

夥伴關係

Partnership

對尖點的重要性

永續合作，價值共創，打造共榮互信的價值鏈。

客戶與供應商是尖點營運中的不可或缺的重要夥伴。我們透過技術領先、友善環境，以及緊密的協作模式，持續強化供應鏈管理體系，提供完整的解決方案，確保供應鏈不僅具備安全的工作環境，且營運也符合商業道德標準。同時，以提升客戶價值及其滿意度為使命，與所有企業夥伴共同打造產業價值鏈，邁向永續經營的價值目標。



管理方針

▪ 追求高客戶滿意度

提供最佳產品與服務，強化與客戶的夥伴關係，提升市場競爭力。

▪ 保障客戶隱私

嚴格遵守保密承諾，確保客戶資訊安全與隱私權益。

▪ 確保產品不含有害物質

落實環保與產品安全管理，確保產品符合相關法規與環保標準。

▪ 強化供應鏈管理體系

建立責任供應鏈，確保供應商符合安全、人權、環保及商業道德標準。

▪ 禁用衝突礦石承諾

承諾杜絕使用衝突地區的礦產原料，確保供應鏈合乎道德標準，推動供應鏈的永續發展。

▪ 專注技術創新與產業發展

提供 PCB 相關產業精密加工的完整解決方案，致力成為全球領先、深受客戶信賴的標竿企業。

與 SDGs 連結





2024 年的績效

- 客戶滿意度高於目標 **90** 分以上
台尖：94.0 分
上尖：91.6 分
- 當地原物料採購比例高於 **50**%
台尖：54.5%
上尖：57.7%
- 客戶隱私權保護承諾
0 違反
- 供應商社會責任承諾書簽署率
100%
- 供應商禁用衝突礦石聲明書簽署率
100%
- 供應商稽核成果覆蓋率
100%



2024 年目標達成



目標達成

客戶滿意度問卷回收率

95% 以上

目標達成

ISO9001 品質系統
關注議題評估問卷回收率**100%**

目標達成

已向 70 家主要供應商
宣導 RBA 責任商業聯盟
行為準則 8.0 版

目標達成

客戶申訴
比率下降

永續發展長期策略

- 與客戶及供應商建立長期互信之合作關係。
- 對於供應商進行環境管理調查及觀念宣導。
- 關注產業技術趨勢，研發對應之新產品及新技術。



2025 年目標

- 客戶滿意度高於 **90** 分以上。
- 在地採購比例超過 **50**%。
- 供應商稽核成果覆蓋率 **100**%。
- 社會責任承諾書簽署比率 **100**%。
- 關鍵物料建立替代來源目標 **100**%。
- 供應商反貪腐政策及 RBA 宣導目標 **100**%。
- 客訴比率在 **0.08**% 以下。



永續發展短中期策略

- 持續推出高性能之加值產品，並提供客戶機械加工解決方案。
- 進行技術專利認證，保障智財權。
- 提升產線自動化及智慧化管理。

客戶夥伴

尖點主要客戶為國內外知名 PCB 大廠，我們堅信秉持誠信、紀律、堅持、創新的核心價值，持續提供高品質的產品、專業的售後服務，以及完整的解決方案，正是建立並維繫與客戶長期信賴夥伴關係的重要基石。

客戶滿意度

尖點重視客戶對各項服務指標的滿意度，致力於提供客戶最佳的品質、優良的技術、具有競爭性的價格、迅速的交期和即時的服務。在客戶關係互動方面，除了定期拜訪、召開會議及舉辦技術研討會外，為能有效且明確了解客戶對尖點的滿意度及需求，每年 4~5 月由營業部門展開客戶滿意度調查，依據品質、技術、交期、服務、成本五大面向，與主要客戶^(註1)共同檢視，並以客戶的回饋與建議進行有效溝通，以獲得客戶肯定及長期支持。針對年度客戶滿意度未達標之項目，將提報給相關權責單位在最快時間內提出有效的改善方案，並依據客戶之反饋與建議，擬定改善計畫與行動方案，成為營業方針之重要參考依據。

客戶滿意度調查



尖點之客戶滿意度問卷分為五大面向，分別為品質、技術、服務、交期與成本，問卷調查對象為主要客戶^(註2)之採購與技術單位主管。問卷回收彙總數據後，結果將提供業務單位與相關部門參考，以更清晰完整的了解客戶的意見與需求。並針對滿意度得分較低的項目進行內部細項檢討，並提出實質改善對策。

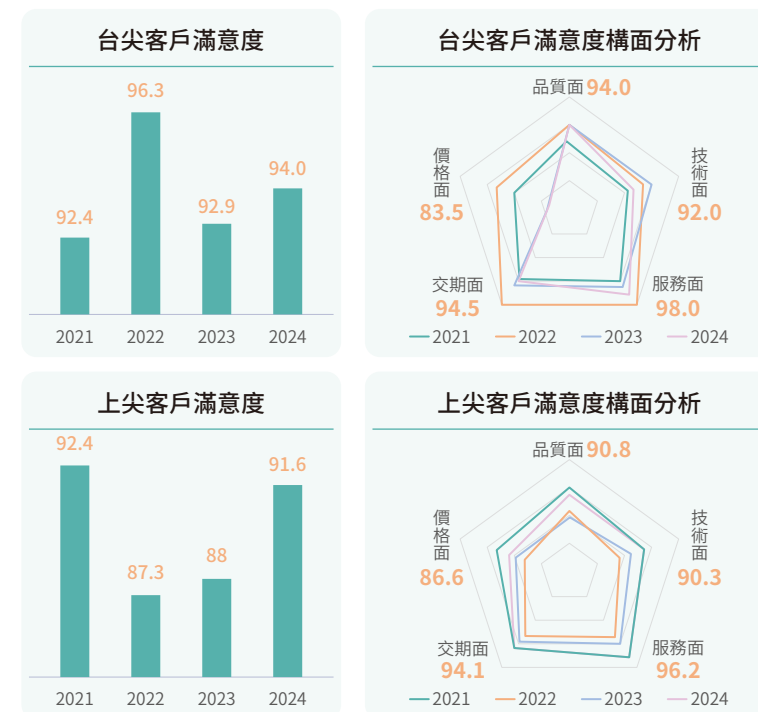
註1及註2：調查對象為台灣尖點年度銷售金額前十大客戶（不含關係人）；上海尖點調查對象為年度銷售金額前十五大客戶（不含集團客戶）。

2024 年台灣尖點的客戶滿意度目標為 90 分以上，實際滿意度調查結果為 94.0 分，問卷回收率則為 100%，總評等維持在「非常滿意」。整體而言，主要客戶對於台尖的滿意度維持在高度水準。以構面別分析來看，表現最佳項目為服務面與交期面，表現較差的項目為技術面及價格面。針對分數較低的構面，尖點將持續追求精進，秉持這五個面向的客戶承諾，為客戶創造更大的價值。

上海尖點針對年度銷售金額前十五大客戶（不含集團客戶）於 2024 年調查客戶滿意度，問卷回收率為 96.7%，滿意度調查結果 91.6 分，針對獲得分數較低的品質構面已研擬改善計畫；價格部份則持續提供高性价比的產品予客戶；在服務面及交期面滿意度則達到 90 分以上的水準。

尖點的企業使命是「透過技術領先與友善環境，提供 PCB 機械加工完整解決方案，提升顧客價值」。為了達成此一目標，我們將持續精進各個層面，致力提升顧客滿意度。

展望 2025 年，台尖及上尖將延續過往的承諾，分別以維持前十大及前十五大客戶的總體平均滿意度超過 90 分為目標。我們深信，唯有達到最佳的客戶滿意度，才能真正落實尖點的永續發展理念。



行銷溝通

為了實現最完整且優質的客戶服務與客戶關係維護，尖點透過 CRM 客戶關係管理系統，使我們能夠即時掌握客群分析和狀態，並使業務團隊能夠在拜訪或聯繫客戶時，更深入地了解客戶需求，並透過有效的溝通和互動來加強客戶關係。這不僅有助於我們鞏固現有市場，也有助於開拓新的市場和客戶群體。深入理解客戶、挖掘其潛在需求，致力於卓越的顧客關係管理 (Customer Relationship Management) 是尖點實現永續經營的核心策略，也是我們持續追求的目標。

客戶隱私保護 GRI 418-1

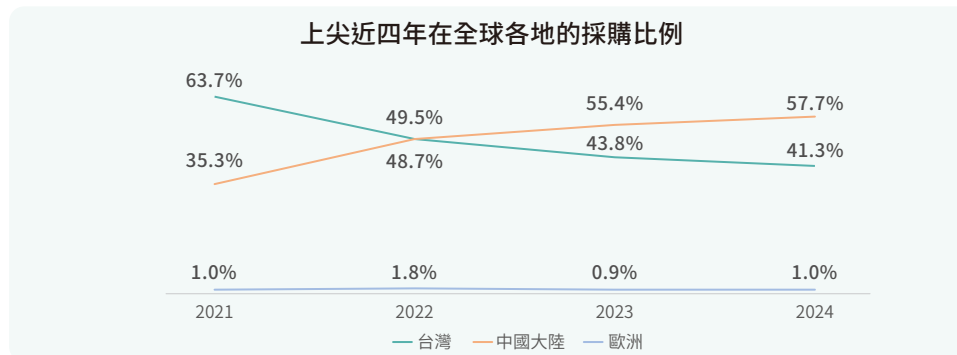
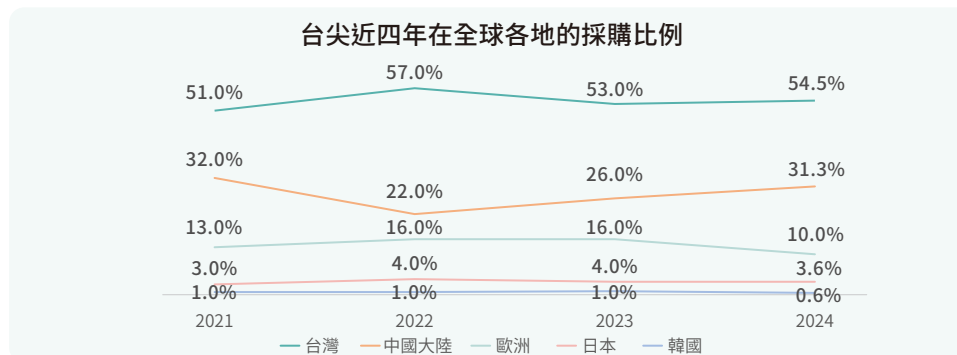
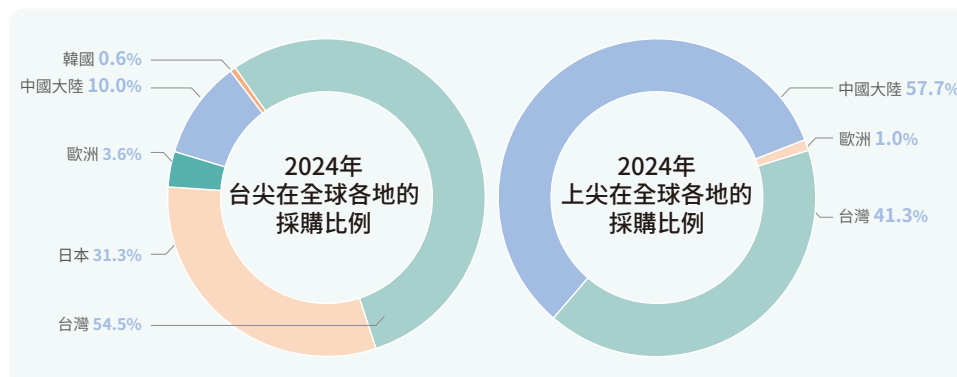
在致力提升客戶產品品質與專業服務同時，尖點亦高度重視客戶隱私及資料機密的保護。尖點不僅依據客戶要求，與客戶簽署保密協定，且合約內容保護客戶機密資訊，更嚴格要求業務執行同仁於未經授權的情況下，不得洩露任何客戶資料，全面落实保密原則。同時，每位員工新進報到後，都須簽署勞動契約，明訂應遵守保密條款，不得洩漏公司營業機密於他人，並依照公司所頒布的相關資訊保護辦法做好自我管理與資安意識，營造健康的資訊環境。2024 年尖點 (包含台尖及上尖) 並無任何違反客戶保密協定導致罰款，亦無違反產品、服務訊息與標示的案件，亦未發生客戶抱怨有關客戶隱私權遭侵犯和資料外洩的事件。

供應商夥伴

採購政策

尖點主要採購項目為原物料，為提升尖點與供應商的合作效率、縮短新產品開發時程、促進當地經濟發展，並降低供應鏈額外成本，尖點積極支持在地供應商，以當地採購為最大宗。2024 年台尖原物料當地採購之比例達 54.5%，上尖原物料當地採購之比例達 57.7%。未來將持續支持在地公司及鼓勵國外公司在地化的原則，與合作夥伴共同降低生產成本及風險，2025 年在地採購目標將持續維持 50% 以上的比重，以實際行動支持地方產業，實現共榮發展。

此外，為了強化營運持續性並降低風險，2025 年將持續針對重要原物料進行全面檢視並建立替代供應來源，以強化競爭力並確保客戶服務品質。



註 1：採購比例依廠商交易開立發票請款為計算基準

註 2：資料最終截止日為 2024/12/31。

供應商管理

長期穩定且值得信賴的供應商為企業永續經營的重要關鍵之一，因此尖點將供應商視為重要的合作夥伴，並致力於建立長期穩固的合作關係。除非因需求或供應狀況發生重大變化而必須調整供應商或採購政策之外，尖點始終與供應商保持良好互動，共同促進雙方發展。

供應商會議

尖點每年定期邀請主要供應商至公司召開廠內會議或是進行線上會議，就產品品質、供貨穩定性、價格管理、減碳策略及未來合作計畫進行深入交流。2024 年已按計畫完成與 8 家主要供應商的會議，確保雙方合作順暢。未來將延續此模式，每年舉辦供應商會議，除了持續討論產品改良、測試與備貨等重要議題外，2025 年起，我們將進一步強化減碳議題的比重，促進台尖與供應商在永續發展目標上的共識，共同推動永續經營的實踐。

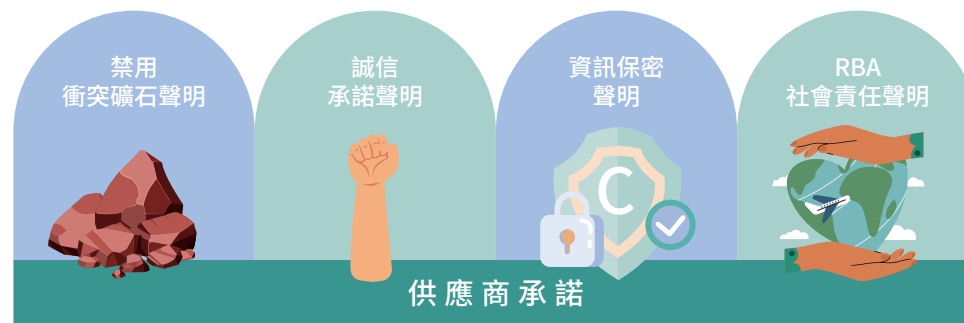
供應商宣導及培訓

尖點身為電子產業供應鏈中不可或缺的一員，在經營管理方面積極自主遵循 RBA 責任商業聯盟行為準則 8.0 版的相關要求，確保管理措施的適切性。同時，公司也不斷強化供應商對 RBA 規範的理解，透過宣導與相關培訓提升其遵循意識。自 2018 年起，宣導範圍從最初的 15 家主要供應商逐步擴展，至 2024 年已涵蓋 70 家正常交易的材料供應商。

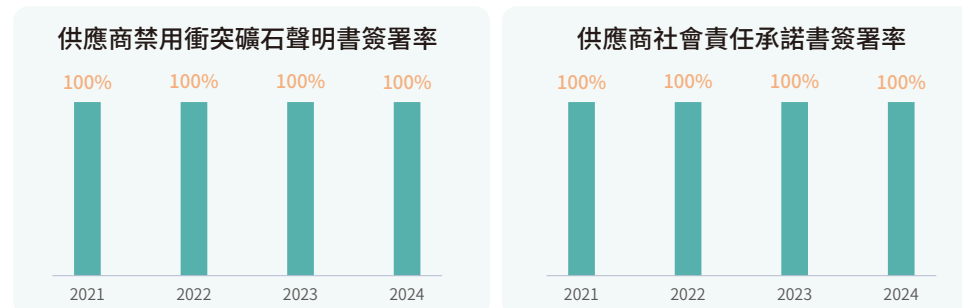
尖點為確保符合客戶對於 RBA 責任商業聯盟行為準則的要求，不僅自身遵守相關規範，亦積極向供應商夥伴宣導其應承擔的責任，並要求供應商^(註)簽署「供應商禁用衝突礦石聲明書」，將其納入尖點的「供應商管理作業程序」。截至 2024 年，所有供應商皆已完成簽署，其中主要原料供應商的簽署率在近十年始終維持 100%。

註：針對主要原料（鎢鋼、不鏽鋼）以及外購供應商進行簽署。

我們同時要求供應商必須公平的對待其員工，並提供員工健康安全的工作環境。尖點不允許供應商雇用童工或強迫性勞動之情事，自相關規範導入至 2024 年為止，未有供應商因聘用童工或強迫性勞動而導致中止合作關係。



尖點自 2015 年起，推動並規範合格供應商簽署「供應商社會責任承諾書」，並於 2024 年更新版本，內容涵蓋供應商應遵守商業誠信原則，反對賄賂、送禮及造假，並遵守 RBA 所制定之社會責任規範，以確保內容遵守勞工人權、禁止歧視脅迫、安全健康之工作環境、不購買及使用衝突金屬等，主要供應商簽署率連續十年皆維持 100%。



尖點秉持將供應鏈上下游企業視為合作夥伴的理念。展望 2025 年，我們將繼續專注於對合作夥伴的宣導，維持 70 家供應商的宣導目標，持續強化供應商夥伴對於 RBA 規範精神的理解與實踐。



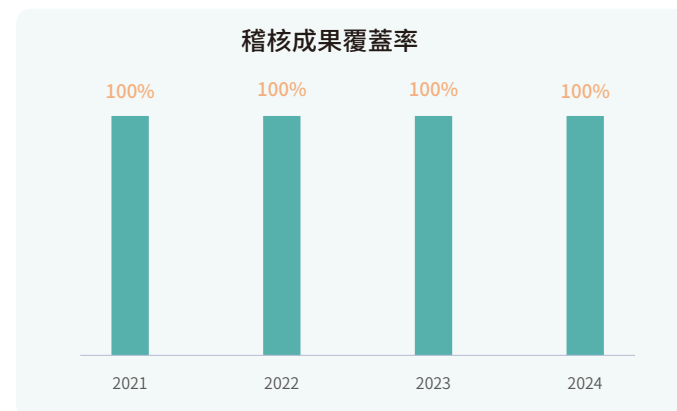
尖點供應商管理政策 / 尖點衝突礦產政策
供應商禁用衝突礦石聲明書 / 供應商社會責任承諾書

供應商稽核

尖點訂有「供應商管理作業程序」，以確保供應商管理的有效性。新供應商評選階段即設有評鑑標準，在通過評鑑成為合格供應商後，資材部門每年訂有「供應商年度稽核計畫表」，結合品質與技術部門執行定期稽核及不定期稽核，採實地稽核、書面稽核或召開品質改善檢討會議的方式進行。

透過定期稽核以確保供應商各方面系統運作及產品供應能力符合尖點的要求。針對當年度稽核計畫所定義之供應商執行稽核作業，2024 年台尖及上尖共完成 20 家供應商的稽核，稽核成果覆蓋比例維持 100%。

若供應商一個月內發生三次以上重大異常，將由資材單位召集工作小組，至供應商進行不定期稽核，並進行協助及輔導，或要求供應商至廠內進行品質檢討會議，2024 年並無此情事發生。



供應商定期考核

尖點資材部門每年對主要原物料供應商進行年度考核，2024 年度的考核作業已依計畫順利完成，共計完成台尖 28 家，上尖 29 家，合計 57 家供應商的考核。

供應商依類型分為每季、每半年、每年進行定期考核，以「品質」、「交期」、「價格」及「配合度」四個構面作為評分依據。評分 B 級以上列為合格廠商；C 級列為有條件合格廠商，且得由尖點之採購單位會同品管單位或工程單位，對供應商進行稽核輔導觀察；D 級廠商者，則列為暫不往來對象。



2024 年度台尖考核結果分別為 A 級供應商占比 43%，B 級供應商占比 54%，C 級供應商占比 4%，無供應商被列為 D 級。在本年度的考核中，有兩家供應商被評為 C 級，後續經尖點的品質與技術部門的密切合作與現場輔導，該供應商於 2024 年下半年成功地提升品質標準，達到了 B 級供應商的資格要求。

2024 年度上尖考核結果分別為 A 級供應商占比 86%，B 級供應商占比 0%，C 級供應商占比 14%，無供應商被列為 D 級。在本年度的考核中，有四家供應商被評為 C 級，後續若有需求時，將要求其重新送樣檢視，並須經評鑑回復至 B 級以上，方可恢復交易。

尖點認為企業的永續發展與成功，必須依賴完整健全的供應鏈體系，後續我們將持續與供應商密切合作，強化供應鏈管理發展。

研發創新

研發投入

尖點始終專注於產品創新與研發投入，作為領先的 PCB 鑽針製造商，每年投入約 4% 營業收入於研發，以推動高性能、環保節能產品的開發。公司積極推動超硬膜層技術等創新方案，使鍍膜鑽針在耐磨性與切削性能上獲得顯著提升。

此外，尖點持續拓展 AI、電動車及低軌衛星等高科技應用領域，並不斷擴增專利數量，以維護技術競爭優勢。透過穩健的研發投入與技術創新，公司致力於實現永續發展與企業價值提升。

過去五年，尖點的研發投入穩定成長，從 2020 年的 1.12 億元提升至 2024 年的 1.41 億元。面對市場波動，公司仍堅守技術投資戰略，特別是在 2023 年，營收雖有所下滑，研發投入佔比仍達 4.6%，展現公司在逆境中持續深耕技術的決心。2024 年，營收回升至 35.41 億元，研發佔比維持在 4.0%，彰顯尖點對創新研發的長期承諾，確保技術競爭力與永續發展並進。

尖點科技研發費用統計

年度	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
研發費用 (億元)	1.12	1.21	1.25	1.26	1.41
營業收入 (億元)	29.73	37.74	35.10	27.48	35.41
研發佔比	3.8%	3.2%	3.6%	4.6%	4.0%

註 1：研發費用係以集團合併數 (新台幣) 計算。

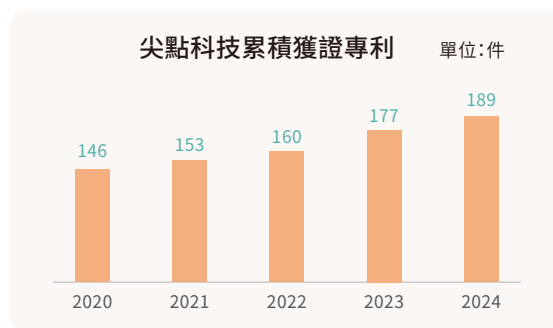
註 2：表格資料最終截止日為 2024/12/31。

智慧財產權

尖點深知創新技術能力是公司競爭力的核心，因此我們致力於專利技術的開發並積極將研發成果申請專利，確保這些成果得到法律完整的保護，轉化為公司的智慧資產。智慧財產權不僅是創新管理的關鍵，也是提升產品市場適用性與價值效益的基石。

累積至 2024 年度，尖點集團已取得 68 件台灣專利、98 件中國大陸專利、17 件日本專利及 6 件韓國專利，較前一年度增加 12 件，共累計 189 件專利，顯示尖點仍持續投入研發，積極推動新專利申請，以強化智慧財產布局並維持技術領先地位。

展望未來，尖點將繼續與市場趨勢同步，順應技術演進和客戶需求，不斷累積我們的技術實力。透過持續的努力與創新，尖點將能夠以堅實的智慧財產權保護作為面對新挑戰與市場競爭的盾牌。



地區	台灣	中國大陸	日本	韓國	合計
累積專利數	68	98	17	6	189
2024 新增專利	7	5	0	0	12

註 1：專利件數係以集團合併數計算。

註 2：圖表資料最終截止日為 2024/12/31。

趨勢與創新

隨著 ChatGPT 的問世，2023 年被視為 AI 技術的元年，象徵全球正式邁入人工智慧新時代。進入 2024 年，生成式 AI 與大型語言模型的快速發展不僅帶來更多創新應用，也對計算能力提出更高要求，進一步推動 AI 伺服器市場的成長與擴展。

根據台灣電路板協會 (TPCA) 援引 TrendForce 的分析，AI 伺服器市場未來將以年均 22% 的速度持續增長。在這波趨勢下，台灣的伺服器用電路板製造商扮演關鍵角色，而尖點科技作為產業鏈中的重要合作夥伴，積極投入技術研發，以應對市場需求的變化。

為了跟上 AI 伺服器市場的快速發展，尖點持續創新，專注於新型刀具與膜層技術的研究，提升產品在高效能運算領域的適用性與成本效益。同時，公司亦深入鑽研鑽針技術及其應用，推動技術突破。未來，尖點科技將運用模擬技術加速產品開發，滿足市場日益增長的需求，進一步提升企業營運效率與產品競爭力。

產品責任

品質政策

在品質管理上，尖點要求全體員工依循標準執行，並持續進行品質管理系統與產品品質的改善與優化。尖點秉持 ISO9001：2015 的精神，針對內外部利害關係人的需求與期望，訂定相關品質目標，並制定執行策略，持續有效的提昇產品與服務品質。尖點期許以滿足顧客需求為第一優先，透過提供顧客最佳的產品與服務，達成永續經營的企業目標。

尖點由外部認證機構審查通過品質系統 ISO9001：2015。台尖於 2023 年 12 月完成三年一次的換證，本次證書有效期至 2026 年 12 月 28 日；上尖於 2024 年 10 月完成換證，本次證書有效期至 2028 年 3 月 28 日。尖點透過定期與不定期的內部自主查核機制，於每年接受外部認證機構審查及客戶品質認證時，均獲得高度肯定，並持續精進及優化品質管理系統，以落實尖點對品質政策之承諾。

品質管理

為了確保尖點在品質管理上持續保持最佳表現，我們每年定期對客戶、供應商及員工進行 ISO9001 品質系統關注議題評估問卷調查。此次調查聚焦於品質管理的領導與承諾、品質規劃、資源支援及品質管制等關鍵領域。透過問卷回饋，尖點能夠深入掌握客戶需求，分析現有優勢與需改進之處，進而持續優化產品與服務品質，提升市場競爭力。

根據 2024 年 ISO 9001 品質系統關注議題評估問卷統計結果，為強化企業品質管理體系並落實永續發展目標，2025 年將聚焦於數位管理升級、供應鏈協作深化，以及產品品質與顧客滿意度提升三大重點方向。透過數位轉型提升管理效率、強化供應鏈協作機制及產品品質優化，尖點將更有效回應客戶與供應商的需求，確保 ISO 9001 品質管理系統的落實，並推動永續發展。同時，這些措施將進一步增強企業競爭優勢，符合全球市場對環境永續與社會責任的期待。

尖點品質政策與承諾

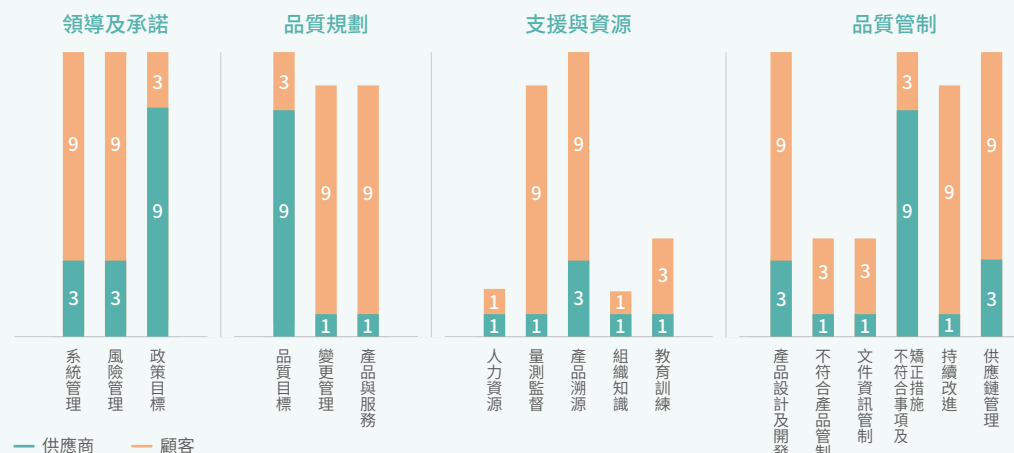
品質第一 客戶滿意 迅速反應 精益求精

本公司承諾充分運用人力、技術、設備等有限資源，使全體員工均明瞭 ISO9001 品質系統之要求，始終秉持做到零缺點的最高品質目標，提供符合客戶需求的產品及服務，滿足客戶需求。我們深信唯有客戶的肯定，再結合無缺點的品質，才能確保公司的永續經營。



台尖 ISO9001：2015 證書 上尖 ISO9001：2015 證書

2024年尖點ISO 9001品質系統關注議題評估問卷統計

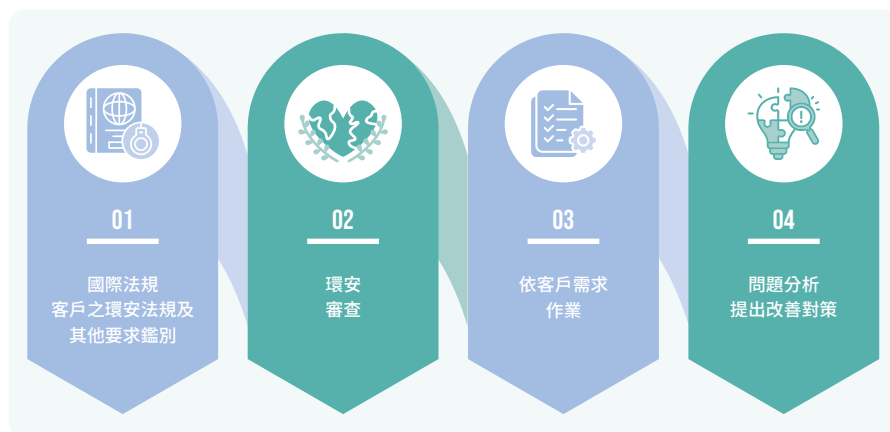


產品的安全與合規

尖點秉持企業永續發展為最高指導原則，從產品設計、生產、運輸、使用到廢棄處理的全生命週期，皆以綠色永續觀點出發，全面評估各階段對環境的影響。除自身在製造過程中落實有害物質管理、污染防治、節能節水與減廢措施外，亦積極要求並協助供應商履行環境責任，共同打造綠色供應鏈，協助客戶生產低風險、低危害性產品。所有產品均定期檢驗並提供檢測報告，以確保符合 WEEE 電氣電子設備相關法規，不含 RoHS 限制物質、歐盟 REACH 高度關注物質（SVHC）、以及衝突礦產及其衍生化合物。

在產品銷售時，本公司皆提供安全資料表（SDS）及有害物化學成分證明書，以保證產品其符合安全性要求。對於歐盟禁用危害物質指令（RoHS）中所規範之鉛、鎘、汞、六價鉻等有害物質，本公司嚴格控管並全面配合相關規範，確實遵循其標準。2024 年尖點（包含台尖及上尖）在所有產品與服務的生命週期中，未有違反客戶健康與安全相關法規或公司承諾之情事；也未有違反產品與服務之資訊與標示規定或自願性規約之事件。

客戶健康與安全執行流程



客戶申訴處理系統

為實現尖點對於客戶意見與抱怨妥善處理的承諾，本公司已建立明確的客訴處理流程，確保客戶反應事項能迅速獲得回應與處理。透過此機制，有效降低類似事件重複發生的機率，進一步減少客訴案件數量，並持續提升客戶的滿意度與信賴感。

尖點面對每一件客戶申訴皆以快速、有效的方式解決並防止再發生。2024 年台灣尖點客戶申訴比率為 0.01%，較前一年下降；上海尖點則為 0.05%，同樣呈現下降趨勢，顯示整體產品品質維持在穩定的水準。2025 年客戶服務改善重點將著重在客戶端產品的應用，透過與研發團隊的緊密合作，致力解決客戶在實際應用中可能遭遇的問題，全力滿足客戶需求。也藉由改善後的標準化建置更完善的品質系統，以持續提供尖點客戶最佳的品質水準。

尖點定期彙整客訴資料，每月檢視改善成效，並於主管月會呈報。透過持續接收客戶的反饋意見及要求，將其轉化為品質精進的動力，降低客戶申訴比率，提升客戶滿意度，強化客戶對於尖點的信賴。展望 2025 年，台尖將客訴比率控管目標設定為 0.08% 以下，上尖則訂定為 0.05% 以下，雙方皆致力於降低客訴發生率，持續朝向高品質與低客訴的方向精進。

客訴資料收集（5W2H）

不良品確認

召開客訴會議

產品與生產線確認

真因追查

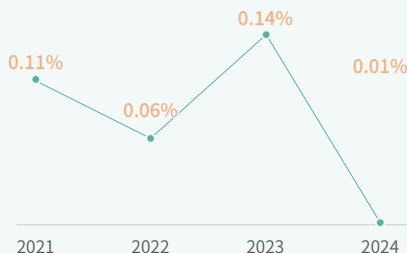
對策改善

對策實施，成效確認

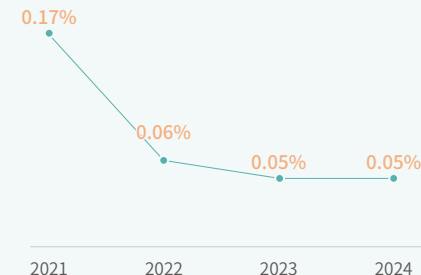
回覆客戶

成效追蹤

台尖客訴比率



上尖客訴比率



註：客訴比率 = CAR 件數 / 出貨檢驗筆數。