

智慧財產權管理計畫及執行情形

零售產業近年發展甚鉅，如何在消費市場展現亮點必須致力於創新概念並重視核心價值方為王道。本公司旗下自「美廉社」單一品牌開始，於本民生產業戮力近十九年，至今已創建實體通路門市品牌 4 種，並深刻認知到策略性品牌管理之重要性。在公司發展的歷程上，逐步依照願景規劃建構出眾多自有品牌；從品牌命名、定位、識別系統皆經由最高決策小組依據消費者調查數據，帶領專案管理師以及設計師一同擘劃，其中尤以品牌識別一環最顯重要。

本公司自 2008 年推出自有品牌，約佔營收總額一成以上；自有品牌與差異化商品占總商品支數約 7%，年度銷售額約二成。本公司預期為顧客提供更多元化的商品服務，結合進口商品的引進，可提高商品差異化超過 25%，以專業嚴謹的態度，讓自有品牌商品兼具美味、平價及高品質之特色。

長期致力於品牌形象規劃的目的是期望一般大眾能輕鬆辨識本公司旗下商品與服務。顯著的品牌標誌，無論是從品牌命名、圖形、標語、商品個性論述等皆歸諸於商標；眾多具高辨識度的商標成為企業形象及信譽的重要代表，同時也代表本公司對消費者的承諾。品牌經營是企業未來發展的關鍵策略，而商標作為品牌法律地位的核心支柱，既是保護品牌識別性的重要工具，也是支持企業永續經營的關鍵無形資產。

本公司智慧財產權管理之另一核心目標在於防範公司營業秘密外洩，藉此確保企業在商業經營及市場競爭中的領先競爭優勢。同時，亦旨在避免因非故意侵害他人營業秘密而對公司造成潛在損失的問題，從而維護企業之適法性與經營穩定與永續性。

本公司數位行銷處每年定期向董事會報告，2024 年已於 2024 年 11 月 1 日董事會報告相關執行情形，本公司智慧財產管理計畫及當年度執行情形彙整如下：

一、 品牌商標：

1. 所有商標委由「聖島國際專利商標聯合事務所」進行申請。
2. 據資料顯示至 2024 年 12 月 31 日為止，共計有
 - 1) 97 件商標進行申請並已註冊而核准；
 - 2) 1 件專利核定發證。

- 3) 已註冊之品牌包含：美廉社、美廉便利架、GO 美廉，以及以心樸超市命名的自有品牌：VV 心樸市集、美廉社咖啡 Simple Mart Café、Simple Life、tgh 我們很好。

二、 營業秘密：

1. 與外部合作廠商一律簽署保密切結書並明訂高額罰則，對廠商產生示警作用。
2. 針對入職員工簽署員工承諾及切結書，明定獲悉公司相關經營訊息的保密義務。
3. 與營業秘密相關的機密數據、資料與合約等設定查閱及使用權限；對電腦硬體設備與系統應用軟體做使用者帳號的分級管理；非與業務相關者嚴禁接觸相關系統與營業秘密。
4. 2024 年度未發生相關營業秘密洩漏或不法侵害情事。

三、 教育訓練：

規劃接觸相關營業秘密的員工參與 2025 年教育訓練講座與案例宣導。