

Panasonic

2024

台灣 Panasonic 集團

永續報告書

Taiwan Panasonic Group
Sustainability Report



關於本報告書

台灣 Panasonic 集團於 1962 年在台設立，為展現自身在環境 (E)、社會 (S) 及公司治理 (G) 的成果，及作為與利害關係人溝通之管道，特於每年定期編撰企業社會責任報告書，持續展現集團提升永續績效之決心。2024 年度本集團與外部第三方專業機構合作，針對報告書內容進行確信，希望透過第三方的檢視，強化報告書資訊的可信度，並持續提升自身的永續績效。



邊界與範疇

本報告書主要範疇涵蓋台灣 Panasonic 集團於 2024 年企業永續經營及社會責任實踐績效，包含經濟績效、財務狀況、環境保護、員工照顧、社會參與等相關數據與資訊，部分資訊則是以台灣松下電器為主，不一致處皆會敘明於報告書中。



報告期間

本報告書揭露 2024 年度 (2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日) 台灣 Panasonic 集團永續績效與成果。考量台灣 Panasonic 集團內部資料蒐集年度為前一年度 4 月 1 日至次年度 3 月 31 日，若遇此情形則於報告書中特別註明資料蒐集期間之相關資訊。



撰寫指南

本報告書參考「台灣上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」及全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, GRI) 永續性報告準則 2021 年版本 (以下簡稱 GRI Standards) 編撰，同時呼應聯合國永續發展目標 (SDGs)。



內部稽核

本報告書的編制過程由台灣松下電器總經理召開，集團各單位主管檢視各章節資訊的正確性，並經由經營戰略·公關中心統整後發佈。



外部確信

本報告書部份績效數據經安永聯合會計師事務所依中華民國確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行獨立有限確信 (limited assurance)，確信報告書附於本報告書附錄。



發行

台灣 Panasonic 集團企業社會責任報告書以每年定期出版為原則。本年度發行時間則為 2025 年 7 月，下一期報告書預計於 2026 年 7 月發行。



意見回饋

如對於報告書內容有任何問題，請洽負責單位：
台灣松下電器股份有限公司 (新北市中和區員山路 579 號)
經營戰略·公關中心 02-2223-5121
Webinfo@tw.panasonic.com



更多公開資訊請參見
台灣 Panasonic 官方網站
<http://www.panasonic.com/tw/>

集團事業領域

台灣松下電器 (PTW)

董事長 洪裕鈞
總經理 黃政成

資本額 34.2 億

員工人數

成立日期 1962 年 10 月 2 日

1638 人

公司介紹 以家庭電器、空調、汽車影音、電子零組件製造販賣研發等實業領域為推動重點，加速事業戰略及整體的成長

年度亮點

- 捐款新台幣 1000 萬並提供家電整修服務支援 0403 花蓮地震
- 舉辦「綠色生活・創意設計競賽」強化在地產官學合作
- 中和廠區正式啟動淨零碳排能源實證，邁向 RE100 綠色工廠目標
- 連續四年冠名贊助 Panasonic Taipei City Run 發揮企業綠色影響力

公司地址 新北市中和區員山路 579 號

台灣松下電材 (PESECMTW)

董事長 陳建宏
總經理 蕭志光

資本額 3 億

員工人數

成立日期 1987 年 6 月 1 日

256 人

公司介紹 成立初期只生產全彩色配線器具，現在事業規模已擴大到斷路器及電子高機能商品等事業，為生產高品質、高可靠性之電設資材綜合廠商，致力於提供智慧化、節電綠能等高效高品質的產品，深得客戶的信賴，擁有 90% 的高市佔率。

年度亮點

- 榮獲勞動部就業菁采獎 (職場領航組)
- 榮獲衛福部「健康職場認證_健康促進標章」取得
- 榮獲 CNA 社長獎業績表彰_團體賞「追求配線器具利潤的最大化」
- 榮獲 CNA 事業部長特別表彰 樂成長獎 (團體)「積極推進員工健康與社會公益永續共好循環」

公司地址 桃園市大溪區信義路 228 號

台灣松下多層材料 (PIDMTW)

董事長 桑田 治彥
總經理 高浦 禎久

資本額 7.8 億

員工人數

成立日期 1987 年 4 月 7 日

350 人

公司介紹 從事多層印刷電路板材料的製造，主要商品為網際網路市場用途的 MEGTRON 系列商品以及半導體用基板材料的 LEXCM GX 系列商品。2019 年，設立半導體材料 R&D 中心。以「提供顧客世界頂級的品質」、「與顧客共創價值」為目標，向前邁進。

年度亮點

- 符合國際標準之無鹵素產品：PKG 系列、R-1566(W)/(WN)、RA555
- 台灣工廠獲得製造改善、革新活動電子材料全據點銀賞
- 連續五年 (2020~2024 年) 獲得新竹縣環境友善企業 - 環保車隊榮譽
- 自廠建立空氣汙染防制係數
- 2024 年空氣汙染防制專責績效考核優良人員

公司地址 新竹縣湖口鄉新竹工業區光復路 20-1 號

松下產業科技 (PIDSTW)

董事長 簡國華
總經理 簡國華 (兼)

資本額 3.87 億

員工人數

成立日期 1976 年 5 月 3 日

220 人

公司介紹 電子零組件與裝置、工廠自動化設備販售暨售後維修服務、協助產業新製程導入及客戶教育訓練，並積極培養國際性專業人才，引進最新科技商品，促進台灣產業升級。

年度亮點

- 與事業部門共同開發高效能 DC Pump，具備高效率、體積小、壽命長等優勢，成功導入台灣 AI 伺服器製造商，有效改善散熱並提升能源使用效率。
- 導入 Laser Marker 應用於 CPO 光纖線加工，取代傳統熱剝方式，大幅提升良率與生產效益，成功打入光通訊市場，預計至 2026 年出貨 20 台、創造千萬元營收。

公司地址 台北市信義區松高路 9 號 12 樓
(統一國際大樓)



台灣松下營造 (PHTW)

董事長 田中 一彥
總經理 田中 一彥(兼)

資本額 8.8 億

員工人數

成立日期 2011 年 10 月 1 日

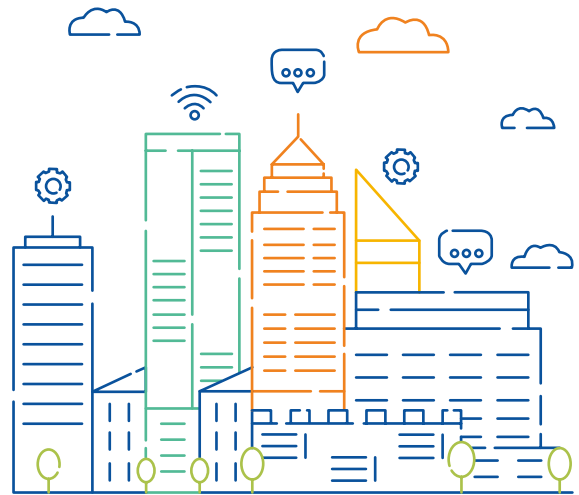
67 人

公司介紹 以 60 年來日本在住宅產業所累積的經驗與實績，為台灣的居住者提供健康舒適的居家生活環境，期許對台灣的社會生活與住宅產業有所貢獻。

年度亮點

- 海研 A3 光點集合住宅案上樑
- 化成路上樑
- 三松板橋永翠集合住宅案上樑

年度亮點 新北市五股區五權路37號6樓(新北產業園區)



台灣松下電腦 (PAVCTW)

董事長 山本 清高
總經理 八波 正洋

資本額 9.1 億

員工人數

成立日期 1990 年 4 月 1 日

200 人

公司介紹 為日本 Panasonic 在海外的 PC 製造事業據點，主要營業項目為工業用或特殊用途之筆記型電腦、平板電腦及其週邊、終端設備或重要配件之製造與銷售。致力追求業界最高水準的品質力、原價力、對應力，講求日本最強的技術開發力與品質力，活用中華圈低成本與迅速的優勢，主要販賣對象以政府組織及警察、汽車車廠、電信等特殊業界的歐美市場為主

年度亮點

- 人才育成投入：2025 年度特別派遣女性同仁赴工科短大進修，培養具備製造基礎技術與現場改革實踐能力的領導人才。
- 推動 DEI 與家庭參與：首次舉辦職場參觀家庭日活動，邀請同仁家人深入了解工作環境，促進職場溝通、提升生產力與心理安全感。

公司地址 新北市中和區員山路 579 號 3 棟 3 樓

台灣松下銷售 (PSTW)

董事長 黃政成
總經理 張天來

資本額 9.6 億

員工人數

成立日期 2020 年 4 月 1 日

905 人

公司介紹 擔任台灣地區 Panasonic 商品之販賣及售後服務業務，是一家結合販賣和服務為一體的公司，包含：

商用設備事業

便利商店、超市及量販用冷凍櫃、廚房設備、冷藏機組及商用空調

整合方案事業

交通、LED、廣播、影像及通訊設備

家電事業

家用空調、廚房調理、家事商品、視聽影音、數位攝影、通信 / 照明、健康商品、美容美髮、設備空調等

建築設備事業

電材事業、系統事業、照明事業、住建事業

年度亮點

- 榮獲讀者文摘信譽品牌肯定，共獲 13 項大獎
- 家電售後服務首獲白金獎，持續精進顧客服務體驗
- 導入文字客服 2.0 與生成式 AI，實現智慧服務轉型
- 推動產學合作與人才培育，培養在地技術新血
- 第四代家用空調檢測治具創新升級，榮獲 2024 年 CNA 事業部的求簡化獎項

公司地址 台北市中正區八德路一段 55 號 5 樓~9 樓



目錄 CONTENTS

關於本報告書	01
台灣 Panasonic 集團事業領域	02
目錄	04

百年松下 永續精神

01 永續願景及藍圖	08
02 經營者的話	11
03 年度榮耀及肯定	12
04 重大議題分析與利害關係人議合	13
05 永續議題管理方針	18
06 聯合國永續發展與目標	22

公司 治理

1.1 公司治理與經營	30
1.2 經營策略與績效	32
1.3 風險管理與法規遵循	33
1.4 資訊安全	35
1.5 產品供應鏈	38
1.6 產品品質與顧客服務	43

綠色 製造

2.1 能源與碳管理	52
2.2 環境管理	56
2.3 氣候變遷與調適	59
2.4 綠色產品發展願景	66
2.5 綠色技術研發與創新	68

企業 承諾

3

3.1 員工組成與多元性	82
3.2 人權與溝通	83
3.3 人才發展與留任	85
3.4 員工福祉	87
3.5 職場健康與安全	88

社會 公益

4

4.1 綠色影響力	94
4.2 公益推動	99

永續 績效

5

5.1 環境面績效	104
5.2 員工面績效	109
5.3 治理面績效	111



特輯亮點

—

百年松下 永續精神

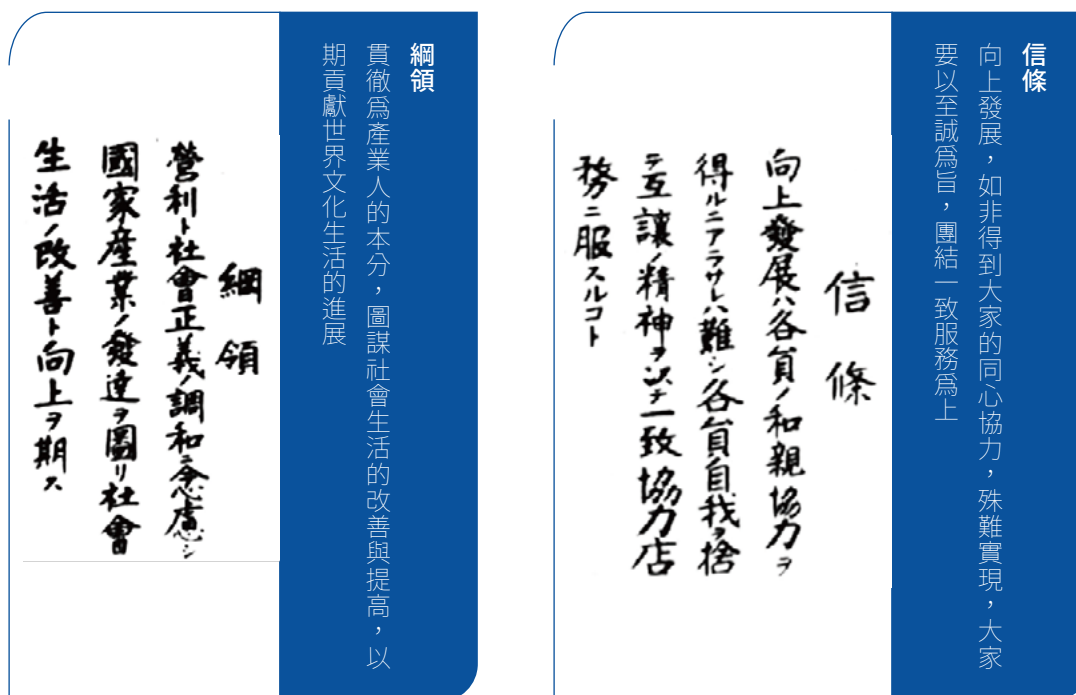
- 01 永續願景及藍圖
- 02 經營者的話
- 03 年度榮耀及肯定
- 04 重大議題分析與利害關係人議合
- 05 永續議題管理方針
- 06 聯合國永續發展與目標



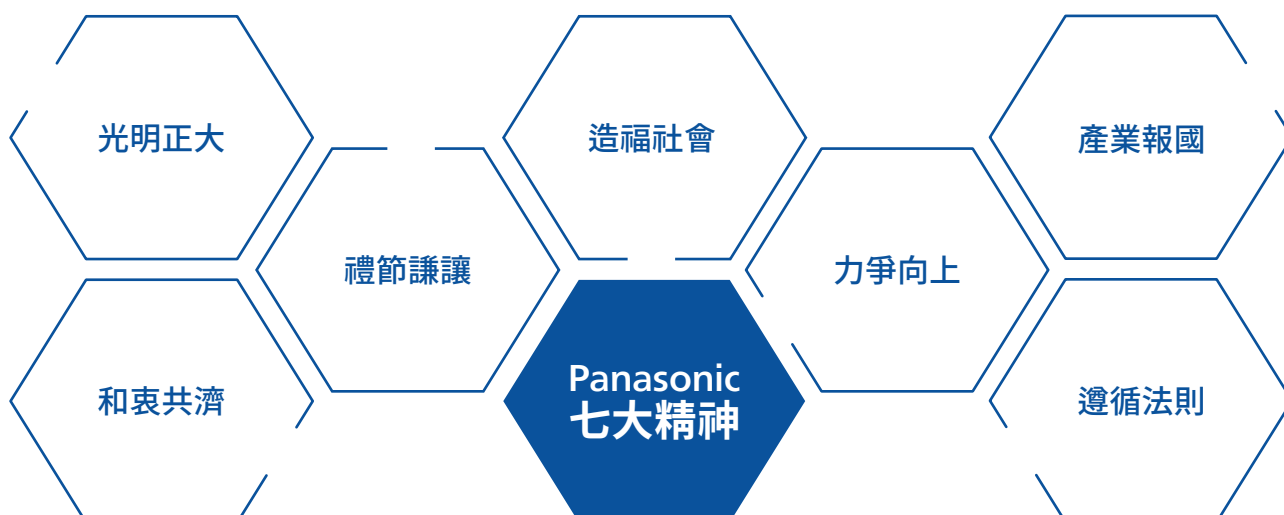
01 永續願景及藍圖

經營理念

Panasonic 創辦人松下幸之助先生於 1918 年創立松下電器具製作所。自成立以來，Panasonic 憑藉持續研發技術與推出創新產品，提供從消費性電子產品到工業設備、建築用品與居家住宅等多樣化的產品、系統和服務，成為全球領先的電子工業製造商之一。1929 年，松下幸之助先生親自制定了 Panasonic 集團的企業綱領與信條，確立了公司的使命與核心價值，為其長遠發展奠定了穩固基石。



1933 年，松下幸之助先生提出集團應遵奉的七大精神，作為企業經營的根基，分別是：「產業報國」、「光明正大」、「和衷共濟」、「禮節謙讓」、「遵循法則」及「造福社會」。此後，七大精神成為 Panasonic 集團開展各項事業的根本準則，正是這樣的精神與理念，為 Panasonic 的百年發展奠定堅實的基礎。



永續策略

實踐百年經營哲學

「現下關於『社會責任』的探討繁多，儘管這個概念的意涵，可能會因為特定時期的社會條件而相當廣泛，但無論任何時代，一家公司的基本社會責任，都應該是透過業務活動來改善社會。基於這樣的使命感來從事所有商業活動，是非常重要的事」

Panasonic Corporation 創辦人 松下幸之助

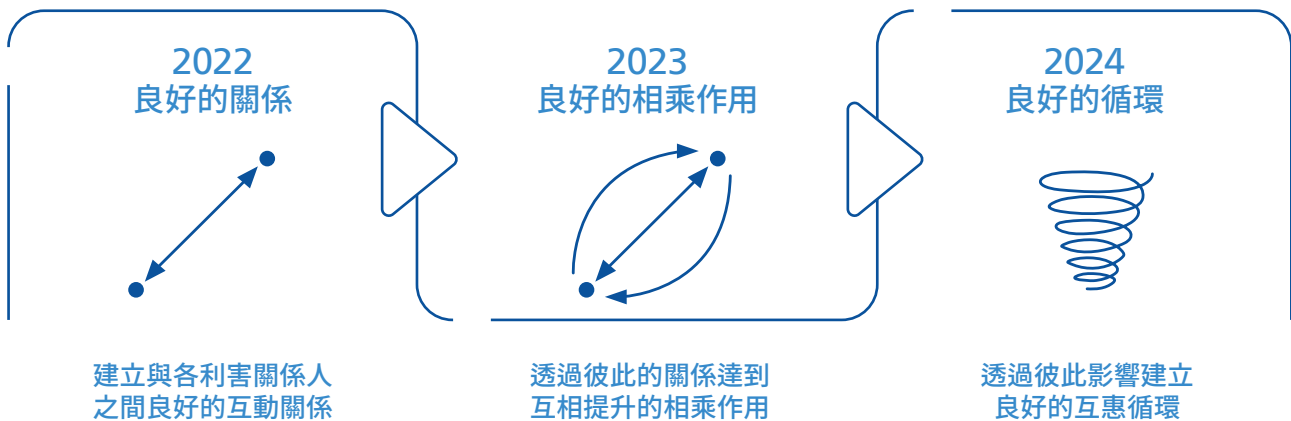


台灣 Panasonic 集團以日本集團推動架構的七大精神為基礎，整合公司資源設定永續藍圖，並訂定四大主軸的永續投入方向：「公司治理」、「綠色製造」、「人才發展」以及「社會公益」，將社會議題與創新技術相結合，提出改變社會的解決方案，透過多層面的連結，擴大集團的社會影響力。

永續活動方針

台灣 Panasonic 集團與社會共同成長，自 1962 年成立以來，深耕台灣一甲子，在永續經營的道路上，將「不變」與「改變」的精神融為一體。以人為本的「不變」精神始終貫穿其發展歷程，而持續追求「改變」則體現在其對永續理念的實踐中，透過與推動技術創新、循環經濟、公益活動，實現社會與環境的共榮未來。

致力於實現每個人都能活出自我、充滿活力的可持續共生社會，為社會創造「良好的循環」



展望未來，台灣 Panasonic 集團會繼續在全球推動永續性的管理，並擴大與在地夥伴共創永續價值，提供生活方式的明日願景，為未來的社會和世界貢獻心力。



企業社會責任網



全球永續行動網站

公司治理

產品品質

將產品安全性放在第一位，並製造真正滿足客戶需求的產品

永續採購

訂立供應商行為準則，嚴格要求供應商符合規範，並將永續採購納入方針，希望從上游到下游整條價值鏈都能達到環境及社會的友善目標

客戶關係

以「真實服務」的理念為基礎，為客戶提供信任、安心和滿意度



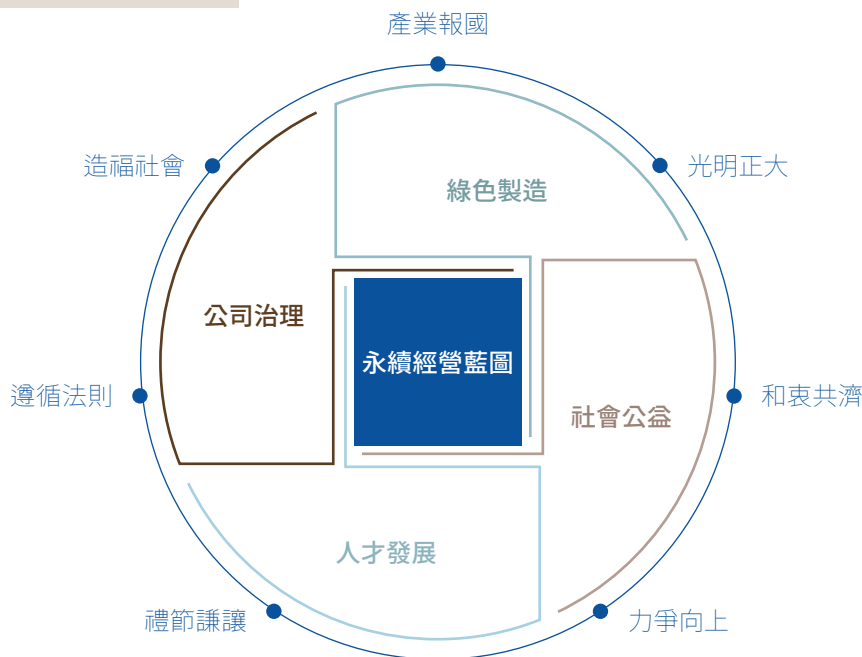
綠色製造

氣候變遷風險因應

致力朝向 2030 年全事業碳中和，以及 2050 年「耗能 < 創能」的環境願景，直接面對未來嚴峻的氣候變遷風險，納入風險管理

節能減碳

以節能、創能、儲能大面項進行努力，積極發展再生能源、智慧節能家電以及儲電設備，不僅要做到內部減碳，更透過生活提案將減碳理念宣達出去



人才發展

人力資源發展

推動人力資源開發和多元化活動，讓每位員工可以不分年齡、性別或國籍盡情發揮自己的才華



社會公益

社會關係

致力透過企業公民活動和商業活動來因應社會挑戰，秉持著「取之於社會，用之於社會」的精神，不斷回饋社會，協助在地發展

人才培育

深感人才之重要性，極力參與產學合作並提供獎學金給優秀學子



02 經營者的話

創造永續增長競爭優勢，推動松下永續經營

當前全球環境快速變化，AI 與自動化科技正深刻影響人們的生活，推動製造業邁向更高效率與創新的轉型。面對趨勢，台灣 Panasonic 集團積極布局創新與永續發展，聚焦在公司治理、綠色轉型、人才培育與社會公益四大方向，致力為企業與社會創造長遠且持續的價值。

邁向綠色未來，推動松下低碳創新

氣候變遷及全球能源政策的轉變，要求企業必須積極回應環境挑戰，我們運用「節能、創能、儲能、能源管理」四大策略，設定 2050 年「耗能<創能」的環境願景，透過完善的環境管理考核機制，每月嚴格監控能源使用與碳排放狀況，迅速反應調整，確保達成減碳目標。為提升集團內各公司的節能動力，我們舉辦內部節能競賽，鼓勵各廠區規劃並執行節能措施，以競賽形式推動實施，2024 年總計完成 26 項節能專案。

在綠色產品發展願景上，我們持續響應集團的全球 GREEN IMPACT 承諾，透過擴大再生能源的運用、持續開發節能技術與產品等行動方針，落實 2050 年淨零轉型的目標與願景。我們透過整合自社資源、強化能源替代方案商品，開發符合人類需求的解決方案，不僅防止潛在危害、避免二次傷害，更將科技成果轉化為具體商品。

關懷人才成長，打造松下和諧共融職場

「在製造產品之前，先培養人才」是松下幸之助先生的經營哲學，我們推動「數位製造」、「業務推廣」與「ESG 領域」的人才培育，奠定企業中長期發展的堅實基礎。在數位製造方面，著重深化基礎製造技能，推進自動化與 AIoT 技術培訓，積極培養跨領域專業人才。業務推廣則專注於「住空間」、「B2B 空調」、「新規」及「服務」等關鍵領域，不斷強化市場競爭力與業務創新能力。ESG 方面，集團與台師大永續所合作，持續推動專業人才的系統性培訓，強化企業永續的競爭力。此外，我們積極舉辦「次世代」與「高潛力」人才的交流與發展活動，促進內部跨部門合作，2024 年投入超過 500 萬元的培訓經費，提供 525 小時以上的專業訓練，持續提升員工技能，實現個人與企業的共同成長。

熱心公益，實踐松下回饋社會的承諾

在追求企業成長的同時，我們始終將回饋社會視為重要的責任與使命。2024 年捐贈新台幣 1,000 萬元協助花蓮地區災後重建，期盼為受災居民提供實質幫助與溫暖支持。在體育推廣方面，贊助的南山高中籃球隊勇奪 HBL 冠軍，持續以實際行動支持青少年體育發展，為基層籃球運動注入更多活力。環境永續方面，集團定期舉辦聯合淨灘活動，積極推動生態保育與森林教育，深化社會對環境保護的重視。此外，我們舉辦綠色生活創意競賽，鼓勵大眾以創新的思維落實環保行動。同時，集團也持續投入教育公益事業，除與台積電合作推動偏鄉技職教育，提供偏鄉更多元的教育資源外，更連續 35 年設立 Panasonic 獎學金，並捐贈高工職校實習器材與技能競賽設備。

展望未來，我們繼續秉持創新精神與永續經營理念，為環境和社會的永續發展創造價值及貢獻，透過不斷精進產品與服務，持續創造融合 Panasonic DNA 的產品與服務，帶來新的價值，成為顧客不可或缺的夥伴，全力實現「持續成長、永續經營」的願景，為全球帶來更智慧、更安全、更可持續的未來，並使社會更加富足，朝向「循環共好、氫淨美好」的生活目標邁進。

Panasonic 集團中國・北東亞

台灣地區統括本部總責任者

台灣松下電器股份有限公司 / 總經理

台灣松下銷售股份有限公司 / 董事長

黃政成



03 年度榮耀及肯定



2024 年台灣企業永續獎
台灣永續典範外商企業獎



2024 年台灣企業永續獎
人才發展領袖獎



2024 年台灣企業永續獎
報告書金獎



第 26 屆讀者文摘信譽品牌
6 白金 7 金



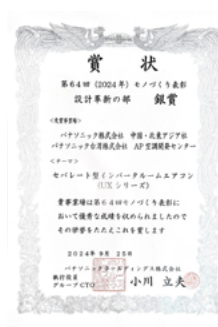
第二屆新北企業精典獎 - 永續發展組



2024 年優質會計人雇主獎



2024 年全社製造表彰大會 (設計革新組) - 銀獎



2024 年 CNA 社長業績表彰
(電材製造科技 BU- 追求配線器具
利潤的最大化)



2024 年 CEO 特別表彰
(系統解決方案營業本部 - 透過關鍵工
程事業的成立，成功取得大型件名)



2024 年 CEO 特別表彰 樂成長
(系統解決方案營業本部 - 挑戰智取權
新商業模式，透過新規顧客的開發創
造業績)

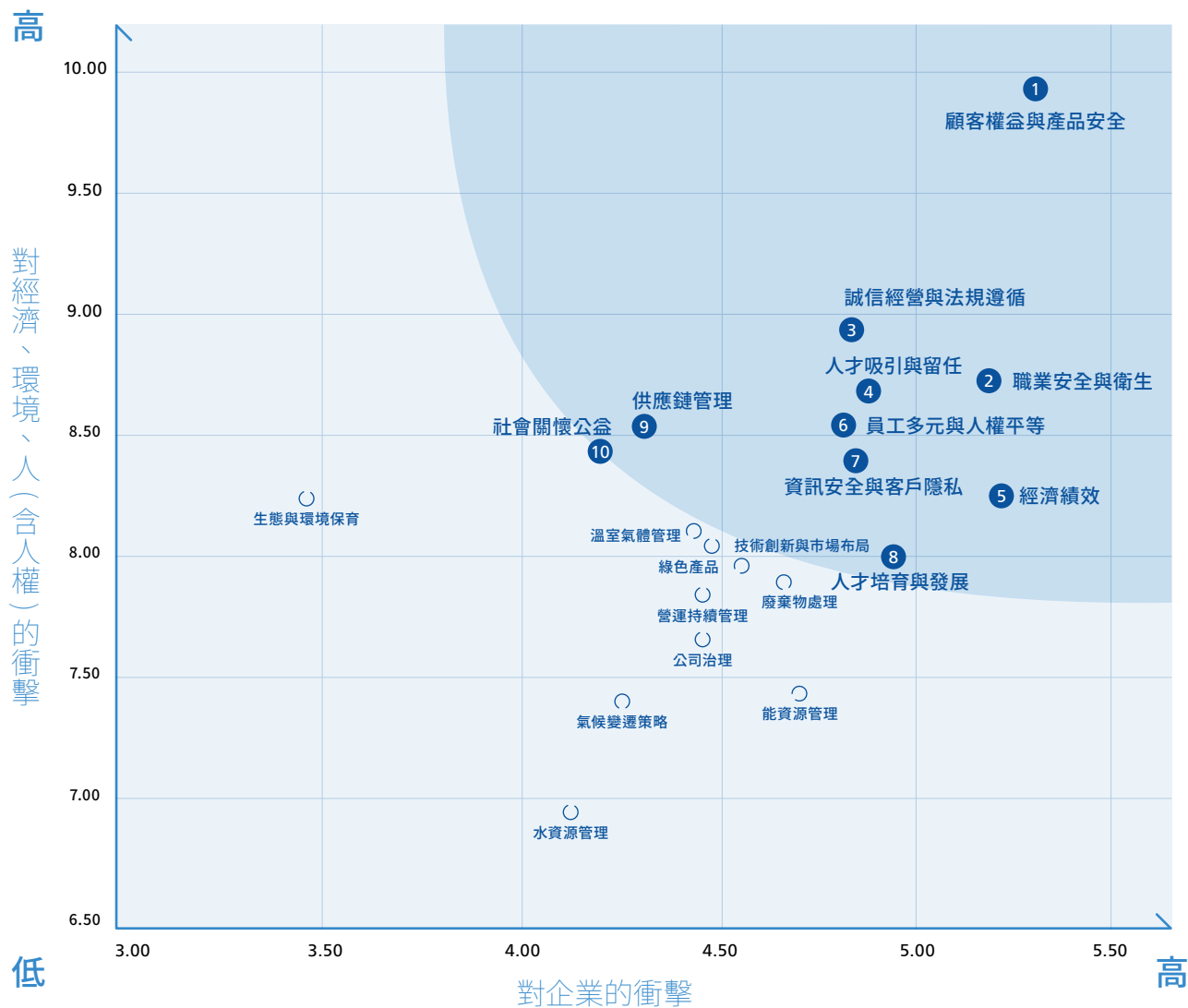
04 重大議題分析與利害關係人議合

依循新版 GRI Standards (2021) 重大性定義，分析國內外永續趨勢及法規更迭，彙整利害關係人關注之永續議題，透過利害關係人 ESG 關注議題問卷調查，以「對於台灣 Panasonic 集團正負面營運衝擊影響程度及發生頻率」及「對經濟、環境、人(人權)的正負面衝擊影響程度」雙重大性原則(Double Materiality) 識別 20 項永續主題，藉以瞭解台灣 Panasonic 集團造成的實質性衝擊以及利害關係人的期待，設定績效管理指標，追蹤目標達成狀況與進程，並確認績效管理指標和永續原則的一致性。

重大議題分析流程



重大議題矩陣



永續議題分類

治理面

- 經濟績效
- 顧客權益與產品安全
- 供應鏈管理
- 資訊安全與客戶隱私
- 誠信經營與法規遵循
- 公司治理
- 氣候變遷策略
- 技術創新與市場布局
- 營運持續管理

環境面

- 能資源管理
- 廢棄物處理
- 溫室氣體管理
- 水資源管理
- 生態與環境保育
- 綠色產品

社會面

- 職業安全與衛生
- 員工多元與人權平等
- 人才吸引與留任
- 人才培育與發展
- 社會關懷公益

重大議題衝擊評估與價值鏈對照

編號	主題	價值鏈衝擊範圍			對台灣 Panasonic 集團之意義	回應章節	對應 GRI
		上游	組織內	下游			
1	顧客權益 與產品安全		✓	✓	提供高品質產品與服務，滿足消費者需求，強化品牌信賴度，維持企業長期競爭力	CH1	GRI 416 GRI 417
2	職業安全 與衛生		✓		打造安全健康的職場環境，提升員工的工作滿意度與生產力	CH3	GRI 403
3	誠信經營 與法規遵循	✓	✓	✓	落實透明治理與合法合規，做為企業倫理之核心價值，提升利害關係人之信任	CH1	GRI 2
4	人才吸引 與留任		✓		透過具市場競爭力的薪資福利與明確的職涯發展機制，以增進員工企業認同感	CH3	GRI 404
5	經濟績效	✓	✓	✓	創造可持續增長的競爭優勢，提升競爭力、強化製造體質，提高經濟績效	CH1	GRI 2
6	員工多元 與人權平等		✓		推動多元共融的企業文化，尊重每位員工的差異性，確保人權平等，建立互相尊重的和諧職場	CH3	GRI
7	資訊安全 與客戶隱私	✓	✓	✓	導入資安系統，強化內部控管機制，守護資訊安全，提供消費者隱私保障	CH1	GRI 418
8	人才培育 與發展		✓		推動完善的人才培育與發展策略，提升員工專業技能與職能成長	CH3	GRI 404
9	供應鏈管理	✓	✓		建立供應商永續準則與定期稽核機制，推動供應商實踐環境、社會與治理責任	CH1	GRI
10	社會關懷公益		✓	✓	藉由強化與在地社區的連結及影響力，帶動更多正向改變，為台灣盡一份心力	CH4	GRI

利害關係人溝通情形

利害關係人	對台灣 Panasonic 集團之意義	議合之方法與管道	前三大關心議題
員工	優秀人才是持續成長與創新的關鍵，打造友善職場，傾聽員工心聲是我們的責任	● 總經理會議 ● 勞資會議 ● 單位懇談會 ● 總經理信箱 ● 員工意見箱 ● 工會 ● EOS 員工意見調查	● 顧客權益與產品安全 ● 營運持續管理 ● 誠信經營與法規遵循
供應商、承攬商	供應商、承攬商為維持產品品質與服務之共存共榮重要夥伴，我們深入參與並建立長期穩定合作夥伴關係	● 定期召開供應商大會 ● 松榮會 ● 供應商評鑑	● 資訊安全與客戶隱私 ● 供應鏈管理 ● 公司治理
研究機構、學術單位	透過產學合作及技術交流，推動創新，並為台灣社會培育人才盡一份心力	● 辦理論壇 ● 產學合作計畫	● 綠色產品 ● 人才培育與發展 ● 資源管理
客戶、消費者	注重客戶與消費者的回饋與感受持續提升產品與服務品質及滿意度	● 客服專線 ● 多媒體溝通管道 ● 滿意度調查	● 顧客權益與產品安全 ● 經濟績效 ● 誠信經營與法規遵循
政府機關	遵循政府機關相關政策與法規，持續維持優良企業形象	● 遵循法令規範 ● 配合主管機關稽核	● 技術創新與市場佈局 ● 社會關懷公益 ● 顧客權益與產品安全
媒體	媒體單位為我們與社會大眾溝通之重要管道	● 不定期產品發表會 ● 不定期邀請媒體參訪	● 人才吸引與留任 ● 供應鏈管理 ● 廢棄物處理
經銷商	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	● 定期召開經銷商大會 ● 松誼會	● 資訊安全與客戶隱私 ● 供應鏈管理 ● 公司治理
社區、非營利組織、非政府組織	深化企業社會責任，提升企業形象，透過公益投入與社會貢獻實踐企業價值	● 公益慈善活動 ● 募捐與志工活動	● 顧客權益與產品安全 ● 經濟績效 ● 員工多元與人權平等
股東、投資人	提供資金支持與資源，使企業長期營運與持續發展	● 股東會 ● 董事會	● 生態與環境保育 ● 人才培育與發展 ● 廢棄物處理

註：如遇調查結果同分情況則由內部討論及外部顧問意見挑選三項高度關聯性議題回應。

05 永續議題管理方針

管理方針	政策承諾	管理與改善機制
顧客權益 與產品安全	我們以「品質」立社，確保顧客權益。遵守政府公部門相關法規、ISO 國際規範從事商品的製造、銷售。各種不同商品單位，皆設定有專責部門來驗證產品安全，確保顧客權益	● 公司內部設有改善提案委員會，針對各式的改善行為（品質、設計、製程 ... 等）給予適當的獎勵 ● 定期收集市場情報與數據，回饋給製造部門，品管及技術部門都會建立產品失敗履歷，確保類似不良絕對不再發生
職業安全 與衛生	定期優化工作環境，並提供全面的安全與健康培訓，確保每位員工在無憂的環境中工作	建立完整的行動指南，各據點皆設有職業安全管理委員會，定期召開安保會議。致力教育訓練，落實安全衛生
誠信經營 與法規遵循	經由互動良好的營運會議，透過議題重要性及專責部門來管理該當主題，提升公司之決策品質，將滿足顧客需求和解決利害關係人注意議題為最高治理宗旨	● 設置有 12 個功能性委員會及跨組織的、臨時的應變小組進行對應 ● 透過設備更新或升級、員工教育訓練、危險訊號預警系統，來預防可能發生之負面影響發生
人才吸引 與留任	秉持多元平等的人才招募政策，強化企業內部員工和外部優秀人才的招募管道	● 提供多元招募管道，並藉由豐富的人才培育機制讓員工適才適所 ● 推動產學合作計畫，並提供正式職缺與完整的福利進修制度，讓技職生能夠畢業即就業
經濟績效	透過優化運營效能、創新業務模式與維護良好的企業形象，提升公司的永續價值	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

行動績效	未來規劃（短、中長期）	回應章節
● 顧客滿意度 93.8%，較去年提升 ● 連續三年無發生因為產品安全事故相關的法律訴訟所造成的損失	短期 品質損失率對前年比 5% 遞減 中長期 品質損失率對前年比 5% 遞減	1.6 產品品質與顧客服務
● CNA 地域健康安全論壇，獲得銀獎 ● 第 20 回 全球健康安全衛生論壇，獲得全球優秀賞	短期 優化工作場所安全設施並建立巡檢缺失管理系統 IT 化建置 中長期 實施健康檢查並建立員工健康資料庫，實現長期 0 風險與災害	3.5 職場健康與安全
● 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	短期 維持無違法事件，並精進教育訓練內容 中長期 構建可管理、降低風險的內部規定，強化經營理念，以實踐「社會正義」	1.1 公司治理與經營
● 榮獲 1111 人力銀行 2024 年幸福企業	短期 提供具競爭力的薪酬與福利待遇，並推動產學合作深耕校園關係 中長期 打造優質工作環境，提高員工留任率	3.3 人才發展與留任
獲讀者文摘 2024 年台灣消費者最信賴家電品牌	短期 維護良好的企業形象，維持銷售家電市場的成長 中長期 重拾日本職人精神，拓展通路從 B2C 延伸至 B2B、B2G，並開發新商品，突破經濟成長瓶頸	1.2 經營策略與績效

管理方針	政策承諾	管理與改善機制
員工多元 與人權平等	承諾恪守國際人口標準，並訂有「松下領導力原則(PLP)」與人權訓練，致力於維護職場環境的多元及安全性	- 藉由員工滿意度調查，了解員工的主要關注點，並優先改善以及拓展員工福利選項的彈性等。 - 通過建立開放且包容的組織文化，並完善溝通渠道，讓員工感受到更多的參與與歸屬，進而提升他們的工作投入與滿意度，從而增強企業績效與市場競爭力。
資訊安全 與客戶隱私	關注重大資安事故對企業的潛在影響，訂定五大資訊安全政策提升資訊安全	- 設置專責管理單位，並落實資訊資產盤點、風險評鑑 - 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
人才培育 與發展	提供多元學習機會及職涯發展路徑，藉，透過不斷的精進與創新，成就員工持續成長的工作環境	制定全面的訓練計劃，提供豐富的學習資源，鼓勵員工持續成長。通過對各層級員工能力進行評估，實施系統化且持續的人才發展計劃，有效激發員工潛能，並提升整體工作表現。
供應鏈管理	從原物料採購、商品製造...等多面向把關，同時鏈結供應鏈合作夥伴進行環保與社會責任的風險評估與改善，以降低供應鏈的整體風險	- 針對主要供應商與一般供應商，推動供應鏈品質評級 - 制定「Panasonic 供應鏈 CSR 推進準則」，供應商需通過評估調查，才可進行合作
社會關懷公益	實踐環境永續的承諾，期待透過企業的影響力，帶動更多正向改變，為台灣的环境盡一份心力	- 設立關愛基金會，號召員工經由投入志工、捐款回饋社會。 - 各集團公司藉由舉辦公益活動、協助社會團隊發揮影響力

行動績效	未來規劃（短、中長期）	回應章節
● EOS 員工意見調查 回答率 99.4%，高於目標的 97%	短期 通過 Panasonic 承諾員工的受訓比率達 100% 中長期 推動多元化福利計劃，持續推動員工滿意度調查，降低人才流動率	3.2 人權與溝通
● 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 ● 執行 ISO 27701 稽核與實際執行內部資安監察	短期 因應 ISO 27001 改版，取得新版認證 中長期 ISO 27701 推動與認證取得	1.4 資訊安全
● 多元留才計畫培訓時數為 279 小時	短期 推動永續經營人才育成，以及 ESG 人才培育 中長期 盤點各層級同仁能力，推動適才適所人才培育計畫	3.3 人才發展與留任
● 辦理 QCDES 優秀事例競賽 ● 新供應商經評估百分比 100%	短期 持續推動供應鏈稽核，降低整體供應鏈風險 中長期 持續監測供應商之來料合格率，降低生產風險並提升產品穩定性	1.5 產品供應鏈
● 花蓮賑災捐款 1000 萬元 ● 培養體育人才 - 推廣籃球風氣 ● 集團舉辦聯合淨灘活	短期 持續鏈結合作夥伴，藉由企業力量發揮影響力 中長期 透過公益活動成為社會善循環的推動者，攜手大眾共創更美好的永續未來	4.2 公益推動

06 聯合國永續發展與目標

台灣 Panasonic 集團為善盡全球企業公民責任，致力於永續、節能及健康多元的工作環境，並追求創造就業與經濟成長。我們將企業經營理念連結聯合國 17 項永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs)，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。」之經營理念為承諾，積極發展並擴張回應至其中的 10 項 SDGs，期望由內而外，將 ESG 行動連結企業策略並推動相關專案，為全球永續發展目標做出積極貢獻。

台灣 Panasonic 集團 2024 年成果

3 良好健康 和福祉



SDG 3: 健康與福祉

1. 舉辦員工、承攬商、供應商、物流業者安全衛生教育訓練，共計 9434 人參與
2. 推動「感恩小卡」活動，建立關懷職場環境
3. 2024 年度第 20 回全球健康安全衛生論壇，獲得全球優秀賞

4 優質教育



SDG 4: 優質教育

1. 參與「高工職校家電實習器材捐贈計畫」，捐贈冷氣、冰箱、洗衣機等器材，總計達 198 件；自 2015 年以來累積捐贈超過 2,700 件家電商品
2. 聯合台積電慈善基金會舉辦「速效技職培力營」，開放正式職缺及福利進修制度，幫助公東高工學生得畢業即就業
3. 自 2014 年以來台灣 Panasonic 獎學金支持超過 100 位優秀學子，並提供超過 50 位學生實習機會
4. 舉辦「綠色生活創意設計大賽」，鼓勵學生結合創新及永續，設計綠色解方
5. 響應產學合作，加入由經濟部產業發展局指導的「家電創意加值競賽」，以企業贊助組強化與學界的聯繫
6. 與臺灣師範大學設計學系合作舉辦「Future Air 設計工作坊」，共 26 名學生參訪 PoME 體驗館，進行產品設計原型發想及創意提案
7. 2024 年全面推行雲林縣水洗智慧黑板建置計畫，松下運用軟體與硬體整合能力，改善教室數位科技學習環境、提升教學品質

5 性別平等



SDG 5: 性別平等

1. 全集團實施男女同酬，且男女性薪資比差距逐年縮小

7 可負擔的 潔淨能源



SDG 7: 可負擔能源

1. 2024 年 RE100 淨零碳排能源實證場域正式啟動，參訪單位累計 31 個、共約 362 人次
2. 2024 年持續推廣瓦斯空調、氫燃料電池及儲能系統，合作對象為物流業、電子零組件與半導體製造業
3. 2024 年成功申請並取得廢熱回收利用系統的專利，未來將規劃結合廠房所產生的廢熱，逐漸將廢熱回收運用至更多地方
4. 2024 年總務部及六工廠共執行 26 項節能專案，共帶來 1106.1 MWh 的實際節能量，節能率為 4.12%

8 尊嚴就業
與經濟發展

SDG 8：合適的工作與經濟成長

1. 2024 年推動「堆高機安全風險改善方案」獲得 Panasonic 集團安全改善事例評選 CNA 地域銀獎以及全球優秀賞
2. 松下多層材料工廠投入製造改善革新活動獲得電子材料全據點一銀賞

9 產業創新
與基礎建設

SDG 9：工業、創新及基礎建設

1. 台灣松下中和廠區正式啟動淨零碳排能源實證，以節能、創能、儲能及能源管理四大面向打造再生能源系統，一步步邁向 RE100 綠色工廠
2. 台灣松下銷售公司提供低溫倉儲業者一站式的冷鏈創新工程服務，並獲得全球松下集團 Make New Award “New Challenge” 部門金賞
3. 2024 年松下電器公司共取得 54 件專利，且具技術價值的發明型專利佔比逐年提升
4. 製造力強化中心以變頻式冷氣機設計革新獲得 Panasonic 全社製造表彰銀賞

11 永續城市
與社區

SDG 11：永續城市與社區

1. 為花蓮賑災，不僅捐贈新台幣 1000 萬，更提供家電維修支援服務

12 負責任的
消費與生產

SDG 12：責任消費及生產

1. 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
2. 制定《環境宣言》，並發行《綠色採購準則》，選擇對環境負荷較小的供應商

13 氣候行動



SDG 13：氣候行動

1. 松下多層材料建立自廠空氣汙染防制係數，且連續五年獲得新竹縣環境友善企業 - 環保車隊榮譽
2. 松下多層材料自主進行焚化爐更新，望能透過設備汰換持續減少對環境的衝擊
3. 松下營造應用鋁模系統模板減少建造過程廢棄物，同時滿足邁向環境友善及守護職場健康安全，未來也將應用於更多適用之建案環境
4. 持續推動永續經營及主動編製企業永續報告書，揭露 TCFD 氣候風險鑑別，並執行碳費情境分析
5. 辦理集團聯合環境教育活動與淨灘活動，從行動落實永續
6. 舉辦節能競賽、新增空汙防制設備、汰換公務車與堆高機，有效減少碳排放量

17 夥伴關係



SDG 17：多元夥伴關係

1. 與台灣中油合作辦理「2024 淨零轉型·永續台灣論壇」
2. 支持社團團體及身心障礙者就業，向愛盲基金會、向心路基金會及香園教養院購買公益產品
3. 贊助 HBL 高中籃球聯賽活動及南山高中籃球，隊培養體育人才
4. 冠名台北城市路跑賽，由在地工廠以再生聚脂纖維製作賽衣；組織綠色志工團維持整潔，從活動推廣環保理念

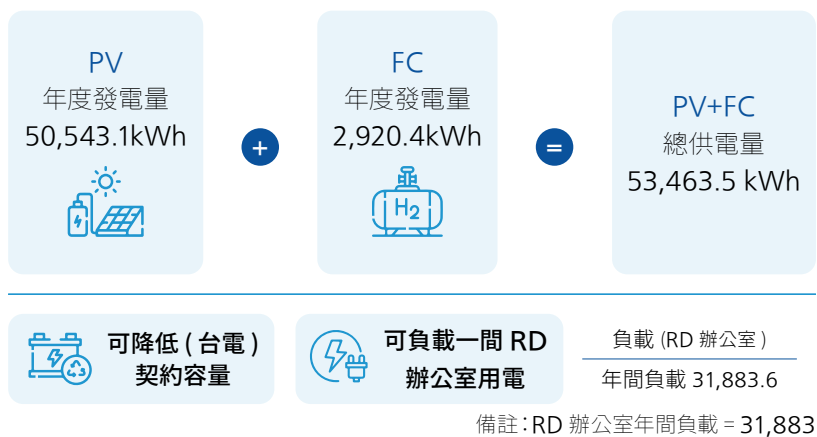
永續特輯 1

RE100 實證場域啟動 Panasonic 綠色創新領航能源未來

在全球綠色轉型的浪潮下，台灣 Panasonic 集團秉持「Panasonic GREEN IMPACT」理念，專注於運用創新技術與策略，推動環境永續。我們遵循集團「2030 全事業碳中和」及「2050 年耗能 < 創能」的環境目標，並積極響應各國政策與法規，落實具體行動。2024 年，我們在中和廠區正式啟用 RE100 能源實證場域，期望透過創能、節能、儲能與能源管理機制，邁向 RE100 綠色工廠的目標。

邁向 RE100 淨零實證場域：創能、節能、儲能三重發展

在實證場域中，台灣 Panasonic 集團以創能、節能及蓄能為核心，積極實踐綠色轉型。透過天氣陰晴轉換的太陽能與氫能供電系統來達成創能目標，並實現耗能 < 創能；同時，模組系統儲能電池櫃則承擔儲能角色，保證能源的穩定供應。純氫燃料電池運轉時所產生的廢熱，則被妥善回收並用於減少能源消耗，電力供應與廢熱回收的雙重效益將共築能源最大化利用解決方案。



2024 年 4 月正式啟動淨零碳排實證場域，並邀請產、官、學代表共同見證。自啟動以來，我們接待了 31 個單位，共 362 位參訪人員進行導覽與交流，我們期許增進社會各界更加認識台灣 Panasonic 集團深耕的知識、技術和永續承諾。



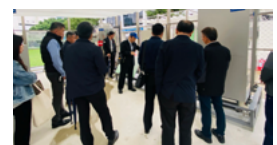
台灣 Panasonic 集團獎學生



日本 PHD 企業市民活動部



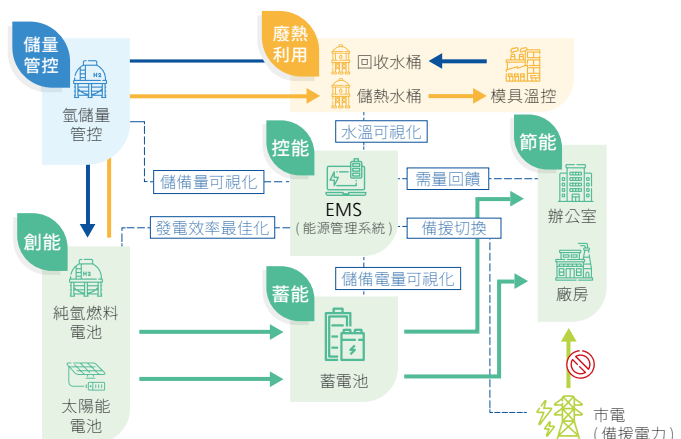
Panasonic 中國東北亞公司廣告部



亞太 ESG 行動聯盟

展望未來：以綠色創新推動商業與社會共融

2024 年，我們在純氫燃料電池與廢熱回收領域皆有新進展。透過擴增小型合作專案，推廣純氫燃料電池技術至物流、電子與半導體產業；廢熱回收方面已取得專利，實證場域成功將廢熱應用於門襯成型模具製程預熱，未來將擴及吸收式冷氣空調廢熱回收。台灣 Panasonic 集團將持續開發創能與蓄能設備，導入自有 EMS 能源管理系統，整合並優化能源使用，穩步實現減碳承諾與 RE100 綠色工廠目標，落實綠色製造。



永續特輯 2

全球 No.1 台灣 Panasonic 創新冷鏈工程系統解決方案

一站式服務 強化智慧與低碳系統整合

隨著少子高齡化、健康意識提升與疫情影響，臺灣對冷凍食品及新鮮食材需求持續增加，推動低溫倉儲市場快速成長。台灣松下銷售公司為突破冷鏈店鋪市場成長瓶頸與價格競爭，在既有的零售業低溫倉庫服務之外，積極拓展產品線與價值鏈。面對冷鏈物流需求提升，客戶兼顧成本與設備整合，卻常因系統與建築分包導致協調困難，因此客戶對於一站式整合解決方案的需求日益殷切。

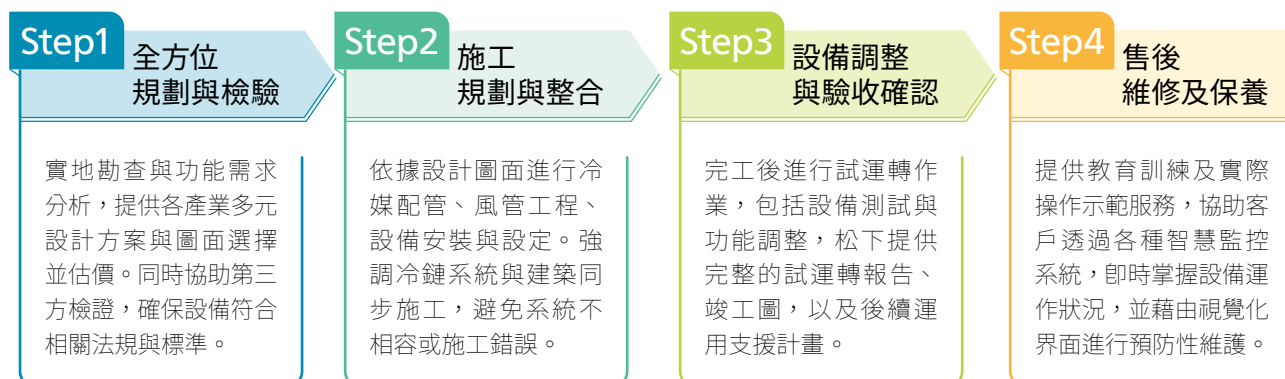
冷鏈(Cold Chain)為一種嚴格控制溫度的供應鏈，從原物料供應、生產、儲存到配送的過程，皆維持在低溫的狀態，以確保產品不受環境影響而變質。Panasonic 整合供應商資源，轉型為能處理大型倉儲工程的專案型團隊，滿足客戶從規劃、施工到維修保養的全方位需求。2024 年台灣松下銷售公司冷鏈工程創新解決方案更獲得全球 Panasonic 集團 Make New Award「New Challenge 部門」金賞。Panasonic 多年來以完善的設備商材優勢及維修保養體系獲得客戶信賴，包括冷凍機、PAC / VRF 空調機、製冷機等設備，再藉由全方位智慧環控系統，串接整合設備，提供 IAQ 智慧控制提高產品附加價值，有效進行能源管理以減少浪費。

冷鏈工程的創新與永續

截至目前為止，松下已在醫藥產業、食品工廠及漁港倉庫等成功導入冷鏈建置服務，專案金額超過 15 億新台幣。除此之外，松下仍不斷拓展服務內容，規劃逐步導入能源管理系統、溫控配送、燃料電池等低碳技術，建構高效率、低碳排的智慧倉儲系統。未來將持續深化冷鏈工程專業、強化雲端數據應用與跨部門整合，實現永續發展與營運效益的雙贏。

應用場景	使用技術及效益說明
醫藥產業 	設備及技術： Panasonic VRf5set、VRF 系統、冷凍藏系統、PIR 庫板、庫內地坪、快捲門、防撞工程 導入後效益： 確保醫藥品儲存過程中維持穩定的低溫環境，同時達節能效益
食品工廠 	設備及技術： 冷凍藏系統、PIR 庫板、庫內地坪、快捲門、防撞工程 導入後效益： 設備系統穩定性提高、維修更加便利
漁港倉庫 	設備及技術： 冷凍藏主機設備及安裝、庫板及設備安裝、VRF 設備 導入後效益： 可達負 50 度超低溫倉儲，提升漁產品質同時擁有節能效益

Panasonic 冷鏈工程統包優勢解密



永續特輯 3

空氣、水、陽光 — Panasonic 全方位居家解決方案

Panasonic 實踐綠色影響力 創造美好新生活

根據行政院統計，三口之家仍為台灣主要住宅型態。隨著小宅趨勢興起，空間運用效率與創新設計已成為現代家庭的重要課題。Panasonic 匯聚多元產品資源，打造全戶沉浸式生活情境，推出多種居家解決方案，讓每位家庭成員都能體驗智慧舒適的生活提案，重新詮釋家的樣貌與可能性。Panasonic 整合旗下獨有的空調、淨水、照明，實現高效能源管理與健康生活品質，同時貼近顧客需求，藉由 IoT 技術智慧聲控和 APP 遠端控制家電，讓使用者即時掌握能源使用狀況，與顧客共同達成節能減碳目標並創造美好生活。

以使用者為核心 打造智慧節能美學

Panasonic 提出多項健康居住對策，從空氣、水及陽光等不同面向設計相應居家解決方案，帶給顧客高品質生活。IAQ(Indoor Air Quality)空氣解決方案，透過 IoT 技術管理空氣品質六大指標—溫度、濕度、潔淨度、抑菌、除臭、含氧量，實現 24 小時智慧空氣調節，減少空汙與病菌對健康的威脅；飲用水解決方案，利用前戶式淨水器搭配家中各式專業淨水商品，從源頭把關家中的飲水與用水；照明解決方案，具備智慧亮度調整功能，不僅提升使用者舒適度，更具備節能效益；整體廚房與衛浴解決方案則展現出 Panasonic 以使用者為核心而貼心設計的各項細節，從櫥下型洗碗機到日本四分離式衛浴動線配置運用，體現永續設計的智慧與美感。除此之外，在現代家庭結構與生活型態快速改變下，寵物照顧解決方案也逐漸受到大眾關注，Panasonic 推出抗菌木地板、寵物通道室內門與寵物複合式餵食機等貼心配置，照顧人類與毛小孩的健康共好。

推進永續智慧城市發展 導入模組化建材解方

現代永續建築講求模組化、系統化與可調整性。Panasonic 推出的全屋收納解決方案與內裝建材解決方案，透過模組化收納系統、可選色門板與多樣木地板材質，結合耐汙、耐傷、耐用與安全等特性，不僅延長使用壽命、減少材料浪費，更滿足個人風格需求，讓美感與機能同步升級。此外，開關配線與 HA 系統也讓智慧家電成為實現永續生活的關鍵推手。智慧對講機、遠端監控、照明與電力系統的整合管理，不僅提高居住安全，也降低能源浪費，順應智慧城市發展趨勢。

Panasonic 透過一系列的智慧健康家電、節能設備以及模組化建築商材系統，引領消費者走向綠色美好生活。在持續推出創新前瞻技術的道路上，將擴大綠色影響力作為永續實踐的現在進行式。

九大解決方案

IAQ 全屋空氣
解決方案



全屋照明解決方案



整體廚房解決方案



開關配線解決方案



全屋收納解決方案



全屋飲用水解決方案



寵物照顧解決方案



整體衛浴解決方案



內裝建材解決方案

永續特輯 4

企業為社會所用 永續從心出發

在持續追求企業成長的同時，台灣 Panasonic 集團秉持「企業是社會公器」的核心理念，履行社會責任，透過公益參與、教育培力及引導產業減碳，為台灣社會的永續發展貢獻心力。

公益從每一個行動開始

透過每一次捐助、每一個志願服務，持續為社會創造正面影響，面對 2024 年花蓮強震災後，台灣 Panasonic 集團迅速伸出援手，捐贈 1,000 萬元協助災後重建。除了賑災捐款，集團內各公司也發起了一系列愛心公益活動，包含社福團體家電設備捐贈，員工自主發動志工服務與愛心捐款…等，並定期舉辦集團聯合淨灘活動，號召員工參與海洋保育，致力於打造更潔淨、更永續的生活環境。

我們也積極協贊了南山高中籃球隊、樂天桃猿職業棒球隊、桃園璞園領航猿籃球隊，Panasonic Taipei City Run…等體育活動及賽事，鼓勵青年學子追求體育夢想，也帶領民衆為健康永續而跑。



以行動邁向綠色轉型

為展現對全球氣候變遷的責任與承諾，台灣 Panasonic 集團積極配合政府的「2050 淨零排放」政策，作為企業界的領頭羊，推動產、官、學、研的合作，共同應對氣候變遷挑戰。我們與台灣中油共同舉辦論壇，深入探討淨零轉型的路徑與策略，並透過綠能解決方案推動產業升級。也參與亞太 ESG 行動聯盟交流會，分享在智慧化升級與低碳化轉型的成功經驗，期望能鼓勵其他企業共同加入實現碳排的目標。



教育扎根培育產業人才

台灣 Panasonic 集團推動多元產學合作方式，長年投入技職教育發展，提供充足教育資源，培育未來產業人才。我們致力於冷凍空調技術發展，自 2015 年起，集團捐贈超過 2,700 件家電實習器材，提升全台 12 所高工職校的教學設備，並與內湖高工、健行科大、高雄師大等院校合作，設立空調教育訓練中心，讓學生學習先進技術並獲得實習機會。此外，集團攜手台灣積電慈善基金會持續為技職學生提供工作媒合與探索的機會，也連續 35 年設立 Panasonic 獎學金計畫，激勵優秀學子。每年，我們還會舉辦家電創意加值競賽，激發學生的創意與技術實力，進一步促進產業升級。



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。

常務董事 兼董事長 洪裕鈞	常務董事 兼總經理 黃政成	常務董事 兼副總經理 林 仁	註：2025.04
董事 涂宗典	董事 洪裕超	董事 本間哲朗	董事 高見佳典
董事 林瑞龍	董事 張天來	董事 中山聡	
	監察人 林哲生	監察人 滿生淳也	

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
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協會，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

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。爲了達成經營目標，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 集團經營目標



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

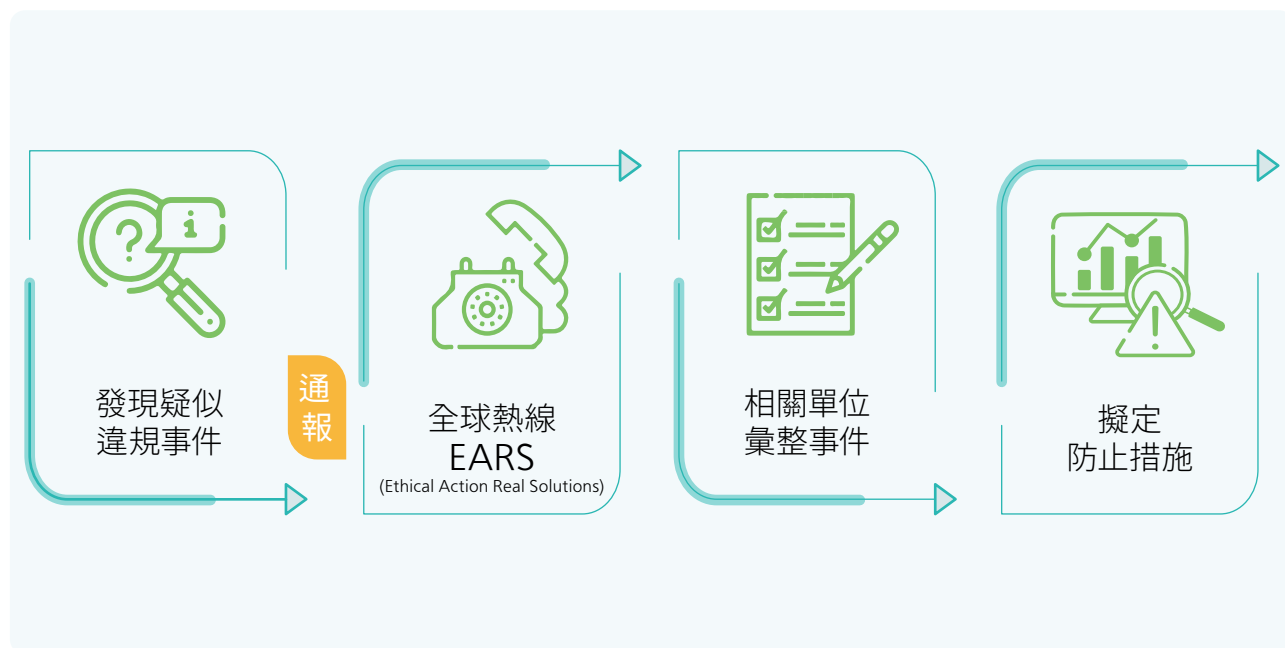


- 禁止不實交易和利益輸送
- 訂定嚴格的送禮及招待限制

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

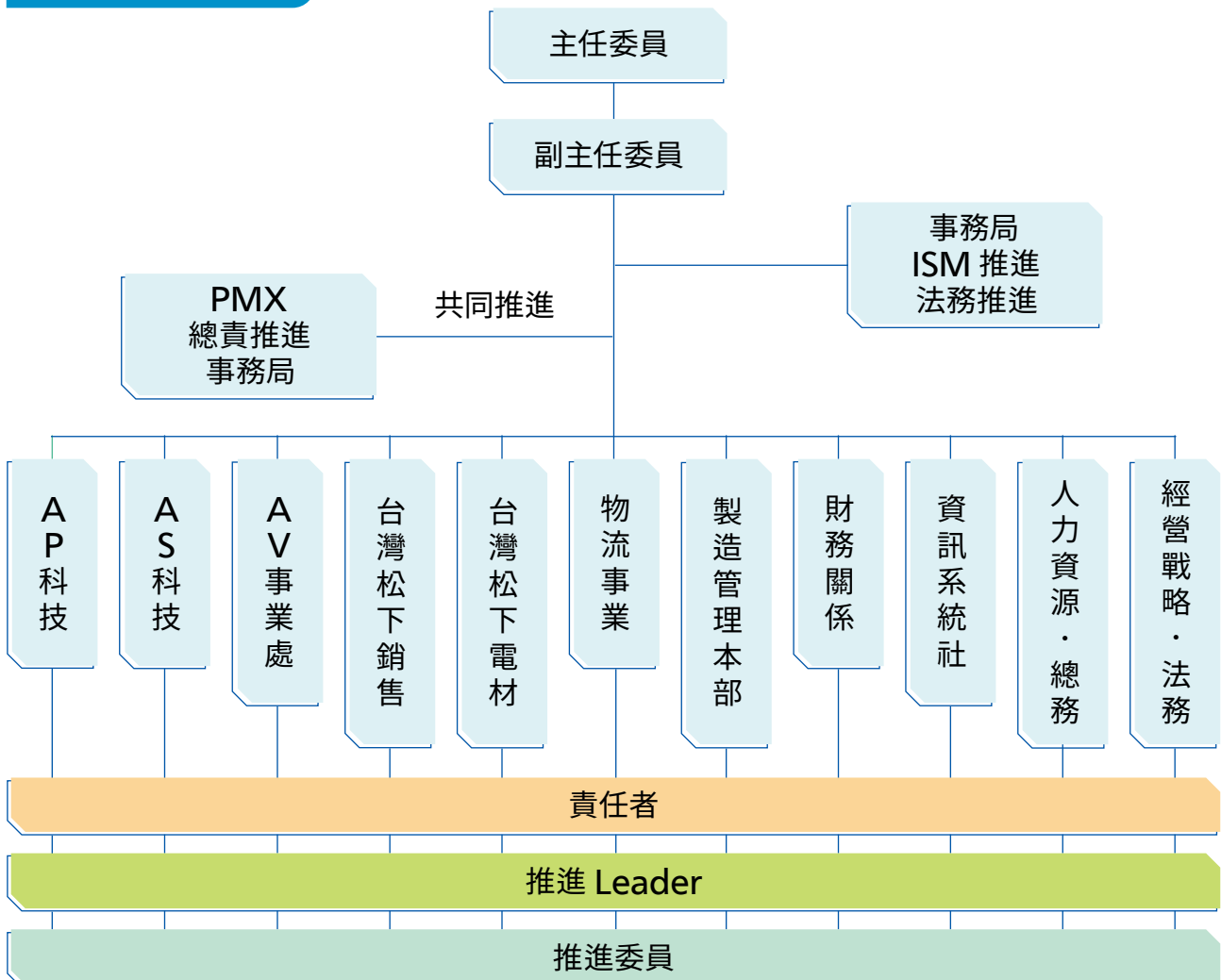
資訊安全政策

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。

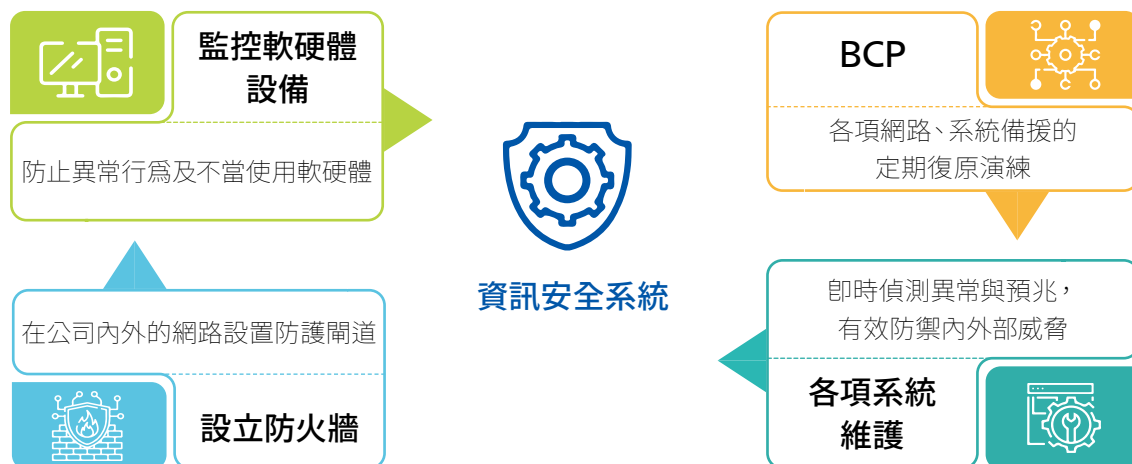


目前台灣 Panasonic 集團中，台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下銷售皆已取得 ISO 27001 資訊安全管理系統認證，並且每年均委託第三方機構進行 ISO 27001 的年度審查，因應 ISO 27001 改版，2025 年 1 月再取得 ISO 27001:2022 新版認證。截至 2024 年，未發生任何個資洩露事件，也未收到任何來自客戶之隱私投訴。

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。

事故 (事件)



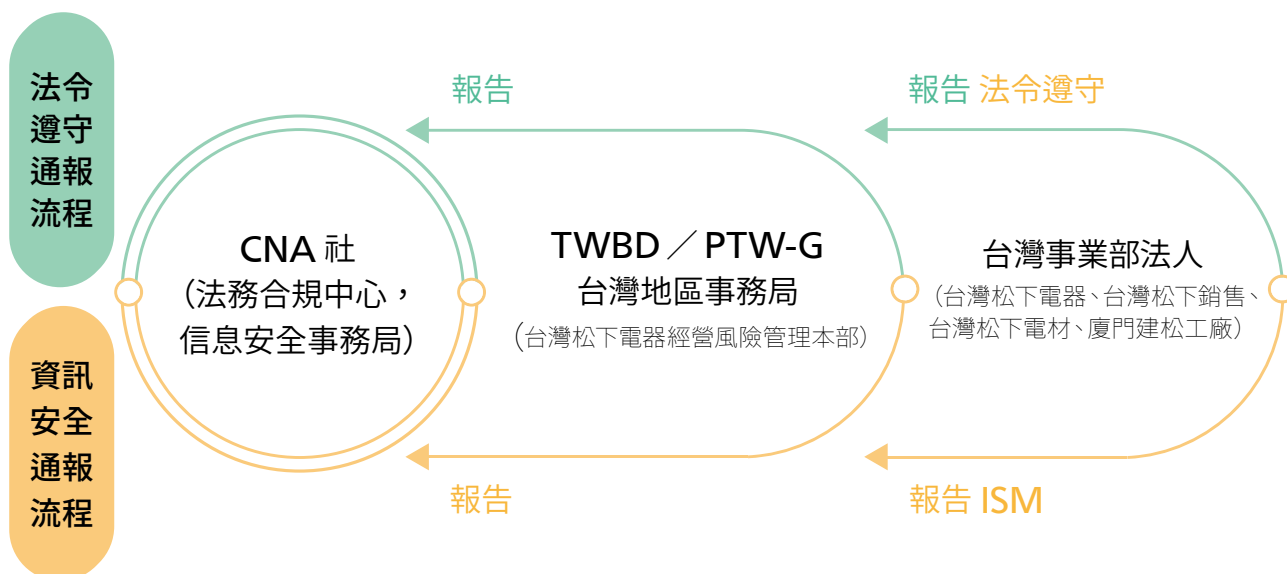
公司所擁有管理之情報 (營業秘密、個人情資、顧客情資等) 的保護受到威脅。例如：行動電話、記載情報書類文件的失竊、遺失、電子郵件的誤寄等。

事故 (事態)



達不到事故程度的案例，但是有可能成為事故或其徵兆。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。

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	• 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	• 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。

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：

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%

D1	D2	D3	D4
主要供應商	一般供應商	逐步終結交易的供應商	顧客指定供應商

註：新供應商評估等級為 D2



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

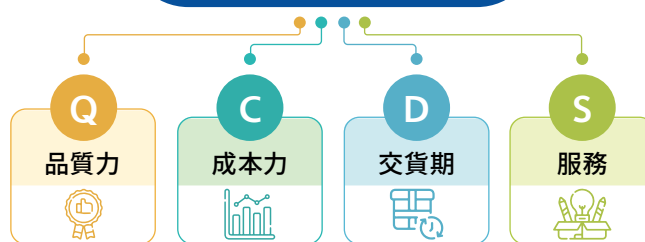
塑膠成形模、沖床成形模等



物料

布料、接著劑、塗料、氣體等

Panasonic QCDS 綜合評估等級面向



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

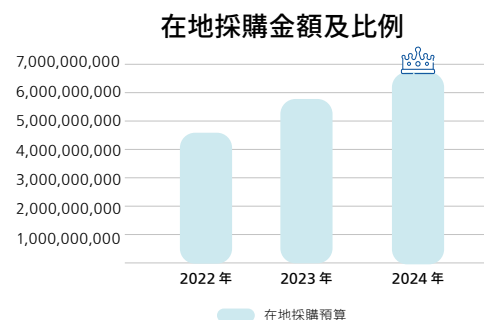
台灣松下電器國外輸入廠商全數達成 2024 年 QCDS 評鑑目標分數，而國內採購廠商目前因價格合理化達成率較低，評鑑分數仍有進步空間，我們仍持續與廠商溝通、協助改善。

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

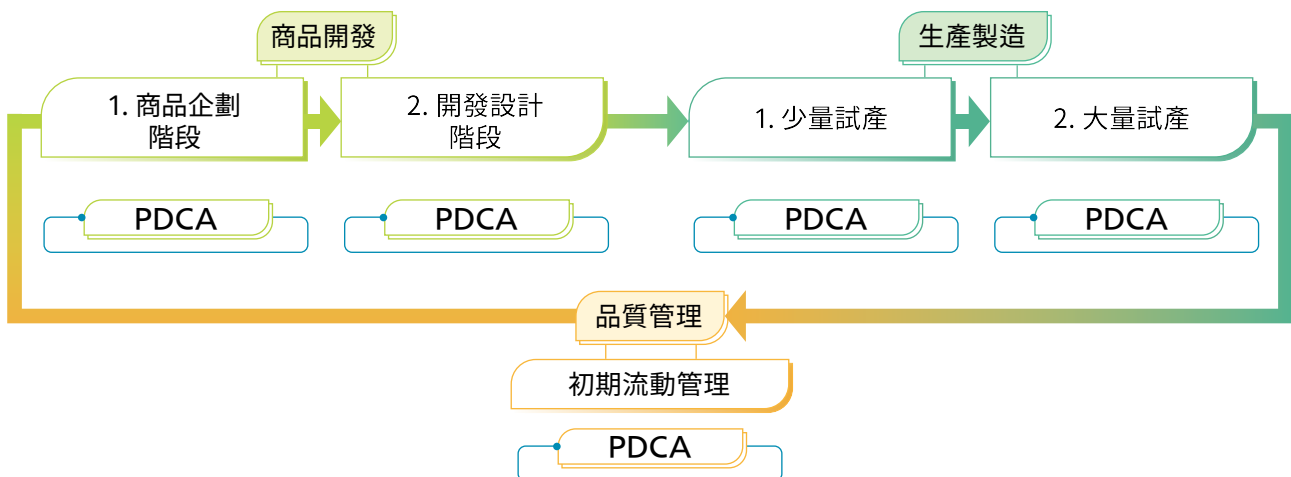
台灣 Panasonic 集團將品質視為核心競爭力，致力於提供高品質產品與服務。松下為提升品質，訂定運營方針為「在製造產品前，先培育人才」。因此制定「人才開發業務基準」，並定期安排品質管理教育課程，提供品管工程師、品管技術師之課程研習，以及 P-FMEA、D-FMEA、ISO、QC 手法、QFD 等專業研修，並協助員工取得相關證照。



2024 年，智慧家電及照明開關整合系統，榮獲 CNA 商品表彰之鼓勵賞。

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	總公司 製造管理本部 品質中心	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	製品法規 / 品管標準 委員會	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	品質政策委員會	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	各製造事業處 品質管理組織	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	台灣松下銷售公司 設計服務部門	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 leepoch 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

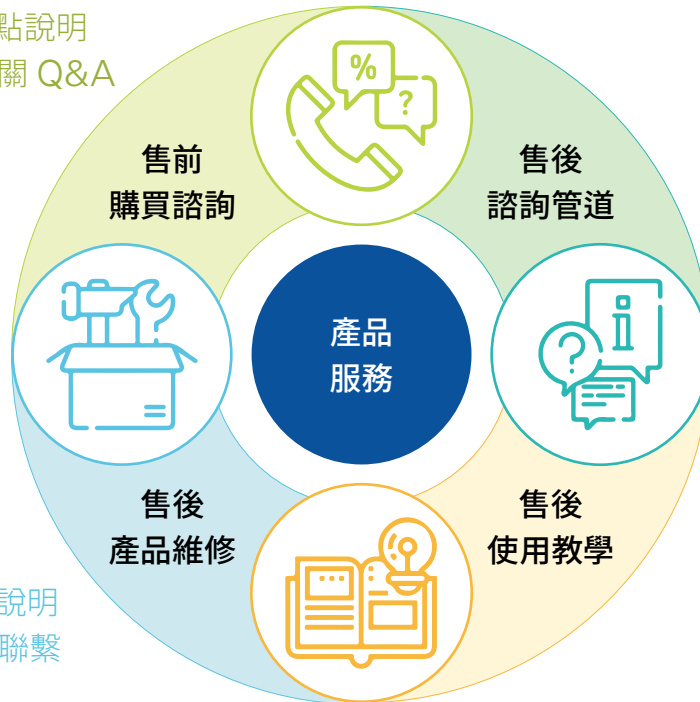
台灣 Panasonic 集團始終將顧客的使用與體驗放在第一位，提供多元、智慧且個人化的客戶支援方案。為提供顧客更快速、便捷的整合資訊服務，2024 年官網導入 AIGC 驅動的智能文字客服，提供 24 小時不間斷、精準的線上諮詢，且更新後的客服系統能更自然、流暢地理解並回應顧客的多元問題，提供更貼近真人互動的服務體驗。

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

02



綠色製造

2.1 能源與碳管理

2.2 環境管理

2.3 氣候變遷與調適

2.4 綠色產品發展願景

2.5 綠色技術研發與創新



章節亮點



2024年節能競賽
所有節能計畫實施

共帶來 **1106.1** MWh
節能量



獲得2024年全社製造
表彰大會（設計革新組）

銀獎



榮獲第二屆

新北企業經典獎

- 永續發展組

7 可負擔能源



9 工業、創新及
基礎建設



11 永續城市與
社區



13 氣候行動



2.1 能源與碳管理

台灣 Panasonic 集團致力於運用「節能」、「創能」、「儲能」和「能源管理」四大概念，全面減少二氧化碳排放量。透過多項計畫與技術的不斷改進，我們致力於實現 2050「耗能＜創能」的願景，同時降低環境負擔，落實環境永續的承諾。

環境管理考核機制

台灣 Panasonic 集團為精確掌握能源、水資源與廢棄物的使用與管理情況，設立環境管理考核機制，透過每月監控能資源數據，對照目標達成率，並在發現異常時進行分析與改善。2024 年並未發現重大異常，我們將持續維持機制運轉，穩定掌握能資源的使用與任何狀況。

此外，環境績效須登錄至全球 Eco system 線上系統，供集團總部統一監管，並在必要時提供差異說明與改善計畫。過去，環境管理考核機制主要以「排放密集度」（各據點每億元銷售額之排放量）作為指標，並將各據點最高主管納入考核範圍，若未達標，將影響其考核結果。目前，集團正規劃調整考核方式，以整體公司銷售額的排放密集度作為新指標，更全面地考量企業成長與環境管理成效。

年度節能競賽

為提升集團內各公司的節能動力，台灣 Panasonic 集團自 2023 年起，由製造力強化中心舉辦內部節能競賽，鼓勵各廠區規劃並執行節能措施，以競賽形式推動實施。同時，製造力強化中心依據中國東北亞公司的目標，為各廠設立年節能量 2% 的目標。本競賽也將評選出最佳節能案例，並推進至中國東北亞公司主辦的節能競賽。此外，日本總部也將對節能表現優異的分公司進行全社製造表彰，以鼓勵其卓越成效。

2024 年，共有總務部及六工廠參與節能競賽執行節能計畫，共計有 **26** 件節能專案，共帶來 **1106.1 MWh** 的實際節能量，節能率為 **4.12%**。

空調	冰箱工廠	洗衣機工廠	視聽工廠	汽車電子工廠	成形工廠	總務部
參賽件數						
5	4	4	4	5	3	1
參賽物件年度總節電量 (MWh) ^註						
311.78	88.34	93.05	118.75	58.96	287.47	126.4

註：此表格年度節電量計算區間為 2024/04~2025/03

節能競賽優秀物件

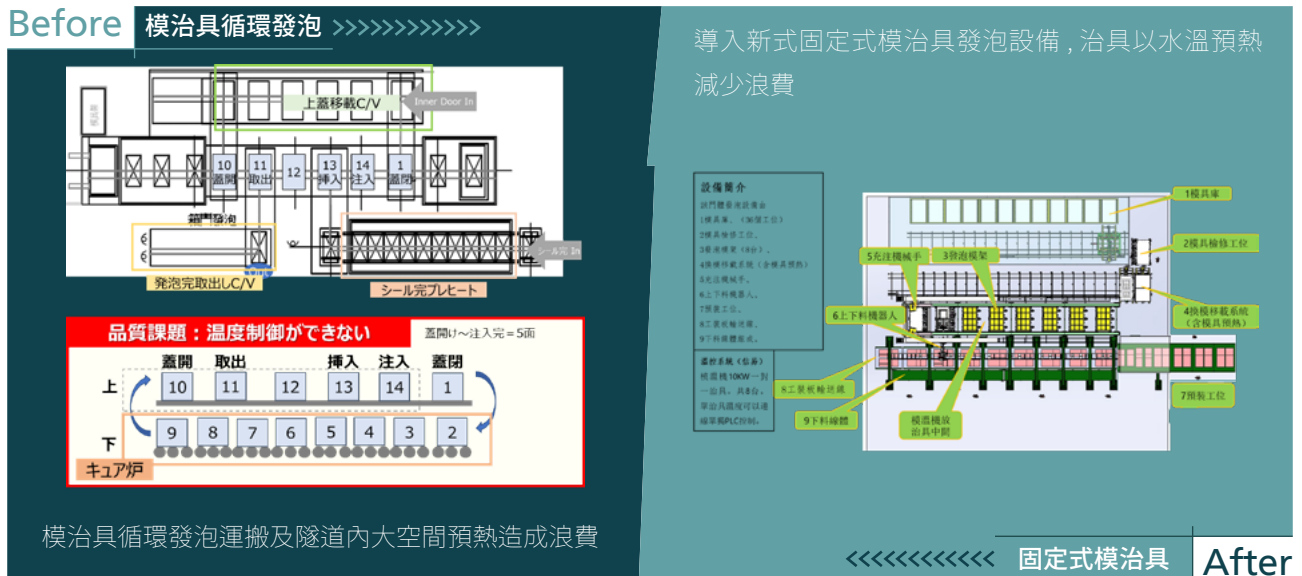
2024 年，冰箱工廠進行製程改善，為了降低設備能耗，檢視現有焊接作業，通過工法變更導入新壓接設備，取代原有焊接製程，以減少高耗能設備使用並提升作業效率

導入三台新接壓設備後，一年可節省 **8,276** 度電



冰箱工廠發現製程中，模具使用循環式發泡將造成搬運過程產生大量預熱浪費，故 2024 年 9 月導入固定式發泡設備，以水溫預熱減少浪費

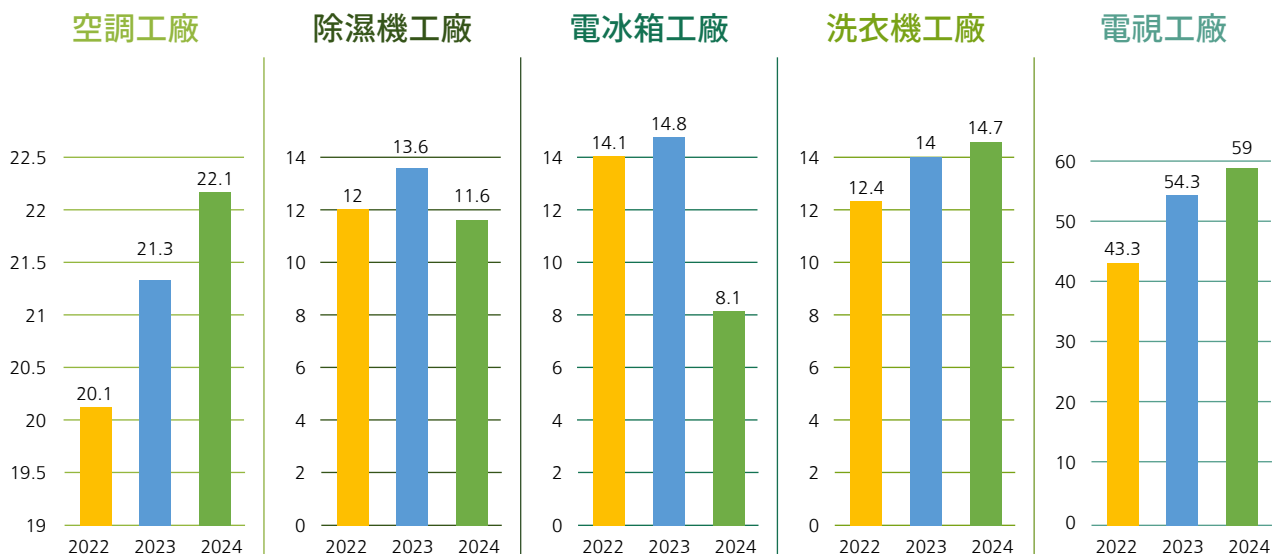
總投入金額約 **1.1 億**，改善後預估一年可節省 **582,490 元**、減少 **147,760 度** 用電量，約減少 **73,033CO₂e** 排放



生產效率提升

台灣松下電器各主力產品工廠，年年致力於提升生產效率，透過採用節能空調與照明設備，淘汰老舊耗能設備，更新為新式節能的生產設備，以及製程節能等手段，逐年推動製造節能減碳。

各工廠 2022 年至 2024 年生產效率



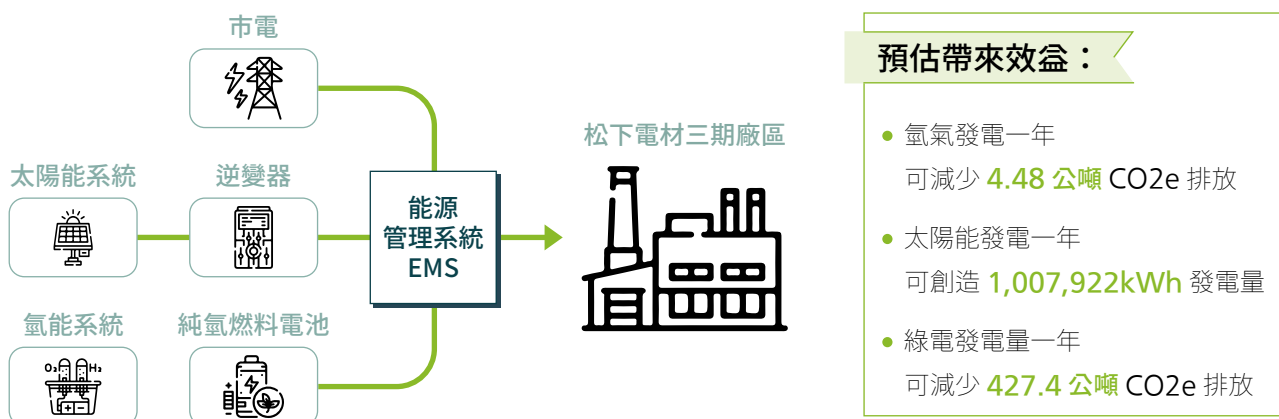
註 1：生產效率 = 人均生產性，單位為新台幣千元 / 人 * 小時

註 2：除濕機工廠 2024 年實施空調新產線改造

註 3：電冰箱工廠 2024 年實施 Door 發泡設備改造

松下電材節能前驅：節能工廠建造中

台灣 Panasonic 集團除了打造 miniRE100 淨零實證場域，更藉由多項計畫和技術減少環境負載。其中，松下電材亦規劃建置三期廠供電系統，導入太陽能系統和氫能系統，包括容量 498.8kWh 的太陽能電池、2 個氫氣供應區及 2 台純氫燃料電池裝置，並配合智慧能源管理，打造一座節能工廠，實踐我們的綠色影響力。新廠建築預計於 2027 年完工，並於 2027 年建置太陽能和氫能系統，正式運轉邁向節能。



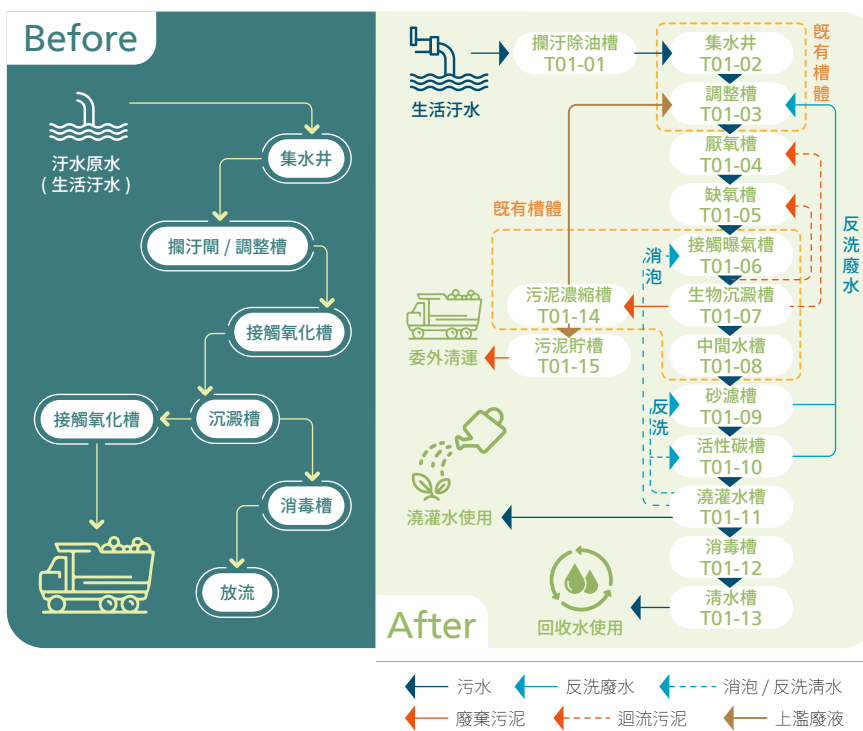
三期廠區模擬圖



松下電材升級汙水三級處理 - 回收水全數再利用

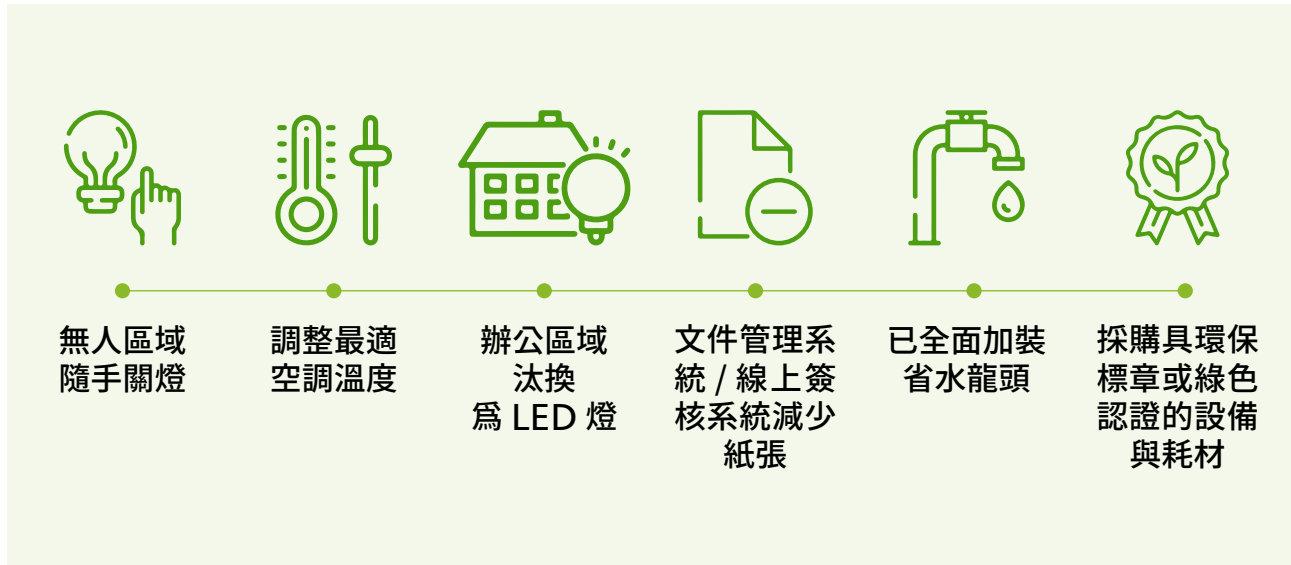
連同松下電材的三期廠區節能工廠，松下電材針對水資源管理亦已規劃進行汙水處理系統升級。不同於原先的汙水二級處理系統，升級汙水三級處理系統後，將可利用厭氧與缺氧槽，汙水經消毒過濾與吸附後，即可達到三級回收水再利用標準，預期可大幅提升水回收效率。

- ✓ 廁所沖水設施
- ✓ 冷卻水塔設施
- ✓ 花園樹木



綠色營運與表彰

台灣 Panasonic 集團透過內部節能競賽鼓勵節能之外，2005 年便已自主開始實施辦公環境的各項節省能源之活動。我們透過推動辦公流程電子化，有效減少紙張與一次性辦公用品的使用，同時倡導節能節水行為，並由上而下培養員工實踐綠色生活與低碳工作的日常習慣。



除了持續推動綠色辦公與節能作為，亦透過制度化管理與員工參與，深化環境永續實踐效能。集團內多個單位在環保推動與污染防治方面展現卓越表現，屢獲公私部門表揚，展現台灣 Panasonic 集團對環境責任的重視與具體作為。

 113 年度空氣汙染
防治專責績效考核優良人員

 113 年度推動環保
友善項目：環保車隊

 ISO 14001 證書



松下多層材料積極參與環境相關改善活動，為地區環境保護活動做貢獻

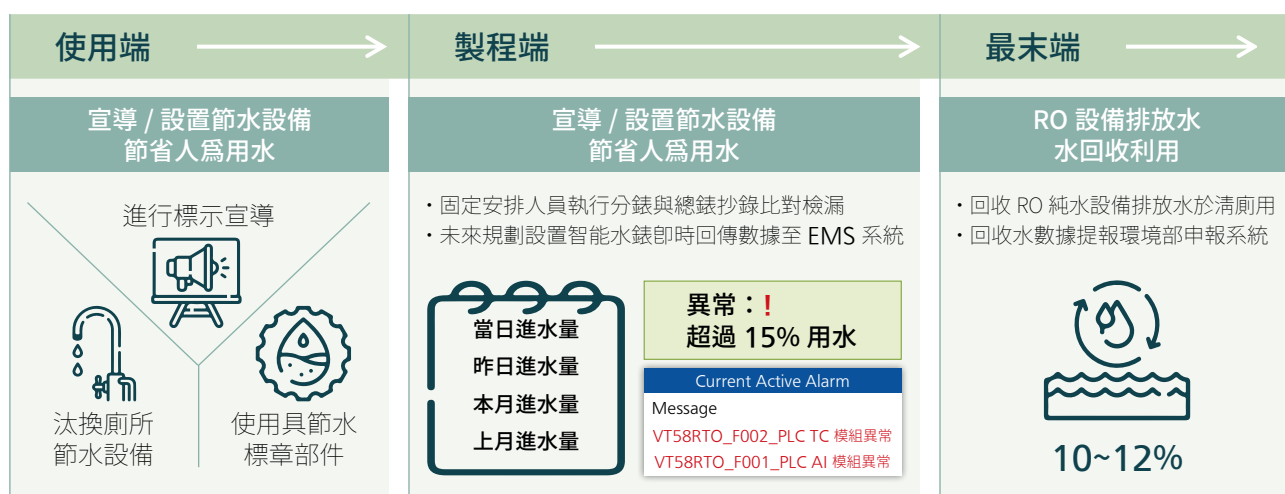
松下多層材料積極參與環境相關改善活動，為地區環境保護活動做貢獻

2.2 環境管理

水資源管理

台灣 Panasonic 集團重視水資源管理，持續推動減少用水與提升回收利用，以提高資源使用效率。我們針對水資源的使用過程，從人為用水、製程管理到最終排放，分別制定相應措施，致力於源頭減耗與提升回收率。2024 年度總用水量下降至 2544.16 千立方公尺，達成每年減少 1% 的目標，中和廠區用水總回收率為 12.29%。

2024 年度用水量相較 2023 年減少 23.61%

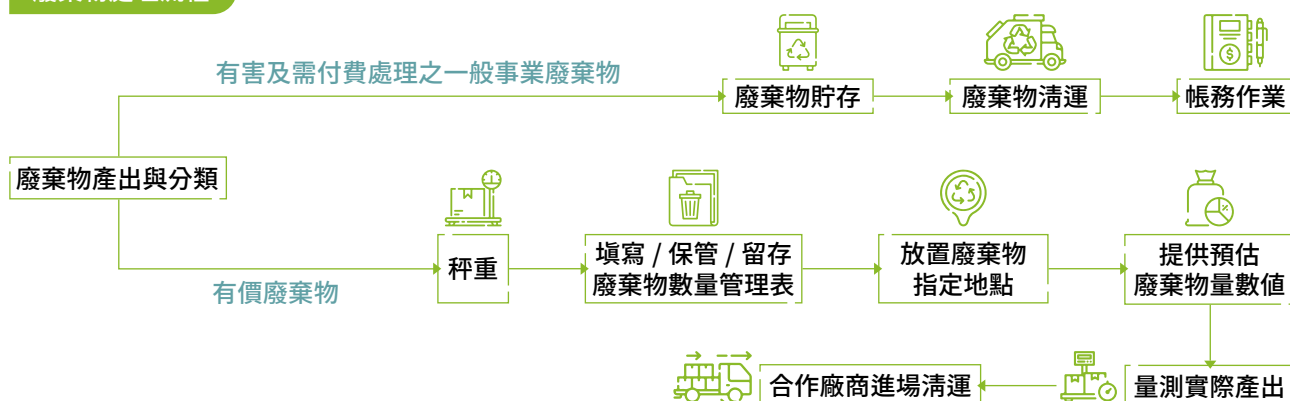


廢棄物管理

台灣 Panasonic 集團的廢棄物主要來自生產過程中的事業廢棄物。為響應循環經濟，我們優先推動回收與再利用，並制定合作規範，確保廢棄物能夠妥善處理，最大程度降低對環境的影響。

近年來，我們進一步優化廢棄物管理機制，將處理費用由總部統一支付調整為由各部門自行負擔，透過「使用者付費」的方式，提高部門對廢棄物減量的意識與責任感。此外，我們積極推動包裝與物流材料的優化，例如國內廠區已全面採用可再利用的塑膠棧板，以取代傳統廢木棧板，並強化垃圾分類與資源回收機制，確保生產過程符合永續發展目標。

廢棄物處理流程



廢棄物處理廠商合作規範

在預定的交易期間內，處理商是否仍具有有效期限的許可證

具有處理全部委託的廢棄物種類所需的充分處理能力

處理商是否有 5 年以上營業實績，沒有經營上的失敗及製造社會問題會的違法行為

處理廠商開展事業活動時是否遵守法令和企業倫理

處理廠商與一般處理廠商相比，是否有更健全的財務體質、經營穩定的事業

處理廠商依環保局規定每年配合事業單位進行現地查核

減廢亮點

物流活用 IT 作業效率化 - 出貨作業無紙化推動，省紙省時省力三面掌握

2024 年

節省紙張費用 **58.3** 萬元節省紙張列印時間 **823** 小時 / 年節省輸入機號作業工時 **1584** 小時 / 年

改善前



10 分鐘

司機逐台運搬
撕取商品機號

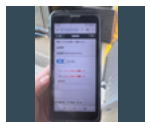
5 分鐘

貼附機號
於紙張

5 分鐘

人工逐筆刷取機號
費時效率差

改善後

商品出貨至
司機疊貨作業區使用 PDA 登入
該車次批號

5 分鐘

使用 PDA 直接輸入
iEPOCH 系統

2024 年我們持續推動無紙化措施，因應商品出庫時，司機須逐台撕取商品條碼貼附於紙張後，再由事務人員將機號掃描至公司系統，才可列印出貨傳票給司機出庫配送的人工二次作業費時問題，我們已於全台倉庫引入 PDA 設備，讓物流司機及檢貨人員可藉由 PDA 直接刷取商品機號獲取所需資訊，提升倉庫出貨作業效率

效益 1：物流司機平均每車次可提早 15 分鐘完成出庫作業

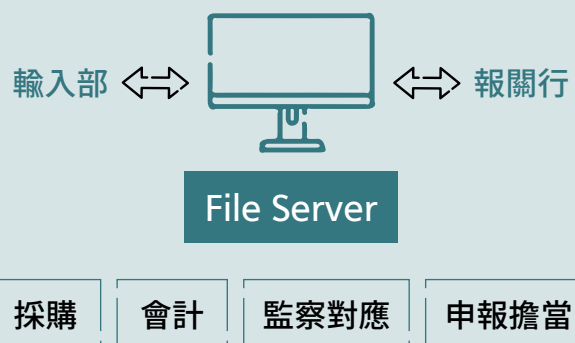
效益 2：PDA 刷取商品機號，檢貨檢錯率零發生

2024 年，物流事業也統一將全台倉庫出貨傳票改為 A4 紙格式，解決顧客原先收貨時傳票張數過多、每張傳票呈現資料過少之問題。

出貨傳票變更 A4 樣式後，出貨傳票月平均可減少約 30%，一年約可節省 39,300 元。

物流事業 報關文件無紙化

2024 年，物流事業正式實施進出口業務流程無紙化，原先通關相關文件係以紙本提交、留存，現將重複性高的文件由物流、報關行上傳至松下公司 file server 取代紙本，提供各使用單位申請自行下載使用，以削減報關費用，預估以此模式進行報關，一筆可節省印刷、紙張採購、人工作業成本、報關費 150 元，一年預估可節省 **750,000** 元



台灣松下營造應用鋁模系統模板減少建造過程廢棄物 - 九昱亞士都案

台灣松下 2023 年開始於建案中使用鋁模系統模板，2024 年更就九昱亞士都案進行效益統計。分析指出，使用鋁模系統模板將可大幅減少建造過程產生之廢棄物，此外，基於鋁模重量輕之特性，亦可減少工人搬運負擔，降低執意傷害風險。同時滿足邁向環境友善及守護職場健康安全，未來也將應用於更多適用之建築環境

量化效益

1. 施工效率與工期縮短：鋁模組裝速度較傳統木模提升 30%~50%；單層施工週期可從 18 天縮短至 12 天；減少支撐系統需求，加快後續工序（如鋼筋綁紮、混凝土澆置）
2. 模板使用壽命與成本效益：可重複使用 150~300 次；單次使用成本可降低約 30%~50%；可標準化製造，適合大規模、高重複性建案
3. 減少材料浪費與碳排放：可回收率達 90% 以上；減少 30%~50% 木材消耗；減少混凝土滲漏與模板變形，提升施工品質及降低維修成本



鋁模板與傳統木模板之差異分析

指標	鋁模板	傳統木模板
施工速度	快 (3~4 天 / 層)	慢 (5~7 天 / 層)
模板壽命	150~300 次	5~10 次
施工品質	高精度、平整度佳	易變形、需修補
職安衛	減少高空作業與搬運負擔	高強度體力勞動
環保性	可回收、減少木材消耗	大量木材消耗
初期投資	高	低
適用性	標準化建案佳	複雜造型較適用



松下多層材料 - 2024 空汙處理亮點

廢棄焚化爐更新

2024 年，台灣松下多層材料自主進行廢棄物焚化爐更新，望能透過設備汰換持續減少對環境的衝擊，並獲得新竹縣政府環保局 500 萬元補助費用

空氣汙染防制 驗證排放係數

除汰換設備，台灣松下多層材料亦於 2024 年進行「揮發性有機物(VOCs)」自廠係數的驗證

原先空汙費以公告係數申報，本廠使用的原物料銅面積層板並無對應係數可使用，故無法有效識別係數並規劃減排；而自建係數後，可實際計算排放數量並有效減量，預估防治效率可達 **95%** 以上、空汙費年可節省 **265 萬元**

2.3 氣候變遷與調適

TCFD 氣候風險鑑別

面對日益頻繁的氣候變遷災害，減緩全球暖化已成為刻不容緩的課題。台灣 Panasonic 集團深刻意識到極端天氣與全球暖化對營運帶來的風險，並積極推動氣候風險管理。為此，集團導入 TCFD (氣候變遷相關財務揭露) 架構，透過「治理」、「策略」、「風險管理」及「指標與目標」四大面向，評估氣候風險與機會，並強化相關機制，期望在降低氣候衝擊的同時，也為企業開創新的發展契機。

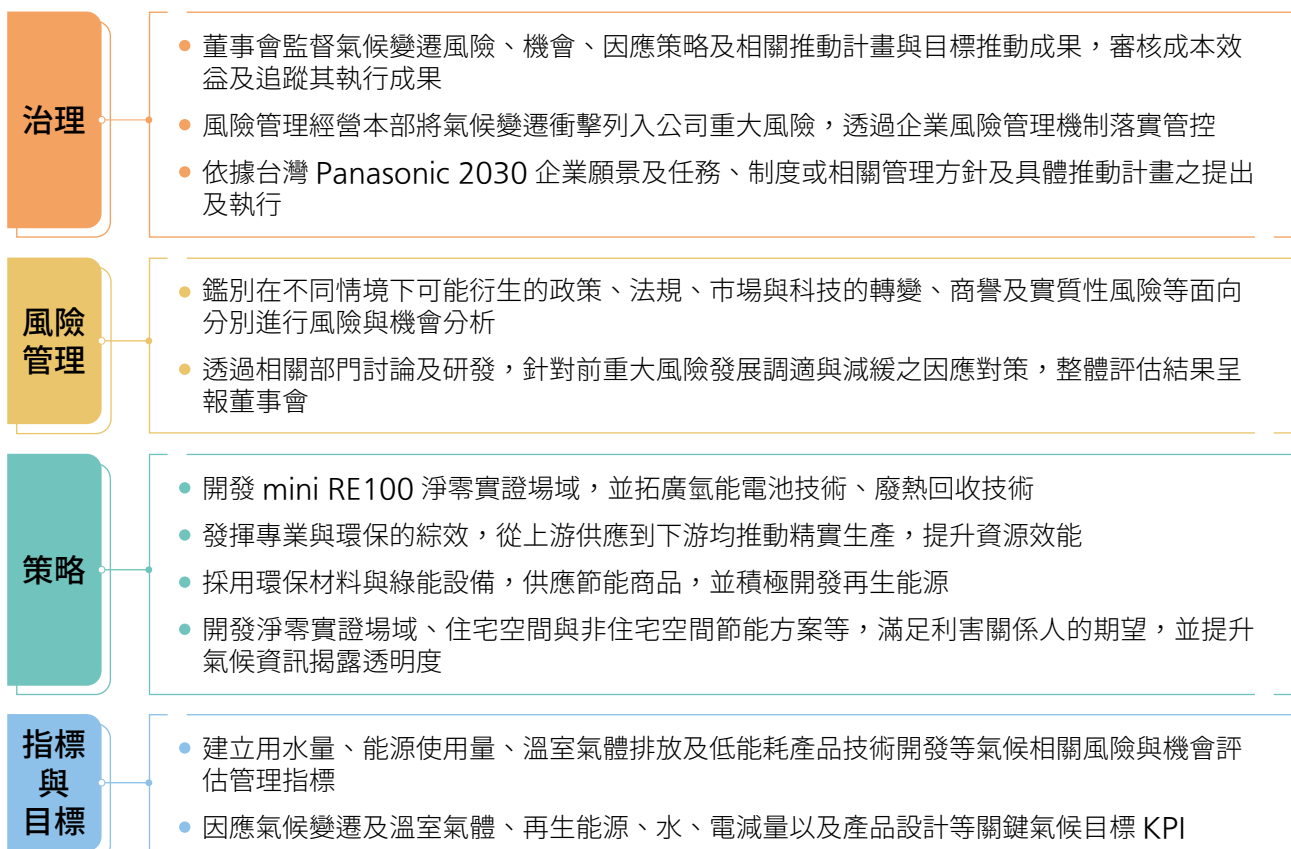
氣候變遷治理與管理架構



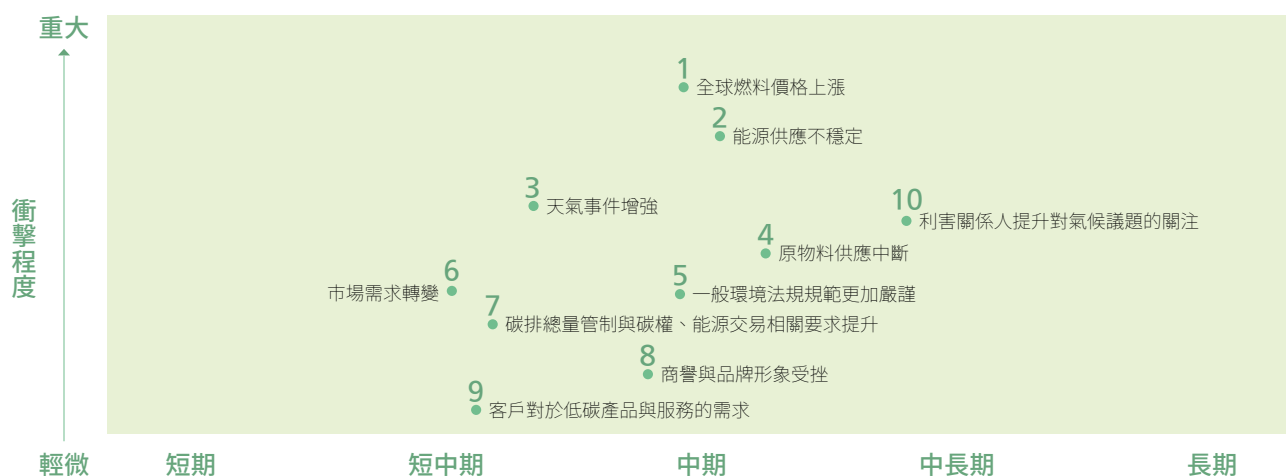
氣候變遷風險與機會鑑別流程



氣候變遷因應策略



氣候變遷重大風險矩陣圖



氣候風險與機會

面對日益惡化的極端氣候可能對企業營運及財務造成的嚴重潛在衝擊。台灣 Panasonic 集團依據 TCFD 執行氣候相關風險及機會鑑別，並考量內部與外在環境變化，找出對公司財務上的潛在影響與可能機會，同時因應氣候變遷做出管理方針及應對措施。

實體風險	風險衝擊描述	對財務之潛在影響	管理方針 / 因應措施	未來機會
全球燃料價格上漲	燃料如柴油、燃煤價格大漲，對供應鏈造成衝擊	價格上升導致採購成本提升，降低營運毛利	- 評估替代方案增加燃料供貨源，降低單一供貨商斷鏈的風險 - 提升燃料使用效率	- 透過良好供應鏈管理穩定事業，進而提升競爭力 - 發展再生能源事業，搶佔未來市場
能源供應不穩定	電力供應不穩定，造成停產、降載等營運可能中斷的事件發生	停產、降載等事件導致的營收損失及設備損失	- 定期與電力維護廠商模擬緊急狀況下的發電機調度及應變 SOP，提高人員訓練熟悉度 - 建置再生電源或儲能系統，降低風險	- 開發再生電力，分散能源依賴度，降低風險 - 投入能源事業（儲能 / 創能），增加事業競爭力
原物料供應中斷	原物料供應中斷，造成生產延遲、替代性原物料成本大漲	生產延遲導致交期延遲的賠償，以及購買替代性原物料的額外成本	- 確保多頭供貨來源，並建立供應商行為準則管理 - 提供時價趨勢及物料的漲幅影響，供業務向客戶提出漲價	- 透過多元供貨管道及良好供應鏈管理提升穩定度及競爭力 - 拓展供貨源頭地點，增強供貨應變能力
天氣事件增強	颱風、地震等極端天氣事件造成營運中斷或廠區毀損	營運中斷造成的營收損失	- 針對颱風準備沙包、進行防水閘門演練 - 定期維護廠區建物規劃緊急動線，並進行消防演練	- 透過定期維護增強廠區設備建置，提升工作環境 - 透過營運持續管理降低天災風險，提升應變力

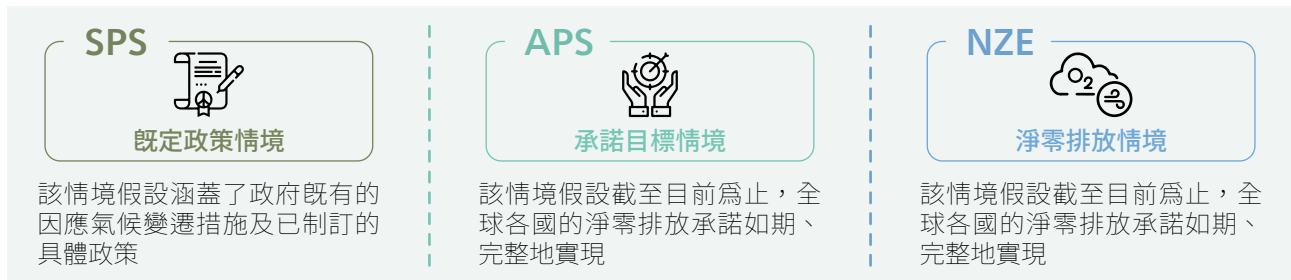
轉型風險	風險衝擊描述	對財務之潛在影響	管理方針 / 因應措施	未來機會
一般環境法規規範更加嚴謹	未來受到政府法規規範，如：《氣候變遷因應法》，導致營運方向需調整	企業內部轉型以符合規範的額外支出開銷	- 以「Panasonic 環境願景 2050」回應《氣候變遷因應法》 - 建立良好環境法規管理措施，確保營運符合政府規範	- 提前布局提升台灣 Panasonic 集團在未來對於政策的應變能力，提升競爭力 - 透過提前響應政策提升台灣 Panasonic 集團與政府之間關係
市場需求轉變	政府及顧客對於低碳解決方案的要求，導致產品開發方向轉變	提供低碳解決方案增加的研發成本	- 積極配合政策需求，建置製造力強化中心推動轉型 - 致力於開發符合 CNS 規範的節能產品	透過回應政府及顧客需求，提升產品在市場上的能見度和影響力
碳排總量管制與碳權、能源交易相關要求提升	政府及顧客對於低碳解決方案的要求，導致產品開發方向轉變	碳權、能源相關需求衍生出的額外成本	- 集團內部規劃 2050 年耗能 < 創能，積極建置再生能源，並提前規劃綠能憑證的購買 - 建置淨零實證場域並拓展氫燃料電池和廢熱回收技術	透過本集團先進的減碳相關產品及解決方案獲取碳權，攻佔碳權交易市場
商譽與品牌形象受挫	因企業環境面不當或違法之舉，重挫利害關係人之信任，對於品牌商譽有負面影響	顧客對於品牌信任下降導致營收下跌，以及商譽損失帶來的其他無形成本	針對廢棄物積極進行管理，確保廢水排放、廢棄物回收符合法令規範，避免造成顧客觀感下降	宣揚集團環境理念，提升消費者對於台灣 Panasonic 集團的品牌形象
客戶對於低碳產品與服務的需求	客戶對於低碳產品和服務的需求提升導致集團須對產品做改善	綠色產品及服務研發的支出成本	發展再生能源、智能 AIoT、儲能等能源解決方案	- 把握市場需求轉變出現的藍海，搶占市場先機 - 透過多元新興解決方案，提升客戶需求的解決能力
利害關係人提升對氣候議題的關注	利害關係人對氣候議題的關注逐漸提升，致使集團必須做出回應	針對氣候變遷做出回應的因應作為開銷成本	- 將氣候變遷風險納入風險管理方針內 - 將 TCFD 的管理原則納入集團內部策略考量，並揭露於報告書中	因台灣 Panasonic 集團對於氣候變遷的積極回應帶來更多利害關係人的支持和認同，從而提升形象

依據上述氣候變遷風險議題，台灣 Panasonic 集團訂定追蹤管理制度，2024 年執行成果與 2025 年度之目標設定詳如下：

項目	2024 年達成成果	2025 年短期目標設定	中期目標設定 (至 2030 年)	長期目標設定 (至 2050 年)
全球燃料價格上漲	氣候變遷造成燃料供應中斷 0 天	持續維持氣候變遷造成燃料供應中斷 0 天	2030 年達成製造工廠低碳運作	協助供應商發展再生能源及電力設備，促進供應鏈減少碳排放
能源供應不穩定	- 氣候變遷造成營業中斷天數 0 天 - 集團使用電力較前一年減少 2%	- 持續維持氣候變遷造成營業中斷天數 0 天 - 集團短中長期目標為節電量 ≥ 上一年度用電量的 2%	- 氣候變遷造成營業中斷天數 0 天 - 集團短中長期目標為節電量 ≥ 上一年度用電量的 2%	- 全面使用再生能源，廠內自行發電，並透過儲能開發降低因電力中斷造成的營運不穩定因素 - 集團短中長期目標為節電量 ≥ 上一年度用電量的 2%
天氣事件增強	極端天氣造成原料供應中斷 0 天	持續維持極端天氣造成原料供應中斷 0 天	持續維持極端天氣造成原料供應中斷 0 天	持續維持極端天氣造成原料供應中斷 0 天
原物料供應中斷	- 氣候變遷造成原料供應中斷 0 天 - 符合松下綠色採購規範供應商 100%	- 持續維持氣候變遷造成原料供應中斷 0 天 - 符合松下綠色採購規範供應商 100%	- 持續維持氣候變遷造成原料供應中斷 0 天 - 符合松下綠色採購規範供應商 100%	- 持續維持氣候變遷造成原料供應中斷 0 天 - 符合松下綠色採購規範供應商 100%
一般環境法規規範更加嚴謹	發生環境污染違規事件 0 件	持續維持發生環境污染違規事件 0 件	持續維持發生環境污染違規事件 0 件	持續維持發生環境污染違規事件 0 件
市場需求轉變	產品 100% 符合 CNS 節能標章	持續達成產品 100% 符合 CNS 節能標章	持續達成產品 100% 符合 CNS 節能標章	持續達成產品 100% 符合 CNS 節能標章
碳排總量管制與碳權、能源交易相關要求提升	導入 ISO14064，且溫室氣體排放量較去年減少 2.18%	溫室氣體排放量較去年減少 2% 以上	達成內部全面低碳運作	達成耗能 < 創能
商譽與品牌形象受挫	2024 年無任何不法情事與環境面負面新聞	2025 年無任何不法情事與環境面負面新聞	2025-2030 年無任何不法情事與環境面負面新聞	2031-2050 年無任何不法情事與環境面負面新聞
客戶對於低碳產品與服務的需求	開發 ECONAVI 等節能產品，降低產品碳排放量	持續開發節能產品降低產品碳排放量	持續開發節能產品降低產品碳排放量	持續開發節能產品降低產品碳排放量
利害關係人提升對氣候議題的關注	導入 TCFD 碳費情境分析，了解徵收碳費之曝險程度	持續進行不同情境分析，並於報告書中揭露	持續擴大氣候變遷風險的評估範圍	持續擴大氣候變遷風險的評估範圍

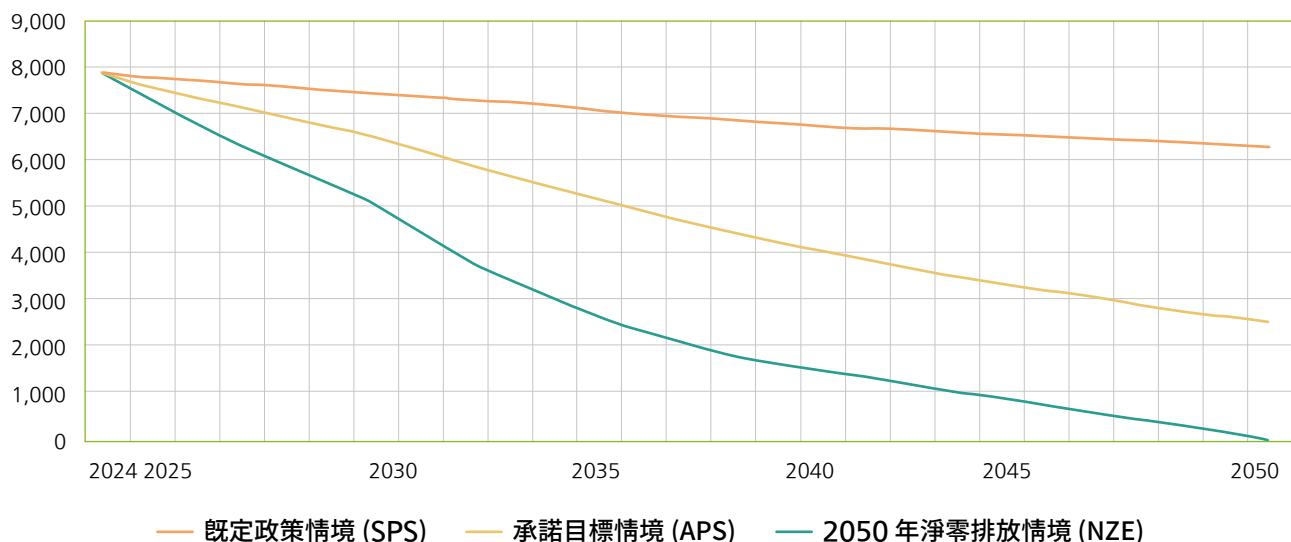
氣候變遷風險情境分析：碳費分析

台灣 Panasonic 集團長期關注氣候變遷，加上環保法規趨嚴、碳排總量管制與碳權、能源交易相關要求提升，自 2025 年起，年排放量超過 2.5 萬噸的企業需依碳排量繳納碳費，並自 2026 年起正式收費，未來隨政府規範趨嚴，我們也可能成為列管徵收對象。為強化氣候變遷風險管理能力、因應政府徵收碳費因素之隱性成本，台灣 Panasonic 集團參考國際能源署(IEA)三種碳排放情境，包括「既定政策情境」(SPS)、「承諾目標情境」(APS)及「2050 淨零排放情境」(NZE)，計算潛在碳排量，以評估氣候變遷帶來的影響，進一步提升企業韌性與永續發展能力。



台灣 Panasonic 集團 2024 - 2050 年碳排情境分析 (CO₂/tons)

單位：CO₂e



隨著碳定價制度逐漸被各國與地區政府採行，台灣 Panasonic 集團先行分析國內外五種主要碳定價機構或組織之參考費率，並藉由氣候情境評估模型與財務模型，歸納至 2050 年間之碳價格趨勢。我們採用「環境部建議費率」、「歐盟碳稅預估費率」以及「綠色和平建議費率」等 3 項具代表性的國際標準碳價預測，同時參考由全球央行及監理機構組成之 NGFS (綠色金融體系網絡) 所提出之兩種氣候情境：「NGFS 2050 年淨零排放情境」—假設全球為達成 2050 年淨零目標而大幅提升碳價；以及「NGFS NDC 情境」—假設各國僅依現行政策與國家自定貢獻進行減碳，碳價成長相對溫和。評估於 2024 年至 2050 年度台灣 Panasonic 集團在三種不同情境之下，將會有何程度曝險結果。

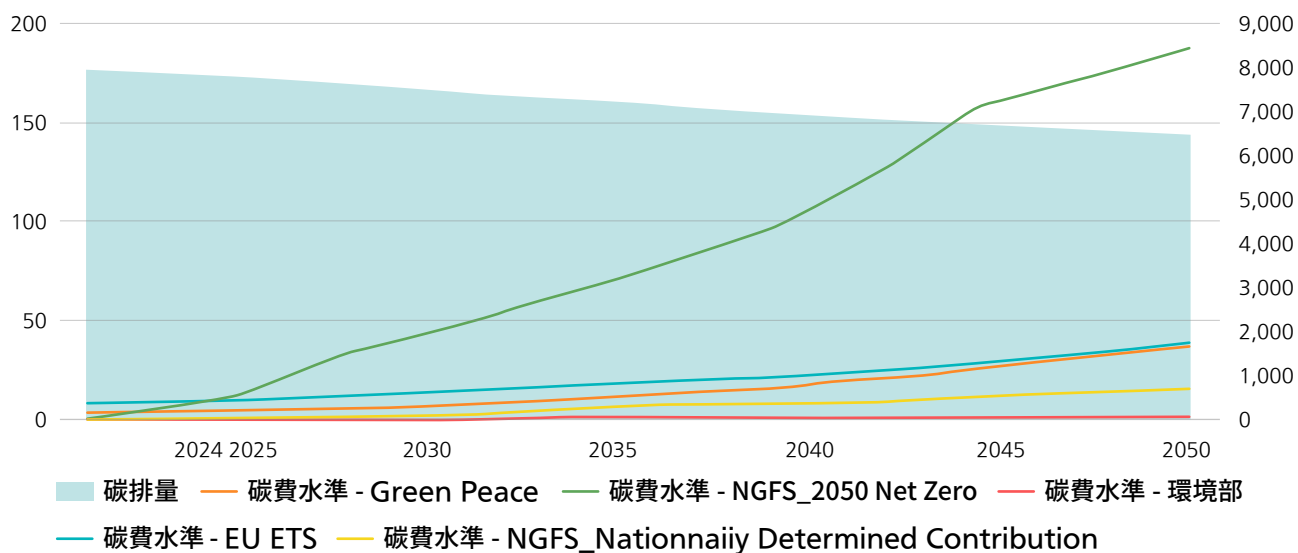
碳費風險分析 - 既定政策情境 SPS

在 IEA STEPS 情境下，假設我國政府順利達成相對應之減碳階段性目標，而台灣 Panasonic 集團亦持續依既定目標執行淨零行動，並假設碳排放量與用電量皆維持 2024 年水準。根據不同國際碳費假設情境進行分析與估算，Panasonic 台灣集團未來碳成本曝險將逐年增加，其中在 2050 年，碳費用區間約落在新臺幣 1,431 萬元至 3,030 萬元之間。

	台灣環境部	Green Peace	EU ETS	NGFS 2050 Net Zero	NGFS NDC
2030	8,961,868	5,765,469	11,949,158	32,637,703	1,154,565
2050	30,306,806	37,397,336	37,397,336	182,053,825	14,315,679

單位：新台幣百萬元

碳費分析 (SPS)

單位：CO₂e/ 千公噸

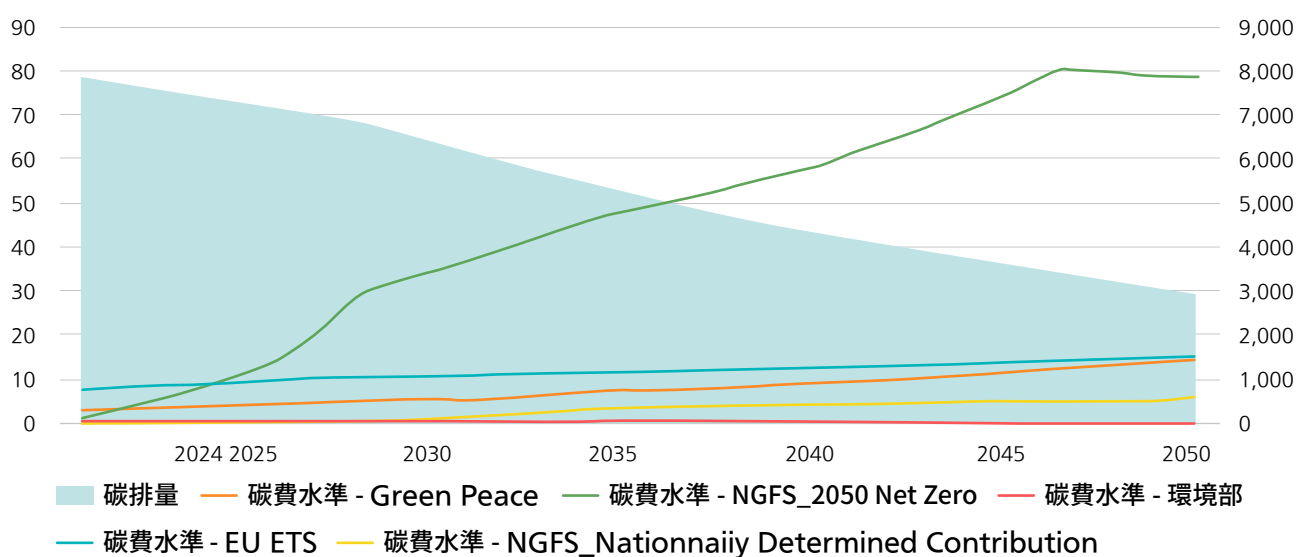
碳費風險分析 - 承諾目標情境 APS

在 IEA APS 情境下，假設我國如期實現淨零排放承諾，台灣 Panasonic 集團碳排放量逐年下降，全球碳排放至 2050 年減少約 40%；儘管如此，其碳排放較基準年僅減少約 67%，仍未完全實現碳中和。根據不同碳價情境估算，Panasonic 台灣集團於 2050 年可能產生之碳費用區間約落在新台幣 580 萬元至 12,290 萬元，顯示即使持續減碳，未來仍面臨顯著的碳成本壓力。

	台灣環境部	Green Peace	EU ETS	NGFS 2050 Net Zero	NGFS NDC
2030	7,850,469	5,050,468	10,467,292	28,590,163	1,011,383
2050	12,290,708	15,166,222	15,166,222	73,830,624	5,805,621

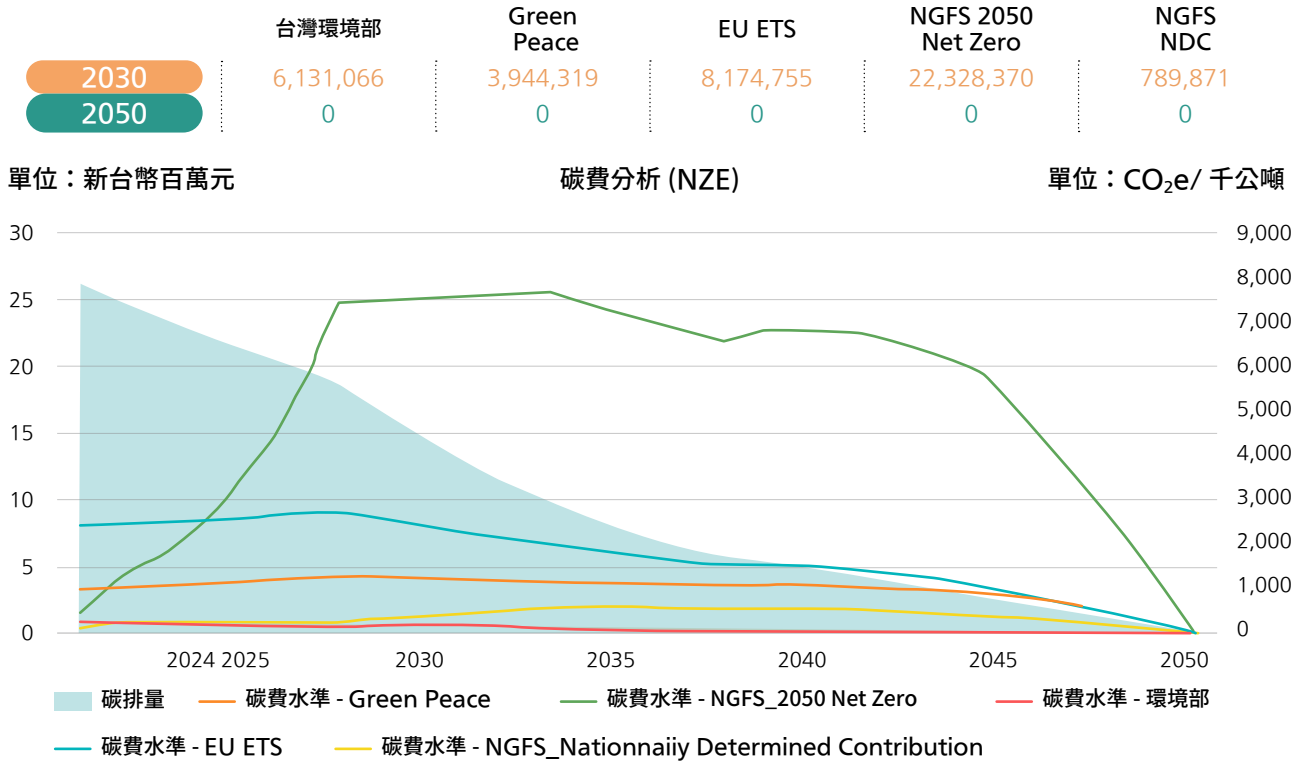
單位：新台幣百萬元

碳費分析 (APS)

單位：CO₂e/ 千公噸

碳費風險分析 - 淨零排放情境 NZE

在 IEA NZE 情境下，假設台灣政府如期實現 2050 年淨零排放目標，並修法上調基準年及減碳目標至 2030 年減量 42% 至 45%，台灣 Panasonic 集團亦同步因應淨零轉型行動，包括擴大 RE100 實證場域、導入氫能與廢熱回收技術、建置節能空間等措施，最終實現創能 > 耗能。經估算，即便於 2050 年實現零碳排放，台灣 Panasonic 集團於 2030 年在不同碳價情境下，仍需支出碳費用約新臺幣 78 萬元至 613 萬元；至 2050 年，則因政策與策略兼具，無須再負擔碳費成本。



2.4 綠色產品發展願景

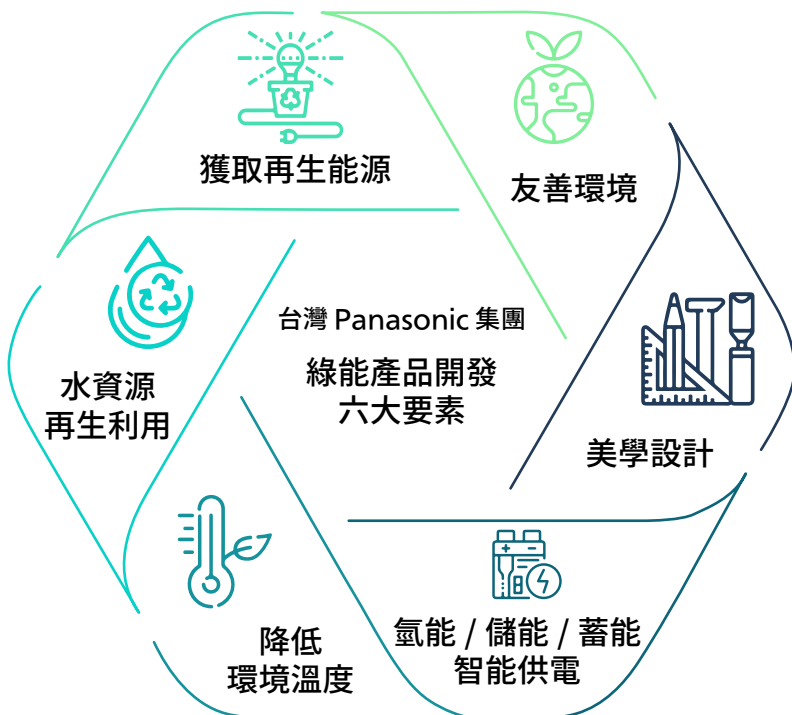
GREEN IMPACT 承諾

爲了創造與顧客關係緊密連結的產品，台灣 Panasonic 集團在推動永續發展的道路上，同樣非常重視如何爲人們的生活帶來便利與舒適。2024 年，台灣松下持續響應集團的全球 GREEN IMPACT 承諾，透過擴大再生能源的運用、持續開發節能技術與產品等行動方針，落實 2050 創能 > 耗能的目標與願景。

製造策略與藍圖

台灣 Panasonic 集團綠色產品製造策略

台灣 Panasonic 集團在商品開發方面採取三大核心策略。首先，持續擴大並鞏固品牌在地市場的領導地位，透過深耕已久的 B2B 與 B2C 人際網絡，推動家電產品及住／非住空間的創新發展，致力於智能化與永續發展趨勢。其次，集團積極導入再生能源、AI 與大數據等先進技術，不斷突破自我，開發符合市場需求的前瞻性產品。最後，透過整合組織資源，強化核心技術能力，以確保在快速變遷的市場環境中維持競爭優勢，爲消費者提供更智慧、健康與永續的解決方案。



我們積極整合可用資源，開發符合人類需求的解決方案，面對氣候變遷等外部環境挑戰，不僅防止潛在危害、避免二次傷害，我們更將科技成果轉化爲具體商品，與社會共享。透過不斷精進產品與服務，松下期望爲全球帶來更智慧、更安全、更可持續的未來，實踐對社會的長期承諾。

產品開發重點價值與戰略目標

除了事業部開發節能商品外，我們藉由 AI、IoT、大數據等工具蒐集使用者習慣資訊，再反覆淬鍊出各種節能減碳方法，同時滿足舒適生活與環保愛地球，進而創造環境、社會、經濟、公司、業主、消費者等多贏局面。

目標	2024 年績效
機種／設備擴大	IoT 機種商品擴大，2024 年共開發五個商品，六個機種
產品價值向上	- IoT 洗衣機增加雲端洗衣行程，提供更多機能選擇 - 冷氣機新增聲控功能，可以語音控制冷氣機能
IoT 基盤強化	系統容量升級、對應商品數增加
環境負荷低減	APP 提供家電商品碳排放情報，讓顧客更能意識到環境負荷問題
提供顧客新價值	連結台電 ADR（Automated Demand Response）自動需量反應平台，提供顧客節能補助

註：台電於 2024 年開始進行家庭的 ADR 實際運用，只要申請配合台電的 ADR 方案，台電於申請戶改裝智慧電表後，於用電尖峰發布 ADR 事件時，臺灣有提供 ADR 功能的少數智慧家電廠商，便會透過雲端進行家電降載的控制動作，申請用戶可以得到台電的補助回饋金。

技術改革會議

因應未來商品開發需要，松下利用「大部屋」改善活動，融合住空間情境成立「住空間檢討室」，集合各職能專家，加速開發檢討與提案新規商品導入。同時，為培養企業內部的創新文化，鼓勵關聯部門提出創新想法實施 ECM 推展、大部屋 ME 活動，因此，AP 企劃・創意中心最重要的二支箭如下：

一般會議變革

大部屋 全員同步行動

企劃部門意識

教練角色 主動積極模範

2024 年 9 月松下推出「熱泵除濕式洗脫烘滾筒洗衣機」以及「日系上質系列電冰箱」，其開發過程利用大部屋會議得到改善。

會議名稱

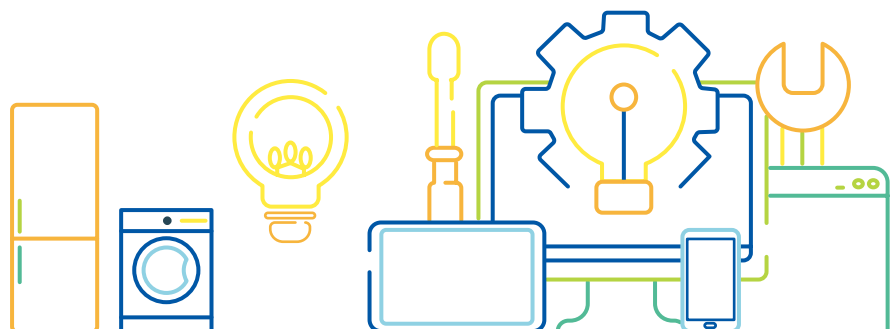
熱泵除濕式
洗脫烘滾筒洗衣機

日系上質系列電冰箱

執行概況

松下建立專門團隊致力為共同目標而開發產品，從中期商品戰略進入先行開發，再整合商品企劃構想、決定方針。

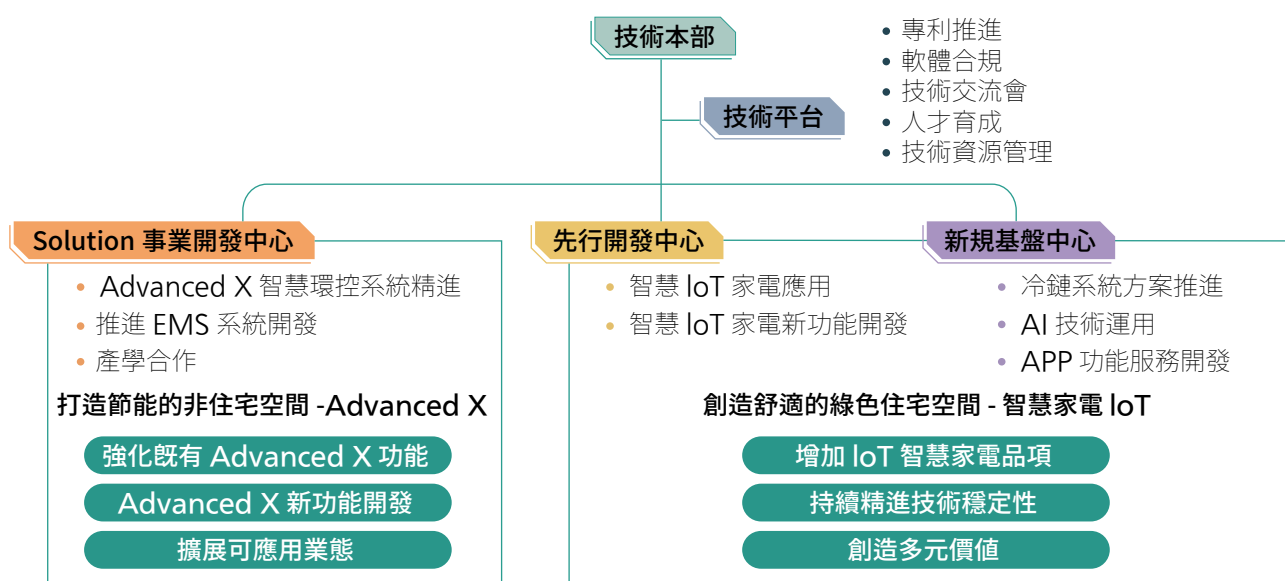
照片



2.5 綠色技術研發與創新

專利技術管理

台灣 Panasonic 集團不斷投入創新研發、探索新事業可能性，技術本部除了透過三大開發中心－Solution 事業開發中心、先行開發中心、新規基盤中心持續精進核心產品，並且設有技術平台強化風險管理及人才育成。透過規劃專利衝突風險管理流程，定期舉行技術責任者會議以及制定專利商品化獎勵政策，台灣 Panasonic 集團的研發與創新能量逐年提升，2024 年共取得 54 件專利。

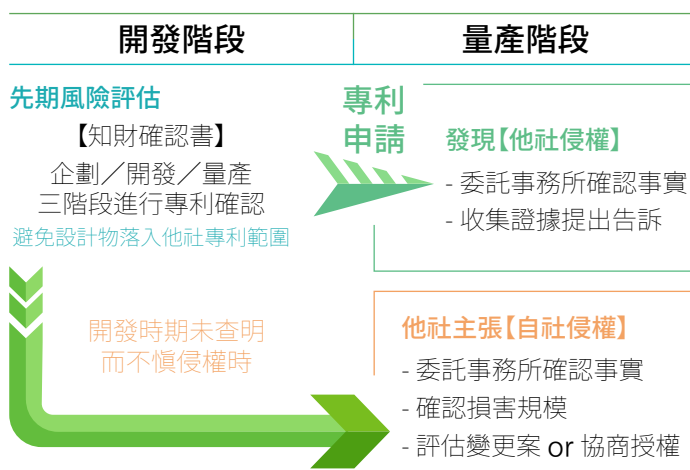


技術責任者會議

台灣 Panasonic 集團每兩個月召開一次技術責任者會議，邀請具備技術專業知識的管理階層幹部，針對集團內部的技術資源、人才育成議題討論相關管理方針及作為。用意為集結各事業單位，進行技術相關情報流通、審查海外研修人員資格及初步審查專利提案。

專利衝突風險管理流程

於技術責任者委員會下，由各事業單位設置知財強化工作小組。由事業單位作為商品開發第一線，進行智慧財產風險評估，並釐清開發責任。為避免專利侵權事件，在確定技術目標後，松下將及早提出專利申請，若發現與他人專利存在衝突，可在申請階段即時應對。此外，若在量產時期發生專利衝突，針對他社侵權案件，法務部門將委託法律事務所評估勝訴機率，並收集證據提出告訴；若為自社侵權或已收到對方訴狀，則除了法務部門委託法律事務所應對外，內部也將進行技術評估，研擬其他可能的規避方案，以降低權利受損的風險。



專利商品化獎勵政策

台灣松下電器設有專利獎勵金制度以鼓勵內部創新，透過分階段的獎勵機制，提升專利技術的產出與實際應用。首先，專利通過「技術責任者會議」初審通過即可請領獎勵，降低員工對專利申請流程的心理門檻，促使更多技術人員勇於提出創新構想。其次，在專利證書取得時再發放獎勵，以強化專利申請的動機，確保團隊投入足夠的技術驗證與法規審查，順利取得正式專利權。

當專利進入實際應用階段，專利商品化的獎勵進一步鼓勵專利技術導入產品開發，讓研發團隊不僅關注技術創新，更思考如何將專利落實到市場應用，提高企業競爭力。而專利貢獻度的獎勵則平衡個人與團隊貢獻，50% 獎金由發明人領取，50% 歸入部門公費，用於支持團隊研發環境與未來創新投資。此獎勵原本受限於銷售數量與金額條件，後來調整為只要達成商品化即可請領，使獎勵範圍更具彈性，鼓勵各事業單位之技術團隊更積極將專利技術轉化為市場價值。

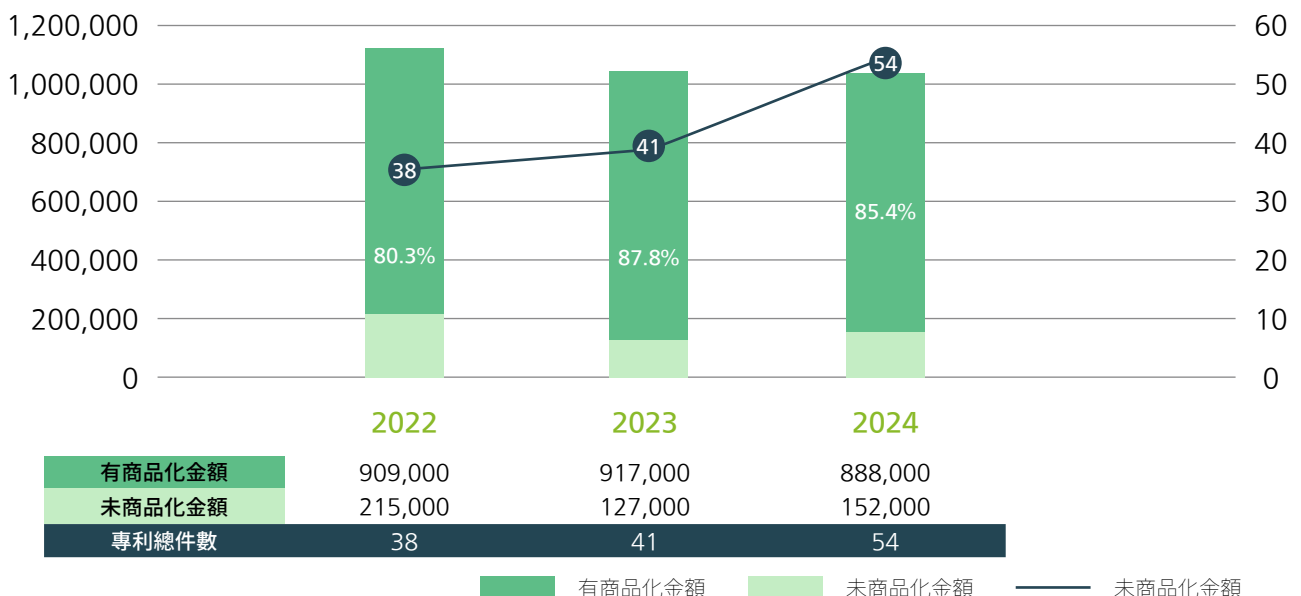
近年松下電器的專利申請數量逐步提升，專利商品化獎勵政策帶動技術人員的研發與專利申請的積極性，更進一步推動專利技術的市場化應用，形成從創意構想到產品商業化的正向循環，有助於台灣 Panasonic 集團的創新動能與競爭力。



近年台灣 Panasonic 集團專利成果

專利取得件數逐年增長，獎勵金中有商品化的佔比皆在 80% 以上

近三年台灣 Panasonic 集團專利取得概況



綠色製造力強化

全球氣候變遷與國內能源轉型的壓力，對於產業發展是一大考驗，但是這些外部環境的挑戰，促使松下更加投入環保與永續，我們透過整合自社資源、強化能源替代方案商品。因此，松下近年順應臺灣能源政策發展重點方向，持續推展節能、儲能與創能方面的產品與系統整合服務。

節能家電創新

產品	亮點	節能效益
熱泵除濕式 洗脫烘滾筒洗衣機 	- 熱泵除濕式烘乾科技：省電／省時／保護衣物，65°C 溫風除濕可在乾燥衣物的同時保護衣物纖維 - AI 智慧護衣科技：透過 3D 智慧洗淨技術，偵測衣物重量來調整滾筒的洗淨轉速，並且利用九項智慧檢知技術，偵測布量、洗劑殘量、水量、水溫、洗衣轉速、脫水轉速、筒槽震動、出風溫度（烘衣）、迴風溫度（烘衣）來達到全方位護衣的效果	比傳統電熱式烘衣機節省 55% 電力及 28% 烘衣時間
日系上質系列電冰箱 (全新岩板玻璃／絲絨鋼板表面設計) 	- AI 智慧節能科技，偵測使用者的使用型態，依照不同的時段自動調節冰箱的運作狀態以達到省電目的 - 超急效冷卻系統：搭配高科技真空斷熱設計，可以快速降溫並節省能源功耗，具有業界領先的省電表現	領先業界省電 No.1， 符合新 1 級節能標準， 能效標準達成率 160% 以上
UX 頂級旗艦系列 	- 室內／外機構造：全新風迴路設計提升散熱效果 - 高效 DC 馬達：降低消耗功率，提升性能 - 高效壓縮機：強化結構，提升性能 - AI 控頻制御系統：松下獨家制御科技，控頻更精精準 - 熱交換器：松下獨家新型專利，散熱面積提升	省電效率超越 2025 年 國家一級標準 168%， Panasonic UX 系列空調 跟 2010 年舊機種相比， 一年可省下約 600 度用 電，約 300 公斤碳排放量
Smart Dry 變頻除濕機 	Smart Dry 變頻除濕機採用變頻式技術、高效能變頻馬達、W-HEXS 多層式除濕膜等配置，提高除濕效率且同時達到一級能效的省電效果外，在 EF 能源因數值跟產品尺寸上的規格更加優異	衣乾就停超省電 全系列 最高省電約 53% ^{*16}

台灣 Panasonic 集團 IoT 智慧配線商材革新

IoT 智慧開關

在未來的家中，燈光不只是開關的結果，更是智慧生活的回應。Panasonic IoT 智慧開關，將傳統電源控制進化為智慧場景中樞，透過手機控制與語音控制，讓開關成為永續、便利與美學的結合



GLATIMA 系列顏色展開

Glatima 系列不僅是一款開關，更是空間設計中不可忽視的靈魂角色。Panasonic 以「美感是生活、是本質」為核心概念，打造出一系列蓋板色彩，從簡約風格到工業風格，讓每一種色彩都能與不同生活風格和諧共處



USB 72W 插座

我們將高速充電與空間整合設計結合，讓插座成為推動「減量消費、減廢生活」的微型載體。這款插座不僅可為手機快速充電，更可直接為筆記型電腦供電，無需額外使用變壓器，大幅減少電子配件的需求與電子廢棄物



大型空調系統整合技術

台灣 Panasonic 集團具備大型空調技術，藉由完整的服務流程，在住、商、廠辦、醫療、飯店等不同公共空間提供顧客優質的美好呼吸體驗。技術方面，採用 VRF 設備，室外機具備自動備援運作系統，當機外溫度高達 52°C，依然能夠提供冷氣效果；室內機則設有原廠回風箱，依照環境需求變更風口方向，同時藉由 nanoe 奈米水離子清淨機能，抑制風管黑黴產生。

設計規劃



施工指導



驗收試車



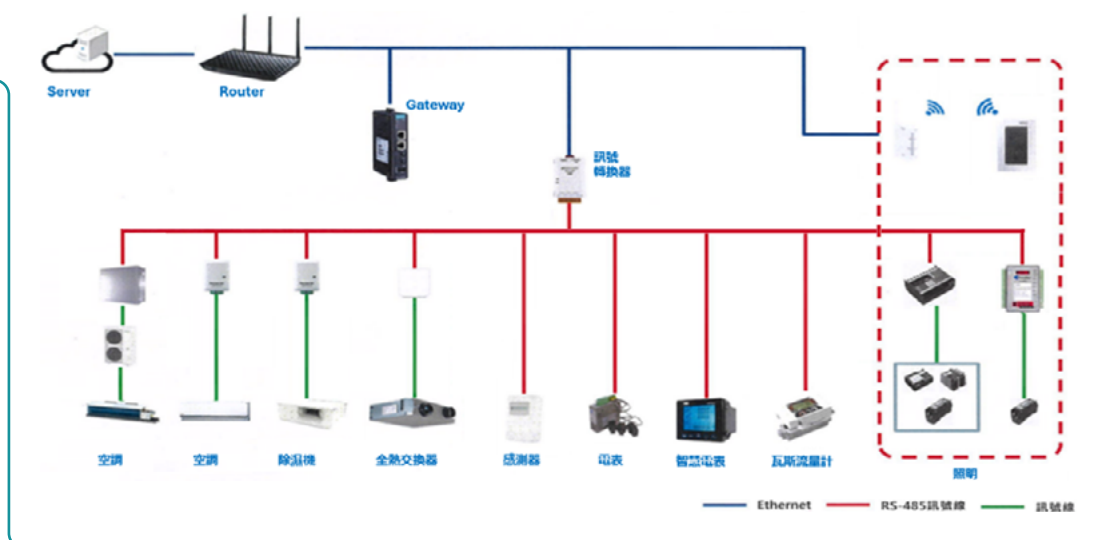
售後服務



全方位智慧環控解決方案 Advanced X

服務簡介

針對店鋪、辦公室、工廠等場域，協助總公司，透過排程設定及環境連動等機制，自動化集中管理空調的啟閉與溫度狀態。總店可藉由用電量排名及分析圖表，了解耗電原因及改善用電方式；並由總店設定各店鋪的排程時間，及連動條件的溫度上下限，改善各店鋪用電狀況。導入系統後，業主表示確實可有效節省電量，陸續持續委託，目前已累計 80 家導入系統

導入
流程系統
構成應用
情境

1. 自動化排程運作：在固定的時段內，自動開啟和關閉指定設備，減輕管理負荷。
2. 檢查忘記關閉的設備：透過系統立即查看是否有忘記關閉的設備，避免能源浪費。
3. 查看故障離線設備：快速發現問題，以利盡早修復設備，減少營運損失。
4. 查看能源使用情況：可視化幫助分析問題並調整設備運作管理，有效使用能源。

松下解決客戶痛點

宿舍空間



- 樓層多，設備管理費時
- 設備多，無法及時察覺故障

工廠空間



- 廠區過大，無法及時掌握設備狀態
- 設備多，無法及時察覺故障

連鎖店鋪



- 為了省電而長時間關閉空調，卻造成客戶消費體驗不佳
- 難以快速掌握全台分店的用電情形

示意圖

告警履歷：查看故障離線設備



即時資訊：查看能源使用情況



台電自動需量反應平台

台電的需量反應是提供價格誘因，引導電力用戶調整用電習慣，減少尖峰用電。隨著智慧家電的普及，台灣松下和台電、工研院合作，將自動化的需量反應服務 (ADR) 導入到一般家庭用戶。

在 2023 年先進行少量內部用戶的試驗計畫，於 2024 年配合台電對外招募 Panasonic 智慧空調與除溼機的愛用者參與公開的試辦計畫，在 7 月~11 月期間，配合台電 ADR 平台的用電調度需求，Panasonic 智慧家電雲端系統對參與方案的用戶進行卸載控制，以達到用電降載的目標。

依工研院統計數據，用戶配合自動卸載達 70%，含其它參與廠商的整體累計節電度數 1.5 萬度，減少排放 CO₂ 共 7,410 公斤。

需量反應

(Demand Response, 簡稱 DR)

電力公司透過提供價格或電費扣減等方式，引導用戶調整用電習慣，減少尖峰用電或轉移至離峰的管理措施，用戶則可以獲得電費回饋

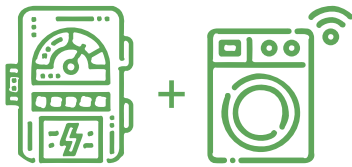
自動需量反應

(Automated Demand Response, 簡稱 ADR)

透過資通訊及能源管理技術，以自動化的方式執行需量反應，除可縮短作業時間外，並可同時大範圍執行臨時節電需求，提升調度彈性

智慧家電自動需量反應方案流程

資格審核



智慧電表

智慧家電

自動控制家電設備



台電通知

冷氣機

節電回饋



回饋金

冰箱工廠自動化設備

2024 年全自動箱門發泡移載型機器人生產線全新落成，該機械手臂可在不同生產線中自付取、搬運、移動，達成聯合作業之效益，預期提升產能、減少人力，在全球面臨缺工風險之下，自動化設備對於工廠營運有重要貢獻。



變頻式冷氣機設計革新

松下電器製造力強化中心與蘇州松下合作 CAE 流體分析進行變頻分離式冷氣機設計改善，解決進風量不足、蒸發效果不佳的問題，改善後可增加 10% 進風量。

對 BASE 機種進行流體分析

· 斷面風速分布

· 透過 CAE 分析了解 BASE 機種在 EVA 藍圈處存在著進風量不足的課題，使得蒸發效果不佳，進而影響性能

設計改善後再進行 CAE 驗證

· 斷面風速分布

· 紅圈處，由 BASE 封閉 > 新機種改為開放使流體可以通過，傳遞到 EVA 藍圈處

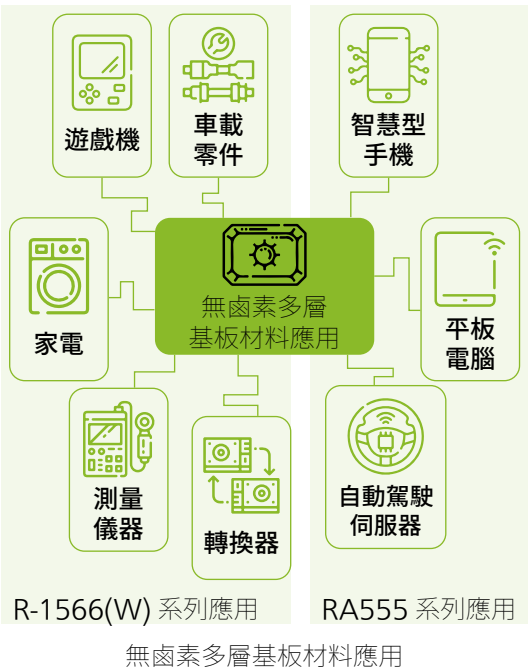
提升開發與設計效率	新模具 100%	新模具 25% + 現有模具 75%	共用現行模具提升開發效率
縮短 L/T 時程	12 個月	8 個月	縮短 4 個月
流程革新	設計試作驗證	先行開發 + CAE 流體 + CAE 模流分析	CAE 分析→設計完成度提高
專利 / 技術資產	專利已通過 9 件	本回已取得 2 件 + 審查中 3 件	本回增加 5 件
新產品開發	節省能源 No.1	LCM 液晶顯示 + 抑菌 + 便利拆卸	訴求力向上、機能多元化
實踐標準化	大小 4 個機種	大小 4 個機種	機種能力別與現行機種相同
環境效益	耗電量面積： 37,280,284 度 / 年 CO2 排放量： 20,653 公噸 CO2 / 年	耗電量面積： 35,881,302 度 / 年 CO2 排放量： 19,878 公噸 CO2 / 年	減少 775 公噸 CO2 / 年



無鹵素基板材料

為因應全球環保趨勢與高性能電子產品的快速發展，松下多層材料推出了兩大無鹵素多層基板材料系列——R-1566 系列與 R-A555(W)，廣泛應用於車用電子、智慧型手機、平板電腦及家電等領域。無鹵素材料在焚燒或廢棄處理時，可有效減少有毒氣體排放，降低對空氣、土壤與水資源的污染。松下多層材料依循 JPCA-ES-01-2003 等國際標準，大幅降低產品中氯、溴等有害鹵素元素的使用，並且符合 RoHS、REACH 等全球環保規範。

在性能方面，R-1566 系列著重於高絕緣可靠性與耐熱性，以優異的絕緣耐力與耐高溫特性，延長終端產品的使用壽命，減少頻繁維修與替換所產生的電子廢棄物。R-A555(W) 則針對低介電率與高耐熱需求設計，特別適合高速傳輸與極薄層結構，支援裝置的小型化與高效能化，有助於提升能源使用效率，並間接降低碳排放。松下多層材料實踐綠色生產，研發無鹵素材料有效延緩產品報廢週期，體現循環經濟理念，幫助產業從源頭減少資源浪費。



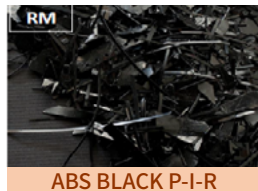
塑料材回收導入筆電製造

松下產業科技透過 RCP (Recycle Compound Pellets) 回收計畫解決再生原料調度困難問題，根據客戶需求進行相關原料開發。可依客戶要求的規格為基礎，選定原料，進一步調整物性、顏色與信賴性，以確保客制化開發及品質保證。目前已在筆電大廠成功導入，是實踐循環經濟與綠色生產的重要實績。

依客戶要求的規格為基礎，選定原料



ABS MIXED P-C-R



ABS BLACK P-I-R



依客戶要求的規格挑整物性・顏色・信賴性



ABS WHITE



ABS BLACK

* 商品群：PP / HIPS / ABS / PC-ABS / PMMA / PC / PA 等

系統整合服務實績

鐵道相關技術應用

松下銷售系統解決方案本部配合政府政策，積極推動鐵道本土化策略，旨在提升國內技術自給率、強化產業價值鏈並促進經濟發展。政府透過要求新建或更新鐵道項目使用一定比例的國產產品與技術，並鼓勵本地企業與國際品牌合作，導入先進技術後進行本土改良，同時推動在地生產、設立生產基地，以提升競爭力並創造就業機會。實際案例如台灣高鐵與捷運系統，政府在標案中明訂軌道設備與信號系統的本土化比例，促進國內企業參與。以鐵道月台門在地生產為例，不僅提高本地企業市佔率、帶動技術研發與產業發展，亦提升系統安全性與效率，並增進社會就業與民衆對國產品牌的認同。展望未來，政府將持續優化本土化政策，強化台灣鐵道產業的全球競爭力與永續發展基礎。

技術應用

為客戶設計：

1. 車廂旅客資訊顯示系統

此系統可提供旅客到站資訊、車廂資訊、溫度氣候、政令宣導、廣告推播，讓旅客可清楚知道當下乘車狀況

2. 車廂內 CCTV 監控系統、緊急廣播系統

利用 i-PRO 攝影機在車廂內全面監控旅客乘車狀況，搭配緊急廣播系統可即時在車廂內與乘客對談

3. 車站內資訊顯示系統

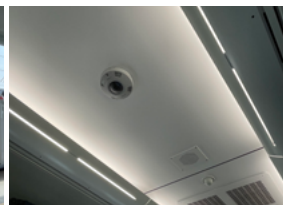
架設在車站內的系統，提供旅客車班時刻資訊、溫度氣候、政令宣導、廣告推播



車廂內 - 旅客資訊顯示系統 (台灣製)



車廂上 - 旅客資訊顯示系統 (台灣製)



CCTV 車內監控 (日本製)



車內緊急廣播系統 (台灣製)

改善問題

推行本土化解決供料的不穩定性，並可即時在國內對應設備、系統問題，不必仰賴國外技術人員，縮短溝通指導時程，且設計上也可以更符合台灣人的使用習慣

雲林縣水洗智慧黑板建置計畫

雲林縣水洗智慧黑板建置計畫已於 2024 年全面推行，目標是為每班教室提供電容式全平面智慧黑板，改善教室學習環境，透過數位科技教學內容，提升教學品質。台灣松下計畫將提供更完整的教學解決方案，如 AI 智慧資訊發佈，透過系統分析與回饋，教育主管單位可以更有效地管理和發佈教育資訊，教師可以更方便地獲取教學資源，學生可以享受到更加個人化的學習體驗。後續將逐步向其他縣市擴展，促進全台教育數位化進程，實現科技化與更高效的教學環境，讓孩子的未來更具競爭力。



雲林縣水洗智慧黑板建置計畫

4K 廣播級設備與虛擬攝影棚解決方案

松下的虛擬攝影棚解決方案協助使用者在拍攝當下兼顧成本與視覺吸引力，並且在不同情境下多元應用。利用綠幕與即時影像合成技術，將拍攝對象與虛擬場景結合，無需實體搭景，即可呈現多變且高畫質感畫面。不論是新聞、訪談節目、線上課程，還是產品發表會，虛擬攝影棚都能提供高度靈活且視覺效果強烈的拍攝空間。松下應用自有的專業級廣播設備，搭配廣播級虛擬引擎系統整合，協助電視台打造專業虛擬攝影棚。



產學合作

臺灣師範大學 -Future Air 設計工作坊

為學習外部創新新知，探索空調與空氣品質商品的創新設計，2024 年 12 月 26 日、12 月 27 日由台灣松下電器 AP 科技事業商品創意中心、人力資源中心與臺灣師範大學設計學系合作舉辦「Future Air 設計工作坊」。帶領 26 名學生參訪 PoME 體驗館，透過各種科技產品展示訪查、情緒板(Mood Board)設計觀察分析，再分組以空調、空質商品進行發想，經由不斷收斂思維、設計展開、草圖發想，最終製作設計原型並提案報告。

本次設計工作坊由台灣松下電器 AP 科技事業商品創意中心陳逸民處長及 AP 外觀設計部楊素珍經理帶領 6 位設計單位主管，與設計系王千睿教授、鄧建國教授共同組成評審團，從五組參賽團隊中選出最優秀的兩組共 10 位學生，頒發精美獎品。活動最後，陳處長以 PPT 介紹松下與設計系的後續合作計畫，進一步深化產學交流，為學生提供更廣泛的設計創新機會。



Future Air 設計工作坊最終發表



松下主管講評



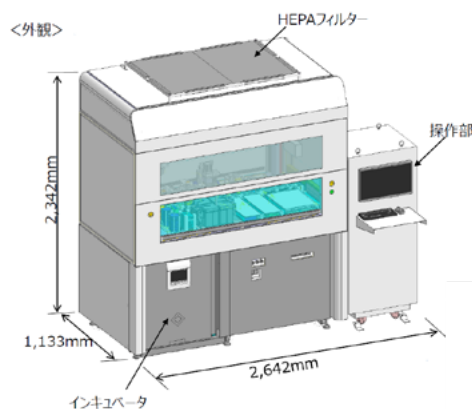
學生製作產品原型

長庚大學 -IPS 自動細胞培養裝置

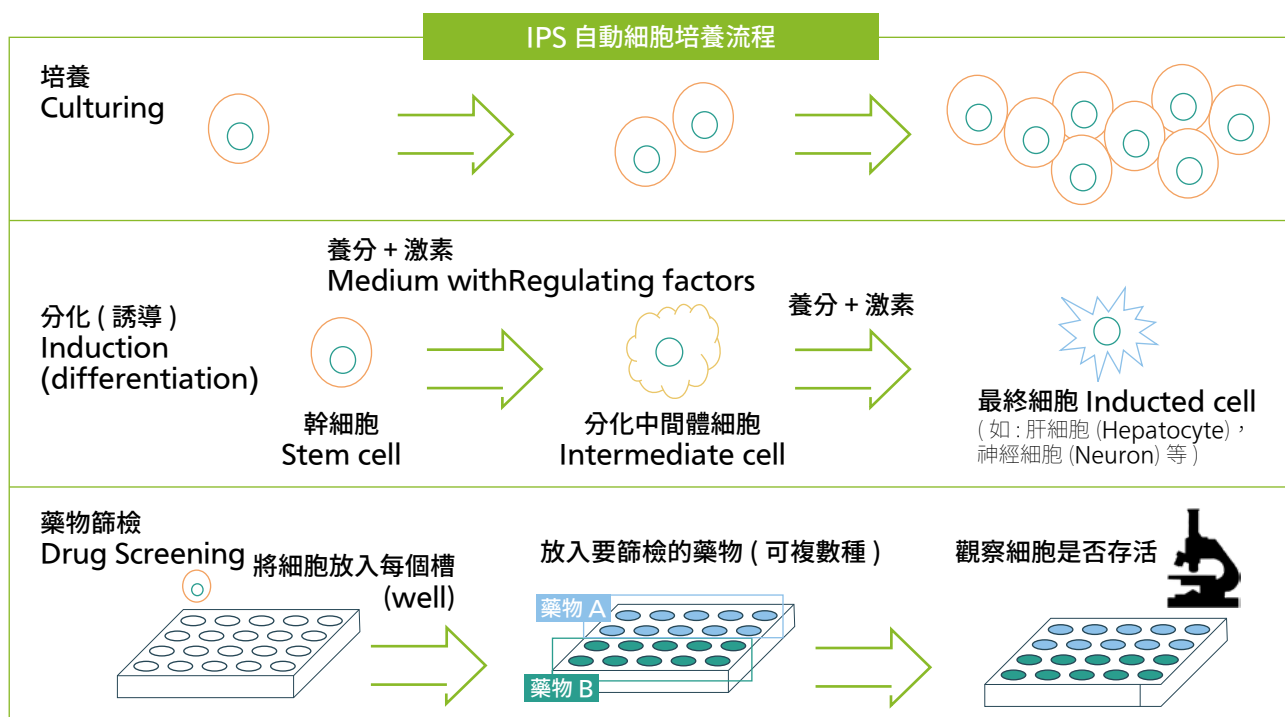
松下產業科技攜手長庚大學育成中心，導入先進的 IPS 自動細胞培養裝置，致力於強化幹細胞及生物器官領域的基礎研究，推動生醫產業發展。此裝置用於大量生產標準化且高品質的誘導性多能幹細胞 (Induced Pluripotent Stem Cells, iPS 細胞)，未來可廣泛應用於再生醫療、藥物開發與疾病研究等領域。

iPS 細胞由成熟體細胞 (如皮膚或血液細胞) 經基因重組誘導回到類似胚胎幹細胞的多能狀態，能分化為心肌細胞、神經細胞、肝細胞等多種人體細胞類型。因其高度的可塑性與倫理爭議較低的特性，iPS 細胞已成為再生醫學和新藥研發的重要支柱。然而，iPS 細胞的培養過程繁瑣且對操作精度要求極高，因此自動化培養系統的發展顯得尤為關鍵。

目前，松下的 IPS 自動細胞培養裝置已安裝於長庚大學育成中心的研究實驗室，並正進行各項驗證測試。初步成果顯示，該系統在培養人類胚胎幹細胞及 iPS 細胞的繼代作業上表現出色，展現出高度穩定的細胞品質。此裝置可靈活設定多種培養參數，支援執行多重作業任務，並具備全天候 24 小時連續作業的能力，未來有望全面取代人工操作，大幅提升細胞生產效率與一致性。



IPS 自動細胞培養裝置



設備功能 Function of Machines



03

— 企業承諾

3.1 員工組成與多元性

3.2 人權與溝通

3.3 人才發展與留任

3.4 員工福祉

3.5 職場健康與安全



章節亮點



榮獲 1111 人力銀行
2024 年

幸福企業



人才發展教育訓練

投入 **6,338** 千元



人才發展教育訓練時數

共 **874** 小時



職業安全衛生教育訓練時數

共 **11840** 小時

3 健康與福祉



4 優質教育



5 性別平等



8 合適的工作
與經濟成長



3.1 員工組成與多元性

優秀人才是推動台灣 Panasonic 集團持續成長與創新的關鍵，秉持「先育才、後製造」的核心理念。人力資源管理由三個專責部門負責，透過明確分工推動各項目標，並設立三大人力資源目標——「參照式管理」、「尊重員工」及「績效考核」。同時，依循「實踐經營理念」、「多元與包容」、「挑戰精神」與「落實企業理念」四大管理準則，致力於營造企業與員工共榮發展的工作環境。

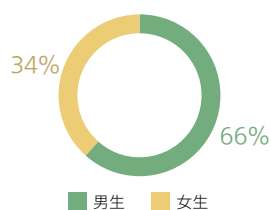
人力資源治理架構



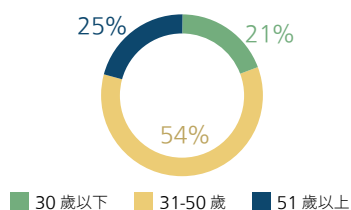
員工多元組成

2024 年台灣松下電器集團員工總人數約 2500 人，在雇用、發展、訓練等政策制定時使其多元化且彈性，照顧不同身分的同仁，致力打造安心職場氛圍。

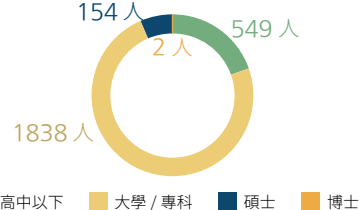
員工男女比 (人)



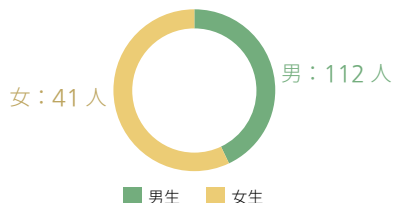
員工年齡分布 (人)



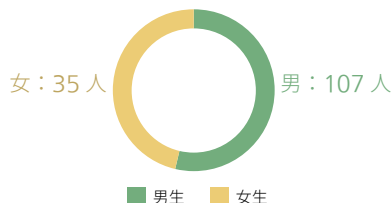
員工學歷分布 (人)



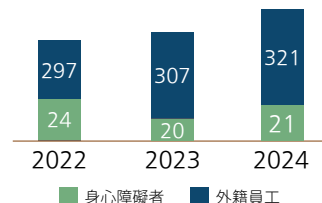
新進人數



離職人數



多元僱用 (人) (菲、日)



註：數據範疇台灣松下電器股份有限公司、台灣松下銷售股份有限公司

3.2 人權與溝通

人權教育訓練

台灣 Panasonic 集團承諾恪守「聯合國世界人權宣言」、「聯合國全球盟約」、「聯合國企業與人權指導原則」、「聯合國國際勞動組織」等國際公認之人權標準，並訂有「松下領導力原則 (PLP)」與人權訓練，致力於維護職場環境的多元及安全性，杜絕任何侵犯及違反人權的行為。

2024 年台灣 Panasonic 集團尊重人權之 Panasonic 承諾員工的承諾受訓比率 100%。

建構性別友善職場

平等薪酬

提供優於台灣當地的基本薪資，不因性別而有異，並予符合市場行情的獎金與津貼，讓同仁於經濟上無後顧之憂，進而追求卓越。

	男女性薪資比			
	男性薪資		女性薪資	
台灣松下電器公司	管理職	1	管理職	1
	非管理職	1	非管理職	0.94
台灣松下銷售公司	管理職	1	管理職	0.94
	非管理職	1	非管理職	0.88

消除歧視

積極消除職場歧視，訂定「工作場所性騷擾防治措施及懲戒規範」並設置專屬申訴專線、信箱等問題反映管道，並透過明確的責任規範確保舉報人之隱私及人身安全。

違反「性別工作平等法」之裁罰事件：0 件
工作場所歧視與騷擾相關成立申訴案：0 件

Panasonic 性騷擾申訴專線與管道

受理單位 台灣松下電器(股)公司
電話 02-2223-5121 分機 2300
信箱 ptw.hrlabor@tw.panasonic.com

申訴管道

管道

EARS
(Ethical Action Real Solutions)
性騷擾防治申訴
職場不法侵害申訴

推動內容

集體員工申訴專線
性騷擾防治
不法侵害對應

勞資溝通

台灣松下電器於 1970 年 4 月 3 日設立「台灣松下電器股份有限公司工會」並簽訂第一次團體協約，是台灣簽訂團體協約歷史最悠久的企業，其後公司與工會每三年簽訂一次團體協約，每兩個月召開一次安保會議，針對員工安全優化相關措施。每周召開一回專責會議，與各廠安全專責聯絡討論相關安全事項。截至 2024 年，工會會員達 2,310 人，且每月召開理監事及福利委員會。

勞資會議具體改善成果

勞資會議改善事項	內容	成果
公司側門交通指揮 義交支援建議	現行義交指揮僅下班時間 17:00-18:00，希望公司 能與新北市交通義勇警察 大隊協調追加上班時段	義交時段 06:30-08:30 17:00-19:00

勞資溝通推動機制

2024年度EOS員工意見調查結果顯示，本年度回答率99.4%，高於目標的97%，今年度特別關注「工作安全」之議題，均達成74%之高標，針對較不理想之項目，我們也將會持續深入了解原因，鑑別是否可能成為未來風險，落實PDCA制定行動計劃，結合組織目標在未來提升或改善相關項目。

跨部門會議	 總經理會議	 勞資會議	 單位懇談會	
溝通管道	 總經理信箱	 員工意見箱	 工會	 EOS 員工意見調查



3.3 人才發展與留任

台灣 Panasonic 集團持續強化人才發展機制，透過科技驅動和多元化的培訓計畫，為員工提供啟發性的職涯成長機會，並聚焦於提升整體競爭力。今年度，將核心培訓項目聚焦於強化基礎製造技能、培養 ESG 專才，以及推動永續經營管理。透過這些培訓，不僅致力於提升員工的製造技能與自動化、智能化應用能力，還將永續發展理念融入人才發展藍圖，確保企業在面對產業變革與未來挑戰時，具備堅實的基礎與靈活應對的能力。

人才培訓架構

我們提供多元學習機會及職涯發展路徑，藉由了解同仁的需求，同時從 AI 趨勢、行銷分析、品質經營、顧客需求等面向打造七大課程主題，透過不斷的精進與創新，成就員工持續成長的工作環境。針對集團各公司，我們也依業務及產業特色進行不同的人才培育課程設計，多元內容包含公司文化的培養、公司職能需求、前瞻技術課程、管理職共識凝聚、語言、人文藝術講座等。台灣 Panasonic 集團的教育訓練體制共分為四個階段：

1

新人訓練

包含人事制度、完整福利介紹、環境保護承諾、經營理念、品質政策、法令遵循、資訊安全管理及職業安全衛生等職前研習以及 On the Job Training 在職訓練

2

技術提升

針對各階段人員應具備的技能，參照 TTQS 人才發展品質管理系統規劃研修流程，也會安排長期海外、工科短大等研修、技能檢定競賽，與開發、製造、管理、營業服務研修

3

資格升等

針對晉升資格前安排課題型的進修課程，由主管隨時指導與確認課題實施進度，帶領準備晉升的同仁完成工作專題報告與發想，昇格後進行新任升職的課程研修

4

管理職務

包含各階管理職能力養成研修，與專業職能研修

多元留才計畫

高潛力人才發展專案

儲備幹部計劃（高潛力人才育成研修）目前已第四屆，依據分析職涯需求、潛在特質與管理能力，發掘出工作負責、充滿好奇心、善於溝通以及具有洞察力的高潛力人才。期望各事業提早儲備管理幹部，經營人才年輕化、組織活性化，課前測驗每個人的領導特質，依照特質規劃課程內容，鼓勵創新表達自我、連結組織策略、提升管理思維為主要的主軸與理念。透過持續推進高潛力人才育成，以達企業永續之經營，另外安排企業參訪，了解企業運作模式、建立人脈。

2024 年度累積



總培訓時間
263 小時



受訓人數
48 人



培訓總金額
5371 千元

永續高階人才培育專案

為強化高階管理團隊的永續視野與領導力，本公司與台灣大學合作已屆第五期；課程目標主要有三大重點，提升管理思維與 AI 運用管理並落實組織策略，激發創新思維。

內容涵蓋台大精算高階管理與實務研修 8 大主題，再加上松下專班兩大主題，教授一對一討論與指導，藉此提升主管視野、強化管理思維並建立人脈資源，引領組織持續邁向永續發展。

2024 年度累積



總培訓時間
475 小時



受訓人數
56 人



培訓總金額
6696 千元

ESG 綠領人才培訓計畫

此培訓計畫透過各部門推薦具潛力的種子人才參與，讓參訓者不僅能掌握全球 ESG 動態，更能將所學應用於實務，成為推動企業永續轉型的關鍵推手。

鼓勵培訓學員回到部門後擔任內部推動者，將學習成果擴散至組織各層級，推動永續知識的深化與實踐。未來，將持續完善 ESG 人才培育機制，透過系統化的培訓與實務應用，打造企業內部的綠領專業團隊，推進企業 ESG 目標，並為產業永續發展貢獻更多力量。

2024 年度累積



總培訓時間
36 小時



受訓人數
65 人

亞太 ESG 行動聯盟氣候變遷環境應對交流會

台灣 Panasonic 集團與財團法人亞太 ESG 行動聯盟專家攜手舉辦「氣候變遷與環境應對」高階主管交流會，吸引約 60 位主管幹部參與。本次會議不僅剖析全球氣候變遷趨勢與淨零排放時程，並解析台灣政府的碳排放政策與規劃，更著重於強化內部人才的永續認知與決策能力。

透過交流協助管理層建立前瞻性的碳管理視角，並針對短、中、長期減碳策略進行討論，讓企業在面對環境變遷挑戰時，能以更全面的永續思維進行決策與規劃。本次會議亦成為內部人才培訓的重要環節，促使主管幹部將永續概念融入企業經營與日常管理，共同推動 2030 年「CO₂ 零工廠」與 2050 年「耗能 < 創能」的目標實現。



專業證照補助

證照種類	JLPT
總申請人次	12
總補助張數	12
總補助金額	18,600 元

其他證照補助

堆高機操作人員
保安檢查員
乙級鍋爐操作人員

乙級室內配線技術士
初級救護技術員
高空工作車操作人員

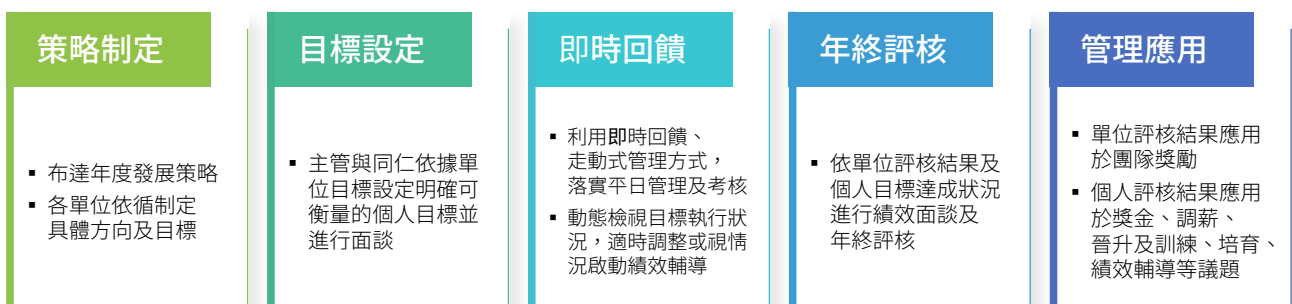
績效考評

台灣 Panasonic 集團建立了一套完善的績效管理機制，透過年度績效評估與面談，與員工共同制定未來發展目標。各級主管皆接受專業培訓，以提升績效對話的品質，並提供員工適切的指導、支持與職涯建議，幫助其朝理想職涯發展。主管會定期檢視員工的目標達成情況，提出優化建議，以確保持續進步。績效評核結果亦作為晉升與薪資調整的重要參考，確保公平與透明的職涯發展機制。2024 年通過資格昇等人數 145 人。

昇格研修流程



績效考核機制



3.4 員工福祉

員工福利及生活照顧

本公司員工福祉的運用整合公司、工會、福委會共同提升員工的生活品質相關福利福祉如下：

福利措施

- 員工結婚祝賀金
- 員工本人或其配偶生育祝賀金
- 員工家屬死亡慰問金
- 子女入學祝賀金
- 急難救助金
- 員工撫恤金
- 語文合格補助金

福利活動

- 社團活動
- 尾牙活動、年終摸彩
- 福委會家庭日
- 福委會親子郊遊活動
- 淨灘、植樹活動
- 歌唱比賽、保齡球、桌球 .. 比賽
- 韻律、瑜珈、有氧等運動課程

福利設施

- 員工餐廳
- 員工福利社
- 員工宿舍
- 圖書館
- 各單位員工休息室
- 健康管理室
- 哺乳室

- 獎金 (近五年全年平均 7 個月)※
- 年度調薪
- 員工酬勞
- 三節、勞動節、生日禮券、電影票
- 員工旅遊補助金
- 電子禮券 (2024 新增)※
- 團體人壽、意外保險

- 暑假假期 ※
- 兄弟姊妹、子女、孫子女婚嫁一天
- 內外曾祖父母過世給予喪假五日

- 女性妊娠未滿三個月內流產支薪
- 陪產檢假及陪產假八日
- 颱風假支給薪資 ※
- 員工提早退休優惠制度 (25 至 35 個月)※

註：※ 台灣松下優於一般產業福祉

註：因年輕世代加入職場，為增加固定薪酬的競爭力於 2023 年進行薪資結構調薪，調幅約 10~11%。因完善的激勵制度及員工福利福祉的照顧近五年的自願離職率達約 0.8%。另外，大學學歷以上初任薪資通過 3 個月試用期後約 40,000 元 ~48,000 元。

歌唱比賽



年末摸彩活動



育嬰留停

項目	男性	女性
2024 年育嬰留停申請人數	5	14
A：2024 年預計育嬰留停復職人數	3	7
B：2024 年實際育嬰留停復職人數	3	7
復職率 = B/A	100%	100%
C：2023 年實際育嬰留停復職人數	2	4
D：2023 年實際育嬰留停復職總人數中，一年後仍在職的員工總數	2	4
留任率 = D/C	100%	100%

備註：數據範疇台灣松下電器股份有限公司、台灣松下銷售股份有限公司

3.5 職場健康與安全

台灣 Panasonic 集團秉持著「對人尊重」的精神，將“安全”視為事業經營的優先事項，並積極落實“現場現物”管理，確保員工在安全的環境中工作。我們致力於營造一個不僅安全，且有益員工身心健康的工作場所，從而提升工作效率與員工滿意度。為實現此目標，我們持續進行風險評估與防範，推動各項安全培訓與健康管理計劃，並強化員工的安全意識與自我保護能力。

職業安全衛生架構



職業安全健康管理系統

台灣 Panasonic 集團積極打造安全健康的職場環境，並制定全面的行動準則。各事業單位依據自身營運需求與風險評估，建立相應的職安政策，並導入 ISO 45001 職業安全衛生管理系統，以降低職場風險至最小。同時，各據點設立職業安全管理委員會，定期召開會議，檢視並推進安全衛生目標，涵蓋短期、中期及長期規劃。



2024 年台灣松下電器違反職業安全衛生法第 6 條第 1 項 - 未符合規定之必要安全衛生設備及措施，遭裁處新台幣 3 萬元罰鍰，為此我們已立即改善升降機連鎖裝置，並同步檢查廠區內所有相同設施。另違反電業法第 68 條第 1 項 - 未經許可而設置自用發電設備，遭裁處新台幣 20 萬元罰鍰，目前已完成許可申請。

職業安全衛生教育訓練

訓練類別	人員類別	受訓人次
新人安全衛生教育訓練	新人	627
承攬商 / 供應商安全衛生教育訓練 (含監督幹部)	松下監督幹部	352
	承攬商	
	供應商、物流業者	
一般安全教育訓練	全體員工	1,751
道路交通安全講座	全體員工	1,720
內訓	全體員工	4962
外訓	全體員工	22

1. 新人安全衛生教育訓練



2. 一般安全教育訓練



3. 道路交通安全講座



4. 施工承攬商 + 工具箱會議



營造安全職場

全球健康・安全衛生論壇

日本松下每年舉辦「全球健康・安全衛生論壇」，推動職場健康、安全與衛生的最佳平衡。今年，台灣松下電器以「降低堆高機安全風險」為題，因應 105 台堆高機的高風險作業，導入 360° 環景影像等科技輔助措施，提升視野、減少事故發生。

台灣松下電器亦在大連參加 CNA 地域性「健康・安全衛生論壇」競賽，獲得銀賞，並在全球松下競賽中榮獲安全類「優秀獎」，展現卓越的安全管理能力。



優勝銀獎獎盃及表彰獎狀



健康促進活動

台灣 Panasonic 集團關注員工的身心健康，並積極推動健康管理計畫。我們每年提供健康檢查福利，將腹部超音波、癌症指標篩檢等項目，列入每年健檢項目，讓員工可依需求選擇適合的項目。此外，此計畫亦擴展至員工眷屬，提供至院檢查與健康照護服務，幫助員工及家人掌握健康狀況，提升整體生活品質。2024 年度健檢參加率 100%，健檢分級管理，異常追蹤率 100%

APP 健康護照全年度線上健康大富翁

台灣 Panasonic 集團積極推動健康促進計畫，透過多元有趣的集點活動，鼓勵員工養成良好健康習慣。同仁可參與線上健康挑戰，涵蓋體位管理、均衡飲食及運動等面向，透過科技遊戲化方式，讓健康管理更輕鬆有趣。此外，累積的點數可兌換愛盲義購商品，兼顧健康與公益。同時，我們提供多項激勵獎勵，如專屬公司停車位使用權、現金抽獎等，進一步提升員工參與度與健康意識，並有效預防疾病。



壯世代就業菁采獎 - 台灣松下電材

台灣松下電材響應勞動部的政策，為維護中高齡者及高齡者就業權益，推動世代合作與經驗傳承，舉辦「壯世代就業菁采獎」表揚活動，鼓勵企業透過職務再設計及世代合作，促進中高齡者及高齡者就業，發揮壯世代的經驗與優勢。



員工家庭日 - 台灣松下電器集團聯合職工福利委員會

台灣 Panasonic 集團致力於促進員工的工作與生活平衡，並透過多元活動強化企業文化。今年，我們舉辦了兩場盛大的家庭日活動，吸引超過 900 名員工與家屬參與，共享美好時光。活動中設有手作體驗與闖關遊戲，並邀請特別嘉賓李千娜以歌聲為活動劃下完美句點。



福利盃籃球對抗賽 - 台灣松下電器集團聯合職工福利委員會

台灣松下電器集團於 2024 年舉辦福利盃籃球對抗賽，透過良性的運動競賽，鼓勵各事業部的士氣及榮譽。



減脂變身・萬元獎金大賽 - 台灣松下電材

台灣松下電材採用差異比率計算方式評估活動成績，並定期量測體重、體脂及身體指數，數據透過 APP 上傳。員工參與健康講座與分享減重經驗也將計入成績，增進健康知識與互動。為激勵參與，活動設有獎金獎勵，並由總經理公開頒獎，以表揚優秀表現，活動整體滿意度 88%。



職業健康醫師訪查

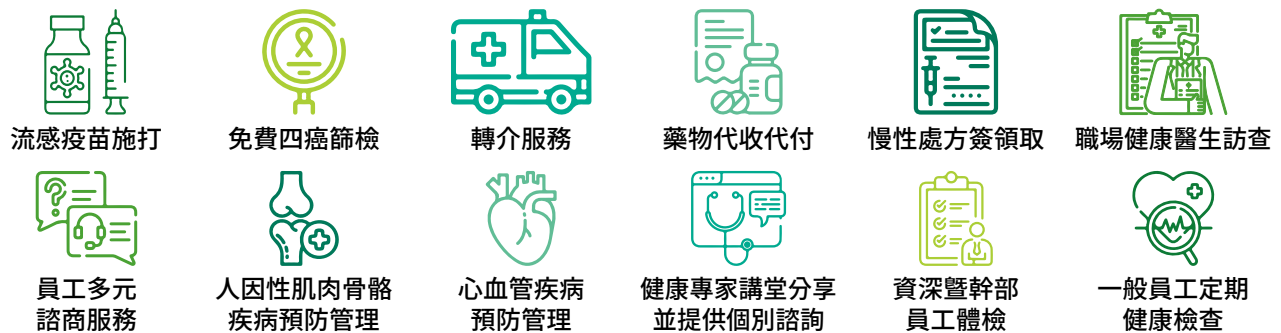
台灣松下電器公司與台北市立聯合醫院之職業醫學科合作，由職業專科醫師評估職場物理性、化學性、人因與過勞等潛在安全危害。每年舉辦特別危害作業，優於法規提供夜間照護員工之檢查。

人因危害預防四階段



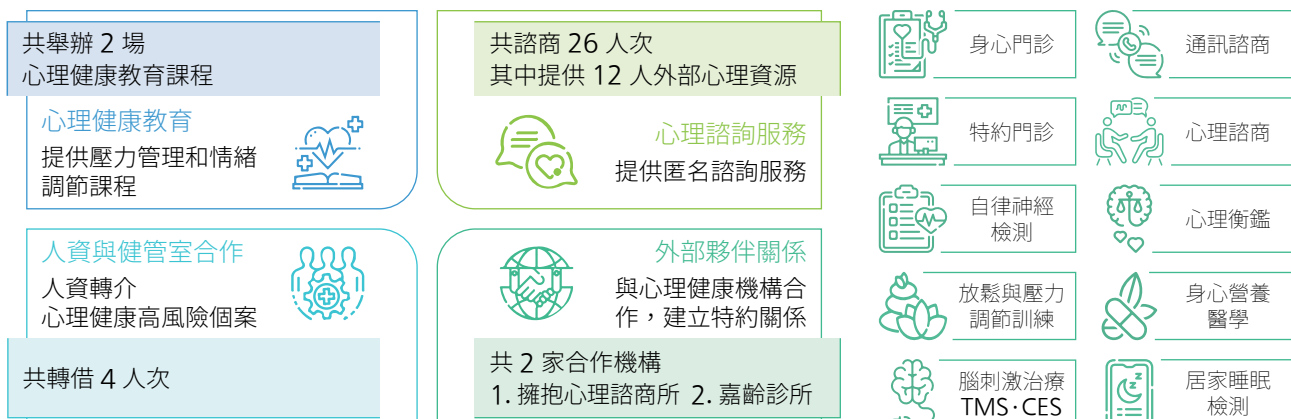
健康照顧計畫

總參與 17,373 人次



員工心理諮商服務

台灣 Panasonic 集團持續關注並積極照顧員工的心理健康。台灣松下銷售公司特別邀請了具有專業資格的諮商心理師，每兩個月到公司健康管理室進行訪問，在單獨空間為員工提供一對一的諮詢服務。2024 年共累計服務 26 人次，希望能利用專業知識幫助員工釐清面臨的問題、了解自己，從而更好提升心理健康。



04

—

社會公益

4.1 綠色影響力

4.2 公益推動



章節亮點



2024年社會公益投入經費

34,038(千元)



產學合作扎根技職教育，推動

**台灣冷凍空調
產業發展**



響應政策鏈結合作夥伴，推動

台灣產業淨零轉型

4 優質教育



7 可負擔能源



8 合適的工作
與經濟成長



11 永續城市與
社區



12 責任消費及
生產



17 多元夥伴
關係



4.1 綠色影響力

「企業是社會的公器」——松下幸之助先生創業的初心就是承諾創造更美好的生活，為全世界人們的幸福和社會的發展，以及地球的未來不斷做出貢獻。我們透過運用企業核心能力整合內外部資源回饋社會，長期贊助支持台灣運動產業發展，運用創新的技術研發能力與一站式製造與銷售服務，能提供完整的專業知識培養產業人才，並參與各項社福公益活動，關懷社會所需及地方弱勢族群。我們希望藉由長期深耕社區營造，帶動整個社會的繁榮發展，為下個世代打造一個永續、幸福的社會。我們秉持「製造產品之前先培育人才」的基本理念，透過產學合作、教育支援、舉辦競賽、公益活動與社會關懷等方式，持續鏈結與各大院校及社會團體的合作。同時，台灣 Panasonic 集團扎根技職教育，培養在地人才，協助下一代茁壯成長，提供更多實習機會和學習資源提升學子知識技術水平，展現企業對教育的長期承諾。

推動空調技術教育及發展

台灣 Panasonic 集團投入空調技術教育，以產學合作為基石，推動專業人才培育。2024 年，我們與多所學術機構攜手，透過設立專業教室、捐贈教學設備與提供技術訓練，確保學生能夠掌握最新的智慧空調技術，縮短學用落差，強化產業競爭力。

2024 年重點成果

內湖高工：智慧空調科技課程

內湖高工與松下銷售攜手開設專業課程，並由業師團隊親自授課，帶領學生實際操作 nanoe™ X 分離式冷氣機，學習業界最前沿的智慧科技與空調檢修技術。本次培訓不僅涵蓋空調設備的拆裝與維修，更強調健康科技在空調系統中的應用，幫助學生將理論與實務結合，為未來職涯發展奠定堅實基礎。



健行科大：空行調實科大：實務訓練

在健行科大成立「空調教育訓練中心」，成為大學生、松下社員及高中職學生教育訓練場所，三間專業教室分別為「Advanced X 圖控體驗教室」、「GHP 瓦斯空調研修教室」及「IAQ 空氣品質體驗教室」，涵蓋多功能智慧環境控制、替代能源空調系統、室內空氣品質改善等技術。此外，松下提供學生實習就業機會，每年 50 萬元獎學金，並辦理空調實務研討會…等，藉由提供最新空調設備，讓學生踏入業界前學習先進專業技術，輔助考取證照，帶動產業升級。



高雄師大：建構空調專業教室

松下銷售與國立高雄師範大學跨界合作，於燕巢校區成立空調教育訓練中心，提供「Advanced X 圖控教學設備」、「VRF、店鋪商用空調認證崗位」及「冰水機、AHU 空調箱設備」，並導入多功能智慧環境控制解決方案，讓學生、業界技術人員及經銷商能在實境操作中學習大型空調技術。這座訓練中心將成為銜接產業與教育的關鍵場域，確保學生畢業即具備即戰力。

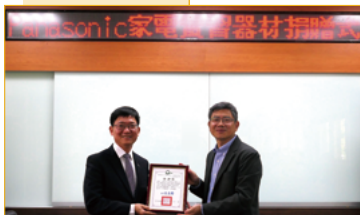


除了提供教育訓練外，台灣 Panasonic 集團也積極投入技職的空調教育資源。自 2015 年起對全國 12 所設有冷凍空調關連科系高工職校捐贈空調及家電實習器材，使學校教學設備能與產業技術發展同步，讓學生實際接觸最新家電製品與技術，與產業接軌。2024 年，台灣 Panasonic 集團透過高工職校家電實習器材捐贈計畫，捐贈冷氣、冰箱、洗衣機、除濕機等家電設備，並參觀學校冷凍空調科、電機科等實習工廠，實際了解學校運作及學生實作需求。捐贈對象包含木柵高工、台中高工、花蓮高工及雙北在地瑞芳高工，亦贊助全國工科技藝競賽與全國技能競賽所需的冰箱及冷暖空調設備，合計捐贈 198 件商品。

技術力是台灣 Panasonic 集團的根本，透過捐贈公司產品讓學生從實作中學習、競賽中成長，培養專業能力，並為家電產業培育優秀的人才，成為產業成長的重要推手。

近 200 件

台灣 Panasonic 集團於 2024 年捐贈 198 件空調、冰箱及冷暖空調設備及家電實習器材，目標學校包含木柵高工、花蓮高工、瑞芳高工及台中高工。



近 2,800 件
(市值近 2,444 萬)

近十年來台灣 Panasonic 集團總計捐贈近 2,800 件家電商品數，提供做為學生實習課程及協助維修檢定場域建置之用。

台灣 Panasonic 集團深知人才培育對於產業發展與社會進步的重要性，我們的目標不僅是提供先進設備與教學資源，更要創造一個支持學生成長、提升就業競爭力的環境。



深耕技職培力

台灣 Panasonic 集團長期致力於技職教育發展，透過培訓計畫、設備支援、實習與獎學金計畫，積極推動產學合作，培育具備產業競爭力的技術人才。

跨界打造技術培力營

2024 年，台灣 Panasonic 集團攜手台積電慈善基金會，於公東高工舉辦「速效技職培力營」，提供學生小家電拆解與維修訓練，讓學員透過動手操作理解產品結構，強化實務技能。本次活動不僅提升學生的專業能力，更讓他們體驗 Panasonic 對於技術細節與品質要求的堅持。為協助學生建立明確的職涯方向，台灣 Panasonic 集團在培力營中提供正式職缺與完整的福利進修制度，讓參與課程的學員能夠畢業即就業。



台灣 Panasonic 獎學金與獎學生 實習計畫銜接學習與職場發展

台灣 Panasonic 集團自 2014 年起頒發台灣 Panasonic 獎學金，並每年舉辦台灣 Panasonic 獎學金頒贈暨實習報告會，至今已錄取 100 位學生，展現對技術人才培育的承諾。2024 年共有 10 名來自台灣科技大學、台北科技大學、勤益科技大學、雲林科技大學、高雄科技大學的優秀學生獲頒獎學金。除了提供獎學金支持，台灣 Panasonic 集團亦安排暑期實習計畫，2024 年共計 5 名學生分別於台灣松下電器商品創意中心、電冰箱事業部、資訊系統社、技術本部及安全衛生管理部進行兩個月的實習。我們期許學生透過將理論與實務結合，在各自的領域發揮所長。



台灣 Panasonic 集團自 1999 年起提供留日獎學金，2014 年起擴展至台灣在地，持續落實「企業是社會公器」的理念，透過獎學金與實習計畫，積極培育優秀技術人才，確保未來產業發展的永續動能。



日本 PEX 企業市民活動推進部代表強調 Panasonic Scholarship (松下獎學金) 的全球影響力，已建立遍布 100 多個城市的校友網絡，推動技術與管理人才的國際交流。

舉辦競賽激發產學創新

為推動技術創新與永續發展，台灣 Panasonic 集團每年持續舉辦競賽，鼓勵學生發揮創意，探索未來綠能與家電技術。2024 年台灣 Panasonic 集團主辦「綠色生活創意設計大賽」及「家電創意加值競賽」，聚焦節能減碳、潔淨能源與智慧家電應用，吸引來自全台及國際的學生團隊參與，促進技術交流與創新發展，展現新世代對永續與科技的關注。台灣 Panasonic 集團期許透過這些競賽提供學生激發創意的機會，同時企業與學界能藉此彼此激盪、合作培育未來人才，為綠色生活的實踐注入更多動能。



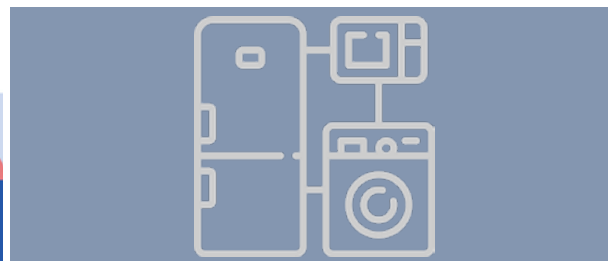
綠色生活 創意設計大賽

台灣 Panasonic 集團於 2015 年發起「綠色生活創意設計大賽」至今已舉辦九屆，每年邀請產官學各專業代表合作並擔任評審，強化與在地產官學合作關係。2024 年除了延續「綠色永續創意商品設計組」以及「2030 年居住空間設計組」，鼓勵參賽者提出符合綠色永續理念的居住空間解決方案，集團更是響應潔淨能源發展，新增「氫能與多元綠能創新應用組」，鼓勵學生透過氫燃料電池、太陽能、儲能設備等技術，發展潔淨能源應用。

近 **60** 所大專院校及高中職參賽，包含來自越南、日本、馬來西亞的國際隊伍

近 **300** 支隊伍，逾千名學生參與

活動支出投入約 **1,700** 千元



家電創意 加值競賽

「家電創意加值競賽」由經濟部產業發展署指導，聚焦智慧節能、淨零碳排與設計美學，並導入 AI 技術以提升家電產品功能與使用體驗。台灣 Panasonic 集團則加入企業贊助組，無私分享企業內部的經驗與知識，藉此強化與學界的合作，優化創意開發，讓未來的家電產品更符合市場需求。

本屆共吸引 **200** 組團隊參賽



驅動產業節能與淨零碳排

台灣 Panasonic 集團長期致力於產業節能、儲能、創能與永續轉型，積極參與產官學界的能源與環境對策交流，推動綠色科技應用。

攜手中油舉辦 2024 淨零轉型・永續台灣論壇

台灣 Panasonic 集團與台灣中油藉辦理能源論壇共同探討產業減碳與能源轉型策略，分享集團在廠區內導入純氫燃料電池、太陽能發電與高效儲能系統的再生能源應用解決方案。該計畫透過自主研發的能源管理系統（EMS），實現能源循環供電，提高再生能源使用效益。透過技術實證與策略實踐，台灣 Panasonic 集團不僅為企業自身減碳，也為產業提供可行的智慧能源轉型模式，助力台灣邁向 RE100 目標與 2050 淨零願景。



4.2 公益推動

除了促進技術創新與產業發展，台灣 Panasonic 集團長期投入社會公益、環境永續與體育推廣，展現企業責任與影響力。我們堅信環境是給予下一代最珍貴的禮物，因此台灣 Panasonic 集團將持續實踐環境永續的承諾，期待透過企業的影響力，帶動更多正向改變，為台灣的環境盡一份心力。此外，我們期許透過公益活動成為社會善循環的推動者，攜手大眾共創更美好的永續未來。

共好社會

亮點成果

- ▶ 捐款 **10,000** 千元至台積電慈善基金會賑災專戶，攜手進行花蓮地震修繕專案



台灣 Panasonic 集團 0403 花蓮賑災捐款

2024 年 4 月花蓮地震後，台灣 Panasonic 集團迅速展開賑災行動，聯合旗下公司—台灣松下電器、松下產業科技、台灣松下銷售、台灣松下電腦、台灣松下多層材料、台灣松下電材、台灣松下營造，共同捐款新台幣 1000 萬元至台積電慈善基金會賑災專戶，用於災區的緊急救援及災後重建。此外，台灣 Panasonic 集團亦提供受災居民家電維修支援，包括「免費點檢」與「修理 7 折優惠」，幫助災民儘早恢復日常生活，展現人溺己溺的精神。

亮點成果

- ▶ 補助近 **140** 千元
- ▶ 影響人數約 **550** 人



台灣松下電材愛心公益活動

台灣松下電材透過公益團體商品購入計畫支持社福團體，並攜手愛盲基金會，幫助視障者提升生活品質與就業機會。此外，公司推動「感恩小卡」全員填寫活動，鼓勵員工表達感謝與關懷，透過憑卡領禮與公益禮品抽獎，進一步強化愛心行動的參與度與影響力。

感謝狀

心路感謝您

致
主辦單位：台灣松下多層材料股份有限公司企業工會
協辦單位：台灣松下多層材料股份有限公司
感謝 貴司的支持
為智能及發展障礙者的生活一同開啟無限的可能

中華民國 113 年 05 月 17 日

財團法人心路社會福利基金會
董事長 馮碧華 敬啟

台灣松下多層材料年度公益採購

台灣松下多層材料積極推動企業公益行動，於勞工代表大會中選擇向心路基金會採購蛋捲禮盒作為伴手禮，以實際行動支持身心障礙者就業。此外，亦開放外部廠商於午休時間設攤，並邀請香園教養院販售院內人員手作糕點，為社福團體創造更多曝光與收益機會。

亮點成果

- ▶ 2024 年活動總計 **349** 人次參與，捐出 **578** 袋熱血



台灣松下電器工會捐血活動 - 挽袖 讓愛沸騰

台灣松下電器工會成員熱心公益，自 2014 年起，持續發揮「捐血一袋、救人一命」精神，每年定期舉辦 4 次捐血活動，協助解決社會血庫血荒問題。自 2014 年至 2024 年累積捐出高達 6,002 袋鮮血。



提供場地給社福團體義賣

台灣松下電器福利委員會無償提供場地，協助社福弱勢團體進行手作商品義賣，共舉辦三場活動，累計銷售金額達 98,058 元，所得全數回饋團體，攜手員工共創近 10 萬元公益成果。

亮點成果

- ▶ 2024 年志工出動 **341** 人次，捐款總額約 **470** 千元

關愛家族活動－ 3L 俱樂部志工關懷與愛心捐款

1990 年設立關愛基金會，1993 年成為 3L (Loving, Living and Learning) 俱樂部納入福委會轄下編組，2020 年再度成為員工自組社團。設立宗旨望透過俱樂部的努力能夠持續發揮積極的影響，為社會帶來正面的改變。積極推動國內外兒童認養、清寒植物人安養、貧童課業輔助、急難救助等捐款及志工關懷。近 15 年累計出動志工人次 5,074 人，捐款金額逾 9,100 千元。

亮點成果

- ▶ 公益團體捐贈近 **418.5** 千元
- ▶ 持續扶助 **2** 個團體

松下產業科技每年固定捐款予育幼院

松下產業科技 2024 年偕同員工共同捐贈財團法人台灣兒童暨家庭扶助基金會及財團法人誠致教育基金會共 418,500，提供院所發展兒童發展需要的生活環境架構、個人關照和生活技能和訓練服務，攜手做公益讓愛延續，共同為弱勢孩童的生活帶來更多正向改變。

亮點成果

- ▶ 贊助近 **1,400** 千元



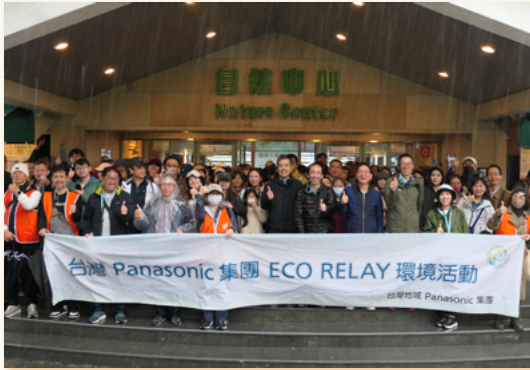
培養體育人才 - 推廣籃球風氣

台灣 Panasonic 集團自 2023 年起針對 HBL 高中籃球聯賽活動，以及新北市中和區內的優良學校南山高中籃球隊進行品牌贊助，培養在地體育人才，推廣籃球風氣。2024 年集團贊助南山高中訓練營養金並讓籃球隊打下本屆 HBL 冠軍，讓南山高中再添一筆達到八座冠軍的傳奇里程碑。同時，台灣 Panasonic 集團員工籃球隊與福委會也召集同仁與校方進行友誼賽，透過彼此交流互動切磋球技，建立起跨越世代籃球愛好者的情誼。

環境守護

亮點成果

- ▶ 超過 **427** 名同仁參與
- ▶ 年度活動支出近 **106** 千元



松下 Panasonic ECO RELAY - 聯合環境活動

台灣 Panasonic 集團在 2024 年於台北市北投的關渡自然公園舉行，以環境教育取代傳統植樹，特別邀請多位專業導覽老師帶領大家進行生態走讀，透過分組導覽的方式，深入探索關渡自然公園的濕地生態，親身感受這片自然綠洲的奧妙，激發對濕地永續發展的關注與思考。希望藉此別具教育意義的活動，深化員工對永續發展的反思，並承諾持續推動 ECO RELAY 環境活動，為台灣的環境保護、環境教育以及永續活動盡最大的心力。

亮點成果

- ▶ 超過 **479** 名同仁參與
- ▶ 年度活動支出近 **105** 千元



松下 Panasonic ECO RELAY - 聯合環境活動

台灣 Panasonic 集團希望透過聯合淨灘活動，喚起社內員工意識海廢對海洋生態造成的嚴重汙染及威脅。本活動聚焦垃圾清理，亦強調海洋生態教育，透過垃圾分類與統計，提升對海洋污染的認識，推動從源頭減少塑膠垃圾的環保理念。台灣 Panasonic 集團以企業永續發展為核心，持續 15 年推動植樹與淨灘行動，並期望透過企業影響力號召更多人參與環境保護，為下一代留下更潔淨的海洋與生態環境。

亮點成果

- ▶ 超過 **11,000** 名跑者參與



賽衣及獎牌綢帶使用 97% 回收率的材質落實美好永續理念

「綠」路跑推廣運動公益精神

台灣 Panasonic 集團連續第四年參與台北城市路跑賽，希望以企業力量邀請跑者共同為環保永續與美好生活奔跑。2024 年除了延續過往賽事提供電子完賽證書、可重複使用衣保袋外，我們從一開始的跑者訓練營、賽衣以及賽道的環境維護都以環保為出發點，首次與台灣在地工廠合作，賽衣採用回收寶特瓶製成聚酯纖維、完賽獎牌織帶則使用 97% 回收率的材質，更設立綠色志工團維持賽道整潔。透過賽事實踐淨零碳排放理念，鼓勵民衆落實綠色永續在生活中每一個細節，一起擁抱美好生活。

05



永續績效

6.1 環境面績效

6.2 員工面績效

6.3 治理面績效



5.1 環境面績效

能源

近三年台灣 Panasonic 集團能源消耗量

		單位	2022	2023	2024
非再生能源	外購電力	度	52,988,300	49,630,500	49,050,560
		(吉焦 GJ)	190,770.27	178,680.51	176,622.24
	液化石油氣	公升	150,096	176,113	165,916
		(吉焦 GJ)	4,169.78	4,892.55	4,609.27
	天然氣	度	1,591,701	1,343,870	1,554,125
		(吉焦 GJ)	44,651.83	37,699.45	43,597.71
再生能源	太陽能	度	-	278,813.11	781,115.90
		(吉焦 GJ)	-	1,003.73	2,812.66
加總(吉焦 GJ)			239,590.883	222,275.075	227,641.88

註 1：電力轉換係數 1kWh = 0.0036GJ；1kcal = 4.1868 GJ。

註 2：能源熱值參考經濟部能源局之公告熱值。

註 3：數據範疇涵蓋中和廠區、松下多層材料、松下電材。

溫室氣體及其他氣體

2023、2024 年台灣 Panasonic 集團溫室氣體排放量

單位		2023	2024
固定式燃燒排放	公噸 CO ₂ e	1,107.2630	397.007
移動式燃燒排放	公噸 CO ₂ e	35.7160	25.427
製程排放	公噸 CO ₂ e	462.3158	430.921
逸散排放	公噸 CO ₂ e	2,757.4783	2,460.045
範疇一(直接排放)總計	公噸 CO ₂ e	4,362.7731	3,313.401
外購電力排放	公噸 CO ₂ e	14,974.1280	14,197.5600
範疇二(間接排放)總計	公噸 CO ₂ e	14,974.1280	14,197.5600
排放量總計(範疇一 + 範疇二)		19,336.9011	18,914.5809

註 1：溫室氣體排放量計算採用經濟部能源局所公告之電力排放係數，2023 年為 0.494 公斤 CO₂e / 度、2024 年為 0.474 公斤 CO₂e / 度；液化石油氣係數引用環境部公告溫室氣體排放係數管理表 6.0.4，排放係數為 1.7529kgCO₂e/L。

註 2：2023 年溫室氣體排放量更新為第三方查證數字；2024 年排放量待查證後更新。

註 3：數據範疇僅涵蓋中和廠區。

台灣 Panasonic 集團氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx)，及其它顯著的氣體排放

	單位	2024
氮氧化物(NOx)	公噸	0.081
硫氧化物(SOx)	公噸	0.005
持久性有機污染物(POP)	公噸	0
揮發性有機化合物(VOC)	公噸	66.953
有害空氣污染物(HAP)	公噸	本公司各項原物料，未含有害空氣污染物
懸浮微粒	PM	0.003

註 1：數據範疇涵蓋中和廠區。

註 2：數據依照 2024 年環境部每季空污費申報結果統計

水資源

近三年台灣 Panasonic 集團用水量

	單位	2022	2023	2024
地下水	千立方公尺	12.431	12.643	10.885
自來水	千立方公尺	11,738.21	10,764.33	8,221.93
用水量總計		11,750.64	10,776.97	8,232.81

註 1：數據範疇涵蓋中和廠區、松下多層材料、松下電材。

近三年台灣 Panasonic 集團耗水量

	單位	2022	2023	2024
廢水量	千立方公尺	188.26	175.43	164.28

註 1：數據範疇涵蓋中和廠區、松下多層材料、松下電材。

近三年台灣 Panasonic 集團廢水量

	單位	2022	2023	2024
廢水量	千立方公尺	174.51	160.08	155.15

註 1：數據範疇涵蓋中和廠區、松下多層材料、松下電材。

近三年台灣 Panasonic 集團水汙物質排放狀況

中和廠區	單位	2022	2023	2024
化學需氧量 COD	(mg/l)	26.5	16.7	15.2
生物需氧量 BOD	(mg/l)	1.2	1	0.5
懸浮固體物 SS	(mg/l)	1.5	14.8	6
松下多層材料	單位	2022	2023	2024
化學需氧量 COD	(mg/l)	0.987	0.435	1.137
生物需氧量 BOD	(mg/l)	NA	NA	NA
懸浮固體物 SS	(mg/l)	0.222	0.094	0.449

近三年台灣 Panasonic 集團水資源回收狀況

中和廠區	單位	2022	2023	2024
雨水回收	百萬公升	0	0	0
廢水回收	百萬公升	16.668	17.004	17.792
用水總回收量	百萬公升	16.668	17.004	17.792
用水總回收率	(%)	9.92	11.01	12.29
松下多層材料	單位	2022	2023	2024
雨水回收	百萬公升	0	0	0
廢水回收	百萬公升	3.187	2.608	3.775
用水總回收量	百萬公升	3.187	2.608	3.775
用水總回收率	(%)	10.3%	8.6%	11.2%

廢棄物

近三年台灣 Panasonic 集團廢棄物之產生量(公噸)與處置方式

中和廠區	廢棄物種類	2022 年	2023 年	2024 年	廢棄物處理方式
非有害廢棄物	廢纖維或其他棉、布等混合物	2.71	3.93	4.13	焚化
	廢潤滑油	2.29	2.16	2.1	焚化
	事業活動產生之一般性垃圾	672.43	650.06	570.18	焚化
	廢油漆、漆渣	0.87	1.06	1.17	焚化
	廢家電	22.244	13.88	12.31	物理處理
	廢活性碳	9.84	8.92	8.66	回收再利用
	廢玻璃	46.41	38.44	21.96	其他再利用
	合金屬之印刷電路板廢料及其粉屑	6.08	6.13	2.59	物理處理
	無機性污泥	46.38	59.05	42.58	熱處理
有害廢棄物	廢液	0.65	1.12	1.3	焚化
松下多層材料	廢棄物種類	2022 年	2023 年	2024 年	廢棄物處理方式
非有害廢棄物	一般廢棄物	34.66	35.80	46.19	焚化
	廢塑膠混合物	154.0	102.24	85.92	焚化
	廢木材	32.2	32.73	36.02	回收再利用
	廢銅箔	36.31	26.31	40.00	回收再利用
	廢基板邊料	136.23	130.36	142.23	回收再利用
	廢 PP 邊料	158.70	148.06	151.01	回收再利用
	廢鐵	19.77	21.71	80.91	資收
	廢紙	133.80	99.70	109.12	資收
	資源回收	15.31	12.42	14.567	資收
有害廢棄物	蝕刻液	19.73	26.09	66.88	有害再利用(化學)
	液態易燃廢棄物	121.228	102.55	116.96	焚化
	固態易燃廢棄物	37.02	26.65	27.84	焚化
	化學原料桶	49.00	30.78	38.48	物理
松下電材	廢棄物種類	2022 年	2023 年	2024 年	廢棄物處理方式
非有害廢棄物	事業廢棄物(UREA)	237.56	208.68	174.68	回收再利用
	一般垃圾	67.37	89.84	100.73	焚化
	資源回收物	482.51	543.30	510.79	回收再利用
松下電腦	廢棄物種類	2022 年	2023 年	2024 年	廢棄物處理方式
非有害廢棄物	廢液(D-1504)	NA	0.44	0.36	焚化處理
	生活垃圾(D-1801)	NA	42.3	NA	焚化處理
	事業員工生活垃圾	NA	14.85	NA	焚化處理
	廢棄纖維(D-0899)	NA	1.8	1.71	焚化處理
	廢塑膠混合物(D-0299)	NA	0.063	0.257	焚化處理
	活性碳(R-2408)	NA	0.15	0.15	回收再利用
有害廢棄物	廢板邊(E-0221)	NA	11.016	11.401	物理處理

2024 年台灣 Panasonic 集團按處置作業直接處置的廢棄物之清理方式

中和廠區	清理方式	清理量(公噸)	清理方式占比(%)	清理總量(公噸)	類別占比(%)
非有害廢棄物	焚化處理	571.35	85.70	665.68	99.9
	回收再利用	8.66	1.30		
	其他再利用	21.96	3.30		
	物理處理	21.13	3.20		
	熱處理	42.58	6.40		
有害廢棄物	焚化處理	1.30	0.10	1.30	0.10
合計		666.98	100.00	666.98	100.00
松下多層材料	清理方式	清理量(公噸)	清理方式占比(%)	清理總量(公噸)	類別占比(%)
非有害廢棄物	焚化處理	132.11	13.82	705.96	73.84
	回收再利用	204.597	21.40		
	物理處理	369.253	38.62		
有害廢棄物	焚化處理	144.80	15.14	250.16	26.16
	物理處理	38.48	4.02		
	化學處理	66.88	6.99		
合計		956.12	100.00	956.12	100.00
松下電腦	清理方式	清理量(公噸)	清理方式占比(%)	清理總量(公噸)	類別占比(%)
非有害廢棄物	焚化處理	2.327	16.77	2.477	17.85
	回收再利用	0.15	1.08		
有害廢棄物	物理處理	11.401	82.15	11.401	82.15
合計		13.878	100.00	13.878	13.878

近三年台灣 Panasonic 集團再資源化率

松下電器	2022	2023	2024
近三年再資源化率(%)	99.50	99.50	100.00
松下多層材料	2022	2023	2024
近三年再資源化率(%)	100.00	100.00	100.00
松下電腦	2022	2023	2024
近三年再資源化率(%)	83.30	82.90	83.20

註 1：再資源化定義係為廢棄物流向最終處理非為固化掩埋，即歸類於資源再利用

5.2 員工面績效

2024 年嬰留停統計表(人)

項目	男性	女性	總數
2024 年使用育嬰留停人數	5	14	19
2024 年預計育嬰留停復職總人數	3	7	10
2024 年實際育嬰留停應復職總人數	3	7	10
2023 年實際育嬰留停復職總人數	2	4	6
2023 年實際育嬰留停復職總人數中，一年後仍在職的員工總數	2	4	6

註：數據範疇台灣松下電器股份有限公司、台灣松下銷售股份有限公司

近三年管理與非管理職男女薪資比（僅就月薪）

年度	2022		2023		2024	
男／女	男性薪資	女性薪資	男性薪資	女性薪資	男性薪資	女性薪資
管理職	1	0.98	1	1	1	1
非管理職	1	0.8	1	0.93	1	0.94

註：數據範疇台灣松下電器股份有限公司

近三年正式與非正式員工組成(人)

年度	2022	2023	2024
女性	803	833	860
男性	1646	1667	1683
總和	2449	2500	2543
正式員工(全職)	2423	2452	2503
非正式員工(約聘)	26	48	40
非員工工作者	384	327	330

註 1：數據範疇台灣松下電器股份有限公司、台灣松下銷售股份有限公司

註 2：非員工的工作者的類型可能包括保全、清潔工作、工程承攬商、仲介派遣員工、學徒、轉包商、志工

2024 年正式員工管理職與非管理職分布狀況(人)

2024	管理職	非管理職	總和
女性	72	788	860
男性	516	1167	1683

註：數據範疇台灣松下電器股份有限公司、台灣松下銷售股份有限公司

近三年新進員工人數與員工離職人數(人)

年度			2022				2023				2024			
			新進員工		離職員工		新進員工		離職員工		新進員工		離職員工	
公司別	性別	年齡區分	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例	人數	比例
台灣松下電器	男	30 歲以下	51	3.1%	18	1.1%	50	3.0%	16	1.0%	33	2.01%	12	0.73%
		30-50 歲	34	2.1%	19	1.2%	24	1.5%	28	2.0%	15	0.92%	17	1.04%
		50 歲以上	4	0.2%	31	1.9%	1	0.1%	32	2.0%	1	0.06%	32	1.95%
	女	30 歲以下	10	0.6%	6	0.4%	15	0.9%	2	0.1%	9	0.55%	8	0.49%
		30-50 歲	12	0.7%	8	0.5%	15	0.9%	8	0.5%	6	0.37%	4	0.24%
		50 歲以上	0	0.0%	5	0.3%	0	0.0%	11	0.7%	0	0.00%	11	0.67%
	合計		111	6.8%	87	5.4%	105	6.4%	97	6.0%	64	3.91%	84	5.13%
台灣松下銷售	男	30 歲以下	33	7.2%	8	1.8%	46	5.4%	20	1.9%	33	3.6%	13	1.4%
		30-50 歲	29	6.4%	33	7.2%	37	4.3%	33	3.3%	28	3.1%	20	2.2%
		50 歲以上	3	0.7%	18	3.9%	1	0.1%	13	3.7%	2	0.2%	13	1.4%
	女	30 歲以下	9	2.0%	6	1.3%	14	1.6%	3	0.2%	22	2.4%	6	0.7%
		30-50 歲	14	3.1%	9	2.0%	15	1.7%	6	0.9%	4	0.4%	5	0.6%
		50 歲以上	2	0.4%	3	0.7%	1	0.1%	3	1.3%	0	0.0%	1	0.1%
	合計		90	19.7%	87	16.9%	114	13.3%	78	11.3%	89	9.8%	58	6.4%

註 1：2022 年起新進離職人數不含建教生、移工、產學實習生

近三年雇用身心障礙、非本國籍人員雇用狀況(人)

年度	2022	2023	2024
身心障礙	24	20	21
非本國籍人員	297	307	321
非本國籍主管人數	13	16	13

註 1：數據範疇台灣松下電器股份有限公司、台灣松下銷售股份有限公司

註 2：含正式員工與約聘員工

在籍一般人員年資與年齡分布

年度		2022		2023		2024	
性別		男	女	男	女	男	女
平均年資 (年)	台灣松下電器	15.5	19.3	15.2	18.5	14.9	18.7
	台灣松下銷售	14.9	16.3	14.3	15.7	13.9	14.7
平均年齡 (歲)	台灣松下電器	42.5	45.5	42.1	44.7	42	45.2
	台灣松下銷售	42.4	41.8	41.9	41.5	41.9	41.1

註 1：不含菲日籍、休職、約聘

5.3 治理面績效

營業額資訊

單位：百萬元

台灣 Panasonic 集團近三年營業額		
2022	2023	2024
103,590	97,085	101,883

單位：百萬元

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%

註 1：台灣松下電器集團含台灣松下電器、台灣松下銷售、廈門建松公司

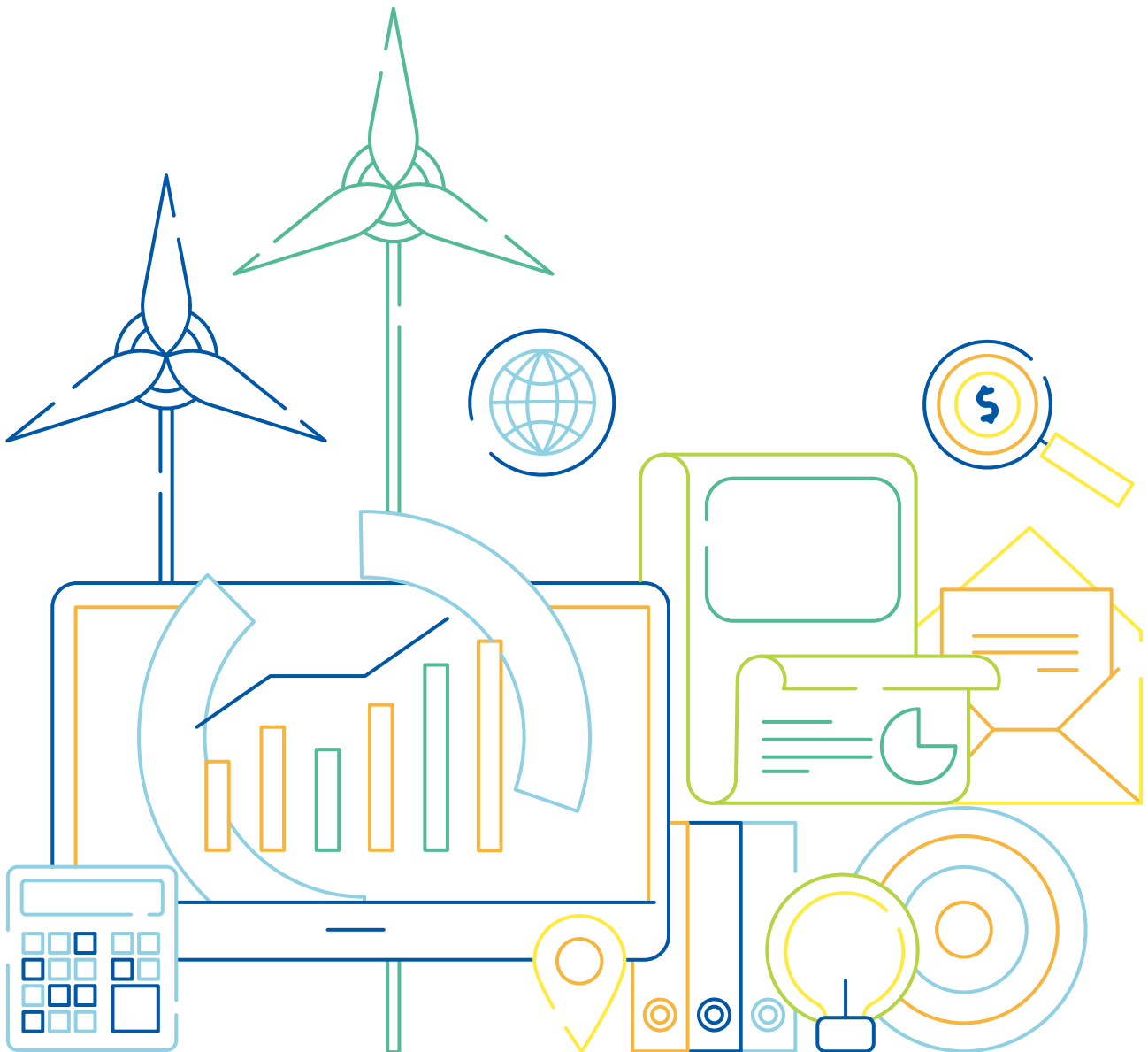
近三年台灣松下電器集團營運表現數據

單位：千元

類型	營運表現	2022	2023	2024
產生之直接經濟價值	營業收入	21,930,771	20,204,430	20,827,788
	營業淨利 (損)	1,371,994	1,394,626	3,232,363
	營業外收入及支出	1,665,049	1,600,746	112,305
分配之經濟價值	自身－營運成本	16,604,766	14,786,836	15,506,348
	自身－營業費用	3,954,012	4,022,967	3,951,118
	股東－每股盈餘	7.63	7.49	8.15
	股東－每股股利	19.10	7.844	8.08
	政府－所得稅 (台灣)	426,578	431,810	508,337
	員工－員工薪資和福利	2,293,834	2,264,683	2,019,715
	社區－社區投資 / 捐贈	2,748	3,332	8,957
留存之經濟價值	保留盈餘	7,034,582	7,038,540	7,182,376

留存之經濟價值

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



附錄

附錄一：全球永續性報告指標 GRI 準則內容索引

使用聲明	台灣松下電器股份有限公司已依循 GRI 準則報導 2024 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期間的内容。
使用的 GRI 1	GRI 1：基礎 2021
適用的 GRI 行業準則	N/A

一般揭露

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼	備註
GRI 2： 一般揭露 2021	組織及報導實務			
	2-1 組織詳細資訊	集團事業領域	2	
	2-2 組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	1	
	2-3 報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	1	
	2-4 資訊重編	關於本報告書	1	
	2-5 外部保證 / 確信	附錄四	118	
	活動與工作者			
	2-6 活動、價值鏈和其他商業關係	1.5 產品供應鏈	38	
	2-7 員工	3.1 員工組成與多元性 5.2 員工面績效	82、 109	
	2-8 非員工的工作者	3.1 員工組成與多元性 5.2 員工面績效	82、 109	
	治理			
	2-9 治理結構及組成	1.1 公司治理與經營	30	
	2-10 最高治理單位的提名與遴選	1.1 公司治理與經營	30	
	2-11 最高治理單位的主席	1.1 公司治理與經營	30	
	2-12 最高治理單位於監督衝擊管理的角色	1.1 公司治理與經營	30	
	2-13 衝擊管理的負責人	1.1 公司治理與經營	30	
	2-14 最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	1	
	2-15 利益衝突	1.1 公司治理與經營	30	
	2-16 溝通關鍵重大事件	百年松下 永續精神	13	
	2-17 最高治理單位的群體智識	-		不適用
	2-18 最高治理單位的績效評估	-		不適用
	2-19 薪酬政策	3.2 人權與溝通	83	
	2-20 薪酬決定流程	3.3 人才發展與留任	86	
	2-21 年度總薪酬比率	3.2 人權與溝通	83	

GRI 準則	揭露項目		對應章節	頁碼	備註
GRI 2 : 一般揭露 2021	策略、政策與實務				
	2-22	永續發展策略的聲明	百年松下 永續精神	8	
	2-23	政策承諾	百年松下 永續精神	8	
	2-24	納入政策承諾	百年松下 永續精神	8	
	2-25	補救負面衝擊的程序	1.3 風險管理與法規遵循	34	
	2-26	尋求建議和提出疑慮的機制	1.3 風險管理與法規遵循	33	
	2-27	法規遵循	1.3 風險管理與法規遵循	33	
	2-28	公協會的會員資格	1.1 公司治理與經營	31	
	利害關係人議合				
	2-29	利害關係人議合方針	百年松下 永續精神	13	
	2-30	團體協約	3.2 人權與溝通	83	
重大主題					
GRI 3 : 重大主題 2021	3-1	決定重大主題的流程	百年松下 永續精神	13	
	3-2	重大主題列表	百年松下 永續精神	13	
	3-3	重大主題管理	百年松下 永續精神	13	
經濟					
GRI 201 : 經濟績效	201-1	組織所產生及分配的直接經濟價值	1.2 經營策略與績效 5.3 治理面績效	32、 111	
	201-2	氣候變遷所產生的財務影響 及其它風險與機會	2.3 氣候變遷與調適	59	
GRI 416 : 顧客健康 與安全	416-2	違反有關產品與服務的健康 和安全法規之事件	1.6 產品品質與顧客服務	44	
GRI 417 : 行銷 與標示	417-1	產品和服務資訊與標示的要求	1.6 產品品質與顧客服務	46	
	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示相 關法規的事件	1.6 產品品質與顧客服務	46	
GRI 418 : 客戶隱私	418-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資 料的投訴	1.4 資訊安全	36	
環境					
GRI 302 : 能源	302-1	組織內部的能源消耗量	5.1 環境面績效	104	
	302-2	組織外部的能源消耗量	-		不適用
	302-5	降低產品和服務的能源需求	2.1 能源與碳管理	52	
GRI 303 : 水與 放流水	303-3	取水量	5.1 環境面績效	105	
	303-4	排水量	5.1 環境面績效	105	
	303-5	耗水量	5.1 環境面績效	105	
GRI 305 : 排放	305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	5.1 環境面績效	104	
	305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	5.1 環境面績效	104	
	305-7	氮氧化物(NOx)、硫氧化物(SOx) , 及其它顯著的氣體排放	5.1 環境面績效	105	

GRI 準則		揭露項目	對應章節	頁碼	備註
環境					
GRI 306： 廢棄物	306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著衝擊	2.2 環境管理	56	
	306-2	廢棄物顯著相關衝擊之管理	2.2 環境管理	56	
	306-3	廢棄物的產生	5.1 環境面績效	107	
	306-4	廢棄物的處置移轉	5.1 環境面績效	107	
	306-5	廢棄物的直接處置	5.1 環境面績效	107	
社會					
GRI 401： 勞雇關係	401-1	新進員工和離職員工	5.2 員工面績效	110	
	401-2	提供給全職員工的福利	3.4 員工福祉	87	
	401-3	育嬰假	3.4 員工福祉	87	
GRI 403： 職業安全衛生	403-1	職業安全衛生管理系統	3.5 職場健康與安全	88	
	403-3	職業健康服務	3.5 職場健康與安全	91	
	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮詢與溝通	3.5 職場健康與安全	88	
	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	3.5 職場健康與安全	89	
	403-6	工作者健康促進	3.5 職場健康與安全	90	
GRI 404： 訓練與教育	404-1	訓練與教育	3.3 人才發展與留任	85	
	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	3.3 人才發展與留任	85	
GRI 405： 員工多元化與平等機會	405-1	治理單位與員工的多元化	3.1 員工組成與多元性	82	
	405-2	女性對男性基本薪資與薪酬的比率	3.2 人權與溝通	83	
GRI 406： 不歧視	406-1	歧視事件以及組織採取的改善行動	3.2 人權與溝通	83	

附錄二：永續會計準則委員會 (Sustainability Accounting Standards Board, SASB) 指標對照表

台灣松下電器根據 SASB 官方網站產業分類查詢結果，自永續會計準則 (SASB 準則) 之重大性地圖索引 (SASB Materiality Map) 選出適用之指標進行揭露：

產業類別 (sector)：消費商品 (Consumer goods)

行業準則 (industry)：電器製造 (Appliance Manufacturing)

電器製造 (Appliance Manufacturing)

揭露主題	指標代碼	揭露指標	性質	對應章節	頁碼
產品安全	CG-AM-250a.1	製造商針對有問題產品	量化	1.6 產品品質與顧客服務	45
	CG-AM-250a.2	辨識和管理與其產品使用相關的安全風險的過程	質化	1.6 產品品質與顧客服務	44
	CG-AM-250a.3	因產品安全相關的法律訴訟而造成的金錢損失	量化	1.6 產品品質與顧客服務	46
產品生命週期對環境的影響	CG-AM-410a.1	符合 Energy Star- 驗證收入的合格產品	量化	NA	
	CG-AM-410a.2	通過家用電器製造商協會 (AHAM) 永續認證的合格產品	量化	NA	
	CG-AM-410a.3	描述在產品生命週期結束時處理方式	質化	1.6 產品品質與顧客服務	48
活動指標	CG-AM-000.a	年度產品	量化	2.5 綠色技術研發與創新	71

重大性地圖索引 (SASB Materiality Map)： <https://materiality.sasb.org/>

SASB 官方網站，請參閱 <https://www.sasb.org>

附錄三：TCFD 索引表

面向	建議揭露項目	頁碼
治理	董事會對氣候相關風險與機會的監督	59
	管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會方面的角色	59
策略	鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	62
	衝擊組織在業務、策略和財務規劃的氣候相關風險與機會	60
	組織在策略上的韌性，考量不同氣候相關情境	63
風險管理	氣候相關風險的鑑別和評估流程	59
	氣候相關風險的管理流程	59
	氣候相關風險的鑑別、評估和管理流程和整合在組織的整體風險管理制度	59
指標與目標	組織評估氣候相關風險與機會所使用的指標	60
	範疇 1、範疇 2 和範疇 3 (如適用) 溫室氣體排放和相關風險	104
	組織在管理氣候相關風險與機會所使用的目標，以及落實該目標的表現	62

附錄四：會計師獨立確信報告



安永聯合會計師事務所

11012 台北市基隆路一段333號9樓
9F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road
Taipei City, Taiwan, R.O.C.

Tel: 886 2 2757 8888
Fax: 886 2 2757 6050
www.ey.com/tw

會計師獨立確信報告

台灣松下電器股份有限公司 公鑒

本事務所接受台灣松下電器股份有限公司（以下簡稱台灣松下電器）之委任，對 2024 年度永續報告書中所選定之標的資訊執行確信程序並出具有限確信報告。

本次執行確信程序之標的資訊請詳附件一。

管理階層之責任

台灣松下電器管理階層之責任係依據適當之基準編製標的資訊，包括參考全球永續性報告協會（Global Reporting Initiatives, GRI）所發布之2021年GRI 準則（GRI Standards），台灣松下電器管理階層應選擇所適用之基準，並對標的資訊在所有重大方面是否依據該適用基準報導負責，此責任包括建立及維持與標的資訊編製有關之內部控制、維持適當之記錄並作成相關之估計，以確保標的資訊未存有導因於舞弊或錯誤之重大不實表達。

本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則3000號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作。

確信工作

有限確信案件中執执行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信，本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量台灣松下電器內部控制之有效性，但目的並非對台灣松下電器內部控制之有效性表示意見。

為作成有限確信之結論，本事務所已執行下列工作：

- 取得及閱讀 2024 年度永續報告書
- 對參與提供永續績效資訊的相關部門進行訪談，以瞭解並評估編製前述資訊之流程、內部控制與資訊系統
- 基於對上述事項所取得之瞭解，就報告書揭露之特定資訊執行分析性程序，或於必要時抽樣核對相關文件，以獲取足夠及適切之有限確信證據；



先天限制

由於諸多確信項目涉及非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天性之限制，對於資料之相關性、重大性及正確性等之質性解釋，則更取決於個別之假設及判斷。

品質管制與獨立性

本事務所遵循品質管制準則 1 號會計師事務所之品質管制之規範，建立並維護完備之品質管制制度，包含遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。本所亦遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。

結論

依據本事務所所執行之程序及所獲取之證據，未發現確信標的資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

其他事項

本確信報告出具後，台灣松下電器對任何確信標的或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

安永聯合會計師事務所

會計師：呂倩雯

呂倩雯



民國一十四年七月三十一日



附件一：

編號	章節標題	內文標題	標的資訊	適用基準																																																										
1	第一、三章	公司治理、企業承諾	1. 違反職業安全衛生法第 6 條第 1 項-未符合規定之必要安全衛生設備及措施，遭裁處新台幣 3 萬元罰鍰。 2. 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。 3. 違反電業法第 68 條第 1 項-未經許可而設置自用發電設備，遭裁處新台幣 20 萬元罰鍰。	GRI 2-27 法規遵循 報導組織應報告以下資訊： a. 報導報導期間發生的重大違反法規事件總數，並按以下方式細分： i. 被罰款的事件； ii. 非金錢制裁的事件； b. 報導在報導期間內支付違反法規罰款的總數和金額，並按以下方式細分： i. 在當次報導期間內發生違反法規行為事件的罰款； ii. 在先前的報導期間內發生違反法規行為事件的罰款； c. 描述重大違規事件； d. 描述組織如何判定重大違規事件。																																																										
2	第五章	永續績效	2024 年台灣松下電器新進率與離職率 <table><tr><th colspan="2" rowspan="2">項目</th><th colspan="2">新進員工</th><th colspan="2">離職員工</th></tr><tr><th>人數</th><th>比率</th><th>人數</th><th>比率</th></tr><tr><td rowspan="4">男</td><td>30 歲以下</td><td>33</td><td>2.01%</td><td>12</td><td>0.73%</td></tr><tr><td>30-50 歲</td><td>15</td><td>0.92%</td><td>17</td><td>1.04%</td></tr><tr><td>50 歲以上</td><td>1</td><td>0.06%</td><td>32</td><td>1.95%</td></tr><tr><td>小計</td><td>49</td><td>2.99%</td><td>61</td><td>3.72%</td></tr><tr><td rowspan="4">女</td><td>30 歲以下</td><td>9</td><td>0.55%</td><td>8</td><td>0.49%</td></tr><tr><td>30-50 歲</td><td>6</td><td>0.37%</td><td>4</td><td>0.24%</td></tr><tr><td>50 歲以上</td><td>0</td><td>0.00%</td><td>11</td><td>0.67%</td></tr><tr><td>小計</td><td>15</td><td>0.92%</td><td>23</td><td>1.40%</td></tr><tr><td colspan="2">合計</td><td>64</td><td>3.91%</td><td>84</td><td>5.13%</td></tr></table>	項目		新進員工		離職員工		人數	比率	人數	比率	男	30 歲以下	33	2.01%	12	0.73%	30-50 歲	15	0.92%	17	1.04%	50 歲以上	1	0.06%	32	1.95%	小計	49	2.99%	61	3.72%	女	30 歲以下	9	0.55%	8	0.49%	30-50 歲	6	0.37%	4	0.24%	50 歲以上	0	0.00%	11	0.67%	小計	15	0.92%	23	1.40%	合計		64	3.91%	84	5.13%	GRI 401-1 新進員工與離職員工 報導組織應報告以下資訊： a. 在報導期間內，按年齡層、性別及地區劃分新進員工的總數及比例。 b. 在報導期間內，按年齡層、性別及地區劃分離職員工的總數及比例。
項目		新進員工				離職員工																																																								
		人數	比率	人數	比率																																																									
男	30 歲以下	33	2.01%	12	0.73%																																																									
	30-50 歲	15	0.92%	17	1.04%																																																									
	50 歲以上	1	0.06%	32	1.95%																																																									
	小計	49	2.99%	61	3.72%																																																									
女	30 歲以下	9	0.55%	8	0.49%																																																									
	30-50 歲	6	0.37%	4	0.24%																																																									
	50 歲以上	0	0.00%	11	0.67%																																																									
	小計	15	0.92%	23	1.40%																																																									
合計		64	3.91%	84	5.13%																																																									



編號	章節標題	內文標題	標的資訊	適用基準
3	第一章	公司治理	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。	GRI 416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件 報導組織應報告以下資訊： a. 按下列規約，說明組織在報導期間內違反有關產品與服務的健康和安全法規和自願性規約的事件總數： i. 導致罰款的違規事件； ii. 導致警告的違規事件； iii. 違反自願性規約的事件。 b. 若組織未違反任何法規和自願性規約，簡要陳述此一事實即可。
4	第一章	公司治理	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。	GRI 418-1 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴 報導組織應報告以下資訊： a. 按以下分類，說明已證實之投訴屬於侵犯客戶隱私的總數： i. 來自外部各方並經由組織已證實的投訴； ii. 來自監管機關的投訴。 b. 經證實之資訊洩露、失竊或遺失客戶資料事件的總數。 c. 如果組織未認定任何的投訴，簡要陳述此一事實即可。

2024 編輯委員名單(職稱略)

主編

黃政成

副主編

林仁

謝宇澤

編輯委員

台灣松下電器

張敦治

陳之琦

闕韻哲

詹彬宏

陳郁心

林詩揚

翁毓澤

楊淑慧

蕭朝欽

陳麗瓊

吳耀任

張建華

陳彥廷

黃坤右

賴基尉

何美麗

楊博翔

陳逸民

陳進昇

黃家豪

台灣松下銷售

何集瑛

單明萱

松下產業科技

于耀宗

台灣松下營造

曹一德

台灣松下電材

曾秀菊

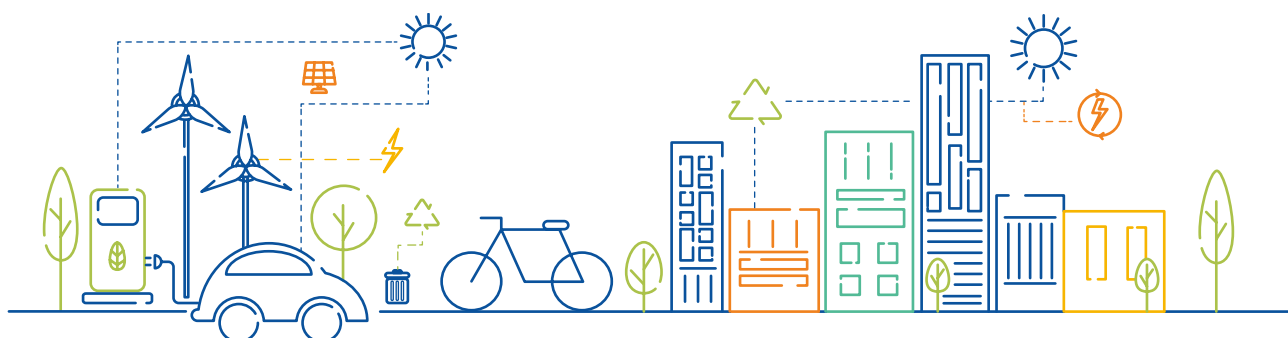
台灣松下多層材料

賴佳穗

王琳儀

台灣松下電腦

曾貴瑛



Live Your Best

在變化的世界裡, 貼近客戶
成為持續創造幸福和身心愉悅的力量