

奇偶科技股份有限公司

客戶權益保護政策

為關懷及善盡對客戶的權益保障，並建立重視客戶保護之企業文化，本公司訂有「奇偶科技客戶權益保護政策」，以落實針對產品與服務之顧客健康與安全、行銷或標示之把關。經媒體報導或有事實足認本公司商品、服務有危害客戶或其他利害關係人安全與健康之虞時，本公司應立即採取行動並調查事實是否屬實，通過設計必要的升級以及提供最新的安全補丁和軟體版本更新，並公告周知用戶問題，或立即停止販售該批產品或停止提供其服務，以及提出檢討改善計畫。

本公司「奇偶科技客戶權益保護政策」如下：

奇偶科技客戶權益保護政策

第一章 總則

第一條 目的

為關懷及善盡對顧客的權益保障，並建立重視客戶保護之企業文化，本公司訂有「奇偶科技客戶權益保護政策」，以落實針對產品與服務之顧客健康與安全、行銷或標示之把關。

本公司之子公司未訂定客戶權益保護政策者，應適用本政策。

第二條 制定依據

本政策係參考 GRI 等相關國際準則及國內法規訂定。

第三條 推動與組織

為使「客戶權益保護」成為公司整體共同遵循之價值體系與行為準則，本公司由董事會及總經理親自督導推動客戶權益保護之相關事宜，並授權由永續發展工作小組負責規劃與執行，並定期向董事會報告。

第二章 客戶權益保護政策內容

第四條 顧客健康與安全

1. 本公司應遵循 GRI 416：顧客健康與安全，於永續報告書揭露以下資訊：

- (1) 揭露項目 416-1 評估產品和服務類別對健康和安全的衝擊
- (2) 揭露項目 416-2 違反有關產品與服務的健康和安全法規之事件

第五條 商品行銷與標示要求

1. 本公司應遵循 GRI 417：行銷與標示，於永續報告書揭露以下資訊：

- (1) 揭露項目 417-1 產品和服務資訊與標示的要求

(2) 揭露項目 417-2 未遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件

(3) 揭露項目 417-3 未遵循行銷傳播相關法規的事件

2. 本公司產品依類型所屬之相關法令或銷售當地市場要求，取得並標示相關認證，如歐洲合格認證 CE 標誌、美國聯邦通訊委員會 FCC 識別標誌，以符合相應的法令及認證規範。

本公司在本國境內販售之部份產品，遵循經濟部標準檢驗局 BSMI 之「電器及電子商品標示基準」要求，於製造完成流通進入市場販賣之電子商品上標示中文標籤，包含商品內容與警告標示等規定事項。

3. 本公司產品標示依歐洲聯盟相關法令遵循「廢棄電子電機設備(WEEE)指令」之要求，於製造完成之商品及包裝上標示廢棄電子商品收集、回收、再生的相關標誌，及「有害物質限用(RoHS)指令」供終端客戶辨識，以落實製造業者責任。

第六條 教育訓練

本公司應將本政策、相關內部遵循規章及行為守則納入教育訓練課程(含數位課程)，定期辦理教育宣導及人員訓練。前項教育訓練之對象包括董事、經理人及其他受僱人。

第七條 申訴保障原則

公司基於顧客權益保障之目的，應建立消費爭議處理制度，消費爭議處理制度內容至少應包括消費爭議之範圍、組織架構、受理方式、處理流程、處理時效、進度查詢、追蹤稽核、教育訓練與定期檢討等以公平、合理、有效之方式處理顧客申訴案件。公司提供之商品或服務與顧客所生之爭議，應於收受顧客申訴之後儘速啟動適當之處理程序，並將處理結果回覆提出申訴之顧客。如顧客不接受處理結果或公司逾上述期限不為處理者，顧客得於收受處理結果或期限屆滿之日起三日內，向爭議處理機構申請評議。

第三章 附則

第八條 定期檢討

本公司應隨時注意相關國際準則及國內法規之修正情形，據以檢討更新本政策，以落實執行。

第九條 施行

本政策經總經理同意後施行，修正時亦同。

申訴管道及申訴程序

1. 本公司十分重視客戶反饋及意見，因應客戶要求之相關服務作業及抱怨處理，由業務與技術支援部門直接進行客戶服務、意見接收及改善作業。公司設立產品支援部，不定期主動查核確認各項客戶政策之執行情形。
2. 另亦建置服務專線與客戶意見信箱，客戶可透過申訴管道反應意見，以維護

權益。

申訴管道：

請洽詢各地代理商 <https://www.geovision.com.tw/tw/contact.php> 或見公司官網利害關係人聯絡方式 <https://www.geovision.com.tw/tw/aboutESG.php>。