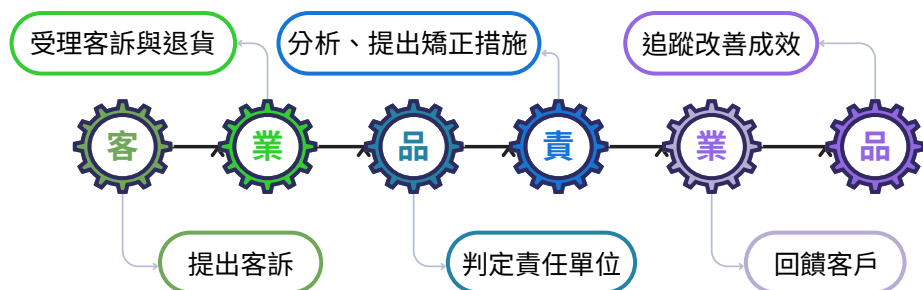


3.3 客戶服務 GRI 3-3、418-1

宏全秉持「品質至上、以客為尊」政策，提供符合全球食安規範的包裝解決方案。透過《客戶服務辦法》、《客訴處理管理程序》及《顧客滿意度評估辦法》，建立標準化服務流程，並由業務及品保單位設置專責窗口即時應對。此外，公司每年定期針對七大構面進行「客戶滿意度調查」，作為持續優化服務品質之依據。

客訴處理管理流程

公司建立多元溝通管道，客戶可透過網站或業務窗口提出反饋。產品客訴依「客訴處理程序」由品保單位進行原因與異常分析，及判定責任單位，限期提出改善對策並追蹤成效。若非屬本公司責任，經品保主管簽核後，由業務單位回覆客戶並結案。



缺失改善與因應機制

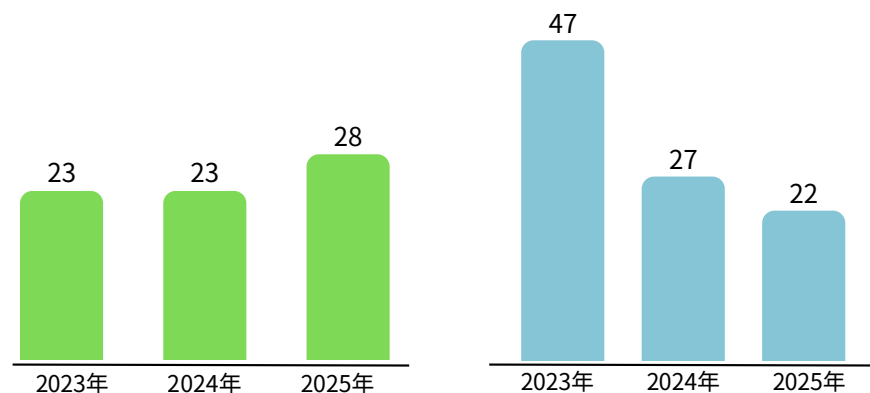
包材技術群

2023年開始，客訴事件已有持續降低，反映出品質管理體系的穩健成長。透過設備穩定性的系統性優化及SOP規範的嚴格執行，我們已成功從後端處置轉型為前端預防，促使客訴率連年下降

客訴件數

飲料技術群

包材技術群



備註：客訴件數目標

(1) 飲料技術群：2023年低於20件、2024年及2025年皆低於15件

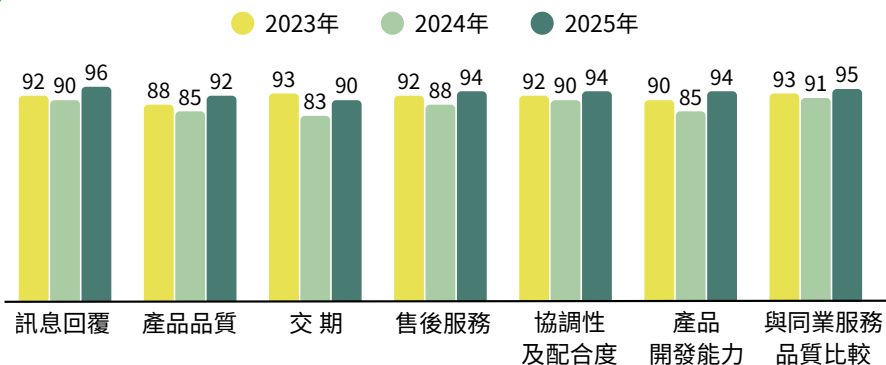
(2) 包材技術群：各年度皆為低於20件

飲料技術群

2025年較2024年客訴事件增加原因，主因為零件損壞未及時更換及設備效能侷限，本公司已啟動轉型改善計畫。透過「預防性維護計畫升級」、「人員職能強化」及「自動化檢測設備導入」三大核心策略，針對風味與包裝品質進行專案管控。目前相關設備維護與更新皆已完工，藉此鞏固製程穩定性並有效降低潛在風險

客戶滿意度調查

每年抽樣邀請客戶填寫【客戶滿意度調查表】（涵蓋回覆訊息、品質、交期、售後、協調、開發能力與同業比較7大構面），依調查結果提出改善對策，提升服務品質。2025年度客戶滿意度整體平均分數93.33。



備註：各構面為平均分數；整體平均數計算，不包含「與同業服務品質比較」構面

客戶滿意指標變動說明

交期：83→90，淡季提前備庫且增加產能彈性，滿足客戶交期需求

產品品質：85→92，定期召開品質檢討會議，提升製程管理與品質

產品開發能力：85→94，優化研發流程，縮短測試時程

售後服務：88→94，強化跨部協作，持續追蹤產品使用狀況

訊息回覆：90→96，優化各單位溝通流程，提升回覆效率

協調性及配合度：90→94，規劃淡旺季產能，提升產能協調及配合度

競爭力指標

與同業服務比較：91→95，強化服務與品質，提升客戶信賴與競爭力

資料保護 GRI 418-1

為健全智慧財產管理制度，提升技術與品牌競爭力，2025年訂定智慧財產管理計畫，並管理專利、商標、著作權、營業秘密及其他智慧財產權，建立資料查詢、維護、盤點與預警等管理做法，並每年辦理至少一次全員智慧財產培訓，確保機密資訊之安全可有效落實。2025年未發生客戶隱私或資料遺失投訴。

管理類別	核心管理項目	具體執行內容與目標
專利管理	佈局與維護	- 評估產品與技術開發方向之可專利性 - 對核心技術申請保護，鞏固市場競爭力 - 定期盤點專利，執行維護或廢止作業
商標管理	品牌與維權	- 依營運策略註冊商標，建立品牌識別 - 追蹤各國商標註冊狀態與續展期程 - 防範侵權、仿冒及市場混淆事件
營業秘密	防密與控管	- 建立保護機制(含訪客控管、資料權限) - 落實員工離職保密義務履行
授權與合作	價值化與合約	- 研擬技術授權或聯盟策略，提升價值 - 建立合約管理流程，強化風險控管