震旦行股份有限公司
與營運目標連結之智慧財產管理計畫及其執行情形

一、智慧財產策略與營運目標之連結

本公司作為深耕兩岸辦公領域的行銷集團，近年來營運目標已從單一的「辦公硬體設備的銷售商」全面轉型為「AI 智慧辦公與低碳辦公（ESG）整合解決方案的提供者」。

智慧財產權（IP）策略的核心，除了產品設計外，更著重於品牌保護、軟硬體整合解決方案有關之商標、專利、商業秘密、以及行銷所產生的著作權。本公司的智慧財產管理策略旨在**「以軟帶硬、以智財護通路、深化顧客黏著度」**。透過將智慧財產管理納入核心營運，達到以下三大連結：

1.策略轉型支持：

配合「辦公整體解決方案提供者」之轉型策略，積極布局自主研發之軟硬體專利與著作權。

2.降低營運風險：

確保銷售之產品與服務無侵權風險，並防止核心顧客資料與行銷之機密資訊外洩。

3.極大化品牌價值：

強化「震旦（AURORA)」、及集團各品牌及新創服務之商標布局，全面提升投標競爭力與市場影響力。

二、智慧財產管理計畫

本公司將智慧財產管理劃分為四個核心維度（商標、專利、著作權、營業祕密），並實施相應的管理計畫：

1.商標管理（品牌與通路價值保護）

(1)全方位布局：針對核心品牌（AURORA)、直銷/經銷通路品牌、以及「震旦安心印」、「震旦雲」等系列服務商標，依各年度營運計畫需要，進行全方位類別註冊。

(2)經銷授權控管：制定嚴格的代理與經銷商標使用規範，防止市場上出現仿冒或混淆，維護震旦行長年累積的商譽。

2.專利管理（技術與解決方案布局）

(1)自主軟硬體解決方案專利：針對自主開發之核心系統，每年評估申請「發明專利」，建立軟硬整合的技術壁壘。

(2)不侵權審查（FTO）：依年度計畫在引進或代理國內外新硬體、3D 列印設備等產品前，進行嚴格的專利檢索，避免陷入專利侵權訴訟。

(3)專利獎勵機制：鼓勵內部後勤研發、IT 技術同仁，研議專利提案及獲證之獎勵，激發「解決方案整合」的創新動能。

3.著作權管理（行銷與低碳服務資產化）

(1)數位行銷與空間設計著作：辦公家具事業涉及大量「商辦空間規劃與裝修設計圖」，行銷通路涉及大量數位文宣，建立內部著作權歸屬與登記制度，保障原創設計不被抄襲。

(2)軟體與代碼保護：針對自主開發之軟體原始碼、溫室氣體盤查 ERP 系統等，自 2026 年起落實著作權歸屬與版本控制管理。

4.營業秘密管理（通路與顧客資產防護）

(1)核心資料分級治理：對於具有核心競爭力的「顧客名單」、「定價策略」及「產銷流程」等資料，實行機密分級、並採取權限控管與數位留痕。

(2)同仁與合作夥伴保密協定：同仁入職、離職及與外部供應商合作時，持續落實簽署嚴格的保密協定（NDA）與競業禁止條款。

三、2026 年具體執行成效

1.建立跨部門智財小組：

法制室協同資訊室、行銷室、及事業部權責單位等，已規劃於永續發展委員會轄下設置跨部門智財小組，未來定期召開智財管理會議。

2.完成同仁智財教育訓練：

(1)針對營服與客服人員：於相關業務會議，著重顧客資料防範外流（營業秘密）與不實文案宣傳（商標/著作權）。

(2)針對技術人員：於季度資訊安全會議，著重軟體專利申請、開源軟體（Open Source）使用合規性。

3.供應鏈與代理商管理：

透過日常合約審查，已確保與上游原廠（如夏普 SHARP 等）及下游經銷商的合約條款中，涉及智慧財產權歸屬與授權範圍之定義清晰。

4.設定績效指標（KPIs）：

(1)商標合規率 100%：

新服務/新產品上架前，完成商標檢索與申請率達 100%。

(2)營業秘密零資安事件：

核心顧客資料庫與經營數據，年度內未發生內部人為外洩或未授權存取事件。

(3)智財教育普及率 >95%：

全體同仁(特別是第一線營服與技術人員)年度智財與保密宣導課程完訓率達標。

5.目前有效智財清單與成果:

有效商標共 179 件、2026 年商標屆期並完成延展共 4 件。

6.自主研發「MSF 智慧流程平台」（MFP SmartFlow）:

透過「中央控管、掃描管理、智慧傳送、資安管理」四大功能，將分散於各設備的使用者、權限、掃描設定與操作紀錄整合至單一平台。整合之平台程式碼、及介面設計具有原創性，可享有著作權之保護。