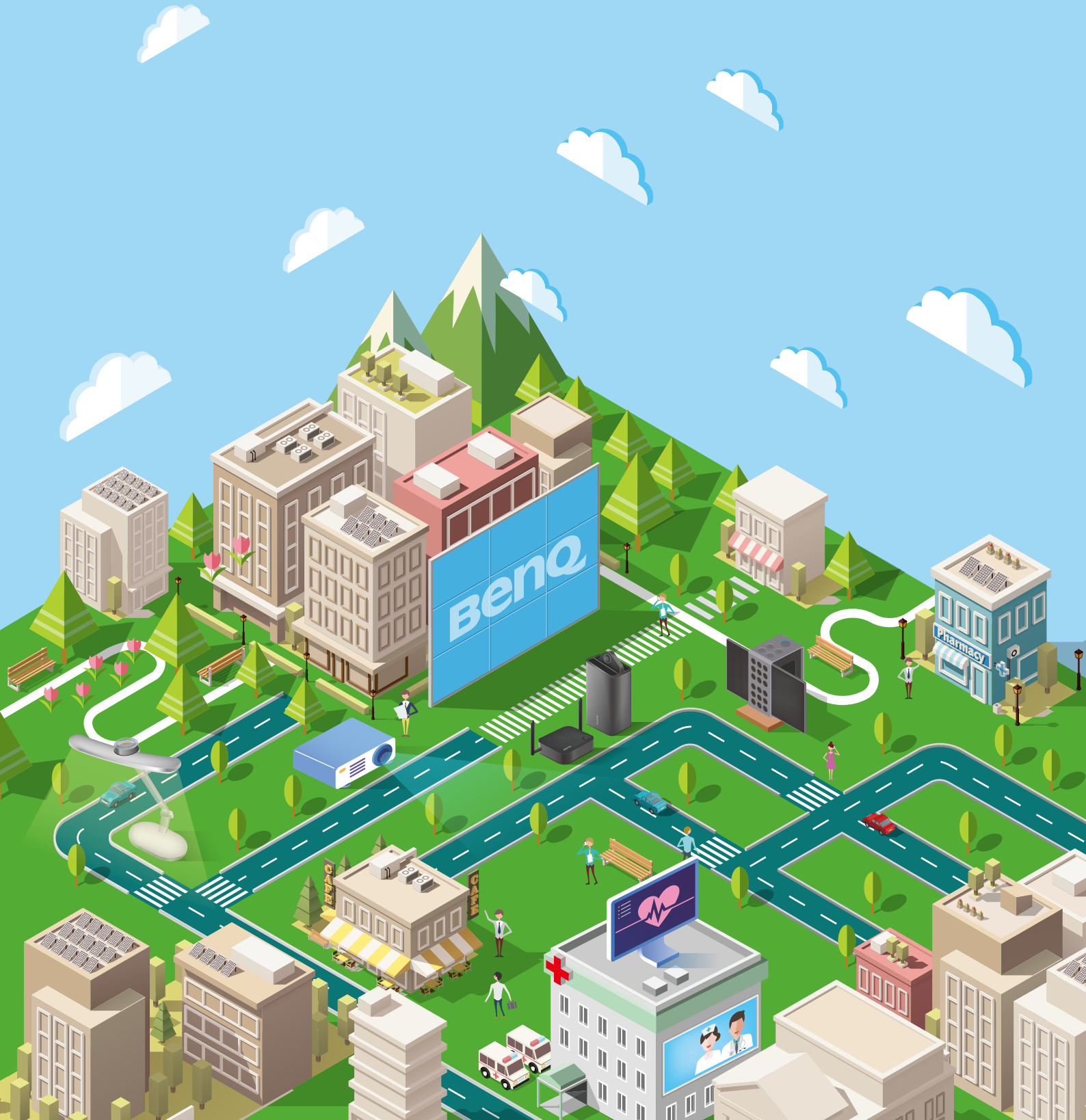
企業社會責任報告書

CSR REPORT 2019



永續的責任
不變的承諾



總經理的話



李文德
總經理暨執行長

企業的永續有賴於經濟、環境、社會三方經營的堅實基礎，唯有透過不斷的實踐，才能為未來的永續成長積蓄能量。BenQ持續深化企業願景「實現科技生活的真善美」，透過多角化經營的方式，從3C產品跨足L.I.F.E四領域，希望提供消費者更美好的數位時尚生活、高效能的企業營運、完善先進的醫療設備服務與更靈活應用的教育學習，也希望在追求獲利與成長的同時，善盡企業責任，向社會及大眾傳遞積極正面的影響力。

在經濟環境面，2019年受到全球資訊電子產品需求成長停滯的影響，整體市場略有衰退。BenQ延續專業、高階且高附加價值為核心的產品開發策略，以因應市場衰退、低階產品量縮的狀況。以液晶顯示器為例，BenQ持續專注在專業顯示、電競顯示及大尺寸高階顯示器的銷售開發。領先導入新一代護眼顯示技術，結合TUV Rheinland護眼認證，進一步深化護眼顯示在全球市場的領導地位。BenQ液晶顯示器將朝向應用創新、功能差異、和特殊應用的方向持續穩定成長；投影機更是連續十一年穩居全球DLP銷售第一。團隊同仁不斷深耕客戶需求體驗，以領先全球的『CinematicColor™獨家色彩管理技術』深耕家用市場，也同步積極投入發展商務與高階工程的應用市場，持續放大全球市場占有率的領先地位。

在產品設計上，2019年多有斬獲。BenQ Projector Molded Pulp Packaging 投影機紙塑包裝從材料、結構進行包裝創新，降低電子商務包裝對環境的衝擊，榮獲「IF Design金獎」、「IDEA金獎」及「G-Mark」三大國際設計獎項肯定；為電腦繪圖工作者設計的專業顯示器PD series榮獲「G-Mark」及「Golden Pin(金點)」；行動投影機GV1、GS2及家用投影機W1700、W5700也獲得多項設計獎項，體現BenQ對投影機使用者需求的觀察與回應。另外如PianoLight智能鋼琴燈、MindDuo親子共讀檯燈也獲得「台灣精品獎」，明基獨創的設計定位，不僅多次受到國際設計界矚目，各項產品也皆以環保、節能納入考量，並榮獲能源之星認證。

環境管理面上，BenQ產品延續「全產品生命週期」的思維，在研發設計階段整體考量產品後續運送及使用階段對環境的影響，採用節能、包裝減量、易回收等設計。透過各環節的改善，創造出對環境友善及對環境衝擊較低的綠色產品。如BenQ WiT智慧檯燈，摒棄多數檯燈慣用的廉價塑料，採用對環境友善的綠色材料，即便在需要採用塑料的部份，也避免採用對地球不友善的噴漆處理方式，以最純淨的設計來愛護地球，以回應相關利害關係人的期待。BenQ同時亦定期接受第三方的驗證，切實執行環境管理的工作，並鼓勵員工參與。

社會方面，我們相信人才是公司最重要的資產， 也是事業成長的關鍵，因此 BenQ致力營造安心、放心的工作環境，同時積極投入多元化的教育訓練來培養員工的創新力與競爭力，進一步為公司累積持續成長的實力。2019年獲得「亞洲最佳企業雇主獎」，是由HR Asia透過企業調查報告、員工匿名問卷調查、實地環境參訪等多面向的評鑑方式來鑑定評比企業。BenQ在員工匿名問卷調查分數遠高於產業的平均，顯示同仁們對於公司在人才的培育和創建良好工作環境所投注的努力，給予相當的認同。

BenQ自2016年起連續獲得教育部體育署「運動企業認證」，持續在運動硬體設備和活動規劃上創新，提供員工Work Smart 、Play Hard 的五星級職場環境。2019年我們設立創新沙發區，內含許多協助創意發想討論的設施，讓同仁在輕鬆心情下工作，加速創意發想。為了提升環境優於五星級飯店，全面換裝免治馬桶，設置萬元等級烤麵包機，義式咖啡機等。升級員工用餐等級，改造成All you can eat的自助餐廳，有各色健康美味的餐點，還有水果吧與飲料吧皆可任意取用。提倡工作生活平衡方面，舉辦家庭日、幸福小時光、運動活動、正向力講堂、藝文活動等各式健康有趣活動，充分營造幸福企業，提供全方位員工身心靈照顧。

BenQ是一個以人為本的品牌，我們相信設計與科技必須滿足消費者真正的需求，才能發揮最佳的功能。而若能由人出發延伸至社會，更能傳遞良善的企業價值，帶給社會美好的影響，我們希望明基精神能進一步擴展至台灣每個角落，充分實現科技生活的真善美。

關於明基



- 公司名稱
  明基電通股份有限公司
- 成立日期
  1984年4月21日（2007年9月1日完成與代工業務的分割）
- 品牌創立
  2001年12月5日
- 資本額
  新台幣40.86億元
- 營業額
  新台幣281億元（2019年）
- 總部
  台灣台北市114內湖區基湖路16號
- 員工總數
  全球1,509名員工 / 台灣466名員工（截至2019年12月，不含派遣）
- 董事長
  李焜耀
- 總經理暨執行長
  李文德

投影機



液晶顯示器



雲端消費性電子產品





移動通訊產品



數位看板

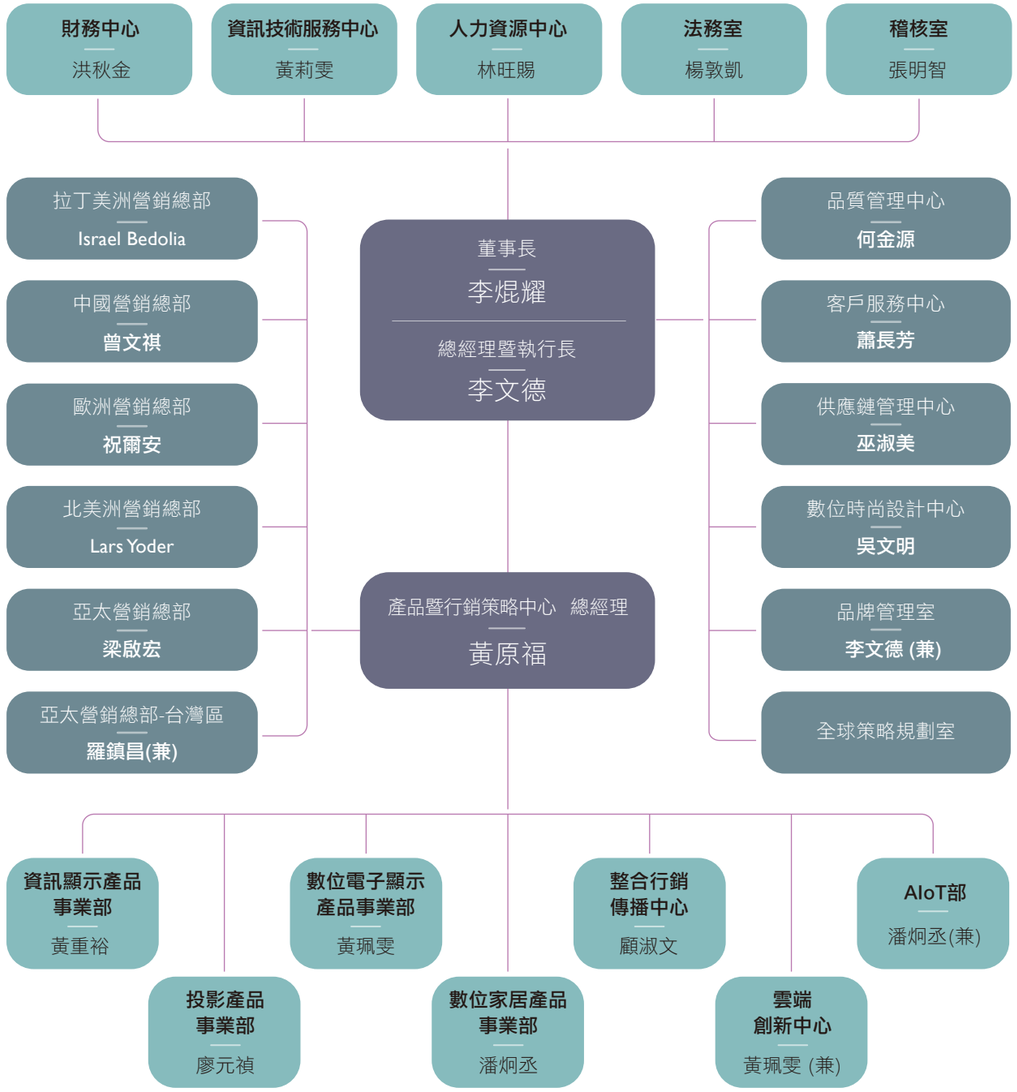


LED 設計燈飾



公司組織

公司組織圖



全球營運策略

明基全球業務區分歐洲、北美洲、拉丁美洲、中國及亞非中東等五大區，於30國共設有43個營運據點，行銷至遍布100餘國：

明基經營團隊採「營運總部全球決策、區域營銷中心在地執行」的營運策略，及「深耕核心市場、追求創新成長」的成長策略，讓BenQ品牌走向國際競爭的平台，達到企業永續經營的目標。

營運總部全球決策，區域營銷中心在地執行

為強化發展國際品牌的基礎，明基於營運總部設置全球營銷與服務管理體系的決策中心，系統化並優化營銷與服務管理，以期掌握市場、準確預測需求，增進服務管理及供應商管理，提升整體營運效能。

深耕核心市場，追求創新成長

持續深耕3C產品的經營及跨足拓展商用市場，利用與上游技術伙伴的整合，推出「領先市場」及「差異化」的產品，如：護眼螢幕、電競螢幕、DLP 4K投影機、大型商用顯示器等等，提昇產品競爭力及品牌價值，鞏固品牌地位。運用視覺科技、移動科技以及設計能力領域所厚植的研發實力，以及明基友達集團豐富的關鍵零組件及技術優勢，掌握市場脈動及趨勢，致力於開發價值創新產品，擴張品牌版圖。

公司營運據點

北美洲

區域總部/美國(Irvine)
加拿大
美國

拉丁美洲

區域總部 / 美國
巴西
墨西哥

歐 洲

區域總部 /荷蘭(Eindhoven)
奧地利
瑞士
德國
英國
荷蘭
瑞典
義大利
法國
西班牙
俄羅斯
東歐
- 捷克
- 斯洛乏克
- 匈牙利
- 羅馬尼亞
- 烏克蘭
- 波蘭

中 國

區域總部 / 中國(蘇州)
北京
成都
福州
廣州
杭州
香港
濟南
上海
瀋陽
深圳
蘇州
天津
武漢
西安
鄭州

亞 太

區域總部 / 台灣(台北)
澳洲
印度
日本
韓國
馬來西亞
新加坡
泰國
台灣
土耳其
阿拉伯聯合大公國









明基企業核心文化

企業願景與品牌使命

從「實現科技生活的真善美」（Bringing Enjoyment 'N' Quality to Life）願景出發，BenQ 致力成為科技產品和整合解決方案的領導企業，用心瞭解人類生活的需求，投入數位生活、企業營運、醫療保健以及教育學習領域，提供增進生活品質、促進營運效能、帶來完善健康照護以及創造靈活學習應用的多元創新產品。

公司願景



核心價值觀



核心價值觀

我們擁有『實現科技生活的真善美』的共同願景，並透過『誠信自律』、『熱情務本』、『追求卓越』、『關懷貢獻』四大價值觀來實踐。

- 以「**誠信自律**」品德承諾，不投機作假，以身作則遵守公司紀律規定，並說到做到。
- 「**熱情務本**」用主動積極態度完成任務，熱愛自己的工作和夥伴，堅守承諾。
- 「**追求卓越**」開放心胸勇於創新與改變，持續學習成長，不斷追求更好的精神。
- 對整個社會的「**關懷貢獻**」，落實環保及永續發展的承諾，對顧客、社會與環境利益做出貢獻。

榮譽記事

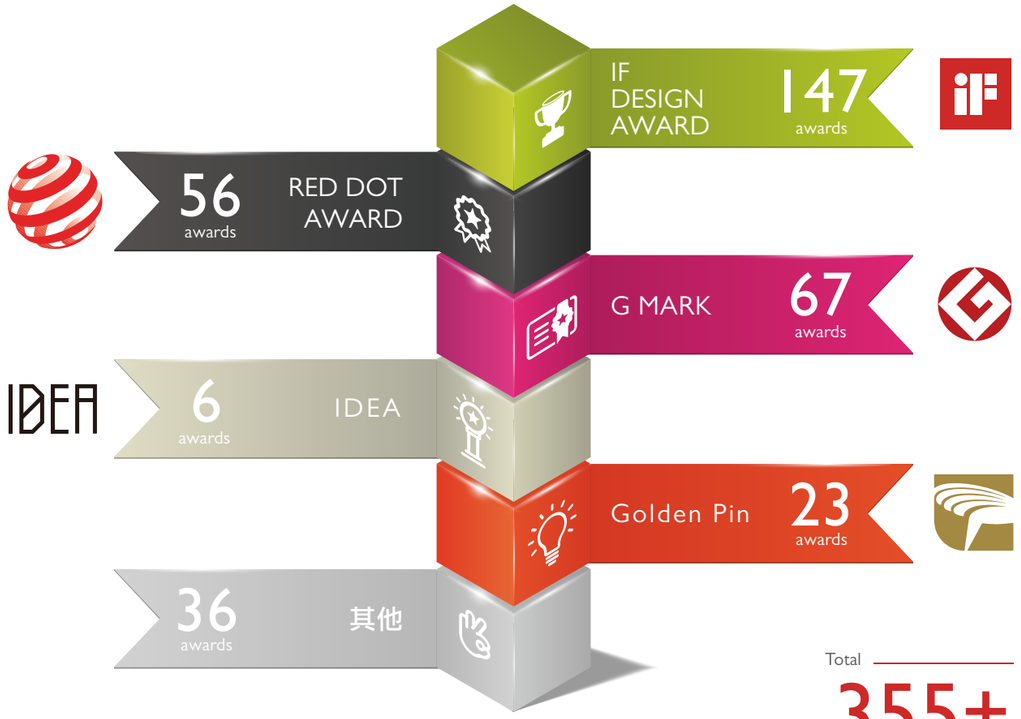
明基獨創的設計定位，也從品牌發表起多次受到國際設計界的矚目，累計獲得逾300項設計獎，2019年獲得11項國際設計大獎，成立至今在國際設計四大獎獲得包括147座iF獎項、56座red dot獎項、6座IDEA獎項和67座G Mark獎項。不容忽視的設計實力，也同樣引起國際大媒體的注意，多次登上BusinessWeek的封面，讚揚BenQ以創新設計成功掙脫微利桎梏，維持台灣的競爭力。而隨著數位時尚中心的備受注目，連帶提高台灣整體設計力的曝光度。

得獎事蹟

2019

- BenQ Projector Molded Pulp Packaging投影機紙塑包裝獲「IF Design金獎」、「International Design Excellence Awards 2019 (Gold)」及「Good Design Awards (G-Mark)」
- BenQ GV1行動投影機獲「IF Design」及「Golden Pin(金點)」
- BenQ GS2行動投影機獲「Good Design Awards (G-Mark)」及「Golden Pin(金點)」
- BenQ 家用投影機 W1700 及 W5700 獲「IF Design」
- BenQ 專業顯示器PD20 series 獲「Good Design Awards(G-Mark)」及「Golden Pin(金點)」

國際認同之設計獎 2002~2019



Total
355+
國際設計獎

參與協會／公會

產業協會或公會是明基營運策略的重要參考。透過協會／公會，明基可取得營運發展之相關資源（例如產業活動、品牌經營、政府專案計畫等），或反饋企業社會責任成果（例如經驗分享、成果發表會等）。2019年明基於台灣地地區加入下列和資訊產業有關的協會／公會：

協會 / 公會角色

協會 / 公會名稱	管理角色	會員角色
內湖科技園區發展協會	●	●
台灣精品品牌協會（TEBA）	●	●
ICC (international Color Consortium)	●	●
台灣區電機電子工業同業公會	○	●

此外，明基也持續關注Climate Savers Computing、Carbon Trust於節能減碳、產品碳足跡議題，及Green Peace、iNEMI（International Electronics Manufacturing Initiative）於汰除有害物質、無鹵產品發展議題之國際倡議。

品牌管理

品牌定位

從「實現科技生活的真善美」（Bringing Enjoyment'N'Quality to Life）願景出發，BenQ致力成為科技產品和整合解決方案的領導企業，用心瞭解人類生活的需求，投入數位生活、企業營運、醫療保健以及教育學習領域，提供增進生活品質、促進營運效能、帶來完善健康照護以及創造靈活學習應用的多元創新產品，包括一系列投影機、專用液晶顯示器、商用大型顯示器（互動式、數位看板）、喇叭、上網精靈、消費性雲端產品、移動通訊產品及WiT護眼智慧檯燈等，實現科技生活的真善美。

品牌對外溝通　以綠色品牌企業社會責任為訴求

除了提供消費者在生活應用上的科技創新，BenQ致力打造成為綠色品牌企業，包括綠色產品設計、綠色採購、綠色生產、綠色行銷、電子電機廢棄品回收及再生再利用等一連串綠色活動，串鏈成明基綠色價值鏈。

「保育自然、落實環保」一直是BenQ企業文化核心價值觀的要項，從2004年開始導入綠色產品概念，從過去只是符合綠色法規要求，至今採取自發性「綠色產品設計」與「資訊揭露」，至今BenQ各項產品皆將環保、節能納入考量，並榮獲中華民國能源之星標認證，如WiT智慧檯燈部分，材質上摒棄多數檯燈慣用的廉價塑料，採用對環境友善的綠色材料；燈頭與燈臂採用航太工程鋁合金材料，質輕堅韌，更為LED燈源提供良好的散熱，避免一般塑料燈頭因散熱而可能釋放出塑化劑的疑慮；必須堅固可靠的關節部份，WiT採用強健的鋅合金壓鑄製程，確保燈具關節的每一次調整都完好如初；即便在需要採用塑料的部份，也避免採用對地球不友善的噴漆處理方式，以最純淨的設計來愛護地球。

BenQ積極開發對地球友善的綠色產品，讓產品符合綠色法規要求，更讓所有產品都能夠綠活再生，期待在穩定獲利、持續成長的企業體質下，善盡企業公民責任，追求經濟成長、社會責任及環境保護的三重成果，帶動社會正面向上力量，並創造人類與地球的共生美好；這也是我們對企業永續發展的堅持與承諾。

品牌對內溝通　凝聚四大價值觀實踐企業社會責任的共識

BenQ以「實現科技生活的真善美」為企業願景，透過「誠信自律」、「熱情務本」、「追求卓越」、「關懷社會」四大價值觀來實踐，其中「誠信自律」品德承諾，不投機作假，以身作則遵守公司紀律規定，並說到做到；「熱情務本」用主動積極態度完成任務，熱愛自己的工作和夥伴，堅守承諾；「追求卓越」開放心胸勇於創新與改變，持續學習成長，不斷追求更好的精神；對整個社會的「關懷貢獻」，落實環保及永續發展的承諾，對顧客、社會與環境利益做出貢獻。

BenQ相信好的企業文化，能夠影響同仁的處事思維，讓良善的想法與行動不斷向外影響、擴散，進而實踐企業社會責任。



明基企業社會責任



永續發展與企業社會責任

企業社會責任一直是明基身為地球公民關注的重點，也是明基打造永續經營企業的精神與文化基石。我們將企業社會責任融合於營運策略中，包含公司政策、內部營運管理模式、各種執行程序及教育訓練規劃等。

為達成企業永續的目標，我們明基企業集團依據公司的企業社會責任政策推行以下事務：

- 遵守法規要求
- 力行人道待遇
- 建立溝通機制
- 培訓員工職能
- 尊重智慧財產權
- 提升社會文化及關懷弱勢
- 提倡就業自由
- 禁止不當歧視
- 健全薪資福利
- 強調誠信經營
- 實施透明資訊
- 推廣社會責任

明基企業社會責任委員會

為更落實全面推動企業社會責任，2010年七月，明基企業社會責任委員會成立，藉由將企業社會責任目標融入日常的工作目標當中，期望能更全面地推動企業社會責任的落實，達到個人、企業、社會、環境共生共榮的境界。

BenQ企業社會責任宣言：

致力打造BenQ成為綠色品牌企業，在穩定獲利、持續成長的企業體質下，善盡企業公民責任，追求經濟成長、社會責任及環境保護的三重成果，帶動社會正面向上力量，並創造人類與地球的共生美好；這也是我們對企業永續發展的堅持與承諾。

CSR 構面圖



與利害關係人的溝通

身為世界知名品牌，明基相信保持無障礙的溝通可以充分了解利害相關者的想法及需求。為確實了解利害相關者關切的主題以及可能有的疑問，並將利害相關者所關注之重大性議題納入企業永續發展政策，明基採用了AA 1000APS當則性原則標準(AA 1000 Accountability Principle Standard，AA 1000APS)，協助我們鑑別與回應永續性資訊並提高揭露永續性資訊的嚴謹度。明基遵循AA 1000APS標準的方法請參考下圖，符合三大原則—包容性(Inclusivity)、實質性(Materiality)及回應性(Responsiveness)的具體作法說明如下：

明基遵循AA 1000APS當則性原則標準方法



包容性 (Inclusivity)

所謂的包容性亦即在發展負責任且具策略性之永續發展方法時，將利害相關者納入考量。因此，明基採取了以下三個步驟以遵循及符合包容性的精神：

1.定義利害相關者：對我們的營運有重大影響或被我們的營運重大影響之個人或團體。

2.鑑別利害相關者：依據以往各部門內部溝通與外部溝通經驗，以及利害相關者的定義，我們歸納出六個主要利害相關族群為：投資人、客戶、員工、供應商、社區與非營利組織。

3.建立利害相關者觀點引入公司之永續發展機制：上述我們鑑別出之六個主要利害相關者族群，其所關注之主題對我們的永續發展均有一定程度之影響。針對每個利害相關者公司都有專屬的溝通管道，並定期蒐集、反饋利害相關者的意見，以保持與利害相關者互動(如下表)；

與利害關係者的溝通管道

利害關係者	關切主題	溝通頻率與管道	明基回應方式
投資人	1.營收狀況 2.獲利情形 3.未來業務成長性	• 每季業務說明會 • 每季董事會	本公司為非公開發行公司，由本公司母公司佳世達科技（股）公司100%持有，每季均向佳世達科技（股）公司董事會報告業務概況，使投資人了解本公司營運情形，另外每季也會透過業務說明會之召開，讓員工透過此管道提出建議或經營方向。 此外，本公司依法會透過佳世達科技（股）公司發佈重大訊息，提升資訊透明度。
客戶	1.環境關聯物質 2.產品規格功能 3.環保標章產品	• 客服電話 • 網站	透過客服中心聯繫與網站訊息，客戶可了解明基產品相關資訊。此外，明基主動因應各項產品法規，並積極導入節能減碳設計，確保通路客戶之產品符合性。
員工	1.工作環境 2.員工福利 3.人權 4.未來業務成長性	• 每日電子報 • 每月業務說明會 • 每季品牌 • 文化活動 • 每季福委會 • 每季勞資會議 • 每季伙委會 • 每兩年員工意見調查	明基經由每日電子報、每月業務說明會讓員工掌握公司重要訊息、業務現況及未來發展。透過各種品牌／文化活動的舉辦、影片／海報的宣傳、員工意見調查，可使員工更了解進而喜愛公司的品牌與文化。另，明基重視員工各項福利，每季福委會、伙委會均由代表審視活動及福利規劃，及駐點飲食供應商提供之服務及品質，此外更參與內科管聯會／協會會議，積極增強工作與生活便利性。
供應商	1.供應鏈管理 2.綠色產品規格	• 每季業務檢討會（QBR）	明基每季皆與供應商進行業務檢討會議，並與供應商雙向溝通年度政策、目標、綠色產品規格及綠色供應鏈管理等議題。其他產品會視營運狀況決定召開與否。
社區	1.企業社會責任 2.社會公益活動	• 每季內科管聯會 • 內科協會會議 • 明基友達基金會	明基參與內科管聯會及內科協會，直接或間接配合政府政令宣導，並反饋善盡社會責任成果。明基友達基金會則是我們協助／贊助各項社會公益活動之最佳代言人。
非營利組織	1.環境關聯物質 2.綠色產品	• 代表信箱 • 傳真 • 電話	全球環保議題已成為生產者主動之義務與責任，明基藉由公司代表信箱、傳真及電話收集相關詢問，經相關部門研析確認後即時回應。

此外，針對利害相關者主要關注主題以每年的企業社會責任報告書彙整資訊提供利害相關者參考(如下圖重大主題分析表)。

實質性 (Materiality)

實質性係指評估每個議題的相對重要性以決定所需之管理深度以及需納入永續發展報告之內容。明基遵循永續報告標準(GRI Standards)之重大性鑑別方式，每年定期判定利害關係人關心之重大主題。

明基主要透過二大主要利害相關者之問卷調查方式，邀請利害相關者針對國際社會關心的43項議題進行評分。問卷調查以員工及供應商為調查對象，由員工鑑別該主題對明基的衝擊程度，並由供應商評定對該主題的關心程度，總計回收111份問卷。兩群組評分以程度低至高給予1~10分的分數，並依據其總分數進行總排序，總計共篩選出8項重大主題，如下表所示。最後並檢視報告書是否已完整揭露相關訊息，作為下年度參考。

回應性 (Responsiveness)

回應性是藉由企業營運各方面之參與，管理與回應具重大性之主題、挑戰及關注點。經過重大性主題的區分，重大主題除既有溝通管道外，亦在年度企業社會責任報告回應，而次要重大主題以既有溝通管道回應。

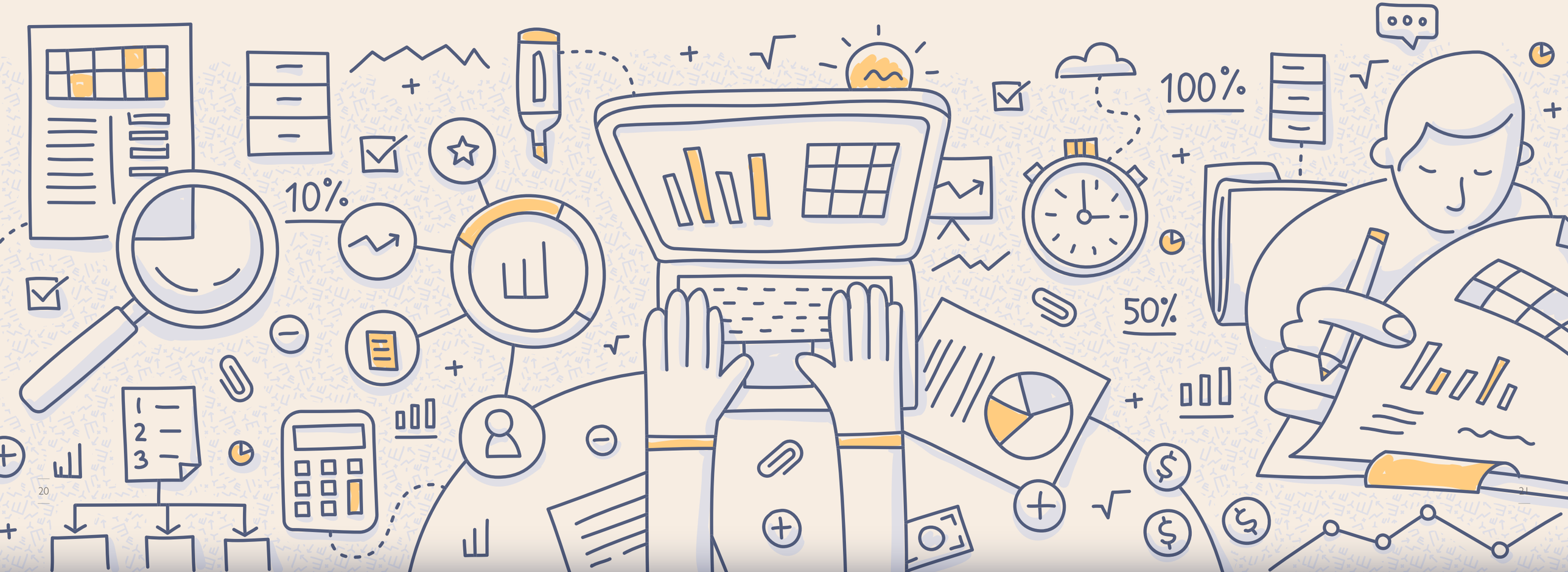
重大主題分析

項次	類別	主題	章節	邊界	
				組織內	組織外
1	經濟	風險管理	監督與風險管理	●	●
2	經濟	合法守規	合法守規	●	●
3	社會	客戶隱私保護	客戶隱私保護	●	●
4	社會	員工薪資及福利	人權管理	●	
5	環境	溫室氣體及能源管理	氣候變遷	●	●
6	環境	廢棄物管理	廢棄物管理	●	●
7	健康與安全	過勞	作業環境安全	●	
8	健康與安全	健康管理	作業環境安全	●	

重大性主題分佈



公司治理



公司治理

公司治理組織架構

本公司於公司治理運作，係以強化董事會的運作為最高指導原則，本公司董事會之成員由單一法人股東佳世達科技股份有限公司指派，共計有董事4位，監察人1位，均為佳世達科技（股）公司之法人代表，本公司董事長為李焜耀先生，董事長本身並無於本公司兼任任何職務，本公司董事及監察人均為熟悉本公司業務運作之專業經理人。

另依證交法第14條之二之規定，公開發行公司以上之公司得設置獨立董事，本公司屬未公開發行公司，故未設置獨立董事，本公司雖未設置獨立董事，惟本公司由股東選出之董監事成員均具備五年以上商務、法務、財務、會計或公司所需業務之相關經驗。本公司不定期安排董事會及經營團隊成員就經濟、環境、社會等議題持續進修，藉以增進最高治理單位對於經濟、環境與社會相關議題的知識。

有關本公司董監事公開資訊可於全國商工行政服務入口網之商工登記資料公示查詢系統查詢。

本公司董監事成員

李焜耀 董事長

瑞士IMD企管碩士
台灣大學電機工程系
佳世達科技（股）公司董事長
友達光電（股）公司董事長

目前兼任本公司及其他公司之職務

明基電通（股）公司董事長
佳世達科技（股）公司董事
友達光電（股）公司董事
明基材料（股）公司董事
達方電子（股）公司董事
財團法人明基友達文教基金會董事長
明基比牧控股（股）公司董事
明基比牧開曼（股）公司董事

陳其宏 董事

美國Thunderbird國際企業管理碩士
政治大學科技管理班
成功大學電機工程系
明基電通產品技術中心總經理

目前兼任本公司及其他公司之職務

明基電通（股）公司董事
佳世達科技（股）公司董事長暨總經理
友通資訊（股）公司董事長
拍檔科技（股）公司董事長
明基三豐醫療器材（股）公司董事長
明泰科技（股）公司副董事長
仲琦科技（股）公司董事
友達光電（股）公司董事
達方電子（股）公司董事
明基材料（股）公司董事
南京明基醫院有限公司董事
蘇州明基醫院有限公司董事
明基醫務管理顧問（股）公司董事
明基(南京)醫院管理諮詢有限公司董事
達利貳投資（股）公司董事
達利管理顧問（股）公司董事
明基比牧控股（股）公司董事
明基比牧開曼（股）公司董事
佳世達科技有限公司董事
佳世達納閩馬來西亞（股）公司董事
達利納閩馬來西亞投資（股）公司董事
財團法人明基友達文教基金會董事

黃原福 董事

交通大學 管科所
交通大學 控制工程系
明基電通 Co-Head
奇美新視代 處長

目前兼任本公司及其他公司之職務

明基電通（股）公司董事
明基電通（股）公司產品暨行銷策略中心總經理
時運（股）公司董事
明基電通科技(上海)有限公司董事長
明基智能科技(上海)有限公司董事長
明基智能科技(香港)有限公司董事

李文德 董事

美國南密西西比州立大學企管碩士
明基材料（股）公司董事長

目前兼任本公司及其他公司之職務

明基電通（股）公司董事暨總經理
明基亞太（股）公司董事長
明基材料（股）公司董事
時運（股）公司董事長
明基歐洲（股）公司董事長
明基北美（股）公司董事長
明基拉美（股）公司董事長
財團法人明基友達文教基金會董事

洪秋金 監察人

加州州大Fullerton MBA碩士
達信科技（股）公司財務長

目前兼任本公司及其他公司之職務

明基電通（股）公司監察人
佳世達科技（股）公司財務長
眾福科技（股）公司董事
聚碩科技（股）公司董事
矽瑪科技（股）公司董事
達方電子（股）公司董事
凱圖國際（股）公司董事
達利投資（股）公司董事長
達利貳投資（股）公司董事長
達利管理顧問（股）公司董事長
明基醫務管理顧問（股）公司董事
佳世達光電（股）公司監察人
明基電通有限公司董事長
明基電通(香港)有限公司董事
明基(南京)醫院管理諮詢有限公司董事
明基生物技術(上海)有限公司董事
南京明基醫院有限公司董事
蘇州明基醫院有限公司董事
蘇州明基投資有限公司董事
佳世達科技有限公司董事
明基比牧控股（股）公司董事
明基比牧開曼（股）公司董事
佳世達納閩馬來西亞（股）公司董事
達利納閩馬來西亞投資（股）公司董事
佳世達科技馬來西亞(股)公司董事

公司治理運作情形

本公司公司治理運作係恪守我國公司治理實務守則，共5大原則，臚列如下：

- 保障股東權益
- 強化董事會職能
- 發揮監察人功能
- 尊重利害關係人權益
- 提升資訊透明度

本公司董事會運作係全以公司及全體股東利益為最優先考量，每季均會進行營業評估及重大決議，遇有重大事件，亦會緊急召開臨時董事會，董事會決議事項若遇有董事本身利害關係以致損及公司權益之虞，本公司董事成員會依本公司董事會議事規則第十五條迴避。

本公司除董事會之定期管理外，監察人及會計師亦扮演監督之角色，以謹慎的態度審視公司及董事會執行業務情形，以達到前揭所列之保障股東權益、強化董事會職能及發揮監察人功能之公司治理守則。

與投資人之溝通

而於尊重利害關係人權益及提升資訊透明度，本公司依法會透過本公司母公司佳世達科技（股）公司發佈重大訊息告知利害關係人，提升資訊透明度，以達到公司治理之目標。

致力為股東創造利潤進而回饋社會一直是本公司之基本信念，本公司支持並倡導營運透明化及資訊傳遞的公平性，讓本公司之股東、客戶、利害關係人有統一的管道可即時獲得公司業務、財務相關資訊。

本公司為非公開發行公司，由本公司母公司佳世達科技（股）公司100%持有，每季均向佳世達科技（股）公司董事會報告業務概況，使投資人了解本公司營運情形，另外每季也會透過業務說明會之召開，讓員工透過此管道提出建議或經營方向。

另外，對於員工及經理人之績效管理，本公司每半年會訂定次一半年之目標，並於之後依據所定

目標達成情形決定績效，發放獎金；而於董事會之管理績效，係由每年股東會決定董監酬勞。

未來，本公司將維持更健全的決策及執行組織，持續提高公司經營效率並以實際行動落實公司治理。

營運狀況

財務績效

2019年的營業收入新台幣（以下同）$16,568,984千元較2018年$17,572,083千元減少5.71%，營業淨利減少$152,315千元。

有關本公司資產總額／負債總額／淨值及以上所列之營業收入／本期稅後損益資訊可至本公司之母公司佳世達科技（股）公司於公開資訊觀測站上所揭露年報資訊之關係企業資訊中六、各關係企業營運概況。

本公司於2019年依法有提撥退休金，並對退休同仁支付退休金。

營運說明

液晶顯示器產品：2019年整體市場微幅成長，液晶顯示器出貨衰退，全球市佔率略微下降0.1%。持續投入在專業電競、高階專業、護眼顯示器行銷拓展；鎖定重點TA，持續精準溝通強化品牌形象；與各領域專家深入合作，搭配消費者對於特定主題的關注增加溝通內容的深度及頻次，強化BenQ專業品牌形象。

投影機產品：連續十一年保持世界第二大投影機品牌以及世界第一DLP投影機品牌。品牌投影機市佔11%。品牌投影機在亞太中東地區中拿下4K 市佔第一，並持續結合領先全球『CinematicColor™獨家色彩管理技術』，不僅擁有高解析度，更符合電影工業的Rec.709以至DCI-P3色域，藉以進一步深耕家用市場。商用機種的開發與應用逐步落實，將智能投影機從中國推廣到全球市場，提升競爭力；持續深化專業細分市場並應用在互動娛樂、運動／飛航模擬、數位媒體藝術等細分市場。

產業概況及衝擊

1. 產業之現況與發展

液晶顯示器產品：2019年全球液晶顯示器市場數量，依市場研究機構調查微幅成長0.6%。展望2020年，COVID-19疫情改變人類生活，為控制疫情擴散，work from home大幅興起，全球有超過10億學生在家上課，造就於電商上添購電腦螢幕的採購潮，終端需求明顯增長，然受限於供應鏈不順，需求仍大於供給，進銷存的管理及配貨至為重要。2019年面板價格崩跌、中國新產能集中開出，韓廠於2019年九月開始大幅度調整營運減產裁員後，陸續宣布將LCD產能加速轉作OLED，全力發展新一代顯示技術，從產業大環境來看，預期中國將重新分配資源，可望減少對中國面板廠的補貼力道，隨著韓廠宣布退出LCD市場，有助整體面板產業供需競爭更為理性。本公司將致力於大尺寸與差異化產品開發以提昇附加價值，並優化供應鏈、加強垂直整合、同時保持適度經濟規模，以維持整體競爭力。

投影機產品：市調機構預估，2019年全球大於500流明投影機出貨約610萬台，2020年由於商用、教育投影機市場被小型投影機以及大尺寸面板雙重影響，整體投影市場預估年衰退16%。高亮、高解析度與非燈泡型投影機的比重持續提升超過50%，高解析度4K的家用市場增長；小型投影機整合內容串流服務，是家用投影機的後起之秀。本公司將持續開發專業高階產品，並多方運用新光源提升各細分市場競爭力。

2. 產業發展趨勢及競爭情形

液晶顯示器產品：液晶顯示器市場已趨成熟飽和，產業競爭除考量成本與交貨彈性外，各種新功能、差異化和特殊應用，諸如遊戲、雲端連結、無線應用或高色彩、高解析度、高動態對比（HDR）等利基性產品，都是品牌客戶與系統組裝廠可共同合作發展的機會。此外，系統組裝廠向上垂直整合進入面板模組組裝與設計領域，除了提高附加價值外，也可增加對於產品設計的差異化能力。

投影機產品：投影機產品在商用及教育市場已趨飽和，在work/study from home趨勢下，未來投影機不僅要在亮度及解析度成長，整合會議室設備且相容遠距會議及行動裝置會增加用戶的更換意願。在家用方面，隨著數位影音串流及個人智慧裝置的普及，投影機應用在家庭視聽娛樂，乃至於個人視聽娛樂、親子共學將貢獻重點營收。

3. 市場分析

液晶顯示器：

A. 有利因素：數位行銷興起，特別是在有利基的產品 (如：高階專業顯示器及電競顯示器)，品牌可以透過數位行銷直接與終端消費者溝通，累積對特定TA的的需求了解，進一步傳達品牌及產品價值擴大銷量。

B. 不利因素：產業漸趨成熟，大者恆大，難以維持產業經濟規模。

C. 因應對策：

a. 提供全尺寸液晶顯示器產品，並利用既有優勢持續推展大尺寸及高階特別應用顯示器之銷售。確保面板供應鏈的策略關係。

b. 延伸價值鏈上之附加價值(如面板模組組裝)、面板背光模組與顯示器之設計製造整合、提高金屬件及塑膠件之自製比重等垂直整合工作。

c. 優化產品組合，以集團關鍵零組件垂直整合及技術領先能力優勢，持續推展大尺寸/高階專業顯示器產品比例。

d. 產品市場區隔，配合多屏時代來臨，研發相關顯示器產品增加產品附加價值，避開價格競爭，提升平均單價及毛利率。

e. 培養數位行銷的能力。

投影機：

A. 有利因素：品牌投影機市場有集中的趨勢，在500流明以上商用市場及家用市場拉大與後續競爭者的領先距離。

B. 不利因素：小型投影機硬體技術門檻低，中資競爭廠家與機種眾多且低價切入市場，影響主流投影市場價格。另新冠肺炎造成B2B市場低迷，投影機產品雖B2B/B2C雙棲，仍受到一定程度的影響。

C. 因應對策：

a. 強化產品組合，提升高單價高毛利之產品比例。

b. 拓展智能產品線並加速新光源導入至各細分市場。

c. 以集團優勢開發差異化平台，打造軟硬體領先的整合方案。

d. 數位營銷拉近與消費者的距離，即時反應市場需求且加速新產品開發。

監督與風險管理

明基的風險管理著重於管理系統運作及風險轉移規劃，考量策略、財務、營運及危害四大風險。由母公司佳世達訂定風險管理願景及政策，透過風險管理委員會運作，搭配風險管理工具，有效管理超過公司風險容忍度的風險，並運用風險管理工具使風險管理總成本最佳化。

風險管理的運作

擔任佳世達風險管理委員會會議(Risk Management Committee, RMC)主要委員，定期參與 RMC會議，提出明基風險改善計畫及具體改善方案。依據重大風險情境訂定營運持續計畫，搭配模擬演練及實地測試確保營運持續管理系統(Business Continuity Management System, BCMs)有效運作，達到營運持續目的。集團風控方面，配合明基友達集團政策建置聯防機制，以經驗分享、資源共享的精神，強化損害防阻機制、提升緊急應變能力，降低災害損失。

風險管理委員會組織與架構 (Risk Management Committee, RMC)

參與佳世達風險管理委員會運作，落實建置、推行、監督、維護風險管理計畫。風險管理委員會透過風險自評報告、風險改善計畫的具體改善方案，有效監控風險，並藉由風險管理年度報告，追蹤評估風險管理績效。

風險管理委員會每季召開，將可能影響公司營運目標達成的事件，依策略風險、營運風險、財務風險及危害風險四大類，並細分為內部或外部議題，繪製風險雷達圖譜進行管理。

2019年共召開5場風險管理委員會會議，包括4場例行會議及1場臨時會議。

為有效管理並追蹤績效，定義與組織營運相關之關鍵風險指標(Key Risk Indicator, KRI)，強化風險監控及追蹤管理績效。藉由風險體檢表等工具，盤點各事業體面臨的各項風險，以提升風險辨識完整性。會議亦針對當期國內外重大事件、法規變更、異常風險追蹤檢討，提出並採取有效應變措施。

為因應美中貿易戰造成的衝擊影響，短期先提高庫存水位，長期協助主要供應商轉廠規劃，來確保供貨穩定及衝擊最小化。

營運持續管理系統 (Business Continuity Management System, BCMs)

營運持續管理政策

風險管理委員會辨識之重大風險情境，明基皆訂定營運持續計劃進行管理：事件發生前之辨識、預防；事件發生時之應變、減損，事件發生後之復原及風險轉嫁。

透過企業風險管理架構及營運持續管理系統的實施，確保發生重大意外事故或災害時，於急難情況下仍能確保公司營運的持續運作，將災害發生時所帶來的衝擊和中斷時間降至最低。

營運持續管理執行成果

持續新增及建立重大新興風險情境的營運持續計畫。

除BCP的建置之外，亦定期進行演練，演練過程中對於情境即時資訊收集、整合、評估、判斷、決策到，達成復原目標不斷練習，強化同仁BCP熟悉度。

2019年配合佳世達之營運持續–危機模擬演練，透過情境設定，模擬一級主管面對負面或重大事件媒體提問時臨場應對情境，提升一級主管危機溝通、面對危機時應對能力。

2019年完成公司危機管理手冊更新，將重大事件應變措施及步驟予以文件化。

緊急應變集團聯防機制

鑑於明基友達的集團公司與佳世達明基是重要的夥伴供應鏈關係，因此透過集團聯防機制建立，以經驗分享、資源共享的精神，強化損害防阻機制、提升緊急應變能力，降低災害損失。

2019年參與集團公司5次定期會議，提升風險意識及強化風險應變能力。

財務風險之因應

全球貨幣因國際政經情事不穩，中美貿易戰持續加劇，貨幣升貶幅度劇烈，但明基仍秉持不從事高風險高槓桿投資、不將資金貸與非關係人、及不為非關係人背書保證之政策。衍生性商品交易以規避風險為策略，不從事投機性交易，故2019年衍生性商品之交易並無發生相關營運風險。未來明基衍生性商品交易仍以規避匯率、利率波動所引起之風險為原則，並持續定期評估外匯部位及風險，以降低公司營運風險。近年來物價穩定上漲，明基仍將密切注意通貨膨脹情形，適當調整產品售價及存貨庫存量，以降低通貨膨脹對明基造成之影響。

供應鏈風險管理

為了降低因供應鏈中斷所帶來的營運衝擊，明基供應鏈風險管理策略如下：

- 除獨佔與單一特殊技術供應商外，保持至少2家供應商運作，若某一供應商停止供貨及服務，於最短時間內，由另一供應商供應及服務。
- 培養、驗證及建立潛在供應商，若目前合作的供應商都停止供貨及服務，於最短時間內，由另一供應商供應及服務。

另，針對現有合格供應商，明基謹慎進行供應商風險評估，藉由定期與不定期的調查供應商的營運與財務狀況並關注高風險族群，避免無預警倒閉影響出貨或造成糾紛等任何情事。

另外也對供應商進行重大風險調查，如因Covid-19、美中貿易戰、華為事件、紅色供應鏈效應的衝擊等特殊事件，皆會針對相關地區供應商進行相關的了解調查，並全面性調查供應商的應變能力，或對供應商溝通適宜的應變方式，讓明基在供應鏈上能採取最適當的預防措施，避免造成營運上的危害，而影響利害關係人之權益。

供應商風險評估



關鍵衝擊與風險/機會

關鍵衝擊	風險	機會
美中貿易戰	2019/9/1起美國將對中國3000億產品陸續課徵10%關稅	PRJ: 1. 提前備貨 2. 評估轉廠LCD: 出美國的model 轉廠至越南生產

對供應商的要求事項

要求事項	揭露方式						要求時機	備 註
	證書	導入或改善計畫表	RBA責任商業聯盟報告	BSCI社會責任認證	承諾書調查表	自我宣告		
ISO 9001	●						新廠商導入時	
ISO 14001	●	●					新廠商導入時	● 未能提供證書，需填寫導入或改善計畫表。
OHSAS 18001	●	●					新廠商導入時	● 未能提供證書，需填寫導入或改善計畫表。
SA 8000	●		●	●	●		新廠商導入時	● 未能提供證書，則提供RBA責任商業聯盟報告或BSCI社會責任認證，未能梯共上述證書，則每年簽署承諾書或每年填寫調查表。
綠色產品							新產品開發時	● 策略採購單位於每季度供應商 business review meeting時宣導 ● 執行單位 : 產品事業部
衝突礦產調查						●	LCD, PRJ & PDP主要供應商已要求提供Conflict Minerals Reporting Template	● 策略採購單位於每季度供應商 business review meeting時再宣導 ● 目前已提供Conflict Minerals Reporting Template 之廠商: Qisda, TPV, Delta, Foxconn, CVTE,

氣候變遷風險評估

IPCC（Intergovernmental Panel on Climate Change）自1990年起共發佈五次氣候變遷評估報告，希望藉此提供氣候變遷的因應策略，並喚起世人的重視。目前觀測到的全球暖化等氣候變遷現象主要是由於人類活動所排放過量的溫室氣體引起；而氣候變遷對全球各地生態系統、水資源、沿海地區已造成重大衝擊，也直接或間接影響人類生活。為此，各國政府、企業組織紛將溫室氣體減量訂為永續發展不可或缺的責任與義務。

而隨著國內溫室氣體減量法與國際上巴黎協議的通過，外界對於相關議題的重視亦會逐步提升。

明基瞭解氣候變遷可能的潛在風險及影響層面，我們相信運用明基擁有的優秀人力、創新研發能力以及良好的風險管理能力，可將風險轉換為機會，除拓展具環保意識的綠色消費市場，也可善盡環境保護以及企業社會責任，進而提升品牌綠色形象與達成永續發展目標。

各層面的風險/機會

影響層面	潛在風險	優勢與機會
財務	❯ 能源／保費／運費等衍生增加成本 ❯ 各國溫室氣體管理法案／規範衍生成本 ❯ 低碳經濟資產配置／投資策略	明基積極關注氣候變遷可能衍生之增加成本，及世界各國於溫室氣體管理法案／規範之發展趨勢；低碳經濟部份，明基已提前佈局綠能產業。
管理	❯ 風險管理策略、能力 ❯ 實體災害損失／危機處理能力 ❯ 企業綠色策略／節能減碳承諾	明基定期進行風險管理評估與追蹤，並研擬強化危機處理程序
產品與服務	❯ 綠色採購／低碳產品／節能產品 ❯ 產品碳足跡資訊 ❯ 更節能環保的服務內容	明基團隊研發創新能力強，已推出多項低碳／節能產品。
供應鏈	❯ 產品供應鏈碳揭露／碳足跡盤查 ❯ 供應商交期／穩定供貨能力 ❯ 物流承攬商節能運輸服務	明基主要供應商已開始建立生命週期／碳足跡盤查能力；物流承攬商將優先選用可提供更節能運輸服務者。

行為準則

誠信經營是企業最基本的社會責任，有利於公司經營及其長期發展。不誠信情事不僅讓企業損失，並且衍生員工道德水準低落、顧客與商業伙伴間不信任等問題，可能因而涉入關說、行賄等不法行為，破壞公司治理機制，造成整體經營環境惡化。為此，明基特別訂定「行為準則」，作為所有同仁行為的依據。

我們擬定的行為準則，規範了關於誠信、反貪瀆、反托拉斯、知識產權、資料保護、政治參與等項目，每個項目都有明確的行為規範，為公司所有成員進行業務活動之最高行為準則。要點如下。

誠信、反貪瀆

公司嚴格禁止任何貪瀆、賄賂、勒索及盜用公款等行為。

反托拉斯

因應國際化跨國經營之必要，必須重視與遵循反壟斷和公平競爭法的各項規定，務隨時保持警覺、謹慎行事。

知識產權

尊重其他公司的品牌、設計、軟體、文章和其他受法律保護之資產的權利，禁止同仁使用、複製竊取或轉賣未被授權的知識產權。

資料保護

公司依法收集、保管必要的員工資料，但嚴密保護使之不外洩，不挪作其他與業務無關的用途或販售營利。當同仁離職、退休或無業務需要時，其個人資料也將依據法規規定保管5年後予以銷毀。同仁可以從公司內部網站首頁登入個人帳戶，進行個人人事資料編輯與修改；此外，公司會定期執行資訊安全風險評估及稽核，以確保萬無一失。

政治參與

在保障所有員工參與政治的自由同時，避免陷入行賄、關説等不法情事，明訂了政治參與相關規範。公司參與政治活動必須嚴守當地法律規定，且經過審慎的判斷。若要以公司名義參與政治獻金，必須經非常審慎的評估，並獲得經營團隊正式授權才能進行，嚴禁任何人以公司名義支持特定政黨候選人、政治主張、或做政治捐獻動作。遊説活動的相關資訊與細節必須完全透明以備查核。

行為準則公開於公司官網以及內部網站的首頁，每位同仁上班一打開電腦，隨時都可以從公司內部網站首頁連結進入，查看詳盡的內容。每逢三節等重要節日前，或其他必要的時刻，公司會發送「不收受外界餽贈」等行為準則宣導相關電子報至每位同仁的email信箱，提醒並強化同仁遵循相關準則的意識。每一位新進同仁入職90天內，公司會為期安排2天的公司內New Comer Program新人訓練課程及參加集團為期4天的新人動力營（Win Camp），參訓期間講師會在不同單元課程講述中，將公司的價值觀與行為準則及公司企業文化及一些政策性的規範之內容設計為教授內容中；藉此講述這些行為準則相關的要點及推導之政策項目。此外；針對在職同仁，公司每年進行誠信守則的線上訓練課程，規範每位同仁每年要重新參訓一次；於2019年台灣區訓練完成率為100%。公司在透過多重管道下去宣導與會型誠信的行為守則，2019年員工未發生任何違反誠信原則之案例；公司也未收到任何檢舉案件。

公司訂定有「檢舉暨申訴管理辦法」，並同時公告於內外部網站上。對於違反誠信、利益衝突與迴避、公平交易、賄賂與不法付款等原則之嚴重不當行為，或者有不法、不當對待等行為，有一整套完整申訴與檢舉的作業流程。一旦發現有人、事並不符合誠信的精神，或是違反誠信守則中的規範，內部同仁可透過總經理信箱將訊息直接傳達給總經理，由公司最高主管進行處理；同仁以及外部亦可透過誠信信箱：（可使用中文、英文或其他在地語言）進行檢舉或申訴，經由專責單位進行調查，並於一個月內做成調查報告書，一旦事實確立，則交由人事評議會議處。公司嚴格保證檢舉人身分機密，確保其安全以及免於遭受報復。

對於日常營業活動之各項作業流程，公司針對可能具有潛在貪瀆風險之作業，設計適當的內部控制機制，由風險管理委員會負責鑑別貪腐風險、人力資源負責訓練、稽核負責確認相關機制的落實，以減少貪瀆行為發生之可能並防患於未然。稽核單位定期評估內部控制機制之管理效果，並收集各部門高階主管對各項潛在風險(含舞弊貪瀆)之建議，擬定適當之稽核計畫，並據以執行相關之查核，每年定期向審計委員會及董事會報告查核結果，讓管理階層了解公司治理之現況並達到管理之目的。針對2019年度定期進行內部控制風險評估及實質查核，包含財務報導、採購作業與銷售作業等三項重大議題，均未發現任何重大的貪腐風險及事件。

合法守規

BenQ的據點遍及全球，為了確保公司及員工執行業務時遵循各國法令，BenQ就台灣及其他各國法令制定相關政策及辦法，內容包括個人資料保護、保密、反賄絡、反歧視、環保、智慧財產保護、反內線交易、反不公平競爭、及勞工保護等規範，並推動企業社會責任。

BenQ全員參與法規遵循政策，透過各部門間的合作，增進執行績效。於企業內部，我們要求同仁積極維持誠信操守，並提供安全健康的工作環境、進行汙染預防，以增進勞工安全。關於產品生命全週期，我們積極降低環境關連物質之使用，除了符合環保法規，並持續減少對環境的衝擊。2019年BenQ無違反任何相關法令或罰款，並持續實施公司內部反托拉斯法遵循，包括電子報發送、線上課程訓練及相關海報宣導，且為配合歐洲個資法(EU General Data Protection Regulation, GDPR)之實施，公司內部亦積極推展歐洲個資法GDPR遵循事宜。



環境安全
衛生管理



環境安全衛生管理

社會責任暨環境安全衛生政策

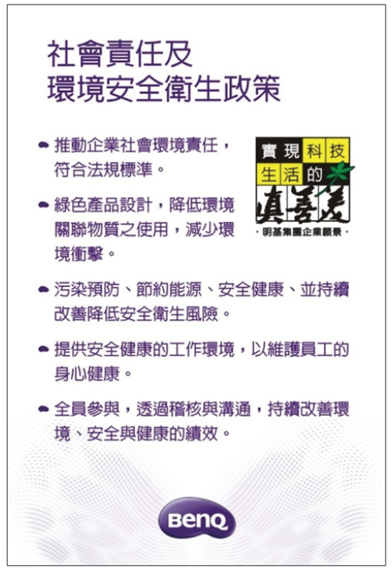
明基秉持以下原則，執行社會責任及環境安全衛生政策：

- 推動企業社會環境責任，符合法規標準。綠色產品設計，降低環境關聯物質之使用，減少環境衝擊。
- 污染預防、節約能源、安全健康、並持續改善降低安全衛生風險。
- 提供安全健康的工作環境，以維護員工的身心健康。
- 全員參與，透過稽核與溝通，持續改善環境、安全與健康的績效。

執行方針

- 內部審視及檢討並進行改善，增進員工權益。
- 投入綠色產品設計，致力減低污染衝擊，響應環境保護，善盡環境公民的一份心力。
- 積極預防污染產生並實施能源節約，持續改善以維護安全健康。
- 遵守且符合政府頒布之標準、法規且滿足客戶要求。
- 宣導及教育環境、安全與衛生之重要性，使員工充分認知進而落實。

明基電通社會責任及環境安全衛生政策





環境安全衛生組織與責任

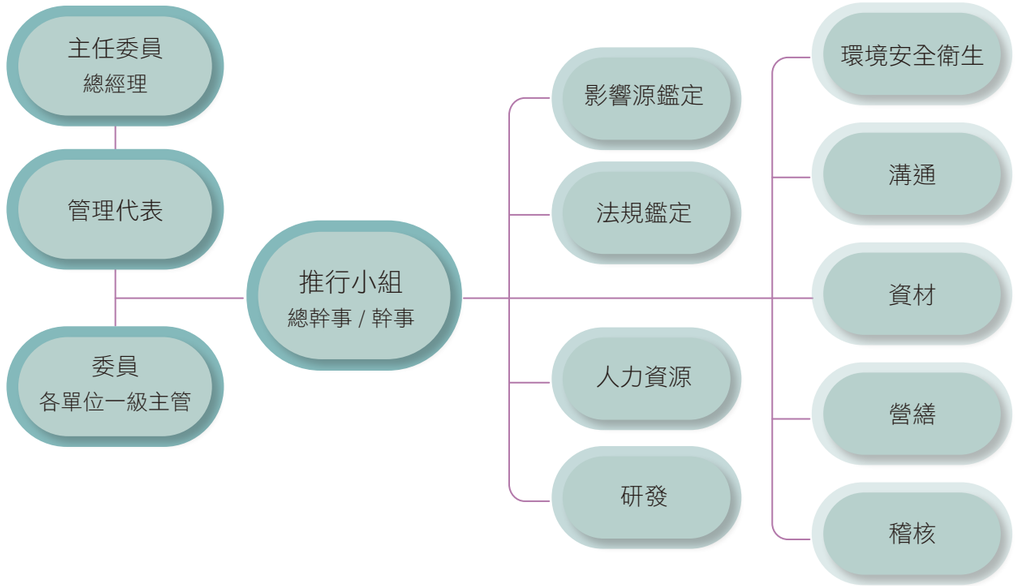
為落實環境安全衛生之管理，明基由總經理召集總部各部門之一級單位主管，組成「社會責任暨環境安全衛生管理委員會」，並指派一名管理代表負責各項環境安全事務之管理，且依據公司組織成立推行小組。環境安全衛生執行之政策方向由總經理制訂，接續由管理代表及推行小組進行詳細的規劃與落實執行，透過定期舉行的社會責任暨環境安全衛生管理審查會議，讓各委員掌握執行績效，並可提出未來的重點方向。

環境安全衛生認證與監測

明基總部導入ISO 14001環境管理系統及OHSAS 18001職業安全衛生管理系統，並皆已取得認證。目前我們對環境安全衛生認證與監測的構面如下：

- 每年安排一次的內部稽核，讓各部門間可以藉此機會互相觀察及監督。
- 每年邀請第三者認證單位進行外部稽核。
- 要求供應商配合，共同重視且致力於環境保護及員工安全衛生之維護。

社會責任暨環境安全衛生管理委員會組織圖



ISO 14001、OHSAS 18001證書





廢棄物管理

明基的廢棄物管理方式是採取主動式管理方式進行管理。在整體減量作為上持續推動節能減廢活動，在源頭管理方面積極落實資源回收分類，大幅減少廢棄物產生及增加資源回收量，以達到廢棄物減量之目標。並舉辦3R節能減廢競賽，使節能減廢的習慣能全面落實於企業文化之中，透過競賽加強公司各部門推動節能之力道，鼓勵同仁們能共同積極參與節約能源、減少廢棄物行動，使BenQ成為真正愛地球的綠色品牌。

明基所產生之廢棄物種類為一般廢棄物、紙類、鋁罐、金屬罐、保特瓶、塑膠瓶、鋁箔包、廚餘。在作業活動中並未產生巴塞爾公約定義之有害廢棄物。2019年廢棄物管理及3R節能減廢競賽之績效如下表所示。

2010~2019年廢棄物

資源回收統計（單位：公斤）

時間	一般廢棄物	紙類	鋁罐、金屬罐	保特瓶、塑膠瓶	鋁箔包
2010	32260	11786	998	533.8	314.4
2011	37095	13639	939.6	758.6	548
2012	31280	10167	974	787	515
2013	30656	7062	951	651	380
2014	29321	7547	932	490	288
2015	28046	8397	1027	574	309
2016	33712	8313	1169	529	433
2017	32903	6301	959	480	552
2018	33922	7315	1129	473	510
2019	26315	7790	1337	508	506

2019 3R節能減廢競賽成效

項目	說明	平均	總成效
Reuse	影印紙重複使用率	3%	重複使用804張影印紙
Reduce	一般垃圾減少比率	22%	減少丟棄垃圾7607公斤
Recycle	資源回收增加比率	7.5%	增加資源回收714公斤

水資源管理

明基在設計產品過程中均無廢水產生，只有生活污水產生。針對生活污水之管制方面，設置有油水分離槽，並由專業人員操作維護。明基產生之生活污水均是納入政府所設污水下水道管理系統，並不會因用水產生污水而影響水源與土地。且每年委託環保署認可之廢水檢測公司採樣檢測放流水水質，以瞭解放流水水質情況外，同時政府單位每半年亦會監督公司排放之放流水水質，採定期不定時進行採樣分析；政府檢驗放流水水質分析標準結果如下頁水質檢驗表所示。顯示我們對污水之防治頗具績效。

明基2019年總用水量約為2.1萬m^3/year，在水資源管理績效呈現部分，因此2019年比2018年用水總量減少約5.8%，持續保持節水狀態。此外，明基無抽取地下水作為營運之用。且大樓設置空調冷凝水回收利用系統，回收水多用於噴灌植種之綠色植物及馬桶便斗沖水。而明基總部於設計產品過程，僅使用少量化學溶劑，過程中無造成任何化學溶劑溢漏。

洩漏次數一覽表



2019年水質檢驗

檢驗日期 / 項目	標 準	檢測結果 2019/11/21	
氫離子濃度指數	ph5~9	8.6	合格
水溫	攝氏45度	24.5	合格
懸浮固體	600毫克／公升	403	合格
化學需氧量	1200毫克／公升	958	合格
生化需氧量	600毫克／公升	395	合格
總油脂	油脂礦物10毫克／公升	0.7	合格
	油脂動植物30毫克／公升	27.8	
硫化物	90毫克／公升。	0.08	合格

生態管理

明基總部大樓位於內湖科技園區內，並未擁有、租賃或管理任何位於生態保護區或水資源保護區內之辦公大樓，為單純之品牌及設計公司，並無製程產線，惟公用設備中之緊急發電機使用柴油。而柴油燃燒時產生極微量之SOx，對環境衝擊極小，故不進行SOx及NOx之量測。

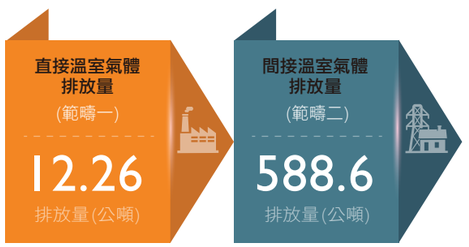
我們亦不從事任何會對生物多樣性產生負面影響的活動，產品設計研發及服務過程中，亦不會對環境生態造成影響。

氣候變遷

明基進行溫室氣體盤查與查證計劃並參照ISO 14064-1與溫室氣體盤查議定書要求，完整之溫室氣體排放量清冊，建立溫室氣體盤查標準機制，並通過第三者查證，2019年明基總溫室氣體排放約為600.89公噸，請如右圖所示。

明基之溫室氣體排放來源主要為公司營運所需之外購電力在發電過程中所產生之二氧化碳，及公司內部作業活動中使用的汽油／柴油所造成之溫室氣體，而2019年並無重大改變。2019年組織內部消耗能源使用如下頁內部消耗能源使用表所示。

2019年溫室氣體排放量 *



*
1. 外部其它間接溫室氣體排放量計算所用的標準、方法學和假設：採用Greenhouse Gas Protocol: Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard標準計算員工差旅(航空)所產生之溫室氣體(GHG)排放量。
2. 外部其它間接溫室氣體排放量計算所用的轉換係數的來源：排放係數採用英國環境、食品及鄉村事務部(DEFRA)2015年所公布的轉換係數表。

2019年內部消耗能源使用表 *

項目	2019	備註
直接能源消耗量		
天然氣 (千立方公尺)	0	
汽油 (公秉)	4.9 公秉	
柴油 (公秉)	1.06 公秉	
製冷 (公噸)	0.063 公噸	
間接能源消耗量		
外購電力 (仟度)	1026.61 仟度	

*
1. 內部消耗能源計算所用的標準、方法學和假設：為能源供應商提供予公司之帳單消耗量加總所得之消耗能源量。
2. 焦耳換算：利用Indicator Protocols Set: EN 之EN3 Direct energy consumption by primary energy source提供之換算表。

明基在善盡企業社會責任的理念之下，温室氣體排放來源並不會無重大改變就停止腳步，我們一直持續在進行温室氣體減量相關方案，以配合國際社會都在消減温室氣體排放量之議題。明基減量方案如右圖。

環境保護一直是明基電通不遺餘力投入推動的重點之一，當地球暖化及温室氣體逐漸受到大家矚目之際，明基已在節能減碳上積極努力，歷經多項成效顯著的改善措施，成績卓越。

明基節能方案表

設備更換與改善

1.照明燈具使用省電燈管
2.冰水主機設備改善提升效能
3.逃生指示燈更改為LED
4.辦公室燈管更換為LED
5.體育館燈管更換為LED
6.男女廁燈管更換為LED
7.電梯廂內更換為LED

節能措施

1.冰水主機運作管理
2.導入BenQ Esco能校管理
3.獨立區域特殊空調需求管理
4.依流量管理與停用用電設備
5.辦公室節能活動
6.夜間能源管理
7.飲水機安裝定時器
8.調整大廳空調開放時間
9.調整辦公區空調關閉時間



產品與服務



行銷推廣

明基所有的行銷推廣活動，均遵守當地相關法令規範，尊重智慧財產權、客戶權益及市場公平競爭；明基在2019年並無違反行銷推廣法令相關規定之案件。

明基致力打造綠色產品，領導業界落實環保、推動低碳社會，以行動實踐企業社會責任，用ecoFACTS標誌在產品包裝、廣告宣傳物上，主動向消費者揭露產品的「節能減碳程度」、「拒絕有害物質的使用」、「材料的可回收利用率」，除了滿足消費者知的權利，也鼓勵消費者購買綠色產品，減少對地球造成的污染。

ecoFACTS label



產品包裝外箱



客戶承諾

明基以提升消費者及事業夥伴滿意度作為首要考量，承諾品質、規格、成本、及交期之滿意度，以持續確保客戶的需求得到滿足。為及時回應並滿足客戶各類需求，我們在總部設立全球客戶服務中心，並針對台灣地區設立台灣客戶服務部門，以便全面了解客戶需求（voice of customer），迅速、強力支援以協助客人解決產品購買、使用、維護、技術支援等問題。

客戶服務

為了服務廣大的顧客群，明基電通針對不同的客戶需求，秉持著創新的精神，提供多元化的產品，資訊及技術支援服務。我們持續抱持著「誠信、精實、說到做到」的宗旨要求同仁們透過傾聽客戶的聲音，用心了解顧客真正需求以達成所需。以客戶角度作為整體服務模式，明基電通客戶服務部門更以精益求精的態度要求自己，落實與消費者及事業夥伴的良好關係。

客戶滿意

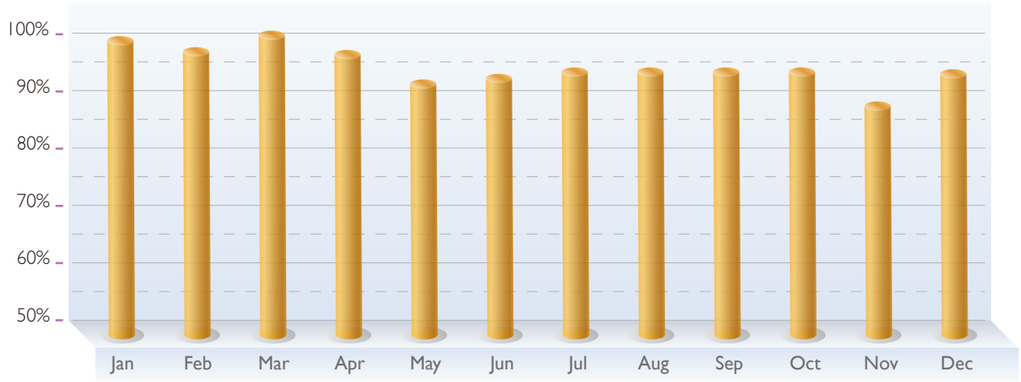
消費者及事業夥伴真誠的意見回饋，為明基電通進步與保持領先的來源，因此，明基電通定期蒐集客戶即時反應，確保其需求得到了解及滿足。針對優點，我們繼續保持並發揮，可調整的部分則回饋相關部門，予以改善，以期符合客戶要求及潮流變化。

客戶滿意度調查

重要的營運據點

台灣是明基的重要營運據點，固定每月針對客戶做客戶服務滿意度調查，由客戶服務部門（Customer Care Center，簡稱CC）透過電訪方式進行報修客戶服務滿意度調查，請其針對本公司整體產品與售後服務之評估與建議。CC再將客戶所給予之調查結果統整並傳達給相關部門，相關部門及高階主管可藉此整體檢閱客戶需求，與相關單位澄清事項後，進而適當調整流程以改進產品與服務品質。

2019年各月滿意度分數



主要的產品/服務類別

明基的主要產品有大型液晶、大型商用顯示器、液晶顯示器、投影機、護眼智慧檯燈。針對這五個產品當月完修件之終端消費者，抽樣7%進行維修服務滿意度調查。調查項目有人員服務態度、維修時效與整體服務滿意度。

客戶滿意度調查之結果

2019年度的整體服務滿意度獲得報修客戶平均達94分的肯定。明基在保持優勢的同時，也深入檢討可改善之處，以客戶為優先的態度，讓明基持續進行整合改良，希望建立一個更有效率的客戶服務平台，以迅速、確實的方式解決客戶所有問題，提供完善與健全的溝通管道。我們期盼以更為精進的客戶服務管理，提供最佳的服務品質來建立彼此良好的夥伴關係。

客戶隱私保護

明基尊重並承諾保護您的個人隱私，致力遵循關於保護您個人隱私及個人資料安全之相關法令要求，是明基給予客戶的承諾，商業行為進行的同時，能確保客戶隱私。除企業內部宣導資通安全的必要性，針對機密文件的保護與以權限限制，並定期銷毀，除相關作業人員，非密切職掌之同仁需待直屬主管同意認可，方可開放部分權限。

2019度，未有來自組織外群體並經由組織證實的投訴、或是來自監管機關的投訴；亦未有資料洩露、失竊或遺失客戶資料事件。

客戶隱私保護機制



BenQ明基電通 企業願景與品牌使命：『實現科技生活的真善美』



Bringing Enjoyment 'N Quality to Life

品質管理

品質願景與策略

從『實現科技生活的真善美』（Bringing Enjoyment 'N Quality to Life）願景出發，BenQ致力成為科技產品和整合解決方案的領導企業，用心瞭解人類生活的需求，投入時尚生活、企業營運、醫療設備服務與教育學習領域，提供增進生活品質、促進營運效能、帶來完善健康照護以及創造靈活學習應用的多元創新產品，包括全系列投影機、護眼大型液晶系列，專業設計與攝影顯示器、電競液晶顯示器、商用大型顯示器（互動式、數位看板），藍芽喇叭及智慧護眼檯燈等產品，以實現科技生活的真善美。

以人為本的設計與科技

BenQ認為設計與科技必須符合人們真正的需求，才能發揮最佳的功能，這個理念深植於我們以人為本的設計與科技整合運用當中。

BenQ 明基電通 品牌產品發展策略如下：

2001-2006 BenQ 努力落實 "享受快樂科技" 的品牌承諾，將創新數位時尚產品帶給人們。

2007-2017 BenQ 持續將企業願景「實現科技生活的真善美」延伸事業佈局至LIFE，擴展至人們生活中重要的領域，如新事業醫療服務、醫材、軟體服務、整合服務等企業解決方案產品。

LIFE介紹 〈 Bringing Enjoyment 'N Quality to Life〉

LIFE事業佈局包含以下四個領域，包含：時尚生活, 企業營運, 醫療設備服務與教育學習。

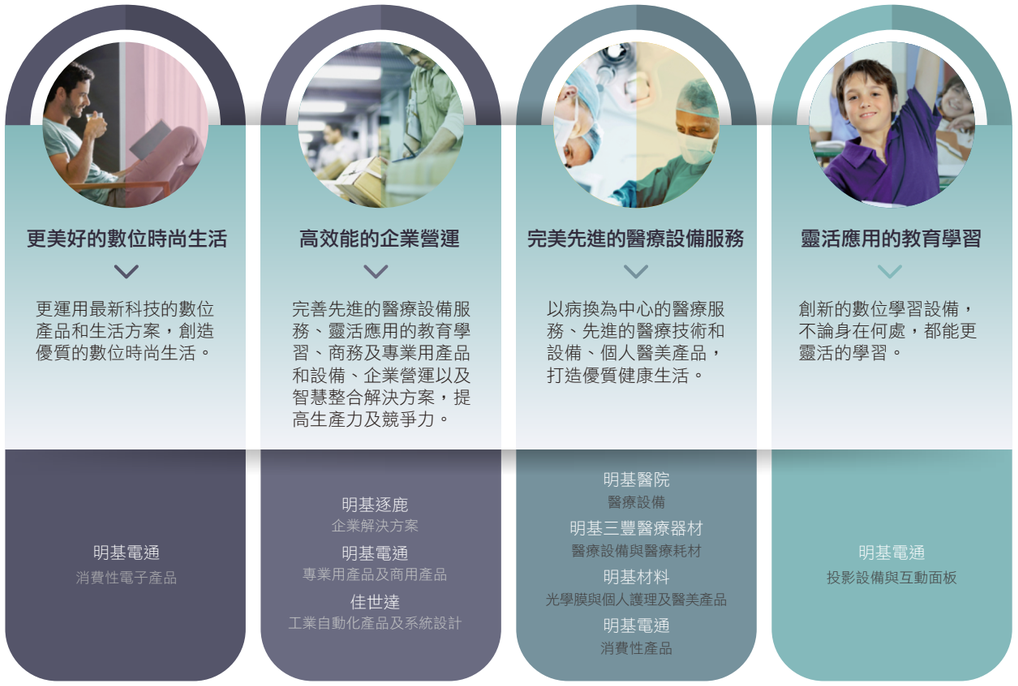
BenQ用心瞭解人類生活的需求，投入時尚生活、企業營運、醫療設備服務與教育學習領域，提供增進生活品質、促進營運效能、帶來完善健康照護以及創造靈活學習應用的多元創新產品。

BenQ認為設計與科技必須符合人們真正的需求，才能發揮最佳的功能，這個理念深植於我們以人為本的設計與科技整合運用於當中。如領導市場推出之 " 低藍光、愛眼顯示器產品 "。

BenQ "以人為本的設計與科技"



BenQ 事業佈局 LIFE 擴展至人們 "生活中重要的領域"



BenQ 用以人為本，兼具美感與功能，以及綠色環保為設計理念，榮獲全球國際與地方區域多項獎項肯定。



品質及無有害物質管理



BenQ明基電通致力於推動品質管理系統(ISO 9001)、醫療器材品質管理系統(ISO13485) 、包含產品皆須符合綠色產品有害物質限用要求。

BenQ明基電通董事長與總經理及副總經理為BenQ明基電通品質系統之最高負責人，分層督導成立不同職司的負責人員及品管組織，將BenQ明基電通 品質/綠色產品有害物質限用要求的要求貫徹全公司及員工。並透過教育訓練、官網公告及宣導小卡等各種溝通方式，使公司內所有成員認知符合法規法令要求、公司品質政策、品質目標及客戶要求之重要性，並於管理審查會議中審查管理系統之適切性、資源的可用性。期以最經濟的方式追求持續性改善及問題預防，以達成持續改善流程，降低不良，減少浪費，提昇品質，同時達成歐盟RoHS指令及要求，進而使我們的產品符合社會期望並降低對自然環境的影響。

供應商的品質要求

BenQ在合格供應商評鑑(QVL)(Qualify Vendor List)審查即開始要求。在選擇供應商選擇作業指導書中明訂，要求供應商提供ISO 9001(TAF)、ISO 14001、OHSAS 18001及SA 8000驗證合格證書影本(或EICC報告)。

BenQ的合格供應商必均須能達到BenQ明基電通對設計/開發(設計創新)、製造(品質)訂定的嚴格水準、方能夠工通過QVL審查，納入BenQ的合格供應商。

BenQ明基電通的供應商，均獲得國際品質管理系統或其它國際管理系統標準的認證、且確實的執行。

內部品質要求

BenQ 具有獨樹一幟的 B System

BenQ (Bring enjoyment n Quality to life)，其所代表的意涵，是將資訊生活的真善美傳達到社會上，滿足消費者的需求，享受快樂科技，也享受到更好的生活品質。基於此經營理念，我們設計了一套完善的產品開發系統，將產品從最初構想到最後終止階段，依據各階段任務與管理目的共區分成B0~B6等七個階段：

明基產品開發系統



BenQ除了致力於新產品及新功能的創新外，讓消費者享受快樂科技的同時，我們也重視品質對社會大眾所帶來的影響，因此建構了符合國際標準之品質管理系統，經由高階主管的承諾、稽核與管理審查，以落實源流管理與過程管理。

BenQ明基電通的品質政策是"**將零缺點且具有競爭力的產品和服務準時送達顧客**"透過不斷持續改善以提升產品品質與客戶滿意度，我們經由品質管理系統規劃、執行、檢查、與持續改善，並透過的三方公證單位的認證，落實上述理念與政策。

BenQ 品質管理系統得到 BSMI (經濟部標檢局)、ETC (電子檢驗中心)、SGS (台灣檢驗科技股份有限公司)多年來均持續維持並通過第三方單位追查/驗證。

BenQ 明基電通的品質政策



BenQ Quality Policy

To deliver Defect-free, Competitive Products and Services to our Customer on time.

明 基 品 質 政 策

將零缺點且具有
競爭力的產品和服務
準時送達顧客

明基品質管理系統之國際系統與第三方認證單位標章

國際標準化組織

全面品質管理
(Total quality management，TQM)

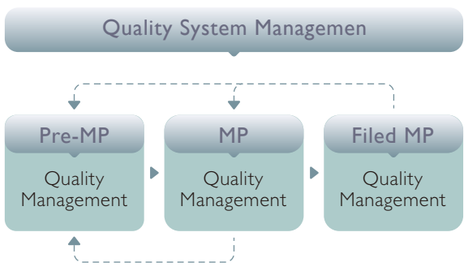
公司落實推展到全面品質管理(Total quality management，TQM)，即以顧客為導向的經營。

BenQ 明基電通 的品質政策是 "將零缺點且具有競爭力的產品和服務準時送達顧客"基於此一信念，我們奠定了BenQ明基電通 品質四大行動構面 :

- 量產前品質管理
  (Pre-MP Quality Management)
- 量產品質管理
  (Mass Production Quality Management)
- 市場品質管理
  (Field Site Quality Management)
- 品質系統管理
  (Quality System Management)

透過此四大行動構面，確保供應商品質、產品設計開發品質、生產與製程品質，並透過市場產品品質資訊的積極收集與回饋，維護系統化的品質管理系統。經由落實源流與過程管理並貫徹永續改善之品質精神，以貫徹我們的經營理念、品質政策與品質目標。

明基品質四大行動構面



下述說明此四大品質行動構面的主要內容 :

量產前品質管理
(Pre-MP Quality Management)

- 透過供應商稽核系統，篩選出合格供應商，以建立合格供應商清單(QVL，Qualified Vendor List)。
- 經由供應商選用系統，選用滿足RFQ(Request For Quotation)上各項功能條件的最適供應商。
- 搭配產品開發系統，執行產品工程驗證(EVT, Engineering Verification Test)、設計驗證 (DVT, Design Verification Test)、試產驗證 (PVT, Production Verification Test)等測試，以滿足各設計階段之品質管理目標與目的。

量產品質管理
(Mass Production Quality Management)

- 透過到廠品質檢驗機制 (On-site Quality Inspection)，監控生產製程品質與出貨品質水準。
- 定期召開各層級品質檢討會議，邀請不同階層主管或客戶代表參與品質周會、月會、季會與年會，檢討品質目標達成狀況與改善資源，以確保持續改善的有效落實。

市場品質管理
(Field Site Quality Management)

- 透過市場品質監測系統，即時主動收集並分析市場端產品品質狀況，作為初期產品不良率(IFR, Initial Failure Rate)與年產品不良率(AFR, Annual Failure Rate)之改善依據。
- 經由客戶服務單位實施滿意度調查，掌握消費客群滿意狀況，並透過高層主管參與之管理審查，檢視與指示品質與客戶滿意度改善狀況。

品質系統管理
(Quality System Management)

- 品質管理系統認證 ： 並依據不同產品屬性，分別取得國際品質系統認證:
  (1)電子電器與資訊產品，我們取得ISO 9001國際品質系統認證。
  (2)醫療器材產品，我們也完成 ISO 13485醫療器材品質系統認證。

ISO 9001證書


ELECTRONICS TESTING CENTER, TAIWAN
QUALITY MANAGEMENT SYSTEM CERTIFICATE

ISO 9001
ETC
REGISTERED

hereby certifies that the firm
BENQ CORPORATION
(16, JIHU ROAD, NEIHU, TAIPEI 114, TAIWAN)
has fulfilled the requirements of Quality Management System Specified as
ISO 9001:2015/CNS 12681:2016
and is granted registration by the ETC.
The scope of registration is described below.

THE DESIGN DEVELOPMENT AND SERVICING OF :
✷LCD MONITOR・✷SCANNER・✷DIGITAL VIDEO CAMERA・
✷ELECTRONIC READING DEVICE・✷DIGITAL CAMERA・
✷DIGITAL PHOTO FRAME・✷MULTI-FUNCTION PRINTER・
✷MOBILE INTERNET DEVICE・✷NOTEBOOK・
✷DESKTOP PC・✷PROJECTOR・✷LCD TV・✷PDP DISPLAY・
✷PORTABLE TV・✷TABLET PC・✷LIGHTING PRODUCTS---end---

Originally Registered : December 10, 2015
Date of Approval : September 17, 2019
Valid Until : September 16, 2022
Certificate No : 3EAY027-03

President Hermany Li

Scopes accredited by the TAF are marked with "✷"

ISO 13485證書

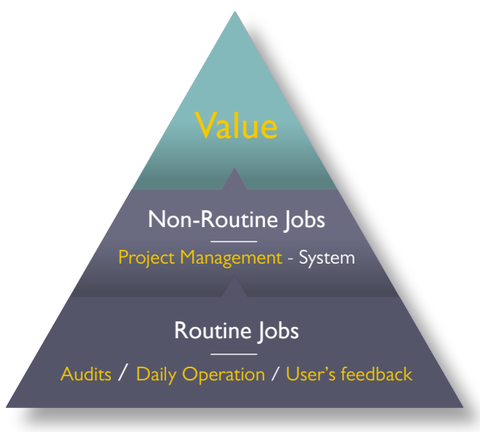

SGS
Certificate TW15/11201
BenQ Corporation
16, Jihu Road, Neihu, Taipei 114 Taiwan
ISO 13485:2016
EN ISO 13485:2016
Distribution, Sales and Service of Medical Displays.
This certificate is valid from 01 December 2018 until 01 December 2021 and remains valid subject to satisfactory surveillance audits.
Re certification audit due before 11 November 2021
Issue 2. Certified since 01 December 2015

BenQ明基電通運用稽核與管理審查(Audit & Management Review)、諮詢(Consultation) 與持續推動(Enforcement)之品質系統管理金三角來維繫我們的品質管理運作。透過品質系統日常管理與品質稽核作業，檢視現有系統運作並發掘系統問題，並進而成立專案改善小組，強化我們現有的系統運作，繼而提升BenQ 品質管理系統的核心能力與價值，將品質管理提昇到品質經營之層次。

品質系統管理金三角



品質系統管理價值結構



綠色產品

BenQ明基電通除了產品功能的創新外，也持續深耕綠色產品的開發與製造，藉由產品實踐環境永續的理念。

我們持續我們制訂的四大行動構面（1.產品設計改良、2.包裝改良、3.節能標章、4.綠色環保標章），持續不斷的往前邁進，且持續利用CSR網站、產品ecoFACTS標示等方式揭露產品環境特性資訊，做為與消費者溝通綠色產品的管道。

BenQ 明基電通綠色產品四大行動構面



產品設計改良

1. 環境關聯物質管理

BenQ明基電通所有產品皆須符合綠色產品有害物質限用規格書(SUP-QM-07-02)更新至第12版，管制範圍涵蓋RoHS及其他法定或自願性管制物質。明基持續追蹤歐洲化學總署每年所公佈的高關注物質，並將所有已公佈的物質納入管制表單中，與供應商進行雙向的溝通，藉以達到禁止或控制致癌性、致突變性、生殖毒性的使用。

此外，BenQ 明基電通更持續關注國際間於電子產品中可能的環境關聯物質相關研究與建議管制標準，如國際電子製造聯盟(iNEMI)、綠色和平組織(Green Peace)及歐盟(EU)之倡議，並達成以下環境關聯物質管制目標：

- 汞(Hg)：以節能無汞LED取代傳統CCFL
- 含溴阻燃劑(BFR)：全產品大於25克塑膠外殼不可使用BFR
- 聚氯乙烯(PVC)：全產品包裝材與塑化機構件不可使用PVC
- 鄰苯二甲酸酯塑化劑(Phthalate)：全產品不可使用Phthalate

2. 易回收設計

為減低環境衝擊，並促進材質可回收再利用，明基產品於設計階段即考慮以下易回收設計原則：

- 塑膠組件儘可能使用單一材質
- 塑膠組件可使用一般工具拆解
- 大於25公克塑膠組件依ISO 11469國際標準進行材質標示
- 儘可能使用回收再生塑膠材料
- 機構件儘可能以卡合結構固定，避免膠合或焊接
- 減少螺絲與螺栓種類
- 非必要不使用表面塗裝技術與金屬沈積處理
- 儘可能避免後製程噴漆、電鍍、印刷
- 儘可能使用共用色版或已量產塗料

目前，BenQ明基電通也分別於歐洲、美國及台灣，配合當地回收體系提供回收服務，確保廢棄產品與廢棄包裝得到妥善處理。詳細回收管道資訊請參見明基各國網站。明基產品材質可回收率(Recycling rate)、零件/部件再利用率(Reuse rate)與能源回收率(Energy recovery rate)合計均達80%以上。另，最後的「產品廢棄與回收階段」則遵守歐盟廢電子電機設備回收指令(WEEE)。

3. 回收再生塑膠

為響應從搖籃到搖籃的綠色產品設計概念，明基也於數個指標機種使用超過25%(以塑膠組件總重量計算)回收再生塑膠材料。

節能標章

1. 國際能耗標準/規範

BenQ明基電通產品於待機及關機模式之能耗設計均符合能源之星EnergyStar更新至第7.1版之能耗要求。外接式電源供應器(Adapter)則達到Energy Star External Power Supply更新至第6級之要求。

明基管制物質

RoHS物質	其他法定及自願性管制物質		2019年新增及修正管制物質
包材（鎘+鉛+汞+六價鉻）總合	石棉	六溴環十二烷	VOCs
鎘及其化合物	含氟溫室氣體	全氟辛烷磺酸	紅磷
鉛及其化合物	鹵化二苯基甲烷	全氟辛酸	REACH SVHC:第22批
汞及其化合物	破壞臭氧層物質	短鏈氯化石蠟（C10~C13）	REACH SVHC:第23批
六價鉻及其化合物	有機錫化合物	聚氯乙烯（包裝材/機構件）	鄰苯二甲酸二(2-乙基己基)酯
多溴聯苯	多氯聯苯及多氯三聯苯	砷及其化合物（Panel面板）	鄰苯二甲酸丁酯苯甲酯
多溴二苯醚	放射性物質	鎳及其化合物	鄰苯二甲酸二丁酯
鄰苯二甲酸二(2-乙基己基)酯	偶氮化合物	鈹及其化合物	鄰苯二甲酸二異丁酯
鄰苯二甲酸丁酯苯甲酯	二丁基錫氫硼烷	銻及其化合物	
鄰苯二甲酸二丁酯	富馬酸二甲酯	氯來自氯系阻燃劑或聚氯乙烯	
鄰苯二甲酸二異丁酯	多氯化萘	溴來自溴系阻燃劑	
	甲醛	多環芳香烴類	

2. 節能設計

有鑑於電子產品於使用階段耗用較多能源，BenQ明基電通產品於設計階段均優先考量以下節能設計原則：

液晶顯示器

- 選用具省電模式功能或高轉換效率零件
- 採用高發光效率及低功率的LED panel
- 採用Ambient Light Sensor自動調整backlight
- 採用Proximity Sensor偵測人員是否在螢幕前而自動關閉背光
- 無影像時關閉背光進入Power saving模式，若干分鐘再進入Power off模式
- 無影像時周邊設備可自動進入Standby模式
- PWM進入Power off時採取burst mode方式降低待機損耗
- 增加Eco preset模式，並秀出省電%數
- 調增背光時以圖示消耗電能指數，提醒使用者耗電量訊息
- 增加OSD Timer提示使用者休息時間，以降低功耗

投影機

- 採用高效率/高轉換效率電子零件
- 採用省電LED發光源
- 改善色輪(Color Wheel)配置增加亮度和顏色透光率，增強系統效率
- 增加AC電源開關零件之零功耗電路設計
- 增加OSD Timer提示使用者休息時間，以降低功耗
- 利用軟體控制發光源進入ECO節能模式彈性控制各類模組開關，使其系統在stand by模式達到最低損耗
- 提高亮度表現，增加系統使用效率

美國ENERGY STAR Most Efficient 2020機種



3. 得獎產品

BenQ明基電通於2018年度有5台顯示器產品獲選美國ENERGY STAR Most Efficient 2019殊榮。

ENERGY STAR Most Efficient評選資格，代表產品本身在節能設計上比同規格產品，再減少至少35%的節能技術要求，展現BenQ明基電通長期投入顯示器管理研發創新的具體成果。

包裝改良

產品包裝設計也是BenQ明基電通綠色產品設計重要的一環。我們重新檢視產品包裝設計，以減少空間浪費、提升承載率，並降低運輸能源與成本。

1. 減少包材種類

利用緩衝材使用紙塑取代保麗龍(EPS)，有效提昇包裝材料的回收再利用比例。輕薄的造型除減少包裝材質，更提升貨運使用空間，並進而降低運輸成本及環境衝擊。

2. 減少包裝體積

利用紙塑取代隔板、以電子檔案取代紙類說明書，並仔細計算包裝與棧板尺寸以達最佳化堆疊，共可減少包裝體積。

3. 回收再生包材

使用含85％回收再生紙類包材。

2019 年環保標章產品數



4. 環保油墨印刷

使用環保大豆油墨單色印刷，不僅節省油墨，更有利於包裝紙盒回收。各產品包裝彩盒將提高使用大豆油墨印刷比例，產品說明書也將採用大豆油墨印刷。

綠色環保標章

環保標章定義之綠色產品規格，市場上約僅20~30%先進產品可達到。明基除積極導入節能減碳、低環境衝擊、環境友善材質等綠色設計概念外，更藉由申請綠色環保標章，驗證指標機種符合最新的綠色產品規格。

BenQ明基電通在全球各地共取得各類型的環保標章，包含美國EnergyStar、美國EPEAT、日本PC3R、瑞典TCO、中國節能標章、台灣環保標章、台灣節能標章等。

客戶健康與安全

BenQ明基電通透過內部產品開發流程，確認明基交付客戶的所有產品皆能滿足以下要求：2018年未有違反產品健康與安全的法規或自願性準則。

1.產品必須通過產品安全相關測試

BenQ明基電通產品需透過以下測試，例如：產品安全(Product Safety)、電磁兼容(EMC)、產品能耗(Energy Consumption) …等，並取得各區域或國家之相關產品安全證書，產品始能進入量產，以確保提供給客戶之產品在產品安全上無虞。

2.產品必須符合「無有害物質流程管理作業程序」要求

BenQ明基電通所有產品皆須符合綠色產品有害物質限用規格書(SUP-QM-07-02)更新至第11版，管制範圍涵蓋RoHS、REACH及其他法定或自願性管制物質。以確保提供給客戶之產品在健康上無虞。

產品與服務資訊標示

BenQ明基電通透過內部產品開發流程，確認明基交付客戶的所有產品皆能滿足以下要求，且2018年未有違反產品與服務資訊標示的法規或自願性準則。

產品與服務資訊標示

項目	符合	不符合
產品原件/成份的來源或服務的供應者	●	
產品內容物成份，特別是可能產生環境或社會衝擊的物質	●	
產品或服務的使用安全	●	
產品的後續處置及其環境/社會衝擊	●	

供應商及
運輸承攬商



供應商篩選

明基身為一跨多領域之品牌公司，全球合作之供應商家數約有15家(包含代工廠和配件廠)，大多位於大中華區域。我們有責任積極的與供應商共同建立一個保護環境、人權、安全、健康且永續性發展的供應鏈。

明基基於對品質的堅持以及為消費者把關的精神，對於供應商的篩選一概以嚴謹的態度執行審查與督導，要求供應商提供ISO9001、IS014001、ISO45001(OHSAS18001)及SA8000驗證合格證書影本相關證明資訊，期望透過共同善盡企業社會責任精神的機制，與供應商建立長久的合作關係。唯獨ISO13485證書只向醫療供應商要求提供。

在明基管理系統與流程裡，潛在供應商欲進入明基所驗證的合格供應商列表（Qualified Vendor List，簡稱QVL）裡，便須積極配合與環境衛生與社會責任相關的稽核與文件審核的活動：

對於無法提供ISO9001、ISO14001及ISO45001證書影本之供應商，要求提供導入或改善計畫，並持續追蹤其進度；對於無法提供SA8000證書影本之供應商，要求提供RBA責任商業聯盟報告或BSCI社會責任認證若無法提供上述證書則提供供應商社會責任調查表或簽署供應商社會責任承諾書，尚無法提供或簽署者，亦要求提供導入或改善計畫，或相關證明資訊，並持續追蹤其進度，並不定期對供應商進行審查作業。

針對上述作業流程，現存與明基合作的夥伴供應商，均透過明基的輔導與積極溝通，100%完成相關的文件審核與追蹤。同時，針對既存於合格供應商列表（QVL）的廠商，於即將開始合作並進一步談產品量產與供貨前，也會以報價需求單（Request for Quotation，簡稱RFQ）流程規範其生產品質並督導其產品符合各項環境評量與安規標準。

供應商篩選



2018度審查結果

驗證文件	證 書	提供改善及導入計畫表	RBA責任商業聯盟報告	BSCI社會責任認證	簽署承諾書	提供調查表
ISO 9001	15					
ISO 13485	1					
ISO 14001	11	4				
OHSAS 18001	7	8				
SA 8000	2		1	1	6	5

在RFQ階段，除產品本身規格等條件外，明基品質管理與產品認證等相關部門會在正式文件裡同時規範供應商的成品品質，同時明文規定產品相關法規如RoHS、REACH、WEEE、ErP或相關節能以及安規、電磁相容等標準於其中，如供應商無法完成相關要求，則在RFQ 審核中便無法進行至下一步。透過這樣的把關，明基確保提供出來的產品能符合公司規範及消費者的需求。

運輸承攬商篩選

運輸承攬商扮演派送貨物的角色，在供應鏈當中是不可缺的一環。明基在篩選運輸承攬商的過程，除了審核服務規格與價格，若廠商同時具備　ISO14001認證或相關綠能減碳的配套措施，將優先成為明基的運輸承攬商；同時明基定期對廠商做績效評鑑，以確保服務品質。

而運輸工具對環境的影響不外乎就是碳排，在各式運輸方式的碳排係數由高到低依序為空運-卡車-鐵路-河運-海運。為減少碳排，我們持續地監控、調整運輸方式，例如降低空運使用比率以減少碳排放量，及在河運發達地區，或在中國、歐洲等地使用河運替代陸運卡車，其可約減少約15%的碳排放量。

海運部份，為降低船舶對海洋的污染，國際海事組織(IMO)規定在2020年起全球船舶用油含硫量不得超過0.5%，航商舊船必須加裝脫硫器或使用低硫油，或新購LNG液態船舶以符合規定。屆時海運的碳排係數將再下降，而海運正是明基最主要的運輸方式。

跨國鐵路運輸服務逐年穩定成長，鐵路碳排約為空運的10%。對於產地在中國而客戶在中亞歐洲等地區，若海運來不及在期限內送達客戶端的貨物，可使用鐵路來代替空運，除滿足客人需求又可同時兼顧環保與降低運輸成本。

為地球的永續著想，在選擇運輸承攬商時，明基將優先考慮符合環保節能者，同時掌握運輸市場具有經濟效能綠色運輸與最適運輸；內部則持續改善產品包裝方式，無論哪一種運輸載具，皆以提升貨運裝載率為目標，減少運量的需求，這是明基電通在運輸上對環境保護、永續經營的努力方向與作為。

員工



員工概況

聘僱原則

明基電通徵募員工，視實際業務需要遴用，力求機會均等，適才適用及內部優先於外部任用為原則。不會因種族、民族或社會出身、血統、社會階級、國籍、宗教信仰、身體殘疾、性別、性別取向、家庭責任、婚姻狀況、工會會員、懷孕、年齡或政黨等方面的原因採取歧視行為，且不得雇用童工。

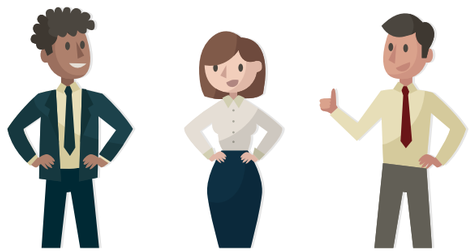
人員僱用概況

為促進地方發展，明基人員徵聘原則以僱用當地勞工為優先，各地區所僱用之當地人員比例達90%以上，而在管理階層也有90%以上於當地僱用。

截至2019年12月31日止，明基全球正職員工（不含派遣）為1,509人，員工分布於亞洲、澳洲、歐洲、美洲等地區；員工國籍涵蓋50個國家，其中台灣總部人數佔31%，而69%的員工分布於其他海外地區，如下表。

全球人力統計

2019 （註：以下資料不含派遣員工）



全球人數	海外人數	台灣人數
1509	1043	466

- 截至2019年12月31日止，明基電通全球員工（含派遣）總數為1,660人

全球員工人數依僱用地區統計

僱用地區	男（人數）	女（人數）
台灣區	268	198
大陸區	272	176
亞太區	124	145
美洲區	112	57
歐洲區	146	75

（註：以上資料統計至2019.12.31，台灣與大陸區因管理需要，不列入亞太區計算。）

員工流動率

2019明基全球平均累計離職率為10.9%，平均月離職率為1.59%。以區域區分，2019累計離職率最高的地區是美洲區為41.94%，最低為台灣區16.29%。

學習發展

人才是公司最重要的競爭優勢，對人才的培養與發展是明基重要的經營理念，我們貫徹持續學習，以追求公司競爭能力的提升，明基依照組織發展的需要來規劃員工技能的培育課程、主管管理能力進修方案，配合事業單位的策略及步調，隨時彈性且動態的調整訓練規畫，完整的教育訓練發展體系，曾獲國家TTQS金牌認證，及國家訓練品質獎的高端肯定。並所有新進主責教育訓練之同仁，全員接受TTQS專業訓練。

明基訓練類別有三大部分：新人訓練、職能為體系的專業訓練以及領導與管理之訓練。每位同仁根據個人、部門需要，透過內部訓練系統來參與各項課程與訓練計畫。此外，為了傳達有效的資訊，我們結合法規要求、公司環境及產業特性，規劃環境安全衛生教育課程，包含「安全衛生」、「管理系統」、「緊急應變」、「綠色產品」、「環境保護」、「社會責任」等實體課程。除內部課程之外，也提供外部訓練計畫的資訊，提供員工參加並補助，鼓勵員工參與外部課程，持續進修。

完善的新人訓練

從員工入職即提供新進員工訓練計畫，除集團Win Camp訓練營外，更發展New Comer Orientation Program培訓計畫，課程內容涵蓋公司企業方針與企業文化、企業社會責任理念與相關政策、環境安全衛生相關政策、壓力管理、相關HR支援服務…等。同時，針對不同新進人員的工作職務內容，透過一系列Professional Program培訓，協助新人快速上手與順利適應環境。因應數位轉型的趨勢，自2019年起，我們逐步將新進課程轉為線上形式。

以職能為體系的專業訓練

在大環境與世界局勢劇烈變化的今天，為了協助員工面對新時代的變革與挑戰，在個人職涯上不斷精進與成長，讓工作能力（Competency）有全方位的發展與提升，明基依據員工不同的專長、職等等需求，設計了不同的Training Program 來協助員工發展相關專業技能以強化職場競爭力。同時，全面盤點所有共通課程，讓不同層級、年資與部門的同仁，都具備共通的基本工作心法。訓練單位也根據企業的營運策略，因時制宜的機動調整訓練步調，2018年因應組織策略，邀請多位數據專家及敏捷開發教練，前來公司引導數據與軟體專案的進行，獲得主管正面評價。2019年因應組織策略，邀請設計思考專家，以田野調查及人類學為基礎，指導新進產品單位之同仁設計思維。

領導與管理訓練

在領導管理訓練方面，依據管理職階不同，公司規畫了一系列的主管訓練課程，除新任主管訓練課程(Manager Induction Program)依照個人直接量身訂作外，明基在基層及中層主管訓練(FLP/ALP/SLP)課程package內容如下圖所示，及高階的領導管理階層訓練(TDP)上面，規畫了總計至少100小時以上的訓練培育課程，以系統性的課程package來幫助主管轉換管理的角色，與增進本身的管理職能。期許藉由這些全方位的管理課程，積極培育管理相關人才以因應組織擴充，並全面提升主管對部屬的培育能力與輔導激

各階段人才培育課程

Program Name	Fresh Leader Program	Action Leader Program	Strategic Leader Program	Top Development Program
參加對象	潛力人才	基層主管	中階主管	高階主管
Session I	• 管理立即上手篇	• 向上管理	• 系統思考與決策技巧	• 高階主管的角色與使命 • 願景與價值觀領導 執行力
Session II	• PDCA與工作改善篇	• OJT • 問題員工處理技巧 • 衝突管理與協調	• 部屬培育與發展 • 績效設定與檢討的面談技巧 • 有效授權與指令下達	• 高階主管之授權技巧 • 變革領導 • 變動環境中的組織發展與再造 • 培育接班人 • 策略規劃與管理 • 企業經營與管理
Session III	• 人際溝通協調篇	• 卓越團隊領導與建議 • 部門工作規劃與目標達成 • 適應變革	• 說服力與影響力技巧 • 向上溝通與簡報技巧	• 正式演說技巧
Session IV	• 部屬培育啟發篇	• 問題分析與解決技巧 • 專案管理實務	• 建立策略夥伴關係 • 跨部門協商技巧	• 價值導向的財務管理
Session V	• 人才招募面談技巧篇		• 策略思維建立與管理 • 領導變革	

(註: PDCA為流程改善順序Plan-Do-Check-Action, OJT為在職中訓練On Job Training, HRM為人力資源管理Human Resource Management)

勵技巧，協助主管帶領團隊達成組織目標。2019年，針對集團新任主管，更彈性開設On Boarding Program，透過一系列的對話與資源協助，讓新手主管快速上手。

我們了解，公司的永續經營不僅是在產品的創新、流程的改善上，更需要組織像個有機體一樣，伴隨著競爭環境隨時因應調整與成長，明基秉持這樣的理念，持續地培育與發展人才，強化組織學習成長的動能，以維持面對未來挑戰與契機的競爭優勢。

工作條件

人權管理

明基從招募員工程序開始，就遵守各項準則，因此明基從未雇用兒童員工、也未因非意願勞務、懲戒方式不當或身份歧視而發生糾紛事件。

明基人權管理方針

拒絕兒童勞務	符合當地的最低年齡的法律和規定，禁止僱用童工。
不採行強迫性勞動	尊重員工意願，禁止任何型式之強迫性勞動行為。
建立健康安全的工作環境	取得ISO 14001環境管理系統及OHSAS 18001職業安全衛生管理系統認證，提供良好的工作環境。
確保員工權益溝通管道暢通	建立多元開放之溝通體系，員工可自行成立社團，講求勞資和諧。
不歧視	選用育留以適才適用為原則，不因種族、性別、婚姻狀態、年齡、政治立場或宗教信仰等因素而有歧視發生。
懲戒性措施	不以非人道方式對待員工，禁止任何型式之侮辱行為，關心同仁工作情形。
工時	工時規範遵守法規規定。
符合基本薪資	薪資及福利均遵守法規規定及產業標準，且不因懲戒目的而扣減工資。

明基除於政策上宣示保障員工權益及維護人權之決心，於管理層面上同步設定了多項規章及管理程序以確認公司之執行成效。公司自成立以來，勞資雙方關係和諧，員工之需求與意見皆能直接反應並獲得回饋。

為確保明基與員工勞資雙方的權益，於員工入職當天所發放之員工手冊，皆載明各項作業變更所需的最短通知期。並在員工入職時，明基與員工所共同簽署之聘僱合約中，亦清楚說明終止合約所需最短通知時間。

明基電通制定有社會責任及環境安全衛生政策及相關管理程序，強調公司誠信經營，嚴守道德規範，並持續改善經營管理。所有員工權益均符合當地法規、國際性規範與相關利益團體的需求，以保障員工權益，並持續改善；另外針對社會責任方面，公司亦遵守社會責任標準，並符合法規與客戶要求，以達到企業永續經營之目標。

明基社會責任及環境安全衛生之政策如下表所示：

此外，所有員工均簽署聘僱合約，依其意願達成與公司約定之工作，加班皆為自願性，絕無強迫性勞動，不受生理或心理之脅迫，並且不因任何種族、性別、年齡、國籍、宗教或政治傾向而受到歧視。因此過去並無發生任何身分歧視之法律案例。

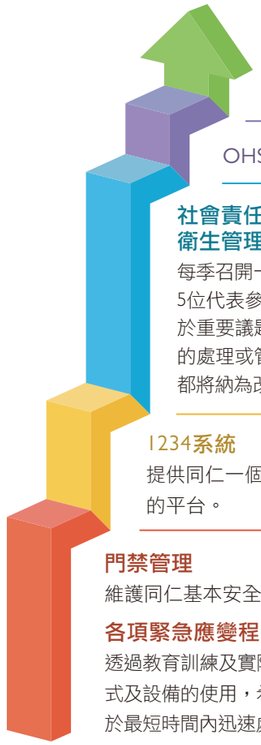
明基的承諾

明基的承諾	
薪資福利	1. 考量工作職位擔當與個人能力來對新進員工敘薪，不因其種族、宗教、政治場、性別、婚姻狀況或隸屬工會之差異而在起薪上有所不同。 2. 薪資符合相關法律規定，公司全體員工平均薪資高出法定最低基本工資23,100元。 3. 在各主要營運地點，新進員工依性別的標準起薪與當地最低工資的比率，男女皆為1.9。 4. 絕不允許任何人以懲戒性的名義作為扣款工資的要求。
勞健保	1. 在每一位員工報到當天，即為員工投保勞保、健保，並負擔雇主應繳納的保險費用。 2. 額外提供員工團體保險等福利措施，當中包含壽險、意外傷害險、癌症醫療險、意外醫療險、門診／住院醫療險與航空意外傷害險等，最高理賠金額為36倍月薪。 3. 全球營運據點亦依當地法令規定辦理，使所有明基員工有更完善的生活保障。
休假	1. 給予員工法律上規定的應有假期及相關休假。 2. 每年一天可支薪的志工假，讓員工快樂當志工。 3. 有支薪的訂婚假，表達公司對同仁的關懷。
退休福利	1. 台灣地區員工根據台灣勞基法與勞工退休金條例之退休金制度規定，定期提撥儲備金至法定退休金帳戶或個人退休金專戶。 2. 全球營運據點亦依當地法令規定辦理。
獎勵	1. 每半年對所有正職員工進行績效評核，評核結果做為晉升與獎金的基礎。 2. 所有任用、考核及晉升標準皆公平、公正，並且不因任何種族、性別、年齡、國籍、宗教或政治傾向而受到歧視。
溝通管道	1. 部門會議 2. HR信箱 3. 勞資會議 特休假維持週年制，不遞延。 4. 職工福利委員會 5. 伙食委員會 6. 員工意見調查 7. 秘書／助理座談會 8. 2885線上反應系統 9. 員工代表
重大變動致影響員工權益預告期	1. 當公司營運發生重大變化而可能影響員工權益時，對於公司服務三個月以上一年未滿者至少於10日前告知。 2. 對於於公司服務一年以上三年未滿者於20日前告知 3. 於公司服務三年以上者於30日前告知，以維護員工權益。

作業環境安全

明基電通有健全之社會責任暨環安衛管理委員會及推動組織，以及落實執行各項安全衛生健康要求。截至目前為止明基電通並未發生因工作上原因而引發健康職業病之實例，經計算2019年平均之工傷率為0件/百萬工時，職業病發生率為0。2019年便由2009年工傷數由1件降低為0件，並保持到現在。下頁的2019年安全衛生管理績效之比較表。印證了明基電通在保護員工安全、健康與環境方面之努力。

作業環境安全管理機制



OHSAS 18001認證

社會責任暨環境安全衛生管理委員會

每季召開一次，由勞資雙方各推舉5位代表參與(占員工比例50%)，對於重要議題進行審查，以確保妥善的處理或管理，委員及員工意見也都將納為改善執行的重要依據。

1234系統

提供同仁一個隨時反應意見的平台。

門禁管理

維護同仁基本安全

各項緊急應變程序

透過教育訓練及實際演練讓同仁熟悉應變方式及設備的使用，希望在緊急事故發生時，於最短時間內迅速處理，將傷害減到最低。

健康職場

明基向來以打造健康、活力的工作環境為導向，讓員工能免除後顧之憂，且能全心全力的投入工作；自2005年開始，台灣區即參加台北市健康職場評選，從一百多家職場脫穎而出，連續2年榮獲健康職場最高獎項「特優」桂冠，並在2007年榮獲行政院國民健康局自主認證優良公司。更在2011年獲得台北市幸福企業最高榮譽三星獎。明基近年來榮獲之相關獎項及事蹟如下：







2019年安全衛生管理績效依性別比例區分

2019 台灣	GRI之失能傷害頻率(IR)	GRI之失能傷害嚴重率(LDR)	GRI之職業病發生率(ODR)	GRI之缺勤率(AR)	因公死亡事故總數
男	0	0	0	0	0
女	0	0	0	0	0
總和	0	0	0	0	0

- 缺勤率(AR)=總缺勤天數/總工作天數×200,000*
(*：指按照每年50個星期，每星期40個工時計，每100名僱員的比率。)
- 缺勤定義：員工因失去勞動能力（不是因工傷或職業病）而脫離崗位。包括病假及事假。

相關獎項及事蹟

2005	>	台北市健康職場特優獎
2006	>	台北市健康職場傳承獎
2007	>	衛生署國民健康局健康領航獎 職場健康自主認證健康促進標章
2008	>	國民健康局長訪問績優健康職場
2009	>	職場健康自主認證健康促進標章
2010	>	台北市優良集乳室
2011	>	台北市優良集乳室 台北市幸福企業最高榮譽三星獎
2012	>	職場健康自主認證健康促進標章 台北市優良集乳室
2013	>	台北市戶外定點吸菸自主管理認證
2014	>	台北市戶外定點吸菸自主管理認證
2016	>	健康職場認證健康啟動標章 運動企業認證標章
2017	>	台北市優良集乳室
2019	>	2019年運動企業認證標章

明基以全方位的方式維護員工的身、心靈健康，如每年定期健康檢查，項目優於法規的，2019年員工參與檢查率為93%，若有異常依程度進行回診或追蹤，重大異常的追蹤確定複診率達90%；每月專業家醫科主治醫師看診服務，活潑有趣的健康促進活動、定期健康衛生教育並教導預防醫學知識與重大疾病的預防衛教、急救教育訓練；與物理治療師合作，設置物理治療室，協助員工肌骨評估與使用電腦不良姿勢校正，達千人次，對於婦幼健康，還有設置集乳室，曾有兩本育嬰雜誌評比為五星級的集乳室，2019年的產後職場母乳哺育6個月以上更達10位以上。此外並致力營造完善的工作環境，定期教導與宣導相關職業安全知識，打造無職災的工作環境。

員工關係

明基勞資會議與福委會員工代表由公司內部員工投票選舉產生，可針對員工福利及公司制度提出建議，並定期與管理階層進行面對面溝通，公司並制定員工申訴處理辦法，如員工遭遇任何性騷擾或不當對待事件，均可透過此管道直接向公司反應，公司對於檢舉者之身份機密性予以保障，截至目前為止，公司並未發生任何勞資糾紛或不當對待案例。

企業負有捍衛社會道德的公民責任，明基致力培育每位同仁成為誠實可信之人，將誠信的觀念與要求傳達給社會上的其他人，避免道德爭端，善化社會風氣。明基電通認為堅守誠信是對股東、顧客、供應商、事業夥伴及同事的責任，嚴格禁止任何貪瀆、賄賂及勒索等行為，更進一步要求員工必須主動釐清且積極改善我們的日常作為，以提供誠信操守。

明基秉持最高標準看待所有道德規範，強調保障消費者權益，堅守法規及公司規定，保障營業機密及公司資產，避免利益衝突及利益輸送，禁止濫用特權進行非法違紀行為。針對供應商管理，公司已訂定商業道德同意書，選擇誠信可靠的合作廠商，與供應商建立誠實可靠的關係，進行透明化的公平合作及交易。

另外，明基並制訂有供應商社會責任及環境安全衛生調查表，逐步調查供應商通過社會責任管理系統、環境管理系統、職業安全衛生管理系統之認證，本公司積極鼓勵尚未認證之供應商申請相關認證，儘可能提供支援及經驗分享，並持續追蹤供應商驗證通過進度。

社會關懷



明基友達基金會

明基電通於2002年8月22日經董事會通過捐助成立財團法人明基友達文教基金會。誠如明基友達集團致力提供全人類愉悅生活的使命，明基友達基金會的長遠願景，是用心發揚台灣之美，更是企業傳達真實、親善、美麗的感動予社會的具體實踐。2018年，明基友達基金會持續以培養老實聰明人、提升原創文化價值、親善大地、縮小數位落差四個主軸，持續傳達真實親善美麗的感動。

培養老實聰明人

1. 老實聰明體驗營

明基友達基金會策劃「老實聰明體驗營」暑期營隊，與青少學子相約，年年盛夏共聚學習。2019年，與桃園市、新竹縣教育局處合作，開創有別以往營隊課程模式，與桃園市、新竹縣台3線小學194位創意師生，共度充實暑假，快樂學習合作、誠信，激盪科技創意。

桃園市教育局領頭示範，提出融合品格與STEAM (Science, Technology, Engineering, Art, and Mathematics)核心概念課程，重視跨域知識組織創新，鼓勵學生從關懷環境與生態出發，透過同儕對話找出解決方案，合作運用程式設計與科技套件發展出具體策略與創作成品，最後達成彼此「分享」成果，學習談論與欣賞的團體人際互動素養。

新竹縣教育處則與國立清華大學、中原大學、明新科技大學等青年學生志工，設計符合「十二年國民基本教育」品德核心價值的課程活動，帶領北埔、沙坑、石光、錦山、博愛、豐田、東安、長安及照東等國小學童，培育「尊重生命、孝悌仁愛、誠實信用、自律負責、謙遜包容、欣賞感恩、關懷行善與公平正義」等正向價值觀，成為未來向社會傳達真實親善美麗價值的重要種子。

「老實聰明體驗營」偏鄉學童的暑期學習營隊









「老實聰明體驗營」偏鄉學童的暑期學習營隊



2. 夢想行動．校園講座

邀請青年典範擔任夢想大使，走訪台灣偏遠山區、濱海校園，與高中職學子分享夢想實踐歷程，傳達積極正向力量，鼓勵青春生命勇敢做夢，實現自己的無限可能。

2019年，「夢想行動校園講座」邀請十大傑出青年公益家沈芯菱、倒立先生黃明正、前太陽馬戲團團員陳星合、溜溜球達人楊元慶、好萊塢「魔術城堡 The Magic Castle」魔術師黃柏翰、亞洲魔術大師競賽總冠軍李世峯及逆境引導教練吳佳穎，巡迴桃園、新竹、苗栗、台中、彰化、雲林、嘉義、南投、台南、高雄、屏東、宜蘭、台東13縣市，與72所高中職學校7萬7千多名高中職師生，分享實現夢想的動人魅力。

「夢想行動．校園講座」傳達積極正向影響力





「夢想行動．校園講座」傳達積極正向影響力



3. 科丁計畫

「科技改變生活、產業正在轉型、教育需要翻轉」AI 智能時代來臨，程式設計儼然成為未來溝通語言趨勢，為培育新世代溝通能力，明基友達基金會與社團法人科丁聯盟合作，於偏鄉弱勢地區推動程式設計課程，扎根程式語言教育，深耕資訊科技學習。

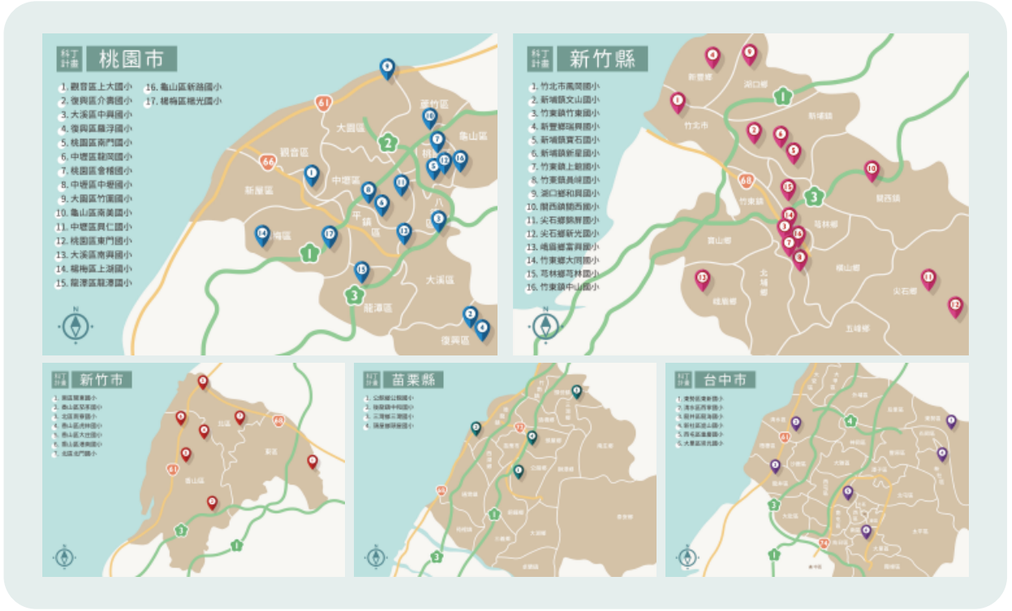
2019年，挹注經費支持桃園市、新竹縣市、苗栗縣及台中市共 5 縣市、50 所偏鄉弱勢地區國小，執行程式語言教育計劃，藉由「Scratch」開展國小學童 AI 智能視野，培養程式語言的表述能力。

「科丁計畫」開展桃園、新竹、苗栗、臺中等五縣市學童 AI 智能視野





「科丁計畫」開展桃園、新竹、苗栗、臺中等五縣市學童 AI 智能視野



提升原創文化價值

1. BenQ 國際雕塑營

「BenQ國際雕塑營」為促進海內外雕塑藝術文化交流，透過一個月的現地創作方式，提供專屬雕塑藝術的交流平台，讓對雕塑有興趣的學子與民眾，能近距離和藝術家交流，深耕台灣現代雕塑，開啟跨域多元新視野。「BenQ國際雕塑營」自2010年起，已經舉辦了六屆，成功於國際藝術界建立美好的台灣經驗和形象，並為台灣留下90件雕塑瑰寶，置放於公共空間，豐富民眾日常美感體驗。

2019年「BenQ國際雕塑營」搭建雕塑交流平台，自57個國家、267件投件作品，評選出台灣、義大利、保加利亞、希臘、喬治亞、中國及韓國共12位藝術家作品，入駐麻布山林創作，活動期間更安排文化體驗之旅，帶領國際藝術家走入台灣人文地景、親近風土人情，促進東西方文化交流，蓬勃台灣創作活力。本屆十二件雕塑作品於麻布山林創作營地展示至2020年6月，開放集團同仁及藝術科系學生、團體走訪觀賞，傳揚雕塑藝術風華。為推廣公共藝術美學，「BenQ 國際雕塑營」更捐贈桃園市政府雕塑品《繭》(Cocoon) 置放於蘆竹區休閒農場，積極提升民眾參與藝術欣賞的機會與空間。







「BenQ 國際雕塑營」提供國際藝術家現地創作暨交流平台



2. BenQ華文世界電影小說獎

為提倡電影產業內容發展，尋找好的故事劇本，2010年，首創「BenQ華文世界電影小說獎」徵文活動，獲得華人地區、兩岸三地電影界、文學界的支持，連續舉辦七屆，得獎作品集獲國內重要電影人、文化人與作家的肯定。

第六屆「BenQ華文世界電影小說獎」首獎得主胡波，電影長片《大象席地而坐》獲 2018年柏林影展、金馬獎等殊榮，該電影劇本改編自與首獎作品同名之中短篇小說集《大裂》。2018－2019年出版《大裂：胡遷中短篇小說集》、《遠處的拉莫》、《牛蛙》等多本作品。

七屆徵文活動共累積33篇得獎作品，五度入選文化部「台北國際書展－華文出版與影視媒合平台」、「出版與影視跨產業媒合平台」重點推薦書，已成功授權〈討債株式會社〉、〈欲望與恐懼〉、〈追趕跑跳，砰！〉進行電影改編製作。

「BenQ華文世界電影小說獎」鼓動華文電影文學創作狂潮





親善大地

1. 友善契作 –「我的一畝田」

2008年，明基率先契作水稻田，明基友達基金接續推動認養稻田，連續十年，支持台灣北、中、南部農友善耕理念，總認養稻田面積累積逾七十公頃。

2019年，「友善耕作」以一年兩期稻作立約，契作新竹北埔「南埔社區」和彰化溪州「尚水米」兩處稻田，年度契作面積10公頃，將春、秋兩期稻作，包裝米禮盒與集團同仁分享，並發起個人認捐，鼓勵於日常餐桌分享無毒優質米，觸發食農教育發生，亦透過辦理插秧收割勞作活動，引領同仁走入土地，體驗農務、學習農業知識，以行動實踐「親善大地」理念，更凝聚對友善土地的認同；2019年溪州秋收勞作，明基員工與親友熱情參與，挽袖彎腰割稻，體驗農民耕作辛苦，親近土地情感。

友善契作「我的一畝田」：彰化溪州秋收勞作體驗





縮小數位落差

明基友達基金會長期參與教育部「數位機會中心輔導計畫」(Digital Opportunity Center, DOC)，致力於偏鄉數位關懷。自2008年起，協助新竹縣、苗栗縣DOC應用數位能力執行在地特色發展工作，行銷地方農特產品，紀錄社區人文歷史、文化典藏，透過關懷教育、文化、產業三個面向，推動偏鄉學童、青年、中高齡長輩、新住民的數位學習。

2013年至2019年，連續七年深耕「DOC志工小旅行」，號召明基員工與眷屬親至產地參與農務採收，展現熱情服務情懷，體驗流汗與行走的意義，以探索精神結合自願勞作服務，體驗各地人文風光與多元生命樣態，認識竹苗DOC豐富的人文地景。「DOC志工小旅行」協力小農開創連結地方、志工與DOC的沉浸式體驗行銷模式，從實際參與產地到餐桌的過程，傳遞對地方產業文化的關注，牽連起志工和地方小農的互動情感，獲得佳明基志工與農戶極大的迴響。



2015年至2019年，連續五年辦理「DOC小市集」，明基同仁透過市集關懷環境、支持在地

DOC志工小旅行



DOC志工小旅行











產品，認識小農品牌與純淨栽種、守護土地的用心，透過企業團購支持農作產品，直接連結地方實際所需之經濟助益。逐步協助DOC培養小農品牌，提高產品價值與曝光率，建置《夢想契作》網路行銷平台、舉薦小農商家《DOC職人網》拍攝影片，進而分享台灣美好人情、土地和食源故事。

「數位機會中心輔導計畫」經營成效與影響力：運用明基友達基金會與明基志工團隊力量，協助DOC執行最適合當地發展的特色工作。於逐



「DOC小市集」佳世達員工支持小農純淨好物













步積累的基礎上，統合地方需求與多元發展，一步一腳印與地方共同成長，從建置開始，到日常基本營運、開設基礎與進階資訊課程、協助DOC發展文化與特色，累積相當的成效。

動人的影片來自動人的故事，明基友達基金會長期致力推展影像創作的普及化，除針對社會民眾不同程度、不同目標訴求的群體所設計的影像課程，培植DOC學員對影像拍攝製作的興趣，透過開設《PeoPo公民新聞》、《天空我的家 — 看見竹苗》、《手機微電影》、《竹苗直播線上看》及《我的偶動畫》等課程，累積豐厚新媒材、新視角、新形態的影像創作外，2018年更代表教育部拍攝行動近用影片《手滑的風景》，紀錄銀髮族使用平板的點滴樂趣，

教育部「偏鄉數位應用推動計畫」DOC成果影片



《手滑的風景》教育部「偏鄉數位應用推動計畫」行動近用計畫紀錄影片



看見網路的力量，看見數位的豐收，觸控的樂趣，循序漸進的扎實課程，凝聚學習的樂趣，聚集情感交流分享。2019年影像能量擴散至全國，拜訪澎湖湖西、苗栗公館、雲林口湖，匯集DOC 成果點滴，將豐富的數位課程、在地溫暖人情、特色文史、經濟產業發展收錄至《全國DOC成果影片》，發揚終身學習的精神，推動在地數位與文化達成共識，創造更多無形的價值。

長期的耕耘更深刻體認，數位機會中心於地方扮演著多重角色，涵蓋教育面、經濟面、文化面與社會面的執行推廣與應用，日漸形成「家園經濟」模式，「DOC 志工小旅行」、「DOC小市集」及集團員購支持，2019年帶動偏鄉約240萬元經濟收入，影響深遠，受惠者眾，也鼓舞著我們持續扎根與擴散DOC的數位力量。

社會與環境關懷

〈20190309綠色嘉年華〉宜蘭植樹活動

今年明基佳世達加入許多新夥伴，有至一同為這塊美麗的土地種下2,500株的小樹苗。宜蘭的植樹已經成為每年的固定活動！今年雖然風雨交加，但過程中留下許多雨水汗水伴隨著歡笑聲，所有的大朋友小朋友都度過了一個非常歡樂的綠色嘉年華！

身為一個代表性的綠色企業，我們希望貢獻更多的熱情與活力，讓環境更加友善，藉由品牌的力量發揮社會影響力，讓台灣這片土地與居民能永續共存。

〈20190309 綠色嘉年華〉宜蘭植樹活動









GRI Standards對照表

一般揭露

主題	GRI	敘述	對應章節	備註
組織概況	102-1	組織名稱	關於明基	G4-3
	102-2	主要活動、品牌、產品及/或服務	關於明基	G4-4
	102-3	企業總部座落地點	關於明基	G4-5
	102-4	業務活動涉及之國家與數量	全球營運策略	G4-6
	102-5	所有權的性質及法律形式	與投資人之溝通	G4-7
	102-6	所服務的市場與市場性質	全球營運策略	G4-8
	102-7	組織規模	全球營運策略	G4-9
	102-8	按雇用類型、僱用合約劃分的員工總數，並依性別及僱用地區來細分	人員雇用概況	G4-10
	102-9	說明組織的供應鏈	供應商篩選	G4-12
	102-10	報告期間，任何重大的組織規模、結構、所有權或供應鏈的變化	NA	G4-13 無變化
	102-11	組織是否/如何提出預防措施	監督與風險管理	G4-14
	102-12	組織簽署外部發展的經濟、環境及社會章程、原則或其他倡議(外部CSR原則)	N/A	G4-15 未簽署任何外部倡議
	102-13	加入國內外業內公協會之會員	參與協會/公會	G4-16
策略	102-14	企業永續發展願景與策略聲明	總經理的話	G4-1
	102-15	主要衝擊、風險及機會之陳述	財務風險之因應 供應鏈風險管理 氣候變遷風險評估	G4-2
倫理與誠信	102-16	說明組織的行為與道德守則的價值觀、原則、標準與行為規範	行為準則	G4-56
	102-17	報告內外部尋求道德及合法行為之建議以及與組織誠信相關事宜或舉報相關疑慮之機制	行為準則	G4-57.58
公司治理	102-18	組織的治理架構，包括最高治理單位的委員會。說明負責經濟、環境與社會主題的委員會	明基企業社會責任委員會	G4-34
	102-21	利害相關者與最高治理單位針對經濟、環境與社會議題相互諮詢的過程。如果諮詢委辦，說明承辦的單位以及向最高治理單位回饋的程序	與投資人之溝通	G4-37
	102-22	最高治理單位的組成與其委員會	公司治理組織架構	G4-38
	102-23	最高治理單位主席是否兼任行政職	公司治理組織架構	G4-39
	102-25	董事會利益規避之機制與程序	公司治理運作情形	G4-41
	102-27	報告發展與增進最高治理單位對於經濟、環境與社會議題的知識	公司治理組織架構	G4-43
	102-35	最高治理單位與高階管理人員的薪酬政策	與投資人之溝通	G4-51

一般揭露

主題	GRI	敘述	對應章節	備註
利害關係人議和	102-40	利害相關者參與名單	與利害關係人的溝通	G4-24
	102-41	勞資談判達成協議的員工比例	工作條件	G4-11 公司並無與員工簽訂集體協商協定
	102-42	說明選定利害相關者之依據	與利害關係人的溝通	G4-25
	102-43	說明利害相關者的參與方式	與利害關係人的溝通	G4-26 PR5
	102-44	報告利害相關者關注之主題與回應方式	客戶滿意度調查 與利害關係人的溝通	G4-PR5 G4-27
報告簡介	102-45	報告所涵蓋的公司實體	關於報告書	G4-17
	102-46	界定報告內容的過程與主題的邊界	與利害關係人的溝通	G4-18
	102-47	列出所有重大主題	與利害關係人的溝通	G4-19
	102-48	重整過往報告之原因及結果	N/A	G4-22 未重整報告
	102-49	重大主題以及主題邊界與過往報告的差異	與利害關係人的溝通 關於報告書	G4-23
	102-50	報告期間	關於報告書	G4-28
	102-51	上一份報告出版的日期	關於報告書	G4-29
	102-52	報告出版之週期	關於報告書	G4-30
	102-53	報告回應之連絡窗口	關於報告書	G4-31
	102-54	報告組織選擇遵循的方法	關於報告書	G4-32-a
	102-55	GRI 對照表	GRI Standards對照表	G4-32-b
	102-56		關於報告書	G4-32 G4-33 未尋求外部驗證

GRI Standards對照表

經濟主題

主題	GRI	敘述	對應章節	備註
經濟效益	201-1	經濟價值產生與分布，包括營收、營運成本、員工薪酬、捐獻及其他社區投資、保留盈餘、投資者與政府之給付	財務績效	G4-EC1
	201-2	因氣候變遷所導致的財務影響	N/A	G4-EC2 2019年未有因氣候變遷而造成之重大財務影響；其他氣候變遷之因應參見「氣候策略與碳管理」
	201-3	企業明確承諾的福利及賠償	人權管理	G4-EC3
	201-4	政府給予之經濟補貼/援助	財務績效	G4-EC4
市場定位	202-1	在各主要營運地點，新進員工依性別的標準起薪與當地最低工資的比率	人權管理	G4-EC5
	202-2	在重要營運據點，僱用當地居民為高階管理階層的比例	人員僱用概況	G4-EC6
間接經濟影響	203-1	基礎設備的投資與支援服務的發展及衝擊	社會關懷	G4-EC7
	203-2	顯著的間接經濟衝擊，包括衝擊的程度	社會關懷	G4-EC8
反貪腐	205-1	進行賄賂風險分析之事業單位數量與比例以及鑑別出的重大風險	行為準則	G4-SO3
	205-2	反貪瀆政策與程序的溝通及訓練	行為準則	G4-SO4
	205-3	確認為貪污的事件以及採取的行動	行為準則	G4-SO5

環境主題

主題	GRI	敘述	對應章節	備註
原物料	301-1	原物料的總使用重量或用量	NA	G4-EN1 因無從事商品生產，故無統計
	301-2	回收再生料的使用比率	產品設計改良	G4-EN2
	301-3	售出產品及回收其包材的比例	產品設計改良	G4-EN28
能源	302-1	組織內的能源消耗	氣候變遷	G4-EN3
	302-2	組織外的能源消耗	氣候變遷	G4-EN4
	302-3	能源強度	氣候變遷	G4-EN5
	302-4	節約能源	氣候變遷	G4-EN6
	302-5	產品及服務減少的能源需求	節能標章	G4-EN7
水	303-1	總用水量	水資源管理	G4-EN8
	303-2	因用水而受嚴重影響的水源	N/A	G4-EN9 不適用，無法取得自來水廠供水之水源資訊，故無法揭露因用水而受嚴重影響的水源資訊
	303-3	回收再使用水的比例及總量	水資源管理	G4-EN10
生物多樣性	304-1	座落或鄰近保護區的土地概況	生態管理	G4-EN11
	304-2	組織對生物多樣性之重大影響	生態管理	G4-EN12
	304-3	棲地保護與復育	生態管理	G4-EN13
	304-4	依瀕臨絕種風險的程度，說明受組織營運影響的棲息地中，已被列入IUCN紅色名錄及國家保護名錄的物種總數	生態管理	G4-EN14
排放	305-1	直接GHG排放總量(範疇一)	氣候變遷	G4-EN15
	305-2	間接GHG排放總量(範疇二)	氣候變遷	G4-EN16
	305-5	減少GHG排放量的計畫與成效	氣候變遷	G4-EN19
	305-6	損害臭氧層物質的排放量	N/A	G4-EN20 2019年重灌空調冷媒(R134-A)約排放0公噸CO_2e
	305-7	Sox、Nox及重要氣體排放量	生態管理	G4-EN21
廢水與廢棄物	306-1	按水質及目的區分之廢污水量	水資源管理	G4-EN22
	306-2	按種類及處理法區分之廢物重	廢棄物管理	G4-EN23
	306-3	化學品等溢漏的總次數及體積	水資源管理	G4-EN24
	306-4	依巴塞爾公約定義之有害廢物	廢棄物管理	G4-EN25
	306-5	受廢污水及逕流嚴重影響之地	水資源管理	G4-EN26
環保法令遵行	307-1		合法守規	G4-EN29

GRI Standards對照表

社會主題

主題	GRI	敘述	對應章節	備註
員工聘雇	401-1	按年齡、性別與區域分別計算新進員工人數、比例與員工離職人數和離職率	員工流動率	G4-LA1
	401-2	按營運之主要據點，提供予全職員工(不包括臨時或兼職員工)的福利	人權管理	G4-LA2
勞資關係	402-1	組織重大變更之最短告知期限	人權管理	G4-LA4
職業健康安全	403-1	職安衛委員會勞方代表的比重	作業環境安全	G4-LA5 三分之一
	403-2	按地區與性別畫分的工傷種類及工傷率、職業疾病、損失天數、缺勤率，和工作有關的死亡人數	作業環境安全	G4-LA6
	403-3	高職業病發生頻率或高風險職業之員工	作業環境安全	G4-LA7
	403-4	與工會訂定健康、安全的協議	N/A	G4-LA8 無工會故不適用
訓練與教育	404-2	員工職涯與能力相關課程培訓	學習發展	G4-LA10
	404-3	依性別報告，接受定期績效與職涯發展檢討的員工之百分比	人權管理	G4-LA11
多元化與機會平等	405-1	按性別、年齡、少數民族與其他多樣性指標，細分組織之高階管理人員與根據員工種類細分每類員工之組成	人員僱用概況	G4-LA12
	405-2	按營運之主要據點與員工類別，劃分女性對男性之基本薪資比率和報酬比率	N/A	G4-LA13 基本薪資比 台灣男女：1：0.8 報酬比 台灣男女：1：0.88
不歧視	406-1	發生歧視事件的總數和已採取的矯正行動	人權管理	G4-HR3
結社自由與集體協商	407-1	已發現可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商的營運據點或供應商，以及保障這些權利所採取的行動	供應商篩選	G4-HR4
童工	408-1	鑑別出作業模式與重要供應商對童工可能造成的危險，並衡量消除童工的貢獻	人權管理	G4-HR5
強迫勞動	409-1	鑑別出有強迫或強制性勞動風險的作業模式與重要供應商，並衡量消除所有形式的強迫勞動之貢獻	人權管理	G4-HR6
保全實務	410-1	警衛人員接受公司與人權相關之營運政策與程序訓練的比例	NA	G4-HR7 警衛人員100%受過相關訓練

社會主題

主題	GRI	敘述	對應章節	備註
人權評估	412-3	載有人權條款或已進行人權篩選的重要投資協定及合約的總數及百分比	NA	G4-HR1 不適用，未有重大投資經人權審查 註：重大投資協議即須經董事會同意之投資案所簽屬之協議
地方社區	413-1	實施當地社區參與、影響評估和發展方案的營運活動之比例	社會關懷	G4-SO1 100%(包含台灣及中國蘇州)
供應商社會評估	414-1	以社會指標來篩選新供應商的比例	供應鏈風險管理 供應商篩選	G4-SO9.LA14..HR10
	414-2	供應鏈潛在的社會面衝擊以及採取的行動	供應鏈風險管理 供應商篩選	G4-LA15.HR11.SO10
公共政策	415-1	依國別及受益者的政治獻金總額	N/A	G4-SO6 利害關係人無特殊公共政策立場，故本公司亦無
客戶健康與安全	416-1	重要產品類別為改善健康與安全所進行的影響評估比例	客戶健康與安全	G4-PR1
	416-2	違反產品生命週期中建康及安全影響之法令或自願性標準的總事件數	客戶健康與安全	G4-PR2 無
行銷與標示	417-1	組織程序要求需要提供產品資訊以及標示的產品類型，以及重要產品符合此要求的比例	產品與服務資訊標示	G4-PR3
	417-2	違反產品與服務訊息與標示相關法令之案件	產品與服務資訊標示	G4-PR4 無
	417-3	違反市場行銷法令的案例數	行銷推廣	G4-PR7
客戶隱私	418-1	客戶隱私侵犯/資料遺失投訴數	客戶隱私保護	G4-PR8
社會經濟面法令遵行	419-1	違反社會、經濟面法令之鉅額罰款及次數	合法守規	G4-PR9.SO8

Other Topic

主題	GRI	敘述	對應章節	備註
品質管理	BenQ-1	是否取得相關品質證書	品質管理	
客戶滿意	BenQ-2	客戶滿意度的調查與結果	客戶滿意度調查	

關於報告書

發行說明

明基電通股份有限公司成立於1984年，目前專注於BenQ品牌業務之全球經營。為展現對企業社會責任之承諾，明基自2008年起，開始每年出版企業社會責任報告書。此份為2019年企業社會責任報告書。

為加強回應利害相關人所關注之議題，明基也成立專屬的企業社會責任網站，除了摘要呈現最新一年明基在企業社會責任各方面的成果，歷年所出版的企業社會責任報告書亦可於該網站下載或查詢：

http://www.benq.com.tw/about/csr

報告書範疇

本報告書涵蓋明基2019年度於台灣區之相關策略、目標、措施及績效。

撰寫原則

明基參考GRI 標準（Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards）核心揭露（Core）架構。

聯絡資訊

對於本報告書之任何建議或疑問，歡迎聯絡我們：

明基電通股份有限公司
地　址：台灣台北市114內湖區基湖路16號
電　話：+886-2-2727-8899
傳　真：+886-2-2797-9288
公司網站：http://corp.benq.com.tw/

