



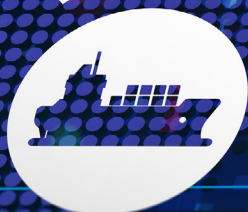
夥伴關係

06

客戶服務 79

品質管理 83

供應鏈管理 85





客戶服務

明基材料為全球顯示器材料解決方案領導廠商，旗下產品涵蓋機能膜、先進電池材料到專業醫療、個人醫美、防水透氣織物，因產品類型多元，客戶型態涵蓋企業、經銷商、終端消費者等，致力為客戶提供滿意的產品與優質服務，同時重視客戶交流、維繫良好互動，為客戶創造最大價值。



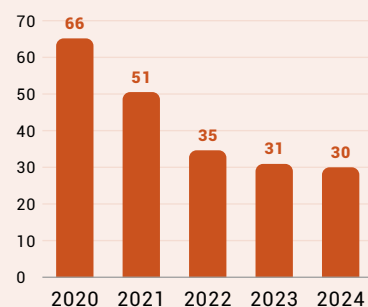
客戶服務機制

顯示器材料

明基材料依據事件輕重緩急制定對應之客訴處理流程，技術服務人員 (ES) 收到客訴訊息，依據標準作業流程，進行會判、確認真因、進行改善與確認執行成效，及時解決客戶問題。

2024 年品質檢控能力提升、新產品開發評估廣度提升，顯示器材料客訴總件數 30 件，相較 2023 年減少 1 件，下降 3%。

客訴件數



先進電池材料

2024 年投入零客訴持續改善專案，完成多項預警風險改善後，全年達到零客訴件數。

醫療與護理產品

• 醫療包材

滅菌包材客訴處理流程，依照客訴處理程序進行管控與追蹤，並限期回覆，主要依據輕重緩急區分不同回覆天數，安全性不良於 1 工作天回覆為限、主要功能性不良於 3 工作天內回覆為限、次要外觀不良於 5 工作天內回覆為限。

• 傷口照護

安適康用戶 / 客戶的回饋與建議，皆以電子化 CCMS 系統建立客戶回饋單。回饋將經由各單位主管評估，決定回饋與建議的處理方案。若回饋內容與產品使用及安全性相關時，則會以客訴流程立案並執行專案改善追蹤，確保產品品質已被有效提升。

• 皮膚護理

護妍天使設有護妍天使官網、FB 官方粉絲團、IG 帳號、080 客服專線及客服電子信箱，消費者可透過多元管道即時反應，客服將於 24 小時內提供正確專業的回覆，且於兩週內持續關懷相關消費者意見、定期檢討。

• 視力保健

美若康設有客服電子信箱及消費者服務專線、FB/IG 社群留言及品牌電商 QR code 掃碼等多種方式，提供消費者產品諮詢及多元客服之申訴管道，因應消費者各樣問題，利於最快時間內反應及後續問題處理。

防水透氣織物

Xpore 將客訴類型分為三大類，服務、一般及重大客訴，收到客戶客訴後依照客訴內容進行分析與判斷，會判後視客戶需求提供對應的服務與建議。

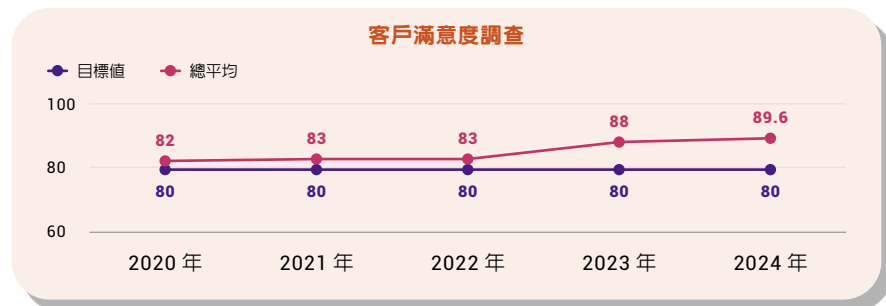


客戶滿意度

顯示器材料

機能膜系列，每季以產品品質、服務品質、交期品質、研發技術等類別，進行客戶滿意度調查，確保客戶需求得到了解及滿足。將滿意度調查結果彙整與傳達至相關部門，確認客戶回饋以擬訂改善對策，提升客戶滿意度。

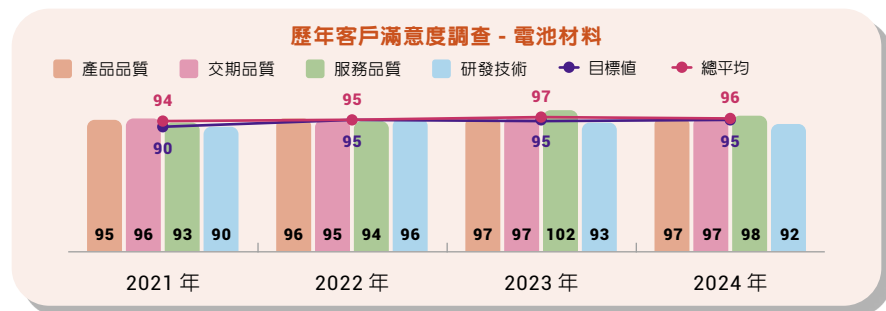
除滿意度調查之外，亦根據客戶不定期評比的需求進行檢討改善空間，以系統化步驟尋找真因及對策。2024 年機能膜客戶滿意度調查結果為 89.6%，符合公司制定之目標。



先進電池材料

每季以產品品質、交期品質、服務品質、研發技術四大構面進行客戶滿意度調查。2024 年獲得日本 Tier1 客戶連續 3 次 S 級供應商評價，中國 Tier1 客戶及泰國重要客戶年度 A 級供應商評價每季客戶滿意度調查。

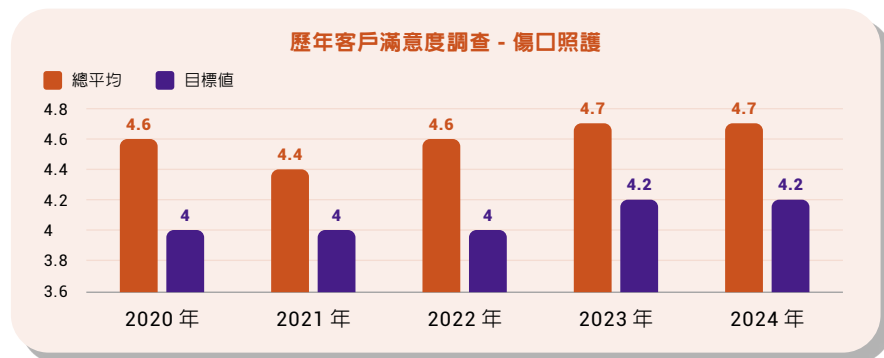
2024 年客戶滿意度調查結果為 96.3%，整體滿意度符合公司制定之目標。



註：自 2019 年起展開完整的客戶滿意度調查。

醫療與護理產品

- 1 傷口照護：每年以產品品質、運銷、業務服務、售後服務、產品訓練等五大構面，向經銷商（外部通路、連鎖藥局、醫院）進行客戶滿意度調查；2024 年平均客戶滿意度達十分滿意（4~5 分）之水準，均高於目標值。



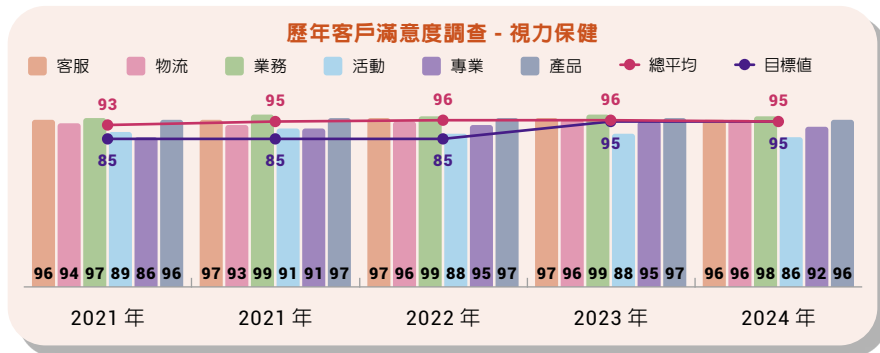
- 2 醫療包材：2024 年國內客戶滿意度調查回收率為 60%，滿意度平均 92.6 分，2024 年度共接獲 8 件滅菌包材客訴，與過去的不良率比較，安全性不良呈現下降趨勢，持續改善：

- 機台設定換料後，會將異常品自動排出。
- 印刷過程之異常品，在調機區間標示色筆畫記。
- 優化設備點檢機制（開線前模具固定 / 設備軸套）
- 針對數量正確性增加秤重卡控機制。





- 3 視力保健：每年一次針對通路商（含連鎖通路與獨立店）進行滿意度調查，2024 年總平均分數達 95 分，與設定高目標 95 分相同，其滿意度為水準之上，顯見品牌經營已經獲得多數經銷通路商的肯定。



- 4 皮膚護理：每年護妍天使皆會針對國內及國外主要合作夥伴代理商和通路商，以電郵形式進行客戶滿意度調查。2024 年整體客戶滿意度為 94% 略低於目標的 95%，主要針對產品教育訓練及產品品質滿意度較低，主要進行以下改善措施。2024 年度客訴率 3.2dppm 相較去年客訴率 5.3dppm 下降 40%

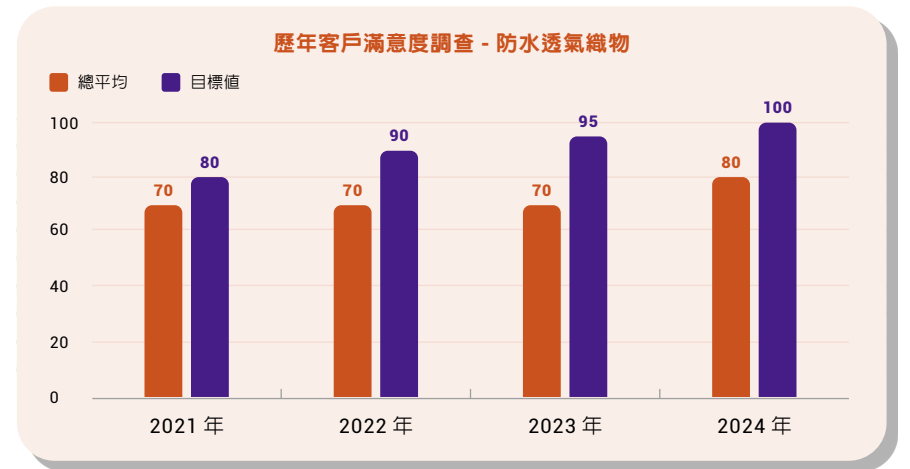
- 痘貼沾黏問題，優化裁切製程，導入降低刀溫，增加刀具保養頻率，減少裁切造成溢膠，客訴率降低 70%。
- 成品短裝問題，導入中盒秤重機制，確保彩盒數量正確，客訴率降低 50%。
- 痘貼外觀缺陷問題，強化品質把關機制，導入缺陷盲測考核，加嚴抽檢批退，客訴率降低 76%。



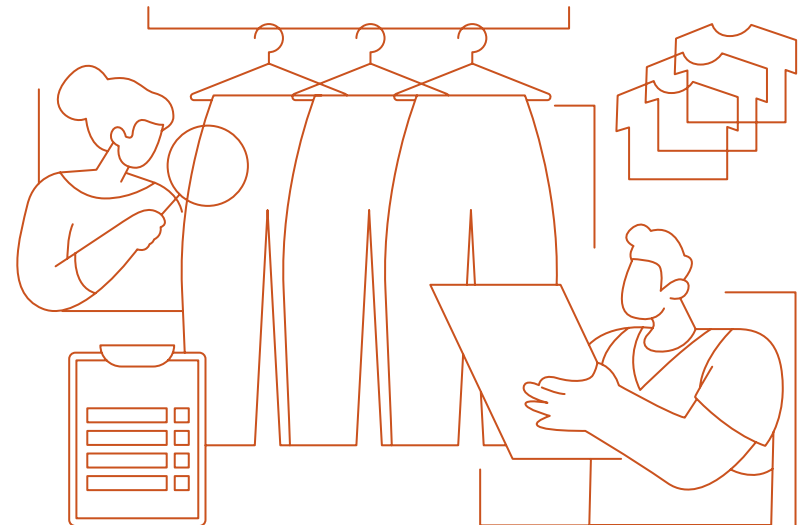
註：自 2021 年起展開完整的客戶滿意度調查。

防水透氣織物

確認客戶需求及重點規格，在開發階段需了解客戶應用及其規格，必要時定期開會討論，2024 平均滿意度為 100 分，若低於目標總分 (70 分) 將與客戶瞭解並進行檢討改善。



註：自 2021 年起展開完整的客戶滿意度調查。

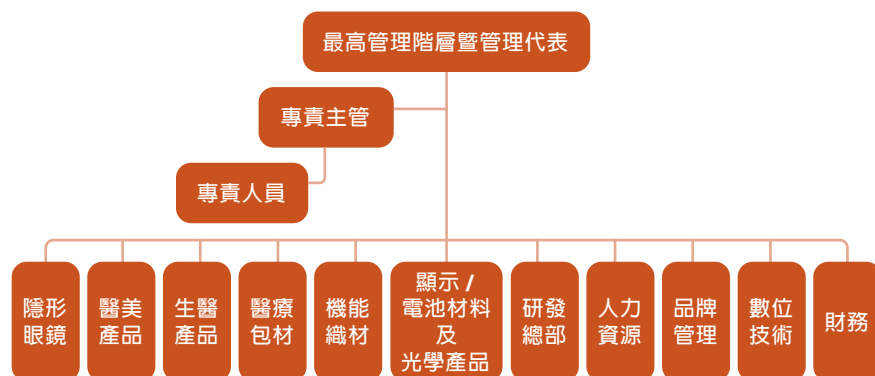




隱私權保護政策與實踐

本公司深知個人資料的安全與合規管理對於維護客戶信任及企業永續發展的重要性，因此持續強化個人資料保護機制，確保符合國際法規與最佳實務標準，有關隱私權政策請參考[明基材料 ESG 官網](#)。本公司於 2023 年正式建立《個人資料管理政策》及其他共 6 份之個人資料管理規範，並同步設立個人資料保護組織，並設置以下關鍵職位：

- 個資委員：共 11 位高階主管，負責監督各部門個資管理執行狀況，確保隱私保護政策有效落實。
- 個資專責主管（由法務主管擔任）：統籌隱私保護策略與管理機制。
- 資專責人員：負責日常個資管理運作與內部溝通協調。
- 個資管理代表（由董事長擔任）：確保隱私保護議題獲得最高層級的關注與支持。



持續推動隱私權保護措施

1 強化員工隱私權教育與培訓

- 自 2018 年起，本公司即定期對全體員工實施歐盟《一般資料保護規則》(GDPR) 相關教育訓練，提高員工對個資保護的認識與應用能力。
- 自 2023 年起，透過全員教育訓練，進一步加強員工對台灣個人資料保護法重要性的理解，以確保隱私權保護理念能夠貫徹至日常營運之中。另特別針對《中國個人信息保護法》(PIPL) 開設內部講座，確保相關法規要求能夠正確理解與落實。

2 強化隱私法規合規管理

- 自 2021 年起，本公司定期參與集團針對國際隱私法令動態更新之會議，確保即時掌握最新法規變動與合規要求。
- 2022 年，聘請外部專家協助分析本公司之隱私管理現況，識別潛在風險並提出改進建議。
- 2023 年起，本公司開始每年進行個人資料清冊盤點與風險評鑑，確保個資管理作業能夠符合法規要求並持續優化。
- 2024 年，本公司更進一步完成個人資料清冊盤點、風險評鑑，確保個人資料管理體系符合最新隱私法規與標準。

3 強化系統與合約管理

- 2024 年，與主要系統服務商重新議約，確保隱私保護條款符合最新法規標準，並加強對消費者服務系統的隱私權保護。更新中英文版隱私權政策，確保所有利害關係人皆能清楚理解本公司之個資管理原則與措施。

4 強化內部稽核與外部專業支持

- 2024 年，本公司與專業法律事務所簽訂合約，安排 2025 年度的個人資料內部稽核及相關專業服務，確保隱私保護管理能夠持續符合國際標準與監管機構要求。



品質管理

品質政策

明基材料致力於提供符合客戶需求與法規要求的高品質產品與服務，持續推動品質管理系統的有效運作與改善。本公司已取得 ISO 9001、IATF 16949 及 IECQ QC080000 等國際品質認證 (請參考 [ESG 官網](#))，並以風險導向思維、全員參與、持續改善為核心，落實從研發、採購、生產至交付的品質控管，確保產品安全性、可靠性與顧客滿意度。

品質風險與預防管理

為確保產品品質與顧客滿意度，明基材料建立完整的品質管理框架，針對新產品開發與既有產品變更，分別導入 APQP(Advanced Product Quality Planning, 先期產品品質計畫) 及 EC(Engineering Change, 工程變更) 流程，並與公司整體品質管理體系 (如 ISO 9001、IATF 16949) 相輔相成。

APQP：新產品設計與開發流程

APQP 流程由專案負責人 (PM) 主導，依循「Planning → DVT(設計驗證測試) → MVT(量產驗證測試) → MP(正式量產)」四大階段，進行產品設計、測試驗證與生產準備，確保新產品從概念至量產階段，皆符合公司既定的品質標準與客戶要求。透過階段式審核與風險評估，提前掌握技術挑戰與潛在失效風險，降低量產階段品質異常的可能性。

EC：量產階段設計、材料與製程變更流程

EC 流程則適用於量產階段的工程變更管理，由變更需求提出者 (PM/Sales/MM/MFG) 啟動，流程包括「ECR(工程變更請求) → ETR(工程測試需求) → EAR(工程分析報告) → ECN(工程變更通知)」，並在導入變更前結合多部門參與的缺陷驗證 (MFG/生技/QA/ES)，確保變更不會對產品品質與製程穩定性產生不良影響。

品質訓練

明基材料藉由課程設計以及 CIP(Continuous Improvement Program) 持續改善活動專案規畫與執行，課堂包含 QC Story 品質改善手法、品管七大工具 (QC 7 Tools)、SPC 統計製程管制、DOE 實驗設計等課程，協助員工將課堂中所學知識與技能轉換至實際工作流程，其中持續改善活動分別涵蓋 CIP & VSM(Voluntary Study Meeting) 專案，由各部門組成專案小組，針對特定議題進行持續改善計畫，運用 QC Story 品質改善手法，進行分析與發想解決方案。2009 年至 2024 年共計 287 組完成結案，2024 年有 59 組結案，預估創造新台幣 2.67 億元之財務效益。





品質機制

項目	顯示器材料	電池材料	醫療與護理產品	防水透氣織物
品質管理 作為	- 優化新產品開發階段驗證指標條件，符合客端需求和提升工廠生產符合新產品送樣成功率 100% - 工廠製程參數與硬體優化，改善原物料缺陷，異物清除新設備導入，提升製程潔淨度提升製程能力，使新產品符合客戶需求，達成新產品零客訴 - 持續建立新膜材驗證指標，調整為最佳化，輔助製程技術突破 - 調查與模擬終端客戶與消費者的使用方式，新產品能力再升級 - 收集歷史 OK/NG 資料，以機器學習分析，建立製程關鍵影響因子 - 設備預警監控，掃描資料自動收集，建置 IoT 物聯網平台 - 自動化光學檢測軟體升級，降低產品失敗率與生產成本 - 運用品質工具，如失效模式與影響分析、持續改善專案等	- 取得日本 Tier 1 客戶連續 3 次 S 級優秀供應商評價 - 外部稽核缺失下降 20%、IPQA 稽核缺失下降 18% - 風險管理精進 39 件，系統取代人工點檢 15 件、風險原因識別改善 2 件、風險管理機制新增 1 件、OCAP 風險管控 21 件 - 客戶審廠日本 Tier1、中國 Tier1 客戶高評價 PASS - 雲科廠 PFMEA/CP 輔導、塗布外包管控機制建立	視力保健： - 維持現有品質機制作為產品管理與監控 2024 持續成立專案小組進行客訴品質專案改善 (CIP)：為降低台灣品質客訴件數，以隱眼舒適度方面改善為主 2024 年客訴率 316dppm 符合品質目標 (目標 $\leq 500\text{dppm}$) 皮膚護理： 2024 年雲科廠 ISO 13485 認證通過 2024 年雲科廠、蕪湖場 Halal 清真認證通過 2024 年雲科廠 QMS 滅菌品項認證通過 醫療包材： - 明基材料驗證測試實驗室改名為聯和包材驗證實驗室，再次取得 TAF(ISO17025) 測試實驗室認證，並將持續改善量測能力 - 雲科廠取得牙模固定器 QMS 認證 傷口照護： - 止血系列產品與負壓產品已在歐盟合法上市銷售。已依據法規要求完成各項臨床前及臨床測試並提交 MDR 申請 - 為拓展安適康產品的覆蓋範圍，已通過烏克蘭代施查核機構檢查，取得 DSTU EN ISO 13485:2018 證書；同時間取得產品 SIMO 的烏克蘭上市許可，並成功銷售至該國	- 原物料進料，於生產製程內及出貨前均依規定抽驗及卡控 - 持續進行品質改善及檢討： - 捲曲改善 PU+ 中丹布捲曲失敗率下降 11.9%，PO+ 低丹布捲曲失敗率下降 39.7% - 取得 ISO 9001 - 取得 Bluesign 認證 - 取得 higg index 認證 - 取得 GRS 認證 - 取得 OEKO-TEX 認證 相關認證請參考 Xpore 官網
供應商 品質管理	- 供應商成份分析檢驗報告系統化：(COA, Certificate of Analysis) 串聯統計製程管制系統 (SPC, statistical process control) - 每半年進行季度業務審查評鑑 (QBR, Quarterly Business Review)，當年度發生品質問題供應商，安排實地稽核，確認與追蹤供應商改善成效	供應商管理從原料檢驗到輔導，已大幅度降低原料不良率，提供更好的供應品質，從品質目標、品質保證機制、產品驗收、品質異常處理、產品工程變更、持續改善、供應商稽核等 12 個構面進行管理	視力保健： - 維持現有品質機制作為產品管理與監控 皮膚護理： - 新供應商共評核 6 件，舊供應商再評核共 10 件，完成率 100% 醫療包材： - 調整評核題項，讓評核更具鑑別度，且讓具有競爭力與需要改善輔導之供應商能被凸顯出來。(這段請確認是否要修改) 傷口照護： - 依據年度交易狀況選定關鍵供應商作為稽核對象展開稽核作業。2024 年完成率 54%	- 使用 bluesign® 認可的化學產品或原物料廠商，確保生產製程無有害物質使用 - 針對供應商之製程、機構、檢測、環保、人權、安全衛生等，進行多面向之廠商評鑑，自評 4 家，通過率 100%
產品退回	2024 年退貨率 0.19% 達標 (退貨率目標設定 0.2%) - 無客端召回案件	- 退貨 (RMA) 金額相較 2023 年下降 93% - 無客端召回案件	皆無產品退回 / 客端召回案件	皆無產品退回 / 客端召回案件



供應鏈管理

供應商永續管理框架

明基材料建置永續供應鏈管理框架，要求所有供應商符合永續政策或文件規範，包含簽署供應商企業社會責任行為準則承諾書、無採用衝突礦產相關規定與要求之保證書、有害物質管理政策簽署。針對新供應商或既有供應商進行現場稽核 / 改善措施以及供應商能力建置等方式，管控供應鏈風險，強化供應商的永續績效，透過一連串的永續管理流程，帶動供應商共同成長，發揮更大的共享價值與影響力。

供應商分類

原物料、包材 (BOM) 類 委外代工類 零件、耗材類 設備類 工程 (含勞務) 類

供應商分類	2023	2024
一階供應商家數	233	262
一階關鍵供應商家數	67	82

* 目前通過 RBA VAP 供應商為 1 家



供應商分級管理			永續政策文件規範				搜尋與評選		稽核與輔導		
			社會責任承諾書	有害物質政策	廉潔承諾書	盡職礦產管理	首次評鑑	ESG 評核	評比稽核	ESG 稽核	輔導訓練
新進供應商	BOM 材料	關鍵	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
		非關鍵	✓	✓	✓	✓	✓				✓
	非 BOM 材料	關鍵	✓		✓						✓
		非關鍵	✓		✓						✓
既有供應商	BOM 材料	關鍵	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
		非關鍵	✓	✓	✓	✓			✓		✓
	非 BOM 材料	關鍵	✓		✓						✓
		非關鍵	✓		✓						✓

- 一階供應商：造成生產中斷 (72HR 無法復歸)，或年交易 >3 次且總金額超過 NTD 5M。
- 關鍵供應商：一階供應商交易金額前 85%。
- 永續政策文件規範：企業社會責任承諾書簽署、有害物質管理政策簽署、供應商廉潔承諾書簽署、盡職礦產採購管理 (供應商出具無採用與違反衝突礦產相關規定與要求之保證書)。
- 供應商搜尋與評選：供應商搜尋與基礎審查，供應商 (新材料商) 會先建立品質協議。評鑑項目涵蓋財務狀況、供貨交期穩定性、品質系統、研發能力及環安衛要求、2023 年加入企業永續經營評核項目及資安風險評估。
- 既有供應商稽核與輔導：包含定期及不定期評比稽核 (書面或實地)、ESG 稽核、供應商資安調查，及主題式供應商輔導。



永續政策文件規範

簽署企業社會責任承諾書

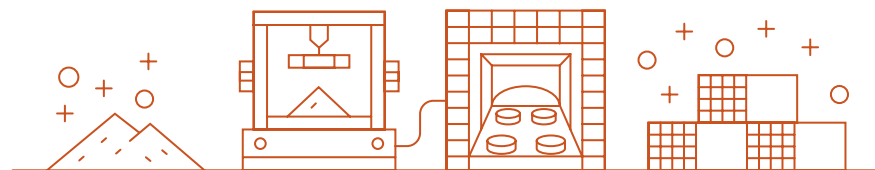
明基材料訂定「[供應商企業社會責任行為準則作業規範](#)」，此準則是以責任商業聯盟行為準則、企業社會責任管理手冊及客戶相關要求為制定基礎，此行為準則共分為道德、勞工、健康與安全、環境及管理系統五大面向，並進一步要求供應商簽署「供應商企業社會責任承諾書」。2024 年一階供應商簽署比例 95%，BOM(Bill of Material) 材料新供應商 100% 完成簽署，因既有供應商皆已符合內部相關規範，已同意依循明基材料內部政策規定，故不無進一步簽署文件。

盡責礦產採購管理

明基材料支持國際對責任礦產採購的倡議，並依據「經濟合作與發展組織 (Organization for Economic Cooperation and Development, OECD) 礦物盡職調查指南與「責任礦產倡議組織 (Responsible Minerals Initiative, RMI)」框架及客戶要求，進行衝突礦產 (Conflict Minerals, CM) 之負責任礦物採購盡職調查。全面禁止使用來自剛果民主共和國及其周邊武裝衝突地區之衝突礦產，以避免間接資助人權侵害、武裝暴力與環境破壞行為。有關責任礦產政策相關內容請參考明基材料[原物料採購管理政策](#)。

明基材料透過書面調查方式向供應商宣布責任礦產政策與要求，並要求所有供應商遵守，2024 年所有物料清單 (Bill of material, BOM) 材料供應商簽署率達 100%，包含主動提供衝突礦產調查表單 (Conflict Mineral Reporting Template, CMRT) 之供應商。

為確保供應商合規率，目前已確認金 (Au)、鉭 (Ta)、錫 (Sn)、鎢 (W)、鈷 (Co)、雲母 (Mica) 等來源均非來自衝突地區。2024 年協助偏光片 13 家客戶、光學材料 1 家客戶、電池材料 2 家客戶展開盡職調查，確保其使用材料符合盡責礦產採購之要求，材料中均未使用到相關之礦產，且要求供應商出具保證書。



供應商搜尋與評選

新供應商搜尋與評選

新供應商評選主要針對供應商的財務狀況、供貨交期穩定性、品質系統、研發能力等項目進行評核，評核結果合格者，進行後續之試樣與小批量生產測試。

新材料採購時，與供應商會先建立品質協議，針對供應商規格未定義或有品質疑慮，須取得明基材料同意後方可出貨，要求供應商異常事件主動通知做到雙向溝通。此外，所有採購原物料入廠後，若檢核發現超出規格，確認為原材料問題，則立即要求供應商到廠進行會判，確定為供應商責任時，立即開立供應商異常通知單改善。2024 年新增企業永續經營政策及資安風險評估等項目於新供應商評鑑審查項目，整體評分未達標準則協商改善或不予使用。2024 年新增 18 家新供應商，新供應商 100% 依循供應商評鑑原則採用環境標準篩選。



關鍵供應商評選

明基材料於第一階關鍵供應商篩選的過程，不僅考慮交易次數、交易金額、是否為關鍵材料或關鍵技術之外，同時考量環境、社會、治理等業務相關的負面衝擊，其中包含以下：

篩選面向	評估內容
商業道德	嚴格遵循誠信經營、資訊公開、無不正當收益、公平交易、公平廣告與競爭、身分保護及防止報復、智慧財產權保護、道德採購金屬、隱私及資訊安全政策
勞工	根據國際社會公認的準則，承諾維護勞工人權並尊重他們。對各種職場不法侵害採取「零容忍」原則，並建立安全、尊嚴、無歧視、互相尊重及包容、機會均等之職場文化。該準則適用於所有勞工
健康與安全	參照 OHSAS18001 和 ILO 指導方針標準，應包括：職業安全、緊急應變政策、工傷和職業病、工業衛生、體力勞動工作管制、機器設備防護程序、公共衛生和食宿、健康與安全溝通訓練
環境永續	參照 ISO14001 和 EMAS 標準，環境標準應包含：環境許可和報告、預防污染和節約資源、有害物質管制、材料控制、空水廢廢棄物排放管制
管理系統	應建立一系統應：遵循所有與其經營及產品相關的法律法規及客戶要求；明定企業的社會及環境責任政策；識別並降低經營風險
節能減碳	建立環境標準認證 (ISO 14064、ISO50001)，並展現水資源管理、廢棄物減量與能源使用效率提升等措施及成果



既有供應商管理

供應商品質稽核與輔導

明基材料依據品質 (Quality)、技術 (Technology)、交貨供應 (Delivery) 及成本 (Cost) 等四大面向，針對重要材料之合格供應商定期 / 不定期進行評鑑。當年度有實際交易之合格供應商稽核頻率為 1 年 1 次，於每年 12 月底前排定次年度稽核廠商及時程，如遇有特定情況，則視需求進行不定期稽核或輔導。

進行不定期稽核及輔導原因

- 發生重大品質問題 (造成斷料、造成明基材料或客戶重大之損失)
- 供應商重大缺失須進行改善確認
- 特定目的 (新人訓練、品質問題持續追蹤)
- 免驗供應商 (不含耗材與非材料之供應商)
- 供應商重要 4M (人員、設備、材料、製造方法) 變更時

稽核評等分為 A、B、C 三級，A 級為合格供應商，惟針對其評比較差之項目，仍要求其提出改善時程與報告，且由進料檢查人員定期追蹤改善成果；評核為 B 級為有條件合格供應商，進料檢查人員需開會討論供貨模式與相對應措施，且持續要求供應商進行改善與提出報告；評等為 C 級之供應商為不合格供應商。

依據評鑑結果調整採購策略，優先下單給評鑑優良供應商或提高對其之採購量；評鑑結果不合格之供應商要求其限期改善，於改善後，相關部門進行會議討論是否繼續購料，若有特殊因素則展開輔導計畫，要求半年內提升評核分數。若經長期檢討或駐廠輔導均未改善，取消供應商資格。

新供應商首次稽核、合格供應商定期稽核可視狀況分書面或實地稽核，如須實地稽核則須經主管同意或會議討論後，再執行稽核程序。



供應商類型	稽核家數	2024 年稽核結果	稽核比率
偏光片	56 家	A 級供應商 50 家 B 級供應商 6 家	100%
光學膜	3 家	A 級供應商 2 家 B 級供應商 1 家	100%
光學膠	20 家	A 級供應商 18 家 B 級供應商 2 家	100%
智能光膜	5 家	A 級供應商 4 家 B 級供應商 1 家	100%
電池材料	7 家	A 級供應商 6 家 C 級供應商 1 家	100%
視力保健	27 家	A 級供應商 27 家	100%
肌膚護理	16 家	A 級供應商 16 家	100%
傷口照護	81 家	A 級供應商 81 家	100%
防水透氣織物	4 家	A 級供應商 4 家	100%
醫療包材	47 家	A 級供應商 33 家 B 級供應商 12 家 C 級供應商 2 家	100%



ESG 稽核

2024 年持續進行供應商 ESG 稽核，採用 RBA 框架 (Responsible Business Alliance, RBA)，安排採購、環安、人資等部門進行 RBA 稽核員訓練，依據關鍵供應商之交易金額，列出高風險對象，其高風險供應商列為 ESG 必要稽核對象，稽核方式以供應商自評分數及 ESG/CSR 報告書等資訊設定為評核標準，並鑑別出 A、B、C、D 風險等級，供應商若屬於 C、D 中高、高風險，則為必要稽核對象。2023 年完成 4 家 ESG 稽核，結果皆為合格。

2024 年至 2026 年應對 14 家屬於中高、高風險之供應商完成 ESG 稽核 (原 15 家，1 家已於 2024 年停止交易)，2024 年已完成 4 家供應商，剩餘 10 家安排於 2025~2026 年逐步完成，後續將依照實際推動進度滾動調整當年度 ESG 稽核目標，確保能完成目標並降低供應鏈相關風險。

2025 年起將設定免責 ESG 稽核之相關辦法：

- 供應商已符合 ISO 14001(環境管理體系)，並提出公開揭示之 ESG/CSR 報告書，內容應包含環境保護、勞工權益和社會貢獻方面的具體措施和承諾。
- 供應商已取得 ESG 相關第三方認證之一：RBA VAP(責任商業聯盟驗證評估計劃)、SA8000(社會責任標準)、GRI(全球報告倡議組織)標準。



供應商輔導

2024 年規劃供應商相關輔導計畫，對象選定是由 ESG 稽核中挑選自評表分數較低的廠商，其中包含承攬商安全管理、節能減碳案例分享以及 ESG 趨勢分享，共有 89 家供應商 106 人次參與：

供應商輔導活動	內容簡述	活動照片
承攬商安全管理講座	參與對象：非銷工程類廠商 19 家，19 人 課程簡述：強化供應商對承攬作業安全的認識，釐清法規要求與管理責任，提升風險辨識與事故預防能力。透過實務案例解析，協助供應商建立現場安全管理意識，打造更具防護力的作業環境，降低職安風險，強化供應鏈安全韌性。	
節能減碳案例講座	參與對象：台灣在地工廠之原料/包材/間材廠商 36 家，48 人 課程簡述：分享實際減碳成功經驗，幫助供應商了解碳盤查、能源效率提升等實務操作。引導供應商掌握低碳轉型趨勢，結合營運需求推動節能減碳行動，共同打造綠色永續供應鏈。	
ESG 輕鬆轉型邁向淨零	參與對象：一階供應商 34 家，39 人 課程簡述：課程聚焦全球 ESG 趨勢與發展，協助供應商理解永續經營重點及自評指標改善方向。強化供應商對環境、社會與治理責任的認識，提升應對客戶 ESG 要求的能力，轉化永續作為企業競爭力。	



供應商資安管理

2024 年明基材料之各事業部重新進行資訊安全調查，調查對象為採購金額前 10 大之供應商，於 7 月完成調查，作為後續管理依據。此外，明基材料未來對合作之系統服務供應商，將以是否通過 ISO 27001 認證作為遴選合作的重要條件之一，全面落實組織對於資安的需求及管理。(詳情可參考 [3-6-5 資訊安全管理措施](#))

在地採購

以整體 (機能膜及非機能膜) 台灣在地採購金額比例分析，2024 年在地採購採購金額比例 21.3%，較 2023 年 (20.2%) 增加 1.1%。其中機能膜相關產品 (偏光片 / 光學膜 / 隔離膜 / 智能窗膜) 之材料，因大部分材料僅有國外之供應商可生產，少部分則因在地 (台灣) 廠商提供產品之規格不符合明基材料之需求，因此在地採購之供應商家數、採購金額比例均偏低，分析近 5 年趨勢於 2024 年供應商家數有明顯成長，未來持續與在地供應商加強合作，提高在地採購金額，減少運輸碳里程，亦繁榮在地經濟。而非機能膜相關產品之材料，2024 年台灣在地採購採購金額比例 33.1%，較 2023 年 (25%) 增加 8.1%。

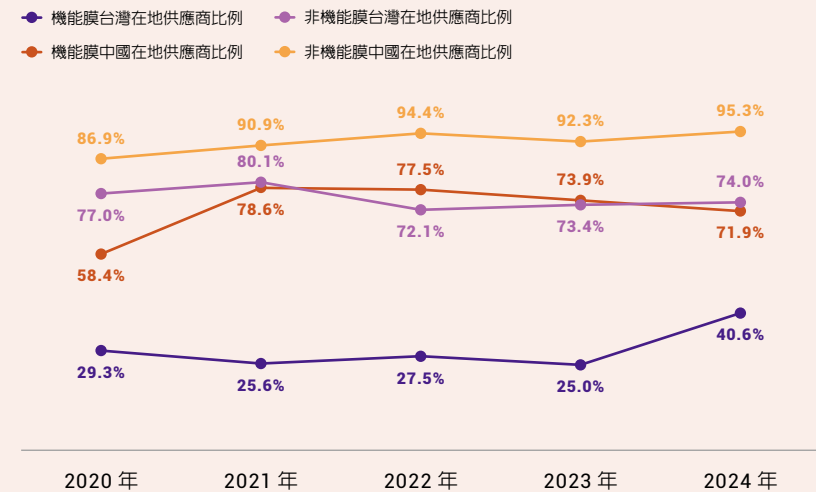
中國地區表現相較穩定，機能膜在地供應商比例 2024 年家數比例為 71.9%，在地採購金額比例為 95.2%；非機能膜在地供應商比例 2024 年家數比例為 95.3%，在地採購金額比例為 64.0%。

綠色採購

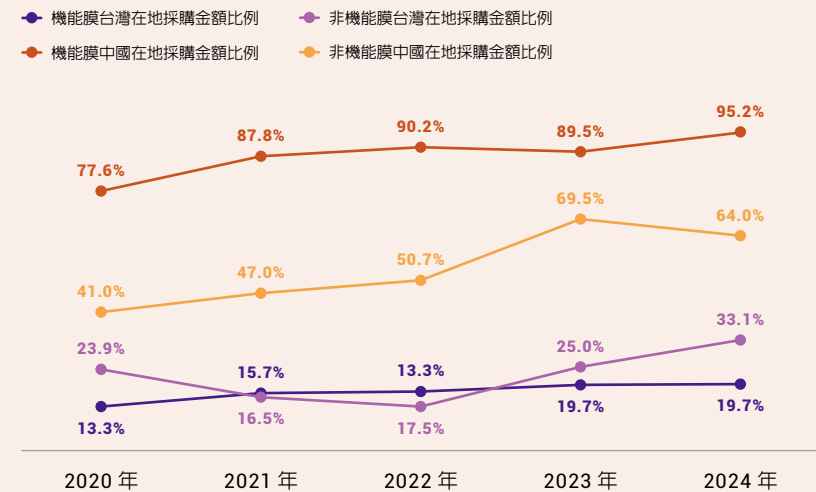
明基材料響應環境部綠色採購政策，採購單位遵循綠色採購原則，減少購置一次性物品，評估符合環境部認可的綠色標章產品與服務，並獲得環境部「112 年度民間企業團體推動綠色採購績優單位」表揚。2024 年全公司申報金額為 1774.8 萬元，未來將擴大推展，以具體行動實踐負責任採購。



歷年採購在地供應商比例



歷年採購在地金額比例



註：台灣在地採購比例是以台灣各事業部材料購自台灣在地供應商的數據計算之，中國在地採購比例則以中國各營運據點材料購自中國當地供應商的數據計算。