

明基電通 2021 永續報告書

BenQ 2021 Sustainability report

Chapter 1 永續的責任

不變的承諾

企業的永續有賴於環境、社會、公司治理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 自設立以來，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，達永續經營。

在公司治理面，BenQ 致力實踐對企業永續發展的堅持與承諾，明基企業社會責任委員會自 2010 年 7 月成立以來，便將企業社會責任目標融入日常的工作目標中，在 2022 年並更名並改組為明基 ESG 推行委員會，進一步強化利害關係人重視的 ESG 議題並追蹤成效。

2021 年，BenQ 延續以科技服務人類需求的理念，並致力將結合 TUV Rheinland 護眼認證的護眼技術、『CinematicColor™獨家色彩管理技術』、『ClassroomCare™健康智慧教室技術』貫穿融入各項產品，持續專注在專為攝影師打造「所見即所印」的專業修圖顯示器、專為電競選手打造的快速顯現電競顯示器、專為防疫輕劇院需求設計的家用與微型投影機、幫助老師善用雲端教學資源的抗菌教育互動觸控顯示器，以及全球第一盞為螢幕閱讀、親子共讀、鋼琴練習等專用情境設計的護眼檯燈。

在環境面，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，以光智慧護眼顯示器 BL2780T 為例，機殼採用回收塑料，使用高達 65% 的再生塑膠，減少環境的衝擊。投影機 GV30 透過機構設計的創新，免去傳統腳架與金屬扭力結構，即可調整投影角度，減少生產零件數，降低對環境汙染的可能，更獲「G-Mark」及「Golden Pin(金點)」設計獎肯定。BenQ 各項產品皆以環保、節能納入考量，並榮獲能源之星認證。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。自 2019 年起連續四度獲得「亞洲最佳企業雇主獎」，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。2021 年面對疫情在原有措施的基礎上，採取創新的做法以及數位科技，將無法實際面對面的活動，設計成利用數位工具的線上模式，例如線上 KTV、線上運動會、線上正向力講座、線上健康講座…等。此外，BenQ 提供優於業界的公司獎勵金，鼓勵員工參與集團持股信

託計畫，促進公司績效與員工利益結合，並可照顧員工退休生活，開辦以來員工參與率已接近九成，為公司及員工帶來正向循環。

為使企業永續發展並與世界接軌，BenQ 亦積極回應多項聯合國永續發展指標(SDGs)，致力「優質教育」、「有益健康」、「友善地球」，永續營運面回應潔淨能源、責任生產、採取氣候行動等 SDGs 目標，均落實於日常企業營運中。

以優質教育與有益健康為例，BenQ 2021 年持續更新抗菌屏，避免讓觸摸屏變成傳染媒介，保護使用者健康；打造未來智慧教室，疫情改變傳統教學場域，透過智慧電子白版的輔助，打破教室的圍牆，突破空間、距離、疫情等阻礙，弭平疫情所致的學習落差。在台灣，校園教學的每一天都有 30 萬的師生受惠於我們的互動設計，帶給師生優質的教與學體驗。

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。

Chapter 2 關於明基

2.1 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53.96億元
營業額	新台幣297億元（2021年, Global Rev.）
總部	台灣台北市114內湖區基湖路16號
員工總數	全球1,672名員工／台灣522名員工（截至2021年12月）
董事長	李焜耀
總經理 暨執行長	李文德

液晶顯示器：2021 年全球銷售量全球前十一大（24 吋以上）。總銷售量約 2.8M 台。

投影機：2021 年全球銷售量前五大（一般投影機與微型投影機）



2.2 公司治理組織

2.2.1 董事會組織架構

明基電通於公司治理運作，係以強化董事會的運作為最高指導原則，明基電通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，明基電通屬未公開發行公司，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。

有關明基電通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。

表 2.1 明基電通 BenQ 董監事成員

職稱	姓名	主要經（學）歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
董事長	李焜耀	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	明基電通（股）公司董事長 佳世達科技（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
董事	陳其宏	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 佳世達科技（股）總經理	明基電通（股）公司董事 佳世達科技（股）公司董事長暨執行長 達方電子（股）公司董事 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 明基材料（股）公司董事

職稱	姓名	主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
			財團法人明基文教基金會董事
			明基醫務管理顧問(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(南京)醫院管理諮詢有限公司董事
			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
董 事	洪秋金	加州州大 Fullerton MBA 碩士 達信科技(股)公司財務長 佳世達科技(股)公司財務協理	明基電通(股)公司董事 佳世達科技(股)公司財務長 明泰科技(股)公司董事 邁達特科技(股)公司董事 眾福科技(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)公司董事 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 上海費爾特科技有限公司董事

職稱	姓名	主要經(學)歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
			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 佳世達科技馬來西亞(股)公司董事 達利納閩馬來西亞投資(股)公司董事
董事	李文德	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 佳世達科技(股)公司副總經理	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 財團法人明基文教基金會董事 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
監察人	劉大文	政治大學會計系 安侯建業會計師事務所 明基電通歐洲區財務主管	明基電通(股)公司監察人 逐鹿數位(股)公司董事 醫強科技(股)公司董事 明基透析科技(股)公司董事 明基逐鹿軟件(蘇州)有限公司董事 佳世達納閩馬來西亞(股)公司董事 佳世達科技有限公司董事 佳世達光電(股)公司監察人 達利投資(股)公司監察人 達利貳投資(股)公司監察人 達利管理顧問(股)公司監察人 凱圖國際(股)公司監察人 國韶實業(股)公司監察人

職稱	姓名	主要經（學）歷	目前兼任本公司及其他公司之職務
			泰爾生技（股）公司監察人
			明基醫務管理顧問（股）公司監察人
			佳世達科技日本子公司監察人
			南京明基醫院有限公司監察人
			蘇州明基醫院有限公司監察人
			明基(南京)醫院管理諮詢有限公司監察人
			蘇州明基投資有限公司監察人
			蘇州佳世達電通有限公司監察人
			蘇州佳世達電子有限公司監察人
			蘇州佳世達光電有限公司監察人
			佳世達電通(上海)有限公司監察人
			蘇州佳世達精密工業有限公司監察人
			佳世達越南有限公司監察人

2.2.2 公司治理運作情形

明基電通公司治理運作係恪守我國公司治理實務守則，共 5 大原則，列示如下：

- 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

明基電通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。

2.3 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44個營運據點，行銷至遍布100餘國：

圖2.1 公司營運據點 (請新增越南據點於亞太區圖表中)



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、教育互動觸控顯示器、智慧護眼檯燈等等，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，以及明基佳世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。

2.4 營運狀況

2.4.1 營運說明

液晶顯示器產品：綜觀 2021 年疫情帶動在家上班、上課需求，從 2020 年一路延續到 2021 年的上半年，終端市場雖有所成長，然受制於供應鏈嚴重長短腳及缺櫃塞港問題，終端市場仍見缺貨；隨著疫苗接種率大幅提升，遠距需求已明顯降低，下半年 B2C 市場需求明顯退燒的同時 B2B 市場已見回溫。2021 年中高階機種銷售增長，營收 YoY 成長 2.7%。BenQ 持續從消費者旅程布局的行銷溝通，在各區分市場所訴求的差異化。

投影機產品：2021 年全球市場出貨量微幅增長，投影機受惠於高單價機種為銷售主力，營收 YoY 成長 6%。家用投影市場以 4K 高解析度，延續領先全球『CinematicColor™獨家色彩管理技術』持續耕耘家用影院市場；整合 Android TV 並加入 Gaming 拓展新市場；且新增微型投影機與運動／飛航模擬等互動娛樂等專業細分市場。因應關鍵零組件缺貨，透過產品組合調整及庫存管理，減低疫情對於供應鏈的影響，產銷皆側重高獲利機種。

2.4.2 產業概況及衝擊

(1) 產業之現況與發展

- 液晶顯示器產品：2021 年全球液晶顯示器市場數量，依市場研究機構調查年成長 4.9%。展望 2022 年，宅經濟(在家工作與遠距學習) 的強勁需求趨緩，商用市場的應用取而代之成為市場的需求主力，預估整體顯示器市場可能會較去年呈現微幅衰退。但半導體材料的供應上仍面臨吃緊，尤其以成熟製程的半導體材料最為嚴重。因此，如何維持半導體廠商穩定供貨，導入更多的替代材料以及適當地規劃生產與出貨會是重要的課題與挑戰。本公司將投注最大的心力，發揮往常建立良好供應鏈關係的影響力，以滿足客戶與市場的需求，以維持整體競爭力。
- 投影機產品：市調機構預估，2021 年全球投影機出貨約 650 萬台，2022 年預估全球投影機市場成長率可能持平或微幅成長，唯高亮、高解析度與非燈泡型投影機的比重將會持續提升，其中家用投影機市場熱度持續上升，使得具備 1080P 及 4K 的家用市場持續增長。教育或商用投影機市場受大尺寸面板影響可能下滑。

(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、無線應用或薄型化、曲面、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：近年來商用投影機經由不斷地推陳出新，解析度及亮度皆有所精進，且體積及重量皆愈益輕巧，伴隨廠商的降價策略，增加市場對投影機使用意願。全球投影機市場規模預計將由大型會議室高亮度高解析度的投影需求與家用多媒體視聽室的應用，持續貢獻成長。此外，相較過去以商用及教育市場為主要市場，隨著個人行動裝置的普及及無線傳輸應用，可預見個人及家庭影音使用將更為普及。

2.4.3 營運狀況

項目	金額(NTD：億元)
營業收入淨額	181.49
營業成本	165.47
員工薪資與福利	11.83
利息支付或股利分配	12.61
所得稅	3.77

2021 年的營業收入新台幣（以下同）\$181.49 億元較 2020 年\$168.36 億元增加 7.8%，營業淨利增加 \$175,134 千元。

有關明基電通資產總額／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。

明基電通同仁符合自請退休或強制退休之法定要件者，均可隨時申請退休，並退休金之發給標準，依循臺灣勞動基準法及勞工退休金條例相關規定辦理；公司完全依據勞動基準法規定，設立勞工退休準備金監督委員會，確實管理退休準備金之提撥及支領，或按勞工退休金條例，按月為員工提撥退休金。

1、勞動基準法退休制度：每月由公司按同仁薪資總額，足額提撥退休準備金，由臺灣銀行開立之「公司退休基金專戶」存儲。

2、勞工退休金條例：由公司按同仁每月薪資提繳 6%金額，存至勞工保險局所設立之個人退休金專戶；至於同仁自願提繳退休金者，則依自願提繳率從同仁每月薪資代為扣繳至勞工保險局之個人退休金專戶。

2.4.4 市場分析, 風險跟機會

- 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：品牌投影機市場的領先者能拓展產品組合，透過末位淘汰的趨勢，提高市占率。

B. 不利因素：

a. 小型 LED 投影機硬體技術門檻低，多間中資競爭廠家低價切入市場，隨著 LED 亮度提高已威脅主流投影市場

b. 商教市場換機潮轉向大型顯示器

C. 因應對策：

a. 產品組合強化，整合智能拓展新光源平台，提升高單價高毛利的產品比例

b. 專業細分市場開拓，以投影機豐富多樣的顯示，應用在非平面、可穿透、小空間投影

c. 數位行銷指向目標消費者，傾聽使用者需求，溝通獨家賣點

d. 保持經濟規模

e. 集團資源整合軟硬體，以智能、音訊、影像加值投影機系統

2.5 明基電通企業核心文化

圖2.2 公司願景



企業願景與品牌使命

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。從「實現科技生活的真善美」(Bringing Enjoyment 'N' Quality to Life) 願景出發，透過多角化經營的方式，自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。

核心價值觀

除了共同追求的方向與理想的企業願景，BenQ 透過『誠信自律』、『熱情務本』、『追求卓越』、『關懷貢獻』這四大價值觀，做為全體同仁的信念以及做事的基本準則。

- 「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。
- 「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。
- 「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。

2.6 榮譽記事

◀ 國際設計獎 2002-2020



明基電通獨創的設計定位，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，2021年獲得7項國際設計大獎，成立至今在國際設計四大獎獲得包括151座iF獎項、56座red dot獎項、6座IDEA獎項和72座G Mark獎項。另外，4K專業級攝影後製用螢幕、MindDuo 2 Plus 坐姿提醒智能檯燈獲得「台灣精品獎」。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。

表2.2 國際認同之設計獎 2002~2021

IF DESIGN AWARD	151
RED DOT AWARD	56
G MARK	72
IDEA	6
GOLDEN PIN	28
OTHER	36
共349+國際設計獎	

表2.3得獎事蹟

2021	◆ BenQ Gaming Monitor ZOWIE XL series 電競顯示器獲「IF Design」
2021	◆ BenQ GV30 微型投影機 獲「Good Design Awards(G-Mark)」及「Golden Pin(金點)」(金點年度最佳設計獎)
2021	◆ BenQ X3000i 電玩投影機獲「Good Design Awards(G-Mark)」及「Golden Pin(金點)」
2021	◆ BenQ Sim racing Monitor獲「Golden Pin(金點)」
2021	◆ BenQ Projector GP500獲「Golden Pin(金點)」
2021	◆ BenQ ScreenBar Halo 螢幕智能掛燈獲「Good Design Awards(G-Mark)」→Qisda LDC

2.7 參與協會／公會

產業協會或公會是明基電通營運策略的重要參考。透過協會／公會，明基電通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）。2021年明基電通加入下列和資訊產業有關的協會／公會：

表2.4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	□	■

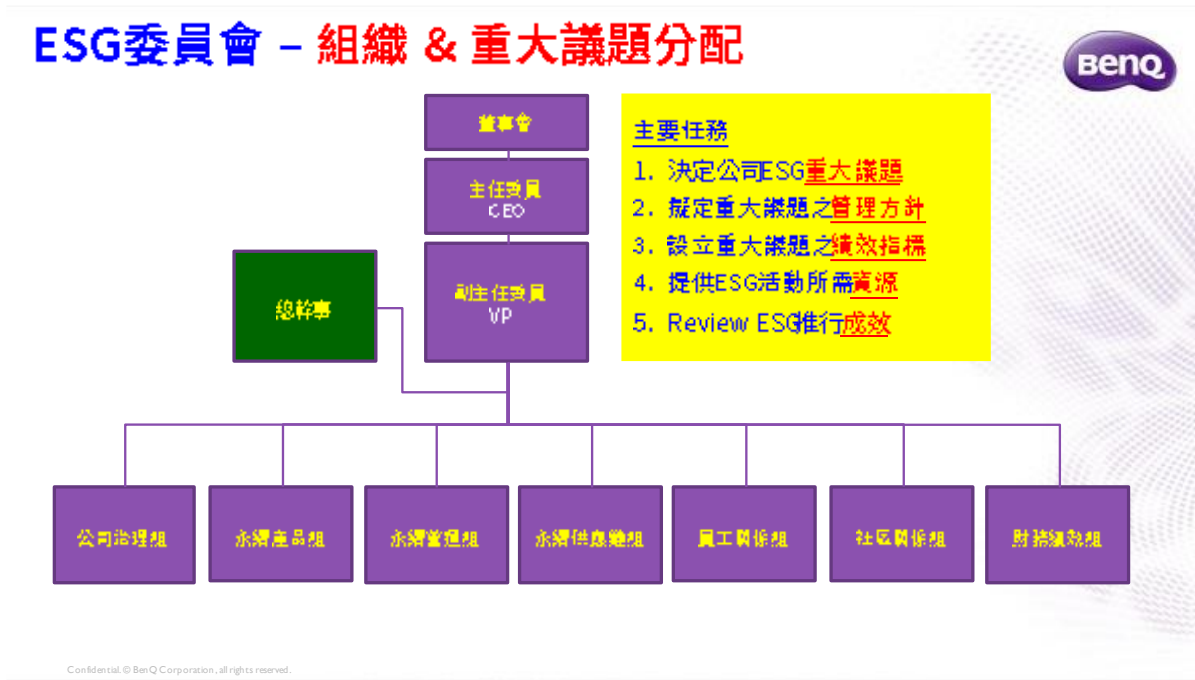
此外，明基電通也持續關注Climate Savers Computing、Carbon Trust於節能減碳、產品碳足跡議題，及Green Peace、iNEMI（International Electronics Manufacturing Initiative）於汰除有害物質、無鹵產品發展議題之國際倡議。

Chapter 3 重大議題分析

3.1 永續組織 明基電通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，明基電通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。並籌備將於2022更名並改組為明基電通ESG推行委員會。

圖3.1 明基電通ESG委員會組織圖



ESG 政策 - 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；這也是明基電通對企業永續發展的堅持與承諾。

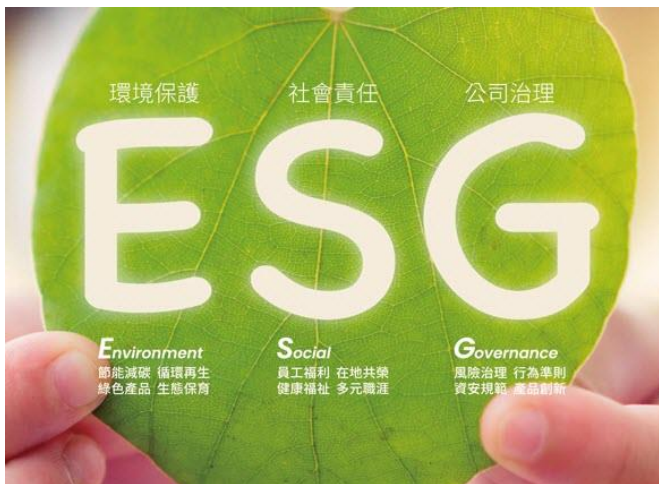
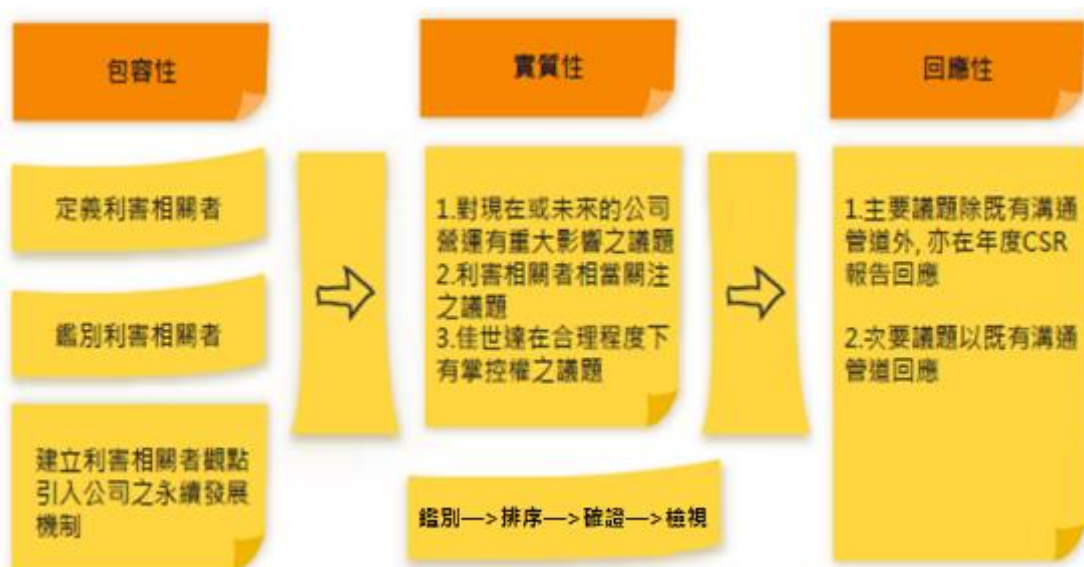


圖3.2 ESG構面圖

3.2 與利害關係人的溝通

身為世界知名品牌，明基電通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，明基電通依循全球永續性報告協會 (Global Reporting Initiative, GRI)所發布的GRI Standards (2016), 並採用了AA 1000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。明基電通遵循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：

圖3.3 明基電通遵循AA 1000APS當則性原則標準方法 (圖中修改Qisda/CSR→ESG/BenQ)



1. 定義利害相關者：對明基電通的營運有重大影響或被明基電通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5個主要利害相關族群為：公司股東(母公司Qisda), 客戶(各地分公司), 員工(總部同仁), 供應商, 及社區與社會團體。
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5個主要利害相關者族群，其所關注議題對公司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(如表3.1)；此外，針對利害相關者關注議題以每年永續報告書提供利害相關者參考。

表3.1 利害關係者的溝通管道

利害關係者	溝通頻率與管道	明基電通回應方式	回應重大議題
投資人	每季業務說明會、每季董事會	明基電通為非公開發行公司，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，使投資人了解明基電通營運情形，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。	顧客權益與社會責任 品牌管理 創新技術產品與服務
客戶	客服電話、網站	透過客服中心聯繫與網站訊息，客戶可了解明基電通產品相關資訊。此外，明基電通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。	顧客權益與社會責任 人權評估與社會多元包容 創新技術產品與服務
員工	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	明基電通經由每日電子報、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，明基電通重視員工各項福利，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。	員工福利照顧，及人才培育認同與留才 人權評估與社會多元包容 個資隱私與資訊安全
供應商	每季業務檢討會（QBR）	明基電通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。	個資隱私與資訊安全 創新技術產品與服務 永續供應鏈管理
社區與社會團體	每季內科管聯會／內科協會會議、明基基金會、代表信箱、傳真、電話	明基電通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。	溫室氣體與氣候變遷 社會公益 人權評估與社會多元包容

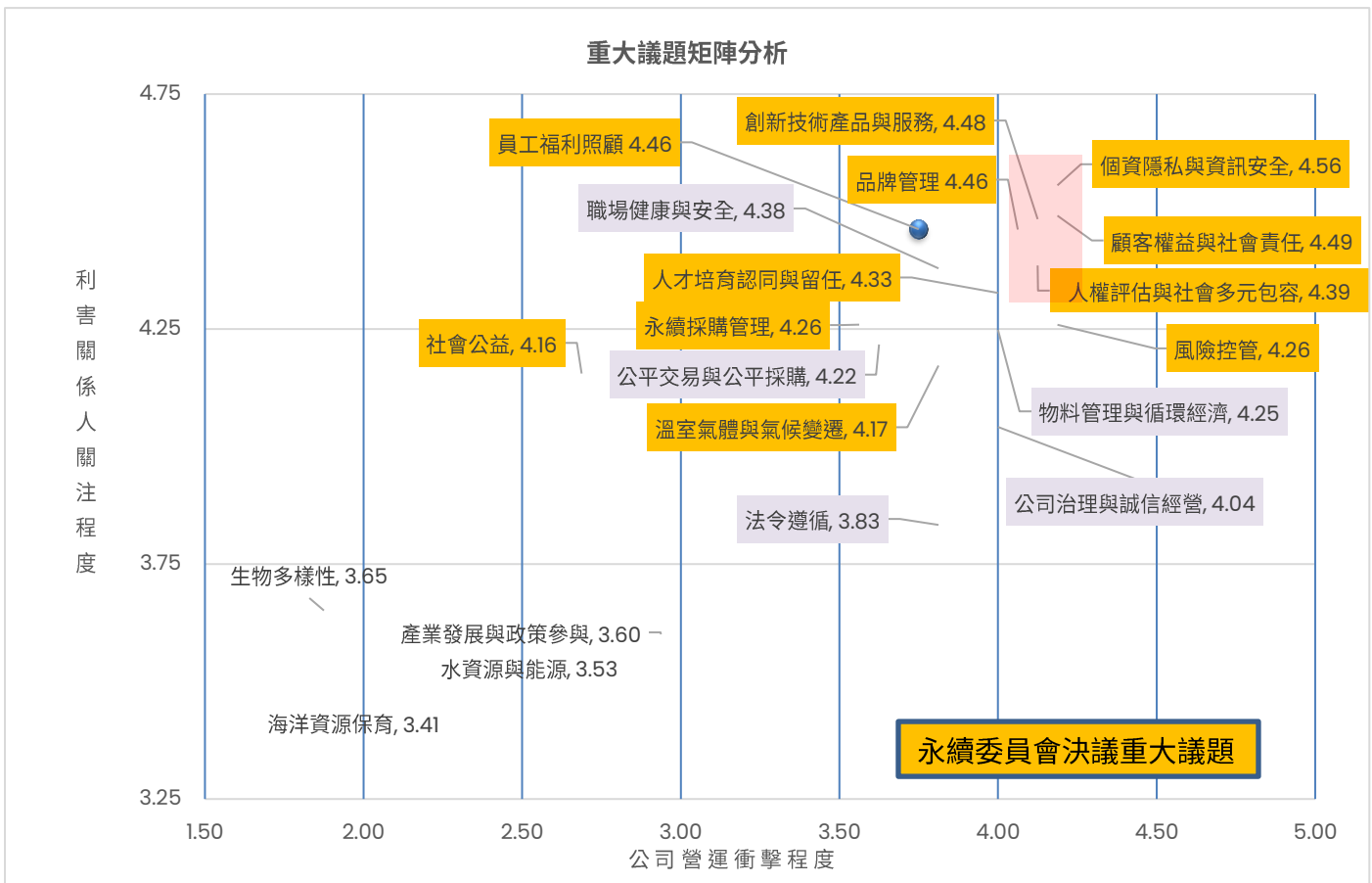
		全球永續議題已成為生產者主動之義務與責任，明基電通藉由公司代表信箱、傳真及電話收集相關詢問，經相關部門研析確認後即時回應。	
--	--	---	--

根據GRI準則要求需要揭露的項目，並參照國際趨勢以及業界作法，諮詢公司內外專家先進的建議，訂定出20項議題進行後續鑑別。明基電通主要透過5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20項議題進行評分。問卷調查以公司股東(母公司Qisda), 客戶(各地分公司), 員工(總部同仁), 供應商, 以及社會團體為調查對象，以鑑別對該議題的關心程度，總計回收352份問卷，並邀請公司高層主管共16位，評定議題對明基電通的衝擊程度。

3.3 重大議題鑑別

依據「利害關係人關切程度」與「公司衝擊程度」兩個構面，進行矩陣方法論分析，並由永續發展委員會討論決議 10 項重大議題。

圖 3.4 重大性主題分佈 (X 軸: 公司營運衝擊程度, Y 軸: 利害關係人關注程度)



茲於 2021 選定以下重大議題進行分析，並對應 GRI 準則，如下表:

表 3.2 重大議題分析

項次	類別	重大議題	指標	回應章節	回應利害關係人	重大性說明 (被選的原因)
1	環境	溫室氣體與氣候變遷	GRI305	4	股東	國際趨勢以及集團制定大方向
2	社會	顧客權益與社會責任	自訂主題	7.5	股東 供應商 社會團體	對公司營運產生直接衝擊
3	社會	員工福利照顧, 及人才培育認同與留才	GRI401 GRI404	5	員工 客戶 社會團體	員工為公司競爭力的最重要因素
4	社會	社會公益	自訂主題	5.6	社會團體	可增進公司的社會影響力
5	社會	人權評估與社會多元包容	GRI412	5.3.1	客戶 員工 社會團體	可增進公司的社會影響力並對公司營運產生間接衝擊
6	治理	風險管控	自訂主題	6.3	供應商	對公司營運產生直接衝擊
7	治理	品牌管理	自訂主題	2.7	股東 員工 社會團體	可增進公司的社會影響力並對公司營運產生直接衝擊
8	治理	個資隱私與資訊安全	GRI418	6.6 & 6.7	股東 員工 供應商 社會團體	對公司營運產生直接衝擊
9	治理	創新技術產品與服務	自訂主題	7	股東 客戶 供應商	對公司營運產生直接衝擊
10	治理	永續供應鏈管理	GRI308-1 GRI414-1	8	供應商	對公司營運產生直接衝擊

表3.3 重大議題政策、管理方針與KPI彙整

項次	重大議題	政策	管理方針	2021 KPI
1	溫室氣體與氣候變遷	支持環境永續的發展並執行節能減碳。	以集團階段性、目標導向的規劃，逐年設定節能減碳目標。監控氣候變遷對於公司的衝擊，以 2030 達成碳中和，2050 淨零排放為追求目標。	以2020年為基準準年持續以每年減碳1%為目標，2021 已達成減碳13.53%。
2	顧客權益與社會責任	顧客權益： 明基電通以提升客戶服務質量作為首要考量，承諾持續提供更優質之產品及服務，以確保客戶的需求得到滿足。	<ul style="list-style-type: none"> ● 建立系統管理機制，追蹤客戶品質回饋改善，以優化產品及服務流程。 ● 定期舉辦產品知識及技術服務教育訓練，以精進客戶服務品質及效率。 ● 積極聆聽蒐集客戶的意見及需求，以強化產品及滿足市場需求。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 客戶品質回饋處理時效目標 > 95%，2021 達成 98%。 ● 產品及技術服務教育訓練全員完訓目標 > 95%，2021 達成 100%。
		社會責任： 明基電通徵募員工，力求機會均等，適才適用及內部優先於外部任用為原則。	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。
3	員工福利照顧，及人才培育認同與留才	明基電通視員工為最重要的資產，藉由健全福利照顧制度，讓員工無後顧之憂，並促進員工取得職位所需的知識、技能，明基電通提供多元化的訓練體系，以提升同仁整體競爭力。	<ul style="list-style-type: none"> ● 公司依據事業策略及組織發展的需要，以職務為導向建構完善多元的教育訓練體系，完整並有系統地規劃員工職涯發展所需的訓練課程；以全面地提升員工專業知識及技能。 ● 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。 ● 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。 ● 建立健康安全的工作環境 ● 建立多元開放溝通體系，確保員工權益溝通管道暢通，員工可自行成立社團，講求勞資和諧。 	公司設定2021年人均訓練時數目標為13小時；本年度均有達成
4	社會公益	「從科技影響力出發，實踐偏鄉社會共融」	以人與土地為原點，「親善大地」、「關懷社會」為縱橫軸，交集「縮小數位落差」、「培養老實聰明人」、「提昇原創文化價值」、「親善大地」四大主軸，結合企業核心能力，藉此培育優秀人才，並且形塑良善的社會公民。	榮獲TCSA台灣企業永續獎「社會共融領袖獎」
5	人權評估與社會多元包容	不因種族、民族或社會出身、血統、社會階級、國籍、宗教信仰、	1. 符合當地的最低年齡的法律和規定，禁止僱用童工。	2021年明基電通所有新人之人權教育訓練完訓率達100%；

		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，且不得僱用童工與強迫性勞動。	<p>2. 尊重員工意願，禁止任何型式之強迫性勞動行為。</p> <p>3. 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。</p>	以確保員工知曉公司對人權之重視。
6	風險管控	風險管理委員會辨識之重大風險情境，明基電通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。	藉由定期演練，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。	2021 年參與集團公司 10 次定期會議，提升風險意識及強化風險應變能力。
7	品牌管理	BenQ從「實現科技生活的真善美」(Bringing Enjoyment 'N' Quality to Life) 願景出發，希望提供消費者更美好的數位時尚生活、高效的企業營運、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。	<ul style="list-style-type: none"> ● 「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。 ● 「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。 ● 「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。 	持續維持品牌競爭力，落實綠色產品設計
8	個資隱私與資訊安全	明基電通遵循 ISO 27001 資訊安全國際標準製訂企業資安政策，確保資訊資產之機密性、完整性、可用性及適法性，避免遭受蓄意或意外之威脅。	明基電通透過資訊安全管理之建置，落實資訊安全政策、保護客戶資料及公司智慧產出、強化資訊安全事件應變能力及達成資訊安全政策衡量指標，並達到利害相關團體對本公司之期望，並透過 PDCA 機制持續增強公司資安控管機制，有助於提高公司之競爭力。	2021 年電子郵件社交工程演練，85%同仁通過演練測試，也同時舉行全員資訊安全線上教育課程，以提升同仁資訊安全意識，同仁課程完成率 98.32%，亦確保資訊安全觀念能融入日常作業中。
		明基電通尊重並承諾保護客戶、員工以及往來供應商的個人隱私，致力遵循關於保護個人隱私及	<ul style="list-style-type: none"> ● 定期針對新進人員進行個資保護與隱私權相關議題之教育訓練。 ● 針對公司各部門所使用的資訊系統，服務平台，開發產品，與客戶以及供應商等重大風 	2021 年全體總部同仁接受 GDPR 相關法遵訓練完訓率達 95%。

		個人資料安全之相關法令要求，是明基電通給予客戶的承諾，商業行為進行的同時，能確保客戶隱私。	險節點，進行個資隱私保護盤點，並要求各單位就發現流程管理缺失皆完成改善。	2021 績效/KPI 0裁罰 2022 目標 0裁罰
9	創新技術產品與服務	為使企業永續發展並與世界接軌，BenQ 亦積極回應多項聯合國永續發展指標(SDGs)，致力「優質教育」、「有益健康」、「友善地球」。	<ul style="list-style-type: none"> ● 鼓勵創新，獎勵措施、專業輔助並行，目標創造優質專利。 ● 多元發展，鼓勵產學合作，擴大研發能量，並為社會培養優秀人才。 ● 顧客導向，針對消費者回饋，應用創新技術流程，改善產品及服務，解決消費者痛點。 ● 社會面需求的應對，針對社會在減碳及環保的需求，持續進行產品改善。 	<ul style="list-style-type: none"> ● >50% 的平面顯示器銷售量，取得 energy star。2021 績效 51.6%，達標。 ● >15% 的投影機營業額來自沒有燈泡耗材的半導體光源 (雷射或 LED)。2021 績效 16.3%，達標。
10	永續供應鏈管理	明基電通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。	明基電通對於供應商的篩選一概以嚴謹的態度執行書面與實地審核要求供應商，同時要求ISO相關認證文件與衝突礦產調查表，期望透過共同善盡企業社會責任精神的機制建立長久的合作關係。	現存與明基電通合作的夥伴供應商，均透過明基電通的輔導與積極溝通，100%完成相關的文件審核、簽署與追蹤。

Chapter 4 環境與溫室氣體管理

明基電通身為全球的一員，歷年來已開始展現支持環境永續的發展並執行節能減碳，同時以階段性、目標導向的規劃，設定永續發展目標。目前更以2020年為基準年，持續以每年減碳1%為目標。

4.1 環境安全衛生管理

4.1.1 社會責任暨環境安全衛生政策

明基電通秉持以下原則，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。

圖4.1 明基電通社會責任及環境安全衛生政策



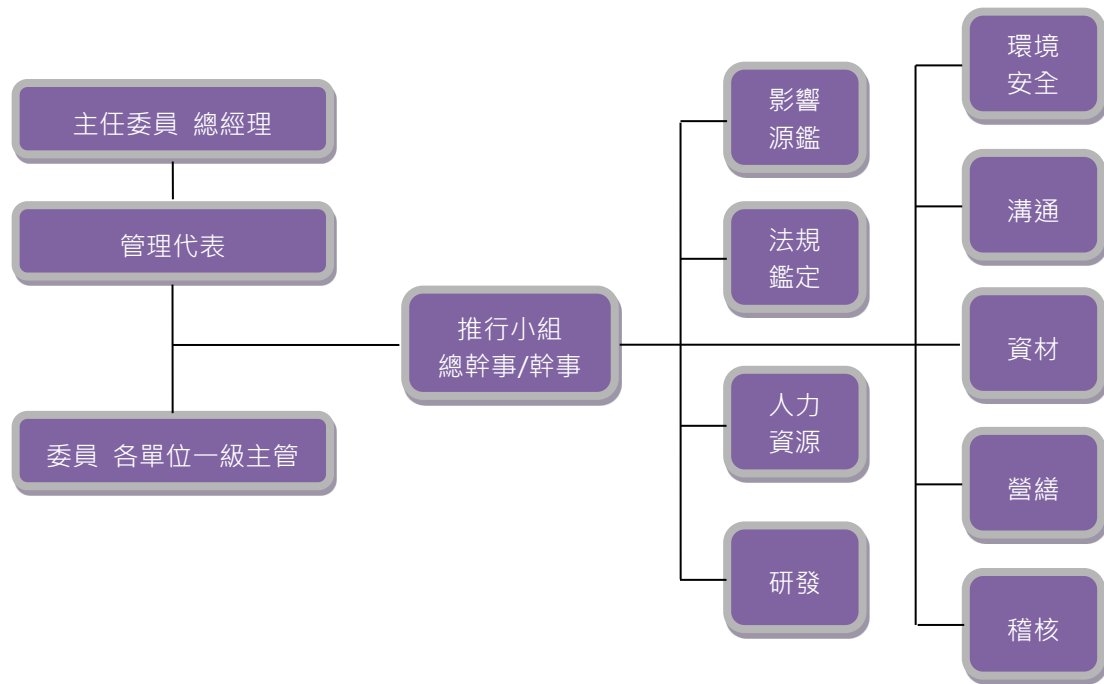
執行方針：

- 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

4.1.2 環境安全衛生組織與責任

為落實環境安全衛生之管理，明基電通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。

圖4.2 社會責任暨環境安全衛生管理委員會組織圖



4.1.3 環境安全衛生認證與監測

明基電通總部導入ISO 14001環境管理系統及ISO 45001職業安全衛生管理系統，並皆已取得認證。目前明基電通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

圖4.3 ISO 14001、ISO 45001證書



4.1.4 廢棄物管理

明基電通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。

明基電通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。2021年廢棄物管理之績效如表4.1所示。

表4.1 2020~2021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
2020	31,777	5,955	822	351	275
2021	30,745	4,345	756	301	220

4.1.5 水資源管理

明基電通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，且納入政府所設污水下水道管理系統，並未影響水源與土地。

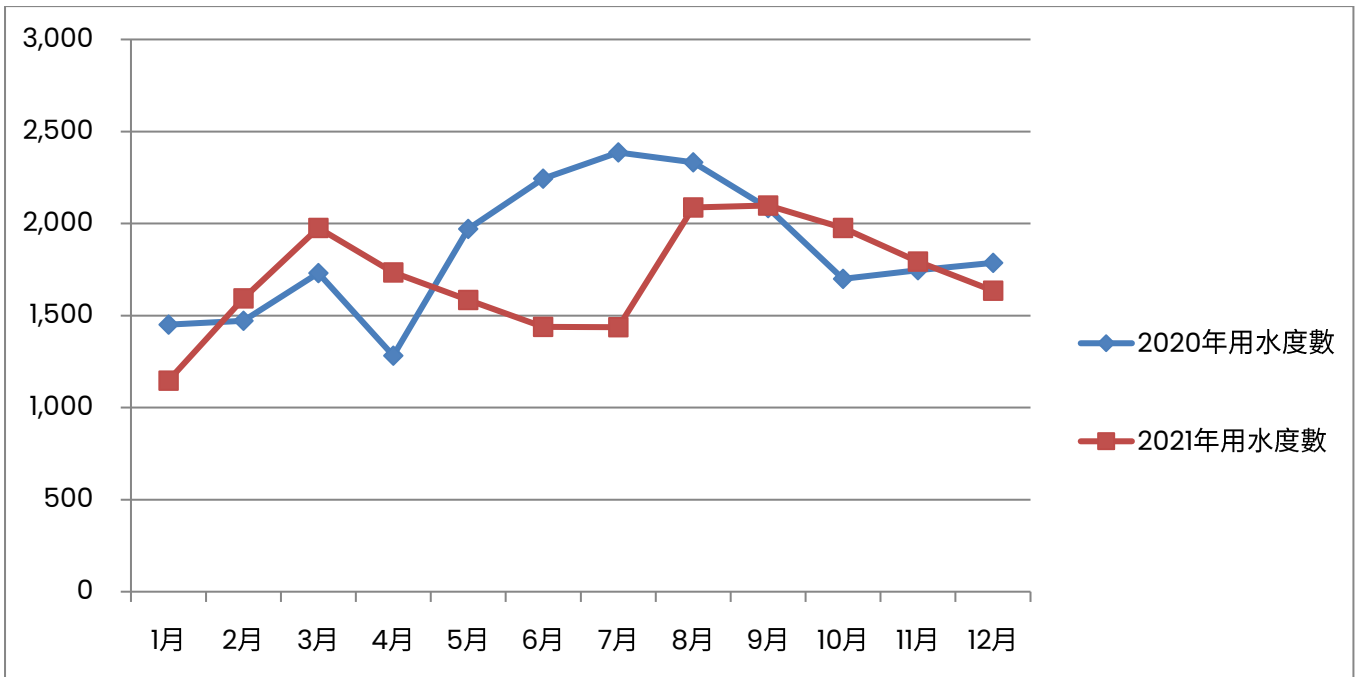
每年委託環保署認可之廢水檢測公司採樣檢測放流水水質，以瞭解放流水水質情況外，同時政府單位每半年亦會監督公司排放之放流水水質，採定期不定時進行採樣分析，政府檢驗放流水水質分析標準結果如表4.2所示。

表4.2 2021年水質檢驗

檢驗日期	標準	檢測結果	
項目		2021/11/24	
氫離子濃度指數	ph5~9	8	合格
水溫	攝氏 45 度	22.5	合格
懸浮固體	600 毫克／公升	144	合格
化學需氧量	1200 毫克／公升	237	合格
生化需氧量	600 毫克／公升	79.7	合格
總油脂	油脂礦物 10 毫克／公升	4.8	合格
	油脂動植物 30 毫克／公升		
硫化物	90 毫克／公升。	0.02	合格

明基電通2021年總用水量約為2萬m³/year，在水資源管理績效呈現部分，因此2021年比2020年用水總量減少約0.1%，持續保持節水狀態。此外，明基電通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。而明基電通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。

2020/2021年 用水度數比較表	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年度總額
2020年用水度數	1,450	1,471	1,730	1,282	1,971	2,243	2,386	2,333	2,083	1,700	1,746	1,787	22,182
2021年用水度數	1,147	1,593	1,976	1,735	1,585	1,438	1,437	2,087	2,098	1,976	1,794	1,635	20,501



4.1.6 生態管理

明基電通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。明基電通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。

4.2 溫室氣體管理

明基電通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，2021年明基電通總溫室氣體排放約為625.2647 tCO₂e/年，請如表4.4所示。

明基電通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所造成之溫室氣體，而2021年並無重大改變。2021年組織內部消耗能源使用如表4.5所示。

表 4.4 2021年內部消耗能源使用表1

項目	2020 年	2021 年	備註
直接能源消耗量			
天然氣(千立方公尺)	0	0	
汽油(公秉)	4.9661	3.7533	
柴油(公秉)	0	0	
製冷(公噸)	0.039	0	
間接能源消耗量			
外購電力(仟度)	1,217.6763	1,166.1735	

表 4.5 2021年溫室氣體排放量2

類別	2020年排放量(tCO ₂ e/年)	2021年排放量(tCO ₂ e/年)
直接溫室氣體排放量(類別一)	67.4964	8.8626
間接溫室氣體排放量(類別二)	619.7972	585.4195
類別一 + 類別二	687.2936	594.2821

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。
 1. 溫室氣體彙總方式為溫室氣體排放量=能源使用量 x 溫室氣體排放係數 x GWP值。
 2. 排放係數依據「行政院環境保護署溫室氣體排放係數管理表(6.0.4 版本)」。
 3. GWP值使用IPCC 2013 第五次報告。
 4. 電力排碳係數依據經濟部能源局公告109年度電力排碳係數0.502 kgCO₂e/度。
 5. 能源邊界為台灣明基總部(台北市內湖區基湖路18號)
 6. 彙整溫室氣體量的方法採營運控制權法，不含承租戶

明基電通在善盡永續發展的理念之下，溫室氣體排放來源並不會無重大改變就停止腳步，因此我們2021年的成果在於2020更換環保冷媒，體現在2021類別一大幅下降溫室氣體排放，總體降低13.53%。明基電通會一直持續在進行溫室氣體減量相關方案，以配合國際社會都在消滅溫室氣體排放量之議題。明基電通減量方案如下：

表4.6 明基電通節能方案表

設備更換與改善	節能措施
1.照明燈具使用省電燈管	1.冰水主機運作管理
2.冰水主機設備改善提升效能	2.導入BenQ Esco能校管理
3.逃生指示燈更改為LED	3.獨立區域特殊空調需求管理
4.辦公室燈管更換為LED	4.依流量管理與停用用電設備
5.體育館燈管更換為LED	5.辦公室節能活動
6.男女廁燈管更換為LED	6.夜間能源管理
7.電梯廂內更換為LED	7.飲水機安裝定時器
8.樓梯間接照明更換LED燈	8.調整大廳空調開放時間
	9.調整辦公區空調關閉時間

環境保護一直是明基電通不遺餘力投入推動的重點之一，當地球暖化及溫室氣體逐漸受到大家矚目之際，明基電通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。

2022 ESG委員會成立後，逐步朝向台灣國家發展委員會制定2050淨零碳排目標，參照Qisda集團實施方向，著手制定BenQ相關策略推行節能減碳。

Chapter 5 社會責任

5.1 員工概況

5.1.1 聘僱原則

明基電通徵募員工，視實際業務需要選用，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，且不得僱用童工。

5.1.2 人員僱用概況

明基電通為促進台灣發展，人員徵聘原則以台灣區勞工為優先，比例達100%以上;管理階層(副理級以上)聘用100%為當地勞工。截至2021年12月31日止，明基電通台灣區不定期正職員工為522人，不含在校生及實習生，如下表5.1所示。整體來說明基電通因應業務需求及對人力持續不斷地投資，於2021年底台灣區正職員工總人數相較2020年度增加53人;其中男性員工增加34;女性員工增加多少19;以管理職級來分析，男性員工增加34人中,其中男性主管人員為7人(20.5%);女性員工增加19人，其中有3人為女性主管(15.8%)。因IT產業特性受雇者男性員工居多，但明基電通不會因性別而有聘僱歧視或任何不公平對待;用人唯才是我們始終遵循的人員聘用政策。

表5.1 台灣區不定期正職員工人數依僱用職級與性別統計

總人力								
性別		男			女			TTL
年齡區間		<30歲	30~50	>50歲	<30歲	30~50	>50歲	
年度	2020	27	212	22	38	162	8	469
	2021	49	216	30	56	162	9	522

管理職								
性別		男			女			TTL
年齡區間		<30歲	30~50	>50歲	<30歲	30~50	>50歲	
年度	2020	0	42	10	0	22	4	78
	2021	0	46	13	0	25	4	88

非管理職								
性別		男			女			TTL
年齡區間		<30歲	30~50	>50歲	<30歲	30~50	>50歲	
年度	2020	27	170	12	38	140	4	391
	2021	49	170	17	56	137	5	434

5.1.3 員工流動率

明基電通針對員工的離職管理上，在員工提出離職申請時立即通知所屬主管安排離職面談，瞭解員工離職原因及適時地慰留。2021明基電通台灣平均累計離職率為12.6%。以表5.2依據性別及年齡來區分離職率之統計。

表 5.2 2020 年及 2021 年度一般員工離職率及新進員工離職率

年度	2020	2021
年度在職人數	469	522
年度新進人數	57	88
年度離職人數	59	56
年度新進率	12.2%	16.9%
年度離職率	12.6%	10.7%

附註:一般同仁離職率計算包含資遣、退休人員;但不含留職停薪員工人數。

表 5.2 依性別及年齡區分離職率

年度	2020						
性別	男			女			TTL
年齡區間	<30 歲	30-50	>50 歲	<30 歲	30-50	>50 歲	
各區間新進人數	15	18	0	16	8	0	57
各區間新進率	3.2%	3.8%	0.0%	3.4%	1.7%	0.0%	12.2%

年度	2021						
性別	男			女			TTL
年齡區間	<30 歲	30-50	>50 歲	<30 歲	30-50	>50 歲	
各區間新進人數	26	22	1	29	10	0	88
各區間新進率	5.0%	4.2%	0.2%	5.6%	1.9%	0.0%	16.9%

年度	2020						
性別	男			女			TTL
年齡區間	<30 歲	30-50	>50 歲	<30 歲	30-50	>50 歲	
各區間離職人數	13	26	3	3	13	1	59
各區間離職率	2.8%	5.5%	0.6%	0.6%	2.8%	0.2%	12.6%

年度	2021						
性別	男			女			TTL
年齡區間	<30 歲	30-50	>50 歲	<30 歲	30-50	>50 歲	
各區間離職人數	5	25	0	7	19	0	56
各區間離職率	1.0%	4.8%	0.0%	1.3%	3.6%	0.0%	10.7%

5.2 學習發展

重大議題管理方針：人才發展與留任

公司的永續經營與成長，仰賴員工充分發揮專業與管理才能，人才管理是企業能超越同業的關鍵因素；明基電通視員工為最重要的資產，對人才的培養與發展不遺餘力，為提升同仁整體競爭力，促進員工取得職位所需的知識、技能，明基電通提供多元化的訓練體系，持續提升員工專業知識技能之成長；以提升員工對公司之向心力與凝聚力，進而提高員工對公司有高度的組織承諾。

公司依據事業策略及組織發展的需要；以職務為導向建構完善多元的教育訓練體系，完整並有系統地規劃員工職涯發展所需的訓練課程；以全面地提升員工專業知識及技能。公司設定2021年人均訓練時數目標為13小時，本年度已經達成，成果展現如下表5.3及表5.4。

2022年管理目標

2022年人均訓練時數至少達14小時；另外為提升大家能夠隨時隨地學習，故期望公司整體數位課程數佔比達65%。

表5.3 2021年明基電通台灣區不定期契約正職員工總訓練及平均受訓時數 (單位:時數/人)

性別	2021 人數	2021總訓練人時	2021平均訓練時數
男	295	4,080.8	13.8
女	227	3,273.2	14.4
總計	522	7354	14.1

附註:不含定期契約工讀生

表5.4 2021年明基電通台灣區不定期契約正職員工依據職位及性別分類之平均受訓時數 (單位:時數/人)

職位/性別	2021 人數	2021 受訓人時	2021平均訓練時數
管理職	88	1,384.2	15.7
管理職/男性	59	720	12.2
管理職/女性	29	665	22.9
非管理職	434	5,970	13.8
非管理職/男性	236	3,361	14.2
非管理職/女性	198	2,609	13.2

明基電通以職務為導向設計學習與發展體系分成三大類：新人訓練、專業訓練及領導與管理發展計畫。以系統化之架構來進行人才培育與發展。

5.2.1 新人訓練計畫

為讓新人能盡早適應環境與提升工作勝任力進而展現個人工作績效;從員工入職90天內啟動「新人安置計畫」，內容包含：報到日新人引導介紹，內容涵蓋公司事業經營策略目標、公司組織圖、公司文化價值觀、員工守則及基本生活所需之系統與須知之公司政策與規範等;在完成新人第一天新人引導課程後;新人於90天內將完成線上版的「New Comer Orientation Program」等課程，每人受訓時數達5.5小時，2021年度新進員工總訓練人時達484小時。此外，為促進新進員工快速融入團隊，在公司內能找到志同道合之夥伴，公司特別為新進員工規劃「Win camp workshop」，讓新進員工遠離辦公室進行兩天一夜（人均16小時）之團隊訓練，主題包含：集團文化介紹、工作目標設定與管理、問題分析與解決思維及團隊建立等主題;透過此workshop培訓方式可以迅速凝聚新人對公司之向心力進而提升員工在公司之留任率。在新人完成上述課程後，除了回歸各部門主管OJT訓練之外，後續新進同仁仍可依據自己的職務需求參加公司內部舉辦課程或外部專業機構之培訓課程;以持續精進個人專業知識與技能

5.2.2 專業職能發展計畫

為了協助員工面對新時代的變革與未來工作挑戰及在個人職涯上不斷精進與成長，讓工作能力（Competency）能全方位的發展與提升，明基電通依據員工不同的職務需求，規劃不同的訓練方案來協助員工發展相關專業技能以強化職場競爭力。此外，公司在內部推動員工職務輪調、提供線上學習平台及線上學習資源，並鼓勵同仁參加公司外部之專業研討會及訓練機構之訓練課程，相關費用均由公司全額補助，以不斷地鼓勵每一位員工在自己的專業領域上持續精進與成長。

2021年為強化數據分析能力，特別規劃「行銷資料數據分析人才」發展計畫;在公司內部不同職務中遴選出潛力數據分析人才，為其規劃為期共四階段之發展計畫，發展內容包含：每人需完成116小時訓練課程及參與6個月之專案輔導計畫;共養成31位行銷資料數據分析人才，總訓練人時達3,596小時。並舉辦結業儀式給予所有完訓學員合格結業證書以資鼓勵。

5.2.3 領導與管理發展計畫

針對主管人員之領導與管理發展培育方式分為兩階段：一為職能為導向之階層別領導與管理訓練課程，二為透過從職務輪調中來歷練多元知識技能及領導力之養成。

(一)階層別領導與管理訓練體系：

A.針對一般主管人員之養成:

- 1.重新檢視領導與管理職能模型，對焦主管發展方向。
- 2.以職能為本之主管訓練方案。

建構階層別管理者職能體系;依據管理者職領導與管理職能體系建構階層別主管領導與管理之發展計畫。公司階層別（基層/中階/高階）主管領導與管理發展計畫如下圖所示，以系統性的課程來循序漸進地培育主管人員;幫助主管人員建構不同職階所需之管理與領導能力，以協助主管能夠帶領團隊達成組織目標。

高階主管	Top Development Program(TDP)	著重扮演願景與價值觀領導角色;提升營運判斷、經營管理與培養組織人才的能力
中階主管	Strategic Leader Program(SLP)	1.策略性領導思維與意識之養成;扮演好承上啟下之中階主管角色 2.著重系統思考與決策技巧及說服力與影響力能力發展
基層主管	Action Leader Program(ALP)	1.著重部門目標之設定與展開及員工績效輔導與溝通技巧之發展 2.建立部屬培育與諮商輔導技巧
潛力人才	Fresh Leader Program (FLP)	1.協助個人工作管理與流程改善意識建立; 2.良好之對上對下之通協調技巧之養成 3.目標選才能力之培養

B.潛力菁英人才養成計畫

2018年起公司為持續促進公司永續成長及公司策略發展下之事業人才需求，公司開始建構潛力菁英人才發展專案，透過評鑑工具遴選潛力人才，確認每位人才發展需求並提供對應之個人發展計畫。

(二) 多元職涯發展

為推動組織活化與創新，公司期望透過不同職務之輪調，提升主管人員多面向之實務經驗與學習，以建構主管人員多元職涯中長期發展;公司亦能透過此計畫養成更多多元職能之主管人才。

1. 定義各階層主管之職位輪調期限
2. 每年盤點符合輪調資格之人選
3. 與輪調人選及其直屬主管進行未來職涯方向溝通，以確認下一階段適合輪調發展之職位
4. 輪調後之狀況與績效追蹤

公司的永續經營不僅是在產品的創新及流程持續改善，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，明基電通秉持這樣的理念，持續地不遺餘力地培育與發展人才，以強化組織競爭力，以因應未來挑戰。

5.3 工作條件

5.3.1 人權管理

人權目標

- **2021 年目標:**每位新進員工需 100%完成人權政策教育訓練;於 2021 年實際執行成果為 88 位 (16.9%) 新進同仁均 100%完成 2 小時人權政策教育訓練;公司年度新進員工人權政策教育訓練總時數為 176 人時。
- **2022 年目標:**
 - 1.零違反人權管理方針事件發生。
 - 2.台灣區全體員工 (不定期契約) 人權政策教育訓練課程完訓率 100%。

人權政策

「以人為本」是明基電通專注的價值觀，明基電通支持並遵循國際公認之人權規範與原則，包含「聯合國世界人權宣言」、「聯合國全球盟約」、「聯合國企業與人權指導原則」及國際勞工組織的「工作基本原則與權利宣言」，並遵守公司所在地之法令規範來制訂人權政策，透過「保障、尊重及補救」等人權原則來落實人權保障。

適用範圍

明基電通人權政策適用於明基電通及其轉投資公司，對象包括員工、顧客、供應商、合作夥伴。同時我們也要求供應商與合作夥伴以符合本政策同等的標準維護人權。

人權管理方針

表5.5 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ISO14001環境管理系統及ISO 45001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。

明基電通從招募員工程序開始，就遵守各項準則，因此明基電通從未雇用童工、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。

為確保明基電通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，明基電通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。由於勞動權益及人權問題一直是客戶關切重點，明基電通特別會在新進員工報到後於90天內之「New Comer Orientation Program」安排有關人權相關之訓練課程；規定每位新進員工都要於90天內完訓，於2021年明基電通年度合計88位新進員工之人權教育訓練完訓率達100%，每人受訓時數2小時；以確保員工知曉公司對人權之重視。為保障員工權益，公司內部設置多元溝通管道如表5.6，針對內部員工申訴已制定有「溝通管理程序」，員工遭遇任何性騷擾或不當對待事件，可依「檢舉暨申訴處理辦法」直接向公司人力資源單位或「總經理信箱」反應。2021年度針對勞動權益、人權問題，公司並無收到任何相關之申訴或抱怨。

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；每年公司稽核單位會依照人權政策及管理方針，針對公司內各單位落實稽核作業，截至2021年為止，公司內部並無任何違反人權事件發生。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。

表5.6 明基電通的承諾

明基電通的承諾											
1.薪資福利	<ol style="list-style-type: none"> 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、政治立場、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24,000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1.91。 4. 絕不允許任何人以懲戒性的名義作為扣款工資的要求。 5. 非主管職之員工薪資(NTD/千元)說明如下表: <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>非主管職之員工平均年薪(千元)/人</td> <td>1,254</td> <td>1,371</td> </tr> <tr> <td>非主管職之員工平均年薪中位數 (千元)/人</td> <td>1,141</td> <td>1,251</td> </tr> </tbody> </table> 		項目	2020	2021	非主管職之員工平均年薪(千元)/人	1,254	1,371	非主管職之員工平均年薪中位數 (千元)/人	1,141	1,251
項目	2020	2021									
非主管職之員工平均年薪(千元)/人	1,254	1,371									
非主管職之員工平均年薪中位數 (千元)/人	1,141	1,251									
*上述非主管職指不定期契約正職員工，不含定期契約 (part time)員工											

2.勞健保	<ol style="list-style-type: none"> 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，使所有明基電通員工有更完善的生活保障。 	
3.休假	<ol style="list-style-type: none"> 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。 	
4.退休福利	<ol style="list-style-type: none"> 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。 	
5.獎勵	<ol style="list-style-type: none"> 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。 	
6.溝通管道	<ol style="list-style-type: none"> 1. 部門會議 2. HR信箱 3. 勞資會議 <p>特休假維持週年制，不遞延。</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. 職工福利委員會 5. 伙食委員會 	<ol style="list-style-type: none"> 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
7.重大變動致影響員工權益預告期	<ol style="list-style-type: none"> 1. 當公司營運發生重大變化而可能影響員工權益時，對於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。 	

明基電通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。

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。

5.3.2 作業環境安全



圖5.1 作業環境安全管理機制

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2021年平均之工傷率為0件/百萬工時，職業病發生率為0。2021年便由2009年工傷數由1件降低為0件，並保持到現在。

表5.7為2021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。

表5.7

2021 年	台灣		
	男	女	總和
GRI 之失能傷害頻率 (IR; Injury Rate)	0	0	0
GRI 之失能傷害嚴重率(LDR; Lost Day Rate)	0	0	0
GRI 之職業病發生率 (ODR; Occupational Diseases Rate)	0	0	0

GRI 之缺勤率 (AR; Absentee Rate)	0	0	0
因公死亡事故總數	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。

5.3.3 健康職場

明基電通向來以打造健康、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。明基電通近年來榮獲之相關獎項及事蹟如下：

表 5.8 相關獎項及事蹟

- ◆ 2005 年台北市健康職場特優獎
- ◆ 2006 年台北市健康職場傳承獎
- ◆ 2007 年衛生署國民健康局健康領航獎
- ◆ 2007 年職場健康自主認證健康促進標章
- ◆ 2008 年國民健康局長訪問績優健康職場
- ◆ 2009 年職場健康自主認證健康促進標章
- ◆ 2010 年台北市優良集乳室
- ◆ 2011 年台北市優良集乳室
- ◆ 2011 年台北市幸福企業最高榮譽三星獎
- ◆ 2012 年職場健康自主認證健康促進標章
- ◆ 2012 年台北市優良集乳室
- ◆ 2013 年台北市戶外定點吸菸自主管理認證
- ◆ 2014 年台北市戶外定點吸菸自主管理認證
- ◆ 2016 年健康職場認證健康啟動標章
- ◆ 2016 年運動企業認證標章
- ◆ 2017 年台北市優良集乳室
- ◆ 2018 年台北市優良集乳室
- ◆ 2019 年運動企業認證標章
- ◆ 2019 年台北市優良集乳室
- ◆ 2020 年台北市優良集乳室



明基電通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，2021年員工參與檢查率為94%，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，2021年的產後職場母乳哺育6個月以上達6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。

5.3.4 員工關係

明基電通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，明基電通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。

明基電通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，明基電通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，盡援及經驗分享，並持續追蹤供應商驗證通過進度。

5.4 明基基金會 (BenQ Foundation)

佳世達科技 (原名稱明基電通) 於 2002 年 8 月 22 日經董事會通過捐助成立財團法人明基文教基金會 (亦即，明基基金會係由佳世達捐助成立)。誠如明基佳世達集團致力提供全人類愉悅生活的使命，明基基金會用心發揚台灣之美，也是集團企業「傳達真實、親善、美麗的感動」的具體實踐。

明基基金會以人與土地為原點，「親善大地」、「關懷社會」為縱橫軸，交集「縮小數位落差」、「培養老實聰明人」、「提昇原創文化價值」、「親善大地」四大主軸，結合企業核心能力，投入數位機會、良善教育、文化價值、環境永續四大目標，向外促進社群正向力量，對內深化培養企業文化，藉此培育優秀人才，並且形塑良善的社會公民。

匯集多年耕耘，明基基金會以「從科技影響力出發，實踐偏鄉社會共融」具體績效，榮獲 TCSA 台灣企業永續獎「社會共融領袖獎」，肯定明基基金會長期以教育為本，連結經濟、文化、社會面向的策略，努力實踐聯合國永續發展目標 (SDGs)，深耕 14 年的教育部「數位機會中心輔導計畫」，亦以「創建社區永續：百年石墻村數位共榮新典範」榮獲首屆「TSAA 台灣永續行動獎」肯定。

2021 年，面對 COVID-19 疫情震盪臺灣社會氛圍，明基基金會關注疫情發展，統籌集團公司資源，捐贈防疫物資給台北市政府、新北市政府、桃園市政府、臺大醫院暨呼吸照護 ICU 和耕莘醫院，積極體現企業關懷社會責任，為全台疫情防護共盡心力。接續培養老實聰明人、提升原創文化價值、親善大地、縮小數位落差四個主軸，執行年度專案，傳達真實親善美麗的感動。

5.4.1 COVID-19 防疫捐助

為強化防疫效益，明基基金會優先捐贈集團公司所在地桃園市政府 3 座行動採檢亭、1 座採檢站，提供桃園市企業與社區快篩，加速檢驗時效並擴大篩檢量能；6 月 9 日支援桃園市政府「固安計畫」篩檢龜山工業區台達電子移工 1500 人，7 月桃園巨蛋球場正壓採檢站設置完成，服務龜山工業區廠商，桃園榮民醫院協力快篩與 PCR 檢測，另提供臺大醫院暨呼吸照護 ICU 和耕莘醫院兩處醫護中心人員防護面罩 40,110 片、口罩防護貼片 8250 片。



COVID-19 防疫捐助：正壓行動採檢亭，桃園市企業與社區快篩，加速檢驗時效並擴大篩檢量能



COVID-19 防疫捐助：正壓採檢站，設置於桃園巨蛋球場，服務龜山工業區廠商，桃園榮民醫院協力快篩與 PCR 檢測



COVID-19 防疫捐助：提供臺大醫院暨呼吸照護 ICU 和耕莘醫院兩處醫護中心人員防護面罩、口罩防護貼片

5.4.2 培養老實聰明人

BenQ 夢想行動·校園講座

邀請青年典範擔任夢想大使，走訪台灣偏遠山區與濱海校園，與高中職青年學生分享夢想實踐歷程，傳達積極正向力量，鼓勵青春生命勇敢做夢，自我實現的無限可能。

2021 年，「BenQ 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、逆境引導教練吳佳穎，巡迴基隆、桃園、新竹、苗栗、台中、彰化、嘉義、台南、高雄、屏東、宜蘭、花蓮 12 縣市。期間因應政府第三級防疫措施，5 至 7 月場次全數暫停，9 月依防疫政策陸續恢復進行，部分場次採「線上線下並行」方式進行，與 31 所高中職學校 2 萬 5 千多名師生，分享實現夢想的動人魅力，平安渡過疫情期間，典範學習，勇敢做夢。



理想與實踐：「BenQ 夢想行動·校園講座」傳達積極正向影響力

5.4.3 提升原創文化價值

一. 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，讓對雕塑有興趣的學子與民眾，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，自 2010 年起持續籌辦六屆，於國際藝術界建立美好的台灣經驗和形象，為台灣留下 90 件雕塑瑰寶。

推廣公共藝術美學，2021 年明基基金會捐贈二件作品給桃園市政府、新竹縣北埔鄉公所，作品恰巧為夫妻檔藝術家：保加利亞彼德·培洛夫 (Petre Petrov) 作品《動作與情感》(Motion and Emotion)、阿妮莎·佩特洛娃 (Agnessa Petrova) 作品《光影變化》(Solar Transformation)。桃園市政府將《動作與情感》安置於桃園展演中心藝文廣場，與市中心藝術場域相襯互映，促進民眾人文感知，陶冶藝文精神，感受藝術於日常生活

觸動的儀式美感，豐富市民朋友藝術欣賞情感。新竹縣北埔鄉公所從「人」本設計、空間活化思考，將《光影變化》安置於「北埔口」，以綠意寬闊視野，邀請民眾觀察雕塑光影變化，台三線北埔老街的美麗藝術意象。



城市美學：「BenQ 國際雕塑營」推廣公共藝術，捐贈桃園市政府雕塑作品《動作與情感》



城市美學：「BenQ 國際雕塑營」推廣公共藝術，捐贈北埔鄉公所雕塑作品《光影變化》

二. 李允權畫作集團公司巡展

提倡原創文化價值，安排集團公司公眾場域辦理「我有一個夢：李允權畫作展」，提供員工同仁親炙繪畫創作的藝術空間。

臺灣插畫家李允權作品以簡單、重複的點線面體，表達文明發達中的衝突與反省。從超現實的視覺風格中，演化真善美的心靈畫作。近期畫作中豐富的色彩，回歸同心，回歸愛作夢的自我。2019年李允權《Faith》五幅作品入選義大利波隆那世界插畫展，系列創作靈感來自於他夢過的一個畫面，「當人類回到以被毀滅的地球上考古時，在一處殘破山洞裡，看到了五幅壁畫。將之定義為：荒蕪、崛起、繁華、腐化、歸零。」



支持原創文化：達方電子桃園總部展覽「我有一個夢：李允權畫作展」

三. 親善大地

友善契作，稻田認養

2016 年聯合國發佈 17 項永續發展目標 (SDGs, Sustainable Development Goals)，其中目標第 12 項「促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式」，明基基金會自 2008 年起長期倡議「親善大地」，支持「友善耕作」核心理念。

明基基金會連續13年契作稻田，認養足跡遍佈島嶼北、中、南、東部，支持台灣農友善耕理念，累積契稻田面積逾 90 公頃。

2021年「友善契作」新竹北埔「南埔社區」和彰化溪州「尚水米」稻田，年度契作面積 10 公頃，春、秋兩期稻作豐收「米禮盒」與集團同仁分享，鼓勵種好米、吃好米，邀請集團同仁響應「支持加一」提案，集團同仁每認養一單位，明基基金會捐贈1斤至指定社會團體，透過任一贈一善擴散，讓友善好食發揮大於二的影響循環，並藉由收割勞作活動，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，凝聚對友善土地的認同；2021 年溪州秋收勞作，佳世達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。





大地體驗：友善契作「我的一畝田」彰化溪州秋收勞作

四、縮小數位落差

明基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 2021 年，連續九年深耕「DOC 志工小旅行」，號召佳世達員工與眷屬親至產地參與農務採收，展現服務情懷，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，獲得佳世達志工極大迴響。

2015 年至 2021 年，連續七年推行「DOC 小市集」，佳世達同仁透過市集關懷環境、支持在地農產品，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。

「新竹縣、苗栗縣數位機會中心輔導計畫」經營成效與影響力：

運用明基基金會與佳世達志工團隊力量，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，引進新興科技，將空拍機、智慧手機融入課程設計，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》、《我的偶動畫》課程，累積豐厚新媒材、新視角與新形態的影像創作，指導民眾學員共完成 38 部新興科技應用影片。因疫情影響，各方面的接觸相處受限減少，線上互動格外蓬勃。「新竹縣、苗栗縣數位機會中心輔導計畫」擔任媒介重責，藉由轉型線上課程、推出直播節目，鏈結地方開放的互動，9 支特色影片，創造 21,731 觀看次，觸及 45,071 網友，產生 6,508 次互動，展現數位影像無遠弗屆的影響力。

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，2021 年首推《竹苗 DOC 群聚力量大》行銷策略，招募 12 位竹苗 DOC 職人參與，推動「共學培訓 — 業師講授特色升級」、「專屬福利 — 量身打造展售擺攤包」、「跨域結盟 — 竹苗串連開拓城鄉消費」打造 DOC 職人、小農數位增值三部曲，共好歷練多方位增值規劃，串聯社群資源，凝聚竹苗 DOC 域群聚能量，支持在地耕耘小農職人，鼓勵志同道合彼此助攻行銷。竹苗 DOC 形成「家園經濟」模式，在「DOC 志工小旅行」、「DOC 小市集」及集團員購支持下，帶動偏鄉 226 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。

除上述協助 DOC 於教育面、經濟面產出效益外，同步關注社會面服務影響，2021 年《DOC 親善學堂》以兩大主題「假新聞清潔劑」及「智能助聽好聲音」提升數位知能，傳播社會趨勢議題，普及民眾的資訊及公民素養，照護銀髮健康生活。《DOC 親善學堂》年度 12 場講座，總計增能 237 位數位公民的資訊素養。





大地體驗：「DOC 志工小旅行」流汗與行走的意義



110 年參與
DOC 職人





支持偏鄉小農：《DOC 小市集》集團員購、《竹苗 DOC 群聚力量大》培植專案



關懷銀髮健康知能：「智能助聽好聲音」服務地方樂齡長輩，促進智能保健無落差

Chapter 6 公司治理

6.1 誠信經營守則

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。為此，明基參照「上市上櫃公司誠信經營守則」訂定「誠信經營守則」，作為所有同仁行為的依據。

明基電通擬定誠信經營守則，規範了關於誠信、反貪瀆行賄、禁止不公平競爭、禁止侵害智慧財產權、禁止提供非法政治獻金與不當慈善捐贈或贊助等項目，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。

誠信經營守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，公司會發送誠信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。

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 2021 年台灣區訓練完成率為 100%。

明基電通透過多重管道宣導誠信行為，2021 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；同仁以及外部人士亦可透過誠信信箱 Integrity@BenQ.com：（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，依個案情節輕重予以適當處置，明基對不法行為嚴懲不貸，必要時移送司法機關偵辦。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 2021 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。

6.2 合法守規

企業遵守法令營運，是應盡的社會責任，也是永續經營的關鍵。BenQ 的據點因遍及全球，為了確保公司及員工執行業務時遵循各國法令，BenQ 長久以來皆密切注意任何可能會對公司營運有重大影響的國內外政策及法令動向，並透過追蹤評估、制定規章與遵循計畫、執行遵法教育訓練，來建立完整的法規遵循體系。

BenQ 全員皆參與合法守規政策，並透過各部門的合作共同執行社會責任。於環境部分，BenQ 除了遵循環保法規、積極減少環境衝擊物質之使用，同時亦提供同仁安全健康的工作環境、增加職業安全及預防汙染；於內訓部分，BenQ 要求同仁積極維持誠信操守，落實公司內部反托拉斯法規及歐洲個資法(EU General Data Protection Regulation, GDPR)遵循計畫之執行，包括新進人員教育訓練、電子報發送、線上課程訓練及相關海報宣導等。BenQ 已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、反賄賂、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。

在積極落實社會責任的努力下，BenQ 於 2021 年並未發生因違反任何相關法令而受有重大裁罰或非金錢性制裁。未來 BenQ 將會持續關注各國法令並積極執行法規遵循，落實應盡之企業社會責任。*重大金額裁罰定義為新台幣壹百萬元以上之罰款。

6.3 監督與風險管理

明基電通風險管理著重於風險管理系統運作及重大風險轉移規劃，明訂定風險管理遠景及政策，設定管理目標及績效指標持續追蹤，以有效管理超過公司風險容忍度的風險，同時運用管理工具確保風險管理總成本最佳化。以風險管理委員會 (Risk Management Committee, RMC) 為核心，管理策略、財務、營運及危害四大面向風險。

一、風險管理的運作

擔任佳世達風險管理委員會 (Risk Management Committee, RMC) 主要委員，定期參與 RMC 會議，提出明基電通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，配合佳世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。

二、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。

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。

2021 年共參與55場風險管理委員會會議，包括4場例行會議及51場臨時會議

因應Covid-19，於2020.01月啟動傳染病應變計畫，隨疫情事態發展，每日或每週召開RMC防疫臨時會議，依疫情嚴重程度於會議中決定應變策略，如上班分流、移工管制、高風險人員進行自主快篩、WFH、完全採線上會議、分送同仁防疫物資、以便當替代餐廳用餐...等，積極配合疫情指揮中心清零政策，減少群聚以避免有人員確診而影響公司運作。

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

1. 營運持續管理政策

風險管理委員會辨識之重大風險情境，明基電通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。

2. 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。定期更新公司危機管理手冊，將重大事件應變措施及步驟予以文件化。

四、緊急應變集團聯防機制

鑑於佳世達是明基電通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。2021 年參與集團公司 10 次定期會議，提升風險意識及強化風險應變能力。

6.4 風險因應

全球貨幣因國際政經情事不穩，Covid-19 疫情持續影響，貨幣升貶幅度劇烈，但明基電通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

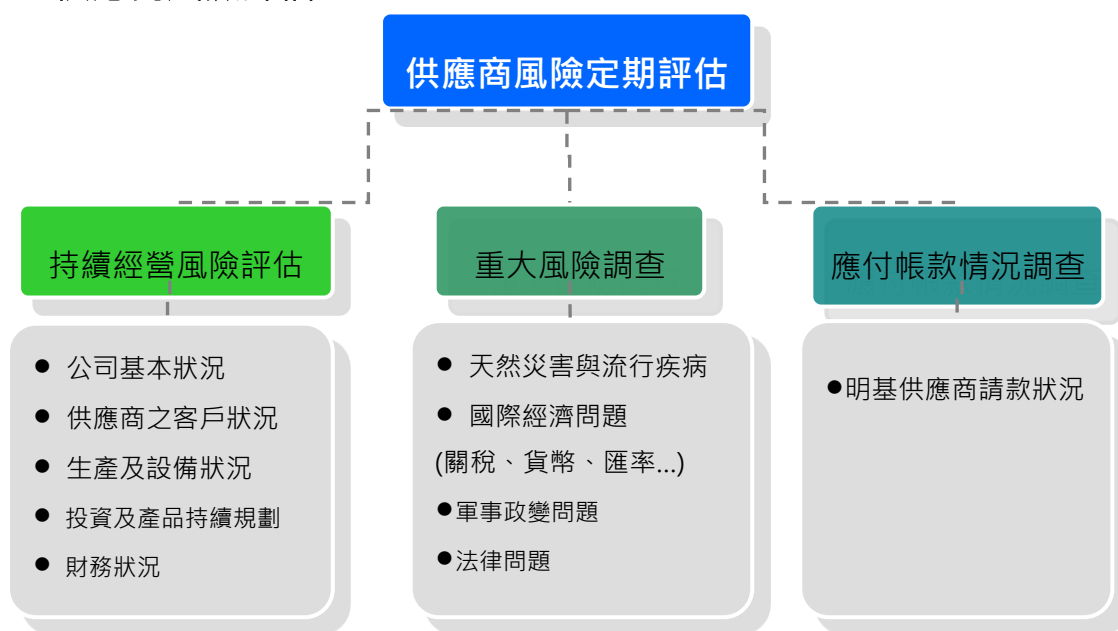
策略，不從事投機性交易，故2021年衍生性商品之交易並無發生相關營運風險。未來明基電通衍生性商品交易仍以規避匯率、利率波動所引起之風險為原則，並持續定期評估外匯部位及風險，以降低公司營運風險。近年來物價穩定上漲，明基電通仍將密切注意通貨膨脹情形，適當調整產品售價及存貨庫存量，以降低通貨膨脹對明基電通造成之影響。

COVID-19下的運籌風險管理

2021年COVID-19疫苗上市及寬鬆貨幣的經濟刺激下，造成大量貨物輸往歐美，不論空運、海運、卡車等運輸方式都面臨倉位、運輸設備、碼頭與卡車工人難求及運費高漲的困境，更是遇到國際海運重大事件-長榮海運貨櫃船(長賜號)卡在蘇伊士運河的意外，超過四百艘船在運河外等待通行，加劇塞港、船期紊亂與罷工的威脅，供應鏈面對極大的考驗。

面對運籌這一連串的意外與風險，明基電通蒐集市場相關資料，包括總經指標(例如:原油及BDI等前期指標)，運價指數(例如: 上海運價指數SCFI)，市況報導，輔以專業判斷，透過每月的運籌月報(2016起即每月發布的e-news)分享與同仁，讓其充分了解運輸市況、運費成本走勢、服務天數變化等，協助主管同仁做決策上的參考。另因應海、空運市場變化在運籌的策略上亦做了改變，如增加得標廠商數量與議價區間與頻率的調整，另外備有突發事件的標準程序書，目的都在因應市場的急遽變化，以確保運籌無慮。

6.5 供應商風險評估



(1)持續經營風險於定期採購會議中提出，如：供應商出貨狀況、移廠、組織變動...等；(2)重大風險於風險發生後立即展開調查，如：Covid-19、中國限電、地震、美中貿易戰...等；(3)應付帳款情況調查會由財務部

門於每月底結帳關注供應商請款狀況。明基電通透過這些內部風險定期評估機制，防範可能與未知的經營風險。

6.6 資訊安全

6.6.1 資訊安全政策(內控及SOP)

明基電通為確保資訊資產(與資訊處理相關之硬體、軟體、資料、文件及人員等)之機密性、完整性、可用性 & 適法性，並避免遭受內、外部蓄意或意外之威脅，並衡酌本公司之業務需求，遵循 ISO 27001 資訊安全國際標準製訂企業資安政策，並於 2020 年 8 月通過並取得 ISO 27001 證書。

6.6.2 資訊安全委員會

明基電通組成資訊安全委員會，主導公司內部資訊安全的推廣，透過資訊資產的規範與工具，有效保護公司智慧財產的安全，提升同仁資訊安全意識。資訊安全委員會由總經理親自擔任主任委員，資訊長擔任副主任委員，各單位一級主管擔任委員。

6.6.3 資安與網路風險之評估

為妥善保護明基電通資訊安全管理制度內之活動，及落實相關規範並執行風險評鑑程序，透過風險評鑑結果以及內部會議決定風險事項之處理措施，以達到風險能有效降低、移轉、消除。

每年會檢視各項法規及評估與修正公司內部的資訊安全規章以確保符合法規及有效性，宣導同仁相關異動。在供應鏈環境，要求與第三方服務廠商簽訂合約，有要求其遵守保密及/網路安全規定。

另新人入職時進行基本資訊安全相關訓練外，本公司亦定期舉辦電子郵件社交工程演練，對員工進行電子郵件收發等相關資訊安全知識之教育訓練，以降低員工誤點擊惡意郵件之風險，2021 年電子郵件社交工程演練，85%同仁通過演練測試，也同時舉行全員資訊安全線上教育課程，以提升同仁資訊安全意識，同仁課程完成率 98.32%，亦確保資訊安全觀念能融入日常作業中。

6.6.4 資訊安全管理

明基電通透過資訊安全管理制度之建置，落實資訊安全政策、保護客戶資料及公司智慧產出、強化資訊安全事件應變能力及達成資訊安全政策衡量指標，並達到利害相關團體對本公司之期望，並透過 PDCA 機制持續增強公司資安控管機制，有助於提高公司之競爭力。

導入弱點掃描系統,定期針對各系統進行弱點掃描,以確保公司系統之安全，不會因為系統上之漏洞或者弱點，導致機敏資料外洩。

6.6.5 資安保險之安排

明基電通自 2017 年 7 月開始投保企業資訊安全風險管理保險，因應有資安事件時的所產生相關費用(如營運中斷，鑑識)的保險理賠，投保範圍包含持股過半的從屬公司，以減少公司的損失。

6.6.6 重大資安事件之措施

明基電通於資安管理制度建置過程中強化內部緊急應變流程 SOP 及演練，並將持續模擬各種資安攻擊事件演練且安排相關人員參與演練，確保事件發生時能啟動緊急流程,有效降低事件回應時間，減少公司的損失。

6.7 個資隱私

2021 績效/KPI 0裁罰

2022 目標 0裁罰

6.7.1 個資保護隱私政策

明基電通尊重並承諾保護客戶、員工以及往來供應商的個人隱私，致力遵循關於保護個人隱私及個人資料安全之相關法令要求，是明基電通給予客戶的承諾，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。

6.7.2 GDPR法遵工作小組

公司因應歐洲個資法(EU General Data Protection Regulation, GDPR)之實施，配合集團政策成立GDPR法遵委員會，轄下設有GDPR工作小組，召集內部專家，每月定期開會並關注全球隱私權法案動態(包括但不侷限於GDPR)，隨時調整相關法遵循事宜。

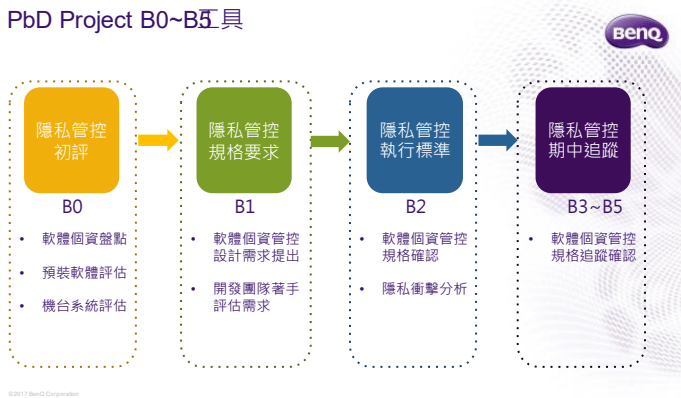
6.7.3 個資隱私相關工作管理

- 定期針對新進人員進行個資保護與隱私權相關議題之教育訓練。強調個資之蒐集，使用與管理上，必須符合各地個資保護法規，以個資主體為中心，使其知悉並行使同意，更正，刪除其個資等應有之權利為基本原則。2021年全體總部同仁接受GDPR相關法遵訓練完訓率達95%。
- 為妥善防止明基電通公司內各項活動可能的個資隱私外洩，GDPR工作小組成員包括法務部門，資訊系統部門，軟體平台開發部門，客戶服務部門，以及相關雲端產品事業部等多位內部專家，不定期針對公司各部門所

使用的資訊系統，服務平台，開發產品，與客戶以及供應商等重大風險節點，進行個資隱私保護盤點，要求各單位針對發現的流程管理缺失期限內完成改善。

6.7.4 管理方針 - 導入隱私工程於各項產品設計與系統設計

PbD Project B0~B5 工具



BU	完成 GDPR (B0~B5, 量產)	B0 only, 開案導入
PDP	8	2
PRJ	7	0

BenQ積極推動產品設計的隱私工程，結合公司獨有的產品開發管理流程B system，於各個重要階段要求產品開發小組依照隱私設計檢核表，逐項確認所開發的產品，軟體服務，以及各項IT系統平台，均能遵守各國相關隱私權法案及公司的隱私權政策，以維護消費者權益。持續提升產品設計的隱私安全，於2021年度期間，一共有15個相關產品專案開發，完成隱私工程的设计審查。而各項IT系統平台使用上，也均有妥善管理使用者權限，並定期檢視是否有個資外洩。

6.7.5 個資外洩通報

- 並於資安通報流程內，獨立行使個資外洩通報程序，僅特定高層主管以及GDPR工作小組成員可以針對個資外洩案件，進行現況盤查，風險評估，內外部通報，擬定行動方案以及事後追蹤處理。2021年度，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，以及 零裁罰。

Chapter 7 永續創新精神

7.1 品牌管理

7.1.1 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)、無線喇叭及智慧檯燈等，實現科技生活的真善美。

7.1.2 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；這也是明基電通對企業永續發展的堅持與承諾。

7.1.3 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。

7.1.4 永續理念

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，BenQ 的永續則有賴於環境、社會、公司治理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。

為使企業永續發展並與世界接軌，BenQ 亦積極回應多項聯合國永續發展指標(SDGs)，致力「優質教育」、「有益健康」、「友善地球」。

BenQ 響應 SDGs 目標 4，打造優質教育環境，在產品設計上回應 SDGs 目標 3 的健康與福祉，致力融入並提升護眼、護耳、抗菌等技術並獲得第三方認證，而友善地球的永續營運面，致力回應潔淨能源、責任生產、採取氣候行動等 SDGs 目標，均落實於日常企業營運中。

以優質教育為例，2021 年持續更新抗菌屏，避免讓觸摸屏變成傳染媒介，保護使用者健康；打造未來智慧教室，疫情改變傳統教學場域，透過智慧電子白版的輔助，打破教室的圍牆，突破空間、距離、疫情等阻礙，弭平疫情所致的學習落差。

在有益健康方面，BenQ 身為護眼科技領導品牌，保護現代人無法遠離螢幕的眼睛，研發「不閃屏、低藍光」雙護眼螢幕、「反射式」光源雷射電視，降低眼睛疲勞感。此外，TreVolo U 學習喇叭，透過智能護耳技術偵測使用者距離，輸出最舒適的音量大小，保護使用者健康。

關於友善地球，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。例如，MindDuo 2 Plus 親子共讀護眼檯燈，30分鐘離席關燈設計，為地球節能減碳；光智慧護眼顯示器BL2780T的機殼採用高達65%的再生塑膠，減少環境的衝擊；投影機GV30透過機構設計的創新，免去傳統腳架與金屬扭力結構，即可調整投影角度，減少生產零件數，降低對環境汙染的可能，更因此獲「G-Mark」及「Golden Pin(金點)」設計獎肯定。

7.2 創新策略與價值

管理方針

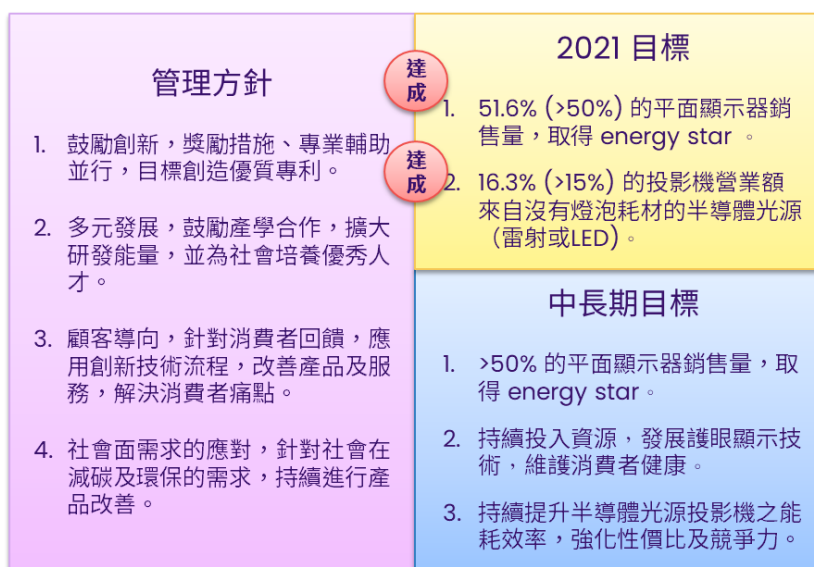
- 鼓勵創新，獎勵措施、專業輔助並行，目標創造優質專利。
- 多元發展，鼓勵產學合作，擴大研發能量，並為社會培養優秀人才。
- 顧客導向，針對消費者回饋，應用創新技術流程，改善產品及服務，解決消費者痛點。
- 社會面需求的應對，針對社會在減碳及環保的需求，持續進行產品改善。

2021 目標

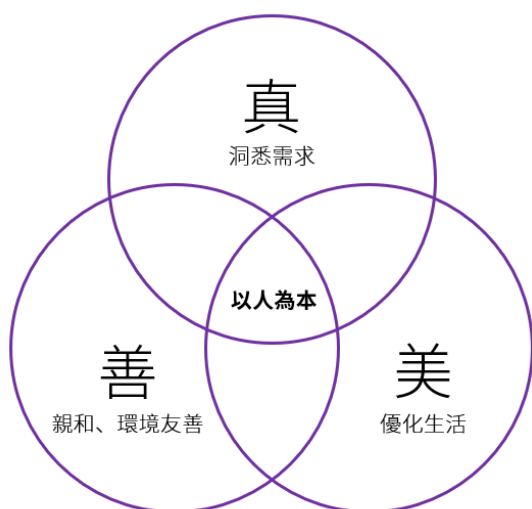
- ✓ >50% 的平面顯示器銷售量，取得 energy star。2021 績效 51.6%，達標。
- ✓ >15% 的投影機營業額來自沒有燈泡耗材的半導體光源（雷射或LED）。2021 績效 16.3%，達標。

中長期目標

- >50% 的平面顯示器銷售量，取得 energy star。
- 持續投入資源，發展護眼顯示技術，維護消費者健康。
- 持續提升半導體光源投影機之能耗效率，強化性價比及競爭力。

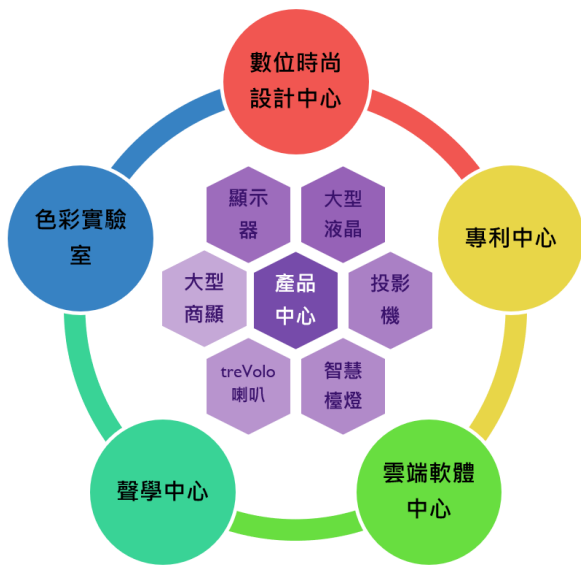


BenQ 相信所謂的價值是以人為本，結合感性的設計與理性的科技所創造出來。從同理心出發，傾聽消費者的聲音，專注於【真】實需求，並帶給消費者有溫度且對環境友【善】的服務與產品，進而創造高質感生活【美】學，BenQ 透過設計思考結合外部學術研究與商業想法，創造永續創新與價值。



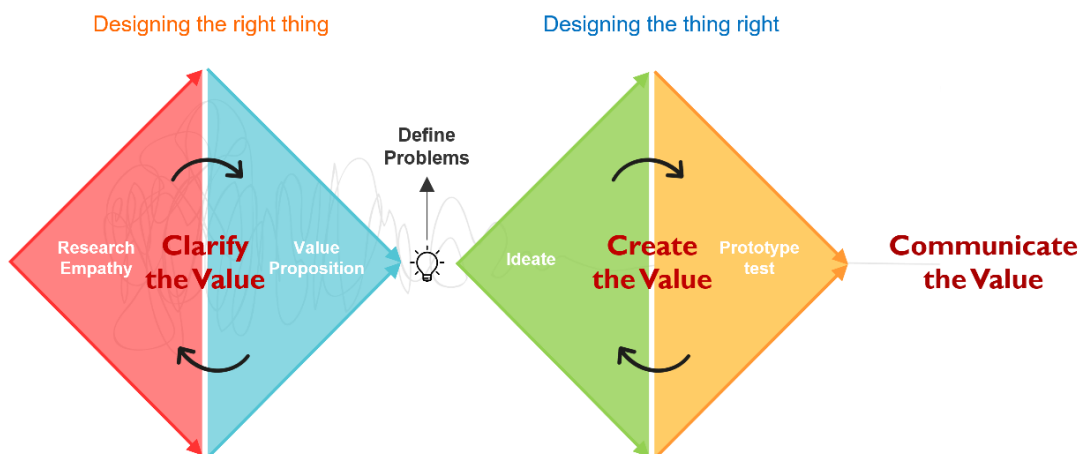
7.2.1 創新產品設計組織與流程

在產品總經理室，設立色彩實驗室、聲學中心、雲端軟體中心及設計中心與專利部門，致力於專業領域的深耕及前期開發以建立技術堡壘，並應用於產品中心的产品開發中。連續數年的持續投資及技術積累，使得 BenQ 在色彩視覺、聲學工程、人因工程等方面的自有技術得以持續保持競爭性。除了內部技術特化深耕之外，公司鼓勵各個產品部門依需要與學術界進行合作，引入外部能量擴大研發成果並同時培養優秀適用人才。



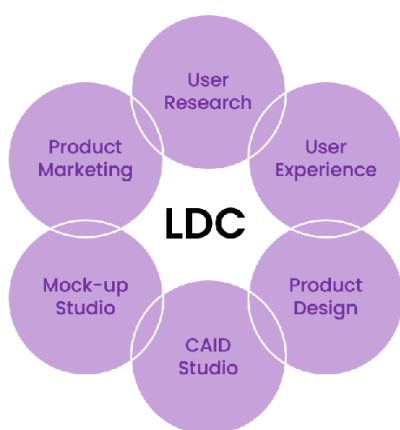
數位時尚設計中心 (LDC, Lifestyle Design Center)

明基數位時尚設計中心透過設計思考，於產品開發初期運用同理心了解消費者需求與痛點，定義產品價值主張；在概念發展階段，以腦力激盪等各種方式產生不同角度的假設與解決方案，並用原型測試進行驗證，確認產品服務符合使用者真正的需求。產品推出前，設計師會透過多輪的產品試用確保優良的使用體驗，為消費者把關；最後行銷階段，設計中心則致力於將產品價值完整傳遞，並聆聽收集市場回饋，達成與消費者良好的溝通。此為明基數位時尚設計中心整體的核心工作。



為了能將創新價值與最佳體驗傳遞至消費者手中，設計中心包含六大功能團隊，分別為：

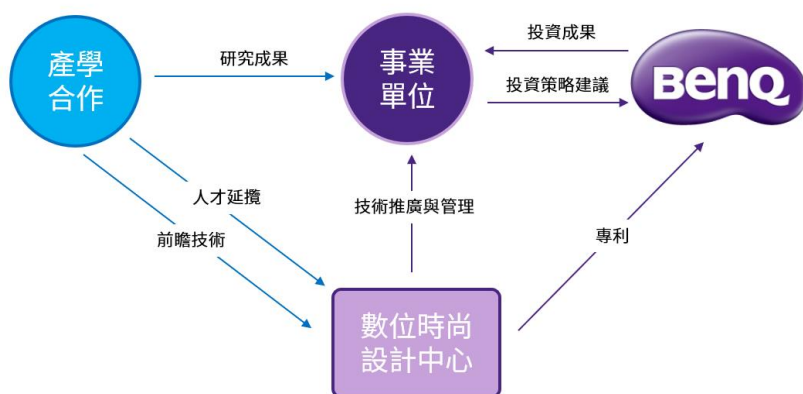
- 使用者研究：進行用戶和市場研究以發現消費者的需求。
- 使用者體驗設計：運用原型釐清需求，並提出友善的使用者體驗。
- 產品設計：透過吸引人的產品設計，創造高質感生活美學。
- 電腦輔助設計：利用最新的計算機輔助技術來提高設計效率。
- 模型製作：通過製作模型來測試可行性，將概念想法變為現實。
- 產品行銷設計：以消費者理解的溝通方式傳遞價值。



六大功能團隊彼此互相交集合作，同時也保留各自的獨立與專業，確保能先做對的事再把事情做對，透過環狀架構的團隊組織所完成的產品與服務，已獲得數百個國際設計獎項的肯定，持續提供明基永續創新。

數位時尚設計中心 - 永續創新流程

創新一直為明基永續經營的重要關鍵因子，為了達到持續的創新，明基數位時尚設計中心透過系統化的制度與流程，運用設計思考與產學深度合作，引入創新技術與人才，再將成果轉化為技術資產與專利，循環創造新價值。

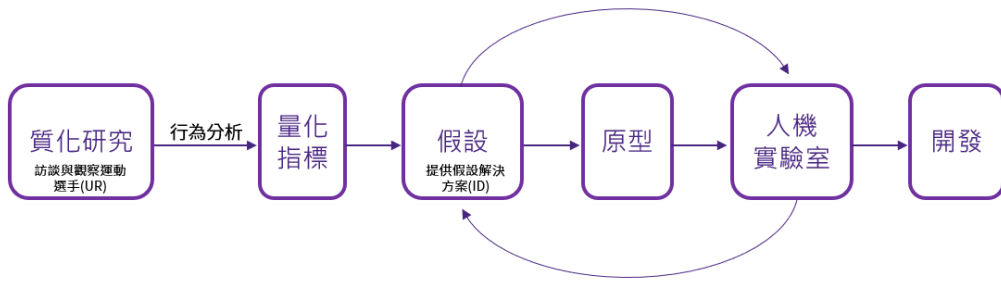


7.2.2 產學合作

A. 產學合作 - ZOWIE

明基旗下 ZOWIE 是為專業電競選手而生的品牌，2020 年與國立台灣體育運動大學(體大)生物力學暨動作診斷實驗室進行產學合作，將運動科學理念導入電競滑鼠開發流程，提升產品開發的決策品質。

明基數位時尚設計中心在專案前期針對特定遊戲深度研究並與邀請選手訪談，後續與國立台灣體育運動大學共同制定出遊戲致勝關鍵因子，基於這樣的基礎由產品設計師(ID)提出數個概念並由體大實驗室團隊設計實驗任務，以科學實驗結合使用者研究員(UR)訪談進行質化與量化的綜合分析，經過設計發想與驗證收斂，找出最佳解決方案。最終開發出更靈活操作的 EC3-C 專業電競滑鼠，並在市場上取得銷售佳績。



<運動科學驗證概念流程>



國立台灣體育運動大學 生物力學暨動作診斷實驗室(左圖) ZOWIE EC3-C 電競滑鼠(右圖)

BenQ 於 2021 年將運動科學能力建置於設計中心內部，成立了人機實驗室，並制定以產品研發驗證、提升產品出貨品質、啟發橫向團隊進行概念發想為目標。



<明基數位時尚設計中心 人機實驗室>

B. 產學合作 - 色彩實驗室

雷射投影機不需光源耗材，已逐漸成為環保趨勢下的一個重要選項。但是雷射光源頻譜集中度相當高，跟自然光源較寬的連續頻譜特性相當不同。這也造成了人眼的視覺色彩感知與預期並不一致。為了讓使用者不會因為使用環保顯示設備而必須牽就色彩表現，進而提升社會大眾對於環保顯示設備的接受度。BenQ 色彩實驗室與台科大色彩與照明研究所進行產學合作，從了解人眼感知的基礎開始，謀求解決之道。

此次研究合作的主題為「雷射與汞燈光源之色彩感知比較」，利用人因實驗的方式從人眼函式的定義來著手，找尋出最佳的色彩調整方案，使得雷射投影機的色彩表現得以和汞燈投影機一樣優異。雷射投影機在製程上擁有低污染、在使用上具有低能耗等環保優勢，若能藉由此研究案提升雷射投影機之色彩表現，無疑是為環保顯示設備更增添其優勢。

在合作期間 BenQ 支援色彩科學博士專家，指導學生進行實驗設計、色彩量測、特徵模型建構、人因實驗進行與數據分析。經由產學合作，由業界專家將業界的專業經驗注入於學界的教學之中，活化教學內容，使學生能真正體驗到學以致用的精神。而 BenQ 也可透過產學合作的模式，獲取學界的研究能量，發展對減廢、環保等對社會有益之新技術，因而達到永續經營之「三贏」綜效。

7.2.3 創新成果

A. 照顧消費者健康的創新

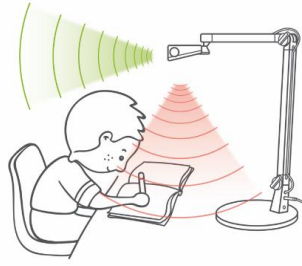
坐姿提醒功能的智能檯燈

根據 2021 年國際近視研究學會白皮書指出目前世界近視人口約 30%，預估 2025 年將增加至 50%，而其中又特別集中於亞洲國家，例如：南韓、台灣、新加坡、中國大陸與日本。以台灣而言，衛生福利部國民健康署 2017 年統計資料顯示國小一年級近視盛行率為 19.8%，但到了六年級即高達 70.6%，顯示台灣孩童在國小期間近視的比例極高。近視的成因除了遺傳以外，長時間、近距離的不良用眼習慣以及閱讀環境照明不足也是造成近視的重要因素。

近來科技進步使檯燈產品發展日臻完善，光線不足的問題已可被解決，然而孩子的坐姿問題，卻始終只能靠家長自行叮嚀提醒。我們觀察到多數家長為此問題所苦，一方面無法時時刻刻陪伴孩子身邊、一方面又怕講多了被孩子嫌嘮叨。為解決這些問題，BenQ 燈具除了致力於提供最好的光給孩子之外，也結合感應科技研發出 MindDuo 2 Plus，一盞具備坐姿提醒功能的智能檯燈。

超音波測距感應器

偵測孩子的頭部是否在適當高度



人體紅外線感應器

確認孩子是否趴在燈下活動



<BenQ MindDuo 2 Plus 智能檯燈>

坐姿偵測原理

BenQ 研發團隊整合集團內部資源，包含機械結構、硬體設計及軟體演算法邏輯設計，善用近年來日新月異的各式感應器，開發出這盞專為改善孩童閱讀姿勢不良而生的護眼檯燈，一次解決坐姿不良與光線不足的問題，雙管齊下協助孩子預防近視。MindDuo 2 Plus 親子共讀檯燈採用超音波感應器與人體紅外線感測器和光感應器，搭配內建坐姿判斷演算法邏輯，進行坐姿偵測與提醒，解決兒童閱讀距離太近的問題，當偵測到孩子在桌前讀書寫字的坐姿不良、頭趴太低時，便會適時發出語音提醒，叮嚀孩子端正坐姿。

B. 致力於資訊安全的創新

Instashow 無線簡報系統

無線簡報系統提供簡易的會議室設置前置工作，在疫情期間，更具有簡報者座位不受限於線材長度的限制，並可以避免因更換簡報電腦需頻繁操作而無法保持社交距離。除此之外，資訊安全是消費者，特別是高度著重資訊安全的企業用戶，例如，金融企業、半導體廠等，所關注的議題。

BenQ 團隊透過創新流程從產品概念發想、概念試作，到產品開發，致力於提供一個全方位維護消費者資訊安全的無線簡報系統，能夠保護使用者端電腦的資料不被安裝或執行具有惡意的軟體或者網路後門程式所外洩。而這一切歸功於 BenQ InstaShow 如何提供重視使用者隱私與防止惡意軟體(malicious malware) 入侵使用者電腦的特殊性設計：

- A. No Software: 使用者免除安裝、設定或執行任何軟體即可使用無線投影。以上特徵在於 BenQ 獨特的設計，讓使用者接入 BenQ InstaShow Button 時電腦作業系統(Operating System)僅僅將 Button 視別為一個虛擬螢幕(Virtual Display)，並不需要安裝或者執行任何軟體，我們知道執行任何軟體都有可能帶來資料外洩的風險，因此我們提供使用者 100% Software-Free 的方案來防堵資料外洩的風險。



- B. Extended Desktop: 承襲” 虛擬顯示器” (Virtual Display)的設計，我們提供使用者在投影時為了避免被在場與會者看到電腦內的內容，包括資料夾，文件檔案名稱等等，我們提供了如同實際顯示器的” 延伸桌面模式” (Extended Mode)，讓使用者做簡報時可以選擇讓檔案放置延伸螢幕投射出去，而不會因為” 同步顯示模式” (Duplicate Mode)讓使用者重要的內容有瞬間數秒外洩的可能。

除此之外, BenQ InstaShow 對於設備本身的安全也極為重視，為了免除設備放置公司或企業內網時遭受入侵成為中介跳板, 形成企業的資安漏洞，我們全系列 WDC10、WDC20 均有送到合格的資訊安全實驗室完成弱點掃描(Vulnerabilities Assessment)，並且取得實驗室核發之證書。



<BenQ Instashow WDC20 多人無線簡報系統>

C. 針對專業用戶的顯示技術創新

應用於 4K 專業級攝影後製領域的超低反射顯示器

BenQ 領先全球採用 A.R.T.顯示面板技術，推出超低反射顯示器，達到接近真實紙材的顯示效果，此機種面板表面覆蓋最新特殊抗反光技術塗層，大幅降低 90%的螢幕反射率，對降低眼睛疲勞的助益非常顯著。此 A.R.T 面板光澤度均值為極低的 0.47，大幅領先市面上一般霧面板均值 15.53 與半亮面紙材均值 1.13。優質的表現更能夠降低使用者在修圖時受到光線影響而誤判顏色的程度，確保後製出來的作品能夠真實帶來使用者想要傳達的感受。

特有的螢幕均勻度補償技術，讓整個螢幕都可以保有精準的色彩輸出，在檢視作品上更為安心和有效率



- ◆ BenQ AQCOLOR 調整技術
- ◆ 16bit 3DLUT色彩晶片
- ◆ 99% Adobe RGB
- ◆ 95% DCI-P3
- ◆ Delta E≤2



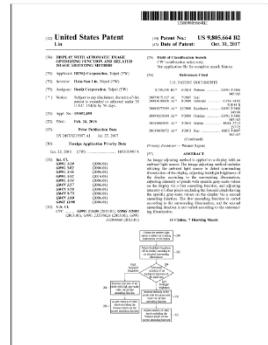
<專業攝影後製系列 SW321C>



D. 保護消費者眼睛的護眼技術

BenQ 從守護消費者的眼睛健康為出發點展開護眼顯示器研發，領先產業的護眼技術能夠讓消費者在長時間使用螢幕時，減緩眼睛的疲勞。

					
Flicker-free 不閃屏技術	Low Blue Light+ 低藍光	Brightness Intelligence (B.I.)	e-Paper Mode 擬紙張模式	Color Weakness 色弱模式	Eye-CareU 護眼螢幕軟體
明基的GW2480，通過TUV認證，護眼螢幕能有效防止螢幕呈現肉眼看不見的抖動閃爍，進一步有效減少眼睛疲勞，能夠舒緩眼睛壓力。	BenQ低藍光技術，能讓消費者依照不同的使用情境自行調整護眼顯示器藍光強度，即使長時間觀看，仍有舒適護眼的使用效果，同時讓影像保有真實動人的色彩表現。GW2785TC獲得TUV德國萊因及Eyesafe低藍光顯示器認證。	GW2785TC/GW2485TC系列採用BenQ獨特，取得多國專利(台、美、歐、中專利證書)的B.I. 光智慧護眼螢幕功能，能主動感應環境光源改變，快速調整相對應的畫面亮度。	GW2780模擬電子書模式可實現清晰，無干擾的黑白複製，並具有足夠的螢幕亮度，以提供清晰的文本，帶來舒適的閱讀體驗。	EW2780針對色弱族群所開發的顏色輔助模式，模擬電子書模式可實現清晰，無干擾的黑白複製，並具有足夠的螢幕亮度，以提供清晰的文本，帶來舒適的閱讀體驗。	快速調整設定至眼睛最舒適的狀態，從簡單易懂的操作清單中找到光智慧、低藍光與各種色彩模式的選項。從使用時間提醒到亮度調整，BenQ GW2485TC 搭配護眼螢幕軟體帶來軟體結合的絕佳護眼方案。



<B.I. 光智慧護眼技術取得台、美、歐、中專利證書>

7.3 綠色設計與包裝

明基綠色產品設計政策

明基一直致力於運用綠色產品設計減少產品對環境的影響，減輕對生態系統造成的傷害，並積極響應永續相關議題，善盡企業之永續責任。透過積極作為設計永續包裝、減少塑料、減少用紙，於創新中兼容環保之精神，降底碳足跡，打造符合使用者期待並完善環境的產品。



永續。地球解方：2021 設計行動高峰會

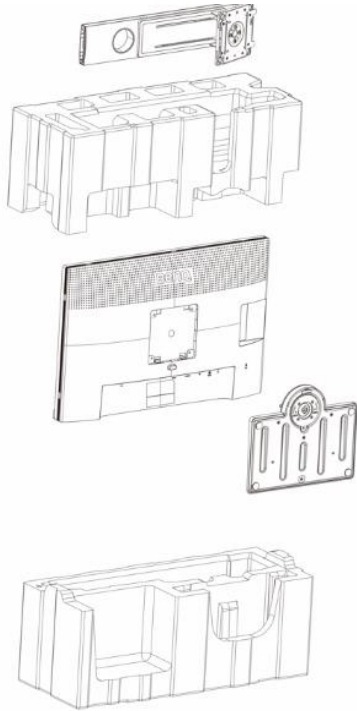
簡潔設計

投影機經由機構上的創新，不需要傳統的腳架與金屬扭力結構，就可調整投影角度，減少生產零件數量，避免更多浪費與污染，不僅型態創新，更能滿足消費者使用上的需求，並榮獲台灣精品獎、金點設計獎、日本 Good Design Award 2021 的肯定。



<GV30 投影機調整投影結構示意圖>

顯示器經由創新的組裝程序並開發關鍵結構，並透過便捷的安裝引導，讓消費者得以簡易的自行組立、使用產品，達到了節省包材空間及便於消費者運送的目的。



<顯示器藉由易拆解的結構，節省包材空間>

回收材料運用

以全球顯示器每年銷售 1.4 億台，每台以使用 1 公斤塑料計算，每年總體顯示器產業光是外觀就將消耗掉超過 14 萬噸塑料。2010 年以來 BenQ 持續使用回收塑料於商用顯示器機種及入門顯示機種來減少對環境的衝擊及資源的浪費。

以 GW2780 及 BL2780T 為例，GW2780 整機塑膠使用 ABS 總重為 1425.54g，該機種外殼使用回收再生塑料 ABS+rABS(35%)，使用回收塑膠重量為 332.77g，整機（含面板及內部元件）回收比例為 23.34%。再以 BL2780T 為例，更使用高達 65%的再生塑膠，以此機種外殼塑膠 ABS 總重為 1198.33g，回收塑膠重量為 778.91g。整機回收比例為 46.56%。以 2021 年度相關顯示器銷售量計，總計使用回收塑料大於 700 公噸。



GW2780



BL2780T

<採用回收塑料機種，兼容品質與完善環境>

永續包裝

如簡潔設計提及，BenQ 經由創新的組裝程序並開發關鍵結構，亦可進一步減少包裝材料用量以及縮小包裝體積以提高運輸的容積量，並同時保有產品組裝後的穩定品質，一方面簡化組裝生產流程，一方面也縮小包裝體積，節省了包材的使用量。

2018 年起，明基電通更進一步提出新一代的紙箱設計，所有出貨的紙箱上採用高達 80% 的回收紙，並在 B2B 產品類型包裝印刷的油墨使用量減低達 70%，同時將產品需要的關鍵資訊與品牌識別色轉移到貼紙上，達成多個型號包裝的共用。共用料的好處是，庫存可以共用，備料、用料更具彈性，不會造成額外的庫存累積。即可以降低碳足跡也同時避免資源的浪費。



2018 年前所採用的包裝設計



新一代的包裝設計規範使印刷的油墨使用量減低達 70%

明基電通同時關注塑料垃圾造成的日益嚴重的全球海洋污染問題，積極努力減少在產品中使用的一次性塑料包裝的數量。SW 系列螢幕包裝利用再生紙取代發泡聚苯乙烯(EPS)成為主要緩衝結構材料，降低包裝緩衝材料 90% 塑料的使用，並在未來與供應鏈的合作，進一步達成其餘的配件、線材包裝的包材轉換，達成無塑的目標。



<專業機種系列(PD/SW)包裝材使用水性環保油墨及回收紙材摺紙設計>



<無線 USB 網卡 TDY31 包裝將塑膠托盤(左圖)改為回收紙張保護產品(右圖)>

數位行銷減少資源浪費

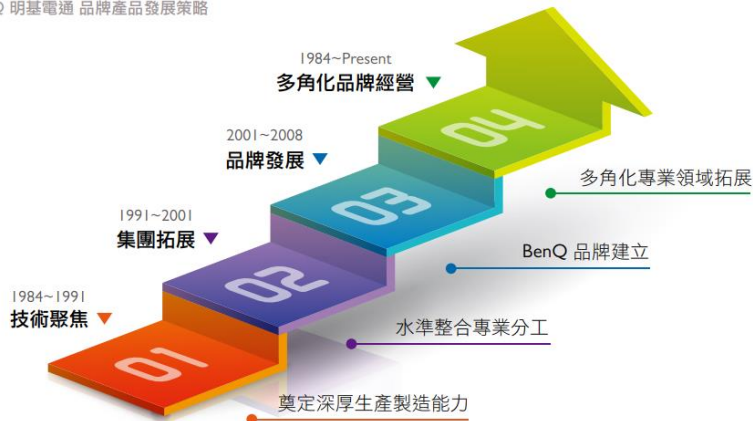
行銷單位自 2016 年開始轉型，以數位溝通為主軸，所揭露的內容盡可能發生在數位環境中，內容已全面導入官網，並陸續廢除紙本印刷產品宣傳冊。

於 2020 年開始將「使用者手冊」數位化，廢除光碟資料，改由線上點擊讀取相關產品使用說明，至今已 98% 導入數位化，省去傳統紙本及光碟資源浪費。

7.4 永續導向的品管

BenQ 歷經變革，從以生產製造為基礎的技術聚焦，到集團擴展、建立品牌，並開始多角化品牌經營。在致力於新產品及新功能的創新外，讓消費者享受科技的同時，明基電通更重視產品及服務對消費者及社會所帶來的影響，包含產品的品質以及產品生命週期中對環境所可能造成的衝擊，因此建構了符合國際標準之品質及有害物質管理系統，經由高階主管的承諾、稽核與管理審查，以落實源流以及過程管理。

BenQ 明基電通 品牌產品發展策略



7.4.1 BenQ 的品質政策

BenQ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，明基電通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 (商品檢測驗證中心)、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 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



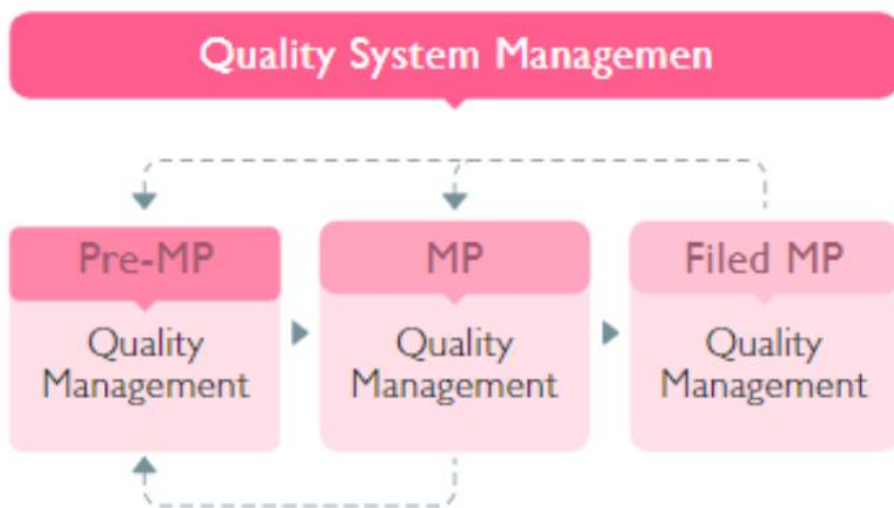
國際標準化組織



7.4.2 全面品質管理(Total quality management, TQM)

BenQ 致力於推動品質管理系統 (ISO9001)。BenQ 董事長與總經理及副總經理為 BenQ 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 品質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。並期以建立同仁日常習慣之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，確保公司在永續議題的理念及要求得以在產品的設計、製造各階段都得以確實執行。

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，基於此，我們推動了BenQ品質四大行動構面：



<BenQ 品質四大行動構面>

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，以貫徹明基電通的經營理念、品質政策與品質目標。

下述說明此四大品質行動構面的主要內容：

1. 量產前品質管理 (Pre-MP Quality Management)

- 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。



2. 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/月/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。

3. 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。

4. 品質系統管理 (Quality System Management)

- 依產品屬性: BenQ 取得各國產品安規, EMC, Safety, GP 認證。
- 電子電器與資訊產品: BenQ 取得 ISO9001 國際品質系統認證。

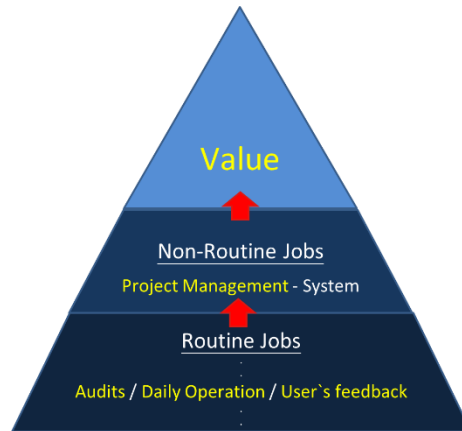


<ISO9001證書>

BenQ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明基電通的品質管理運作。透過品質系統進行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，並不斷改進提昇至公司運營目標層次。



<品質系統管理金三角>



<品質系統管理價值結構>

7.4.3 無有害物質管理

BenQ 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13版，管制範圍涵蓋RoHS及其他法定或自願性管制物質。BenQ 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 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

目前，BenQ 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BenQ 各國網站。BenQ 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，「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)。

7.5 環保標章

7.5.1 節能標章

A. 節能設計原則

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

顯示器

<ul style="list-style-type: none">● 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	<ul style="list-style-type: none">● 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
--	---

B. 國際能耗標準/規範

BenQ顯示器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8.0版之能耗要求。外接式電源供應器(Adapter)均符合美國能源部DOE更新至第VI級之能效要求。

C. 節能獲獎產品: Energy Star Most Efficient 能源之星最高效產品






透過以上的優化設計，BenQ 2021 年有46個型號的顯示器及42個型號的大型商業顯示器取得能源之星產品資格。甚至，已有10個顯示器型號取得 2021「能源之星最高效產品」的資格認可，展現 BenQ長期投入顯示器管理研發創新的具體成果。

<p>The Year's Best of ENERGY STAR for Energy Efficiency and Innovation</p> <p>WHEN ONLY THE BEST WILL DO.</p> <p>Looking for the ENERGY STAR label is a simple way to save you money and protect the environment. Now EPA introduces ENERGY STAR Most Efficient 2022, a distinction that recognizes products that deliver cutting edge energy efficiency along with the latest in technological innovation. It is an award that truly represents the best of ENERGY STAR.</p>		
		
BenQ	BenQ	
GW2480, GW2480E, BL2480, GW2480L, GW2480EL, BL2480L	GW2780, GW2780E, BL2780, BL2780T	

7.5.2 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在全球各地共取得各類型的節能&綠色環保標章，包含美國EnergyStar、美國EPEAT、瑞典TCO、台灣環保標章(TGM)、台灣節能標章標章(TEL)...等。

2021年 節能&綠色 環保標章產 品數					
	美國 Energy Star	美國 EPEAT	瑞典 TCO	台灣 環保標章 (TGM)	台灣 節能標章 (TEL)
顯示器 (含大型商顯)	88	46	52	30	7

7.5.3 BenQ ecoFACTS 標籤 – 志願標示

BenQ 一直致力於設計和開發更環保的產品，最終目標是實現低碳社會。除了符合有關環境管理的國際法規要求和標準外，BenQ 不遺餘力地進一步推動我們的舉措，將生命週期設計融入產品的材料選擇、製造、包裝、運輸、使用和處置等方面。

開發對地球友善的綠色產品，BenQ 不願只是消極地讓產品符合綠色法規要求，而是積極地讓所有產品都能夠綠活再生！ecoFACTS 代表 BenQ 宣示產品於汰換有害物質、材料選用、包裝設計、節能設計等各方面，均做出最大的努力。

2011 年起，BenQ 全產品加上 ecoFACTS 綠色標示，清楚告訴您 BenQ 產品所採用的綠色設計與綠色材料。ecoFACTS 標籤列出了每款產品的主要環保設計亮點，希望確保消費者在購買時做出明智的綠色選擇。請訪問 BenQ 的 ESG 網站: <https://www.benq.com/zh-tw/about-benq/csr.html> 了解有關 BenQ 環保承諾和成就。



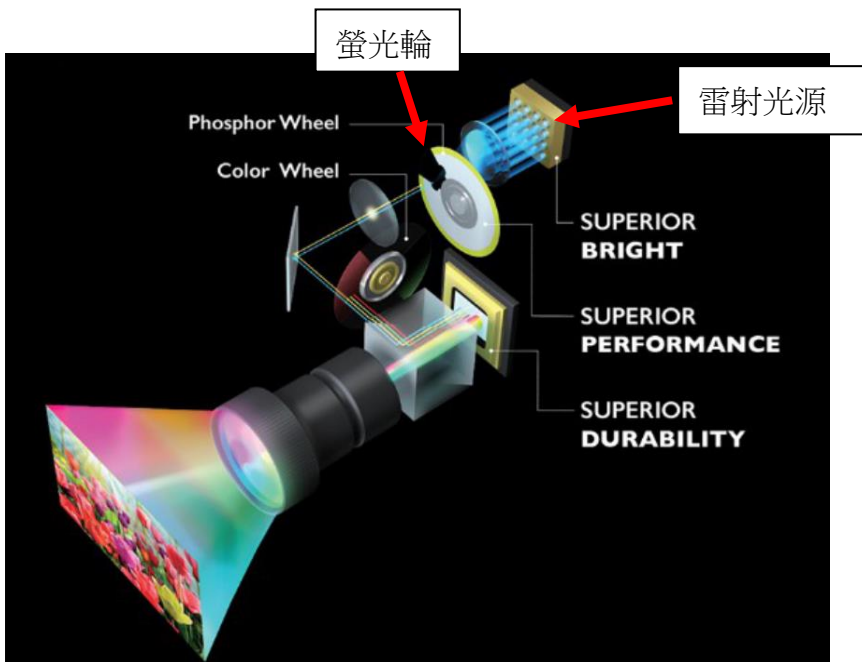
7.5.4 其他產品的節能措施

雷射投影機電能效率提升

投影機因為需要投射較大尺寸的畫面，所以，通常會消耗較高的瓦特數。在這個領域能源消耗率的進步，對環境衝擊的影響顯然相對重要。

BenQ 致力於與產業利害相關人合作以提升雷射投影機的用電效率。結合上游元件廠商，提升單位面積發光密度，使得光源擴散得以受到更好控制，可最有效率的集中在影像輸出單元上，光學效率得以提升。並且設計特化散熱系統以確保雷射單體的輸出光電轉換效率。與關鍵元件廠商合作，開發高效率的色彩轉換螢光輪及濾光片。並在光學設計及生產方面，提升系統精準度及光穿透率，逐年有效提升光學效率。

2021 年 BenQ 新雷射投影機相同一流明的光學輸出亮度所需要的電源消耗相較 2018 年機型降低 14% 以上。換算成 2021 年度 BenQ 雷射投影機銷售數量，以每年平均使用 200 天，每天使用 4 小時計算，14% 的能耗提升每年可節省近 60 萬度的能量消耗。約相當於每年額外提供 0.7 座大安森林公園的吸碳能力。(資料依經濟部能源局 2021 年公布的電力排碳係數為 0.502 公斤 CO₂e / 度，農委會資料每公頃森林一年可吸碳 15 公噸，一座大安森林公園 25.8 公頃)



<雷射投影機光學示意圖>

7.6 客戶服務質量管理



管理目標方針

- 建立系統管理機制，追蹤客戶品質回饋改善，以優化產品及服務流程。
- 定期舉辦產品知識及技術服務教育訓練，以精進客戶服務品質及效率。
- 積極聆聽蒐集客戶的意見及需求，以強化產品及滿足市場需求。

2021 目標

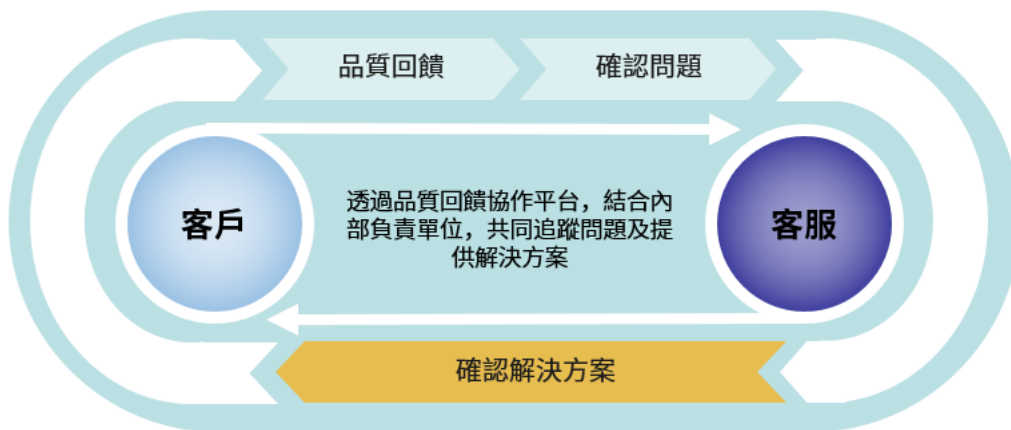
- ✓ 客戶品質回饋處理時效目標 > 95%，2021 達成 98%。
- ✓ 產品及技術服務教育訓練全員完訓目標 > 95%，2021 達成 100%。

中長期目標

- ◆ 客戶品質回饋管理時效達成目標，不低於 95%。
- ◆ 產品及技術服務教育訓練完訓率，不低於 95%。

明基以提升客戶服務質量作為首要考量，承諾持續提供更優質之產品及服務，以確保客戶的需求得到滿足。為即時回應並滿足客戶各類需求，明基電通在總部設立全球客戶服務中心，以期全面了解全球客戶需求 (Voice of Customer)。我們將蒐集到的客戶需求 (Voice of Customer) 進行適當的分析，進而改善產品設計或提供相應之客戶服務，以迅速並強力支援來協助客人解決產品購買、使用、維護、技術支援等問題。

7.6.1 客戶品質回饋管理



明基透過建立品質回饋協作系統，提供客戶回饋品質案件平台，以有效的處理品質案件的客訴，來為客戶提供解決方案，減少不良事件重覆發生的頻率，進而保障使用者之安全、了解並改善使用者體驗 (user experience, UX)，並提升產品及客戶服務品質。

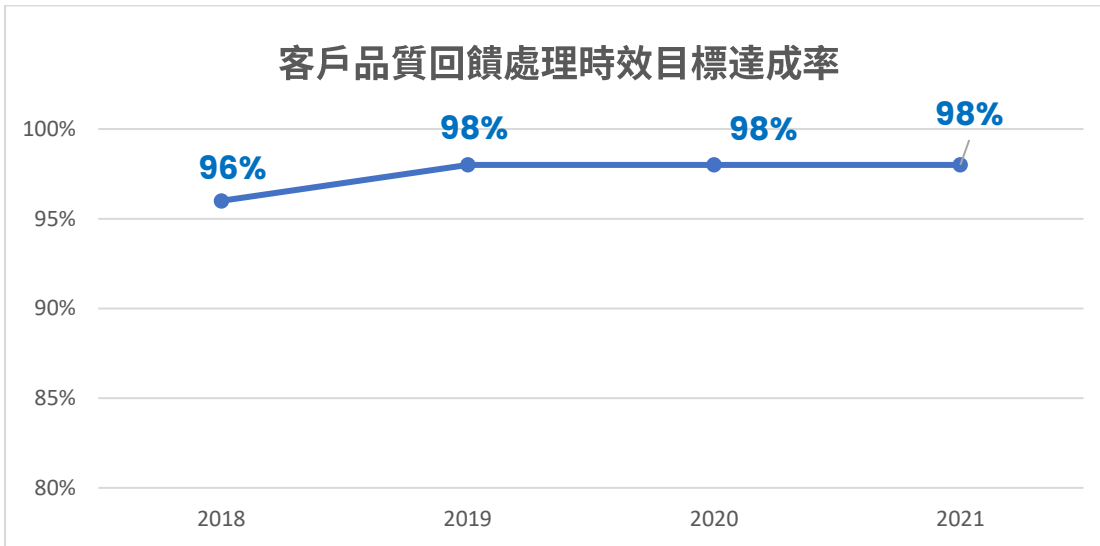
客戶服務中心在接收到客戶反應的品質案件，即開始進行案件追蹤：品質案件原因追尋、短期與長期改善方案確認、提供客戶解決方案，確認解決方案能滿足客戶需求直到客戶結案。所有案件都會保存在品質回饋協作系統。品質回饋協作系統保存的案件紀錄亦用於內部產品開發的經驗傳承 (Lessons learnt)，確保後續產品設計上已符合市場客戶期待、避免相同設計問題重複發生，進而降低不良產品維修過程中對於環境的影響與傷害。

明基致力於有效解決客戶端反應的品質問題，並分別設定蒐集必要之資訊以釐清問題的目標工作日。在確認回饋的問題類別屬性後，以十個工作日內提供品質問題的解決方案為目標，以及五個工作日內提供規格

及服務問題的解決方案或說明資訊為目標。在提供解決方案後，客戶服務中心會持續追蹤改善方案的成效，以確保客戶端的問題確實被解決，並進而強化產品品質與提升產品競爭力。

客戶品質回饋管理之成效結果

2021 年度收到全球區域營銷中心客戶端的品質回饋案件總計有 44 件，有 43 件都在目標工作日內完成提供改善方案及得到回應，並優於所設定的目標工作日之承諾，達成率高達 98%。



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。明基電通期盼以更為精進的客戶服務質量管理，提供最佳的服務品質來建立彼此良好的關係。

7.6.2 提升產品知識及技術服務之教育訓練

為了確保服務消費者的技術服務人員或第一線客服人員具備足夠的專業知識協助消費者解決問題。明基針對技術服務人員及第一線客服人員定期舉辦內部教育訓練，於每半年透過內部線上教育訓練平台 eLearning 或在總部舉辦實體教育訓練，來提供新產品專業知識的教育訓練，內容包括產品功能介紹、安裝、維修、使用、常見問題解答等技術培訓，並包含線上課後評測，以確認受訓人員在接受教育訓練後已具備足夠的專業知識。

另一方面，針對售後維修及產品相關諮詢，明基建立 eSupport 線上知識平台，透過此系統授權的維修中心與第一線客服人員可有效取得最即時的產品知識、相關軟體服務工具及常見問題解答，透過標準工具平台，以期提供一致性且最專業的客戶服務，持續提升明基承諾客戶的服務品質及效率。

產品知識及技術服務教育訓練之成效結果

2021 年年度，由於疫情影響、明基透過線上舉辦產品教育訓練(eLearning)，針對全球的技術服務人員，在各產品線我們累計進行了線上教育訓練共計 318 人次，培訓合格率達 100%。明基電通期盼透過提升

技術服務人員的產品專業知識，以達到更為精進的客戶服務質量，透過提供客戶最佳的服務品質來建立明基與客戶間良好的關係。

7.6.3 客戶意見回饋年度追蹤管理

客戶的意見回饋，為明基進步與保持領先的來源。因此，明基定期蒐集、傾聽客戶反饋，了解客戶的需求，確保其需求得到了解及滿足。針對優點，我們繼續保持並精益求精，需要進行調整的部分則回饋相關部門，予以檢討改善，以期更符合客戶要求及潮流變化，進而提昇客戶對明基產品的品質、價值與服務的整體滿意度。

明基每年一月定期進行全面性年度客戶意見及回饋調查，除了檢視追蹤全年度的客戶意見及需求是否已導入在服務流程或是產品改善計畫內，以確保客戶的需求能被滿足。並進而聆聽客戶潛在需求，以確保產品服務與產品設計能夠更貼近市場潮流、優化使用者體驗（user experience, UX）。

此回饋調查的展開是由全球客戶服務中心透過系統統一通知全球客戶對應窗口，請其針對本公司全年度整體產品與售後服務給予評估與其它建議，全球客戶對應窗口則是透過問卷調查系統給予評量及意見回饋。

全球客戶服務中心彙整調查意見結果並傳達給總部的相關部門，相關部門可藉客戶意見回饋調查結果，檢閱客戶提出的相關意見及需求是否已在導入的產品計畫或服務流程，並與相關單位澄清事項後，針對未滿足的需求，以適當調整流程或擬出產品改善對策的導入計畫以提昇產品與服務品質。如客戶提出的相關意見及需求已在導入的產品計畫或服務流程中，則提出相應之說明。透過每年度的客戶意見回饋追蹤管理、使明基保持優質及具備競爭力之產品與服務品質，以期能更符合客戶之期待與需求。

為了服務廣大的顧客群，創造更優質的產品使用及服務體驗，明基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。明基電通持續抱持著「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。

不僅是以客戶角度作為整體服務模式，明基客戶服務部門更以精益求精的態度要求自己，落實客戶品質回饋追蹤管理來改善產品及服務品質、透過產品知識教育訓練來提升服務品質及效率，並持續聆聽客戶意見回饋以持續優化產品及服務品質。明基電通期盼以更為精進的客戶服務質量管理，提供最佳的服務品質來建立與客戶彼此良好及長遠的關係。

Chapter 8 永續供應鏈

8.1 供應鏈風險管理

為降低因供應鏈中斷所帶來的營運衝擊，明基電通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，明基電通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疫情持續影響全球重要零組件缺貨、航運物流(空/海/鐵/內陸)運輸卡車全面受影響、碼頭染疫事件影響塞港、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了解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。

關鍵衝擊與風險/機會

關鍵衝擊	風險	機會
全球IC/主要零組件缺貨	導致產線斷料，無法出貨	1. 切換替代料 2. 直接與原廠談供貨並且提供整年度FCST. 3. 提高備貨之庫存水位

8.2 新供應商篩選

明基電通身為一跨多領域之品牌公司，全球合作之主要供應商家數約有 14 家包含代工廠和關鍵零組件供應商，大多位於大中華區域。明基電通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。

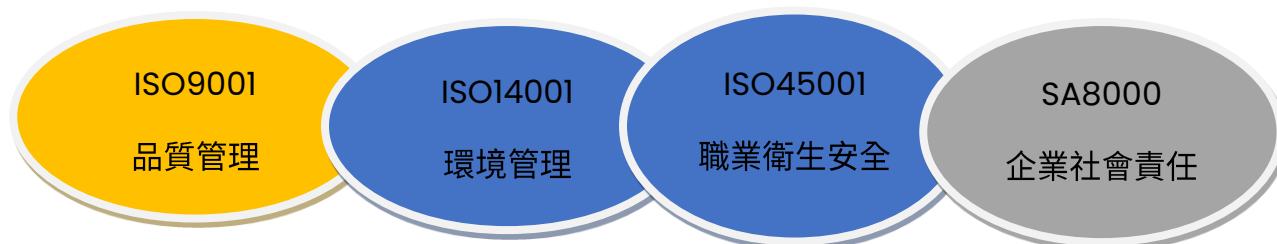
明基電通基於對品質的堅持以及為消費者把關的精神，對於供應商的篩選一概以嚴謹的態度執行書面與實地審核要求供應商必須通過ISO9001認證合格，並且提供其他ISO相關認證文件與衝突礦產調查表，期望透過共同善盡企業社會責任精神的機制建立長久的合作關係。

在明基電通管理系統與流程裡，潛在供應商欲進入明基電通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這些ESG相關的稽核與文件審核的活動。

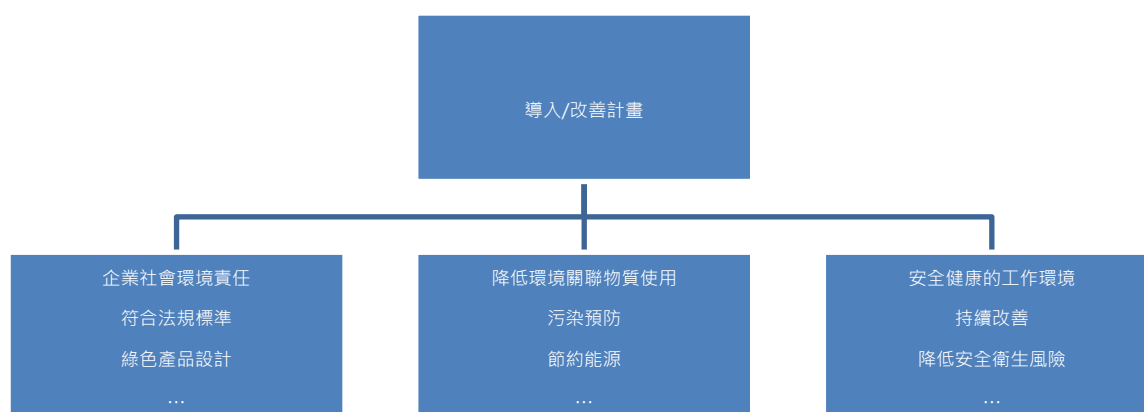
新供應商審核機制：



I 書面審核：要求供應商提供ISO9001 (Must) 、ISO14001、 ISO45001、SA8000證書，並遵守教育訓練及品質體系稽核規範。



(I-1) 無法提供ISO14001及 ISO45001證書之供應商，要求提供導入或改善計畫，例如：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、污染預防、節約能源、提供安全健康的工作環境，以維護員工的身心健康、持續改善降低安全衛生風險…等。



(I-2) 無法提供SA8000證書之供應商，也可用BSCI社會責任認證證明。若前述二者皆無法提供則必須提供下列文件之一：

- a. 供應商社會責任調查表 (例如：是否雇用當地法規所定義之童工；公司雇傭條件內是否有歧視條款；公司是否有計畫和/或程序以確保員工的工作時數符合當地法令規定且超時工作不超過當地法令規定之時數…等等)。
- b. 簽署供應商社會責任承諾書 (例如：禁止雇用童工，並不得將兒童或青少年工人置於危險、不健康的環境中；提供員工安全、健康的工作環境，採取必要措施以避免職業災害之發生，保證所有員工經常接受健康及安全訓練並提供乾淨、安全之飲用水、廁所及宿舍環境；尊重員工內部溝通之權利，並保證此類員工代表不受歧視、騷擾、脅迫或報復…等等)。



針對供應商的管理預計 2022 年有所調整，供應商社會責任調查表和供應商社會責任承諾書將被範圍更廣的供應商社會責任與商業道德同意書取代，在導入新供應商時要求供應商簽署。此份同意書範圍擴及 RBA 精神將環境保護、社會責任與公司治理涵蓋於內。

針對上述作業流程，現存與明基電通合作的夥伴供應商，均透過明基電通的輔導與積極溝通，100%完成相關的文件審核、簽署與追蹤。

II 實地審核：

在供應商實地審核時，品質管理部門透過 SSA (Supplier System Audit) 對供應商現場作出評鑑，例如：作業環境是否維持最佳 6S(5S+SAFETY)狀態、列管性物質(危險性、揮發性、腐蝕性、毒性…)保存環境及期限等是否妥善定義與管制，以防止質變或安全疑慮、是否訂定危機處理程序(停電、地震、火災、人員傷害…等)及設置相關安全設施、對可燃性的、腐蝕性的與有毒性的材料是否適當的儲存與隔離、針對緊急事件如火災，水災…等是否有緊急應變計畫(設施與措施) …等等。如實地審核沒通過，將無法進入合格供應商名單。

不僅如此，縱然選定合格供應商之後，明基電通在開始合作並商討產品量產與供貨前，除產品本身規格與成本、交貨、服務等條件外，明基電通品質管理與產品認證部門會在 RFQ (Request For Quotation) 規範供應商的成品品質，並將產品所適用之相關法規如 RoHS、REACH、WEEE、ErP 或相關節能以及安規(如：衝突礦產)、電磁相容等標準明文規定於其中。如供應商無法完成相關要求，則在 RFQ 審核中無法取得競標資格。透過這樣的把關，明基電通確保提供出來的產品能符合公司規範及消費者的需求。

衝突礦產

明基電通支持國際社會對衝突金屬的抵制活動，更主動加入責任礦產倡議 (Responsible Minerals Initiative, RMI) 成為其會員並與供應商合作，因此要求供應商在衝突礦產上必須遵循下列要求：

- a. 必須履行社會與環境保護的責任。
- b. 確保產品不使用來自剛果及其鄰近的國家和地區的“衝突礦產”。
- c. 追溯所有產品中所含的金(Au)、鉭(Ta)、鎢(W)、錫(Sn)和鈷(Cobalt)來源，以確保這些金屬不是來自於「衝突礦區」。
- d. 將此要求傳達給其上游供應商。

8.3 績效評估

明基電通視各產品營運狀況，由策略採購單位負責召開QBR(Quarterly Business Review)，會同業務、產品、技術、供應鏈管理、客戶服務、品管和安規等相關部門與供應商檢討當季績效，並予以季度評核做為供應商定期評核依據。透過IQSDC評鑑的五個面向：技術能力(Innovation/Technology)、品質能力(Quality)、服務團隊能力(Service)、交貨供應能力(Delivery)以及成本領先能力(Cost Leadership)在每次供應商績效評核後，其結果將為採購策略的重要依據。

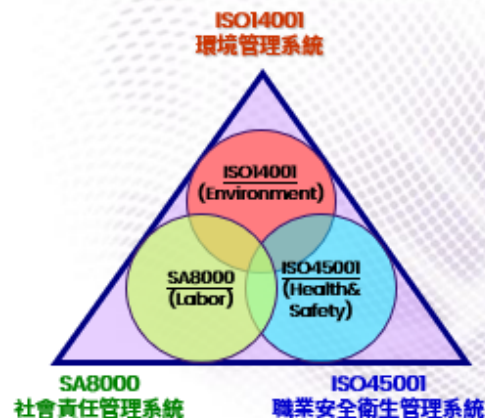
除了績效評核之外，明基電通亦利用每季QBR會議review供應商ISO證書現況並要求供應商配合政令宣導，如：2021年特別著重於社會責任，環境安全衛生，誠信經營等項目。

明基對供應商之要求及配合事項



- 為善盡企業社會責任，明基邀請一同關心環境保護且維護勞工權益，請配合提供以下文件。

驗證系統	證書	導入或改善計畫表	承諾書/調查表	備註
ISO9001	●			
ISO14001	●	●		未能提供證書，請填寫導入或改善計畫表。
ISO45001	●	●		未能提供證書，請填寫導入或改善計畫表。
SA8000	●		●	未能提供證書，則請每年簽署承諾書或每年填寫調查表。



明基 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。

若貴公司提供導入或改善計畫表/承諾書/調查表，最終仍需以通過系統驗證取得證書為目標。

TCO政令宣導:

明基支持國際社會對衝突金屬的抵制活動，並與供應商合作，展開衝突金屬調查，防止以直接或間接方式採購自剛果民主共和國與其毗鄰國家武裝團體之衝突礦產，以確保其金屬採購符合社會及環境責任。

TCO政令宣導:

明基致力於推廣TCO SMR (Senior Management Representative):

須主動向供應商及其上游廠商宣導:「誠信守則」、「反貪瀆」、「商業道德」等,並請供應商及其上游廠商配合執行。

誠信宣言



- ▶ 我們秉持最高標準看待所有道德規範
- ▶ 我們同時尊重官方法律以及公司規定
- ▶ 我們所有言行舉止都要本著誠實行事
- ▶ 我們嚴禁濫用特權進行非法亂紀行為
- ▶ 我們極力避免身陷任何利益輸送嫌疑
- ▶ 我們絕不從事任何違反道德操守情事
- ▶ 我們疑惑不知如何抉擇時要尋求協助
- ▶ 我們對於違法行為的調查要充分合作
- ▶ 我們發現非法事件必須立即向上通報
- ▶ 我們以誠信守則為標準擴及生意夥伴
- ▶ 我們絕對維護保障堅守誠信同仁權益



若有發現不法行為或違反「誠信手冊」相關規範之情事，可經由總經理信箱、HR信箱或誠信信箱 (Integrity@BenQ.com) 進行檢舉與申訴



明基電通要求供應商遵守SA8000與ISO精神，將其精神落實於公司治理與永續發展。同時，供應商必須確認本身之營運符合明基電通的人權標準與政策，如：工人皆須受到法規所規範的基本尊重與尊嚴，不歧視、不用童工、反貪腐，並期許前述之人權標準與政策能逐步擴及於自身的供應商。

明基電通每年向供應商發出利害關係人問卷調查，調查供應商所關切的重大議題，成為明基電通擬定公司永續發展策略與目標的重要考量方向，更成為供應商的助力，為此，明基電通願意以積極輔導的態度協助供應商成為永續發展的長期合作夥伴，共同為地球、為社會盡一份心力。

2021利害關係人問卷調查供應商回覆率100%。

8.4 明基電通運輸的永續發展

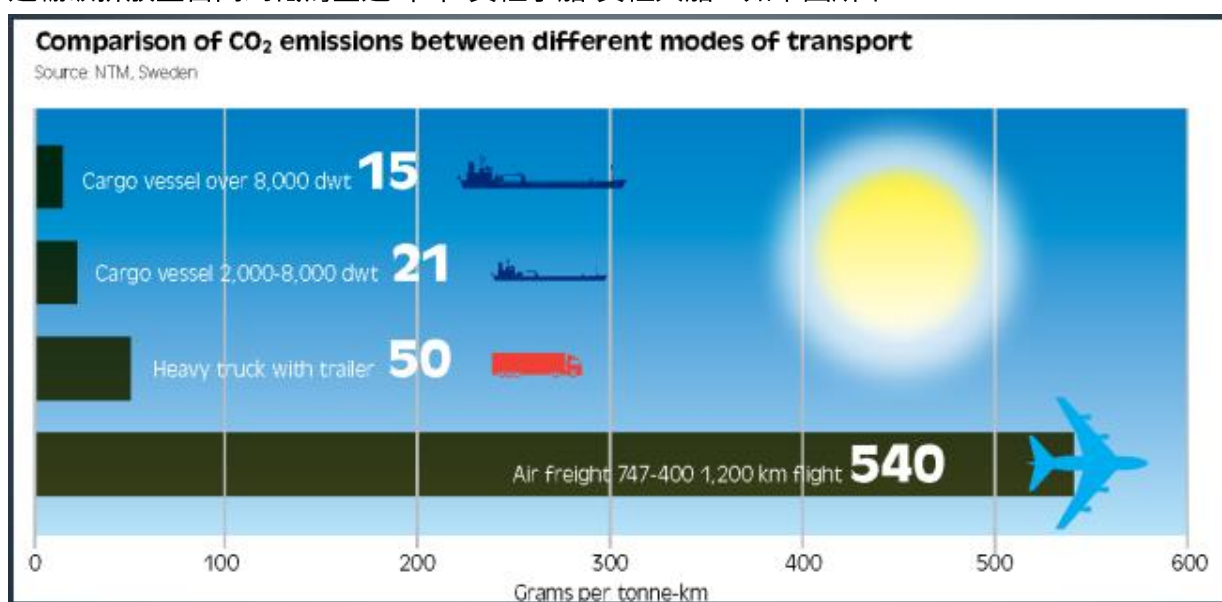
整體供應鏈中，運輸承攬商扮演跨境物流及運抵最終一哩路的角色。在篩選運輸承攬商的過程中，明基電通除了評選服務規格與價格外，擁有永續發展環境管理相關的措施，如 ISO14001證照，或具有ESG報告或永續發展報告等，亦是明基電通對廠商的要求之一。統計目前配合的運籌承攬業者，有五成的廠商具有此相關報告，展望2022年期能達高到六成的目標。

據資料顯示，擁有證照的廠商多為歐美背景的企業，為鼓勵本國企業向永續發展方向前進，明基電通不定時傳遞相關證書的必要性與重要性，若廠商具備 ISO14001認證或相關綠能減碳的配套措施，將優先成為明基電通

的運輸承攬商，並在可控的範圍下給予適當的配額獎勵以扶持當地企業，希望藉此鼓勵運籌承攬相關業者，共同落實環保減碳的管理。

在響應減少碳排放量的部分，明基電通了解在各式各樣的國際運輸工具中，空運的碳排放量是最高的，海運則是最低，尤其海運的貨櫃船受聯合國底下的國際海事組織(IMO)控管，要求2023年開始至2026年間，船舶每年需減碳2%。因此，明基電通將與時俱進，在國際運輸的選擇上會以海運為第一順位，盡量減少空運的使用，此舉不僅僅是響應IMO的精神政策與選擇經濟的運輸工具，而是期許明基電通未來能在符合客戶的交期與服務規格要求下，在運輸的過程降低碳排放量，以更符合綠色產品的品牌精神。

運輸碳排放量自高到低為空運-卡車-貨櫃小船-貨櫃大船，如下圖所示：



減少貨櫃的箱量亦是一種減碳的方法，去前大型互動面板顯示器，由40呎大櫃改為40呎高櫃使得出口歐美箱量減少35%的需求，約莫減少155噸的碳排放量。目前另一產品線投影儀產品亦在評估中，等待後續的分析報告。

Chapter 9. 關於報告書

9.1 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2021年開始出版企業社會責任報告書，上一次出版日期為2021年6月，並於2022年改版為2021年明基電通永續報告書。

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>

■ 報告邊界與範疇

本報告書的資訊內容，揭露期間為2021年1月1日至2021年12月31日；至於財務報告書揭露期間，等同於前述永續報告書。本報告書的界定範圍為明基電通總部(台北)，不包括財務報告書合併報告之子公司，亦即明基歐洲，明基北美，明基拉美，明基中國，以及明基亞太。

類別	報告書揭露範疇	與財報揭露範圍差異	外部保證/確信
環境、社會與公司治理	明基台灣 總部	明基台灣 總部	永續報告書委託第三方查證單位「英國標準協會」(BSI)依據AA1000 ASv3標準查證。
財務資訊	明基台灣 總部	明基台灣 總部	財務報告-會計師

會計師、查證單位與本公司間無任何股權或管理階層間關係，僅受委託進行財務報告與永續報告書的外部保證或確信作業。

■ 撰寫原則

揭露明基電通2021年環境（E）、社會（S）與公司治理（G）相關議題，並依循全球永續報導準則(GRI Standards)核心選項 (Core Option)，分別發布中英文版本，可於官網的專區下載。

■ 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://www.benq.com.tw/about/csr>

聯絡人：Simon Huang / Wenny Lan

Email：ESG@BenQ.com

9.2 GRI Standards 對照表 (ver. 2016)

● 一般揭露

主題	GRI 準	揭露項目	章節或內容概述	Page #
組織概況	102-1	組織名稱	關於明基	3
	102-2	活動、品牌、產品與服務	關於明基	3
	102-3	總部位置	關於明基	3
	102-4	營運據點	全球營運策略	8
	102-5	所有權與法律形式	董事會組織架構	4
	102-6	提供服務的市場	全球營運策略	8
	102-7	組織規模	關於明基	3
			全球營運策略	8
			營運狀況	10
	102-8	員工與其他工作的資訊	人員僱用概況	27
	102-9	供應鏈	新供應商篩選	81
	102-10	組織與其供應鏈的重大改變	本年度無此情事發生	
102-11	預警原則或方針	監督與風險管理	48	
102-12	外部倡議	未簽署外部倡議		

主題	GRI 準	揭露項目	章節或內容概述	Page #
	102-13	公協會的會員資格	參與協會/公會	14
策略	102-14	決策者的聲明	總經理的話	1
倫理與誠信	102-16	價值、原則、標準及行為規範	誠信經營守則	47
公司治理	102-18	治理結構	明基 CSR/ESG 委員會	15
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	16
	102-41	勞資談判達成協議的員工比例	本公司無工會，亦無團體協約之情事	
	102-42	說明選定利害相關者之依據	與利害關係人的溝通	17
	102-43	說明利害相關者的參與方式	與利害關係人的溝通	17
	102-44	報告利害相關者關注之主題與回應方式	與利害關係人的溝通	17
報告簡介	102-45	報告所涵蓋的公司實體	關於報告書	89
	102-46	界定報告內容的過程與主題的邊界	重大議題鑑別	18
	102-47	列出所有重大議題	與利害關係人的溝通	18
	102-48	資訊重編	首次編制	
	102-49	報導改變	首次編制	
	102-50	報導期間	關於報告書	89
	102-51	上一次報告書的日期	關於報告書	89
	102-52	報導週期	關於報告書	89
	102-53	可回答報告書相關文題的聯絡人	關於報告書	89
	102-54	依循 GRI 準則報告的宣告	關於報告書	16
	102-55	GRI 內容索引	GRI Standards 對照表	90
102-56	外部保證/確信			
重大議題	103-1	解釋重大議題與邊界	重大議題彙整	20
	103-2	管理方針及其元素	重大議題彙整	20
	103-3	管理方針的評鑑	重大議題彙整	20

● 經濟主題

主題	GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	Page #
經濟效益	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	營運狀況	10
	201-3	定義福利計劃義務與其他退休計畫	營運狀況 工作條件	10 32

● 環境主題

主題	GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	Page #
排放	305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	溫室氣體管理	25
	305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	溫室氣體管理	25
	305-5	溫室氣體排放減量	溫室氣體管理	25
供應商環境評估	308-1	採用環境標準篩選新供應商	永續供應鏈	81

● 社會主題

主題	GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	Page #
員工聘雇	401-1	新進員工和離職員工	員工流動率	27
	401-2	提供給全職員工的福利	人權管理	31
訓練與教育	404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	學習發展	28
人權評估	412-1	接受人權檢視或人權衝擊評估的營運活動	台灣總部經內部稽核機制而未有發生違反人權相關要求	
	412-2	人權政策或程序的員工訓練	人權政策或程序的員工訓練，因有規劃 RBA 課程而內涵人權相關訓練，故完訓率為 100%。	
供應商社會評估	414-1	新供應商使用社會準則篩選	新供應商審核	82
客戶隱私	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	客戶隱私保護	53

● Other Topic

主題	GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	Page #
顧客權益 與社會責任	自訂主題	客戶滿意度調查	客戶滿意度調查	
社會公益	自訂主題	社會公益活動	明基基金會 (BenQ Foundation)	
風險管控	自訂主題	風險管控機制	監督與風險管理 風險因應	
品牌管理	自訂主題	品牌塑造與落實執行管理	永續創新精神	
創新技術 產品與服務	自訂主題	創新技術技術產品與服務之落實成果	永續創新精神	