

3 產品與客戶服務

3.1 產品研發創新



重大議題管理方針：產品研發創新

對應 GRI 指標：GRI 3-3

衝擊說明		【負面】 若研發創新能力不足或試產轉換效率不佳，可能導致產品缺乏市場競爭力、技術落後，或因品質規格不符導致材料浪費與營運成本增加。 【正面】 透過積極的產品研發與技術創新，能提升產品附加價值與品質穩定度，滿足客戶低碳與高品質需求，奠定企業長期競爭優勢並攜手客戶創造永續價值。			
據點		本集團			
制定或依循之政策或承諾	內部規範	《智慧財產管理計畫》、《新產品技轉及試產作業管理辦法》			
	政府規範	V			
權責單位		1. 研發處 2. 永續發展委員會 3. 廠區品管部			
管理行動		- 源頭研發與技術創新： 聚焦高附加價值與綠色低碳產品開發。 - 標準化技轉與試產管理： 依據規範標準化流程，確保技術轉移。 - 智財防護： 結合智慧財產管理計畫保護研發成果。			
追蹤行動有效性的流程		- 試產審查與檢討機制。 - PDCA 滾動式改善。			
管理績效指標					
指標	2025 年達成情形	短期目標 (2025 年)	中期目標 (2022-2027 年)	長期目標 (2022-2050 年)	
每年至少一個新專利 每年新增專利發明/新型/設計達 5 件 (含) 以上	2025 年已 100%達成 (2025 年度共新增 18 件專利)			100%	

在 AI 科技突飛猛進、全球算力需求暴增的環境下，市場對於未來產品的創新與發展有了全新的變化與需求，為了同步客戶對新產品的規劃與布局，廣宇制定轉型策略，以提升 AI 相關技術能力及人形機器人的關鍵零組件為主要目標，挖掘新技術人才、投入資源開發 AI 伺服器與機器人關鍵零組件等產品及投資生產設備、優化產線製程，藉由技術與服務能力的提升，爭取 AI 產業相關產品的新商機。以呼應 SDG 9 產業、創新與基礎設施，實質呼應聯合國永續發展目標「SDG 9 產業、創新與基礎設施」。

對於新能源車的市場，目前因競爭激烈、處於逆風期間，但在全球因氣候暖化、節能減排需求擴大的趨勢下，未來仍有突破向上、需求增加的機會，因此公司維持相關產品研發量能，開發效能優化、成本降低的 EV 整車線束相關產品，以提升產品競爭力，等待機會再度來臨。同時因為 AI 需求產生的能源排擠效應，預期未來對於儲能設備的需求也將同步成長，因此延伸車用線束的技術，積極開發儲能設備相關線束產品，以增加營生成長的新動力。

公司每年持續投入新台幣 4~5 億元的研發經費（約佔年度總營收約 1~2%），支持研發團隊開發工控、醫療、通訊、車用及消費性等產業領域的新產品與新技術，以維持產品與技術的競爭力；未來依循轉型策略的規劃，將投入更多資源，擴大全球研發團隊，取得新技術與專利，打造更具競爭力的創新研發體系，積極開發 AI 產業與機器人的關鍵零組件產品，確保技術創新與產品研發持續領先市場，在未來 AI 產業的整體價值鏈中，扮演重要的關鍵角色。



• 研發綠色產品：

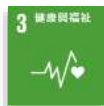
為符合客戶的綠色產品規劃，我們嚴格遵守 EU RoHS 2.0、REACH 高度關切物質（SVHC）及 POPs 等國際規範，符合國際無鹵（Halogen-Free）與無鉛化製程標準，把關原材料的選擇、降低對天然資源的依賴與生態負擔，提升生產材料及包材的回收率與再利用率，承諾不使用來自衝突地區的礦產、確保供應鏈符合道德人權標準，以滿足客戶需求，同時響應全球對綠色、可持續產品的趨勢。

在產品減碳策略上，各製造據點積極建置太陽能裝置、提升再生能源使用率，全面更換耗電耗能的設備與裝置、提升能源效率，檢討並改善生產製程、減少用電量與碳排，同時開始規劃範疇三（Scope 3）的盤查，推動產品碳足跡的盤查與驗證，籌畫整體價值鏈減碳藍圖，一起為節能減碳、減少溫室氣體排放的目標共同努力。以呼應「SDG 12 負責任的消費與生產」。



• 產品技術智慧財產權：

在智慧財產權部分，本集團持續深化創新研發與智財治理，透過《智慧財產管理計畫》與嚴謹的專案審查，保護技術成果與核心競爭力；設定「每年新增專利（發明/新型/設計）達 5 件（含）以上」為管理目標，將永續創新實質轉化為資產，奠定集團長期技術領先優勢。本集團於 2025 年度共有新增 18 件專利（東莞廣宇：發明 2、新型 8 / 江西新海洋：發明 1、新型 1 / 煙台宏華勝：發明 1、新型 5）。



3.2 產品品質與安全

重大議題管理方針：產品品質安全

對應 GRI 指標：GRI 3-3、416-2、417-2

衝擊說明		1. 承擔產品損害賠償責任。 2. 增加產品修復成本。 3. 損害商譽及企業形象。 4. 訂單流失。			
據點		本集團			
制定或依循之政策 或承諾	內部規範	V (各廠區依據廠區性質分別設置內部規範)			
	政府規範	V			
權責單位		1. 永續發展委員會 2. 研發處 3. 廠區製造部 4. 廠區品管部			
管理行動		- 源頭品質與安全規劃：於產品設計與研發階段納入綠色設計、無有害物質與品質安全規範。 - 全流程供應鏈品質管控：建立完善之供應鏈檢驗體系，於進各關卡設置品質檢驗站，嚴格把關產品。 - 雙向客戶意見回饋機制：建立多元且暢通之客戶服務與滿意度調查管道，即時回應檢討處置。 - 風險與產品責任保險：全面投保產品責任險，轉嫁潛在風險，提供客戶與消費者更完善之權益保障。			
追蹤行動有效性的流程		- 定期檢驗各品質檢驗站檢驗結果，優化程序。 - 依據客戶意見回饋，修改設計與製程，提升品質。			
管理績效指標					
指標		2025 年 達成情形	短期目標 (2025 年)	中期目標 (2022-2027 年)	長期目標 (2022-2050 年)
零發生產品安全事故 (維持)		2025 年已 100%達成			
無涉及產品責任、健康與安全之法律訴訟案件 (維持)		2025 年已 100%達成			
無違反產品與服務資訊標示相關法規之事件 (維持)		2025 年已 100%達成			



品質、成本、效率、彈性"是我們提供客戶服務、贏得客戶信任所設定的四大準則。面對激烈競爭的市場，對終端消費者提供使用安全及不危害身體健康的產品；對生產製造客戶提供符合規格要求及成本低廉的產品，是我們深信呈現最佳競爭力的表現。因此對於產品組裝廠商或是品牌銷售商，我們提供的電子零組件或電子成品，始終以"品質"為首位的要求，內部建立從產品設計、供應商選擇、進料檢驗、生產檢驗、出貨檢驗、開箱查驗至客服稽核等各站式的查驗點，藉由串連的檢查，即時發現問題、馬上解決，以維持品質的穩定性。此外，為了提升專業技術與品質等各項管理能力，也滿足客戶的要求，公司取得 ISO 9001、ISO 13485、ISO 14001、ISO 45001、ISO 14064-1、IATF 16946、IECQ QC 080000 等外部認證之證照，展現在品質管理、環境管理、有害物質管理、職業安全衛生管理、溫室氣體盤查等各項管理能力及醫療與車用等專業生產能力上，廣宇均能符合專業的生產管理要求，提供客戶品質有保障、安全有依據的產品。

但為了避免因為意外情況，導致公司的損害，我們也透過投保產品責任保險規避因產品責任訴訟可能產生的風險損失。目前整體施行成效良好，無產品責任訴訟案件的情況發生。

(GRI 416-2、417-2)

2025 年目標與績效實績：

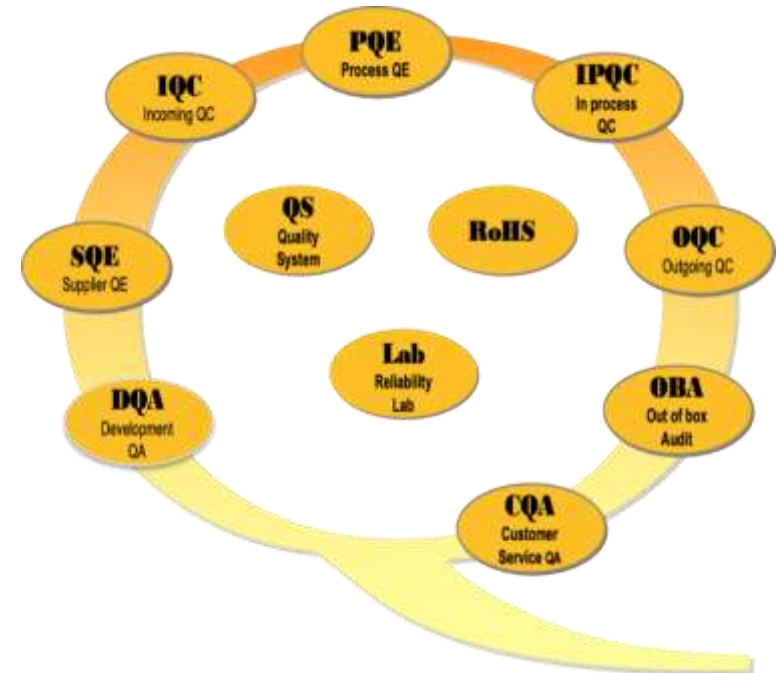
本集團展現最高標準之產品責任與誠信治理，2025 年度及近三年 (2023-2025) 皆達成：

- 無涉及產品責任訴訟案件。
- 無涉及產品健康與安全之法律訴訟案件。
- 無違反產品與服務資訊 (及環保合規標示) 相關法規之事件。

本集團透過嚴謹的品質管理體系與有害物質管控 (RoHS/REACH)，確保全線零組件產品之安全與合規，實質回應聯合國永續發展目標：

- SDG 12 負責任的消費與生產 (細項目標 12.4)：落實全生命週期之產品有害物質管控，確保供應鏈品質安全。
- SDG 3 良好健康與福祉 (細項目標 3.9)：預防產品潛在危害，保障下游客戶與終端使用者之健康與安全。
- SDG 16 和平、正義與健全制度 (細項目標 16.6)：貫徹法規遵循與誠信治理，展現零違規、零訴訟之健全企業體質。

▼ 品質檢驗功能循環





3.3 客戶關係管理

重大議題管理方針、風險管理重大事件：客戶關係管理

對應 GRI 指標：GRI 3-3、418-1

衝擊說明		【負面】品質瑕疵或機密外洩可能導致訂單流失、商譽受損及訴訟財務風險。 【正面】完善的品質與資安防護能提升客戶信任，深化國際大廠長期合作夥伴關係。			
據點		本集團			
制定或依循之政策 或承諾	內部規範	V (各廠區依據廠區性質分別設置內部規範)			
	政府規範	V			
權責單位		1. 行銷處 2. 廠區品管部 / 督導單位： 1. 資訊處 2.稽核處			
管理行動		- 客戶滿意度調查：每年定期發放客戶滿意度調查問卷，涵蓋五大維度。 - 客訴處理與改善：建立客訴處置機制，針對客戶反饋問題進行根本原因分析，並提出預防再發措施。 - 資安與機密保護：簽署保密協定，嚴格控管客戶圖紙與技術資料之存取權限，落實資安防護。			
追蹤行動有效性的流程		- 滿意度趨勢檢討：客戶滿意度分析結果，追蹤改善措施執行成效。 - 客訴指標監控：監控客訴結案率與重複發生率，確保品質改善措施實質閉環。 - 零資安與隱私事件審查：確保全年度達成「零經證實侵犯客戶隱私或資料外洩件數」之目標。			
管理績效指標					
指標		2025 年 達成情形	短期目標 (2025 年)	中期目標 (2022-2027 年)	長期目標 (2022-2050 年)
(維持) 熱點廠區每年滿意客戶比例達 90%以上		2025 年已 100%達成			
近三年無侵犯客戶隱私或遺失客戶資料之申訴案件		2025 年已 100%達成			
近三年無涉及客戶營業秘密與機密資訊外洩之案件		2025 年已 100%達成			



廣宇科技深信「客戶是公司推動永續經營與持續成長的核心夥伴」。面對全球供應鏈局勢變遷與綠色轉型趨勢，本集團秉持篤實、創新的企業精神、豐富的研發/製造經驗與全球運籌據點的安排，不僅致力於提供品質優良、符合環保規範的訊號線、線束、連接器及 EMS 一站式整合服務，更透過建立長期透明的溝通管道與完善的客戶服務機制，傾聽客戶聲音、滿足客戶期待，與客戶攜手開創新商機與永續價值。

3.3.1 對客戶的承諾

(GRI 418-1)

透過明確的客戶關係管理策略與服務方針，我們期待與客戶建立穩定且互信的夥伴關係、增進彼此的黏著度，並確保在產品研發、生產製造、品質交付至售後服務的每一重要階段，皆能展現對客戶的永續承諾。我們對客戶的承諾如下：

- **卓越品質與技術創新：** 結合豐富的線材與線束發展經驗，積極拓展新興領域（如 AI 伺服器與人形機器人關鍵零組件等）、醫療器材、高階通訊及電動車用電子等產品，落實品質第一與協同開發（JDM/ODM）經營理念，為客戶打造高品質且具競爭力的解決方案。
- **誠信營運與合規承諾：** 全面恪守商業道德、公平競爭與誠信經營原則，嚴格保護客戶之營業秘密、技術專利與產品機密資訊，確保合作過程中零違規事件。
- **永續綠色產品夥伴：** 積極回應客戶對減碳與環保產品的需求，持續優化低碳製造流程、推動使用再生能源與環保材質，協助客戶共同實現綠色供應鏈與碳中和目標。

3.3.2 客戶溝通管道與滿意度調查

業務處及各事業單位作是對外溝通的核心窗口，結合品質保證與研發部門密切協作，建立多元、定期與不定期並行的客戶互動機制。

● 多元溝通與議合管道

- **定期拜訪與業務會議：** 不定期透過實體客戶拜訪、線上視訊會議及技術交流，深入了解客戶市場規劃與新產品開發需求，提供即時技術支援與彈性產能配置。
- **工廠訪視與稽核接待：** 配合全球重要客戶之工廠稽核（包含品質系統、ISO 認證、SEDEX/SMETA 道德稽核及 CSR 永續專案等），展現工廠透明化管理與永續治理成效。
- **專屬服務與即時回應機制：** 本集團提供多元聯繫管道，包括電子郵件及專線電話，收到客戶客訴或反饋後，將由專責人員確認收件並回覆客戶，說明後續處理流程及預計完成時程。針對客戶提出的品質反饋或技術諮詢，協調品保與研發部門，建置快速回應機制，確實追蹤根本原因與改善預防措施，維繫高品質客服水準。

● 客戶滿意度調查與持續改善

廣宇集團每年定期針對全球主要客戶發放「客戶滿意度調查問卷」，調查範疇涵蓋：**產品品質、交期準確率、技術研發支援、服務態度及 ESG 綠色合規**等五大面向。由業務與品質主管單位合作統計分析問卷結果與其他意見回饋，並將分析結果納入產品設計與開發流程，將客戶意見轉化為內部持續改善計畫，並提報至經營團隊會議檢討。

目標與績效： 2025 年度集團客戶總體滿意度保持於良好水平以上，並針對客戶回饋之優化建議（如 IE 優化改善、提高自動化、半自動化的生產比例）進行跨部門專案追蹤，達成客戶滿意度之持續提升。

項目	2025
熱點廠區滿意客戶比例	100.00%
熱點廠區滿意度調查覆蓋比例	95%

*此項表僅調查熱點廠區，包含東莞廣宇、蕪湖瑞昌(含巢湖瑞昌、安慶瑞宇、蕪湖合重)、煙台宏華勝。

*滿意客戶比例：設定 80 分數以上為「滿意客戶」，並統計有多少比重的客戶分數達到設定的分數以上。

*滿意度調查覆蓋比例：以客戶數量或是營收為分母，統計當年度回覆滿意度調查的客戶數佔比或是營收貢獻比重。

*不適用：台北廣宇、PIU、台捷電子、惠州台捷、東莞廣尚、宜賓廣宇及鄂爾多斯瑞昌等據點，因屬小型辦公室或倉庫，故不適用，予以排除。

3.3.3 客戶隱私與營業秘密保護

(GRI 418-1)

資訊安全及客戶隱私與機密保護是維持客戶信任的基石。廣宇科技制定嚴謹的保密協議與機制及資訊安全管理規範，確保所有客戶交付之圖紙、技術資料、預估需求與商業資訊均受到最高等級的安全控管。**2025 年，廣宇集團未將客戶資訊使用於特定利用目的以外之其他目的。**管理詳請參閱本報告書 2.6.1 資安管理政策。

2025 年的目標與績效:

▼ 【無機密外洩】

項目	件數
2025 年 經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料之申訴案件	0
2025 年 涉及客戶營業秘密與機密資訊外洩之案件	0