經營者的話 (GRI 2-22)

各位關心永光化學的利害關係人，大家好！

2025 年，全球局勢猶如「分割螢幕」般呈現極端對比：一方面 AI 科技產業蓬勃發展，另一方面地緣政治衝突與對等關稅引發的供需失衡，卻對其他製造業帶來嚴峻考驗。永光集團 2025 年合併營收為新台幣 75 億 6,900 萬元，較前一年度減少 7%，並面臨了創業以來的首次年度虧損，這是必須嚴肅面對的警訊，但也在此逆風中展現了轉型的韌性——我們的電子化學事業成功切入 AI 供應鏈，營收逆勢成長 7%，達到 18 億 2,100 萬元，躍升為集團第二大事業體。這證明了我們堅持的高值化轉型方向，正是抵禦景氣寒冬的關鍵力量。

2025 年 ESG 亮點：逆風中堅守承諾

即使營運環境艱困，我們對環境、社會人群與治理的投入始終如一。

公司治理與創新：驅動價值、雙軸轉型

為打造高韌性體質，永光化學確立「數位 x 永續」雙軸轉型策略。我們將綠色技術轉化為動能：Everzol CS 榮獲台灣精品金質獎；鈣鈦礦封裝膠成果榮登《Nature》期刊；特化成功切入國際車廠及醫材供應鏈。2025 年榮獲 TCSA 永續報告金獎與公司治理評鑑維持前 6-20% 的肯定，我們成立數位轉型委員會導入 AI 工具，透過落實 100% 供應商盡職調查與正式接軌 IFRS 準則，我們正建構透明、誠信且具抗壓性的永續價值鏈。

環境永續：轉廢為寶，驅動綠色成長

面對全球氣候變遷挑戰，永光化學堅定推動「循環經濟與低碳轉型」。我們透過技術創新實踐「轉廢為寶」，榮獲臺灣循環經濟年度典範獎的肯定，有害事業廢棄物採回收處理率更超越目標達 13.2%。在追求營運發展的同時，各廠區同步落實節能減碳，節電率達 2.9%，絕對碳排放量（範疇一與範疇二）較基準年大幅減少約 31.4%，UPE 永續產品營收佔比突破 76%，這些實績證明對環境友善不僅是企業責任，更是驅動我們未來永續成長的核心動能。

社會人群：打造友善職場與公義社會

長年以「愛心經營」的理念，追求成為幸福企業的努力，在經營困境中得到同仁共體時艱的回報。為加速人才「數位賦能」，持續投入 AI 及 RPA（Robotic Process Automation）的培訓，受訓人數逾 1,400 人次；導入 TTQS 職能培訓系統，人均培訓達 68 小時。永光 STEM 職位女性佔比達 34%。去年對外投入約 4 百萬元於社會公益，深耕偏鄉科學教育並長期投入環境守護，贏得高達 98.8 分的社區信賴。此外，參與「經濟倫理論壇」回應聯合國 SDGs、聚焦消弭不平等，並透過「友善職場聯合招募」與「智慧科技就業博覽會」，持續延攬人才，營造多元包容的職場環境。

展望 2026 年，因應全球成長趨緩，我們以「提升競爭力，信心向前行」為主軸，我們深信「信心是對所盼望的事有把握」。永光已在綠色環保與高值化產品上超前部署，走在正確的道路上。我們將集結全體同仁的智慧與執行力，與利害關係人攜手度過難關，再創高峰。

敬祝大家 身體健康，闔家平安！

董事長 陳建信

2025 年永光化學 ESG 永續績效亮點

E 環境永續 ▪ 循環經濟與低碳轉型

減碳績效	絕對排放量較 2021 年減少 31.4% 碳排密集度自 9.8 降至 8.9（tCO_2e/ 百萬產值）（節電率 2.9%）
獲獎肯定	年省 570 **萬元**（獲《臺灣循環經濟獎》年度典範獎）
資源化成果	13.2% 有害事業廢棄物採回收處理率（優於目標）
廢棄物減量	總廢棄物較 2021 年減少 24.5%
永續營收	76% UPE 永續產品[註] 佔比

S 社會責任 ▪ 多元包容與品格深耕

獲獎肯定	榮獲 1111 人力銀行**幸福企業金牌獎**、榮獲 2025 **職場工作平權獎**
數位賦能	人均培訓 68 **小時** (AI/RPA 培訓逾 1,400 人次)
性別平等	STEM 職位女性佔比 34% (育嬰復職率 100%)
科學教育	LIS 教材提升 82% 興趣
社區信任	社區滿意度 98.8 **分** (連續四年河川認養特優)

G 公司治理 ▪ 雙軸轉型與誠信治理

AI 供應鏈紅利	電子化學事業逆勢成長 7%
獲獎肯定	Everzol CS 產品獲 **台灣精品金質獎**
獲獎肯定	公司治理評鑑前 6~20% (TCSA 金獎)
國際接軌	提前佈局 IFRS S1/S2
韌性與誠信	100% 重要供應商盡職調查 (提升在地採購、無違規資安事件、ISO 27001)

註 : UPE(Use Phase Efficiency) 永續產品，係指增進使用者效率的產品。

1.1 關於永光集團 GRI 2-1

永光集團成立 53 年，始終秉持 Better Chemistry Better Life（更用心的化學，更美好的生活）的品牌承諾，期望在特用化學品供應鏈中，透過我們的產品，讓使用者享受更美好的生活。

自創辦人陳定川榮譽董事長確立「追求進步創新，發揚人性光輝，增進人類福祉」為經營理念以來，本公司一向以「正派經營，愛心管理」為文化核心，以永續經營為使命，致力研發、生產對人類有正面價值的高科技化學品，與顧客共創價值，成為對人類有貢獻的高科技化學企業集團。

營業概況　歷史沿革　全球據點

公司法定名稱	臺灣永光化學工業股份有限公司
公司所有權與法律形式	永光集團於 1972 年成立，1988 年股票上市，法律形式屬於「股份有限公司」，公司所有權屬於全體股東。
資本總額	新台幣 54 億 7,752 萬元
營運總部所在地	台北市大安區敦化南路二段 77 號 5~6 樓
員工人數	永光化學（含營運總部、中南部辦公室與第一廠至第四廠）1,327 人；子公司（含全通科技、蘇州永光（包含珠海分公司）、上海明德 / 德樺（包含天津分公司、青島分公司）、上海安立、廣州明廣、香港永光、荷蘭永光、美國永光、土耳其 Elite、越南永光、新加坡永光、宏輝投資公司）491 人；全集團共 1,818 人。

永光集團有 6 個生產基地，包括位於桃園四個廠區、新竹全通科技及大陸地區的蘇州永光。各生產據點的地址與電話如下： GRI 2-2

1.2 經營績效 重大主題 GRI 201-1

2025 年，全球經濟進入了劇烈的結構性調整期，呈現出 AI 高端技術與傳統製造供應鏈並存的「雙軌」局勢。在傳統產業飽受地緣政治波動與市場產能過剩挑戰的夾擊下，永光化學正經歷創業以來最深刻的轉型陣痛。受整體經貿大環境波動影響，本年度集團合併營收為新台幣 75 億 6,900 萬元（較上年度下滑 7%），合併稅後淨損為（1.36）億元，較前一年度減少 154%，是公司成立以來的首度虧損。

項目	2025 年度（仟元）
營業收入	NT$7,568,574
營業外收入	NT$95,013
產生的直接經濟價值（A）	NT$7,663,587
營業成本（成本 + 費用）–（薪資與福利）	NT$6,135,428
員工薪資與福利支出（用人費用）	NT$1,625,138
支付出資人款項（股東股利 + 利息費用）	NT$236,313
支付政府的款項	NT$23,678
社區投資	NT$4,010
分配的直接經濟價值（B）	NT$8,024,567
留存的經濟價值（A-B）	-NT$360,980

面對營運挑戰，永光化學憑藉高值化布局展現強大韌性。電子化學事業精準對接全球 AI 供應鏈，逆勢增長 7% 並躍升集團第二大經營核心，成功落實半導體與先進封裝材料轉型。展望未來，我們將加速優化財務體質與產品組合，秉持誠實透明原則，與利害關係人共創具長期韌性的永續價值。

重大主題 1	組織韌性－經營績效
管理政策與承諾	「重塑競爭力、強化價值韌性、推動雙軸轉型」為經營核心，透過持續優化營運模式、提升經營效率與強化風險韌性，追求穩健獲利與長期價值創造，確保企業永續經營並回應利害關係人期待。
治理組織	總經理室、各事業處負責人
管理行動	・聚焦利基產業與高附加價值市場，優化產品與市場組合。 ・突破既有獲利模式，推動創新轉型與新事業布局。 ・透過流程優化、數位化與資源整合，全面提升營運效率與成本競爭力。
投入資源	・配置策略規劃與營運管理人力，強化經營決策與執行力。 ・投入研發、數位轉型及製程改善資源，支持創新與效能提升。 ・運用資本支出與投資評估機制，確保資源配置符合長期經營策略。
指標與目標	管理指標 / 2026 年目標 / 2030 年目標 每股稅後盈餘（EPS）（元） / ＞0 / ＞0 股東權益報酬率（ROE）（%） / ＞0 / ＞0 管理指標說明 每股稅後盈餘（EPS）= 稅後淨利 ÷ 在外流通股數 股東權益報酬率（ROE）=（稅後淨利 / 股東權益）x 100%
評估機制及改善機制	・定期檢視財務績效與關鍵經營指標，追蹤目標達成情形。 ・透過年度預算、滾動式經營檢討及投資績效評估，即時調整經營策略。 ・由高階管理階層審視經營成果，持續優化營運模式與資源配置，以提升整體經營韌性。
2025 年執行成效	・每股稅後盈餘（元）- 0.21 ・股東權益報酬率（%）- 1.6 ・自有資金佔總資產比例（%）：個體財報：73、合併財報： 66
與利害關係人溝通	・透過股東會、年報及永續報告書，向投資人揭露經營績效與策略方向。 ・與金融機構、投資人及員工保持溝通，說明公司經營成果與未來展望。

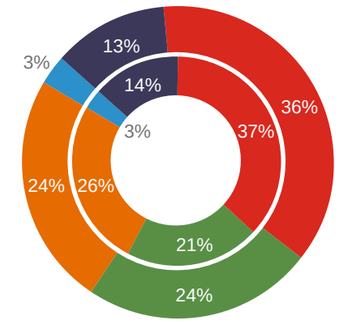
2023-2025 年個體與集團合併營業收入與每股盈餘（單位：新台幣千元）

個體			
項目	2023	2024	2025
營業收入	6,108,600	6,528,041	6,037,221
營業成本	5,008,425	5,205,392	5,054,344
營業利益（損失）	115,031	252,270	3,648
稅後淨利（損）	85,866	243,590	（117,176）
每股盈餘	0.16	0.44	（0.21）

集團合併			
項目	2023	2024	2025
營業收入	7,861,424	8,168,220	7,568,574
營業成本	6,261,590	6,380,955	6,132,894
營業利益（損失）	83,420	175,360	（196,002）
稅後淨利（損）	95,077	253,262	（136,155）
每股盈餘	0.16	0.44	（0.21）

2024 與 2025 各事業處營業額占比

外圈 : 2025 年 / 內圈 : 2024 年



1.3 營運活動與價值鏈 GRI 2-6

永光化學為台灣特用化學品領導企業，產品涵蓋色料化學品、特用化學品、電子化學品、碳粉材料與醫藥化學品。公司在台灣設有完整研發與製造基地，並於亞洲、美洲與歐洲設置銷售據點，協助全球客戶提升產品效能與製程效率。上游供應鏈原物料來自國內與國外的供應商，直接上游供應商包括基礎化工原料、有機化學中間體及更上游的石油化學、煤焦化學與天然氣化學等；永光產品廣泛應用於各類產業，主要包括紡織/皮革/鞋業/紙材/金屬染色/列印耗材，塑膠/塗料，光電/半導體與健康醫療等產業。

我們從源頭管理做起，落實上游的責任採購與供應商 ESG 稽核；在核心製造端，透過精密綠色製程、研發創新與提升能源資源效率，打造包括支援 AI 供應鏈的電子化學品等多元高附加價值產品，具體實踐工業創新與責任生產（SDG 9, 12）。

在下游應用端，我們積極推廣符合 SASB 標準的「使用者效益（UPE）永續產品」，協助客戶達成節能、減廢與低碳製程等 ESG 目標（SDG 13 氣候行動），展現與客戶共創價值的承諾。這條貫穿全價值鏈的綠色路徑，最終導向終端市場的各種環保與健康應用，實踐永光「更用心的化學，更美好的生活」之品牌使命。

— 本報告期間內本公司並無價值鏈以外之其他相關商業關係。本報告期間內，永光集團之現行行業類別、上下游價值鏈結構及與主要供應商/客戶之商業關係，與前一報導期間相比均無顯著變化 。

— 全球主要生產基地與營運據點維持穩定運作，未發生設施關閉、重大擴建或供應鏈結構之大規模調整。

產品種類	產品類別
色料化學品	紡織染料、皮革染料、噴墨用高純度染料、數位紡織印花用高純度染料、數位紡織印花墨水、金屬染料、紙用染料、濕氣反應型貼合膠、功能性化學品、太陽能染料及封裝膠
特用化學品	紫外線吸收劑、受阻胺光安定劑、配方產品、功能性母粒、抗氧化劑、高分子可聚合型染料
碳粉產品	彩色碳粉、黑色碳粉、碳粉成品卡匣、瓶裝及袋裝等、載體及顯像劑、陶瓷碳粉
電子化學品	半導體與光電產業用之光阻劑、顯影液、研磨液、濕式製程化學品、熱固化及光固化功能性油墨、功能性化學品、感光型聚醯亞胺
醫藥化學品	前列腺素原料藥、其他原料藥

永光化學營業活動與價值鏈

階段（Phase）	核心活動（Core Activity）	關鍵輸入 / 產出（Key I/O）	關鍵參與者（Key Players）	價值創造重點（Value Focus）
上 / 中游：原料供應	原料採購、品質檢驗、永續供應鏈管理	輸入：芳香烴、胺類、酸鹼、有機溶劑	石化產業、基礎化工原料及有機化學中間體製造商	確保原料穩定、高品質、成本優勢
永光化學：製造	特用化學品製造、精密合成、配方設計	產出：色料化學品、特用化學品、電子化學品、碳粉材料與醫藥化學品	Everlight Chemical 永光化學	研發創新、製程優化、提升產品附加價值及永續效益
下游：應用產業	產品應用、技術支援、共同開發	應用：紡織 / 皮革 / 鞋業 / 紙材 / 金屬染色 / 列印耗材、塑膠 / 塗料、光電 / 半導體與健康醫療半導體、製藥	染廠、塗料 / 材料公司、製藥廠、電子製造商、面板廠 .. 等	強化市場黏著度、拓展新應用
市場 / 最終消費	最終產品製造與銷售	最終：電子產品、汽車、服飾鞋類、藥品等	品牌商、零售商、消費者	滿足終端需求與環保、產品安全趨勢

永光化學永續價值鏈流程圖

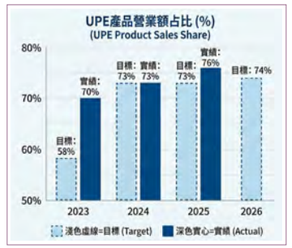
UPE 永續產品與新產品的營收貢獻 SASB RT-CH-410a.1

自 2021 年起，集團研發就設定增進使用者效益的 UPE 永續產品逐年營業額佔比與目標，因客戶的 ESG 訴求而呈現穩定成長，2025 年使用者效益（Use-Phase-Efficiency）的永續產品（簡稱 UPE 產品）占總營收 76%，較 2024 年成長 3%，顯示 UPE 產品的推廣策略逐漸發揮效益。新產品營收則占 12%，略高於前一年水準。2026 年目標設定新產品貢獻度占比提升至 13%，期待透過新產品進一步拓展市場。本公司將持續投入研發，增加 UPE 產品的生產與銷售比例。

年份	2023		2024		2025		2026
	目標	實績	目標	實績	目標	實績	目標
UPE 產品營業占比[註1]（%）	58	70	73	73	73	76	74
新產品營業額占比（%）	14	15	10	10	11	12	13

註 1：由於產品屬性不同，UPE 產品範疇不包含醫藥事業處，故計算 UPE 產品占比時須扣除其營收，使得實績較預期目標高。

2023-2026 UPE 產品與新產品營業額佔比實績與目標

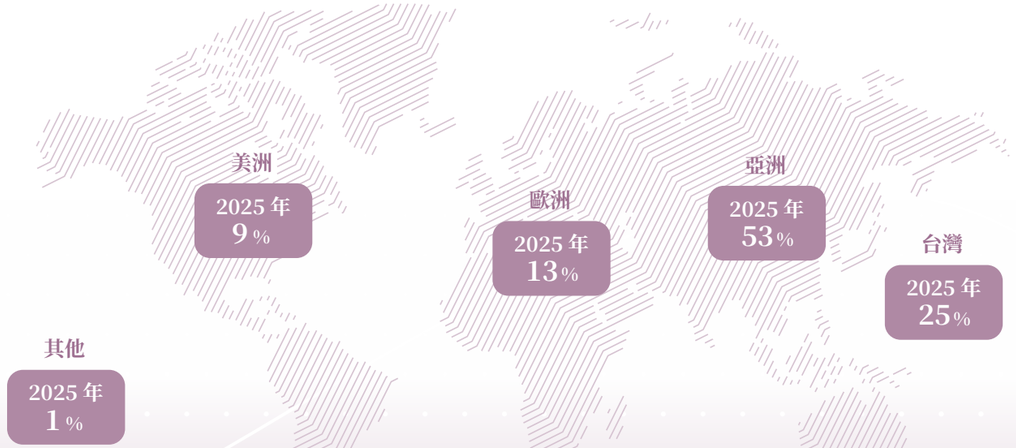


1.4 客戶與市場

永光化學的產品主要以外銷為主，集團主要客戶來自於亞洲，約占一半以上，歐美合計約占 22%。

2025 年永光化學個體與集團在各市場銷售額及比例

個體	銷售額 (百萬元)	比例
台灣	1,803	30%
亞洲	2,951	49%
歐洲	763	13%
美洲	476	8%
其它	45	1%
總計	6,037	100%

集團	銷售額 (百萬元)	比例
台灣	1,868	25%
亞洲	3,985	53%
歐洲	968	13%
美洲	693	9%
其它	54	1%
總計	7,569	100%

永光集團 2025 年各市場銷售額占比