

The background of the slide is a complex, abstract digital cityscape. It features numerous glowing blue and white cubes of various sizes, interconnected by a network of thin, luminous lines that suggest data flow or connectivity. The overall color palette is dominated by deep blues and bright whites, with a large, curved orange shape at the bottom left that serves as a backdrop for the text.

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

3.1 永續智能解決方案



重大主題名稱	請說明此重大主題對研華重要性
永續智能解決方案	研華主要事業群包含：嵌入式事業群、智能系統事業群、物聯網自動化事業群、智能服務事業群為主的四大事業群，聚焦邊緣智能系統、智慧製造、能源與公共事業、智能醫療、智能零售與服務等五大關鍵市場依客戶行業需求提供多元應用解決方案。迎接邊緣運算與人工智慧之大趨勢，研華將以 Edge Computing 和 Edge AI 為核心加強全球布局提升核心競爭力，整合 Edge Computing 邊緣硬體平台產品群、工業物聯網軟體平台 WISE-IoT 及跨晶片的 Edge AI 平台架構 WEDA，透過端雲協同架構加速 AI 在製造、物流、城市與能源場域的規模化落地。再加入產業 Edge AI 解決方案及行業知識，重塑成產業整合應用的協同共譜之經營模式，助力夥伴客戶串接產業鏈；此外，亦積極偕同各產業夥伴「共創」產業生態圈，以加速實踐產業智能化之目標。
政策或承諾	研華承諾將永續理念納入事業單位新產品開發和市場拓展的策略藍圖中。諸如：產品永續責任、擴大相關產品部門（環保與能源、智慧醫療、智慧農業、環境監測、智慧交通、智慧農業）投入有助環境永續或社會永續之目標，擴大研華永續智能解決方案影響力。
正面衝擊	以永續智能解決方案提供在智慧工廠、智慧交通、健康醫療、能源管理、智慧倉儲等領域帶來便利及提升效率的正面經濟影響；尤其在全球大缺工或台灣高齡少子化的浪潮之下，自動化轉型勢在必行及有助補充人力缺口，正向促進經濟面的轉型及工作效率之提升。 永續當道的同時，研華的 iEMS 系列解決方案，在全球淨零發展的趨勢下，助力業者有效監管能資源資料，幫助企業洞察碳排熱點，以制定有效節能減排行動，帶來正向環境影響。
負面衝擊	智慧化及 AI 化的確將取代部分勞動人力，此為所帶來相應之社會衝擊。同時，AI 也加速勞動市場兩極化，強者越強、弱者越弱。
負面衝擊發生時，應對負面衝擊之行動	應對負面衝擊的方式，請參考 3.3 物聯網應用推廣與教育。研華從物聯網人才培育著手，讓人力非 AI 或科技浪潮下的犧牲品，而是培育善用科技之人才，為社會帶來更多正面貢獻。同時，縮短學用落差、與學研機構共創產學商機、幫助全球人才市場及早培養未來人才。

重大主題名稱	請說明此重大主題對研華重要性
2025年的目標達成狀況	2025 年永續智能營收占比目標為 57%，實際成果為 61.9%
2026年目標	63% 營收來自銷售於永續用途的產品或解決方案。
2030年目標	67% 營收來自銷售於永續用途的產品或解決方案。
2025年度關鍵行動方案或計畫	■ 建立清楚永續產品研發、永續包材與設計發展藍圖及提高產品整合度。參考永續相關指標，將適用性高者納入研華既有綠色產品及相關營運活動規範，逐步提升永續性。 ■ 建立生態系合作夥伴，透過合作夥伴、供應鏈夥伴的價值與技術優勢，尤其針對產品碳足跡，需要與供應商深度合作諸如低碳物料、攜手降低供應商碳排放等。 ■ 持續關注國內外永續相關法規發展，及產品或解決方案相關永續指標、認證或技術發展，納入發展方向。 ■ 啟動永續原物料三項產品試行方案，探索再生塑料、再生金屬導入產品、永續包材之減碳績效，並量產化及樹立研華綠色企業的形象。
有效性評估	■ 定期檢視來自智慧能源管理方案、智慧工廠方案、智慧遠距醫療、智慧農業方案、智慧教育方案、智慧交通及智慧物流等的營收。 ■ 各事業群設有月度、季度、年度檢核機制以定期檢視戰略、計畫、庫存、營收、毛利、淨利率等營收狀況。 ■ 持續有定期會議檢核綠色產品進度，並制訂有年度目標，以了解綠色產品在四大面向之進展。
受到此重大議題影響的利害關係人及研華所採取的行動	在研華可能帶來的社會就業衝擊，研華採取的減緩措施為投入產業人才培育，諸如物聯網產學合作、物聯網產學實習專案、物聯網教育線上認證課程等。致力縮短學用落差，為世界帶來更多物聯網創新人才。相關物聯網產學教育內容，可參考 3.3 物聯網應用推廣與教育 。 來自投資人及客戶關切產品永續性的表現，研華也因此主動議和節能減碳實績、目標、路徑圖等，並將議和成果轉呈有關單位，納入諸如產品永續性之提升、加速產品碳足跡揭露等等。

研華自願性參考 EU Taxonomy 精進永續活動分類，揭露永續相關營收及支出，經計算，2025 年以歐盟永續分類報導框架之分類，對標該分類下的氣候變遷減緩指標、氣候變遷調適指標計算出永續智能解決方案營收占比為 61.9%。

表 3.1.1：2025 年研華永續智能解決方案參考歐盟永續分類報導之財務揭露

	營業收入		資本支出		營業費用	
總額 (貨幣：新台幣)	70,882,362K	100%	2,823,514K	100%	16,630,630K	100%
永續分類相關之經濟活動 金額（貨幣：新台幣）	43,906,353K	61.9%	1,748,957K	61.9%	10,301,439K	61.9%
永續分類不相關之經濟活動 金額（貨幣：新台幣）	26,976,009K	38.1%	1,074,557K	38.1%	6,329,191K	38.1%

註：資本支出及營業費用佔比系以營收佔比推估

亮點案例一：

智能科技注入公益血脈 - 研華攜手台北捐血中心打造數位服務新標竿



案例地點：台灣

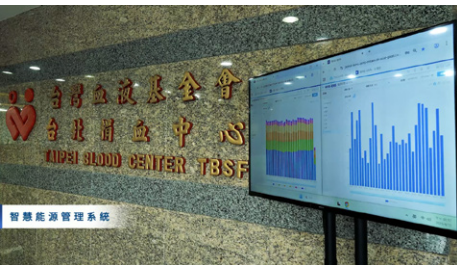
合作夥伴：台北捐血中心

研華協助台北捐血中心「從捐血人體驗到血液安全」的全流程優化，將 AIoT 技術植入台北捐血中心的三大場域：土城中央扶輪號捐血車、南海捐血室及中心愛心樓。



前端應用場景（捐血現場）：在捐血車與捐血室導入「自助取票叫號系統」與「雲端公播管理系統」。民眾只需插健保卡即可自助取票，系統同步連結後端血液管理系統（BMS）完成身分驗證，大幅取代過去繁瑣的人工訪談與手動查詢。

後端管理場景（中心大樓）：於愛心樓建置「智慧能源管理系統（iEMS）」與「冷鏈管理系統」。透過感測器 24 小時監控血液運輸廊道的溫濕度，確保血品活性；同時整合頂樓太陽能板數據，達成建築物能耗的可視化管理。



此專案有如下永續效益：

環境效益

- 能源管理可視化：整合各樓層電錶與頂樓太陽能板數據，追蹤電力分配至各樓層或設備的情況，避免不必要的能耗。
- 無紙化與數位化管理：透過雲端公播管理系統（UBX），管理者可以遠端更新衛教資訊，省去傳統使用 USB 隨身碟人工更新及往返各站點的交通排碳。
- 提升能源使用效率：利用 iEMS 系統清晰掌握設備能耗數據，有效優化電力配置，落實綠色永續使命。

社會效益

- 質化效益：
 1. 優化捐血流程與體驗：民眾插卡即可快速領號，等待環境也因數位公播系統而提供舒適的衛教與視聽體驗。
 2. 強化血液安全性：透過 LEO 溫濕度感測器進行全天候監測，確保血液從現場運輸到加工區皆維持在精準冷鏈範圍，維護血品有效性。
 3. 減輕醫護工作負擔：醫護人員透過 AIM 工業平板即可便利叫號或進行庫存盤點，避免車上車下往返費時，提升醫療作業效率。
- 量化效益：
 1. 提升服務即時性：雲端公播系統解決過去宣導影片需延遲 2 到 3 個月才能播出的痛點，現在僅需一名管理人員即可於遠端即時更新。
 2. 數據導向營運：系統即時統計各單位捐血人數紀錄，助力管理及資源配置優化。

延伸閱讀

- [研華攜手台北捐血中心導入 AIoT 提高效率](#)
- [落實公益！研華攜手台北捐血中心 AIoT 提升捐血效率與體驗](#)
- [《電週邊》捐血流程優化 研華加速智慧醫療落地](#)

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

亮點案例二：

LEO-L50 戶外資產管理裝置榮獲 2025 年 iF 設計獎與台灣精品雙獎肯定，助力船運公司開啟永續資產追蹤新時代



案例地點：台灣

合作夥伴產業：航運業

隨著全球航運產業積極推動數位轉型，航運公司正加速導入 AIoT 設備，運用物聯網 (IoT) 技術強化貨物運輸過程中的可視化管理能力。透過即時數據蒐集與分析，企業得以優化運輸路徑規劃、提升營運效率、降低資源浪費，並強化整體供應鏈韌性。

研華 LEO-L50 戶外資產管理裝置專為偏遠與嚴苛場域資產管理需求打造，整合即時定位追蹤、路線最佳化與太陽能綠色能源技術，協助企業降低能源消耗。其長效續航與低功耗設計，有助於減少碳排放並支援範疇三碳盤查管理，為航運與物流產業實現智慧化與低碳化轉型提供關鍵基礎。

LEO-L50 透過提升資產利用率與運輸透明度，協助企業在強化營運效率的同時，兼顧環境責任與永續發展目標，推動全球物流體系邁向更智慧、更綠色的未來。



此專案有如下效益：

環境效益	助力航運公司完成環保碳盤查範疇三需求 太陽能充電功能設計符合永續循環準則，研華並致力推動全球能源的零碳轉型，已成為 RE100 會員，針對全球供應鏈的移動，提出應對碳盤查範疇三的挑戰更有效的解決方案。透過即時的追蹤、大數據 AI 的行程規劃管理，可精準掌握移動資產。LEO-L50 強固可靠的設計 (IP67, -30 °C 至 80 °C, C1D2 認證)、智慧連網 (GNSS、Cat.1)、進階防盜提升 10%、提升資產使用率 25%，可協助船公司貨櫃與重要資產可視化追蹤，加速邁向淨零排放目標。
延伸閱讀	iF Award https://www.advantech.com/en/resources/news/advantech%E2%80%99s-two-new-products-win-2025-if-design-award-showcasing-smart-manufacturing-and-sustainable-logistics-innovations Taiwan Excellence Award https://www.advantech.com/en/resources/news/advantech%E2%80%99s-leo-l50-asset-management-device-wins-2025-taiwan-excellence-aw



關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

亮點案例三：

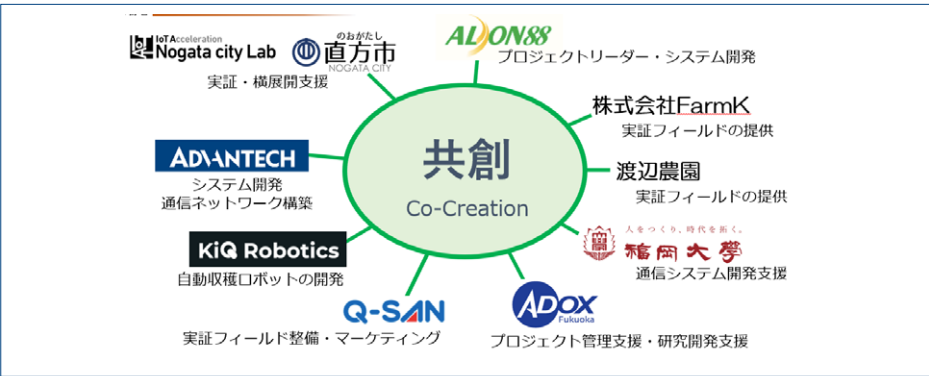
草莓新智造：日本溫室農業的 AI 自動化轉型



案例地點：日本

合作夥伴：Fukuoka University / Firm K Inc. / Watanabe Firm /Allion Systems Inc. / KiQ Robotics Inc. / QSAN Inc. / ADOX

由於出生率下降和人口老化，日本正面臨勞動力短缺問題。農業領域尤其如此。本專案旨在為溫室草莓種植者開發一套智慧農業系統（包括溫室環境視覺儀表板呈現、溫室設備自動化控制、可疑人員和害蟲檢測機制、自動採摘機器人），透過前述專案實踐以提高農業生產效率並節省勞動力。此專案已被列為國家級專案，並於 2025 年全面在 Nogata City 的草莓溫室種植行業中率先實施。目前，合作夥伴正致力於將此系統服務推廣至日本全國。



環境效益

- 利用低功耗廣域網路（LPWA，IEEE802.11ah / Wi-Fi HaLow）進行私人無線通信，與 LTE 相比，LPWA（IEEE802.11ah / Wi-Fi HaLow）可降低約 90% 的功耗。
- 透過監控和自動控制溫室環境，提升溫室設備運作並減少二氧化碳排放。實際績效諸如：有助於減少加熱器和二氧化碳供應設備的重油。預估每年可減少約 20% 的重油消耗。
- 透過遠端監控溫室環境，及防杜可疑人士入侵與害蟲檢。此應用可減少 80% 農場車輛巡邏次數，進而減少二氧化碳排放。

社會效益

- 透過遠端控制溫室環境和設備，並檢測可疑人員和害蟲，減輕人工勞動強度。與系統實施前相比，人工勞動強度降低了約 60%。
- 降低勞動成本：本專案旨在開發可從溫室內通道採摘草莓的自動採摘機器人，預計未來可將草莓採摘勞動強度降低約 70%。
- 有助於農民工作方式的改革及解放農民工時，以從事更有價值或影響力的農事業務或更多時間陪伴家人。
- 以精確及長時數據蒐集，數據資料可用於規畫或升級草莓種植技術及未來傳承。

延伸閱讀

- [総務省地域デジタル基盤活用推進事業（実証事業）](#)
- [福岡県知事といきいきトーク](#)
- [ちくらじお（ラジオ局）](#)

製品化 防犯・害獣対策ソリューション



検討中 いちご自動収穫ソリューション



關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

亮點案例四：

從智慧化到低碳永續，研華助力國巨成為製造轉型典範



案例地點：台灣

合作夥伴：國巨集團楠梓廠

國際趨勢瞬息萬變，對製造業來說，必須持續推動變革與轉型，才能從容應對外部環境變化所帶來的挑戰，維持市場競爭力的不墜。在這方面，被動元件大廠國巨一直是翹楚，其在高雄楠梓廠導入研華 WISE-IoT 多元解決方案，包括智慧製程及設備管理 iMachine 的 MachineUnite、智慧能源管理 iEMS 的 ECOWatch 與廠區電子看板應用 iVisionSuite 的 SignageCMS，推動工廠管理數位化、低碳化永續轉型，逐步將楠梓廠打造成為未來智慧製造的典範。



環境效益

- 導入 MachineUnite 為楠梓廠帶來 4 大效益：
1. 提高 OEE 與稼動率：以 ST 製程為例，2024 年第一季度的稼動率為 78%，在導入 MachineUnite 後，第二季至第四季的平均稼動率來到 88.5%。
 2. 減少設備故障的發生機率：MachineUnite 可以 24 小時監控設備狀態，當設備出現異常停機時，便會即時通知相關人員加以處理，故能減少設備故障次數、避免長時間或非預期停機的風險。
 3. 提升生產效率：MachineUnite 可以監控和分析整體設備效率（OEE）指標的變化，協助工廠管理者即時發現生產過程中的瓶頸並進行優化。
 4. 建立數據驅動決策的管理文化：MachineUnite 提供了詳細的數據報告，可以幫助管理層做出更精準的決策。

社會效益

以 MachineUnite 提供工廠管理效率之外，國巨亦迎合全球淨零碳排的趨勢，為楠梓廠導入 ECOWatch，藉此提高能源使用效率。期待透過 ECOWatch 蒐集與分析能源數據，可以進一步找出關鍵能耗設施，以及可以節能的空間與項目，並據此訂定合理有效的節能減碳措施和績效指標，將環境永續轉化為企業品牌的競爭力。

延伸閱讀

從智慧化到低碳永續，WISE-IoT 助力國巨成為製造轉型典範- 研華
<https://www.businessweekly.com.tw/business/indep/1005451>
https://www.youtube.com/watch?v=0NeBT_5O-q0&t=1s
From Intelligent to Low-Carbon — WISE-IoT Power- Advantech
<https://youtu.be/ksUM7iqsrMo>

3.2 創新機制



面對全球產業趨勢的迅速演進，以及永續轉型對企業帶來的新挑戰與機遇，研華自策略層面系統化導入「創新機制」，透過 IMAX-C、EBO、TSU、UCC 產學合作等多元方式，將組織創新、技術研發、商業模式拓展與生態夥伴共創緊密結合，進而加速新事業、新產品與新技術的孵化與落地。此機制亦在公司治理與營運規劃中充分展現「永續地球的智能推手」（Enabling an Intelligent Planet）的企業願景，積極回應市場需求與利害關係人的期待，同時打造兼具經濟效益、社會價值與環境貢獻的永續發展路徑。

重大主題名稱	此重大主題對研華重要性
創新機制	研華以「永續地球的智能推手」（Enabling an Intelligent Planet）作為公司願景，並在這個策略之下，系統性的投入產品與技術、商業創新，以及與生態夥伴共創共榮的機制。
管理策略	依據 2015 年所定義願景以及「AIoT 物聯網發展藍圖」，研華將 AIoT 定調為未來產業成長的引擎，並透過各種創新手段，將公司從工業電腦廠商轉型成為提供工業物聯網端到雲整體解決方案到技術供應商與服務商。研華目前對於產品、技術、事業、學界合作等，約包括三大類六個項目的創新機制。 2025 年研華決心成為 Edge Computing & Edge AI 領域的領導品牌，並在邊緣智慧系統、智慧能源、智慧製造、智慧醫療、智慧醫院五大領域引領全球的創新。創新機制鎖定產品、技術、事業、學界合作等面向進行發展。
政策或承諾	將創新管理由流程推動，再提升到企業發展的層級，並以此為新興商機發展的重要做法。策略性的將外部策略合作與共創（co-creation）的理念，對潛在的外部合作夥伴做積極溝通，促進創新提案的多元化與執行彈性，以掌握 AIoT 產業發展中的機會。
正面衝擊	創新推動是公司精益求精、長期經營的重要策略，同時也是投資技術與知識的展現，增加研發與開拓新事物的競爭能力。 對於 AIoT 應用的解決方案，代表了可以用更有效、成本更低的手段，去滿足各種工業與商業情境的需求，例如製程優化良率提升可減少浪費、降低能耗等正面影響。 對標到應用情境的創新方案，更可以直接解決是事業經營或使用者的困擾，例如自助結帳的物聯網系統，可以減輕產業人力不足問題，也幫助消費者完成更簡便的消費體驗。
負面衝擊	技術風險與失敗可能性，新技術或創新機制在導入過程中可能面臨技術失敗或市場接受度低的風險，造成資金和時間的浪費。 研華應對負面衝擊的做法如下： ■ 推動內部業務創新與新事業孵化： 3.2.2 創新產品與技術 ■ 成立技術核心委員會，推動技術共享與標準化： 3.2.2 創新產品與技術 ■ 推動開放式創新與產學合作： 3.2.1 業務創新與新興商業機會

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

重大主題名稱	此重大主題對研華重要性
2025年的目標達成狀況	2025 年目標 ■ 透過內部新興商機議題徵詢平台，蒐集 10-20 個提案，並啟動新商機管理機制，進一步進行相關市場調研、內外部資源集結、產品與商業模式開發。 ■ 學研以及新創企業的創新合作目標為 10 個計劃。 實績達成 ■ 透過內部新興商機議題徵詢平台，蒐集總計 24 個創新提案（含產學合作 11 題）。啟動新商機管理機制，進一步進行相關市場調研、內外部資源集結、產品與商業模式開發。 ■ 學研以及新創企業的創新合作達成學研以及新創企業的創新合作達成 15 個計畫（含產學合作 11 題）。 關鍵成就說明： ■ IMAX-C 等機制已運行多年，定期且系統化的針對創新產品與事業策略進行提案對話，以及在研發上進行部門的技術創新討論，為創新機制的基石。 ■ 啟動 EBO Quest 內部新商機發展機制，邀請外部專家分享技術與市場趨勢，並給予內部團隊提案建議，鼓勵內部團隊跳脫框架，發展新興事業商機。針對提案內容協助對接外部技術團隊與生態圈夥伴，同時投注內部資源，以協助內部新創團隊育成。2025 年共舉辦 2 次 EBO Quest 活動，執行新 13 個商機議題討論。 ■ 2025 年起，在已建立長期產學合作關係的陽明交通大學之外，與臺灣科技大學、臺北科技大學分別展開三年合作計畫，三校 2025 年總計發展 11 個產學合作案。 ■ 基於 2023 年 Vote for 2030 活動，於 2024 年成立 AS&R（Autonomous Systems & Robotics）事業群，並於 2025 年積極拓展生態圈夥伴，陸續發展機器人以及無人機專屬產品，以回應市場非紅供應鏈的需求。
2026年目標	■ 透過內部新興商機議題徵詢平台，蒐集 10-20 個提案，並啟動新商機管理機制，進一步進行相關市場調研、內外部資源集結、產品與商業模式開發。 ■ 學研以及新創企業的創新合作目標為 10 個計劃。
2030年目標	■ 持續投入創新機制，擴大質與量的目標。 ■ 連結產業中更多的生態系合作夥伴，建立強韌的創新與共創模式。
2030年度關鍵行動方案或計畫	■ 基於新興商機管理的既有機制與目標，具體導入資源並加速創新提案的育成。 ■ 加強與外部專家顧問的連結，針對新興的創新議題，有效分析其價值與可行性，在完整資訊與專家意見的指導下，完備執行面的資源考量與推動計劃。 ■ 透過內部新興商機議題徵詢平台引導企業內部創新文化 ■ 透過 AI 技術提升企業運營效率，優化資源使用，降低環境負擔。
有效性評估	研華對上述創新機制的成效，主要透過定期的內部檢討例會與外部驗證來評估，從事業群季度與年度營運審視，觀察新產品上市速度、營收成長與專利成果，並將檢討結果回饋至 IMAX-C、EBO、TSU 與產學合作計畫中，持續追蹤及優化技術與商業模式的成熟度；同時也參與重要國際獎項及產業競賽，以外部榮譽和市場口碑檢驗研華的創新水準，確保業務與技術創新的方向能真正帶來正面經濟、社會與環境效益。
受到此重大議題影響的利害關係人及研華所採取的行動	創新策略與方向，與董事會層級的 SDC（Sustainability Development Committee）決策連結；創新議案的評估，引入外部專精的學者與顧問；計劃的執行，則運用與新創企業、或學校研究機構的共創（co-creation），或生態系相關廠商的策略合作與投資。公司內部則橫向串聯投資單位、策略單位、創新管理、事業單位的產品與研發單位等，共同投入創新與共創的工作。

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

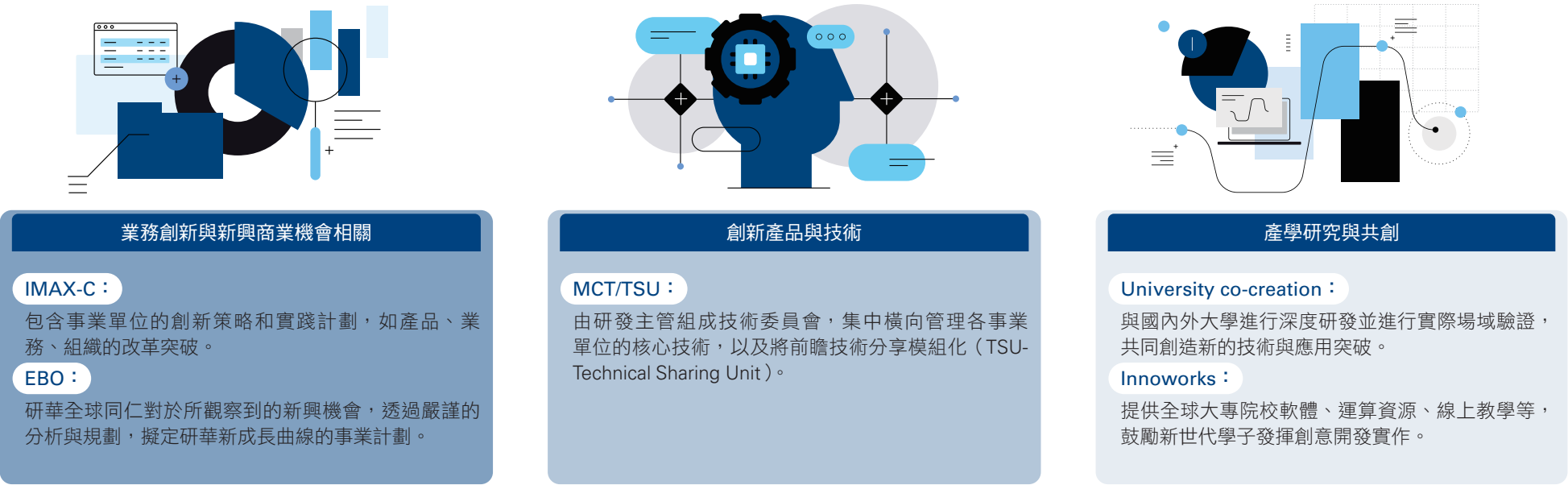
04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

研華的創新機制包括產品、技術、事業、學界合作等，皆由董事長及高階主管親自帶領，包括三大類、六個項目進行實踐：



研華的創新發展藍圖先透過 IMAX-C 機制為現有事業單位帶來創新及經營發展的構想，包含新組織的育成，與外部夥伴的連結，新產品及新服務的開發，以及收斂進行內部資源的整合等。另一端的 EBO 則是以市場成熟度低，或超出原事業範疇的新事業的角度來探索新商機、新市場、新技術，並育成這些新機會在研華的發展。TSU 在這些事業單位新產品、新事業創新的腳步下，扮演核心技術整合管理的角色。產學共創在藍圖發展的方向上，透過學研合作激盪出有新創意，包括新世代對於未來物聯網的想法以及產品概念，以利研華進入 AIoT 整合應用與服務，做先期的發想與探索。

此創新機制每年育成新事業單位及推出新產品，除獲獎外並創造卓越的業務成績，讓研華核心業務（Core business）透過主流趨勢及領先研發技術的創新增速成長。透過內部創新專案，檢視創新成效與趨勢、激勵創新產品發展，隨時調整產品策略。

創新的有效性管理

在推動創新機制時，應依據各機制所聚焦的議題屬性制定相應且精準的效益指標（KPI），透過明確定義目標（Objectives）、設定具體的達成條件（Success Criteria），並搭配有效的後續追蹤措施（Follow-up Actions），形成完整的績效管理制度，例如產學合作型創新機制可設定研究計畫數量，並明訂特定比例的成果須具備技術移轉或延續合作之條件；產品設計類創新則以國際工業設計獎項作為額外獎勵，並追蹤新產品於市場上市後之實際營收效益；新事業拓展（EBO）機制則設置由高階主管組成之指導委員會（Executive Committee），針對創新事業的規劃與商業模式提供實質的策略支援，並定期追蹤事業單位的市場拓展與業務成長績效，以確保創新措施之最大效益與競爭優勢的實現。

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

3.2.1 業務創新與新興商業機會

IMAX-C

目標

研華以 Business Unit 的方式建構組織，包含專注策略及產品研發的 SBU (Strategic Business Unit)、以及專注銷售及區域發展的 RBU (Regional Business Unit)，一同推動經營管理的運作，其中透過 IMAX-C 機制為 SBU 帶來創新及經營發展的構想，I 代表 incubation，新組織的育成；M, A 分別代表 M&A 和 Alliance，是與外部夥伴的連結；X 代表 X-Product，新產品及新服務的開發；-C 代表 Convergence & Consolidation，進行內部資源的整合以避免重複的產品或單位。

作法

由各 SBU 產品單位依據事業層級及專注市場 bottom-up 提出 IMAX-C 的提案，並從每個單一產品線 (Product Line)、集結多個產品線的產品部 (Product Division)、多個產品部組成的事業群 (Business Group)，分層收斂整合，成為 SBU 整體創新及經營之策略方針。

在產品單位提出 IMAX-C 創新行動後，連結研華內部多個單位，針對產品服務創新、商業模式創新、及組織創新共同進行研究分析及討論。決策定案後將接續啟動 SBU 之 ABP (Annual Business Plan) 年度商務推進計劃，成為 SBU 持續成長及發展的基石。

成果

2025 年，研華持續透過 IMAX-C 創新流程推動各事業單位之策略規劃，聚焦人工智慧 (AI)、邊緣運算 (Edge Computing) 與智慧機器人等關鍵技術與市場趨勢。透過跨事業單位的協作與創新整合，布局相對應的 Edge AI 平台與高效能運算架構。此外，針對 Edge AI 開發者建構 WISE-Edge Developer Architecture (WEDA)，以降低技術整合門檻並加速智慧應用於實體場域落地。同時，研華持續深化與晶片、軟體夥伴及系統整合商的生態系合作，共同創造智慧製造、醫療、智慧物流與機器人等各產業更具價值的解決方案。

EBO (Emerging Business Opportunity) 新興商機發展

目標

研華依循「利基事業部群聚」成長模式，以願景推動核心經營目標，專注產業並集中經營策略。於 2023 年，進一步擴大原 EBO (Emerging Business Opportunity) 新興商機提案管理機制，集結內部創新孵化、外部投資、產學/新創共創等機制，形成新興商機發展機制，目標為發掘研華核心事業以外的創新事業機會、驗證新興商務模式及技術可行性，以拓展事業版圖並追求企業的永續成長。

作法

2025 年，研華基於 2023 年的「Vote for 2030」全球票選活動，持續發展新興商機議題，包括生成式人工智慧 (GenAI) 產業應用方案、產業機器人技術、綠能與儲能解決方案、數位醫療科技、機器視覺應用、工業無線通訊等六大前瞻主題。每個主題經過深入的市場調研及戰略評估後，形成具體的商務計劃，並提交至高階主管組成的 CPM (Corporate Project Meeting) 進行策略審議，確認內部資源配置與外部投資規劃，視商機成熟度評估是否成立專門孵化中心 (Incubation Center) 或進一步成立新的事業單位 (Business Unit, BU) 進行市場佈局。

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

■ GenAI 產業應用方案

為降低產業導入 GenAI 技術的門檻，研華推出 Edge Agent，透過拖拉式、節點化介面，讓使用者無需編碼即可快速建構 AI Pipeline，大幅縮短開發與部署時程並降低導入成本。此設計使具備場域經驗的一線人員也能參與 AI 應用開發，促進人才培育與技能升級，並透過模組化與標準化流程，減少重複開發與資源浪費，有助於提升能源使用效率與降低間接碳排放。同時，視覺化且可追溯的流程架構提升 AI 應用的透明度與可管理性，強化風險控管與內部治理機制。

亮點專案

Edge Agent – 無程式碼 GenAI 流程建置工具



這套系統不只能無縫整合各種影像來源，讓影像分析快速上線，同時也支援將文字即時轉換為語音，搭配自動提示功能，讓使用者在現場即可即時獲得系統回饋。更重要的是，系統內建 RAG 與上下文學習等 AI 優化工具，能直接串接企業內部文件、操作經驗與即時資料，大幅降低 GenAI 模型訓練與調校的門檻，讓 GenAI 不再只是實驗，而能快速落地應用。此方案已成功導入研華智慧工廠，將原本約 6 個月的 AI 部署時程大幅縮短至 3 週，顯著加快 GenAI 技術的應用速度與實際效益。



成果

■ 產業機器人

為因應全球機器人應用蓬勃發展，研華於 2024 年成立 AS&R（Autonomous Systems & Robotics）事業群，在 2025 年除了持續聚焦於 AGV（自動引導車）、AMR（自主移動機器人）及大型產業用無人載具（如：農業機具、慢速自走車）的多元應用場景。同時號召晶片、感測與軟體等機器人產業鏈夥伴，共同致力 AI 驅動機器人創新，打造靈活且 ROS（Robot Operating System）兼容的機器人解決方案。透過生態合作、標準化與參與開發者社群等三大策略方針，實現更智能、安全且跨產業適用的自動化未來。

亮點專案

研華 x NVIDIA 聯手打造機器人控制器



研華以 NVIDIA Jetson Thor 模組打造 ASR-A702 與 AFE-A702 機器人控制器，結合 Robotic Suite、Isaac ROS/Sim 與 Holoscan，即插即用並支援即時感知與超低延遲數據流，加速整合與部署。硬體具時間同步、ESD 保護、抗震設計與 OTA 升級，確保智慧物流、服務型機器人及關鍵任務無人應用的穩定性與安全性。

■ 研華AS&R智能自主系統與機器人應用夥伴高峰論壇



關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

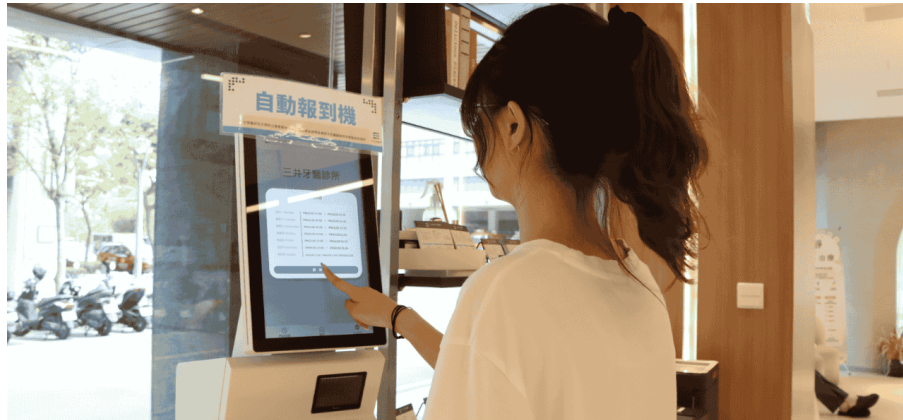
■ 數位醫療

研華 SIoT（服務物聯網）事業部深耕智慧醫療多年，2025 年宣佈因應全球醫療產業因 AI 掀起結構性變革，以「平台賦能者」為核心定位，整合邊緣運算、可視化設備、智能推車與綠色設計，打造未來五年的智慧醫療藍圖，並鎖定五大關鍵領域推動 AI 應用落地。

- 提升護理效率的解決方案，結合智能推車、流程優化與電子給藥管理
- 以資通訊技術驅動的智慧手術室，透過顯示技術、影像串流與邊緣 AI 提升手術室協作
- 為既有醫療設備加入邊緣運算與 AI 能力，使傳統設備可被整合與升級
- 建立清晰分類的醫療 AI 基礎設施，依運算能力、模型需求提供不同級別的邊緣平台
- 醫院基礎設施，包括智能能源管理與綠色設計，協助醫院達成永續目標。

亮點專案

科技與管理協調並進，打造兼具效率與人本的診療體驗



截至 2024 年底，臺灣診所數量已突破 2 萬 3 千間，智慧醫療已從大型醫院延伸至診所。林口三井牙科院導入研華智慧自助掛號繳費機系統，透過數位化流程強化診所管理與風險控管。

延伸閱讀：[三井牙科導入研華診所自助掛號繳費機](#)

■ 綠能與儲能方案

研華 2025 年以碳管理、能源管理、智慧設施管理、綠電、空調空壓 AI 控制節能、生成式 AI 應用等 6 大主軸，透過 iEMS 智慧能源管理解決方案及產業邊緣 AI 應用，目標以 AI 助力企業低碳化、數位化雙軸永續轉型。

亮點方案

iEMS 助力國巨成為製造轉型典範



被動元件龍頭國巨於 2025 年正式在其高雄楠梓廠區部署研華 iEMS 的 ECOWatch 智慧能源方案。該系統透過數據化的採集與深度分析，精準鎖定廠內的高能耗熱點並挖掘潛在的節能空間。國巨藉此建立起具備科學依據的減碳措施與績優指標（KPI），成功將環境永續目標轉化為提升品牌長期競爭力的核心動能。



■ 國巨楠梓廠設備效率 (OEE) 管理看板

資料 / 圖片引用自商周 2025/3/27 報導 – 智慧 + 低碳永續轉型 研華助攻台灣企業永續經營

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

機器視覺

隨著高階視覺應用的發展，研華積極導入 AI 影像辨識技術，並攜手生態圈夥伴共創，打造整合硬體、軟體與服務的智能檢測方案。

亮點專案
與偲健合作，共同建立韌性供應與品牌信任



偲健科技與研華科技深化長期戰略合作，從硬體整合跨向生態系共創。研華透過挹注早期資金與技術資源，成為偲健在邊緣 AI 領域推進市場的重要推手。雙方採取「軟硬一體」的銷售模式，將 AI 軟體套件預裝於 GPU 伺服器及工業電腦中，為客戶提供即購即用的完整解決方案。



2025 台北國際自動化工業大展研華X偲健

工業無線通訊

2025 年，研華在工業無線通訊領域持續推動高速、低延遲與高可靠性的無線技術發展，包含與國際合作夥伴共同開發工業級 Wi-Fi 7 模組與部署驗證方法、融合私有 5G 與 OT 安全解決方案、以及透過合作生態展示多樣化的工業連網設備，以加速工業物聯網與智慧製造的應用落地。

亮點專案
攜手推出 WiFi 7 模組驗證方法



研華透過自動化測試加速 WiFi 7 法規符合性，系統針對多天線、多串流與漫遊切換等關鍵場景進行驗證，確保工廠、醫院與公共設施等環境下的安全與可靠性。同時，一體化測試流程具透明可追溯特性，強化風險控管與企業治理，確保高品質產品穩健落地。



研華x Rohde & Schwarz合作「符合標準且可立即部署」的工業級Wi-Fi 7模組驗證方法

3.2.2 創新產品與技術

TSU

目標

由研發高階主管成立「新進技術委員會」(MCT – Meeting of Corp. Technology and Engineering)，透過橫向整合管理各事業單位核心技術，以超前布局方式推動研華前瞻技術共享模組 (TSU- Technical Sharing Unit)。聚焦三大策略重點，包括：推動研發數位轉型、建立跨 SBG (Strategic Business Group) 技術共享 IP (Intellectual Property) 平台，以及打造核心技術管理的協作平台。

作法

設立 Share TSU 分享互通機制，將隸屬各事業群的研發團隊，透過橫向的串聯和互通將各自核心技術串聯發揮綜效。議題分為 “Engineering” 著重 TSU 研發擴大與突破，包含 IP Sharing 模組共享；以及 “Innovation”，專注於先進技術研究，發展前瞻性議題，讓各事業群共創完整設計，縮短研發時程，賦能產品創新力。

成果

研華每雙月召開 MCT 研發技術委員會，由研發高階主管主持，針對三大面向技術策略議題長期推行，請見下表：

● MCT/TSU 技術策略議題

建立 MCT/TSU 橫向協作與技術分享運作機制

■ 以 MCT (Meeting of Corp. Technology and Engineering) 作為跨事業單位的技術治理與對齊平台，並結合 TSU (Technical Sharing Unit) 推動「工程實務 (Engineering)」與「創新議題 (Innovation)」雙軸分享。

■ 建立跨事業群的技術互通與回饋機制，讓研發 know-how、失效經驗、設計規範與技術路線能快速擴散與重用。

2025 成果

■ 形成可持續運作的跨單位技術協作平台，提升跨團隊協作效率與決策對齊速度。

■ 加速前瞻議題的共識建立與技術資源串聯，強化研發數位化與知識管理的落地。

推動「智能選料與零件發展藍圖」

■ 制定「智能選料與零件發展藍圖」，導入主流用料推薦與料件策略一致化，支援產品設計輸入與量產導入。

■ 以規模化用料與共用策略，降低供應鏈波動風險並提升採購效率。

2025 成果

■ 提升產品規格與量產準確度 (設計 / 採購 / 量產用料一致性提升)，強化客戶信任。

■ 透過集中用料與規模化使用，促進採購成本下降與供應穩定性提升。

導入 GenAI / AI Bug Solution

■ 將 GenAI 應用於新產品開發流程，對齊目標市場需求與 TTM (Time to Market) 管理。

■ 導入 AI Bug Solution，強化「問題預測 → 自動化彙整 → 解法建議」的閉環，降低重工與反覆測試成本。

2025 成果

■ 研發效率提升，開發時程可縮短 2 個月以上 (依專案條件與導入成熟度而定)。

■ 透過 AI Bug & Solution、Datasheet AI Agent 與 PCB Layout AI Checker，將跨部門 Bug review 由 5-10 小時縮短至約 3 分鐘，並將線路圖檢查正確性提升至 90-95%，有效減少 RD 測試時間與重複修正，提高設計品質與問題解決速度。

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

3.3 物聯網應用推廣與教育

以物聯網領導品牌資源，推動產學共創，縮短學用落差

研華在產學合作機制之下，透過注入產業資源，發展「三大主軸」培育物聯網人才、縮短產學落差；透過「產學共創 Co-Creation」價值鏈的經營，串聯學術界、研華內部員工與產業生態鏈夥伴，一同打造應用及解決方案，引導思考結合研華本業核心能力與資源為社會產生貢獻，使物聯網產業更蓬勃發展，並提供學界研究導入產業開發的可能性，創造更多就業機會。

物聯網與教育結合研華核心本業優勢

基於設備智聯、數位學生、工業大數據分析和人工智慧等領先技術，提供 WISE-IoTSuite 平台因應不同領域及產業需求彈性搭載，攜手合作夥伴共創物聯網產業新價值，共建開放包容生態圈。

響應研華共創（Co-Creation）商業模式

研華以共創（Co-creation）的概念，致力推動 AIoT 物聯網發展 的三階段成長動能，目前已從第一階段的硬體創新、第二階段積極推進物聯網平台經營，整合 IT、OT、Cloud、AI 等各種科技，打造物聯網雲平台「WISE-IoTSuite」，並逐漸發展至第三階段「AIoT 物聯網方案開發及生態系拓展」，串接更多領域需求，提供整合性的 AIoT 物聯網解決方案。研華鼓勵內部產品與服務發展團隊一同加入產學共創（Co-Creation）打造優質應用服務，建構研華於產業物聯網之生態系。

目標與願景

以「人才培育」、「開放式創新」及「學用接軌」為三大推動主軸，與全球策略區域之重點大學發展合作關係，目標培育物聯網及邊緣運算產業關鍵人才，並成為產業創新的孵化中心。

學用接軌

推動共創（Co-Creation）生態系，鏈結學校研發能量與產業技術發展需求，透過「產學專案合作」再「結合企業實習之產學碩博士生」到「移轉業界」進一步孵化創新與人才

■ 產學計劃

研華每年以物聯網關鍵發展趨勢與主要大學進行主題式合作，以其鏈結產業實務需求與學研能量，推動創新落地，並透過 Inside-out & Outside-in 兩種模式創造產學合作之良性循環。

- **Inside-out**：以內部技術發展路線圖對應學校 AIoT 研發計劃。以企業出題之模式深度鏈結市場需求與學校研發能量，並結合研華內外（客戶）實際場域，進行物聯網創新應用之前期開發驗證（Proof of concept, POC），推動產學成果產品與市場化。
- **Outside-In**：盤點具產品化潛力之大學實驗室研發計劃與能量，將外部創新議題鏈結內部產品化能量。以外部創新激盪內部新產品、新技術開發規劃路線圖，或進一步成為企業開發新事業單位之重要創新來源。

■ 研華自 2015 年於陽明交通大學建立智慧系統研究中心，已累積逾 68 項專案。2025 年共媒合 6 案產學計畫，議題包含散熱技術、電路圖中 OCP（Over-Current Protection）設計的檢核機制、軟體層 container 開發、邊緣設備上的 VLM 優化等產業關鍵技術。

■ 研華為擴大與國內產學能量的鏈結，2025 年與臺灣科技大學、臺北科技大學分別啟動為期三年的產學合作計畫。

- 與北科大成立「研華－北科聯合研發與育才中心」，聚焦邊緣運算、人工智慧及物聯網等多元應用與技術領域，並與北科大前瞻技術研究總部及人工智慧研究總中心合作，組成跨域研究團隊，共同解決產業痛點與技術瓶頸。

（媒體報導：北科大攜手研華 推動 AI、邊緣運算人才培育）

- 與臺科大產學創新學院合作，鎖定人工智慧、物聯網、資訊安全管理、能源與公共事業等關鍵領域，組成跨領域研究團隊，解決產業議題。

（媒體報導：研華投資台科大 展開 3 年創新應用產學合作）

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

【亮點】

跨團隊發展電路圖 AI Agent 檢核系統，實現內外部技術交流，人才培育



本專案架構完整且規模龐大，依據各合作教師之研究專長，規劃三項子計畫，分別由陽明交通大學、國立臺灣科技大學及國立臺北科技大學三組團隊執行。專案期間透過定期召開跨團隊協作會議，強化研究成果與技術進展之交流，使參與成員除深入理解各子計畫內容外，亦能全面掌握整體專案方向與多元研究視角，進一步落實跨團隊知識共享與協同合作，發揮整體研發綜效。

- **環境面：**電路板自動檢核系統透過導入 AI 與自動化技術，於設計與驗證階段即及早辨識潛在缺陷，有效降低重工、報廢與材料浪費，減少研發與製造過程中的能源消耗與間接碳排放，同時提升產品設計品質與可靠度，延長電子產品使用年限，降低電子廢棄物產生，整體有助於提升資源使用效率，支持企業推動節能減碳、循環經濟與環境永續發展目標。



- **社會面：**提供學術界參與前瞻技術開發的機會，透過產學合作推動智慧製造與綠色科技人才培育。
- **治理面：**企業透過與學術機構的合作，可降低研發風險、提升設計驗證效率，確保產品符合全球綠色標準。

人才培育

產業 Domain Knowhow 與跨領域的產業應用為物聯網人才培育關鍵，因此研華積極建立 AIoT Academy 線上學習平台，未來亦將結合各區域認證中心，培育物聯網關鍵人才同時也佈局教育應用市場。(更多 AIoT Academy 內容請見第六章物聯網教育與產學共創)

為縮短產學落差，研華持續深化與台灣指標性大學的合作，針對產業需求設計實務導向的研究命題，與學界攜手推動技術發展。同時，研華也規劃學生實習計畫，讓學生透過實務操作累積產業經驗，成為具備即戰力的物聯網人才，進一步促進產業技術創新，強化產業與學術的連結，推動物聯網生態系全面發展。(更多 AIoT Innworks 內容請見第六章物聯網教育與產學共創)

專題實作 AIoT Innworks

研華透過提供線上教育與認證資源、物聯網平台及業師資源，招募對於物聯網有興趣的同學組隊，應用研華平台開發物聯網創新應用，除了培育物聯人才外，也幫助目標群體探索物聯網潛在創新應用。(更多 AIoT Innworks 內容請見第六章物聯網教育與產學共創)

3.4 客戶與夥伴共創



重大主題名稱	請說明此重大主題對研華重要性		
客戶與夥伴共創	研華為全球物聯網領導廠商，致力於提供卓越的產品與服務。客戶滿意度直接影響公司品牌價值、長期市場競爭力及客戶黏著度，並涉及利害關係人（如員工、客戶、股東及合作夥伴）的利益，打造透明、高效且具韌性的客戶關係管理典範。客戶滿意度與夥伴生態圈的經營，是研華核心競爭力的數位神經中樞。透過 AI 技術賦能與數據治理，研華不僅積極提升營運穩定性，更與夥伴共創長期永續價值，以穩健的數位競爭力回應環境與社會挑戰，有效提升物聯網產業整體共創能力。		
管理策略	一、全球戰略整合 ■ 深化全球轉型藍圖：持續擴展數位轉型範疇，將全球營運體系（如東南亞與澳洲地區）納入統一管理平台，落實跨區域、跨職能的整合經營目標。 ■ 打破資訊孤島：透過核心 CRM 與售後服務系統的深度靠齊，建立以「客戶」為中心的資料庫生態系，確保全球資料共享的即時性與透明度。	三、生態圈夥伴價值共創 ■ 推動夥伴關係管理（PRM）平台制度化：持續建置並優化夥伴關係管理平台，系統化串聯訂單、合約與行銷預算管理，提升通路治理的透明度與責信機制。 ■ 精進經銷體系管理：將客戶與經銷商視為夥伴，透過共創機制共同經營市場，並提供多元的線上培訓與數位化工具以強化合作競爭力。	五、客戶服務品質與滿意度 ■ 提升服務回應效率：建立全球統一的案件處理流程，確保跨時區、跨層級的協作無縫接軌，致力於縮短案件處理時間。 ■ 優化反饋機制：透過官方網站與數位入口的滿意度調查，結合 AI 分析與內部溝通串聯，即時掌握客戶需求並針對低分項目啟動跨單位優化流程。透過客戶滿意度調查與 AI 分析以及內部溝通串聯提升回應速度。改善客戶反饋機制包含：（1）降低客戶不滿風險：透過數據收集，及時調整產品與服務。（2）提升服務品質：強化技術支持團隊，提供客製化解決方案。（3）強化內部競爭機制：未來評估舉辦 RBU 客戶滿意度評比，提高內部服務意識。 ■ 人才賦能與專業支持：強化技術支持團隊，透過 AI 承擔重複性工作，讓專業人才專注於創造性與客製化的解決方案，提升服務深度。
	二、AI 驅動與智慧賦能 ■ 推動智慧決策：以 AI 為核心，將技術落地於「客戶洞察」、「銷售賦能」與「數據民主化」三大場景，打造人機協作的高效環境。 ■ 轉型利潤中心：利用 AI 商機分析模型從技術諮詢中識別潛在商機，將客戶服務由被動支持轉為主動驅動營收增長的核心引擎。	四、數據治理與隱私安全 ■ 建構韌性資安防護網：全面啟動多因子認證（MFA）並落實嚴謹的身份驗證機制，確保全球客戶資產的安全性。 ■ 落實國際數據標準：導入智能驗證機制，將全球資料統一轉化為 E.164 國際標準格式，確保數據治理的高品質與合規性。 ■ 完善隱私保護：承諾持續強化資訊防護需求，確保客戶隱私在數位旅程中的各個節點均受到完善保護。	六、物聯網本業之永續投資 ■ 專注核心發展：研華承諾深耕物聯網（IoT）領域，持續投資物聯網平台及 Edge AI 解決方案，推動產業數位轉型與綠色升級。
政策或承諾	研華承諾維持高水準客戶服務，並持續監測客戶滿意度指標，以提升客戶體驗並確保公司永續經營。		
正面衝擊	■ 品牌忠誠度提升，確保市場競爭優勢。	■ 利害關係人信心增強，提升市場信任。	■ 透過 ESG 透明報告制度，提升企業社會責任形象。
負面衝擊	■ 客戶滿意度低落可能影響企業聲譽。	■ 市場流失風險提升，影響公司營收。	■ 服務不佳可能引發客戶投訴與合規風險與商譽減損。

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

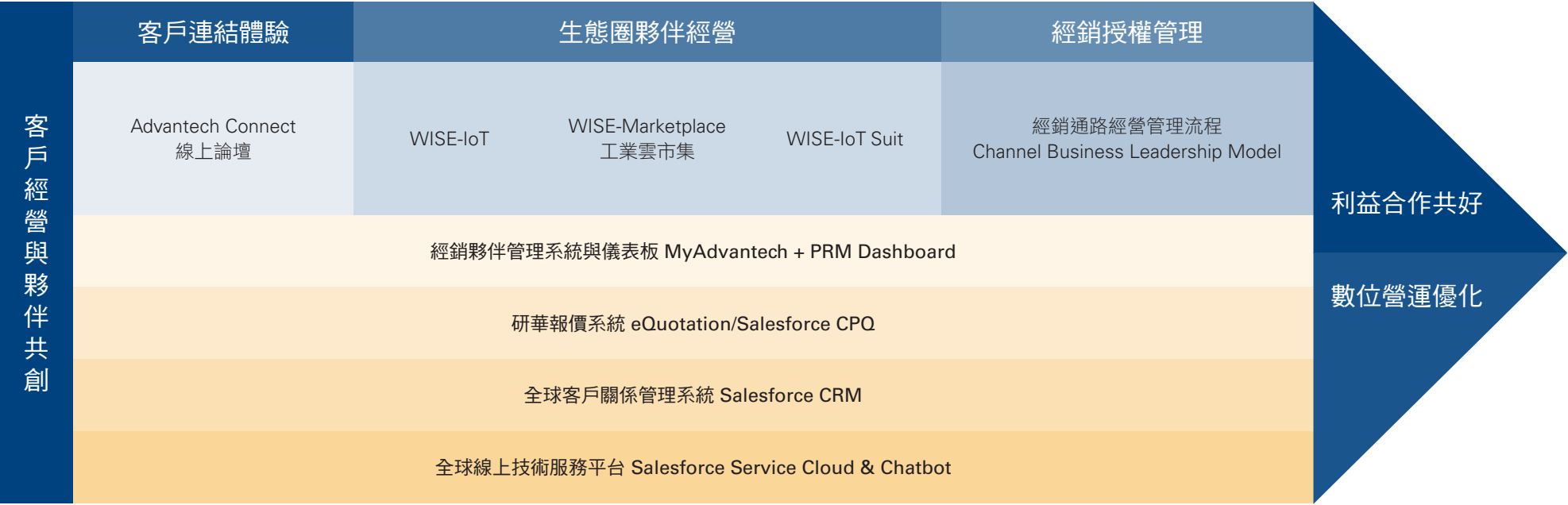
重大主題名稱	請說明此重大主題對研華重要性			
負面衝擊發生時，應對負面衝擊之行動	■ 針對客戶滿意度低落 1. 依據《S-002 管理程序》啟動 TQRDC 五構面深度診斷。 2. 建立 VIP（KA）專屬服務機制，透過深度訪談精準捕捉關鍵痛點。	■ 針對市場流失風險提升 1. 強化供應鏈風險預警與安全庫存管理，確保產品交付之韌性。 2. 將客戶經驗數據整合至知識管理平台，優化相似機種之設計規範。	■ 針對服務不佳與投訴 1. 落實 CAPA（矯正與預防措施）機制，並確保改善完成率達 100%。 2. 透過數位化系統（QFS/RMA）進行數據追蹤，實現全生命週期的品質閉環管理。	
2025 年的目標達成狀況	■ 客戶滿意度：抽樣之客戶營收占總營收比 84.00（%）、客戶滿意度評分平均 91.55 分。 ■ 數位服務升級： - 成功將東南亞與澳洲納入 Salesforce 管理。 - 完成 15 個售後服務團隊系統遷移，實現服務不中斷。 - PRM Dashboard Phase 1 正式上線，強化通路治理透明度。 ■ 量化指標達成： - 客戶滿意度：官方網站與數位入口平均滿意度達 4.053 分（五分量表）。 - AI 應用成效：產出 50 篇高品質 AI 生成文章；官網 AI 產品推薦系統覆蓋率達 100%，轉換率 5.41%。 - 商機轉換：Chatbot AI 模型成功識別並轉換 799 個高潛力 Leads。	■ 平台參與度提升：MyAdvantech 平台不重複登入人次達 4,607 人，其中有 408 人完成線上下單。 ■ 數位通路營收成長：線上營收（Online Revenues）佔比提升至 20.6%，較 2024 年持續增長。 ■ 通路治理制度化：PRM（夥伴關係管理）Dashboard 第一階段功能於 2025 年第四季正式上線，實現訂單、報價與專案資訊的系統化串聯。 ■ 合約管理電子化：歐洲區成功透過 e-Contract 功能完成約 75 份電子合約簽署，大幅減少溝通成本。 ■ 數位平台流量：官方網站全年累計造訪達 4,517,244 人次，並成功轉化 28,916 名新會員。 ■ COMPUTEX 整合行銷：2025 年展會期間，品牌館吸引超過 2.5 萬名訪客，線上直播總觀看數更突破 20 萬次。	■ 全球展會效益：全年參與 94 場國際展會，平均每場取得近 400 筆商機，單筆商機成本（\$96 美元）遠低於市場平均水準。 ■ 即時互動升級：2025 年 7 月導入即時對話（Live Chat）機制，至年底已累計完成 5,104 筆服務對話。 ■ 全球體系整合：成功將東南亞與澳洲地區納入 Salesforce 管理範疇，進一步落實「ONE Advantech」戰略。 ■ 服務流程革命：帶領全球超過 15 個售後服務團隊完成系統搬遷至 Service Cloud，案件平均處理時間縮短 25%。 ■ AI 實質獲利：透過 AI 商機分析模型，成功從技術諮詢中轉換 799 個 Leads，帶動獲利營收。 ■ 人機協作轉型：Chatbot 搬遷後，近 70% 的線上諮詢由 AI 智能助理初步處理，確保 24 小時服務不中斷。	
2026 年目標	客戶滿意度調查： ■ 抽樣之客戶營收占總營收比 85（%）以上 ■ 客戶滿意度評分平均 90 分以上 ■ 建立 VIP（KA）客戶滿意度收集 / 拜訪機制（3 家客戶） 數位服務升級： ■ SDR Agent 導入：正式引進智能業務開發代表機制，自動化初步篩選商機，縮短轉化週期。期待從半人工分派、至半自動分派、再進一步為全自動分派。 ■ Customer Insights Agent 升級：結合 Perplexity 與內部數據，自動產出高維度客戶分析畫像，將更多維度資料與客戶數位活動歷史足跡有效呈現於業務面前。 ■ SF 生態系新區域導入：導入 Advantech China 使用 Salesforce 生態系（Sales Cloud），強化 RBU 資料與資訊整合連動。Advantech InterCon 加入 Marketing Cloud、ASEAN 區域則加入 Marketing Cloud 與 Service Cloud 服務。			

關於研華科技
經營者的話
01 永續願景與目標
02 公司經營與治理
03 創新與服務
3.1 永續智能解決方案
3.2 創新機制
3.3 物聯網應用推廣與教育
3.4 客戶與夥伴共創
04 綠色營運
05 員工關係與人才培育
06 利他與社會共益
附錄

重大主題名稱	請說明此重大主題對研華重要性		
2030 年目標	經銷商經營： 全球經銷渠道之整體營收將持續擴展、目標突破美金 650 百萬或 CAGR 超過 10%；重點發展行業專注領域的經銷夥伴與尊選經銷夥伴，兩者營收貢獻與數量佔比皆超過五成。	數位服務升級： 將供應鏈管理導入 Salesforce 一環，並整合前線作業與備貨管理等關鍵流程，實現訂單處理、庫存監控和物流管理的即時數位化與透明化，預期提升運營效率，同時降低資源浪費和碳排放，進而落實環境保護與公司治理的目標。在 CRM 中全面實現客戶 360° 視角，整合各系統和互動數據，讓業務團隊能夠全方位了解客戶需求，提供更精準與個性化的服務。此舉不僅能夠促進客戶滿意度提升，還在數據透明與決策優化上為研華在公司治理層面提供堅實支撐。	客戶滿意度調查： ■ 抽樣之客戶營收占總營收比 85（%）以上、客戶滿意度評分平均 91 分以上。 ■ 建立全球客戶滿意度標竿機制，確保長期競爭力。 ■ 深化 ESG 承諾，確保透明與永續客戶服務。
2025 年度關鍵行動方案或計畫	■ SDR Agent 導入：正式引進智能業務開發代表機制，自動化初步篩選商機，縮短轉化週期。 ■ Customer Insights Agent：結合 Perplexity 與內部數據，精準建構多維度的客戶輪廓，將資料彙整時間由小時級縮短至分鐘級。	■ SCM 導向需求預測：建立基於 Customer 360 的數位治理體系，強化營運規劃嚴謹度，減少庫存積壓。 ■ AI 內容建置引擎：導入 GEO（生成式搜尋優化）策略，解決內容產出痛點並提升品牌權威度。	客戶滿意度： ■ 以 EDM 頁面形式透過 Mailbee 系統，數據分析即時改善。 ■ 優化供應鏈管理，確保產品交付準時性。 ■ 強化客戶關懷機制，設立 VIP（KA）專屬服務。
有效性評估	■ 營運效率提升：透過 Service Cloud 整合，案件處理效率提升。 ■ 數據民主化：讓業務人員能透過自然語言直接查詢 ERP 複雜數據，降低技術門檻。	■ 實質經濟貢獻：AI 應用不僅優化體驗，更直接驅動營收增長，驗證數位工具作為營運核心引擎的價值。 ■ 透過客戶滿意度每年的分數，評估客戶滿意度改善幅度。	■ 客戶滿意度調查的結果與改善行動紀錄，依 <Q-005 管理責任溝通與審查程序> 於每年會在管理評審上進行審查，設立定期內部稽核機制，確保服務標準落實，並提供 ESG office 進行永續報告書撰寫。 ■ 未來評估透過外部機構進行獨立審查，驗證客戶滿意度管理效能。
受到此重大議題影響的利害關係人及研華所採取的行動	■ 員工：提升服務訓練與客戶滿意度 KPI 追蹤。 ■ 客戶：建立即時客戶服務系統，提高回應效率。 ■ 供應商及承攬商：提升產品交付透明度，確保客戶需求滿足。 ■ 股東與投資機構：透過 ESG 年報揭露客戶滿意度提升行動方案。 ■ 政府 / 公協會 / 媒體：回應相關查詢並提供永續服務報告。		

3.4.1 客戶與夥伴共創

3.4.1.0 生態圈夥伴經營



促進創新	增強競爭優勢	拓展市場與商機	資源整合與風險分擔	助力永續發展	提升品牌形象與信任
■ 集合不同領域的專業知識，透過資源共享，激發創新想法與技術突破。 ■ 加速產品研發與商業模式創新，提高市場競爭力。	■ 建立穩定且互利的生態圈，有效應對快速變化的市場需求與挑戰。 ■ 與夥伴協同合作，提升供應鏈效率，降低運營成本。	■ 透過合作進入新市場或細分領域，實現業務多元化。 ■ 開發更多場景應用與服務，創造增量收益來源。	■ 整合資金、技術與人力等關鍵資源，透過生態圈價值共享分散經營風險，降低單一企業承擔壓力，提升整體營運穩定性。 ■ 透過 PRM 管理儀表板制度化與可視化營運資訊，提升通路治理透明度、內控品質與風險管理能力，作為公司治理與永續經營的重要數位基礎。	■ 協同夥伴推動環境、社會與治理（ESG）目標，共創永續價值。 ■ 透過共創模式解決行業共性問題，如碳減排或循環經濟實踐。	■ 展現企業與夥伴共同追求長期價值的責任感，增強市場信任與認可。 ■ 強化在生態圈中的角色定位，鞏固行業領導地位。

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

創新投資

研華長期在物聯網領域致力於創新事業的探索投資，以戰略合作、直接投資或間接透過外部區域物聯網基金，支持台灣、日本、中國、歐洲、美國等地的新興事業與新創公司，透過戰略合作協議及投資來連結技術、產品、市場拓展等，培育各區域物聯網生態夥伴的聯合發展。

物聯網投資領域



物聯網基金投資方面，除了既有專項基金（Dedicated Fund）投資外，研華再攜手更多具備產業洞察的投資夥伴，參與如中國的美的資本、日本的 Global Brain 等基金投資，鎖定 Edge AI and Computing、智能裝備、智能製造等關鍵領域，進行早期新創投資，積極探索集團未來的長期事業發展機會。

直接投資方面，在智能空間、智慧建築及節能行業，增投孵化新創公司研奇智聯，持續賦能成為解決方案提供商；智慧醫療領域，直接投資晉弘科技，攜手打造 AI 醫療影像解決方案，案例如運用 AI 技術來強化視網膜斷層掃描技術。

成果展示

受贊助單位	支持領域	支持效益或共創模式
AAM 創業者共創平台基金會	智慧醫療、智慧製造、智慧零售與智慧農業	與中華電信合作，以產業命題與輔導方式招募共 11 家新創公司，並實際與 6 家公司進行共創方案的討論。
Garage+	工業務聯網與產業 AI 應用	支持 Epoch School 辦理大學生創業家精神培育練，總計招募 87 名大學生、辦理 20 場工作坊及訓練活動、100+ 場次一對一諮詢。
潘文淵物聯網創新應用獎	工業物聯網	共招募 13 隊物聯網應用之新創 / 學校團隊，並實際遴選出物聯網應用之創新團隊；以獎金、產業業師、實際輔導該技術產業化之應用。

亮點案例一：

AAMA AIoT 企業共創計畫



為促進 AIoT 產業生態系發展，研華科技與中華電信、創業者共創平台基金會（AAMA）合作共同推動 AAMA AIoT 共創計畫。2025 年參與之新創聚焦於邊緣 AI（Edge AI）與生成式 AI（Generative AI）等技術，產業面應用涵蓋醫療、製造、零售與農業等領域。透過遴選機制發掘具潛力的新創團隊，共同探索 AIoT 應用、開發方案並拓展市場。

案例二：

潘文淵文教基金會頒獎，表揚研究傑出科技人才



研華科技長期支持潘文淵文教基金會，獎勵國內外電子、資訊、通訊等傑出華裔科技研究與產業應用。2025 年物聯網創新應用獎由財團法人工業技術研究院中分院組成之團隊獲獎。該團隊致力於球場端影像系統之建立，透過高速攝影機拍攝比賽中棒球球體與球員的動作，結合電腦視覺演算法，建立影響數據分析平台，實現 3D 軌跡、動作重建及比賽數據分析。



2025年度潘文淵文教基金會四大獎項聯合頒獎典禮合照

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

3.4.2 客戶關係、經銷商與通路管理

全球客戶關係管理系統

研華持續深化全球數位轉型藍圖，繼美、歐、亞太及拉美等地區成功佈建 Salesforce 後，2025 年正式將東南亞與澳洲納入 Salesforce 管理範疇，使全球營運體系更趨完整，進一步實踐「ONE Advantech」的整合目標。在公司治理與數據安全層面，研華展現更為積極且嚴謹的落實機制。為因應全球化的資訊防護需求，我們透過 Salesforce 全面啟動多因子認證，在提升系統靈活度的同時，建構更具韌性的資安防護網，確保全球客戶資產的安全與合規。CRM 系統現已成為業務服務的數位神經中樞；透過下述專案規劃，研華正結合 AI 技術發展與數位生態圈的建置，致力於打造透明、高效且具永續性的客戶關係管理典範，以穩健的數位競爭力回應環境與社會的長期挑戰。

全球客戶關係管理系統 - C360 + CDP Agent

研華持續深化 Customer 360 規劃，目前已全面完成 ERP 與報價系統的數據整合，在 Salesforce 平台建立起堅實的數據利基。透過資料中心化，業務與管理團隊能即時透視客戶關鍵指標，包括由 ERP 自動運算的 RFM 模型、平均轉單率、折扣率及成交天數；同時，針對通路夥伴（Channel Partner）建立專屬指標，如特殊折扣金額佔比與夥伴折扣趨勢，有效落實資源節約與精準治理。

在此數據沃土上，今年我們進一步導入 CDP Agent，帶領業務模式從「數據整合」跨越至「智慧賦能」。CDP Agent 的應用實現了雙維度的價值轉變：首先是「效率革命」，AI 能自動摘要客戶背景、產業應用與即時動態，並提供透明的引用來源，將過往需手動於搜尋引擎彙整資料的時間從小時級縮短至分鐘級，解決了中小客戶掌握度不足的痛點。其次是「決策升級」，AI 透過分析市場趨勢預測「潛在成長空間」，能主動提醒業務特定產業的技術轉型需求，並精準匹配產品組合。這項變革讓業務團隊成功從被動接單轉向主動創造商機，以數位智慧驅動企業的永續競爭力。

全球客戶關係管理系統 - AI 應用情境與工具

以 AI 驅動智能決策，深化數據價值為進一步提升 CRM 平台的智能應用，研華以「Customer Insights Agent」為核心，導入生成式 AI 技術。透過整合 CRM、ERP

與外部網路資訊，我們將 AI 應用落地於「客戶洞察」、「銷售賦能」與「數據民主化」三大場景，旨在打造人機協作的高效工作環境，落實企業數位轉型與永續經營的承諾。

■ Customer Insights Agent：全網數據整合，構建精準客戶輪廓

面對碎片化的市場資訊，傳統業務需耗時手動蒐集資料。我們開發 Customer Insights Agent，結合 Perplexity 搜尋引擎與內部 CRM 數據，自動化產出高維度的客戶分析。

■ Gen AI 銷售賦能：人機協作，優化溝通效率

為解決業務團隊每日高頻率的陌生開發信件撰寫痛點，我們導入 Gen AI 輔助內容生成，實現「AI 構建架構（80%）+ 人工潤飾細節（20%）」的高效協作模式。

■ 智能數據撈取：打破技術門檻，落實數據民主化

為降低業務人員獲取數據的技術門檻，減少對行政人員的依賴，我們透過自然語言處理技術，讓使用者能以對話方式直接查詢 ERP 複雜數據。

ESG	關鍵效益說明
 環境	數位化減碳 精準的 AI 預測與客戶篩選減少了無效的物理拜訪與差旅碳足跡；高度數位化的作業流程進一步推動無紙化辦公環境。
 社會	員工賦能與滿意度 透過 AI 承擔重複性高、附加價值低的資料蒐集工作（如手動撈單、寫信），讓員工能專注於創造性與策略性的工作，提升工作成就感與滿意度。
 公司治理	數據透明與合規 將散落在 Outlook、個人電腦中的資訊統一納入平台管理，打破數據孤島；AI 統一生成的銷售論述亦確保了公司對外合規性與品牌形象的一致性。

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

全球客戶關係管理系統 - SDR

為進一步優化全球銷售動能並極大化數據價值，研華於 2025 年正式導入智能業務開發代表（SDR Agent）機制。透過 Salesforce 與 AI 技術的深度整合，SDR 團隊能精準分析潛在客戶需求，並在業務前端進行高效篩選與初步開發，確保每一筆商機皆能獲得最即時、專業的響應。這項轉型不僅縮短了從「初次接觸」到「實際轉化」的週期，更驗證了研華在不同區域市場建立標準化自動開發流程的決心。我們結合 AI 預測模型，讓 SDR 能專注於高價值的客戶互動，提升資訊流動的透明度與準確度。此舉標誌著研華已將數位工具從單純的數據管理，進化為主動驅動營收增長與數位賦能的核心引擎。

全球客戶關係管理系統 - 資料安全與隱私保護、Phone Number Verification

為進一步優化全球客戶數據的準確性並深化隱私保護，研華預計於 2026 年 6 月正式上線「智能電話驗證機制」。此機制旨在從源頭提升數據治理品質，透過自動化的全球格式識別與即時驗證技術，確保 CRM 系統內聯絡資訊的真實性與有效性。該項技術不僅能早期修正無效數據，更具備自動偵測國碼功能，將全球資料統一轉化為 E.164 國際標準格式。高品質的精準數據將直接賦能 Service Cloud 平台，顯著提升全球服務的響應速度與聯繫可靠度。

全球客戶關係管理系統 - SCM-Oriented Demand Forecasting

為落實供應鏈韌性並提升全球資源配置效率，研華於 2025 年 11 月推動以 SCM 為導向的需求預測系統，成功建構出基於 Customer 360 視角的數位治理體系。此系統透過即時的營收洞察與商機追蹤機制，能精準辨識潛在趨勢並分析預測缺口，進而強化營運規劃的嚴謹度。在產能配置方面，研華依據產品需求優先等級進行動態資源調度，確保資源精準投入於高價值產線，從源頭減少庫存積壓與資源耗損。這不僅大幅提升了營運敏捷性，更落實了精準生產與永續經營的長期治理目標。

經銷商管理平台

MyAdvantech / PRM 2025 年使用情況與量化指標

MyAdvantech（下方簡稱 MyA）此一研華經銷商管理平台自創建以來，已累積大量研華內部同仁與經銷商使用者，使用者可在 MyA 下單、查看庫存與價格資訊，並追蹤訂單狀態等。2025 年，MyA 經銷商登入使用 MyA 的不重複人次為 4,607 人、經銷商透過 MyA 下單的人數則為 408 人。此外，PRM（Partner Relationship Management）相關模組的使用功能如下：2025 年透過建置於 Salesforce 的「歐洲經銷商電子合約簽章功能」完成簽署的電子合約共有約 75 份；而建置於 MyA 的 Channel Dashboard 則提供已簽約之經銷商如：合約、訂單、產品、付款狀況和 Project 等五大面向的資訊。

經銷商管理平台 - Online Customer / Online Revenue

Online Customers

	2023	2024	2025
% of total customers using your online services solutions/sales platform	27.9	15	9

Online Revenues

	2023	2024	2025
% of revenues generated online (e.g. through direct sales, advertising, etc.)	14.8	19.4	20.6

經銷商管理 Dashboard 與日常管理實務進化

為深化通路治理與企業永續經營，研華持續推動 PRM（Partner Relationship Management）Dashboard 平台建置，作為強化客戶、經銷商與通路管理透明度的重要數位基礎。該平台已於 2025 年第四季正式上線 Phase 1 功能，系統化串聯訂單、報價、專案、產品組合與合約管理等核心資料，有效消弭跨系統與跨區域的資訊落差，建立一致、可追溯且即時更新的合作視角。2026 年將持續推動 Phase 2 導入，包含獎勵計畫模組與行銷預算管理等功能，將成為研華整合全球通路營運與夥伴協作的關鍵管理機制。

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

PRM 平台不僅支援夥伴績效與營運指標的可視化管理，也有助於即時辨識潛在風險、提升內控品質與合規效率，強化研華在通路治理上的責信機制。透過數據化、制度化的合作架構，研華得以更精準地進行資源配置與長期規劃，並與夥伴建立以信任、透明與共同目標為基礎的合作關係。此一平台的導入，進一步落實研華在治理、責任與永續發展面向的承諾，推動通路經營由交易導向邁向長期價值共創。

經銷商管理平台 - 合約與簽章電子化管理

2025 年，團隊持續投入於經銷商管理平台的功能優化，而經銷商年度合約的簽章電子化管理便是其中之一。先前，團隊以歐洲作為合約電子簽章的試行區域，進行功能與商務流程的初探；歐洲合約電子化的功能也在近年日益完善與成熟，不僅確保資料即時串接，系統更可自動依照業務人員所填寫的欄位選擇合約模板並生成合約檔案，更加入合約預覽與自動存檔等功能，以利業務人員再次確認合約內容的正確性，同時減少過往經銷商、業務同仁與總部管理人員之間多次且來回的溝通成本、大幅提升效率。

2026 年，團隊啟動此功能的拓展計畫，藉由 MyAdvantech 既有龐大的內外部使用者數量，進一步擴大此平台的影響力與效益。該功能已於 2026 年 1 月中下旬率先在台灣與韓國正式上線，後續預計會再進一步拓展經銷商合約電子簽章功能至更多區域。

官方網站

2025 年使用情況與量化指標

官方網站於 2025 年累積活躍使用者人數為 4,517,244，顯示官方數位平台已成為外部用戶取得產品與服務資訊之主要管道。透過官方網站導流與註冊機制，全年共成功轉化 28,916 名會員，有效提升客戶關係管理基礎與後續服務的觸及率。

此外，為即時回應使用者需求並提升數位互動體驗，研華於 2025 年 7 月正式導入即時對話（Live Chat）機制，截至年底累計完成 5,104 筆對話紀錄，強化雙向溝通效率與服務可近性。

上述數位指標反映研華持續透過數位化服務，提升資訊透明度、客戶參與度與服務可及性，作為推動數位永續與良好治理的重要基礎。

COMPUTEX 與客戶深度互動

研華於 2025 年重返 COMPUTEX 台北國際電腦展，以「Edge Computing & WISE-Edge in Action」為核心主軸，打造一系列以客戶參與及深度交流為導向的整合活動。研華透過實體交流、數位互動與全球直播串聯，與產業夥伴及客戶展開多層次對話。

Edge Computing & WISE-Edge in Action Conference 2025

論壇以產業領袖觀點為核心，現場匯聚超過千位產業專家與客戶代表，共同探討邊緣運算落地應用與未來布局。透過實體交流與線上同步直播，全球觀看超過一萬五千觀看數，讓產業觀點突破場域限制，擴大與全球客戶的即時互動與影響力。

Branding Pavilion

品牌館以三大主軸、十項展示主題，呈現 AI 邊緣運算的多元解決方案。展期間吸引超過兩萬五千名訪客到場體驗。透過技術展示、現場解說與合作夥伴共創內容，讓參觀者不只是「觀看」，更能實際參與並理解應用場景。

Live Stream × 24 Sessions

展期共規劃 24 場線上主題座談，將展場交流延伸至全球觀眾。直播總觀看次數超過 20 萬觀看數，累積觀看時數 4,700 小時。

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

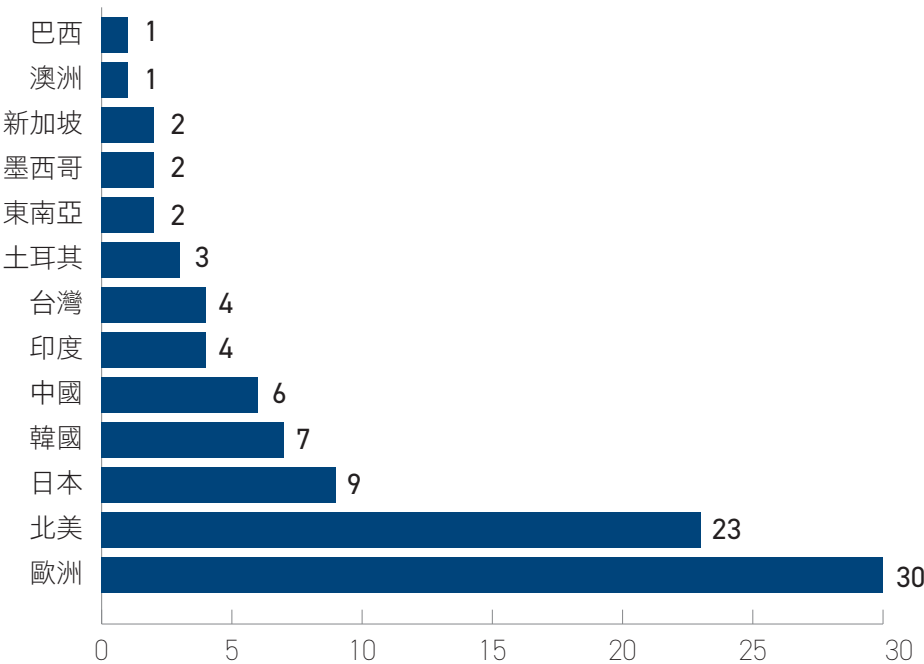
06 利他與社會共益

附錄

2025 年全球展會報告

全球展會是研華科技推動永續治理的重要實踐場域，也是促進產業綠色轉型與永續價值交流的關鍵平台。透過參與國際展覽，公司不僅展示節能、高效與低碳的 Edge AI 與智慧應用解決方案，更藉由與全球客戶、合作夥伴及產業鏈互動，深化永續理念的交流與落實。展會同時讓企業能即時掌握各地市場需求與法規趨勢，進一步推動負責任的創新、優化供應鏈管理，並提升品牌透明度與信任度，將 ESG 目標轉化為具體的商業成果與長期競爭力。

然而，展會向來是行銷活動中資源投入較高的一環。研究^(*)指出，每筆展會商機的平均取得成本約為 811 美元。儘管投入不低，但在 B2B 市場中，透過面對面互動建立關係，往往能獲得品質更高、轉換潛力更強的商機，相較於純線上管

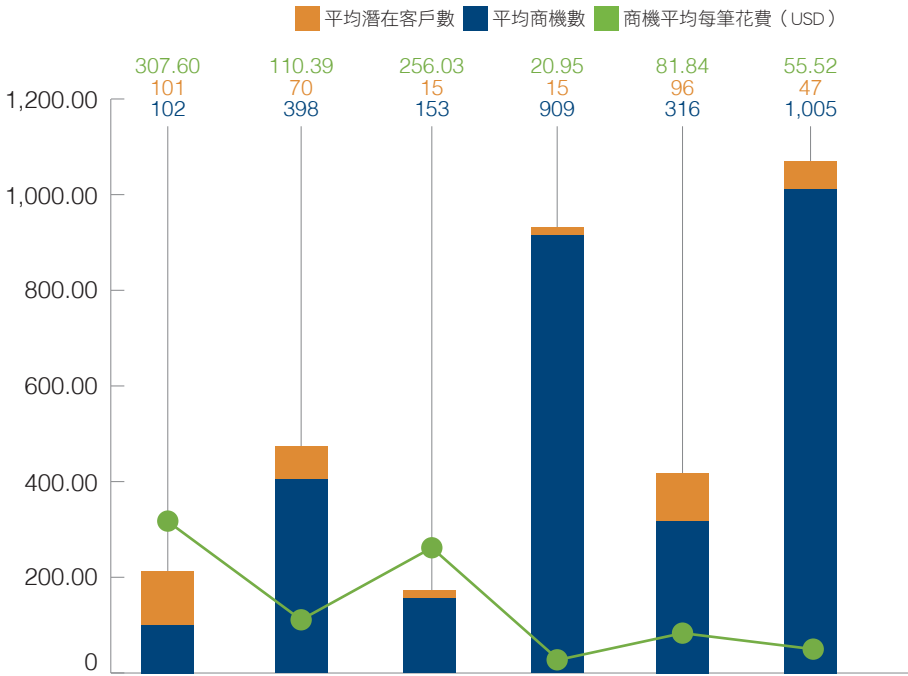


* 註：<https://www.amraandelma.com/cost-per-lead-statistics/>

全球展會分佈

道，具備更高的長期經營價值。因此，透過精準策略與有效管理，展會亦可成為兼顧資源效率與永續價值的重要投資。

隨著 AI 應用日趨成熟，今年各大展會已可見大量落地的人工智慧解決方案。身為 Edge AI Computing 的重要領導者，研華科技於 2025 年積極參與全球 94 場國際展會，主要集中於歐洲、北美與日本市場。整體而言，每場展會平均取得近 400 筆商機，每筆成本約為 96 美元（低於研究^(*)中 811 美元節省了 88%），其中約 60 筆為高價值潛在客戶，顯示透過策略性布局與永續導向的展會管理，不僅能提升行銷效率，也能同時支持企業的永續治理目標。



* 註：<https://www.amraandelma.com/cost-per-lead-statistics/>

全球展會商機表現及花費

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

網站與全球客戶互動之 AI 實例

一、官方網站 AI 智慧產品推薦系統

2025 年於官方網站全面導入 AI 產品推薦引擎，旨在透過數據驅動的邏輯優化客戶搜尋路徑，縮短決策時間。該系統針對不同產品線屬性，彈性配置「相似產品（Similar Items）」與「組合推薦（Bundle Sets）」等多元邏輯，確保全球客戶在探索複雜產品規格時，能獲得高度相關的延伸建議，提升客戶找到準確產品的效率。

- 導入時程：2025/07
- 全球官網產品頁覆蓋率：100%
- 綜合點擊率（CTR）：3.63%（結算至 2025/12/31）
- 推薦產品轉換率（點擊後進行詢價之比例）：2.94%（結算至 2025/12/31）
- 應用價值：透過 100% 的全面覆蓋，確保全球客戶皆能享有一致的數位引導體驗，有效將數據流量轉化為實質商機意向，強化數位銷售漏斗的前端效能。

二、AI 內容建置引擎：領先佈局 GEO 與精準選題策略

因應生成式 AI 崛起帶來的搜尋範式轉移，我們於 2025 年 7 月導入「AI 內容建置引擎」，不僅優化傳統搜尋引擎排名（SEO），更領先佈局生成式搜尋優化（GEO）。此系統旨在解決事業群在內容產出上的核心痛點：包含選題缺乏數據支持、難以精準媒合客戶搜尋意圖，以及部分區域同仁資源較匱乏等問題。透過此自動化 workflow，優化內容結構與觀點深度、降低產出專業內容的門檻，同時確保每一篇產出內容皆能精準回應潛在客戶的詢問意圖，以及品牌在 AI 答覆中具備高權威度。

- 技術架構與工具：
 - 意圖分析與選題：整合 DataForSEO 數據，分析關鍵字之流量潛力與競爭者態勢，協助排除經驗導向的選題偏差，精準鎖定具備高商業價值的關鍵字詞。
 - 人機協作生成：運用 Copy.ai 與 Perplexity 定義品牌語調與核心論述，並由 Claude 輔助生成篇價值性文章。
 - 自動化治理：透過 Make 平台串接全流程，並設定兩次人工檢核點，確保內容符合商業策略與品牌一致性。
- 導入成效與創新價值：
 - 導入時程：2025/07 測試後正式釋出予事業群使用。
 - 內容產出成果：已產出並發布 50 篇深度高品質文章，有效提升網站資訊的豐富度。

3.4.3 客戶滿意度調查

一、治理架構與制度建置

- 研華依據《S-002 客戶服務與滿意管理程序》建立制度化之客戶滿意度管理機制，並納入公司營運治理架構。
- 客戶滿意度結果由各區域事業單位（RBU）定期檢討，並於高階主管會議中審視趨勢與風險，作為營運改善與資源配置依據。
- 客戶滿意度指標已納入各事業單位績效管理機制，與年度營運目標連結。

二、調查範圍與覆蓋率

2025 年研華針對全球有銷售訂單客戶進行抽樣調查，涵蓋：

- | | |
|--------|------|
| ■ 中國大陸 | ■ 台灣 |
| ■ 北美 | ■ 韓國 |
| ■ 歐洲 | ■ 日本 |

調查家數：17,368 家客戶，營收覆蓋率：84%，相較 2020 年 16.98% 覆蓋率，顯著提升。2020 年與 2025 兩年營收覆蓋率的顯著差異源於：2020 年是以銷售 KA 客戶為發送物件統計營收覆蓋率；自 2022~2025 年，則調整為以全公司銷售客戶為發送對象統計營收覆蓋率。

三、調查方法與評估模型

採用 TQRDC 五構面評估模型：

- 技術能力（Technology）
- 產品品質（Quality）
- 回應效率（Responsiveness）
- 交付效率（Delivery）
- 成本與定價（Cost）

調查方式包含：

1. 線上與實體問卷量化評分
2. 關鍵客戶深度訪談
3. 參考第三方市場評比資料
4. 每年一次全面調查，並設年度檢討機制

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

四、2025 年績效結果

- 1. 2025 年整體滿意度：91.55 分
- 2. 五大構面平均分數（滿分 5 分）：

項目	產品品質	交付品質	銷售服務與定價	技術服務	售後服務
平均得分（滿分為 5 分）	4.61	4.61	4.51	4.57	4.60

各構面皆高於 4.5 分，整體維持 90 分以上水準。雖 2025 年受全球供應鏈波動與儲存裝置價格變動影響，銷售與定價構面略為下降，但整體客戶信任度仍維持穩定。

五、近五年滿意度趨勢（2020–2025）

年度	2020	2021	2022	2023	2024	2025
滿意度（分）	95.16	94.83	92.66	93.16	93.15	91.55
抽樣之客戶營收占總營收比（%）	16.98	17.45	60.76	76.73	81.37	84.00

*2025 年營收占比統計以去年 12~ 來年 11 月營收為依據

六、2025 年滿意度略微下降說明

2025 年整體客戶滿意度較前一年度略為下降，主要原因包括：

- 1. 全球供應鏈仍受地緣政治與物流波動影響，交期穩定性面臨挑戰；
- 2. 儲存裝置與部分關鍵零組件市場價格波動，影響銷售與定價構面評價；
- 3. 部分區域市場需求放緩，客戶對價格競爭力敏感度提升。

儘管面臨外部市場環境波動，研華整體滿意度仍維持 90 分以上水準，顯示核心產品品質與技術服務能力持續獲得客戶信任。

針對分數波動項目，公司已啟動跨部門改善措施，包括：

- 強化供應鏈風險管理與安全庫存機制；
- 優化價格透明度與報價流程；
- 提升區域交付預測準確度；
- 加強關鍵客戶溝通與回饋機制。

透過上述措施，預期 2026 年相關構面表現將逐步改善並回升。

七、改善機制（PDCA 閉環管理）

研華透過 PDCA 循環機制持續改善：

- Plan：分析區域差異與低分構面
- Do：啟動專案改善計畫
- Check：季度追蹤趨勢
- Act：標準化成功改善方案

若構面分數低於內部設定門檻，須提出改善計畫並追蹤完成率。

八、未來目標

- 維持整體滿意度 ≥ 90 分
- 各構面提升至 ≥ 4.5 分
- 提升調查覆蓋率 ≥ 85%
- 低於門檻構面改善完成率達 100%

透過數據化管理與閉環改善機制，持續提升客戶滿意度與品牌忠誠度。

九、其他客戶關係管理及維護：

■ 將客戶回饋納入產品與服務開發流程

研華透過多元且制度化的管道，系統性地蒐集並整合客戶回饋，並將相關資訊有效導入產品與服務開發流程。客戶回饋來源包含業務、AE/FAE 於專案與技術支援過程中蒐集的實務意見、QPM 定期執行的客戶滿意度調查，以及來自品質系統（如 QFS、RMA、AE Remine 系統）的品質與服務數據。

上述回饋資訊會依性質分類，分別回饋至產品規劃、研發、品質與供應鏈等相關單位，作為產品設計優化、規格調整、製程改善與服務流程精進的依據。針對具共通性或高風險的議題，QPM 亦會透過跨部門會議機制進行檢討與追蹤，確保改善措施能實際落實。

此外，研華亦運用數據分析與內部知識管理工具，彙整歷史客戶回饋與問題趨勢，作為新產品開發與相似機種設計時的重要參考依據，持續強化產品品質與整體客戶體驗。由於研華主要採 B2B 商業模式，客戶以企業法人為主，故部分直接面向消費者之服務議題（如特殊消費者服務機制）之適用性較低；惟公司仍依客戶需求提供友善、即時且專業之服務支援。

■ 產品處理與服務投訴流程

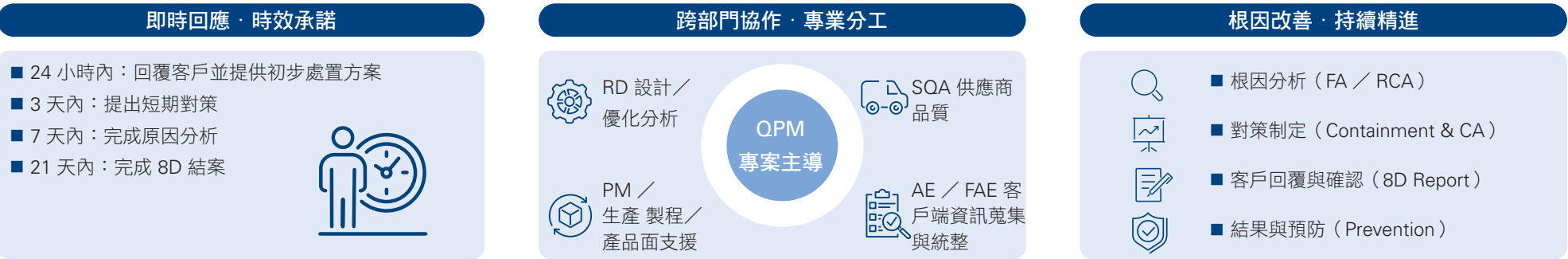
研華已建立完整且制度化的產品處理與客戶投訴管理流程，並納入公司整體品質管理系統中運作。所有客戶投訴與產品異常案件，皆依既定流程由相關單位受理；於接獲客戶投訴後，將主動向客戶確認已收到其反映事項，並說明公司後續處理流程與對應窗口，確保雙方資訊一致。後續透過系統化平台進行案件登錄、分類、追蹤與分析，必要時會到客戶現場進行面對面協助處理，確保問題能被即時回應並有效控管。

此外，如客戶無特別要求者，研華客訴處理時效依內部程序管理，包含 3 個工作日內完成暫時性防止對策、7 個工作日內完成原因分析、21 個工作日內完成矯正措施報告，以提升問題處理效率與客戶滿意度。

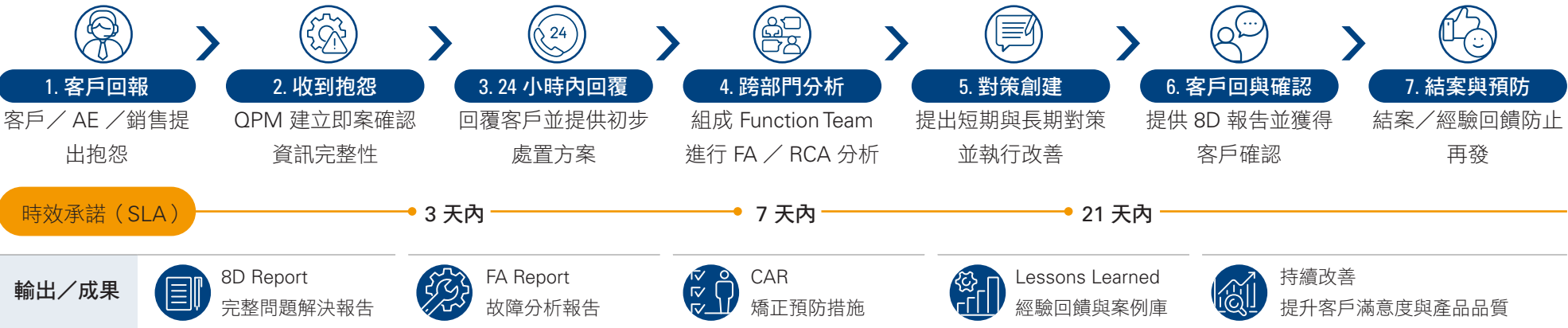
案件處理過程中，品質、研發、製造、供應鏈與業務等單位將依問題性質進行跨部門協作，針對根本原因執行分析，並提出相應的矯正與預防措施（CAPA）。對於重大或重複性問題，亦會啟動專案管理機制，由 QPM 統籌追蹤改善進度與成效。

研華客戶申訴處理、品質改善及持續改善機制，已納入公司整體品質管理系統運作，並符合 ISO 9001、ISO 13485、AS9100 等國際管理系統要求。每年度由第三方驗證機構執行定期外部稽核與換證審查時，皆會針對公司品質改善機制之有效性、矯正預防措施（CAPA）執行成效、客戶抱怨處理流程、問題再發防止措施，以及持續改善成果進行查核與確認，以確保制度持續有效運作並符合國際標準要求。透過年度外部稽核機制，研華持續強化客戶服務品質、問題處理效率及整體營運管理成熟度。

快速回應・跨部門協作・根因改善・防止再發



客戶抱怨處理流程



客戶抱怨處理機制與流程

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

官方網站端與客戶入口端點滿意度

我們以客戶體驗為核心，於官方網站與客戶數位入口導入滿意度調查機制，透過五分量表即時掌握客戶在數位旅程各關鍵節點的使用感受。針對低於 3 分的回饋，我們主動蒐集客戶建議，並啟動跨單位優化流程，確保問題在既定時程內獲得改善，並由業務團隊持續追蹤成效。

2025 年度調查共回收 47,707 筆客戶意見，整體平均滿意度達 4.053 分，且 4 分以上滿意度比例達 100%，充分展現客戶對我們數位服務品質的高度肯定。未來，我們將持續精進數位入口體驗，打造更直覺、高效且具互動性的線上服務環境，為客戶創造更高價值的數位體驗。

3.4.4 客戶服務

全球線上技術服務平台

在數位轉型的浪潮中，研華瞭解完善的「客戶資料治理」是提升服務韌性的關鍵。2025 年，我們致力於將全球售後服務體系與公司核心 CRM 系統進行深度整合，旨在打造一個以「客戶」為中心的資料庫生態系。透過打破系統藩籬，我們成功將工單資料與客戶資料進行一對一關聯，實現跨部門資料共享的即時性與透明度。此舉不僅強化了內部協作效率，更確保每一位客戶的需求都能在第一時間被精準識別與回應，具體落實以數據驅動服務優化的承諾。

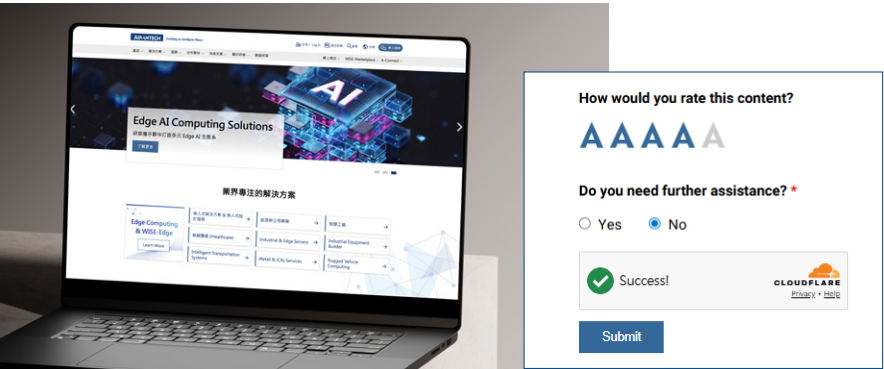
基於上述策略目標，研華於 2025 年帶領全球超過 15 個售後服務團隊從 Zendesk 全面搬遷至 Salesforce Service Cloud，成功完成系統間的平行轉移。此項遷移不單是工具的轉換，更是售後服務流程的全面再升級。在搬遷過程中，專案團隊透過嚴謹的風險控管與階段性測試，確保全球近 150 位應用工程師實現服務不中斷。導入 Service Cloud 後，我們進一步確立全球統一之案件處理流程，客服人員能即時存取客戶完整的活動歷程與過往互動紀錄，案件平均處理時間縮短 25%，有效展現數位轉型對客戶權益的實質保障。

在持續優化服務流程的同時，研華亦擴大 AI 技術在官網 Chatbot 的應用深度。透過內部研發的「AI 商機分析模型」，我們能更精準地從海量的技術諮詢對話中，識別出具備高度潛力的銷售機會。本年度該模型展現了卓越的成效，成功從線上服務對話中轉換出 799 個 Leads，並直接帶動約 114,352 美元的營收貢獻。此成果證明了客戶服務部門不僅是解決問題的中心，更是驅動公司營收增長的價值創造引擎。未來，我們將展望持續優化 AI 效能，在提升服務滿意度同時，極大化每一次客戶互動的商業價值。

客戶服務 Service Cloud

承接數位轉型戰略的討論，2025 年研華成功完成售後服務工單系統的轉移，全面遷移至 Salesforce Service Cloud。對於研華而言，此次計畫不僅是工單系統的更迭，更是一場全球服務流程的標準化革命。我們透過統一的平台語言，打破了過去各區域與總部之間的資訊藩籬與溝通屏障，確保全球每一位應用工程師（AE）都能在相同的基準上，提供高效且一致的服務體驗。

除了客戶資料治理，2025 年研華也致力於消除跨職能團隊間的資訊屏障，建置完善的合作橋梁，以打通研華對內、對外的全通路服務流程。過去，第一線應用工程師（AE/FAE）與後端產品應用工程師（SBU PAE）往往使用不同的作業系統，導致內部問題討論時產生資訊斷層與溝通延遲。2025 年，研華成功突破跨職能團隊間的溝通障礙，協助首個 Product AE（PAE）團隊導入 Service Cloud。此舉標示研華正式將「全球內部支援體系」納入統一平台管理：



官方網站入口端點滿意度調查示意圖

關於研華科技

經營者的話

01 永續願景與目標

02 公司經營與治理

03 創新與服務

3.1 永續智能解決方案

3.2 創新機制

3.3 物聯網應用推廣與教育

3.4 客戶與夥伴共創

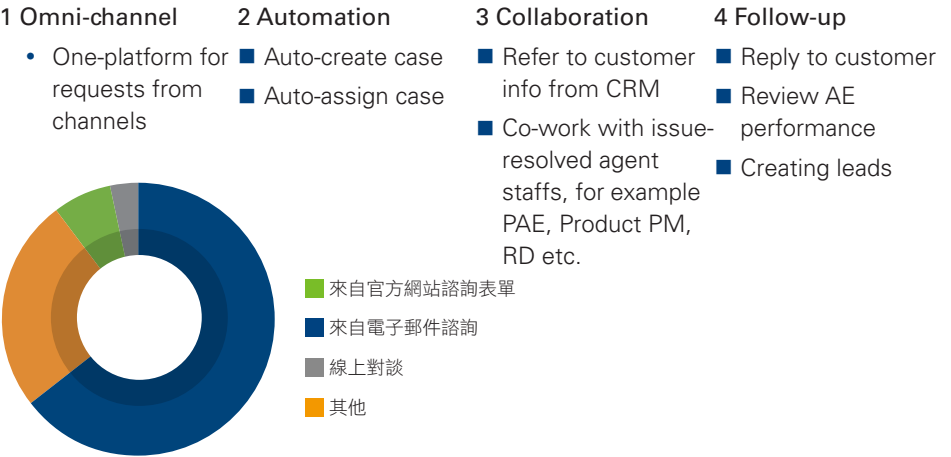
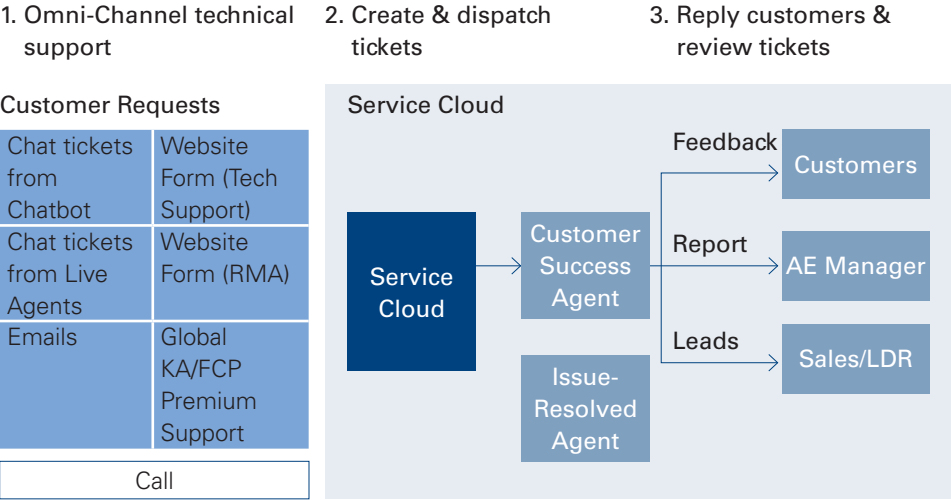
04 綠色營運

05 員工關係與人才培育

06 利他與社會共益

附錄

- 對內（SBU PAE 觀點）：後端產品技術團隊能直接於 Service Cloud 接收來自全球的技术難題，無須切換系統即可檢視完整的客戶溝通歷程，大幅減少重複詢問的時間成本。
- 對外（RBU FAE 觀點）：第一線工程師能即時追蹤後端處理進度，實現案件處理的透明化與協作的無縫接軌。此整合成功消弭了團隊間的溝通障礙，將跨時區、跨層級的協作效率提升至前所未有的高度。



客戶服務 – Chatbot Everywhere

隨著全球工單系統成功搬遷至 Service Cloud，研華官方網站的 AI Chatbot 後端架構亦同步完成向 Salesforce 體系的遷移。此舉標誌研華客戶服務正式進入「ChatBot Everywhere」的全新階段。過去，線上即時通訊（Live Chat）與後端技術支援往往存在系統斷點；2025 年同步工單系統的搬遷，研華透過底層架構的統一，成功串聯了從「即時諮詢」到「深度技術支援」的完整服務鏈。

本次搬遷的最大效益，在於實現了服務團隊的資訊同步化。現在，不僅是負責深層技術問題的 AE 與 FAE，第一線的線上客服人員也能於同一平台，即時獲取客戶的 360 度完整視圖。客服人員在對話當下，即可檢視客戶的過往歷史工單及產品購買紀錄，無需客戶重複說明，大幅提升了解決問題的效率與準確度。

自 2025 年 7 月至 12 月，Chatbot 服務搬遷至 Service Cloud 後，總共接收了 5,104 筆來自全球的線上諮詢。其中，近七成的線上諮詢是由 AI 智能助理與客戶進行初步對談。此數據顯示研華的 AI 智能回復助理已具備成熟的語意理解能力，能有效處理常見的產品規格查詢、驅動程式下載引導等標準化問題。此一「AI 初步諮詢、人類專家後援」的人機協作模式，不僅確保了全球客戶享有 24 小時不間斷的即時回應服務，更讓寶貴的人力資源得以專注於處理高複雜度、高價值的技術難題與商機開發。

整合後的 Chatbot 更成為挖掘潛在商機的利器。結合前述的 AI 商機分析模型，系統能即時判讀對話中的採購意圖，並將高潛力客戶直接引導至相關業務窗口。這種從「被動服務」轉向「主動獲客」的模式轉變，正是研華將服務中心轉型為利潤中心的具體實踐。

