



# 夥伴關係

客戶服務  
品質管理  
供應鏈管理

77  
80  
82





# 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

明基材料依據事件之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之流程，及時解決客戶問題。

2022 年因管理機制優化，包含新保膜評估、製程監控指標建立，顯示器材料客訴總件數 34 件，相較 2021 年減少 17 件，下降 33%。

### • 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。2022 年隔離膜客訴率大幅下降 63%，歸因於「人員疏失類」及「外包管理類」客訴已不再發生，「製造異常類」也大幅下降。

### • 醫療與護理產品

#### – 滅菌包材

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

所有安適康用戶 / 客戶的回饋與建議，都會以電子化 CCMS 系統建立客戶回饋單。回饋單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，以因應對於消費者各樣問題，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，其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

客戶服務

品質管理

供應鏈管理

7  
友善  
職場8  
社會  
參與9  
附錄

78

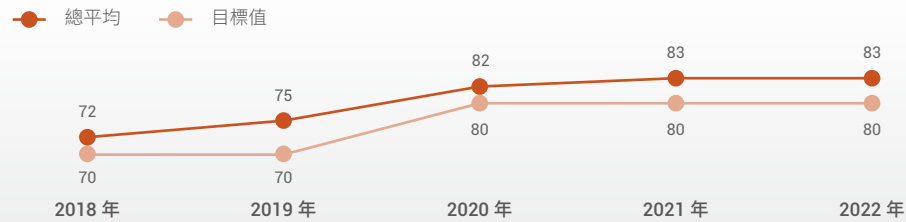
## » 客戶滿意度

### • 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，亦根據客戶之不定期評比，針對個別客戶的需求進行檢討改善空間，以系統化步驟尋找真因及對策。2022 年機能膜客戶滿意度調查結果為 83%，符合公司制定之目標。

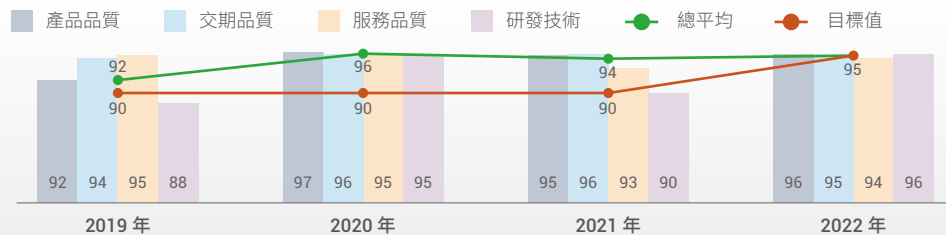
#### 歷年客戶滿意度調查 - 顯示器材料



### • 先進電池材料

隔離膜系列，針對交易金額高之客戶，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。2022 年電池材料客戶滿意度調查結果為 95%，其中，2022 年相較於 2021 年「產品品質」「服務品質」「研發技術」分數提升，僅「交期品質」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



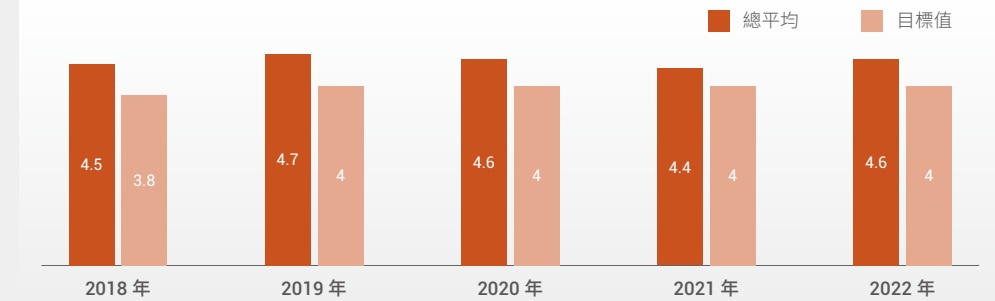
註：自 2019 年起展開完整的客戶滿意度調查。

### • 醫療與護理產品

#### – 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；自 2014 年起至 2022 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。

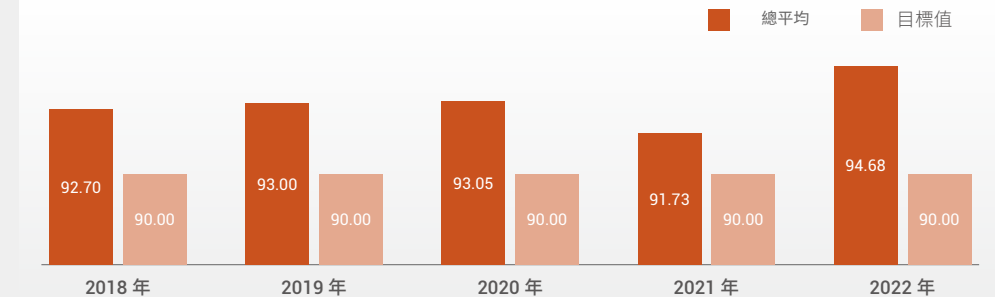
#### 歷年客戶滿意度調查 - 傷口照護



#### – 醫療包耗材產品：

2022 年國內客戶滿意度調查回收率為 75%，滿意度平均 94.68 分。2022 年增加已發生過客訴問題，團隊針對重複性之客戶關注問題，加強流程與製程面之優化管理，以超越客戶之要求為目標。

#### 歷年客戶滿意度調查 - 醫療包耗材





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

客戶服務

品質管理

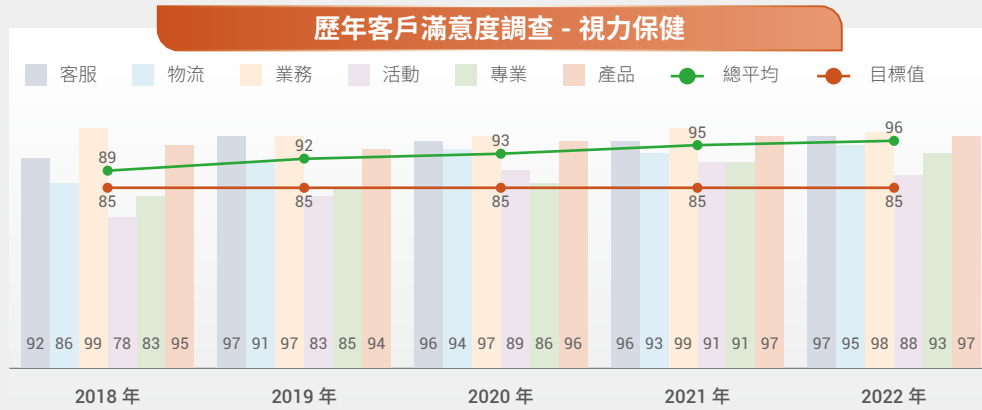
供應鏈管理

7  
友善  
職場8  
社會  
參與9  
附錄

79

### – 視力保健產品：

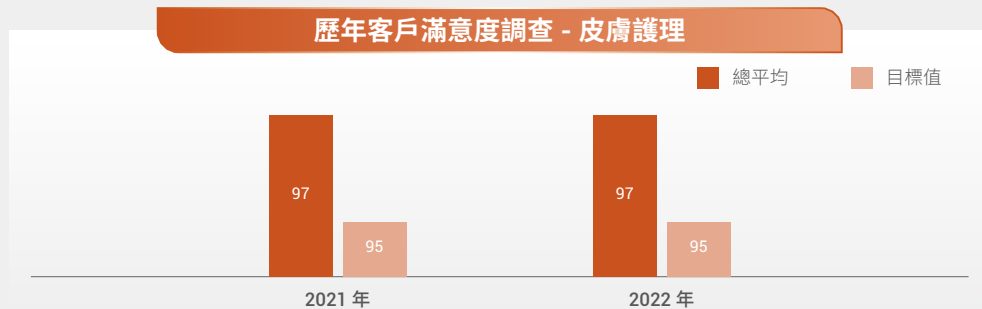
每年一次針對通路商（含連鎖通路與獨立店）進行滿意度調查，2022年總平均分數達96分，遠高於目標設定85分，各面向滿意度持續增加趨勢，顯見品牌經營已經獲得多數經銷通路商的肯定。



### – 皮膚護理：

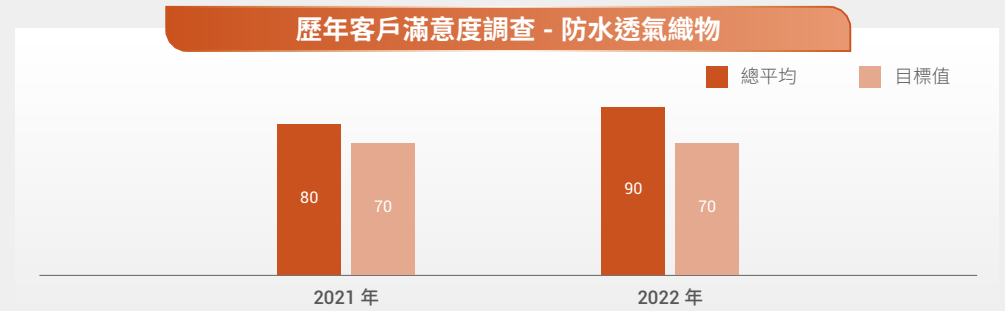
每年護妍天使皆會針對國內及國外主要合作夥伴代理商和通路商，以電郵形式進行客戶滿意度調查。2022年整體客戶滿意度為97%優於目標的95%，其中客戶對於護妍天使的產品品質、售後服務、產品教育訓練及業務代表服務等項次的滿意度一如既往維持98%~100%的高水準滿意度。

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，2021年平均滿意度為80分，2022年平均滿意度為90分，若低於目標總分（70分）將與客戶瞭解並進行檢討改善。



### » 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（痘痘貼），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，明基材料依據資策會科法所顧問提出之建議，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

客戶服務

品質管理

供應鏈管理

7  
友善  
職場8  
社會  
參與9  
附錄

80

## 品質管理

### » 顯示器材料

<b>品質管理 作為</b>	<ul style="list-style-type: none"> <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>
<b>供應商 品質管理</b>	<ul style="list-style-type: none"> <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> <li>2022 年原膜檢出保護膜抗靜電阻抗超標、保護膜顏色超規異常，安排缺陷驗證風險評估，進行原物料異常品去化，共去化 330 千米。</li> </ul>
<b>產品退回</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>退貨率 0.148% 已達標（退貨率目標設定 0.15%）</li> </ul>

### » 防水透氣織物

<b>品質管理 作為</b>	<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</li> </ul>
<b>供應商 品質管理</b>	<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。</li> </ul>

### » 電池材料

<b>品質管理 作為</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>正式投入「電池實驗線」運作，也建立電芯驗證模型，展開競品 / 不同機種的比對驗證，建立新的驗證里程碑。</li> <li>針對新產品開發驗證，四個機種及十六筆驗證資料，更接近客戶需求。</li> <li>展開高風險防呆性輔導，以防呆、預防的概念，依據 2022 年輔導時間統計，已完成 119 件改善案。</li> <li>製程參數導入統計製程控制（SPC），更預防性的思維，希望預防重於治療，針對產線建立 282 項管制項目。</li> </ul>
<b>供應商 品質管理</b>	<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>與供應商簽定品質協議書簽訂率 86%。</li> </ul>
<b>產品退回</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022 年無人員操作錯誤、外包、製造異常的退貨授權（RMA）件數，整體件數相較 2021 年下降 50%。</li> </ul>





## » 醫療與護理產品

### 品質管理 作為

#### 視力保健：

- 現有品質機制作為產品生產履歷品質管理之監控。
- 2023 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。

#### 皮膚護理：

- 雲科廠取得 ISO 13485
- 桃園廠取得 QMS (I.4018 滅菌產品)
- 2023 規畫桃園廠取得清真認證 (Halal)
- 2023 規畫雲科廠 QMS 稽核

#### 醫療包耗材：

- 優先取得 TAF 測試實驗室認可，利用穩健之測試能量，幫產品加值。

#### 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。已依據新法要求於 2022 年完成各項臨床前及臨床測試，預計於 2023 年提交 MDR 申請。

### 供應商 品質管理

#### 視力保健：

- 2023 年預計導入每季稽核機制，針對每季品質及交期的項目評分。

#### 皮膚護理：

- 2022 年新供應商共評核 11 件，舊供應商再評核共 35 件，完成率 100%。
- 2023 供應商規畫節能減廢輔導外，啟動季度業務審查 (QBR) 機制，且加入 ESG 考核評分及參考 RBA 框架。

#### 醫療包耗材：

- 2022 調整評核題項，目的讓評核更具鑑別度，且讓具有競爭力與需要改善輔導之供應商能被凸顯出來，預計 2023 年適用。

#### 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。目前已完成所有列為須安排稽核廠商的 ESG 稽核。

## » 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 品質改善手法工具，進行分析與發想解決方案。2009 年至 2022 年共計 205 組完成結案，2022 年有 23 組結案，完成創造新台幣 1.69 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

客戶服務

品質管理

供應鏈管理

7  
友善  
職場8  
社會  
參與9  
附錄

82

## 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，包含企業社會責任承諾書簽署、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

- 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）會先建立品質協議及 Pre-notice 機制
- 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（如環境標準篩選標準）

#### 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

### » 永續政策文件規範

- 簽署企業社會責任承諾書

明基材料針對供應商要求其簽署企業社會責任承諾書，2022 年更新承諾書簽屬定義與內容，於 4 月底完成重新補簽。2022 年簽署率 95%，少數供應商僅同意依循明基材料內部政策規定，無進一步簽屬外部文件。

- 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。2022 年協助偏光片 17 家客戶、光學材料 8 家客戶、電池材料 2 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。

### » 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及 Pre-notice 機制，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。2022 年新增 1 家新供應商，新供應商 100% 採用環境標準篩選。

搜尋新供應商

廠商填寫供應商  
問卷調查表相關部門評估  
與討論正式  
下單試樣與  
小批量生產列入合格  
供應商名冊到廠稽核  
與品檢



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

客戶服務

品質管理

供應鏈管理

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，稽核方式討論定案。

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。

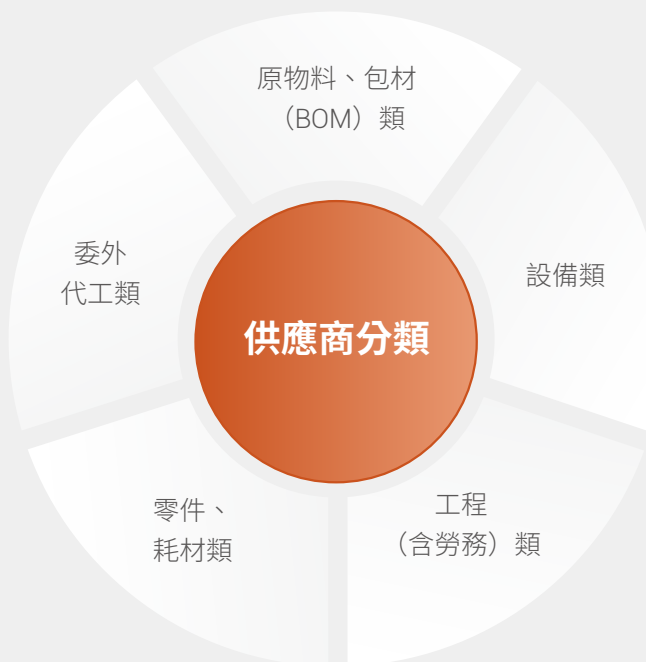
供應商類型	稽核家數	2022 年稽核結果	稽核比率
偏光片供應商	35 家	A 級供應商 35 家	100%
光學膜供應商	5 家	A 級供應商 4 家、B 級供應商 1 家	100%
光學膠供應商	21 家	A 級供應商 21 家	100%
隔離膜供應商	9 家	A 級供應商 8 家、C 級供應商 1 家	100%
隱形眼鏡供應商	24 家	A 級供應商 22 家、B 級供應商 2 家	100%
醫美產品供應商	45 家	A 級供應商 45 家	100%
機能織材供應商	3 家	A 級供應商 3 家	100%
醫療包耗材	27 家	A 級供應商 27 家	100%

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



### • ESG 稽核

2022 年進行供應商 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。2022 年完成 12 家 ESG 稽核，結果皆為合格。2023 年除持續進行 ESG 稽核外，將另針對本土供應商進行減碳，減廢的行動方案給予協助。



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

客戶服務

品質管理

供應鏈管理

7  
友善  
職場8  
社會  
參與9  
附錄

84

### • 供應商資安管理

2022 年明基材料之各事業部重新進行資訊安全調查，調查對象針對採購金額前 20 大之供應商，於 4 月完成調查結果回收，作為後續管理依據。此外，明基材料未來針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。

### • 供應商節能減碳輔導計畫

2022 年完成 ESG 供應商稽核，選出對於節能減碳資源相對缺乏的供應商為第一階段輔導對象，於 2023 年度中下旬，與供應商針對碳排放源進行討論，且輔導供應商針對其鑑別出之碳排放源進行節能減碳輔導與交流。

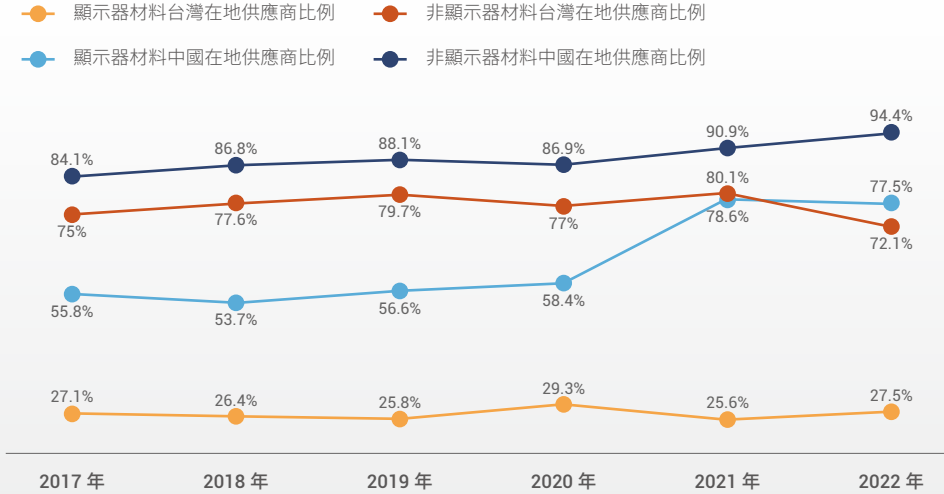
## » 在地採購

顯示器相關產品（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分析，2022 年雖 17.5%，相較 2021 年微幅成長 1%。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。

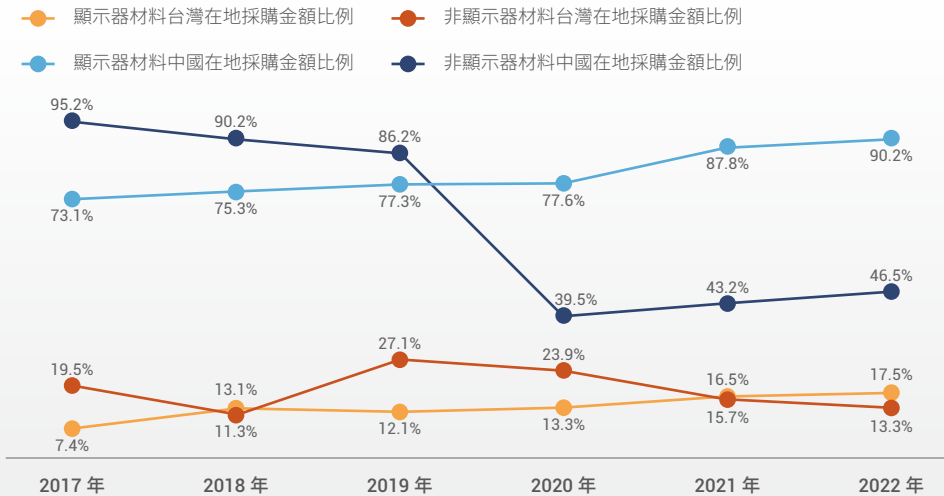
而非顯示器之材料，台灣在地採購金額比例亦不高，主因為新產品開發使用國外材料比例增加，中國機能膜在地供應商比例表現穩定，2022 年為 77.5%，在地採購金額比例則為 90.2%。



### 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之。