



# 6

## 夥伴關係

1 客戶服務	67
2 品質管理	70
3 供應鏈管理	72



0  
序章

1  
明基材料

2  
永續治理

3  
責任治理

4  
盡責產品

5  
環境永續

6  
夥伴關係

7  
友善職場

8  
社會參與

9  
附錄



## 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。

2023 年因管理機制優化，包含新產品評估、製程監控指標建立，顯示器材料客訴總件數 31 件，相較 2022 年減少 4 件，下降 11%。

#### 先進電池材料

明基材料電池材料之客訴流程與顯示器材料客訴處理流程一致；2023 年隔離膜客訴件數 1 件，為 2022 年客訴案件的衍生問題，並無新增客訴件數。

### 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。

註：各事業單位客訴流程，請參考[明基材料 ESG 官網](#)。



0  
序章

1  
明基材料

2  
永續治理

3  
責任治理

4  
盡責產品

5  
環境永續

6  
夥伴關係

7  
友善職場

8  
社會參與

9  
附錄

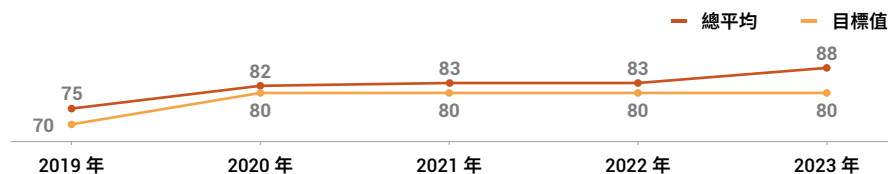
## 客戶滿意度

### 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。2023年機能膜客戶滿意度調查結果為88%，符合公司制定之目標。

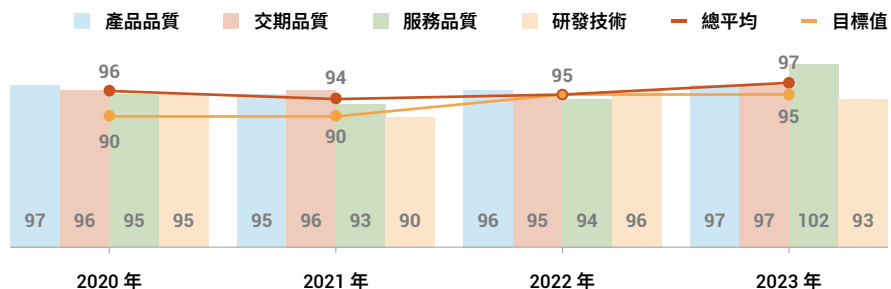
歷年客戶滿意度調查 - 顯示器材料



### 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。2023年電池材料客戶滿意度調查結果為97%，其中，2023年在「產品品質」、「交期品質」、「服務品質」面向分數較2022年提升，僅「研發技術」分數略降，整體滿意度符合公司制定之目標。

歷年客戶滿意度調查 - 電池材料

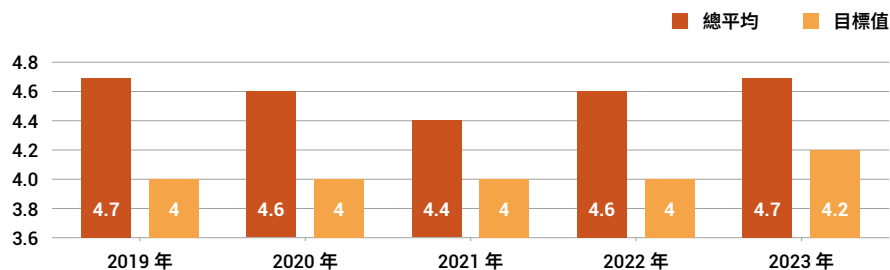


註：自2019年起展開完整的客戶滿意度調查。

### 醫療與護理產品：

① 傷口照護產品：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；2023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。

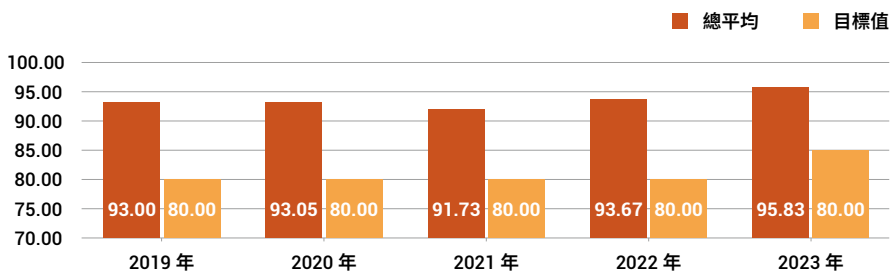
歷年客戶滿意度調查 - 傷口照護



② 醫療包材產品：2023年國內客戶滿意度調查回收率為80.5%，滿意度平均95.83分，2023年度共接獲11件滅菌包材客訴，其中半數以上為管袋封合不良，主要因設備升溫不足及人員操作錯誤，為改善此情形，已進行以下措施，改善措施實施後，過去半年內未再發生封合不良現象。

1. 優化設備升溫曲線，同時新增不作動的警報功能。
2. 管制送料距離，以確保熱壓過程充分。
3. 強化品質把關機制。
  - 階段性引進首件階段由隨機監控優化為全面監控。
  - 引入一鍵排出機台異常的功能。

歷年客戶滿意度調查 - 醫療包材





0 序章

1 明基材料

2 永續治理

3 責任治理

4 盡責產品

5 環境永續

6 夥伴關係

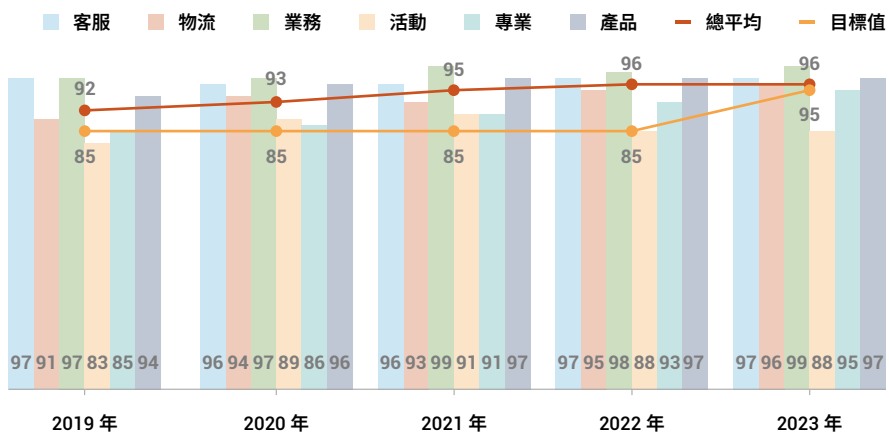
7 友善職場

8 社會參與

9 附錄

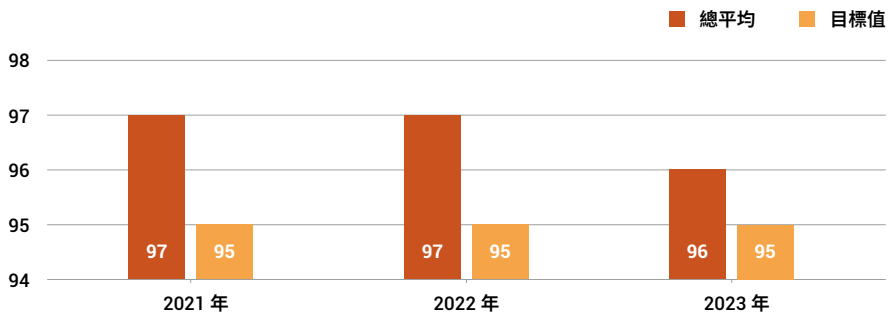
3 視力保健產品：每年一次針對通路商（含連鎖通路與獨立店）進行滿意度調查，2023年總平均分數達96分，高於目標設定95分，各面向滿意度持續增加趨勢，顯見品牌經營已經獲得多數經銷通路商的肯定。

歷年客戶滿意度調查 - 視力保健



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。2023年整體客戶滿意度為96%略高於目標的95%，其中客戶對於護妍天使的產品品質、售後服務、產品教育訓練及業務代表服務等項次的滿意度一如既往維持96%以上的高水準滿意度。

歷年客戶滿意度調查 - 皮膚護理

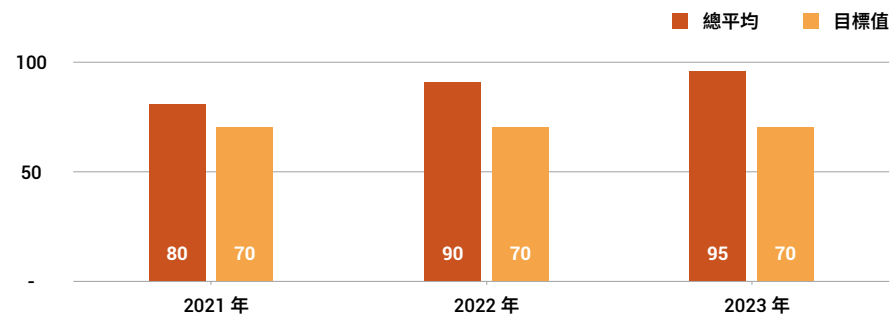


註：自2021年起展開完整的客戶滿意度調查。

### 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，2023年平均滿意度為95分，若低於目標總分(70分)將與客戶瞭解並進行檢討改善。

歷年客戶滿意度調查 - 防水透氣織物



註：自2021年起展開完整的客戶滿意度調查。

### 消費者隱私權保護

針對消費者個人資料的保護，如隱形眼鏡、醫療產品系列(皮膚護理產品)，明基材料與後台系統服務商共同合作確保消費者個資安全，雙方於合約期間定期進行資訊安全檢測掃描，若有任何資訊安全上的弱點，立即採取相應的更新措施，以確保達到更完善的資安環境。此外，明基材料也同步啟動個人資料保護改善專案，並成立個人資料保護委員會，以確保消費者之個人資料安全。





0  
序章

1  
明基材料

2  
永續治理

3  
責任治理

4  
盡責產品

5  
環境永續

6  
夥伴關係

7  
友善職場

8  
社會參與

9  
附錄

# 品質管理

## 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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%。</li> <li>工廠製程參數與硬體調整，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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>設備預警監控，掃描資料自動收集，建置 IoT 物聯網平台。</li> <li>自動化光學檢測軟體升級，降低產品失敗率與生產成本。</li> <li>運用品質工具，如失效模式與影響分析、持續改善專案等。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>取得日本 Tier 1 客戶 S 級優秀供應商評價。</li> <li>外部稽核缺失下降 89%、IPQA 稽核缺失下降 83%。</li> <li>高風險防呆性輔導，增加 21 件設備防呆、67 件防呆機制補強、8 件設備預警功能增加。</li> <li>OCTS 一鍵追溯系統的開發，讓客戶反饋異常調查時間縮短 98% 的查找時間，加速對客戶回饋訊息的時效性。</li> </ul>	<p>視力保健：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>維持現有品質機制作為產品管理與監控。</li> </ul> <p>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。</p> <p>皮膚護理：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>雲科廠 ISO 13485 認證通過。</li> <li>桃園廠 QMS 認證通過。</li> <li>桃園廠 Halal 清真認證通過。</li> <li>雲科廠 QMS 認證通過。</li> </ul> <p>醫療包材：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>連續通過 TAF 測試實驗室監評，持續改善量測能力，使量測不確定度由 23.41g 降低至 6.39g，改善逾 7 成。</li> </ul> <p>傷口照護：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>止血系列產品與負壓產品已在歐盟合法上市銷售。已依據新法要求於 2022 年完成各項臨床前及臨床測試，已提交 MDR 申請。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原物料進料，於生產製程內及出貨前均依規定抽驗及卡控。</li> <li>持續進行品質改善及檢討 (使用壓平機改善接布縫目痕，不良碼數從 8 碼降低至 2 碼，改善幅度 75%)。</li> <li>取得 ISO 9001。</li> <li>取得 Bluesign 認證。</li> <li>取得 GRS 認證。</li> <li>取得 OEKO-TEX 認證。</li> </ul>



0  
序章

1  
明基材料

2  
永續治理

3  
責任治理

4  
盡責產品

5  
環境永續

6  
夥伴關係

7  
友善職場

8  
社會參與

9  
附錄

項目	顯示器材料	電池材料	醫療與護理產品	防水透氣織物
供應商品質管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>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)</li> <li>每半年進行季度業務審查評鑑 (QBR)，當年度發生品質問題之供應商，安排實地稽核，確認與追蹤供應商改善成效。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>對於重點包材廠商予以輔導，建立異常真因探究及矯正對策正確觀念，QBR 相較 2022 年增 0.5 分。</li> </ul>	<p>視力保健：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>維持現有品質機制作為產品管理與監控。</li> </ul> <p>皮膚護理：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新供應商共評核 12 件，舊供應商再評核共 47 件，完成率 100%。</li> </ul> <p>醫療包材：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul> <p>傷口照護：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。已完成 50 家聲依品質系統供應商評鑑。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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 3 家，通過率 100%。</li> </ul>
產品退回	<ul style="list-style-type: none"> <li>退貨率 0.26% 未達標 (退貨率目標設定 0.15%)</li> </ul> <p>未達標主要原因：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>負翹：貼合輪硬度不足，導致翹曲水準下降，重新定義貼合輪硬度管理機制，加嚴翹曲規格並增加確認每次生產翹曲水準監控機制。</li> <li>刮傷：各線小包角滾輪轉速監控建立即時警報機制。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>退貨 (RMA) 金額相較 2022 年下降 85%。</li> <li>無客端召回案件。</li> </ul>	皆無產品退回 / 召回議題	皆無產品退回 / 召回議題



### 品質訓練

明基材料藉由課程設計以及 CIP(Continuous Improvement Program) 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 CIP 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 2023 年共計 228 組完成結案，2023 年有 28 組結案，預估創造新台幣 1.95 億元之財務效益。



0  
序章

1  
明基材料

2  
永續治理

3  
責任治理

4  
盡責產品

5  
環境永續

6  
夥伴關係

7  
友善職場

8  
社會參與

9  
附錄

## 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，包含簽署企業社會責任承諾書、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。

### 永續政策文件規範

#### 簽署企業社會責任承諾書

明基材料要求供應商簽署企業社會責任承諾書，2023 新供應商 100% 完成簽署，一階供應商簽署比例 95%，少數供應商僅同意依循明基材料內部政策規定，無進一步簽署文件。

#### 盡責礦產採購管理

明基材料支持國際社會對衝突金屬揭露之倡議，進行衝突礦產的調查及禁用，與供應商合作展開衝突金屬的來源調查，防止以直接或間接方式採購自剛果民主共和國與其周邊國家武裝叛亂組織的礦產，導致社會和環境等相關問題，包括侵害人權及引發武裝暴力等。

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。2023 年協助偏光片 17 家客戶、光學材料 14 家客戶、電池材料 5 家客戶，調查其使用材料是否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。

### 永續政策文件規範

- 依循責任商業聯盟行為準則管理
- 企業社會責任承諾書簽署
- 盡責礦產採購管理 ( 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 )
- 有害物質管理政策簽署
- 供應商廉潔承諾書簽署

### 新供應商搜尋與評選

- 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
- 供應商評鑑：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

- 供應商稽核：評比 ( 定期或不定期 ) 與稽核 ( 書面或實地 )、ESG 稽核、供應商資安調查
- 供應商輔導

### 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。2023 年新增 3 家新供應商，新供應商 100% 採用環境標準篩選。

2023 年新增企業永續經營及資安風險評估等項目於新供應商評鑑，整體評分未達標準則協商改善或不予使用。





0  
序章

1  
明基材料

2  
永續治理

3  
責任治理

4  
盡責產品

5  
環境永續

6  
夥伴關係

7  
友善職場

8  
社會參與

9  
附錄

## 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。

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。

供應商類型	稽核家數	2023 年稽核結果	稽核比率
偏光片	60 家	A 級供應商 56 家 B 級供應商 4 家	100%
光學膜	7 家	A 級供應商 4 家 B 級供應商 3 家	100%
光學膠	23 家	A 級供應商 22 家 B 級供應商 1 家	100%
電池材料	9 家	A 級供應商 8 家 C 級供應商 1 家	100%
視力保健	24 家	A 級供應商 24 家	100%
肌膚護理	59 家	A 級供應商 59 家	100%
防水透氣織物	3 家	A 級供應商 3 家	100%
醫療包材	19 家	A 級供應商 19 家	100%
傷口護理	50 家	全數通過	100%

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。

### 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

### 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
<b>供應商分類</b>				<b>2023</b>
<b>第一階關鍵供應商家數</b>				<b>87</b>
<b>非第一階關鍵供應商家數</b>				<b>1161</b>

註 1：一階供應商定義：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。

註 2：一階關鍵供應商定義：一階供應商中佔 85% 交易金額的供應商。



### ESG 稽核

2023 年持續進行供應商 ESG 稽核，採用 RBA 框架，且安排採購、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 年預計對 15 家屬於中高、高風險之供應商完成 ESG 稽核，2024 年預計完成 30% 的供應商家數，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。





0  
序章

1  
明基材料

2  
永續治理

3  
責任治理

4  
盡責產品

5  
環境永續

6  
夥伴關係

7  
友善職場

8  
社會參與

9  
附錄

### 供應商資安管理

2023 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 3-5 資訊安全管理)

### 供應商節能減碳輔導計畫

2023 年選出對於在地重要供應商為第一階段輔導對象，已於 2023 年度中下旬，與供應商針對碳排放源進行討論，且輔導供應商鑑別碳排放來源，並進行節能減碳輔導與交流。

### 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。2023 年全公司申報金額為 827 萬元，未來將擴大推展，以具體行動實踐負責任採購。

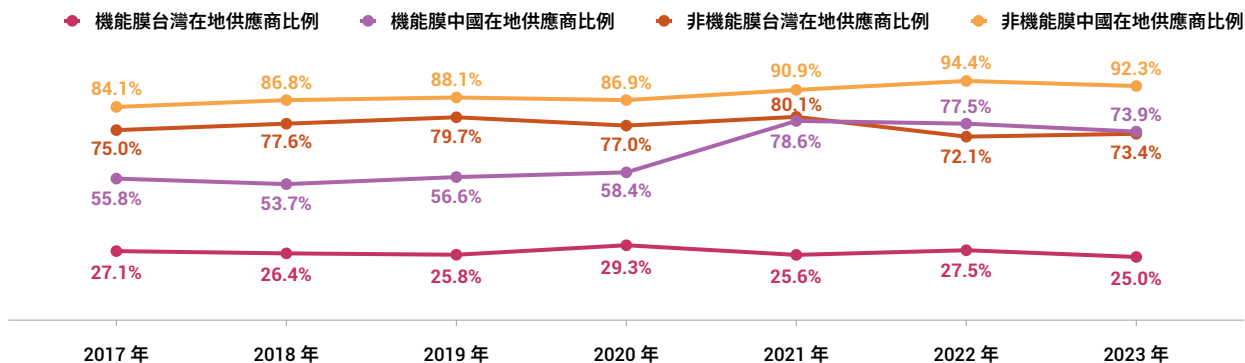
### 在地採購

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，惟分析近 5 年之採購金額，在地採購金額之比例近年有成長之趨勢，以整體台灣在地採購金額比例分析，2023 年在地採購採購金額比例 19.7%，較 2022 年(17.5%)增加 2.2%。明基材料期望

未來能與在地供應商持續進行合作，以減少運輸碳里程，亦繁榮在地經濟。

而非機能膜相關產品之材料，2023 年台灣在地採購採購金額比例 25.0%，較 2022 年(13.3%)增加 11.7%，中國機能膜在地供應商比例表現穩定，2023 年為 73.9%，在地採購金額比例則為 89.5%。

歷年採購在地供應商比例



歷年採購在地金額比例

