



明基電通

2024永續報告書

2024 BenQ Sustainability Report

Table of contents

1 永續的責任

不變的承諾	1
-------	---

2 關於明基電通

2.1 關於明基電通	3
2.2 明基電通企業核心文化	4
2.3 營運狀況	5
2.4 董事會治理結構	7
2.5 榮譽記事	11
2.6 參與協會 / 公會	12

3 重大性主題

3.1 永續組織 明基電通 ESG 推行委員會	13
3.2 重大性議題分析	14
3.3 重大性主題政策承諾與管理方針彙整	18

4 迎戰氣候變遷

4.1 明基電通的氣候治理	21
4.2 明基電通策略與風險管理	22
4.3 氣候變遷的指標與目標	31
4.4 氣候行動關鍵成效	32

5 社會責任

5.1 人權保護	34
5.2 人才吸引	36
5.3 人才留任	42
5.4 學習發展	51
5.5 健康職場與社區關係	57
5.6 職業安全衛生管理	61
5.7 人與土地之美 明基文教基金會	63

Table of contents

6 公司治理

6.1 誠信經營守則	85
6.2 合法守規	87
6.3 監督與風險管理	88
6.4 風險因應	90
6.5 資訊安全	90
6.6 個資隱私	92
6.7 永續導向的品管	94
6.8 客戶服務質量管理	96

7 產品創新與循環經濟

7.1 創新策略與價值	100
7.2 產品碳足跡	111
7.3 綠色產品設計與包裝	112
7.4 循環經濟	117
7.5 環保標章	120

8 永續供應鏈

8.1 供應商永續經營	122
8.2 新供應商篩選	123
8.3 責任礦產	126
8.4 供應商檢核	127
8.5 供應商風險評估	130
8.6 明基電通運輸的永續發展	131

9 附錄

9.1 GRI 內容索引	134
9.2 永續揭露指標	137
9.3 獨立保證說明書	138



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。

實踐 ESG 承諾，實現科技生活的真善美

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。

2024 年，BenQ 延續以科技服務人類需求的理念，並致力結合 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像電競顯示器，持續專注於為不同需求設計產品，包括 Mac 使用者專用顯示器、家用微型投影機、教育互動觸控顯示器及護眼檯燈，滿足消費者各項需求。

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，創造出對環境友善的綠色產品，2023 年針對「大型觸控顯示器 (RE7503A)」進行產品碳足跡盤查，成為業界第一個榮獲大型觸控顯示器產品碳足跡認證的廠商。2024 年擴大全產品線顯示產品、投影機、燈具以及電競滑鼠等，進行產品碳足跡評估與揭露。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，BenQ 積極投入多元化的教育訓練來培養員工的創造力與專業力，進一步為公司累積持續成長的組織能力及競爭力。2019-2024 年連續六度獲得「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。2024 年活動設計融合永續元素，積極投入減碳行動、公益團體捐贈與採購，落實企業責任。如：物資捐贈活動、公益回收皮革 DIY 活動、淨溪活動。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約為九成，為公司及員工帶來正向循環。

Peter Huang
黃原福

總經理
黃原福 / Peter Huang





Chapter 2 關於明基電通

2.1 關於明基電通

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)
所屬集團	· 明基佳世達集團。 · 佳世達科技股份有限公司 100% 股權持有之子公司。
品牌創立	2001 年 12 月 5 日
資本額	新台幣 32 億元
營業額	新台幣 235 億元 (2024 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 1,773 名員工 / 台灣 589 名員工 (截至 2024 年 12 月)
董事長	曾文祺
總經理	黃原福

液晶顯示器：2024 年整體總銷售量 162.7 萬台。High resolution 4K 排名全球第十名、高刷新率 (refresh rate >100Hz; Gaming) 排名全球第 11 名。

投影機：2024 年全球銷售量前五大 (一般投影機與微型投影機)

商用顯示器



投影機



大型液晶顯示器



智慧燈具



液晶顯示器



遠端工作學習





2.2 明基電通企業核心文化



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。





2.3 營運狀況

2.3.1 營運原則

明基電通之公司治理運作，恪守公司治理實務守則，共 5 大原則，列示如下：

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

2.3.2 全球營運策略

明基電通全球業務區分歐洲、北美洲、拉丁美洲、中國及亞非中東等五大區，於 26 國共設有 28 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

明基電通為強化發展國際品牌的基礎，於營運總部設置全球營銷與服務管理體系之決策中心，系統性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，及明基佳世達集團豐富的關鍵零組件與技術優勢，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。



2.3.3 營運說明

液晶顯示器產品：

2024 年銷量累計達 162.7 萬台，受產品組合的優化及平均售價的提升，獲利表現亦超過去年。中國市場方面，ZOWIE 品牌已深耕十年，品牌行銷策略成效顯著，成為電競顯示器營業額及獲利增長的主要貢獻市場。搭載獨家技術 DyAc 及 240Hz/360Hz 的 ZOWIE 高階電競顯示器銷量強勁，進一步推動整體電競顯示器的持續成長。

儘管專業顯示器的 B2C 市場有所衰退，但透過機種組合的優化，高階機種在第四季的比例已逐步提升。此外，2024 年我們推出了兩個全新的市場區隔：全球首創專為軟體工程師設計的顯示器，以及專為 MacBook 用戶設計的外接顯示器系列，這些新產品一經上市便獲得市場的高度好評。

投影機產品：

2024 年銷量 27.4 萬台。與去年同期相比，毛利率年增 0.5% 係因機種組合。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，減低對於供應鏈的影響，產銷皆側重高獲利機種。

2.3.4 產業概況及衝擊

(1) 產業之現況與發展

液晶顯示器產品：根據市調機構報告，2024 年液晶監視器銷量約 1 億 2,77 萬台，年增 3.8%。歷經 2023 年顯示器終端消費市場需求衰退後，2024 總算回到疫情後的正成長。因此，差異化的產品與持續提升經濟規模與市占率將至關重要，未來更將加速高階遊戲顯示器、專業顯示器以及細分市場區隔的產品開發、提昇附加價值、優化供應鏈、加強垂直整合，以期能強化整體競爭力。

投影機產品：市調機構預估，2024 年全球投影機出貨約 491 萬台，2025 年預估全球投影機市場成長率可能持平或微幅下滑，惟高亮、高解析度與非燈泡型投影機比重持續提升，家用投影在海外市場特別是北美、歐洲、亞太，可能呈現持平、甚至微幅成長。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：近期入門主流顯示器市場規格已逐步被 100Hz/120Hz 高刷新率面板規格所取代，而遊戲顯示器也逐步往 200Hz~300Hz 規格邁進，雖然刷新率的規格提升，但市場價格提升幅度有限，市場競爭也更為激烈。OLED 技術已主導高階遊戲顯示器的應用，主要由於 OLED 能呈現絕佳的顏色飽和度與反應速度，而且沒有 mini-LED 的光暈問題，對於在意高畫質遊戲表現的玩家能帶來絕佳的遊戲體驗。

投影機產品：近年來環保意識抬頭，歐盟禁汞加上非燈泡光源不斷精進，市場提高新光源投影機的採購意願。此外，家用投影機的內建智慧系統出現了開源原始碼的方案，串流影音市場較過去更加蓬勃發展，可預見個人及家庭影音使用將更為普及。



2.3.5 營運狀況

單位：NTD/ 億元

項目	金額
營業收入淨額	128.48
營業成本	117.15
員工薪資與福利	10.87
利息支付或股利分配	14.29
所得稅	2.11

註：揭露範圍僅為台灣總部。

2024 年的營業收入新台幣（以下同）12,847,671 千元，較 2023 年 12,233,627 千元，增加 5.02%；另，營業損失增加 120,959 千元，並 2024 年依法提撥退休金，並對退休同仁支付退休金。

明基電通為佳世達科技（股）公司 100% 股權持有之子公司，故有關資產總額／負債總額／淨值及以上所列之營業收入／本期稅後損益資訊，可至母公司佳世達科技（股）公司於公開資訊觀測站所揭露年報資訊之關係企業資訊 六、各關係企業營運概況，或至下方 QR Code 下載年報資訊。



佳世達股東會資訊
與年報資訊

2.4 董事會治理結構

明基電通為佳世達科技（股）公司 100% 股權持有之子公司，因此明基電通董事會之全體成員由單一法人股東 - 佳世達科技股份有限公司指派，其任期亦依指派辦理，並由於屬非公開發行公司，故未設置獨立董事。

2.4.1 董事會治理

明基電通董事會設有 4 席董事，男性 3 名、女性 1 名，其中 1 名董事具員工身分。本屆董事長為曾文祺先生擔任，兼任明基電通中國區總經理，致力於領導與管理與肩負起組織溝通橋樑，同時具有環境保護 (E)、社會責任 (S) 及公司治理 (G) 之永續發展藍圖規劃與目標管理能力，以豐富產業經驗，準確有效提供客戶需求，宏觀的永續發展理念，回應利害關係人期待。

全體董事每季召開會議進行營業評估及討論重大議案，如遇有重大事件亦會緊急召開臨時董事會，2024 年度平均出席率為 100%。





董事	職務	公司職務	性別	國籍	年齡 (區間)	專業經驗							
						經營管理	產業經歷	電機	風險管理	會計	法律	創業投資	永續發展
李焜耀	董事長 (~2024.8.30)	明基電通 董事長	男	中華民國	71-80	V	V	V	V			V	
曾文祺	董事長 (2024.8.30~)	明基電通 董事長	男	中華民國	61-70	V	V						
陳其宏	董事	佳世達 董事長	男	中華民國	61-70	V	V	V	V			V	V
洪秋金	董事	佳世達 財務長	女	中華民國	51-60	V			V	V		V	
李文德	董事 (~2024.8.30)	明基電通 總經理	男	中華民國	61-70	V	V		V				
黃原福	董事 (2024.8.30~)	明基電通 總經理	男	中華民國	61-70	V	V						
徐鳳麟	監察人	佳世達 財務 管理部 資深經理	男	中華民國	41-50	V				V			

註：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



2.4.2 利益衝突防免

全體董事以公司及股東利益為最優先考量，成員間並無親屬關係，且為避免不當利益衝突，董事成員在涉及自身利益之相關利害關係議案嚴格遵守利益迴避，不得加入討論及表決，對於公司影響能力和董事相關資料。其他細節內容，可詳閱母公司佳世達科技（股）公司於公開資訊觀測站所揭露年報資訊，或至下方 QR Code 下載年報資訊。



佳世達股東會資訊與年報資訊

再者，各位董事均獨立行使職權，並要求董事會保持透明化決策，同時，公司設有監察人及聘請會計師扮演監督角色，以謹慎的態度審視公司與董事會，在執行會計、稽核、財務報導流程、財務控制、內部控制與法令遵循、投資決策品質與誠信度，均為有效、透明、合法的運作，強化董事會職能及發揮監察人功能之公司治理守則。



2.4.3 董事進修

董事會成員藉由公司幕僚單位舉辦或協助報名不定期之營運業務與永續議題之進修課程，以持续提升董事會成員相關經濟、環境與社會相關議題的知識、能力、法律素養、決策品質及運作效能，並具備相當程度營運業務與永續議題之智識及新知趨勢，2024 年度董事進修時數，總計 33 小時。

董事	進修日期	主辦單位	課程名稱	時數
陳其宏	2024/6/13	社團法人中華獨立董事協會	IFRS 永續揭露準則介紹及國內外碳排淨零趨勢分享	3
洪秋金	2024/4/11	財團法人中華民國會計研究發展基金會	最新「建立內部控制制度處理準則」修訂 與財報編制相關內稽內控法令遵循實務	6
洪秋金	2024/4/12	財團法人中華民國會計研究發展基金會	最新「年報編制」相關 ESG 永續政策法令與淨零碳排對財報影響實務解析	6
洪秋金	2024/6/13	社團法人中華獨立董事協會	IFRS 永續揭露準則介紹及國內外碳排淨零趨勢分享	3



2.4.4 董事酬金與績效

明基電通為佳世達科技（股）公司 100% 股權持有之子公司，因此明基電通董事會均由母公司直接指派法人代表擔任明基電通董事，而未領取相關董事薪酬，至於各董事於母公司之薪酬與獎金，則於母公司訂有詳細規範，並每年呈報薪資報酬委員會審議，並母公司經營管理會議、功能性委員會及董事會，亦每年至少一次檢視明基電通年度公司營運情形，董事會執行成效，與各董事表現狀況，評估法人代表指派人選。

另，未來會再端視永續發展趨勢，從集團高度持續精進將董事會成員 ESG 重大主題衝擊管理能力納入績效評估項目。

2.4.5 永續發展議題之監控

董事會為最高公司治理及風險管理督導單位，督導公司發展策略、監督管理階層，及對公司、股東負責，在公司治理制度之各項作業流程與內部控制、內部稽核程序，更依照法令、公司章程或股東會決議執行業務；除此之外，董事會亦須審議通過年度財務報告及季度財務報告、內部控制制度之有效性評估。

在永續發展議題上，由董事會授權總經理主持 ESG 推行委員會，聽取營運業務與永續相關議題行動策略與風險管理措施，以確認內容報告、執行障礙與績效成果，有效督導進度與資源投放，確認短、中、長期計畫，管理績效評估成果，後續明基電通總經理會視議題重大性，每季一次向母公司 ESG 經營管理會議中報告，並將相關決議列入後續督導進度。

每年度永續報告書，由 ESG 推行委員會與各單位討論重大主題，及檢視與審查報告書內容，並為求永續報告書之完整性與正確性，亦有委請獨立第三方查證機構就報告書內容進行查證，查證過程中董事會與高階主階層皆秉持支持與積極態度參與或指派同仁完成，最後永續報告書公開發行。





2.5 榮譽記事



明基電通獨創的設計定位，自品牌發表起，多次受到國際設計界的矚目，2024 年累計獲得逾 358 項設計獎，成立至今在國際設計四大獎獲得包括 156 座 iF 獎項、58 座 red dot 獎項、6 座 IDEA 獎項和 84 座 G Mark 獎項。RP 系列教育互動觸控顯示器榮獲「台灣精品獎—銀質獎」的殊榮。此外，護眼螢幕、投影機、量子點電視、醫療顯示器等七項產品，皆獲得「台灣精品獎」肯定。

不容忽視的設計實力，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，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。

此外，明基電通積極實踐零廢棄的綠色展會，透過展會創造商機的同時也打造綠色奇蹟，不讓華麗的展覽成為環境的負擔，導入 ISO 20121 國際永續性活動管理驗證、以行動展會精神打造英國教育巴士等，舉辦超過 2,000 場以上的綠色展會活動，觸及參觀人次達 25 萬人，創新務實的做法，首度參加「第三屆 APSAA 亞太永續行動獎」即榮獲金獎最高榮譽。

IF DESIGN AWARD 156

RED DOT AWARD 58

G MARK 84

IDEA 6

GOLDEN PIN 32

OTHER 40

共 376+ 國際設計獎

國際認同之設計獎 2002~2024



2024 年 BenQ 全系列顯示器榮獲台灣精品獎肯定



獎項	產品 / 專案名稱
Good Design Awards (G Mark)	GV50 行動微型智慧投影機
	Gaming Monitor ZOWIE XL series 電競顯示器
	ZOWIE U Series Wireless Mouse 無線電競滑鼠
	MA series Monitor 專業顯示器
紅點設計獎 (Red Dot)	BenQ PianoLight Grand
亞太永續行動獎 (APSAA) SDG12: 金獎	Empowering Sustainability: Creating Zero-Waste Green Exhibitions
台灣精品獎—銀質獎	RP 系列教育互動觸控顯示器
台灣精品獎	EX321UX 4K Mini LED 遊戲護眼螢幕
	RD280U 4K 程式設計護眼螢幕
	MA270U MacBook 專用螢幕
	X3100i 4K HDR 旗艦遊戲投影機
	J65-760 量子點遊戲 Google TV
	GV50 Google TV 雷射行動投影機
	SE27205 4K 內視鏡和手術室專用醫療顯示器

得獎事蹟

2.6 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）。

2024 年明基電通加入下列資訊產業相關之協會 / 公會：

協會 / 公會名稱	管理角色	會員角色
內湖科技園區發展協會	■	■
台灣生質與永續材料產業協會	■	■
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 重大性主題

3.1 永續組織 明基電通 ESG 推行委員會

明基電通為更落實全面推動企業社會責任，2010 年 7 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，後續為因應永續發展趨勢，於 2022 年 8 月改組且更名為明基電通 ESG 推行委員會。

明基電通 ESG 推行委員會，由董事會授權執行長（具董事身分）領導各功能性編組，其編組之組長由相關單位之主管出任，檢視、擬訂與推動行動策略與風險管理措施，共同確認短、中、長期計畫，管理績效評估成果，以利每季至少一次呈報至母公司佳世達之 ESG 經營管理會議。

後續本公司永續發展之績效情形，則由母公司佳世達總經理（明基電通董事）檢視績效執行情形，並評估明基執行長（明基電通董事）之永續發展與管理工作內容及達成狀況。

功能性編組，則指定專責主管與成員，其涵蓋公司營運部門與永續發展相關聯之同仁，蒐羅政府、客戶、同業與國際間的永續發展趨勢議題，藉由公司風險管理與績效評估機制，檢視各單位所識別風險與機會結果，管理因應執行進度與障礙。



明基電通 ESG 推行委員會組織圖



ESG 政策 – BenQ ESG 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。



ESG 構面圖

3.2 重大性主題分析

從利害關係人意見、國際評鑑意見、全球趨勢、產業特性、內外部業務與活動情形，及國際準則 (GRI)、氣候變遷財務衝擊指引 (TCFD)，及國際永續會計準則 (SASB) 等，蒐羅相關永續發展議題。



第一步 溝通與分析：利害關係人溝通成果展現

身為世界知名品牌，明基電通相信保持無障礙溝通，可充分了解利害相關者的想法與需求；因此，依循 AA1000 SES (Stakeholder Engagement Standard, 2015 年版) 利害關係人議合標準之五項原則（依賴程度、影響力、關注程度、責任及多樣性），並參酌同業所列利害關係人，再經由 ESG 推行委員會共同討論確認，鑑別出公司股東（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，共 5 類利害關係人群體。



利害關係人	議合目的	對象面向	關注議題	溝通方式 / 最高治理單位參與	溝通頻率	議合成效
股東	持續創造獲利，強化公司治理，穩健管控風險，推動創新商品或服務，達到永續發展目標。	母公司	顧客權益與社會責任 品牌管理 創新技術產品與服務	業務說明會 董事會	每季 每季	請詳見 CH2
客戶	公司離不開與客戶間之互動，唯有保持密切關係，強化創新服務與提升品質，滿足客戶需求與滿意程度，始能擴大公司發展藍圖。	主要業務往來客戶	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	子公司業務彙報 全球客戶服務中心途徑 網站 / 系統平台 通路業者	每月 隨時 隨時 隨時	請詳見 CH6
員工	唯有重視員工，將其視為公司基石，確保員工留任為目標，秉持尊重勞動人權，採育才留才與多元暢通溝通策略，創造健康友善之職場文化，才能穩定追求永續發展。	全體員工	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	電子報 業務說明會 品牌／文化活動 福委會 勞資會議 伙委會 員工意見調查	不定期 每月 每季 每季 每季 每季 每年	請詳見 CH5
供應商	公司營運與發展一直需要供應商之支持與共同成長，因此在追求環境保護、社會責任與公司治理之永續發展議題，更需要與供應商持續溝通與攜手成長，朝向共通永續目標邁進。	提供原物料、設備或服務之廠商	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	供應商檢核 (QBR) 電子郵件 分享會	每季 不定期 每年	請詳見 CH8
社區與社會團體	參與社區與社會團體所舉辦活動，推動社會永續發展，共創永續榮景。	當地社區 相關社團法人與公益財團法人	溫室氣體與氣候變遷 社會公益 人權評估與社會多元包容	內科管聯會／內科協會會議 明基基金會 代表信箱、傳真、電話	每季 不定期 隨時	請詳見 CH5

利害關係人的溝通途徑

邀請各工作小組與成員，就各關注議題評估衝擊層面，如環境、人群或經濟，及正 / 負向與實際 / 潛在之衝擊，並綜合利害關係人回饋資訊、顧問專家諮詢意見後，予以彙整分析最顯著衝擊的報導順序，決定沿用 2023 年度重大主題排序，以呈報 ESG 推行委員會，供其作為重大主題決議之重要指引。

ESG 推行委員會全體委員出席檢視前一步驟之鑑別與評估結果，及最顯著衝擊的報導順序內容，亦聽取公司目前永續發展計畫目標與行動方案執行情形、營運衝擊及利害關係人要求，從而基於本階段期間永續發展計畫目標與行動方案之穩定性與資源投入回饋情形，決議 2024 年度重大主題與排序，依循 2023 年內容持平接續推動，待未來評估調整永續發展計畫目標與行動方案。

2024 年各重大主題會在本報告書各章節，回應管理方針、行動方案與管理措施。





項目	對應 GRI 特定主題	價值鏈衝擊					衝擊面向				聯合國永續發展目標 (SDGs)
		內部	外部								
		員工	投資人	客戶	供應商	社區與社會團體	E	S	G	正 / 負向	
溫室氣體與氣候變遷	GRI 305	△	○	○	△	△	實際		實際	負向	  
顧客權益與社會責任	自訂主題	△	○	□	△	△		實際		正向	  
員工福利照顧及人才培育認同與留才	GRI 401 GRI 404	□	○			△		實際		正向	  
社會公益	自訂主題	△				□		實際		正向	    
人權評估與社會多元包容	自訂主題	□	○	△	△	△		實際		正向	  
風險管控	自訂主題	□	○	△	□	△			潛在	負向	  
品牌管理	自訂主題	○	○	○					實際	正向	    
個資隱私與資訊安全	GRI 418	□	○	△	□			潛在		負向	 
創新技術產品與服務	自訂主題	□	○	○	□				實際	正向	  
永續供應鏈管理	GRI 308 GRI 414				□	△	潛在	潛在	潛在	負向	   

□ 直接 △ 間接 ○ 商業

註 1：依 GRI Standard 規定描述 GRI 特定主題的「公司衝擊程度」，如正面與負面衝擊，及「發生可能性」如實際與潛在風險之兩構面進行評估。

註 2：依 GRI Standard 規定描述 GRI 特定主題的衝擊邊界及評估利害關係人間之關聯性，分為三個涉入程度：是否直接造成此衝擊、與其他群體共同促成間接衝擊，或透過其商業關係與此衝擊有關聯。

重大性主題分析



3.3 重大主題政策承諾與管理方針彙整

重大主題	衝擊評估說明	政策承諾	管理方針	2024 年目標	2024 年績效
溫室氣體與氣候變遷 (CH.4)	因應法令要求與市場趨勢，每年持續投入資源與人力盤查溫室氣體，同時顧及氣候變遷之風險與機會，始能達到公司永續發展目標。	支持環境永續的發展並執行節能減碳。	未來明基電通將以集團通過 SBTi 審核之路徑，階段性、目標導向的規劃，逐年設定節能減碳目標與監控氣候變遷管控對於公司之衝擊。	a. 2021 年為基準年，範疇一與二總計溫室氣體排放量，持續每年減少碳排放量 1%。 b. 2021 年為基準年，範疇三總計溫室氣體排放量，持續每年減少碳排放量 1%。 c. 供應鏈現況評估 d. 完成綠電使用評估。 e. 產品揭露碳足跡，達營業額占比 95%。	a. 未達標 (事實原因與改善措施請見該章節) b. 未達標 (事實原因與改善措施請見該章節) c. 達標 d. 達標 e. 達標
顧客權益與社會責任 (CH.6)	持續優化產品及服務品質，精進之客戶服務質量管理，提供最佳服務品質，不斷深化與客戶間之良好關係與長遠合作，實現作為產業標竿之目標。	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。	- 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。	a. 客戶品質回饋處理時效目標，達成率達 95%。 b. 產品及技術服務教育訓練全員完訓目標，達 95%	a. 達標 b. 達標
員工福利照顧及人才培育認同與留才 (CH.5)	將員工作為重要資產，除響應當地政府勞動法規要求，更積極建構員工福利照顧與育才制度，獲得員工認同，以達到留才目標，公司才能持續穩健發展。	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。	- 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。 - 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。	a. 零違反人權管理方針事件發生。 b. 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%。 c. 公司全年度零職災、零火災。	a. 達標 b. 未達標 (事實原因與改善措施請見該章節) c. 達標

重大性主題政策承諾與管理方針



重大性主題	衝擊評估說明	政策承諾	管理方針	2024 年目標	2024 年績效
人權評估與社會多元包容 (CH.5)	兼顧勞動人權，及合理薪獎福利制度等，增進公司的社會影響力	不因種族、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，且不得僱用童工與強迫性勞動。	- 符合當地的最低年齡的法律和規定，禁止僱用童工。 - 尊重員工意願，禁止任何型式之強迫性勞動行為。 - 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。	明基訂有人權政策	無違反事項
社會公益 (CH.5)	長期關注公益事業，發揮企業社會責任持續投入醫療、教育、環境及公益團體援助和支持，增進公司的社會影響力	領航綠色革命，引入永續性管理，積極推動下列三大策略，展現 ESG 價值 - 實踐永續場域 - 擴大推廣與實踐永續價值 - 永續共創，促進在地經濟發展	以智慧與創新為核心，朝向零廢棄活動目標，傳達給每位參與者，展現公司綠色行動的實踐力與永續力。	明基基金會長期投入關懷地方活動	詳見 CH.5.7
風險管控 (CH.6)	肩負各利害關係人之期待，唯有建構健全的治理架構，確實鑑別與控管各項風險，積極因應各種衝擊，才能確保公司營運績效穩定成長。	Qisda 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。	風險管理意識訓練，員工調訓率為 100%。	達標
品牌管理 (CH.2)	公司身為科技產品與整合解決方案之領導品牌，如無法將社會責任與永續發展納入品牌定位，重新塑造品來內涵，不僅無法跟進市場永續創新潮流，更衝擊公司市場品牌定位與承諾。	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。	「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，熱愛自己的工作與夥伴。 「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。	持續履行政策承諾，且未有違反情事發生。	達標

重大性主題政策承諾與管理方針



重大性主題	衝擊評估說明	政策承諾	管理方針	2024 年目標	2024 年績效
個資隱私與資訊安全 (CH.6)	維護公司個資隱私與資訊安全，積極保障客戶資料與營業秘密，方能有效維護客戶權益與企業競爭力。	明基電通遵循 ISO 27001 資訊安全國際標準制訂企業資安政策，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。	a. 資安或網路安全發生件數為 0。 b. 資料洩漏發生件數為 0 c. 資料洩漏致受影響人數為 0。 d. 因資訊安全或網路安全相關事件受裁罰金額 (新臺幣 / 元) 為 0。	a. 達標 b. 達標 c. 達標 d. 達標
		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。	- 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。	涉及個資或隱私相關事件受裁罰金額 (新臺幣 / 元) 為 0。	達標
創新技術產品與服務 (CH.7)	藉由創新技術與持續投入，提升商品與服務，獲得國際市場肯定，打造企業永續能力，未來業務發展與環境保護之重點策略。	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」。	- 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。 - 因應社會面需求，針對減碳及環保的需求，持續進行產品改善。	a. 取得 ENERGY STAR 標章之平面顯示器的營業額占比，高於 60%。 b. 半導體光源 (雷射或 LED) 投影機之營業額占比，高於 15%。 c. 產品碳足跡盤查範圍 (基於營業額) 達到 95%。	a. 達標 b. 達標 c. 達標
永續供應鏈管理 (CH.8)	供應商作為達成永續發展之重要夥伴，唯有供應商以相同理念與積極態度，才能讓公司有效落實永續發展之目標。	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。	明基電通致力於與供應商建立長期合作模式，共同成長並依時程訂定完整永續目標規劃，並依各階段規劃逐步完成，讓永續供應鏈更完善。	要求企業社會責任文件到期之一階供應商簽署供應商行為準則同意書，簽署率達到 100%。	達標

重大性主題政策承諾與管理方針



Chapter 4 迎戰氣候變遷

氣候變遷已為全球性議題，尤其國內法令與市場之積極變化，更是公司無法迴避之系統性風險，面臨生態環境、社會人類與公司存續之重大衝擊，及其因應策略上之挑戰。

明基電通在消費性電子、企業營運、醫療保健、和教育學習領域，以更好的產品、系統及解決方案，提升與豐富人類生活各個層面，其中溫室氣體排放來源主要為營運所需外購電力之溫室氣體排放。因此，內部積極辨識、研擬與執行減緩氣候變遷之行動，同時力求發揮自身標竿企業之影響力推動價值鏈間合作，以因應氣候變遷風險與機會，持續提升整體組織韌性。

對此，明基電通依循「氣候相關財務揭露建議」(Task Force on Climate-related Financial Disclosures；TCFD) 作為減緩氣候變遷行動之方法論，由董事會與高階主管指揮營運策略，推動措施因應辨識的氣候變遷風險與機會，並透過目標定期追蹤督導；同時，提高揭露氣候治理相關資訊透明度，積極響應與期待各界相互交流，促進永續經營。

4.1 明基電通的氣候治理

氣候變遷已為衝擊公司永續發展之重大議題，對此治理結構為求慎重因應，建置三個層次，各層負責不同職責，由向上至下領導方向與督導成效，並由下至上落實執行及回報進度與障礙，達到持續改善之管理循環。

明基電通作為佳世達集團之重要一員，董事會與高階主管定期派員參與集團內「ESG 委員會」一同討論氣候變遷議題，並帶回以滾動式調整公司內部氣候變遷策略、風險管理，及指標與目標，維持適當有效之氣候風險管理制度。

明基電通 ESG 委員會由總經理擔任主席，各單位推派關鍵成員組成，每年展開永續議題評估，經綜合考量潛在財務衝擊與擬定計畫，以確保集團策略方向一致。

再者，本公司為落實環境安全衛生之管理，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。

其中由總經理核准環境安全衛生策略方向，接續由管理代表及推行小組規劃行動方案，並予以落實執行，過程透過定期的社會責任暨環境安全衛生管理審查會議，掌握執行績效與滾動式調整未來重點方向。



4.2 明基電通策略與風險管理

明基電通進行氣候變遷之風險與機會鑑別與評估，綜合考量潛在財務影響及風險方案的急迫性、衍生效益、經濟效益、技術可行性，以擬定、展開氣候變遷調適行動計畫。

氣候相關風險管理流程，包括氣候風險辨識、風險衡量、風險回應、風險監控及風險報告，本公司參酌國際政策、產業特性發展，定義短期為 0-3(含) 年、中期為 3(不含)-5(含) 年、長期 5(不含)-10 年等期程，作為預估發生可能性之評估時間；風險衝擊程度考量資產與財務影響、產品服務影響、人員影響、聲譽影響等，區分為 5 個等級，鑑別氣候相關風險與機會，因應氣候風險韌性，於永續發展趨勢中尋求機會，落實展開策略及指標與目標。

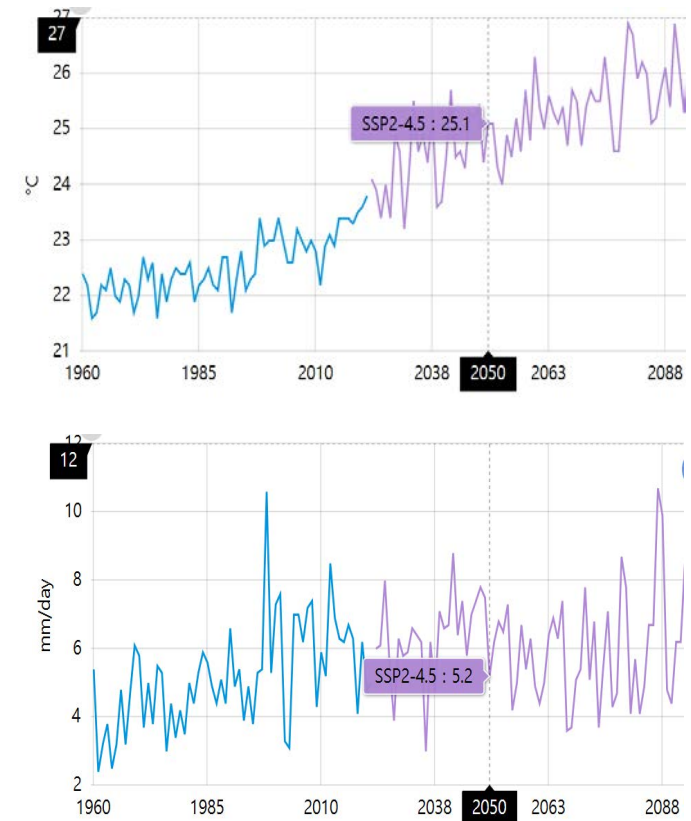
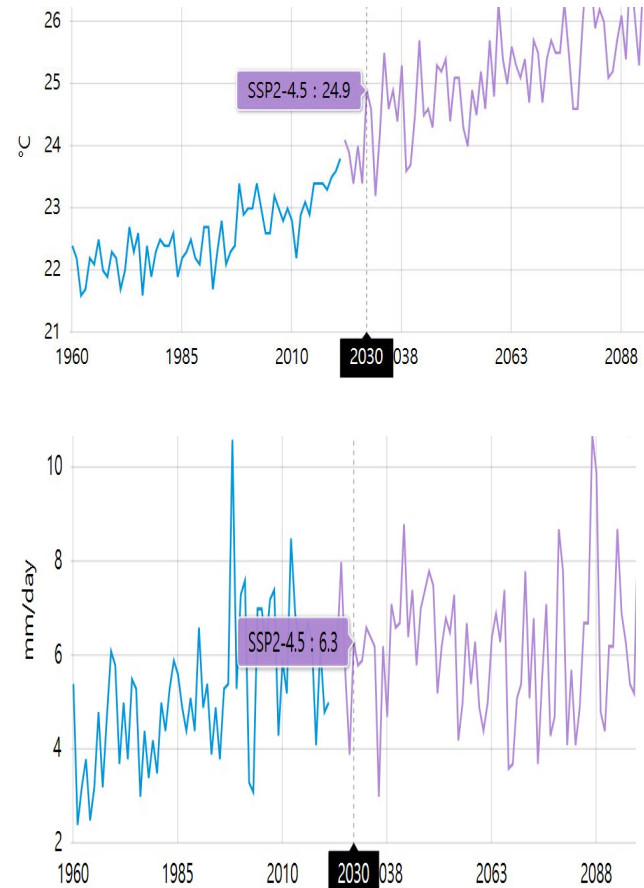
4.2.1 氣候變遷的策略

聯合國環境署 (UNEP) 於 2024 年 10 月 24 日發布「2024 排放差距報告 (Emissions Gap Report 2024)」，強調全球若欲將溫室氣體排放量控制於 1.5°C 之路徑內，即須於 2030 年前減少 42% 之溫室氣體排放量，全球環境升溫之嚴重性與急迫性可見一斑。惟觀察近期國際情勢，涉及氣候、環境之國際性談判峰會結果似乎均面臨停滯困境，以聯合國氣候變化大會 (United Nations Climate Change Conference，簡稱 COP) 為例，COP28、COP29 雖已就符合 2015 年巴黎協定架構，避免氣候變遷帶來嚴重影響達成重大協議、脫離化石燃料決議等，卻僅成功設定減碳時限與目標，對如何達成目標之具體描述或減少化石燃料使用承諾卻付之闕如。



有鑑於國際間推動氣候變遷因應、溫室氣體減量、碳費徵收，及綠色與低碳技術發展，但仍受限於溫室氣體排放量較大國家，針對氣候變遷與溫室氣體投入資源與議題共識有所差異，及其國際間碳洩漏議題，因此，採取 TaiESM1 氣候計算模型，以 SSP 2 - 4.5 中間路線情境，設定條件於土地利用和氣溶膠路徑相對於其他 SSP 較不極端，為中等社會脆弱性與中等輻射強迫力的組合，溫室氣體排放量中等，其中推估溫度與雨量趨勢：2030 年平均為 24.9 °C、6.3 mm/day；2050 年 25.1 °C、5.2 mm/day。

本年度所鑑別之重大氣候相關風險與機會議題，透過內部之專業技術、資源及人力，綜合實務經驗與市場變化，與外部趨勢分析結果，滾動式確認公司業務與營運衝擊，進而調整重大氣候變遷相關風險與機會議題之因應措施。



參考資料：TCCIP 臺灣氣候變遷推估資訊與調適知識平台



參考聯合國政府間氣候變遷專門委員會 (IPCC) 發布的氣候情境，及臺灣氣候變遷推估資訊與調適知識平台數據，評估分析轉型風險之潛在財務影響，據以擬定相應氣候策略。2024 年整體氣候相關風險與機會鑑別結果如下：

氣候風險分析表				
面向	風險類型	說明	發生可能性	衝擊程度
轉型風險	政策與法規	現有產品和服務的要求及監管	短～長期	高度
	技術	產品或服務低碳轉型導致成本增加	短期	中度
	市場	客戶行為改變	長期	中度
	名譽	利害關係人的關注與負面回饋日益增加	短期	高度

註 1: 發生可能性：短期為 0-3(含)年、中期為 3(不含)-5(含)年、長期 5(不含)-10 年等期程。
註 2: 衝擊程度：考量資產與財務影響、產品服務影響、人員影響、聲譽影響等，區分為 5 個等級，依序為低度、中低度、中度、中高度及高度。

氣候風險	議題	價值鏈衝擊	財務影響	整體因應策略
現有產品和服務的要求及監管	當地法令要求或限制產品設計與包裝	產品原物料、包材均需重新設計，供應鏈與製程須調整或變更，致使成本提高，甚至被排除於當地市場。	綜合推估達新臺幣 2.1 億元以上。	配合當地法令與限制，變更產品設計與包裝，於短期內落實執行，長期建立設計開發流程與控制項目，納入循環經濟與永續供應鏈目標。
產品或服務低碳轉型導致成本增加	研發低碳產品	產品原物料、包材須於設計開發進行評估，並要求供應鏈與製程配合，同時低碳原物料之成本較高。	綜合推估達新臺幣 1 千萬左右。	1. 評估低碳設計及減碳作為，並持續導入低碳及高效能設計。 2. 導入產品碳足跡，持續掌握各產品之碳排量，分析全流程，進而有效改善與降低各產品之碳足跡數據。
客戶行為改變	消費者了解氣候變遷的影響後，希望產品能具備低能耗特性	1. 不具節能標章之產品將不易銷售。 2. 低碳產品原物料與製程，均可能提高製造成本，致使銷售成本提高。	綜合推估達新臺幣 3 千萬左右。	1. 以節能潮流作為企業形象，取得消費者認同，促進增加銷售。 2. PDP 相關產品 100% 取得節能標章，並持續強化既有 Energy Star 系列機種的銷售力道。 3. 除節能外，積極取得 EPEAT 標章，提升產品於環保保護之競爭力。
利害關係人的關注與負面回饋日益增加	未能有效管理永續議題之應對策略，永續相關評鑑 (如 DJSI/ Ecovadis) 成績不佳	衝擊 BenQ 商譽之永續評價，致使市場名聲不佳或無法參與公共標案，影響商機。	綜合推估達新臺幣 3.3 億元左右。	1. 公司內部成立專業 ESG 團隊，導入外部專業顧問，加速就氣候變遷議題建立應對策略。 2. 落實盤點現況，運用 ESG 團隊作為橫向溝通平台，協助推動永續事務。 3. 以國際標準或倡議組織為目標，建立明確 ESG 策略與行動方案。 4. 藉由國際驗證，發現不足之處，持續改進，並讓客戶信賴永續數據或相關資訊。 5. 導入產品碳足跡，持續掌握各產品之碳排量，分析全流程，進而有效改善與降低各產品之碳足跡數據。



氣候機會分析表

機會類型	議題描述	發生可能性	衝擊程度
產品與服務	市場節能或永續評鑑之潮流	短期	高度

註 1: 發生可能性: 短期為 0-3(含)年、中期為 3(不含)-5(含)年、長期 5(不含)-10 年等期程。

註 2: 衝擊程度: 考量資產與財務影響、產品服務影響、人員影響、聲譽影響等, 區分為 5 個等級, 依序為低度、中低度、中度、中高度及高度。



市場節能或永續評鑑之潮流

議題	價值鏈衝擊	財務影響	整體因應策略
歐美地區部分公共標案要求須具備 ESG 相關評鑑, 如 Ecovadis	- 積極作為取得較佳 ESG 相關評鑑, 將促進市場之產品銷售。 - 盤點導入節能標章的產品, 持續要求原物料、製程與供應鏈相互配合。	綜合推估達新臺幣 3.3 億元左右。	- 公司內部成立專業 ESG 團隊, 導入外部專業顧問, 就不足之處擬定改善計劃。 - 針對減碳及 ESG 相關議題, 總經理親自主持季度會議, 定期審視執行進度。 - 研究市場節能相關規範, 並就在產品設計開發時即納入規格評估。 - 導入產品碳足跡, 持續掌握各產品之碳排放量, 分析全流程, 進而有效改善與降低各產品之碳足跡數據。



4.2.2 氣候變遷的風險管理

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。



官網政策承諾

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，均已通過驗證；目前明基電通對環境安全衛生驗證與監測之構面，如下：

- (1) 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。
- (2) 每年邀請第三方獨立驗證單位執行外部稽核。
- (3) 要求供應商、承攬商配合，共同重視且致力於環境保護。



ISO 14001 證書

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，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。同時，透過不定期宣導，使節能減廢的習慣能全面落實於企業文化之中，鼓勵同仁們能共同積極參與節約能源、減少廢棄物行動，使公司成為真正愛地球的綠色品牌。

目前公司內部所產生之廢棄物種類均為一般生活廢棄物，作業活動中未產生巴塞爾公約定義之有害廢棄物，廢棄物進行資源回收時，則包含紙類、鋁罐、金屬罐、寶特瓶、塑膠瓶與鋁箔包等分類。2024 年明基電通的廢棄物總量為 52,335 公斤，其中有害廢棄物的重量為 0，資源回收總量則為 6,749 公斤，約占廢棄物總量的 12.9%。

在 2024 年，由於公司內部員工人數增加 2.46%，內部活動也有所增加；同時經統計調查，員工消費習慣仍以外食為主，這導致較多廢棄物和資源回收問題浮現，但隨著環保意識的提升及公司努力推廣之下，越來越多的員工開始自備環保杯，趨勢上使得寶特瓶和塑膠瓶的使用量逐漸減少，透過減少一次性垃圾使用，以達成永續循環的目標。





2024 年度廢棄物統計 (單位:公斤)

類別	回收 / 再利用			直接丟棄			合計
	再利用準備	資源回收	其他回收作業	焚化	掩埋	其他處置作業	
有害廢棄物	0	0	0	0	0	0	0
非有害廢棄物	0	6,749	0	45,586	0	0	52,335
總計	0	6,749	0	45,586	0	0	52,335
		6,749			45,586		

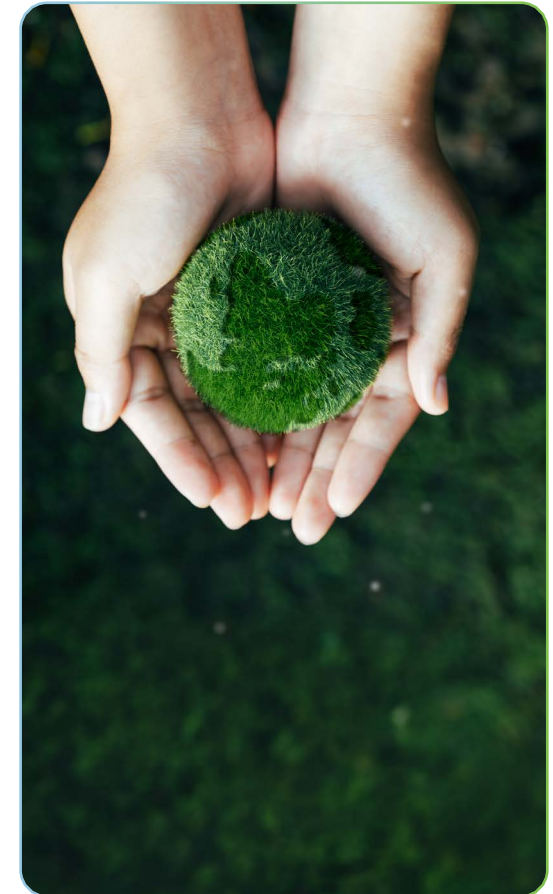
2020~2024 年度資源回收統計 (單位:公斤)

年度	廢棄物總量	資源回收分類統計				資源回收總量	資源回收比例
		紙類	鋁罐金屬罐	寶特瓶塑膠瓶	鋁箔包		
2020	39,180	5,955	822	351	275	7,403	18.9%
2021	36,367	4,345	756	301	220	5,622	15.5%
2022	43,297	4,048	1,013	310	228	5,599	12.9%
2023	47,392	3,483	1,146	337	205	5,171	10.9%
2024	52,335	4,881	1,378	285	205	6,749	12.9%

水資源管理

明基電通位於台灣臺北市之總部，其所使用水源 100% 皆為自來水，並無使用地下水或其它水源供應方式，其用水來源均源於臺北自來水事業處。

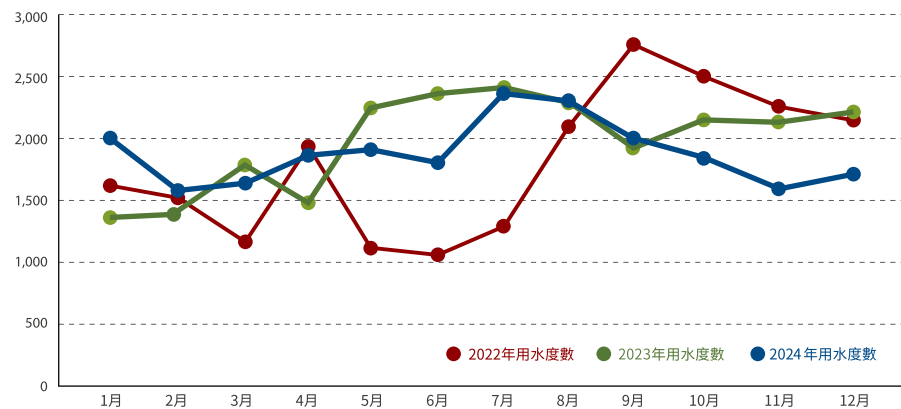
2024 年總用水量約為 2.2 萬 m^3/year ，在水資源管理績效呈現，2024 年度用水量相較 2023 年度減少約 4.2%，原因在於 2024 年度公司對於 ESG 理念加大宣導並導入諸多 ESG 宣導活動，同仁響應 ESG 理念號召，將 ESG 理念融入日常工作作息，故用水總量減少，此外大樓設置空調冷凝水回收利用系統，回收水多用於噴灌植種之綠色植物及馬桶便斗沖水。





2022~2024 年度用水度數趨勢

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	年度用水度數
2022年用水度數	1,635	1,494	1,159	1,917	1,108	1,031	1,340	2,058	2,751	2,464	2,226	2,116	21,299
2023年用水度數	1,357	1,398	1,822	1,487	2,184	2,364	2,412	2,189	1,934	2,093	2,138	2,138	23,516
2024年用水度數	1,995	1,540	1,694	1,832	1,879	1,806	2,391	2,221	2,045	1,810	1,597	1,714	22,524



公司營運、產品設計研發及服務作業中，僅使用少量化學溶劑（做表面清潔用途），過程中無造成任何化學溶劑溢漏，其餘僅為生活污水；因此，就生活污水管制方面，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，過程中未影響水源與土地。

再者，每年委託環境部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；同時，政府單位每半年亦會監督公司排放之放流水水質，採定期不定時之採樣分析。

2024 年政府檢驗放流水水質分析標準結果

檢驗項目	標準	檢測結果
		2024/11/18
氫離子濃度指數	ph5~9	7.8
水溫	攝氏 45 度	24.7
懸浮固體	600 毫克／公升	307
化學需氧量	1,200 毫克／公升	574
生化需氧量	600 毫克／公升	329
總油脂	油脂礦物 10 毫克／公升	小於 0.5
	油脂動植物 30 毫克／公升	17.4
硫化物	90 毫克／公升。	0.19



生態管理

明基電通為單純之品牌及設計公司，不從事任何會對生物多樣性產生負面影響活動，其總部大樓位於內湖科技園區內，並無製程產線在其中，亦未擁有、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，並於公司營運、產品設計研發及服務作業，均未見有對環境生態致生衝擊。

至於公用設備管理，目前在緊急發電機有柴油之使用，其燃燒時會產生極微量之 SOx，對環境衝擊極小，故不進行 SOx 及 NOx 之量測。



溫室氣體管理

明基電通之能源使用分布於 2024 年並無重大改變，主要為公司營運所需外購電力，及公司內部作業活動中使用的汽柴油，此一為公司溫室氣體排放量主要部分，其內部消耗能源使用如下表。

2024 年內部消耗能源使用表

項目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
直接能源消耗量					
汽油 (公秉)	4.9661	3.7533	10.1013	9.3283	1.8409
柴油 (公秉)	0	0	2.2429	1.9808	0.9125
間接能源消耗量					
外購電力 (仟度)	1,217.6763	1,166.1735	1,352.6650	1,664.3071	1,690.9642

註 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。

註 2：2022 年起汽柴油納入主管用車之用油量。

註 3：柴油因應發電機柴油計算而修正 2023 年至 2024 年消耗量。

再者，本公司持續推動溫室氣體盤查與查證計劃，在參照 ISO 14064-1:2018 與溫室氣體盤查議定書要求，建置溫室氣體盤查機制，彙整完整溫室氣體排放量清冊，並順利通過第三方獨立機構之查證。

同時，本公司於 2024 年推動碳足跡專案，擴大盤查 ISO 14064-1 類別三、四、五數據，因此，明基電通溫室氣體排放總量約為 1,306,779.5541 tCO₂e/年，如下表所示。



溫室氣體排放量分析表 (邊界範圍：臺灣總部，基準年：2021 年)

範疇	類別	2020 年排放量 (tCO ₂ e/ 年)	2021 年排放量 (tCO ₂ e/ 年)	2022 年排放量 (tCO ₂ e/ 年)	2023 年排放量 (tCO ₂ e/ 年)	2024 年排放量 (tCO ₂ e/ 年)
範疇一	(類別一) 直接溫室氣體排放量 *	67.4964	8.8626	29.7585	36.7099	6.7746
範疇二	(類別二) 輸入能源的間接溫室氣體排放量 *	619.7972	585.4191	688.5065	823.8320	835.3363
範疇三	(類別三) 運輸的間接溫室氣體排放量 - 商務旅行 *	N/A	30.8830	79.8825	124.9544	303.8061
	(類別三) 運輸的間接溫室氣體排放量 - 上游運輸與配銷	N/A	21,194.1192	20,295.1029	17,660.7587	17,768.0363
	(類別四) 組織使用產品的間接溫室氣體排放量 - 能源上游排放 *	N/A	N/A	127.5789	126.6369	166.2569
	(類別四) 組織使用產品的間接溫室氣體排放量 - 採購產品與服務	N/A	984,395.2420	942,638.9742	820,282.5826	825,265.2633
	(類別五) 使用組織產品的間接溫室氣體排放量 - 售出產品的使用	N/A	535,038.2851	512,342.9276	445,839.8086	448,547.9941
	(類別五) 使用組織產品的間接溫室氣體排放量 - 售出產品的最終處置	N/A	16,563.6410	15,861.0412	13,802.2469	13,886.0865
範疇三總計		N/A	1,557,222.1703	1,491,345.5073	1,297,836.9881	1,305,937.4432
總溫室氣體排放量		687.2936	1,557,816.4520	1,492,063.7723	1,298,697.5300	1,306,779.5541

註 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。

註 2：排放係數依據「環境部公告溫室氣體排放係數」。

註 3：GWP 值使用 IPCC 2021 第六次評估報告 (Sixth Assessment Report (AR6))。

註 4：電力係數依據經濟部能源署公告 112 年度電力排放係數 0.494 kgCO₂e/ 度。

註 5：溫室氣體排放強度 (tCO₂e/ 百萬營收)，計算至小數點第 4 位。

註 6：商務旅行計算範疇為飛機與機場接送車輛之溫室氣體排放量。

註 7：本公司於 2024 年推動碳足跡專案，擴大盤查 ISO 14064-1 類別三、四、五數據，故前述類別於 2024 年數據為統計精確值，其餘年度為推估數據。

註 8：溫室氣體排放量標註「*」者經第三方驗證機構查證



4.3 氣候變遷的指標與目標

明基電通身為全球的一員，歷年來已開始展現支持氣候變遷與環境保護之發展，落實執行節能減碳，以階段性、目標導向的規劃，設定永續發展目標，行動方針如下：

- 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，實施能源節約，持續改善以維護安全健康。
- 遵循當地政府頒布之標準、法規，並滿足客戶要求。
- 宣導與教育環境重要性，使員工充分認知進而落實。

因應氣候變遷所衍生轉型契機與品牌策略，將會滾動式確認公司業務與營運衝擊，調整重大氣候變遷風險議題之風險管理措施，如降低自身碳排放、能源使用面向等。

明基電通因應佳世達集團通過 SBTi 減碳目標審核，從而跟隨集團溫室氣體減量目標，進而達到巴黎協定升溫幅度 1.5°C 為上限，並評估情境分析結果與價值鏈衝擊，擬訂下表短、中、長期計畫目標，因應氣候變遷風險與機會，



**ASSURANCE OPINION
GREENHOUSE GAS EMISSIONS**

茲證明

明基電通股份有限公司

台北市內湖區基湖路16號
持有聲明書編號：TVN25062818GT-2/C Rev.2

台灣衛理國際品保驗證股份有限公司對明基電通股份有限公司所報告的溫室氣體聲明進行了獨立查證。此查證聲明適用於以下所述工作範圍內的相關資訊。

明基電通股份有限公司負責報告溫室氣體聲明。台灣衛理國際品保驗證股份有限公司的責任為對其所報告溫室氣體聲明的準確性，以及用於蒐集、分析和審查資訊的基礎系統和過程提供獨立查證。

查證範圍：

- 明基電通股份有限公司，位於台北市內湖區基湖路16號。
- 盤查期間：2024年1月1日至2024年12月31日

報告邊界及查證數據：

- 類別1：直接溫室氣體排放與移除：6,7746公噸二氧化碳當量
- 類別2：輸入能源之間接溫室氣體排放：835,3363公噸二氧化碳當量
- 類別3：運輸之間接溫室氣體排放：303,8061公噸二氧化碳當量
- 類別4：組織使用產品之間接溫室氣體排放：166,2569公噸二氧化碳當量

查證意見：

依據台灣衛理國際品保驗證股份有限公司所進行之查證過程與程序，有充分證據顯示明基電通股份有限公司之類別1及2溫室氣體聲明為實質正確且公正地呈現溫室氣體數據及相關資訊，以及根據 ISO 14064-1:2018 所準備，符合查證協議之合理保證等級。

無證據顯示明基電通股份有限公司之類別3及4溫室氣體聲明不為實質正確、未公正地呈現溫室氣體數據及相關資訊，以及未根據 ISO 14064-1:2018 所準備，符合查證協議之有限保證等級。

技術審查：馮政顯

最後發行日期：7/9/2025

Bureau Veritas Certification (Taiwan) Co., Ltd.
3F-B, No. 16, Nanjing E. Rd., Sec. 4, Taipei 10553, Taiwan R.O.C.
+886-2-2570 7655



副總經理：徐佩詩

版次發行日期：9/4/2025



Validation and Verification
V78005

Page 1 of 3
template ver.: 20240711

ISO 14064-1:2018 聲明書



同時藉由上述整體因應策略與風險管理措施，達成公司設定之指標與目標：

項目	2024 年 目標	2024 年 績效	2025 年 短期目標	2030 年 中期目標	2040 年 長期目標	2050 年 長期目標
2021 年為基準年， 範疇一與二總計溫 室氣體排放量，持續 每年減少碳排放量。	1%	未達標	NA	減少 42%	NA	淨零 排放
2021 年為基準年， 範疇三總計溫室氣 體排放量，持續每年 減少碳排放量。	1%	未達標	NA	減少 25%	NA	淨零 排放
供應鏈減碳	供應鏈 現況評估	達標	落實訓練 與宣導	減少 30%	NA	淨零 排放
綠電購買度數	NA	NA	19 萬度	60% 使用 綠電	100% 使用 綠電	NA
產品碳足跡盤查範圍 (基於營業額)	95%	達標	95%	95%	95%	95%

註 1：未達標說明，溫室氣體範疇一、二排放量 2024 年較 2020 年增加 18.36%，研判原因為，隨著員工增加與營運活動提高，故直接影響 2024 年度溫室氣體排放量的上升。

註 2：指標 1 及 2 因應集團 SBTi 目標設定，故本公司配合從中期目標邁進減碳目標。

4.4 氣候行動關鍵成效

明基電通針對氣候變遷議題，設定 2050 淨零排放目標，並依循集團實施方向，從營運、產品與供應鏈等方面著手，制定行動方案，以期能達成公司設定的短中長期目標，以下是各項行動的說明。

落實員工訓練

為促進同仁環境保護意識，明基在新進人員入職教育訓練中，介紹公司的環境政策，並說明節能減碳、節約用水、資源回收和廢棄物減量等管理措施。同時也不定期透過各種會議與公告，向全體員工宣導環境保護的重要性，使員工充分認知進而落實。

使用再生能源

明基電通遵循集團政策，承諾將於 2040 年達成使用 100% 再生能源，為達成此目標，公司預計自 2025 年開始購買 19 萬度再生電力，並逐年增加。若以 2024 年明基營運用電約 170 萬度、以及目前每度再生電力約增加新臺幣 1 元之成本估算，明基為達成 100% 使用再生電力目標之預算約為每年新臺幣 170 萬元。

營運減碳

公司內部營運之主要碳排來源為電力，因而以類別二為減碳重心，2024 年透過下表之節能方案，預估可減少 1.89 tCO₂e 排放量。



減量類型	主要實施專案	預估年節電量 (MWh)	預估年節能量 (GJ)	預估年減碳量 (tCO ₂ e/年)
運作優化	冰水主機運行時間調整	3.43	12.37	1.75
運作優化	夜間能源管理	0.23	0.81	0.11
運作優化	大廳空調優化	0.06	0.20	0.03
總計		3.72	13.38	1.89

註：由於節電方案屬汰舊換新類型，故基線採取相較前一年度推估節省度數、溫室氣體排放量（範疇二；溫室氣體計算種類為 CO₂）與能耗之數值計算。

此外，公司在更新各項設備時，亦將節能減碳列入考量，例如更新空調設備時，將優先採購使用環保冷媒（如 R32）之產品，以降低氟化物對環境的影響；更新 IT 設備時，亦將優先選擇具有環保標章（如 Energy Star）的產品，以提升能源使用效率，降低用電量。

低碳產品

產品相關之上下游價值鏈間接溫室氣體排放，占明基範疇三溫室氣體排放量 90% 以上。我們以完整產品生命週期的思維評估所有產品的碳足跡，藉此了解碳排放熱點，並制定行動方案，其細節可詳見本報告書 7.2「產品碳足跡」。各項行動方案（如節能設計、減量設計、回收材料的使用等）在 2024 年的執行成果，則可詳見本報告書 7.3「綠色產品設計與包裝」以及 7.4「循環經濟」。

供應鏈減碳

為達成 2030 年供應鏈減碳 30% 的目標，明基將透過永續供應鏈管理機制，鼓勵供應商使用再生能源或採取其他減碳措施，管理機制之細節可詳見本報告書第八章「永續供應鏈」。

內部碳定價

為遵循集團政策並因應 IFRS 永續揭露準則規定，明基預計於 2025 年成立評估小組，並於 2026 年建立內部碳定價制度，此舉有助於企業更好地理解和管理碳足跡，促使其採取更可持續的經營行動。

執行績效與管理團隊薪酬連結

佳世達集團為確保內部以自上而下的方式進行 ESG 有效管理，已設立長期獎勵計劃將 ESG 績效（公司治理、社會參與和環境永續等績效指標）結合高階主管的 KPI 與薪酬。

明基電通為佳世達集團之重要成員，除參與集團「ESG 委員會」的定期會議外，亦遵循集團的管理制度，目前已有部分董事被納入上述獎勵計劃中，待 2026 年內部碳定價制度建立後，明基計畫設立自身的薪酬連結制度，以涵蓋更多管理團隊成員。



Chapter 5 社會責任

5.1 人權保護

人權管理方針

- 提供安全與健康的工作環境
- 禁止童工及強迫勞動
- 確保工作機會均等
- 按時給付公平且足額的生活工資
- 禁止任何形式的歧視與騷擾
- 依循誠信價值觀、反貪腐、禁止收賄或行賄
- 提供公平合理的薪資與工作條件
- 提供利害關係人溝通管道
- 尊重員工集會結社自由
- 進行人權風險評估，並執行相關減緩措施

2024 年目標與結果：

項目	目標	執行成果
1. 零違反人權管理方針事件發生。	0 件	1 件 ^註
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%	99.6%

註：本案業已妥善處理，未來將繼續強化人員教育訓練

註：未完訓者為產假及外派同仁

2025 年目標：

項目

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%。

5.1.1 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，且透過「保障、尊重及補救」等人權原則，對於明基電通之員工、顧客、供應商及合作夥伴落實人權保障；同時，也要求供應商與合作夥伴，以符合本政策同等水平來共同維護人權。



5.1.2 人權管理機制

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，並運用 P-D-C-A 國際管理方法論推動人權管理機制，同時，訂定多項規章及管理程序，如「員工手冊」及「工作規則」等，且公告周知，作為落實之具體準則，據以追蹤公司執行成效；再者，公司亦於勞資會議中評估調整，以持續推動人權保障與維護勞動權益。

再者，為確保明基電通與員工勞資之雙方權益，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之最短通知時間；同時，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。

Plan 規劃	- 制定人權政策。 - 內部教育訓練課程。 - 將人權相關政策內化到各單位作業流程、規章及管理程序，如「員工手冊」及「工作規則」。 - 建置申訴管道。
Do 執行	日常營運中按人權政策、規章及管理程序，以落實管理，並確實執行教育訓練，確實因應申訴案件等，以降低危害人權情事與程度。
Check 檢核	藉由公司稽核機制，定期偵測管理機制內之人權管理風險或違法之虞，要求單位矯正預防，達到自我改善。
Act 行動	- 定期評估優化管理機制、作業流程、規章及管理程序。 - 針對檢核結果，採取相對應之減緩或補救措施，擬訂改善計畫，並持續追蹤改善。

人權管理機制

截至 2024 年 12 月 31 日止，經明基電通檢核機制，依循勞動法令，相關人權管理措施及執行成效如下。

管理措施項目	說明內容	2024 年執行成效
建立健康安全的工作環境	取得 ISO 14001 環境管理系統及 ISO 45001 職業安全衛生管理系統驗證，提供良好的工作環境。	未有重大情事發生，並依循管理系統持續優化工作環境。
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。	0 申訴。
騷擾零容忍	對於新進人員，入職時即實施性騷擾防治課程，來傳達公司對騷擾零容忍的立場。	申訴 1 件。
提供公平合理的薪資與工作條件	- 工時規範遵守當地勞動法令規定。 - 薪資及福利均遵守當地法令規定與產業標準，且不因懲戒目的而扣減工資。	依循勞動法令辦理。
禁止童工	符合當地的最低年齡的法律和規定，禁止僱用童工。	未發生使用童工情事。
禁止強迫勞動	- 尊重員工意願，禁止任何型式之強迫性勞動行為。 - 所有員工均簽署聘僱合約，保障員工權益，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。	未發生強迫勞動情事。
尊重員工集會結社自由	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。	未有發生阻止或妨礙員工結社之自由之情事

人權管理措施與落實



5.1.3 人權教育訓練

為確保公司各員工清楚知悉公司對人權與員工勞動權益之重視，公司內部就人權教育訓練，要求每人每年均需完成 2 小時之人權訓練，2024 年台灣公司據點全體員工（不定期契約）之人權教育訓練課程完訓率為 99.6%。

註：未完訓者為產假及外派同仁

5.1.4 檢舉與監督機制

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，每年公司內部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，2024 年公司所有員工勞動權益均符合當地法規、國際性規範與相關利益團體的需求。

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。



5.2 人才吸引

5.2.1 推動多元平等共融的職場文化

明基電通具創新且開放的企業文化，積極吸引和激勵來自全球的人才，為公司注入多元觀點並推動發展。從求才到員工發展，明基電通實行一套公正的人才管理體系，從招募、晉升至調薪制度，都為有志之士提供一個公平發展的舞台。同時，明基電通的工作環境賦予同仁自主性與成長性，並關注女性及育兒員工的福利，確保每位同仁均能在公司內感受到歸屬感及工作上的滿足。

1. 追求職場平等與性別平權

明基電通嚴禁任何歧視與騷擾，堅持為員工提供一個零歧視和零騷擾的工作環境，適用於員工的錄用、訓練、績效評估、晉升、調動、薪資及其他公司活動。公司的高階主管、員工、求職者、顧客、及生意上的夥伴都必須遵守這規定且受此規定保護。任何攸關員工權益的決策都必須排除所有與工作無關的因素，如人種、民族、種族、階級、膚色、年齡、性別、性傾向、性別認同及表達、國籍或地域、殘疾、懷孕、信仰、政治立場、團體背景、家庭責任、退伍軍人身分、基因信息或婚姻狀況及其他法律明文規定者等。所有的騷擾行為包括誹謗、攻擊性與性暗示的言語、圖片、物品、肢體碰觸等會造成同仁不舒服、受污辱、被威脅、感畏懼的舉止、動作或環境，都是公司所嚴格禁止的。不得在招聘及實際工作中歧視員工，亦不影響薪資、晉升、獎勵、受訓機會、解聘或退休。



明基電通深信多元人才將會對組織體帶來無限增長可能，因此，女性同仁在各方面表現都和男性一樣獲得公平的機會與權利，為確保明基電通全體主管與員工遵守「明基電通員工行為守則」，定期每年於第四季進行全員調訓，2024 年完成全球所有員工調訓 100%；其內容涵蓋利益迴避、法規遵守、追求工作公平環境、反歧視零容忍等相關議題，行為守則與相關制度也公告於公司內部網站供同仁隨時查閱；每半年進行績效目標設定，其中行為準則項目亦為考評項目之一，以確保公司內部全員遵循。

職級	薪資	薪酬
高階主管	0.95	0.95
管理階層	0.96	0.97
非管理職員工	0.95	0.94

女比男之基本薪資和薪酬比率



5.2.2 進用多元人才

明基電通秉持 DEI 的企業文化思維，以人為本的核心價值，視人才為最寶貴的資產。為了吸引來自全球的多元人才，明基電通不僅積極開拓不同招募管道，同時也致力打造多元共融的友善職場，並持續進行年度追蹤以確保策略的有效實施。此外，為強化營運地區的人力資本，明基電通的人員徵聘原則以當地勞工為優先，比例達 99.2%；管理階層（副理級以上）聘用 100% 為當地勞工。截至 2024 年 12 月 31 日止，明基電通台灣正職員工為 589 人（含 4 位身心障礙者，不含在校生及實習生）。

項目	2024
性別	男性
	325
	女性
	264
年齡	未滿 30 歲
	123
	30-50 歲
	392
	50 歲以上
	74
員工類型	直接員工
	0
	間接員工
	589
職級	管理職
	94
	非管理職
	495

2024 年人力結構分析表



員工分佈		2022				2023				2024			
		男性		女性		男性		女性		男性		女性	
		人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
聘僱類型	直接人員	0	0.0%	0	0%	0	0.0%	0	0%	0	0.0%	0	0.0%
	間接人員	326	100%	256	100%	324	100%	250	100%	325	100%	264	100%
年齡	未滿 30 歲	55	16.9%	73	28.5%	53	16.3%	76	30.4%	44	13.5%	79	29.9%
	30-50 歲	232	71.1%	170	66.4%	229	70.7%	162	64.8%	222	68.3%	170	64.4%
	50 歲以上	39	12.0%	13	5.1%	42	13.0%	12	4.8%	59	18.2%	15	5.7%
職稱	管理人員	58	17.8%	29	11.3%	54	16.7%	33	13.2%	63	19.4%	31	11.7%
	專業人員	268	82.2%	227	88.7%	270	83.3%	217	86.8%	262	80.6%	233	88.3%
管理人員	未滿 30 歲	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	30-50 歲	42	72.4%	24	82.8%	39	72.2%	29	87.9%	42	66.7%	27	87.1%
	50 歲以上	16	27.6%	5	17.2%	15	27.8%	4	12.1%	21	33.3%	4	12.9%
非管理人員	未滿 30 歲	55	20.5%	73	32.2%	53	19.6%	76	35.0%	44	16.8%	79	33.9%
	30-50 歲	190	70.9%	146	64.3%	190	70.4%	133	61.3%	180	68.7%	143	61.4%
	50 歲以上	23	8.6%	8	3.5%	27	10.0%	8	3.7%	38	14.5%	11	4.7%

人力結構分析表



項目					臺灣	
					男性	女性
合約型態	永久聘僱 (不定期)				325	264
	固定期限 (定期)				14	32
	合計				339	296
聘僱類型	正職				325	264
	兼職 (註 1)				14	32
	合計				339	296
非員工工作者	類型	組織活動	工作內容	法律關係	男性	女性
	承包商	派遣 (外包) (註 2)	高度重複性之現場作業人員	承攬關係	0	2
	承包商	清潔人員	職場環境清潔工作	承攬關係	1	7
	承包商	保全	職場環境之安全維護工作	承攬關係	5	0
	承包商	團膳	承包辦理公司伙食供應相關業務	承攬關係	2	4
註	1. 臺灣地區實習生歸類至兼職類別，但不計入正式人力，合約型態仍為聘僱合約。 2. 外包人力會因應業務量進行人力調整。 3. 報導期間員工總數，並無重大變化。					

2024 年員工與非員工工作者分析表

5.2.3 員工新進分析

1. 多元化招募管道，向頂尖人才招手

為吸引更多優秀人才，明基電通制定了全面且多元的招募計畫，透過求職平台、社群媒體、校園徵才活動、產學與實習合作，以及獵頭服務等各種管道，廣納具有高潛力的專業人才。此外，明基電通堅持以適才適用和內部優先的原則進行人才遴選，絕不因性別、宗教、種族、膚色、階級、國籍、年齡或黨派等因素進行差別化或歧視性待遇，並嚴格禁止雇用童工。明基電通 2024 年新進員工共 78 位。

明基電通秉持企業永續的公司理念，推行內部輪調及內部推薦機制，吸引頂尖人才。同時，為激發成長動能，明基電通舉辦六場校園講座，引領學生接軌職場，凸顯其對人才培育的承諾。





項目		2022		2023		2024	
		人數	比例	人數	比例	人數	比例
性別	男性	56	17.2%	21	6.5%	31	9.5%
	女性	49	19.1%	34	13.6%	47	17.8%
年齡	未滿 30 歲	64	50.0%	38	29.5%	45	36.6%
	30-50 歲	41	10.2%	17	4.3%	29	7.4%
	50 歲以上	0	0.0%	0	0.0%	4	5.4%
員工 類型	直接員工	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	間接員工	105	18.0%	55	9.6%	78	13.2%
職級	管理職	0	0.0%	0	0.0%	2	2.1%
	非管理職	105	21.2%	55	11.3%	76	15.4%

註 1：以報導期間結束日 2024 年 12 月 31 日同仁數。

註 2：比例計算以各類別的員工總人數作為分母，如：未滿 30 歲新進比例的分母為未滿 30 歲員工總人數。

註 3：報導期間員工總數，並無重大變化。

註 4：管理職即實際擔任單位主管職務者。

台灣新進人員分析表

項目	2022	2023	2024
總招募新進人數	105	55	78
新進率 (%)	18.0%	9.6%	13.2%
內部職缺遞補率 (%)	60.9%	75.1%	71.2%
註 1：新進率 = 總招募新進人數 / 總人數。			
註 2：內部職缺遞補率 = (晉升數 + 主管派任數 + 內部轉調數) / (人力申請單 + 晉升數 + 主管派任數)。			

歷年新進率及內部職缺遞補率

分類		2022	2023	2024
性別	男性	71	82	77
	女性	46	54	54
年齡	< 30	17	15	23
	30~50	96	109	93
	> 50	4	12	15

職缺內部遞補分布

新進人員分佈		2022	2023	2024
性別	男性	56	21	31
	女性	49	34	47
年齡	未滿 30 歲	64	38	45
	30-50 歲	41	17	29
	50 歲以上	0	0	4
員工類型	直接員工	0	0	0
	間接員工	105	55	78
職級	管理職	0	0	2
	非管理職	105	55	76

新進人員分佈



活動類型	目的	說明	主要成果 / 效益
校園徵才	1. 提前發掘並儲備潛力人才 2. 加強雇主品牌曝光，提高新世代學生對集團的好感度	參與場次：國立臺灣大學、國立政治大學、國立臺灣科技大學、國立中央大學、國立成功大學、國立台北大學	1. 在六所頂尖學府中成功舉辦了一系列的校園徵才活動，總計吸引超過 2,200 份履歷投遞。 2. 招募部門依據各單位需求，推薦合適人選給主管進行面談，提升招募效率。
外籍人才招募	1. 增強人才多元性，引入國際視野 2. 滿足特定市場人才需求，增強公司全球競爭力	參與場次：臺科大外籍徵才會、崑山科技大學越籍徵才會、文藻外籍招聘會、聖約翰大學越籍合作	1. 因應南向政策，東南亞行銷業務人才需求。 2. 招募部門根據各部門需求，推薦合適人選給主管進行面談。
校園職涯講座	1. 幫助學生了解產業趨勢及集團發展策略 2. 透過中高階主管分享，帶領學生提前佈局職涯 3. 藉由同仁現身說法，引導學生探索未來不同可能 4. 搭起產學橋樑，彌平學用落差，實踐社會責任	1. 臺大場：強調不確定性是無限可能的起點，鼓勵學生勇於探索未知並從挑戰中成長。透過獨到的經營哲學和策略，鼓勵學生在職場中勇於冒險、不斷學習。 2. 成大場：分享進入醫療行業後，需要不斷面對技術創新與市場需求的變化，需要具備跨領域的知識與靈活應變的能力。 (僅列舉數場講座代表)	1. 每場講座均獲得學生的積極回饋，不僅從主管及學長姐的分享中看到了所學學科的價值，也透過對集團及理想職位的深入了解，明確了努力的方向。 2. 加深學生對企業文化與未來職涯發展的可能性，強化良好雇主品牌形象，回饋社會校園。
強化校園合作備忘錄	1. 共享產學資源，支持學術發展和產業創新 2. 強化人才培養與技術研發能力	1. 合作學校：台灣大學、臺北大學、臺灣科技大學、成功大學、臺灣師範大學、政治大學、文藻外語大學、聖約翰科技大學 2. 合作範圍： • 規劃學位、課程、師資 • 舉辦人才交流、學術、創新學習、服務等活動 • 產學合作及學生實習 • 技術、知識及智財相關研發 • 推動合作專案、籌建及規劃使用空間	1. 公司效益：接觸潛力人才，強化雇主品牌，提升學生對企業的好感度。 2. 學生效益：透過實習、參訪等形式與業界接軌，奠定職涯基礎。 3. 學校效益：為學生爭取多元學習資源，並及時獲得最新產業動態。
多元實習機會	1. 提前識別和吸引潛力人才 2. 實踐培育下一代人才的社會責任	1. 實習人數：2024 年共計 71 位 2. 實習專業：工業設計、視覺傳達設計、市場管理、數位行銷、客戶服務、行銷企畫、電子商務等不同領域	1. 公司效益：培養潛力人才，透過轉正機制留任優秀人才。 2. 學生效益：將所學應用於實務，並藉由主管、導師的指導，提升專業技能和職場適應力。

校園活動成果概覽

深耕校園，落實教育永續的承諾

為強化與學界的合作，明基電通於 2024 年舉辦了 6 場校園徵才及 6 場校園講座，並針對多元系所及外籍學生，組織一系列的招募活動與實習計畫。此外，公司也與多所學校簽訂產學合作備忘錄（MOU），為年輕學子提供實踐學習的平台及個人發展的舞台。

5.2.4 員工流動分析

明基電通致力於有效管理員工的離職情況。當員工遞交離職申請，會即時通知相關主管進行離職面談，瞭解員工離職原因並適時慰留。同時，面對外部環境及經濟波動，健康的離職率可確保企業不斷有新血加入公司。明基電通透過加強主管領導能力、關懷員工在公司的實質幸福感、提供輪調及員工學習機會，以及引進關鍵人才激勵計畫等留才措施，致力於提供優質的工作條件，降低員工流動率。2024 明基電通台灣自願離職率為 10.4%。



年度		2022		2023		2024	
		人數	比率	人數	比率	人數	比率
總離職率 (%)		63	10.8%	57	9.9%	67	11.4%
自願離職率 (%)		61	10.5%	47	8.2%	61	10.4%
總離職率 (%)	男性	36	11.0%	24	7.4%	36	11.1%
	女性	27	10.5%	33	13.2%	31	11.7%
自願離職率 (%)	男性	35	10.7%	18	5.6%	32	9.8%
	女性	26	10.2%	29	11.6%	29	11.0%
總離職率 (%)	未滿 30 歲	18	13.4%	18	14.0%	17	13.8%
	30-50 歲	45	11.6%	37	9.5%	43	11.0%
	50 歲以上	0	0.0%	2	3.7%	7	9.5%
自願離職率 (%)	未滿 30 歲	18	13.4%	18	14.0%	17	13.8%
	30-50 歲	43	11.1%	29	7.4%	38	9.7%
	50 歲以上	0	0.0%	0	0.0%	6	8.1%
總離職率 (%)	管理職	3	3.4%	5	5.7%	6	6.4%
	非管理職	60	12.1%	52	10.7%	61	12.3%
自願離職率 (%)	管理職	3	3.4%	3	3.4%	5	5.3%
	非管理職	58	11.7%	44	9.0%	56	11.3%

註 1：以上離職率統計數據不包含年資未滿 3 個月的人員。

註 2：以報導期間結束日 2024 年 12 月 31 日同仁數。

註 3：總離職率 = (自願離職人數 + 非自願離職人數 + 退休人數) / 總人數；自願離職率 = 自願離職人數 / 總人數。

註 4：報導期間員工總數，並無重大變化。

註 5：管理職即實際擔任單位主管職務者。

離職統計分析表

5.3 人才留任

5.3.1 薪酬管理制度

1. 薪酬政策與制度

明基電通為吸引及留任優秀人才，不僅起薪、敘薪、獎金與員工酬勞，遵循勞動法令規定，不因種族、階級、語言、宗教、政治、國籍、性別、年齡、婚姻或工會身分等因素，而有任何差別化或歧視性待遇。

因此，公司為提供給員工具有市場競爭力之薪酬政策，將視個人學經歷、專業技能、績效表現，調整員工薪資，以確保員工薪資符合市情行情及公平性。

明基電通在員工（含管理職）之薪酬制度上，絕不發放低於法令之基本工資；因此，每年會參考第三方獨立之薪酬顧問公司之薪資調查報告，及公司營運狀況，並評估學歷、工作經驗、專業技能、職位職責，及未來發展性與工作績效，作為員工薪資獎酬發給依據，經分析結果 2024 年台灣基層人員標準薪資與當地最低薪資比率為 1。





項目	說明
薪資	- 絕不發放低於法令之基本工資。 - 參考第三方獨立之薪酬顧問公司之薪資調查報告，及公司營運狀況作調整。 - 視公司整體營運狀況，綜合評估學歷、工作經驗、專業技能、職位職責，及未來發展性與工作績效。
獎金 / 分紅	- 依照當年度公司經營績效及同仁績效表現發給。 - 三節獎金：中秋、端午、年終。 - 績效獎金。 - 員工分紅。
長期激勵計畫	員工持股信託。

薪酬制度措施表

明基電通為佳世達 100% 持有子公司，就高階主管薪酬制度原則依循母公司 - 佳世達方向，檢視年度薪酬相關之績效指標達成率，給予年度薪酬。

2. 生活工資承諾

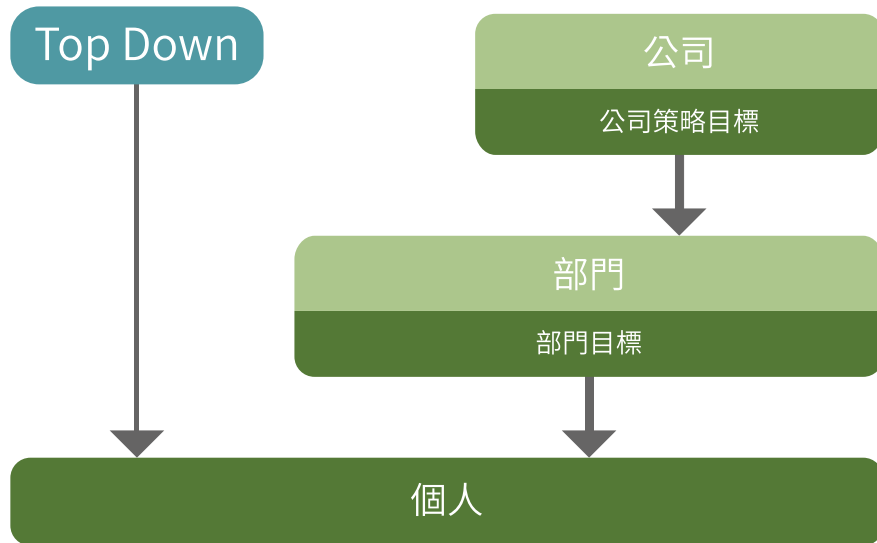
明基電通承諾確保我們 100% 的員工收入可達到生活工資水準。生活工資的目的是保障勞工的基本生計，使他們能支付基本生活費用。明基電通關心所屬員工及其家庭，承諾生活工資就是給家庭更多的保障，使員工的報酬能穩定地滿足家庭生活的需要。

☆生活工資方法論：

明基電通依據 Richard Anker（前國際勞工組織）和 Martha Anker（前世界衛生組織）兩位生活工資專家耗費 15 年時間測試並完善之生活工資方法論進行生活工資計算。該方法論是一種目前已被廣泛接受來估算生活工資之新方法，既具有國際可比性又具有本地特異性，適用於估算世界各地的農村、城市和城郊地區等不同區域的生活工資。該方法論所計算的生活工資項目包含食品、服裝、住房、交通和教育等生活成本。

3. 績效評鑑管理制度

為強化公司策略目標逐級向下傳遞的機制，公司全員實施 KPI 制度，從組織的策略目標出發，依照公司、部門、個人，Top-Down 進行連結，逐級展開，並透過量化的目標設定、明確的計分原則及不同目標的比重分配，驅使成員展開對應的行動達成目標。



公司原則每半年採取一次多元績效評鑑，如績效目標設定（當期績效結算與下期目標設定）、多面向回饋以及績效評等；針對績效評等排序末位者，會為其擬定績效改善計劃，以妥善且及時輔導員工，提供資源與協助，持續提升員工績效表現。



類型

執行方式

單位團隊目標管理：

- 每半年召開營運目標 Alignment meeting，與一級單位對標下一期目標與發展
- 各單位訂立團隊目標，逐級展開，分配給團隊成員承接，共同達成組織策略目標。

個人績效目標管理：

- 間接員工：
 - ✓ 單位設定好團隊目標後，將團隊目標填入個人績效目標表單中，員工清楚了解單位任務後進行項目承接。
 - ✓ 每半年設定個人績效目標，提出行動方案，以利目標達成可能性。主管管理部屬績效可透過不定期追蹤並給予適當指導與回饋，以協助部屬完成目標。
 - ✓ 建立日常工作回饋機制，透過有效的雙向溝通達成目標。在執行目標期間，同仁可隨時透過此平台告知主管並尋求支援與協助；反之，主管也可透過平台針對目標項目不定期進行回饋並掌握目標進度，達成雙向溝通機制。
 - ✓ 期末評核階段，員工先提出自評，主管依達成狀況做評核，包括目標達成率、行為準則、風險管理、資訊安全等指標。
- 直接員工：
 - ✓ 績效目標與公司生產產能、品質連結。
 - ✓ 各廠區主管每月根據工作品質、紀律、效率、出勤等指標評選月度最佳團隊與員工，進行定期的目標管理。

績效目標管理

公開透明的業務說明會：

- 每季召開業務說明會用公開會議方式由一級主管逐一向全公司員工說明單位上季業務進度與目標達成狀況，讓同仁清楚了解公司與單位營運狀況，並適時修正調整自身 KPI 目標。
- 業務說明會是確保組織和個人的目標之間的一致性和透明度，並提供了評估和反饋機制以確保效率和品質；讓員工成長與公司營運達成共好的機制。

以團隊為主的績效表現系統：

- 從組織的策略目標出發，依照 公司 - 部門 - 個人 Top-Down 進行連結，逐級展開，並透過量化的目標設定、明確的計分原則及不同目標的比重分配，驅使成員展開對應的行動達成目標，進而實現組織的策略目標。
- 當績效目標進行評估時，績效貢獻從基層員工 - 部門 - 公司開始逐步向上推進，形成績效累積共享機制，形成一個在團隊內雙向迴圈運作的績效系統。



類型	執行方式
個人發展計畫 (IDP)	員工在進行目標設定期間，須按不同層級的職能需求，與主管共同制訂個人發展計畫 (Individual Development Plan, IDP)；並透過歷練學習 / 工作指導 / 培訓發展等的手法來達成發展目標，於期末考核時，主管同時檢視計畫達成狀況並給予回饋。
績效評等	- 間接員工：單位會依據部門內員工績效目標達成狀況、多面向回饋等指標，按管理職、非管理職與不同職等職系的群組進行排序評等，作為職等晉升、個人發展、績效改善、獎勵規劃之用。 - 直接員工：因其績效目標與公司生產產能、品質連結，各廠區主管會依據直接員工的工作品質、紀律、效率、出勤等指標進行評等排序。
多面向回饋	為了能有更多元的管道評核，每年進行一次多面向回饋，回饋項目為員工所屬職等應具備的核心職能，除了由主管評核部屬（上評下），也讓部屬回饋主管（下評上），該機制為 180 度的回饋機制，並於該期績效目標設定時提供同仁與主管參考，以利後續職涯發展規劃，並於 2023 年起實施地區擴展至全球。
敏捷績效管理	建立日常工作回饋機制：在執行目標期間，同仁可隨時透過此平台告知主管所需的協助，並在期間尋求支援與協助；反之，主管也可透過平台針對目標項目不定期進行回饋並掌握目標進度，達成雙向溝通機制。 動態績效目標管理：與團隊一起設定具有彈性的績效目標，以應對環境變化。不定期檢視和適時調整目標，以確保它們符合組織的需求和目標，藉此提出最適行動方案，以確保個人及組織能共同達成績效目標。
新人 Mentor 輔導制度	明基電通為每位新進人員指派一位資深員工擔任 Mentor，協助其順利融入職場環境。Mentor 將透過業務指導與經驗分享，幫助新人快速掌握職務內容，並適應公司文化。此外，Mentor 也將促進新人與部門同事的交流，提供必要的工作資源，並在工作之外，給予心靈上的支持，打造更全面的員工體驗；透過以上良好的輔導制度，促使同仁可以更加適應組織環境，達成績效目標。

績效管理方式表

	績效目標完成率	績效考核完成率
男	99.1%	100%
女	98%	100%

註：2024 年績效目標與績效考核檢核完成百分比以台灣總部統計為主。

2024 年績效目標及績效評鑑分析

4. 長期激勵計畫

明基電通為吸引及留任優秀人才，創造長期組織與人才共同實現公司願景之目標，提供長期激勵措施如下表。

獎勵項目	對象	執行內容
員工持股信託	台灣地區正職員工於試用期滿（即到職三個月後）員工可自行申請加入員工持股信託	- 參加員工持股信託之員工，會依照其職等與公司相對提撥之公司獎勵金，購買公司股票。 - 職等越高之員工可獲得公司共同提撥之獎勵金額越高，激勵員工為獲得職等晉升之機會，以努力表現、達成績效目標，進而為公司之整體經營績效有加乘效果。 - 員工自提金：參加者依個人職等於每月薪資定額提撥信託資金購買公司股票。 - 公司獎勵金：公司亦提撥相對於員工自提金之 100% 同等金額作為獎勵，於集團任職滿五年及十年分別可獲得 50% 及 100% 之公司獎勵金。
留才獎金	對組織發展極為重要之關鍵職位人才	為確保組織之關鍵職位人才能持續留任於公司，以創造組織長期穩定經營績效，透過留才獎金合約方式與績效優異之關鍵職位人才約定給予三年保障年薪。

長期激勵計畫執行表



5.3.2 員工照顧與福利機制

明基電通秉持打造幸福健康職場的理念，規劃多元的員工福利，讓全體同仁享有優質職場環境與健康幸福之企業文化，現行主要福利措施如下表：

種類	目的	員工照顧與福利措施、活動	優於法令
員工出勤與假期	讓同仁充分休息，顧及身體健康，照顧家庭與處理事務，讓工作與生活平衡，建構員工休閒生活及興趣。	1. 生理假、育嬰假、陪產假（男性同仁）。 2. 防疫照顧假。 3. 疫苗接種假。 4. 志工假、訂婚假。 5. 產檢假、陪產假。	1. 8 日陪產檢及陪產假 2. 8 日產檢假 3. 志工假、訂婚假 4. 彈性出勤制度
保險制度	遵循當地社會保險之法令制度，保障員工基本權益。 更進一步建立公司保險制度，提供員工及其眷屬團體保險，依其意願自行加保；同時，安排保險公司駐點提供保險諮詢及理賠申請服務。	1. 提撥退休準備金。 2. 提撥積欠工資墊償基金。 3. 健康保險、勞工保險。 4. 團體保險：壽險、意外險、重大疾病險、住院醫療險。 5. 員工眷屬自費團體保險。 6. 短差海外旅平險。	1. 公司為同仁保團體保險 2. 員工眷屬自費團體保險
補助津貼	周全員工及眷屬照顧機制，以達到急難救助或生活補助。	1. 伙食用餐補助。 2. 婚喪喜慶、傷病賀奠慰問補助、生育補助。 3. 勞動節日補助。 4. 內部消費卷補助。 5. 伙食用餐補助。 6. 贈與員工眷屬父親節及母親節感恩禮品。 7. 2023 年新增員工福利委員會育兒津貼。 8. 撫恤制度。	1. 婚喪喜慶、傷病賀奠慰問補助、生育補助 2. 0-6 歲育兒津貼每年新台幣 3 萬元 3. 撫卹制度
訓練補助	人才培育，持續深化員工能力與經驗，達到自我加值的成就。	1. 員工進修計劃。 2. 教育訓練。	1. 員工進修計畫 2. 員工外訓補助

公司台灣據點之照顧與福利措施表



員工照顧與福利措施、活動優勢說明表

面向	項目	目標	優勢說明
福利活動	- 健身課程。 - 福利委員會活動。 - 企業產品員工價。	規劃及推動多元活動，創造工作與生活平衡的優質環境。	本年度舉辦多元活動，如運動會、家庭日、及旺年會等，讓員工攜帶家屬一同參與，不僅放鬆身心，也活絡家庭生活品質。
社團活動	員工自組成立不同屬性之休閒社團，給予經費補助與資源。	讓同仁工作之餘，培養員工興趣與活動。	積極支持員工創建社團與經費、場地，本年度超過 30 個社團，固定舉辦社團活動，讓員工自由參與與多樣化生活體驗。
職場設施	- 員工餐廳 / 宿舍。 - 醫護室。 - 哺(集)乳室。 - 運動中心。 - 汽機車停車場。 - 咖啡機。 - ATM 提款機。	藉由硬體設施，提升員工照顧空間與直接享有便利性，構築友善工作環境。	本公司業已完善設施，如運動中心、咖啡機、ATM 提款機、員工宿舍，及哺(集)乳室等，讓員工能即時與充分休息，也可儘速解決生活瑣事需求。另，哺(集)乳室榮獲衛生局優良認證。
健康醫療	- 特約醫院。 - 特約駐點醫生。 - 定期安排員工健康檢查。	持續關懷與追蹤員工身體健康。	每年度公司提供員工健康檢查；另，本公司更與醫療資源合作提供駐點醫師與特約醫院的服務，讓員工即時與充分掌握醫療資源與健康諮詢服務，保障身心健康。

5.3.3 育嬰留停

明基電通為讓員工能妥善照顧家中孩童，落實遵循當地勞動法令要求，保障同仁權益及妥善照顧生活與家庭，以期能在工作上能無後顧之憂，因此，在育嬰留停機制上，只要符合身分資格之員工均可申請，不因性別而有差別待遇：

性別	男	女
當年度符合育嬰留停申請資格人數	22	14
當年度申請育嬰留停人數	4	2
當年度預計復職人數 (A)	2	1
實際復職人數 (B)	2	1
復職率 (B)/(A)	100%	100%
育嬰留停復職後超過 12 個月人數 (C)	0	4
前一年度育嬰留停實際復職人數 (D)	1	4
留任率 (C)/(D)	0%	100%

2024 年台灣公司據點 - 育嬰留職停薪與復職彙整表



5.3.4 退休機制

明基電通遵循當地退休相關法令與制度，員工符合退休身分資格者，均可隨時申請退休，並退休金之發給標準，依循勞動相關法令辦理，以保障員工退休權益。

1. 依據勞動基準法提撥之退休準備金

公司每月提撥員工退休金基金，交由勞工退休準備金監督委員會以該委員會名義存入台灣銀行之專戶，截至 2024 年底計劃資產公允價值為 197,692 千元，2024 年認列費用之金額為 0 元，提撥不足額已帳列應計退休金負債，截至 2024 年底金額為 -69,483 千元。

2. 依據勞工退休金條例提撥之退休金

依員工每月薪資 6% 提撥至勞保局之個人專戶，於 2024 年認列費用之金額為 37,977 千元。

5.3.5 多元暢通之溝通途徑

1. 溝通機制

明基電通為保障員工勞動權益，於內部設置多元暢通之溝通途徑，方式可透過意見箱、電子郵件、電話、直接預約面談…等途徑。同時，為讓同仁均能隨時有機會提出意見或建議，定期或不定期向全體同仁進行持續性宣導，確保同仁能充分瞭解與敢於使用溝通途徑，協助同仁解決勞動權益事項，再者，公司接獲員工意見反應，會採取積極慎重態度，妥適溝通與處理措施，以使同仁意見盡速獲得處理，促進規章制度優化，妥善完結案件，在符合法令、公平與合理性之前提下，致力符合同仁期待與需求，提升全體同仁勞動權益，促使職場達到溝通無障礙。因此，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，並充分獲得回饋。

項目	說明內容
溝通機制	- 公司基於鼓勵態度，保持暢通申訴管道，可由直屬主管協助處理，亦可直接向人力資源單位表達。 - 可就作業方式及各項措施提出改善建議、遭受不平待遇、發現不法情事、性騷擾，或生活與工作疑義其他權益維護。
HR 信箱	收集員工意見與相關建議，使同仁意見盡速獲得處理，提升全體同仁勞動權益。
2885 線上反應系統	員工反映各項生活事項問題的管道，例如：協助餐點、環境整潔等的改進、設備故障的通報維修，以利公司立即採取相關因應及防範措施，降低嚴重故障的風險。
職工福利委員會	定期及不定期召開福利委員會，會議時就年度規劃之福利活動進行討論與決議，透過各項福利活動舉辦鼓舞員工工作士氣，強化勞資關係。
勞資會議	- 每季透過勞資會議，協調勞資關係、提高工作效率，及促進勞資雙方合作關係與溝通橋樑。 - 會議中報告勞工動態，討論勞動條件、勞工福利籌劃、工作規則修訂、工作環境與員工意見說明等事宜。
其餘途徑	員工意見調查、伙食委員會、秘書／助理座談會、定期勞工關懷等。

多元溝通途徑



2. 檢舉或申訴機制

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。

2024 年度針對勞動權益、人權問題，公司收到 1 件性騷擾申訴，本公司業已立案，且積極妥善完成處理，日後將會持續強化性騷擾的教育訓練與宣導。

檢舉或申訴流程圖：



3. 員工敬業度

明基電通深信員工是公司永續經營的重要關鍵，自 2020 年以來，公司透過員工敬業度調查來聆聽員工的意見和反饋，每年進行調查與追蹤，調查範圍以台灣總部之間接員工為主，並公開報告調查結果。藉由敬業度調查，公司可了解自身優勢與待改進之處，及員工對於公司之期望，從而，持續發揮優勢及規劃公司改善計畫，彰顯公司對員工意見之重視，致力為員工打造更優質工作環境，帶動精進公司經營與管理。

為使調查更科學化與可信度，其問卷調查結構、題目與分析方法保持一致；此外，公司亦針對不同員工群體、地區與調查年度，進行趨勢與橫向比較分析，以提高整體調查效益。2024 年台灣區間接員工敬業度調查，共有 355 人參與，回覆人數為 298 人，回覆率為 84%，台灣公司據點之間接員工整體敬業度結果為 4.66 分（滿分 6 分）。

明基電通對全球員工進行敬業度調查，此調查目的是瞭解員工對工作的投入程度，而其內容會與其對工作滿意度呈正相關。針對 2024 年的員工敬業度調查結果，公司已提出了相對應的改善方案，藉以持續推動員工福祉。這些方案整體上著重於工作資源、成就表揚和職涯發展等關鍵項目。2024 年，公司計劃進一步導入 AI 工具與學習資源，幫助員工擁有足夠資源來完成工作以及提升工作效率，此外也將持續為主管提供領導溝通與激勵技巧訓練課程，並對深化公司與主管對於員工職涯發展的規劃與支持。這些措施旨在進一步提升員工對工作環境的滿意度、增強工作動機，以及提高員工的幸福感和信任感。透過這些行動，明基電通致力於創建一個支持員工、激勵員工的工作環境，進而塑造更優質的員工體驗與更具吸引力的雇主品牌，為實現企業永續發展的戰略目標奠定基礎。





年度	2022	2023	2024	
調查內容及對象	1. 調查內容：參考 Q12 問卷結構，包含基本需求、主管支持、團隊合作、學習成長 4 項調查構面 2. 調查對象：明基電通臺灣總部之間接員工 (IDL)			
問卷量表	採用 6 點量表，分別為：1= 非常不同意、2= 不同意、3= 稍微不同意、4= 稍微同意、5= 同意、6= 非常同意			
發放問卷人數	561	567	355	
回收數量	489	482	298	
回收率	87%	85%	84%	
整體平均敬業度分數 (滿分 6 分)	4.58	4.63	4.66	
性別	男性	4.65	4.68	4.70
	女性	4.51	4.53	4.59
年齡	未滿 30 歲	4.64	4.73	4.75
	30-50 歲	4.47	4.58	4.61
	50 歲以上	4.63	4.75	4.87
職級	管理職	4.67	4.70	4.77
	非管理職	4.49	4.62	4.64

2022-2024 年員工敬業度調查統計

項目		高敬業度員工占比 4~6 分 (%)
整體高敬業度占比		82%
性別	男性	84%
	女性	78%
年齡	未滿 30 歲	83%
	30-50 歲	80%
	50 歲以上	95%
職級	管理職	87%
	非管理職	81%

2024 年員工敬業度調查成果



5.4 學習發展

BenQ University

明基電通的培訓體系建立在 BenQ University 的基礎上，以四大學院為結構，分別為「專業發展學院」、「學習成長學院」、「創新改善學院」和「領導管理學院」，根據屬性和參與對象劃分。這四大學院針對不同學習需求提供全面的培訓計畫，致力於協助同仁在工作中更有效地運用所學。

為了提供同仁更即時的學習資源，我們設立了內部的 QLMS 學習平台。除了實體課程外，同仁還可以透過這些平台參與線上課程和知識學習。自 2019 年起，我們不斷推廣行動學習，增加數位課程的學習比例，同時開發學習 APP，讓同仁能夠在手機端充分利用零碎時間學習新知。截至 2024 年底，公司整體數位課程的占比已經達到 79%。這些舉措旨在確保同仁能夠迅速且方便地提升專業技能，以應對快速變化的工作環境。

專業發展學院	- 針對公司不同職務的專業差異，設計相關的訓練藍圖，來提升員工相關專業能力。 - 因應外部環境趨勢，引進趨勢主題性講座以提升內部主管對外部趨勢環境之敏感度。
學習成長學院	包含完善的新人訓練、內部講師訓練。推出決策思維力、溝通影響力、數位應用力、自我競爭力四類職能相關發展課程。
領導管理學院	依不同階層主管的領導與管理需求設計相關訓練課程，以提升主管人員領導、管理與經營思維等能力。
創新改善學院	- 提供創新開發能量，引進商業模式創新、設計思考等課程資源，讓同仁的創意所發揮，塑造組織創新文化。 - 因應 AI 趨勢來臨，導入生成式 AI 相關工具應用課程。

四大學院訓練課程

	領導管理學院	學習成長學院	創新改善學院	專業發展學院
主軸	主管領導力提升 事業人才培育	持續提升員工 多元 / 專業技能	CIP /Lean AI 工具應用	稀缺人才專業 養成計畫執行
訓練方向	- 高階主管講座 - 基層→高階主管領導力發展訓練 - Mentor Program 完善新人教導計畫 - 新任主管訓練 (FLP) 課程數位化	- Win Camp 新人訓練 - 認知思維力課程 - 溝通影響力課程 - 數位應用力課程 - 自我競爭力課程	- CIP 系列課程 - DMAIC 課程 - TRIZ - AI 工具應用	- 軟體人才訓練 - 海外客服人才訓練 - 品牌新人專業訓練 - 研發新人專業訓練 - RD/ 醫療專業訓 - PM/BM/Sales 專業訓練

管理方針

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，為此，明基電通將員工視為最重要資產，對人才培養與發展不遺餘力，提供多元化的訓練體系，以提升同仁整體競爭力，促進職務所需之知識、技能，讓員工專業知識與技能得以持續成長，更能強化員工對公司之向心力與凝聚力，及其高度的組織承諾。

2024 年目標與結果

項目	目標	績效
人均訓練時數	25 小時	28 小時

註：2024 年較 2023 年以開發線上課程資源供同仁選修為主，減少實體課程開設占比

2025 年目標

項目	目標
人均訓練時數	25 小時



5.4.1 員工培訓體系

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，有系統的規劃員工職涯發展所需訓練課程，以全面地提升員工專業知識及技能。

2024 年明基電通台灣總部投入訓練總費用為 USD\$ 466,432 元，總受訓時數 16,537 小時，平均每位員工受訓費用為 USD\$ 792，平均每位員工受訓時數為 28 小時。另，為提升大家能夠隨時隨地學習，本公司整體數位課程數占比於 2024 年底已達 79%。

單位：小時 / 人

類別	群體	2022 年 平均訓練時數	2023 年 平均訓練時數	2024 年 平均訓練時數
性別	男性	38	52	30
	女性	39	46	26
年齡	未滿 30 歲	46	52	29
	30-50 歲	38	50	26
	50 歲以上	25	29	38
職級	管理職	46	69	40
	非管理職	37	45	26
全體員工平均		39	48	28

2024 年度台灣總部性別、年齡、職級之人均平均訓練時數分析表

5.4.2 人才發展重點計畫

明基電通以職務為導向設計學習與發展體系，系統化架構進行人才培育與發展，可區分為：員工訓練計畫、領導與管理發展計畫及潛力菁英人才養成計畫。2024 年度重點說明如下：

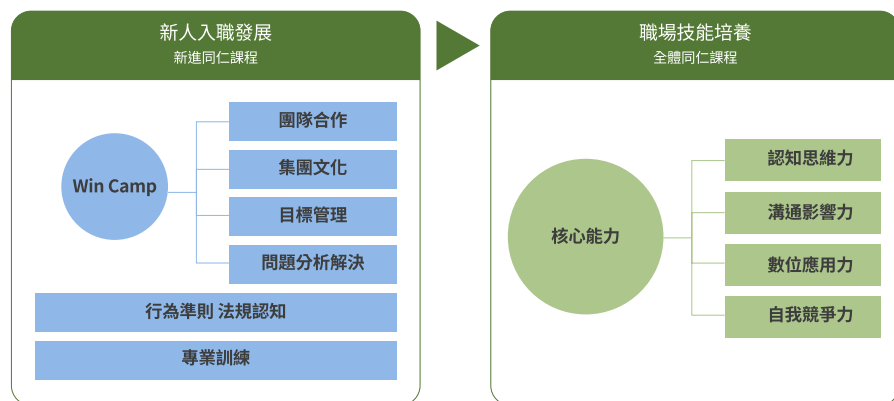
1、員工專業職能發展計畫：建構 4C 能力發展藍圖，建構全方位人才

- ① 優秀人才是公司得以永續成長的關鍵動能，為持續培養與深化同仁之職場技能，以適應內部工作環境與應对外部趨勢變化，從新進同仁到資深員工皆規劃一系列學習成長類課程，建構認知思維力、溝通影響力、數位應用力、自我競爭力之人才培育策略，尤其 2024 年持續強化同仁訓練群體，及疫情結束後同仁積極參與，共有 744 人次參加相關課程，2024 年學習成長類課程平均滿意度達 4.5 分。
- ② 認知思維力課程：為培養員工聚系統性思維，掌握全局視野，洞悉財務思維以了解公司經營重點，激發創意思維以發展創新產品流程，養成多面向思考，提升個人在職場上的工作決策力與創新能力。
- ③ 溝通影響力課程：以理解人性的雙向溝通為基礎，擴展到平行與向上溝通技巧，以及簡報演說與商務談判情境的深化運用，搭建從內部到外部溝通所需的必要技能。
- ④ 數位應用力課程：幫助同仁了解如何正確定義問題、識別必要數據以及學習數據分析方法，經由系統性的問題解構方法與數據分析工具應用，提升運用數據解決問題之技能。
- ⑤ 自我競爭力：則以自我管理與學習成長為發展主軸，包含了解自身優勢、建立高效學習模式、工作時間管理與職涯成長思維等主題，增進個人工作規劃與職場競爭力。



同時，透過必修與選修搭配，及實體與數位結合，在為同仁配備職場必備技能之同時，亦能讓同仁依據自身工作與職涯發展需求，在任何空間與時間彈性選擇想學習的課程，打造更個人化的組織學習環境。

明基電通 員工學習成長課程藍圖



員工學習成長藍圖

公司為協助員工面對新時代的變革與未來工作挑戰，並能在個人職涯上不斷精進與成長，讓工作能力（Competency）能全方位發展與提升，因此，依據員工不同職務需求，規劃有不同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，鼓勵同仁參加公司外部的專業研討會與訓練機構所舉辦訓練課程，其相關費用均由公司全額補助，以不斷地鼓勵每位員工在自己專業領域上持續精進與成長。

2024 年員工重點培育計畫 - AI 工具系列課程

隨著科技發展，同仁對 AI 課程的需求日益增加，2024 年推出「AI 未來教室」發展計畫；此發展計畫核心在於透過教導員工對於 AI 工具的應用，提升組織內部的工作效率與效能及執行品質，持續創新以跟上行業趨勢，成為領域內的專家。計畫重點包括專業、精簡和卓越，旨在持續提升專業水準、優化工作流程，並透過 AI 工具自動化重複性任務，讓團隊專注於更具價值的工作，讓同仁有更多時間持續學習其他新知識技術，追求卓越未來。

2024 年度 AI 工具主題線上課程共有 747 人次參與，總時數達 3,815 小時，學員對課程的滿意度高達 4.5，顯示出良好的學習效果與價值並顯示出其在提升 AI 知識與技能方面的顯著影響力，受到同仁廣泛認可。



除了 AI 工具線上課程，我們也積極尋求外部計畫資源並參與政府單位舉辦之「AIGO 專案」，針對各職務同仁推出 AI 工具應用實體課程共 3 堂，共有 120 人次參與，總訓練時數達 1,038 小時，課程內容廣泛包含：「AI 新世代品牌影音自媒體實戰工作坊」、「ChatGPT x 電商消費者輿情分析」、「Word/Excel x ChatGPT 實戰應用」，希望更貼近同仁職務所需推出系列課程以提升同仁工作專業 AI 應用力。

未來，我們將持續探索新技術，強化課程內容，並根據行業需求的變化進行調整，以確保學員能夠掌握最新的 AI 應用技能，並在職場中保持競爭力，持續追求專業、精簡、卓越。



主管領導力發展計畫

為培育不同階層主管在領導與管理的關鍵能力，並因應未來組織成長所需的儲備能力，我們依據公司核心管理職能制訂了各階層主管的培訓與發展體系，這個體系管理新手及經驗豐富的主管提供專屬的能力發展藍圖，透過有計畫的階層別管理課程及職務輪調，使他們有系統地學習標竿領導者所需具備的領導與管理能力。

訓練對象包括各階層的主管，2024 年總開立 20 梯次主管訓練課程，總培訓人數為公司管理職的 76%。

Program 名稱	參加對象	角色使命	培育重點
Visionary Leader Program	高階主管 / 事業單位主管	產業先鋒 變革推手 經營大師	建立策略性經營規劃與佈局思維，發展組織領導力與文化環境塑造之能力
Strategic Leader Program	中階主管	策略專家 團隊靈魂 企業專家	著重部門策略目標規劃與執行，發展承接與落實高層策略目標之能力
Action Leader Program	基層主管	專業領導 管理專家 部屬導師	培養管理與領導實務技巧，以帶領團隊完成上層主管交辦之任務目標
Fresh Leader Program	潛力人才	專業領導 管理專家 部屬導師	啟發管理意識與觀念，賦予基礎管理知識與領導全貌之認識與了解

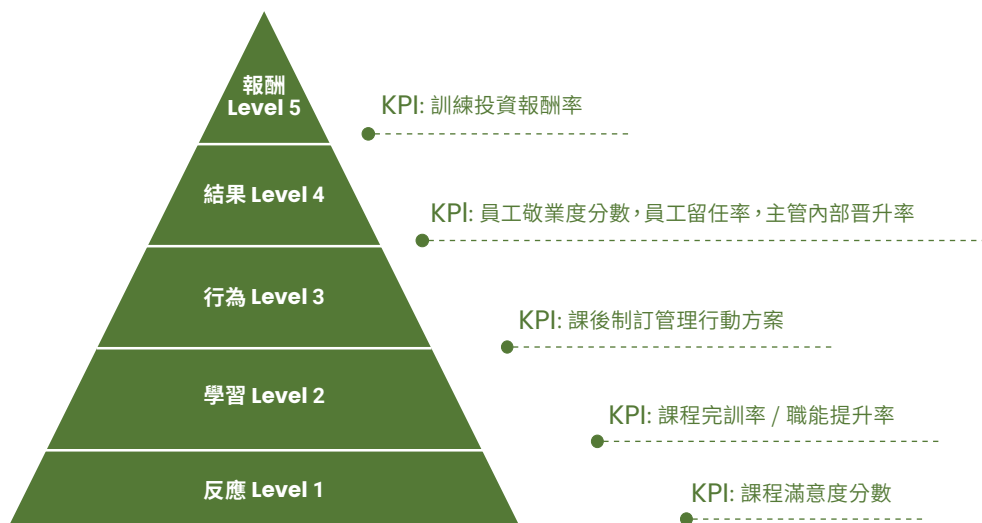
領導力發展計畫重點



領導力發展方式

1. 系統化訓練資源提供：推出實體或線上管理課程混成學習方式，以利主管們多元學習管道。2023 年度全面推出新版主管人員發展訓練藍圖，各階層主管培育重點如上表所述。2024 年總共 72 人完訓，總學習時數達 858 小時。主管人員對此課程整體滿意度平均為 4.76 分。
2. 職務輪調與歷練：透過有計畫的職務輪調，使主管們能夠在組織中不同的職位中累積經驗，培養多元思維和專業能力。職務輪調方式促進主管們的職涯發展，提升他們的組織適應能力和領導素養。

2.2 領導力發展計畫訓練成果：



- 訓練計畫名稱: Leadership Program
- 參加對象: 潛力人才 ~ 高階主管 (含事業單位主管)

訓練計畫主軸		訓練成效
領導階層	發展重點	
高階	願景領導 引領創新 營運決策 培養人才	Level 4 成效: - 員工敬業度分數提高 (4.57 → 4.63) - 高敬業度員工占比達 82% Level 3 成效: - 潛力人才 ~ 中階主管皆須完成課後管理行動方案 Level 2 成效: - 潛力人才 ~ 中階主管皆進行課前 / 課後職能評測 Level 1 成效: - 整體課程平均滿意度分數達 4.75
中階	願景執行 推動創新 資源規劃 發展人才	
基層	願景傳遞 持續改善 問題解決 有效選才	
潛力	管理者角色認知 領導管理基礎概念建立	

3、潛力人才發展計畫

訓練對象	訓練主軸
Visionary Leader 高階主管/事業單位主管	建立策略性經營規則與佈局思維,發展組織領導力與文化環境塑造之能力
Strategic Leader 中階主管	著重部門策略目標規劃與執行,發展承接與落實高層策略目標之能力
Action Leader 基層主管	培養管理與領導實務技巧,帶領團隊完成上層主管交辦之任務目標
Fresh Leader 潛任人力 / 新任主管	啟發管理意識與觀念,賦予基礎管理知識與領導全貌之認識與了解



自 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，除提供員工全面性訓練發展，面對外在不確定性，組織人才面臨到接班或派任挑戰，必須將其人才梯隊建立，以此降低人才缺口與接班風險。

對此，公司開始建構潛力菁英人才發展專案，由各單位最高主管定義潛力人才，並依此建立潛力人才資料庫，以利後續相關管理職缺派任有所可即時補上，後續也會針對每位人才自身認知所需，每半年進行一次個人發展計畫設定。

執行方式：

- 1 建構核心管理職能體系。
- 2 潛力人才庫建構：由一級單位最高主管確認該單位潛力人才名單，並就目前核心職能發展狀態給於評核，分析其職能強弱項與未來發展方向。
- 3 按人才過往績效表現、測評結果、未來潛力與個人發展意願，評估該人才個人定位落點。
- 4 按不同層級之管理職位的 3P(前瞻 / 人際 / 專業) 職能需求，並參照如上第 (2)、(3) 點，與當事人及其主管共同制訂個人發展計畫 (Individual Development Plan, IDP)。
- 5 透過 3E (歷練學習 / 交流指導 / 培訓) model 及職務輪調方式落實人才個人發展計畫。

永續經營不僅是在產品的創新及流程持續改善，更需組織像有機體一樣，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。

4. 事業單位關鍵人才發展計畫

鑑於外部環境競爭激烈，產品經理、行銷業務等人才在公司中扮演關鍵性角色。作為科技品牌公司，我們專注於提升產品經理、行銷業務等人才的專業技能，以開發出更貼近消費者之產品及將我們的產品行銷至全球。2024 年優化專業能力發展藍圖，並依據各層級所需之專業能力制定訓練發展計畫，發展計畫包括專案管理、商業簡報技巧、顧客關係經營、策略銷售技巧等重點課程，以持續強化關鍵職位人才之產品設計、顧客關係與產品銷售等能力。2024 年針對行銷業務團隊發展計畫參加人數達 42 人次，培訓總時數達 288 小時。





5.5 健康職場與社區關係

5.5.1 健康職場

健康的員工不僅能提升工作效率，更能夠穩定企業的長期發展，明基電通始終將員工健康視為企業文化的重要核心，致力於提供全面且系統性的健康管理服務。並依照員工健檢資料分析為依據，規劃多樣化的健康活動，並透過「六大健康促進介面」來打造健康安心職場。

明基電通的健康管理 - 六大健康促進介面





維力門診 (職場健康照護)

提供便捷的健康檢查與診療服務，依據員工的健檢報告進行風險評估，及時發現潛在健康問題，為員工提供個性化健康建議。

- ① 建立健康臨場服務：職安訪查，落實職業災害之預防防治，降低職業災害發生率。
- ② 健康風險評估

針對員工健康風險部分，我們每年採用 Framingham Cardiac Risk Score 評估工具進行評估，依照年齡、膽固醇、高密度膽固醇、血壓、糖尿病、吸菸等六項指標，評估未來十年可能罹患缺血性心臟病的風險族群。針對高度 (>20%) 風險者，定期電話訪談，並發出健康通知信件，確定該高風險的同仁有確實就醫和服藥控制中另也同步安排廠醫健康關懷追蹤；針對年度健檢報告前三大健康風險，來規劃一系列的健康促進活動，如防癌篩檢、運動健身、疾病新知、營養相關講座與活動，讓同仁參與。

2024 年經評估健康風險族群分布如下：

健康風險程度	健康分布狀態 (%)	管理措施
低度 (<10%)	96.6	提供健康衛教宣導 / 相關健康促進活動
中度 (10-20%)	3.1	* 提醒風險等級 * 主動提供衛教關懷 * 安排健檢 3 個月後的複檢追蹤提醒 * 提供相關的健促活動
高度 (>20%)	0.3	* 提供職醫的健檢總評建議 * 員工有自行定期就醫 (100% 定期就醫追蹤)

截至目前為止明基電通並未發生因工作上原因而造成職業病之實例，明基電通僱員亦沒有從事任何具有高風險或高特定疾病發生率的工作。

育兒與母性保護

- 母乳推廣：自 2007 年起，明基電通積極推動職場母乳政策，為職場媽媽設置專門集乳室，讓她們能在工作中安心集乳。公司提供全面的育兒支持與母性保護政策，關懷孕婦及哺乳期間員工。2024 年，共有 8 位員工受惠，我們亦針對高風險員工進行健康評估，並採取相應的預防與健康促進措施。
- 育兒津貼：為體恤新生兒家庭在生育過程中的辛勞並有效紓解育兒負擔，明基電通於 2023 年推出了針對 0 至 6 歲幼兒的育兒津貼計畫，每位員工可獲得每胎每年 30,000 元的津貼。此舉旨在支持在職同仁平衡工作與家庭生活，創造一個更加友善的家庭職場環境。2024 年有 116 位明基電通寶實受惠，彰顯公司對員工家庭的關懷與支持。

疾病防制與關懷

疾病防制作為健康促進計畫的重中之重，維力中心積極開展疾病預防與健康教育活動，提升員工的健康意識：

- 每年舉辦優於法規的員工健檢、防癌篩檢、健康講座、疫苗接種等預防性健康活動，並針對時下流行的傳染性疾病進行宣導。
 - ✓ 特殊健康新知推廣：每月發佈心靈短文，不定時衛教公告分享內容涵蓋防疫、食安與傳染性疾病（如麻疹）等，通過，共發佈 15 篇。
 - ✓ 女性關懷：舉辦女性健康與防身安全講座，共吸引 257 位員工參加，滿意度達 4.7 分（滿分 5 分）。
- 心理疾病防治：為重視同仁職場生活壓力，2012 起推廣感動心服務 - 員工協助方案後，設置免費 0800 專線讓同仁免費進線使用，另有每人免費六次的面對面心理諮商福利。
- 持續推動主管溝通關懷技巧課程，並設立壓力安全網——EAP 主管守門員計畫，針對中階主管進行專業訓練，共有 240 人參與，完成率達 100%。此計畫幫助主管及時了解並關懷員工的職場互動情況，確保異常情況能夠及時回報並處理。



急傷患處置

設有急救設施與專業急救訓練，確保在工作環境中出現意外情況時能夠迅速有效地提供救治，提供常見一般疾病（如抽筋、流鼻血）及意外事故（如切割傷、溺水休克）之急救訓練方式。如：新人教育訓練、急救執照認證課程、緊急事件處理課程等。

推廣安心職場為目標，CPR 全員調訓展開 - 2024 CPR+AED 訓練共 37 人，全員訓練達 6%。

2025 目標救護生命，一個不能少！全員完訓 100%

健康管理追蹤

- 年度健檢之重大異常個案，100% 追蹤，並提醒服藥就醫的重要性
- 依照同仁之健檢資料，利用電子化的健康管理系統辨識健檢報告中屬於異常項目，並且透過群組方式提醒員工，近一步安排員工與駐廠醫師進行諮商面談，協助員工了解身體狀況，提供後續醫療諮詢之服務。
- 採 ATPIII Framingham 的冠心病模型 (Framingham Risk Score) 評估 10 年內發生缺血性心臟病的機會風險，篩出中高風險族群予以電訪和健康衛教；並於該族群中完成 70% 之亞健康族群之衛教和追蹤率並確保個人隱私。

樂活活動

為了提升員工的整體福祉，維力中心於 2024 年成功獲得衛生福利部國民健康署頒發的「健康職場認證」，並致力於持續營造健康的工作環境。維力中心深信，健康的員工能夠提高工作效率，增強企業的整體發展潛力，因此我們將推動一系列多元化的健康促進活動，全面關注員工的身心健康，實現工作與生活的健康平衡，相關活動列表如下呈現

樂活活動列表呈現

活動名稱	活動內容
捐血活動	鼓勵員工積極參與社會公益活動，並同時關心自身的健康，共 2 場，捐出 48,250cc 熱血
母性保護講座 - 全面認識婦科疾病	• 關愛女性員工的身心健康，尤其是在孕期及產後期間的特殊需求。 • 全面認識婦科疾病，共 2 場，137 人次，滿意度高達 :4.7 分 (滿分 5 分)
母性保護講座 - 女子防身術	教導同仁遇到攻擊的時候逃脫術應用和面對陌生人跟熟人的不同情境跟處理方式 - 共 2 場，120 人次，滿意度高達 4.7 分 (滿分 5 分)
健康飲食與營養講座 - 食在享瘦	推動健康飲食習慣，幫助員工建立合理飲食觀念。共 2 場，195 人次
員工健康檢查 - 員工健檢	提供員工每年健康檢查服務，參與率 95%，健檢項目優於法規（包含腹部超音波 / 防癌檢測 / 甲狀腺檢查等），讓員工可透過每年的健檢報告了解自身健康狀況和趨勢。
員工特殊健康檢查 - 防癌篩檢	安排員工定期進行防癌篩檢，提高早期發現癌症的機會。共 1 場，78 人次參與。
疫苗接種	定期提供流感疫苗接種，保障員工免受疾病困擾，共 1 場，123 人次參與。
CPR 全員調訓展開	員工參加心肺復甦術 (CPR) 等急救技能訓練，增強應急處置能力。 推廣安心職場為目標，CPR 全員調訓展開 - 2024 CPR+AED 訓練共 37 人，全員訓練達 6%。 2025 目標救護生命，一個不能少！全員完訓 100%



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。為提供哺集乳媽咪優質的哺集乳環境，設置溫馨安全的哺集乳室，於 2010 年開始皆被台北市衛生局評選為優良哺集乳室，更在 2023 年獲選為「特優」哺集乳室。

明基電通近年來榮獲之相關獎項及事蹟如下：

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

2020-2022 年台北市優良集乳

2023-2026 年台北市特優哺集乳室



5.5.2 社區關係

明基電通致力於「親善大地」、「關懷社會」，以實現「從科技影響力出發，實踐偏鄉社會共榮」的承諾，多年來提供身障人士就業機會，每年響應內科捐血活動，並於節日贈送村里平安箱給低收入戶，公司內提供公益團體擺攤販售，贈禮特別挑選弱勢團體製作的相關產品發送給同仁，同時積極投入減碳行動與物資捐贈，實踐企業社會責任，期望結合企業核心能力，培養優秀人才達到社會永續發展。

2024 年執行成效如下：

- 中元節提供村里平安箱給低收入戶。
- 舉辦 4 場公益團體特賣活動。
- 提供身障弱勢人士就業機會，共聘僱 5 位身障人士。
- 舉辦 2 場公益捐血活動，共 128 人參與，捐得 193 袋共 48,250 cc 血量。
- 舉辦 1 場淨溪活動，共清出 40 公斤垃圾，另回收 40 件舊衣。
- 舉辦 2 場公益 DIY 活動，共減少 3,000 公斤的碳排，回收 160 張皮革，捐出 1,000 張發票。
- 2024 年與 2 間公益團體（育成社會福利基金會、雲林縣聽語障福利協進會）合作，扶助公益團體，增加產品販售機會。
- 舉辦 1 場植樹節活動，累積發放 2,400 株盆栽，減碳 0.2 噸。
- 舉辦時長 1 個月的「ESG 減碳手冊」的減碳活動，同仁累積減碳 2,650 公斤。
- 舉辦 3 場志工日活動，志工累積 106 人次。
- 與公益團體（桃園教養院、舊鞋救命國際基督關懷協會）合作，舉辦 2 場物資捐贈活動。



5.6 職業安全衛生管理

管理方針

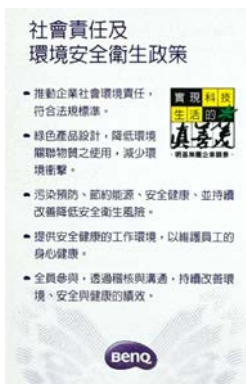
明基電通致力於提供安全健康的工作環境，維護員工身心健康，同時藉由全員參與，透過稽核與溝通，持續改善降低安全衛生風險與提升績效，作為永續發展目標。

2024 年目標與結果

項目	目標	績效
公司全年度零職災、零火災	0	達標

2025 年目標

項目	目標
公司全年度零職災、零火災	



明基電通電通社會責任及環境安全衛生政策

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。



官網政策承諾

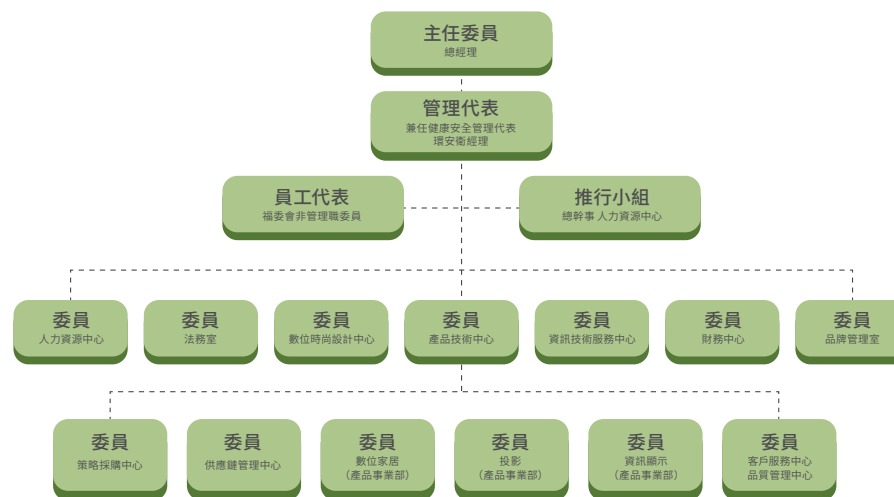
管理方針

- 內部審視及檢討並進行改善，增進員工權益
- 積極持續改善以維護安全健康
- 遵循政府頒布法令、標準，並滿足客戶要求
- 推動宣導安全與衛生之重要性，使員工充分認知進而落實

5.6.1 職業安全衛生組織與責任

本公司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職業安全事務之管理，且依據公司組織成立推行小組。

職業安全衛生執行策略方向由總經理制訂，接續由管理代表及推行小組進行詳細的規劃與落實執行，透過定期舉行管理審查會議，讓各委員掌握執行績效，並提出未來的重點方向。



社會責任暨環境安全衛生管理委員會組織圖



5.6.2 職安驗證與監測

明基電通總部導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，並順利通過第三方獨立機構之驗證；目前就管理措施監測有效性方式，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。
- 每年邀請第三者驗證單位進行外部稽核。
- 要求供應商、承攬商配合，共同重視且致力於職業安全衛生之維護。
- 每半年辦理勞工作業環境監測，掌握勞工作業環境狀態，保障同仁作業安全與健康。
- 依法定規定頻率執行自動檢查計畫，確保設備安全運作。
- 定期辦理在職安全衛生教育訓練及消防逃生演練，提升員工安全及消防認知。

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 2024 年平均之工傷率為 0 件 / 百萬工時，職業病發生率亦為 0。



安全衛生管理績效之比較表

項目	2021 年			2022 年			2023 年			2024 年		
	男	女	總和	男	女	總和	男	女	總和	男	女	總和
失能傷害頻率 (FR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
損工日數率 (LDR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
職業病率 (ODR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
因公死亡事故總數	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

註 1：失能傷害頻率 (FR; Disabling Frequency Rate) = 職災件數 × 200,000 * / 總經歷工時 (*：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。)

註 2：損工日數率 (LDR; Lost Day Rate) = 總損失工作日 × 200,000 / 總經歷工時數

註 3：職業病率 (ODR; Occupational Diseases Rate) = 職業病總數 × 200,000 / 總經歷工時

註 4：職業災害指勞工因執行職務而導致死亡、永久全失能、永久部分失能、暫時全失能等傷害或疾病且損失日數達一日以上之案例 (包含上、下班之交通事故)。

註 5：職業病指因執行職務長期暴露於化學性、物理性、生物性、人因性以及社會心理性等危害因子，導致身體產生疾病，並經由職業專科醫師診斷或由主管機關鑑定屬職業病者。



ISO 45001 證書



5.7 人與土地之美 明基文教基金會

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科技捐助成立)。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臺灣之美，傳達真實、親善、美麗的感動。

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「親善大地」、「邁向數位平權」、「培養老實聰明人」、「提昇原創文化價值」四大主軸，結合企業核心能力，致力關注聯合國永續發展目標，針對消除貧窮 (SDG1)、終結飢餓 (SDG2)、健康與福祉 (SDG3)、優質教育 (SDG4)、性別平權 (SDG5)、就業與經濟成長 (SDG8)、永續城鄉 (SDG11)、責任消費及生產 (SDG12)、永續海洋 (SDG14)、多元夥伴 (SDG17) 等議題，投入環境永續、數位平權、良善教育、文化價值四大目標，提出重點可對應作為，循線重新檢視專案指標與永續的強連結處，並在利害關係人的議和，帶入環境保護 (E, Environmental)、社會責任 (S, Social) 與公司治理 (G, Governance) 全面性討論，以期有效聚焦集團公民群體的永續意識，向外促進社群正向力量，對內深化集團企業文化，藉此培育優秀人才，並且形塑良善的社會公民。

5.7.1 2024 年 ESG 效益

E 環境保護

長期投入稻田認養友善契作，2008 年至 2024 年，協作全台優良農田契作面積逾 120.5 公頃，鼓勵集團員購小農產品，促進偏鄉綠食經濟年度金額逾 735 萬元，持續進行苗南海岸淨灘行動，帶領集團志工前往苑裡海岸淨灘，關注影響環境的海洋廢棄物議題，從地方團體角度學習與海共生的思維態度，配合「ICC 國際淨灘行動」上傳 2,160 公斤海洋廢棄物分類重量，作為長期累積的監測數據。

關注環境議題，企業對於其業務活動連動對自然環境的影響必須承擔責任，今年執行新專案「維護生物多樣性暨 TNFD 輔導」，協力國立中興大學水土保持學系專案合作，於長期契作的新竹縣橫山鄉茶園、彰化縣溪州鄉純園，進行生態盤查及土壤採樣調查，依循自然相關財務揭露工作小組 (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures, TNFD) 建議之框架，在商業運營中融入生物多樣性的保護與可持續性，從而提高企業的長期價值和競爭力。

S 社會責任

參照聯合國永續發展目標 (SDGs)，明基基金會扮演集團城鄉交流橋樑，在偏鄉地區發揮科技影響力，挹注資訊、文化多元的優良教育，影響民眾數位應用方式與能力，深度陪伴城鄉交流成長。基金會藉由品牌培力概念，協力鄉鎮農業工藝發展轉型數位行銷，鼓勵女性職人微型網售創業，強調支持糧食安全，從食源開始推展負責任的綠食經濟。

多年深耕偏鄉數位共融與培力，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，2021 年榮獲 TCSA 臺灣企業永續獎「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)，同時，深耕 17 年的教育部「數位機會中心輔導計畫」，以「創建社區永續：百年石牆村 數位共榮新典範」榮獲 2021 年首屆「TSAA 臺灣永續行動獎 — 銅獎」；2022 年「復興茶路建立地方品牌《沙坑紅寶》豐富社區產業」榮獲「TSAA 臺灣永續行動獎 — 金獎」；2023 年「DOC 志工小旅行 旅行志工永續城鄉價值」榮獲「TSAA 臺灣永續行動獎 — 金獎」；2024 年「小農職人永續家園經濟」榮獲「TSAA 臺灣永續行動獎 — 金獎」。長期社會共伴共學共好模組，外部社群活動彙整統計為資訊課程、保健講座、志工活動和校園講座等共 202 場、相關數位教育培育專案及志工服務受益人次計 40,377 人次，其中專業服務如聽力保健、藥師線上講座服務 65 歲以上的樂齡為 1,075 人次。



G 公司治理

明基基金會協力供應商管理部門，辦理 2024「佳世達集團供應商大會」，聚焦永續發展趨勢和全球供應鏈重組的挑戰，號召 275 家供應商，共計海內外超過 500 位夥伴以實體和線上方式參與，與會企業總市值超過 1 兆美元，藉由學者專家主題講演傳達國際趨勢與永續發展策略，重視內部溝通與治理運作，協力打造韌性供應鏈，持續擴大集團影響力量。

匯集多年耕耘，明基基金會重新定位 ESG 擴散平臺角色，強化集團企業公民文化及永續影響生態的養成，持續透過「親善大地」、「邁向數位平權」、「培養老實聰明人」及「提昇原創文化價值」四大主軸專案，傳達真實親善美麗的感動。

2024 明基基金會專案執行

年度績效			
活動辦理 202 場	40,377 人次	1,075 人次	735 萬元
資訊課程、保健講座、志工活動、校園講座	數位教育培育專案、志工服務受益人次	聽力保健、健康講座、高齡長者服務人次	友善契作、責任消費、產地旅行帶動綠色經濟

公益主軸	協助對象	問題觀察	社會影響行動
- 親善大地 - 邁向數位平權 - 培養老實聰明人 - 提升原創文化價值	- 友善生產者／NGO 工作者 - 在地小農商家 - 高齡長者及原住民、新住民 - 小學、高中職、大學學生 - 偏鄉學校師生 - 集團員工 - 供應鏈夥伴	- 環境惡化與農村困境 - 城鄉數位落差，資訊教育不均 - 偏鄉醫療可近性低，民眾普遍缺乏衛教知識 - 跨領域學習的探究精神與經驗較少 - 公共空間缺少文化氣息與藝術美感之環境體驗 - 供應鏈夥伴之環境與社會責任意識有待提升	- 關注環境議題、媒合志工服務，強化員工企業永續文化 - 提供偏鄉資訊學習資源，促進終身學習與數位素養提升 - 協力集團公司挹注醫療資源，進行衛教講座，提供諮詢管道 - 提供主題講座及營隊體驗，啟發青年及學童創意思考 - 推展藝術展演，促進空間美學與員工藝術素養 - 強化供應鏈韌性與競合能力，齊心減碳永續營運



5.7.2 環境友善美好共生

SDGs 連結

對應項目	基金會對應作為	親善大地		邁向數位平權		培養老實聰明人		提昇原創文化價值	
		「DOC 志工小旅行」	「友善耕作」稻田契作	ESG 永續行動工作坊	教育部「新竹縣及苗栗縣數位機會中心輔導計畫」	BenQ 親善學堂—智能助聽好聲音	BenQ 老實聰明體驗營	BenQ 夢想行動校園講座	BenQ 國際雕塑營
SDG2 消除飢餓	確保糧食安全 消除飢餓，促進永續農業 - 參照行政院農業委員會農糧署「有機農業及友善耕作」規範原則契作農田，確保土地環境生態保持，維持每年契作面積共 10 公頃，累積擴增地方友善耕作面積。 - 鼓勵在地採購友善耕作農產品，挹注企業資源協力規劃員工稻田認養、農產認購和農務體驗活動，帶動集團同仁親近綠色產地，促成永續農業經濟循環。 - 捐助弱勢團體、樂齡關懷據點友善耕作好米，確保享有安全健康的米糧。	V	V		V				
SDG3 促進健康福祉	確保及促進各年齡層健康生活與福祉 協力明基健康生活、虹韻助聽器，將集團醫療專才與偏鄉社區潛在需求者對接，進行「健康在線上」遠端分享醫療保健知識、「BenQ 親善學堂—智能助聽好聲音」聽力篩檢保健衛教課程，促進民眾提升預防保健知能。			V	V				



		親善大地			邁向數位平權		培養老實聰明人		提昇原創文化價值
對應項目	基金會對應作為	「DOC 志工小旅行」	「友善耕作」稻田契作	ESG 永續行動工作坊	教育部「新竹縣及苗栗縣數位機會中心輔導計畫」	BenQ 親善學堂—智能助聽好聲音	BenQ 老實聰明體驗營	BenQ 夢想行動校園講座	BenQ 國際雕塑營
SDG4 優質教育	確保有教無類、公平以及高品質的教育，及提倡終身學習 - 全民資通訊教育：依循國家數位發展政策，借重集團資通訊及品牌專業能力，針對竹苗地區全民、新住民、原住民高齡等需求群眾，提供科技生活、保健應用、設計行銷等多面向的數位知能教育，消弭城鄉數位落差。 - 國小資通訊觸及：邀集教育學者與研發團隊，參照教學現場趨勢，活用科學知識、操作 AR 及 VR 設備，並以產品應用的探究，觸發國小學童創意思考及軟硬體的應用能力。 - 高中職職涯正向培力：邀請各領域典範青年擔任講者，分享實踐過程展現堅持韌性，啟發更多高中青年的夢想力。 - 藝術文化推廣：搭建藝術交流平台，自 2010 年起持續籌辦六屆「BenQ 國際雕塑營」，徵選邀請國內外藝術家現地創作，於國際藝術界建立美好的臺灣經驗和形象，為臺灣留下 90 件雕塑瑰寶。並於 2021 年起為集團公司打造公共藝術場域，安排雕塑模型作品集團公司展覽。				V	V	V	V	V
SDG5 性別平等	實現性別平等，並賦予婦女權力 - 開設婦女專班，保障女性學習權益。 - 鼓勵婦女職人加強資通訊能力，透過網路行銷增進經濟收入。				V				



對應項目	基金會對應作為	親善大地			邁向數位平權		培養老實聰明人		提昇原創文化價值
		「DOC 志工小旅行」	「友善耕作」稻田契作	ESG 永續行動工作坊	教育部「新竹縣及苗栗縣數位機會中心輔導計畫」	BenQ 親善學堂—智能助聽好聲音	BenQ 老實聰明體驗營	BenQ 夢想行動校園講座	BenQ 國際雕塑營
SDG8 就業與經濟成長	促進包容且永續的經濟成長，讓每個人都有一份好工作 - 影像紀錄友善耕作農友、小農職人、百工職人，建立網路行銷平台。 - 透過契作認養、市集展銷、農產員購、志工旅行和集團公關品採購等方式，每年平均促進偏鄉農業經濟逾 600 萬元，並保障契作單位約 5.5 個專職人力投入友善農業。	V	V		V				
SDG11 永續城鄉	建構具包容、安全、韌性及永續特質的城市與鄉村 - 以永續旅遊準則為基礎，與利害關係人社區團體討論符合在地經濟效益、文化轉譯、環境永續的勞動服務行旅。 - 合併志工服務與遊程體驗，擔任企業和外部社區的媒合橋樑，透過志工服務實地走訪，加強兩造之間正向連結，同時促進社區 PDCA 循環改進動能。	V	V		V				
SDG 12 責任消費及生產	促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式 - 集團同仁以志工假或假日參與勞作服務，協助農務採收、海岸淨灘。 - 支持在地採購友善耕作農產品，規劃員工農產團購和農務體驗活動，促成永續循環經濟。	V	V		V				



		親善大地		邁向數位平權		培養老實聰明人		提昇原創文化價值	
對應項目	基金會對應作為	「DOC 志工小旅行」	「友善耕作」稻田契作	ESG 永續行動工作坊	教育部「新竹縣及苗栗縣數位機會中心輔導計畫」	BenQ 親善學堂—智能助聽好聲音	BenQ 老實聰明體驗營	BenQ 夢想行動校園講座	BenQ 國際雕塑營
SDG14 永續海洋	環境保育及永續利用海洋生態系，以確保生物多樣性並防止海洋環境劣化 - 與苗栗海岸鄉鎮合作，協力地方夥伴淨灘，並將垃圾分類紀錄上傳「ICC 國際淨灘行動」統計，落實參與公民科學運動。 - 盤點海岸社會團體夥伴關心議題，導入數位紀錄能力，協力傳播急迫的海洋保育議題。	V			V				
SDG17 多元夥伴	建立多元夥伴關係，協力促進永續願景 - 規劃年度 ESG 通識課程，培力多元夥伴溝通的永續共同語言。 - 鼓勵竹苗數位機會中心夥伴，以永續目標重新盤點並檢視規劃地方經濟發展、人文保存、自然環境永續 ESG 三面向資源及對應目標。 - 配合公司淨零減碳目標，針對供應鏈及集團公司導入 ISO 14064-1:2018 標準驗證課程，協力培育集團永續人才，並落實法遵及淨零減碳策略執行。			V	V				



5.7.3 親善大地

解決的問題

確保糧食安全，促進永續農業促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式，建構具包容、安全、韌性及永續特質的城市與鄉村保育及永續利用海洋生態系，以確保生物多樣性並防止海洋環境劣化，建立多元夥伴關係，協力促進永續願景，加強永續發展政策一致性

聯合國永續發展目標

SDG2 消除飢餓、SDG8 就業與經濟成長、SDG11 永續城鄉、SDG12 責任消費及生產、SDG14 永續海洋

我們的角色

長期契作成為穩定支持友善耕作農友的力量：參照行政院農業委員會農糧署「有機農業及友善耕作」規範原則契作農田，確保土地環境生態保持，實質影響地方擴增友善耕作面積。在地永續飲食的倡議者鼓勵在地採購友善耕作農產品，挹注企業資源協力規劃員工稻田認養、農產認購和農務體驗活動，帶動集團同仁親近綠色產地，促成永續農業經濟循環。透過契作認養、市集展銷、農產員購、志工旅行和集團公關品採購等方式，確保偏鄉農業穩定銷售。促進城鄉文化交流的推手，以永續旅遊準則為基礎，與利害關係人社區團體討論符合在地經濟效益、文化轉譯、環境永續的勞動服務行旅。擔任企業和外部社區的媒合橋梁，加強兩造之間正向連結，促進社區觀光 PDCA 循環改進動能。

成為苗南海岸環境工作團體的協力夥伴，盤點海岸社會團體關心議題，導入數位紀錄協力傳播急迫的海洋保育議題。與苗南海岸鄉鎮合作，協力地方夥伴淨灘，並將垃圾分類紀錄上傳「ICC 國際淨灘行動」統計，落實參與公民科學運動。

集團 ESG 擴散平臺，凝聚集團公民夥伴的永續方向，規劃年度 ESG 通識課程，培力多元夥伴溝通的永續共同語言。配合公司淨零減碳目標，針對供應鏈及集團公司導入 ISO 14064-1:2018 標準驗證課程，協力培育集團永續人才，並落實法遵及淨零減碳策略執行。

認養「農村發展及水土保持署」0.6 公頃九份二山暨種瓜坑溪復育工程綠帶，九份二山為 921 地震重災區，今年適逢 921 地震 25 週年，辦理認養儀式暨集團植樹活動，走訪地震紀念園區暨災後重建典範「桃米社區」，體認防災教育及環境復育之重要，9 家集團公司 101 位同仁參與；同時，認養種瓜坑溪復育工區緩衝綠帶，減法工程拆除舊有混凝土護岸，營造緩衝綠帶及水砂溢淹空間，以「溪流復野」為核心，沿岸植樹造林，整地植樹栽培復育野溪生態，自然解方（Nature-based Solutions, NbS）達成共容共生目標，符應聯合國永續目標守護陸域生態，支持集團社會環境減碳路徑。

協力國立中興大學水土保持學系專案合作，於長期契作的新竹縣橫山鄉茶園、彰化縣溪州鄉純園，進行生態盤查及土壤採樣調查，依循自然相關財務揭露工作小組（Task force on Nature-related Financial Disclosures, TNFD）建議之框架，向大眾揭露企業面對自然風險之韌性與機會管理，以因應社會對於永續發展之期待。

年度盤查結果，橫山友善耕作茶園具有顯著之生物多樣性，內部區域 58 種，外部及邊緣區域 37 種，營造生物友善棲息環境，維持平衡的茶園生態系，促進多樣性與完整性的食物鏈。

溪州友善耕作稻田，除了顯著之生物多樣性，維持作物產量並且提高土壤長期肥力，每公頃田區相較於慣行農法可多儲存約 40 公噸碳匯。實施友善耕作田區，有機碳含量普遍較實施慣行農法之田區高逾 50%。



我們的行動

「DOC 志工小旅行」、「友善耕作」稻田契作：

稻田契作長期支持新竹北埔「南埔社區」和彰化溪州「尚水米」，年耕種 10 公頃稻田，保障農業夥伴 31 人勞動工作者。

協力 12 個地方文化團體合作（苑裡 DOC、社團法人海線一家親環保協會、心雕居、臺灣蘭草學會、橫山 DOC、關西 DOC、下橫坑文化產業發展協會、銅鑼 DOC、銅鑼灣創生發展協會、秋美人杭菊烘焙中心、南埔社區發展協會、溪州尚水農產股份有限公司），設計低碳人文環境教育活動 6 場，包含苗栗苑裡海岸淨灘勞作 1 場、新竹橫山、關西，苗栗苑裡、銅鑼，彰化溪州 5 場農務勞作服務。

媒合集團及社區志工共 461 人次，集團志工眷屬服務為 345 人次，共 2,076 小時。

- 集團 ESG 永續行動工作坊：

辦理「佳世達集團供應商大會」，275 家供應商逾 500 位供應鏈夥伴參與，表揚 31 家績優供應商。

辦理集團培訓專班：「ESG 永續策略工坊」，19 家公司參 60 人參與培訓；「永續管理師證照培訓專班」（第二梯次），62 人完成培訓及通過認證；「淨零管理師證照培訓班」，38 人完成培訓及通過認證；「產品碳足跡攻略研習班」2 梯次，共 113 家供應商參與培訓；「溫室氣體盤查供應商培訓專班」（英文場），19 家供應商參加。

- 集團植樹造林：

認養「農村發展及水土保持署」0.6 公頃九份二山暨種瓜坑溪復育工程綠帶，於 921 地震重災區減法工程拆辦理認養儀式暨集團植樹活動；種瓜坑溪復育工區進行減法工程，拆除原有混凝土護岸，營造緩衝綠帶及水砂溢淹空間，以「溪流復野」為核心，沿岸植樹造林，以自然解方（Nature-based Solutions, NbS）達成共生目標。

今年適逢 921 地震 25 週年，辦理認養儀式暨集團植樹活動，走訪地震紀念園區暨災後重建典範「桃米社區」，體認防災教育及環境復育之重要性，共計 9 家集團公司 101 位同仁參與。

- 維護生物多樣性暨 TNFD 輔導：

協力國立中興大學水土保持學系專案合作，於長期契作的新竹縣橫山鄉茶園、彰化縣溪州鄉純園，進行生態盤查及土壤採樣調查，依循自然相關財務揭露工作小組（Task force on Nature-related Financial Disclosures, TNFD）建議之框架，向大眾揭露企業面對自然風險之韌性與機會管理，以因應社會對於永續發展之期待。

年度盤查結果，橫山友善耕作茶園具有顯著之生物多樣性，能促進生物多樣性與完整性的食物鏈；溪州友善耕作稻田，除了顯著之生物多樣性，維持作物產量並且提高土壤長期肥力，每公頃田區相較於慣行農法可多儲存約 40 公噸碳匯。

攜手利害關係人

政府單位、專家學者、社區團體、農業職人、供應商、集團員工

1. 「DOC 志工小旅行」

2013 年至 2024 年，連續 12 年深耕「DOC 志工小旅行」，導入永續旅遊概念，與利害關係人社區團體討論符合在地經濟效益、文化轉譯、環境永續的勞動服務行旅，協力小農建立連結地方、志工與 DOC 的行走與流汗體驗模

式。號召集團員工與親友至產地參與農務採收、苗南海岸淨灘，走入田園、山間、海域，以探索精神結合大地勞作服務情懷。



	2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023		2024		總計
	企業志工	社區志工	企業志工	社區志工	企業志工	社區志工	企業志工	社區志工	企業志工	社區志工	企業志工	社區志工	企業志工	社區志工	企業志工	社區志工	
淨灘											125	59	46	15	26	13	284
農務	227	35	382	49	340	156	250	75	224	52	105	54	213	63	204	42	2471
總計	262		431		496		325		276		343		337		285		2755



「DOC 志工小旅行」集團大地志工勞動服務，體會流汗與行走的意義



2. 「友善耕作」稻田契作

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」核心價值。

明基基金會連續 17(2008-2024) 年契作稻田，認養足跡遍佈島嶼北、中、南、東部，支持臺灣農友善耕理念，累積稻田契作面積達 120.5 公頃。

2024 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，兩期稻作豐收「米禮盒」與集團同仁分享，同時公益捐贈 27 單位弱勢團體，兩期稻作共捐 2,694 公斤，鼓勵種好米、吃安全好米；藉由秋收割稻勞作，帶領集團志工走入土地，親炙農務勞動、學習農業知識，彎腰揮汗割稻，體驗農民耕作辛勞，以行動凝鍊對友善土地的認同，具體實踐「親善大地」核心價值。

	2017	2018		2019		2020		2021		2022		2023		2024		總計
		企業 志工	社區 志工	企業 志工	社區 志工	企業 志工	社區 志工	企業 志工	社區 志工	企業 志工	社區 志工	企業 志工	社區 志工	企業 志工	社區 志工	
面積 / 公頃	50.5	10		10		10		10		10		10		10		120.5
志工 / 人數		109	40	145	25	200	23	102	30	147	31	140	20	115	23	1150
總計		149		170		223		132		178		160		138		1150



「友善契作」彰化溪州秋收割稻勞作，集團志工以實際行動關懷土地



3. ESG 永續行動工作坊

自 2022 年起，明基基金會開展「ESG 永續行動工作坊」，致力協助集團員工與供應鏈，將「永續」從概念思考到實戰行動。2024 年協力天下永續會舉辦「ESG 永續策略工作坊」，匯集產業界、學術界與科研機構之永續專業師資，引路集團永續工作同仁們，激盪思考創造正向價值，鍛鍊永續轉型的策略思維，共 19 家公司參 60 人參與培訓；協力臺灣永續能源研究基金會 (TAISE) 辦理第二梯次「永續管理師證照培訓班」，並首次開設「淨零管理師證照培訓班」。二大培訓班課程涵蓋 ESG 及淨零碳排的系統化學習，結合實

務案例演練與考證驗收，合計 62 名同仁獲得永續管理師證書、38 名同仁通過淨零管理師認證。

協助供應鏈夥伴瞭解全球減碳趨勢、強化供應鏈協作，掌握碳足跡盤查的實務操作，辦理二梯次「產品碳足跡攻略研習班」，共 113 家供應商參與培訓，「溫室氣體盤查供應商培訓專班」（英文場），19 家供應商參加。「佳世達集團供應商大會」，共 275 家供應商逾 500 位供應鏈夥伴參與，表揚 31 家績優供應商、分享經濟趨勢與東協市場洞察，齊力打造永續韌性供應鏈。



「ESG 永續行動工作坊」共創集團與供應商永續價值鏈，齊力邁向淨零里程



4. 集團植樹造林

認養「農村發展及水土保持署」0.6 公頃九份二山暨種瓜坑溪復育工程綠帶，九份二山為 921 地震重災區，今年適逢 921 地震 25 週年，辦理認養儀式暨集團植樹活動，走訪地震紀念園區暨災後重建典範「桃米社區」，體認防災教育及環境復育之重要性，9 家集團公司 101 位同仁參與；同時，認養種瓜坑溪復育工區緩衝綠帶，減法工程拆除舊有混凝土護岸，營造緩衝綠帶及水砂溢淹空間，以「溪流復野」為核心，沿岸植樹造林，整地植樹栽培復育野溪生態，自然解方（Nature-based Solutions, NbS）達成共容共生目標，符應聯合國永續目標守護陸域生態，支持集團社會環境減碳路徑。



「集團植樹造林」認養種瓜坑溪復育工區緩衝綠，自然解方復育野溪生態



「集團植樹造林」九份二山植樹造林行動，連結人與環境永續共好

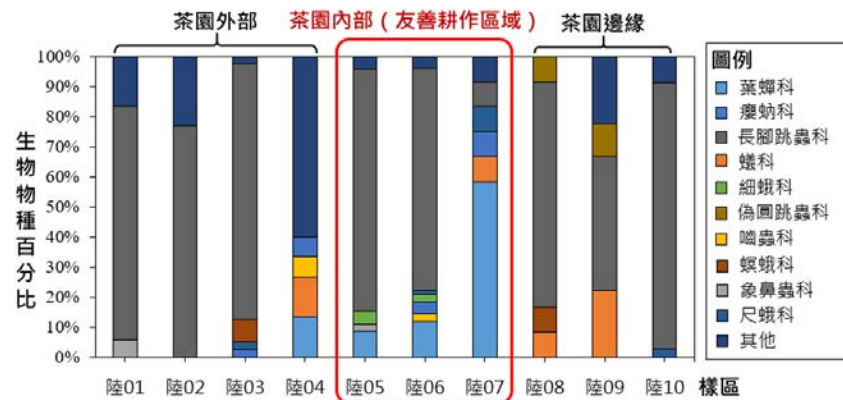


5. 維護生物多樣性暨 TNFD 輔導

協力國立中興大學水土保持學系專案合作，於長期契作的新竹縣橫山鄉茶園、彰化縣溪州鄉純園，進行生態盤查及土壤採樣調查，依循自然相關財務揭露工作小組 (Task force on Nature-related Financial Disclosures, TNFD) 建議之框架，向大眾揭露企業面對自然風險之韌性與機會管理，以因應社會對於永續發展之期待。

年度盤查結果，橫山友善耕作茶園具有顯著之生物多樣性，內部區域 58 種，外部及邊緣區域 37 種，營造生物友善棲息環境，維持平衡的茶園生態系，促進多樣性與完整性的食物鏈。

溪州友善耕作稻田，除了顯著之生物多樣性，維持作物產量並且提高土壤長期肥力，每公頃田區相較於慣行農法可多儲存約 40 公噸碳匯。實施友善耕作田區，有機碳含量普遍較實施慣行農法之田區高逾 50%。



「維護生物多樣性暨 TNFD 輔導」橫山沙坑茶園顯著之生物多樣性



「維護生物多樣性暨 TNFD 輔導」生態盤查及土壤採樣調查方法



「維護生物多樣性暨 TNFD 輔導」橫山沙坑茶園保育類動物分佈概況



「維護生物多樣性暨 TNFD 輔導」溪州尚水農田保育類動物分佈概況



5.7.4 邁向數位平權

解決的問題	確保及促進各年齡層健康生活與福祉確保有教無類、公平以及高品質的教育，提倡終身學習實現性別平等，並賦予婦女權力促進包容且永續的經濟成長，讓每個人都有一份好工作建構具包容、安全、韌性及永續特質的城市與鄉村促進綠色經濟，確保永續消費及生產模式保育及永續利用海洋生態系，以確保生物多樣性並防止海洋環境劣化建立多元夥伴關係，協力促進永續願景。
聯合國永續發展目標	SDG3 促進健康福祉、SDG4 優質教育、SDG5 性別平等、SDG8 就業與經濟成長、SDG11 永續城鄉、SDG12 責任消費及生產、SDG14 永續海洋、SDG17 多元夥伴。
我們的角色	以科技力量影響偏鄉資通訊教育，並確保年度婦女數位學習權益依循國家數位發展政策，借重集團資通訊及品牌專業能力，針對竹苗地區全民、新住民、原住民高齡等需求群眾，提供科技生活、保健應用、設計行銷等多面向的數位知能教育，消弭城鄉數位落差。開設婦女專班保障學習權益，鼓勵女性商家加入職人推薦，以加強資通訊能力，透過網路行銷增進經濟收入。 促進綠色經濟，永續循環的引路人，培力友善耕作農友、小農職人、百工職人建立網路平台資料及影像紀錄。透過契作、市集展銷、線上農產團購、志工旅行和集團公關品採購等方式，串聯城鄉消費交流，每年平均促進 DOC 偏鄉農業經濟逾 200 萬元。以永續旅遊準則為基礎，與利害關係人社區團體討論符合在地經濟效益、文化轉譯、環境永續的勞動服務旅行，合併集團志工服務，實踐地產地銷及 SDGs 目標。鼓勵竹苗數位機會中心夥伴們，以 SDGs 目標重新盤點規劃年度重點工作，對應經濟發展、人文保存、自然環境永續標竿。
我們的行動	明基基金會長期執行教育部「新竹縣及苗栗縣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、新住民的新興科技學習與數位素養提升。 以教育為本，連結經濟、文化、社會的核心執行策略，結合數位創意與品牌美學經驗，發展六大數位力量課程模組，引路偏鄉學員展開新興學習領域，以城鄉永續發展帶動竹苗偏鄉經濟成長。提升數位素養，社區數位應用教育，符合民眾資訊能力需求；行銷產業經濟，品牌美學設計導入，小農職人、百工職人建立行銷平台、影音紀錄、直播推廣等行銷能力；紀錄人文歷史，協作地方團體開發特色議題，積累延伸地方創生轉化能力。
攜手利害關係人	政府單位、專家學者、社區團體、農業職人、百工職人、集團員工、非營利組織。



1. 教育部「新竹縣及苗栗縣數位機會中心輔導計畫」(Digital Opportunity Center, DOC)

明基基金會長期執行教育部「新竹縣及苗栗縣數位機會中心輔導計畫」，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、新住民的新興科技學習與數位素養。

明基基金會經營成效與影響力：

明基基金會協力佳世達志工團隊力量，長年耕耘 DOC 並且建立深厚的夥伴關係，挖掘並累積地方經濟文化價值，透過數位加值邁向數位平權、促進地方產業發展，扶植地方創生、打造更平等和諧的社會。配合教育部第六期「數位共融及培力計畫」，加值服務規劃推動竹苗偏鄉的永續及數位發展，以城鄉永續發展、帶動偏鄉經濟成長為發展面向，建立永續的城鄉數位生態圈，促進城鄉共生發展，讓偏鄉得以成為各種創新實踐、傳統與新創匯聚交流的場域。

協助 DOC 執行最適宜在地發展的特色工作。於逐步積累的基礎上，統合地方需求與多元發展，一步一腳印協力地方成長，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 推展文化與特色，累積相當的成效。

2024 年於新竹縣、苗栗縣地區開設 558 小時資訊課程，以系統性課程建構完整的數位培力體系，致力於縮短因地區與年齡造成的數位落差，培育偏鄉數位人才，包含集團資源挹注課程《DOC 親善學堂—智能助聽好聲音》、《健康在線上》，帶動 2,787 位民眾參與數位學習。作為數位應用先驅者，明基基

金會思考如何在課程為學員民眾帶來創新、有趣的數位體驗，結合集團醫療和資通訊專才，不斷開創新課程內容，以擴大健康福祉及優質教育的影響力。擴大在地永續影響力，面對後疫情時代與數位浪潮轉型，以及元宇宙、生成式 AI 的快速發展，位於農漁村落與原民部落的竹苗 DOC 所在地，更需思考培養面對大環境變遷的韌性；2024 年以「打造永續城鄉數位生態系」為願景，規劃「智慧公民」、「家園經濟」及「文化續存」三大主軸發展，將數位教育融入永續議題，提升偏鄉應對全球永續發展趨勢的韌性。

「智慧公民」：培養民眾參與家鄉公共事務能力，提升資訊素養與科技倫理意識。

「家園經濟」：協助在地產業導入創新行銷，發展永續社區產業經營模式。

「文化續存」：運用新興科技活化在地文化資產，促進世代共學與文化承繼。

「智慧公民」針對中高齡推出行動數位生活、增進健康保健與資安意識、加強新興數位科技應用，共前往 14 個鄉鎮開課。「家園經濟」協力社區永續發展經濟，提供小農商家數位培訓課程 45 小時，串聯 47 位小農商家，連續十年攜手集團公司推行「DOC 小市集」，透過市集關懷環境、支持友善耕作農產，認識小農品牌與純淨栽種、守護土地的用心，直接連結地方實際所需之經濟助益，年度活動共帶動小農經濟行銷 2,465,688 元，辦理《DOC 志工小旅行》，攜手集團大地志工，依循季節前往產地進行農務勞作、海岸淨灘撿拾垃圾，深化對土地、環境及產業的關注，與集團公司共 11 間企業合作，招募 230 位志工，完成五場連結企業與竹苗農鄉的 ESG 行動。「文化續存」透過數位科技帶領社區民眾保存地方的人文地景，建置數位典藏資料，引發社區對在地文化的認同感，帶動 995 人次參與相關文化保存的傳播與教育。



教育部「新竹縣及苗栗縣數位機會中心輔導計畫」，數位加值邁向數位平權、記錄人文地景、行銷社區產業、協力地方創生



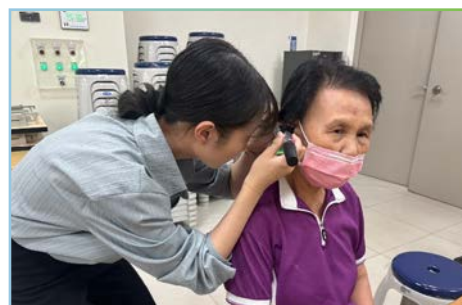
2. BenQ 親善學堂 — 智能助聽好聲音

發揮集團智慧醫療影響力，明基基金會協力集團公司虹韻助聽器規劃「BenQ 親善學堂—智能助聽好聲音」，聯合里長與關懷據點夥伴辦理社區衛教講座，社區巡迴講座以聽力師演講、個別聽力檢測及衛教資訊推播三大單元項目，向民眾介紹聽力保健及日常智慧健康照護的數位資源，宣導透過良好的衛教觀念及輔具使用可延緩退化時間，並且串接常駐門市據點、線上客服系統，提供可信賴的專業諮詢關係與管道，建立有效聽力保護系統。

2020 年起執行「BenQ 親善學堂—智能助聽好聲音」專案，以「新竹縣及苗栗數位機會中心」為據點，年年積極擴散偏鄉衛教服務擴散，2022 年併入集團公司所在地區域，連動桃園市龜山區、桃園區關懷據點納入服務範圍，

2024 年擴大至八德區關懷據點，輻射桃園市聽力保護網絡。2024 年衛教巡迴總計服務，龜山區 5 場：包含大坑里、長庚理、山頂里、新興里、新路里，桃園區 14 場：西埔里、瑞慶里、會稽里、南門里、東埔里、臺北榮民總醫院桃園分院關懷據點、桃園市政府社會局北區老人文康活動中心、財團法人桃園市優勝地社會福利基金會、桃園市向陽社會服務協會、社團法人桃園市社會服務關懷協會（中寧據點），以及豐林里、青溪里各 2 場次；八德區 11 場：茄明里、茄苳里、瑞泰里、瑞豐里、竹園里、大安里、財團法人台灣多元社會福利協會，以及大明里、大千里各 2 場次。包含竹苗地區 10 場，總計 40 場，提供 1,075 位長者的聽力篩檢諮詢，喚起樂齡市民關注聽力照護的重要性。

	2020		2021		2022		2023		2024		服務場次	服務人數
	場次	人數	場次	人數	場次	人數	場次	人數	場次	人數		
桃園	-	-	-	-	20	558	26	736	30	898	76	2,192
新竹	7	123	1	17	5	114	6	136	4	62	23	452
苗栗	8	167	2	63	7	146	8	188	6	115	31	679
總計	15	290	3	80	32	818	40	1060	40	1075	130	3,323



「BenQ 親善學堂—智能助聽好聲音」聽力檢測與衛教知識，桃竹苗地區巡迴講座服務社區



5.7.5 培養老實聰明人

解決的問題

確保有教無類、公平以及高品質的教育，及提倡終身學習

聯合國永續發展目標

SDG4 優質教育

我們的角色

以「科普智識・創意思考」為主軸，籌劃科學與人文結合的學習旅程，將創意思考與實驗精神融入學習互動，並且強調誠信價值觀，鼓勵國小學童思考探索、團隊合作，鍛鍊積極正向的勤學精神。

課程以科普教育實作為主軸，高中職職涯正向培力：邀請各領域典範青年擔任講者，分享實踐過程展現堅持韌性，啟發更多高中青年的夢想力。

我們的行動

「BenQ 老實聰明體驗營」，協同國立清華大學原住民族科學發展中心、國立成功大學材料科學及工程學系專業師資團隊，以及大學生隊輔們，帶領新竹縣新星國小，苗栗縣三灣國小、大坪國小、新南國小、建功國小與啟文國小學童，融入科普智識與創造思考學習。包含多元的科學實作：「材料與轉動」、「冷次定律與轉動」、「白努力原理及轉動」，啟發學童以科學實驗精神從生活中觀察反思，並且嘗試自主探索解決問題；「吉娃斯愛科學」課程透過科學動畫、AR 與 VR 體驗、原民傳統樂器「杓互」藝術創作等，開闊學童文化視野，在科技互動中看見傳統智慧之創新價值。

「BenQ 夢想行動校園講座」青年典範行腳臺灣島嶼：桃園市、臺中市、臺南市、高雄市、新竹縣、苗栗縣、彰化縣、南投縣、雲林縣、嘉義縣、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣、新竹市、嘉義市、新北市、臺北市 18 縣市。年度辦理 70 場，與 35,959 名高中職學校師生，傳遞實現夢想的原動激勵力量。新聞報導、校園官網、社群自媒體露出連結 97 則。

攜手利害關係人

專家學者、大學師生、國小師生、青年典範、高中職校師生



1. BenQ 老實聰明體驗營

「BenQ 老實聰明體驗營」一段知識啟發的盛夏學習旅程。探索創意世界，挑戰極限思維，群我合作學習，展現正向勤學精神；協同國立清華大學傅麗玉教授、國立成功大學李旺龍教授、前遠哲科學教育基金會蔡正立老師，引路科普教育、科學探究實作與原民文化學習，鼓舞對科學探索與藝術創作的興趣，帶領偏鄉學童融入創造思考學習，藉此開啟想像創造力與寬闊的人文視野。

年份	2020	2021	2022	2023	2024	總計
辦理梯次	6		2	2	2	12
國小數(間)	23	疫情停辦	7	3	6	39
與會師生(人)	278		60	86	110	534



「BenQ 老實聰明體驗營」培養誠信價值觀，偏鄉學童的人文科學旅程



2. BenQ 夢想行動校園講座

邀請青年典範擔任夢想大使，走訪臺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，探索自我實現的無限可能。自 2015 起累計十年行腳，巡迴北、中、南、東的高中職校 556 場次，影響逾 466,787 名師生，激勵無數學子踏上實現夢想的旅程。

2024 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、蜜旺果舖職人賴永坤、逆風劇團團長成瑋盛、地方教育推手黃雅聖，巡迴基隆市、臺北市、新北市、桃園市、新竹市、新竹縣、苗栗縣、臺中市、南投縣、彰化縣、雲林縣、嘉義縣、臺南市、高雄市、屏東縣、宜蘭縣、花蓮縣、臺東縣 18 縣市，與 70 所高中職學校 35,959 名師生，親炙典範學習的好榜樣，分享實現夢想的故事。

縣市	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	總計
基隆市							1				1
台北市										2	2
新北市					1	1		1		1	4
桃園市	9	10	8	9	1	3	1	3	3	3	50
新竹市	4	5	1	3				1	0	1	15
新竹縣	6	4	5	5	2	1	1	1	2	3	30
苗栗縣	4	5	4	7	2	1	2	2	1	4	32
臺中市		9	13	22	13	11	4	6	5	10	93
南投縣	1	2	9	7	2	1		5	3	5	35
彰化縣		5	13	12	9	8	7	3	6	4	67
雲林縣		1	1	8	1	2		1	2	1	17
嘉義縣		1	3	4	7	4	2	3	3	1	28
臺南市				3	12	14	4	4	13	15	65
高雄市				3	14	12	4	6	5	10	54
屏東縣				2	6	4	1	3	4	3	23
宜蘭縣		1		3	1	1	3	2	4	5	20
花蓮縣				3		4	1	2	1	1	12
臺東縣					1	3		2	1	1	8
總計場次	24	43	57	91	72	70	31	45	53	70	556
參與人數	24,040	42,922	59,000	80,962	77,349	57,046	24,652	30,107	35,299	35,959	467,336



「BenQ 夢想行動校園講座」青年典範教育現場講演生命故事，傳達積極正向影響力



5.7.6 提升原創文化價值

解決的問題	確保有教無類、公平以及高品質的教育，及提倡終身學習
聯合國永續發展目標	SDG4 優質教育
我們的角色	原創文化推廣搭建國際交流平台，支持鼓勵國內外雕塑藝術家現地創作，雕塑作品安置於集團公司公共場域展演、捐贈縣市政府藝文空間，提升市民原創文化素養，集團公司常設雕塑模型作品展，提升員工美學與藝術賞析能力。
我們的行動	安排雕塑模型作品至集團公司展覽，打造公共藝術場域。
攜手利害關係人	專家學者、藝術職人、集團員工

BenQ 國際雕塑營

「BenQ 國際雕塑營」促進海內外雕塑藝術家交流，透過一個月的現地創作形式，吸引對雕塑有興趣的青年學子與民眾，近距離接近雕塑創作現場。明基基金會深耕臺灣現代雕塑藝術，開啟跨域多元新視野，自 2010 年起持續籌辦六屆「BenQ 國際雕塑營」，於國際藝術界建立美好的臺灣經驗和形象，為臺灣留下 90 件雕塑瑰寶。

推廣公共藝術美學，2021 起年明基基金會於集團公司：明基電通、明基材料、佳世達科技、達方電子、友通資訊、羅昇企業、眾福科技、其揚科技、明泰科技、仲琦科技、互動國際、詠業科技、拍檔科技、眾福科技、邁達特、衛普，16 家公司公共場域常設模型作品展，促進員工人文美學素養，感受雕塑於日常觸動的藝術美感。



「BenQ 國際雕塑營」雕塑模型作品展，集團公司公共場域原創美學藝術氣息



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，明基電通參照「上市上櫃公司誠信經營守則」訂定「誠信經營守則」，並制定有「行為守則」與「反貪瀆及反賄賂政策」等規範，做為所有同仁行為的依據。前述政策內容涵蓋誠信、反貪瀆與賄賂、歧視及騷擾、利益衝突、反托拉斯、利益衝突管理、內線交易與洗錢、知識產權、資料保護、環境保護、健康與安全與人權維護等行為規範；明訂收禮以及餽贈的金額限制與頻率限制等原則；於捐贈及贊助之行為規範上，已於行為守則中明訂公司不進行直接與間接之政治捐贈，政治活動參與應進行嚴守當地規範並審慎評估，且任何慈善捐贈或贊助行為均不得變相行賄。2024 年明基電通未提供政治獻金，但仍維護同仁公民權利之行使。上述措施正是明基電通領導層承諾建立誠信、透明、公開、合規的文化，積極打擊賄賂。

6.1.1 溝通與訓練

明基電通藉由多重管道宣導誠信行為，如下：

- 誠信經營守則公開於公司官網。
- 誠信經營守則亦置放於內部網站的首頁，使同仁可隨時查看詳盡的內容。
- 三節或重要節日，甚至其他必要的時刻，發送誠信宣導相關電子報，強化同仁遵循意識。
- 在職同仁每年一次進行誠信守則的線上訓練課程。2024 年台灣區訓練完成率為 100%。

在行為守則的訓練推行及宣導下，2024 年末發生任何違反誠信原則之案例

6.1.2 與績效獎酬連結

自 2023 年開始，於績效評核系統中，加入行為守則遵循的項目（如下表），至此員工的薪酬以及績效評估，與行為守則的遵循有直接關聯性。



序號	行為指標	內容
1	誠信自律	了解並謹守公司的誠信標準，沒有發生任何形式的賄賂、貪污、敲詐勒索和挪用公款。所經手業務，都有準確記錄，對自己業務相關記錄、資訊及數據正確性負責。
2	法規遵守	遵守所在國家或地區的法律以及公司規定。
3	個資保護	尊重同仁、顧客的隱私權與知識產權，保護所有股東、消費者、通路商、供應商、事業夥伴及同仁的個人資料與知識產權。
4	國際規範	執行業務的過程，有充分了解並遵循國際貿易法令以及國際行業聯盟相關規範，注意業務發展造成的人權影響。
5	風險辨識	日常工作中是否就相關風險如安全、進度、品質…等方面進行辨識與預防。
6	風險評估	日常工作中是否就內外部變化的可能性與嚴重程度，而影響目標達成之評估，如延誤或損害程度。
7	風險回應	日常工作中是否就評估後之重大風險做出回應，導入應變措施及損失減緩與轉移。例如海轉空、教育訓練、轉嫁廠商、加班、替代料、多家供應商、流程優化…等)
8	IT 安全	確保知曉 IT 安全的重要性，於執行業務過程中，遵守公司 IT 規範，透過電腦和網路安全知識，保護公司的資訊資產之機密性、完整性和可用性。
9	資訊安全	了解並遵循公司的資訊安全政策，保護公司的資訊資產之機密性、完整性和可用性，並避免遭受內、外部蓄意或意外之威脅。
10	網路安全	了解並遵循公司的網路安全及網路資源存取安全管理，保護日常作業之資料傳輸及系統通訊的安全。

績效評核 - 行為指標評核項目

舉報及建議溝通機制與違規處理程序

公司訂定有「檢舉暨申訴管理辦法」，亦有公告於公司內、外部網站，任何人如發現公司人、事不符合誠信精神，或是違反誠信守則之行為或制度、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、有不法與不當對待行為，均可依循此該流程進行檢舉與申訴，確保權益與誠信，甚至內部同仁更可透過總經理信箱，直接相關情事傳達給總經理，由公司最高主管進行處理。同仁以及外部利害關係人（如供應商、客戶等）亦可透過誠信信箱：Integrity@BenQ.com，使用中文、英文或其他在地語言進行檢舉或申訴（可匿名），由稽核主管負責處理誠信舉報案件之受理，經由專責單位進行調查，並做成調查報告書，一旦事實確立，將依懲戒規章議處。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。

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

明基電通承諾對任何不符合誠信精神、違反誠信守則之行為或制度、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、有不法與不當對待行為，嚴懲不貸，必要時，移送司法機關偵辦。

經過上述宣導與努力，2024 年本公司未收到任何檢舉案件，及未發生任何違反誠信原則之案例。



最後，公司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：

- 由風險管理委員會每年進行風險鑑別，當中包含貪瀆相關題目，視風險狀況由各單位進行風險管控與降險措施，人力資源負責訓練（員工”風險意識管理教育訓練”調訓率 100%）、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，蒐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，並據以執行相關之稽核。
- 稽核單位，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，達到管理之目的。

針對 2024 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

企業遵循法律法規進行營運，是實現公司治理與履行社會責任的基本要求，更是永續經營的關鍵所在。鑒於明基電通的業務遍及全球，為確保公司及員工於執行業務中能夠遵循各國法令，明基電通長期以來一直密切關注任何可能對營運產生重大影響的國內外政策和法令動向。公司透過追蹤評估、制定相關規章與遵循計畫，並且執行法令遵循教育訓練等措施，以建立完整的法規遵循體系。

明基電通已針對台灣及其他各國法令，制定相關政策和辦法，內容涵蓋個人資料保護、保密、反賄賂、反歧視、環境保護、智慧財產權保護、反內線交易、反不公平競爭和勞工保護等規範。同時，公司持續關注各國法令變化進行定期盤點，且根據情況向相關單位提供更新資訊，並建立管理制度或因應措施，要求全體員工遵守合法守規原則，以有效控制法令風險，展現積極落實法令遵循之態度。

透過各部門的協同合作，讓公司得以落實法規遵循。公司並鼓勵員工參與教育訓練和接受宣導新知，協助提升同仁法令遵循意識，具體措施包含進行新員工教育訓練、發送電子報、提供線上課程培訓以及張貼相關海報宣導等，以使公司與員工齊力履行應盡的法令遵循責任。

基於公司積極落實遵循法規及全體員工共同努力，明基電通於 2024 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（詳見下表）。



面向	遵循法令	2024 年度重大裁罰 或非金錢性制裁
業務營運及行銷	公平交易法、商標法、著作權法、反托拉斯法	0 件
財務及組織規劃	公司法、證券交易法、洗錢防制法暨相關法令、 防範內線交易管理作業程序	0 件
公司內部與客戶 資訊保護	營業秘密法、個人資料保護法	0 件
人事政策及管理	勞動基準法暨相關法令	0 件
安全衛生與環境	職業安全衛生法、職業安全衛生管理辦法	0 件
環境保護	水污染防治法、廢棄物清理法及空氣污染防制 法及其施行細則	0 件

* 重大金額裁罰定義為新台幣壹百萬元以上之罰款；非金錢性制裁如停止 / 補救行為或停工等。

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，明訂定風險管理政策與程序，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)

明基電通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。

再者，為有效管理與追蹤績效，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。

執行成果方面

明基電通於 2024 年度共參與 4 場集團風險管理委員會會議，更配合風險文化教育訓練全體同仁調訓，其中本年度風險管理意識訓練，員工調訓率為 100%，亦規劃將來納入營運持續與韌性領域，以強化公司同仁營運韌性及相關觀念；最終，2024 年明基電通並無發現與鑑別出須向董事會溝通之關鍵重大事件（如透過申訴機制和其他程序提出的組織對利害關係人的潛在和實際負面衝擊）。

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畫進行管理：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，更定期進行演練，其演練過程中，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，其執行效果為 2024 年參與集團公司 4 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，除俄烏戰爭與以哈戰爭尚未停歇，另有預期美國總統川普上任後，將以美國優先作為貿易政策主軸，增加全球關稅不確定性，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 2024 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。

川普時代的運籌風險管理

因川普時代來臨，預期大幅增加關稅刺激下，造成大量貨物輸往美國，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，另有因以哈戰爭未歇導致紅海緊張情勢持續，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。

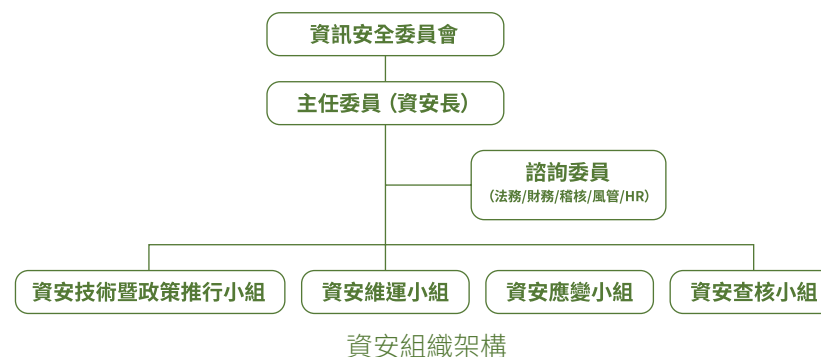
6.5 資訊安全

6.5.1 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、可用性與適法性，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、3 年期滿後於 2023 年 7 月通過重審換證，範圍包括機房及資料中心，內容涵蓋明基電通所有營運及關鍵系統及資料庫建置地點，並於 2024 年 7 月完成 ISO 27001:2022 轉版，驗證範圍並增加：電子商務服務系統與全球會員中心之運營和管理活動。

6.5.2 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召集人，資安長擔任主任委員，各單位一級主管擔任委員，並每年至少一次由資安長（由資訊長兼任）向資訊安全委員會召集人報告資安組織架構及執行小組的分工與職掌。





6.5.3 資安與網路風險之評估

明基電通為妥善保護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；同時，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。

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，2024 年電子郵件社交工程演練，100% 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 100%，亦確保資訊安全觀念能融入日常作業中。

最後，在供應鏈環境，亦有要求與第三方服務廠商簽訂合約，其中約定有保密及網路安全規定。

6.5.4 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。

本公司導入弱點掃描系統，定期每兩週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。每年並定期進行系統還原演練，每日進行 ERP 資料異地備份。

此外，採購第三方 SecurityScorecard 網路資安風險管理系統，分別針對各風險類別的層面、包含網路安全、網路名稱系統健康度、漏洞修補、端點安全、IP 信譽評等、應用程式安全等 10 大風險類別分析，進行監控，持續進行資安系統風險分析，並設定目標為持續保持 SecurityScorecard 綜合性的分數 95 分（滿分 100 分，業界平均 85 分）。

同時並於 2024 年持續執行，下列重要資安相關專案：

- SOC(資訊安全監控中心)：整合管理各種情況之資安訊息，就資安事件依循公司管控機制作出緊急應變，並整合與分析安全事件，以確保公司整體資訊安全。
- 紅隊演練：協助公司發現資安缺口、驗證偵測與應變能力，持續強化改善自身的資安防護能力。
- PAM(特權帳號存取管理)：針對特權帳號的存取安全策略，用於控制、監管、保護及稽核企業 IT 環境下的特權身分及活動。





6.5.5 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，以減少公司的損失。2024 年度並無相關資安事件理賠。

6.5.6 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，以持續達成 0 發生件數、0 受影響人數及 0 裁罰之目標。

資安事件	2022	2023	2024
資安或網路安全發生件數	0	0	0
資料洩漏發生件數	0	0	0
資料洩漏致受影響人數	0	0	0
因資訊安全或網路安全相關事件 受裁罰金額（新臺幣 / 元）	0	0	0

6.6 個資隱私

- 2024 績效 / KPI ---》0 裁罰
- 2025 目標 -----》0 裁罰



隱私權政策

6.6.1 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。

6.6.2 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，每季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。



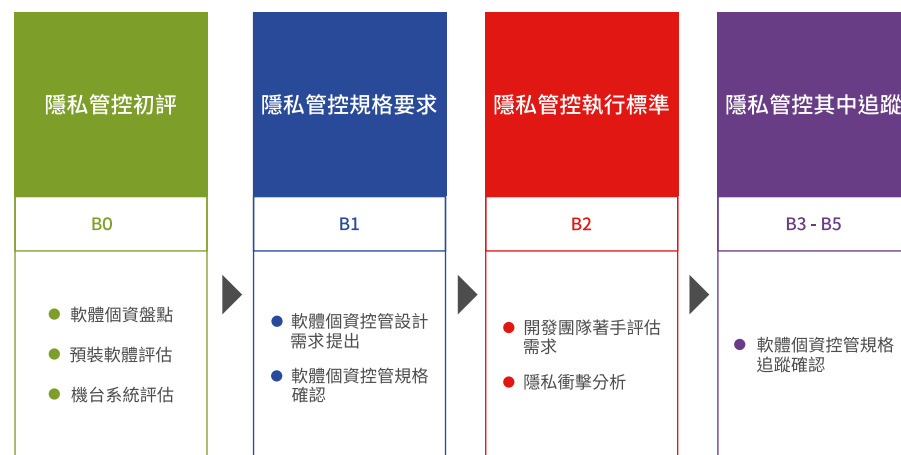


6.6.3 個資隱私相關工作管理

明基電通為妥善防止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，並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，未完成新人訓練之同仁也預計在隔年完成相關教育訓練。

6.6.4 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



明基電通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 2024 年度期間，一共有 79 個相關產品專案量產，完成隱私工程的設計審查率達 100%。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。

6.6.5 個資外洩通報

明基電通已在資安通報流程內，建置個資外洩通報程序，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，並完成年度個資外洩通報演練。

2024 年度，未有來自公司外群體，或經由內部證實投訴，亦或是來自監管機關的投訴，因此，未發生資料洩露、失竊或遺失客戶資料事件，達到零裁罰之目標。



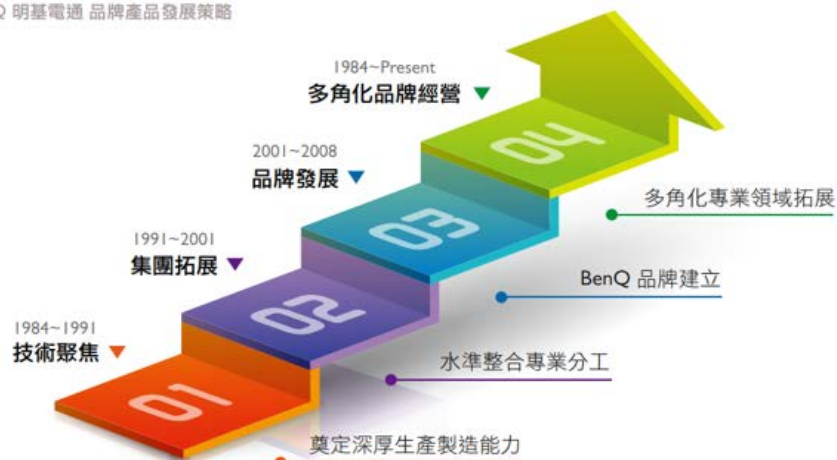


6.7 永續導向的品管

明基電通歷經變革，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與服務，對消費者及社會所帶來影響，包含產品之品質，及產品生命週期中對於環境所可能造成衝擊。

因此，建構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



6.7.1 明基電通的品質政策

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，明基電通經由品質管理系統規劃、執行、檢查、與持續改善，並透過第三方公證單位之認證，落實上述理念與政策。

明基電通品質管理系統得到 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





6.7.2 全面品質管理 (Total Quality Management, TQM)

明基電通致力於推動品質管理系統 (ISO 9001)。明基電通董事長與總經理及副總經理為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，將明基電通品質的要求貫徹全公司及員工。

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，於管理審查會議中審查管理系統之適切性、資源的可用性。

同時，期望建立同仁日常習慣方式，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，推動明基電通品質四大行動構面：



明基電通品質四大行動構面

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。

四大品質行動構面之主要內容：

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)

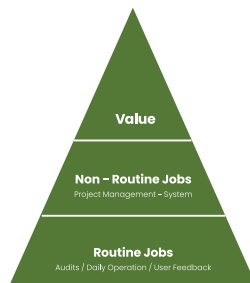
- 透過市場品質監測系統，即時主動收集並分析市場端產品品質狀況，作為初期產品不良率 (IFR, Initial Failure Rate) 與年產品不良率 (AFR, Annual Failure Rate) 之改善依據。
- 經由客戶服務單位實施滿意度調查，掌握消費客群滿意狀況，並透過高層主管參與之管理審查，檢視與指示品質與客戶滿意度改善狀況。

4. 品質系統管理 (Quality System Management)

- 依產品屬性：明基電通取得各國產品安規, EMC, Safety, GP 認證。
- 電子電器與資訊產品：明基電通取得 ISO 9001 品質系統認證。



品質系統管理金三角



品質系統管理價值結構



ISO 9001 證書

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，發掘管理系統問題，進而成立專案改善小組，強化現有管理系統運作，繼而提升明基電通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。

6.8 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

2024 年目標與結果

項目	目標	績效
1. 客戶品質回饋處理時效目標。	>95%	100%
2. 產品及技術服務教育訓練全員完訓目標。	>95%	98%

2025 年目標

- 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%。



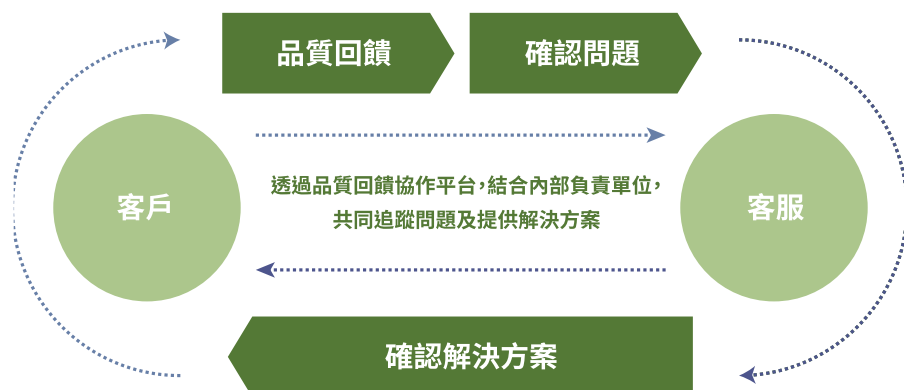


中長期目標

明基電通以提升客戶服務質量作為優先考量，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，因此，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)。

公司蒐集客戶需求 (Voice of Customer) 進行適當分析，進而改善產品設計或提供相應之客戶服務，以迅速且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。

6.8.1 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，並為客戶提供解決方案，減少不良事件重覆發生頻率，進而保障使用者之安全、了解且改善使用者體驗 (user experience, UX)，進而提升產品及客戶服務品質。

全球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，程序上會有品質案件原因追尋、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，直至客戶結案。

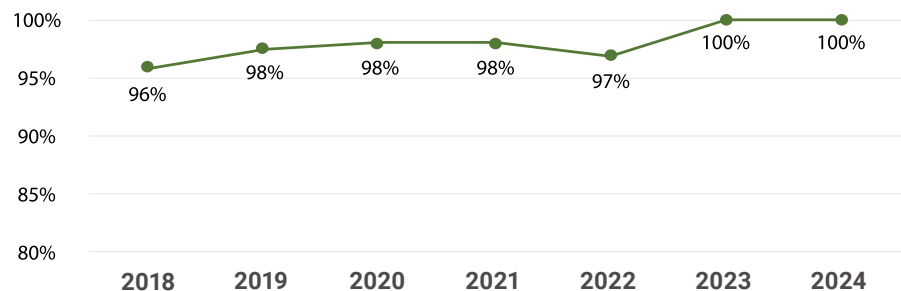
所有品質案件都會保存在品質回饋協作系統，其保存案件紀錄亦用於內部產品開發之經驗傳承 (Lessons learnt)，確保後續產品設計上，業已符合市場客戶期待，同時避免相同設計問題重複發生，以降低不良產品維修過程對於環境之衝擊。

明基電通為有效解決客戶端反饋之品質問題，分別設定蒐集必要之資訊，以釐清問題目標之工作日，在確認反饋問題之類別後，(1) 以 10 個工作日內，提供品質問題之解決方案為目標，及 (2) 5 個工作日內，提供規格與服務問題之解決方案或說明資訊為目標。

在提供解決方案後，全球客戶服務中心會持續追蹤改善方案之成效，確保客戶端問題確實被解決，進而強化產品品質及提升產品競爭力。



客戶品質回饋目標達成率



客戶品質回饋管理之成效結果

2024 年度，自全球區域營銷中心客戶端收受之品質回饋案件，總計有 34 件（客戶安全相關事件為 0 件），經團隊嚴格要求自我之努力下，讓此 34 件 100% 都達成在目標工作日之內，完成提供改善方案與得到回應，優於所設定目標工作日之承諾。

明基電通在保持優勢之同時，亦深入檢討可改善之處，秉持客戶優先的態度，持續整合改良，以建置更有效率之客戶服務平台，提供完善與健全的溝通管道，達到迅速且確實解決客戶所有問題，最終精進客戶服務質量管理與服務品質，建立彼此良好關係。

6.8.2 提升產品知識及技術服務之教育訓練

明基電通為確保服務消費者之技術服務人員與第一線客服人員，具備足夠專業知識協助消費者解決問題，就技術服務人員與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 或在總部實體方式，提供新產品專業知識之教育訓練，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；待訓練結束後，更有其線上課後評測，以確認受訓人員在接受教育訓練後，能充分吸收專業知識與獲得有意義的技能。

另一方面，針對售後維修及產品相關諮詢，明基電通建立 eSupport 線上知識平台，透過此系統授權之維修中心與第一線客服人員，可有效取得最即時之產品知識、相關軟體服務工具及常見問題解答，透過標準工具平台，提供一致性與專業之客戶服務，持續穩固對於客戶之承諾，提升服務品質及效率。

產品知識及技術服務教育訓練之成效結果

2024 年度明基電通透過線上舉辦產品教育訓練 (eLearning)，就全球技術服務人員，於各產品線累計線上教育訓練，共計 240 人次，培訓初次合格率達 98%，未合格同仁持續輔導直至合格為止，期盼透過提升技術服務人員產品專業知識，持續精進的客戶服務質量，以藉由最佳服務品質建立客戶之良好關係。





6.8.3 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之來源。因此，明基電通定期蒐集、傾聽客戶反饋，了解客戶需求，確保其需求獲得滿足；針對優點更將繼續保持水平，且持續精益求精，就需求優化事項能回饋相關部門，以期更符合客戶要求與潮流變化，提升客戶對產品價值、品質與服務之整體滿意度。

每年一月定期進行全面性年度客戶意見及回饋調查，除檢視追蹤全年度客戶意見與需求，是否已內化至服務流程或產品改善計畫內，以確保客戶需求獲得滿足外；更進一步分析客戶潛在需求，讓產品服務與設計，能更貼近市場潮流、優化使用者體驗（user experience, UX）。

此回饋調查展開，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，請其就公司全年度整體產品與售後服務予以評估與其它建議，全球客戶對應窗口則是透過問卷調查系統，提出評量及意見回饋。

後續，全球客戶服務中心彙整調查意見結果，進而傳達給總部相關部門，其可藉客戶意見回饋調查結果，檢視客戶提出相關意見與需求有無納入產品計

畫或服務流程及相關單位澄清事項；倘客戶提出相關意見與需求，已在導入的產品計畫或服務流程中，則會提出相應說明，如未滿足客戶需求者，以適當調整流程或擬訂產品改善對策之導入計畫，提升產品與服務品質，

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，明基電通就不同客戶需求，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，更持續秉持「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，落實上更透過每年度客戶意見回饋追蹤管理、使明基電通保持優質與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。

最後，公司客戶服務部門不僅以客戶角度作為整體服務模式，更以精益求精的態度要求自身，落實客戶品質回饋追蹤管理，以改善產品與服務品質，更透過產品知識教育訓練來提升服務品質與效率；再者，藉由持續聆聽客戶意見回饋，持續優化產品及服務品質，精進之客戶服務質量管理，提供最佳服務品質，不斷深化與客戶間之良好關係與長遠合作。



產品創新與循環經濟

Chapter 7

管理方針

- 鼓勵創新，獎勵措施與專業輔助並行，創造優質專利。
- 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。
- 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。
- 呼應社會對於減碳及環保的需求，持續進行產品改善。

2024 年目標與結果

項目	目標	績效
1. 取得 ENERGY STAR 標章平面顯器之營業額占比。【註 1】	> 60%	60.7%
2. 半導體光源（雷射或 LED）投影機之營業額占比。	> 30%	45.5%
3. 積極推動產品碳足跡盤查。【註 2】	> 95%	99.3%

【註 1】此目標以 BenQ 品牌顯示器與大型商用顯示器為統計範圍，不包含 ZOWIE 品牌顯示器。

【註 2】此目標之設定可參見本報告書 4.3 氣候變遷的指標與目標

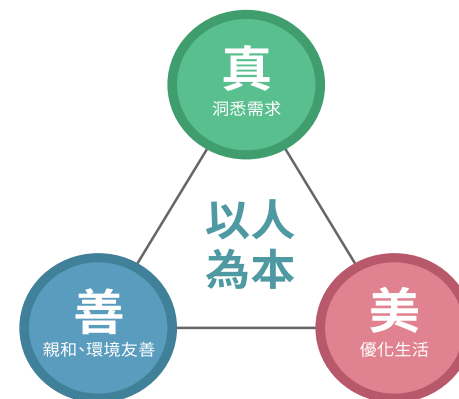
2025 年與中長期目標：

1. > 60% 的平面顯示器營業額來自取得 ENERGY STAR 標章的機種。【註】
2. > 60% 的投影機營業額來自半導體光源（雷射或 LED）機種。
3. 2030 年以前，產品（含包裝）使用回收材料的比例達到 40%。

【註】此目標以 BenQ 品牌顯示器與大型商用顯示器為統計範圍，不包含 ZOWIE 品牌顯示器。

7.1 創新策略與價值

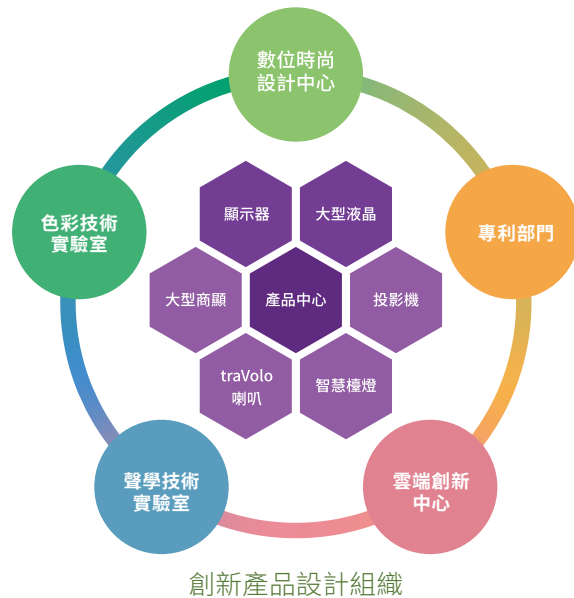
明基相信所謂的價值，是結合感性的設計與理性的科技所創造出來。從同理心出發，傾聽消費者的聲音，專注於【真】實需求，並帶給消費者有溫度且對環境友好【善】的服務與產品，進而創造高質感生活【美】學。明基將透過設計思考結合外部學術研究與商業想法，持續創新並創造價值。



傳達資訊生活的真善美

7.1.1 創新產品設計組織與流程

明基在產品中心設立數位時尚設計中心、雲端創新中心、色彩技術實驗室、聲學技術實驗室與專利部門，致力於專業領域的深耕及前期開發以建立技術堡壘，並應用於產品開發中。持續數年的投資及技術累積，讓明基在人因工程、軟體開發、色彩視覺、聲學工程等方面建立了自有技術並保持競爭性。



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，確認產品與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。

DESIGNING THE RIGHT THING



DEFINE PROBLEMS

DESIGNING THE THING RIGHT



為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：利用最新的電腦輔助技術來提高設計效率。
- 模型製作：透過製作模型來測試可行性，將概念想法轉變為現實。
- 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，確保能先做了對的事，再用對的方式把事做好。歷年來，透過環狀架構團隊所完成的產品與服務，已獲得數百個國際設計獎項的肯定，提供明基持續創新的動力。





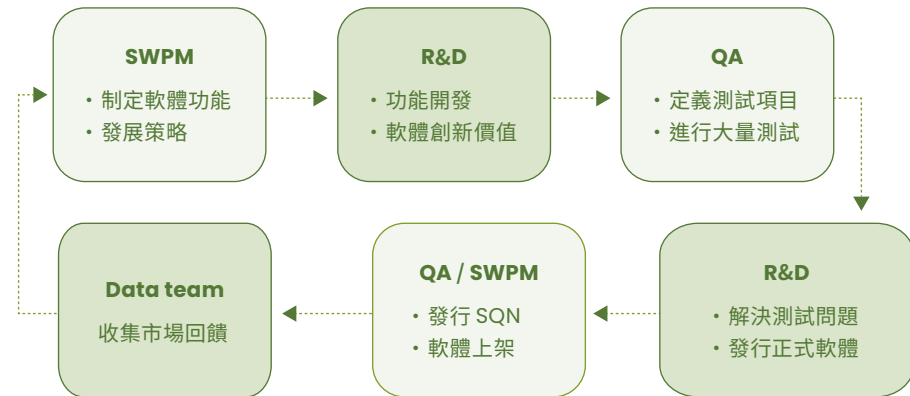
雲端創新中心 (CIC, Cloud Innovation Center)

明基雲端創新中心始終致力於創新軟體的開發，秉持軟體開發模組化、版本管控自動化、管理流程系統化及檔案報表電子化的原則，確保開發周期穩定，並符合永續經營的精神。透過大量測試項目的驗證，不僅能有效縮短開發時程，還能顯著提升軟體品質的穩定性。

在雲端創新中心，我們透過創新的技術和策略，實現高效且永續的雲端架構。我們採用持續整合與交付 (CI/CD) 架構，結合 Jenkins 及 Git/Gerrit 工具，自動化部署至雲端伺服器。同時導入敏捷開發流程，根據敏捷開發 12 項原則，如個人與互動重於程序及工具、可用的軟體重於詳盡的文件、與客戶合作重於合約談判、回應變化重於遵循計畫等，建立具備合作精神且擁有自我組織能力的團隊。

我們運用 AI 預測分析技術，精確預測服務高峰時段的需求量，進而實現服務的自動擴展，優化了資源利用率。此外我們也採用 Amazon CloudWatch 服務進行即時監控，確保系統穩定運作，並隨時掌握效能狀況。透過上述智能化的資源管理策略，不僅降低了人為監控的負擔，也可大幅減少因過度配置或低效能利用而造成的能源浪費，進而降低開發與營運過程中的碳足跡，促進環境永續。

為了維持高效率運作模式，我們建立了緊密合作的組織架構，包含軟體規劃、軟體研發、測試、與數據分析等部門。軟體規劃部門分析市場需求，制定產品功能與發展策略，確保軟體方向符合客戶需求；研發部門負責各種軟體的功能開發，在不同平台導入 AI 模型提高軟體創新價值；測試部門運用自動化測試技術，提升軟體品質，縮短修正週期；數據分析部門則收集市場反應，洞察客戶偏好與使用行為，並將結果回饋至軟體規劃與開發階段，形成一個軟體開發循環，有效提升軟體的適用性與價值。



軟體開發循環

色彩技術實驗室 (Color Technology Lab)

在影像與視覺設計領域中，色彩是無聲的語言，是最強烈的文字，它能捕捉情感、傳遞意念，並講述創作者的故事。明基色彩技術實驗室的成立，正是為了將這種情感，原汁原味地從創作者的腦海中，傳遞到觀看者的心中。

在明基，我們相信色彩不僅是一種技術，更是使用者體驗的核心。顯示設備的價值，不僅取決於解析度或對比度，還在於色彩準確性是否讓每個細節忠實再現。對我們來說，正確的色彩不僅能還原創作者的原意，還能提升用戶之間的溝通效率，跨越文化與語言的界限。

明基色彩技術實驗室成立於 2017 年，為業界少有專門研究色彩、且由博士級專家帶領的專業團隊。自成立以來，色彩技術實驗室之核心成員便以追求卓越色彩呈現為目標，不斷突破技術瓶頸，透過創新的技術與服務，提供使用者領先全球的色彩解決方案。



明基從偏好與標準兩個角度詮釋色彩，確保使用者在不同場景下皆能保有最佳效益：

- 喜好色：每位使用者對色彩的需求大不相同，無論是攝影愛好者、設計師還是遊戲玩家，都有自己的偏好。我們開發了 SensEye 技術，提供多元化的顯示器色彩模式，來滿足不同類型的需求，如更逼真的遊戲畫面、更細膩的照片細節或更舒適的辦公模式。
- 標準色：在專業領域，色彩的準確性至關重要，我們的顯示器經過嚴格的出廠校正，符合國際標準（如 ISO 12647-7），實現「所見即所得」（WYSIWYG）。這不僅提升了專業工作的效率，還能確保跨媒體的色彩一致性。更重要的是，由於顯示器色彩精準度提升，可大幅降低對色時反覆溝通修改的次數，避免印刷品的報廢，進而有效減少紙張、油墨、能源、時間與人力等各方面的損耗，對環境影響有正面的貢獻。

色彩技術實驗室始終以創新為驅動力，協助產品事業部推出了多款技術創新與全球領先、並顛覆產業的專業顯示器：

- SW 系列攝影顯示器：結合抗反射技術達到紙材模擬功能，多次榮獲 TIPA 獎項。
- PD 系列設計師顯示器：專為設計師使用族群設計，成為多家領先企業的標準配備。
- PV 系列影視後製顯示器：支援真 24P 播放，通過 Technicolor 認證，深受後製調光調色專家的青睞。
- EyeCare 系列護眼顯示器：世界首款 TÜV Rheinland 認證護眼顯示器，結合低藍光與智慧亮度技術，顧及長時間觀看者的健康需求。

此外，明基自行開發的校色軟體 Palette Master Ultimate（PMU）不僅提升了校色效率，更比前一代軟體增進了校色準確度，為專業用戶提供簡便、準確的色彩管理工具。

今後我們將持續推動色彩科技的前瞻發展，包括 WebCAM AI 自動辨識與色彩模式切換功能，以及更智慧的校色方案設計。我們致力於讓色彩不僅是科技，更是一種與用戶情感共鳴的藝術，為每位用戶帶來超越期待的視覺體驗，為世界展現最真實、最扣人心弦的色彩。

聲學技術實驗室 (Audio Technology Lab)

明基聲學技術實驗室致力於專業聲學能力的建立，並賦予明基產品在音頻特性上的差異化，以傳遞聲音的真善美。除了專業無響室與 Audio Precision、B&K、Clio 等測試設備外，聲學技術實驗室並建立了專業視聽室，背景暗噪音、隔音量、迴響時間等規格皆經台灣商品檢驗驗證中心與工業技術研究院認證，讓明基具備產品進行聲學優化設計的環境。

消費者的需求不斷改變，聲學技術實驗室總是先傾聽消費者的需求，進行設計思考，根據需求持續在技術上創新；同時堅持職人的工匠精神，以六道程序與六道工法進行聲學設計與品質管控；最後提供良好的售後服務並收集使用者回饋，作為產品改善的依據，期許能帶給消費者最佳體驗。





六道程序與六道工法

聲學技術實驗室秉持傳遞美好聲音的初衷，將旗艦級高效率的揚聲器帶進產品設計，優化音場與揚聲器的單元結構，並協助產品事業部建立產品在聲音方面的特性與定位，例如：

- 投影機：維持高音不刺耳，加強中低頻，營造劇院感
- 顯示器：高中低頻均衡，加強定位感

展望未來，聲學技術實驗室自許成為全方位的聲音專家，將創新成果應用於明基產品設計中，持續帶給每位使用者原音重現（真）、健康安全（善）、舒適悅耳（美）的感知體驗。

7.1.2 產學合作

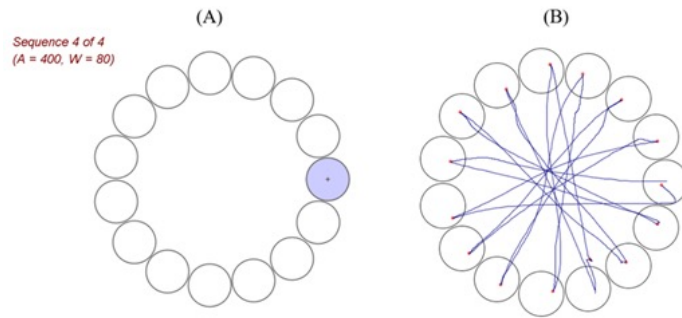
明基持續創新的驅動力來自於知識與人才，除了內部技術特化深耕之外，明基也鼓勵各產品部門與學術界進行合作，除引入外部能量擴大研發成果，同時培養優秀適用人才，善盡社會責任。

產學合作案例 – 電競滑鼠最佳重量與重心位置之研究

明基旗下 ZOWIE 是為專業電競選手而生的品牌。在第一人稱射擊類型的電競領域中，滑鼠就如同選手的武器，如何設計電競滑鼠以提升選手表現亦變成重要的課題。近年來，電競滑鼠產品推陳出新，各品牌紛紛推出輕量化的滑鼠，然而對於電競選手而言，滑鼠重量真的是越輕越好嗎？明基人機實驗室認為滑鼠設計除了考慮重量以外，重心位置可能也會帶給電競選手不同的感受；以網球揮拍速度為例，除了球拍重量外還需考慮轉動慣量，而影響轉動慣量的其中一個因素即為重心位置。

為了探討重心位置的影響，2024 年我們與國立臺灣大學進行產學合作，透過電腦模擬嘗試找到最佳的重心位置。採取電腦模擬的最大優點在於不需要製作多個不同重心位置的測試用滑鼠模型，藉由目前已有的產品展開測試，並利用電腦調整模型參數即可進行模擬，可大幅減少製作時間與金錢成本。

測試時我們採用 ISO 9241-411：2012 人機介面系統 – 實體輸入裝置設計的評估方法，其輸入裝置包含鍵盤、滑鼠、操縱桿、軌跡球、觸控板、觸控螢幕和手寫筆等；同時利用 Fitts' law 測試目標物的距離與大小，會如何影響任務的難度指標。為符合第一人稱射擊情境，我們使用 Aimlabs 遊戲內的射擊訓練項目，射擊中心球體使系統在隨機位置產生另一個球體，新生成的球體會維持到受試者擊中為止，若未擊中則會扣分並影響命中率。



Fitts' law 測試

人體的肌肉骨骼則採用 AnyBody Modeling System 軟體內建 AMMR (AnyBody Managed Model Repository) 的 Plug-in-gait_Simple 模型進行模擬，其模型包括頭部、軀幹、骨盆、左右側上臂、前臂、手掌、大腿、小腿、足部共 15 個肢段。由於本研究的主要觀察重點在上肢，我們將下肢去除，保留骨盆以上肢段（其中上肢的肩關節為 3 個自由度，肘關節與腕關節為 2 個自由度），並使用軟體內建之 detailed hand model，讓模型能夠產生手指的動作。



使用人體肌肉骨骼電腦模型，進行不同重心位置的模擬

目前合作計畫已完成人體模型的動作驅動，待加入相關邊界條件後即可進行肌肉力量的模擬，並進行驗證，驗證完成後即開始滑鼠重心參數化的模擬，以尋找最佳重心位置。

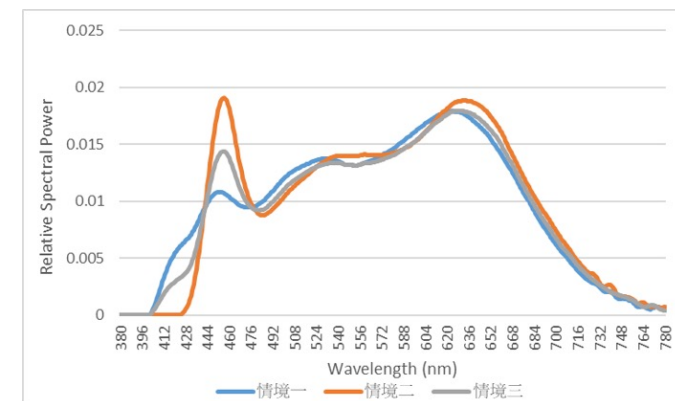
產學合作案例 – 推動智慧照明創新

為強化燈具產品設計時的理論基礎，明基攜手國立中央大學光電科學與工程學系，針對「照明光譜與環境亮度均勻性對使用者專注度的影響」展開深入研究。透過產學合作，整合心理與生理數據，模擬真實室內閱讀與工作情境，系統性分析不同照明條件對專注力、視覺舒適度與工作效率的影響，為智慧照明設計提供重要科學依據。

本研究針對明基燈具產品，設計了三種照明情境：集中光（應用於 MindDuo 2 親子共讀護眼檯燈）、均勻光（應用於 Aora 智能吸頂燈）及混合光（同時應用於檯燈與吸頂燈），進一步探討不同光譜成分對專注力的影響。



實驗情境照



實驗設計：三種照明情境的光譜圖

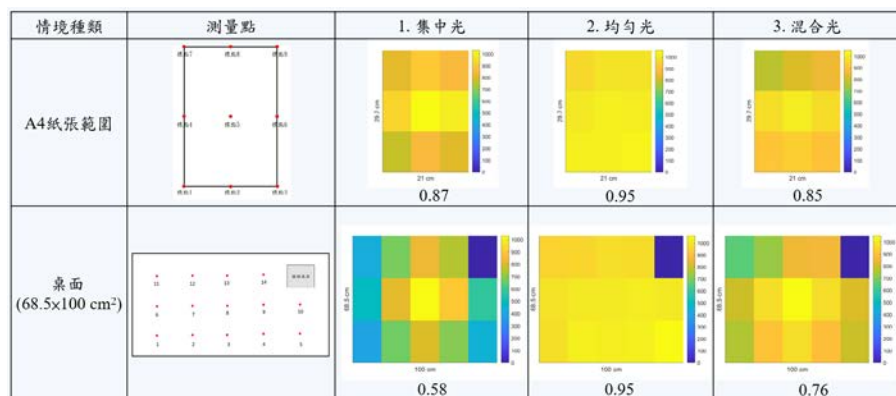


實驗結果顯示：

- 混合光情境在專注力提升與視覺舒適度改善上表現最佳，能有效降低眼部疲勞與乾澀感。
- 集中光（局部較亮而周圍漸暗的光線分布）最適合桌面閱讀，能幫助受試者維持更高的專注度。

研究進一步確認，光線分布與光譜設計可直接應用於燈具產品，為不同使用場景量身打造最佳化的照明解決方案：

- MindDuo 2 親子共讀護眼檯燈：專為閱讀與高效工作設計，提供局部集中的照明，有效減少視覺干擾。
- Aora 智能吸頂燈：適合需要全室均勻亮度的場景，提供穩定且舒適的照明環境。
- 混合燈光設計：結合檯燈與吸頂燈的優勢，適用於多功能空間，如學習或創意工作場所。



實驗設計：三種照明情境的照度均勻性分布

此研究不僅符合聯合國永續發展指標（SDGs）中之目標 9「產業、創新與基礎建設」的推動方向，也展現了目標 17「促進目標實現的夥伴關係」的實踐價值。透過學術與產業的緊密合作，明基持續推動智慧照明的創新發展，致力於提升用戶的健康與舒適體驗，打造高效能且永續的照明環境，為生活與工作創造更高價值。

7.1.3 創新成果

台灣精品獎（Taiwan Excellence Award）是我國經濟部自 1993 年設立之國家級獎項，每年經嚴格選拔機制，涵蓋研發、設計、品質、行銷四大專業項目，同時考量「台灣產製」條件，綜合評選出具「創新價值」之產品，授予台灣精品獎，作為台灣產業的表率。

第 33 屆台灣精品獎，明基自 455 家企業、866 件產品中脫穎而出，共八項產品榮獲 2025 年台灣精品獎肯定，展現明基產品的創新能力。

專為程式設計師而生的顯示器

隨著顯示器大量普及，不同的消費者需求催生出多元的使用情境，且逐步走向專業化，無論是工作還是娛樂，都需要更精準的解決方案。明基敏銳洞察到這股潮流，領先業界推出針對不同消費族群的專業顯示器，涵蓋從 Mac 使用者、遊戲玩家到程式設計師的多樣化需求，在分眾市場中創造專屬的價值與體驗。

明基 RD280U 是全球首創、專為程式設計量身打造的高效能護眼顯示器，結合先進技術與人體工學設計，為工程師提供專注且舒適的工作環境。以下是其創新特色的詳細說明：



- 專業 Coding 模式：獨家的 Coding 模式針對不同程式開發需求，提供深色與淺色兩種選項，讓工程師可依環境光線及個人偏好進行切換。搭載 4K+ 超高解析度，確保程式碼在任何模式下都能呈現清晰銳利的字體與細節，減少長時間工作引發的眼部疲勞。
- 快捷鍵與功能列：內建的快捷鍵和功能列讓工程師能快速完成顯示器設定，從亮度調整到 Coding 模式切換，實現即刻進入工作狀態的流暢體驗。這項設計不僅節省設定時間，還能顯著提升工作效率。
- 護眼技術升級：光智慧 2.0 (B.I. Gen2) 能根據環境光線自動調節螢幕亮度，減輕用眼壓力。此外，首創的夜間守護模式提供極低亮度的護眼濾鏡，特別適合深夜工作時使用，為工程師帶來全天候的視覺保護。防眩光與抗反射塗層的面板則進一步減少光線干擾，幫助用戶保持專注。
- 特殊長寬比設計：3:2 的螢幕長寬比設計，提供比一般寬螢幕更多的垂直空間，讓工程師能在一個畫面內查看更多程式碼內容，減少頻繁捲動頁面的需要，顯著提升編碼效率與生產力。
- 專為工程師打造的人體工學設計：可調節支架允許用戶根據需求調整高度與角度，減少長時間工作對肩頸的壓力，提供舒適的操作體驗。

透過強大的功能與貼心的創新設計，RD280U 能協助程式設計師打造更具生產力的工作環境，提升專業表現與工作效率，實現明基持續運用創新能力，創造產品價值的策略與目標。



專為程式設計師而生的顯示器：RD280U

360°奢華輕劇院 – 為躺而生的投影機

延續前作 GV30 的特殊水滴造型與 135°垂直仰角投影功能，明基於 2024 年推出功能大幅進化的 GV50 行動微型投影機，靈活的底座設計可水平 360°旋轉和兩段式傾角調整，無論擺放在什麼位置，都能打造全方位無死角的投影享受；搭配內建的四大智慧感測自動校正畫面功能，以及遙控器與機身快捷鍵的便捷操控設計，讓使用者隨意坐躺，靈活操作，輕鬆享受最佳影音體驗，是全球第一款為躺而生的投影機。

採用雷射光源的 GV50，能呈現充滿活力、栩栩如生的視覺效果；擁有 500 ANSI 流明亮度和明基獨家 CinematicColor 技術，專為 HDR10 和 HLG 內容進行優化，提供令感官驚豔的細膩畫面。



經過精細聲學調校，GV50 內建的「天花板劇院音場模式」能解決當機身往上轉動時，Subwoofer 聲音指向性直接被底座遮蔽的物理限制，不再因仰角投影而屈就於悶悶的聲音；搭配 2.1 聲道 18W 揚聲器設計，讓觀看者無論坐著或躺著，都能享受精彩的環繞音場，沉浸在導演創造的世界。

明基將秉持使用者需求導向的思維，配合關懷優先的創新科技，不斷開發出滿足消費者需求、解決消費者痛點的產品，與消費者一起追求更美好的科技生活。



360°奢華輕劇院：GV50 行動微型投影機

隨心所欲的智慧教學

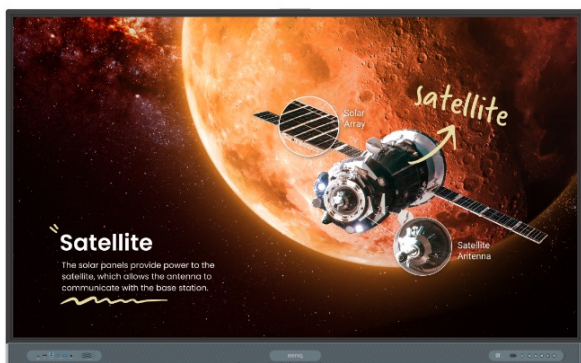
作為智慧教學領導品牌，明基不僅是一個產品供應商，更是教育事業夥伴。藉由軟硬體結合，明基希望為每位教師打造出自己的教育舞台，成就以健康為基石的智慧教學，引領我們邁向更加優質的教育前景。透過創新與科技，我們正在雕琢未來教育的模樣。

2024 年明基推出新一代 RP04 系列教育互動觸控顯示器，以出色的互動體驗、便捷的智慧功能、以及貼近教育現場實際需求的產品設計，獲得高度肯定，並榮獲 2025 年台灣精品獎，展現明基在創新科技上的領先地位。以下是其創新特色的詳細說明：

- 與 Google 生態系緊密結合，打造智慧教室：產品領先台灣市場通過 Google EDLA 官方認證，教師可透過 Google 雲端空間存取教案、並使用 Google Play 上眾多軟體服務，輕鬆設計互動課程。此外明基軟硬體與 Google 生態系完美融合，內建 EZWrite 白板書寫軟體，強化了雲端功能並與 Google Classroom 整合，方便師生分享想法，創造更生動的教學場景。分割視窗功能讓多任務處理更加便利，帶動教學的流暢自然，成為教師的無形助手。浮動工具欄則可在不同顯示環境下輕鬆書寫，讓互動不受空間限制，帶來沉浸式的智慧學習。
- 全面資安保護：整合 Google Play 安全防護技術，保障應用程式安全與個資隱私，讓教師和學生在使用過程中更安心。透過 AMS 帳戶管理系統，提供每位教師獨立的操作空間，有效避免資料洩漏或誤用風險。另外支援 NFC 登入功能，讓教師可以輕鬆、安全地訪問系統，快速展開教學活動，提升教師使用上的便利性。
- 健康學習環境的全方位守護：內建空氣品質感測系統，能即時監控教室空氣品質，當品質下降時，啟動負離子產生器提升空氣清新度，為師生提供健康的呼吸環境。螢幕採用獨家奈米銀離子技術，通過 TÜV 及 SIAA 雙重認證，有效減少病菌的傳播風險。螢幕也取得業界首款 Eyesafe® 2.0 認證，在降低藍光對視力影響的同時，依然保持鮮豔度與真實性，帶給師生清晰且舒適的視覺體驗。



當科技引領教育革命，明基以創新能力積極協助實現教育真諦。顯示設備只是載體，教育的內涵才是靈魂，我們會一直傾聽使用者的需求與建議，善用科技於教育應用，致力提供師生更美好的學習體驗。



隨心所欲的智慧教學：RP04 系列教育互動觸控顯示器

落地燈直視眩光的創新解決方案

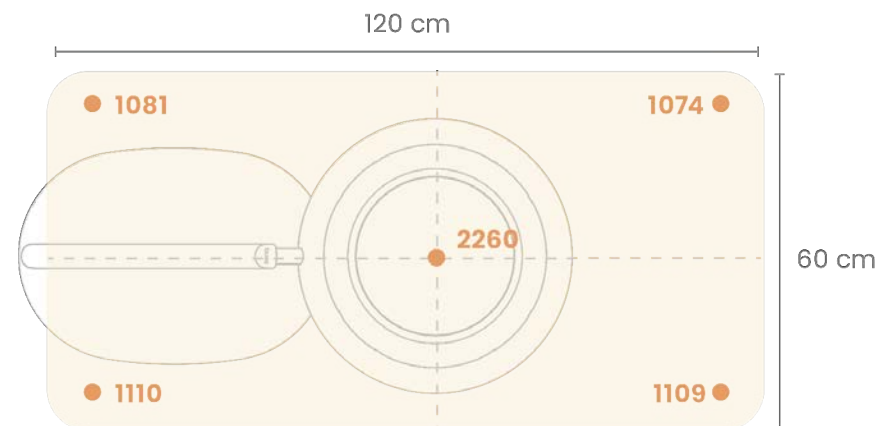
近年在中國兒童檯燈市場上，興起一種被稱為「大路燈」的產品，其特點為發光面高度達 190 公分以上，同時具備間接光及直接光，再輔以強大的輸出功率，因此可以為整個室內提供均勻、明亮的照明。然而正因發光面高、功率強大，所以孩子直視時會十分刺眼，根據加州大學柏克萊分校視光學院以及瑞典 Karolinska Institutet 等國際機構的研究顯示，刺眼的直視眩光會造成眼睛不適、不專心等問題。

為了解決此問題，明基燈具研發團隊在 2024 年新推出的兒童大立燈 MindDuo Max 中，加入了「0 眩光 光柵盾™」創新設計，先計算出孩子視線朝向出光面的角度，再利用不等間距條柵擋住直視眩光。根據專業光學軟體計算，UGR 統一眩光指數達到無眩光感等級，同時也確保桌面仍然保有超過「讀寫作業檯燈標準」的明亮照度。



明基「0 眩光 光柵盾™」創新設計

此外，一般大路燈擺放在兒童書桌側邊時，由於結構限制，導致桌面左右照度實測相差將近 2 倍，十分不對稱。為了讓照明更加均勻，明基燈具團隊與工業設計師小池和也合作，經過多次討論與模型製作驗證，最終設計出由兩個曲線結合的燈臂造型，成功讓 MindDuo Max 擺在書桌側邊時，燈頭可以置於桌面正上方，提供左右對稱均勻的健康照明。



實測 MindDuo Max 桌面照度 (lx)

MindDuo Max 的桌面照度數據，呈現左右對稱均勻的照明

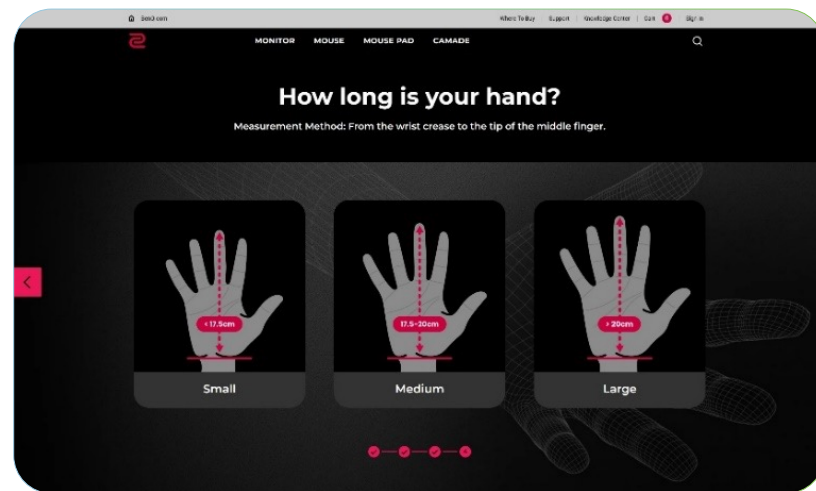


AI 驅動的遊戲視覺革命

在遊戲的世界裡，色彩不只是視覺享受，更是勝負的關鍵。Color Shuttle 是明基軟體團隊為 MOBIUZ 系列電競顯示器所開發的創新軟體，內建明基針對專業遊戲玩家進行色彩分析研究後所開發的 AI 模型，具備智慧場景辨識功能，能根據不同遊戲類型分析畫面內容，進行 AI 智慧色彩調校，優化對比度、色溫與細節表現。

無論是第一人稱射擊、賽車競速、或是劇情導向的角色扮演遊戲，AI 都能自動調整至最佳的色彩設定，確保每款遊戲都能呈現最完美的色彩，讓關鍵細節一覽無遺，進而提升遊戲反應力與臨場感，為玩家帶來前所未有的沉浸式視覺體驗。

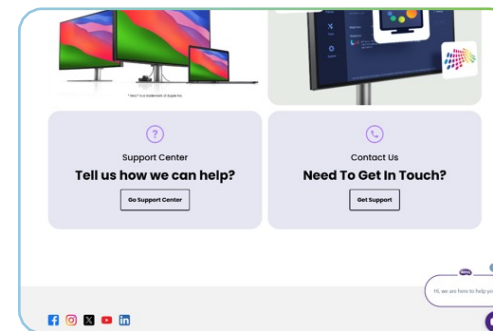
這套軟體展現明基軟體團隊運用最新科技不斷創新能力，我們將秉持這種精神，持續將創新成果呈現給消費者，帶來更好的使用體驗。



協助消費者選購產品的工具

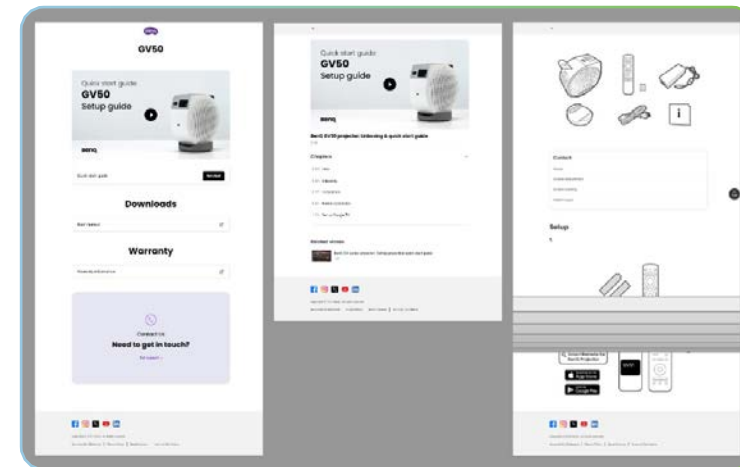
7.1.4 永續導向的數位行銷

明基產品行銷部門以數位平台溝通為主軸，將行銷資訊利用官網、社群媒體、第三方購物網站等平台傳播，並持續優化各平台的溝通方式，讓消費者隨時透過搜尋，快速找到想要的產品資訊。我們也設計協助消費者選購產品的工具，配合線上客服機制，讓消費者選出符合需求的產品，避免選購錯誤造成逆物流資源浪費。



線上客服網頁

對於已購買產品的客戶，我們準備了快速安裝指南的網頁設計，產品到貨一週內，客戶即可接到電子郵件，協助使用者於三十分鐘內熟悉操作。此外我們研究消費者使用初期的關鍵障礙因素，將其轉化為易懂的影片介紹，降低消費者獨自摸索產品使用的時間成本。

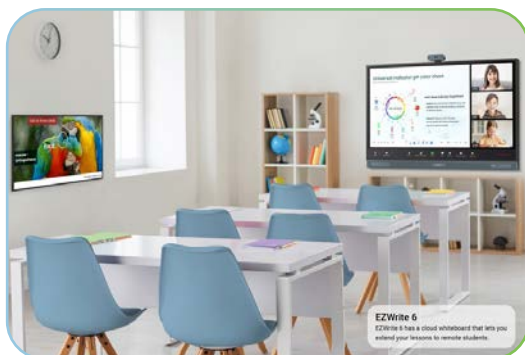


GV50 的快速安裝指南網頁



明基產品行銷全球 28 國共 22 種語言，基於數位行銷內容全球共用原則，翻譯工作一直占用流程很多時間。官網平台於 2024 年 11 月開始導入 AI 翻譯功能，大幅降低人工翻譯及來回校對時間。

為了讓採購者理解明基眾多產品使用情境，過去長期在廣告影片導入 3D 建模空間製作，2024 年為發展教育場域的示範場景，開始嘗試以虛擬執行取代各種實拍環節，並混和真實人物影像與 3D 空間合成，讓整體虛擬場景設計亦能達到與真實空間執行一樣的效果，節省人力物力，以及交通往返造成的碳排放。



教育場域的虛擬場景設計

7.2 產品碳足跡

隨著氣候變遷與全球暖化的議題日益受到重視，越來越多的客戶希望製造商能提供詳細的資訊，讓他們了解產品對氣候、環境與自然資源造成的衝擊，做為購買決策時的參考。另一方面，明基也必須對自身產品在整個生命週期中的碳排放熱點，有更全面而詳盡的數據，進而採取行動，善盡企業責任，為全球溫室氣體減量做出具體貢獻。為了呼應這些需求，2024 年明基在產品碳足跡評估方面有更積極的作為，並取得了顯著的進展。

2023 年，明基即針對旗下產品「大型觸控顯示器 RE7503A」進行產品碳足跡績效追蹤，並成為該類產品第一個獲得世界權威認證單位：德國萊因（TÜV Rheinland）頒發 ISO 14067：2018 碳足跡盤查證書的企業。2024 年，明基更將範圍擴大到全產品線包括平面顯示產品、投影機、燈具、網路產品以及電競滑鼠等，針對所有銷售機種進行產品碳足跡評估，並將評估結果揭露於明基產品碳足跡網站。



明基產品碳足跡網站

明基進行產品碳足跡評估時，系統邊界設定為搖籃到墳墓（Cradle to Grave），涵蓋原物料、生產製造、運輸配銷、消費者使用及廢棄處理等階段之完整生命週期範圍，並依產品屬性採用不同的評估工具：

- 平面顯示產品：評估工具使用 PAIA（The Product Attribute to Impact Algorithm），這是由美國麻省理工學院 Materials Systems Laboratory 與合作夥伴共同開發的工具，符合 IEC TR 62921 規範。
- 其他產品（如投影機、燈具、網路產品與電競滑鼠）：評估軟體使用 SimaPro v9.6.0.1 版本，其資料庫為 Ecoinvent 3.10，全球暖化潛勢 GWP 100 採用 IPCC 2021 第六次報告數值，此評估方法符合 ISO 14067：2018 規範。



相較於一般常見僅以代表機型進行產品碳足跡分析的做法，我們依據所有機型的產品碳足跡評估結果，搭配各機型的全球銷售數據，統計出 2024 年明基所有銷售產品在生命週期各階段的碳足跡占比^{【註】}，避免以偏概全，並針對各階段擬定減碳行動方案如下：

產品生命週期階段	碳足跡占比	減碳行動方案
原物料 + 生產製造	63.22%	- 產品減量設計：降低材料的使用量 - 提升產品使用回收材料的比例 - 與供應商合作，提升生產製造階段使用再生能源的比例
運輸配銷	1.36%	- 降低產品與包裝的重量 - 與通路業者合作，邁向低碳運輸
消費者使用	34.36%	降低產品使用能耗： - 改善元件與線路設計 - 導入節能軟體
廢棄處理	1.06%	- 易拆解與易回收的產品設計 - 提升使用材料中可再生成分的比例 - 產品包裝改用易回收材質，例如紙質緩衝材料

【註】產品生命週期階段 p 之碳足跡占比 = $\sum(C_{ip} \times S_i) / \sum(C_i \times S_i)$

其中

C_{ip} = 機型 i 在產品生命週期階段 p 之碳足跡

C_i = 機型 i 的完整生命週期碳足跡

S_i = 機型 i 之全球銷售量

產品碳足跡不僅提供單一產品的碳排放資訊，也與溫室氣體盤查範疇三中有關連結，例如購買的產品與服務、運輸配送、銷售產品的使用、銷售產品的廢棄處理等。明基進行溫室氣體盤查時，亦使用產品碳足跡資訊來計算上述類別的碳排放。

7.3 綠色產品設計與包裝

綠色設計的思維最早出現在美國設計理論家 Victor Papanek 所撰寫的《為真實世界而設計》（Design for the Real World）一書，他在書中提出設計是一種結合社會脈動的元素，設計師應該要認真思考地球資源的有限性，讓設計為保護地球環境而服務。近期歐盟執行委員會亦指出，產品對環境的影響，有 80% 取決於設計階段。

明基呼應這些觀點，進行產品設計時，從生命週期思維出發，融入環境面的考量，將減量、節能、有害物質管理與回收（包含回收材料使用及廢棄產品處理兩個面向）列為綠色產品設計的重要原則，以打造符合使用者期待並完善環境的產品，自源頭減輕對環境與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。



明基綠色產品設計四大主軸



明基的綠色產品設計，展現在下列積極作為：

- 減少產品與包裝之體積、重量與零件數量，並以模組化設計為考量。
- 材料的選用充分考慮對環境的影響和使用者的安全性。
- 著重於產品能源效率的提升與能耗的降低。
- 設計階段就應考慮產品的回收性與拆解性，避免不利於拆解與回收的材料與製程工序。

關於明基綠色產品設計四大主軸的執行細節與成果，節能設計與有害物質管理可見本報告書 7.3.1 與 7.3.3，減量設計與回收則可見本報告書 7.4.1、7.4.2 與 7.4.3。

7.3.1 節能設計

在電子產品的產品碳足跡中，使用階段的碳排放大多來自於產品使用時的電力消耗。依據本報告書 7.2 中揭露之結果，2024 年明基產品在使用階段的碳足跡占比約 34.36%，僅次於原物料 + 生產製造階段，因此產品節能設計一直是明基持續關注與努力的方向。

Display Pilot 2

Display Pilot 2 是明基開發的專業螢幕軟體，除了可協助消費者更便捷使用明基專業顯示器，2024 年明基開發團隊亦規劃在此軟體中新增節能設計，能偵測電腦狀態，當進入鎖定狀態即自動降低螢幕能耗。此功能於 2025 年第一季完成後，預計將先支援 PD/EW/PV 系列新機種，後續再擴展至其他 DP2 軟體支援的產品。

DMS 3.0 遠端智能電力管控

DMS (Device Management System) 是明基專為教育解決方案所設計的雲端設備管理系統（包含智能電力管控功能），便利管理者在學校中控室，

即可監控與管理所有教室中的明基顯示設備。其主要功能包含：

- 遠端設備 Eco mode 設定
- 遠端定時器設置：讓設備切換至睡眠模式
- 自動排程開關機
- 設備能耗預估
- ClassroomCare™：收集教室溫度與空氣品質，協助管理者了解空調運作狀況

2023 年第四季開始，明基展開將 DMS 升級至 3.0 版的行動，並在 2024 年新增以下功能：

- 遠端監控 Dashboard
- 遠端即時開關機

DMS 3.0 的新增功能讓管理者能更有效掌控所有設備的能耗狀況，並能在需要時遠端關閉閒置未關機的設備，幫助學校達成節能目標。



DMS 3.0 的遠端監控 Dashboard



雷射投影機能源效率提升

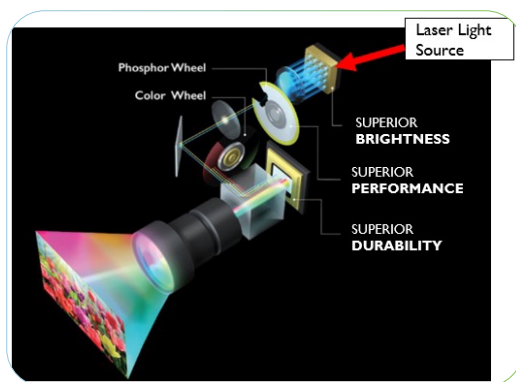
投影機因需將影像投射到大尺寸畫面，通常會消耗較多的電力，因此這領域能源效率之高低，對環境衝擊顯然相對重要。

明基致力於雷射投影機能源效率的提升，結合上游元件廠商，提升單位面積發光密度，使光源擴散受到更好的控制，有效集中在影像輸出單元上。在產品設計部分，則設計特化散熱系統，確保雷射單體的輸出光電轉換效率；並與關鍵元件廠商合作，開發高效率之色彩轉換螢光輪與濾光片。在光學設計及生產方面，亦持續優化系統精準度與光穿透率，逐年有效提升光學效率。

與 2020 年銷售機型相較，2024 年明基雷射投影機輸出每單位光通量（流明）所需之電力消耗，降低了至少 11%。若以每年使用 200 天，每天使用 4 小時計算，2024 年明基售出的雷射投影機每年共可節省至少 62 萬度（kWh）電力消耗，相當於美國一片 367 公頃森林每年的碳中和能力^{【註】}，上述森林面積約等於 14 個大安森林公園的大小。

【註】資料來源：U.S. EPA (Environmental Protection Agency)

- Emission factor of electricity used = 3.94×10^{-4} metric tons CO₂/kWh
- Annual Net Change in Carbon Stock (i.e., Sequestration) per Area of U.S. forests in Year 2022 = -0.67 metric tons of carbon sequestered per hectare per year



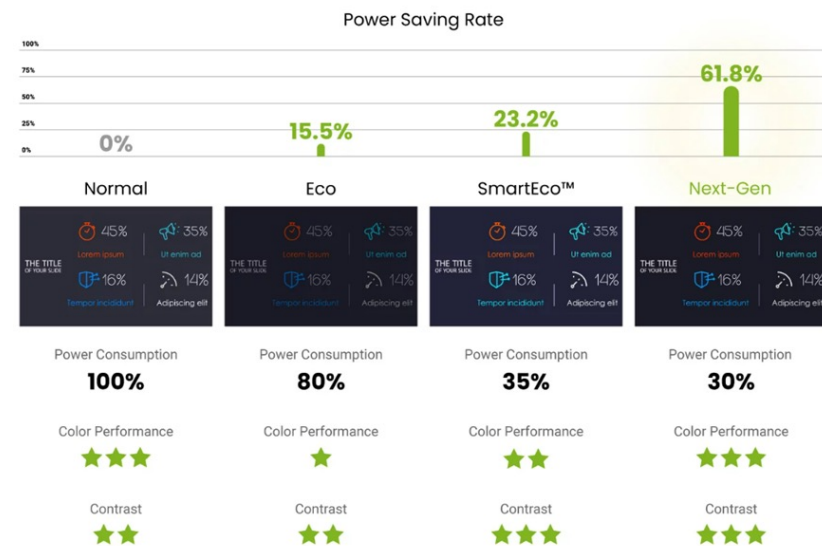
雷射投影機光學示意圖

Next-Gen SmartEco™

明基 SmartEco™ 是一項專為提升投影機能源效率與環境持續發展而設計的創新解決方案。此技術利用固態光源電流可以快速變化的特性，透過智能調整投影機固態光源輸出，在維持影像亮度與品質的前提下，最大限度減少能源消耗，同時延長光源壽命並降低營運成本。

2024 年，SmartEco™ 技術的節能效果與影像品質邁向次世代，提供消費者更好的使用體驗。至 2024 年底，已有約 11.3% 固態光源機種導入 Next-Gen SmartEco™，預估 2025 年導入機種比例可達 40%。

對於教育和商務領域的應用，SmartEco™ 技術不僅有助於減少電力使用和碳排放，還能推動低碳經濟與綠色科技的普及，展現明基對環境保護的長期承諾。



各種模式的能耗與影像品質比較

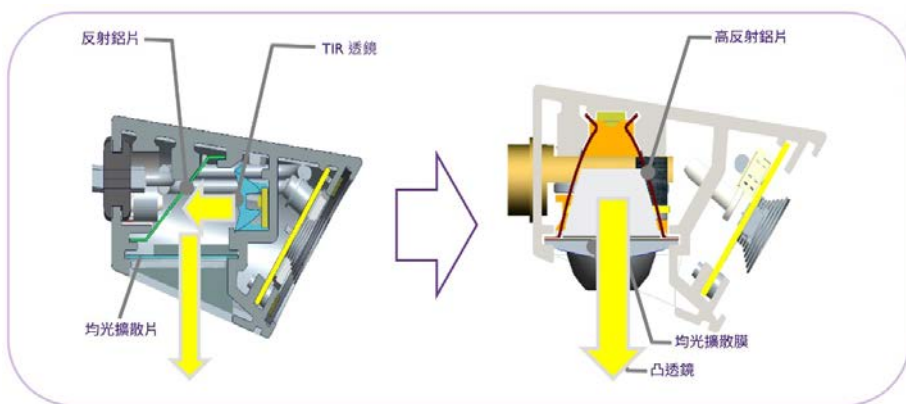


燈具產品的節能光學設計

與明基其他產品不同，產品使用階段之占比一直高居燈具產品碳足跡的首位，以 2024 年為例，其占比即高達 85.1%，因此節能設計對明基燈具產品而言，實屬重中之重。

關於燈具產品的節能設計策略，除了優化電源線路設計、選擇高效率電子元件與 LED、以及智能自動開關燈機制外，藉由不斷創新的光學設計提升光學效率，也是明基持續專注的方向。

2024 年，明基燈具部門針對 PianoLight 鋼琴燈進行光學設計改善，將原本反射式的光學結構，調整為直下式的出光設計，搭配特殊設計的出光透鏡及聚光片曲面，讓光學效率提升了 20.9%，在提供相同照明條件的情況下，整機能耗可因而下降 15.2%。2024 年新推出的 PianoLight Grand 鋼琴立燈，亦採用相同的光學設計架構，既提升光學品質同時也達到節能效果。



PianoLight 鋼琴燈光學設計之前後比較

7.3.2 綠色包裝

明基持續關注產品包裝對於環境的影響，並積極推動永續包裝以減少資源浪費並降低碳足跡。我們針對包裝生命週期展開全面評估，持續探索新材料與設計，透過不斷的創新與測試，將永續包裝落實至品牌各產品中，包含顯示器、投影機、大型觸控顯示器、智能燈具等。以包裝生命週期中的三個階段分別考量，在製造運輸階段減少包裝體積重量，在使用階段讓包裝能再利用，在回收階段則減少塑料，執行重點如下：

- 透過設計使包裝材料可再利用，延長使用週期
- 創新的產品組裝及結構，減少包裝材料用量及減少體積
- 包裝紙箱採用 80% 以上的回收紙
- 包裝印刷使用水性油墨，減少對環境的衝擊
- 降低 B2B 產品包裝之印刷油墨使用量
- 利用貼紙系統讓多個型號共用包裝，避免資源的浪費
- 產品包裝進行減塑，最終目標為 100% 紙質包裝





由於一次性塑料對環境的破壞性影響日益嚴重，明基選擇以紙質與其他生態友善材質來取代塑膠。2023 年開始，我們在顯示器（包括 PD 和 RD 等系列）導入紙漿塑模技術，用於包裝緩衝設計，取代傳統的保麗龍發泡材料，經過嚴格的跌落測試，證明在大幅降低塑料使用的同時，依然能保持包裝的防護性能。2024 年已有 30.2% 的顯示器機種採用全紙質包裝緩衝材，預估至 2027 年可達 100% 機種全面使用。

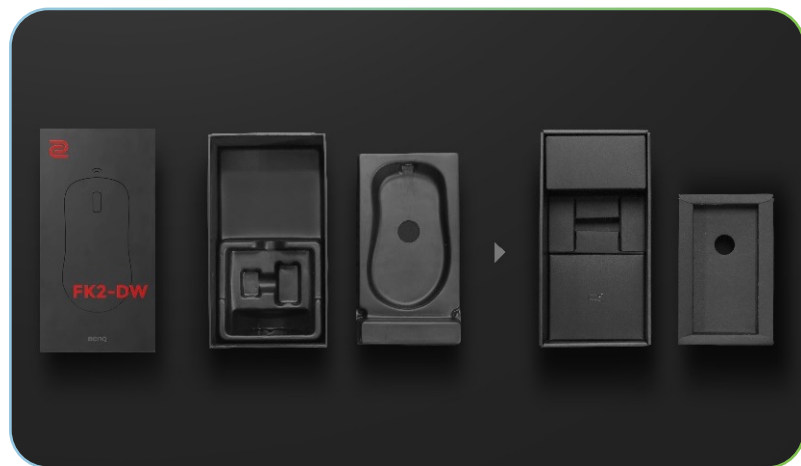
除了包裝緩衝材減塑外，2024 年開始，明基 PD 與 EX 系列顯示器陸續將線材綁帶由塑膠改為紙質，並取消包裝塑膠袋，統一將配件以紙盒方式收納，進一步實現「無塑料包裝」。



EX381U 全紙摺包裝設計



紙質線材綁帶與配件收納盒



ZOWIE FK2-DW 無線滑鼠減塑包裝

2024 年，明基旗下 ZOWIE 無線電競滑鼠的包裝全面改採紙摺托盤取代傳統塑料，包裝盒及其內部緩衝結構亦以回收紙為主要材質，成功削減了包材 90% 的塑料使用量，大幅提升環保價值，也展現我們對生態保護的堅定承諾與持續努力。

在投影機產品線，我們亦於 2024 年開始採用紙漿塑模技術，替代傳統 EPE 發泡材料作為緩衝設計，經過反覆修改設計與驗證，跌落測試的結果顯示，減塑包裝可以在環保與產品開箱體驗之間取得平衡。



GP520 的紙漿塑模緩衝設計



7.3.3 有害物質管理

明基遵守各特定化學物質的相關規範，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），目前更新至第 16 版，管制範圍涵蓋 RoHS 及其他法定或自願性管制物質。明基亦持續追蹤歐洲化學總署每年所公佈的高關注物質（REACH SVHCs）建議清單，目前更新至第 33 版，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，以系統化管理機制來確保各供應商皆能符合要求，藉以達到禁止或控制具致癌性、致突變性或生殖毒性物質的使用。

針對電子產品中可能的環境關聯物質，明基亦持續關注國際間相關研究與建議管制標準，如國際電子製造聯盟（iNEMI）、綠色和平組織及歐盟之倡議，並設定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
- 聚氯乙烯（PVC）：全產品包裝材與機構件不可使用
- 鄰苯二甲酸酯塑化劑（Phthalate）：全產品不可使用

7.4 循環經濟

自工業革命以來，全球以線性模式發展，不斷增加對自然資源的需求，在追求經濟成長的同時，也對環境與生態造成了莫大的衝擊。在這種經濟模式下，地球的有限資源被快速消耗，也導致碳排放居高不下，因此全球要邁向淨零排放，必須從根本上改變產品的生產和使用方式。

1966 年，美國經濟學家 K. E. Boulding 在論文《即將到來的地球宇宙飛船經濟學》（The Economics of the Coming Spaceship Earth）中，把地球比喻為一艘孤獨的太空船，沒有無限的資源儲備庫，當無法由外部取得資源時，人類就必須回到自己在生態系統循環中的位置，透過持續的內部資源循環自給自足延長壽命。這段被視為循環經濟概念濫觴的文字，在人類面臨抉擇的今日，格外具有警示與啟發意義。

循環經濟提供了一套新的經濟運作思維，幫助我們將經濟成長與資源利用脫鉤：即透過產品設計和商業模式，做到以「製造 - 使用 - 循環」的方式使用資源，減少原生物料的開採，並盡可能留住產品和材料的價值。這不僅可節省大量資源與能源的使用，更能在資源循環運用的過程發展出新的商業模式，是所有企業邁向永續發展的關鍵策略。





明基了解到循環經濟對於地球環境與自身永續發展的重要性，因此承諾將逐步由線性經濟轉型為更為循環的模式，並專注於下列幾個方向：

- 在不影響品質的情況下，提升產品使用回收材料的比例，減少原生材料的消耗。
- 從設計出發，盡可能保留產品和材料在產品生命週期各階段的最大價值。
- 提升再生能源的使用比例。
- 持續發掘符合循環經濟原則，並適用於明基的商業模式。
- 透過供應鏈管理機制，與供應商一起實現永續發展的願景。

做為一家全球化科技公司，明基深知自身的責任，將持續朝循環經濟的模式邁進，結合供應商、客戶和其他合作夥伴的力量，透過創新與合作不斷改善，達成淨零排放的目標。

7.4.1 產品減量設計

減量設計（Reduce）是明基綠色產品設計的重要原則，不僅從源頭減少對地球資源的消耗，也能降低產品生命週期各階段的碳排放。2024 年，明基各產品線採取不同的方式切入產品減量，取得了顯著的成果。

2024 年，明基新一代顯示器開始進行全面降低塑膠外殼厚度的計畫，依據螢幕尺寸設定不同的厚度降低目標，並於新機種陸續導入。以 25 吋及 27 吋新機種為例，EX251 外殼平均厚度由 2.0mm 降至 1.8mm，可讓外殼重量減輕約 9.05%；EX271 外殼平均厚度則由 2.2mm 降至 2.0mm，外殼重量約可減輕 9.76%。

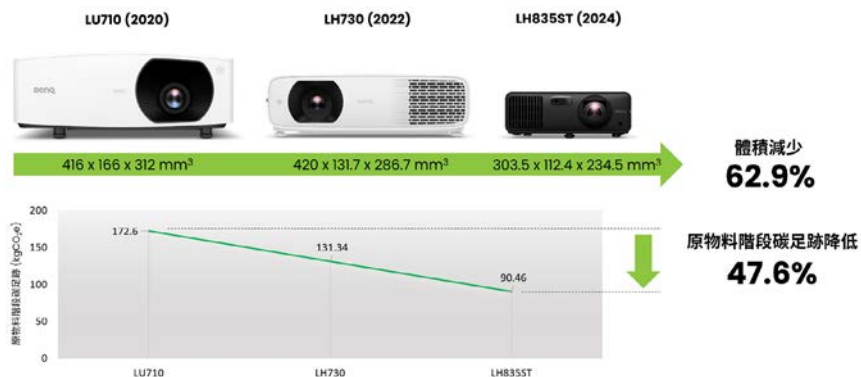
榮獲日本 Good Design Award 肯定的 XL 系列電競顯示器，則藉由創新架構搭配機體重心的調整，讓底座面積較相同螢幕尺寸之一般顯示器縮小約 41%。此設計不僅滿足電競選手在競賽中需要更大桌面的操作需求，也可減少塑料的使用，避免更多浪費與污染。



大幅縮小底座面積的 XL 系列電競顯示器

另一方面，大型商用顯示器產品線也針對 RM/RP 系列進行產品減重，2024 年新機種之平均重量較前一代降低約 5.9%，若依 2024 年的銷售量計算，總計可減少約 108 公噸的材料消耗，相當於 432 萬個空寶特瓶的重量。

明基投影機一直將體積縮減列為產品減量設計的重要目標，同為 4000 流明規格，2024 年新機種 LH835ST 的體積較 2020 年機種 LU710 減少 62.9%，原物料階段的碳足跡也因材料消耗減少而降低了 47.6%。



4000 流明投影機的體積縮減與碳足跡降低

明基於 2024 年推出的 LaptopBar 筆電燈，以獨特的產品定位及前衛設計，獲得 Red Dot Design Award。為了滿足便於攜帶的需求，LaptopBar 必須在提供充足照明的前提下，維持小巧機身設計，因此明基燈具設計團隊獨創出可輕易拆解及旋轉燈頭的專利設計。藉由省空間的精簡結構設計，取代零件繁雜且昂貴的轉軸，達成可平順調整燈頭角度的設計目標，不僅減少材料的使用，使用體驗及使用壽命也依然符合高標準，是明基燈具產品簡潔設計的經典案例。

7.4.2 回收材料的使用

明基一直積極於產品中使用回收材料，落實循環經濟理念。2024 年，明基產品（含包裝）共使用了 6,345.34 公噸回收材料，約占總體材料使用量的 28.5%。未來明基將持續提升產品使用回收材料的比例，目標是在 2030 年以前達到 40%。

2024 年回收材料使用量

項目	使用量 (公噸)	百分比
總材料 (含包裝) 使用量	22,257.06	/
總回收材料 (含包裝) 使用量	6,345.34	28.5%
回收紙使用量	4,960.75	22.3%
回收塑膠使用量	1,307.23	5.9%
回收鋼鐵使用量	45.63	0.2%
回收鋁使用量	31.73	0.1%

回收塑膠

塑膠是明基產品的主要材料之一，自 2010 年以來，明基即持續使用消費後回收 (PCR) 塑膠於我們的產品，2024 年明基產品共使用了 1,307.23 公噸的 PCR 塑膠，以降低對環境的衝擊及資源的浪費，估計可減少約 5,241.99 公噸的二氧化碳當量碳排放^{【註】}。

【註】依據 Ecoinvent 3.10 資料庫之排放係數估算

2023 年開始，明基新世代顯示器陸續使用含 85% PCR 的 ABS 作為外殼材料，至 2024 年底已有接近 70% 機種導入，預估至 2026 年可達到 100% 機種全面使用。投影機由於產品特性考量，目前採用含 50% PCR 的塑膠作為外殼材料，至 2024 年底已有 15% 機種導入，未來將持續提升使用機種之比例。



回收金屬

明基產品使用的金屬材料主要為鋼鐵及鋁，2024 年明基產品共使用了 45.63 公噸的回收鋼鐵以及 31.73 公噸的回收鋁，估計可減少約 303.54 公噸的二氧化碳當量碳排放【註】。

【註】依據 Ecoinvent 3.10 資料庫之排放係數估算

目前顯示器產品已開始使用含 90% 以上回收材料之鋁合金以及含 10% 以上回收材料之鋼材，至 2024 年底各有約 20.8% 與 32.1% 的機種導入，兩者皆預估於 2027 年可達 100% 機種全面使用。此外，投影機新世代機種亦將於 2025 年開始使用含 10% 以上回收材料之鋼材，擴大明基產品使用回收材料的範圍。

7.4.3 產品廢棄處理

基於生產者延伸責任，明基遵循各國政府法令，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全球回收資訊網頁。2024 年明基共回收了 1,194 公噸廢棄產品，約占當年度全球銷售產品總重量之 7.6%。



明基全球回收資訊網頁

明基「產品廢棄與回收階段」遵守歐盟廢電子電機設備回收指令（WEEE），產品材質可回收率（Recycling rate）與零部件再利用率（Reuse rate）合計，以及能源回收率（Recovery rate）均達 80% 以上。

7.5 環保標章

7.5.1 節能標章

節能設計原則

有鑑於電子產品於使用階段耗用較多能源，明基產品於設計階段，優先考量下列節能設計原則：

- 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 OSD Timer 提示使用者休息時間，以降低功耗

國際能耗標準與規範

明基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 第 8.0 版之能源消耗要求；外接式電源供應器（Adapter），亦皆符合美國能源部 DOE 第 VI 級之能源效率要求。



7.5.2 綠色環保標章

環保標章定義之綠色產品規格，市場上僅約 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，亦藉由申請綠色環保標章驗證指標機種，以符合最新綠色產品規格。明基產品在全球各地取得各類型之節能與綠色環保標章，包含美國 EnergyStar、美國 EPEAT、瑞典 TCO、台灣環保標章（TGM）等。

2024 年節能 & 綠色 環保標章產品數		顯示器 (含大型商顯)
	美國 ENERGY STAR	359
	美國 EPEAT	80
	瑞典 TCO	61
	台灣環保標章 (TGM)	56

7.5.3 明基 ecoFACTS 標籤 (自願標示)

明基致力於設計與開發更環保的產品，最終目標是實現低碳社會，除符合環境管理相關之國際法規要求與標準外，更不遺餘力進一步推動將生命週期設計融入產品的材料選擇、製造、包裝、運輸、使用和處置等各方面。

開發對地球友善的綠色產品，明基不願只是消極符合法規要求，而是積極讓所有產品都能夠綠活再生！

ecoFACTS 宣示明基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。自 2011 年起，明基所有產品皆加上 ecoFACTS 標示，清楚告訴消費者明基產品所採用的綠色設計與材料，並列出每款產品之主要環保設計亮點，協助消費者於購買時，做出明智之綠色選擇。





Chapter 8 永續供應鏈

管理方針

明基電通致力於與供應商建立長期合作關係，攜手共同成長，並依照既定時間表逐步實現永續目標規劃。我們將持續深化永續供應鏈的管理與運作，確保整體供應鏈在環境、社會與治理 (ESG) 方面的長期穩定與發展。

中期規劃 (三年)

1. 規劃對供應商進行現場稽核，並將社會責任相關項目納入評估指標。
2. 進行工廠在地採購調查，要求供應商提供具體的生產機種金額，並確定在地採購的金額比例。
3. 調查一階供應商的 ESG 目標，並與明基電通共同朝向相同的永續目標努力。

長期規劃 (五年)

1. 完成所有合作供應商的現場稽核工作。
2. 要求所有一階關鍵供應商接受由負責任商業聯盟 (Responsible Business Alliance, RBA) 認證的第三方機構進行行為準則的稽核。

8.1 供應商永續經營

8.1.1 風險管理策略

明基電通為降低因供應鏈中斷所帶來的營運衝擊，其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或服務，將立即啟動另一供應商，確保服務不中斷。
- 針對潛在供應商，我們進行培養、驗證和建立流程，確保在現有供應商無法繼續提供服務時，能夠迅速啟用其他合格供應商。
- 此外，明基電通對現有合格供應商進行全面的風險評估，並透過定期與不定期的調查，密切關注供應商的營運狀況與財務健康。我們特別重視高風險族群，及時了解並處理潛在風險，避免供應商無預警倒閉或發生爭議等情形，對業務運營造成不利影響。
- 針對重大風險事件（如地緣政治變動、匯率波動、經濟危機等），我們會進行全面的風險評估與調查，特別是在有特殊風險的地區，了解並評估當地供應商的應變能力，以及為供應商提供適當的應對指導，確保整體供應鏈的穩定性，避免可能對營運及利害關係人造成的不利影響。



關鍵衝擊	風險	機會
國際戰爭	運輸延遲導致無法準時交貨影響供應鏈	1. 提前備料 2. 掌握市場趨勢
美國調整關稅	成本上升導致終端售價上漲進而造成通貨膨脹	1. 調整海外工廠佈局 2. 掌握市場趨勢



8.2 新供應商篩選

明基電通作為一家跨多領域的品牌公司，與全球約 23 家主要供應商合作，這些供應商包括代工廠及關鍵零組件供應商，大多位於大中華區域。基於我們對品質的嚴格要求，並為消費者把關，我們致力於與供應商建立一個符合環境保護、人權保障、安全、健康及可持續發展的供應鏈。

因此，明基電通在供應商篩選上持嚴謹態度，並在書面及實地審核方面建立嚴格要求。供應商必須符合 ISO 9001 等國際認證標準，並提供相關證書和衝突礦產調查結果。通過這些措施，我們期望能與供應商共同履行企業社會責任，建立長期穩定的合作夥伴關係。

明基電通管理系統與流程，潛在供應商欲進入明基電通所核准之合格供應商列表 (Qualified Vendor List, 簡稱 QVL)，須積極配合社會責任與環境安全衛生以及 ESG 相關稽核與文件審核之活動，因此，不論是預備合作之新供應商，甚或現行或潛在之夥伴供應商，均透過明基電通積極輔導與溝通，100% 完成相關的文件審核、簽署與追蹤，方得持續維持合格供應商身分資格，2024 無導入新供應商。

新供應商審核機制：

明基電通致力於與供應商建立長期合作模式，共同成長並依時程訂定目標規劃，將依各階段規劃逐步完成，讓永續供應鏈更完善。



8.2.1 書面審核

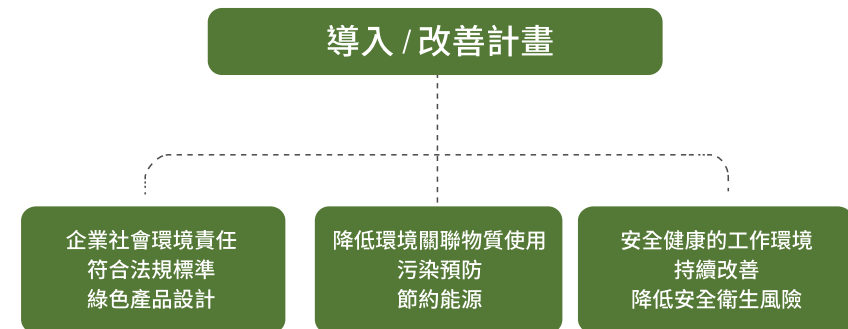
新供應商須提供 ISO 9001(Must)、ISO 14001、ISO 45001、SA8000, ESG 報告書、ISO 14064-1、ISO 50001 等相關證書

- 新供應商 100% 簽署永續發展行為準則，其內容包括社會責任及環境安全衛生等規範，確保供應商營運遵守勞工安全衛生、環境保護、企業倫理等相關法令。



(1-1) 如無法提供 ISO 14001 及 ISO 45001 證書之新供應商，則要求提供導入或改善計畫，如下：

- ✓ 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；
- ✓ 提供安全健康工作環境，維護員工身心健康；
- ✓ 持續改善降低安全衛生風險。



(1-2) 無法提供 SA8000 證書之新供應商，則需提出 BSCI 社會責任認證或 RBA 責任商業聯盟報告等國際許可證明。

(1-3) 所有供應商皆須簽署供應商永續發展行為準則，舉例如下：

- ✓ 禁止雇用童工，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、安全訓練；
- ✓ 提供員工乾淨、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



8.2.2 實地審核

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，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、腐蝕性的與有毒性材料，是否適當儲存與隔離；緊急事件如火災，水災…等，是否有緊急應變計畫（設施與措施）…等環境保護與社會責任之篩選，若供應商實地審核未通過，將無法進入合格供應商名單，換言之，新供應商均為 100% 通過前述實體審核要求。

況且縱然為合格供應商後，明基電通於開始合作及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，其品質管理與產品認證部門，會在 RFQ (Request For Quotation) 規範供應商之成品品質，並將產品所適用相關法規，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，倘若新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。

自 2024 年起，明基電通將逐步實施實地稽核，進行供應商的現場訪查，包括但不限於：隨機抽查員工考勤、特殊工作執照、直接與間接員工比例等，並對發現的稽核問題要求供應商提出改善計劃並於限定期限內完成。通過上述層層把關，明基電通確保所選擇的供應商能夠提供符合公司標準的高品質產品、消費者及社會責任的需求。





8.3 責任礦產

2010 年美國通過「華爾街再造與消費者保護法 (Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act)」，該法案於金融改革法案第 1502 節中要求美國證管會制訂一項「衝突礦產」的法令，其中需揭露產品製造過程中使用礦產的來源是否來自於強迫及非人道對待勞工的剛果民主共和國與其毗鄰國家 (Democratic Republic of the Congo (“DRC”) and adjoining countries)。而責任礦產倡議組織 (Responsible Minerals Initiative, RMI) 調查也發現，上述地區當地叛亂組織透過強迫勞動、濫用童工等非法手段取得鉭、錫、鎢、金等礦產，販賣換取武器，造成區域動盪，國際稱此四類經由非法作業取得礦產為衝突礦產 (Conflict Minerals)。



8.3.1 礦產應用

電子產品運用著各種功能顯著的金屬材料，其中「鉭、錫、鎢、金、鈷、雲母」是電子產品功能運作必要材料。鈷是製造電池的關鍵材料，依據歐盟關鍵原料審查研究報告，全球三分之一的鈷礦來自剛果民主共和國與其毗鄰國家，2019 年 RMI 組織將「鈷」列為第五類管理礦產。雲母為塗料主要成分，多用於電子產品外觀塗飾，雲母開採與加工存在雇用童工、不安全的工作場域防護、職業健康問題等風險。近年 RMI 組織已將雲母列入自主盡職調查管理對象。

8.3.2 責任礦產政策

BenQ 明基電通支持國際社會對衝突礦產的抵制活動¹，並與供應商合作，展開衝突礦產²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³武裝團體之衝突礦產，以確保其採購符合社會及環境責任。BenQ 明基電通更主動加入責任礦產倡議 (Responsible Minerals Initiative, RMI) 成為其會員資格，並且主動提供供應商合格冶煉廠⁴最新資訊與採購來源，確保合格冶煉廠轉換計畫落實，維持並達成鉭、錫、鎢、金、鈷、雲母 100% 採購自合格冶煉廠的目標。

註 1: 抵制活動：國際非政府組織如 SOMO 及 Enough 之研究報告指出，剛果正面臨二次世界大戰以來最嚴重的死亡衝突，而造成這些衝突的主要原因來自於電子產品對於剛果民主共和國東部豐富金屬礦產的需求。倘若生產電子產品的公司使用採購來自於剛果東部衝突礦區的金屬材料，等同於助長這些衝突行為。

註 2 衝突礦產：係指鉭 (tantalum)、錫 (tin)、鎢 (tungsten)、金 (gold)、鈷 (cobalt)、雲母 (mica) 六種金屬。

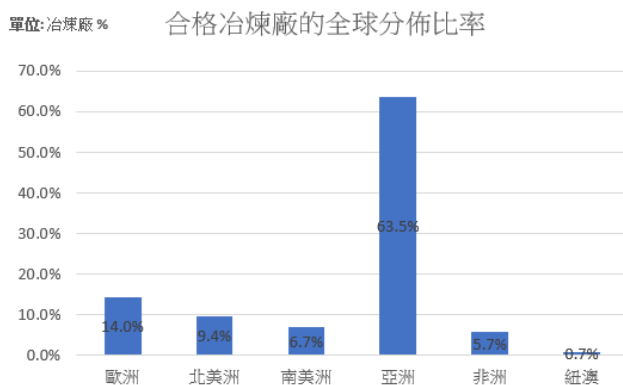
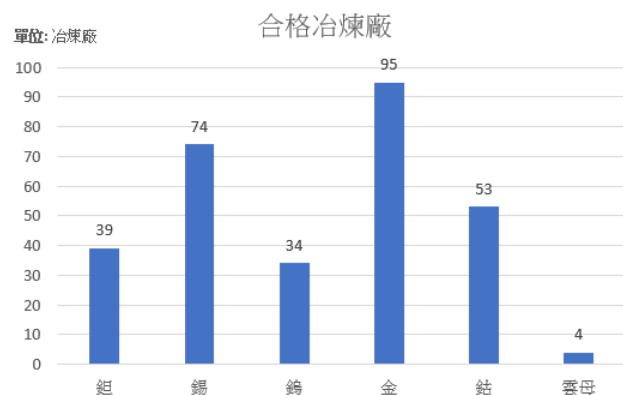
註 3: 毗鄰國家：表剛果民主共和國臨近之安哥拉、蒲隆地、中非共和國、剛果共和國、盧安達、南蘇丹、坦尚尼亞、烏干達、尚比亞等國。

註 4: 合格冶煉廠：請參考無衝突冶煉廠計畫網站，獲知最新冶煉廠公告名單。



8.3.3 責任礦產調查：

據 RMI 組織的調查結果與歐盟 2021 年生效的《歐盟衝突礦物法規》CAHRAs (Conflict Aected and High-Risk Areas) 地區，BenQ 明基電通 2024 年鉭 (tantalum)、錫 (tin)、鎢 (tungsten)、金 (gold)、鈷 (cobalt)、雲母 (mica) 供應鏈共計 299 家產品來源冶煉廠分布與合規性，冶煉廠主要位於亞洲 63.5%、次為北美洲 9.4%、南美洲 6.7%、歐洲 14%、非洲 5.7%、澳洲 0.7%，經調查確認 100% 非屬衝突礦產。



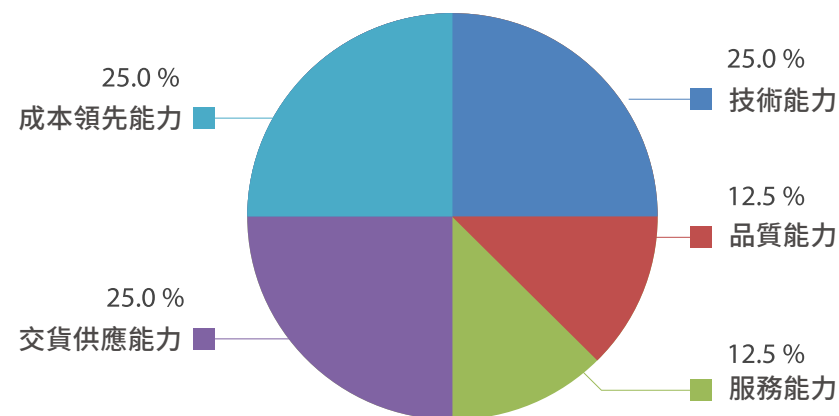
8.4 供應商檢核

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、品管與安規等相關部門，與供應商檢討當季績效，並予以季度評核作為供應商定期評核依據。

供應商績效評核將基於 IQSDC 五大評鑑指標進行：

1. 技術能力 (Innovation/Technology)
2. 品質能力 (Quality)
3. 服務能力 (Service)
4. 交貨供應能力 (Delivery)
5. 成本領先能力 (Cost Leadership)

季度供應商評核





除了績效評核外，明基電通還將利用每季的 QBR 會議檢視供應商 ISO 證書的有效性，並確保所有一階供應商完成 100% 的政策宣導。透過協同合作，我們期望與供應商共同成長，實現 ESG 永續發展目標，並確保供應商遵守 RBA 責任商業聯盟行為準則。

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
ISO 9001	●			
ISO 14001	●	●		未能提供證書，請填寫導入或改善計畫表
ISO 45001	●	●		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

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。



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。





BenQ 政令宣導 (1)

反奴役與人口販運聲明

BenQ 支援並遵循國際公認的人權規範與原則，包括《聯合國世界人權宣言》、《聯合國全球公約》、《聯合國工商企業與人權指導原則》以及國際勞工組織發布的《基本原則與工作權利宣言》。根據公司當地的法律法規制定人權政策，並通過「維護、尊重和補救」的人權原則實施人權保護。

BenQ 要求所有供應商及其上游供應商按照本政策相同的標準維護人權。我們不使用童工、強迫勞動，也不販賣人口。所有員工的人權都受到保護。

BenQ 自願遵守責任商業聯盟 (RBA) 行為準則，並要求我們的供應商共同遵守。

BenQ 政令宣導 (2)

負責任採購

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。

BenQ 政令宣導 (3)

歐盟採行之俄國鋼鐵產品進口禁令

- (一) 禁止直接或間接進口原產於俄國或自俄國出口之鋼鐵產品 (附錄 XVIII)。
- (二) 禁止直接或間接購買位於或原產於俄國之鋼鐵產品 (附錄 XVII)。
- (三) 禁止運送原產於俄國或自俄國出口至任何國家之鋼鐵產品 (附錄 XVIII)。
- (四) 禁止使用俄國供應商。

<https://www.trade.gov.tw/Pages/Detail.aspx?nodeID=45&pid=7659996> (經濟部國際貿易相關條文)

TCO 政令宣導：

明基電通致力於推廣 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」、「商業道德」等，並請供應商及其上游廠商配合執行。



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

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



明基電通要求所有供應商遵循 SA8000 標準、ISO 認證及 RBA(責任商業聯盟) 原則，並將這些原則貫徹於公司治理及永續發展策略中。供應商須確認其營運符合明基電通的基本人權標準與政策，並進一步確保這些標準可在其上游供應商中逐步實踐與推廣。具體要求如下：

- 所有工人應享有符合當地法規的基本尊重與人權保障；
- 禁止任何形式的歧視；
- 嚴禁使用童工；
- 採取多元平等措施；
- 支持女性擁有的企業；
- 強化反貪腐機制。

明基電通於 2024 年進行供應商 RBA 問卷調查及現場稽核，期望能與供應商一起成長與落實 ESG 之重大里程碑；再者，每年會與供應商進行永續發展議題之意見交換，作為擬訂公司永續發展策略與目標的重要考量方向，更願以積極精神，作為供應商之長期合作夥伴，共同為地球、為社會盡一份心力。

Vendor Type:		Y	N	total
Vendor	公司是否為 RBA 會員	20%	80%	100%
	工廠是否受曾受第三方稽核	89%	11%	100%
Factory Site	工廠是否提供 RBA 稽核證書	67%	33%	100%
	工廠是否提供 RBA 稽核報告	67%	33%	100%

供應商 RBA 調查表

8.5 供應商風險評估

供應商風險定期評估

持續經營風險評估

- 公司基本狀況
- 供應商之客戶狀況
- 生產及設備狀況
- 投資及產品持續

重大風險調查

- 天然災害與流行疾病
- 國際經濟問題
(關稅、貨幣、匯率 ...)~

應付帳款情況調查

明基電通供應商
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。

(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（缺料…等）、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：美國關稅、地緣政治、地震…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。





8.6 明基電通運輸的永續發展

依據國際交通論壇 (ITF) 過往資料可知，國際貿易相關貨運運輸占全球溫室氣體排放量逾 7%，然而，運輸承攬商在整體供應鏈中，是扮演著舉足輕重之角色，肩負起將公司產品流通，為跨境物流與運抵客戶最終一哩路之重要夥伴。

因此，明基電通在篩選運輸承攬商的過程除了評選服務規格與價格外，擁有 ISO 14001 證照、ESG 報告、永續發展報告或對永續發展環境管理有相關的措施者，亦是明基電通對廠商的要求之一。內部資料分析對永續發展有相關管理措施之廠商，多為歐美背景企業，因此，為鼓勵本國企業邁進永續發展方向，明基電通不定時傳遞相關環境永續的重要性，若廠商具備 ISO 14001 認證或相關綠能減碳的配套措施，將優先成為明基電通之運輸承攬商，並於可控範圍內，給予適當配額獎勵，以扶持當地企業，期許藉此鼓勵運籌承攬相關業者，共同落實環保減碳的管理。

減少碳排是公司努力的目標，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；海運近年因應國際海事組織 (IMO) 推動碳排管控策略，自 2023 年開始至 2026 年間，船舶每年需減碳 2%，溫室氣體 (GHG) 減排目標期望於 2030 年前自基準年 2008 年相比，能降低 20% 碳排，甚至於 2050 年達到淨零排放之終極目標。因此，明基電通與時俱進，在國際運輸的選擇上以海運為第一順位，盡量減少空運的使用，或由鐵路替代空運的使用，在符合客戶交期與服務規格要求下，盡量降低碳排放量，以更符合綠色產品的品牌精神。

另增減少貨櫃箱用量亦是一種減碳措施，明基持續進行裝載的優化在產品設計之初便將此因素納入，以減少碳足跡於各產品的排放數字。原明基電通在 2023 年與特定運輸承攬業者配合，取得第三方認證的碳補償報告，然而在 2024 年因服務規格上與本公司有落差，故暫停雙方的配合。未來仍持續關注市場是否還有其他家業者可提供碳補償之報告。另歐盟已於 2024 開始徵收 ETS(EU Emissions Trading System)，未來是否會拓展到其他區域，亦持續觀察。





Chapter 9 附錄

I 關於報告書

發行說明與撰寫原則

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。為展現對永續發展之承諾，自過往出版企業社會責任報告書，並於 2022 年改為出版永續報告書，本公司業已發行第 3 本永續報告書。

本報告書依循 GRI 永續性報導準則 (GRI Sustainability Reporting Standards)，就價值鏈識別環境保護 (E)、社會責任 (S) 與公司治理 (G) 之相關議題，並由董事會授權執行長帶領 ESG 推行小組決議重大主題與評估衝擊，並制訂管理方針與審視目標績效，與利害關係人溝通與回應期待。

1. 本報告書資訊內容，揭露期間為 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，與財務報告書揭露期間等同。
2. 前次出版日期為 2024 年 8 月，本次出版日期為 2025 年 8 月，每年定期發行一本，預期下本出版時間為 2026 年 8 月。
3. 本次永續報告書分別發布中文與英文版本，可於官網專區下載。

政策承諾

明基電通身為佳世達集團的重要一員，因此就環境保護、社會責任與公司治理之管理政策與承諾，亦是依循佳世達集團。

佳世達集團之政策與承諾之官方連結：<https://esg.qisda.com/>

報告邊界與範疇

本報告書揭露邊界為明基電通總部 (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，如有資訊包含子公司者，會於該處特別註明。





資訊類別	依循標準	外部保證 / 確信機構
永續資訊	AA1000 保證標準 v3 版 第 2 應用類型高度保證等級查證	英國標準協會 (bsi)
財務資訊	年度財務報告	KPMG 安侯建業
環境資訊	ISO 14001 環境管理系統	台灣衛理國際品保驗證股份有限公司
	ISO 14064-1:2018 溫室氣體盤查	台灣衛理國際品保驗證股份有限公司
社會資訊	ISO 45001 職業安全衛生管理系統	台灣衛理國際品保驗證股份有限公司
	ISO 27001 資訊安全管理系統	台灣衛理國際品保驗證股份有限公司
品質管理	ISO 13485 醫療器材品質管理系統	SGS
	ISO 9001 品質管理系統	財團法人台灣商品檢測驗證中心

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。

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：<https://www.benq.com/zh-tw/about-benq/sustainability.html>

聯絡人：Raymond Hsu

Email：ESG@BenQ.com



GRI 內容索引

明基電通已依循 GRI 準則，報導 GRI 內容索引中引用的 2024 年度（2024 年 1 月 1 日至 12 月 31 日）期間之資訊。

以下指標皆經外部查證，查證結果詳如獨立保證意見聲明書所示。

使用之 GRI 1：基礎 2021

適用之 GRI 行業準則：無

GRI 2：一般揭露 2021

GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	頁碼
組織概況與報導實務			
2-1	組織詳細資訊	Chapter 2 關於明基	3
2-2	組織永續報導中包含的實體	Chapter 2 關於明基	3
2-3	報導期間、頻率及聯絡人	Chapter 9. 關於報告書	132
2-4	資訊重編	Chapter 4 迎戰氣候變遷 4.2.2 氣候變遷的風險管理 內部消耗能源使用表 (註：修正 2023 年至 2024 年發電機柴油消耗量)	26
2-5	外部保證 / 確信	Chapter 2 關於明基電通 2.4.5 永續發展議題之監控 附錄、查證聲明書 / 證書	10
活動和工作			
2-6	活動、價值鏈及其他業務關係	Chapter 2 關於明基 Chapter 8 永續供應鏈	3 122
2-7	員工	Chapter 5 社會責任 5.2.2 人員僱用概況	37
2-8	非員工的工作者	Chapter 5 社會責任 5.2.2 人員僱用概況	37

GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	頁碼
公司治理			
2-9	治理結構與組成	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構	7
2-10	最高治理單位的提名與遴選	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構	7
2-11	最高治理單位的主席	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構	7
2-12	最高治理單位於監督衝擊管理的角色	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構	7
2-13	衝擊管理的負責人	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構	7
2-14	最高治理單位於永續報導的角色	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構	7
2-15	利益衝突	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構 Chapter 6 公司治理 6.1 誠信經營守則	7 85
2-16	溝通關鍵重大事件	Chapter 6 公司治理	85
2-17	最高治理單位的群體智識	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構	7
2-18	最高治理單位的績效評估	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構	7
2-19	薪酬政策	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構	7
2-20	薪酬決定流程	Chapter 2 關於明基電 2.4 董事會治理結構 Chapter 5 社會責任 5.3.1 薪酬管理制度	7 42
2-21	年度總薪酬比率	依 GRI 2-21 公式彙編： a. 公司薪酬最高個人之年度總薪酬與公司其他員工 (不包含最高個人) 年度總薪酬之中位數的比率：8.03 b. 公司薪酬最高個人年度總薪酬增加之百分比與公司其他員工 (不包含最高個人) 平均年度總薪酬增加百分比之中位數的比率：6.15	



GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	頁碼
策略、政策和實踐			
2-22	永續發展策略的聲明	Chapter 1 永續的責任	1
2-23	政策承諾	Chapter 3 重大性主題	
		3.3 重大性主題政策承諾與管理方針彙整	17
		Chapter 4 迎戰氣候變遷	21
		Chapter 5 社會責任 5.1 人權保護	34
		Chapter 6 公司治理 6.1 誠信經營守則	85
		Chapter 7 產品創新與循環經濟	100
		Chapter 8 永續供應鏈	123
2-24	納入政策承諾	Chapter 3 重大性主題	
		3.3 重大性主題政策承諾與管理方針彙整	18
		Chapter 4 迎戰氣候變遷	21
		Chapter 5 社會責任	34
		Chapter 6 公司治理	85
		Chapter 7 產品創新與循環經濟	100
		Chapter 8 永續供應鏈	122
2-25	補救負面衝擊的程序	Chapter 5 社會責任	34
		Chapter 6 公司治理	85
		Chapter 8 永續供應鏈	122
2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	Chapter 5 社會責任	34
		Chapter 6 公司治理	85
		Chapter 8 永續供應鏈	122

GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	頁碼
2-27	法規遵循	Chapter 6 公司治理 6.2 合法守規	87
2-28	公協會的會員資格	Chapter 2 關於明基電通	3
利害相關人參與			
2-29	利害關係人議合方針	Chapter 3 重大性主題	13
2-30	團體協約	公司雖未成立工會而無團體協約，但定期舉辦勞資會議且具備透明溝通管道。	

GRI 重大主題

GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	頁碼
GRI 3：重大主題 2021			
3-1	決定重大主題的流程	Chapter 3 重大性主題	13
3-2	重大主題列表	Chapter 3 重大性主題	13
重大主題：溫室氣體與氣候變遷			
GRI 3：重大主題 2021			
3-3	重大主題管理	Chapter 3 重大性主題	13
		Chapter 4 迎戰氣候變遷	21
GRI 305：排放 2016			
305-1	直接（範疇一）溫室氣體排放	Chapter 4 迎戰氣候變遷	21
305-2	能源間接（範疇二）溫室氣體排放	Chapter 4 迎戰氣候變遷	21
305-3	其他間接（範疇三）溫室氣體排放	Chapter 4 迎戰氣候變遷	21
305-5	溫室氣體排放減量	Chapter 4 迎戰氣候變遷	21



GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	頁碼
重大主題：員工福利照顧，及人才培育認同與留才			
GRI 3：重大主題 2021			
3-3	重大主題管理	Chapter 3 重大性主題	13
		Chapter 5 社會責任	34
GRI 401：勞雇關係 2016			
401-1	新進員工和離職員工	Chapter 5 社會責任 5.2.3 員工新進分析、5.2.4 員工流動分析	39 40、41
401-2	提供給全職員工（不包含臨時或兼職員工）的福利	Chapter 5 社會責任 5.3.2 員工照顧與福利機制	46
401-3	育嬰假	Chapter 5 社會責任 5.3.3 育嬰留停	47
GRI 401：勞雇關係 2016			
404-1	每名員工每年接受訓練的平均時數	Chapter 5 社會責任 5.4 學習發展	51
重大主題：永續供應鏈管理			
GRI 3：重大主題 2021			
3-3	重大主題管理	Chapter 3 重大性主題	13
		Chapter 8 永續供應鏈	122
GRI 308：供應商環境評估 2016			
308-1	採用環境標準篩選新供應商	Chapter 8 永續供應鏈	122
GRI 414：供應商環境評估 2016			
414-1	採用社會標準篩選新供應商	Chapter 8 永續供應鏈	122

GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	頁碼
重大主題：個資隱私與資訊安全			
GRI 3：重大主題 2021			
3-3	重大主題管理	Chapter 3 重大性主題 Chapter 6 公司治理 6.5 資訊安全 Chapter 6 公司治理 6.6 個資隱私	13 90 92
GRI 418：客戶隱私 2016			
418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	2024 年度，未有來自公司外群體，或經由內部證實投訴，亦或是來自監管機關的投訴，因此，未發生資料洩露、失竊或遺失客戶資料事件，達到零裁罰之目標。	-
重大主題：顧客權益與社會責任			
GRI 3：重大主題 2021			
3-3	重大主題管理	Chapter 3 重大性主題 Chapter 6 公司治理 6.7 永續導向的品管 6.8 客戶服務質量管理	13 94 96
重大主題：社會公益			
GRI 3：重大主題 2021			
3-3	重大主題管理	Chapter 3 重大性主題 Chapter 5 社會責任 5.1 人權保護 Chapter 5 社會責任 5.7 人與土地之美 _ 明基文教基金會	13 34 63



GRI 準則	揭露項目	章節或內容概述	頁碼
重大主題：風險管控			
GRI 3：重大主題 2021			
3-3	重大主題管理	Chapter 3 重大性主題	13
		Chapter 6 公司治理 6.3 監督與風險管理	88
重大主題：品牌管理			
GRI 3：重大主題 2021			
3-3	重大主題管理	Chapter 2 關於明基電通	3
		Chapter 3 重大性主題	13
重大主題：創新技術產品與服務			
GRI 3：重大主題 2021			
3-3	重大主題管理	Chapter 3 重大性主題	3
		Chapter 7 產品創新與循環經濟	100
重大主題：人權評估與社會多元包容			
GRI 3：重大主題 2021			
3-3	重大主題管理	Chapter 3 重大性主題	3
		Chapter 5 社會責任 5.1 人權保護	34

永續揭露主題與指標 (Sustainability Disclosure Topics & Accounting Metrics)

註：使用 SASB 指標，科技與溝通部門 (technology and communication sector) 之硬體 (hardware) 標準，2023-12 版本。

指標代碼	揭露指標	2024 年揭露內容	頁碼
產品安全			
TC-HW-230a.1	描述產品資料安全風險的辨識和解決方法	Chapter 6 公司治理 6.7 永續導向的品管	94
員工多元性和包容性			
TC-HW-330a.1	(1) 管理人員 (2) 非管理人員 (3) 技術人員 (4) 所有其他員工的性別和種族群體所佔的百分比	Chapter 5 社會責任 5.2.2 進用多元人才	37
產品生命週期			
TC-HW-410a.1	包含 IEC 62474 揭露物質的產品占營收比例	本年度無此情事。	
TC-HW-410a.2	符合 EPEAT 登錄要求或同等條件的合格產品所佔百分比 (按收入計)	Chapter 7 產品創新與循環經濟 7.5 環保標章	120
TC-HW-410a.3	符合 ENERGYSTAR® 標準的合格產品所佔百分比 (按收入計)	Chapter 7 產品創新與循環經濟 7.5 環保標章	120
TC-HW-410a.4	回收報廢產品和電子廢棄物的重量、回收百分比	Chapter 7 產品創新與循環經濟 7.4 循環經濟	117
供應鏈管理			
TC-HW-430a.1	通過 RBA 驗證稽核流程 (VAP) 或同等審核的一階供應商工廠所佔的百分比 (a) 所有工廠和 (b) 高風險工廠	本年度尚未統計。	
TC-HW-430a.2	一階供應商 (1) 與 RBA 驗證稽核流程 (VAP) 或同等的不符合率，以及 (2)(a) 優先不符合和 (b) 其他不符合的相關矯正措施比率	本年度尚未統計。	
物料採購			
TC-HW-430a.1	描述管理關鍵物料使用的風險管理	Chapter 6 公司治理 6.7 永續導向的品管 Chapter 8 永續供應鏈	94 122
活動指標			
TC-HW-000.A	各產品類別之產量	Chapter 2 關於明基電通	3
TC-HW-000.B	廠區面積	Chapter 2 關於明基電通	3
TC-HW-000.C	自有設施的生產百分比	本公司為品牌公司，未有自有設施生產。	



獨立保證聲明書



獨立保證意見聲明書

明基電通 2024 年永續報告書

英國標準協會與明基電通股份有限公司(簡稱明基電通)為相互獨立的公司。英國標準協會除了針對明基電通 2024 年永續報告書進行評估和查證外，與明基電通並無任何財務上的關係。

本獨立保證意見聲明書之目的，僅作為對明基電通 2024 年永續報告書所界定範圍內的相關事項進行查證之結論，而不作為其他之用途。除對查證事實提出獨立保證意見聲明書外，對於其他目的之使用，或閱讀此獨立保證意見聲明書的任何人士，英國標準協會並不負有或承擔任何有關法律或其他之責任。

本獨立保證意見聲明書係英國標準協會審查明基電通提供之相關資訊所作成之結論，因此審查範圍乃基於並局限在這些提供的資訊內容之內。英國標準協會認為這些資訊內容都是完整且準確的。

對於這份獨立保證意見聲明書所載內容或相關事項之任何疑問，將由明基電通一併回覆。

查證範圍

明基電通與英國標準協會協議的查證範圍包括：

1. 查證作業範疇與明基電通 2024 年永續報告書揭露之報告範疇一致。
2. 依照 AA1000 保證標準 V3 的第 2 應用類型評估明基電通遵循 AA1000 當責性原則(2018)的本質和程度，以及特定永續性績效資訊的可信程度。

本聲明書以英文作成並已翻譯為中文以供參考。

意見聲明

我們總結明基電通 2024 年永續報告書內容，對於明基電通之相關運作與績效則提供了一個公平的觀點。基於保證範圍限制事項，明基電通所提供資訊與數據以及抽樣之測試，此報告書內容為實質正確之呈現。我們相信有關明基電通的環境、社會及治理等績效資訊是被正確無誤地呈現。報告書所揭露之永續績效資訊展現了明基電通對識別利害關係人的努力。

我們的工作是由一組具有依據 AA1000 保證標準 V3 查證能力之團隊執行，以及策劃和執行這部分的工作，以獲得必要之訊息資料及說明。我們認為就明基電通所提供之足夠證據，表明其符合 AA1000 保證標準 V3 的報告方法與自我聲明依循 GRI 永續性報導準則係屬公允的。

查證方法

為了收集與作成結論有關的證據，我們執行了以下工作：

- 對來自外部團體的議題相關於明基電通政策進行訪談，以確認本報告書中聲明書的合適性；
- 與管理者討論有關利害關係人參與的方式。同時，我們抽樣訪談了 1 個外部利害關係人(團體)；
- 訪談 36 與永續性管理、報告書編製及資訊提供有關的員工；
- 審查重大性評估流程；
- 審查有關組織的關鍵性發展；
- 審查財務與非財務報告相關的會計系統之廣度與成熟度；
- 審查內部稽核的發現；
- 藉由與負責收集資料管理者的會議，查證報告書中的績效數據與宣告；
- 審查資料收集的流程與確保數據的準確性，數據追溯至最初來源並進行深度抽樣；
- 比對財務數據與經會計稽核的財務報告數據之一致性；
- 審查報告書中所作宣告的支持性證據；
- 針對公司報告書及其相關 AA1000 當責性原則(2018)中有關包容性、重大性、回應性及衝擊性原則之流程管理進行審查。

結論

針對 AA1000 當責性原則(2018)之包容性、重大性、回應性及衝擊性、永續性績效資訊與 GRI 永續性報導準則的詳細審查結果如下：

包容性

2024 年報告書反映出明基電通已持續尋求利害關係人之參與，並建立重大永續主題，以發展及達成對永續具有責任且策略性的回應。報告書中已公正地報告與揭露環境、社會及治理的訊息，足以支持適當的計畫與目標設定。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了明基電通之包容性議題，除持續展現由最高管理階層支持之永續作為，亦於組織階層落實展開。

重大性

明基電通公布對組織及其利害關係人之評估、決策、行動和績效會產生實質性影響與衝擊之重大主題。永續性資訊揭露使利害關係人得以對公司之管理與績效進行判斷。以我們的專業意見而言，這份報告書適切地涵蓋了明基電通之重大性評估流程與重大性議題。

回應性

明基電通執行來自利害關係人之期待與看法之回應。明基電通已發展相關道德政策，作為提供進一步回應利害關係人的機會，並能對利害關係人所關切之議題作出及時性回應。以我們的專業意見而言，這份報告書適切地涵蓋了明基電通之回應性議題。

衝擊性

明基電通已鑑別，並以平衡和有效之量測及揭露方式公正展現其衝擊。明基電通已建立監督、量測、評估和管理衝擊之流程，從而在組織內實現更有效之決策和結果管理。以我們的專業意見而言，這份報告書涵蓋了明基電通之衝擊性議題。

績效資訊

基於本聲明書所述之我們的查證方法，並且在為明基電通提供 ESG 績效資訊保證過程中無利益衝突，特定績效資訊係在明基電通與英國標準協會協議之查證範圍內，報告書揭露的重大主題之永續揭露，以我們的觀點，明基電通 2024 年永續報告書揭露之數據與資訊是可信賴的。

GRI 永續性報導準則

明基電通提供依據 GRI 永續性報導準則 2021 之自我宣告，並對每個涵蓋其行業準則和其相關性的 GRI 主題準則(包含適用的經濟、環境與社會資訊的揭露項目)之重大主題，其揭露項目依據全部報導要求的相關資料。基於審查的結果，我們確認報告書中參照 GRI 永續性報導準則之永續發展相關揭露項目已被報告、部分報告或省略。以我們的專業意見而言，此自我宣告涵蓋了明基電通的永續性主題。

保證等級

依據 AA1000 保證標準 V3 我們審查本聲明書為高度保證等級，如同本聲明書中所所述之範圍與方法。

責任

這份永續報告書所屬責任，如同責任信中所宣稱，為明基電通負責人所有。我們的責任為基於所所述之範圍與方法，提供專業意見並提供利害關係人一個獨立的保證意見聲明書。

能力與獨立性

英國標準協會於 1901 年成立，為全球標準與驗證的領導者。本查證團隊係由其專業背景，並接受過如 AA1000AS、ISO 14001、ISO 45001、ISO 14064 及 ISO 9001 之一系列永續性、環境及社會管理標準的訓練，具有稽核員資格之成員組成。本保證係依據 BSI 公平交易準則執行。



Statement No: SRA-TW-825630
2025-06-18

For and on behalf of BSI:

...making excellence a habit.™

Peter Pu, Managing Director BSI Taiwan

Taiwan Headquarters: 2nd Floor, No. 37, Ji-Hu Rd., Nei-Hu Dist., Taipei 114, Taiwan, R.O.C.
A Member of the BSI Group of Companies.