

2025年度風險管理執行報告

報告單位：ESG推動永續發展委員會

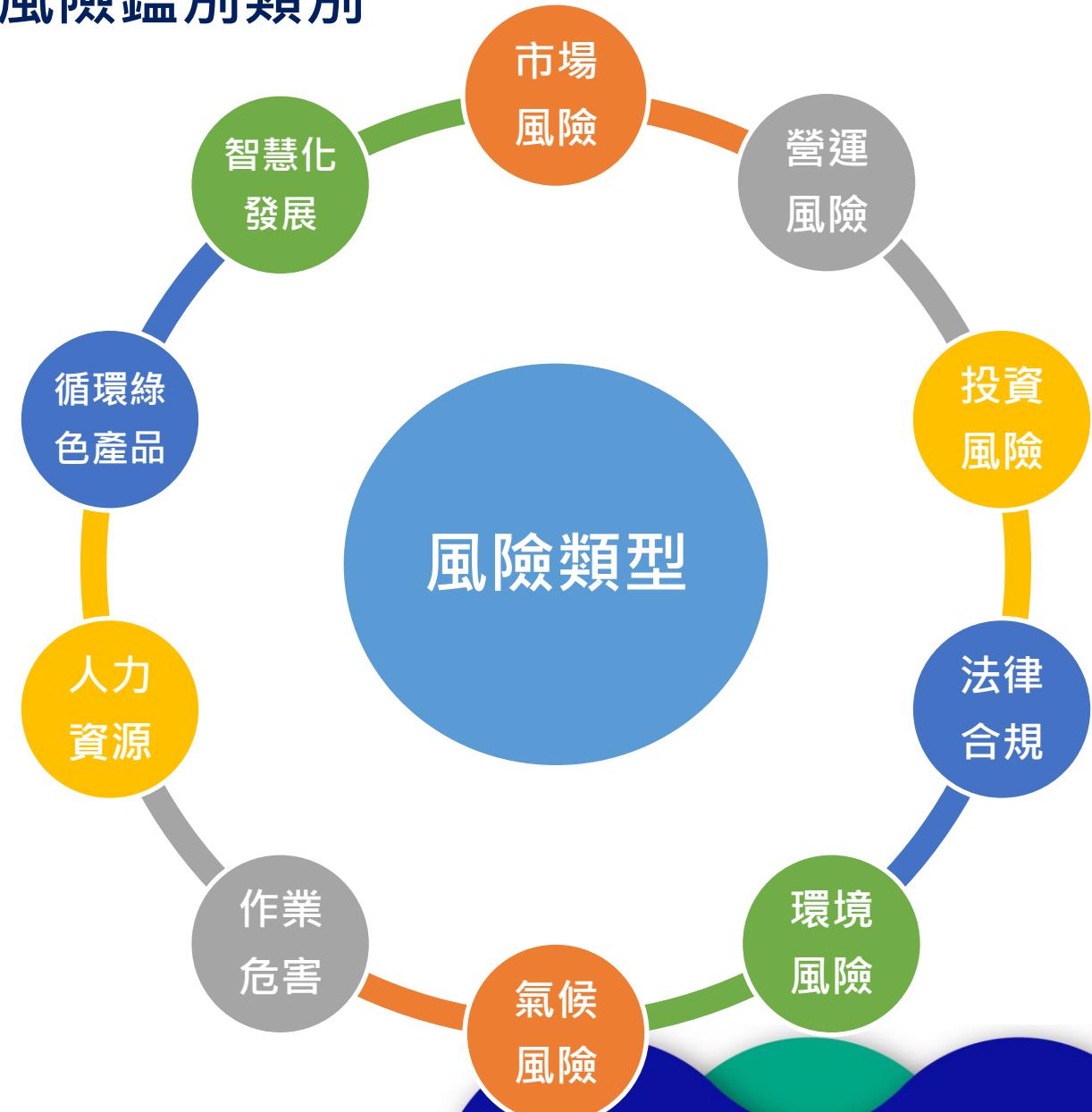
報告日期：2025/11/12

WEAVING A BETTER WORLD. TOGETHER.



HONMYUE
弘裕企業

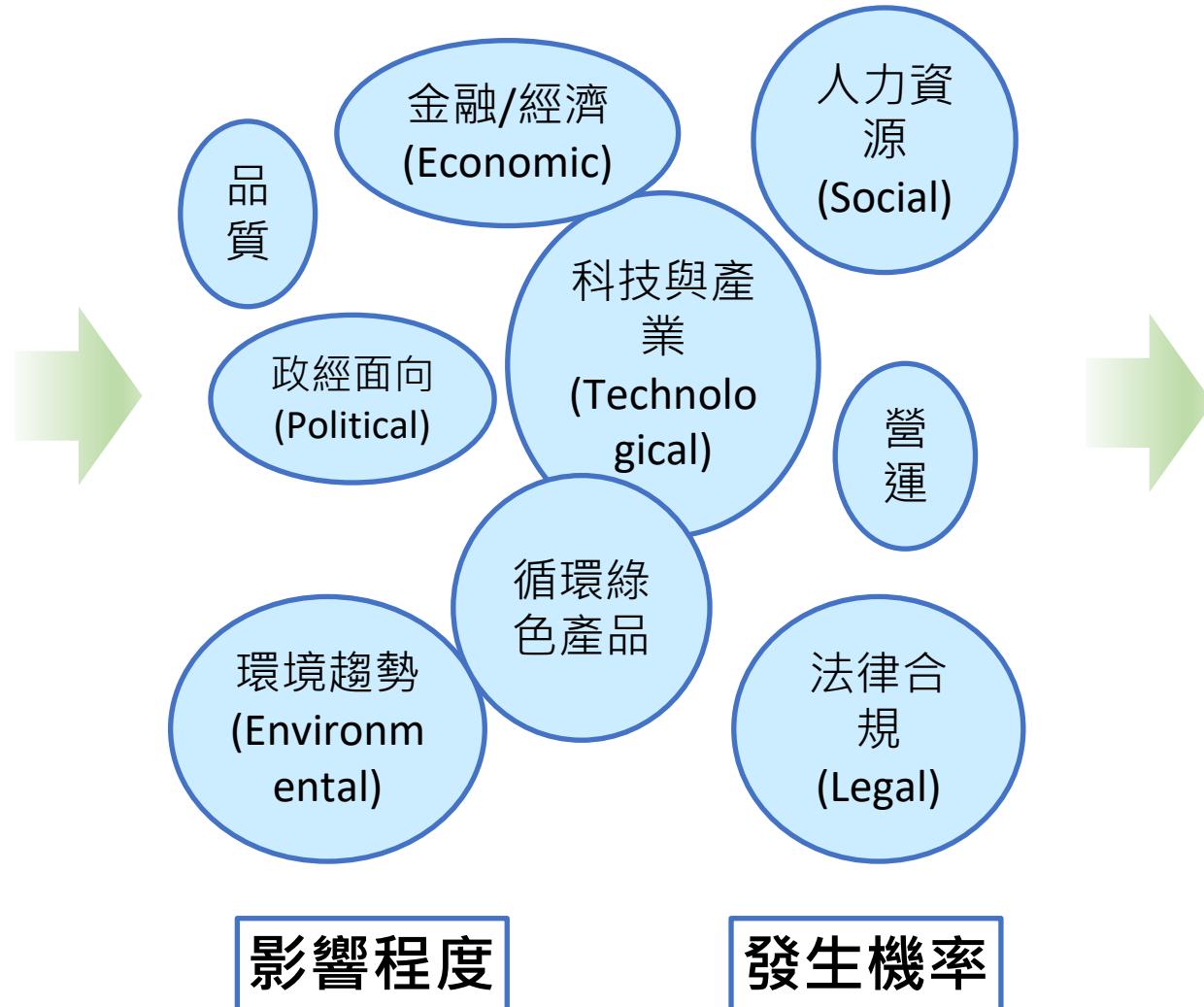
內外部環境暨風險鑑別類別



風險因子辨識



問卷調查



高	中	高	高
中	低	中	高
低	低	低	中
影響 機率			低

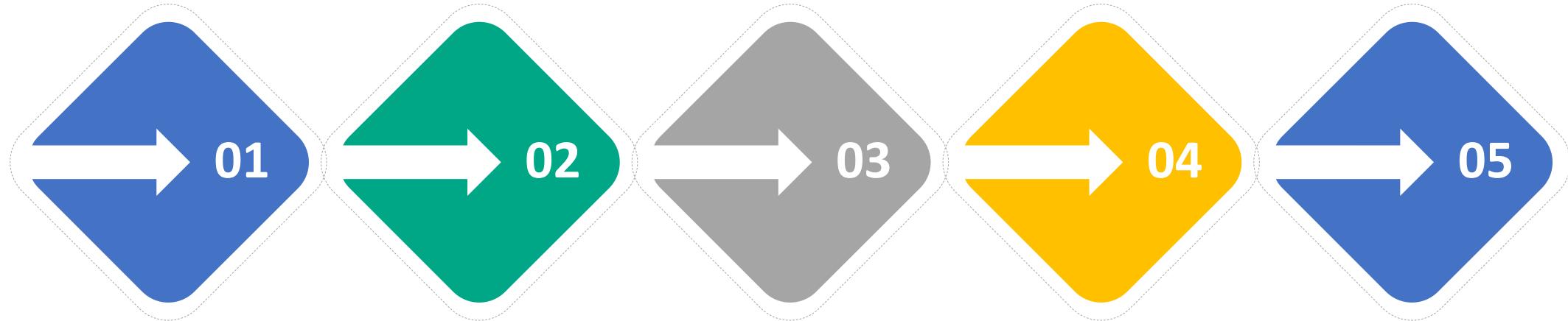
風險矩陣

辨識重大性

內外部環境鑑別暨風險評估問卷調查



弘裕企業股份有限公司
內部環境鑑別暨風險評估表



第一階段

風險評估問卷發給部級主管及總經理理室各中心主管，進行評估表單填寫，共收回13份。

第二階段

將回收的表單內容進行整理，共歸納出前10大高度風險類別23項風險項目。

第三階段

以匯整的風險項目/描述，及因應對策，設計第二階段評估問卷。發給高階管理層，共計回收6份。

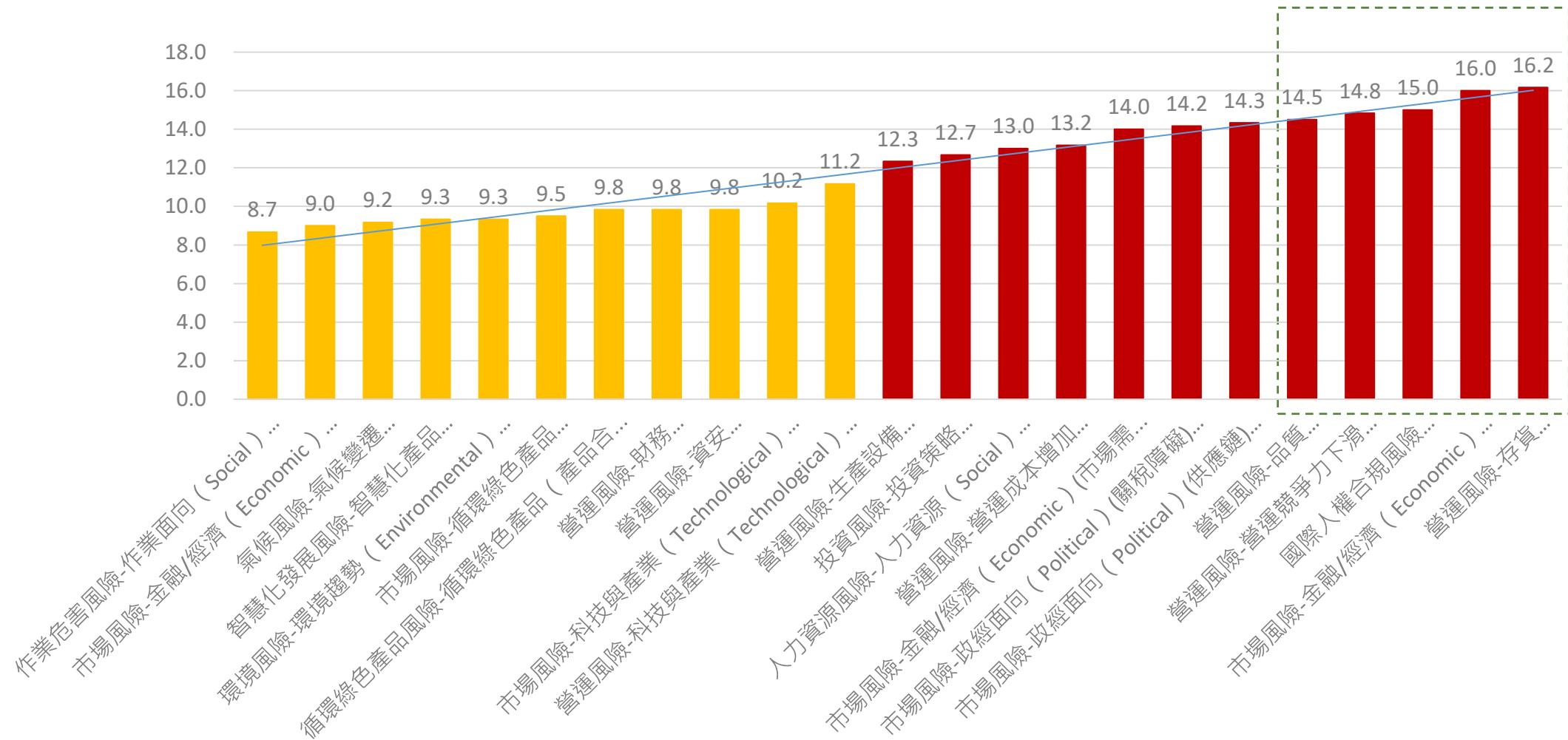
第四階段

將回收表單進行最終統計，篩選出高度風險項目。

第五階段

擬定並執行高度風險管理因應措施，並由權責單位落實管控。總結呈報前五大高度風險議題及因應措施。

風險暴露平均值



註：4分以下為低度風險、5~11分為中度風險、12分以上為高度風險。

高度

12分以上

存貨、中國經濟與市場風險、品質、國際人權合規、營運成本、人力資源、投資策略、美國關稅 之風險

中度

5~11分

財務、資安、環境、氣候變遷、作業危害、永續消費趨勢、科技與產業 之風險

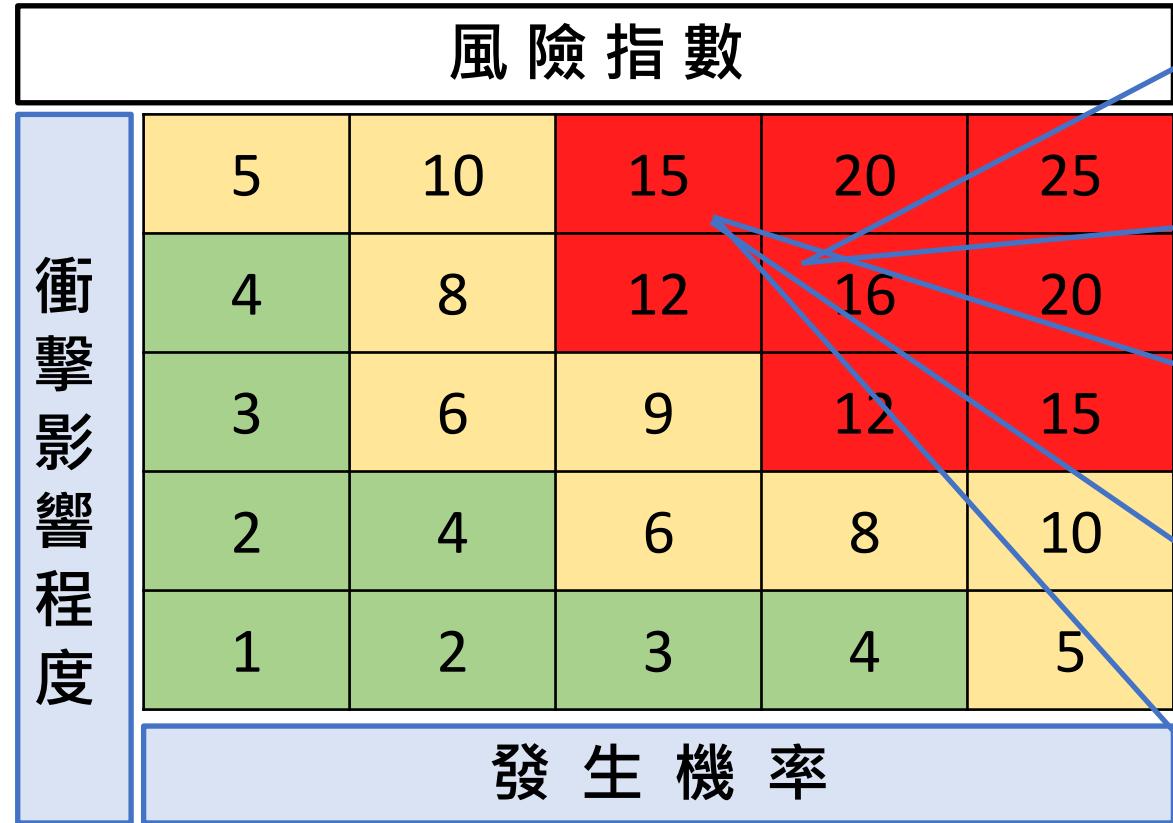
低度

1~4分

智財、形象 之風險



前五項風險議題



主要風險議題與對策1



風險議題	利害相關方	風險具體敘述&影響層面	因應措施
存貨風險	客戶 股東	<ul style="list-style-type: none">• <u>呆滯庫存過高與資金占用</u>：<ol style="list-style-type: none">1. 倉儲等相關管理成本增加2. 庫存滯存的品質變異3. 影響資金週轉	<ol style="list-style-type: none">1. 強化產銷與採購協同管理：定期檢視庫存結構，控管庫齡與安全庫存。2. 建立動態庫存預警機制：建立庫存預警，設定超標責任單位。3. 精準預測需求：加強市場預測及客戶溝通，降低訂單延遲出貨風險。4. 庫存再利用與二次銷售：推動布料再利用、加工再製或品牌促銷。

主要風險議題與對策2



風險議題	利害相關方	風險具體敘述&影響層面	因應措施
中國經濟與市場風險	客戶 股東 供應商	<ul style="list-style-type: none">• <u>中國陷入長期通縮、市場內捲：</u><ol style="list-style-type: none">1. 中國產能過剩與價格競爭2. 中國成長動能轉弱3. 消費和內需疲軟	<ol style="list-style-type: none">1. 分散市場依賴：降低單一市場風險。2. 產品差異化與高值化：減少低價競爭衝擊。3. 跨區生產或採購佈局

主要風險議題與對策3



風險議題	利害相關方	風險具體敘述&影響層面	因應措施
國際人權 合規風險	員工 主管機關 客戶	<ul style="list-style-type: none"><u>勞動法規遵循與人權合規壓力上升：</u> 國家基本工資調漲與國際人權要求，如「零付費政策」，使人力成本與合規壓力上升。	<ol style="list-style-type: none">建立合規機制：持續追蹤最新法令與品牌驗廠要求。推動零付費政策與移工管理：確保合法合規。預估工資調漲影響：提前納入預算。

主要風險議題與對策4



風險議題	利害相關方	風險具體敘述&影響層面	因應措施
營運競爭力風險	客戶 供應商 股東	<ul style="list-style-type: none">• 缺乏拳頭產品與紅色供應鏈競爭力：<ol style="list-style-type: none">1. 市場競爭激烈且訂單集中，公司缺乏具獨特性與高附加價值的產品，陷入紅海市場毛利下降。2. 中國與東南亞低價原料，削弱台灣產品成本競爭力。	<ol style="list-style-type: none">1. 精實生產管理：提升效率、降低製造成本。2. 多元供應鏈運作：運用中國九江、浙江據點與印尼佈局規劃，形成多據點供應鏈，提高成本彈性與交期穩定度。3. 強化客戶協同開發：與品牌客戶共同進行新產品應用開發，構建信賴關係。

主要風險議題與對策5



風險議題	風險等級	利害相關方	風險具體敘述&影響層面	因應措施
品質風險	高度	公司 客戶	<ul style="list-style-type: none">產品品質不良，導致客訴及退貨： 產品或服務的質量不達標，將導致直接的財務損失，包括退貨成本、重修成本及降級異常的客訴損失，並影響客戶信賴度而減少銷售訂單，對公司企業財務和聲譽造成損害。	<ol style="list-style-type: none">推動QCC品管圈：建構改善文化、提升品質意識與技能。強化源頭管理及預防機制。設置公司層的品保單位，強化產品品質保證體系。

風險管理就好比煞車，作用看似是減速，
但它的存在是要幫助企業更有底氣全速前進。



HONMYUE
弘裕企業

WEAVING A BETTER WORLD. TOGETHER.