

2025

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。2025 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，並持续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 2025 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 2025 年度（2025 年 1 月 1 日至 2025 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 2026 年 7 月，下一期報告書預計於 2027 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	總經理	資本額	員工人數
洪裕鈞	黃政成	34.2 億	1638 人

成立日期 1962 年 10 月 2 日

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

- 製氫設備啟動
- 燃料電池正式生產

公司地址 新北市中和區員山路 579 號

台灣松下多層材料 (PIDMTW)

董事長	總經理	資本額	員工人數
桑田治彥	井上博晴	7.8 億	318 人

成立日期 1987 年 4 月 7 日

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

- 持續建置自廠係數以削減空汙費，2025 年削減金額達 190 萬元

公司地址 新竹縣湖口鄉光復路 20-1 號

台灣松下電材 (PESECMTW)

董事長	總經理	資本額	員工人數
陳建宏	渡邊崇士	3 億	268 人

(2026/04/01 升任)

成立日期 1987 年 6 月 1 日

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

- 台灣松下電材第三期棟廠房新建工程動土
- 部品製造部成形製造課推動「射出 AI 系統導入計畫」，以 AI 自動演算調整參數，實現傳統產業轉型的關鍵里程碑

公司地址 桃園市大溪區信義路 228 號

松下產業科技 (PIDSTW)

董事長	總經理	資本額	員工人數
簡國華	簡國華 (兼)	3.87 億	205 人

成立日期 1976 年 5 月 3 日

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

- 松下產業科技與工研院合作導入電漿切割機，以無刀片、低損傷的乾式電漿製程，支援先進封裝與 2.5D / 3D 應用。2025 年，設備已完成驗證，具備高穩定性，未來可作為提升良率、降低製造風險的關鍵解決方案

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 樋口篤	總經理 小畑愼吾	資本額 12.27 億	員工人數 51 人
------------	-------------	----------------	--------------

成立日期 2011 年 10 月 1 日

公司地址 新北市五股區五權路 37 號 6 樓 (新北產業園區)

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。

- 推動綠建築發展，永翠與江子翠案分別取得綠建築候選黃金級與銀級認證
- 新北市板橋區 [琢真文化] 集合住宅案上樑
- 台北市士林區 [ONARI] 集合住宅案完工取得使照
- 台北市中山區 [EVERSTAR Hotel] 旅館飯店案完工取得使照

年度亮點

台灣松下電腦 (PAVCTW)

董事長 青木秀介	總經理 八波正洋	資本額 9.1 億	員工人數 820 人
-------------	-------------	--------------	---------------

成立日期 1990 年 4 月 1 日

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

- 推動負責任供應鏈治理的重要里程碑，通過 RBA VAP 白金認證 (Platinum Status)。為達成此一國際級標準，2025 年投入全面性改善工程，包括：勞動人權制度重建與文件化、職業安全衛生風險全面盤點與改善、環境管理與溫室氣體治理強化、企業倫理與供應鏈管理機制升級、多語言溝通與員工權益保障機制完善
- 啟動 DEI 推動元年，正式將每年 10 月訂為 DEI Month，期望透過制度化活動與文化倡議，建立多元共融的職場環境
- 推動女性人才專項培育計畫，特別派遣女性同仁赴日本工科短期 (一年制) 大學進修，強化製造基礎技術能力、生產現場問題解決能力、改善推動與現場改革實踐力

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 905 人
------------	------------	--------------	---------------

成立日期 2020 年 4 月 1 日

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

- 2025 年度讀者文摘「信譽品牌」獎項，Panasonic 再度蟬聯台灣消費者最信賴家電品牌，榮獲 6 座白金獎和 10 座金獎、總計 16 個品項
- 導入 AI 創新應用，包含空調維修 AI 諮詢助理、AI 文字克服 V2.0、AI 電話語音客服，提升服務效率與品質
- EMS 系統導入完成，協助連鎖超市、學校、商業空間及物流場等場域提升能源管理效率並降低碳排放
- 松下台灣事業部聯合台積電基金會，於新竹光復高中設立 GHP 空調替代能源示範場域
- 與大手工程公司合作三件統包案，推進多元化空質空調商品

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	13
04 重大議題分析與利害關係人議合	14
05 永續議題管理方針	18
06 聯合國永續發展與目標	22

1 公司治理

1.1 公司治理與經營	33
1.2 經營策略與績效	35
1.3 風險管理與法規遵循	36
1.4 資訊安全	38
1.5 產品供應鏈	41
1.6 產品品質與顧客服務	48

2 綠色製造

2.1 能源與碳管理	56
2.2 環境管理	64
2.3 氣候變遷與調適	67
2.4 綠色產品發展願景	74
2.5 綠色技術研發與創新	76

3 企業承諾

3.1 員工組成與多元性	86
3.2 人權與溝通	87
3.3 人才發展與留任	88
3.4 員工福祉	90
3.5 職場健康與安全	91

4 社會共榮

4.1 綠色影響力	97
4.2 公益推動	101

5 永續績效

5.1 環境面績效	107
5.2 員工面績效	112
5.3 治理面績效	114

0

特輯亮點

百年松下 永續精神



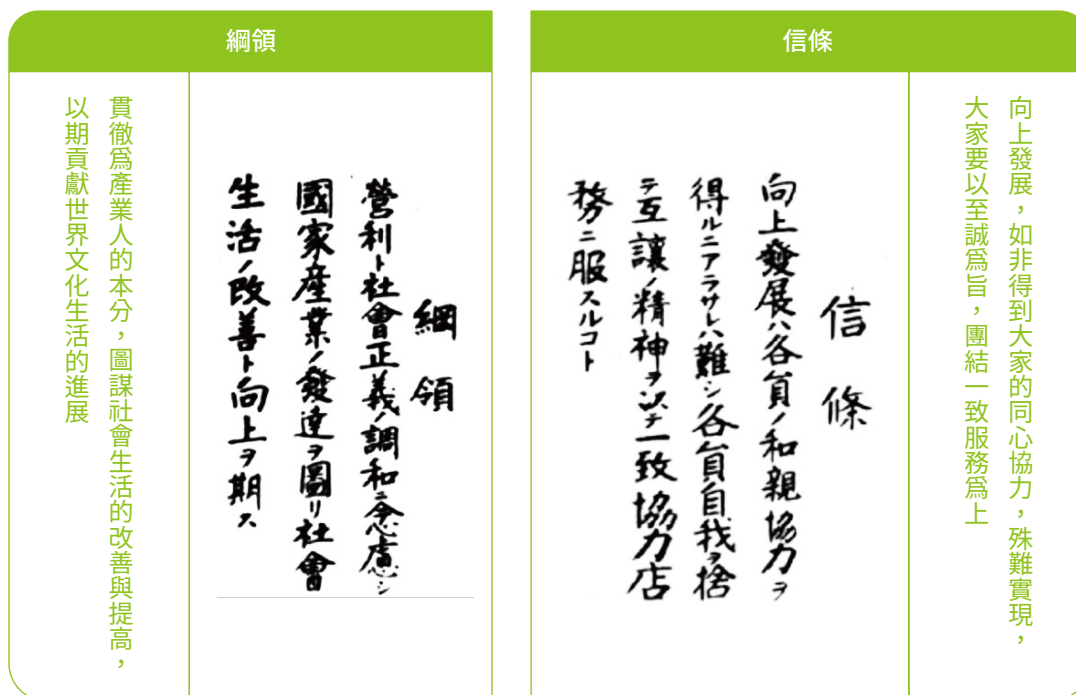


- 01 永續願景及藍圖
- 02 經營者的話
- 03 年度榮耀及肯定
- 04 重大議題分析與利害關係人議合
- 05 永續議題管理方針
- 06 聯合國永續發展與目標

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 年創立松下電氣器具製作所。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」、「力爭向上」、「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 集團自 1962 年深耕台灣至今，始終在「不變」與「改變」之間前行。不變的是以人為本的初心，從建立關係走向深化共感，並將永續融入技術創新、循環經濟與各項公益實踐，讓理念走進日常生活。我們不僅實踐企業責任，更期望邀請每一個人共同參與，讓每個人都成為循環的一部分。展望未來，台灣 Panasonic 集團將持續深耕在地、攜手夥伴，從個人延伸到社會，讓「共感、共行、共好」成為自然流動的循環，一同走向更溫暖、更有力量的未來。

台灣 Panasonic 集團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」



企業社會責任網



全球永續行動網站

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



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、儲能三大面項進行努力，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

穩健前行，邁向永續新成長

面對全球氣候變遷、能源轉型、供應鏈重組與市場競爭加劇，企業經營所面對的挑戰日益複雜。2025 年，台灣 Panasonic 集團持續以穩健經營為基礎，推動商品革新、品質強化、供應鏈效率提升與組織體質改善，在變動環境中維持營運韌性，並為未來成長奠定基礎。

過去一年，我們在各事業領域持續推進年度目標，面對低價競品、庫存壓力、原物料上漲及消費市場變化等挑戰，仍透過營運效率改善與成本控管，達成對 BP「減販增益」的成果。在各事業單位的努力下，AS 科技、建築設備本部、洗衣機事業、揚聲器事業及馬達事業順利達成事業計畫；洗衣機新商品亦憑藉設計力與商品力獲得德國 iF 設計獎肯定，展現 Panasonic 長期深耕技術、品質與顧客價值的成果。

邁向 2026 年，我們以「強化體質、創造機會」作為營運方針，持續推動製造革新、SCM 強化、品質提升及 AI 與 DX 導入；鏈結 2030 中長期戰略，於既有事業深化與新成長領域開拓之間，建構更具韌性的事業基盤。

深化氫能應用，推動低碳能源轉型

氣候變遷與能源轉型已成為企業必須積極回應的關鍵課題。台灣 Panasonic 集團持續響應 Panasonic 全球 GREEN IMPACT 承諾，運用「節能、創能、儲能、能源管理」四大策略，朝向 2050 年「耗能<創能」的環境願景穩健前進。2025 年 mini RE100 淨零碳排驗證場域，導入太陽能、氫能及儲能設備，太陽能 PV 發電量達 882.695 kWh，乾淨電力使用率達 3.13%，以具體成果逐步累積低碳營運基礎。

面對未來能源結構轉變，氫能將是潔淨能源發展的重要方向之一，亦可與再生能源、儲能系統及能源管理技術相互結合，形成更具彈性的能源解決方案。未來，台灣 Panasonic 集團將持續整合自社資源，強化節能技術、能源替代方案商品與氫能應用布局，並以 RE100 綠色工廠與淨零碳排為努力方向，逐步降低營運環境負載，擴大綠色影響力。

導入 AI 應用，強化營運效率與服務品質

AI 與自動化科技正加速改變製造業的營運模式。台灣 Panasonic 集團將 AI 與 DX 視為強化經營體質的重要工具，持續應用於製造、供應鏈與顧客服務等關鍵流程，提升效率、品質與市場應變能力。

我們推動自動化與智慧工廠相關措施，包含空調產線革新、洗衣機產線 One Floor 化、冰箱箱體自動化，以及工廠與物流機能改善。這些作為有助於提升生產效率與品質穩定度，也使現場作業人員能將更多心力投入改善、判斷與創新工作。

同時，我們導入 AI 預測系統，強化需求掌握、庫存控管與物流效率，2025 年度物流費節省超過 2,300 萬元，展現數位工具對營運效率改善的實質效益。集團亦推動服務 AI 語音與線上服務系統，提升顧客需求回應速度。未來將持續以人為本推動 AI 應用，使科技成為提升營運效率與顧客價值的重要助力。

深耕社會公益，擴大共好影響力

企業的永續發展，來自於與社會共同成長。台灣 Panasonic 集團長期投入教育支持、體育推廣、災害援助與環境公益，期望透過企業資源與夥伴協作，回應社會需求並擴大正向影響力。

在教育與人才培育方面，我們持續投入技職教育、獎學金及設備捐贈，十年來累計協助 42 所學校，捐贈 2,773 件設備，並透過獎學金扶助 120 位大學生及 2,379 位師生，支持年輕世代累積專業能力，為產業未來培育人才；在體育推廣方面，集團連續五年贊助台北城市路跑，並持續支持南山高中籃球隊，鼓勵青年勇於挑戰、追求目標。

面對重大災害與環境議題，我們透過花蓮震災援助、淨灘、生態保育、森林教育及綠色生活創意競賽等行動，實踐企業對社會與環境的承諾。台灣 Panasonic 集團將持續深化公益參與，使社會關懷成為企業永續經營的重要力量。

展望未來，台灣 Panasonic 集團將持續以永續經營為核心，面對環境變遷、產業轉型與市場競爭所帶來的挑戰，從整體經營策略出發，強化組織韌性、提升營運效率，並積極開拓具長期成長潛力的新事業領域。同時，我們也深化低碳能源布局，推動氫能應用、再生能源導入與能源管理解決方案，將環境責任轉化為事業創新的動能。

秉持 Panasonic「在製造產品之前，先培養人才」的精神，我們將持續培育能引領轉型的人才，攜手員工、顧客、合作夥伴與社會大眾，朝向「持續成長、永續經營」與「循環共好、氫淨美好」的生活願景穩健前行。

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

第 27 屆《讀者文摘》信譽品牌 6 座白金獎 10 座金獎



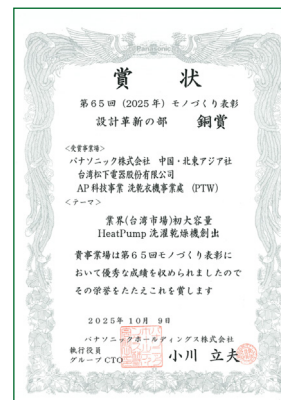
2025 年台灣企業永續獎 台灣十大永續典範外商企業獎



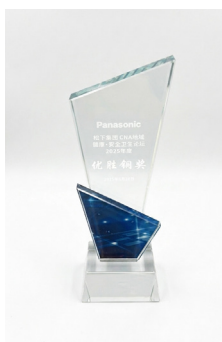
2025 年台灣企業永續獎 企業永續報告 金獎



HeatPump 滾筒洗乾衣機 獲得 Panasonic 全社製造表彰銅賞



Panasonic 安全改善事例 評選 - 銅獎 (電器火災提早偵測系統)



2024 年商品表彰 Cross-Value Innovation 獎 (家用大型空調與店鋪冷設 IOT Services 開發和事業化推進)



2024 年商品表彰 卓越創新獎 (寵物複合式餵食機)



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

- | | | |
|--------------|--------------|--------------|
| 1. 經濟績效 | 4. 資訊安全與客戶隱私 | 7. 氣候變遷策略 |
| 2. 顧客權益與產品安全 | 5. 誠信經營與法規遵循 | 8. 技術創新與市場布局 |
| 3. 供應鍊管理 | 6. 公司治理 | 9. 營運持續管理 |

環境面

- | | |
|------------|-------------|
| 10. 能資源管理 | 13. 水資源管理 |
| 11. 廢棄物處理 | 14. 生態與環境保育 |
| 12. 溫室氣體管理 | 15. 綠色產品 |

社會面

- | | |
|---------------|-------------|
| 16. 職業安全與衛生 | 19. 人才培育與發展 |
| 17. 員工多元與人權平等 | 20. 社會關懷公益 |
| 18. 人才吸引與留任 | |

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 405
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 308 GRI 414
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	- 技術創新與市場布局 - 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 93.5% - 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
2025 年建立電氣火災提早偵測系統、緊急求救系統 2025 年榮獲 CNA 地域性「健康·安全衛生論壇」競賽，獲得銅賞	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
2025 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
- 為提升白領人才之招募，新參與外籍僑生招募活動及拜訪學校 - 規劃留任激勵制度 - 透過職訓班結業前的說明會促進人力來源	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 2025 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	- 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%，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
2025 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	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 122 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
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
2025 年社會公益投入經費 23,451 千元 - 近十年來總計捐贈近 2,900 件家電商品	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 2025 年成果

SDG 3 健康與福祉



1. 建構全台最大規模服務網絡，28 家直營服務中心、271 家授權服務據點，並由超過 800 位專業技術人員提供即時支援
2. 舉辦職業安全衛生教育訓練，員工、承攬商、供應商、物流業者，共計 7,841 人次參與
3. 推動員工健康促進，舉辦健康促進講座、減重活動、健康集點，並積極推動健康管理計畫

SDG 4 優質教育



1. 參與「高工職校家電實習器材捐贈計畫」，2025 年捐贈 110 件空調、冰箱及冷暖空調設備及家電實習器材，近十年捐贈近 2,900 件家電商品
2. 每年舉辦台灣 Panasonic 獎學金頒贈暨實習報告會，至今已錄取 120 位學生
3. 2025 年共有 10 名來自國內五大頂尖國立科技大學重點科系的優秀學生獲頒獎學金
4. 舉辦第十屆「綠色生活創意設計大賽」，吸引跨 8 國，共 303 支隊伍，逾千名學生參與
5. 響應產學合作，加入由經濟部產業發展署指導的「家電創意加值競賽」，以企業贊助組強化與學界的聯繫
6. 推進產學合作，辦理德霖科技大學微學程一小家電維修基礎技能，共 4 堂課程 8 小時，以企業入班業師教學，支援學校教學用之商品，協助學生求職前更認識產業及培訓實務基礎技能為畢業前就業作準備，並且提供實習機會為公司儲備未來技能人才。

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
2. 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

SDG 7 可負擔能源



1. 氫燃料電池組立工廠 2025 年完成生產線建置，建構安全與數位化並行的純氫燃料電池生產基地
2. 2025 年總務部及六工廠推動 19 件節能專案
3. 2025 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

SDG 8 合適的工作與經濟成長



1. 2025 年導入「電氣火災提早偵測系統」獲得 Panasonic 集團安全改善事例評選 CNA 地域銅獎
2. 台灣松下電材 2025 年進行 11 次幹部安全巡視並完成各項改善
3. 2025 年台灣 Panasonic 集團尊重人權之 Panasonic 員工的承諾受訓比率 100%

SDG 9 工業、創新及基礎建設



1. 台灣松下電材產能升級布局：第三期棟廠房新建工程動土
2. 2025 年松下集團共取得 53 件專利，研發與創新能量逐年提升
3. 製造力強化中心以首創大容量 HeatPump 滾筒洗乾衣機獲得 Panasonic 全社製造表彰銅賞

SDG 11 永續城市與社區



1. 推動 85 大樓建築冰水主機與空調系統之整合升級，2025 年已完成空調冰水主機汰換
2. 助花蓮災民重建家園，偕同洪建全教育文化基金會捐贈價值 100 萬元及 50 萬元家電產品，即刻啟動家電產品免費檢測服務

SDG 12 責任消費及生產



1. 2025 年供應商環境品質及 CSR 實地監察共累計 70 家，強化責任供應鏈治理並降低價值鏈風險
2. 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。
3. 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，符合松下綠色採購規範供應商 100%

SDG 13 氣候行動



1. 台灣松下多層材料建立自廠空氣汙染防制係數，2025 年第三季及第四季實績試算，空污費合計削減約新台幣 190 萬元，削減率達 97.1%
2. 台灣松下營造推動綠建築發展，永翠與江子翠案分別取得綠建築候選黃金級與銀級認證
3. 辦理台灣 Panasonic 集團聯合環境教育活動與淨灘活動，從行動落實永續
4. 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

SDG 17 多元夥伴關係



1. 與台灣中油合作辦理「2025 淨零轉型・永續台灣論壇」
2. 支持社福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. 連續五年參與台北城市路跑賽，2025 年使用環保紗材質進行製作運動毛巾，獎牌掛帶選用環保材質，減少對環境的影響。

永續特輯 1

永續特輯：以氫之力，驅動低碳韌性未來

在全球邁向淨零排放的趨勢下，如何將再生能源有效轉換、儲存並穩定使用，已成為能源轉型的關鍵課題。太陽能與風力發電具備低碳優勢，卻受限於天候與時間波動，容易在發電高峰時產生剩餘電力，亦可能在用電高峰時供應不足。氫能因具備「高重量能量密度、可長期儲存、使用階段不產生二氧化碳」等特性，可作為再生能源能量儲存的重要媒介。然而，若氫氣仍透過化石燃料製得，將難以真正實現低碳目標。

為解決再生能源間歇性、提升能源韌性與產業減碳需求，台灣松下電器以「氫能、再生能源、高效率發電」為永續主軸，從製氫到用氫建立可複製的示範路徑，讓低碳能源不再停留在概念，而是落地成為可運轉、可量測、可擴展的解決方案。

以實證串起淨零路徑：從「做得到」到「做得大」

台灣松下電器呼應台灣 2050 淨零轉型方向，將氫能定位為強化能源韌性與低碳轉型的關鍵解方，並以「Mini RE100 實證場域運轉—純氫燃料電池量產基地—綠氫示範 PoC」逐步推進，讓氫能不只停留在概念驗證，而是走向可運轉、可量測、可擴展的系統化布局。



能源場域架構

2024 年，台灣松下以純氫燃料電池，搭配太陽光電與鋰電池儲能的電熱聯產系統，實證三電池達成淨零碳排的可行性。吸引產、官、學界各方先進與同業參觀。實證至今使用成效卓越。2026 年，台灣松下將淨零碳排實證場域再進化，加入綠能製氫概念與全新 10kW 純氫燃料電池 PH3。實際構築場域，以行動進一步探索潔淨能源的可能性。場域包含：太陽能 74.7 kWp、鋰電池儲能 192kWh、純氫燃料電池：共 30 kW。與氫氣儲存集束 (Linde LienHwa)、氫氣洩漏偵測 (ITRI)、水電解製氫機 (hiPower)、自社開發能源管理系統、熱電聯產等周邊設施。



系統畫面 - 首頁

綠氫製造：40kW PEM 製氫系統，把再生能源餘電變成可儲存能量

在製氫端，導入 40kW PEM 電解水製氫系統，以風電、光電等再生能源的多餘電力進行電解水，將分散式綠電轉換為可調度的氫能，支援工廠測試需求並提升能源自主性。系統整合電源轉換模組、電解水製氫模組（0-35 L H₂/min）、自來水轉純水的儲存與過濾、氫氣品質與流量監控、以及現場量測與數據蒐集，同步規劃餘熱回收再利用，兼顧穩定供氫與能效提升。



水電解製氫機 (hiPower)

純氫發電：PH3 高效率與模組化，打造分散式低碳電力選項

在用氫端，主力產品 PH3 純氫燃料電池單機最大輸出 10kW，採模組化設計可彈性配置，可以依據各種供電需求自由的規劃分散式電源，系統最大可達 MW 級。其能源轉換亮點在於「發電 + 熱回收」的整合：發電效率 57% 搭配熱回收效率 47%，綜合能源利用率可達 104%，讓電力與可再利用熱能一併納入能效管理，提供企業在備援供電、微電網與減碳路徑上的新解法。



純氫燃料電池 PH3 製造場域

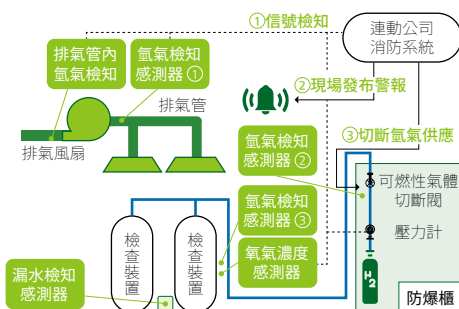
在地組裝與品質治理：安全、DX 的純氫燃料電池組立工廠

為推動氫能商業化落地，台灣松下電器完成純氫燃料電池組立工廠建置，基地面積約 650 m²，現階段產能設定為每日 1 台；每台組裝約需 2,000 分鐘、作業步驟 2,848 步、部品點數 2,283 個，以高精密流程確保一致品質。工廠同時建立 6 道安全檢知、異常通報與緊急切斷機制並連動消防系統，確保氫氣供應與使用安全；並導入「作業 Navi」數位化作業指導，透過 Wi-Fi 自動確認螺絲鎖附扭力與數量、管夾組裝品質與重要部品條碼照合，讓製程可追溯、品質可驗證，穩定量產品質標準。

建構安全與數位化並行的純氫燃料電池生產基地

建立氫氣供應及使用的安全系統

6 道安全檢知、異常通報及緊急切斷機制



透過 DX 數位技術確保組裝品質

作業 Navi(數位化作業指導系統)



燃料電池生產場域安全系統與 DX 數位指導系統

隨著企業加速邁向淨零轉型，製氫機可作為再生能源的重要支援設備，可實現將再生能源轉換成可儲存使用的氫氣的綠能願景。在製造業、科技產業、資料中心及關鍵基礎設施等高用能場域，氫能可用於製程、再發電或作為低碳備援能源，提升能源韌性並降低對化石燃料的依賴。當製氫系統搭配再生能源使用時，氫能於使用階段中不產生二氧化碳排放，有助企業穩健推動減碳與永續能源布局。

永續特輯 2

智造升級，服務進化：AI 驅動永續轉型

面對製造升級與顧客需求快速變化的挑戰，台灣 Panasonic 集團以 AI 為核心驅動轉型，將智慧技術導入生產製造、品質管理與客戶服務等關鍵環節，全面提升營運效率與服務價值。透過 AI 應用從內部製造到外部服務的全面延伸，持續以技術創新帶動流程優化，以數位轉型回應市場變化，並在提升效率、創造顧客價值與落實永續發展之間，建立更具韌性與前瞻性的成長模式。

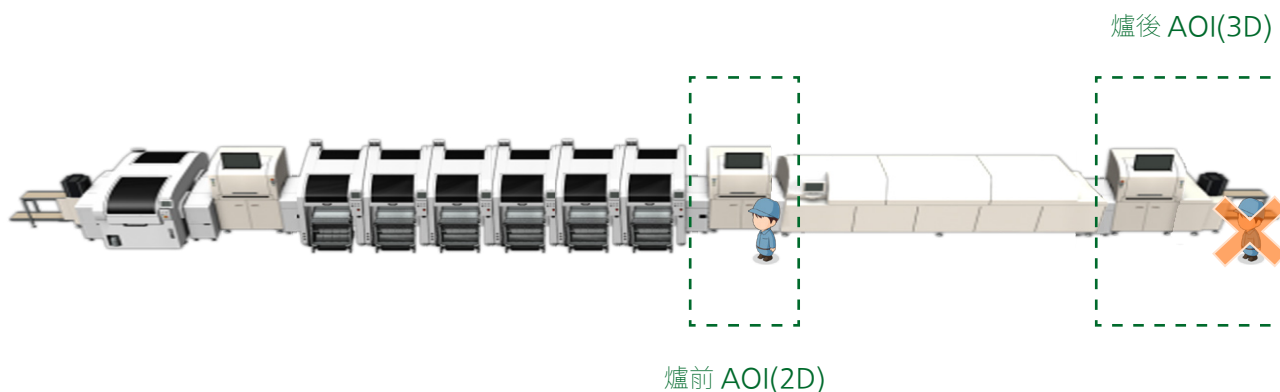
AI 自動光學檢測系統

為持續提升製程品質與生產效率，松下電腦導入結合 2D / 3D AOI 與 AI 自動學習的光學檢測系統，建構回焊前後的完整檢測機制，強化缺陷辨識與異常篩檢能力。透過智慧化檢測技術的應用，不僅有效降低人工判讀負荷與誤判風險，亦提升檢測流程穩定性與製程管理效率。隨著 AOI 直通率與檢測精準度提升，整體製程在工時、人力配置及交期管理等面向均獲得優化，進一步提升產線運作效能與品質穩定度，展現智慧製造導入的具體成效。

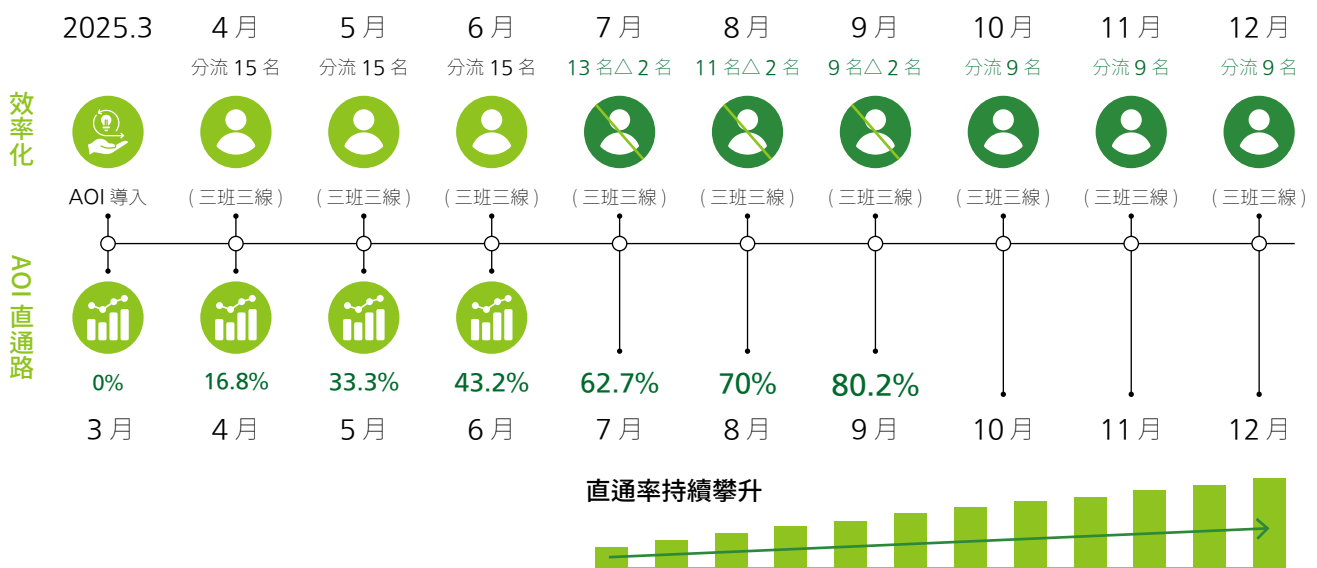
AOI 誤判率改善	搭載 AI 後，直通率由 1.91% → 80.1%
檢查負荷大幅下降	回焊前 NG 率由 87.4% 降至 20% 以下，回焊後 NG 率由 100% 降至 30% 以下。
檢查工時下降	回焊前檢查工時由 990 秒 / h 降至 225 秒 / h，回焊後則由 1,875 秒 / h 降至 550 秒 / h。

PAVCTW 實裝工程 AOI 直行率改善

實裝產出率 平均約 75 片 / 小時



Reflow 前	Before	After	Reflow 後	Before	After
NG 率	87.4%	20% 以下	NG 率	100%	30.0% 以下
NG 枚数 / h	66 枚	15 枚 以下	NG 枚数 / h	75 枚	22 枚 以下
目視檢查時間 / 枚 (不包括準備, 放置和移動)	15 秒	15 秒	目視檢查時間 / 枚 (不包括準備, 放置和移動)	25 秒	25 秒
檢查必要工数 / h	990 秒	225 秒	檢查必要工数 / h	1,875 秒	550 秒



透過提升 AOI 偵測精度，將偵測人數由 2 人改減 1 人 (年成本△ 5,292 千 NTD + 檢查週期△ 0.21 天)

AI 射出成形技術

台灣松下電材為推動永續轉型與射出成型製程的智慧化，導入 AI 射出成形技術，結合大數據分析、缺陷檢測、自適應參數調整與設備監控，逐步由傳統仰賴資深人員經驗的調機方式，轉型為以數據驅動的科學試模與智慧製造模式。透過 AI 自動演算成形條件，協助現場快速建立試模參數、預測品質風險、降低材料浪費，並藉由即時回饋與持續學習機制，提升生產穩定性與品質一致性。亦進一步串聯 AI 視覺檢測、機械臂應用及數位化保修管理，朝向更高程度的自動化與無人化生產發展。



智能檢測系統特色

深度學習引擎

多光路檢測

即時回饋系統

核心優勢

無人工干預—無人化生產

即時品質控制— 0.8 秒缺陷檢測

智能參數優化— AI 自動調整生產條件

數據驅動決策—預測性維護與品質提升

技術整合亮點

500 萬畫素視覺系統

3 種光路架構適應不同瑕疵類型

AI 深度學習演算法持續優化

對應多品番辨識

實證結果顯示，AI 射出成形技術不僅可大幅縮短試模與調參時間，也能有效改善良率、設備稼動率與碳排表現，成為台灣松下電材推進智慧工廠與 ESG 雙軸轉型的重要基礎。

試模次數由 10 次降至 3 次，調參時間由 240 分鐘降至 30 分鐘

材料耗損由 15kg 降至 5kg

系統於試模階段可減碳 36%，量產階段可減碳 26%，最佳實踐情境（50% PCR）則可達減碳 54%

實績運用試模 - 埋入式 USB Power Delivery



部品完成度 95%



智能客服

為回應顧客對即時、便利與全年無休售後服務的期待，台灣松下銷售於 2025 年推動「智能客服」應用，整合語音客服、文字客服、FAQ 知識庫、服務進度通知與技術人員 AI 助理，建構從報修受理、問題解答、進度查詢到完修通知的智慧服務流程。將原本高度仰賴人工客服的服務模式，轉型為 AI 應用的協作機制，不僅可 365 天、24 小時不中斷回應顧客需求，也能有效承接大量重複性問題，降低客服與外勤人員負荷，在提升服務效率與改善顧客體驗的同時，也強化松下銷售在智慧服務與數位轉型上的競爭力。

AI 優先處理標準化問題

強化 FAQ 內容，
結合 AI 文字客服 V2.0

發送服務登記與
完修之通知型訊息

導入技術人員 AI 助理

截至 2026 年 2 月共受理
27,197 件，接聽率提升 2.1%

目標對應 80% 以上的重複性問題，導入後真人對應率降至 8.3%

提升資訊透明度與顧客掌握度

即時查詢專業診斷建議及解決方案



永續特輯 3

運輸距離減法—台灣 Panasonic 低碳物流

在國際供應鏈減碳趨勢下，台灣 Panasonic 集團以更精準的路線進行配送，並整合銷售預測、歷史需求、庫存水位、倉庫庫容與作業負荷、以及運輸時效限制等資訊，透過 IT 系統，在貨櫃抵港前就完成入庫倉別與供應範圍的最適化分配，讓貨物第一次就進到最貼近需求的節點，從源頭減少後續倉間橫向移轉、二次搬運與不必要的調撥里程。

就近落地

縮短大幅度跨區流動

調整進口口岸與出貨節點，使供應更貼近需求地，減少跨區調撥。

就近供應

先預測、先分倉

針對多倉運作導入預測機制，透過路徑與流程的雙向優化，提前規劃貨櫃入庫倉別，提升效率並降低環境衝擊。

從港口開始的減碳革命：高雄港低碳物流示範場

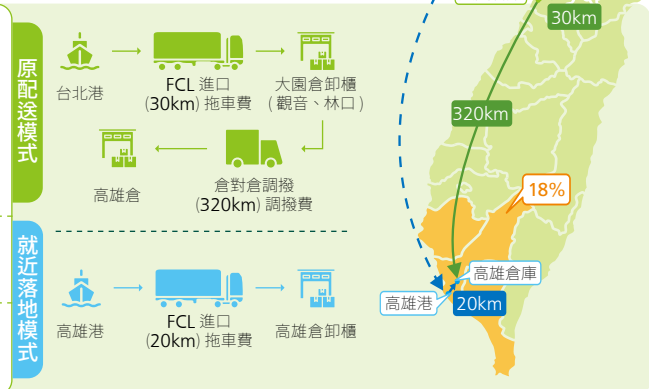
為提升供應鏈效率並降低物流活動帶來的環境衝擊，Panasonic 針對進口入境口岸、倉儲節點配置與跨區調撥流程進行系統性檢視。過往多以台北港進貨為主，再依各區需求運送，容易出現入庫分配與實際需求落差，常需由北部倉庫再進行南向調撥。Panasonic「需求地就近供應」的方式，降低不必要的運輸，提升營運效率，並強化供應鏈在需求波動下的穩定性與韌性。

就近落地：活用高雄港 需求地直接輸入

因應中南部需求佔比提升，Panasonic 改採由高雄港入境，並由高雄倉庫直接供應中南部市場，將原先的「北進南配」轉為「南進南配」。此作法不僅減少北、南之間的調撥作業，也使倉儲端的卸櫃、入庫與出貨節奏更為連貫。

日本冰箱、越南冰箱、菲律賓窗型冷氣、印尼雙槽洗衣機等共 205 櫃改自高雄港進口

- 單次運輸節省約 320 公里之國內倉對倉調撥運輸
- 2025 年節省 562 萬元物流調撥運費



北部三倉串聯上路：智慧化低碳配送

在數位工具日益成熟與減碳壓力持續升溫的環境下，運輸不再只追求準時送達，更要在高波動需求與人力成本上升的限制中，達到更有效率的運作。以往倉網多靠人工經驗做入庫與調度決策，當市場需求轉變時，容易形成配置落差，而增加運輸成本。Panasonic 近年以 IT 系統為基礎，導入資料化分析與智慧調度機制，讓資源配置更貼近需求、降低不必要的移動與成本，同步提升倉網效益與供應鏈韌性。

就近供應：北部倉庫實物移轉 Loss 削減

針對北部多倉運作所衍生之實物移轉與橫向調撥成本，推動先預測先分倉策略，聚焦林口、大園、觀音三倉之間，解決長期因入庫配置與需求分布不一致所造成的跨倉移動。

- 為從源頭改善，導入 IT 系統，整合銷售預測與歷史販賣數據，在貨櫃入庫前自動判斷最適入庫倉別
- 調度人員由「人工判斷」改為「依系統建議確認與例外調整」，降低誤判。
- 系統並以實際出貨 / 移轉結果回饋校正規則，形成持續優化機制，進一步減少後續調撥頻率與作業負擔，提升倉網效率與資源使用效益。

2025 年節省 138 萬元橫向調撥運費

永續特輯 4

從理念倡議到人才投資—台灣松下電腦的 DEI 元年

隨著少子化、缺工與人才競逐加劇，多元、平等與共融（Diversity, Equity, and Inclusion, DEI）成為永續發展與人才留任的關鍵策略。台灣 Panasonic 集團透過文化倡議與員工意識培力，打造尊重差異、包容多元的職場環境。2025 年為松下電腦 DEI 推動元年，正式將每年 10 月訂為 DEI 月，透過制度設計、活動體驗，與跨部門合作與經驗分享，建立長期且可持續的 DEI 推動機制。

多元共融文化推動與員工意識提升

台灣松下電腦透過規劃多項實務導向的活動，結合導入、制度說明與情境討論的活動，協助員工辨識日常工作中可能出現的既定假設或習慣行為，並理解其影響，活動內容包含觀看主題影片、參與互動回饋、案例討論，以及透過實際體驗，認識行動不便者與身心障礙族群在職場與日常環境中可能面臨的限制與需求，讓員工從實際情境中理解制度與環境設計對不同角色所產生的影響。透過持續的交流與討論，提升溝通與協作過程中的敏感度與判斷力，進一步促使相關作法能在日常工作中被清楚理解並有效執行。



制度支持與友善職場設計

為回應員工在不同人生階段所面臨的實際照顧需求，台灣松下電腦導入「公司活動兒童托育補助制度」，將工作與家庭平衡納入規劃考量，提供公司活動期間之托育費用補助，協助有育兒需求的同仁在不增加額外負擔的情況下參與活動，提升整體參與度。透過制度化支持，公司在規劃活動與福利措施時，進一步納入多元生活情境作為考量基礎，展現對不同員工背景與需求的理解，並具體落實 DEI 友善職場的制度精神。



女性人才專項培育計畫

除了台灣 Panasonic 全集團實施男女同酬，且男女性薪資比差距逐年縮小，台灣松下電腦也於 2025 年正式實施女性人才專項培育計畫。我們將多元與平等原則具體落實於人才發展機會之中，遴選女性員工赴日本一年制工科短期大學進修，聚焦於製造基礎技術、生產現場問題解析及改善推動等實務能力的系統性養成。透過結合理論學習與現場實作的培訓內容，協助員工提升對製造流程與現場管理的掌握度，並培養推動改善與現場改革的實踐能力。透過此專項培育，持續擴大女性在關鍵技術與現場管理領域的參與，培養兼具專業能力與發展潛力的人才，展現推動性別平權與多元人才布局的長期發展。



1

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



連續多年榮獲讀者文摘
「家電售後服務與直營維修中心」

白金獎



顧客售後服務滿意度達

93.5%



顧客投訴隱私洩露案

0 件

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

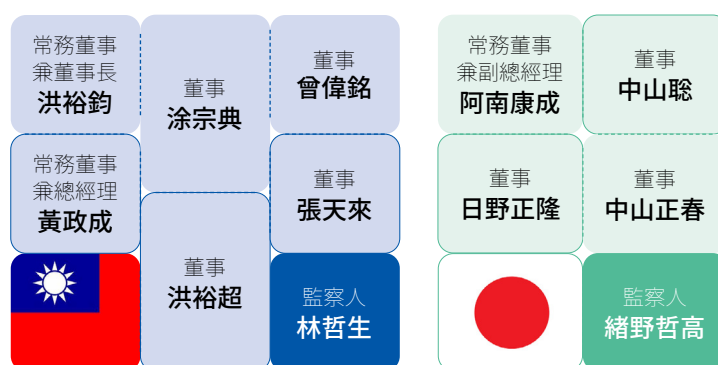


1.1 公司治理與經營

董事會治理架構

台灣 Panasonic 集團董事會為最高治理單位，統籌公司策略方向與重大議題之監督，確保營運透明、合規且兼顧公司與股東權益。董事會成員具多元背景，包含來自日本與台灣等不同國籍，並擁有跨產業之學術與經營歷練，以提升決策之專業性與完整性。董事會設置董事 10 席，任期 3 年，主要審議與核定事項包括子公司經營概況、董事及監察人選舉，以及重大資產之購置與處分等；另設置 2 名監察人，協助監督董事會與管理階層運作、健全公司治理，把關與強化與各利害關係人之溝通，提升外部信任與營運韌性。

董事會每季至少召開一次，除審視經營績效與重要議案外，亦就關鍵永續策略及其相關風險與機會（涵蓋環境、經濟與社會衝擊等面向）進行討論與督導，並定期檢視推動進度與執行成效，以支持永續經營目標落實。2025 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

為確保董事會決策之獨立與公司整體利益，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。2025 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 集團依營運與治理需求，設置三大類別、共 12 個功能性委員會，透過專業分工與定期審議機制，強化對重要議題之監督把關、決策品質與執行追蹤，以提升企業營運效率與公司治理效能。

各委員會聚焦於產品品質管理、營運與法遵風險控管，以及人才與員工關係等面向，藉由指標化管理與改善追蹤，降低產品品質問題發生，並凝聚員工向心力、保障員工福利與權益。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，定期召開會議，檢視並更新各事業單位營運狀況與改善進度，確保合規運作，並與松下集團整體發展目標保持一致。

功能性委員會		推動內容
企業營運	MB(消減浪費) 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

	功能性委員會	推動內容
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

台灣 Panasonic 集團加入多項同業公協會，透過公會平台與業界夥伴交流營運實務，並分享市場趨勢、供需變化與技術洞見，期盼以集團專業協助提升產業整體競爭力。

台灣松下電器參與公會

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

台灣松下電器參與公會

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
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
臺中市室內設計裝修商業同業公會
臺中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

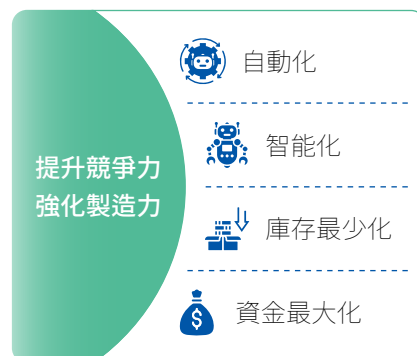
1.2 經營策略與績效

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。

松下集團持續強化開發、採購、品質與生產技術等核心團隊能力，聚焦提升模具開發與自動化相關技術，重拾日本職人精神。同時，拓展通路與服務範疇，將通路布局由既有 B2C 延伸至 B2B 與 B2G，並推動新產品與新事業開發，涵蓋寵物用品，以及創能、儲能與節能相關產品（含氫燃料電池與 EMS 系統），以突破經濟成長瓶頸。

台灣 Panasonic 集團經營目標



單位：新台幣百萬元

	台灣 Panasonic 集團近三年營業額	台灣松下電器集團近三年營業額
2023	103,090	46,778
2024	101,883	47,373
2025	106,412	46,657

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
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%
2025	販賣	58,513	30,448	11,927	2,080	2,363	1,082
	比重	54.99%	28.61%	11.21%	1.95%	2.22%	1.02%

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。

2025 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 3,037,000,000 元（含各類稅捐、營業稅、營所稅）。

2025 年台灣松下電器集團納稅額

類別	金額（單位：百萬元）
營業稅	454
營利事業所得稅	488
貨物稅	1,711
其他類捐	384
合計金額	3,037

1.3 風險管理與法規遵循

風險管理

台灣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、合規原則開展經營活動，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，2025 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



- 不接受供應商提供的個人回饋
- 進行採購業務時須遵守法律規範

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 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。



為確保員工充分掌握法規遵循之要求與公司內部規範，台灣 Panasonic 集團建立常態化的合規培訓機制，透過定期辦理法規主題課程，強化員工將誠信經營原則落實於日常作業與決策流程之能力。配置法規遵循講師，並結合遵紀守法定期訓練與線上學習資源，提升宣導覆蓋率與學習可近性，促進合規文化內化。

活動內容	參加人數
政府標案工程「物價指數」最新規定	1791
「電子契約」相關課題	1791
不正事例研修會	261
台灣地區反賄賂反腐敗規程 (ABAC 規程) 修訂宣導	1791
合規 Newsletter 宣導 (Vol.40) 內容：公平競爭合規規程、貿易管制與制裁法盡職調查	1791
2025 年新資格昇格研修	182
2024 年度 PSTW 新進人員合規研修會	15
合規 Newsletter 宣導 (Vol.41) 內容：全球熱線 EARS 宣導推進	1791

註：數據涵蓋範圍包括台灣松下電器及台灣松下銷售，線上課程參加人數僅為估計

1.4 資訊安全

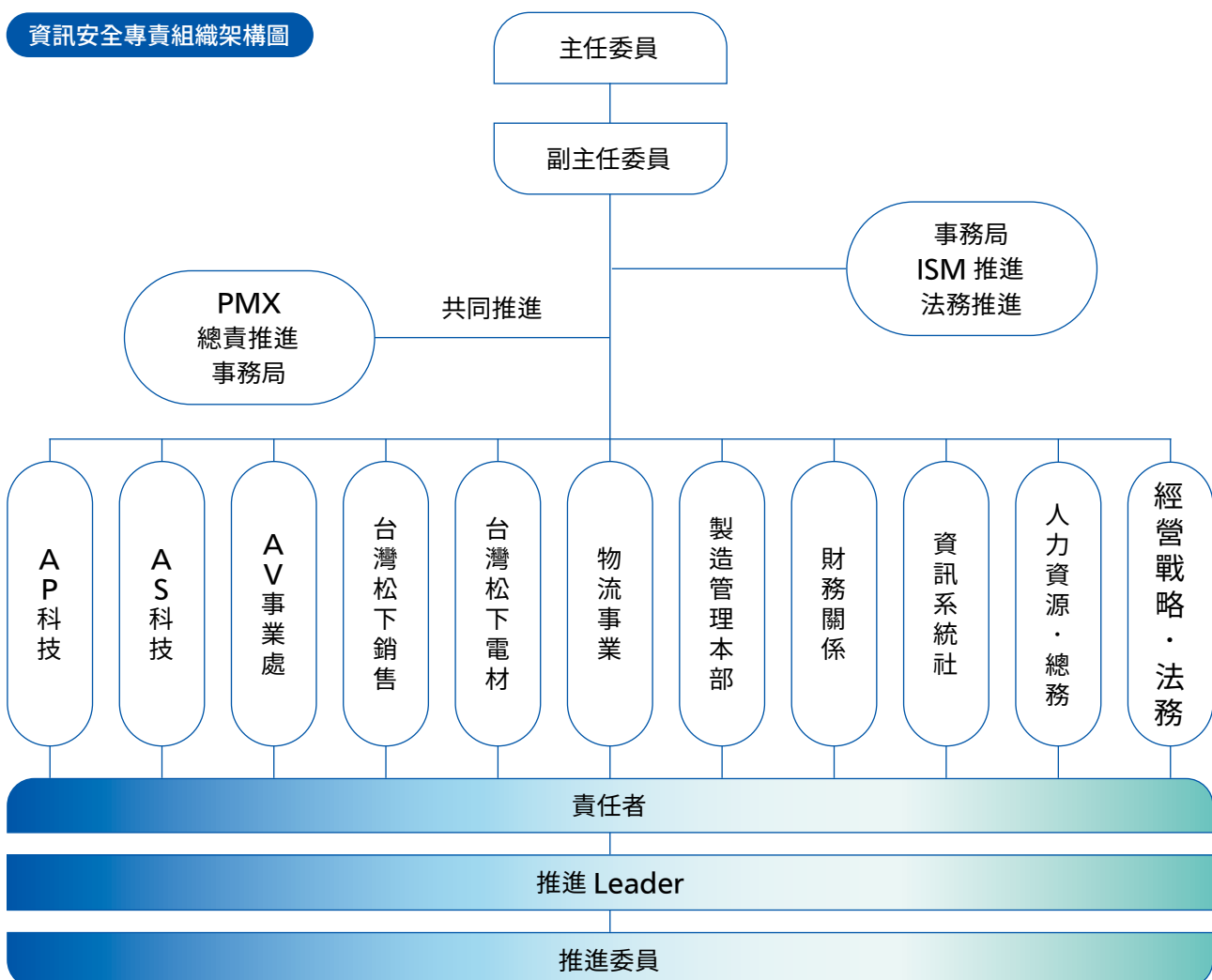
資訊安全政策

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 ISO27001 資訊安全管理系統認證，並且每年均委託第三方機構進行 ISO27001 的年度審查，因應 ISO27001 改版，2025 年 1 月取得 ISO27001:2022 新版認證。截至 2025 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



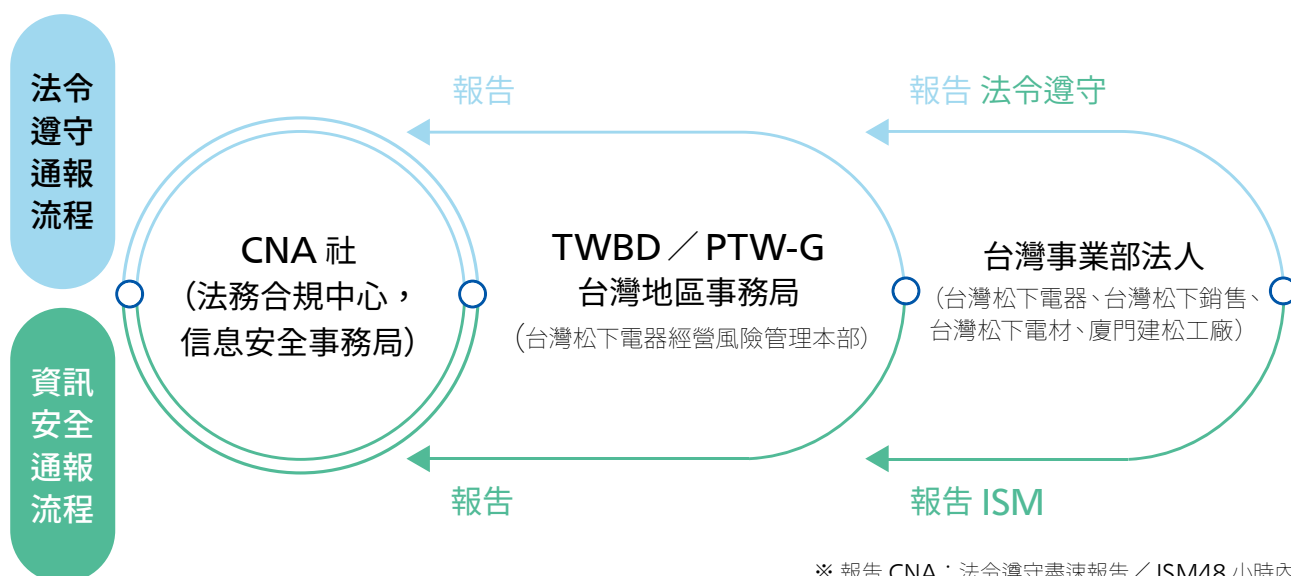
重大資安事件措施

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。2025 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 	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。
事件 	達不到事故程度的案例，但是有可能會成為事故或其徵兆。例如：有加密的筆電、記憶媒體、或有末端控管行動電話的失竊、遺失後，快速進行遠端鎖定及遠端資料刪除成功者。

2025 年重大資安事故通報體系





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，並投注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 → 5.4% 誤點率 - 第二次 → 4.5% 誤點率 - 第三次 → 4.5% 誤點率	持續降低誤點率
全員 ISM e-Learning	- 第一次 → 99.7% (如何成為人身防火牆) - 第二次 → 100% (商業機密與個人資料保護) - 第三次 → 99.7% (2026年 KnowBe4 安全意識培訓)	合格率 100%
全員 ISM 教育啓發	ISM 推進幹部研修會 (1 回) 73 人 資格昇格者 ISM 研修 (1 回) 184 人 新入社員 ISM 研修 (4 回) 139 人	資安意識 DNA 化
物流外點委外人員 ISM 訓練	全台共計 242 名委外人員參與	持續提升研修人數
交易方 ISM 推動	台灣 Panasonic 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。2025 年實際交易廠商共 245 社（不含 Panasonic 集團）。



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

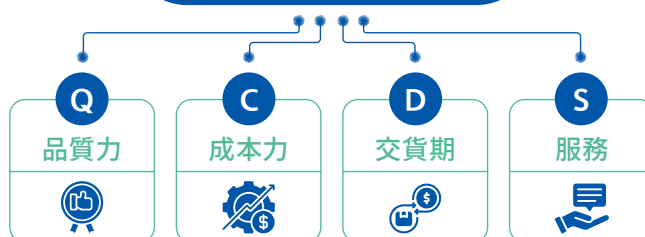
布料、接著劑、塗料、氣體等

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：

Panasonic QCDS 綜合評估等級面向



供應商評估基準

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

評估基準

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

供應商等級比例

註：新供應商評估等級為 D2

等級	國內採購廠商	國外輸入廠商
D1	81 社	23 社
D2	95 社	52 社
D3	9 社	1 社
D4	0 社	0 社

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

供應商來料合格率

台灣松下電腦則持續監測供應商之來料合格率，2025 年的來料合格率高出目標 KPI 0.04%，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
14	99.84%	99.8%

供應商實地監察活動

為強化責任供應鏈治理並降低價值鏈風險，台灣 Panasonic 集團推動供應商實地監察，透過年度稽核規劃、跨部門協作與改善追蹤機制，促進供應商在勞動與人權、健康與安全、環境、商業道德及管理系統等面向之合規與持續精進。為協助供應商掌握監察重點與準備要求，松下亦舉辦供應商說明會，提供 CSR 推進手冊、綠色採購準則、CSR 監察表及文件要求清單等指引文件，以降低資訊落差並提升改善作業效率。

透過推動「監察活動效率化」措施，提升供應商 CSR 監察作業之效率與一致性，監察過程持續安排事業單位人員參與見學與觀摩，以強化跨部門對供應鏈責任議題之理解與落地推進。2026 年台灣 Panasonic 集團將逐步擴大監察範圍，持續推動對供應商之說明與溝通。

2025 年環境品質實地監察	60 家供應商	冰箱 12 社	空調 32 社	洗衣機 9 社	資材 7 社
2025 年 CSR 實地監察	10 家供應商	冰箱 4 社	空調 3 社	洗衣機 2 社	資材 1 社

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

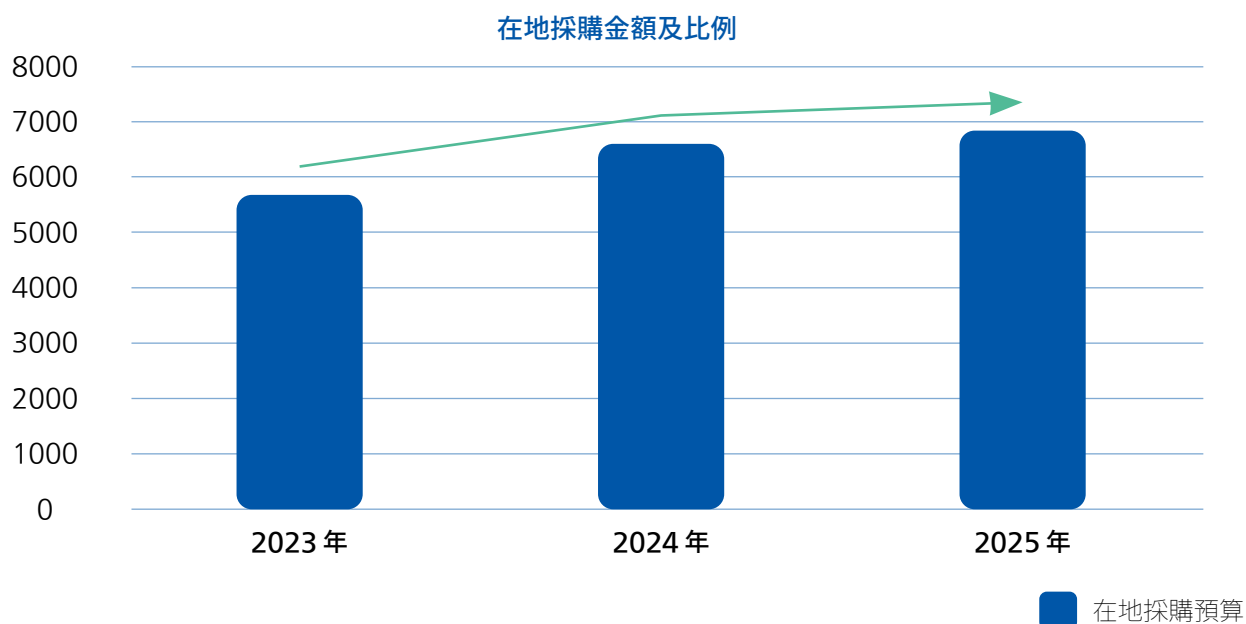
台灣松下電器國外輸入廠商全數達成 2025 年 QCDS 評鑑目標分數，而國內採購廠商目前因價格合理化達成率較低，評鑑分數仍有進步空間，我們仍持續與廠商溝通、協助改善。

既有供應商家數	261
經評估之供應商家數	261
已鑑別有實際或潛在負面衝擊家數	10 (D3)
評估高風險或不合格家數	0
新供應商／本年度新供應商之百分比 (%)	3.8%(新增 12 社)
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
2023 年	5,728 百萬元	5,402 百萬元
2024 年	6,665 百萬元	5,467 百萬元
2025 年	6,880 百萬元	4,885 百萬元



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。



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



資源、水的
循環再利用



保護生物
多樣性

與上下游供應商溝通

供應商交流活動

台灣 Panasonic 集團重視與供應鏈夥伴之長期互信關係，持續建立多元且分眾的交流管道，依供應商屬性與合作情境規劃專屬溝通平台，並透過松榮會、供應商大會與重點供應商交流等機制，定期傳達集團政策與管理要求，促進雙向溝通與協作。2025 年維持例行交流，更進一步結合「企業見學、人才培訓與優秀事例競賽」等活動，協助供應商透過標竿觀摩與主題式研修強化能力，並鼓勵供應商相互切磋與分享改善成果，逐步形成供應鏈共學、共好與共創的合作生態系。

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	110 社 / 147 人
	重點供應商交流會	合計 4 回 / 24 人
	桃園樂天棒球	15 人
企業見學	國外見學：東浦精密、顯威環保科技	23 社 / 35 人
	國內見學：台灣松下電冰箱工廠、中台資源科技	23 社 / 38 人
人才培訓	供應商環境監查員培訓	77 社 / 116 人
	ESG 綠領人才培訓	6 社 / 10 人
	計測器管理研修	4 社 / 4 人
	chemSHERPA 管理研修	82 人
	AI 人才培訓	19 社 / 30 人
優秀事例競賽	供應商節能 & ESG 永續優秀事例競賽	最終 8 社得獎



2025 年度供應商大會

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。



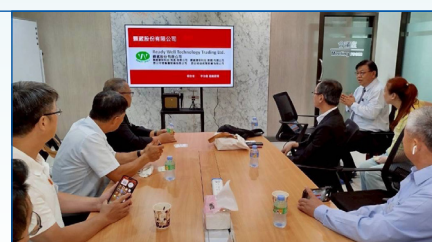
中台綠能循環經濟創新研發中心見學



台灣松下電器冰箱工廠見學



東浦精密光電股份有限公司見學



顯威股份有限公司見學

ESG 綠領人才培訓

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。

課程清單

- 企業淨零綠生活轉型政策與實務應用
- 淨零綠生活轉型技術及策略發展專案示範案例與實務分享
- 企業永續部門推動經驗分享



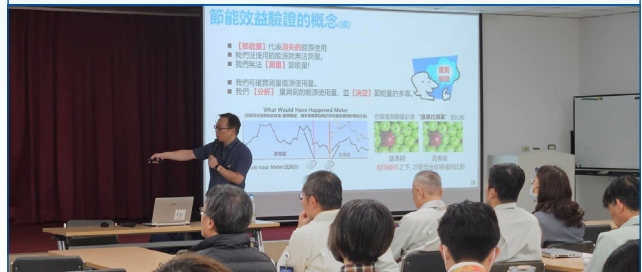
工研院 徐雅勛副研究員



台泥 王彬塲總監



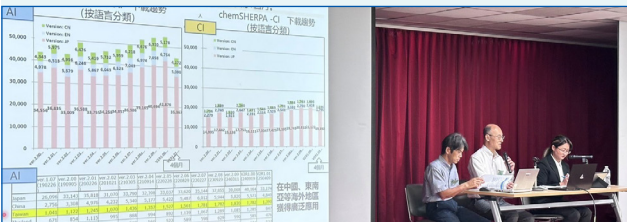
課程介紹



綠色生產力基金會 何皇智經理

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，提升透明度和可追溯性，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。



邀請日本 chemSHERPA 講師來台授課 & 上課實況

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。

No.16

將本公司產品與材料中 RoHS 有害物質的檢測結果輸入系統，並根據系統顯示的結果進行管理。

【RoHS 有害物質管理】

RoHS 有害物質	檢測結果	檢測日期	檢測人員	檢測地點	檢測設備	檢測方法	檢測結果	檢測備註
鉛 (Pb)	OK	2023/10/10	張國華	台泥	RoHS 檢測儀	RoHS 檢測	OK	
鎘 (Cd)	OK	2023/10/10	張國華	台泥	RoHS 檢測儀	RoHS 檢測	OK	
汞 (Hg)	OK	2023/10/10	張國華	台泥	RoHS 檢測儀	RoHS 檢測	OK	
六價鉻 (Cr6+)	OK	2023/10/10	張國華	台泥	RoHS 檢測儀	RoHS 檢測	OK	
多環芳烴 (PAHs)	OK	2023/10/10	張國華	台泥	RoHS 檢測儀	RoHS 檢測	OK	

【RoHS 有害物質管理】

RoHS 有害物質	檢測結果	檢測日期	檢測人員	檢測地點	檢測設備	檢測方法	檢測結果	檢測備註
鉛 (Pb)	OK	2023/10/10	張國華	台泥	RoHS 檢測儀	RoHS 檢測	OK	
鎘 (Cd)	OK	2023/10/10	張國華	台泥	RoHS 檢測儀	RoHS 檢測	OK	
汞 (Hg)	OK	2023/10/10	張國華	台泥	RoHS 檢測儀	RoHS 檢測	OK	
六價鉻 (Cr6+)	OK	2023/10/10	張國華	台泥	RoHS 檢測儀	RoHS 檢測	OK	
多環芳烴 (PAHs)	OK	2023/10/10	張國華	台泥	RoHS 檢測儀	RoHS 檢測	OK	

供應商監查清單題目解說



供應商監查上課實況

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	信記紙器股份有限公司 加工類別：紙箱	數位印刷機導入改善	1. 節省費用：33.78 萬元 / 年 2. CO ₂ 削減：13.31 噸 / 年 3. 節省電量：28,080 KWh 4. 投資金額：3,015 萬元，投資回收 1.8 年 5. 落實 ESG 永續活動。
銀獎	龍懋電子股份有限公司 加工類別：基板	節能一度，成本少一步	1. 節省費用：47.2 萬元 / 年 2. CO ₂ 削減：55.4 噸 / 1 年 3. 節省電量：117,988 KWh 4. 投資金額：700 萬元，投資回收 27.2 年 5. 落實 ESG 永續活動
銅獎	嘉升工業股份有限公司 加工類別：沖床	ESG IMPROVEMENT	1. 節省費用：19.9 萬元 / 年 2. CO ₂ 削減：17.1 噸 / 年 3. 節省電量：34,550 KWh 4. 投資金額：90 萬元，投資回收 8.2 年 5. 落實 ESG 永續活動。
銅獎	大西河股份有限公司 加工類別：塑膠射出	塑膠包材升級 · 工廠節能減碳策略	1. 節省費用：25.8 萬元 / 年 2. CO ₂ 削減：14.12 噸 / 年 3. 節省電量：20,000 KWh 4. 投資金額：366 萬元，投資回收 14.2 年 5. 落實 ESG 永續活動。
努力獎	順盛工業股份有限公司 加工類別：一般沖床	節能 & ESG 永續	1. 節省費用：12 萬 6 千 2. CO ₂ 削減：15.6 噸 / 年 3. 節省電量：33 KWh / 年 4. 投資金額：2,924 萬元，投資回收 23.5 年 5. 落實 ESG 永續活動。
努力獎	宜龍股份有限公司 加工類別：配線	熱壓機設計改良	1. 節省費用：40.32 萬元 / 年 2. CO ₂ 削減：27.29 噸 / 年 3. 節省電量：57,600 KWh / 年 4. 投資金額：80 萬元，投資回收 1.98 年 5. 落實 ESG 永續活動。
努力獎	佑成塑膠股份有限公司 加工類別：塑膠射出	照明設備改善	1. 節省費用：1.46 萬元 / 年 2. CO ₂ 削減：133 噸 / 年 3. 節省電量：10.34 KWh / 年 4. 投資金額：21.8 萬元，投資回收 14.9 年 5. 落實 ESG 永續活動。
努力獎	傳恆綠能科技 (股) 公司 加工類別：金屬其他	碳盤查、碳足跡 軟體協同開發	組建資訊團隊，透過公司重新驗證碳盤查、 碳足跡，透過導入過程，開發一款適合中小 企業使用的平價碳盤查軟體，方便業主，永 久記錄碳盤、碳足跡資訊。



經銷商管理政策與交流平台

爲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。

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	174	6,923
販賣手法研修	強化經銷商銷售技巧	6	121
經營者研修	透過課程安排，提升品牌向心力	8	441
二代培育研修	落實經驗傳承	15	1,298



AI 行銷實作課



販賣手法研修



二代研修



二代聯誼會：室內空間規劃課程 - 廚房空間



老闆娘經營者研修

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爲重要管理項目，2025 年經銷商品質座談會提案次數爲 113 件，現已有 72 件項目完成改善、優化，完成率達 64%。

台灣 Panasonic 集團將營業端視爲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，做爲更精準的生產規劃依據，優化工廠稼動率。2025 年進一步擴大合作店家數，強化資料涵蓋範圍與回饋頻率，提升需求資訊之代表性與即時性，預計 2026 年開始推動 AI 數據管理計畫，提升供應鏈之生產效率。

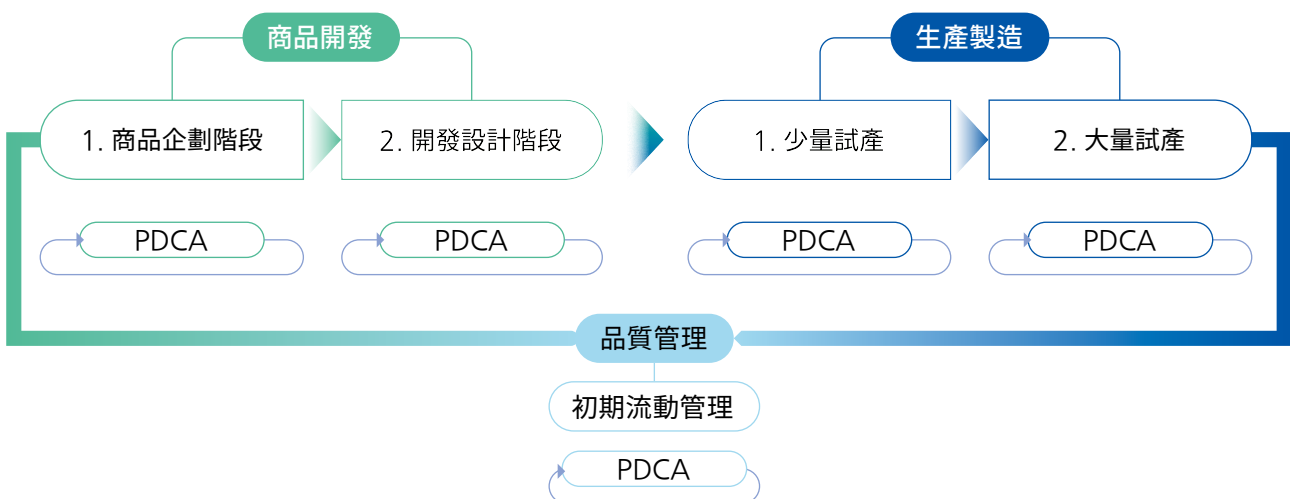
1.6 產品品質與顧客服務

品質管理政策

台灣 Panasonic 集團將品質管理視為核心競爭力與長期經營基礎，秉持「在製造產品前，先培育人才」之運營方針，建立品質人才養成與專業能力提升機制。依據「人才開發業務基準」規劃年度品質訓練藍圖，針對品管工程師與品管技術師等關鍵職能，提供 P-FMEA、D-FMEA、ISO、QC 手法、QFD 等專業研修，並支持員工取得相關證照，以強化品質管理之專業深度與一致性。

品質管理涵蓋產品全生命週期，自開發設計、零件採購、生產製造、出貨審查至售後服務皆依循內部標準與作業規範執行，聚焦於品質監測、風險預防與持續改善。透過計畫、執行、檢查、行動 (PDCA) 管理循環，系統化推動品質目標展開、異常分析、改善對策落實與成效驗證，持續提升製程能力與營運效率，並以顧客健康與安全為重要考量，強化產品與服務之風險控管與管理作法揭露方向。

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	商品搬運	司機行為	作業安全
說明	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	1. 行為舉止 2. 工作態度	1. 資訊安全 2. 人身安全 3. 車輛進倉之行駛速度

台灣松下近年持續強化物流從業人員之教育訓練機制，以提升運輸作業安全與服務品質。2025 年持續推進課程，內容涵蓋工作危害告知與車輛設備安全宣導、運輸流程與作業 SOP 及法規遵循、顧客對應與客訴案例處理、商品搬運與商品保護注意事項。

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	208 人	208 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. 每月舉行市場品質檢討會，包含技術法規、品管標準等方面的改善檢討。 3. 每年舉辦經銷商品品質座談會，蒐集經銷商建議並優化產品，增強客戶價值。
產品品質 	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：品質管理基準新訂及修訂的審議。 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，並追蹤改善策略的效果。
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。 2. 於品質會議中每月報告進度，對突發客訴即時回報並協調相關部門處理，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。

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

品質管理辦法

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 Top10 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

台灣 Panasonic 集團已連續四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。

單位：件

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		
2023 年	2024 年	2025 年
0	0	0

註：包含導致罰款、導致警告以及違反自願性規約的事件

產品責任與標示

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



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



2. 公司**每月定例召集技術法規委員會**，即時更新最新的法規狀況。



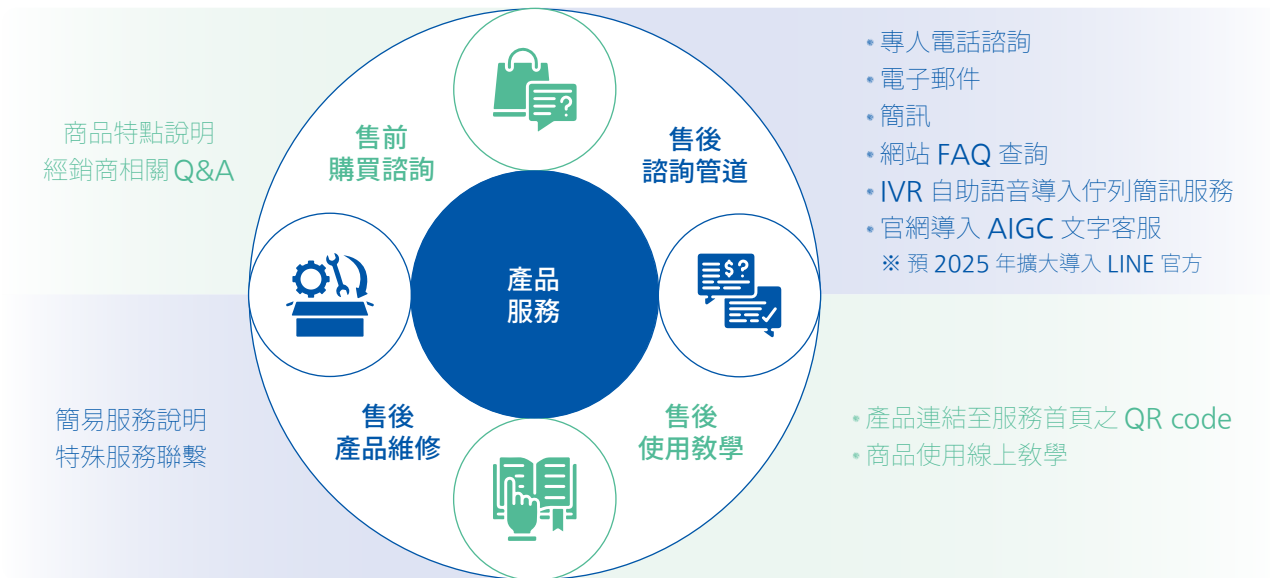
3. 公司 iEPOCH 電腦管理系統內設定**書類管理系統**，作為商品的各種法規有效性認證期限管理及因應未來法規更新的提示。

售後服務

售後服務聯繫管道

台灣 Panasonic 集團始終將顧客使用與體驗置於首位，並因應不同顧客需求與使用情境，提供多元且整合的售後服務聯繫管道。2024 年導入 AIGC 驅動之智能文字客服，提供 24 小時不間斷的線上諮詢服務，並同步優化服務官網與於產品上設置官網 QR code，帶動官網使用率較前一年度成長 34%；另於線上自助語音 IVR（Interactive Voice Response）系統導入佇列簡訊服務，於顧客來電時引導至官網留下聯繫資訊，以提升資訊整合效率並縮短等待時間。2025 年持續強化 AI 與真人服務之分流與協作，AI 導入已可在業務高峰期有效降低真人服務負擔，補足約 10% 的人力缺口，提升整體服務承接能力與服務品質。同時考量部分顧客仍偏好真人服務，尤以年長族群較常使用電話管道，持續優化各管道銜接流程與服務可近性，朝向更完善的全齡友善服務體驗邁進。

多元的商品服務管道



顧客反應處理機制

針對售後服務過程中辨識之市場品質異常事件，服務部門開立「市場品質異常聯絡單」，並依程序通知相關單位啟動分析與處置。於該品質事件完成對應並結案後，製造單位之品管與技術部門將建立產品失敗履歷，彙整原因分析、改善對策與預防措施，以避免類似不良再次發生。同時，服務技術助成部門依據市場品質異常聯絡單所反映之議題規劃教育訓練課程，並針對維修人員辦理專屬訓練，以強化維修品質與服務一致性，2025 年訓練實績約 10 件。

- 顧客反應**：由服務人員第一時間提醒客戶作優先處置
- 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
- 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
- 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
- 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
- 特殊要求處理**：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

售後維修處理績效

台灣 Panasonic 集團致力於提升消費者全流程使用體驗，除在售後服務各環節建立滿意度調查與績效追蹤機制外，亦透過系統化的新進人員訓練與在職培訓，強化服務一致性與維修處理品質。2025 年，我們就維修顧客滿意度及維修效率進行定期檢視，針對滿意度表現退步之面向與維修效率未達 KPI 之項目，分析原因並制定改善方案，並將改善重點納入教育訓練與作業流程優化，持續提升服務體驗與維修績效。

顧客滿意度六大面向	定義	2023 年得分	2024 年得分	2025 年得分
滿意度總分		93.1%	93.8%	↓ 93.5%
技術力	是否確實完成維修	19.5%	19.4%	↑ 19.5%
約定時間	是否準時前往維修 改期是否有聯繫	14.9%	14.9%	14.9%
服務速度	維修是否快速有效率	18.6%	18.8%	18.8%
服務態度	服務態度是否親切	26.4%	27.0%	↓ 26.6%
關懷態度	是否有進行安全點檢	9.0%	9.0%	9.0%
販賣促進	是否有提供顧客商品 DM 情報	4.7%	4.7%	4.7%

	KPI 設定	2025 年實績
服務時效（兩日內完成）	85	85.0
一次完修率	95.2	↑ 96.9

2 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



2025年節能競賽共推動19件節能專案
4項代表性專案每年可節省

279,513度用電



台灣松下電器空調工廠導入生產自動化

日產能增加 **6.4%**，

作業人數減少 **26%**



台灣松下多層材料完成自廠空污係數建置
2025年空汙費削減率達

97.1%

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 集團以「節能」、「創能」、「儲能」及「能源管理」四大核心方向為基礎，全面推動二氧化碳排放減量。透過持續精進各項技術與推動多元計畫，我們朝向 2050 年實現「耗能<創能」的願景邁進，並藉此降低對環境的衝擊，實踐環境永續承諾。

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及管理情形，建立環境管理考核機制，透過每月監控能資源相關數據，檢視目標達成情形，並於發現異常時即時進行分析與改善。2025 年末發現重大異常，顯示各項管理措施已具一定成效，我們將持續維持機制穩定運作，確保能資源使用狀況皆能受到妥善掌握與管理。

此外，台灣松下多層材料亦取得 ISO 14001 環境管理系統證書，展現集團持續強化環境管理制度、落實污染防治與環境保護承諾的具體成果。各項環境績效亦須登錄至全球 Ecosystem 線上系統，由集團總部進行統一監管，並於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」（即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。現階段，集團正規劃調整考核方式，改以整體公司銷售額之排放密集度作為新指標，更全面衡量企業成長與環境管理成效。



台灣松下多層材料
取得 ISO14001 證書

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。2025 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 19 件節能專案，以下列舉 4 項具代表性的專案摘要，說明具體改善作為與執行成果：

6BB1 空壓機汰舊更新

為強化公用系統的能源管理效益，針對既有空壓機設備進行升級，將傳統定速機型汰換為變頻空壓機。原有設備在長時間運轉下，存在用電效率不佳的情況，不僅造成能源耗用偏高，也提高營運過程中的碳排放負荷。更新後，空壓系統可依實際需求彈性調整輸出，減少非必要的能源消耗，並提升整體運轉效能。透過此次改善，進一步落實節能管理與低碳轉型，展現持續優化公用設備的行動力。

Before



傳統定速空壓機



變頻空壓機

After

總投入金額約 320 萬元，每年可節省 162,748 度用電，減少 80,398kgCO₂e 排放

老舊箱型冷氣更新

持續推動空調設備優化，針對老舊箱型冷氣進行更新，導入氣冷分離式冷氣系統，以提升整體冷房效率與設備運轉表現。改善前，原有空調設備因能效表現有限，存在較高的能源損失與耗電情形，並增加日常營運中的環境負荷。完成汰換後，新系統在運轉穩定性與能源使用效率上皆有所提升，能更有效回應實際空調需求，降低能源浪費。此項改善具體展現台灣 Panasonic 集團在節能設備升級上的持續投入，也為永續營運奠定更穩固的基礎。

Before



舊式箱型冷氣



氣冷分離式冷氣

CS-L71UA2/CS-N71UA2



After

總投入金額約 75 萬元，每年可節省 70,767 度用電，減少 34,959kgCO₂e 排放

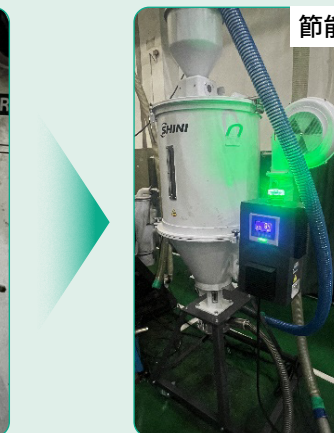
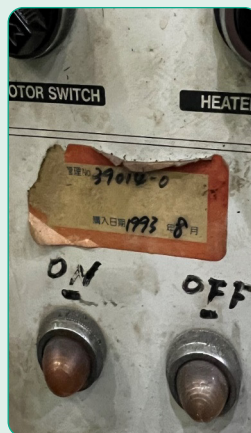
更換節能式烘料桶

在生產設備節能改善方面，針對使用年限較長的烘料設備進行更新，導入節能式烘料桶，以降低製程中的能源耗損。舊有設備因長期使用，運轉效率逐漸下降，導致能源負荷較高，並增加製程相關的碳排放與用電成本。透過設備汰舊換新，烘料作業的能效表現獲得提升，設備在運轉過程中可減少不必要的耗能，同時降低對環境造成的影響。此次改善反映出台灣 Panasonic 集團持續推進設備更新與製程節能管理，穩步朝向低碳生產與永續發展邁進。

Before



傳統式燃料桶



節能式燃料桶

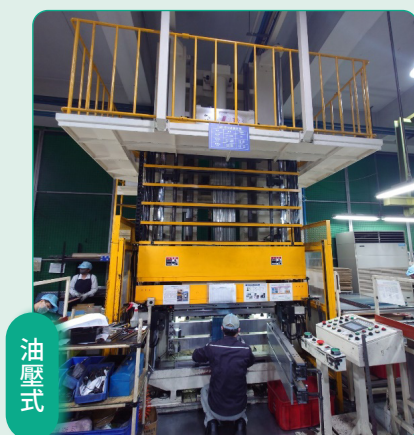
After

總投入金額約 5 萬元，每年可節省 3,582 度用電，減少 1,769kgCO₂e 排放

源流擴管機更新

為提升製程設備效能並降低能源使用負荷，針對源流擴管機進行更新，將既有油壓式系統改為電動式擴管機。原設備因老化導致效能逐步衰退，在運轉過程中不僅能源利用效率較低，也增加了設備耗電與營運環境負擔。升級為電動式設備後，可提供更穩定且更有效率的運轉模式，並依製程需求進行更精準的控制，進一步減少不必要的能源消耗與碳排放。透過此次設備電動化改善，台灣 Panasonic 集團再次展現對製程優化、節能減碳及永續製造的長期承諾。

Before



油壓式



電動式

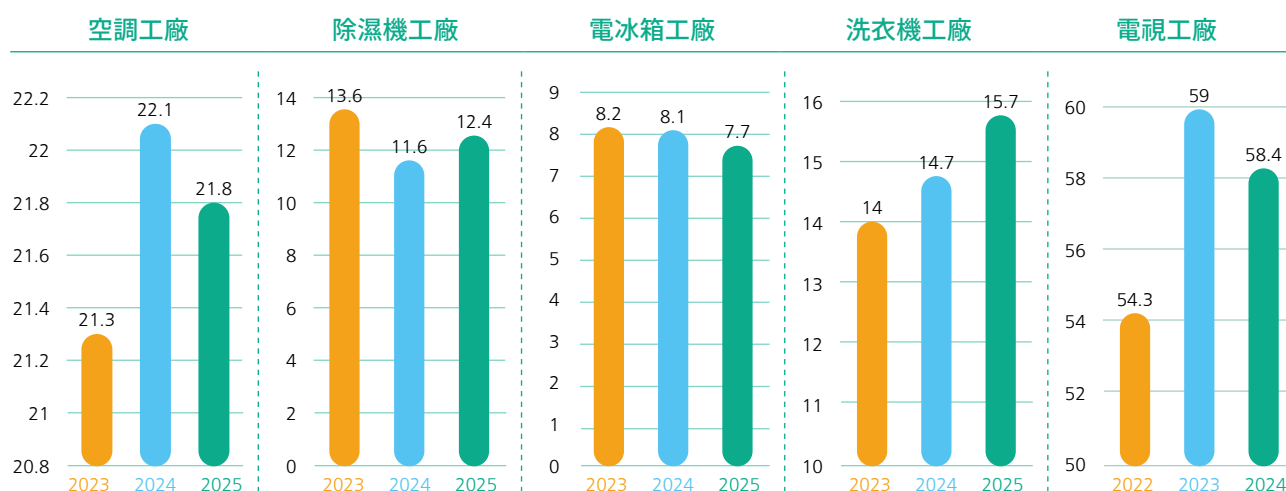
After

總投入金額約 1,400 萬元，每年可節省 42,416 度用電，減少 20,954kgCO₂e 排放

生產效率提升

面對營運挑戰與製造轉型需求，台灣 Panasonic 集團持續導入自動化、智慧設備與節能工廠規劃，推動生產效率提升。2023 年至 2025 年間，各工廠依製程特性優化產線配置與管理機制，並透過空調廠生產自動化、台灣松下電材節能工廠建置及台灣松下電腦導入 CPS 系統，強化產能、品質穩定與能源效益，展現智慧製造成果。

各工廠 2023 年至 2025 年生產效率



註：生產效率 = 人均生產性，單位為新台幣千元 / 人 * 小時

空調工廠生產自動化

為持續提升製造效率並回應缺工所帶來的營運挑戰，台灣 Panasonic 集團於 2025 年推動空調工廠生產自動化，針對室內機檢測、機種移載、自動套袋與外箱裝箱等關鍵製程進行優化，並結合長產線架構建置與智慧設備應用，逐步提升生產彈性與作業效率。透過 U 型產線整合輸送、返送、分流、堆疊及升降等功能，同時導入多項自動化設備協作應用，有效減輕人工作業負擔、提升製程穩定性與品質一致性，展現智慧製造升級成果。



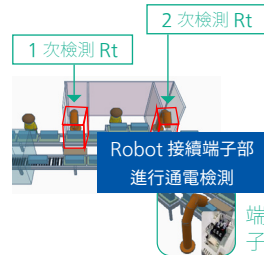
日產能增加
6.4%



作業人數減少
26%

絕緣耐壓測試自動化

省人化▲ 2 人



套袋自動化

省人化▲ 0.5 人



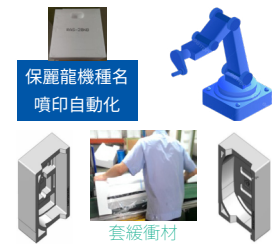
製品裝箱自動化

省人化▲ 1 人



保麗龍機種名噴印自動化

省人化▲ 0.5 人



台灣松下電材產能升級布局：第三期棟廠房新建工程動土

台灣 Panasonic 集團持續推動產能升級與事業布局。2025 年 10 月 18 日，台灣松下電材於現址舉行第三期棟廠房新建工程動土典禮，象徵新一階段發展正式啟動。新廠總樓地板面積約 7,774m²，將以既有事業效能提升與新事業成長為目標，擴增生產空間、優化供應鏈管理，並導入高效無人化稼動設備，兼顧品質、交期與成本。預計於 2027 年上半年度投產，持續鞏固國內事業基盤，拓展海外布局，朝具全球競爭力的成長型基地邁進。

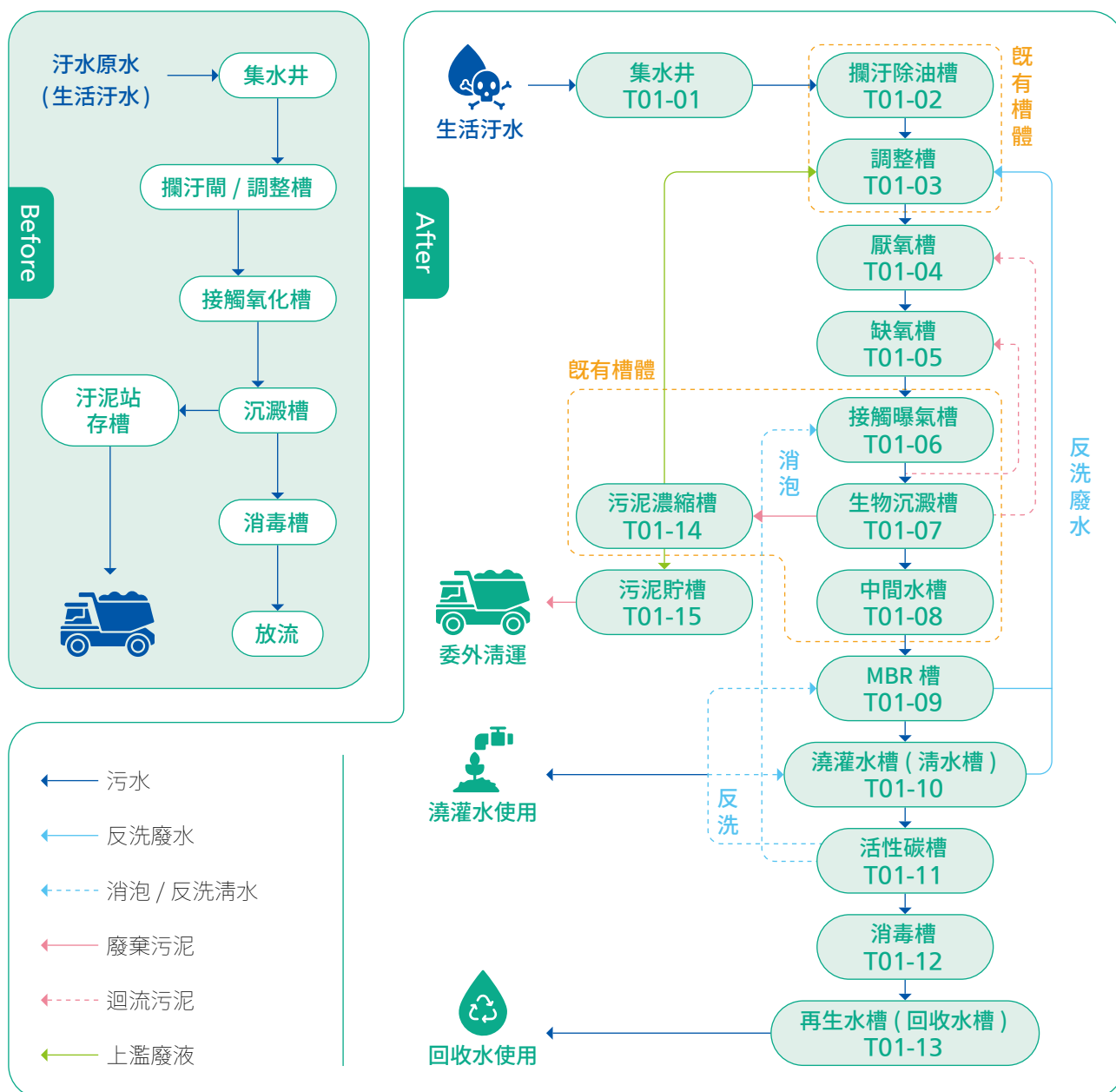


▲ 第三期棟廠房新建工程動土典禮

台灣松下電材升級汙水 3 級處理 - 回收水全數再利用

連同台灣松下電材的三期廠區節能工廠，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



組裝線導入 CPS 系統

為提升組裝製程的生產效率，台灣松下電腦導入 CPS (Cyber Physical System) 生產監控系統，透過鏡頭、控制 PC、交換器及伺服器串聯架構，即時擷取作業人員動作與產線參數，並進行數據分析與履歷紀錄。系統可將各站作業效率、工時狀況及工程平衡情形視覺化呈現，協助管理人員即時掌握現場資訊、快速辨識瓶頸與異常，進一步提升工程平衡性與作業效率，強化生產資訊透明度，降低生產落後風險。

2025 年導入成果

工程平衡率提升

工程平衡率由 85% 提升至 90%，有效改善產線瓶頸，強化整體作業平衡。

作業效率提升

透過影像分析與作業履歷紀錄，協助幹部即時掌握人員效率差異並進行指導，提升整體作業能率。

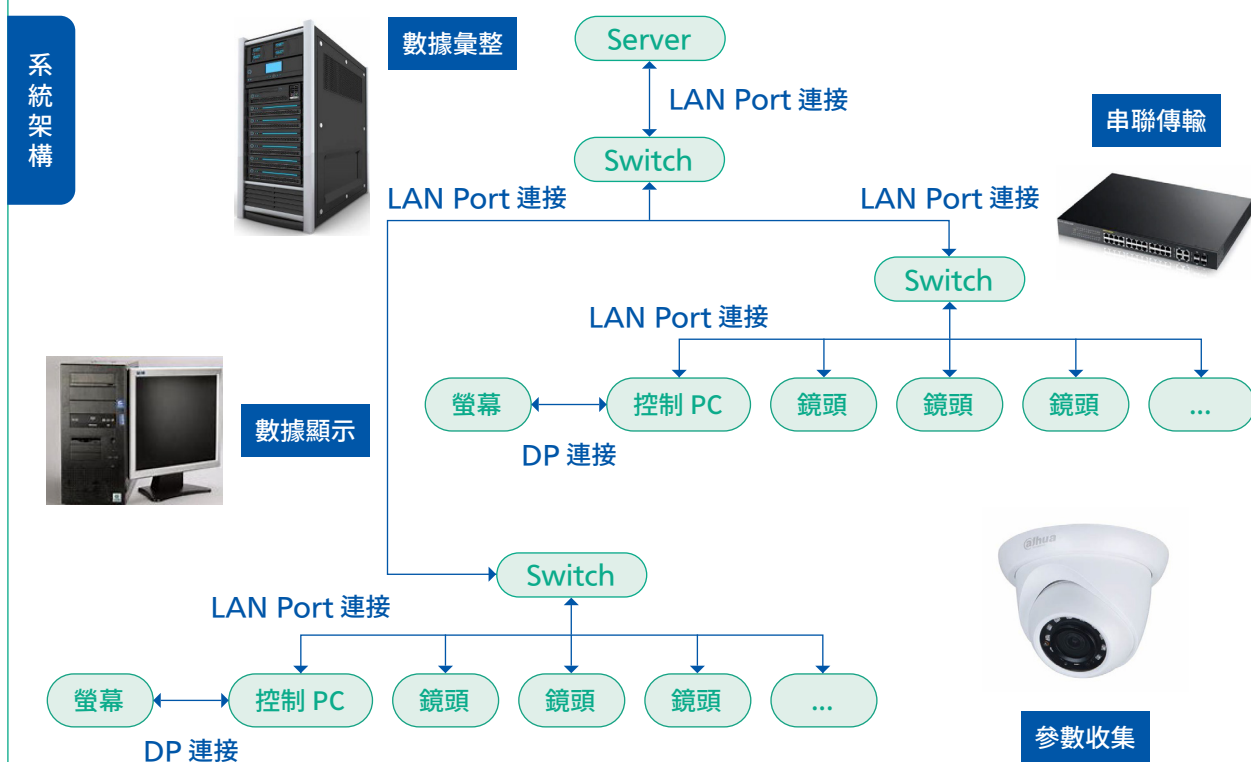
生產管理數據化

建立各站作業工時與各班別作業效率履歷，使生產管理由經驗判斷逐步轉為數據化管理。

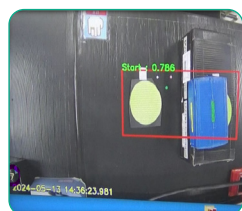
投資效益顯現

系統投資金額約 199.9 萬元，預估改善效益 396.7 萬元，含 PDCA 改善在內，投資回收期約 1 年內。

完成 CPS 導入 - 架構特點



工時擷取



生產組裝時
遮蔽作業區
圖示達成
作業工時紀錄



作業手法無法
遮蔽圖示則改
用雙手遮蔽
兩側做工時計算

履歷紀錄



履歷中顯示在
不同班級作業能率，
以明確作業能率
高低原因



幹部管理工區
平衡率可視化，
提供即時資訊，
避免生產瓶頸

綠色營運與表彰

內部碳定價制度

為加速推動低碳轉型並強化各事業單位之能源管理責任，台灣 Panasonic 集團積極推動減碳及節電投資補助活動，並導入內部碳定價制度。透過將能源使用與碳排放成本內部化，促使各事業單位在日常營運及設備投資決策中納入碳成本考量，進而提升節能減碳行動的誘因與效率。

內部碳定價制度以「減碳及節電基金」作為主要運作機制，基金收入來源包含電力使用及 LPG 使用所對應之內部收費。其中，電力部分依各單位流動電費進行配賦，收費標準為每度電 1.2 元；LPG 部分則依使用重量換算碳排放量，並以每噸 110 元作為配賦標準。

在基金運用方面，台灣 Panasonic 集團將資金回饋至具實質減碳與節電效益之改善專案，包括高效率空調設備導入、照明系統 LED 化、空壓機及冷氣設備更新、能源效率提升工程、碳排放管理系統建置，以及創能與儲能相關投資等。透過「徵收、回饋、再投資」的循環機制，集團得以將碳成本轉化為實際改善動能，支持各部門持續推動能源效率提升與碳排放減量。

	項目主題	費用預估	電力或 CO ₂ 削減目標 (計算依據)	預定投資時間 / 預期達到目標			
				Q1	Q2	Q3	Q4
專案補助 申請範例	冷卻水塔清洗	X,XXX 仟元	- 電力削減 xx 度 / 年 - CO₂ 削減 xx 公噸 / 年	冷卻水塔台數盤點			
				清洗業者遴選			
				清洗 / 驗收 / 請款			

此外，為確保基金運用效益與專案品質，專案補助申請採取事前審查制，由申請單位提出投資計畫，經投資審議組進行實質評估後核定補助內容。未來，台灣 Panasonic 集團將持續透過內部碳定價制度，深化各單位對碳排放管理的意識，並以制度化資金支持節能設備更新、能源管理優化及低碳技術導入，逐步建立兼具環境效益與營運韌性的永續管理模式。

申請流程



辦公室設備節能汰換

除透過內部節能競賽鼓勵節能之外，台灣 Panasonic 集團自 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。



汰換之設備	說明	節省電力
辦公室照明設備 (燈管)	將傳統燈管逐步汰換 LED 燈具，以降低照明耗電並提升照明效率。	63%
公共區照明設備 (燈泡)	將傳統燈泡逐步汰換 LED 燈泡，以降低照明耗電並提升照明效率。	67%
桌上型電腦汰換為筆電	將原本高耗能桌上型電腦汰換為低功耗筆記型電腦。	60%

台灣松下營造深耕綠建築，實踐永續居住價值

台灣松下營造致力於推動綠建築與高品質住宅發展，將永續理念融入建築全生命週期管理。近年參與之住宅建築案中，「永翠」與「江子翠」兩案分別取得內政部核發之綠建築候選證書金級與銀級，展現松下營造在節能、節水、生態與環境品質等面向的整合實力。

其中，「永翠」建案位於板橋江翠北側重劃區，基地擁有高綠覆率與良好水岸環境條件，規劃階段即導入生態保水、基地綠化及節能設計策略，成功取得候選綠建築金級認證。「江子翠」建案則結合捷運生活圈與日系精工施工品質，於節能減碳、水資源管理與室內環境品質等指標表現優異，獲得候選綠建築銀級肯定。

透過落實綠建築評估指標，松下營造不僅回應政府推動永續建築政策，也積極降低建築對環境的負荷，提升居住舒適度與長期使用價值。未來，松下營造將持續深化綠建築實踐，擴大永續住宅布局，為城市打造兼具品質、安全與環境友善的理想生活空間。

永翠綠建築候選黃金級



江子翠綠建築候選銀級

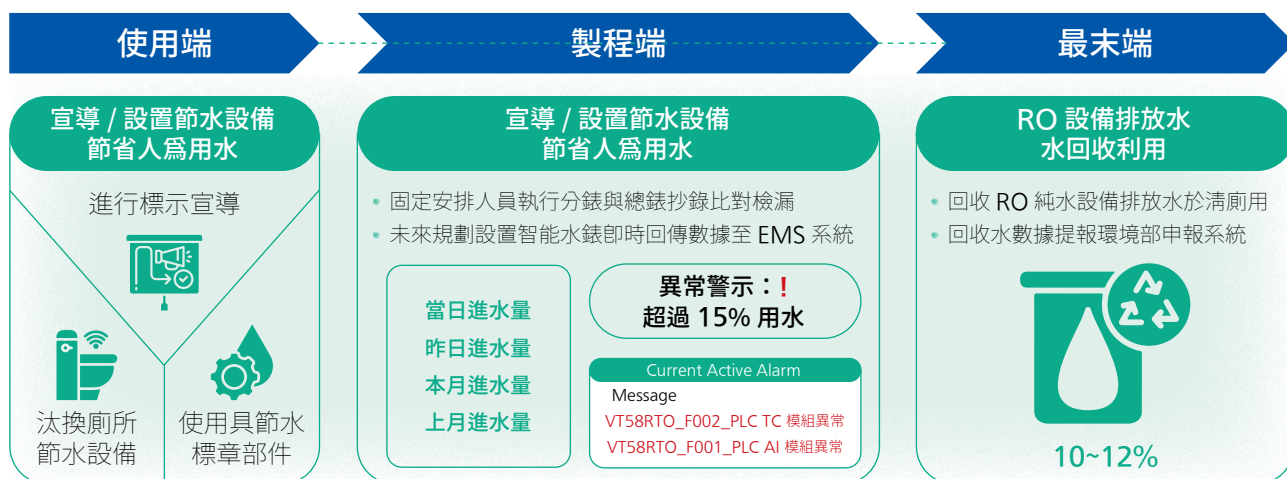


台灣松下營造積極推動綠建築發展，永翠與江子翠案分別取得綠建築候選黃金級與銀級認證，展現對永續建築與友善居住環境的承諾。

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。2025 年度總用水量減少了 2,544.16 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 11.85%。

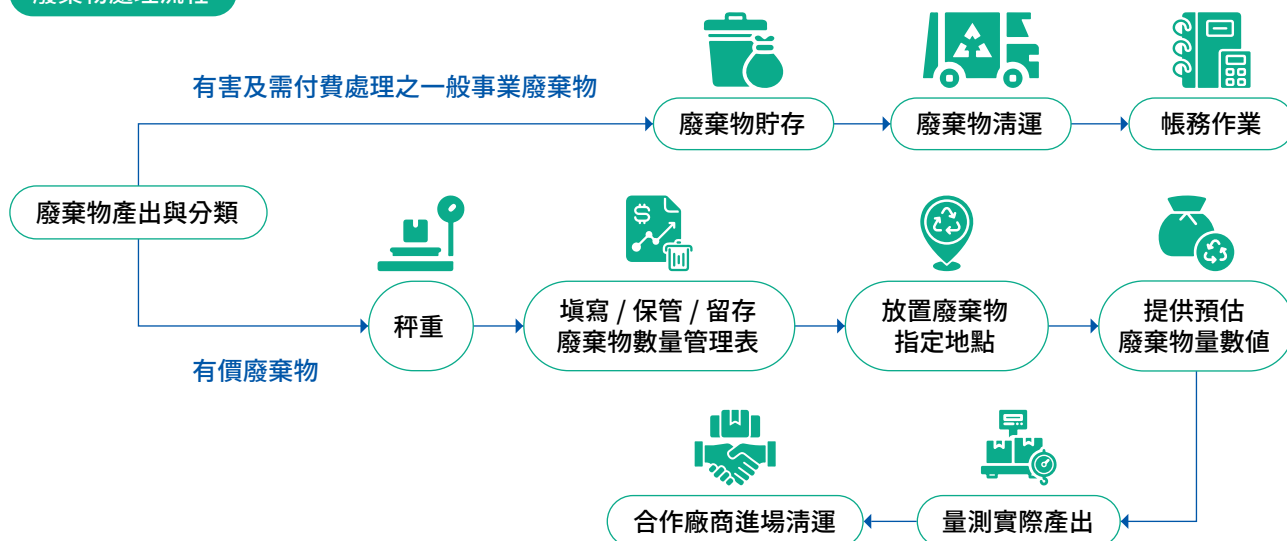


廢棄物管理

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造成社會問題的違法行為

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

2025 年松下減廢亮點

物流作業效率化 - 複寫紙運送傳票改為 A4 紙格式，強化作業效率並降低紙張使用成本

2025 年 8 月起，物流事業也統一將全台倉庫間調撥使用的複寫紙運送傳票改為 A4 紙格式，持續削減紙張費用，解決收貨時傳票張數過多、每張傳票呈現資料過少之問題。

運送傳票變更 A4 樣式後，運送傳票月平均可減少約 30%，8~12 月約可節省 33,390 元。

Before

After

台灣松下多層材料-2025 年空汙處理亮點

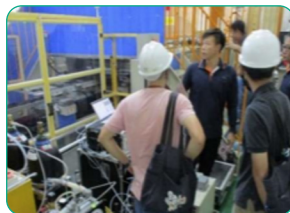
自廠係數建置成果

為持續推動製程改善並提升環境管理效益，公司於 2025 年完成壓合區自廠係數建置作業，並通過環保局現場查核及專家學者審查。建置完成後，空污費計算由公告係數調整為自廠係數搭配管道檢測，使 VOCs 排放量估算更貼近實際狀況，提升排放管理的合理性與準確性。依 2025 年第三季及第四季實績試算，空污費合計削減約新台幣 190 萬元，削減率達 97.1%，展現公司在精進環境管理與優化營運成本方面的具體成效。

改善前			改善後	差異	削減率
公告係數			管道檢測+自廠係數		
2025 Q3	排放量 (kg)	49,933	1,638	48,295	96.7%
2025 Q3	空污費	\$958,447	\$31,169	\$927,278	96.7%
2025 Q4	排放量 (kg)	45,208	1,097	44,111	97.6%
2025 Q4	空污費	\$998,822	\$24,420	\$974,402	97.5%



檢測過程環保局現場查核



專家學者建置結果審查會

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

治理	- 董事會監督氣候變遷風險、機會、因應策略及相關推動計畫與目標推動成果，審核成本效益及追蹤其執行成果 - 風險管理經營本部將氣候變遷衝擊列入公司重大風險，透過企業風險管理機制落實管控 - 依據台灣 Panasonic 2030 企業願景及任務、制度或相關管理方針及具體推動計畫之提出及執行
風險管理	- 鑑別在不同情境下可能衍生的政策、法規、市場與科技的轉變、商譽及實質性風險等面向分別進行風險與機會分析 - 透過相關部門討論及研發，針對前重大風險發展調適與減緩之因應對策，整體評估結果呈報董事會
策略	- 開發淨零實證場域，推動綠氫與藍氫應用技術，同時拓展燃料電池與廢熱回收技術 - 發揮專業與環保的綜效，從上游供應到下游均推動精實生產，提升資源效能 - 採用環保材料與綠能設備，供應節能商品，並積極開發再生能源 - 開發淨零實證場域、住宅空間與非住宅空間節能方案等，滿足利害關係人的期望，並提升氣候資訊揭露透明度
指標與目標	- 建立用水量、能源使用量、溫室氣體排放及低能耗產品技術開發等氣候相關風險與機會評估管理指標 - 因應氣候變遷及溫室氣體、再生能源、水、電減量以及產品設計等關鍵氣候目標 KPI

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。

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
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	因應碳排總量管制、碳權、能源交易相關需求，產生額外成本	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廣氫能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，2025 年執行成果與 2026 年度之目標設定詳如下：

項目	2025 年達成成果	2026 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 9.7%	溫室氣體排放量較去年減少 2.49%	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	2025 年無任何不法情事與環境面負面新聞	2026 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，降低產品排碳量	持續開發節能產品降低產品排碳量	持續開發節能產品降低產品排碳量	持續開發節能產品降低產品排碳量
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

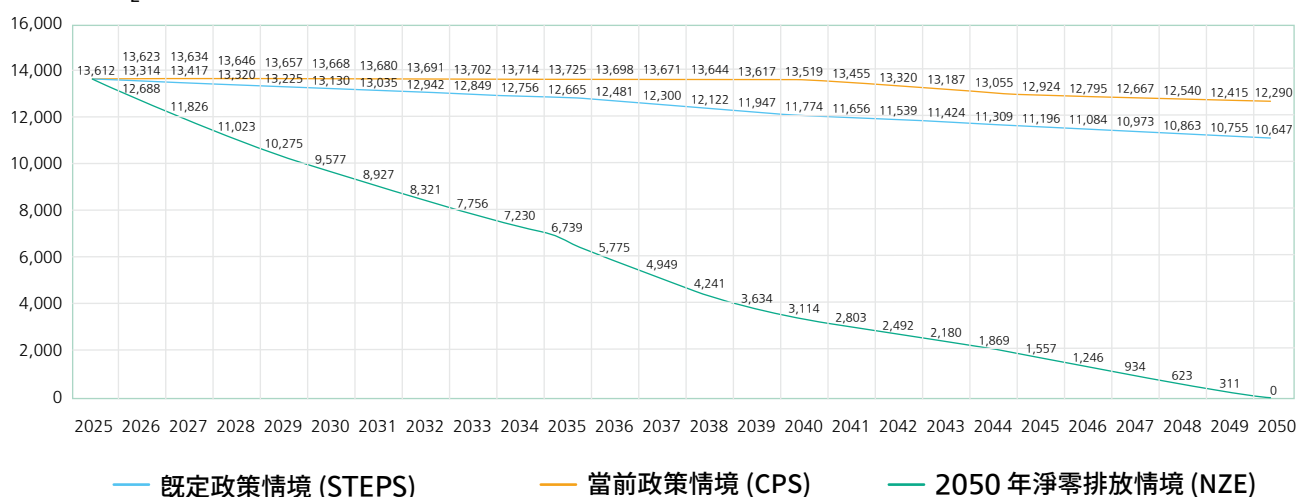
氣候變遷風險情境分析：碳費分析

面對國內外環保法規日益嚴格以及供應鏈低碳轉型的趨勢，台灣 Panasonic 集團積極強化氣候變遷風險管理能力。我們不僅透過溫室氣體盤查確實掌握自身的碳排放現況，更參考國際能源署（IEA）的標準，導入「既定政策情境」（STEPS）、「現行目標情境」（CPS）及「2050 淨零排放情境」（NZE）進行碳費情境分析。藉由推估未來潛在的碳成本，我們能有效評估氣候變遷對營運的衝擊，進而全面提升企業韌性與永續發展能力。

氣候情境	既定政策情境 STEPS	現行政策情境 CPS	2050 淨零排放情境 NZE
定義	納入已實施政策、各國已公布或宣示之政策方向（如能源轉型計畫、氣候政策）	僅納入目前已實施的政策與措施，反映在沒有新增政策下的發展路徑	假設全球在 2050 年前達成淨零排放，符合 1.5°C 氣候目標所需之轉型路徑
氣候經濟效益	能源轉型逐步推進，化石燃料需求在 2030 前後達峰，低碳技術（再生能源、電動車）快速成長	化石燃料需求持續成長或高位維持，能源轉型進展緩慢，碳排放持續上升	大幅降低化石燃料依賴，再生能源成為主力，能源效率大幅提升，需大規模投資低碳與負碳技術
影響時間	中期（2030–2050）出現明顯轉型，排放逐步下降但未達淨零	長期持續至 2100 年，排放未明顯轉折	需立即行動（2020s），2030 前快速減排，2050 達成淨零
代表升溫	約 2.1°C–2.4°C	約 2.5°C–2.7°C (甚至更高風險)	約 1.5°C

台灣 Panasonic 集團 2025-2050 年碳排情境分析 (CO₂/tons)

單位：CO₂e



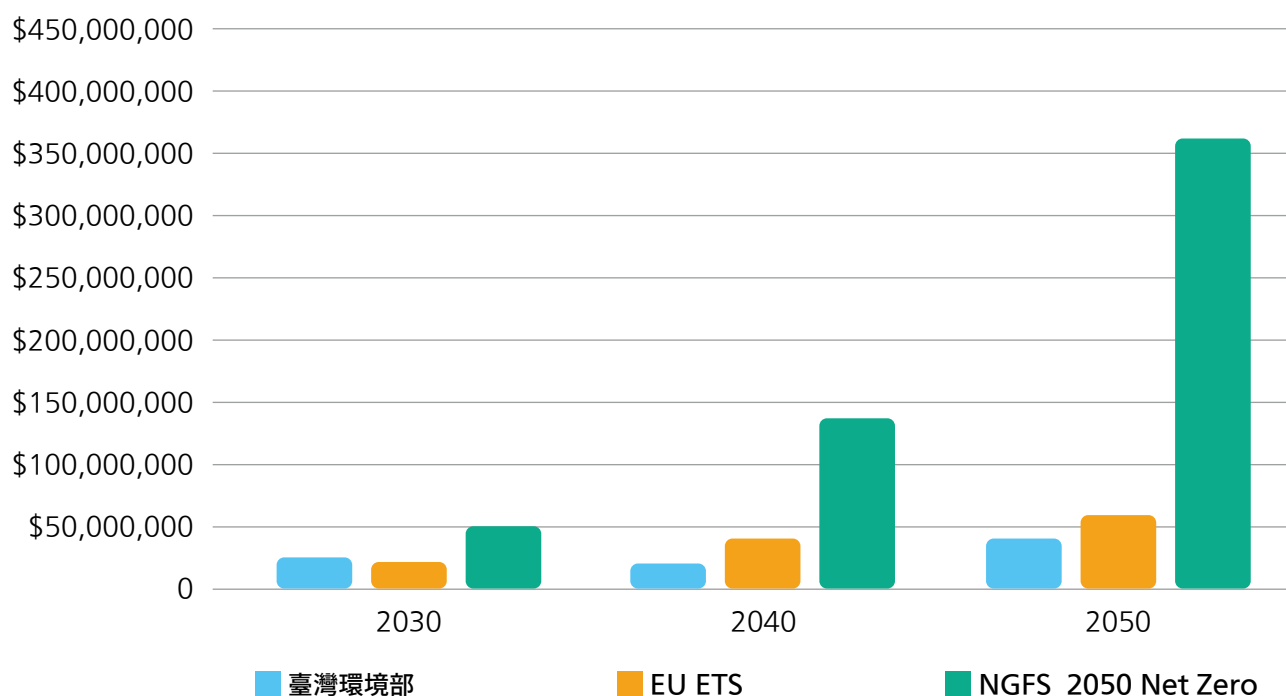
隨著碳定價制度逐漸被各國與地區政府採行，台灣 Panasonic 集團先行分析國內外三種主要碳定價機構或組織之參考費率，並藉由氣候情境評估模型與財務模型，歸納至 2050 年間之碳價格趨勢。我們採用「環境部建議費率」及「歐盟碳稅預估費率」2 項具代表性的國際標準碳價預測，同時參考由全球央行及監管機構組成之 NGFS（綠色金融體系網絡）所提出之氣候情境：「NGFS2050 年淨零排放情境」一假設全球為達成 2050 年淨零目標而大幅提升碳價。評估於 2025 年至 2050 年度台灣 Panasonic 集團在不同情境之下，將會有何程度曝險結果。

碳費風險分析 - 既定政策情境 STEPS

在 IEA 的 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 2025 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 3,924 萬元至 36,119 萬元之間。

	台灣環境部	EUETS	NGFS 2050 NetZero
2030	\$23,633,409	\$21,007,474	\$48,387,574
2040	\$21,192,488	\$36,215,608	\$140,823,826
2050	\$39,243,030	\$63,062,511	\$361,194,419

既定政策情境 (STEPS)

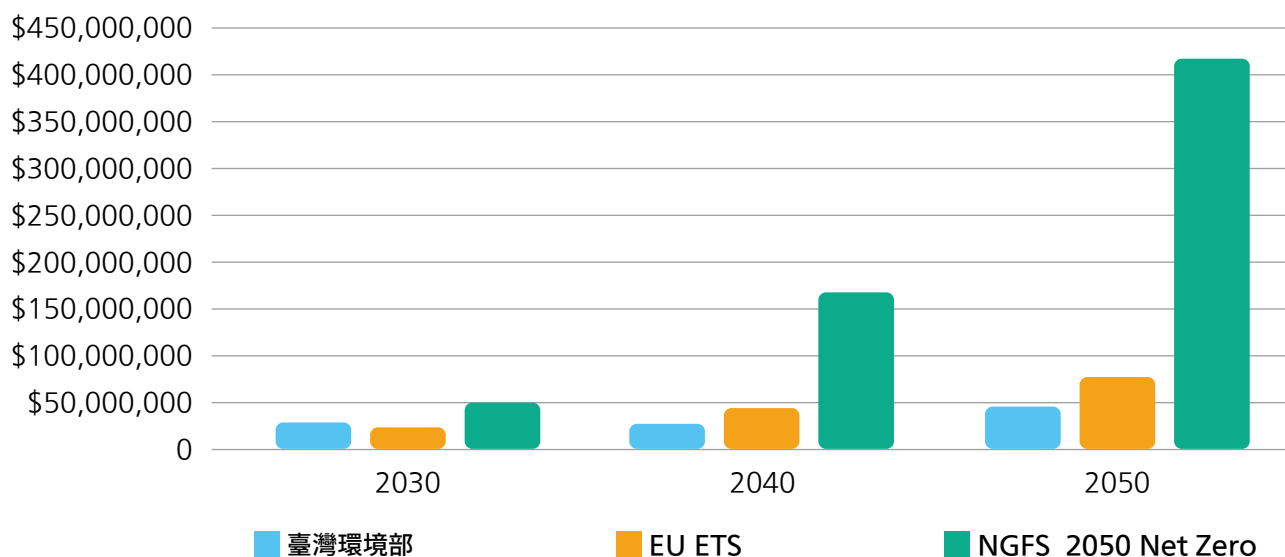


碳費風險分析 - 當前政策情境 CPS

在 IEA 的 CPS 情境下，假設我國政府僅延續目前已實施之政策與措施，未再新增更積極之減碳政策，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 2025 年水準，根據不同國際情境模擬進行分析與估算後，台灣 Panasonic 集團未來碳成本將隨逐年增加，其中在 2050 年，碳費風險約落在新臺幣 4,530 萬元至 41,694 萬元之間。

	台灣環境部	EUETS	NGFS 2050 NetZero
2030	\$24,602,836	\$21,869,188	\$50,372,401
2040	\$24,463,270	\$41,805,011	\$162,558,133
2050	\$45,299,676	\$72,795,381	\$416,940,032

當前政策情境 (CPS)

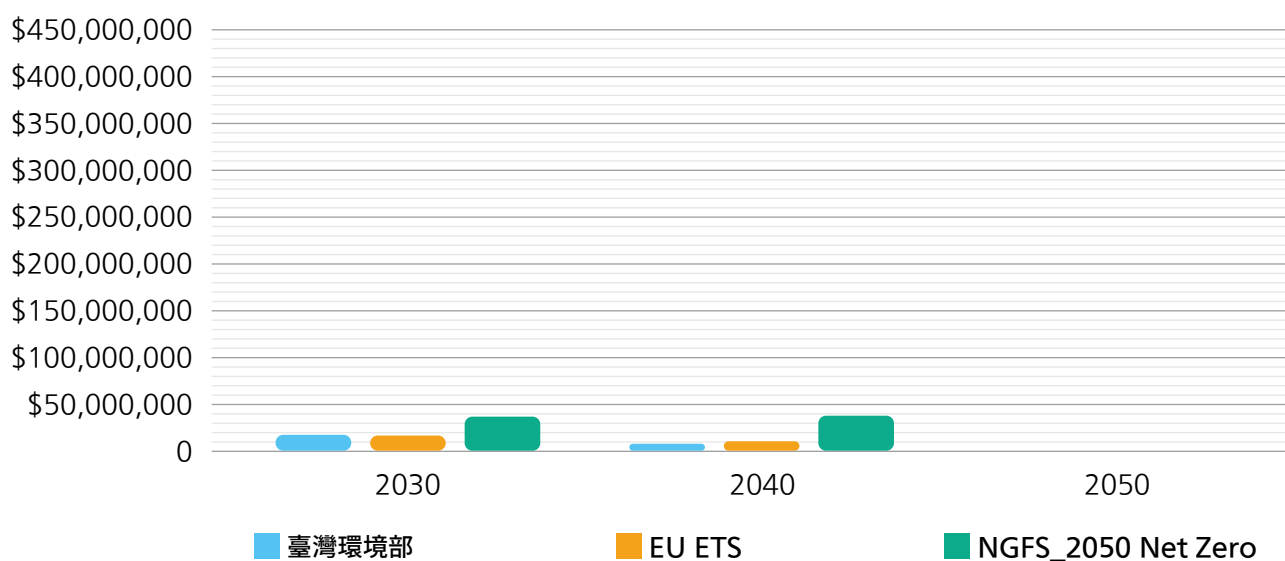


碳費風險分析 - 淨零排放情境 NZE

在 IEA 的 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 1,724 萬元至 3,530 萬元；至 2050 年，則因政策與策略兼具，無須再負擔碳費成本。

	台灣環境部	EUETS	NGFS 2050 NetZero
2030	\$17,239,125	\$15,323,667	\$35,295,774
2040	\$5,605,980	\$9,579,998	\$37,251,671
2050	-	-	-

2050 年淨零排放情境 (NZE)



2.4 綠色產品發展願景

台灣 Panasonic 集團持續以節能、智慧化與解決方案整合為核心，推動綠色產品與服務發展，積極回應低碳轉型與多元場域應用需求。2025 年，我們聚焦於商品化 APP、新 IoT 服務運用展開，以及冷設 Sol 事業化開發、空調冷鏈整合 Sol 等重點方向，透過家電連網、智慧控制、平台整合與商業場域節能應用，逐步擴大產品附加價值與服務深度。同時，藉由住宅與非住宅空間的多元實證與商品布局，持續強化綠色技術應用與市場競爭力，朝向更智慧、節能且永續的產品發展願景穩步邁進。

GREEN IMPACT 承諾

為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，同樣非常重視如何為人們的生活帶來便利與舒適。2025 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 集團經營策略規劃

台灣 Panasonic 集團因應人口結構變化、住宅小型化、高齡化社會、能源轉型與減碳法規等趨勢，持續調整商品開發與事業布局，並以既存擴大、MIT 擴大、新規事業擴大為三大策略方針，推動中長期成長。集團一方面穩固 B2C 家電市場優勢、提升 B2B 市場能見度，另一方面強化在地開發與商品化能力，持續推出符合台灣市場需求的節能與高附加價值產品。同時，亦積極拓展全領域空調、小宅化與高齡友善商品、IoT 與 AI 應用，以及氫能與 EMS 等新事業解決方案，逐步建構淨零碳排導向的經營模式，朝向住空間與非住空間全領域商品領導地位穩步邁進。

台灣 Panasonic 的市場定位與策略規劃

- 擴大並堅守 B2C 家電市場市佔率 No.1 地位
 - 提升 B2B 市場能見度，市佔率 No.2
- 成為住空間 / 非住空間全領域商品在台壓倒性 No.1

既存擴大	MIT 擴大	新規事業擴大
• 擴大並堅守 B2C 家電市場領先地位 • 提升 B2B 市場能見度與競爭力 • 深耕既有通路、客戶關係及住空間／非住空間商品布局 • 擴大市場覆蓋與品牌影響力	• 強化在地開發、在地製造與商品化能力 • 提升對台灣市場需求的回應速度與彈性 • 結合節能、高附加價值及日本同步 Premium 商品策略 • 持續推出符合在地生活型態與消費趨勢的產品	• 因應人口結構、居住型態、能源轉型與減碳法規等外部變化，積極拓展新事業 • 發展全領域空調、小宅化產品與高齡友善商品 • 推動 IoT、AI 應用，以及氫能、能源管理與 EMS 解決方案 • 建立淨零碳排導向的新經營模式

綠能產品開發六大要素



產品與服務價值提升

除了四大領域商品事業部持續開發節能商品外，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	2025 年績效
IoT 機種／設備擴大	持續推動四大領域商品開發，升級搭載藍牙功能的無線模組，提供使用者更便利、順暢的 App 配對體驗，降低消費者導入 IoT 家電的門檻，進一步提升產品的易用性與市場普及性。
產品價值向上	• NN 除濕機：更改為新無線模組，追加可以在關機時自動吹乾鱈片的防霉功能。 • 日本滾筒洗乾衣機：配合 IoT 可新增本機上沒有的洗衣功能，另外也加強了除黴功能。 • 堆疊洗烘衣機：可同時洗衣及乾衣，也可各別安排行程。 • 住空間控制器：新增適用於小型商辦及豪宅前裝市場的壁面控制器，可對多個設備進行集中控制，除可控制家用空調外，亦可透過有線（RS485）整合控制商用空調、全熱交換器、除濕機及環境感測器。 • 聲控冷氣：將原有僅能辨識 80 句固定語句的聲控功能，升級為可支援 776 種語句組合，提升視覺或行動不便使用者的操作便利性，並串接氣象局公開服務，可語音查詢降雨機率等天氣資訊。
IoT 基盤強化	因應未來 AI 發展趨勢，將服務平台串接至全球共用的日本伺服器，並導入共通資料解析服務，以提升資料整合與應用效率。
環境負荷低減	為提升使用者節能意識與能源使用透明度，除了將家電用電量依台電排放係數換算為碳排放資訊，協助消費者掌握日常使用對環境的影響外，亦同步優化 App 圖表介面，將各項設備指標，如室溫、室內濕度、PM2.5、洗衣次數及冰箱門開關次數，與用電量併列呈現。透過資訊可視化與用電比較功能，使用者得以更直觀了解智慧家電運作下的環境變化與耗能狀況，並可透過與前日、前月及前年差異比較，進一步確認節電成效。
提供顧客新價值	連結台電於 2026/5 正式上線的 ADR（Automated Demand Response）自動需量反應平台。用戶節電可取得台電的節能補助金。 另外，也於連鎖超市案場導入與工研院（ITRI）合作開發之店鋪節能技術，包含智慧除霜與動態調溫功能，進一步提升門市能源使用效率，落實智慧節能應用。

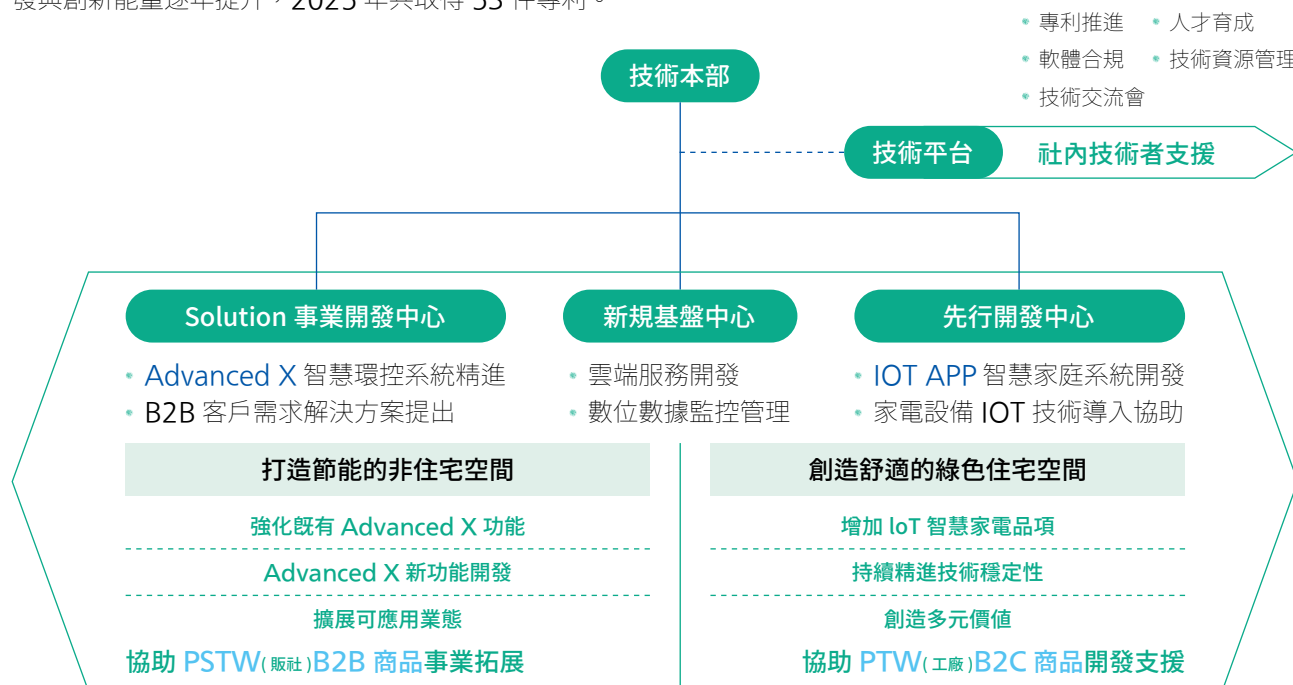
註：台電於 2024 年開始進行家庭的 ADR 實際運用，只要申請配合台電的 ADR 方案，台電於申請戶改裝智慧電表後，於用電尖峰發布 ADR 事件時，臺灣有提供 ADR 功能的少數智慧家電廠商，便會透過雲端進行家電降載的控制動作，申請用戶可以得到台電的補助回饋金。

2.5 綠色技術研發與創新

台灣 Panasonic 集團以滿足顧客需求與創造節能新價值為研發與創新核心，持續掌握市場趨勢、使用者回饋與品質需求，並透過 PDCA 循環精進產品與服務。集團結合 IoT 智慧化、節能家電、能源管理與系統整合能力，推動商品由單一設備升級為整合型解決方案，提升便利性、能源效率與附加價值。同時積極發展創能、儲能及低碳能源技術，導入 AI、大數據與數位工具，並透過產官學合作、專利布局與研發投資機制，持續強化創新能量，推動綠色技術商品化與服務化，提供兼具環境效益與生活價值的解決方案。

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，2025 年共取得 53 件專利。



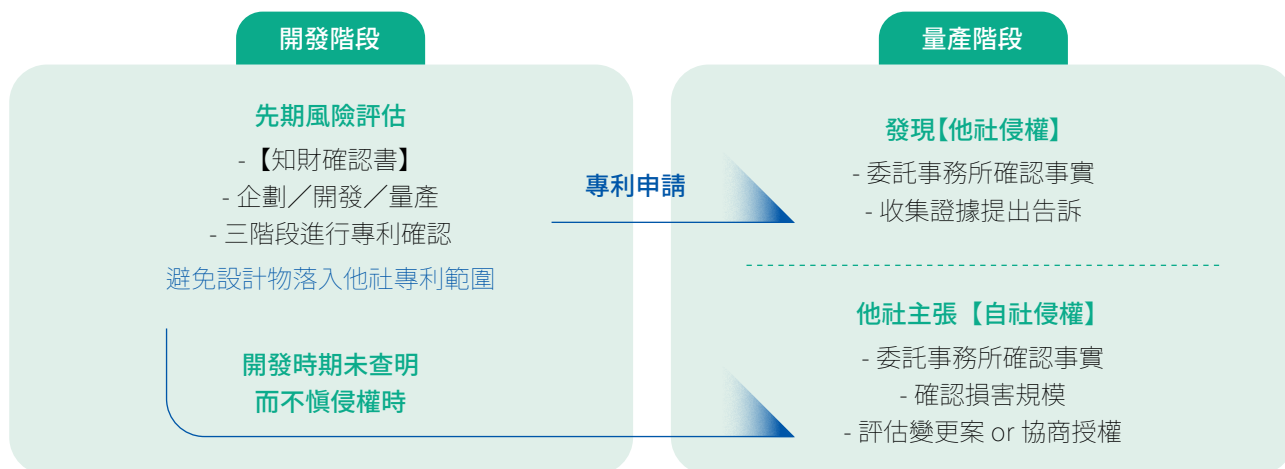
技術責任者會議

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

台灣松下電器技術本部在技術責任者委員會下，設立工作小組，負責在各事業體內部進行先期風險評估，掌握新商品開發過程中可能發生的風險。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。

流程圖



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。

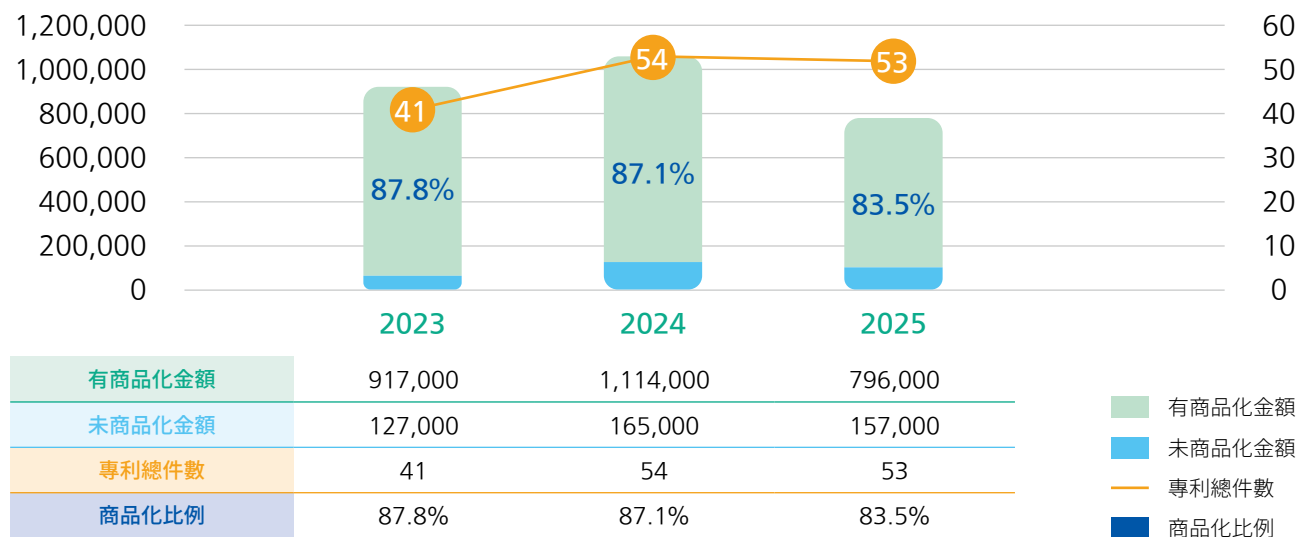
近年松下電器的專利申請數量逐步提升，專利商品化獎勵政策帶動技術人員的研發與專利申請的積極性，更進一步推動專利技術的市場化應用，形成從創意構想到產品商業化的正向循環，有助於台灣 Panasonic 集團的創新動能與競爭力。



近年台灣 Panasonic 集團專利成果

近三年專利取得中，獎勵金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



註：2024 年專利件數計算期間為 2024 年 4 月至 2025 年 3 月；2025 年專利件數計算期間為 2025 年 4 月至 2026 年 3 月

創新產品與永續價值實踐

台灣 Panasonic 集團持續推展在產品開發、智慧應用、製程優化與永續管理上的多元實踐。從寵物友善建材、節能控制開關，到智慧家電需量反應平台、先進製程設備及綠色產品認證，皆展現集團結合市場需求、技術創新與環境思維，持續提升產品價值與產業競爭力。透過貼近使用者需求的商品提案與製造端的持續精進，進一步落實智慧生活與永續發展的整體布局。

寵物友善居家建材應用推進

台灣 Panasonic 集團持續推動寵物友善居家空間解決方案。2025 年透過設計與建材展之參與，成功將 Panasonic 寵物對應木地板與室內門推向市場核心，藉由實體展出與交流，不僅強化「毛孩共生宅」的品牌專業形象，也更精準掌握消費者與通路端需求。展會成果有效提升品牌能見度，建立與市場溝通的橋樑，進一步將參展效益轉化為口碑與實質商機，實踐更多元的空間提案。未來將持續與代理店共同深化商品價值、強化銷售動能，並透過持續洞察客戶需求，適時推廣寵物友善建材，將產品特色與消費者需求精準連結，提供更具價值的共生居家空間提案。



感應開關節能控制應用

台灣 Panasonic 集團以熱感應開關作為節能應用的重要產品。該產品具有環境光控制功能，當偵測到人員活動時可自動亮燈，同時具備感光門檻設定，在傍晚或室內昏暗等環境光線不足時才啟動感應模式，避免白天無謂作動。此項設計可精確控制燈具僅在「有需求且光線不足」時運作，達到降低能耗、減少人為誤開等節能效益。此外，產品亦滿足安全需求，能減少手動尋找開關所帶來的不便及交叉感染風險，提升夜間行走時的即時照明安全性。2025 年，本商品因應法規進行改訂，並於改款後再發售。未來將持續規劃推出更多符合市場需求的產品，以進一步擴充節能產品布局。



定時控制與節能管理

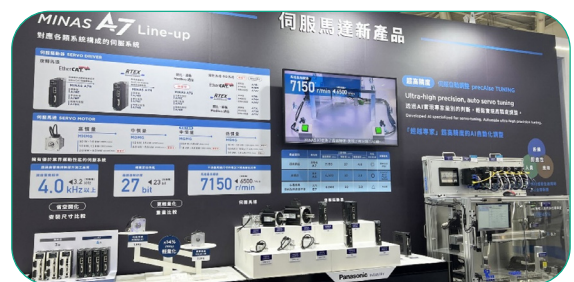
台灣 Panasonic 集團推出電子式定時開關，以滿足設備自動化管理與節能控制需求。該產品具備一機三用功能，可靈活選擇計時器模式、間隔計時器模式及脈衝模式，適用於多元設備控制情境。透過此產品，使用者可有效實現設備自動化排程管理，精確掌握運作時間，避免因人為遺忘關閉電源而造成不必要的能源浪費；同時也能減少人工現場操作需求，降低操作風險，並提升作業流程的一致性與管理效率。2025 年，本商品已正式發賣，並陸續接獲各代理店訂單，市場回饋良好，顯示其具備符合市場需求之發展潛力。未來將持續推出更多符合台灣市場需求的產品，以強化產品供應與市場競爭力。



▲ 電子式定時開關

高效能綠色製造應用

台灣 Panasonic 集團於台北國際自動化工業大展中展出 AC 伺服馬達 MINAS A7 系列，展現高效能與環境友善兼具的智慧製造解決方案。該系列產品具備優於業界的高速與高扭力性能，可有效提升定位穩定性與控制精準度，進而大幅提高生產效率；同時，馬達重量較既有產品減少約 15%，透過小型輕量化設計提升設備空間運用彈性，並有助於降低能源消耗。在產品生命週期管理方面，MINAS A7 系列亦積極導入永續設計思維，於包裝等製程中採用符合國際環境法規的環保流程，並將前面板型號銘板改為雷射印字，以減少紙張使用。此外，製造過程全面採用無鉛銅錫，並符合 RoHS 環保規範，展現兼顧製造效能與環境責任的產品價值。未來亦將持續推廣此系列產品，強化其於智慧製造與綠色製造領域的應用效益。



▲ 台北國際自動化工業大展

低耗水電漿切割技術推進

台灣 Panasonic 集團持續推動高效能與低環境負荷的先進製程設備應用，其中 APX300-PD 電漿切割機採用電漿（Plasma Dicing）技術，透過高密度電漿以乾蝕刻方式進行切割，可實現無顆粒、無損傷且高品質的晶圓切割，特別適用於先進封裝等高精密製程需求。該產品在研發上具備高均勻性電漿控制、高效率無顆粒切割製程，以及最多可搭載 4 chamber 的多腔體架構，不僅有助於提升製程穩定性與生產效率，也能滿足多元化的應用情境。從環境效益角度而言，此設備無需大量切割用水，可有效降低水資源消耗；同時可透過縮窄切割道提升晶圓利用率，並減少晶片破損與耗廢，進一步提高良率、降低整體製造浪費。未來，台灣 Panasonic 集團將持續強化與封裝、接合設備的整合式解決方案，支援 Hybrid Bonding 與先進封裝等應用發展，進一步提升整體製程價值與永續競爭力。



APX300-PD 電漿切割機

綠色產品認證與永續設計推進

松下電腦以 EPEAT（Electronic Product Environmental Assessment Tool）國際環保評估標準為基礎，將綠色設計理念導入產品開發與製造管理，從氣候減緩、資源使用、化學品管理、產品壽命、循環經濟到低碳供應鏈等面向，系統性提升產品環境友善性，降低全生命週期對環境的影響。EPEAT 主要用於評估 PC 與顯示器等電子產品，並依必須基準與選項基準的符合程度，分為 Gold、Silver、Bronze 三個等級；同時也有助於提升市場競爭力、建立可持續商業模式，並回應企業社會責任要求。

2025 年，松下電腦持續推動 EPEAT 認證作業，並同步完成 RBA 白金認證、ISO 14064 認證及再生能源購入 85% 等工作，展現從產品端到供應鏈端全面強化永續管理的成果。RBA（Responsible Business Alliance）則聚焦電子產品供應鏈的人權、安全、環境與商業道德規範，與 EPEAT 相互呼應，進一步鞏固產品永續價值。未來，公司將持續推進多機種認證，朝更高等級目標邁進。

IoT 系統雙雙取得智慧建材標章

除了推動綠建築標章，台灣 Panasonic 集團也透過智慧建材標章認證，展現其在智慧節能管理上的進一步實踐。藉由導入 IoT 系統，強化能源使用的即時監測、可視化管理與管運效率，讓建築不僅具備綠色設計基礎，也能透過智慧科技持續提升節能效益。



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眾對國產品牌的認同。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。

為客戶設計：

技術應用

1. 月台門工程

針對台灣高鐵南港、板橋、桃園、新竹、苗栗、台中、彰化、雲林、嘉義、台南及左營等 11 站，增設半高式月台門，施作總長度約 330 公尺，合計 34 側，並完成原型機之設計與製作。



▲ 月台門設備測試



▲ 發車儀式合影



▲ 月台門完工展示

2. 車廂廁所改裝

針對車廂洗手間進行整體設備與空間改善，重點包括：

- (1) 鏡台整合洗手、烘手、給皂功能，並整合便座紙盒及衛生紙盒配置；
- (2) 依鏡台型式調整洗手台，修補既有設備移除後孔洞；
- (3) 導入 LED 照明設計，照度不低於原洗手間標準；
- (4) 採用符合高鐵材料規範之貼膜改善內裝外觀；
- (5) 更新 FRP 洗手水盆，以節省空間為設計主軸；
- (6) 地板更新為具止滑、耐磨、易清潔，且符合低煙、無鹵、耐燃要求之材質。



▲ 洗手間整體空間改善



▲ 改善內裝外觀



▲ 依鏡台形式調整洗手台

改善問題：

為提升旅客候車安全、公共安全及列車整體營運效率，於台灣高鐵共 11 站辦理半高式月台門及其相關監控系統增設工程，以進一步提升車站營運品質與旅客安全保障；此外，亦同步推動 34 列高鐵列車車廂廁所改裝計畫，全面更新列車化粧室設施，藉由整體空間與設備改善，提升旅客乘車舒適性、便利性及服務品質。

85 大樓建築冰水主機與空調系統汰換

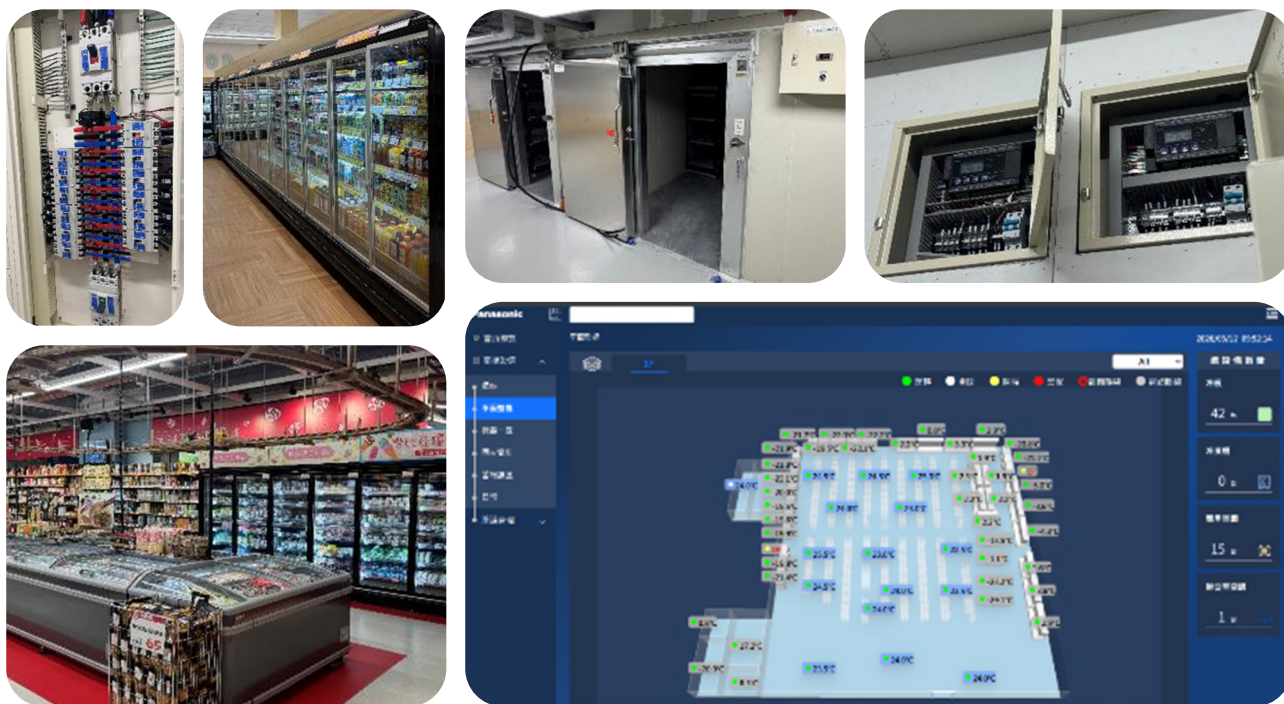
▼ 系統導入會議

松下銷售系統解決方案本部以提升建築能源使用效率及減碳效益為目標，推動 85 大樓建築冰水主機與空調系統之整合升級，包括將既有離心式冰水機汰換為磁浮變頻離心式冰水機，並導入 VRF 多聯變頻空調系統，以強化整體空調系統之節能表現。於規劃與執行過程中，松下銷售系統解決方案本部亦重視冷媒選用及碳足跡管理機制之建置，其中磁浮變頻離心式冰水機採用 R-134a 冷媒，VRF 多聯變頻空調主機採用 R410 冷媒，並建議業主導入 BA（Building Automation）與 BMS（Building Management System）等智慧能源管理系統，以進行空調系統耗電監控及碳足跡盤查，提升能源管理透明度與環境管理效能。2025 年已完成空調冰水主機汰換，並持續推動部分設備更新為 VRF 系統，相關管線及電力修正作業亦同步進行中；新設 VRF 多聯變頻設備具備 CSPF 一級能效，冰水系統亦透過一次側變流量設計進一步降低能源消耗。未來，松下銷售系統解決方案本部將持續協助業主評估整體節能整合規劃，以擴大節能改善成效，強化建築營運之永續價值。

Advanced X 全方位智慧環控系統

松下銷售系統解決方案本部以 EMS（能源管理系統）應用為核心，協助連鎖超市、學校、商業空間及物流廠等場域提升能源管理效率並降低碳排放。2025 年已成功導入 98 間連鎖超市、合計 5 家品牌，以及 13 間物流廠，合計 126 間店數。展現智慧環控系統於商業與物流場域的應用成果。

未來將持續拓展連鎖超市場域，預計於 2026 年推進 82 店導入規劃，並以 2026 至 2028 年累計完成 300 店為目標，持續擴大節能減碳效益與智慧管理應用價值。

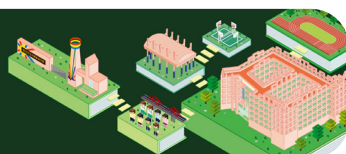


▲ EMS 介面示意圖

校園節能與替代能源應用解決方案

松下銷售系統解決方案本部持續推動校園節能與替代能源應用，結合台積電慈善基金會之資源支持，向新竹市光復高中導入瓦斯空調系統，加速汰換老舊高耗能空調設備，作為替代能源應用之示範案例。透過設備更新，預期可有效降低校方空調使用費用每年約 8% 至 10%，並減少空調耗能需求、舒緩夏季尖峰用電壓力，同時藉由天然氣能源應用降低電力輸配過程中的損耗，間接減少能源浪費與碳排放。2025 年本案已完成系統建置與試運轉，未來松下銷售系統解決方案本部將持續深化 ESG 合作，推動校園及偏鄉場域之替代能源示範，並進一步拓展至純氫燃料電池等多元能源解決方案。

新北市立光復高級中學
New Taipei Municipal Guang Fu High School
優質・多元・專業・創新



▲ 校園示範案例：新竹市立光復高中

離島電網儲能案場建置

松下銷售系統解決方案本部持續推動儲能案場建置，積極參與台灣電力股份有限公司之電網儲能示範計畫，分別於高雄美濃二次變電所及連江縣馬祖環山電廠導入鋰電池儲能系統、柴油發電機及併網相關設備。其中，美濃儲能案場建置 2MW / 2MWh 鋰電池儲能系統與 500kW 柴油發電機，於 2024 年 12 月完成建置，並預計於 2025 年完成系統驗證；馬祖儲能案則於環山電廠內建置 2MW / 2MWh 鋰電池儲能系統與 500kW 柴油發電機，已於 2024 年 11 月完成設置，並於 2025 年 4 月完成系統驗證。兩案主要技術內容涵蓋併網級鋰電池儲能系統、柴油發電機併連運轉、配電級高壓變壓器、惰性氣體隔離開關、能源管理系統，以及大型機電設備之系統整合與安裝建置，展現本部於儲能系統整合與電網應用領域之專業能力。

透過上述案場推動，松下銷售系統解決方案本部協助提升區域與離島電網之供電穩定性與強韌度，並可作為計畫型與非計畫型停電情境下之應變支援方案，強化備援供電效能。2025 年，本部依採購契約持續完成相關系統驗證並正式投入運轉，同時累積 MW 級併網型儲能系統建置與變壓器併網實績。未來，將持續活用儲能系統整合、併網運轉及緊急備援供電之經驗，對內協助強化電網韌性與營運持續管理規劃，對外則拓展純氫燃料電池等多元能源解決方案，進一步擴大台灣松下於能源事業領域之發展基礎。

美濃儲能案



美濃二次變電所

馬祖儲能案



馬祖環山電廠

3 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



人才發展教育訓練

投入 **3,757** 千元



人才發展教育訓練時數

共 **30629** 小時



職業安全衛生教育訓練人次

共 **7,841** 人次



員工健康照護總參與人次

共 **19,252** 人次

3 健康與福祉



4 優質教育



5 性別平等



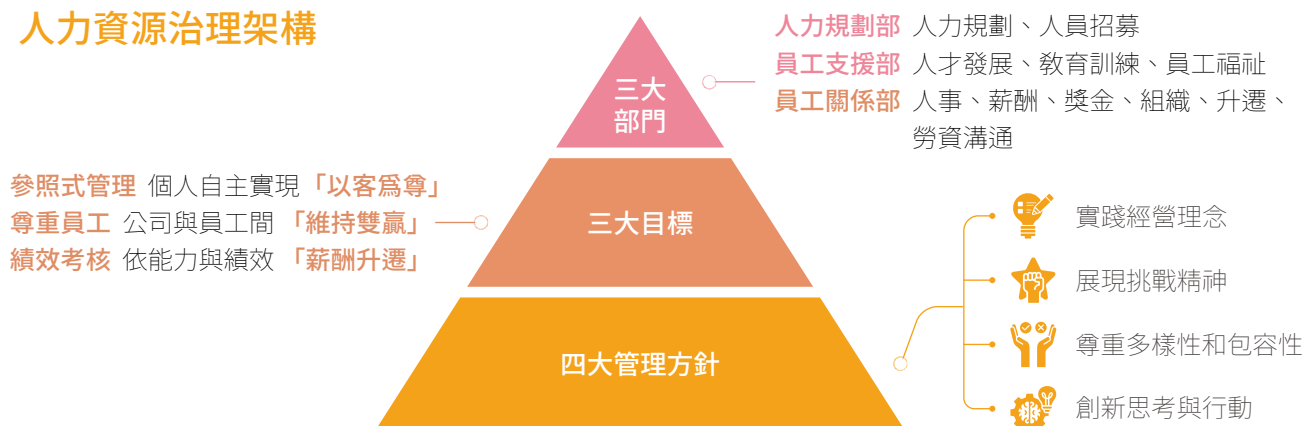
8 合適的工作
與經濟成長



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



短期目標

- 配合事業成長實施人才育成，追求永續經營
- 制度及管理優化，提升員工滿意度
- 強化雇主品牌

中期目標

- 接班梯隊規劃及職涯發展地圖建置
- 人力資源最適化
- 員工職涯發展 (IDP)
- 學習型組織
- 導入 AI 智能客服

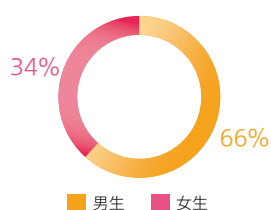
長期目標

- 發展多元人才結構
- 導入 AI Agent，業務 DX 效率化
- 永續發展與 ESG 人才策略

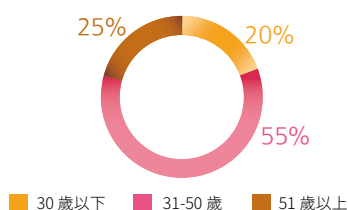
員工多元組成

2025 年台灣松下電器集團員工總人數約 2,516 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。

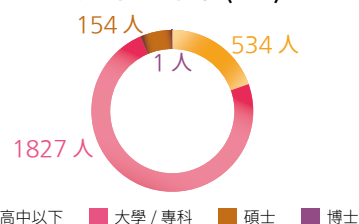
員工男女比 (人)



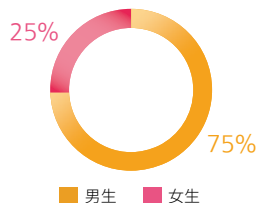
員工年齡分布 (人)



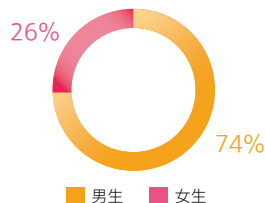
員工學歷分布 (人)



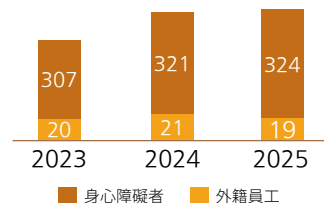
新進人數男女比



離職人數男女比



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

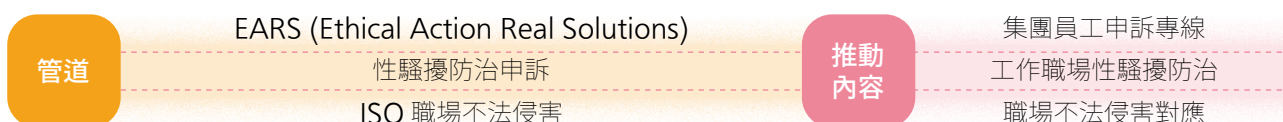
3.2 人權與溝通

人權教育訓練

台灣 Panasonic 集團遵循國際公認之人權原則，包括《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，致力於打造多元、安全且尊重的職場環境，杜絕任何侵犯及違反人權的行為。

2025 年台灣 Panasonic 集團尊重人權之 Panasonic 員工的承諾受訓比率 100%，並舉辦「性別平等課程——從性別歧視到友善職場」，課程涵蓋性別政策演進、《消除對婦女一切形式歧視公約》（CEDAW）內容解析，落實職場性平教育，推動建立更加包容與友善的就業環境。

建構性別友善職場



勞資溝通

台灣松下電器於 1965 年 6 月 2 日設立「新北市台灣松下電器股份有限公司工會」並於 1970 年 4 月 3 日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，2025 年 1 月 17 日為台灣松下電器集團第 21 次之團體協約簽訂，本次簽訂內容包括將產假及陪產假提升至優於法規的八日、針對人才留任新增五年資深員工表揚、設置夜間工作安全候車區、強化夜間工作廠區大門照明及監視設施等，透過工會擔任公司與員工溝通的橋樑，促進公司發展與提升員工福祉。

同時台灣松下電器集團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 2025 年 12 月，工會會員達 2,275 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

伙食津貼調升案

內容

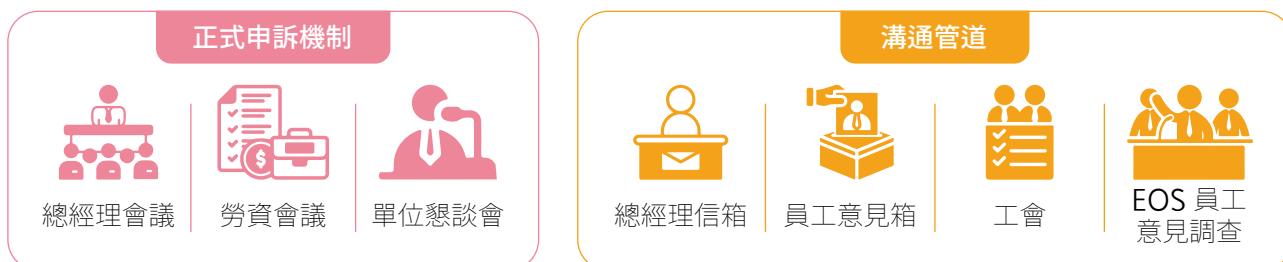
伙食津貼調升 600 元

成果

2025 年 7 月 1 日實施

勞資溝通推動機制

2025 年度 EOS 員工意見調查結果顯示，本年度回答率 99% 高於目標的 97%，在員工效能分析中，高效評比比較去年提升也高於台灣企業平均；今年度在「品質與客戶導向」之議題，達到 81% 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。

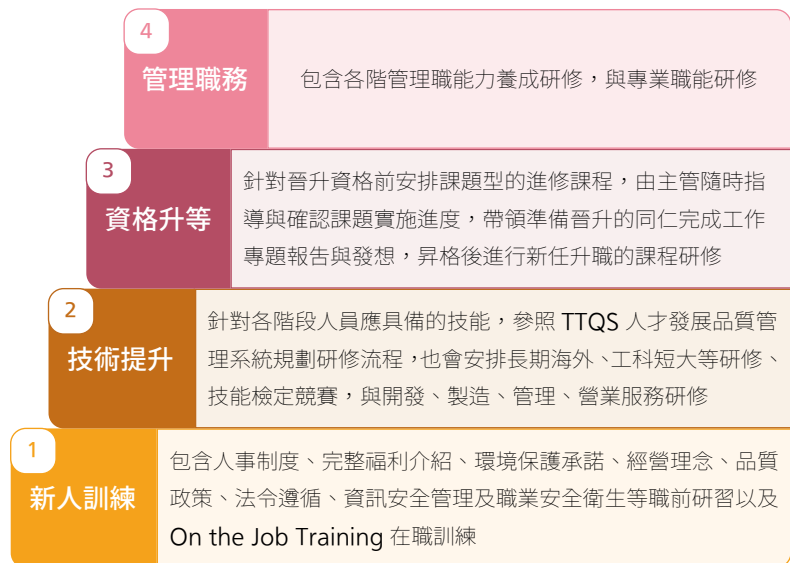


3.3 人才發展與留任

台灣 Panasonic 集團持續深化人才發展機制，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。本年度人才培育重點聚焦於強化基礎製造能力、培養 ESG 專業人才，以及推動永續經營管理等核心領域。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

我們為員工打造多元且具前瞻性的學習環境，提供完善的職涯發展路徑。透過了解同仁的能力需求與職涯方向，結合 AI 趨勢、行銷分析、品質經營、顧客洞察等面向，規劃出七大核心課程主題，並持續優化課程內容，以支持員工在快速變動的產業環境中持續成長。針對集團內各公司之不同業務模式與產業特性，我們亦進行客製化的培訓設計，內容涵蓋企業文化深化、職能導向課程、前瞻科技應用、管理職共識營、語言學習及人文藝術講座等多元面向，協助同仁拓展專業能力與軟性素養。台灣 Panasonic 集團的教育訓練體制共分為四個階段：



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）今年邁入第五屆，依透過職涯需求、潛在特質與管理能力的分析，遴選出具備高度責任感、強烈好奇心、良好溝通力與勇於承擔精神的高潛力人才。期望透過此計劃協助各事業單位建立年輕化的管理與經營人才梯隊，提升組織活力並優化戰訓測驗。根據特質分析結果，為增強幹部領導與管理能力，特別採用實境小組任務方式，由外部講師帶領測評中心的實體課程並提供個別回饋，透過管理性格與未來情境推演，深化人才養成，成為企業永續發展的動能。此外，也透過安排企業參訪，讓學員更深入了解企业運作模式並拓展人脈。



總培訓時間 122 小時



受訓人數 17 人



培訓總金額 1,852 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三期，研修內容規劃共三大重點：

推升管理思維與視野、再理解並落實組織策略、激發創新思維。

內容涵蓋企業永續發展、精實管理與實戰研修 8 大主題，包含核心職務、各工作層級進階養成、輪值管理等訓練，以提升全面管理及跨部門協作力，強化管理思維並將創新理念注入人才培育。



總培訓時間 123 小時



受訓人數 15 人



培訓總金額 1,899 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 動能，更能將所學應用於實務，成為推動企業永續轉型的重要種子。

啟動前理解導入方向及重點後，內部將推動教育訓練，使同仁了解永續發展之發展，推動教育訓練的重點包含：提升永續專業、了解 ESG 分析工具、落實永續文化的培養與推廣，打造企業內部的永續領導專業團隊；推進企業 ESG 目標，並為產業永續發展貢獻更大力量。



總培訓時間 24 小時



受訓人數 75 人

2025 年度

台灣松下銷售公司舉辦溝通能力課程研習

為強化管理職的核心能力與組織內部溝通品質，台灣松下銷售公司透過舉辦「打造高效溝通關鍵能力—管理職基礎盤」培訓課程，協助主管深化傾聽、傳達與跨部門協作的實務技巧，提升人才培育與團隊管理效能。課程以實務案例與情境演練為核心，培養管理者從個人績效思維轉向團隊與組織整體價值的視角，逐步建立更具前瞻性與支持性的管理文化。透過系統化的能力養成，持續打造具韌性與高效的管理梯隊，奠定穩固的企業永續經營人才基礎。

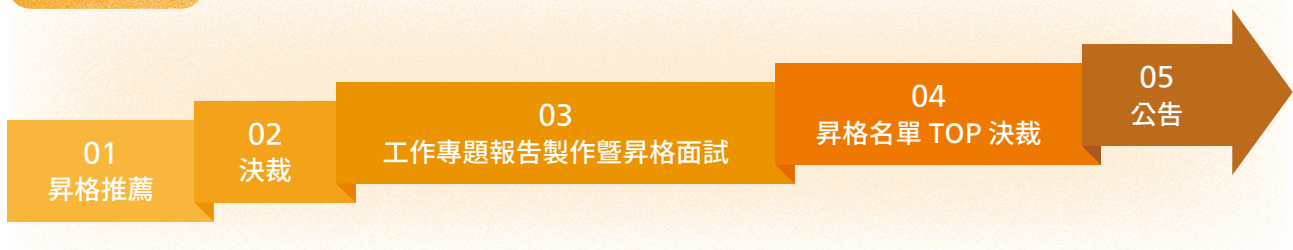
專業證照補助

證照種類		總申請人次		總補助張數		總補助金額	
JLPT		4		4		6,300 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。2025 年松下電器通過資格昇等人數 121 人。

升格研修流程



績效考核機制



3.4 員工福祉

福利措施

台灣 Panasonic 集團為提供同仁更良好的工作環境，除法令規定的項目外，亦提供許多優於法令的福利項目，如祝賀金、福委會家庭日活動、提早退休優惠辦法等；重視退休同仁，使勞動力在最合適職務發揮。

基本福利	福利措施	退休
- 夏季獎金 - 冬季獎金 - 員工酬勞 - 三節禮券 - 年度調薪 - 生日禮券 - 員工旅遊補助 - 調薪（每年） - 育嬰假	- 員工結婚祝賀金 - 員工家屬死亡慰問金 - 子女入學祝賀金 - 員工本人或其配偶生育祝賀金 - 急難救助金 - 員工撫恤金 - 語文合格補助金	- 依法提撥勞退基金 - 提早退休優惠辦法
保險	健康檢查	其他福利
- 員工團體保險 - 人壽保險、意外險	- 一般 / 新進員工 - 特殊作業員工 - 外籍人員 - 資深員工及幹部體檢	- 福委會家庭日活動 - 每年 9 天暑期假期 - 尾牙活動 - 社團活動 - 哺乳室 - 按摩椅 - 電子禮券



育嬰留停

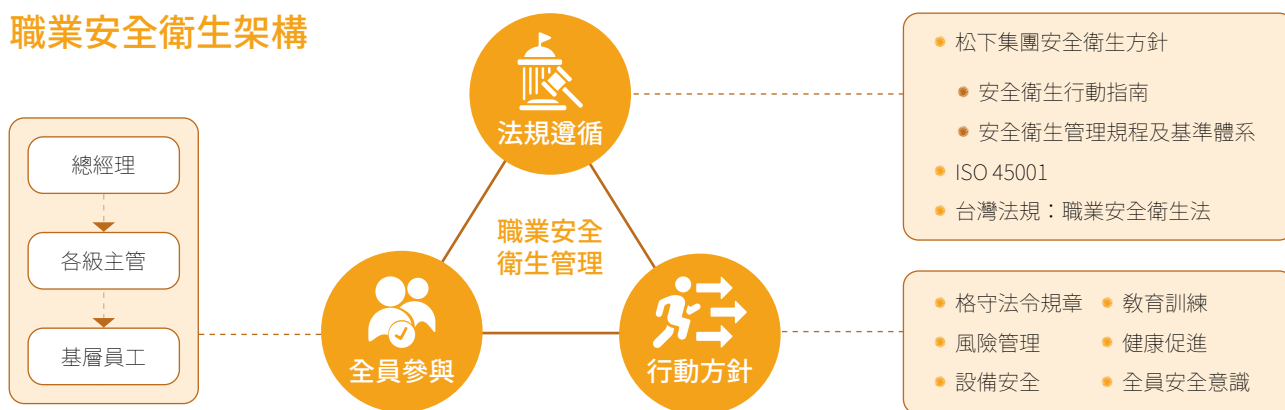
項目	男性	女性
2025 年育嬰留停申請人數	4	7
A：2025 年預計育嬰留停復職人數	1	3
B：2025 年實際育嬰留停復職人數	1	3
復職率 = B/A	100%	100%
C：2024 年實際育嬰留停復職人數	3	6
D：2024 年實際育嬰留停復職後十二個月仍在職人數	3	6
留任率 = D/C	100%	100%

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「對人尊重」的核心價值，將職場安全視為企業經營的首要基礎，並以「現場現物」的管理精神確保每一位同仁都能在安全無虞的環境中工作。我們致力打造兼具安全與健康的職場，透過完善的管理措施提升員工身心福祉，並進而強化整體工作效率與員工滿意度。為落實此目標，集團持續推動風險辨識與預防措施，定期進行作業環境與設備安全評估，並執行多元安全訓練與健康促進計畫。同時透過教育宣導與管理制度強化員工的安全意識與自我防護能力，建立全員共同參與的安全文化，確保職場環境持續朝向更安全、更健康的方向精進。

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。2025 年台灣松下集團未因安全設備及措施不符合規範而遭受裁罰，台灣松下電材全年進行 11 次幹部安全巡視並完成各項改善，以強化作業現場安全管理。本年度共發生兩件工安事故，其中一件為松下電器空調工廠人員於操作電動油壓車時不慎造成腿部骨折，另一件則是松下多層材料員工於搬運作業中踩空斜坡造成足部骨折，事件發生後，公司即啟動緊急應變與後續改善程序，並由日本母公司派員進行現場安全稽查，全面檢視作業流程、設備使用規範與教育訓練需求，作為後續提升職場安全環境的重要依據。



職業安全衛生教育訓練

訓練類別	人員類別	2025 年受訓人次
新人安全衛生教育訓練	新人	661
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	388
	承攬商	
	供應商、物流業者	
一般安全教育訓練	全體員工	1,438
道路交通安全講座	全體員工	1,741
內訓	全體員工	3,577
外訓	全體員工	36

1. 新人安全衛生教育訓練



2. 急救技能訓練



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。2025 年於電氣室、通訊機房與資訊機房等高能耗與高風險區域導入電氣火災提早偵測系統，利用極早期偵煙探測器在電線因高溫產生異常時，最早可於火災發生前約 48 小時發出預警警報，讓管理單位能在濃煙生成前採取處置，有效降低火災風險。此措施不僅能避免設備、庫存等資產損害，更可預防因電力、通訊與網路中斷造成的營運停擺，強化整體營運韌性與工安防護。該專案獲得 CNA 獎項肯定，展現公司在智慧化防災與永續營運上的持續投入與成果。



優勝銅獎獎盃及表彰獎狀



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。台灣松下集團 2025 年健檢參加率 97%，執行健檢分級管理，重大異常追蹤率 100%。

台灣 Panasonic 集團積極推動健康促進計畫，透過健康講座與專業諮詢協助同仁強化自我健康管理能力，2025 年台灣松下電材舉辦「輕鬆擺脫代謝症候群」課程協助員工理解代謝症候群為多種慢性病的前兆，並學習在日常生活中採取健康飲食、培養良好生活習慣與適時補充營養素，以降低疾病風險。「找回健康主導權：面對肥胖與體重過重，我該怎麼做？」講座，讓同仁了解體重過重的健康危害，掌握減重、飲食與作息之間的關聯，並釐清近年流行的減重治療原理及其風險，提升科學減重知識。活動後員工反應良好，並積極配合年度健康檢查，展現公司在提升員工健康意識與營造健康職場文化上的成效。



為促進員工改善生活習慣，養成規律運動與均衡飲食之習慣，並進一步降低健康風險，台灣松下電器推動【腰瘦享健康 2.0】健康促進活動，共吸引 97 位同仁參與。本次活動成果顯著，參與者合計減重 428 公斤；此外，高風險族群的平均健康風險亦由 18% 降至 12%，有效強化員工健康管理與職場健康韌性。

為提升員工健康意識、建立正確健康觀念並鼓勵日常自主落實健康行為，台灣松下電器規劃辦理「健康自主大挑戰、集點拿好康」健康促進活動。活動以 LINE 集點方式進行，員工完成指定健康行為即可累積點數兌換獎品，共吸引 207 位同仁熱烈參與。獎勵內容包括最高獎項的高階健檢乙次，以及多項商品禮券，成功提升員工參與動能。根據活動問卷回饋，員工對健康促進的正向感受平均達 96%，活動整體滿意度也達到 96% 以上，展現活動在推動健康生活型態上的實質成效。



職業健康醫師訪查

台灣松下電器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。並於每年舉辦特別危害作業，優於法規針對夜間作業員工增加心血管疾病健檢項目。

人因危害預防四階段

申請配工 / 復工健康

1. 由個人或單位提出
2. 申請表填寫送出

配工 / 復工健康評估

1. 安排臨場訪視醫生
2. 健康評估 (必要時現場訪視)

單位 / 個人回饋

1. 健康風險評估結果建議
2. 健康建議與個人健康促進

臨場追蹤

1. 健康風險管理
2. 紀錄回饋 & 保存

健康照顧計畫

總參與 19,252 人次



員工心理諮商服務

台灣 Panasonic 集團持續關注員工心理健康與職場福祉，致力打造安全、支持且友善的工作環境。自 2023 年 4 月起，台灣松下銷售公司邀請具專業資格之諮商心理師定期進駐公司健康管理室，每兩個月提供員工一對一心理諮商服務，並於獨立諮詢空間進行晤談，以確保員工隱私與諮商品質，協助員工因應工作與生活壓力、提升心理韌性。

為進一步提升心理健康支持的即時性與可近性，公司自 2025 年起與專業心理諮商機構合作，提供遠距視訊心理諮商服務，當員工面臨突發性壓力事件或心理困擾時，能夠更快速取得專業協助。2025 年度共服務 24 位員工，透過專業諮商協助員工釐清問題、提升自我覺察，進而促進整體心理健康與工作適應能力。

諮商議題	工作壓力相關	38%
	人際關係困擾	29%
	生涯迷惘倦怠	13%
	身心症狀	13%
	家庭壓力	8%

同仁反饋

1. 能夠引導同仁更清楚地看到自己當下的壓力來源
2. 諮商以後有明確的方向與自我覺察建議，幫助很大
3. 員工日常工作及身心靈有正面價值

公司建立完善的心理健康資源轉介機制，於員工完成諮商後，會依其個別需求提供後續支持，包括政府補助的心理諮商服務、心理師建議之專業諮商機構，或其他適切之心理健康資源。若經專業評估有精神醫療需求，亦可協助轉介至特約身心科診所或合適的精神醫療院所，確保員工獲得連續性且完整的專業協助。

透過多元且可近性的心理健康支持措施，公司持續強化心理健康預防與促進網絡，提升員工身心健康與職場幸福感，並打造更健全、更具韌性的支持系統，協助同仁在工作與生活中保持良好平衡。

滿意度調查 (滿分為 5 分)

諮商過程讓我安心 表達目前面臨的壓力或困擾	4.8
透過諮商，我對自己的情緒 或身心狀態有更清楚的理解	4.7
諮商過程提供的建議或方法， 對我面對目前困擾有所幫助	4.4
整體滿意度	4.6

心理師專題講座

因應員工諮商議題以工作壓力調適為主要需求，規劃辦理 2 場心理師專題講座「從心自由書寫，展開森林療癒力」，協助同仁學習壓力辨識與調適技巧，提升自我照顧能力與心理韌性，預防壓力對身心健康與工作表現的影響。



4 社會共榮



4.1 綠色影響力

4.2 公益推動

章節亮點



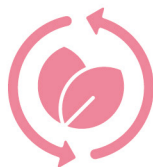
2025年社會公益投入經費

23,451 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

延續松下幸之助先生「為社會幸福與地球未來貢獻力量」的創業初心，台灣 Panasonic 集團在 2025 年以「企業、社會與環境共榮」為核心精神，持續以企業影響力回應時代挑戰，推動永續轉型與社會正向改變。我們深信企業的價值不僅在於創造產品，更在於成為推動社會繁榮、環境永續與下一代成長的力量，因此積極以創新技術、再生能源導入、人才培育與公益投入，串連企業內外部資源，共同實現更美好的生活願景。面對氣候變遷、產業革新與人口結構變化等外部環境，集團以前瞻思維推動綠色轉型，從能源管理到減碳實踐，逐步落實淨零目標；同時深耕教育、運動推廣與社會公益，陪伴青年學子、基層運動員與弱勢族群，促進社會韌性與共好。此外，也透過強化治理與責任供應鏈，打造透明、健康、安全的營運環境，使企業得以在快速變動的時代中保持穩健與信任。

台灣 Panasonic 集團將持續以企業力量連結社會需求與永續價值，以長期深耕的方式累積綠色影響力，攜手各界共創永續、幸福的未來社會。

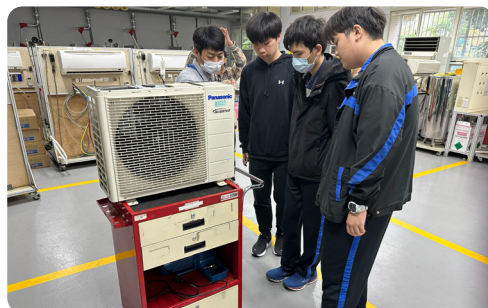
推動家電技術教育及發展

台灣 Panasonic 集團深耕空調技術教育，透過產學合作推動專業人才的系統性培育。2025 年，我們持續與多所學術機構攜手，設置專業教室、捐贈教學設備並提供實務技術訓練，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。

2025 年重點成果

內湖高工：智慧空調設施安裝與檢修課程

內湖高工與台灣 Panasonic 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，幫助學生直接接觸與業界同步的智慧科技，並將理論與實務結合，除了幫助學生未來職涯發展奠定堅實基礎，更是台灣 Panasonic 培育家電人才的重要過程。



南港高工：空調實務訓練

捐贈冷凍空調及相關技術領域所需的實習材料與設備予臺北市立南港高工，協助學校完善教室環境與實作操作設備，使學生能在更貼近產業現場的環境中進行學習。

透過捐贈儀式、教室參訪與與師生交流，Panasonic 與學校共同強化產學互動，協助學生了解最新技術趨勢與職涯方向。此舉不僅提升技職教育資源可近性，更有助於縮短學用落差，支持年輕世代在空調、電機與智慧化應用等領域的專業養成。



德霖科大：小家電工坊維修課程

與德霖科技大學機械系合作辦理系列課程，共計 22 位學生參與，課程涵蓋電風扇、電熨斗、微波爐、電子鍋、電烤箱、果汁機及吸塵器等，課程內容包含「小家電構造解析」、「產品維修與拆卸實務」及「用電安全宣導」，強化學生對產品結構與應用的理解。本次合作不僅提升參與學生對企業產品與技術的認識，也有助於強化企業專業形象與社會責任實踐。透過結合理論與實務的教學模式，台灣 Panasonic 集團持續培育未來產業人才，並以教育為媒介，擴大企業永續影響力。



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 所設有冷凍空調相關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。2025 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。捐贈對象包含岡山農工、南港高工、嘉義高工、勤益科大、高雄高工、中正高工等六所學校，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 110 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。

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。

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 120 位學生，展現對技術人才培育的承諾。2025 年共有 10 名來自國內五大頂尖國立科技大學重點科系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，2025 年共計 6 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。



110 件

台灣 Panasonic 集團於 2025 年捐贈 110 件空調、冰箱及冷暖空調設備及家電實習器材，目標學校包含岡山農工、南港高工、嘉義高工、勤益科大、高雄高工、中正高工。

近 2,900 件
(市值近 2,610 萬)

近十年來台灣 Panasonic 集團總計捐贈近 2,900 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。2025 年台灣 Panasonic 集團主辦第十屆「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」至今已舉辦十屆，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 年起集團響應潔淨能源發展，新增「氢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，2025 年除了延續「綠色永續創意商品設計組」、「2030 年居住空間設計組」與「氢能與多元綠能創新應用組」，又將綠色永續創意商品設計組分成高中職校組與大專院校組，鼓勵參賽者提出符合綠色永續理念的居住空間解決方案。

- 吸引跨 8 國，涵蓋台灣、美國、越南、日本、馬來西亞、史瓦濟蘭、貝里斯、菲律賓等國際學生參賽
- 共 303 支隊伍，逾千名學生參與
- 活動支出投入約 1,700,000 元



家電創意加值競賽

2025 年由經濟部產業發展署指導的「家電創意加值競賽」，提供設計人才在進入職場前接軌產業需求的機會，本屆作品運用智慧科技、美學加值、綠色節能等元素，為傳統家電注入創新的思維。台灣 Panasonic 集團長期重視產學合作與設計人才培育，透過每年贊助的支持，以實際行動鼓勵青年學子投入家電設計的領域，提升台灣家電產業創新實力。

- 本屆共吸引 **208** 組團隊參賽



驅動產業節能與淨零碳排

台灣 Panasonic 集團長期投入節能減碳與淨零行動，透過產業合作、社會參與及多元外部交流，擴大綠色影響力，推動綠色科技於產業與生活場域的實踐，促進永續轉型。

2025 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，論壇聚焦氫能應用、低碳運輸、AI 減碳創新及綠能技術等議題，期以行動實踐 2050 淨零願景。台灣 Panasonic 集團致力於減少二氧化碳排放，透過多項技術與實證計畫，於 2025 年已完成「淨零碳排能源實證實驗（邁向 RE100 解決方案）」，逐步實踐企業碳中和責任，發揮永續影響力。



4.2 公益推動

台灣 Panasonic 集團長期深耕社會公益、環境永續與體育推廣，持續以技術創新推動產業發展，展現企業責任與影響力。我們深信，良好的環境是給予下一代最珍貴的資產，台灣 Panasonic 集團將持續實踐環境永續的承諾，透過多元公益計畫促進社會善的循環，運用企業影響力帶動更多正向改變，為台灣的永續環境盡一份心力，攜手社會大眾共創更美好的永續未來。

共好社會

台灣 Panasonic 集團助花蓮災民重建家園

亮點 成果

- 與洪建全基金會攜手，分別捐贈 **100 萬元** 與 **50 萬元** 的家電產品
- 提供家電產品免費檢測服務

2025 年 9 月受到樺加沙颱風侵襲，花蓮地區遭受嚴重災情，台灣 Panasonic 集團攜手洪建全基金會，於第一時間展開災後支援行動，分別捐贈 100 萬元與 50 萬元的家電產品，並提供免費家電檢測服務，期望減輕災民修繕過程中的負擔，透過實際響應政府救災號召，陪伴花蓮受災戶走過難關。



台灣松下電材愛心公益活動

亮點 成果

- 補助近 **210,000 元**
- 影響人數約 **280 人**

2025 年台灣松下電材持續透過公益團體商品購入計畫支持社福團體，攜手愛盲基金會，幫助視障者提升生活品質與就業機會。



台灣松下多層材料年度公益採購

亮點 成果

- 公益團體採購約 **380,000 元**

台灣松下多層材料積極推動企業公益行動，於 2025 年向蒙恩聽障烘焙坊股份有限公司採購餅乾禮盒作為三十八周年廠慶伴手禮贈員工，並於第八屆工會會員代表大會購入唐寶實手工精油香皂禮品，以實際行動支持身心障礙者就業。

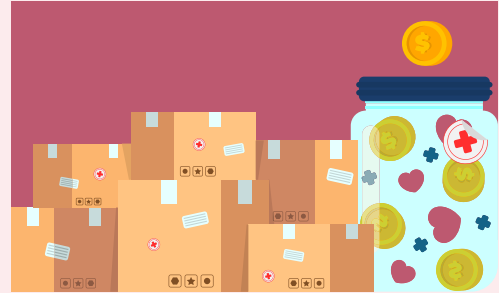


松下產業科技每年固定捐款予育幼院

亮點
成果

- 公益團體捐贈近 **470,000** 元

松下產業科技 2025 年偕同員工共同捐款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 **469,430** 元，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。



松下電腦募集發票支持身心障礙者就業

亮點
成果

- 募集 **137** 張發票
- 公益採購近 **38,564** 元

松下電腦 2025 年於 35 周年紀念活動暨 Family Day 舉辦發票募集公益活動，鼓勵同仁及家屬共同參與公益，並將募集發票捐贈予喜憨兒社會福利基金會，支持社會福利服務。並在活動中採購「愛不囉嗦」公益產品，支持社會企業發展並促進身心障礙者就業機會。



台灣松下電器福委會送愛安老院

亮點
成果

- 參與人次 **360** 人，共捐出 **486,740** 元

台灣松下電器福委會於 2025 年舉辦送愛心至財團法人新北市私立台灣天主教安老院，透過愛心物資捐贈，實踐松下電器「取之社會、用之社會」的理念，期望未來將愛心傳遞到更多有需要的地方。



地方社福團體家電設備捐贈

亮點
成果

- 捐贈地方社福機構共 **40** 個機構
- 捐出 **230** 件家電設備

台灣 Panasonic 集團以「社會共好」為核心價值，積極推動與政府機關、學校及公益團體的多元合作。2025 年攜手新北市、花蓮縣、台東縣與宜蘭縣等地方政府，並與 40 個在地社福團體共同合作，捐贈共 230 件家電設備，透過實際物資援助落實企業永續精神，期望集結眾人力量，持續擴大正向影響，共同打造溫暖、友善且具韌性的社會。



三節禮品公益義賣活動

亮點 成果

- 喜憨兒庇護工場義賣金額達 **70,362** 元

台灣 Panasonic 集團透過實際選購愛心商品，於春節、端午與中秋舉辦公益義賣活動，支持社福團體並回饋社會，2025 年合作公益單位包含創世基金會、嚴華啓能中心、喜憨兒庇護工場、利伯他茲教育基金會等，透過每一次的義賣活動，傳遞愛心，讓善意在企業內持續擴散。



培養體育人才 - 推廣籃球風氣

亮點 成果

- 贊助近 **1,500,000** 元

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。2025 年集團贊助南山高中訓練營養金並讓籃球隊打下本屆 HBL 亞軍。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。



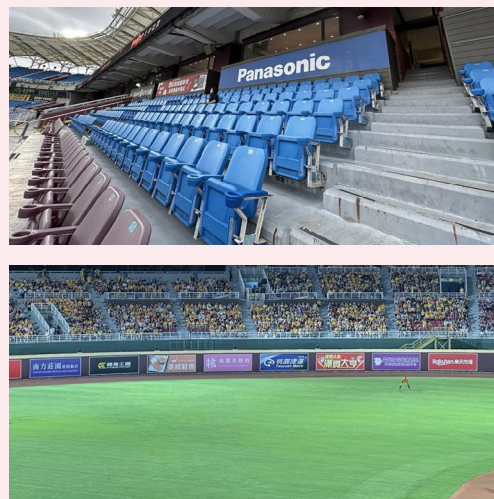
體育賽事曝光 - 棒球、籃球贊助

亮點 成果

- 贊助近 **8,100,000** 元

台灣 Panasonic 集團台灣松下電器持續以實際行動支持在地體育環境，2025 年與樂天桃猿棒球隊展開合作，透過球場 LED 看板、場館版位與多場次曝光，深化品牌與球迷的連結並推動台灣運動產業發展。

在職棒領域，贊助樂天桃猿球團，提供場邊看板、三壘側看台等固定版位，並結合主題行銷活動提升球場互動性。透過持續投入棒球的合作，台灣松下電器期望以企業力量推動運動文化向下扎根，促進健康生活風氣，並與社會共同創造更活力與正向的運動生態。



環境守護

Panasonic ECO RELAY—聯合環境活動

亮點 成果

- 450 名同仁參與
- 年度活動支出近 106,000 元

台灣 Panasonic 集團在 2025 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，關渡自然公園作為東亞澳遷移性水鳥的重要棲地，長期肩負原生物種保育與溼地生態維護的重要任務，本次活動特別邀請多位專業導覽講師，透過分組生態走讀的方式，引領同仁深入認識濕地環境，近距離體驗這片自然綠洲的生態奧妙，進而引發對濕地保育與永續發展的關注與省思。期盼藉由此兼具深度與教育意義的活動，進一步深化員工對永續發展議題的理解與反思。



Panasonic ECO RELAY—聯合淨灘活動

亮點 成果

- 421 名同仁參與
- 年度活動支出約 160,000 元

台灣 Panasonic 集團透過聯合淨灘活動，結合海洋生態教育，喚起員工對於海洋廢棄物造成危害的重視，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 16 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。



「為美好生活而跑」推廣運動公益精神

亮點 成果

- 超過 11,000 名跑者參與

台灣 Panasonic 集團連續第五年參與台北城市路跑賽，今年邀請運動名人田中千繪擔任賽事大使，分享自身對美好生活的想像，希望以企業力量邀請跑者一同為環保永續與美好生活奔跑。2025 年在各項完賽物資上，也持續使用環保紗材質進行製作，環保紗運動毛巾具有較好的吸水性和耐用性，能快速吸汗保持乾爽，並且經得起頻繁的洗滌和使用，獎牌掛帶也選用環保材質，減少對環境的影響。透過賽事實踐淨零碳排理念，鼓勵民眾落實綠色永續在生活中每一個細節，一起擁抱美好生活。



5 永續績效





5.1 環境面績效

5.2 員工面績效

5.3 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	2023	2024	2025
非再生能源	外購電力	度	49,630,500	49,050,560	43,794,391
		(吉焦 GJ)	178,680.51	176,622.24	157,695.72
	液化石油氣	公升	176,113	165,916	130,638
		(吉焦 GJ)	4,892.55	4,609.27	3,629.22
	天然氣	度	1,343,870	1,554,125	1,676,264
		(吉焦 GJ)	37,699.45	43,597.71	47,024.07
再生能源	太陽能	度	278,813.11	781,115.90	882,800
		(吉焦 GJ)	1,003.73	2,812.66	3,178.80
加總(吉焦 GJ)			222,275.075	227,641.88	211,527.81

註 1：電力轉換係數 1kWh = 0.0036GJ；1kcal = 4.1868*10⁻⁶GJ。

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

2024、2025 年台灣 Panasonic 集團溫室氣體排放量

	單位	2024	2025
固定式燃燒排放	公噸 CO ₂ e	924.6273	336.965
移動式燃燒排放	公噸 CO ₂ e	35.7160	25.0635
製程排放	公噸 CO ₂ e	3,243.5676	394.2174
逸散排放	公噸 CO ₂ e	513.1100	1,647.7012
範疇一(直接排放)總計	公噸 CO ₂ e	4,717.0209	2,403.9471
外購電力排放	公噸 CO ₂ e	14,197.5600	11,207.6785
範疇二(間接排放)總計	公噸 CO ₂ e	14,197.5600	11,207.6785
排放量總計(範疇一 + 範疇二)		18,914.5809	13,611.6256

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，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 6.04，排放係數為 1.7529kgCO₂e/L。

註 2：2024、2025 年溫室氣體排放量經第三方查驗。

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	2025
氮氧化物(NOx)	公噸	0.005	0.005
硫氧化物(SOx)	公噸	0.08	0.06
持久性有機污染物(POP)	公噸	0	0
揮發性有機化合物(VOC)	公噸	57.06	65.26
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	本公司各項原物料， 未含有害空氣污染物
懸浮微粒(PM)	PM	0.002	0.002

註 1：數據範疇涵蓋中和廠區。

註 2：數據依照 2025 年固定污染源排放量進行統計。

水資源

近三年台灣 Panasonic 集團用水量

	單位	2023	2024	2025
地下水	千立方公尺	12.643	10.885	9.933
自來水	千立方公尺	10,764.33	8,221.93	9,842.36
用水量總計		10,776.97	8,232.81	9,852.293

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	2023	2024	2025
耗水量	千立方公尺	175.43	164.28	151.627

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	2023	2024	2025
廢水量	千立方公尺	160.08	155.15	158.52

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	2023	2024	2025
化學需氧量 COD	(mg/l)	16.7	15.2	17.1
生物需氧量 BOD	(mg/l)	1	0.5	<1.0
懸浮固體物 SS	(mg/l)	14.8	6	0.7
松下多層材料	單位	2023	2024	2025
化學需氧量 COD	(mg/l)	0.435	1.137	1.099
生物需氧量 BOD	(mg/l)	NA	NA	N/A
懸浮固體物 SS	(mg/l)	0.094	0.449	0.337

近三年台灣 Panasonic 集團水資源回收狀況

中和廠區	單位	2023	2024	2025
雨水回收	百萬公升	0	0	0
廢水回收	百萬公升	17.004	17.792	16.932
用水總回收量	百萬公升	17.004	17.792	16.932
用水總回收率	(%)	11.01	12.29	11.85%
松下多層材料	單位	2023	2024	2025
雨水回收	百萬公升	0	0	0
廢水回收	百萬公升	2.608	3.775	2.947
用水總回收量	百萬公升	2.608	3.775	2.947
用水總回收率	(%)	8.6%	11.2%	10.8%

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	2023 年	2024 年	2025 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	3.93	4.13	3.9	焚化
	廢潤滑油	2.16	2.1	4.5	焚化
	事業活動產生之一般性垃圾	650.06	570.18	645.44	焚化
	廢油漆、漆渣	1.06	1.17	3.4	焚化
	廢家電	13.88	12.31	8.11	物理處理
	廢活性碳	8.92	8.66	8.58	回收再利用
	廢玻璃	38.44	21.96	20.22	其他再利用
	含金屬之印刷電路板廢料及其粉屑	6.13	2.59	2.77	物理處理
	無機性污泥	59.05	42.58	55.12	熱處理
	含貴金屬(金、銀、鈮、鉑、 鉍、銻、銲、鈳)之廢觸媒	0	0	0.42	境外處理
有害廢棄物	廢液	1.12	1.3	0.58	焚化
松下多層材料	廢棄物種類	2023 年	2024 年	2025 年	廢棄物處理方式
非有害廢棄物	一般廢棄物	35.80	46.19	28.19	焚化
	廢塑膠混合物	102.24	85.92	106.62	焚化
	廢木材	32.73	36.02	42.38	回收再利用
	廢銅箔	26.31	40.00	30.97	回收再利用
	廢基板邊料	130.36	142.23	129.14	回收再利用
	廢 PP 邊料	148.06	151.01	113.19	回收再利用
	廢鐵	21.71	80.91	24.79	資收
	廢紙	99.70	109.12	106.21	資收
	資源回收	12.42	14.567	13.24	資收
有害廢棄物	蝕刻液	26.09	66.88	71.04	有害再利用(化學)
	液態易燃廢棄物	102.55	116.96	115.89	焚化
	固態易燃廢棄物	26.65	27.84	26.39	焚化
	化學原料桶	30.78	38.48	44.4	物理
松下電材	廢棄物種類	2023 年	2024 年	2025 年	廢棄物處理方式
非有害廢棄物	事業廢棄物(UREA)	208.68	174.68	184.41	回收再利用
	一般垃圾	89.84	100.73	134.295	焚化
	資源回收物	543.30	510.79	455.581	回收再利用
松下電腦	廢棄物種類	2023 年	2024 年	2025 年	廢棄物處理方式
非有害廢棄物	廢液(D-1504)	0.44	0.36	0.32	焚化處理
	生活垃圾(D-1801)	42.3	61.16	65.26	焚化處理
	事業員工生活垃圾	14.85	61.16	65.26	焚化處理
	廢棄纖維(D-0899)	1.8	1.71	1.2	焚化處理
	廢塑膠混合物(D-0299)	0.063	0.257	1.354	焚化處理
	活性炭(R-2408)	0.15	0.15	0.325	回收再利用
有害廢棄物	廢板邊(E-0221)	11.016	11.401	10.859	物理處理
	E-0222 附零組件之廢印刷電路板	0.218	0.308	0.158	物理處理

2025 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	649.42	86.2	753	99.9
	回收再利用	8.575	1.1		
	其他再利用	20.22	2.7		
	物理處理	19.28	2.6		
	熱處理	55.12	7.3		
	境外處理	0.42	0.1		
有害廢棄物	焚化處理	0.58	0.1	0.58	0.1
合計		753.20	100.00	753.20	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	142.28	15.4	663.66	72.0
	回收再利用	144.24	15.7		
	物理處理	377.14	40.9		
有害廢棄物	焚化處理	142.28	15.4	257.72	28.0
	物理處理	44.4	4.8		
	化學處理	71.04	7.7		
合計		921.38	100	921.38	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	2.874	20.4	3.199	22.7
	回收再利用	0.325	2.3		
有害廢棄物	物理處理	10.859	77.3	10.859	77.3
合計		14.058	100	14.058	100

近三年台灣 Panasonic 集團再資源化率

松下電器	2023	2024	2025
近三年再資源化率(%)	99.50	100.00	100.00
松下多層材料	2023	2024	2025
近三年再資源化率(%)	100.00	100.00	100.00
松下電腦	2023	2024	2025
近三年再資源化率(%)	82.90	83.20	100.00

註：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

2025 年嬰留停統計表(人)

項目	男性	女性	總數
2025 年使用育嬰留停人數	4	7	11
2025 年使用育嬰留停復職總人數	1	3	4
2025 年使用育嬰留停應復職總人數	1	3	4
2025 年使用育嬰留停復職總人數	3	6	9
2025 年使用育嬰留停復職總人數中，一年後仍在職的員工總數	3	6	9

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	2023		2024		2025	
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	1	1	1	1	1
非管理職	1	0.93	1	0.94	1	0.93

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	2023	2024	2025
女性	833	860	863
男性	1,667	1,683	1,653
總和	2,500	2,543	2,516
正式員工(全職)	2,452	2,503	2,489
非正式員工(約聘)	48	40	27
非員工工作者	327	330	353

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

2025 年正式員工管理職與非管理職分布狀況(人)

2025	管理職	非管理職	總和
女性	66	797	863
男性	501	1,152	1,653

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			2023 年				2024 年				2025 年			
			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	50	3.0%	16	1.0%	33	2.01%	12	0.73%	38	2.32%	25	1.53%
		30-50 歲	24	1.5%	28	2.0%	15	0.92%	17	1.04%	8	0.49%	12	0.73%
		50 歲以上	1	0.1%	32	2.0%	1	0.06%	32	1.95%	0	0.00%	26	1.59%
	女	30 歲以下	15	0.9%	2	0.1%	9	0.55%	8	0.49%	15	0.92%	6	0.37%
		30-50 歲	15	0.9%	8	0.5%	6	0.37%	4	0.24%	3	0.18%	3	0.18%
		50 歲以上	0	0.0%	11	0.7%	0	0.00%	11	0.67%	0	0.00%	16	0.98%
	合計		105	6.4%	97	6.0%	64	3.91%	84	5.13%	64	3.91%	88	5.38%
台灣松下銷售	男	30 歲以下	46	5.4%	20	1.9%	33	3.6%	13	1.4%	18	1.99%	13	1.44%
		30-50 歲	37	4.3%	33	3.3%	28	3.1%	20	2.2%	20	2.21%	26	2.87%
		50 歲以上	1	0.1%	13	3.7%	2	0.2%	13	1.4%	0	0.00%	18	1.99%
	女	30 歲以下	14	1.6%	3	0.2%	22	2.4%	6	0.7%	3	0.33%	7	0.77%
		30-50 歲	15	1.7%	6	0.9%	4	0.4%	5	0.6%	7	0.77%	4	0.44%
		50 歲以上	1	0.1%	3	1.3%	0	0.0%	1	0.1%	0	0.00%	6	0.66%
	合計		114	13.3%	78	11.3%	89	9.8%	58	6.4%	48	5.30%	74	8.18%

註：2023 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	2023	2024	2025
身心障礙	20	21	19
非本國籍人員	307	321	324
非本國籍主管人數	16	13	12

註 1：數據範疇涵蓋中和廠區、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		2023		2024		2025	
性別		男	女	男	女	男	女
平均年資 (年)	台灣松下電器	15.2	18.5	14.9	18.7	14.9	18
	台灣松下銷售	14.3	15.7	13.9	14.7	13.8	14.3
平均年齡 (歲)	台灣松下電器	42.1	44.7	42	45.2	42.3	44.8
	台灣松下銷售	41.9	41.5	41.9	41.1	42	41.6

註：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							
2023		2024			2025		
97,085		101,883			106,412		
台灣松下電器集團近三年營業額							
2023		2024			2025		
47,140		47,373			46,657		
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
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%
2025	販賣	58,513	30,448	11,927	2,080	2,363	1,082
	比重	54.99%	28.61%	11.21%	1.95%	2.22%	1.02%

註：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	2023	2024	2025
產生之直接經濟價值	營業收入	20,204,430	20,716,319	20,253,043
	營業淨利 (損)	1,394,626	1,790,857	1,331,120
	營業外收入及支出	1,600,746	1,679,983	1,841,732
分配之經濟價值	自身－營運成本	14,786,836	15,175,220	14,697,218
	自身－營業費用	4,022,967	3,750,243	4,224,705
	股東－每股盈餘	7.49	8.59	7.94
	股東－每股股利	7.844	9.00	8.20
	政府－所得稅 (台灣)	431,810	531,728	456,553
	員工－員工薪資和福利	2,264,683	2,373,955	2,374,053
	社區－社區投資 / 捐贈	3,332	8,925	2,401
留存之經濟價值	保留盈餘	7,038,540	7,434,326	7,159,921

留存之經濟價值

2025 年台灣松下電器集團納稅額	
類別	金額(單位：百萬元)
營業稅	454
營利事業所得稅	488
貨物稅	1,711
其他類捐	384
合計金額	3,037



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	02	
	2-2 組織永續報導中包含的實體	關於本報告書	01	
	2-3 報導期間、頻率及聯絡人	關於本報告書	01	
	2-4 資訊重編	關於本報告書	01	
	2-5 外部保證 / 確信	附錄四	121	
	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	41	
	2-7 員工	3.1 員工組成與多元性	86	
		5.2 員工面績效	112	
	2-8 非員工的工作者	3.1 員工組成與多元性	86	
		5.2 員工面績效	112	
	治理			
	2-9 治理結構及組成	1.1 公司治理與經營	33	
	2-10 最高治理單位的提名與遴選	1.1 公司治理與經營	33	
	2-11 最高治理單位的主席	1.1 公司治理與經營	33	
	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	33	
	2-13 衝擊管理的負責人	1.1 公司治理與經營	33	
	2-14 最高治理單位於永續報導的角色	關於本報告書	01	
	2-15 利益衝突	1.1 公司治理與經營	33	
	2-16 溝通關鍵重大事件	百年松下 永續精神	08	
	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	87	
	2-20 薪酬決定流程	3.3 人才發展與留任	89	
	2-21 年度總薪酬比率	3.2 人權與溝通	87	

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	08	
	2-23	政策承諾	百年松下 永續精神	08	
	2-24	納入政策承諾	百年松下 永續精神	08	
	2-25	補救負面衝擊的程序	1.3 風險管理與法規遵循	36	
	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	36	
	2-27	法規遵循	1.3 風險管理與法規遵循	36	
	2-28	公協會的會員資格	1.1 公司治理與經營	33	
	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	08	
	2-30	團體協約	3.2 人權與溝通	87	
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	08	
	3-2	重大主題列表	百年松下 永續精神	08	
	3-3	重大主題管理	百年松下 永續精神	09	
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	35 114	
	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	67	
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	48	
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	48	
	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	48	
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	38	
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	107	
	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	56	

GRI 準則	揭露項目		對應章節	頁碼	備註
環境					
GRI 303： 水與 放流水	303-3	取水量	5.1 環境面績效	108	
	303-4	排水量	5.1 環境面績效	108	
	303-5	耗水量	5.1 環境面績效	108	
GRI 305： 排放	305-1	直接(範疇一)溫室氣體排放	5.1 環境面績效	107	
	305-2	能源間接(範疇二)溫室氣體排放	5.1 環境面績效	107	
	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	108	
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	113	
	401-2	提供給全職員工的福利	3.4 員工福祉	90	
	401-3	育嬰假	3.4 員工福祉	90	
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	91	
	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	91	
	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	91	
	403-6	工作者健康促進	3.5 職場健康與安全	93	
GRI 404： 訓練與 教育	404-1	訓練與教育	3.3 人才發展與留任	88	
	404-2	提升員工職能及過渡協助方案	3.3 人才發展與留任	88	
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	86	
	405-2	女性對男性基本薪資與薪酬的比率	3.2 人權與溝通	87	
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	87	

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	51
	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	50
	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	51
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	53
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	78

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	68
	管理階層在評估和管理氣候相關風險與機會方面的角色	67
策略	鑑別的短、中、長期氣候相關風險與機會	68
	衝擊組織在業務、策略和財務規劃的氣候相關風險與機會	68
	組織在策略上的韌性，考量不同氣候相關情境	68
風險管理	氣候相關風險的鑑別和評估流程	67
	氣候相關風險的管理流程	67
	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	67
指標與目標	組織評估氣候相關風險與機會所使用的指標	70
	範疇 1、範疇 2 和範疇 3(如適用)溫室氣體排放和相關風險	70
	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	70

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

確信範圍

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 2025 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。

標的資訊及其適用基準

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

本會計師之責任係依據所取得之證據對標的資訊作成結論。

本會計師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，以對標的資訊是否存有重大不實表達出具有限確信報告。本會計師依據專業判斷，包括對導因於舞弊或錯誤之重大不實表達風險之評估，以決定確信程序之性質、時間及範圍。

本會計師相信已取得足夠及適切之證據，以作為表示有限確信結論之基礎。

會計師之獨立性及品質管理

本會計師及所隸屬組織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、專業能力及專業上應有之注意、保密及專業行為。

本事務所遵循品質管理準則1號「會計師事務所之品質管理」，該品質管理準則規定組織設計、付諸實行及執行品質管理制度，包含與遵循職業道德規範、專業準則及適用之法令規範相關之政策或程序。

所执行程序之說明

有限確信案件中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，因此，有



有限確信案件中取得之確信程度明顯低於合理確信案件中取得者。本會計師所設計之程序係為取得有限確信並據此作成結論，並不提供合理確信必要之所有證據。

儘管本會計師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，惟本確信案件並非對台灣松下電器內部控制之有效性表示意見。本會計師所執行之程序不包括測試控制或執行與檢查資訊科技(IT)系統內資料之彙總或計算相關之程序。

有限確信案件包括進行查詢，主要係對負責編製標的資訊及相關資訊之人員進行查詢，並應用分析及其他適當程序。

本會計師所執行之程序包括：

- 取得及閱讀 2025 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

因永續報告中所包含之非財務資訊受到衡量不確定性之影響，選擇不同的衡量方式，可能導致績效衡量上之重大差異，且由於確信工作係採抽樣方式進行，任何內部控制均受有先天限制，故未必能查出所有業已存在之重大不實表達，無論是導因於舞弊或錯誤。

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



民國一一五年七月三十一日



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. 台灣 Panasonic 集團已連續四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。 2. 2025 年台灣松下集團未因安全設備及措施不符合規範而遭受裁罰，台灣松下電材全年進行 11 次幹部安全巡視並完成各項改善，以強化作業現場安全管理。	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	2025 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>38</td><td>2.32%</td><td>25</td><td>1.53%</td></tr><tr><td>30-50 歲</td><td>8</td><td>0.49%</td><td>12</td><td>0.73%</td></tr><tr><td>50 歲以上</td><td>0</td><td>0.00%</td><td>26</td><td>1.59%</td></tr><tr><td>小計</td><td>46</td><td>2.81%</td><td>63</td><td>3.85%</td></tr><tr><td rowspan="4">女</td><td>30 歲以下</td><td>15</td><td>0.92%</td><td>6</td><td>0.37%</td></tr><tr><td>30-50 歲</td><td>3</td><td>0.18%</td><td>3</td><td>0.18%</td></tr><tr><td>50 歲以上</td><td>0</td><td>0.00%</td><td>16</td><td>0.98%</td></tr><tr><td>小計</td><td>18</td><td>1.10%</td><td>25</td><td>1.53%</td></tr><tr><td colspan="2">合計</td><td>64</td><td>3.91%</td><td>88</td><td>5.38%</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	38	2.32%	25	1.53%	30-50 歲	8	0.49%	12	0.73%	50 歲以上	0	0.00%	26	1.59%	小計	46	2.81%	63	3.85%	女	30 歲以下	15	0.92%	6	0.37%	30-50 歲	3	0.18%	3	0.18%	50 歲以上	0	0.00%	16	0.98%	小計	18	1.10%	25	1.53%	合計		64	3.91%	88	5.38%	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	38	2.32%	25	1.53%																																																									
	30-50 歲	8	0.49%	12	0.73%																																																									
	50 歲以上	0	0.00%	26	1.59%																																																									
	小計	46	2.81%	63	3.85%																																																									
女	30 歲以下	15	0.92%	6	0.37%																																																									
	30-50 歲	3	0.18%	3	0.18%																																																									
	50 歲以上	0	0.00%	16	0.98%																																																									
	小計	18	1.10%	25	1.53%																																																									
合計		64	3.91%	88	5.38%																																																									

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	2025 年無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。	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	2025 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。

2025 編輯委員名單(職稱略)

主編

黃政成

副主編

阿南康成

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

楊曜箕

陳慧妍

陳育聖

陳麗瓊

吳耀任

張建華

陳彥廷

賴基尉

何美麗

黃家豪

楊博翔

曾嘉明

陳進昇

台灣松下銷售

柯集瑛

單明萱

松下產業科技

于耀宗

台灣松下營造

王文美

台灣松下電材

曾秀菊

台灣松下多層材料

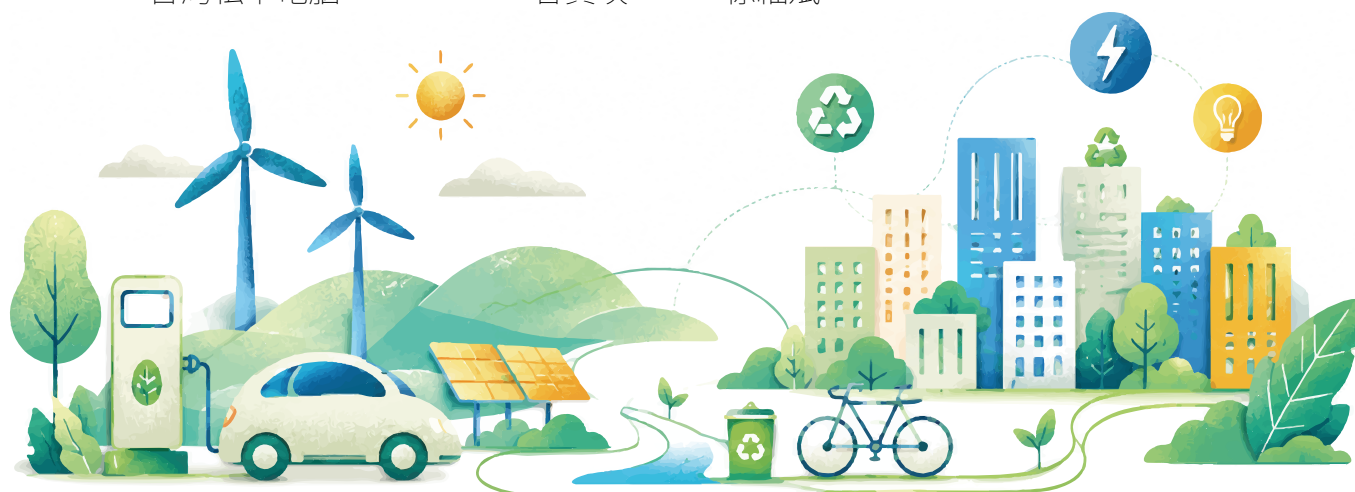
賴佳穗

葉耘彤

台灣松下電腦

曾貴瑛

徐福斌



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