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

3.4 永續供應鏈管理

每一項產品的背後，都來自供應商夥伴與六暉共同投入的努力
穩健的供應鏈，不僅是產品品質的重要基礎，更是企業永續發展不可或缺的合作夥伴。

我們相信，唯有與供應商建立互信、共好及共同成長的合作關係，才能持續提供符合客戶需求的產品與服務。除重視產品品質、交期及成本管理外，亦逐步將環境保護、人權保障、職業安全、誠信經營及法規遵循等永續理念融入供應鏈管理，攜手打造兼具品質、韌性與永續競爭力的供應鏈體系。

供應鏈各環節之管理重點

本集團將永續管理延伸至供應鏈各環節，依不同合作對象與管理需求，透過供應商遴選與評鑑、研發製造、品質檢驗、產品追溯及客戶服務等機制，兼顧產品品質、交付穩定、法規遵循與永續要求，與供應商及客戶共同維護價值鏈的穩定與韌性。

價值鏈階段	主要內容	永續管理重點
上游原物料／配件供應商（合作夥伴）	• 橡膠、金屬、化工助劑 • 零配件、模具、設備 • 物流與相關服務	• 品質管理 • 交期穩定 • 法規遵循 • 永續承諾
六暉研發與智慧製造（核心價值）	• 產品設計研發 • 原物料採購 • 精密加工、混煉、組裝	• ISO 9001 • IATF16949 • 製程品質 • 研發創新
品質管理與產品交付（品質保證）	• 品質檢驗 • 倉儲與物流 • 交付與追溯管理	• 品質檢驗 • 產品追溯 • 異常改善
下游客戶與終端市場（共同成長）	• 汽車、機車、自行車 • 輪胎、輪圈、工業用途 • 終端應用市場	• 客戶服務 • 客戶滿意 • 資訊保護



▶ 各環節之具體管理作法與年度執行成果，詳見本節後續供應商遴選、評鑑及永續管理內容。

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

重大主題管理／永續供應鏈管理

重大主題意義	穩健的供應鏈是產品品質、供貨穩定及客戶信任的重要基礎，亦是提升營運韌性與永續競爭力的重要關鍵。本集團透過與供應商建立長期合作夥伴關係，共同打造兼具品質、韌性及永續價值的供應鏈體系。
政策／承諾	本集團依《供應商管理程序》及《採購管理程序》建立供應鏈管理制度，辦理供應商遴選、評估、績效管理及持續改善，並逐步將環境保護、人權保障、職業安全、誠信經營及法規遵循等永續要求納入供應鏈管理，攜手供應商共同提升供應鏈永續競爭力。
正負面衝擊	**正面：** ▶ 建立穩定且具韌性的永續供應鏈。 ▶ 提升原物料品質、供貨穩定性及產品品質。 ▶ 與供應商共同落實環境保護、人權、職業安全、誠信經營及法規遵循，提升供應鏈永續競爭力。 ▶ 透過長期合作與持續改善，與供應商共同創造永續價值。 **負面：** ▶ 原物料品質異常或供貨中斷，可能影響產品品質、交期及客戶服務。 ▶ 供應商若發生環境、勞工、人權、職安或法規違反事件，可能增加營運、法遵及商譽風險。 ▶ 地緣政治、天然災害或市場波動可能影響供應鏈穩定及營運韌性。
目標	**短期：** ▶ 持續辦理供應商評鑑。 ▶ 重大品質異常供應商改善完成率 100%。 ▶ 推動供應商永續、誠信及責任採購相關承諾文件簽署。 ▶ 建立供應商 ESG 風險評估及績效管理機制。 ▶ 提升供應商品質、交期及服務績效。 **中期：** ▶ 提升供應商評鑑管理成效。 ▶ 維持重大品質異常供應商改善率 100%，降低品質異常發生率。 ▶ 提升供應商三項簽署資料完成率。 ▶ 推動主要供應商 ESG 風險評估及分級管理。 ▶ 強化高風險供應商改善追蹤機制。 ▶ 提升本地採購比例及供應鏈韌性。 ▶ 將供應商 ESG 風險評估結果納入採購評估機制。 ▶ 提升供應商品質、交期及服務績效。

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

重大主題管理／永續供應鏈管理

目標	**長期：** ▶ 優化供應商評鑑制度。 ▶ 降低重大品質異常供應商發生率。 ▶ 主要供應商完成 ESG 風險評估並持續追蹤改善。 ▶ 要求供應商遵循環保、職業安全、人權及資訊安全等永續規範。 ▶ 永續管理納入供應商績效評鑑機制。 ▶ 推動永續採購，評估採購行為對環境及社會之影響。 ▶ 將供應商溫室氣體盤查及永續管理能力納入採購評估機制，優先選擇具永續管理能力之供應商。 ▶ 建立永續供應鏈合作夥伴關係。
行動辦法	▶ 辦理新供應商資料審查、樣品驗證與評估。 ▶ 依據點規範執行既有供應商考核與分級管理。 ▶ 要求主要供應商簽署《供應商行為準則》或永續承諾。 ▶ 針對異常供應商進行原因分析、輔導改善、改善追蹤，必要時辦理資格調整或替代來源開發。
評估機制	透過供應商績效評估、永續承諾書簽署情形、在地採購比率及異常改善追蹤等指標，定期檢視供應鏈管理成效，作為持續改善及供應商管理的重要依據。
2025 年實際績效	▶ 供應商受評家次 338 家次。 ▶ 台灣在地採購占比 100%；中國（廈門、昆山）在地採購占比 98.16%。 ▶ 供應商永續承諾書累計簽署 229 家。 ■ 簽署供應商占比 74.59%。 ■ 簽署供應商年度採購金額占比 97.24%。
申訴機制／溝通管道	本集團設有「客戶暨供應商申訴管道」，供應商可就交易行為、採購程序、誠信經營或其他合作事項提出意見或申訴，由集團控股稽核室依相關程序受理、調查及回應，並視案件性質交由權責單位辦理改善與追蹤，以維護公平、透明及誠信的合作關係。

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

3.4.1 供應鏈管理制度

供應商不僅是原物料及服務的提供者，更是產品品質、穩定交付及永續發展的重要合作夥伴。本集團重視與供應商建立長期互信、共同成長的合作關係，透過制度化管理及持續溝通，攜手打造兼具品質、韌性及永續競爭力的供應鏈體系。

本集團依《供應商管理程序》及《採購管理程序》建立供應鏈管理制度，涵蓋供應商開發、資格審查、樣品承認、採購管理、績效評估、異常改善及持續合作等管理機制，確保供應品質、交期穩定及產品符合客戶需求與相關法規要求。

供應商管理涵蓋原物料、零組件、包裝材料、模具、設備、物流及相關服務等合作夥伴，依產品特性、採購需求及供貨風險進行分類管理。除重視品質、成本、交期及技術能力外，亦逐步將環境保護、人權保障、職業安全、誠信經營及法規遵循等永續要求納入合作管理，與供應商共同提升供應鏈韌性及永續競爭力。

供應鏈管理流程

供應鏈管理涵蓋供應商開發、資格審查、樣品承認、正式供貨、績效評估及持續改善等管理流程，各項作業均依相關管理程序執行，並透過跨部門合作及年度績效評估，持續提升供應品質及合作效益。



管理階段	管理重點
供應商開發	蒐集供應商基本資料，評估產品、技術及供貨能力。
資格審查	依品質、交期、價格、技術能力及管理制度辦理審查。
樣品承認	進行樣品測試、品質確認及相關驗證。
正式供貨	依採購需求辦理供貨，並依產品特性執行進料檢驗及驗收。
績效評估	定期評估品質、交期、服務及配合度等績效。
持續改善與合作	針對品質、交期或其他異常事項辦理原因分析、改善追蹤及持續合作管理。

▶ 供應商完成資格審查及樣品承認後，始得納入合格供應商名單；合作期間依供應商管理程序持續辦理績效評估、異常改善及改善追蹤，並依評估結果作為持續合作、輔導改善或重新評估之依據。

3.4.2 供應商遴選與績效管理

我們相信，優質的產品來自每一位供應商夥伴的共同努力，因此除重視產品品質及供貨能力外，也重視供應商是否具備穩定管理能力、持續改善意願及永續經營理念。透過完善的供應商遴選及績效管理機制，與供應商建立長期、互信且共同成長的合作關係。

依《供應商管理程序》建立供應商遴選及績效管理制度，新供應商須完成資格審查、樣品承認及相關評估程序後，始得納入合格供應商名單。管理過程除評估產品品質、價格、交期及技術能力外，亦重視供貨穩定性、服務配合度及持續改善能力，與供應商建立長期互信、共同成長的合作關係。

合作期間，各權責單位依供應商實際供貨情形，持續追蹤產品品質、交期配合、異常改善及服務績效，並透過定期績效評估、原因分析及改善追蹤等管理機制，依評估結果進行分級管理，作為持續合作、改善追蹤或重新評估之依據，持續提升供應商品質及供應鏈整體管理效能。

新供應商評估流程

供應商開發
蒐集供應商基本資料，了解產品、製造能力、技術能力及供貨能力。

資格審查
依品質、交期、價格、技術能力、品質管理能力及相關管理制度辦理資格審查。

樣品承認
辦理樣品測試、品質確認及相關驗證，確認符合產品要求。

正式供貨
納入合格供應商名單，依採購需求辦理供貨，並依產品特性執行進料檢驗及驗收。

績效評估
定期辦理供應商品質、交期、服務配合、異常改善及整體績效評估，並依評估結果辦理分級管理。

持續改善與合作
針對品質、交期或其他異常事項辦理原因分析、改善追蹤及持續合作管理，必要時辦理輔導改善、重新評估或替代來源開發。

2025 年 供應商考核成果（A-E 級）

為持續掌握供應商整體績效，本集團依年度供應商考核制度，就產品品質、交期、服務配合及其他管理項目辦理績效評估，並依考核結果進行分級管理，作為持續合作、改善追蹤及供應商管理的重要依據。

2025 年共完成 338 家次供應商績效評估，其中 A 級供應商占 87.3%，A、B 級供應商合計占 98.2%，顯示多數供應商於產品品質、交期及整體管理表現均維持良好，且全年未有 D 級及 E 級供應商。

據點	評估家次	A 級（優良）	B 級（良好）	C 級（尚可）
台灣	89	97.8%	1.1%	1.1%
中國（廈門）	76	97.4%	2.6%	0%
中國（昆山）	32	68.8%	25%	6.3%
印尼	141	79.4%	18.4%	0.7%
合計	338	87.3%	10.9%	1.2%

2025 年各據點均無 D 級及 E 級供應商

87.3%
整體表現優良
A 級供應商占比

98.2%
供應鏈整體表現穩定
A、B 級供應商合計占比

0 家
D、E 級供應商

▶ 評估等級說明：

A 級（優良）：整體表現優良，符合管理要求，可持續合作。
B 級（良好）：整體表現良好，仍有部分改善空間，持續追蹤管理。
C 級（尚可）：部分項目需改善，應提出改善措施並追蹤改善成效。
D 級（待改善）：整體表現未達管理要求，須限期改善並重新評估。
E 級（不合格）：無法符合管理要求，停止合作或取消合格供應商資格。

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

供應商品質管理能力（ISO 認證）

為確保原物料及產品品質符合管理要求，本集團優先向具備完善品質管理制度之供應商合作，並持續掌握主要供應商管理系統建置情形，作為供應商遴選、合作及績效管理的重要參考依據。

管理系統	取得認證供應商家數
ISO 9001 品質管理系統	104 家
ISO 14001 環境管理系統	36 家
ISO 45001 職業安全衛生管理系統	14 家
IATF 16949 汽車產業品質管理系統	35 家

截至 2025 年底，本集團主要供應商已取得 ISO 9001、ISO 14001、ISO 45001 及 IATF 16949 等管理系統認證，其中 ISO 9001 品質管理系統認證供應商達 104 家，顯示多數主要供應商已建立品質管理制度，有助於提升供應品質、產品穩定性及供應鏈整體管理水準。

3.4.3 永續採購與供應鏈合作

每一位供應商，都是六暉邁向永續發展的重要合作夥伴。

本集團相信，穩健的供應鏈來自彼此的信任、共同的責任與長期合作。除重視產品品質、供貨穩定及交期管理外，亦逐步將環境保護、人權保障、職業安全、誠信經營及法規遵循等永續理念融入採購管理，攜手供應商共同提升供應鏈韌性與永續競爭力。

在產品及原物料管理方面，本集團依客戶要求及相關法規辦理必要文件確認，並持續關注責任採購及衝突礦產等國際議題，秉持合法、誠信及負責任採購原則，避免採購來源涉及武裝衝突、人權侵害、非法開採或不當交易之原物料，降低供應鏈風險，回應客戶對產品合規的期待。

為深化永續供應鏈管理，本集團持續推動主要供應商簽署《永續承諾書》，鼓勵供應商共同遵循誠信經營、勞工人權、環境保護、職業安全及法規遵循等管理要求，並持續追蹤簽署情形及年度採購金額覆蓋情形。期望透過與供應商共同落實永續承諾，建立更緊密的合作夥伴關係，共同打造兼具品質、責任與永續價值的供應鏈。



永續供應鏈推動成果

年度	累計簽署供應商家數	納入統計供應商總家數	累計簽署供應商年度採購金額占比
2023	147	529	86.36%
2024	216	568	98.44%
2025	229	665	97.24%



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



原物料及零組件在地採購金額占比

在地採購（營業登記地位於所在國家）不僅有助於縮短供應距離，更是強化供應鏈韌性的重要方式。

本集團依各營運據點產品特性及採購需求，優先評估當地供應商之供貨能力及產品品質，在符合品質、交期、成本及客戶要求的前提下，優先採用在地採購，並持續支持各營運據點與在地供應鏈共同發展。

2025 年，各營運據點在地採購情形如下：

- 台灣據點：維持 100%，採購來源全數來自當地供應商。
- 中國（廈門、昆山）據點：占比達 98.16%，主要原物料及零組件以當地供應商為主。
- 印尼據點：占比為 16.14%，因配合集團全球供應鏈分工，主要原物料及組配件由中國（廈門）供應，因此在地採購比例相對較低；相較 2024 年增加 9.75 個百分點，顯示當地供應來源已有增加。

年度	台灣	中國（廈門 / 昆山）	印尼
2023	100%	96.28%	10.51%
2024	100%	96.89%	6.39%
2025	100%	98.16%	16.14%

註：在地採購比例＝向在地供應商採購金額÷該營運據點納入統計之總採購金額× 100%。

3.4.4 未來精進方向

供應鏈的成長，不只是管理制度的完善，更來自與供應商共同建立長期信任與持續合作。



本集團將持續依供應商交易規模、採購重要性及產品風險特性，逐步完善供應鏈管理機制，深化與供應商的合作夥伴關係，攜手提升供應鏈韌性與永續競爭力，打造兼具品質、責任與永續價值的供應鏈，為客戶、供應商及企業共同創造長期價值。

精進方向	精進措施
供應商分級與風險管理	依採購金額、關鍵物料、品質表現及合作情形，持續完善供應商分級及風險管理機制。
永續採購管理	持續推動主要供應商簽署《永續承諾書》，並依產品特性及客戶要求，逐步完善永續採購管理。
供應商合作與改善	持續追蹤供應商改善情形，強化日常溝通與合作，提升供貨品質、交期穩定性及供應鏈韌性。