目錄
關於本報告書
2025 六暉永續績效

01 永續策略與實踐
02 關於六暉
03 產品責任與服務
04 永續環境
05 友善職場
06 社會共融
附錄

3.3 客戶關係與服務品質

每一次產品交付，不只是完成一張訂單，更代表著客戶對六暉的信任。

六暉相信，穩定的產品品質、準時的交付、即時的技術支援及真誠的溝通，是建立長期合作關係的重要基礎。每一項客戶回饋、每一次品質改善及每一場交流，都是持續精進產品與服務的重要契機。

多年來，本集團重視每一位客戶的需求，透過客戶關係管理、客戶滿意度調查、客戶回饋管理、客訴處理及客戶資訊保護等管理機制，持續傾聽客戶聲音，並依《客戶回饋管理程序》及相關管理程序，將客戶意見轉化為產品改善、品質提升及服務優化的重要依據，與客戶建立互信、共好的長期合作夥伴關係。

重大主題管理／客戶關係管理	
重大主題意義	客戶關係與服務品質為六暉集團維持長期合作、穩定訂單及提升產品競爭力之重要基礎。透過持續溝通、滿意度調查、客訴處理與改善追蹤，集團得以即時掌握客戶需求，降低營運風險，並提升客戶滿意度與市場信任。
政策／承諾	本集團秉持「品質為根、誠信為本、客戶為尊、持續改進」之理念，透過定期拜訪、客戶會議、客戶到廠審核、滿意度調查、客訴改善及品質追蹤，持續提升服務品質與客戶信任度。
正負面衝擊	**正面：** ▶ 透過即時回應客戶需求、提供透明準確的產品資訊及妥善保護客戶機密，持續提升客戶滿意度、品牌形象及市場信任，深化長期合作夥伴關係，並強化產品品質與交付管理能力。 **負面：** ▶ 若產品資訊不完整、交期延誤、品質異常或未能妥善回應客戶需求，可能影響客戶生產排程，導致客戶抱怨、合作關係受損、商譽下降，甚至衍生合約履約風險及訂單流失。

重大主題管理／客戶關係管理		
目標	**短期：** ▶ 維持交貨準時率 100%。 ▶ 維持客戶滿意度 90% 以上。 ▶ 客戶申訴案件依程序 100% 完成處理。 ▶ 持續提升產品品質及交期管理績效。 ▶ 即時受理並回應客戶意見、客訴及審核回饋。 ▶ 依客戶需求簽署保密協議（NDA），維護客戶機密資訊。	**中期：** ▶ 維持交貨準時率 100%，提升交期管理效能。 ▶ 提升客戶滿意度及服務品質。 ▶ 降低客戶申訴案件發生率，提升產品品質穩定性。 ▶ 強化客戶回饋分析及產品改善機制。 ▶ 提升重要客戶合作穩定性。 ▶ 落實客戶機密資訊保護及保密管理。
	長期： ▶ 維持交貨準時率 100%。 ▶ 客戶滿意度持續維持 90% 以上。 ▶ 降低客戶申訴案件發生率，提升產品品質及客戶信任。	▶ 持續將客戶回饋納入產品品質、技術服務及流程改善機制。 ▶ 深化與重要客戶長期合作關係。 ▶ 強化客戶機密資訊保護。
行動辦法	▶ 定期或不定期辦理客戶會議、客戶拜訪及客戶到廠審核。 ▶ 每年執行客戶滿意度調查，掌握客戶對品質、交期、服務及客訴處理之評價。 ▶ 建立客訴處理與品質異常改善機制。 ▶ 透過業務、品保、研發及製造等跨部門協作，回應客戶需求與改善事項。	
評估機制	透過客戶滿意度調查結果、客戶會議與審核回饋、客訴處理結果及改善追蹤紀錄，檢視客戶關係與服務品質管理成效。	
2025 年實際績效	▶ 客戶會議：245 次 ▶ 客戶到廠審核：36 次 ▶ 四據點客戶滿意度皆達滿意水準	
申訴機制／溝通管道	本集團設有「客戶暨供應商申訴管道」，客戶如對產品、服務、交易行為或其他合作事項有意見或申訴，可透過該管道提出，由集團控股稽核室依相關程序受理、調查、改善及追蹤，持續維護公平、透明及值得信賴的合作關係。	

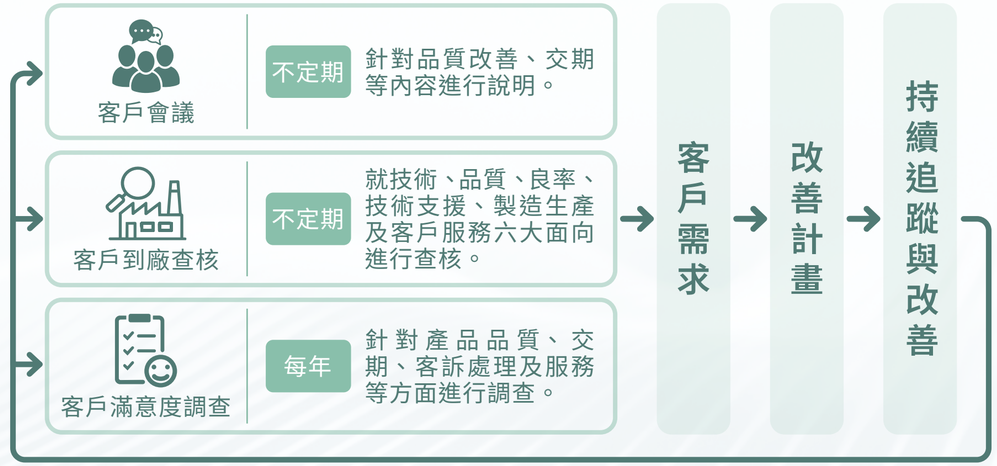
目錄
關於本報告書
2025 六暉永續績效
01 永續策略與實踐
02 關於六暉
03 產品責任與服務
04 永續環境
05 友善職場
06 社會共融
附錄

3.3.1 客戶溝通與滿意度管理

六暉相信，良好的客戶關係始於傾聽，也建立於每一次誠實且即時的回應。

六暉透過客戶拜訪、客戶會議、到廠審核、電子郵件、電話聯繫及客戶滿意度調查等多元方式，持續了解客戶需求、市場趨勢及產品使用情形，並依《客戶回饋管理程序》建立跨部門溝通及回應機制，由業務、研發、品保及製造等相關單位共同參與，持續提升產品品質與服務品質。

客戶的建議不只是回饋，更是持續改善的重要方向。本集團定期彙整客戶意見，針對產品品質、交期、技術服務及其他改善事項進行分析與追蹤，並將改善成果納入管理檢討，作為產品優化及服務精進的重要依據。



2025 年客戶溝通成果

每一次與客戶的交流，不只是回應需求，更是共同改善與持續成長的開始。

2025 年，本集團共辦理客戶會議 245 次、客戶到廠審核 36 次。透過客戶回饋蒐集、跨部門分析、改善追蹤及成效確認，將客戶需求轉化為產品優化、製程改善及服務精進的重要依據，形成客戶回饋與持續改善的管理循環，與客戶共同創造長期價值。

據點	客戶會議	客戶到廠審核
台灣	180	7
廈門	14	16
昆山	36	5
印尼	15	8
合計	245	36



目錄

關於本報告書

2025 六暉永續績效

01 永續策略與實踐

02 關於六暉

03 產品責任與服務

04 永續環境

05 友善職場

06 社會共融

附錄

客戶溝通與滿意度管理流程概況

01 客戶溝通／審核
透過客戶拜訪、會議、到廠審核等方式，了解客戶需求。

02 滿意度調查
定期辦理客戶滿意度調查，蒐集客戶意見與建議。

03 回饋彙整
彙整客戶回饋內容，分類統計並建立改善清單。

04 跨部門分析
由相關部門進行原因分析與改善評估，研擬改善方案。

05 改善追蹤
執行改善措施並追蹤改善成效，確認問題已有效改善。

06 回覆客戶與關係維護
回覆客戶改善結果，持續維護合作關係，建立長期信任。

註：本流程依各據點客戶溝通、客戶滿意度調查及《客戶回饋管理程序》相關作業彙整，各營運據點依客戶需求、產品特性及管理程序執行。

客戶滿意度

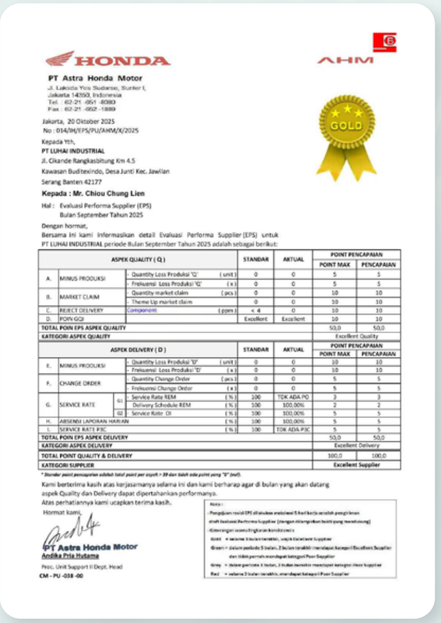
本集團每年辦理客戶滿意度調查，傾聽客戶對產品品質、交期、技術服務及客訴處理等面向的回饋，並由相關權責單位針對改善建議進行分析與追蹤，將客戶的聲音轉化為產品與服務改善的重要依據。

2025 年，各主要營運據點客戶滿意度皆達 90 分以上，展現客戶對六暉產品、服務及合作關係的肯定。每一份回饋，也成為六暉持續改善產品與服務、深化客戶信任的重要力量。

據點	發放份數	回收份數	回收率	分數／滿意度
台灣	10	10	100%	95
廈門	110	106	96.4%	91.18
昆山	7	7	100%	96
印尼	34	34	100%	93

客戶肯定

2025 年，印尼據點榮獲 PT Astra Honda Motor（AHM）Excellent Supplier — GOLD 等級，肯定本集團於產品品質、供貨穩定及服務表現上的努力。對我們而言，這份肯定不僅是一項榮譽，更代表客戶對產品品質、服務品質及長期合作關係的信任，也成為持續精進、與客戶共同成長的重要動力。


HONDA
PT Astra Honda Motor
Jl. Laksda Yos Sudarso, Sunter I,
Jakarta 14350, Indonesia
Tel. : 62-21 -650 - 8083
Fax : 62-21 -652 - 1889
Jakarta, 20 October 2025
No : 014/PH/EPS/PU/AHM/X/2025
Kepada Yth,
PT LUHAI INDUSTRIAL
Jl. Cikande Rangkasbitung Km 4.5
Kawasan Budtekindo, Desa Junti Kec. Jawilan
Serang Banten 42177
Kepada : Mr. Chiou Chung Lien
Hal : Evaluasi Performa Supplier (EPS)
Bulan September Tahun 2025
Dengan hormat,
Bersama ini kami informasikan detail Evaluasi Performa Supplier (EPS) untuk
PT LUHAI INDUSTRIAL periode Bulan September Tahun 2025 adalah sebagai berikut:
AHM
GOLD
Kami berterima kasih atas kerjasamanya selama ini dan kami berharap agar di bulan yang akan datang
aspek Quality dan Delivery dapat dipertahankan performanya.
Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Hormat kami,
PT Astra Honda Motor
Andika Pria Hutama
Proc. Unit Support II Dept. Head
CM - PU - 018 -00

▶ 印尼據點獲 PT Astra Honda Motor 供應商績效 GOLD 評等

目錄
關於本報告書
2025 六暉永續績效
01 永續策略與實踐
02 關於六暉
03 產品責任與服務
04 永續環境
05 友善職場
06 社會共融
附錄

3.3.2 客訴處理與持續改善

每一次客戶反映，都是重新檢視產品與服務的重要機會。

六暉相信，妥善回應每一項客戶意見，不僅能解決當下問題，更是提升產品品質、精進製程管理及深化客戶信任的重要契機。

為持續提升客戶滿意度，本集團建立完善的客戶抱怨與品質異常處理機制。當接獲客戶抱怨、品質異常或其他回饋時，由相關權責單位立即受理，透過跨部門合作進行原因分析、改善措施、客戶回覆及改善成效追蹤，並將改善成果納入管理審查及持續改善機制，降低相同問題再次發生。

客訴案件及改善成果均定期彙整分析，作為產品設計、製程改善、品質管理及客戶服務優化的重要參考，持續將客戶意見轉化為產品改善與服務精進的重要動力，不斷提升客戶滿意度與合作關係。

客訴處理與持續循環



客訴分析

2025 年，各營運據點客訴案件主要集中於加工、外觀及其他品質相關項目。各據點均依管理程序完成原因分析、改善措施及改善成效追蹤，並將改善成果納入製程改善及品質管理，持續降低品質異常及重複性問題發生。

據點	外觀	混料	加工	短少	其他	合計
台灣	23%	3%	68%	3%	3%	100%
廈門	40.3%	11.6%	0%	1.6%	46.5%	100%
昆山	無客訴案件					
印尼	27.3%	0%	45.5%	27.3%	0%	100%

▶ **註：因各據點產品類型、客戶結構及原始客訴分類方式不同，本表係依外觀、混料、加工、短少及其他等類別重新歸整後，以占比方式呈現，作為觀察主要客訴類型與改善方向之參考。**



目錄
關於本報告書
2025 六暉永續績效

01 永續策略與實踐
02 關於六暉
03 產品責任與服務
04 永續環境
05 友善職場
06 社會共融
附錄

3.3.3 客戶資訊保護與隱私

客戶的信任，不僅來自產品品質，也來自對資訊安全與商業機密的重視。

本集團重視客戶資訊保護及商業機密管理，依資訊安全管理制度及文件管理制度，針對客戶資料、產品圖面、技術文件、交易資訊及商業機密建立管理機制，透過權限管理、文件管制、資料備份及資訊安全防護等措施，降低資訊外洩及未授權存取風險，保障客戶權益並維護合作信任。相關管理措施亦涵蓋資訊存取控制、人員權限管理、教育訓練及持續監督等機制，以確保客戶資訊安全及商業機密受到妥善保護。

2025 年，本集團未發生經證實之侵犯客戶隱私投訴、監管機關客戶隱私相關投訴，以及客戶資料洩露、失竊或遺失事件，持續維持良好的客戶資訊保護管理成效。

客戶隱私事件類型	2023	2024	2025
來自外部且經證實之侵犯客戶隱私投訴	0	0	0
來自監管機關之客戶隱私相關投訴	0	0	0
客戶資料洩露、失竊或遺失事件	0	0	0

客戶資料與資訊安全管理措施

客戶資料保護

客戶資料、產品圖面、產品規格、技術文件及商業資訊，僅限授權人員依業務需求存取與使用。

權限管理

依職務需求設定系統及資料存取權限，定期檢視權限配置，降低未授權存取風險。

文件與系統管理

透過文件管理制度、系統管理及資料備份機制，確保客戶資訊完整性與可用性。

資安防護

導入防毒、防火牆及資訊安全防護機制，降低資訊外洩及網路安全風險。

教育宣導

持續辦理資訊安全與資料保護教育訓練，提升員工資訊安全及保密意識。

透過客戶資料保護、權限管理、文件與系統管理、資安防護及教育訓練等措施，持續強化客戶資訊保護及商業機密管理，建立值得信賴的合作關係。

3.3.4 後續精進方向

客戶需求持續改變，也是六暉持續成長的重要動力。

未來，本集團將持續深化客戶溝通與合作，精進產品品質、服務品質及客戶資訊保護機制，透過傾聽客戶需求、持續改善及跨部門協作，持續提升產品與服務品質，與客戶建立更長久且值得信賴的合作夥伴關係。

深化客戶溝通	持續透過客戶拜訪、客戶會議、到廠審核及滿意度調查，掌握客戶需求並追蹤改善事項。
精進服務品質	持續強化客訴分析、改善措施及成效追蹤，降低重複性品質異常，持續提升產品品質、服務品質及客戶滿意度。
強化資訊保護	持續檢視客戶資料管理、資訊安全、權限管理及文件管制機制，保障客戶資訊安全及商業機密。