

01

— 公司治理

- 1.1 公司治理與經營
- 1.2 經營策略與績效
- 1.3 風險管理與法規遵循
- 1.4 資訊安全
- 1.5 產品供應鏈
- 1.6 產品品質與顧客服務



章節亮點



顧客售後服務 滿意度達

93.8%



品質損失金額率

0.3% 以下



榮獲讀者文摘
「家電售後服務與直營維修中心」

白金獎

8 合適的工作
與經濟成長



12 責任消費及
生產



17 多元夥伴
關係



1.1 公司治理與經營

董事會治理架構

台灣 Panasonic 集團董事會組成多元，來自於日本與台灣等不同國家，皆具備專業的學術經歷與經營背景，跨足多種產業。董事會共設有董事 10 席，任期 3 年。董事會討論及核定事項包含子公司經營概況、董事及監察人選舉、重大資產購置及處分等。特別設立 2 名監察人，擔任監督董事會、確保公司運作順暢的角色，把關公司利益、股東權益，健全公司治理。



董事會每季至少召開一次，審核企業經營績效與討論重要永續策略，含環境、經濟、社會衝擊、風險與機會等議題，並全力支持企業永續，定期檢視執行情形與審查成效。2024 年共召開 7 次董事會，全體董事之出席率皆為 100%。

董事會利益與迴避

本公司依據《Panasonic 集團合規行為準則》，明確訂定董事之利益迴避機制，董事應簽署《董事遵守事項的誓約書》，如遇涉及自身或其代表法人之利害關係事項，應於董事會中詳實說明相關內容。如該事項可能對公司利益產生不利影響，董事不得參與討論或表決，並應全程迴避，亦不得代理其他董事行使表決權。2024 年董事會審議之所有議案，均與董事成員無利益衝突。

功能性委員會

台灣 Panasonic 集團設立三大類別，共 12 個功能性委員會，旨在提升企業營運效率與公司治理效能，並減少產品品質問題發生次數，以及凝聚員工向心力、保障員工福利及權益。各委員會由高階主管擔任委員長，並由各部門主管擔任委員，皆會定期召開會議及更新各事業單位營運狀況，以達到合規並呼應松下集團之發展目標。

功能性委員會

推動內容

功能性委員會	推動內容	
企業營運	MB(消滅浪費)推進委員會	為實現台灣松下電器高收益的經營體質之目標邁進
	製造力強化委員會	實現最快生產效率、最低製造成本及最高品質的生產工廠
	開發責任者委員會	提昇技術人員開發技術能力，並確保開發產品合規
	獎懲委員會	獎優懲劣，整肅風氣，實現 Panasonic Taiwan 的正直精神
	危機管理對應委員會	塑造全員職場危機管理意識，全面防範危機發生
	遵守法紀暨資訊安全推進委員會	保護顧客與員工，維持企業永續發展，以安心運用情報資訊，成為顧客信賴的企業
	安全衛生環境保護委員會	持續改善安全衛生績效，降低職業災害保護勞工安全與健康
品質管理	品質政策委員會	負責處理台灣松下電器製品之緊急品質問題
	製品法規、品管標準委員會	每月召開一次會議，策劃品質方針，協調各品管部門，監督品質管理業務
	小團隊活動委員會	透過小團隊活動，落實全員品質經營意識
員工福利	勞資會議	提高工作士氣，建立勞資經營共識
	福利委員會	有效活用福利資源，豐富員工生活，提升生活品質

外部組織參與

為共同促進產業發展，台灣 Panasonic 集團參與多個同業公會，透過公會組織與業界交流自身營運經驗，並共享市場趨勢、供需變化及技術資訊，期望為產業發展貢獻一己之力。

松下電器參與公會

台灣區電機電子工業同業公會
 社團法人中華民國工商協進會
 新北市工業會
 新北市電器商業同業公會
 中華民國品質學會
 財團法人全國認證基金會
 社團法人台北市日本工商會
 社團法人台灣智慧自動化與機器人協會
 台灣區模具工業同業公會
 台灣智慧能源產業協會
 財團法人先鋒品質管制學術研究基金會
 台灣次世代電視暨智慧應用發展協會
 台北矽谷管理委員會
 醫療財團法人羅許基金會

松下銷售參與公協會

台北市電器商業同業公會
 中華民國電機技師公會
 台北市冷凍空調技師公會
 台北市廚具櫥櫃商業同業公會
 台灣省冷凍空調技師公會
 臺中市冷凍空調技師公會
 台灣冷凍空調學會
 台灣節能減排協會
 社團法人台灣冷鏈協會
 社團法人中華軌道車輛工業發展協會
 臺灣區電信工程工業同業公會
 臺灣區電氣工程工業同業公會
 中華民國職業安全衛生協會附設台北職業訓練中心

社團法人台灣病態建築診斷協會
 社團法人台灣銀髮產業協會
 哲園會館股份有限公司
 財團法人消防安全中心基金會
 左岸會館開發股份有限公司
 中華民國室內設計裝修商業同業公會全國聯合會
 台中市室內設計裝修商業同業公會
 台北市室內設計裝修商業同業公會
 台南市室內設計裝修商業同業公會
 台灣室內設計裝飾協會
 花蓮縣室內設計裝修商業同業公會
 苗栗縣室內設計裝修商業同業公會
 桃園市室內設計裝修商業同業公會
 高雄市室內設計裝修商業同業公會
 基隆市室內設計裝修商業同業公會
 新北市室內設計裝修商業同業公會
 新竹市室內設計裝修商業同業公會
 新竹縣室內設計裝修商業同業公會
 彰化縣室內設計裝修商業同業公會
 臺中市直轄市室內設計裝修商業同業公會
 臺東縣室內設計裝修商業同業公會
 臺灣省室內設計裝修商業同業公會聯合會
 高雄市空間藝術學會
 社團法人高雄市建築經營協會
 社團法人臺中市建築經營協會
 社團法人中華民國建築經營協會
 桃園市不動產開發商業同業公會
 苗栗縣不動產開發商業同業公會
 臺中市不動產代銷經紀商業同業公會
 臺中市不動產開發商業同業公會

1.2 經營策略與績效

台灣 Panasonic 集團經營目標

經濟績效

台灣 Panasonic 集團貫徹「圖謀社會生活的改善與提高，以期貢獻世界文化生活的進展」之經營理念，並持續進步。為了達成經營目標，我們以「自動化、智能化、庫存最少化、資金最大化」具體策略來提升競爭力、強化製造體質，提高經濟績效。



松下集團強化開發、採購、品質與生產技術團隊，提升模具開發與自動化技能，重拾日本職人精神。同時，拓展通路從 B2C 延伸至 B2B、B2G，並開發新商品，如寵物用品及創能、儲電、節能相關產品(含氫燃料電池與 EMS 系統)，以突破經濟成長瓶頸。

單位：新台幣百萬元

台灣 Panasonic 集團近三年營業額							
2022	2023	2024					
103,590	97,085	101,883					
台灣松下電器集團近三年營業額							
2022	2023	2024					
46,778	47,140	47,373					
台灣 Panasonic 集團 近三年各集團公司營業額佔比							
		台灣松下電器集團	松下產業科技	台灣松下電腦	台灣松下電材	台灣松下多層材料	台灣松下營造
2022	販賣	58,802	27,756	11,686	2,126	2,250	970
	比重	56.76%	26.79%	11.28%	2.05%	2.17%	0.95%
2023	販賣	57,897	22,156	11,365	2,242	2,268	1,157
	比重	59.63%	22.82%	11.71%	2.31%	2.34%	1.19%
2024	販賣	58,736	25,609	11,973	2,091	2,146	1,328
	比重	57.65%	25.14%	11.75%	2.05%	2.11%	1.30%

稅務資訊

台灣松下電器與在地社會攜手成長，我們遵循營運所在地的稅務法規，也重視稅務風險管理之重要性，重大經營決策與日常營運活動均考量稅賦影響，並誠實申報及納稅，善盡企業之永續責任。同時，台灣松下電器也透過多方管道，如：國稅局工商座談會、電器公會座談會，與稅務機關進行交流，建立健全稅務環境。

2024 年台灣松下電器集團納稅額	
類別	金額 (單位：百萬元)
營業稅	477
營利事業所得稅	599
貨物稅	1,679
其他類捐	422
合計金額	3,177

2024 年，根據產業創新條例，台灣松下以研究發展支出金額的 15% 及 AI Smart 智慧機械與資通安全產品購置支出的 5%，抵減當年度應納營利事業所得稅，繳納予台灣政府之稅金金額共計 3,177,000,000 元 (含各類稅捐、營業稅、營所稅)。

1.3 風險管理與法規遵循

風險管理

松下幸之助先生相信防患於未然對於企業經營的重要性，並提倡「先憂後樂的思考」，預先為不可預知的風險制定應對計畫。台灣 Panasonic 集團視經營戰略和風險管理為推動事業發展的「雙輪軸」，並設有經營風險管理本部。集團構築完善內部監查體系，透過業務、不正會計防止等監查活動，期望推動風險管理透明化，達成提升企業價值之目標。我們將持續優化風險評估方式，提前辨認潛在風險與趨勢變化，並關注國際環境趨勢，加強氣候治理與相關風險管理。

誠信道德及法遵

誠信經營與反貪腐政策

台灣 Panasonic 集團透明、合規地開展經營活動，提供優質的產品和服務，遵守創辦人松下幸之助先生「企業是社會的公器」之理念，我們秉持著誠信及公平做為企業倫理之核心價值，實踐誠信經營各項作為，訂定「Panasonic 行動基準」與「台灣地區反賄賂及反腐敗規程」以規範全體員工需遵守之道德準則，並構建了可管理、降低風險的內部規定，包含盡職調查，落實推動企業倫理並強化經營理念，以期實踐「社會正義」。此外，我們與供應商及經銷商簽署廉潔承諾書及反賄賂條款，2024 年並無任何貪腐及壟斷事件，或員工因貪腐事件而被解僱或受到紀律處分。

反賄賂



- 禁止不實交易和利益輸送
- 訂定嚴格的送禮及招待限制

反壟斷



- 制定與競爭對手接觸之審核機制
- 禁止與競爭對手交流產品資訊

反貪腐



- 禁止不實交易和利益輸送
- 訂定嚴格的送禮及招待限制

為杜絕違法或貪腐事件發生，明確制定 Panasonic 行動基準及員工獎懲辦法，對於每則申訴或檢舉事項均由專人處理，視其案件性質而進行不同程序之處理，交由 EARS (Ethical Action Real Solutions) 調查小組進行調查，並於期限內回覆予申訴人或檢舉人。我們保護陳情人的資料，予以立案管理及追蹤，確保其不因檢舉而遭受不當處置。

負面衝擊補償流程

台灣 Panasonic 集團提供全球熱線 EARS，於公司內部網站 (iEPOCH) 亦設有法務通報熱線，供員工、前員工及交易方匿名檢舉違反法令或內部規範的行為。EARS 受理涉及 Panasonic 集團業務的合規事宜，涵蓋供應鏈內的違規行為，但不包含誹謗或虛假舉報。



為使員工理解法規遵循的要求與規範，台灣 Panasonic 集團透過定期舉辦法規相關教育訓練的方式，提升員工落實誠信經營方針的能力，並設立法規遵循講師、定期實施遵紀守法訓練及 E-Learning 線上教育訓練。

課程名稱	反貪腐政策溝通	反貪腐訓練	遵紀守法研修會	新進員工守法教育訓練	誠信經營教育訓練
對象	有電腦及 e-mail 之全體員工	有電腦及 e-mail 之全體員工	各主題皆有對應之受訓員工	新進員工	全體員工
人次	1695	1695	782	165	1798
完成率	100%	100%	100%	100%	100%

1.4 資訊安全

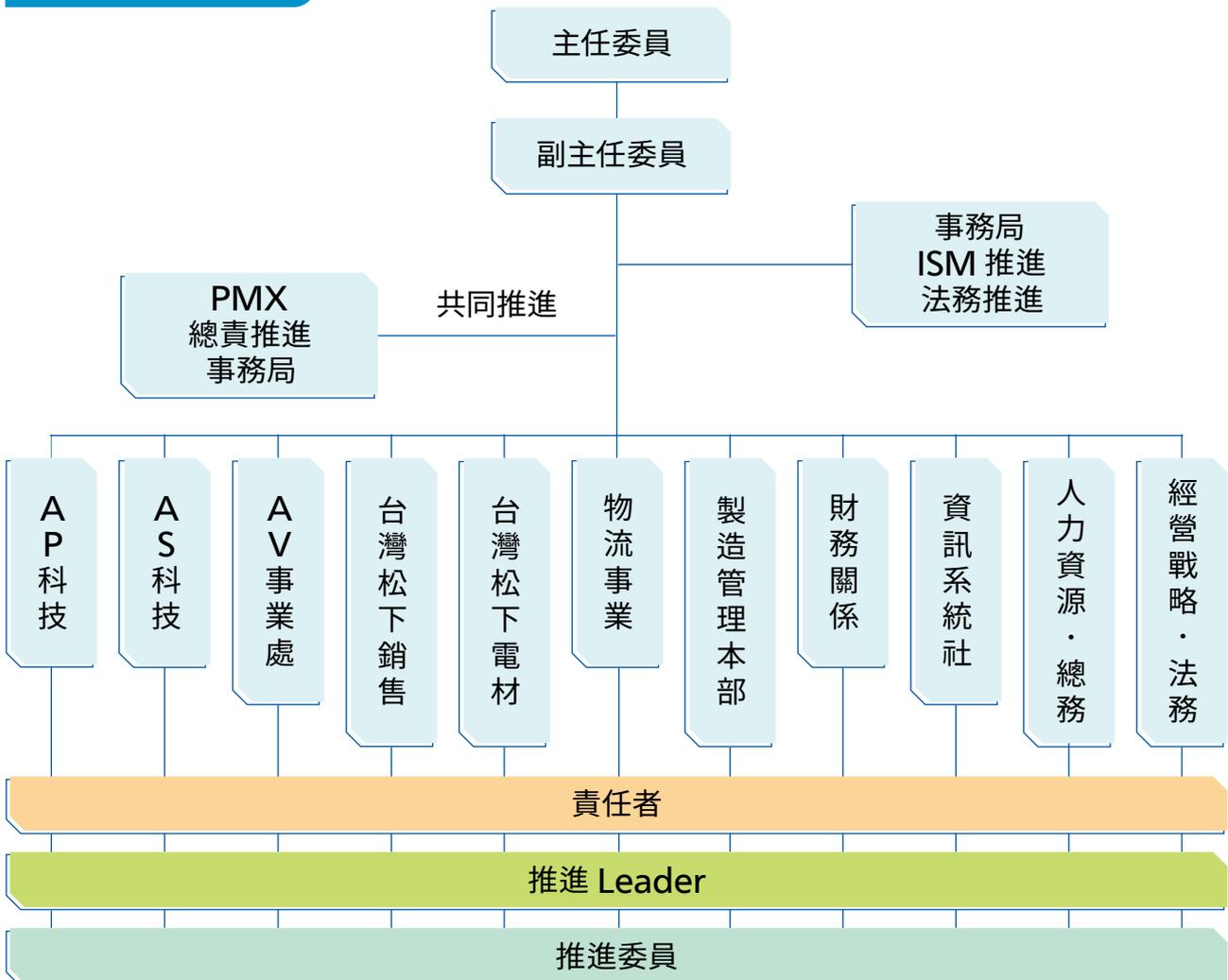
資訊安全政策

台灣 Panasonic 集團為防範資訊安全問題，訂定五大資訊安全政策，在資訊安全治理方面，設置遵紀守法與資訊安全推進委員會，並落實資訊資產盤點、風險評鑑，定期檢視及修訂內部資安規範，並辦理資通安全內部稽核。

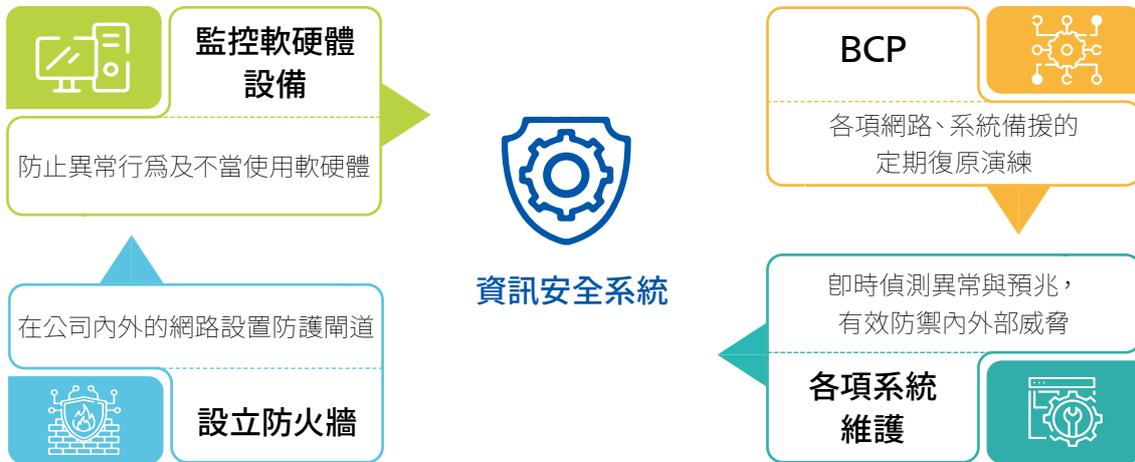


目前台灣 Panasonic 集團中，台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下銷售皆已取得 ISO 27001 資訊安全管理系統認證，並且每年均委託第三方機構進行 ISO 27001 的年度審查，因應 ISO 27001 改版，2025 年 1 月再取得 ISO 27001:2022 新版認證。截至 2024 年，未發生任何個資洩露事件，也未收到任何來自客戶之隱私投訴。

資訊安全專責組織架構圖



資訊安全系統管理流程圖



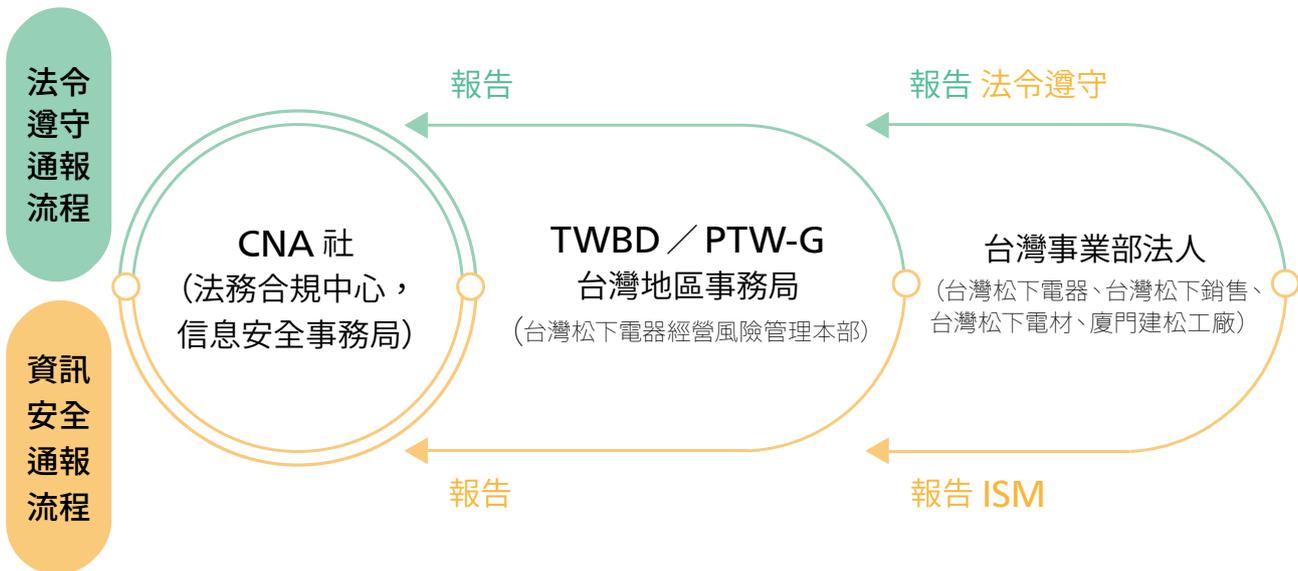
重大資安事件措施

由於新興科技發展，犯罪手法日益多樣化，我們關注重大資安事故對企業的潛在影響，因此建立完善的資安事故通報機制，確保能在最短時間內應對與排除資安威脅。2024年，台灣 Panasonic 集團未發生重大資安事故，亦無資安事件導致財務損失。

我們採用速報原則(5W1H)通報資安事故或異常事件，並同時以組織層級應對，確保資安系統能迅速啟動防護機制並抵禦外來攻擊，建立完整的通報體系。

<p>事故(事件)</p> 	<p>公司所擁有管理之情報(營業秘密、個人情資、顧客情資等)的保護受到威脅。例如：行動電話、記載情報書類文件的失竊、遺失、電子郵件的誤寄等。</p>
<p>事故(事態)</p> 	<p>達不到事故程度的案例，但是有可能會成為事故或其徵兆。例如：有加密的筆電、記憶媒體、或有末端控管行動電話的失竊、遺失後，快速進行遠端鎖定及遠端資料刪除成功者。</p>

2024年重大資安事故通報體系



※ 報告 CNA: 法令遵守盡速報告 / ISM 48 小時內



個人資料與隱私保護

為保護顧客隱私，我們制定個人資料保護規則及發布隱私權保護聲明，並投資資源於資訊系統的提升與檢核上，以確保合法蒐集、處理及取用顧客資料。我們也開發個人情報處理系統 (Personal Info Register)，透過雲端資訊系統確認全球松下集團使用一致的資料處理水準，藉各項規範、作業程序、查核及定期的教育訓練，力求提升保密性能，確保落實個資安全防護。

隱私保護作為

- 官網設有隱私權政策專區
- 全員不定期接受資安線上 e-Learning 活動
- 向供應商定期宣導資安與防護政策
- 如有資安外洩疑慮，設有系統停權機制

個資權利諮詢管道

- 官網信箱
- 虛擬客服
- 24 小時服務專線

後續改善措施

- 強化線上支付驗證機制
- 進行實地 / 電話資安訪查

資訊安全教育訓練

根據台灣 Panasonic 集團的資訊安全運作手冊，除了針對員工舉辦資安課程教育訓練，宣導資安認知，同時也定期模擬資安危害的風險演練，並強化內部資安意識，降低資安風險。

推動項目	推動實績	推進目標
社交惡意攻擊郵件模擬訓練	<ul style="list-style-type: none"> • 第一次 ➡ 6.5% 誤點率 • 第二次 ➡ 7.7% 誤點率 • 第三次 ➡ 5.2% 誤點率 	持續降低誤點率
全員 ISM e-Learning	<ul style="list-style-type: none"> • 第一次 ➡ 99.1% (保護自身安全) • 第二次 ➡ 98.8% (資料保護簡介) • 第三次 ➡ 98.4% (個人情報和商業祕密保護) 	合格率 100%
全員 ISM 教育啟發	ISM 推進幹部研修會 (1 回) 60 人 資格昇格者 ISM 研修 (1 回) 221 人 新入社員 ISM 研修 (4 回) 185 人	資安意識 DNA 化
物流外點委外人員 ISM 訓練	全台共計 225 名委外人員參與	持續提升研修人數
交易方 ISM 推動	全松下集團共 16 社交易夥伴參與	讓交易方資安流程標準化

1.5 產品供應鏈

供應鏈管理

供應鏈概況

台灣 Panasonic 集團秉持供應鏈透明化與良好的內部控管機制，確保提供穩定且符合客戶期望的產品與服務。我們從原物料採購、生產製程的環保節能、產品製造、負責任的銷售到優質售後服務，皆遵循最高營運標準，以實踐永續價值。同時，我們推動供應鏈合作夥伴進行環境與社會責任風險評估與改善，以降低整體供應鏈風險。2024 年實際交易廠商共 252 社(不含 Panasonic 集團)。

我們的原物料包含機械及零件、原材料、電子產品、物料、模具這五大類，除部分原材料、技術指定及廣泛品由日本母公司進口外，其餘原料則向台灣廠商採購。

- 
機械及零件
 塑膠射出 / 真空成形 / 塑膠二次加工機、橡膠、玻璃、絕緣材料、紙箱等
- 
原材料
 塑膠粒、鐵板、鋁素材、鋼管、機板材料等
- 
電子產品
 電阻器、電容器、線圈、變壓器、基板、半導體等
- 
模具
 塑膠成形模、沖床成形模等
- 
物料
 布料、接著劑、塗料、氣體等

供應鏈品質評級

我們的採購依據 Panasonic 集團的「供應鏈合規規程」，並參照台灣 Panasonic 集團的「供應商管理基準」、「供應商評鑑管理基準」進行定期評估。根據前一年度的《交易方針等級評估基準》，針對主要供應商與一般供應商，考量交易量(如金額)及品質、成本、交貨期、服務等評估結果，確定供應商等級，基準如下圖所示：



供應商評估基準

當供應商違反法律規定，或在環境議題上有重大違規時，如有必要，我們將調整交易方針等級或採取適當措施，包含終止交易，以降低企業損失。交易方針等級評估基準詳見附表：

評估標準		
A 等級	90 – 100 分	重點交易(擴大方向)
B 等級	70 – 89 分	繼續交易
C 等級	70 分以下	逐步縮小交易

供應商等級比例

等級	國內採購廠商	國外輸入廠商
D1	33.5%	51%
D2	64.3%	45%
D3	2.2%	4%



註：新供應商評估等級為 D2

供應商來料合格率

松下電腦則持續監測供應商之來料合格率，2024 年的來料合格率高出目標 KPI 3%，透過嚴格的檢驗流程與異常處理機制，降低生產風險並提升產品穩定性。持續加強供應商品質，並優化供應鏈品質管理。

廠商數	來料合格率	目標 KPI
15	91%	88%

供應鏈 CSR 推進準則

台灣 Panasonic 集團制定「Panasonic 供應鏈 CSR 推進準則」，要求供應商注重勞動權益議題、安全衛生及環境保護，以確保供應商落實永續責任。所有選用之供應商，必須進行 CSR 自主檢查及簽署 CSR 準則承諾書，並達到人權、職業安全、RoHS 等要求、QCDS 評價達到 70 分以上、取得 ISO9001 / 14001 認證，以及通過經營信用評估調查，才可進行合作。

QCDS 制度鑑別結果

台灣松下電器國外輸入廠商全數達成 2024 年 QCDS 評鑑目標分數，而國內採購廠商目前因價格合理化達成率較低，評鑑分數仍有進步空間，我們仍持續與廠商溝通、協助改善。

既有供應商家數	251	評估高風險或不合格家數	0
經評估之供應商家數	251	新供應商／本年度新供應商之百分比 (%)	3.2% (新增 8 社)
已鑑別有實際或潛在負面衝擊家數	7(D3)	新供應商經評估百分比 (%)	100 %

在地採購

台灣 Panasonic 集團透過增加在地採購金額，深入參與當地供應鏈，建立長期穩定的合作夥伴關係，除了有助於降低供應鏈的風險，更能支持當地經濟的發展。選擇供應商時，除了針對法規遵循、品質、價格、交期、服務、技術開發能力等進行評估外，同時也考量供應商對環境所造成的衝擊。

	在地採購預算	非在地採購預算
2022 年	459.5 百萬	321.3 百萬
2023 年	572.8 百萬	409.8 百萬
2024 年	666.5 百萬	495.3 百萬



綠色採購

為減緩對環境之衝擊，台灣 Panasonic 集團於 1991 年 6 月 5 日制定《環境宣言》，並發行《綠色採購準則》，台灣松下推進綠色採購活動，選擇對環境負荷較小的供應商，並要求其遵守台灣 Panasonic 集團提出的採購要求項目，涵蓋構築環境管理系統、減少溫室氣體排放量、貫徹實施化學物質管理，並推進資源、水的循環再利用，以及保護生物多樣性。



與上下游供應商溝通

台灣 Panasonic 集團建立與各供應商的交流管道，針對不同屬性的供應商建立專屬的交流平台，並定期以松榮會、供應商大會與供應商進行溝通。同時，為使供應商們能夠互相切磋、學習，台灣松下於 2024 年間舉辦日本草津見學與國內企業見學，並提供 ESG 綠領人才培訓課程、RoHS 研修課程、chemSHERPA 教學、供應商環境品質監查員培訓、舉辦節能與 ESG 永續優秀事例競賽，使廠商與台灣 Panasonic 一同茁壯。



▲ 2024 年度 供應商大會

內容	活動項目	參加社數 / 人數
供應商交流	台灣松下供應商大會	99 社 (128 人)
	重點供應商交流會	合計 4 回 (24 人次)
企業見學	國外見學：草津空調工廠、日本草津 RE100	21 社 (27 人)
	國內見學：啟翔輕金屬、信記紙器	19 社 (23 人)
	台灣 Panasonic 集團 RE100 實證場域見學	107 社 (135 人)
人才培訓	ESG (環境、社會、公司治理) 綠領人才培訓	12 社 (13 人)
	RoHS (有害物質限用指令) 研修課程	36 社 (48 人)
	chemSHERPA (化學物質管理系統) 教學	41 社 (49 人)
	供應商環境品質監查員培訓	19 社 (22 人)
優秀事例競賽	供應商節能 & ESG 永續優秀事例競賽	最終 5 社得獎

企業見學

目的在於透過「見學」觀摩學習的方式，將豐富經驗與知識傳承下來，使傳統產業，透過創新轉型，以不同的方式持續前進。



草津空調工廠見學



日本草津 RE100 見學



啟翔輕金屬工廠交流



信記紙器工廠交流



台灣松下 RE100 實證場域見學

ESG 綠領人才培訓內容

目的培訓專業人才，並設想營運過程中還會面臨哪些環境、政治、法律等外部風險，建立對策後，積極與供應鏈密切合作溝通。



ESG 綠領人才開訓，邀請臺師大葉欣誠教授前來參與

中鼎集團
何麗嫻永續長
解說



課程清單

- 企業永續報告準則與實務案例分享
- 再生能源憑證與綠電交易實務案例分享
- 企業永續行動與經營實務經驗分享
- 全球趨勢與企業永續淨零及自然正向綜合行動
- 企業碳管理國內外準則與實務經驗分享
- 企業永續與低碳策略 輔導經驗分享
- 企業 ESG 內部控制實務經驗分享
- 企業永續與氣候變遷發展趨勢
- 我國 ESG 公司治理政策與國際接軌趨勢
- 企業面對碳定價制度之轉型創新思維
- 企業生物多樣性國際準則與案例經驗分享
- 自然碳匯與企業碳權個案經驗分享

RoHS (有害物質限用指令) 研修課程

目的在於防止電子和電器產品中有害物質的含量損害環境與消費者健康。

- 背景說明 (歐盟 RoHS、歐盟 REACH)
- RoHS 禁用物質
(六種有害物質、四種塑化劑、違反案例說明)
- 台灣相關法規 (台灣 RoHS、環境部化學物質法規)
- 製品 RoHS 物質管理 (製程管理)
- 環境保護責任 (淨零碳排、綠色能源)



RoHS 研修開訓



禁用物質法規解說

chemSHERPA (化學物質管理系統) 教學

目的在於協助追蹤和管理產品中的化學物質成分、供應商資訊、國際標準等重要資訊，提升透明度和可溯性，幫助企業識別潛在的危害物質風險，並加強供應鏈合作的穩定及永續性，加速有害物質的安全替代與消除。



chemSHERPA 研修開訓



化學物質管理系統解說

供應商環境監查員培訓

目的在於藉由課程提升監查員水準，確保 Panasonic 集團的交易供應商 100% 不使用 RoHS 有害物質，並經由供應商內部自行管理及配合 Panasonic 集團實施現場環境監查。



供應商監查清單解說

節能與 ESG 永續優秀事例競賽結果

名次	供應商	發表主題	效果
金獎	泉盈股份有限公司 加工類別：鐵板	1. 三機一體新設備 2. 太陽光電設備，降低耗電量、CO ₂ 削減，推進再生能源使用	1. 節省費用：約 125.4 萬元 / 年 2. CO ₂ 削減：約 131.1 噸 / 年 3. 節省電量：約 57,200KWh 4. 落實 ESG 永續活動
銀獎	溢哲有限公司 加工類別：銅管加工	空壓機設置改善	1. 節省費用：約 16.8 萬元 / 年 2. CO ₂ 削減：約 13.9 噸 / 年 3. 節省電量：輸出壓力少 1Kg/cm ² 預計可少 13% 耗電量 4. 積極推行 ESG 永續活動
銅獎	信記紙器股份有限公司 加工類別：紙箱	風扇升級，提升廠房環境效能	1. 節省費用：約 30.75 萬元 / 年 2. CO ₂ 削減：約 27.6 噸 / 年 3. 節省電量：約 55,908 KWh / 年 4. 熱心參與 ESG 永續活動
銅獎	順盛工業股份有限公司 加工類別：一般沖床	導入 ERP 系統，逐步無紙化	1. 工時降低約 2H / 天 2. 人工成本降低約 40% 3. 生產前置時間縮短約 1H / 天 4. 製程不良率降低約 8%，產品良率提升約 5% 5. 會計結算效率提升約 28% 6. 積極參與慈善活動
努力獎	榮豐鋼鐵企業股份有限公司 加工類別：鐵板	1. 改善運輸設備 2. 循環設備改善 3. 工廠節能減碳	1. 節省費用：約 13.8 萬元 / 年 2. CO ₂ 削減：約 13.9 噸 / 年 3. 節省電量：約 12,568 KWh 4. 熱心參與公益活動



節能與 ESG 永續 優秀事例競賽頒獎合影

經銷商管理政策與交流平台

為了與經銷商建立緊密與有效的連結，台灣松下銷售公司建立各經銷商的交流管道，針對不同屬性的經銷商建立專屬的交流平台，並針對產品品質、經營課題辦理經銷商座談會，提升經銷商的产品認識度、專業素養與技術知識。

此外，我們每年皆會舉辦經銷商品質座談會，並依照經銷商的建議，實施產品改善，若有新規機種開發時，更會將經銷商品質座談會討論內容列為重要管理項目，2024 年經銷商品質座談會提案次數為 92 件，現已有 63 件項目完成改善、優化，完成率達 68.5%。

活動名稱	執行說明	辦理場次	參與人數
新品發表會	春季 / 秋季 / 空調 新商品發表	3 次 / 年	2,448
販賣手法研修	強化經銷商銷售技巧	3 次 / 年	3,746
經營者研修	透過課程安排， 提升品牌向心力	3 次 / 年	1,114
二代培育研修	落實經驗傳承	9 次 / 年	300

台灣 Panasonic 集團將營業端視為供應鏈管理的最前線，自 2024 年開始進行店頭管理，掌握家電流動在庫的數據，並將銷售數據提供給製造部門，做為更精準的生產規劃依據，優化工廠稼動率。展望 2025 年，台灣松下將進一步擴大合作店家數，優化數據管理，提升供應鏈之生產效率。

1.6 產品品質與顧客服務

品質管理政策

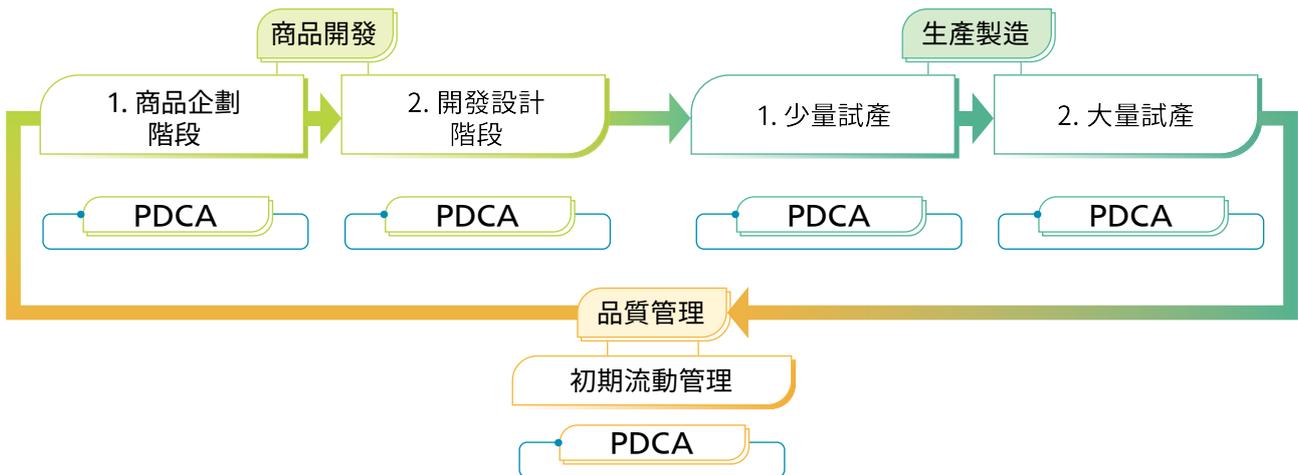
台灣 Panasonic 集團將品質視為核心競爭力，致力於提供高品質產品與服務。松下為提升品質，訂定運營方針為「在製造產品前，先培育人才」。因此制定「人才開發業務基準」，並定期安排品質管理教育課程，提供品管工程師、品管技術師之課程研習，以及 P-FMEA、D-FMEA、ISO、QC 手法、QFD 等專業研修，並協助員工取得相關證照。



2024 年，智慧家電及照明開關整合系統，榮獲 CNA 商品表彰之鼓勵獎。

台灣松下重視品質管理，產品從開發設計、零件購買、生產製造、出貨審查到售後服務，皆須符合相關準則。我們專注於產品品質監測、改進與風險控制，並透過 PDCA 循環的計畫、執行、檢查、行動四個環節反覆運行，優化品質並提升製程能力及效率。同時，我們持續監測與評估供應商的風險，確保產品品質，並且實施供應商改善活動，對於表現良好之供應商也將進行表揚。

產品生產環節與 PDCA 循環



物流訓練與評分機制

台灣 Panasonic 集團除了針對產品製造環節進行品質控管外，也針對物流業者的服務品質進行評分、管理。針對物流業者之評分機制為倉庫主管評價貨運業者的重要工具，評分涵蓋多項指標，每月皆會針對貨運業者進行評分，90 分為基本分，若公司主管、顧客、經銷商讚揚貨運業者服務品質，則會加 1 至 5 分。若當月低於 85 分代表該業者服務品質不佳，依合約罰則，將會扣除運費。

評分項目	說明
商品搬運	1. 車輛管理是否良好，有無違反交通規範 2. 商品運輸是否延遲 3. 商品是否完好、傳票是否保管確實
司機行爲	1. 行爲舉止 2. 工作態度
作業安全	1. 資訊安全 2. 人身安全 3. 車輛進倉之行駛速度

此外，台灣松下自 2024 年起，也開始提供物流從業人員相關之教育訓練，內容涵蓋安全宣導、作業規定、顧客對應、商品搬運。

授課部門	授課項目	訓練內容	參與人數	參與總時數
物流事業運輸部	安全宣導	工作危害告知，車輛設備安全宣導	226 人	226 小時
	作業規定	運輸流程、作業 SOP、法規遵守		
	顧客對應	客訴案例、服務態度、商品知識		
	商品搬運	商品保護注意事項		

品質管理治理單位

從產品規劃初期，到開發設計、保證製程品質、信賴性試驗、產品審核、在大批量生產前的品質評估、確認出貨品質，到市場銷售初期的品質狀況流動管理，皆由專責部門進行各類品質管理工作流程，每階段都採取嚴格的監控，並符合 ISO 國際規範以及 Panasonic 品質管理系統規程辦理。

	產品品質	<p>總公司 製造管理本部 品質中心</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 全公司的商品品質每月都進行統合分析，並將結果匯報給總經理。 2. 每月舉行市場品質，包括技術法規、品管標準等方面的改善檢討會。 3. 每年舉辦經銷商品品質座談會，蒐集經銷商建議並優化產品，增強客戶價值。
	產品品質	<p>製品法規 / 品管標準 委員會</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 製品法規委員會：確保公司的產品符合相關的製品法規。 2. 品管標準委員會：品質管理基準新增及修訂的審議。 3. 每月一次定期會議。
	產品品質	<p>品質政策委員會</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 情報之一元化，提供品質政策會議討論以及總經理決策。 2. 迅速對應，將損害減到最低限度。 3. 依照市場品質狀況召開會議。
	工廠品質	<p>各製造事業處 品質管理組織</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 定期向品質中心提出品質報告、含生產線工程品質、市場品質和改善策略等。 2. 整理商品種類的 MQC 資料、品質損失費用與比率，改善策略的效果追蹤。
	市場品質	<p>台灣松下銷售公司 設計服務部門</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 負責修繕在台灣市場之商品並確保其品質，包括維護冷氣機等電器。 2. 於品質會議中每月報告進度，對突發客訴即時回報和協調相關部門處理，旨在提升客戶滿意度。

品質管理辦法

台灣 Panasonic 皆依照既有的品質管理基準，檢查商品應有的機能、外觀，以及配件，集團的第一線服務部門也及時收集市場不良情報與數據，並回饋給製造部門，並立即展開不良解析與改善對策，並且召回流通在庫品進行改善，將產品不良的負面效應降至最低。事件結束後，品管及技術部門皆會建立產品失敗履歷，並規劃教育訓練課程。且我們設有改善提案委員會，將針對改善產品品質的人員進行獎勵，促進正向發展。

台灣 Panasonic 集團已建立可追溯性管理體制，確保產品與關鍵材料在市場或製造過程中發生品質問題時，能追查批次，展現對消費者的承諾與負責任態度。同時，我們設有產品號碼管理系統，完整記錄所有產品的生產日期與數量，並為每個生產流程生成對應的流程序號與產品號碼，確保所有資訊均被記錄且可查詢。同時，我們依據各項商品的特性，個別制定對應產品追溯性管理基準，應用 IT 科技快速作成產品追溯、市場維修 Top 10 項目，二元表功能查明製造日期與不良發生的因果關係，並確認改善對策的有效性。我們規劃品質管理相關課程，並進一步訓練品質管理人才。

品質管理辦法

溯源管理項目



管理重要安全部品

執行情形



100% 執行

持續強化重點



應用 QRcode·Barcode 自動掃描作業來減少手動登錄的可能人為疏漏

品質管理系統

台灣 Panasonic 集團持續優化 MQC 品質管理系統，更開發商品品質警示系統，全面檢視產品品質之不良率。2021 年起經銷商可以透過手機應用程式查詢商品的登錄、跟催的狀態，提高市場服務滿意度。



商品品質警示系統

分為新發售產品不良自動通知與舊產品不良率惡化通知，每週一系統將自動發信通知品質案件，即時掌握市場最新品質狀態，並採取必要的對策



國際 IT 法規雲

由總公司定期更新全球安全法規，台灣松下公司亦設置專職人員管理追蹤，每月定期召開例行會議更新與討論，以確保公司符合法規要求



服務部門管理系統

統整商品維修紀錄管理系統、服務材料庫存管理、顧客滿意度調查



MQC 市場品質管理系統

1. 協助快速找出產品不良原因。
2. 系統搭載當年新發售的機種及顧客購買一年內的市場品質維修資料，內部的 iEPOCH 系統將各種機種設定為一個專案，進行特別加強管理，同時也統計市場不良率、不良損失金額

重大品質議題因應

松下已連續三年未發生因產品安全事故而導致的法律訴訟損失，亦無違反產品或服務資訊、標示相關法規之情事。

違反有關產品與服務的健康和安全法規、未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規事件

2022 年

0

2023 年

0

2024 年

0

註：包含導致罰款、導致警告以及違反自願性規約的事件

產品責任與標示

我們遵循經濟部所管轄之商品標示法，於商品本體、內外包裝及說明書等標示商品資訊、生產國別、委製廠商資訊、使用方式及注意事項，讓消費者對產品有足夠的認識。此外，我們備有「書類管理系統」，協助我們應對法規變動。



1. 每個新商品上市販賣前，都必須經過**製品審查階段**，確認產品符合商品標示法及其他的相關環境、能源效率法規等。



2. 公司**每月定例召集技術法規委員會**，即時更新最新的法規狀況。



3. 公司 Iepoch 電腦管理系統內設定**書類管理系統**，作為商品的各種法規有效性認證期限管理及因應未來法規更新的提示。

售後服務

售後服務聯繫管道

台灣 Panasonic 集團始終將顧客的使用與體驗放在第一位，提供多元、智慧且個人化的客戶支援方案。為提供顧客更快速、便捷的整合資訊服務，2024 年官網導入 AIGC 驅動的智能文字客服，提供 24 小時不間斷、精準的線上諮詢，且更新後的客服系統能更自然、流暢地理解並回應顧客的多元問題，提供更貼近真人互動的服務體驗。

除引進 AI 技術外，我們也持續優化服務官網，並於產品上放置官網 QR code，使用率相較去年成長 34%。及在 IVR (Interactive Response) 自助語音系統導入佇列簡訊服務，當顧客來電時，系統將導引顧客使用官網留下聯繫資訊。展望 2025 年，我們將進一步導入 AI 智慧語音客服系統以及智能文字客服擴大導入 LINE 官方，盼能更細緻地滿足各式服務場景與顧客的多元需求。

多元的商品服務管道

商品特點說明
經銷商相關 Q&A

簡易服務說明
特殊服務聯繫



- 專人電話諮詢
- 電子郵件
- 簡訊
- 網站 FAQ 查詢
- IVR 自助語音導入佇列簡訊服務
- 官網導入 AIGC 文字客服
※ 預 2025 年擴大導入 LINE 官方
- 產品連結至服務首頁之 QR code
- 商品使用線上教學

顧客反應處理機制

1	顧客反應	由服務人員第一時間提醒客戶作優先處置
2	4 小時內完成 緊急應對	依內部相關事件處理確認表，檢視案件並通報部門主管及相關單位
3	24 小時內完成 緊急應對	電話通報事務局、商品製造單位主管及發生地區相對站主管
4	追蹤、跟催訊息 回報	分析並提出解決方案，依照案件程度決定是否召開會議
5	特殊要求處理	若遇特殊要求，將召開會議決議對應方式與後續解決方案
6	加強教育訓練	將案件處理結論維護入公司內部資料庫，作為後續員工教育訓練案例

2024 年台灣松下電器違反商品檢驗法第 49 條第 4 項 - 未於獲知其產製銷售之除濕機商品發生燃燒事故之日起 3 個工作日內通報主管機關，遭裁處新台幣 1 萬元罰鍰。為此我們已調整顧客反應處理機制涉及安全件時須同通知品質中心，由品質中心依據 BSMI 通報範圍(商品發生燃燒、爆裂、燒熔致損害或有損害之虞，或因使用造成人員死亡或須住院治療傷害)判定是否通報標準檢驗局。

售後維修處理績效

台灣 Panasonic 集團極力完善消費者的使用體驗，因此在售後服務各環節設立滿意度調查及績效追蹤。2024 年，我們分別針對維修顧客滿意度及維修效率進行調查，並針對有退步之滿意度面向，及維修效率未達 KPI 之項目設定改善方案。

在顧客滿意度方面，我們針對「技術力」面向，改善專業課程架構，並定期追蹤新進人員成長紀錄。維修效率方面，「服務時效」面向則因銷售數量成長帶動售後服務件數提升，我們便著手進行支援人力調度、優化業務流程。此外，為了貼近現代上班族晚歸的生活型態，我們深知白天忙碌的工作讓人難以抽身處理家電維修問題，我們的服務站平日晚間加班對應，以及禮拜六、國定假日值班，滿足顧客維修需求。

顧客滿意度六大面向	定義	2023 年得分	2024 年得分狀況
滿意度總分			
技術力	是否確實完成維修	93.1%	93.8%
約定時間	是否準時前往維修 改期是否有聯繫	19.5%	19.4%
服務速度	維修是否快速有效率	14.9%	18.8%
服務態度	服務態度是否親切	18.6%	27.0%
關懷態度	是否有進行安全點檢	26.4%	9.0%
販賣促進	是否有提供顧客商品 DM 情報	9.0%	4.7%

	KPI 設定	2024 年實績
服務時效 (兩日內完成)	81.2	85
一次完修率	95.9	95.2

**「家電售後服務與直營維修中心」
連續四年獲得肯定
今年首度獲得白金級肯定**

完善的貼心服務也是另一個重要關鍵。遍布全台28處直營服務中心、296家服務授權店，提供購買前、中、後專業快速的優質服務，完整的服務網絡貼近消費者。



2024 年度「家電售後服務與直營維修中心」白金獎

品牌宣傳活動

我們也透過傳統媒體、線上新媒體及線下實體活動等多元化宣傳方式，使消費者更了解 Panasonic 的品牌理念，進一步提升消費者的品牌忠誠度及滿意度。同時，為了與消費者保持緊密聯繫，我們也設立 CLUB Panasonic 會員俱樂部，會員可以在會員俱樂部網頁中獲取新商品資訊、報修，以及參與線下體驗活動。



產品宣傳影片



線上線下活動之訊息分享



CLUB Panasonic 會員俱樂部



短影音