

Chapter

2

永續經營

- 2.1 ESG 暨氣候委員會
- 2.2 CSR EPS 2025 目標
- 2.3 利害關係人經營
- 2.4 客戶關係
- 2.5 責任供應鏈



本章亮點績效

深耕利害關係人

推動客製化深耕計畫，培養內部代言人 131 位，與外界互動溫度 4.86 分

提升品質與客戶滿意

建立全面的品質文化與完善的客戶服務機制，連續多年客戶滿意度超過 94%

強化供應鏈氣候韌性

描繪供應商減碳路徑，邁步 2030 年減碳 20%，已達 42 家供應商完成設定減碳基線

2.1 ESG 暨氣候委員會

友達體認永續對於企業的長遠意義，透過 ESG 暨氣候委員會持續推動組織朝永續承諾與願景邁進，也藉由多元手法建立全員對企業永續的價值認同與投入。

重大主題管理目標達成情形

重大主題 - 永續治理運作					☑ 達成	☒ 未達成
關鍵議題	目標	2022	2022 實績	2023	2024	
<ul style="list-style-type: none"> 永續委員會運作架構、永續目標管理與績效連結 永續目標與全員文化推動 	CSR EPS 目標年度達標率	100%	80% (註) ☑	100%	100%	
	透過多元創新手法，提高全員參與性豐富知識能量	16,000 人次	21,451 人次 ☑	20,000 人次	24,000 人次	

註：CSR EPS 十項目標中，2 項未達標。未達標說明請見 2.2 CSR EPS 2025 目標



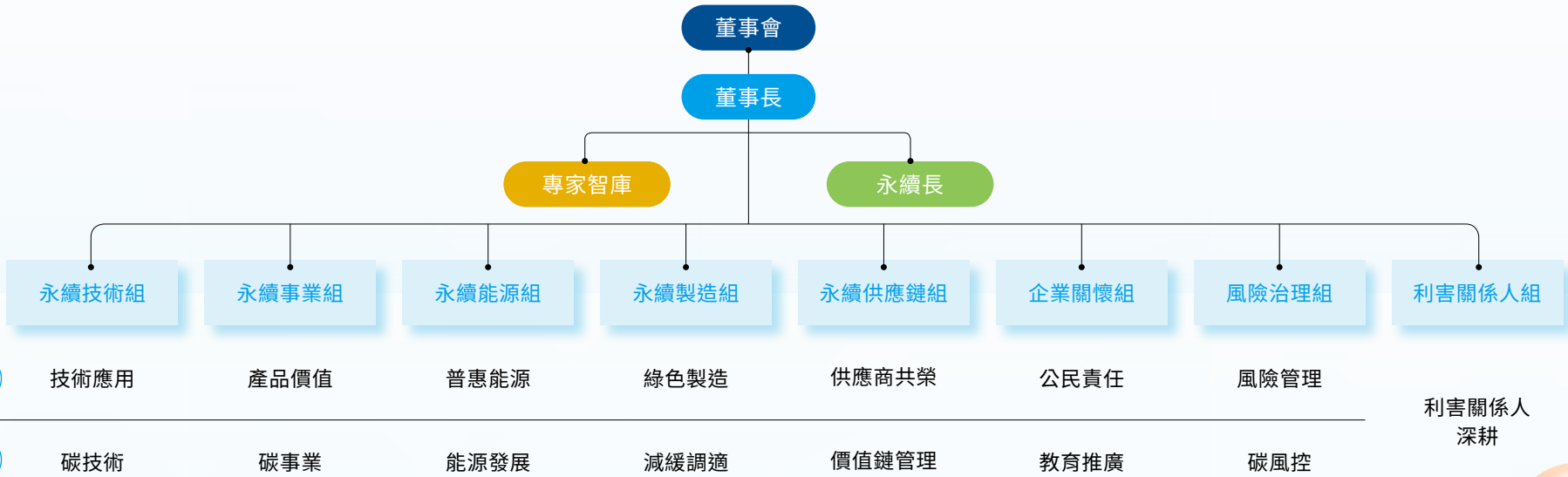
CSR EPS 目標年度達標率請見 [2.2 CSR EPS 2025 目標](#) >
透過多元創新手法，提高全員參與性豐富知識能量請見 [4.3.1 友達大學 - 全員永續力段落](#) >



● 永續治理組織的沿革與運作

友達自 2008 年起揭櫫友達綠色承諾 (AUO Green Solutions)，率先業界以系統化策略降低產品生命週期對環境的影響，並於 2013 年底成立永續委員會，為公司永續發展運作之最高治理機構。2018 年以十年打造的厚實基礎，進一步設立永續發展總部統籌永續發展方針。回應全球氣候議題與淨零碳趨勢，友達永續委員會於 2021 年底轉型升級為「ESG 暨氣候委員會」，以 2050 年淨零為核心目標，建構策略性氣候藍圖、研擬積極的減緩與調適行動。ESG 暨氣候委員會除了實踐 2025 CSR EPS 目標外，亦肩負環境、社會及公司治理面向的碳任務，未來將以跨單位運作的平台為框架，朝發展低碳技術、推動碳數據應用、開拓新事業利基及深化永續 DNA 努力，並持續以共好精神合作價值鏈夥伴，打造永續生態圈。





跨平台運作：循環經濟工作小組 / 碳能源工作小組 / ESG 數位轉型小組

組織運作

- 由董事會監督運作成效，每半年一次於董事會或策略會議上，核決重要事項
- 董事長擔任主席，一階主管擔任各子委會主委，跨部門整合策略方針與資源，並由永續長帶領秘書處統籌推展
- 設立循環經濟小組、碳能源小組、ESG 數位轉型小組，跨單位運作。其中 ESG 數位轉型小組為 2022 年新設立，統籌全公司碳相關數據的基礎建置與資料流整合

目標願景

- 實踐與聯合國永續發展目標 (Sustainable Development Goals, SDGs) 對接的 2025 CSR EPS 目標
- 監控與治理營運風險，洞察商機，加速雙軸發展
- 投入氣候調適及減緩行動，建構低碳價值鏈，邁向淨零目標

執行方式

- ESG 暨氣候委員會每季召開會議，研議長程願景方針、檢視目標進程、推動並落實公司永續發展
- 子委員會每月對話，討論各項 ESG 方案計畫、制定短中期目標、定期追蹤執行成果



ESG 暨氣候委員會執掌請見 [友達永續官網 - 永續經營](#) >
 友達企業永續政策相關文件請見 [友達永續官網 - 永續經營](#) >

2.2 CSR EPS 2025 目標

友達接軌聯合國永續發展目標 SDGs，訂出環境永續、共融成長與靈活創新的 AUO EPS(Environment, People, Society) 三大永續發展主軸，積極於 2025 年完成永續發展的中長期目標。

關鍵議題目標回應

◆ CSR EPS 目標年度達標率

十大目標與推動成果



Environment 環境永續



節能創能

累計減碳
687 萬公噸

節水創水

累計節水
17.7 萬 CMD

循環生產

2022 年創造經濟效益
54.4 億

氣候調適

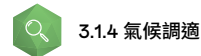
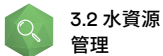
累計風險專案
22 案

累積達成率
超過 100%

累積達成率
超過 100%

達成率
52%

達成率
持續掌握財務風險



目標說明

- 節能創能：以生命週期為基礎之減量目標，持續降低碳排放量累計達 650 萬公噸 CO₂e
- 節水創水：價值鏈共同應對水資源缺乏危機，節約自來水量累計達 100,000 CMD
- 循環生產：引領循環價值鏈發展，擴大經濟效益，成長率達 135%
- 氣候調適：提升氣候調適韌性，持續降低氣候議題的財務衝擊風險



Society 靈活創新



普惠能源

累計建置容量
2,189 KW

累積達成率
73%

製造變革

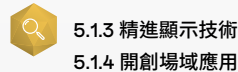
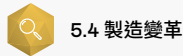
榮獲美國、德國
智慧製造大獎肯定

達成率
42%

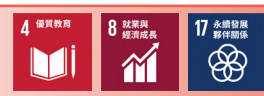
智慧體現

多元顯示產品累計觸及
685 萬萬人

累積達成率
68%



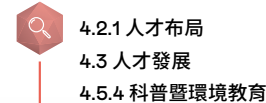
People 共融成長



優質教育

推動科普教育、員工職能、產學合作
39 萬人次參與

累積達成率
66%



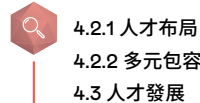
目標說明

- 優質教育：提供多元化教育機會超過 60 萬人次，員工投入友達優質教育參與年成長 20%
 - 共融成長：扶植弱勢，結盟產業鏈夥伴，創造成長超過 8 倍的共融就業學習機會
 - 幸福職場：成為最佳企業的選擇，員工在四面向（基本需求、管理支持、團隊合作、學習成長）的平均認同度達 80%（註）
- 註：認同度調查範圍為間接員工

共融成長

累計創造就業機會
5 萬個

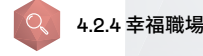
累積達成率
85%



幸福職場

85%
員工認同公司

達成率
連續兩年達成



未達標說明

整體大環境影響產能，未達成循環生產及製造變革之年度目標

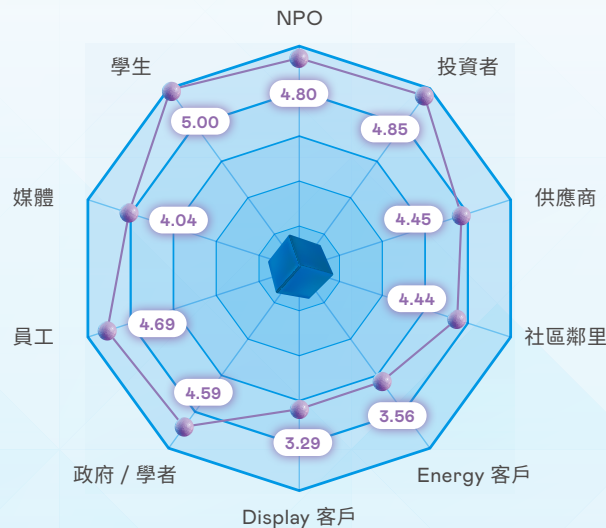
2.3 利害關係人經營

友達參考 AA1000 SES 利害關係人議合標準及 GRI 準則，界定並歸納出九大利害關係人。透過 ESG 暨氣候委員會下設之利害關係人組，執行長領導六大功能團隊，持續推動利害關係人深耕計畫，定期跨部門交流。我們即時檢視與利害關係人的議合狀態，快速整合內部資源精準回應，並動態檢視年度重大議題、永續目標與政策的執行，努力達成利害關係人的期待。2019 年起，我們以互補、合作及共創三原則，推動利害關係人客製化的深耕計畫，對內持續培養企業永續第一線代言人，對外透過 ESG 暨氣候委員會與代言人，以線上與線下、正式與非正式等多元互動方式，即時傳遞友達關鍵訊息，與利害關係人保持良善的雙向互動，聆聽外界聲音並將之轉化為我們不斷進步的驅動力。

● 利害關係人深耕成果

友達が 9 大利害關係人中，議定 10 類 (客戶區分為顯示器及能源事業)、共 131 位為深耕對象，並以互動溫度作為概念，產出對談溫度雷達圖。2022 年整體溫度為 4.86 分，位於友善至正向積極區間。我們以此結果研擬未來與利害關係人溝通方案的優化機制。

■ 2022 年利害關係人對談溫度雷達圖

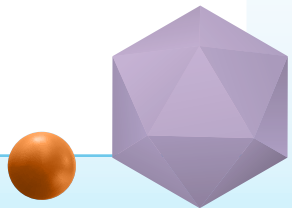


CSR 信箱

友達十分重視利害關係人回饋，設置 CSR 信箱並由專人管理，即時將外界聲音傳遞予相關單位。2022 年共完成 113 件需求處理。信箱作為與外界溝通互動的重要橋梁，具有內外部雙向媒合的高度價值，近年皆陸續搭建與外界夥伴的合作與交流，包含應對外貿易發展協會邀請，將能源事業與子公司友達宇沛的解決方案置入《潔淨技術產業地圖》中，將節淨技術推廣至國際；應新創基地邀請，分享友達循環經濟發展暨成果等。未來也會持續透過此信箱暢通與利害關係人夥伴的溝通管道，將外部寶貴意見作為我們精進的參考。



	與友達關聯及議合重點	溝通管道	溝通議題	2022 年
 <p>政府 / 學者</p>	<p>透過產官學三方交流，挹注研發能量。在經營各項議題時，積極諮詢專家意見，借助外部專業觀點，快速掌握議題趨勢，精準回應外界需求</p>	<p>專家諮詢會議 研討會 外部溝通信箱</p>	<p>技術研發 產品健康與安全 環安衛實務 產學合作 人才發展 法規諮詢 品牌形象 氣候變遷</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 提升人才與產學合作交流，接連成立北科聯合研發中心、台大共同研發中心、成大聯合研發中心 ● 西大墩窯文史連結產官學三界共同維護及宣傳 ● Green party 植樹活動與林務局合作，新植林地與養護林地達 3 公頃 ● 各廠區分別就消防、環保、安衛、緊急應變與政府單位溝通並分享經驗 ● 光電案場持續與學者、政府單位溝通，確保案場開發對環境生態與文資保持低度衝擊
 <p>供應商</p>	<p>秉持與供應商共好成長的精神，推動多項合作專案，並透過稽核、共學課程等分享友達營運經驗，藉由平台掌握供應商狀態，創造穩健供應鏈</p>	<p>專案會議 現地交流 共榮課程 供應商稽核 SCM CSR Portal 投訴信箱</p>	<p>循環經濟 淨零碳排 營運風險 穩定供應鏈</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 供應鏈 SCM CSR Portal 上線，透過系統與供應商布達永續相關政策與資訊 ● CSR 共榮大會共 70 家供應商、近兩百位夥伴，透過線上及實體同步共襄盛舉 ● 完成 63 家關鍵供應商減碳說明會，其中 42 家供應商已完成減碳基準線設定 ● 鼓勵直材與包材供應商進行再生材料驗證 ● 召開約 600 多場次供應商議合會議，與供應商順暢溝通
 <p>客戶</p>	<p>在雙軸轉型的營運策略下，持續提供客戶高附加價值的產品與解決方案，並透過溝通會議與滿意度調查，滿足客戶需求及期待</p>	<p>專案會議 客戶滿意度調查 客服網站系統</p>	<p>永續產品 循環經濟 再生能源商機</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 與客戶議合推廣含有再生循環材料商品，約佔 10% 新開案產品 ● 推廣節能產品解決方案 ● 召開約 30 場會議，與客戶議合產品足跡與產品減碳策略
 <p>非政府組織</p>	<p>主動與非政府組織、社會企業合作推動專案，結合其專業及熱情，擴大專案影響力</p>	<p>專案會議 外部研討會 友達永續基金會 外部溝通信箱</p>	<p>環境教育推廣 科普教育推廣 社會公益實踐</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 推動永續素養獎學金，受益學童逾 2,000 名 ● 永續素養培育計畫，完成執行 11 組專題 ● 達達魔法科學營設計線上課程，不受地域限制皆可接受科普教育 ● 合作偏鄉專案發展，台中環教課程執行 5 梯次，達達小學堂課程執行 5 梯次
 <p>媒體</p>	<p>積極透過多元社群媒體管道，向相關利害關係人溝通雙軸轉型及永續發展進程</p>	<p>展覽 記者會 新聞稿 社群媒體</p>	<p>營運績效 雙軸轉型策略 ESG 品牌</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ESG 相關新聞露出約 50 篇 ● 參與展會達 9 場以上

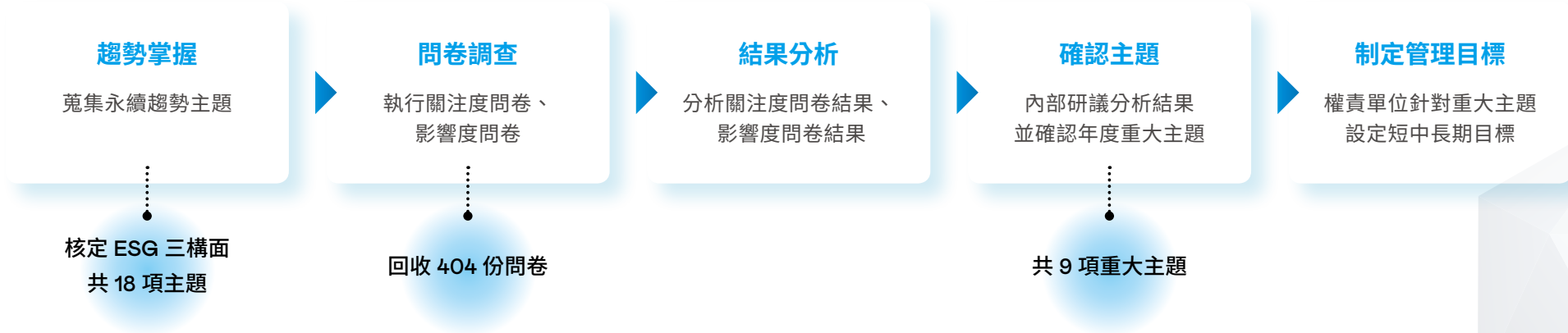


	與友達關聯及議合重點	溝通管道	溝通議題	重點成果
 員工	關懷員工身心與關注員工福利，形塑友善職場。打造內部永續場域，建立友達永續文化氛圍	內部刊物 社團活動 勞資會議 問卷調查 秘書會議 福委會 內部溝通信箱 各類投訴與諮詢專線 業務說明會	營運狀況 公益活動	<ul style="list-style-type: none"> ● 召開勞資會議 4 場 ● 召開福委會會議 4 場 ● 邀請公司內部社團參與公益活動，內容涵蓋圓夢計畫、淨山、淨灘等公益行動
 投資者	以公開透明原則積極與投資者溝通，展現轉型量能與永續績效。主動與投資人交流，密切更新營運狀況降低疑慮	網站投資人專區 年度股東大會 季度法說會 外部信箱 財務報告	雙軸轉型策略 ESG 策略與績效 太陽能事業策略 風險議題溝通	<ul style="list-style-type: none"> ● 積極洽談綠色、永續績效連結融資合作案 ● 舉辦 ESG Roadshow，針對 ESG 議題和績效與投資法人溝通 ● 持續溝通雙軸轉型策略，擴大能源事業投資，並持續與投資人溝通價值轉型成效
 學生	透過 GOLF 聯盟及暑期實習專案，助學生提早體驗職場，另也積極透過校園徵才招募優秀人才	A+ 暑期實習計畫 GOLF 平台 校園招募 外部溝通信箱 求職網頁	產業實習 任用與福利 品牌形象	<ul style="list-style-type: none"> ● 舉行或參與 5 場以上校園徵才說明會、校園博覽會 ● A+ 暑期實習邁入第 19 屆 ● 持續推動 GOLF 計畫，使實習學生可以快速與產業接軌
 社區鄰里	與社區鄰里積極溝通，拉近距離，降低鄰里疑慮，定期拜訪社區代表，並於廠區內部建置參觀場域，與鄰近校園合作廣環境與文化教育	定期現地拜訪關懷 廠區場館 專案會議 不定期睦鄰活動 廠區申訴專線 外部溝通信箱	文化教育推廣 科普暨環境教育推廣 光電案場溝通 廠區環境維護溝通	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境教育課程與鄰里校園教師共同開發，傳遞水資源、淨零碳排等知識 ● 達達魔法樂園與科博館活動合作設計新課程，並配合科博館期間活動推出期間限定活動 ● 龍潭場域與鄰里社區協會共同發展地區旅行「永續踩線團」，實際感受在地文化 ● 定期與廠區周遭鄰里議合，關注居民生活環境品質 ● 連結企業與地區農會，以公平合理價格向小農採購，金額約 323 萬元

2.3.1 重大性主題掌握與回應

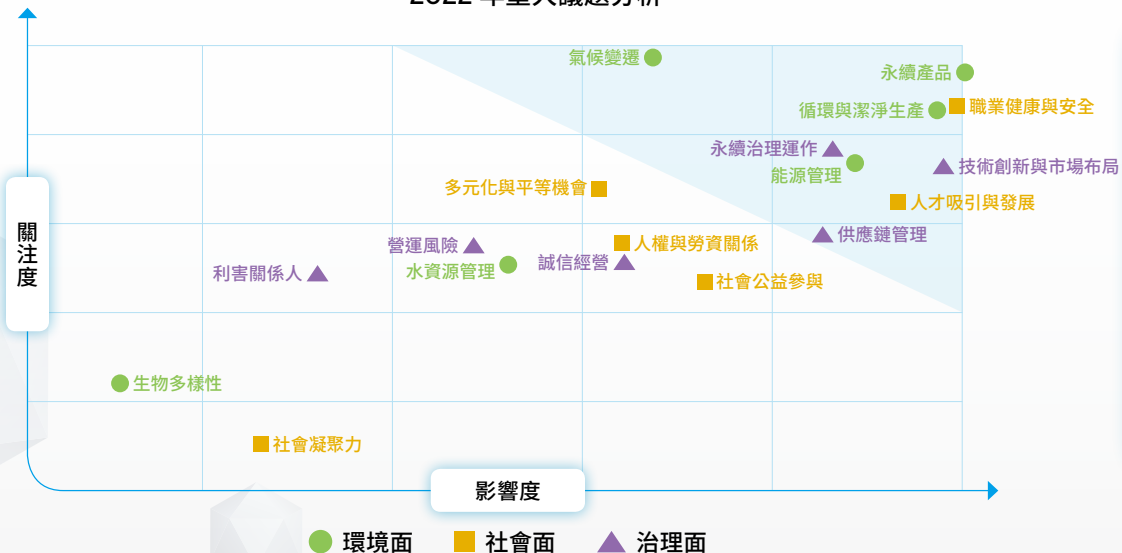
● 重大性評估流程

友達每年透過問卷瞭解利害關係人對我們的關切面向，並依循 GRI 準則檢視議題之合適性。由內部關鍵族群評估社會、環境、公司治理三方面對公司所產生的衝擊影響程度，且重視價值鏈夥伴的期待與建議，邀請進行關切度及影響度兩軸回饋。經內部研議後確認年度重大主題共 9 項，並將相關目標訂定與執行成果呈報董事會。



● 重大主題矩陣圖

2022 年重大議題分析



2022 年重大主題	排序	較前一年度變動 (註)
● 永續產品	1	↑
■ 職業健康與安全	2	—
● 循環與潔淨生產	3	↑
▲ 技術創新與市場布局	4	—
● 氣候變遷	5	↑
▲ 永續治理運作	6	—
● 能源管理	7	↓
■ 人才吸引與發展	8	↓
▲ 供應鍊管理	9	2022 年新增

註：水資源管理為 2021 年度重大主題，2022 年因關注度及影響度皆降低，故未列作重大主題。

2022 年重大主題管理目標

NEW 2022 年新增之目標 - 未訂定該年度目標

重大主題	關鍵議題	目標	2023	2024	2025	權責單位	管理方針	
永續產品	永續產品創新與設計量能	NEW 技術能量： 降低 IT 產品能耗 2021 為基準年	-	50%	60%	永續技術組	透過技術平台，檢視提升研發能量，讓產品在使用階段，能相較以往，更具節電成效	
		NEW 技術能量： 降低 Car 產品能耗 2021 為基準年	-	30%	40%			
		技術能量： 提高電視液晶面板穿透率 2021 為基準年	技術開發	技術開發	> 30%			透過技術平台，持續精進電視液晶面板的穿透率，解決大螢幕高解析度下的耗能問題
		特規產品其使用再生料的重量比例 2021 為基準年	-	30%	30%			透過循環經濟工作小組運作，持續評估不同再生料的高質化應用，提高產品的綜效循環度，滿足品牌客戶綠色需求
	產品綠色資訊透明與溝通	提供綠色資訊（如再生料應用比例）的產品數，以螢幕及筆電為主	15 件	20 件	20 件	永續技術組 永續事業組	增加綠色技術及再生材料應用於新的產品模組，並提供客戶相關資訊，增加產品綠色績效與差異化之競爭力	
循環與潔淨生產	NEW 循環與潔淨生產價值鏈議合與管理推動	NEW 持續擴大循環經濟供應鏈	43 家	58 家	64 家	循環經濟工作小組	透過供應鏈平台，促進供應鏈於循環經濟議題之緊密合作	
		NEW 循環經濟供應鏈再生料認證比例	> 90%	> 90%	> 90%			
	循環與潔淨生產技術市場應用商業價值創造	財務效益成長率 2017 為基準年	68%	110%	135%		由循環經濟工作小組跨單位橫向資源整合，透過原料減用與回收、廢棄物減量與高值化及開拓綠色產品市場，創造循環經濟規模成長	
	產品生命週期之技術創新	因應標準趨勢，重新建立產品碳足跡專案與系統	系統試行	系統整合	產品碳資訊服務		循環經濟工作小組 永續發展總部	因應產品多元性及複雜化，重新建立適宜之產品碳足跡計算方法學，透過不同單位合作，協助應用於新產品開發

NEW 2022 年新增之目標 - 未訂定該年度目標

重大主題	關鍵議題	目標	2023	2024	2025	權責單位	管理方針
氣候變遷	價值鏈氣候變遷減緩調適作為管理、議合與運作	關鍵供應商減碳比例 2021 為基準年	2%	4%	8%	永續供應鏈組	帶動供應商減碳行動，要求關鍵供應商取得溫室氣體盤查驗證，並實踐減碳目標
		偕同供應商夥伴，在外部倡議或趨勢議題共同努力	60 家	70 家	80 家		透過供應商相關會議（如高階交流、研討會、課程）凝聚共識，資源分享，以達共同行動與成長之目的
	氣候變遷風險與財務衝擊之管理	完成風險評估與管理流程之專案數	3 件	3 件	3 件	碳能源工作小組	推動 TCFD，完備不同情境造成財務風險的準備
	NEW 國內外淨零承諾與碳相關技術、市場機制參與	簽署國際倡議	-	-	RE10	永續發展總部	整合公司資源與定期溝通，逐步完成既定再生能源使用與減碳目標
碳權管理		取得 20 萬公噸碳權	建物抵換作業	建物抵換作業			
能源管理	價值鏈能源管理政策及推行	高用電供應商取得能源管理系統 ISO 50001 證書比例（註 1）	50%	75%	97%	永續供應鏈組 碳能源工作小組	持續議和與輔導，促進供應商提升用電效率並導入管理系統，落實節能減碳
	再生能源發展、使用與憑證市場參與	儲電及住宅能源解決方案數	4 案 （儲能及台電服務系統）	4 案 （儲能及台電服務系統）	4 案	永續能源組	持續強化管理系統之應用，透過軟硬整合，發展不同目的之管理系統，擴大場域整合應用
		太陽能市場所需模組出貨量	435MW	300MW	300MW		持續經營太陽能市場，透過太陽能面板生產或電廠經營維運所需，讓模組維持一定之出貨量

重大主題	關鍵議題	目標	2023	2024	2025	權責單位	管理方針
職業健康與安全	安全衛生管理機制與運作（註2）	重大事故	0 件	0 件	0 件	環安暨風險管理處	定期監督檢視機制促進並落實各項安全方案，具體實踐友達安全文化
		失能傷害頻率 (FR)	< 0.2	< 0.2	< 0.2		
		工安事故件數	< 16 件	< 15 件	< 15 件		
		交通傷害件數	< 116 件	< 115 件	< 115 件		
	NEW 承攬商安全管理與制度與配套	失能傷害頻率 (FR)	< 0.2	< 0.2	< 0.2	人力資源中心	以 I care 健康計畫，施行健康風險預測、風險管理及健康環境營造，關懷同仁健康
員工健康落實與文化推動	腦心血管（三高）異常人員定期回診率	80%	85%	85%			

NEW 2022 年新增之目標 - 未訂定該年度目標

重大主題	關鍵議題	目標	2023	2024	2025	權責單位	管理方針
人才吸引與發展	競爭力獎酬與員工福利政策多樣性	體驗感到幸福且願意推薦別人參與的員工比例	76%	78%	79%	人力資源中心	透過數位溝通平台，進行體驗後幸福感問卷調查，創造與員工順暢友善的溝通管道
		Q12 年度問卷調查員工對公司及工作的認同度(註3)	82%	84%	85%		每年執行 Q12 員工調查，瞭解員工心聲，進一步設計因應措施提升員工對公司的認同與歸屬感
	完備關鍵職能發展訓練、職涯發展及協助等制度完備	NEW 學習護照指派完成率	> 90%	> 95%	> 95%		由主管考量同仁業務所需知能，指派訓練項目，持續促進同仁職能成長
		NEW 主管職及專業職內部晉升率	> 80%	> 80%	> 80%		透過每季人才評議會，檢視組織發展需求並進行合適派任
		NEW 間接人員職務輪調率	> 30%	> 30%	> 30%		持續優化內部職務競任機制，並透過員工培訓養成不同職務所需專業，促進內部人才流動

重大主題	關鍵議題	目標	2023	2024	2025	權責單位	管理方針
技術創新與市場布局	產品營運、市場佈局、新事業開發之策略制定	使用再生料之產品出貨量	1.4 百萬片	1.8 百萬片	1.8 百萬片	永續事業組	攜手相同理念之合作夥伴，透過公司研發與業務團隊偕同合作，持續提高綠色產品市場銷售
		具備節能特規(註4)之產品出貨量	13.5 百萬片	15 百萬片	15 百萬片		
	核心技術應用延伸以及創新技術導入	指定客戶之產品，承諾使用再生能源之生產率	溝通	滿足客戶指定需求	滿足客戶指定需求		逐步提高再生能源使用，長程目標為綠色核心價值之客戶，其產品在友達場域使用再生能源生產，持續透過管理平台，追蹤綠電發展進度
永續治理運作	NEW 董事會監督機制與永續績效連結強化	NEW 納入薪委會之定期年度目標檢視	每年 1 次	每年 1 次	每年 1 次	永續發展總部	持續強化高階經理人績效與組織永續績效連結度，並透過薪委會執行年度評核
	永續委員會運作架構、永續目標管理與績效連結	CSR EPS 目標年度達標率	100%	100%	100%		透過定期委員會議，跨部門溝通與協調資源、追蹤各目標執行與達成情形
	永續目標與全員文化推動	透過多元創新手法，提高全員參與性豐富知識能量	20,000 人次	24,000 人次	25,000 人次		藉由永續學院推動多元活動，鼓勵同仁參與，形塑全員永續氛圍與知能

NEW 2022 年新增之目標 - 未訂定該年度目標



供應鏈管理

重大主題	關鍵議題	目標	2023	2024	2025	權責單位	管理方針
供應鏈管理	NEW 供應商風險管理機制	NEW 液晶顯示器 (LCD) 在地採購比例 (註 5)	82%	82.7%	82.7%	永續供應鏈組	開發當地供應來源，建立優先合作關係，提高在地採購佔比
		NEW 液晶顯示模組 (LCM) 在地採購比例 (註 5)	75%	75%	75%		
		NEW 關鍵直材具多元來源開發方案之比例	91%	97%	97%		
	NEW 供應商永續倡議推動與永續競爭力評估	NEW 關鍵供應商落實風險管理家數逐年提升	18 家	36 家	54 家	永續供應鏈組	完備供應鏈風控管理，降低潛在風險，維持供應鏈穩定
		NEW 關鍵供應商 ESG 評分表平均分數逐年上升	盤查	上升 3%	上升 5%		發佈關鍵供應商 ESG 評分表，並要求全體供應商平均分數逐年上升
		NEW 關鍵供應商完成 CDP 氣候變遷問卷家數逐年提升	15 家	20 家	25 家		帶動供應商減碳行動，要求關鍵供應商揭露氣候資訊，以國際指標評比檢視發展進程

註 1：依用電規模及碳排放量，指定高用電之供應商預估 35 家
 註 2：2021 年重大主題管理目標之「職業傷害件數」，於 2022 年重大主題管理目標中併入失能傷害頻率 (FR) 目標管理
 註 3：Q12 年度問卷調查中，「我對我的工作充滿熱忱且願意全力以赴」及「我願意推薦友達給朋友」兩題項的員工認同度
 註 4：針對研發單位新節能技術應用之產品及低溫製程 (LTPS) 產能
 註 5：無供貨商管理庫存系統 (Vendor Managed Inventory, VMI)



● 重大主題邊界與對友達の意義

為反應友達整體的價值鏈，我們界定每項主題應該包含的範疇，以確保價值鏈的透明及其延伸的影響。因部分主題中有多項指標，而各指標的邊界範圍不盡相同，因此以最大範圍邊界呈現該考量面的結果。

● 具相關性，且在本次揭露 □ 具相關性

重大主題	對營運的重要性	組織內				組織外			對應章節
		友達			友達晶材	當地社區	供應商 外包商	客戶	
		台灣	中國大陸	海外					
永續產品	具備開發綠色友善產品與服務的設計與創新能力或嚴謹的綠色材料認證及衝突礦產管理機制，能取得客戶信任及對環境友善	●	●	●				●	2.4 客戶關係 3.3 循環與潔淨生產 5.1.2 永續產品



● 具相關性，且在本次揭露 ◐ 具相關性

重大主題	對營運的重要性	組織內				組織外			對應章節
		友達			友達晶材	當地社區	供應商 外包商	客戶	
		台灣	中國大陸	海外					
職業健康與安全	員工、承商皆為公司重要之人力資本，確保工作環境安全及人員健康，則可降低人力資本之損失及生產作業之流暢	●	●	●	●		●		4.4 健康與安全
循環與潔淨生產	透過廢棄物減量與再利用創新技術，可協助降低生產影響並開創新的商業機會	●	●	●	●		●		3.3 循環與潔淨生產
技術創新與市場布局	透過客戶經營、產品營運、市場佈局、新事業開發等策略制定，及研發技術導入、創新作法等，是公司競爭力的核心關鍵	●	●	●	●			●	5.1 研發創新 5.2 製造變革
氣候變遷	面對氣候變遷多元且複雜之影響，適切進行減緩與調適作為，思考生命週期之管理，找出風險與機會	●	●	●	●				3.1 氣候變遷 3.2 水資源管理
永續治理運作	從董事會、高階管理層到全體員工皆能透過系統性的運作，有效貫徹目標與願景，降低風險影響與強化營運韌性，使公司永續經營	●	●	●	●				1.3 治理組織 2.1 ESG 暨氣候委員會
能源管理	面對能源轉型趨勢及能源政策的影響，持續強化能源效率及穩定來源	●	●	●	●		●	●	3.1 氣候變遷
人才吸引與發展	提供員工公平完善的薪酬福利與職能訓練，使人力穩定且具吸引力，創造盈利能力	●	●	●	●		●		4.2 人才吸引與留任
供應鏈管理	供應商為公司重要的合作夥伴，必須建立風控與獎懲機制，與供應商夥伴共融成長，建構具韌性的供應鏈	●	●	●	●		●		2.5 責任供應鏈

2.4 客戶關係

友達致力成為客戶長期合作的最佳夥伴，以創新技術及服務，即時貼近客戶需求，提供全球超過 1,000 位客戶高附加價值的產品與解決方案。我們多年來深耕顯示器產業，擁有深厚的技術實力，運用全球據點資源與智慧生產力，建構高效率、高品質、高彈性的客戶服務。回應市場低碳訴求，友達致力滿足客戶所需，並透過年度滿意度調查，持續檢討改善。

■ 重大主題管理目標達成情形

重大主題 – 技術創新與市場布局						達成	未達成
關鍵議題	目標	2022	2022 實績	2023	2024		
● 應用核心技術、創新作法及導入，開創人類智慧生活	指定客戶之產品，承諾使用再生能源之生產率	評估	未來獲得之綠電憑證將規劃用於客戶產品，增加競爭力，作法評估中	✓	溝通	滿足指定客戶需求	
● 產品品質管理、客戶滿意度經營及機密資訊保護	客戶評比滿意度比例	90%	97.13%	✓	91%	92%	

在雙軸轉型的策略之下，友達整合軟硬體及上下游，因應市場變化與客戶需求，提供客戶多元客製應用、創新優質的產品與完整解決方案，我們也積極的與客戶討論新技術的合作方案，共同策劃產品，找出終端消費者未被滿足的需求，引導潛在市場，成功幫助客戶獲得市場的高度認同，創造友達、客戶及消費者 三方共贏。



2.4.1 品質與服務

● 品質管理方針

友達以嚴謹態度建構一套縝密的品質管理系統，提供優質產品與服務，以成為客戶信任的長期夥伴為目標。

- **深耕品質文化** — 推行持續改善活動，強化內部品質文化
- **導入智慧管理** — 推動數位及智慧管理，穩定製程能力
- **提升品質能力** — 提升客戶在技術、新產品導入、品質、服務、交期的滿意度

友達近年積極推動數位及智慧管理，設計數位化 AI 及大數據等品質工具課程，以彈性的學習模式培育數位人才，將持續改善活動結合 AI 技術，加速問題解析流程，提升決策品質。在智慧管理上，我們聚焦資料治理，包含設計資料管理架構、定義及梳理資料來源、改善跨系統間的資料品質，建立公司重要的資料資產，發揮資料的功効，透過資料驅動輔佐決策，讓決策更為迅速、精準和全面性。近年來我們持續精進智慧管理，應用數位轉型及大數據分析，提升管理模式，即時且靈敏地預測、標示潛在問題，有效地防堵異常及提升效率。另外在雙軸轉型策略驅動下，友達朝向差異化的技術布局，為了深入發展移動與醫療領域，也依循並融合不同國際標準的要求，持續改善產品及製程品質、完善內部管理流程，達到並超越客戶期望，以提高客戶滿意度。

● 推動持續改善文化

為培養同仁問題解決的能力、厚植公司品質力，友達從 2002 年起推行持續改善活動 (Continuous Improvement Program, CIP)，以系統化的邏輯步驟進行問題改善，建立全公司上下一致的共通語言，達成公司或部門績效目標。持續改善活動歷經 20 年的推展，近三年來每年結案 500 件以上，活動包含每年舉辦產線人員品質圈 (Quality Control Circle, QCC) 與工程師系統性改善活動 (Systematic Improvement Program, SIP) 優秀專案競賽，由高階主管頒發予優秀專案及最佳推動團隊；並舉辦公開發表會進行專案分享，達到相互觀摩與標竿學習，建立公司持續改善文化，提升整體競爭優勢。

完善的客戶服務旅程

友達全力提供客戶完善的服務及產品體驗，以系統化管理建立全面且精準的客戶服務機制。友達自行開發市場智慧平台 (Marketing Intelligence,MI) 採集外部資訊如總體經濟觀察及產業供需情形等，續由領域專家檢視與分析，能預測外部環境變化對客戶與市場可能之影響，以利相關單位進行策略調整。除了洞察市場外，為了有效管理全球超過千位客戶的需求與達成期待，友達開發商機管理系統 (Request for Quotation,RFQ)，由負責人員建立專案基本資料後，透過系統與全球業務及產品開發團隊共享資訊與即時協作，實現精準掌握客戶需求。另外我們亦藉由客戶需求管理系統及需求滿足率系統，掌握客戶近期與未來需求變化，即時調整工廠產能及材料採購，確保不會發生缺料或呆料事件而影響交貨。

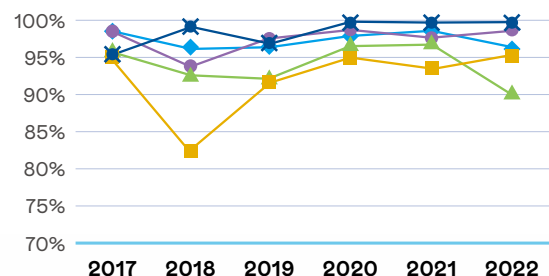
關鍵議題目標回應

◆ 客戶評比滿意度比例

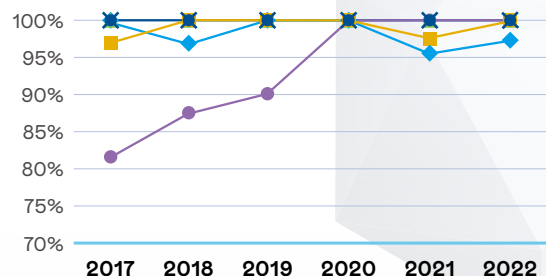
客戶滿意度

友達每年啟動客戶滿意度調查，改善項目將於管理審查會議中由高階主管親自審視，後續交由權責單位提出及執行改善策略。除了滿意度調查外，友達亦從產品、商務、品質三大構面持續追求進步，透過週會及月會、產品技術季會 (Quarterly Technical Review, QTR)、季度商務評審 (Quarterly Business Review, QBR)、品質季度會議、高層會議、邀請客戶參觀友達產品展覽、及其他不定期會議等多重渠道與客戶保持雙向互動。以關鍵客戶為例，年均溝通會議超過 50 場，體現友達以客戶為中心的理念，持續維繫緊密的合作關係與提升客戶信賴。回顧顯示器產品及能源兩大事業群近年滿意度趨勢，皆維持 90% 以上的高水準。分析 2022 年調查結果也充分看見客戶對友達品質能力及智慧管理成果的認可，其中，顯示器產品事業群在交期、產品創新、品質、售後服務的滿意度維持高度肯定，新產品導入亦維持 90% 水準；能源事業群自 2021 年加入電廠專案滿意度調查，2022 年在交期、產品創新、品質、產品效率與售後服務均較去年有更好表現。

■ 顯示器產品事業群



■ 能源事業群



◆ 交期 ● 產品創新 ▲ 新產品導入 ■ 品質 ✦ 售後服務

品質目標與績效

項目	2019	2020	2021	2022
持續改善件數	目標 345	目標 447	目標 496	目標 450
	實績 442	實績 551	實績 553	實績 763
SPC 達標率 (註 1)	目標 80%	目標 80%	目標 80%	目標 80%
	實績 85.93%	實績 84.47%	實績 84.13%	實績 86.37%
客戶滿意度 (註 2)	目標 90%	目標 90%	目標 90%	目標 90%
	實績 94.88%	實績 97.68%	實績 97.90%	實績 97.13%

註 1: 統計製程管制 (Statistical Process Control, SPC)。友達透過 SPC 工具，提升異常監控能力、穩定製程。計算方式為「已達標之目標數量 / 總目標數量 * 100%」。

註 2: 計算方式為滿意度五大構面中「評選滿意之客戶數量 / 滿意度調查客戶數量 * 100%」之平均。

● 客戶退換貨政策

友達持續追求「準時提供高品質的綠色產品與服務，與顧客共創雙贏」，透過全球各地服務據點，提供跨國界電子 E 化品質售後服務。客戶可於產品保固期間內，藉由客戶服務網站系統 (Customer Service System, CSS) 申請維修暨退換貨 (Return Material Authorization, RMA) 服務，安排產品退換貨、維修及運送等事宜，客戶亦可透過 CSS 系統追蹤其中的進度。2022 年疫情從嚴峻逐步邁向解封到與病毒共存的新常態，友達隨之調整應變措施，並保持與客戶之間的互動與營運持續管理計畫。不論是因防疫管制造成客戶延遲申請 RMA 及延後退貨的狀況，或是疫情趨緩之際客戶提出的新的維修以及維運服務，友達全力提供客戶相對應的支援，包含協助客戶調整保固與延續保修的服務，及配合客戶的專案安排彈性的退換貨模式。友達持續優化產品的服務品質，以期創造良好的客戶體驗。

案例分享

友達除了提供彈性退換貨服務外，也將珍惜環境的理念融入其中，攜手客戶一同實踐永續友善環境的責任。

知名連鎖咖啡店維運服務，幫助延長產品壽命

原先的維修保固服務條件為 4 年，友達提供客戶延長其專案的維運服務。除了滿足客戶現有各家店址的面板展示需求以及未來擴展新門市的計畫之外，亦透過持續維運服務延長產品使用壽命，減少以往由於消費端經常性汰換產品而造成的環境負擔。

大型拼接牆機種，提供無縫接替服務與鼓勵包材回用

針對應用於機場、酒店、展場之大型拼接機種，當客戶申請退換貨，友達會將備用產品先安排至客戶現場即時替換，確保展示現場不受影響，再將換下產品運回維修中心，提供彈性的退換貨之服務。期間友達重複使用原本完好的外箱包材，同時也鼓勵客戶回收原有外箱，不僅能降低包材與運送成本亦減少資源浪費。

● 客戶合作案例

打造全球最高更新率 500Hz 電競螢幕

友達攜手輝達 NVIDIA 及華碩 ROG 共同發表全球第一款最高更新率 (註) 電競螢幕 ROG Swift 500Hz。友達以自有 E-TN 及 AmLED 技術，搭配輝達 NVIDIA 延遲分析工具，加上華碩 ROG 的精湛設計及優異品質，為玩家創造無延遲的疾速體驗。

此款螢幕更新率達 500Hz，為一般顯示器的 8 倍以上，需整合多項顯示技術才能達到，友達於初期階段即與客戶積極開會討論，結合三方的市場資訊、技術能力、產品規格等議題制定新產品開發計畫，友達亦發揮自身創新能力，研發 E-TN 技術突破液晶物理極限，能達到極速反應速度，我們亦以此優勢為基礎，在面板結構設計、液晶材料強化改善及製程優化等三大面向同步精進。

註：截至 2022 年 5 月 24 日友達所能蒐集之市場資料

友達 A.R.T. 顯示技術與客戶同獲全球首張無反射認證

友達自 2019 年發表 A.R.T. 先進抗反光技術後，獲得客戶極佳迴響，因應市場需求，我們將此技術改良並應用至各種尺寸的顯示器。2022 年 A.R.T. 技術通過國際知名檢測驗證機構德國萊因 TÜV 多項嚴格規範測試，獲得全球首張「無反射 (Reflection Free)」認證，領先採用友達 A.R.T. 技術的宏碁 Acer、明基 BenQ 桌上型顯示器，亦同步通過嚴格測試標準，體現友達致力提供客戶高品質產品並幫助客戶獲得市場代表性的優異服務。



關鍵議題目標回應

◆ 指定客戶之產品承諾使用再生能源之生產率

● 滿足客戶綠色產品需求

友達於 2020 年推出全球第一支使用循環材料的顯示器，獲得全球首張面板業 UL3600 循環係數認證；2021 年延伸與台灣品牌客戶合作，推出使用再生材料的筆記型電腦；2022 年正式成為全球顯示器製造業首家承諾於 2050 年全面使用再生能源的企業，在打造綠色顯示器方面，足具標竿領導地位。隨著終端產品的碳足跡越來越受關注，友達除了持續擴大再生料應用可能以外，也不斷研發並推出低能耗、高穿透率、高效能的面板。以某國外品牌客戶為例，客戶希望推出一款低碳足跡的終端產品，我們便與客戶合作討論，以終端產品的生命週期碳排放量作評估，應用友達新一代面板的設計架構，結合低能耗的技術特性，此新一代面板相較過往同尺寸面板的碳足跡能減少至少 15%，獲得客戶高度認同及肯定。在製造方面，友達亦與國外客戶合作，未來將規劃使用綠電生產該客戶的產品，滿足客戶終端產品的碳排減量目標。

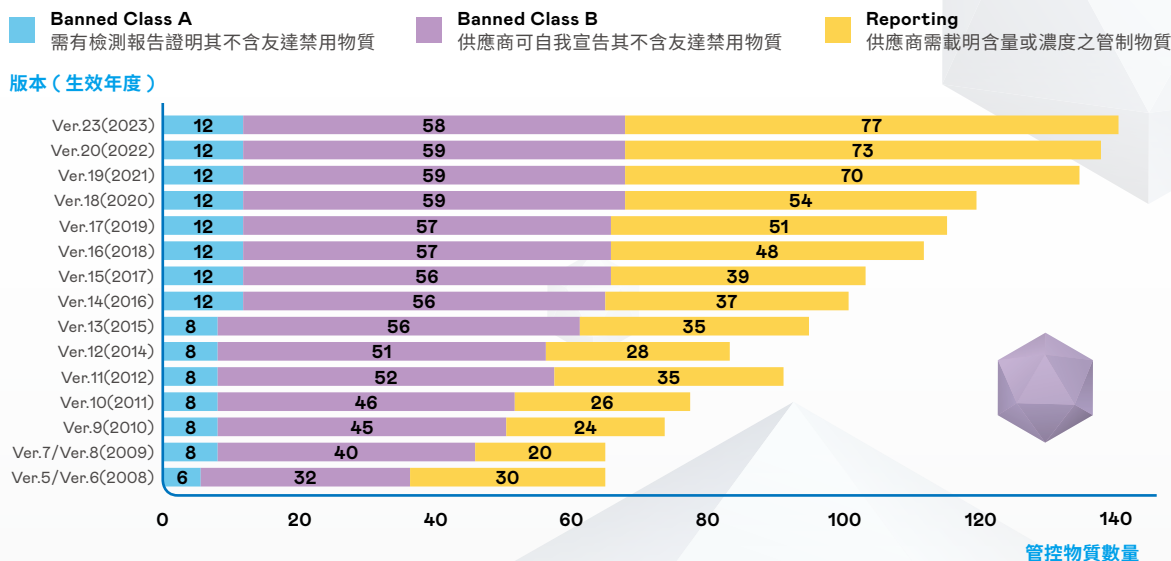
2.4.2 有害物質管理

友達每年依據國際法規、客戶要求及環保趨勢，審視有害物質管理現況並更新《綠色產品有害物質管理規定》，確保提供對環境低衝擊的綠色產品。2022 年依據國際法規及客戶要求進行管理規定第 23 次改版，並於 2023 年生效實施，管控之有害物質已達 147 項，並完整涵蓋 IEC 62474（電子業材料聲明）所列之宣告物質，同時也涵蓋重點客戶規範。為了提升產品檢驗的執行能力，友達於廈門廠導入快速檢測鄰苯二甲酸酯的熱裂解脫附儀，並依客戶要求執行進料檢驗，同時降低產品違反國際法規之風險。此外，根據 2022 年《斯德哥爾摩公約》之持久性有機污染物審查委員會（POPRC-18）會議結果，擬定將紫外線吸收劑 UV-328 列為禁用物質。友達接軌國際標準，於 2022 年 9 月啟動紫外線吸收劑 UV-328 Free 材料導入計畫，從盤查原材料到驗證替代料均透過相關部門通力合作，確保產品符合國際法規及客戶需求。

客戶產品包材回收

友達推動客戶包材回收，產品包材回收可降低重覆採購包材，降低進料成本，亦能減少製造新包材產生的碳排放。除了因材料特性、運送及客戶投產過程中，受到破損、髒汙、刮碰傷、尺寸變異導致包材無法回收外，其餘皆回收清潔再次使用。2022 年所有電視顯示器廠區包材平均回收率為 55.36%。回收包材總量約 15.5 萬套包材，透過回收減少生產的碳足跡約為 1,521 公噸。

■ AUO 有害物質管理規定改版歷程



2.5 責任供應鏈

友達在世界各地布建顯示器製造基地及營運據點，全球有超過 3,700 家供應商。我們視供應商為重要夥伴，將永續經營的理念延伸至供應鏈管理，制訂具體的供應商永續管理辦法與目標。新供應商皆須簽署《供應商 / 外包商行為準則》，聲明符合環境及社會相關標準，並承諾誠信及反貪腐理念；100% 新供應商完成簽署；既有供應商則須每年參與 CSR 風險評比及年度 RBA 供應商稽核。我們亦進一步透過溝通輔導與稽核訓練，攜手供應鏈夥伴共同提升營運韌性。

■ 重大主題管理目標達成情形

重大主題 – 氣候變遷		達成 (✓) 未達成 (✗)			
關鍵議題	目標	2022	2022 實績	2023	2024
● 價值鏈氣候變遷減緩調適作為管理、議合與運作	關鍵供應商減碳比例 2021 為基準	盤查 (建立新基線)	42 家供應商已完成設定 減碳基準線	2%	4%
	偕同供應商夥伴，在外部倡議或趨勢議題共同努力家數	50 家	57 家	60 家	70 家

2.5.1 永續供應鏈管理策略

友達除嚴格要求供應商的品質、成本、交期、環境安全衛生等作為外，亦明確揭示友達管理原則與制度，透過建立完整的永續供應鏈管理流程，導入完善的外部標準及自動化管理。我們藉由分享回饋、檢核輔導及深度交流，向供應商布達減碳節能、合法礦源、在地及綠色採購等重要政策，並陪伴供應商持續兼顧落實上述行動。

● 供應商組成與型態

2022 年與友達交易之供應商共 3,731 家，友達依照採購類別將供應商分為七大類，包含原料供應商、製程外包商、廢棄物協力商、設備零件商、人力外包廠商、服務外包廠商、運輸類，其中原料供應商包括玻璃基板、化學品、偏光板、背光模組、驅動 IC、印刷電路板等類型。友達另外依議題將供應商分類以落實重點管理，分類方式包含依據環境行動（節水、節能、減碳）或國際評比規範（RBA、DJSI），並以年度採購金額、單一料源等原則鑑別關鍵供應商。

一階供應商	756 家	年度採購金額 > 1,000 萬
一階關鍵供應商	124 家	<ul style="list-style-type: none"> ● 年度採購金額 > 10 億之材料關鍵廠商：36 家 ● 單一材料佔比 > 60%：0 家 ● 非直接材料關鍵廠商：88 家
二階關鍵供應商	5 家	二階直接材料關鍵廠商

● 永續供應鏈管理四大面向

友達秉持 ESG 平衡發展原則，於環境永續、風險控管、夥伴交流、數位平台四大構面，制訂具體的供應商永續管理辦法與目標。



● 永續供應鏈管理流程

友達設計完善供應商循環管理機制，包含新供應商評估、遵循準則、風險評估、稽核與驗證、持續改善提升五大階段。每個階段均建立 SOP 作業，促進各階段的有效管理，並針對特定議題額外開立專案。2021 年我們導入 SCM CSR Portal 系統，於既有基礎下，更加完善永續供應鏈數位化管理。透過召開季度營運會議、BCP 營運持續計畫，確保供應商營運持續。



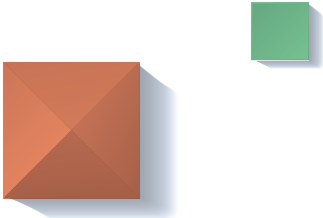
● 永續供應鏈數位化系統落實管理

友達於 2020 年開發 SCM CSR portal 平台，系統化整理供應商永續績效指標，包含水、電、碳排放、廢棄物等資訊，藉由平台能一覽所有供應商永續表現，達成管理自動化、數據標準化、及成本最低化效益。

2.5.2 永續供應鏈風險治理

● 供應商風險評估機制與結果

友達自 2015 年起每年進行供應商 CSR 風險評比，透過自評問卷瞭解供應商在經濟表現、社會責任、環境安全衛生面向的風險程度及控制狀況，藉此篩選出高風險廠商，列為隔年度 RBA 稽核對象。



CSR 風險評比

主要檢核對象	評比項目	經濟表現	社會責任	環境安全衛生
		調查供應商財務、公司治理、營運持續計畫等管理現況	關注供應商勞工人權、個資保護、道德規範等遵循程度	檢視供應商消防安全、污染處理、環安衛系統導入等因應措施
佔採購金額前 80% 之一階供應商	執行結果	2022 年共調查 92 家供應商。其中社會責任面向有 6 家高風險廠商，主要為缺乏定期監控勞工及道德方面的風險機制；環境安全衛生面向有 20 家高風險廠商，主要為供應商日常運作涉及數項污染源的排放。 後續友達根據問卷結果、歷年稽核結果、歷年問卷結果、是否已取得 RBA VAP 證書，以及供應商類別與交易量，最後共鑑別出 23 家供應商 (27 個廠區)。		

RBA 檢核

經 CSR 評比而篩選出的 23 家供應商中，2 家供應商已執行 RBA VAP 稽核故未重複檢核，2022 年友達共執行 21 家 (25 個廠區) 供應商 RBA 檢核。針對不合格事項，友達已要求供應商回覆檢討做法並監督執行，供應商已全數改善，故無應終止合作關係的供應商。

檢核對象	評比項目	環境面	社會面
<ul style="list-style-type: none"> CSR 風險評比之高風險供應商 重點輔導供應商 	結果解析	73 件缺失均屬於輕微級別缺失，主要為健康與安全項目相關的缺失，佔全部缺失 80.8%。	101 件缺失中，13 件為優先改善缺失。工時缺失及公共衛生與食宿缺失為大宗，佔整體缺失 42.6%。

歷年 RBA 檢核合格目標與達成情形

		2019	2020	2021	2022
落實社會面管理目標	目標	60.0%	70.0%	75.0%	75.0%
	實績	74.5%	78.3%	89.8%	89.0%
落實環境面管理目標	目標	60.0%	70.0%	75.0%	75.0%
	實績	78.4%	83.3%	93.2%	89.0%



● 落實無衝突礦產

友達承諾善盡社會責任、尊重及保護人權，依據經濟合作暨發展組織 (Organization for Economic Cooperation and Development, OECD) 盡職調查程序，訂立無衝突礦產政策，要求供應商共同重視及履行。

友達秉持全物質揭露的原則，藉由系統平台將零部件成分資訊揭露，並能因應客戶對於衝突礦產調查文件的需求，提供 CMRT (Conflict Minerals Reporting Template)、EMRT (Extended Minerals Reporting Template) 等衝突礦產調查文件 (註)，善盡盡職調查與公開揭露的職責，並搭配客戶對於衝突礦產管理之要求擬訂相關改善措施。

衝突礦產規範	礦源調查	盡職調查	文件化 & 公開揭露
<ul style="list-style-type: none"> 依友達衝突礦產政策制定衝突礦產規範 	<ul style="list-style-type: none"> 產品解析 依材料分類篩選含金屬材料 衝突礦產驗證平台啟動調查 	<ul style="list-style-type: none"> 要求供應商透過系統平台提交衝突礦產資訊 	<ul style="list-style-type: none"> 接受客戶稽核 提交衝突礦產文件予客戶

3TG 金屬管理

鎢、錫、鉍、金 (3TG) 為電子產品中不可或缺的原料，為確保友達の供應鏈不存在衝突金屬，我們建立一套詳實的衝突礦產管理流程，追溯所含的金、鉍、錫和鎢來源。流程共包括三大運作模式。2022 年已調查 71 間供應商，並完成 4,027 筆料號之驗證，確認四種金屬來源均非來自衝突地區，確保落實無衝突礦產政策，維護人權正義。

資料驗證流程

透過產品解析，依材料分類篩選出含有金屬材料之料號，進行關鍵原物料風險管理。若料號判定須進行調查，系統即自動啟始衝突礦產調查 E 化表單，供應商收到調查表單後須對此產品進行衝突礦產供應鏈盤查，完成填寫後，由友達進行資料的審查。

異常管理流程

衝突礦產資料審查後，依照供應商揭露之礦源所在國家進行判定，若礦源國家屬於剛果民主共和國，則須啟動異常管理流程。擬定因應做法，確保材料之衝突礦產礦源合法性。

物料管理流程

透過採購系統管理當月入庫之料號、供應商等資訊，每周產出監控報表以監控衝突礦產之驗證進度。

鈷與雲母管理

由於鈷為電池製造的關鍵材料，為了遏制全球暖化，鈷成為全球能源轉型重要材料。然而全球的鈷產量大部分來自剛果，因此存在著武裝衝突與非法操作的風險，故 2019 年責任礦產倡議組織 (Responsible Minerals Initiative, RMI) 已將鈷礦列為第五類管理金屬。雲母因其不同的光學、功能以及電絕緣和熱絕緣特性而在許多不同的行業中具有廣泛的應用，雲母為塗料的主要成分，多用於電子產品的外觀塗飾。近年來因雲母開採及加工的過程中，童工、非法操作以及不安全的健康和安全性問題十分嚴重，因此 RMI 組織也將雲母列入管理 (註)。

註：截至 2022 年 12 月 31 日，友達透過 CMRT 管理金鉍錫鎢，鈷與雲母則透過 EMRT 進行管理。



2.5.3 低碳供應鏈

友達將對抗氣候變遷列為與供應商夥伴的合作重點，我們致力減緩價值鏈溫室氣體排放，擴大供應商溫室氣體盤查管理、優先選擇在地供應商，亦明訂產品生命週期減碳方向，循環經濟是其中重要策略之一，我們串聯關鍵供應商夥伴合作綠色供應鏈方案，在不影響品質下，持續促進擴大使用循環材料與研發低碳製程。

● 關鍵供應商氣候承諾與行動



關鍵減碳管理對象

佔採購金額前 80%

關鍵二階直接材料

關鍵間接材料

- 供應商須承諾 2030 年減碳目標及路徑，並每年由友達進行成效檢核
- 供應商須每年於 SCM CSR portal 揭露經第三方查證的碳排放數據
- 供應商自主提供節能方案及成效，逐年強化減碳目標與行動

關鍵議題目標回應

◆ 關鍵供應商減碳比例、偕同供應商夥伴在外部倡議或趨勢議題共同努力家數

● 關鍵供應商 2030 年減碳 20% 承諾

友達描繪 2030 年供應商減碳目標及路徑，透過碳盤查、目標設定、逐年下降、目標達成四個階段，與關鍵供應商共同承諾於 2025 年後逐年降低碳排放量，並達成 2030 年碳排放絕對減量 20% 目標，攜手供應鏈夥伴邁向低碳轉型。截至 2022 年底，已有 57 家關鍵供應商承諾完成 2022 年碳盤查並據以設定 2030 年減碳目標，其中 42 家供應商已完成設定減碳基準線並設定 2030 年減碳目標。

● 差異化管理策略

友達供應鏈多元，基於供應商不同產業類型或規模，需要以不同的規劃與策略分群管理。針對減碳部署程度較高、且對友達影響程度較高之供應商，我們將其設定為領航夥伴，除承擔起更大的減碳責任外，更優先進行各類再生料、新產品的開發，以及各類系統、專案的試行，積極嘗試不同的減碳計劃；針對較缺乏減碳目標的供應商，我們則成為協輔角色，提供其相關協輔資源、或經驗分享，培力與賦能供應商，幫助其提升營運韌性；於此同時，針對具潛在高度碳風險的供應商，我們將進一步加強管理或減少合作。



階段一	2020-2023 碳盤查	<ul style="list-style-type: none"> ● 完成 ISO 14064 溫室氣體盤查 ● 導入 ISO 50001 能源管理系統 ● 參與 CDP 氣候變遷問卷
階段二	2023-2025 目標設定	<ul style="list-style-type: none"> ● 確立減碳目標 ● 強化用電效率及參與節電方案 ● 使用永續原物料及開發永續產品
階段三	2025-2029 逐年下降	<ul style="list-style-type: none"> ● 2025 年碳達峰 ● 逐年強化減碳目標與行動 ● 與供應鏈共同發掘減碳商業價值
階段四	2030 目標達成	<ul style="list-style-type: none"> ● 2030 年碳排放絕對減量 20%

● 其他環境永續行動

目標項目	行動方案	適用對象	目標	2019	2020	2021	2022	2023
節水	推動節水管理	配合友達政策執行節水參與之製程外包商、原料供應商	目標	4,000 CMD	5,000 CMD	8,000 CMD	8,200 CMD	8,500 CMD
			實績	4,846 CMD	9,209 CMD	8,514 CMD	8,959 CMD	
節電減碳	持續降低產品能源使用，提升能源效率	自主參與之製程外包商、原料供應商	目標	10,000 公噸	10,000 公噸	10,000 公噸	32,000 公噸	54,000 公噸
			實績	11,636 公噸	13,008 公噸	31,342 公噸	54,004 公噸	
供應商包材回收	透過逆物流及循環使用，減少地球資源耗用	以顯示器材料包材供應商為主	目標	92.0%	93.0%	93.0%	93.0%	93.0%
			實績	92.6%	96.0%	93.6%	92.9%	
綠色運籌	落實符合低碳精神的複合式運輸	運輸供應商	目標	3,436 公噸	4,300 公噸	4,300 公噸	4,300 公噸	4,300 公噸
			實績	3,901 公噸	5,828 公噸	12,125 公噸	9,553 公噸	
供應商現地節能交流	親訪供應商工廠，協力改善耗能設備或作業並減少能源使用	國內原物料供應商	目標	-	3 家	3 家	3 家	3 家
			實績	-	3 家	3 家	3 家	
在地採購（註）	以綠色採購與在地採購減少原物料碳足跡並促進在地經濟	原料供應商	目標	91%	91%	91%	91%	91%
			實績	92.0%	89.7%	90.0%	90.4%	

註：指含供貨商管理庫存系統 (Vendor Managed Inventory, VMI) 之材料。

目標定義說明

- 節電減碳：節電廠商為符合各重要材料別的重要廠商且以用電大戶為主
- 供應商包材回收：不納入玻璃、彩色濾光片等類型之包材（計算方式為供應商提供的回收數量 / 供應商出給友達的使用量 *100%）
- 綠色運籌：海運快船至大陸海港，再內陸運輸至友達大陸廠，降低空運；蘇州廠貨櫃運往上海港，以內支線接駁船方式替代 貨櫃拖車運送；廈門廠一體化通關，運往香港地區，以卡車模式替代空運

● 在地採購

友達長期秉持在地採購、在地生產原則，藉此達成適時、適地採購，降低管理營運成本，並響應 SDG12 責任消費與生產精神，創造地方就業機會與促進經濟繁榮發展。2022 年顯示器及太陽能原物料在地供應金額比例分別為 90.4% 及 36%。

2.5.4. 永續互動及參與

● 共榮成長系列活動

2022 年友達共辦理 5 場 CSR 共榮系列活動，主題涵蓋 CSR portal 系統操作教學、產品碳足跡概論、承攬商全流程管理、RBA 7.1 實務分享、節能減碳暨實務案例觀摩會等。全年累計超過 200 家次、共 336 位供應鏈夥伴參與，平均滿意度達 4.6 分（滿分 5 分）。

● CSR 共榮大會

友達響應 SDG 17 夥伴精神，連結上下游供應鏈夥伴創造共享價值，於 2019 年、2020 年分別舉辦兩次 CSR 共榮大會，獲得供應商夥伴熱烈參與及正向回饋。為了延續交流共享的初衷及擴大價值鏈的影響，2022 年疫情趨緩之際，我們持續舉辦第三屆大會，以「擁抱淨零 同行共好」為主題，邀請 70 家供應商、近兩百位夥伴，透過線上及實體同步共襄盛舉。會中也頒發「全球永續夥伴獎」、「傑出永續夥伴獎」、「傑出社會共融夥伴獎」、「傑出環境永續夥伴獎」、「最佳節能管理夥伴獎」、「最佳節水管理夥伴獎」、「最佳循環經濟夥伴獎」等七大獎，肯定表現傑出的供應商夥伴，感謝其在永續發展上的付出與成效。亦邀請多元領域專家分享 ESG 趨勢、減碳、綠能等永續經驗與解決方案，盼能引領價值鏈夥伴共同行動，積極面對氣候變遷，以創造產品競爭力與形塑綠色典範新價值。

● 現地節能交流

友達具有多年廠房節能減碳經驗，我們樂於將經驗輸出，透過每年與供應商現地交流活動，由友達廠務同仁走訪供應商廠區，分享我們在減碳管理經驗、方法與技術，協助供應商夥伴實踐減碳。2022 年與三家國內原物料供應商進行現地交流，議題涵蓋環境安全、工廠節能實務經驗分享等。

● 推動綠色採購

友達響應環保署綠色採購政策，2021 年與工研院合作導入綠色採購管理機制，研擬修訂綠色採購政策及建立供應商篩選與檢核制度。採購單位遵循綠色採購原則，減少購置一次性物品，並優先評估符合環保署認可的綠色標章產品與服務，並獲得環保署「110 年度民間企業團體推動綠色採購績優單位」表揚。2022 年我們持續在內部推動綠色採購，全公司申報金額為 9,231.8 萬元，未來將擴大推展，以具體行動實踐負責任採購。

● 全球夥伴高峰會

友達透過 GPS 全球夥伴高峰會 (Global Partners Summit)，向全球供應商夥伴布達友達轉型願景與永續目標。2020 年因疫情暫停辦理，2022 年疫情逐漸趨緩後重啟辦理。會中除頒獎表揚永續績效卓越的合作廠商外，亦邀請多元領域專家分享友達創新顯示技術、綠色解決方案、永續經驗與解決方案。透過每兩年一次的高峰會，創造友達與供應商正向互動與緊密夥伴關係。



● 全台首件永續供應鏈金融合作

友達與台北富邦銀行攜手永續供應鏈金融合作案，結合科技供應鏈與金融業率先建立全台首件的合作。本合作案由友達篩選合適供應商並共同制定永續指標，台北富邦銀行則設計相對應的金融商品，透過永續指標連結融資產品，供應商達成指標即可享有優惠利率，藉此激勵供應商投入節能減碳的行列。

● 外界 CDP 之夥伴關係肯定

2022 CDP 供應商議合評等，友達獲得 Leader 成績 (A Level)，超過全球企業平均 (C level)。友達致力供應商夥伴關係，並與價值鏈夥伴積極進行氣候變遷減緩調適議合，本次在「供應鏈議合」、「溫室氣體範疇三排放」評分項目皆得到 A Level。另外，透過系統平台的串接，友達已有效掌握佔採購金額約 70% 供應商夥伴在碳能源的使用狀況，並優化其效能。

