷售品項主要係雲端資料分析服務，包含社群輿情觀測服務、第三方人群數據服務及社群口碑行銷服務，111~112年度及113年前三季對 E 客戶之銷售金額分別為3,426千元、3,045千元及2,069千元，銷售比重分別為2.03%、1.85%及1.55%。本公司112年度對 E 客戶銷售金額較111年度減少381千元，主係因其母公司將 E 客戶輿情分析部分預算調整供旗下證券公司使用，以及本公司給予長期合作之優惠折扣所致。113年前三季對 E 客戶銷售金額較112年同期減少215千元，主係 E 客戶新任權責主管調整預算分配規劃，調減採購之主題數量所致。

(2)F 客戶

F 客戶之母公司為臺灣上市掛牌之乙金融控股公司。本公司與 F 客戶自104年開始交易往來，對 F 客戶銷售品項主要係雲端資料分析服務，包含社群輿情觀測服務及社群口碑行銷服務，111~112年度及113年前三季對 F 客戶之銷售金額分別為2,677千元、2,513千元及1,762千

元，銷售比重分別為1.58%、1.52%及1.32%。本公司111年度對 F 客戶之銷售金額較高，主係 F 客戶週年相關活動，委託本公司進行口碑分析服務，而訂購專案報告所致。113年前三季對 F 客戶之銷售金額較112年同期減少120千元，主係因採購專案報告數減少所致。

● 廣告媒體、行銷相關

(1)N 客戶

N 客戶主要業務內容包含數位行銷策略、輿情監測服務、社群平台經營、虛實活動整合、影音原創製作、社群經濟服務。本公司與 N 客戶自106年開始交易往來，對 N 客戶之銷售品項主係社群輿情觀測服務及 LINE 小時通報等，111~112年度及113年前三季對 N 客戶之銷售金額分別為1,285千元、2,190千元及1,777千元，銷售比重分別為0.84%、1.33%及1.33%。本公司112年度對 N 客戶銷售金額成長至2,190千元，主係 N 客戶營運規模與組織編制擴增，服務客戶隨之成長而有增購服務帳號數需求所致。113年前三季對 N 客戶之銷售金額較112年同期增加139千元，主係其升級2個服務帳號及增購1個主題數所致。

(2)O 客戶

O 客戶之母公司為英國集團，為全球最大的廣告傳播集團。本公司與 O 客戶自105年開始交易往來，對 O 客戶銷售品項主要係社群輿情觀測服務、系統日報及 LINE 小時通報等。本公司111~112年度及113年前三季對 O 客戶之銷售金額分別為2,139千元、2,052千元及1,472千元，銷售比重分別為1.27%、1.24%及1.10%。111~112年度對 O 客戶之銷售金額尚無重大差異。113年前三季之銷售金額較112年同期減少125千元，主係因內部預算考量減少採購服務帳號數所致。

● 教育相關

Q 客戶

Q 客戶擁有文學、社會科學、商學、傳播、外語、法學、理學、國際事務、教育、創新國際、資訊等學院，為國家重點領域之研究學院。本公司與 Q 客戶自106年開始交易往來，111~112年度及113年前三季對 Q 客戶之銷售金額分別為153千元、616千元及2,243千元，銷售比重分別為0.09%、0.37%及1.68%。Q 客戶113年因承接政府單位專案，為利用資訊科技支援政府單位之施政決策，向本公司採購社群輿情觀測服務、專案報告及語意分析雲端服務，113年前三季進入前十大客戶。

3.營業費用及營業利益變化原因及其合理性分析

單位：新臺幣千元；%

項目 \ 年度	111 年度		112 年度		113 年前三季	
	金額	占營收比率	金額	占營收比率	金額	占營收比率
推銷費用	21,058	12.47	25,631	15.53	19,190	14.37
管理費用	28,511	16.88	35,201	21.32	27,438	20.54
研究發展費用	27,458	16.26	30,754	18.63	23,223	17.39
預期信用減損(迴轉利益)損失	183	0.11	(160)	(0.09)	32	0.02
營業費用合計	77,210	45.72	91,426	55.39	69,883	52.32
營業利益	63,245	37.44	40,546	24.56	38,813	29.06

資料來源：本公司各期間經會計師查核簽證或核閱之財務報告。

本公司營業費用包括推銷費用、管理費用及研究發展費用，各類費用以薪資及用人支出(含薪資及勞健保、折舊費用等)為主，111~112年度及113年前三季之營業費用分別為77,210千元、91,426千元及69,883千元，營業費用率分別為45.71%、55.39%及52.32%。

(1)推銷費用

本公司111~112年度及113年前三季之推銷費用分別為21,058千元、25,631千元及19,190千元，推銷費用主要係由薪資費用、獎金費用、保險費用及差旅交通費等組成。112年度推銷費用較111年度增加4,573千元，增加幅度21.71%，主係因銷售團隊擴充及銷售獎金增加，致相關人事支出增加3,880千元，以及業務拓展所需之廣告費用增加402千元及交通費增加251千元所致。113年前三季推銷費用較112年同期增加1,607千元，主係因銷售團隊擴充及銷售獎金增加1,275千元所致。

(2)管理費用

本公司111~112年度及113年前三季之管理費用分別為28,511千元、35,201千元及27,438千元，管理費用主要包括董事酬金、總經理及財務暨行政管理部門之薪資與用人費用、折舊費用、會計師簽證服務公費及申請上櫃輔導等所需之勞務費用。本公司112年度管理費用較111年度增加6,690千元，增加幅度23.46%，主係因111年底選任獨立董事使112年度支付之董事報酬增加1,188千元，以及本公司為強化內部管理而擴充管理部門之人員，致人事支出增加1,264千元，且為申請上櫃所需之會計師財報簽證與內控專審公費、券商輔導費與其他雜項支出等共增加約3,200千元，以及因營運需要擴租之辦公室使用權資產折舊費用增加757千元等因素所致。113年前三季推銷費用較112年同期增加866千元，主係112年6月續租辦公室之租金調漲致使用權資產折舊費用較112年同期增加532千元所致。

(3)研究發展費用

本公司111~112年度及113年前三季之研發費用分別為27,458千元、30,754千元及23,223千元，研究發展費用主要包括研發部門人員之薪資、保險費用及折舊費用等。本公司112年度研發費用較111年度增加3,296千元，增加幅度12.00%，主係因增聘研發人員及調升研發人員薪資使人事相關費用增加2,797千元，及為研發開發所需之雲端服務費用增加316千元，設備折舊及攤提費用增加212千元所致。113年前三季研發費用較112年同期增加971千元，主係因113年前三季調升研發人員薪資使人事相關費用較112年同期增加519千元所致。

(4)預期信用減損(迴轉利益)損失

本公司111~112年度及113年前三季之預期信用減損(迴轉利益)損失分別為183千元、(160)千元及32千元，占營收之比例分別為0.11%、(0.10)%及0.02%，變動尚不重大。

(5)營業利益

本公司111~112年度及113年前三季之營業利益分別為63,245千元、40,546千元及38,813千元，營業利益率則分別為37.44%、24.56%及29.06%。112年度營業利益較111年度減少22,699千元，主係隨營業收入減少、毛利率下降以及營業費用增加所致。113年前三季營業利益較112年同期增加10,973千元，主係營業收入增加且毛利率上升所致。

4.營業外收支變化原因及其合理性分析

單位：新臺幣千元

年度		111年度	112年度	113年前三季
其他收入	利息收入－銀行存款	366	1,731	2,026
	利息收入－租賃投資淨額	12	-	-
	其他收入	223	157	23
其他利益及損失	淨外幣兌換利益(損失)	1,186	(5)	448
	其他損失	(89)	(24)	(77)
財務成本		(100)	(276)	(314)
合計		1,598	1,583	2,106

資料來源：本公司各期間經會計師查核簽證或核閱之財務報告。

本公司111~112年度及113年前三季之營業外收支分別為1,598千元、1,583千元及2,106千元，占營收比重分別為0.95%、0.96%及1.58%，營業外收支主要包含利息收入、其他收入及淨外幣兌換利益(損失)、其他損失等項目，茲就金額較高之利息收入及淨外幣兌換利益(損失)之變化進行說明：

(1)利息收入－銀行存款

本公司112年度及113年前三季之利息收入－銀行存款分別較111年

度及112年前三季增加1,365千元及1,212千元，主係本公司考量112年度臺灣中央銀行調升利率，於112年9月增加新臺幣定期存款100,000千元所致。

(2)淨外幣兌換利益(損失)

本公司因考量可能產生支付美金需求及過往交易有收取人民幣，於111年底及112年底分別持有美金392千元及469千元、人民幣157千元及157千元之銀行存款，111年度之淨外幣兌換利益為1,186千元，主係因111年度美元升值幅度為11.07%，產生1,169千元之外幣兌換利益。112年度淨外幣兌換損失為5千元，主係112年度人民幣貶值0.07%，產生20千元之外幣兌換損失。

本公司於112年9月底及113年9月底分別持有美金459千元及504千元、人民幣157千元及0千元之銀行存款，本公司112年前三季之淨外幣兌換利益為692千元，主係因112年前三季美元升值幅度為4.89%產生697千元之外幣兌換利益。113年前三季之淨外幣兌換利益為448千元，主係因113年前三季美元升值幅度為2.96%，產生424千元之外幣兌換利益。

(三)本公司未來發展性之說明

本公司所在之行業為軟體即服務(Software-as-a-Service, SaaS)之雲端服務中的智能數據服務(Data-as-a-Service, DaaS)，是一個快速成長中的市場。而本公司以訂閱制為核心，提供客戶高品質的數據及分析服務，能夠解決企業內部眾多的數據問題，包括：內部缺乏數據或是數據量太多無法處理、對於數據的需求成長快速但無法滿足、企業內部IT基礎架構跟不上或是內部數據團隊不足，都可以透過專業外部化，經由本公司的技術與服務得到解答，收入類型由持續性的訂閱服務、一次性專案建置及軟體授權等組成，本公司未來發展性分述如下：

一、雲端資料分析服務

本服務透過直接銷售方式進行銷售，大部分客戶採取年約、一年一簽方式採購該項服務，銷售方式依據維持既有客戶之續約率及開發拓展新客戶，有不同的銷售作法，以下分別予以說明：

1.既有(續約)客戶的經營

本服務採用訂閱制服務客戶，客戶是否續約，取決於本公司所提供之日常營運服務品質，故本公司於既有客戶之經營著重以下三大目標。

- (1) 確保產品服務對客戶的價值。
- (2) 掌握客戶潛在的需求。
- (3) 建立客戶對本公司的信任及依賴關係。

為達成前述的目標，本公司銷售單位規劃並執行以下任務：

- (1) 搭配分析服務部門，掌握客戶的服務使用狀況，設計多重備援的服務小

組，由銷售同仁和服務分析師搭配，提供客戶服務。

- (2) 不定期收集客戶需求，回饋產品及服務部門。而當新產品/新功能推出後，主動針對既有客戶進行推廣，提高年度購買金額。
- (3) 主動協助客戶加入電子報會員、邀請參加公司大型研討會/進階培力課程，促使客戶更了解產品服務的應用，提高客戶的黏著度及信賴程度。

本公司業務人員為推進續約作業，平均會在合約屆期前3~4個月開始提案準備工作，分析客戶既有使用紀錄，訪談客戶使用的心得與回饋，根據資訊擬定續約策略，並提出相應的方案。



由於其服務品質始終維持在高水平，本公司之雲端資料分析服務之續約率在過去三年持續維持在85%以上的水準，構成本公司穩健營運之基礎。

2.新客戶開發

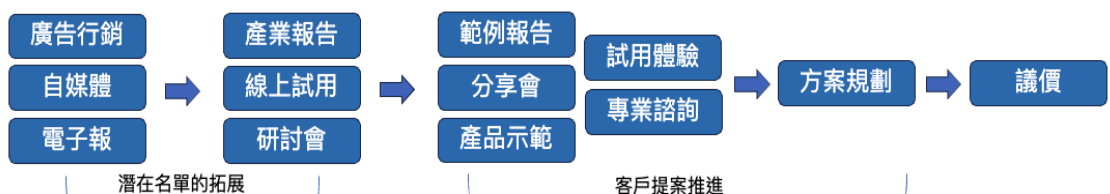
本公司為持續擴大雲端資料分析服務的應用產業及領域，以開發新客源，主要銷售任務，區分為「潛在名單的拓展」、「客戶提案及推進」二個階段。

(1) 潛在名單的拓展

本公司業務人員運用行銷部門所提供之行銷資源，進行客戶名單的拓展。行銷資源包括自媒體（官網、FB 粉專、Social Lab 社群實驗室）、趨勢電子報服務、專題報告下載、線上平台試用服務、研討會活動，都可協助蒐集潛在客戶名單。另一方面，銷售單位依據不同目標產業，規劃產業分享報告、分享課程或提供一對一品牌口碑健診等活動，進行潛在客戶的開發。

(2) 客戶提案及推進

取得潛在客戶名單並評估名單有效性後，由銷售單位安排進行初步提案。推進的過程中，依客戶對於服務了解程度、需求情境，安排產品分析範例分享、實際應用示範或產品試用體驗等不同服務，並透過應用實例及親身操作，讓客戶在體驗過程中，熟悉產品操作及服務內容，協助其評估產品服務是否可滿足應用情境。銷售推進模式如下圖：



本公司114年雲端資料分析服務之發展策略，鎖定廣告行銷產業、連鎖餐飲、醫藥/醫美、零售暨電商產業及快速消費品等客群，持續進行

開發。同時，目標對象也從行銷、公關部門，進一步擴大至產品管理、客服及經營管理相關幕僚部門。

3.產品的升級或新產品的開發

本公司計劃持續開發新技術應用於雲端資料分析服務，進一步深化客戶對本公司所提供服務之黏著性，並擴大應用客層。114年度之規劃如下：

(1) 提供 OpView 文章探索助理(RAG 應用)：

將 OpView 最常用的輿情文章瀏覽功能，進一步結合向量搜尋及生成式 AI，形成在 OpView 平台上可普遍使用之檢索增強生成(RAG)應用。使用者能夠自由篩選出一批關注的輿情文章，並以自然語言的方式問答，讓 AI 直接生成重點分析摘要及建議行動方案，有助於使用者快速了解輿情動態。

(2) 推出加值作業區與串接專屬模型

對於想要以專屬的 AI 模型分析其專屬輿情資料的大型客戶，今年 OpView 將進一步規劃出客戶專屬的資料加值作業區，並串接為該客戶微調的專屬大語言模型，將可提升整體輿情資料的分析品質及擴大應用方式，讓整體服務融合成為客戶日常營運的一環，以增加客戶對本服務的黏著性。

(3) 規劃推出 OpView Insight 6社群觀測平台

結合上述的發展方向，114年將推出 OpView Insight 6平台，全面整合各項生成式 AI 功能，並於多項功能中支援向量搜尋，以提供更精準的輿情分析功能及自動化的 AI 報表服務。

二、智能搜尋服務

本公司111年時考量智能搜尋服務之開發、銷售、服務內容等方式及特性，均與雲端資料分析平台服務差異甚大，且評估其潛在市場需求逐漸增強，故規劃將智能搜尋服務獨立為一新產品線，並設置新部門(數據應用發展部)負責發展該業務，擴大投入本公司之研發資源，於112年度陸續推出 AI Search for EC 及 AI Search for KM 等產品。

該服務採專案式銷售，初期客戶之開發須提供解決方案規劃，進入門檻較高，然建置完成轉為營運模式後，則轉換為穩定之業務來源。目前該服務仍處於發展初期的客戶開發階段，需投入較大的銷售及技術人力支援，是該服務的奠基期。

以下分為既有客戶及新客戶分別說明其市場發展情形。

1.既有客戶

(1) AI Search Solution

Solution 服務已有較穩健之客戶基礎，本公司針對現有客戶規劃定

期的服務活動，藉由例行性會議及服務討論，掌握客戶的使用狀況及發掘未被滿足的需求，並配合客戶編列預算的期程，提前規劃優化及功能擴充建議，確保方案能持續滿足客戶需求，並爭取年度更高的交易金額。

(2) AI Search for EC

此類服務方案目前已於 111 年配合電商客戶之需求，整合至其服務組合中，本公司透過持續優化產品效果，來維持現有電商客戶之終端用戶持續使用，也藉由現有用戶的導入成果，吸引更多使用該電商平台之店家加入使用，以提升年度交易金額。

後續也將視不同電子商務平台客戶之需求，拓展此類服務之應用，整合本公司 AI Search for EC 服務後，電子商務平台可增加下列優勢：

- 提高銷售的轉換率：隨電子商務快速發展，越來越多的企業開始意識到商品的行銷推薦機制，需能隨著市場趨勢變化進行即時調整，方能貼近消費者的需求，整合社群和輿情的聲量數據可有效的掌握消費市場的變化及新興的流行話題。透過這些數據，電子商務平台或購物網站可以更深入地了解消費者的喜好變化，找到熱門商品，進而在商品選擇和推薦時，為消費者提供更好的服務，並提高商品成交機會。
- 選擇有效的行銷廣告媒介：電子商務平台或購物網站已不再單純地提供商品銷售的功能，轉而注重消費者的體驗和需求，透過社群和輿情的聲量數據，了解消費者的行為模式和購買偏好，做出更佳行銷策略，不僅可提高電子商務平台或購物網站的銷售量，另可提高消費者的滿意度和忠誠度，建立差異化的競爭優勢。
- 強化客戶關係管理，開發新客源：通過分析消費者在不同網站上的瀏覽紀錄、搜尋字詞、討論內容或按讚等行為數據，可更好地了解消費者的偏好和消費意圖，電商平台可以實現更好的個人化行銷，從而提升轉換率和銷售量。

另 AI Search for EC 相較於市場上提供的服務，主要優勢有以下幾點：

- 商品貼標自動化並可依市場變化動態調整：相較於市場上許多採用人工建立標籤的作業方式，AI Search for EC 採用本公司自行開發的語意分析技術及結合外部數據，可更快速及客觀的建立商品標籤，同時依據外部數據的變化調整標籤排名，降低人力投入成本，並提高商品資訊更新的即時性。
- 更好的搜尋排序機制，精準媒合購物：本公司自行開發的搜尋引擎，配合電商購物特性，在搜尋排行上同時依據商品的相關度、熱門程度及上市時間，提供符合消費者意圖的排序推薦結果。
- 擁有消費者行為分析技術，掌握個人化需求：透過消費者行為追蹤及分析技術，了解消費者的購物習慣及意圖，提出個人化推薦的服務。

(3) AI Search for KM

AI Search for KM 係 112 年下半年推出之新服務，本公司以 Solution 既有客戶基礎進行推廣。113 年下半年度持續開發新客戶，包括取得大型語言模型驅動數據分析委外服務案、政府機構委託之智能搜尋服務專案等。

本公司將視政府單位、金融業及高科技製造業之需求，拓展此類服務之應用，滿足其相關需求：

- 協助政府單位有效利用既有施政資料：本公司已導入政府之案例主要的應用情境包括質詢應答提示、民眾案件的回覆支援、專業知識的調閱及彙整。前開案例皆利用 AI Search for KM 的檢索增強生成技術，透過問答方式，自其內部既有的施政報告、歷史執行業務成果或紀錄檔案等資料，快速找到適合的答案。而過往必須透過人力事先整理資料，才能讓使用者快速查詢結果，因應各種可能的問題，透過 AI Search for KM，可減少人工投入，讓政府單位更易利用既有的資料，去解答業務上的各種問題。
- 可落地化的服務，提高金融業、高科技企業導入意願：目前許多組織在導入生成式 AI 技術時，考量資料的安全性，不方便直接採用雲端服務的方案。而 AI Search for KM 可完全部署在客戶指定的環境中，在完全封閉的資訊環境下仍可運作，適合金融業、高科技等有大量機敏資料，且重視資料安全性者。
- 自行開發且成熟的搜尋引擎技術：AI Search for KM 採用的檢索增強生成技術，其中關鍵技術之一的檢索技術，採用的是本公司自行研發多年的龍捲風搜尋引擎系統，由於具備能支援企業多種資料來源及格式、整合內部權限控管機制，及標準化 API 能輕易和企業的資訊系統整合，故受到企業大量的採用。AI Search for KM 在導入企業端時，龍捲風搜尋引擎系統的高整合性，可降低導入的門檻及風險，更容易確保導入成功。

2. 新客戶開發

(1) 潛在名單的拓展

新客戶的主要發展策略，係以 AI Search for KM 及 AI Search for EC 為主軸，進行新客戶拓展。為快速拓展機會，本公司結合行銷資源去接觸目標客群，包括內容行銷、研討會及參加相關主題展會、公協會活動等。另外，從既有客戶中篩選潛在目標對象，邀請參加活動，並主動安排一對一分享會議，推廣 AI Search 的解決方案。113 年至今透過相關活動已蒐集到上百家的名單，經評估篩選後，選定對象進行後續跟進。

(2) 前開潛在名單之客戶提案及洽談進度

AI Search for EC 目前的案例為 L 客戶，因為終端客戶由 L 客戶推廣掌握，目前已經有超過 20 家 L 客戶之終端用戶使用本公司服務，故在對其他潛在客戶進行銷售提案時，本公司可利用 L 客戶已使用本公司服務之店家平台直接展示方案效果，讓目標對象能實際體驗產品功能，提高目標對象的興趣及信心。

AI Search for KM 由於是 112 年度新推出的解決方案，本公司利用技術驗證(POC, Proof Of Concept)(透過假設題目來驗證所能達成的結果，供客戶進行確認是否符合其需求)的方式，減少客戶導入的疑慮，並可事先確認未來導入後需要額外客製或投入資源的技術項目。本公司目前建置標準雲端平台，提供潛在顧客自行登入操作系統，並自行上傳文件進行測試，可協助更有效率的進行 POC 作業。

本公司 114 年度鎖定的 AI Search for KM 目標對象包括政府單位、金融及高科技產業等高知識含量及高預算的客群，除了推 AI Search for KM 外，也同時擴展 AI Search Solution 銷售機會。在應用情境上，聚焦目標產業重要的服務需求，包括循證應答、法規及作業規範諮詢、智能客服支援以及研發技術評估分析等場景，並加速銷售推廣及導入的進程。

3.現有產品的升級或新產品的開發

本公司將智能搜尋相關服務視為中長期發展重點，期盼帶動營收規模及獲利之成長，其產品研發重心聚焦於其新產品/服務 AI Search KM，該產品在未來一年內將密集安排多項產品/更新計劃，並視市場及技術的變化，適時調整其產品開發重點及速度。以下為 AI Search KM 近期產品發展計畫。

(1) AI Search for KM 產品線於113年從1.5版開始推進，到目前已發展至2.5版，過程中不斷強化搜尋引擎與大語言模型的檢索增強生成(RAG)效果，提升 AI 知識問答的精準度。另一個發展重點則在於 AI Search for KM 的應用結合了客戶對於知識文件的權限控管需求，以及可切換為地端大語言模型的規範，同時也擴大了串接 One Drive 雲端資料夾作為知識文件的來源。目前已獲數家政府機構的優先導入採用。

(2) 後續版本更新計畫如下：

- 更新 AI Search for KM 版本，優化介面，提供新版模型，可整合外部數據，生成各類型文件及研究報告
- 更新 AI Search for KM 版本，擴大分散式部署架構，可支援更多的用戶數、更高的同時運算核心數，支援文件數量達5億筆以上。
- 更新 AI Search for KM 版本，擴大支援的文件類型，包括掃描電子檔，可辨識圖片內容，提升問答效果。
- 強化 Active RAG 應用，提升模型判斷問題的能力，可主動在多個資料源之中尋找參考資料，整合出更精準的答案。
- 開發可串接的資料來源模組，拓展資料連接工具來接取雲端空間、客戶端 NAS 或資料庫，同時也持續發展可與外部系統串接的資料模組，

讓客戶可以快速導入不同的知識與資料來源。

- 拓展可串接的外部系統：開發可供外部服務客戶串取的 API 介面，供不同的下游服務使用，例如可串接到客戶的公司或官網客服 LINE chatbot 等。

三、搜尋軟體授權

該產品持續針對大型的系統整合商(SI)、軟體開發商(ISV)進行合作，並對既有合作夥伴維持長期銷售及產品整合合作關係，搭配 AI Search for KM 的銷售擴展計劃，在擴大系統整合商(SI)的合作機會時，也借勢增加搜尋引擎的銷售合作。

四、綜合具體結論

營業收入方面，本公司111~112年度及113年前三季之營業收入分別為168,903千元、165,071千元及133,573千元。112年度營業收入較111年度減少3,832千元，減少比率為2.27%，主係因 M 客戶調整其產品升級時程與龍捲風搜尋引擎軟體安裝計劃，且其先前向本公司採購之軟體尚有庫存，本公司112年度對 M 客戶之搜尋引擎軟體授權銷售套數減少100套，銷售金額較111年度減少2,000千元所致。113年前三季之營業收入較112年前三季成長14,575千元，增加12.25%，主係因雲端資料分析服務收入穩定成長5,212千元、與 L 客戶合作銷售收入隨時間推移逐漸增加3,674千元以及承接 K 客戶、P 客戶及 Q 客戶等案，致智能搜尋服務收入增加9,372千元所致。

營業毛利方面，本公司111~112年度及113年前三季營業毛利分別為140,455千元、131,972千元及108,696千元，營業毛利率分別為83.16%、79.95%及81.38%。本公司112年度承接 B 客戶委託建置輿情行動 APP 系統，因考量人力資源配置效率，將該專案部分工作項目委外使成本增加，以及本公司為提升服務品質，擴充雲端機房設備而使112年度機房維運成本增加，使112年度整體營業成本較111年度增加，毛利率下降至79.95%，加上營業收入小幅減少，整體影響112年度營業毛利較111年度減少8,483千元。113年前三季營業毛利較112年同期增加14,213千元，主係承接 P 客戶、Q 客戶等新專案，且因 B 客戶委託輿情行動 APP 系統建置專案已建置完成，使專案委外成本減少3,173千元所致。

營業費用方面，111~112年度及113年前三季營業費用分別為77,210千元、91,426千元及69,883千元，112年度營業費用較111年度增加14,216千元，主係因本公司人事支出、申請上櫃相關作業費用、擴租辦公室使使用權資產折舊費用增加、研發用之雲端軟體支出、拜訪客戶交通費用等增加所致。113年前三季之營業費用較112年同期增加3,240千元，主係因人事支出、辦公室使用權資產折舊費用增加等所致。

營業利益方面，111~112年度及113年前三季之營業利益分別為63,245千元、40,546千元及38,813千元，營業利益率分別為37.44%、24.56%及29.06%，

主係隨營業收入增減、毛利率變化、營業費用增加之影響所致。

營業外收入及支出方面，111~112年度及113年前三季之營業外收入及支出分別為1,598千元、1,583千元及2,106千元，主要組成為銀行存款利息收入、外幣存款產生之淨外幣兌換損益等，各期間波動尚不重大。

綜上所述，本公司111~112年度及113年前三季之業績變化情形尚屬合理。展望未來，隨著現今網路社群、網紅經濟、電子商務、大數據資料、人工智慧等領域快速發展，有利於帶動雲端資料分析平台服務之市場需求逐漸增加，且透過本公司之三大核心技術，可拓展為多元的客製化解決方案，協助企業「設計、建置、以雲端化營運之數據服務，賦能 (empower)合作夥伴」，能滿足客戶多樣化的需求。本公司未來將積極拓展新客戶、新應用領域，持續挑戰開發創新技術並不斷提升競爭能力，達到企業永續發展之營運目標。

推薦證券商評估：

針對該公司 111~112 年度及 113 年前三季之業績變化情形之原因、合理性及未來發展性說明，經本推薦證券商取得該公司內部帳冊及相關營運資料、產業相關資料及同業之財務報告、公開說明書或年報資料，並與該公司經營團隊訪談，經執行下列查核程序：

(一)取得該公司資料及蒐集產業報導相關資料，評估最近兩年度及最近期之業績變化情形有無異常變化之情事

經取得該公司銷貨收入明細、收入分攤表及蒐集產業報導相關資料，該公司主要以訂閱制 SaaS 雲端服務模式為核心，提供客戶高品質的數據及分析服務，將三大核心技術 Search 搜尋技術、NLP 語意分析以及 ETL 數據處理技術拓展為多元的智能數據服務解決方案，協助客戶設計、建置、以雲端化營運、後續維運及技術諮詢等。整體而言，該公司111~112年度及113年前三季之營業收入變化原因尚屬合理，無重大異常之情事。

另經核對該公司111~112年度及113年第三季經會計師查核簽證或核閱之財務報告，與該公司前述說明之營業收入、營業毛利、營業費用、營業利益、業外收支、稅前淨利等財務資訊，其金額核對無誤，且訪談經營團隊相關主管並分析其變化原因及合理性，尚無重大異常之情形。

(二)取得該公司111~112年度及113年前三季前十大客戶名單與相關資料，分析說明下列事項

1.銷售真實性

該公司主要係以訂閱制 SaaS 雲端服務模式為核心，提供客戶高品質的數據及分析服務，將三大核心技術 Search 搜尋技術、NLP 語意分析以及 ETL 數據處理技術拓展為多元的智能數據服務解決方案，協助客戶設計、建置、以雲端化營運、後續維運及技術諮詢等。該公司客戶涵蓋金融保險、

零售通路、電信通訊、消費電子、汽車、美妝保養、快速消費品、食品餐飲、廣告媒體、公關行銷、市場調查、政府機構、教育及研究單位等。本推薦證券商針對其111~112年度及113年前三季之前十大銷貨客戶，透過函證、訪談客戶及銷售交易抽核等方式進行銷售真實性查核，查核程序如下：

(1)函證及徵信以瞭解該公司主要客戶之真實性

該公司前十大銷售客戶大多為政府機關及知名國內企業，本推薦證券商取得前十大銷售客戶主要營業項目、資本額、地址及網址等基本資料、透過網路搜尋公開資訊、取得徵信報告資料，並透過函證予主要銷售客戶及未回函替代查核程序，確認主要客戶係真實存在且雙方交易係真實存在。

(2)抽核該公司銷售交易流程，確認其銷售交易、服務開通及帳款回收具真實性

本推薦證券商抽核前十大客戶之銷售憑證，包含報價單、訂單或合約、正式帳號啟用與異動申請單、產品服務交付確認單/專案驗收單、發票、及收款憑證等表單，確認銷售交易係真實存在，且並未發現有重大應收帳款無法回收之情事。

(3)抽核該公司收入認列流程，確認其收入認列無重大異常之情事

本推薦證券商抽核前十大客戶之收入認列流程，取具該公司收入分攤表、收入認列五步驟說明及入帳傳票等表單，未發現收入認列有重大異常之情事。

(4)訪談公司經營團隊，瞭解主要客戶之變動情形及交易必要性

就111~112年度及113年前三季前十大銷售客戶名單及金額，檢視收入分攤表並訪談公司經營團隊，了解該公司提供服務予客戶之主要內容、變化情形，以評估交易必要性與合理性，並無發現重大異常情事。

(5)增加銷貨對象之交易抽核

除依據「推薦證券商應檢查項目及應執行之評估程序」，就110~112年度及113年前三季前十名銷貨對象各抽核1筆交易憑證，該年度營業收入淨額5%以上之銷售客戶抽核2筆交易憑證外，本承銷商就110~112年度增加前十一至前十五名銷貨對象至少各抽核1筆交易憑證，及113年前三季增加抽核新增之2家客戶，加強驗證意藍公司銷貨之真實性，未發現重大異常之情事。

(6)訪談主要客戶

本承銷商透過實地拜訪該公司主要客戶，並與主要客戶之往來代表訪談，藉以了解其主要客戶之營運情形，以及與該公司之合作往來情形，尚無發現重大異常之情事。

經本推薦證券商執行上述查核程序，確認該公司之銷售交易存在及真實性，尚無發現重大異常之情事。

2.銷售集中風險

該公司111~112年度及113年前三季均無對單一客戶之銷售金額占該年度營業收入比重達10%以上者，且對前十大銷售客戶之銷售金額分別為37,659千元、35,324千元及33,213千元，占各該年度整體營業收入比重分別為22.30%、21.40%及24.86%，故該公司尚無銷貨集中之風險。

3.前十大進銷貨交易對象中，同時有進銷貨交易者之情形

該公司111~112年度及113年前三季之前十大銷貨交易對象中，並無同時有進銷貨交易者之情形。

該公司111~112年度及113年前三季之前十大供應商同時有進銷貨情形者共計7家供應商，其中6家供應商皆為意藍公司之服務合作夥伴。

該公司於提供客戶網路資料分析服務時，若客戶有網路行銷服務、廣告投放服務需求、軟體開發服務需求，會向供應商採購，供應商之業務營運上若有資料分析服務/內部行銷提案/追蹤成效需求時，也向該公司採購相關之雲端資料分析服務；另該公司依客戶需要而有支付供應商行政管理費用之情形，該供應商則因其內部需要，向該公司採購資訊分析平台服務。

經檢視意藍公司前十大進銷貨交易對象中，同時有進銷貨交易者之情形，其交易之原因尚屬合理，該公司110~112年度及113年前三季同時有進銷貨交易者之銷售金額占當年度營業收入之比例尚不重大，對該公司之財務及業務應無重大影響。

4.銷貨及收款對象不一致

該公司因銷售客戶與其關聯企業依實際使用情形而有拆帳需求、或因其集團組織調整與分工需要，要求該公司開立發票向指定關聯企業請款，而發生有銷貨及收款對象不一致之情形，經本承銷商評估上述原因尚屬合理。經檢視該公司之內部控管程序以及該公司取得客戶與收款對象關係之證明文件等資料，評估該公司對銷貨與收款對象不一致之情形管理尚屬有效，未發現有重大異常之情事，且經該公司與客戶協調簽約方式後，銷貨及收款對象不一致之情形已有所改善。另經檢視該公司提供之相關資料，該公司對該等客戶之銷售應屬真實存在，故應無重大異常情事。

該公司111~112年度及113年前三季之銷貨及收款對象不一致之營業收入金額占當年度營業收入之比例尚不重大，對該公司之財務及業務應無重大影響。

(三)該公司各期營業費用、營業外收支之評估

1.營業費用

經取得該公司各期營業費用明細帳，詢問會計主管，分析金額重大或性質特殊科目之變動合理性。該公司營業費用包含推銷費用、管理費用、研發費用及預期信用損失(迴轉利益)，111~112年度及113年前三季之營業費用分別為77,210千元、91,426千元及69,883千元，營業費用率分別為45.71%、

55.39%及52.32%，112年度營業費用較去年同期增加，主要係因新增員工人數，並調薪及增加業務獎金，加上112年度支付獨立董事報酬增加，致整體人事支出增加，以及申請上櫃相關作業費用、擴租辦公室之使用權資產折舊費用、研發所需雲端軟體支出、拜訪客戶之交通費用等增加所致。113年前三季之營業費用較112年同期增加3,240千元，主係因人事支出、辦公室使用權資產折舊費用增加等。

2.營業外收支

經取得該公司各期營業外收支明細帳，詢問會計主管，分析金額重大或性質特殊科目之變動合理性。該公司111~112年度及113年前三季營業外收支分別為1,598千元、1,583千元及2,106千元，112年度較111年度減少15千元，主係外幣兌換利益(損失)變動之影響，因111年度美國持續升息之政策影響，美金兌台幣之匯率於111年度大幅成長而產生較大之匯兌利益所致。113年前三季較112年同期增加609千元，主係因該公司增加定期存款使利息收入－銀行存款增加，以及美元升值幅度為2.96%，產生424千元之外幣兌換利益。

(四)該公司未來發展性之評估

針對該公司未來發展性說明，經訪談經營團隊及參閱本推薦證券商所搜集相關之研究報告、產業資訊及新聞資料等，評估其未來發展尚屬合理。

綜上所述，經本推薦證券商執行上述查核程序後，該公司111~112年度及113年前三季之業績變化情形、原因及未來發展性，尚屬合理。該公司經深入瞭解技術發展趨勢，透過自身多年豐富的專業研發經驗，將朝向符合市場需求之方向發展，並積極開拓智能搜尋服務之業務，經評估該公司產業發展前景及穩定之雲端分析平台服務，未來尚有一定之成長空間與動能。

(二)隨大數據分析、自然語言處理、生成式 AI、GPU、AI 伺服器等相關技術與軟硬體持續發展演進，數據分析及相關雲端服務進入門檻隨之降低，加上使用者需求及應用場景亦變化快速，有關貴公司與同業相較之競爭優勢及未來研發策略之說明，暨推薦證券商之評估意見

公司說明：

過去二十年間，軟體技術進入革命性發展時代，雲端服務模式、大數據分析形成當代軟體產業的標準架構，至 111 年，默默推進的自然語言處理技術由機器學習、深度學習，再推進至 Transformer 模型推出，促成大語言模型及生成式 AI 的問世，軟體技術進入一新紀元，可能徹底顛覆人類生活方式。隨著相關 AI 技術發展，市場需求迅速擴張，帶來以下發展趨勢：1)AI 應用門檻降低：以往 AI 模型的開發需要大量資本投入，僅限於 Google、Open AI、Meta 等科技巨頭。然而，開源 AI 模型(如 LLaMA、Mistral)的出現，使企業與個人開發者能夠以較低成本構建自己的 AI 產品；2)雲端計算與 API (Application Programming Interface，應用程式介面)商機：

生成式 AI 的運行依賴高效能計算資源，雲端平台如 AWS、Google Cloud、Microsoft Azure 提供 AI 訓練與推理(Inference)服務，讓企業無需購買昂貴硬體即可部署 AI 應用。此外，API 服務(如 OpenAI API、Anthropic Claude API)讓開發者能直接透過 API 取得 AI 功能，降低技術門檻。

上述技術及市場發展趨勢，促使擁有自然語言處理技術，但卻缺乏龐大資金及市場資源之中小型企業也得以利用開放性的技術及通用之技術資源，進入龐大的人工智慧市場，與大型業者，如微軟、Google、Amazon、Meta 及 Open AI 等，共同分享此成長潛力巨大之軟體市場，成為 AI 產業分工合作架構之一員。

一、本公司與同業相較之競爭優勢

本公司定位專精於 AI 語意分析、搜尋引擎、商業數據分析等尖端軟體技術的 AI 智能數據公司，用 AI 及大數據為企業解決商業問題，客戶所屬產業類別包含廣告行銷、金融保險業、零售通路、快速消費品(指日常消費品之需求，包括包裝食品、飲料、菸酒及個人家庭護理清潔用品等)、科技網路業、調研機構、政府機關、公共服務機關等，具有穩固的客戶基礎，與本公司提供類似服務之同業因皆非公開發行公司，無公開業務資訊，且市場上亦無相關市占率統計資訊，另外，此產業因技術變化快速，故業者多以營業秘密方式保護核心技術及研發成果，較少申請專利情形。

本公司十幾年來長期專注於自然語言處理技術之研發，並投入雲端資料分析服務產業，面對技術的發展與同業之競爭，本公司之主要競爭優勢如下：

(一)自主研發核心技術

相較於其他同業，本公司在技術方面係自主研發並掌握 AI 智能數據的關鍵技術，包括搜尋引擎、語意分析(包含本公司專屬的大語言模型 eLAND GOAT)、數據處理(分散式處理架構)等，並且將三項核心技術相互高度整合，可確保產品的高效能並可自主發展，而不致受限於採用大廠 API，僅能提供同質性服務，且無法自主創新。

(二)大規模化數據平台

本公司在營運方面建立了具備規模的「數據產線」，從數據擷取、清理、彙整、索引、分析、建立模型及視覺化等應用，每日處理數據量超過 60 億個字，建立連續性數據處理流程，從擷取到應用最快在 15 分鐘內完成，持續不中斷進行，加上多種自動化監控及備援機制，有效形成較高的競爭障礙。

(三)堅實的客戶基礎

本公司在市場客戶方面，主要客戶領域包括金融、零售、廣告行銷、政府部門等，各領域行業之領導者多為本公司之客戶，除了指標型客戶的成功經驗有助於市場推廣，可複製及擴大市場規模之外，這些客戶的服務

回饋亦有助於掌握 AI 智能數據的最新應用及發展，有利本公司持續保持領先地位。

二、研發策略

本公司主要以 Search 搜尋引擎、NLP 語意分析以及 ETL 數據處理等三項核心技術，建構雲端數據分析服務、智能搜尋解決方案及軟體技術授權三項主要產品，應用在即時觀測、行銷評估、市場研究上，協助企業了解產業及消費者，以及彙整、處理、分析企業的數據及文件，提供知識問答及智能檢索應用等各類型服務。

因應 AI 的發展進步，生成式 AI 將大幅提升機器的理解能力、生成及對話能力，並成為重要的人機介面，本公司之研發策略，短期(2 年內)將以 RAG 為研發目標，推出功能更強大的 AI 輿情顧問及 AI Search for KM 知識管理等產品；中長期(2~5 年)則以知識機器人(Knowledge Agent)為研發目標，推出可整合企業內外部營運數據、支援不同數據來源及數據種類的 AI Search for KM 等。

本公司研發策略的重點說明如下：

(一)短期(2 年內)：檢索增強生成(Retrieval-Augmented Generation，RAG)技術

本公司持續投注在 Search 搜尋引擎、NLP 語意分析以及 ETL 數據處理之技術研發，著重在非結構化資料(Unstructured Data)處理，能快速整合大量異質性資料，找出重要的關鍵內容，提供企業客戶經營決策所需。目前已發展出 RAG 應用在雲端資料分析服務 OpView 中的 AI 輿情應變顧問，以及智能搜尋中的 AI Search for KM，亦推出本公司之大語言模型 eLAND GOAT，具備應用在 RAG 過程中的摘要及問答功能。

(二)中長期 (2~5 年)：知識機器人，可彙整企業營運數據之中心

技術	發展重點
搜尋引擎	知識機器人可了解不同數據來源的內容及用法，於必要時自動查詢調用各數據的檢索功能，直到判斷答案已足夠。 研發項目包括外部數據來源的包裝套件及存取介面服務、可拆解任務及多回合查詢之能力等。
語意分析	持續增強大語言模型 eLAND GOAT 的能力，包括增加對於外部功能函數的理解及調用能力、對於查詢任務的規劃能力、強化處理多國語言混合的數據內容、強化對於圖表數據及口說語音中文字的理解等。
數據處理	能支援處理外部數據來源，包括基於大語言模型，探索並理解新數據來源中重要之部分，自動規劃並進行擷取任務。

(三)成為新一代的企業知識及營運數據中心

綜觀本公司未來的研發策略，將大量使用生成式 AI 及大語言模型，將各產品的核心邏輯及使用介面提升至下一個世代，也就是自然使用者介面 (Natural User Interface)。自然使用者介面係採用自然語言作為查詢介面，讓機器理解需求及內容，自動規劃並執行任務，最後以自然語言作為回覆。運用這樣的技術，可以實現整合內外部數據、成為新一代的企業知識及營運數據中心。

推薦證券商評估：

該公司為國內領先的 AI 智能數據代表廠商，專精於 AI 語意分析、搜尋引擎等尖端軟體技術之研究開發，擁有三大核心技術「搜尋引擎」、「語意分析」及「數據處理」，用以協助企業設計及建置處理大量非結構化資訊、索引搜尋及 AI 分析之雲端化營運數據服務，賦能合作夥伴。

該公司雲端資料分析服務占營業收入在八成以上，主要客戶包括高科技、電信、金融、零售等產業之龍頭企業，顯示該公司產品具備競爭優勢，能滿足企業客戶之需求，發揮出智能數據的價值，因此在雲端資料分析服務的市場上穩居領先有利位置。

核 心 技 術	搜尋引擎	語意分析	數據處理
技 術 簡 介	- 工業級 C++ 技術打造的自有核心 - 獨家的 P2P 點對點分散部署架構 - 遠勝於開源項目的卓越處理效能 - 可承載巨量數據處理規模	- 深度學習為基礎的新一代核心 - 領先的情緒分析、屬性詞擷取、自動摘要技術 - 兼具準確度及處理效能，可連續處理巨量數據，並從數據中學習	- 分散式平行化自動擷取架構 - 獨家的反阻擋配方技術 - 可適應多種數據的智慧解析技術 - 可處理量大、變動快的數據

該公司與市場同業公司在資本額規模及員工人數均有顯著領先差距，且同業公司之主要技術係使用外部來源 Google Cloud 及 ChatGPT，非其自主開發，故該公司在技術與產品發展上亦具有競爭優勢。該公司並發展智能搜尋解決方案，AI Search for KM 透過 AI 智能，並整合生成式 AI、搜尋引擎與 NLP 技術，針對不同提問生成更精準的客製化答覆，提供使用者更優質的知識搜尋與知識問答服務，協助企業數位轉型與提升生產力；AI Search for EC 新一代智能貼標與搜尋推薦系統，則是專為電子商務打造的 AI 搜尋引擎，協助企業品牌連結消費者與商品的橋樑，打造更好的商品搜尋與推薦體驗，讓消費者更快找到需要的商品。該公司長年致力於提供客戶更完整、專業、高品質的數據解決方案，因此在 AI 智能數據的市場發展上扮演著領先與主導的角色。

在未來研發策略方面，該公司計劃持續開發新技術應用於雲端資料分析服務，近一步深化客戶對該公司所提供服務之黏著性，並擴大應用客層，主要規劃

為提供 OpView 文章探索助理(RAG 應用)、推出加值作業區與串接專屬模型、規劃推出 OpView Insight 6社群觀測平台。結合上述的發展方向，將推出 OpView Insight 6平台，全面整合各項生成式 AI 功能，並於多項功能中支援向量搜尋，以提供更精準的輿情分析功能及自動化的 AI 報表服務。該公司將智能搜尋相關服務視為中長期發展重點，期盼帶動營收規模及獲利之成長，其產品研發重心聚焦於其新產品/服務 AI Search for KM，該產品在未來一年內將密集安排多項產品/更新計劃，並視市場及技術的變化，適時調整其產品開發重點及速度。

展望未來，隨著現今網路社群、網紅經濟、電子商務、大數據資料、人工智慧等領域快速發展，有利於帶動雲端資料分析平台服務之市場需求逐漸增加，且透過該公司之三大核心技術，可拓展為多元的客製化解決方案，協助企業「設計、建置、以雲端化營運之數據服務，賦能 (empower)合作夥伴」，能滿足客戶多樣化的需求。該公司未來將積極拓展新客戶、新應用領域，持續挑戰開發創新技術並不斷提升競爭能力，達到企業永續發展之營運目標。