社會創新組織揭露格式

社會創新組織於會計年度終了，董事會（理事會）應填寫社會創新組織揭露格式，並提請董監事會（理監事會）核備並於股東會（會員大會）提請承認。

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 一、組織基本資料 | | | | | | |
| 組織名稱 | 不來梅股份有限公司 | | | | |  |
| 營業登記日期 | 2005-09-02 | | | | |
| 組織種類 | ☑公司 {☐獨資} ☐合夥 ☐有限合夥 ☐部落公法人  ☐社團法人 ☐財團法人 ☐合作社 ☐儲蓄互助社  ☐農會 ☐漁會 ☐農田水利會  ☐大專院校  ☐其他 | | | | |
| 負責人 | 張文健 | | | | | |
| 聯絡電話 | 27181133 | | 電子信箱Email | bremen@bremen.com.tw | | |
| 聯絡手機 |  | | 統一編號 | 27765485 | | |
| 資本額 | 10,000,000 | | | | | |
| 組織登記/聯絡地址 | 臺北市南京東路三段275號12樓 | | | | | |
| 二、聯合國永續發展目標、社會使命與營運模式 | | | | | | |
| (一)貴單位符合之聯合國永續發展目標(至多3項，請勾選) | | | | | | |
| ☐(1)終結貧窮  ☐(2)終結飢餓  ☐(3)健全生活  ☐(4)優質教育  ☐(5)性別平權  ☐(6)潔淨水源 | | ☐(7)永續能源  ☐(8)良好工作  ☐(9)工業創新  ☐(10)促進平等  ☐(11)永續城鄉  ☑(12)產消責任 | | | ☐(13)氣候對策  ☐(14)海洋生態  ☐(15)陸域生態  ☐(16)和平正義  ☑(17)夥伴關係 | |
| (二)社會使命 | | | | | | |
| 理解品牌面對社會的銷售挑戰，察覺品牌角色對於社會的影響， 幫助品牌從善意出發，透過創意內容，為人類社群創造善意環境。  我們運用豐富的品牌操作經驗，協助企業推廣其已有的永續行動， 透過傳播規劃將理念擴散，將企業的善意轉化為可持續的影響力， 在ESG議題上發揮更深遠的作用，共同迎接未來的挑戰。  同時為支持環境保護和在地社區經濟發展，我們採取以下行動： ● 承諾每年在地獨立採購需達採購總支出50%以上。  ● 優先選擇「在地獨立廠商」作為合作單位，具體標準如下： 　\* 在地：供應商總部距離公司辦公地點 80 公里以內。  　\* 獨立：供應商為獨立擁有的公司（非子公司、非公開交易、非其他財團 擁有）。  ● 每月回饋一日公益場租，提供公益團體、地方社會服務團體免費使用不來梅旗下複合式空間(Milk Bar by BKA)舉辦公益活動。 | | | | | | |
| (三)營運模式 | | | | | | |
| 不來梅提供全方位的品牌解決方案，涵蓋社群內容、品牌創意、媒體導入、技術運用。 我們將社群、創意、技術與媒體緊密結合，為品牌提供量身打造的數位行銷策略。  為達成企業社會責任以及不來梅的社會使命， 在不來梅的公司經營方針以及日常教育訓練中即進行團隊內化。 當客戶為一般數位行銷需求時，不來梅團隊會主動理解企業的ESG需求項目， 在創意發展過程中尋找相關議題的機會點，為數位社群善意以及企業影響力加分。 同時也積極協助企業的ESG專案規畫，並將團隊專業能力用在為弱勢族群發聲， 主動挖掘當下社會議題，自發性邀請更多社會企業 / 公益組織合作。  此外，不來梅有講座活動空間的場租經營，為致力創造善意環境， 每月提供在地非營利組織或社企單位免費申請使用，讓更多人能夠被照顧。  ------------------------------------------------------------  ● 商業模式 1 : 數位行銷需求 從社會企業創新角度出發，當品牌提出一般的數位行銷需求，我們會主動了解企業的ESG需求項目，例如對社會、員工、環境的照顧，提出包含但不限於影片、社群活動等傳播內容方案。  案例 :  BMW、台灣櫻花、老行家、Nespresso 等 新品上市或重點產品宣傳規劃與執行製作 在專案中融入企業著重的ESG項目，善加發揮正面影響力   ● 商業模式 2 : ESG專案 企業提出指定的ESG課題或公益形象的數位行銷需求 結合不來梅的經驗與資源，提供傳播內容方案  案例 :  全家公益零錢捐 x 看見‧齊柏林基金會 #不能只有我看見台灣的美  強化全家對台灣土地關懷的ESG亮點， 推出公益聯名商品 / 首創零錢捐智販機 …等 並獲得超過預期的實際捐款數字成績   ● 商業模式 3 : 實體場租 以實體空間提供企業場租進行發表/活動運用，作為商模收益之一。 並提供在地非營利組織或社企單位免費申請使用，讓更多的社會創新理念或社會議題，得以在不來梅的場域中被傳遞與實現。  案例： 荒野保護協會 - 夏日省電講座 朝邦⽂教基⾦會 - SDGs Game 2030 體驗公益場 | | | | | | |
| 三、營運現況、年度成果與社會影響力呈現 | | | | | | |
| (一)現況與年度成果 | | | | | | |
| ● 董事會背景介紹 董事長 張○健 383,900 股 現金 / 一般股 董　事 蘇○家 184,400 股 現金 / 一般股 董　事 楊○江 135,000 股 現金 / 一般股 監察人 楊○彬 233,000 股 現金 / 一般股  ● 年度成果  一、B型企業服務 Nespresso： 3大自媒體社群內容產出，協助Nespresso在地永續溝通：膠囊回收、咖啡渣堆肥、零碳咖啡等， 每年總計提供 300篇並在年度的永續主題數位活動，創造高於預期330%的聲量成效。  鮮乳坊： 協助企業永續經營下的「食農教育」策略，統整利害關係人的角色， 建議以SDGs Wedding Cake模型為概念，規劃互動式桌遊學習，應用於體驗工作坊中。  二、社會創新專案 銀色大門： 攜手專為弱勢長輩送餐的「銀色大門」及全台駐點的微型無人商店「自由食間」， 設法讓更多人看見獨居弱勢長輩的生活困境。2個月的募款期間，個人捐款金額大幅成長164%。 創新內容獲得超過 20 位社群名人無償響應，估計總曝光人數達 1,791,500 人。 此案參加 「2024金點設計獎 - 公益設計類」，已獲得入選，預計在2024.9月底公布得獎名單。  三、社會創新媒合 文策院： 因應文策院「ESG for Culture 」專案，成為文策院的永續資源夥伴之一，構想出結合文化內容（Cultural Contents）、社會影響力（Social Impact）、企業價值（Business Value）的「CSB」創新行動方案，並提出兩個以上的創新文化業者的企業ESG方案。  國發會 x 雜學校： 參與雜學校與國際永續教育協會協辦的「綠潮行動加速器」，以新創團隊的腳色，提出永續目標下的應用合作案例，並在2024年7月的「雜學校 - 教育特有種」特展現場簡報與成果發表。  四、永續成果 更多永續行動成果每年於官網永續使命專頁公開揭露。 | | | | | | |
| (二)社會影響力呈現 | | | | | | |
| ● 2024年在地採購佔採購總支出67%： 2024年財報結算，在地採購達到了採購總支出的 67%，實現我們對本地經濟發展的承諾。將持續努力確保在地採購比例維持在高水準，支持社區的持續發展。  ● 2024年全年度共免費提供9場次的公益場地使用： 2024年已有9個本地非營利團體免費使用不來梅旗下複合式空間(Milk Bar by BKA)舉辦活動，包含：「荒野保護協會 - 夏日省電講座」、「社團法人台灣懷生相信動物協會 -《相信，改變正在發聲》2024支持者年會」、「2030 台灣無貧困推進協會 -台灣 365 拍攝計劃」、「朝邦文教基金會 - SDGs Game 2030 體驗公益場」...等活動。 | | | | | | |
| 四、財務資訊 | | | | | | |
| 財務資訊包含以下項目：  營利事業：盈餘預計投入社會使命5%；接受政府補助占全年總營收0.01%。 | | | | | | |
| 五、其他相關文件或證明 | | | | | | |
| 相關文件或證明，如經主管機關認可或依第三方標準之認證，社會創新組織亦得於揭露格式範本中揭露。 | | | | | | |