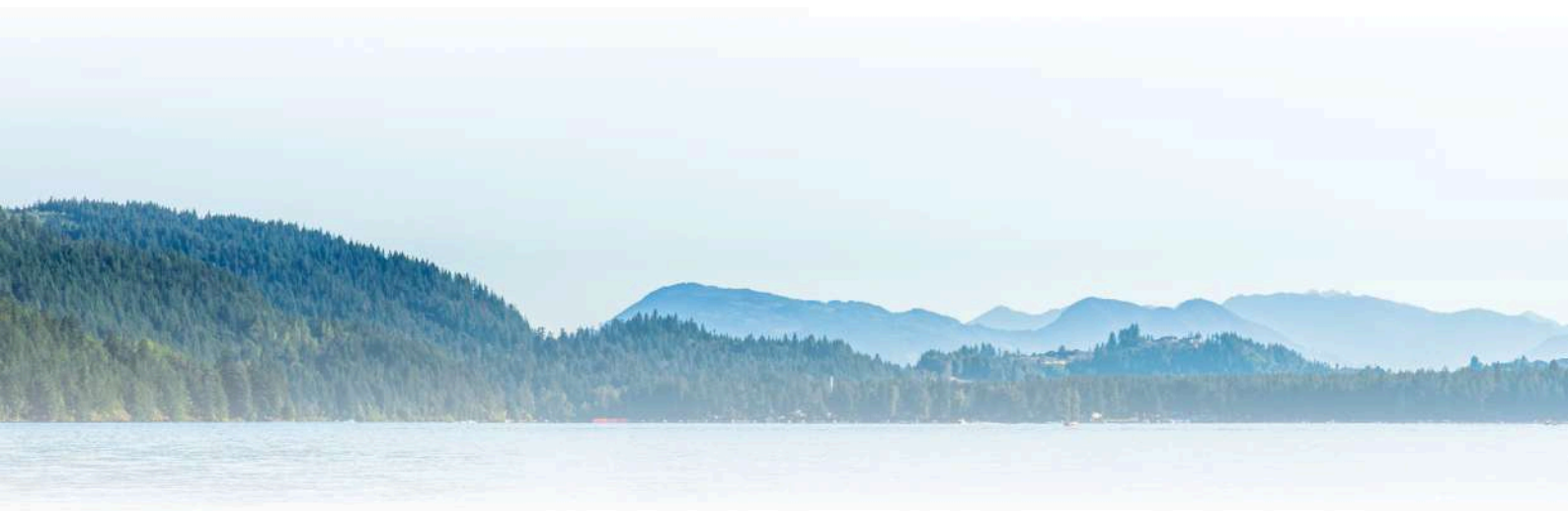


3.1.客戶服務管理

客戶關係管理 管理方針

項目	說明	內容
重大主題及邊界	本主題的重大原因	本公司核心價值：顧客滿意、誠信服務、積極負責、專業創新、快樂成長，主要產品為汽機車沖壓零組件，以IATF 16949 全球汽車產業品質管理系統運作為基礎，並致力於客戶關係管理以增進產品與顧客的服務，進而提高顧客滿意度。
	本主題邊界	顧客/客戶(商業行為衝擊)
	本主題邊界揭露限制	本年度報告書中有關客戶關係管理主題將揭露以台灣總公司及海外營運據點相關資訊。
管理方針及要素	本主題管理目的	為有效管理本公司客戶及產品服務流程，成為客戶值得信賴的技術及產能提供者。
	政策	依循IATF 16949 全球汽車產業品質管理系統之品質政策：事情一次就做好，內外顧客皆滿意。
	承諾	本公司IATF 16949落實全球汽車產業品質管理系統之執行要求，以不接受、不製造、不流出不良品的品質承諾，追求提供客戶滿意之產品與服務。
	目標與標的	本公司各部門每年以平衡計分卡四大管理構面（財務/ 顧客/內部流程/學習成長)訂定年度工作目標，並就品質政策及承諾提出具體的、可衡量、量化之管制指標，以有效監控各項管理活動。 114年合併營收目標2,998,053仟元。
	責任	1.由總經理帶領業務部及顧客代表等跨功能小組於掌握客戶新開發部品市場推出時程，提供客戶高附加價值產品。 2.由品保部管理運作IATF 16949全球汽車產業品質管理系統。 3.由管理部管理運作ISO 14001、ISO 45001、ISO 50001等各項管理系統。



項目	說明	內容
管理方針及要素	資源	1.本公司由總經理指派各系統之管理代表，加上各部門主管成立各項管理系統推動委員及推派之員工代表等組成推行小組，持續推展IATF 16949、ISO 14001、ISO 45001、ISO 50001等各項管理系統運作。 2.主要客戶指派主管擔任顧客代表，主要產品依需求組成跨功能小組進行產品開發、採購、生產及品質保證管理等流程管理。
	申訴機制	本公司訂定有「客戶服務與抱怨處理管理辦法」訂定了客戶透過面談等各項管道客訴，緊急對應協商矯正與預防、追蹤結案，快速回覆客戶進度及時程之作業流程。
	特定的行動	1.至興自行建置一套模具AI系統,專門服務客戶對於以往模具開發，進行其他組合提供客戶應用於新產品開發模具設計參考，節省開發時程及成本，新開發件逐步代入。 2.109年透過物質流成本分析建議，碟煞盤增加料寬設計一模多穴設計分析下料圓盤，持續運用降低材料成本創造公司競爭優勢。 3.推廣至興自行研發智能碟以提高客戶之產品價值。
管理方針評估	管理評量機制	每月定期舉辦由一級以上主管所組成的經營會報，進行當月績效檢討。
	管理方針評估的結果	1.114年合併營收實績2,518,722仟元，達成率84.01% 2.特定行動模具AI系統及設計一模多穴下料圓盤已導入執行中，並向客戶推展智能碟，越南及台灣營運據點陸續推出。
	管理方針調整	1.持續推展IATF 16949、ISO 14001、ISO 45001、ISO 50001等各項管理系統運作，同時透過溫室氣體盤查及推展TCFD展現因應氣候變遷機會及風險的管理，持續推展內部改善活動，以滿足客戶的需求。 2.未來將持續進行協同客戶開發各項產品開發，關注市場需求及下單頻率做統計，隨時提醒客戶下單的需求及數量差異變化期，對內則提高產線更換機制,以符合客戶排程需求產能，成為客戶合作第一選擇。



3.1.1.顧客關係

顧客信任一直是本公司的核心價值之一。與顧客之間的信任，更是眾多顧客將產品製造交託給本公司的主要原因之一。因此，對於顧客資料保護方面，台灣營運據點於103年5月成立個資保護小組(簡稱個資小組)，組織成員由部門推派員工代表，權責訂定個人資料保護政策，每年定期實施個人資料盤點與風險評估評鑑及內部稽核，若有接獲顧客或個資當事人投訴事項，經責任單位主管「個資事故通報與處理單」填單後，由個資小組作後續評估追蹤及措施驗證結案後轉管理代表簽核，下一次管理審查會議中提出報告。顧客的抱怨或顧客所提供之個人資料，皆透過前述保護措施，以確保顧客個人資料的安全，越南營運據點及大陸營運據點雖未成立個資保護小組，但有信息保密規定，114年也無任何資訊洩露、失竊或遺失客戶資料事件，而遭顧客抱怨及投訴之情事發生。

台灣營運據點個資保護管理系統化循環模式圖：



有關客戶關係服務說明如下：

• 開發前期服務

台灣營運據點建置DISK（碟煞盤）模具AI系統，系統性整合歷年各客戶開發之模具資料，透過AI模擬運算與組合優化分析，提供客戶於產品設計初期之決策參考。藉由前端技術導入與設計交流機制，有效提升產品設計多元性與可行性。經客戶確認採用後，可有效降低模具開發成本並縮短開發時程，促使公司由傳統代工角色轉型為具備技術整合能力之策略合作夥伴，並成為客戶產品成功之重要支援。同時，公司亦建立完善之資料保護機制，確保客戶開發資訊之機密性與安全性。

此外，台灣營運據點於109年研發具高性價比之專利產品—「智能碟」，透過模具設計與製程整合技術，將單件碟煞盤與計時碟進行模組化設計，以智能（A+B）碟形式呈現。此項創新可有效降低客戶組裝工時與人工成本，提升整體生產效率。越南營運據點已於111年5月導入量產；台灣營運據點亦分別於111年7月（電動車）及112年7月（油車）完成導入，目前持續推展至其他區域市場。

越南營運據點及大陸營運據點針對客戶新品開發過程中之緊急交樣需求，導入快速打樣機制，包含簡易模具、線切割加工及機械加工等多元製程方式，以縮短樣品製作時程。試作過程中如發生偏差，能即時與客戶溝通並進行調整，並由專案人員全程追蹤熱處理及表面處理等關鍵製程，確保品質與進度。透過專線生產與內外部資源整合，已將精沖模具開發周期縮短至35天，並藉由每週專案會議進行全流程檢視與改善，有效降低開發風險與客戶研發成本，加速產品商品化進程。

• 新產品開發服務

各營運據點持續掌握客戶新產品上市時程，並透過市場需求與訂單頻率分析，主動提醒客戶下單時機及數量變化，協助客戶提升供應規劃準確性。對內則強化產線切換與排程調整機制，以符合客戶多變之需求，降低等待時間並提升整體供應效率，進一步強化公司作為客戶優先合作夥伴之地位。

同時，公司每年制定顧客拜訪計畫，每月至少拜訪2家客戶，即時掌握市場動態與客戶需求，作為產品開發與服務優化之依據。

於產品開發初期，秉持以顧客需求為導向，建立以下服務機制：

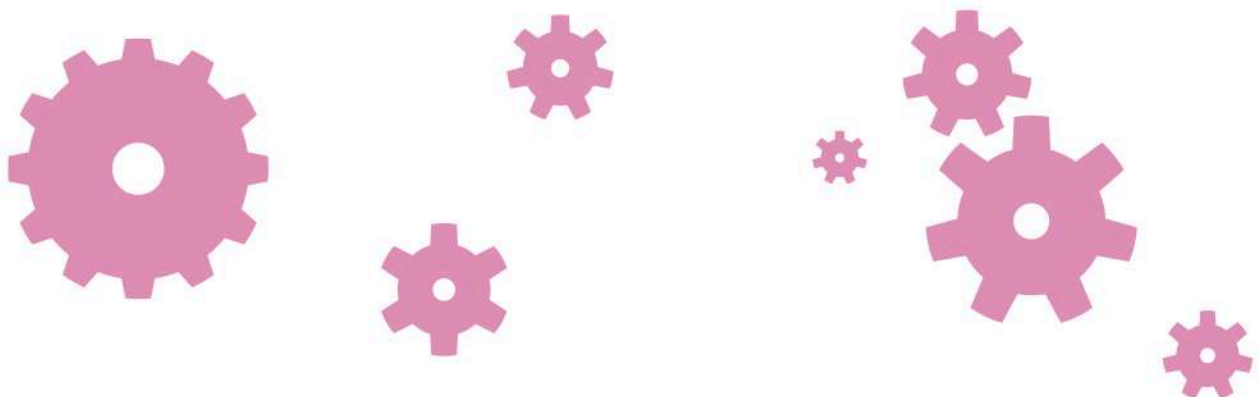
1. 開發評估回饋時效：內製件3日內完成，外製件7日內完成。
2. 不定期召開跨部門會議，進行新產品風險評估、製程設計檢討，並納入ISO 14001、ISO 45001及ISO 50001等管理系統要求。
3. 建立FAI（首件檢驗）分析機制，提升材料使用效率並降低開發成本。
4. 導入模具開發標準化技術，縮短模具開發時程約5%。

開發成效方面，114年台灣營運據點新開發案件報價成功率約為54%，越南營運據點及大陸營運據點約為58%。透過上述機制，有效縮短客戶產品由開發至量產之整體時程。

• 快速接單服務

台灣營運據點持續關注市場動態與客戶需求，透過訂單頻率分析，主動協助客戶掌握下單時機與數量變化，以提升供應鏈反應效率。114年起，受出口關稅政策影響，整體市場訂單量呈現下滑趨勢。面對外部環境變動，公司持續優化產線調度與換線機制，提升生產彈性，並強化庫存控管策略，以降低營運風險並維持穩定供貨能力。

在服務機制上，持續落實「訂單回覆48小時內100%回應」之目標，並即時回饋原物料備料狀況，依據客戶需求進行滾動式調整，以提升資源運用效率與服務品質。越南營運據點及大陸營運據點則建立快速接單與精益排產機制，針對常規訂單提供快速報價與即時評審，並對緊急訂單設立綠色通道，透過彈性生產調度確保交期。報告期間內，訂單準時交付率達95%以上，緊急訂單回應時效控制於8小時內；針對交期波動較大之訂單，亦與客戶協議建立一個月安全庫存，以有效縮短交付周期。



• 客戶回饋互動

各營運據點透過開發前期服務、新產品開發服務及快速接單服務之整合運作，於產品從開發至量產各階段持續優化流程，深入掌握客戶需求與偏好，提升客戶滿意度與忠誠度。

主要客戶互動機制如下：

1.客訴回饋流程說明:



2.每月固定由AUTOLIV、光陽、三陽及山葉等4家主要客戶提供評價回饋，並依據評分指標制定內部管理目標。針對未達標準項目，即啟動改善機制，由相關單位進行原因分析並提出矯正與預防措施（CAPA），並持續追蹤改善成效，且主動回饋客戶處理結果，以強化雙方溝通與信任。114年度透過持續優化評價管理機制與預防性管控措施，已達成各項評價全面符合內部標準之目標。

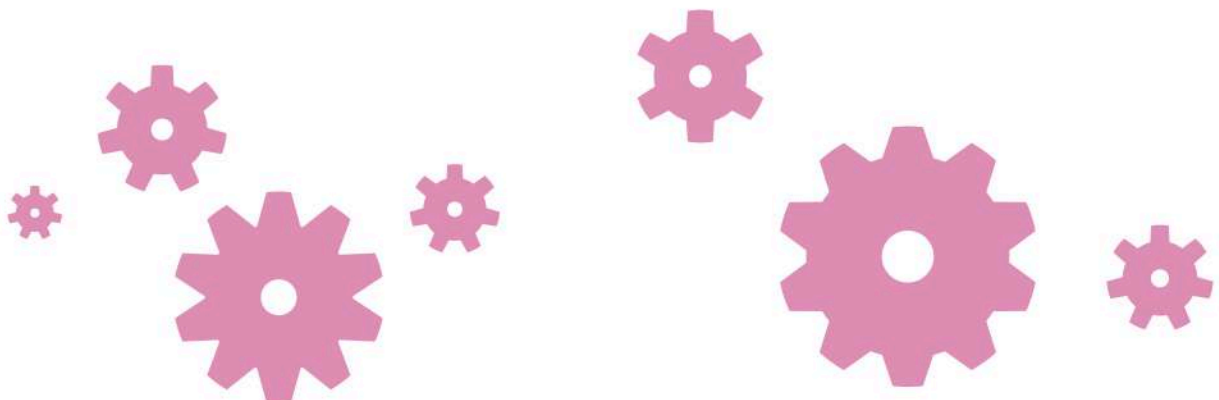
3.新產品開發營收貢獻：

- 台灣營運據點：114年開發產品營收占比5.56%
- 大陸營運據點：114年開發產品營收占比9.5%
- 越南營運據點：114年開發產品營收占比6.38%

• 產品安全把關

面對外部市場環境變動（如出口關稅影響）所帶來之訂單波動，母子公司持續強化品質管理制度，落實各製程檢驗及出貨前品質把關機制，確保在產線彈性調整與庫存控管並行之情況下，產品品質仍維持穩定水準。

同時，持續優化內部檢驗流程與品質異常反應機制，降低潛在品質風險，確保產品安全性與客戶信賴度。114年度維持零重大品質異常及零召回事件，展現品質管理之穩定性與有效性。

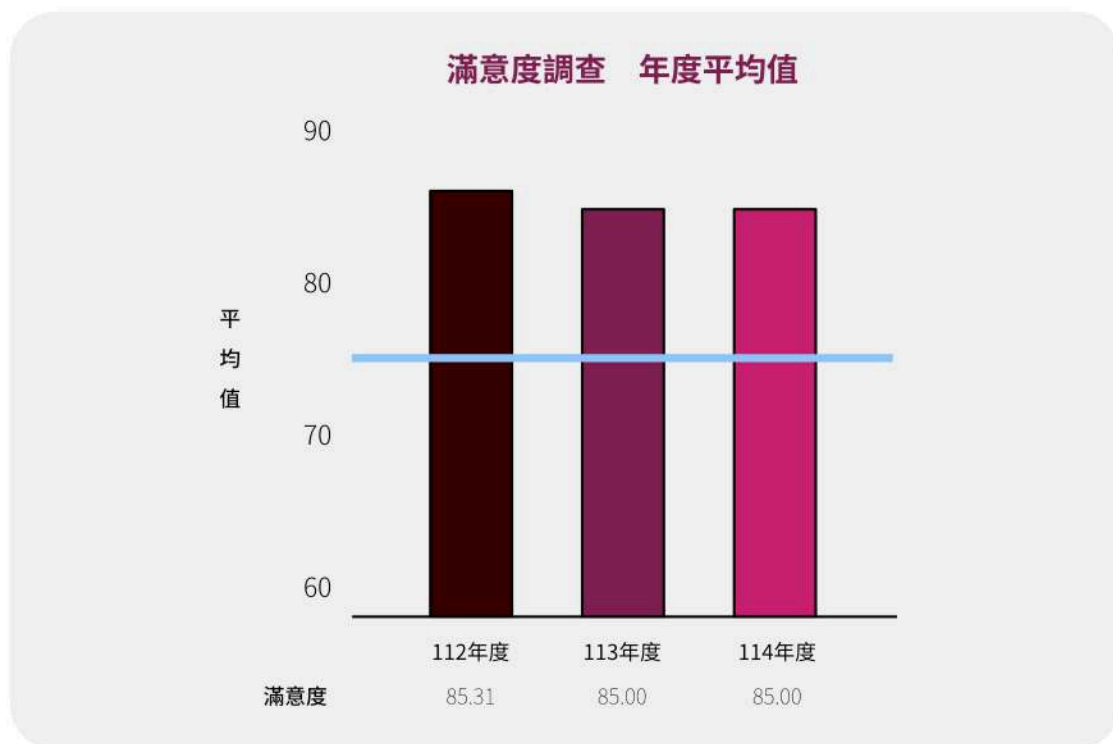


3.1.2.顧客滿意度

台灣營運據點致力提供顧客最好的服務，並深信顧客服務是鞏固顧客滿意及忠誠度的關鍵，111年起本公司開始自行研發智能碟生產技術，降低客戶在生產加工及人力成本，獲得國內車廠大力讚賞進而採納使用並於市場上推出，故提升新技術對於穩固現有顧客滿意度外、且能吸引新顧客及強化顧客關係具有重要影響。台灣營運據點依據「顧客滿意度管理辦法」，本公司每年6月皆會發送問卷，針對品質、成本、服務、交期四大面向進行調查。各面向滿分為25分，滿意度標準分數分別為品質20分、成本15分、服務20分、交期20分，總分達75分即為達標。

114年度客戶滿意度調查結果與113年度相比，整體總分差異不大，顯示台灣營運據點整體服務水準維持穩定。然而就各構面分析，仍呈現結構性變化，反映客戶關注重點有所轉移。114年度在「品質穩定」的基礎下，「成本構面表現提升」，顯示公司在價格競爭力上具備改善成果；惟「交期」與「服務」構面略有下滑，反映內部在交付管理及客戶應對效率上，仍有精進空間。

如下圖顧客滿意度調查結果所示。



越南營運據點於113年僅有兩家主要客戶，分別為 NISSIN (NBV) 及 HONDA (HVN)，並由該兩家客戶提供評價數據，當年度評分成績皆為100%。114年起客戶數明顯成長，新增 PIAGGIO (HN1)、HVN (2W) (HN2)、IITACHI ASTEMO VP (HN2) 及 YMVN (HN2) 等客戶，整體評價客戶數由2家提升至7家，且皆採每月主動提供評分機制，且年度評分成績皆為100%。

大陸營運據點，每月客戶會在平台主動提供，若客戶端不提供月度評分則由我司每季度做客戶滿意度調查，依服務、品質，交期給予滿意度評價，114年客戶主動評價及季度評價調查部分分數皆達 90分以上。

3.2.技術與創新研發

技術研發 管理方針

項目	說明	內容
重大主題及邊界	本主題的重大原因	本公司核心價值：顧客滿意、誠信服務、積極負責、專業創新、快樂成長，主要產品為汽機車沖壓零組件，以IATF 16949 全球汽車產業品質管理系統運作為基礎，並致力於產品的製程優化及開發新的產品/技術，以提高顧客滿意度。
	本主題邊界	員工(直接衝擊)、顧客/客戶(商業行為衝擊)、股東(間接衝擊)、集團(間接衝擊)
	本主題邊界揭露限制	本年度報告書中有關產品研發主題將揭露以台灣總公司及海外營運據點相關資訊。
管理方針及要素	本主題管理目的	為有效管理本公司新產品研發流程及相關產品之品質風險。
	政策	依循IATF 16949 全球汽車產業品質管理系統之品質政策：事情一次就做好，內外顧客皆滿意。
	承諾	本公司IATF 16949落實全球汽車產業品質管理系統之執行要求，以不接受、不製造、不流出不良品的品質承諾，追求提供客戶滿意之產品與服務。
	目標與標的	本公司各部門每年以平衡計分卡四大管理構面（財務/顧客/內部流程/學習成長）訂定年度工作目標，並就品質政策及承諾提出具體的、可衡量、量化之管制指標，以有效監控各項管理活動。 114年開發、設變送樣達成率目標100%。
	責任	1.由技研部致力於產品的製程優化及開發新的產品/技術。 2.由品保部管理運作IATF 16949全球汽車產業品質管理系統。 3.由管理部管理運作ISO 14001、ISO 45001、ISO 50001等各項管理系統。
	資源	1.本公司由總經理指派各系統之管理代表，加上各部門主管成立各項管理系統推動委員及推派之員工代表等組成推行小組，持續推展IATF 16949、ISO 14001、ISO 45001、ISO 50001等各項管理系統運作。 2.主要客戶指派主管擔任顧客代表，主要產品依需求組成跨功能小組進行產品開發、採購、生產及品質保證管理等流程管理。
	申訴機制	本公司訂定有「客戶服務與抱怨處理管理辦法」訂定了客戶透過面談等各項管道客訴，緊急對應協商矯正與預防、追蹤結案，快速回覆客戶進度及時程之作業流程。
	特定的行動	1.與中鋼成立聯合實驗室，並持續整合集團各公司相關資源，進行開發新材料及優化原材料之使用，並協助製程優化改善。 2.積極投入創新研發，著重於強化智慧財產權「創新」，進行「專利」申請，創造公司競爭優勢。

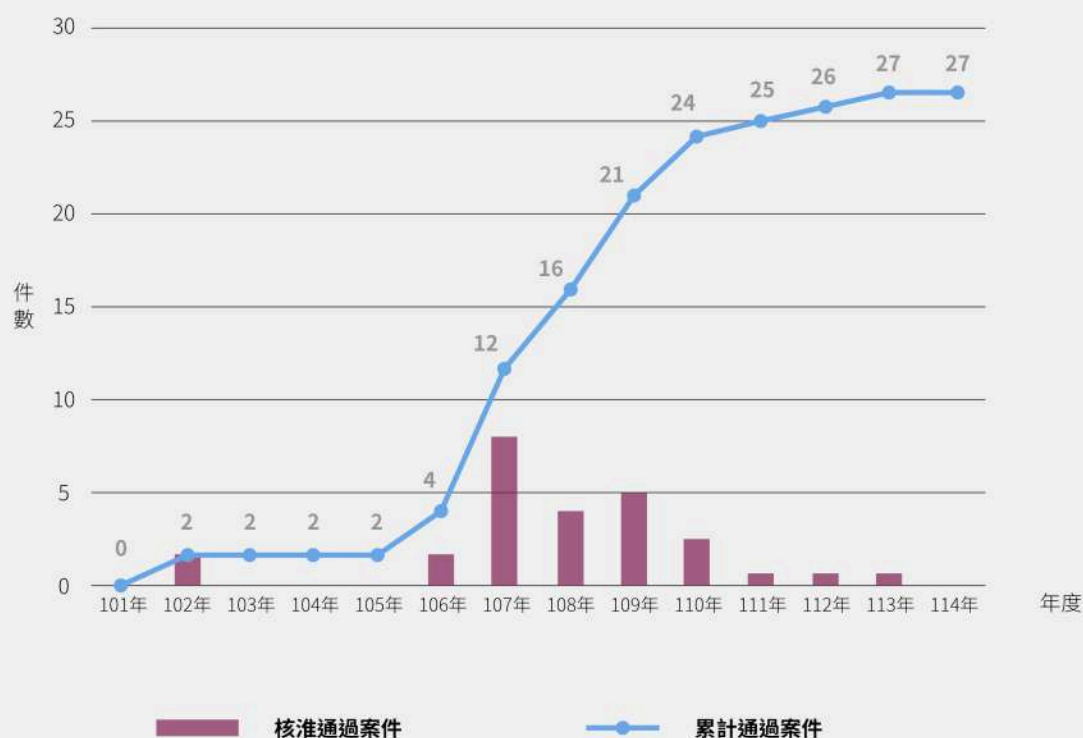
項目	說明	內容
管理方針的評估	管理評量機制	每月定期舉辦由一級以上主管所組成的經營會報，進行當月績效檢討。
	管理方針評估的結果	1.114年開發、設變送樣達成率實績100%。 2.特定的行動114年實績： (1).114年提供最佳C/P值產品6件。 (2).累計至114年台灣及大陸營運據共通過取得專利71件。
	管理方針調整	1.持續推展IATF 16949、ISO 14001、ISO 45001、ISO 50001等各項管理系統運作，以滿足客戶的需求。 2.未來將持續進行協同客戶開發各項產品開發與自行研發之專利申請，期能成為客戶的最佳信賴事業伙伴。

3.2.1.智慧財產權保護

• 創新研發先進技術

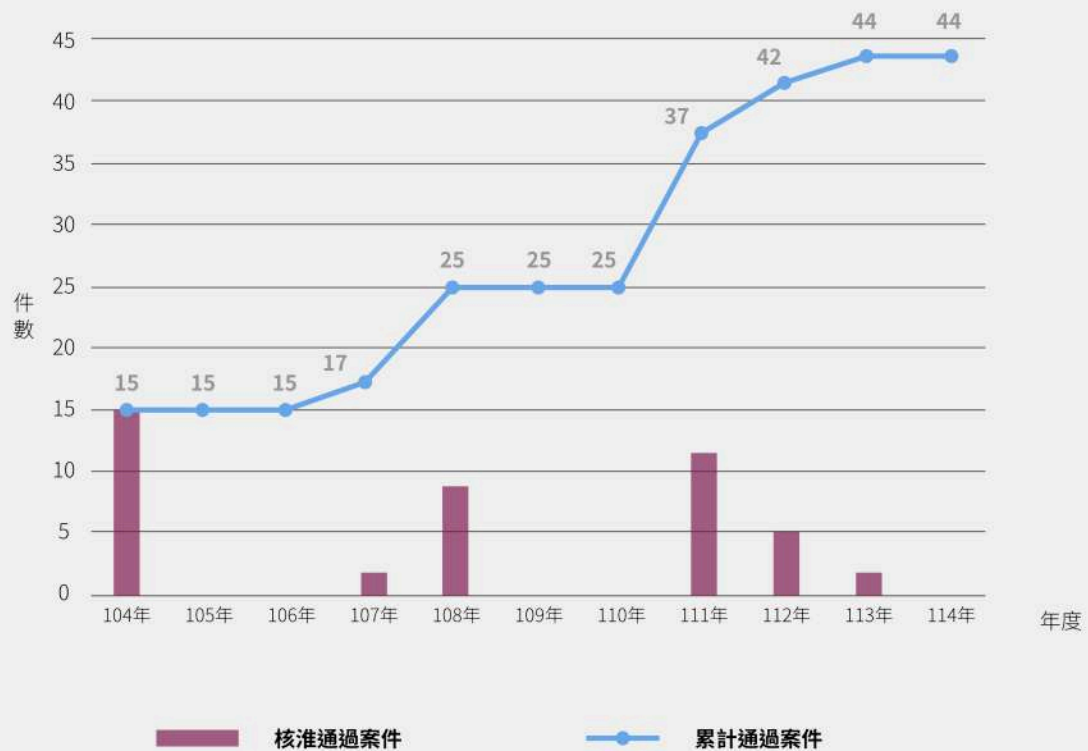
因應科技發展趨勢、消費者和客戶需求及世界潮流，為突破現況至興近年來積極投入創新研發，著重於強化智慧財產權，鼓勵「創新」、掌握「專利」，創造競爭優勢，期許在此變動的時代中，發揮企業既有的優勢，以成為全球客戶在採購汽車、機車及自行車時，首選的最佳事業伙伴。

台灣營運據點在智慧財產權成果，專利發展方面於累計至114年共取得27件專利，將持續追求各項創新並提出申請專利。

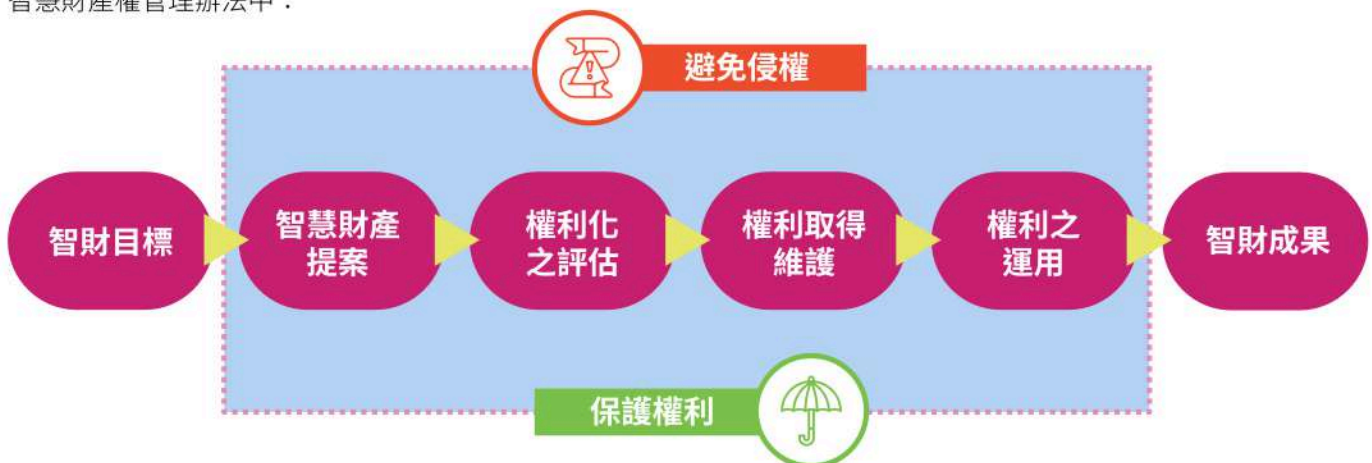


在大陸營運據點於114年提出申請待審核6份，累計至114年已共取得44件專利，將持續追求各項創新並提出申請專利。

大陸營運據點申請專利成果如下圖所示：



由於本公司取得通過專利件數持續增加為使智慧財產權管理有完整依循，將朝下面管理流程模式進行擬訂內部智慧財產權管理辦法中：

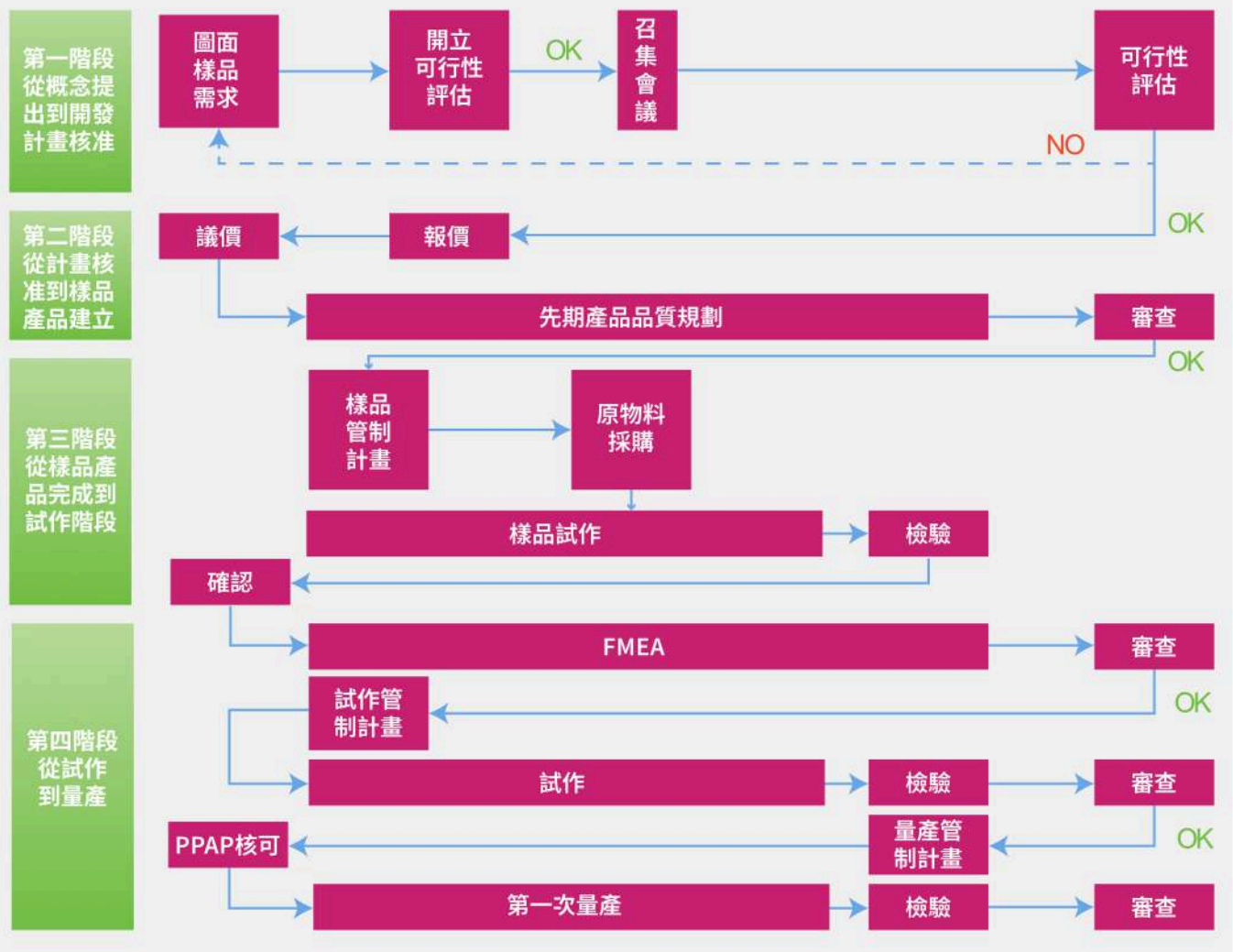


114年各營運據點無因產品與服務的提供與使用而違反法律和規定被處罰款。

3.2.2.創新研發流程

各營運據點建立完整的發展與技術進步，提供符合客戶期待最佳產品，並詳細記錄專案開發各項想法、資料、技術與問題等，確保客戶需求能被完整實現，並將寶貴經驗保存下來，設計開發的資料及經驗是至興精機極珍貴的資產，也是我們對客戶、股東與同仁的承諾。

創新研發流程：先期產品品質規劃流程圖(APQP)



台灣營運據點114年生產智能碟為單碟煞盤及計時碟組合，提高材料用料率、降低開發成本、滿足客戶需求，同時減少材料使用進而減少溫室氣體排放量。越南營運據點於 114年推出智能碟總出貨數量：254,831PCS，減少材料用量93,213KG；台灣營運據點114年總出貨數量：15,857PCS，減少材料用量3,726KG，未來將持續推出新產品與新式樣。

台灣營運據點煞車片下料圓盤設計共用模具，節省材料用料率與加工時間並有效減少溫室氣體排放量，114年一模多穴下料圓盤共計下料20,524PCS，提高用料率5.83%，節省用料1,195.61KG，連同前述智能碟114年「減少排放」的產品收益共計減少4,921.61KG鋼板。

台灣營運據點114年利用較大型之沖壓產品所產生之廢鐵，回收廢料再生產較小之沖壓產品，共計42,487PCS (≈41,449KG)，營收金額38,710仟元。使用回收或再製材料的百分比為41,449KG/產品生產總重6,683,540KG =0.62%；其他營運據點產生廢鐵較小已無法再回收利用。

台灣營運據點產品包裝方式多樣化，為達到預防污染、增加資源循環再利用，部份銷售產品使用台車方式出貨，部份產品不再使用包裝以達減少浪費之成效。114年累積出貨數量：81,829PCS，包裝材料回收達100%。

各營運據點銷售至顧客產品之鐵件、不銹鋼、鋁件、塑膠件，均可回收再利用，因此本公司114年銷售的產品可回收之百分比為100%。

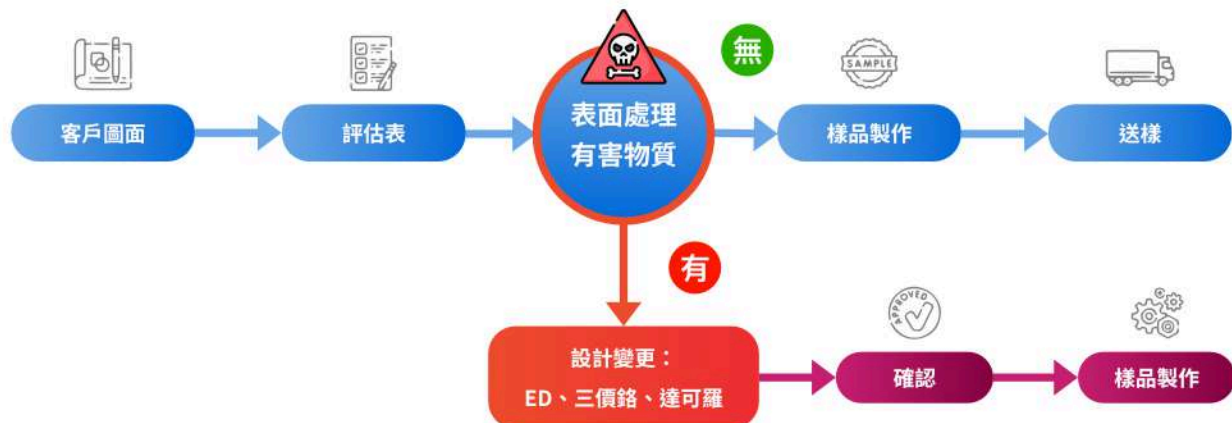
各營運據點銷售產品屬於汽機車供應鏈之金屬機構件，無可提升燃油效率或降低排放之產品收入。

3.2.3.產品責任

• 先期開發評估

日益惡化的環境污染，已是地球公民所要面臨的最大議題，在環境意識抬頭及要求下，世界各國已開始進行各種對人及環境有害物質的控管，並制定各項評鑑法案來保護環境。因此為響應環境保護，本公司電鍍委外要求使用之三價鉻製程，以降低毒性藥水之要求，以符合歐盟有害物質限制指令(Restriction of Hazardous Substances, RoHS) & REACH, RoHS 2.0以下同規範。

各營運據點針對RoHS 2.0歐盟環境有害物質，在製程評估開發階段，依環保為考量原則，避免製程中使用含有害物質的原物料，確保所生產的產品均符合國際法規以及客戶相關要求。



台灣營運據點114年外作表面處理產品統計總出貨數量為：154,918 PCS，目前符合RoHS & REACH, RoHS 2.0出貨數量為：154,918 PCS，佔總數比率100%。

同時，於開發或試作期間，依據「先期產品品質規劃及管制計劃管理辦法」，產品開發設計時需考量環境面之評估，檢視客戶圖面是否有環保要求，若無則由本公司建議修改為ED(黑色電著塗裝)、三價鉻、達克羅（又稱達克銹、鋅鉻膜、達克曼等），114年開發評估共9件，電著ED黑色5件，三價鉻0件，塗裝1件，鍍鋅1件，其餘2件無需表面處理，需表面處理的100%符合歐盟RoHS & REACH, RoHS 2.0規範。

3.3.供應商永續管理

GRI 204：採購實務 2016 管理方針

項目	說明	內容
重大主題及邊界	本主題的重大原因	1.本公司為汽、機車供應鏈的一員，以IATF 16949 全球汽車產業品質管理系統作為產品製造流程運作的基礎，而本公司之供應商對於整體產品品質及成本佔了近50%的影響度。 2.整體汽、機車供應鏈客戶要求簽署禁用有害物質等聲明書，延伸要求供應商一同投入此活動，以減少對環境的衝擊。 3.因應ISO 14001環境管理系統及ISO 45001職安管理系統運作延伸本公司對於供應商之環境及職安等面向之管理。
	本主題邊界	顧客、供應商、員工
	本主題邊界揭露限制	本年度報告書中有關採購實務全主題揭露以台灣總公司相關資訊。
管理方針及要素	本主題管理目的	為有效管理本公司採購政策，及對新供應商在初期經營、環境及社會等評鑑，供應商平日在產品品質、交期、環境等定期評鑑，以符合IATF 16949、ISO 14001及ISO 45001等管理系統及客戶等利害關係人之要求。
	政策	1.IATF 16949 全球汽車產業品質管理系統之品質政策： 事情一次就做好，內外顧客皆滿意。 2.環安衛政策： 本公司致力確保所有工作人員安全與衛生，建立良好工作環境，以符合法規、預防污染及災害事故，降低公司在產品、物料、人員、機械設備、程序、活動及服務所產生之環境安全衛生衝擊及不可接受風險並持續推動環境安全衛生改善，傳播環境安全衛生理念，善盡企業之社會責任。
	承諾	1.本公司IATF 16949落實全球汽車產業品質管理系統之執行要求，以不接受、不製造、不流出不良品，追求提供客戶滿意之產品與服務。 2.致力於減少污染產生及降低環境衝擊，達成污染預防。 符合產品環境有害物質管制要求。
	目標與標的	114年目標： 1.提高採購交期達成率100% 2.達成採購折讓及議價效益12,000仟元 3.計畫選定之供應商稽核達成率100%
	責任	1.由業務部採購課依據IATF 16949全球汽車產業品質管理系統、ISO 14001、ISO 45001、ISO 50001等各項環安衛管理系統要求進行各項採購作業流程。 2.由採購與品保、研發等相關單位組成供應商評鑑小組，進行初期及排訂的定期供應商評鑑作業。

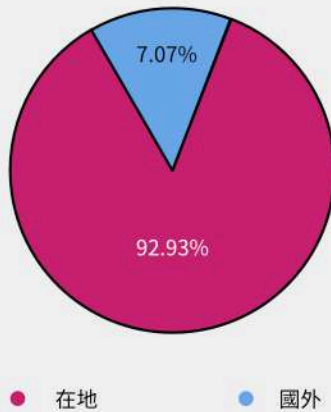
項目	說明	內容
管理方針及要素	資源	1.主要客戶指派主管擔任顧客代表，主要產品依需求組成跨功能小組進行產品開發、生產及品質保證管理等。 業務部採購課指派代表參與跨功能小組協同運作。 2.由採購與品保、研發等相關單位組成供應商評鑑小組。
	申訴機制	各利害關係人若有發現任何疑似違反道德誠信之事件，皆可透過下列方式進行舉報： 外部申訴單位：稽核室 吳高專 外部申訴電話：04-7990118分機106 外部申訴信箱：gmo12@fineblanking.com.tw 內部申訴電話：04-7990118分機120 內部申訴信箱：adm20@fineblanking.com.tw
	特定的行動	1.要求供應商簽署綠色聲明書，以減少對環境的衝擊。 2.於114年度持續舉辦供應商交流會，增進與各供應商之間聯繫，並傳達公司經營理念、持續改善獲獎之案例分享、永續管理和未來市場動向。
管理方針評估	管理評量機制	每月定期舉辦由一級以上主管所組成的經營會報，進行當月績效檢討。
	管理方針評估的結果	各管理系統之KPI或績效指標於每月經營會報進行達成狀況、原因分析及改善對策。 114年目標實績： 1.採購交期達成率99.87% 2.採購折讓及議價效益15,700仟元，達成率131% 3.計畫供應商稽核達成率100%
	管理方針調整	1.持續採購符合IATF 16949、ISO 14001、ISO 45001、ISO 50001等各項管理系統要求之機械、設備、物料、產品及人員防護用具等。 2.未來將持續要求供應商簽署「供應商永續聲明書」及「綠色聲明書」，一同善盡地球公民責任。

3.3.1.採購政策

各營運據點主要產品為汽機車原廠委託代工（Original Equipment Manufacturer，OEM）沖壓零組件，主要供應鏈為金屬相關製品，採購策略會優先選擇屬於當地的在地廠商，除了降低運輸成本，減少碳排放及分散風險外，更希望能扶植在地產業、創造就業機會與活絡在地經濟。另部份原料及設備有其特殊性質無法於在地廠商取得或採購僅能向國外廠商採購。採購廠商114年與113年間無顯著變化。

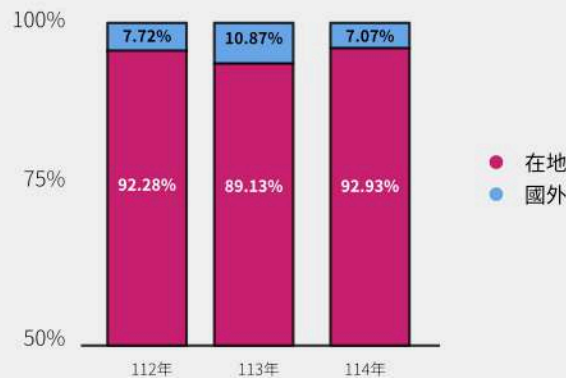
台灣營運據點合作國內外供應商約達600多家，在這些供應商中區分為原物料類廠商、委外加工類廠商、購買設備類廠商、模檢治具類廠商、承攬商類廠商、事務類廠商、其他類廠商，相較114年與113年間無顯著變化。

114年在地國外採購金額百分比



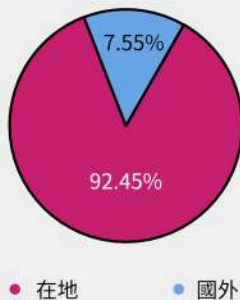
台灣營運據點依系統入庫日統計114年國內在地採購金額約佔全部採購金額92.93%，國外廠商之採購金額約佔全部採購金額7.07%。另每年度的國內採購金額佔比，從112年至114年皆維持在85%以上。

各年度在地國外採購金額百分比



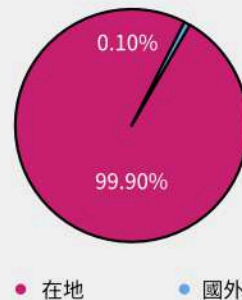
越南營運據點採購金額約佔全部採購金額92.45%，國外廠商之採購金額約佔全部採購金額7.55%。

114年在地國外採購金額百分比



大陸營運據點採購金額約佔全部採購金額99.90%，國外廠商之採購金額約佔全部採購金額0.10%。

114年在地國外採購金額百分比

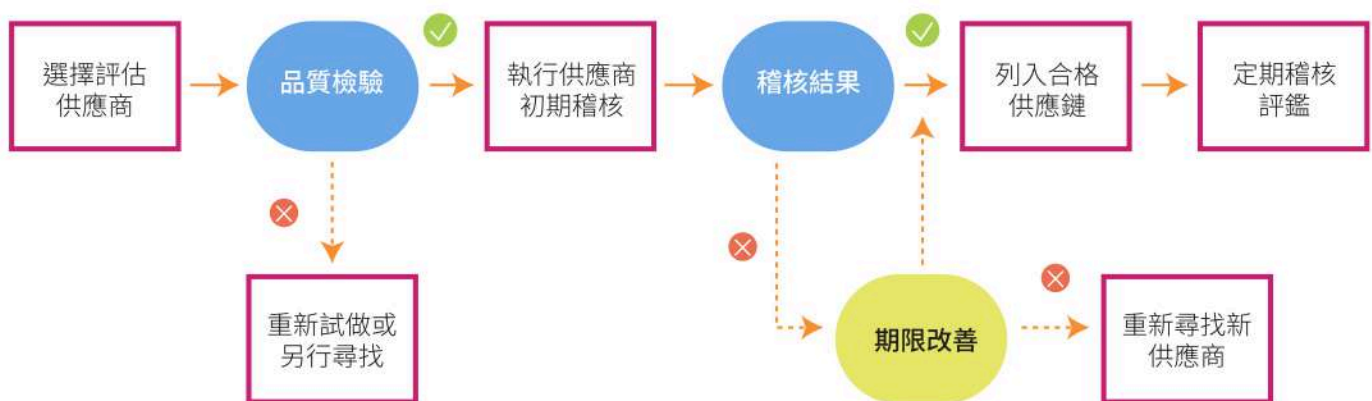


各營運據點均為汽、機車供應鏈的一員，以IATF 16949 全球汽車產業品質管理系統作為產品製造流程運作的基礎，加上整體汽、機車供應鏈客戶要求簽署禁用有害物質等聲明書，延伸要求供應商一同重視和推動此活動，台灣營運據點114年有16家供應商簽署「綠色宣告書」，後續會持續推展此活動，以減少對環境的衝擊。

台灣營運據點採購之機械、設備、物料、產品及人員防護用具等，依據「固定資產管理辦法」、「供應商選擇與考核管理辦法」、「材料及零件採購管理辦法」，參考勞動部「採購管理技術指引」、客戶要求「環境負荷物質管理規範說明」等，以符合機械設備器具安全防護規定、歐盟有害物質限制指令(RoHS) & REACH規範、經濟部公告各設備容許耗用能源標準、環安衛檢測公司資格及其他專業技術服務資格等相關要求，並符合環安衛各管理系統運作之需求。

3.3.2. 供應商評鑑管理

台灣營運據點訂有「供應商選擇及考核管理辦法」及「供應商初期、定期稽核管理辦法」，針對產品、環境社會責任、人權進行考核，依據供應商的選擇與考核執行流程：



註：初期稽核項目說明：如環境、勞工實務、人權、社會責任

供應商資格：若供應商之評估結果與品保提供之樣品測試報告均為合格，並由合格的第二者稽核人員以『供應商初期評鑑表』完成稽核，其評鑑結論為合格，則採購可將該供應商列為所欲採購產品之合格供應商，新供應商需配合本公司所推行的永續供應鏈所制定的「供應商永續聲明書」作簽章聲明，其內容如下：

供應商永續聲明書要點

要點	說明
遵守法規	遵守國際、政府相關勞動、環保、安全衛生等法規要求。
就業自由	確保所有的工作都是自願性的，不使用脅迫、強制性條件雇用員工。
勞工權益	不使用童工，不以體罰、虐待、強迫性方式對待員工；在聘用、報酬、培訓機會、升遷、解職或退休等事項上，不會有種族、民族或社會出身、社會階級、血統、宗教、身體殘疾、性別、性取向、家庭責任、婚姻狀況、工會會員、政治見解、年齡或其他歧視。
薪資與福利	嚴格遵守國際與政府相關薪資法律，對員工公開與明確公司各項管理。
健康與安全	致力推動提供員工健康、安全、整潔的工作環境。
環境保護	致力推動廢棄物減量及垃圾分類，對於國際各項對地球環境保護之規範與宣導工作，貢獻一己之力。

要點	說明
溝通機制	建立對內、對外相關溝通管道。對內鼓勵員工與管理階層之間的溝通與直接參與；對外定期透過公司網站或公告訊息等方式展現公司政策。
道德規範	公司經營行為、員工工作操守，採取最高廉潔道德標準。透過適當管理以及監督機制，禁止任何形式的賄賂、貪汙、欺騙等不正當行為；尊重與保護客戶資料，確保訊息之機密安全。
智慧財產	尊重、保護國際與客戶之任何技術、專業技能、文件與資料。員工或供應商應簽屬相關保密協定，確保公司、客戶資料之機密安全。
推廣參與	公司積極參與政府與社區活動，透過稽核或宣導推廣，鼓勵公司相關合作夥伴，共同推動善盡企業社會責任。

另外台灣營運據點為確認供應商能對環境、人權、社會做有益的貢獻，每年年底會發行一份「供應商問卷調查表」要求供應商配合完成調查。

在114年公司組織規模、結構、所有權或供應鏈均無發生任何重大變化，且符合環境、人權、社會的新供應商家數有28家並已完成供應商初期評鑑、供應商永續聲明書和供應商問卷調查表後續會持續號召供應商一同重視和推動永續供應鏈。

台灣營運據點114年新供應商28家使用「供應商永續聲明書」、「供應商問卷調查表」進行環境標準及社會標準篩選之確認回傳家數28家比例為100%，在大陸與越南營運據點，新供應商未來將規劃依台灣營運據點評鑑標準進行篩選。

對於現有供應商會簽署供應商永續聲明書且每年會對供應商做供應商問卷調查，其包含可能違反或嚴重危及結社自由及集體協商、違反使用童工及強迫或強制勞動等相關議題，並在做定期供應商稽核時會再針對供應商調查表中的項目做實地覆核，114年無違反人權規範之供應商；依據供應商選擇與考核管理辦法進行供應商問卷調查表之規定，以供應商之交易金額及永續衝擊度影響之高低來區分調查頻率，於114年符合調查的供應商為62家，並做供應商問卷調查表的回覆狀況，其供應商確認回傳的比率為100%。

114年供應商永續聲明書及調查表完成比例表

年度	項目	內容	新增家數	狀態	家數	回覆達成率
114年	至興精機股份有限公司 新增交易的供應商家數	供應商企業社會 責任聲明書	28家	已回傳	28家	100%

年度	項目	內容	新增家數	狀態	家數	回覆達成率
114年	至興精機股份有限公司 有進行交易的供應商家數	供應商問卷調查表	62家	已回傳	62家	100%

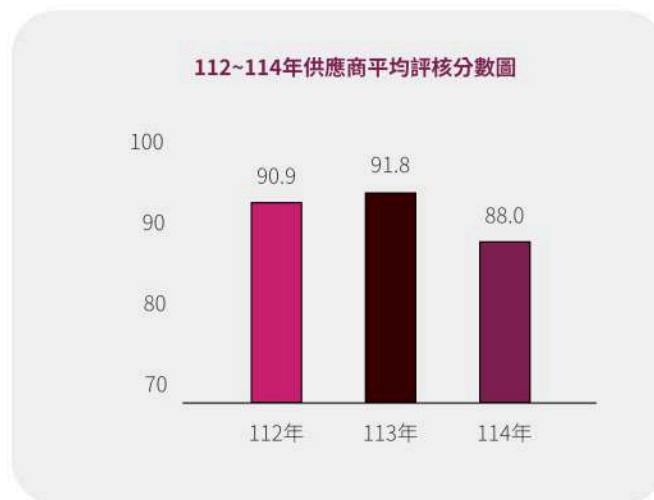
台灣營運據點針對供應商會定期做稽核評鑑，使用「供應商日常稽核表」中的稽核項目進行評鑑作業並審核評鑑等級。依照「供應商初期、定期評鑑考核管理辦法」實施，

若經評鑑結果為E級之供應商，由本公司跨功能小組成員要求供應商持續強化管理，3個月後針對稽核缺失執行重新稽核，其需改善至可被接受後達D級合格供應商標準，此供應商可繼續承製及發包；114年稽核等級A級有4家、B級有12家、C級有0家、D級0家、E級0家。

E	D	C	B	A
0家 59以下	0家 60-69分	0家 70-84分	12家 85-94分	4家 95-100分
要求供應商持續強化管理，3個月須複核若未提升至D級則喪失合格。	有主要缺點，且改善點較多，需再執行複查與輔導改善。	非主要缺失，可立即改善，需再執行複查與輔導改善。	持續目前作業，列入後續輔導為A級的重要供應商。	列入績優供應商，為新開發優先考量採用之廠商。

註：1.供應商稽核類別：品質結果(佔60%)、客戶特殊要求(10%)、安全/環境結果(30%)

供應商年度例行評鑑採購於每年度年終會針對安全/法規要求(佔比10%)、供應商績效(佔比50%)、品質管理系統驗證等級(佔比10%)及客戶指定(佔比30%)來排定年度稽核計畫的形式及頻率，至供應商實地重新評鑑及檢討，在供應商年度稽核計畫之112年~114年稽核供應商總家數為16家、16家、15家，稽核評核分數均在85分以上，其平均評核分數於112年~114年為90.9分、91.8分、88.0分，自109年起修訂重新評鑑內容增加環境及社會面向，本公司對供應商的稽核與輔導是持續展開，後續透過持續供應商輔導以逐年提升其績效，今年有將「供應商日常稽核表」中項目及評鑑分數級距進行修正調整，能更符合實際狀況，所以114年平均分數略有下降，但實際上水平維持一致。



3.3.3.使用關鍵物質的風險管理

為了應對關鍵物質的風險與管理，至興精機實施授權備料及替代供應鏈的機制，來避免因政治、疫情帶來的物料的短缺和中斷之影響，同時再行強化與供應商之間的依存關係，增進供應鏈供給之穩定與可靠性。

新興風險	風險描述	潛在衝擊	因應方式
關鍵物質缺料、斷料之風險	國際政策、政府動盪、疫情等因素造成對於供應鏈之影響，而產生缺料及中斷供給，對於公司產生不可避免之影響。	在沒有建立供應鏈的風險管理下，產生缺料及中斷的風險會大幅的提升。	1.與客戶溝通備料前置期及MOQ的要求，讓客戶能提前提供預示量做備料的準備，以確保關鍵物質的供應穩定。
			2.尋求多家供應來源進行合作，可減少對於單一供應的依賴。
			3.以統購方式或客戶指定方式來確保關鍵物質原料的供應穩定。
			4.尋求相似關鍵物質之材料，並取得客戶之認可，確保缺料時有其他材料可替代。

3.3.4.承攬商管理

台灣營運據點對於承攬商之管理，依據『材料及零件採購管理辦法』，並定期進行承攬商之相關評鑑考核，另採購過程亦需考量『承攬商管理規範』及符合本公司相關要求。

承攬商重大工程應於開工前會同本廠有關單位召開承攬商協議組織及規範之事項；臨時或修繕工程須遵守規範，並須填寫「承攬商廠區作業安全宣導記錄」及「廠區訪客登記及安全聲明表QR Code」與承攬商「工作安全承諾書」。承攬商之勞工在指定安全動火區外之廠區動火，須先取得「動火許可證」後，方可實施動火工作；設保課或承辦單位依據承攬商作業屬性填寫「特殊危害作業許可證」，並交由安管室審核後發給承攬商於其作業現場備查。

承攬商(含原物料、託工廠商)如需操作廠內堆高機、天車需提供操作人員合格證書或技術士證影本，由安管室製發廠商堆高機操作許可證、廠商起重機操作許可證始得操作。

若發現承攬商於作業過程中發生違反法規及本公司安全衛生相關管理規範時，應將其不符合事項登錄於「承攬商違規事項統計表」作為合格承攬商評估依據，114年無發生承攬商違規事項。

• 成立「至興精機安全衛生家族」

本公司台灣營運據點109年12月榮幸獲得彰化縣政府勞工處邀請，成立「至興精機安全衛生家族」，主要家族成員為至興精機在彰化縣及全興產業園區之供應廠商，透過縣府勞工處、全興產業園區服務中心及本公司之交流平台分享職安經驗，提供職安知識，提升家族成員之安衛管理水準及改善作業環境，110年獲得彰化縣政府縣長表揚致贈感謝狀，111年加入彰化縣政府成立之工安大聯盟，打造職場零職災安全職場環境，112年榮獲職業安全衛生署頒發「至興精機安衛家族」之核心企業獎。

持續舉辦至興精機安衛家族暨供應商交流會，進行安全衛生家族運作績效暨健康勞動力推廣，職業安全衛生管理交流，114年合計參加廠商14家，QR-Code調查回覆15人，課程滿意度達97.14%，交流成效良好。



職業安全衛生管理交流



職業安全衛生管理交流頒獎

